



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة صالح بونبيدر قسنطينة 3-



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الصحافة

الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل:

**انعكاسات الشبكات الاجتماعية الاليكترونية على
الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري
موقع "فيس بوك" أنموذجا
دراسة تحليلية وميدانية**

أطروحة مقدمة لنيل شهادة "دكتوراه علوم" في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: صحافة

إشراف :
أ.د/ الطاهر اجعيم

إعداد الطالبة:
نبيلة جعفري

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة الأصلية	الصفة
أ.د/ ادريس بولكعبيبات	أستاذ	جامعة صالح بونبيدر- قسنطينة 3	رئيسا
أ.د/ الطاهر اجعيم	أستاذ	جامعة صالح بونبيدر- قسنطينة 3	مشرفا ومقررا
أ.د/ وحيدة سعدي	أستاذ	جامعة باجي مختار- عنابة	عضوا مناقشا
د/ شريفة ماشطي	أستاذ محاضر "أ"	جامعة صالح بونبيدر- قسنطينة 3	عضوا مناقشا
د/ سمير رحمانى	أستاذ محاضر "أ"	جامعة باتنة 1	عضوا مناقشا
د/ نور الدين مبني	أستاذ محاضر "أ"	جامعة سطيف 2	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2017-2018م



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة صالح بونيدر قسنطينة 3-



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الصحافة

الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل:

**انعكاسات الشبكات الاجتماعية الاليكترونية على
الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري
موقع "فيس بوك" أنموذجا
دراسة تحليلية وميدانية**

أطروحة مقدمة لنيل شهادة "دكتوراه علوم" في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: صحافة

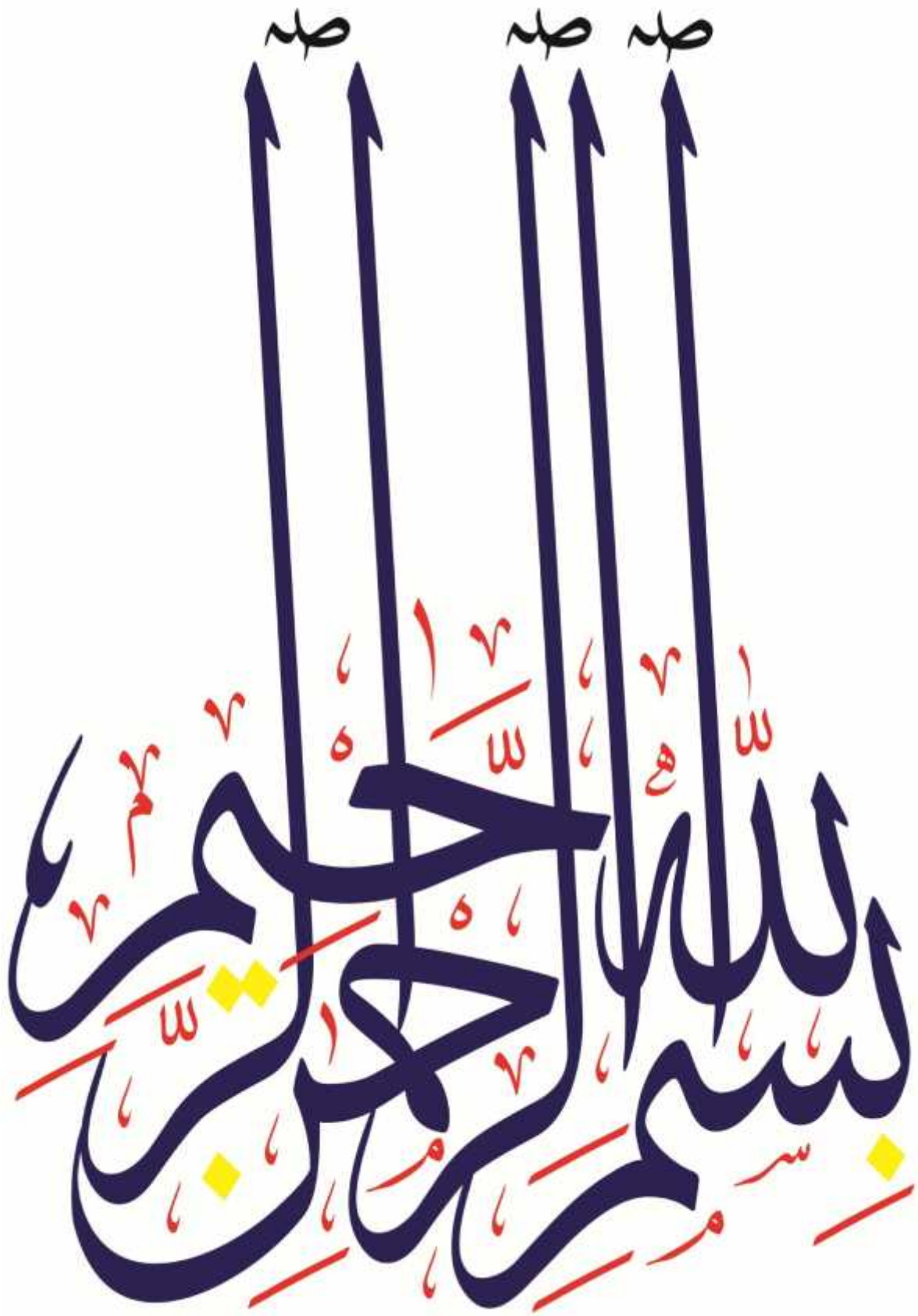
إشراف :
أ.د/ الطاهر اجعيم

إعداد الطالبة:
نبيلة جعفري

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة الأصلية	الصفة
أ.د/ ادريس بولكعبيبات	أستاذ	جامعة صالح بونيدر- قسنطينة 3	رئيسا
أ.د/ الطاهر اجعيم	أستاذ	جامعة صالح بونيدر- قسنطينة 3	مشرفا ومقررا
أ.د/ وحيدة سعدي	أستاذ	جامعة باجي مختار- عنابة	عضوا مناقشا
د/ شريفة ماشطي	أستاذ محاضر "أ"	جامعة صالح بونيدر- قسنطينة 3	عضوا مناقشا
د/ سمير رحمانى	أستاذ محاضر "أ"	جامعة باتنة 1	عضوا مناقشا
د/ نور الدين مبني	أستاذ محاضر "أ"	جامعة سطيف 2	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2017-2018م



شكر وتقدير

إنَّ الشكر لله الذي خلق وهدى، ووفق وحبي - وأسأله أن يكون قد سدّد الخطى- حتّى خرج هذا العمل بعون منه وفضل، فله الحمد حمدا كثيرا طيبا كما يحب ربنا ويرضى.

وعملا بقول الرسول الكريم عليه أفضل الصلّاة والتّسليم: "من اصطنع إليكم معروفا فجازوه، فإن عجزتم عن مجازاته فادعوا له حتى تعلموا أنكم شكرتم، فإن الشّاكر يحب الشّاكرين" رواه الطبراني

ولأنّ الاعتراف بالجميل ما هو إلا جزء يسير من رده، فأريد في هذا المقام رفع مقامات الشكر والتقدير إلى كلّ الكرام الذين قدّموا لي يد العون من قريب أو من بعيد:

وعلى رأسهم أستاذي المشرف، الأستاذ الدكتور "الطاهر اجغيم"، الذي لا تكفيه كلّ عبارات الشكر والامتنان والإشادة على ما قدّمه لي من نصائح وإرشادات وتوجيهات، حتى يظهر العمل بالصّورة التي هي عليه الآن. فجزاك الله عني أستاذي الكريم خير الجزاء.

كما أتقدّم بخالص الشكر إلى كلّ أستاذتي الكرام على نصائحهم وتوجيهاتهم ومساعداتهم،

وإلى لجنة المناقشة على قبولها قراءة هذا العمل، وإبداء ملاحظاتهم وتصويباتهم القيّمة.

وإلى أفراد أسرتي، نظير ما تحمّلوه من عناء وصبر معي، فجزاكم الله عني كل خير.

وإلى طلبتي الأعزاء، راجية من المولى أن يوفّقهم في درّهم.

وإلى كلّ الأصدقاء والزّملاء، ومن ساعدني ولو بفكرة أو كلمة طيبة... فشكرا لكم جميعا.

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

والديّ الكريمين أطال الله عمرهما

إخوتي وأخواتي وأبنائهم رعاهم الله

صديقتي الغالية "كريمة"

وإلى كلّ من مدّ لي يد المساعدة

أحبّكم وأشكركم ...

فلولا وقوفكم إلى جانبي لما أمكن لهذا العمل أن يرى النور.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
د - أ.....	مقدمة.....

الفصل الأول: إشكالية الدراسة وإجراءاتها المنهجية

06.....	تمهيد.....
---------	------------

I. إشكالية الدراسة:

07.....	1- تحديد المشكلة.....
10.....	2- أسباب اختيار الموضوع.....
12.....	3- أهمية الدراسة.....
13.....	4- أهداف الدراسة.....
14.....	5- تحديد المفاهيم.....
19.....	6- فرضيات الدراسة.....

II. الإجراءات المنهجية للدراسة:

19.....	1- المنهج المستخدم.....
20.....	2- مجالات الدراسة.....
22.....	3- عينة الدراسة.....
33.....	4- أدوات جمع البيانات.....
47.....	5- الأساليب الإحصائية المستخدمة.....

48.....	خلاصة.....
---------	------------

الفصل الثاني: الدراسات السابقة والخلفية النظرية للدراسة

50.....	تمهيد.....
---------	------------

I. الدراسات السابقة:

51.....	1- عرض الدراسات السابقة.....
76.....	2- التعليق على الدراسات السابقة.....

II. نظرية الغرس الثقافي كمدخل نظري للدراسة

83.....	1- جذور النظرية.....
84.....	2- تعريف عملية الغرس.....
85.....	3- كيف يحدث الغرس
88.....	4- أسس نظرية الغرس.....
90.....	5- فرضيات نظرية الغرس.....
91.....	6- مستويات قياس الغرس.....
93.....	7- إجراءات تحليل الغرس.....
94.....	8- المتغيرات والعوامل المؤثرة في الغرس.....
99.....	9- الانتقادات التي وجهت للنظرية.....
101.....	10- الاتجاهات الحديثة في نظرية الغرس.....
103.....	خلاصة.....

الفصل الثالث: الإعلام الجديد وبوادر عصر الشبكات الاجتماعية الاليكترونية

105.....	تمهيد.....
----------	------------

I. الإعلام الجديد: المفهوم والوسيلة:

106.....	1- الانتقال التكنولوجي من الويب 1.0 إلى الويب 2.0.....
108.....	2- تطبيقات الويب 2.0
110.....	3- الجيل الثالث للانترنت ويب 3.0
111.....	4- الإعلام الجديد: إشكالية المفهوم.....

II. الشبكات الاجتماعية الاليكترونية:

116.....	1- مفهوم الشبكات الاجتماعية الاليكترونية.....
118.....	2- مكونات الشبكات الاجتماعية الاليكترونية.....
120.....	3- نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية الاليكترونية.....
123.....	4- خصائص الشبكات الاجتماعية الاليكترونية وأنواعها.....
127.....	5- أهم وأبرز الشبكات الاجتماعية الاليكترونية.....
137.....	6- شبكة فيس بوك.. أشهر الشبكات الاجتماعية.....
145.....	خلاصة.....

الفصل الرابع: الهوية الثقافية: إشكاليات المفاهيم

تمهيد.....147

I. التأسيس المفاهيمي لمصطلح الهوية:

1- الهوية: إشكالية المفهوم.....148

2- الهوية في التراث المعرفي.....149

3- مفهوم الهوية.....159

II. التأسيس المفاهيمي لمصطلح ثقافة:

1- الثقافة: إشكالية المفهوم.....168

2- المعاني المختلفة لكلمة ثقافة في التراث الغربي والعربي.....169

3- أهم مفاهيم الثقافة.....176

4- خصائص الثقافة، أشكالها وعناصرها.....187

III. ماهية الهوية الثقافية:

1- مفهوم الهوية الثقافية.....190

2- عناصر الهوية الثقافية.....192

3- الهوية الجزائرية وعناصرها.....195

1.3- الدين الإسلامي.....197

2.3- الواقع اللغوي في الجزائر ومكانة اللغة العربية.....201

3.3- التاريخ الوطني.....217

4.3- الناحية الفنية للثقافة الجزائرية.....218

5.3- العادات والتقاليد.....220

خلاصة.....221

الفصل الخامس: الشبكات الاجتماعية الاللكترونية والهوية الثقافية للشباب الجزائري

تمهيد.....223

I. شبكة الفيس بوك: نافذة الانفتاح الهوياتي

1- الهوية في المجتمعات الافتراضية.....224

2- مظاهر التحول إلى الهوية الافتراضية.....230

3- الهوية الافتراضية عبر شبكة "فيس بوك".....231

4- تمظهرات الهوية الافتراضية عبر "فيس بوك".....232

233.....	5- هويات مرتادي "فيس بوك".
II. الشبكات والهوية الثقافية في المجتمع الجزائري	
235.....	1- التغييرات الحاصلة في المجتمع الجزائري جراء استخدام الشبكات الاجتماعية الاليكترونية.....
237.....	2- الشبكات الاجتماعية والهوية الثقافية.....
238.....	3- الشباب الجامعي وال"فيس بوك".
241.....	4- لغة الشباب على ال"فيس بوك".
253.....	5- الطلبة والهوية الثقافية.....
255.....	خلاصة.....

الفصل السادس: عرض وتحليل بيانات الدراسة التطبيقية

257.....	تمهيد.....
I. عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية:	
258.....	1- بيانات أولية لصفحة "تقف نفسك" موضوع الدراسة.....
259.....	2- فئات الشكل.....
273.....	3- فئات المضمون.....
II. عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية:	
288.....	1- عادات وأنماط ودوافع استخدام شبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك".
300.....	2- تأثيرات استخدامات "فيس بوك" على اللغة العربية للمبحوثين.....
382.....	3- تأثيرات استخدامات "فيس بوك" على الدين الإسلامي للمبحوثين.....
402.....	4- تأثيرات استخدامات "فيس بوك" على التاريخ وعلى الموروث الثقافي.....
431.....	خلاصة.....

الفصل السابع: نتائج الدراسة

433.....	تمهيد.....
I. عرض النتائج العامة للدراسة التحليلية:	
434.....	1- نتائج فئات الشكل.....
435.....	2- نتائج فئات المضمون.....
II. عرض النتائج العامة للدراسة الميدانية:	
436.....	1- نتائج المحور الأول.....

439..... 2- نتائج المحور الثاني.....

445..... 3- نتائج المحور الثالث.....

447..... 4- نتائج المحور الرابع.....

III. نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

451..... 1- نتيجة الفرضية الأولى.....

452..... 2- نتيجة الفرضية الثانية.....

453..... 3- نتيجة الفرضية الثالثة.....

454..... 4- نتيجة الفرضية الرابعة.....

454..... IV. النتائج في ضوء المقاربة النظرية المعتمدة.....

خاتمة..... هـ - ي

460..... قائمة المراجع.....

قائمة الملاحق.

ملخصات الدراسة.

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح كيفية اختيار العينة التحليلية	24
02	يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس	26
03	يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير التخصص	27
04	يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير لغة التخصص	28
05	يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير المنطقة السكنية	32
06	يوضح بعضا من الرموز والانفعالات المستخدمة على فيس بوك	245
07	يوضح معنى الاختصارات المستخدمة في اللغة الدردشية على "فيس بوك"	247
08	يوضح لغة الأرقام السرية التي يستخدمها الشباب خلال تواصلهم عبر الـ"فيس بوك"	247
09	يوضح الأرقام التي تعبر عن الأصوات العربية	248
10	يوضح أكثر اللغات استعمالا في الانترنت لسنة 2015	251
11	يوضح فئة نوع المناشير	259
12	يوضح فئة القوالب التي نشرت بها المواضيع	262
13	يوضح فئة حجم الخط	264
14	يوضح فئة لون الخط	265
15	يوضح نوع مقاطع الفيديو التي يتم تداولها على الصفحة	267
16	يوضح نوع الصور التي يتم تداولها في الصفحة	268
17	يوضح فئة استخدام الروابط التشعبية	270
18	يوضح فئة استخدام الصورة في الصورة التعريفية للصفحة	271
19	يوضح فئة استخدام الألوان في الصورة التعريفية للصفحة	271
20	يوضح فئة الكتابة على الصورة في الصورة التعريفية للصفحة	272
21	يوضح فئة نوع المواضيع	273
22	يوضح فئات خاصة باللغة	274
23	يوضح فئات خاصة بالدين	275
24	يوضح فئات خاصة بالتاريخ	276
25	يوضح فئات خاصة بالعادات والتقاليد	277
26	يوضح فئات خاصة بالموروث الثقافي اللامادي	278

280	يوضح فئة لغة المضامين الرئيسية المنشورة على الصفحة	27
281	يوضح نوع مشاركات الأعضاء على الصفحة	28
283	يوضح طبيعة تعليقات الأعضاء حول المنشور	29
284	يوضح لغة تعليقات الأعضاء على المنشور	30
285	يوضح الهدف العام من المناشير	31
286	يوضح الهدف من مناشير الهوية	32
288	يوضح مدى استخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية الاللكترونية	33
289	يوضح ترتيب الشبكات الاجتماعية الاللكترونية لدى المبحوثين	34
292	يوضح مدى استخدام شبكة "فيس بوك" من طرف المبحوثين	35
294	يوضح مدة اشتراك المبحوثين في الشبكة	36
296	يوضح عدد زيارات المبحوثين لحسابهم الخاص	37
297	يوضح معدل الوقت الذي يقضيه المبحوث يوميًا في تصفحه لهذا الموقع	38
300	يوضح لغة الإعدادات الخاصة بالحساب الشخصي للمبحوثين	39
301	يوضح نسبة حضور اللغة العربية على شبكة فيس بوك في المغرب العربي	40
303	يوضح طريقة عرض الهوية الافتراضية للمبحوثين عبر شبكة "فيس بوك"	41
308	يوضح نشاطات المبحوثين على الشبكة	42
311	يوضح المجالات التي يحرص المبحوثون على متابعتها عبر شبكة "فيس بوك"	43
315	يوضح سلوك المبحوثين عند استخدامهم "الفيس بوك"	44
317	يوضح شعور المبحوثين إذا لم يتواصلوا عبر شبكة "فيس بوك" لفترة طويلة	45
319	يوضح أكثر ثلاث صفحات يتصفحها المبحوثون	46
320	يوضح أماكن انتشار صفحة "ثقف نفسك" ونسبة زوارها	47
323	يوضح أبعاد شبكة العلاقات الاجتماعية التي يقيمها المبحوثون على "فيس بوك"	48
325	يوضح دوافع استخدام المبحوثين لشبكة "فيس بوك"	49
334	يوضح ماذا تعني لهم عبارة عبد الحميد بن باديس	50
337	يوضح ترتيب عناصر الهوية الثقافية للمبحوثين	51
342	يوضح على ماذا يعتمد المبحوثين في كتاباتهم على "فيس بوك"	52
343	يوضح اللغة التي يستخدمها المبحوثون في كتاباتهم على "فيس بوك"	53
351	يوضح العلاقة بين كثافة المشاهدة واللغة التي يستخدمها المبحوثون في كتاباتهم على "فيس بوك"	54


356	يوضّح الفئات التي يكتب معها المبحوثون باللغة العربية	55
357	يوضّح أسباب كتابة المبحوثين باللغة العربية على "فيس بوك"	56
359	يوضّح التّغييرات التي حصلت للمبحوثين على مستوى اللغة العربية منذ استخدامهم لهذا الموقع	57
360	يوضّح العلاقة بين التّغييرات التي حصلت للمبحوثين على مستوى اللغة العربية ومتغيّر الجنس.	58
360	يوضّح العلاقة بين التّغييرات التي حصلت للمبحوثين على مستوى اللغة العربية ومتغيّر نوع التخصص.	59
361	يوضّح العلاقة بين التّغييرات التي حصلت للمبحوثين على مستوى اللغة العربية ومتغيّر نوع لغة التعليم.	60
362	يوضّح العلاقة بين التّغييرات التي حصلت للمبحوثين على مستوى اللغة العربية ومتغيّر المنطقة السكنية.	61
363	يوضّح اتجاهات المبحوثين نحو استخدام اللغة العربية على "فيس بوك"	62
366	يوضّح أسباب عدم كتابة المبحوثين باللغة العربية في حساباتهم على "فيس بوك"	63
368	يوضّح أسباب كتابة المبحوثين باللهجة العامية	64
369	يوضّح أسباب كتابة المبحوثين باللغة الأمازيغية على "فيس بوك"	65
370	يوضّح أسباب كتابة المبحوثين باللغة الأجنبية على حساباتهم	66
371	يوضّح هل يفكر المبحوثون باستخدام اللغة العربية في كتاباتهم على هذا الموقع	67
372	يوضّح هل أثرت اللغة التي يتعامل بها المبحوثون في "فيس بوك" على لغة تواصلهم اليومي	68
372	يوضّح العلاقة بين كثافة التصفح ورأي المبحوثين في تأثير اللغة على هويتهم	69
373	يوضّح عبارات الـ"فيس بوك" التي يستخدمها المبحوثون في أحاديثهم اليومية على أرض الواقع	70
376	يوضّح كيف يرى المبحوثون دور اللغة التي يستخدمها الشباب على موقع "فيس بوك" في المحافظة على هويته الثقافية	71
377	يوضّح كيف يرى المبحوثون تأثير اللغة المستخدمة في "فيس بوك" على هويته الثقافية	72
378	يوضّح العلاقة بين كثافة التصفح ورؤية المبحوثين لتأثير اللغة المستخدمة في "فيس بوك" على هويتهم الثقافية	73
379	يوضّح مظاهر التأثير السلبي للغة المستخدمة على "فيس بوك" على الهوية الثقافية للمبحوثين	74

381	يوضّح مظاهر التأثير الإيجابي للغة المستخدمة على "فيس بوك" على الهوية الثقافية للمبّحثين	75
382	يوضّح هل المبحوث مشترك في صفحات أو مجموعات دينية	76
383	يوضّح نشاطات المبحوثين على "فيس بوك" فيما يخص الموضوعات الدينية	77
386	يوضّح العلاقة بين كثافة التصفح ونشاطات المبحوث بخصوص الموضوعات الدينية على "فيس بوك"	78
391	يوضّح التغيرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع	79
392	يوضّح العلاقة بين التغيرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدينية ومتغير الجنس	80
393	يوضّح العلاقة بين التغيرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدينية ومتغير نوع التخصص	81
394	يوضّح العلاقة بين التغيرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدينية ومتغير لغة التعليم	82
395	يوضّح العلاقة بين التغيرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدينية ومتغير المنطقة السكنية	83
396	يوضّح أسباب عدم تطرق المبحوثين لأمر دينية	84
397	يوضّح كيف يرى المبحوثون دور نشر مواضيع دينية في المحافظة على الهوية	85
397	يوضّح رأي المبحوثين في تأثير نشر المواضيع الدينية عبر شبكة "فيس بوك" على الهوية الثقافية	86
398	يوضّح علاقة كثافة التصفح بروية المبحوثين لتأثير نشر المواضيع الدينية عبر شبكة "فيس بوك" على الهوية الثقافية	87
399	يوضّح مظاهر التأثير السلبي للمواضيع الدينية عبر "فيس بوك" على الهوية الثقافية للمبّحثين	88
401	يوضّح مظاهر التأثير الإيجابي للمواضيع الدينية عبر "فيس بوك" على الهوية الثقافية للمبّحثين	89
402	يوضّح هل المبحوث مشترك في صفحات أو مجموعات تاريخية	90
403	يوضّح النشاطات التي يقوم بها المبحوثون بشأن الموضوعات التاريخية على حساباتهم	91
406	يوضّح العلاقة بين كثافة التصفح ونشاطات المبحوث بخصوص الموضوعات التاريخية على "فيس بوك"	92

411	يوضّح التّغييرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية	93
412	يوضّح العلاقة بين التّغييرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية ومتغير الجنس	94
412	يوضّح العلاقة بين التّغييرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية ومتغير نوع التخصص	95
413	يوضّح العلاقة بين التّغييرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية ومتغير لغة التّعليم.	96
414	يوضّح العلاقة بين التّغييرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية ومتغير المنطقة السّكنية	97
415	يوضّح أسباب عدم تطرق المبحوثين لمواضيع تاريخية على "فيس بوك":	98
416	يوضّح كيف يرى المبحوث دور نشر مواضيع تاريخية في المحافظة على هويته الثقافية.	99
417	يوضّح كيف يرى المبحوث تأثير نشر المواضيع التاريخية في المحافظة على هويته الثقافية.	100
417	يوضّح العلاقة بين كثافة التصفح ورؤية المبحوثين عن تأثير نشر المواضيع التاريخية عبر شبكة "فيس بوك" على الهوية الثقافية.	101
418	يوضّح مظاهر التأثير السلبي لنشر مواضيع تاريخية على الهوية الثقافية للمبحوثين.	102
420	يوضّح مظاهر التأثير الإيجابي لنشر مواضيع تاريخية على الهوية الثقافية للمبحوثين.	103
421	يوضّح مدى التعريف بالعادات والتقاليد من طرف المبحوثين.	104
422	يوضّح العلاقة بين كثافة التصفح والتعريف بالعادات والتقاليد عبر "فيس بوك".	105
423	يوضّح العادات التي يُعرّف المبحوثون بها على "فيس بوك".	106
430	يوضّح رأي المبحوثين في مساهمة شبكة "فيس بوك" في التعريف بالتقافات المحليّة ومحاولة الحفظ عليها.	107
430	يوضّح علاقة كثافة المشاهدة بمساهمة شبكة "فيس بوك" في التعريف بالتقافات المحليّة	108

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
21	يوضح الصورة الشخصية لصفحة "تقف نفسك"	01
21	يوضح صورة الغلاف لصفحة "تقف نفسك"	02
141	يوضح واجهة the facbook	03
141	يوضح واجهة "فيس بوك" الحالية	04
244	يوضح بعض الأيقونات المستخدمة في ال"فيس بوك"	05
245	يوضح باقي الرموز والانفعالات على ال"فيس بوك"	06



مقدمة

شهد النصف الثاني من القرن العشرين قفزات كبيرة في استخدام التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال، انتهت بتفجير ثورة هائلة في نظم الاتصال والمعلومات مع نهاية القرن، وساهمت بذلك في اندماج وارتباط مختلف الأطراف العالمية في منظومة مالية وإعلامية ومعلوماتية واحدة، حتى أن الفكرة السابقة للعالم الذي أصبح قرية صغيرة حسب "ماكلوهان"، لم تعد كافية لتوصيف الواقع الاجتماعي؛ لأن العالم أصبح بمثابة عمارة ضخمة على حدّ تعبير "رينشارد بلاك"، بل يذهب آخرون إلى اختزال العالم بأكمله في شاشة؛ قد تكون شاشة كمبيوتر، أو تلفزيون أو هاتف نقال. وقد يصبح هذا الوصف الأخير، حقيقة لا جدال فيها، في السنوات القليلة القادمة، حيث تتمّ كلّ تعاملاتنا عن طريق الانترنت.

إن سرعة وحجم انتشار الانترنت في العالم - وإن كان متفاوتا من منطقة إلى أخرى، بتفاوت الإمكانيات، وتفاوت الوعي بأهميتها- لم تشهده أية وسيلة اتصالية وإعلامية أخرى على الإطلاق، وذلك بسبب ما تقدّمه من خدمات وتطبيقات استثنائية، ومن أهمّها الشبكات الاجتماعية الاللكترونية؛ التي تطلق على مجموعة من المواقع على الشبكة العنكبوتية، التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب، أو ما يُعرف باسم ويب 2.0، تتيح التّواصل بين الآلاف، بل الملايين من البشر، الذين أضحت تستقطبهم باختلاف أعمارهم، ومستوياتهم، وأجناسهم، وجنسياتهم، تتقاطع اهتماماتهم عند نقطة معيّنة أو أكثر، سواء تعلّق الأمر بالقيم، أو الرؤى، أو الأفكار، أو التبادلات المالية، أو الصداقات، أو القرابة، أو الهوية، أو التجارة أو غيرها.

وبالتالي أسهمت الانترنت بشبكاتها الاجتماعية في دعم التدفق السريع للمعلومات وتفعيل أنماط الاتصال والتبادل بين الشعوب التي أصبحت تتفاعل في ظلّ مجتمعات شبكية ذات صبغة افتراضية، عزّزت أنماط التّواصل الشّخصي، وسرّعت من وتيرة عملية التثقّف بين الأمم، الأمر الذي ساهم في انتشار تصورات، ممارسات ورموز ثقافية جديدة، وجعل مفهوم الثقافة محلّ استقطاب واسع، بل محور النقاش الحضاري، فكان من الطبيعي أن يشهد مضمون الهوية الثقافية ديناميكية حقيقية بفعل تنوع النماذج الثقافية المطروحة من جهة، والافتتاح بأنّ الهوية تعكس عناصر ثقافة ما، وتؤسّس مواقف الإنسانية من رموزها ومقدّساتها التي تعبّر من خلالها عن خصوصيتها الثقافية وانتمائها الحضاري.

لهذا يواجه مفهوم الهوية الثقافية رهانات حقيقية، خاصة في ظلّ التحديات الرّاهنة، التي أضحت تأثيرها بارزا للعيان، سواء بالنسبة لمجتمعاتنا العربية أو مجتمعاتنا الجزائري، حيث أبدت معظمها انشغالها وتخوّفها من الانعكاسات السلبية التي قد تنجرّ عن ذلك، التي يصعب تقديرها، رغم اعترافها الصريح بأهمية الانفتاح الثقافي والإعلامي في ظل الكونية في دفع عجلة النمو وتوسيع آفاق التبادل التقني المعرفي، إلا أن ذلك لا يعني تجاهل حقيقة التوزّع غير المتكافئ للقوى، وتزايد الهوة بين الشمال والجنوب، الأمر الذي يجعلها

في الغالب موقع المتأثر لا المؤثر، خاصة بالنسبة للشباب الذي يمثل جيل الغد، وتعتبر علاقته بهويته الثقافية رهانا حقيقيا ومطلبا استراتيجيا في ظل الثورة الثقافية الآنية.

لقد ساهم التحالف بين التقنية والثقافة في تعميق الهوية، حيث بدا عجز الاستراتيجيات الدفاعية التقليدية في الحفاظ على الهوية المحلية بفعل تراخي دور مؤسسات التنشئة التقليدية التي ظلت تشرف لعقود على عملية نقل التراث الثقافي، ودعم القيم الثقافية الأصيلة المؤسسة لمضمون الهوية، لكنها اليوم بدأت تفقد آليات المتابعة والتوجيه. وقدرتها على استقطاب فئة الشباب الذين أضحت هوياتهم الثقافية تبنى ضمن سياقات عالمية لا محدودة بفعل تأثير الشبكات الاجتماعية الاليكترونية التي أعطتها دلالات جديدة أوسع من الفضاءات التقليدية، سواء الأسرية، الجماعية، المحلية... إلى غير ذلك، التي تميزت بعمق تأثيرها وقدرتها على استقطاب عقول الشباب نتيجة اعتمادها على التقنيات الرقمية التي تيسر إمكانية تصفح، نقل، وتخزين النصوص المقروءة والمرئية، سهولة عرضها وتعديلها، كما أن نمط تأثيرها يكمن في تجاوز حدود المكان والزمان، ويتعامل مع الأفراد كذوات مستهلكة لمجموعة من الوسائل، ومتفاعلة في فضاء لا محدود، يجمع بين العالمين الافتراضي والواقعي، فتغطي حاجاتهم الذاتية لتبث عبرها قيم جديدة لثقافة وافدة مغايرة للثقافة المحلية.

ويذكر مانويل كاستيل¹ بأننا أصبحنا نعيش تنازع قوتين من أجل تحويل العالم وحياتنا، هما: العولمة والهوية .. لقد خلقت ثورة تكنولوجيا الإعلام وإعادة انبناء الرأسمالية نمطا جديدا من المجتمع؛ إنه مجتمع الشبكات، تخترقه الثقافة الافتراضية الواقعية، ويكون فضاء تدفقات، وزمنا غير زمني، تعبر كلها عن أنشطة مهيمنة ونخب مسيرة، لكن ترافقها في الآن نفسه تظاهرات قوية لهويات جماعية تأتي متحديّة العولمة والمواطنة العالمية باسم الخصوصية الثقافية ومراقبة الأفراد لحياتهم وبيئتهم.

إذن، يبدو أن مضمون الهوية، وخاصة بالنسبة للشباب يعرف عمليات تنميط فعلية، مادتها ذوات الأفراد، التي أضحت تخضع لعملية نمذجة في ظل المجتمع الكوني. وعليه يجد الشباب الجزائري اليوم - كغيره من شباب العالم- نفسه محاطا بنماذج ثقافية متنوعة، تجعله في صراع دائم بين ثقافة أصيلة، يسعى للحفاظ عليها، وأخرى وافدة قد تعزلهم أو تهيمن عليهم، لتنعكس مباشرة على مضامين هويتهم، ممارساتهم، مواقفهم وتصوراتهم من قضاياهم المجتمعية، رموزهم اللغوية، توجهاتهم القيمية وحتى تطلعاتهم لأدوارهم الحضارية.

¹ بيببمون كلثوم: تصور وممارسة الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري بين الفضاء الاليكتروني والممارسة الواقعية. دراسة ميدانية لعينة من "فيس بوك" : http://www.univ-chlef.dz/eds/wp-

في خضمّ هذا المشهد، أردنا أن نقف وقفة باحث مستكشف، قصد تقديم صورة لما يجري داخل مجتمعنا من تغييرات تسمّ هويته، ذات العلاقة بالاستخدام المتواصل للشبكات الاجتماعية الاليكترونية، لذا جاءت هذه الدراسة لتساهم كسابقاتها ولو بالقدر اليسير في تقصي واقع هذه الظاهرة، ومعرفة انعكاسات تصفح هذه الشبكات- والتي أخذنا شبكة فيس بوك كنموذج عنها- على عناصر الهوية الثقافية المحلية، وذلك من خلال استطلاع رؤى فئة من الشباب الجامعي الجزائري، والذي يعتبر من الفئات الواعية بما يجري من تحولات وتغييرات في المجتمع.

ومن أجل الوصول إلى فهم دقيق لهذا الموضوع، عمدنا إلى تقسيم الدراسة إلى سبعة فصول، نلخص محتواها كالآتي:

الفصل الأول: وهو الفصل المنهجي والتعريفي للدراسة، عنوانه بإشكالية الدراسة وإجراءاتها المنهجية؛ إذ يتناول الإجراءات والخطوات المنهجية التي اتبعتها الدراسة بشكل تفصيلي، وقد تمّ تقسيم هذا الفصل إلى قسمين رئيسيين؛ في الأول تعريف بإشكالية الدراسة، من حيث تحديد المشكلة وطرح تساؤلاتها، أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة وأهدافها، وتحديد أهم مفاهيمها، إضافة إلى فرضياتها.

وفي الثاني، تمّ التطرّق إلى الإجراءات المنهجية التي اتبعتها الدراسة، من مجالات الدراسة، المنهج المستخدم، عينة الدراسة إضافة إلى أدوات البحث المستخدمة.

أما الفصل الثاني، فكان مخصّصاً للدراسات السابقة والخلفية النظرية للبحث، وتمّ تقسيمه أيضاً إلى قسمين رئيسيين؛ في الأول عرض للدراسات السابقة والتعليق عليها، وفي الثاني تمّ التطرّق إلى نظرية الغرس الثقافي كمدخل نظري للدراسة.

والفصل الثالث، جاء بعنوان الإعلام الجديد وبيادر عصر الشبكات الاجتماعية الاليكترونية، وقسمناه إلى قسمين؛ في قسمه الأول تمّ التطرّق إلى مفاهيم حول الويب 1.0، والانتقال منه إلى الويب 2.0، ثمّ الويب 3.0، ومن ثمة إلى الإعلام الجديد وشرح لإشكاليات تحديد مفهوم موحد له. وفي قسمه الثاني، تمّ التطرّق إلى الشبكات الاجتماعية الاليكترونية من مفهوم، مكونات، خصائص وأنواع، أهم وأبرز الشبكات الاجتماعية ومن ثمّ التعرّيج على شبكة الفيس بوك" باعتبارها أنموذج الدراسة.

وتطرّقنا في **الفصل الرابع** إلى الهوية الثقافية وإشكاليات المفاهيم، أين قسمنا هذا الفصل إلى ثلاثة أقسام أو مباحث أساسية؛ تطرّقنا في القسم الأول إلى التأسيس المفاهيمي لمصطلح الهوية، حيث حاولنا شرح صعوبة تحديد هذا المفهوم، لما فيه من إشكاليات، وأيضاً تطرّقنا لهذا المفهوم في التراث المعرفي؛ أين حاولنا شرح هذا المفهوم من المنظور الفلسفي، ومن المنظور النفسي، وأيضاً من منظور علم الاجتماع، لنخلص في النهاية إلى تحديد مفهوم الهوية في هذه الدراسة. وتطرّقنا في القسم الثاني إلى التأسيس المفاهيمي لمصطلح

ثقافة، وحاولنا فيه أيضا شرح صعوبة تحديد هذا المفهوم، لما فيه من إشكاليات، وعرضنا المعاني المختلفة لكلمة ثقافة في التراث الغربي والعربي، وأهم التعاريف العلمية للثقافة، وأيضا خصائص الثقافة، أشكالها وعناصرها. وفي القسم الأخير من هذا الفصل تطرقنا فيه إلى تعريف الهوية الثقافية وعناصرها، ثم تطرقنا إلى تحديد الهوية الجزائرية من خلال تحديد عناصرها.

أما **الفصل الخامس** فكان مخصصا للشبكات الاجتماعية الاليكترونية والهوية الثقافية للشباب الجزائري، تناولنا في قسمه الأول شبكة الـ"فيس بوك" كنافذة للانفتاح الهوياتي، وفيه ركزنا على الهوية في المجتمعات الافتراضية، ومظاهر التحول إلى الهوية الافتراضية، والهوية الافتراضية عبر شبكة "فيس بوك" وتمظهرات الهوية الافتراضية عبر "فيس بوك"، وأيضا إلى هويات مرتادي "فيس بوك". وفي قسمه الثاني تطرقنا للشبكات والهوية الثقافية في المجتمع الجزائري، وفيه عرضنا التغييرات الحاصلة في المجتمع الجزائري جراء استخدام الشبكات الاجتماعية الاليكترونية، ثم إلى الشبكات الاجتماعية والهوية الثقافية، وإلى الشباب الجامعي والـ"فيس بوك"، ثم إلى لغة الشباب على الـ"فيس بوك"، وأخيرا إلى الطلبة والهوية الثقافية.

وتم تخصيص **الفصل السادس** لعرض وتحليل بيانات الدراسة التطبيقية، وتم فيها عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية، ثم عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية.

لنناقش في **الفصل السابع** والأخير من هذه الدراسة النتائج العامة لها؛ حيث بدأنا بعرض النتائج العامة للدراسة التحليلية، ثم عرض النتائج العامة للدراسة الميدانية، وأيضا نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات، والنتائج في ضوء المقاربة النظرية المعتمدة في البحث.

تم هذا العمل بإذن الله، أملا في تحقيق إضافة علمية نافعة، تسهم نتائجها في خدمة المجتمع، وقد يجد الباحث ضالته من معلومات وملاحظات، أو تكون أساسا لانطلاق دراسات أخرى أكثر تعمقا.

وعلى قول **العماد الأصفهاني**: "إني رأيت أنه ما كتب أحدهم في يومه كتابا، إلا قال في غده، لو غير هذا لكان أحسن، ولو زيد ذلك لكان يستحسن، ولو قدم هذا لكان أفضل، ولو ترك ذلك لكان أجمل، وهذا من أعظم العبر، وهو دليل على استيلاء النقص على جملة البشر".

الفصل الأول:

إشكالية الدّراسة وإجراءاتها المنهجية

I. إشكالية الدّراسة:

- 1- تحديد المشكلة.
- 2- أسباب اختيار الموضوع.
- 3- أهمية الدّراسة.
- 4- أهداف الدّراسة.
- 5- تحديد المفاهيم.
- 6- فرضيات الدّراسة.

II. الإجراءات المنهجية للدّراسة:

- 1- المنهج المستخدم.
- 2- مجالات الدّراسة.
- 3- عيّنة الدّراسة.
- 4- دوات جمع البيانات.
- 5- الأساليب الإحصائية المستخدمة.

تمهيد:

يعتبر فصل إشكالية الدراسة وإجراءاتها المنهجية الفصل الأساسي الذي يركز عليه إنجاز هذه الدراسة، وجاء بناؤه في ظلّ تبني مجموعة من الخطوات البحثية التي يتفق على أهميتها كلّ الباحثين دون استثناء، وإن حدث اختلاف فعلى مستوى طريقة العرض المنهجي، الذي تعتقد الباحثة بضرورة القولية وفق القناعات المنهجية لأيّ باحث، بما يقتضي منطقية العرض، وسلامته المنهجية، وأدائه لوظيفته البحثية دون خلل؛ قد يكون سببا في تشويهه أو انحراف البحث العلمي عن مساره السليم، وأهدافه التي يتعارف عليها الباحثون.

إن تقسيم العناصر في هذا الفصل وفق عنصرين أو مبحثين ما هو إلا تقسيم يهدف إلى تقديم العمل في صورة منظّمة؛ تيسر للقارئ فهم محتوياته، واستيعاب المراحل التي سبني عليها العمل في مرحلة متقدّمة؛ لأنّ الأصل فيها أنّها عناصر يكمل بعضها البعض، واستبعاد عنصر أو حذفه سيخلّ ببقية العناصر الأخرى.

يتناول المبحث الأول من الفصل مجموعة العناصر التي باكتمالها تتضح صورة الموضوع الذي تقوم الباحثة بدراسته انطلاقا من تحديد مشكلة الدراسة وصولا إلى فرضيات الدراسة.

في حين يعرض المبحث الثاني أهمّ الإجراءات المنهجية الواجب اتّباعها بغية الانتقال من وضعية الموضوع النظري (التساؤلات النظرية والجانب النظري) إلى الجانب التطبيقي، وهي الحالة النهائيّة المرجوة من البحوث العلمية، التي تبحث عن إعادة ترجمة فضولها العلمي، وما يحيط بموضوعها من غموض وحيرة إلى معطيات، أرقام وإحصائيات تشرح، تحلّل وتفسّر الظاهرة المدروسة، في ضوء السياق العام الذي تندرج فيه.

وعلى هذا الأساس، ووفق ما تقدّم، تكون عناصر هذا الفصل وفق الآتي:

I. إشكالية الدراسة:

1- تحديد المشكلة:

غير اختراع الانترنت من طريقة تواصل المجتمعات، عبر التاريخ وإلى الأبد، وأضحت وسيلة للقاء الأفراد بعضهم ببعض، وفي السنوات الأخيرة نما التفاعل بين مستخدميها بشكل كبير، ليصبح ظاهرة تميز الشبكة، الأمر الذي ولد جيلا جديدا من المواقع الالكترونية تدعى بالشبكات الاجتماعية، أو ما يختصره البعض بمصطلح مواقع التواصل الاجتماعي.

وما مواقع التواصل تلك إلا تطبيقا لنظرية الشبكات الاجتماعية؛ القائلة بأن المجتمع عبارة عن بناء اجتماعي، مكون من أفراد وجماعات، تربطهم علاقات اعتمادية، أو تجمعهم اهتمامات مشتركة، مشبهة المجتمع بشبكة الصيد؛ والتي تمثل في العقد الأفراد المرتبطين مع بعضهم بواسطة خيوط الشبكة، ومن هنا ظهر مصطلح الشبكات الاجتماعية، وقد نُقل هذا المفهوم بفضل تقنية الانترنت والاتصالات من حيز النظرية إلى واقع إلكتروني، مطبق عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها المساعدة، كالـ"فيس بوك"، والـ"ماي سبايس" و"تويتر" وغيرها، والتي مكنت مئات الملايين، بل الملايين من البشر من التواصل بعضهم مع بعض وقتما يشاؤون، ومن أي مكان في العالم، بل نجحت هذه المواقع بفعل ما عجز عنه أي شيء آخر، وهو جمع الناس على اختلاف لغاتهم، وثقافتهم، وعقائدهم، في بوتقة التواصل عبر الشبكات الاجتماعية، وصهرتهم، مشكلة بذلك أكبر مجتمع إلكتروني على وجه الأرض، أهم سماته أنه افتراضي بكل ما للكلمة من معنى. مجتمع يستقطب في كل دقيقة عضوا جديدا، ومن هنا تتبع القوة الحقيقية لهذه المواقع.

إن قيام مجتمعات افتراضية من خلال هذه الشبكات، بهذه الأعداد المذهلة والمتزايدة ودون قيود، يدعونا للتساؤل حول الانعكاسات المحتملة على المشتركين فيها، خاصة إذا عرفنا أن كل النشاطات المعروفة في المجتمعات التقليدية، يمكن القيام بها في هذه المجتمعات الافتراضية، بشكل أسرع، وفعالية أكبر. بل إن المسافات المادية أو الجغرافية المعيقة لم يعد لها وجود في هذه المجتمعات، فقد تم استبدالها بما يمكن تسميته بالمسافات الاجتماعية.

لقد أدى التطور المذهل والمتسارع الذي تشهده هذه الشبكات الاجتماعية، إلى بروز عدة إشكالات على عدة جهات ومستويات، لعل أهم هذه الإشكالات وأكثرها إلحاحا للبحث فيها، والعمل على استجلاء أبعادها في الوقت الراهن، هي التأثيرات التي تحدثها هذه التكنولوجيا على مستوى الهوية باختلاف مستوياتها؛ ذلك أن السؤال المتعلق بالهوية يأخذ مكانا محوريا في اهتمامات الكثير من الشعوب، في زمن العولمة، التي أحدثت ردات فعل عنيفة لدى البعض، ممن استشعر خطرها الداهم، والهادف إلى القضاء على الخصوصيات الثقافية، لينخرط الجميع في ثقافة منمطة.

من هنا، كان اهتمام الشعوب العربية والإسلامية، على غرار العديد من شعوب العالم، بموضوع الهوية، الذي أصبح يمثل أمراً حيويًا بالنسبة لها، يرتبط أساسًا بكيانيتها ووجودها.

إنَّ سيرورة التاريخ الإنساني قد حددت هوية كلِّ أمة، وميّزت جوهرها بخصائص محددة الملامح، تميّزها عن غيرها، فكانت تعريفاتها متعددة ومتنوعة، تحيل في مجملها على السلوكيات المتماثلة التي يسلكها أفراد الجماعة وردود أفعالهم ومواقفهم الموحدة اتجاه القضايا التي يواجهونها، وبالتالي مثلت الهوية شكلاً من أشكال الاسمنت، الذي يربط أفراد الجماعة إلى بعضهم البعض، ويمنع التفكك والتشرد، ويقوّي أوامر التماسك القائم بينهم، للعمل المشترك، في الوقت الذي اقتتعت فيه شعوب الدول المتقدمة بضرورة التكتل لضمان مصالحها.

وتقوم الهوية بالأساس على خلفية ثقافية، مما يستدعي تثمين كلِّ الزاد الثقافي الذي تمتلكه الأمة، وتوارثته عبر الأجيال، وترسخ في اللاوعي الجمعي للأمة، ليكون بمثابة العناصر المؤسسة لهوية جمعية موحدة، قادرة على إذابة مختلف عناصر المجتمع في بوتقة واحدة، يشعر من خلالها كلُّ فرد بانتمائه للجماعة ويدافع عنها ويسعى لتحقيق مصالحها، بما يضمن لها النمو والاستمرار والتجدد، خاصة في ظلّ الفلق المتزايد حول توقع انتهاء زمن التنوع الثقافي، ومن ثمّ إعادة تشكيل هويات جديدة في ظلّ ثقافة غربية مهيمنة، هويات رقمية، تعزز مزيجاً جديداً من السمات والتفاعلات والتمظهرات الفردية والجماعية، في فضاء سايبيري، لا حد ولا قيد عليه.

لقد أضحت الهويات تُبنى ضمن سياقات عالمية لا محدودة، بفعل تأثير الشبكات العالمية الاليكترونية، التي أعطتها دلالات جديدة أوسع من الفضاءات المحلية، سواء الأُسرية أو الجماعية.. وبخاصة أنّها تميّزت بعمق تأثيراتها في توجّهات الشباب، نتيجة اعتمادها على التقنيات المعلوماتية التي تتيح إمكانية تصفّح وتخزين النصوص المقرّوءة، المرئية والمسموعة، مع سهولة عرضها وتعديلها، إضافة إلى أنّ نمط تفكيرها يكمن في قدرتها على تجاوز نسقية حدود الزمان والمكان، كما أنّ الاتصال في ظلّها يتخذ طابعاً مغايراً يتجاوز إلزامية الحضور الفيزيقي لأطراف التواصل الاجتماعي، بل يتعامل مع الأفراد، كذوات فردية حرّة وعارضة وناقلة لمجموعة من الرسائل والمضامين التي يجري تداولها في سياق جماهيري، ذو أبعاد ثقافية متنوعة ومفتوح على فضاء رقمي غير محدود المعالم، من حيث المنظومة الثقافية والحضارية التي توجه سياقه.

هذا إلى جانب غموض هوية أطراف التفاعل التي قد تكون حقيقية أو وهمية، وعليه، فهو يتيح لهم حرية التعبير وإمكانية الاختيار بين عدّة بدائل، وكذا إمكانية التفاعل في فضاء لا محدود يشبع تطلّعات المستخدم للانطلاق والتنقل بين عالمين؛ الافتراضي والواقعي، وتالياً فهي تغطي حاجاتهم الذاتية، وتعطيهم

وجودا مغايرا لتبثّ عبر ذلك قيما وممارسات جديدة لثقافة وافدة مغايرة للثقافة الأصلية التي تصبح في وضعية تشتت واستثارة.

والمجتمع الجزائري، كغيره من شعوب العالم، يشهد ضمن سيرورته التطورية تحولا جديدا في المفاهيم والممارسات في مختلف المجالات، نظير انفتاحه على تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وتبنيه ذلك الزخم من وسائل التفاعل والتواصل الاجتماعي. فالاشتراك في الشبكات الاجتماعية على الانترنت، فتح للمستخدمين الجزائريين، وخاصة لفئة الشباب منهم مجالات افتراضية رقمية، سمحت لهم بتشكيل شبكة من العلاقات مع آخرين بهويات افتراضية، مما أدى إلى تغيير في مفهوم العلاقات الاجتماعية، وأيضا إلى تغييرات على مستوى هوياتهم الثقافية.

وتعتبر شبكة الـ"فيس بوك" أكبر شبكة اجتماعية إلكترونية مستخدمة في الجزائر؛ لما تتميز به من خصائص استطاعت أن تلبي حاجات مستخدميه، وخاصة من فئة الشباب، وأن تشبع مختلف رغباتهم؛ من ترفيه، وتواصل مع الغير، وتبادل للمعلومات، والتعلم، والمشاركة في النقاشات المختلفة، والإعلان، والإعلام، والتعبير عن الرأي، والانضمام لمجموعات ذات الاهتمام المشترك.

إن احتلال الـ"فيس بوك" لهذه المكانة لدى الشباب، وخاصة الجامعي منهم، ووفوده بشكل قوي، وبما حمّله من عمق فكري وفلسفي على المجتمع الطلابي في الجزائر خلف العديد من الانعكاسات، وبدأ الحديث على أن جيلا من الشباب سيكون صورة طيفية مشوهة عن غيره من شباب الغرب، وأخذت حدة الإنذارات تتصاعد، وتجاوز الأمر إلى حد التشكيك في بنيته الفكرية، واتهامه بالتحول تدريجيا إلى مسخ حضاري مضطرب الانتماء، في مقابل هذا المدّ تسارعت وتيرة الاندماج مع الـ"فيس بوك" وأصبح العديد من المفكرين يرون أنه يشكل تهديدا على المكتسبات الثقافية التي تكتنزها الذهنية الطلابية، وبالتالي على هويتهم الثقافية، واختلطت الإيديولوجيا بالبراعماتية في معالجة هذه القضية، وقد أضافت خصوصية المجتمع الجزائري التي تحمل معها رؤية تحررية تدفع بالطلبة نحو الانعتاق من حدود الرأهن، وترسم لهم آفاق صدامية مع الآخر المتصلّب، وتكسبهم استعدادا مسبقا لرفض أي محاولة توليفية تجاه رغباتهم، والقوانين التي تلزمهم الخضوع لها.

إن البعد الحضاري الذي اكتنزته مقومات الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري يشهد ازدواجية في التصور أثناء التعاطي معه، بين تصورات نمطية عند بعض المحللين الذين يشككون في حركية الطلبة ومقدراتهم العلمية، أو ملكاتهم الفكرية أو حتى انتماءاتهم الحضارية، وبين من يرون أن الحالة الرأهنة للشباب الجامعي ما هي إلا استجابة طبيعية منطقية لتغيرات الواقع من حولهم، وليس هناك ما يدعو للقلق.

لكن في المقابل، يبدو أن التعاطي الكبير مع الـ"فيس بوك"، وبروز وانتشار ظاهرة "الإدمان" عليه، وما رافقها من مدّ غير مسبوق في رغبة الشباب الجامعي في الانفتاح على كل شيء ودون محددات، وتوسّع ذلك كله إلى تشكّلات غريبة، تعلّقت بالمظاهر الخارجية، ذات الانتماءات البعيدة عن التقاليد والأعراف المحليّة، بل وتمظهر هذه الأعراض في صورة تحديّ لكلّ ما هو موروث دون تمييز... إلى غير ذلك. كلّ هذا يحيلنا إلى البحث عن مساحة تلتقي فيها جميع المكونات التي تحوي رؤى حول الذي يحدث، بغية تحليل أدقّ وفهم أوسع لقناعات الشباب الجامعي التي تعكس في الأصل أطر ومحددات هويته الثقافية.

ومن هنا، وانطلاقاً ممّا سبق ذكره، جاءت هذه الدراسة لمحاولة معالجة إشكالية العلاقة بين الـ"فيس بوك" كأشهر نموذج عن الشبكات الاجتماعية الإلكترونية والهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري، وانعكاس التصفّح المستمر لهذه الشبكة على هويتهم الثقافية.

وبالتالي تتمحور مشكلة هذه الدراسة حول التساؤل الرئيس الآتي:

ماهي انعكاسات شبكة "فيس بوك" على عناصر الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري؟

ويندرج تحت هذا التساؤل تساؤلات فرعية، كالتالي:

- ما شكل الصفحات التي يستخدمها الشباب الجامعي الجزائري عبر شبكة "فيس بوك"؟
- ما هي طبيعة المضامين التي تنشر عبر صفحات هذه الشبكة؟
- ما هي عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي الجزائري عينة الدراسة للشبكة الاجتماعية الإلكترونية "فيس بوك"؟ وماهي دوافعهم لذلك؟
- كيف يظهر الشباب الجامعي الجزائري عينة الدراسة عناصر الهوية الثقافية على حساباتهم الشخصية؟
- هل تأثرت دعائم الهوية الثقافية للشباب الجامعي عينة الدراسة منذ استخدامهم لهذا الموقع؟
- ما هي اتجاهات الشباب الجامعي عينة الدراسة نحو إبراز عناصر هويته الثقافية على حساباتهم؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة وإدراكهم لعناصر هويتهم الثقافية؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مظاهر الهوية الثقافية للمبحوثين على الـ"فيس بوك" وبين متغيّراتهم الديموغرافية (الجنس، نوع التخصص، لغة التخصص والمنطقة السكنية).

2- أسباب اختيار الموضوع:

تعدّ مرحلة اختيار موضوع قابل للدراسة العلمية، يتميّز بالأهميّة والأصالة، ذات أهميّة بالغة، وهي من أصعب المراحل التي يمرّ بها الباحث؛ نظراً للزخم الهائل للأبحاث والدراسات في مختلف الميادين

والفروع المعرفية وخوفا من التكرار، وأيضا لأنها مرحلة حاسمة تؤثر على سير عملية إنجاز البحث بكامله. فيمكن أن تتعدد أسباب اختيار الباحث لموضوع معين بين أسباب ذاتية، تفرضها طبيعة تخصصه أو اهتماماته وقدراته ورغباته، وأخرى موضوعية يفرضها الواقع الاجتماعي والضرورة الملحة لمواضيع تطرح نفسها بنفسها. ومن بين الأسباب التي دفعت الباحثة لاختيار هذا الموضوع بالذات، أسباب ذاتية وأخرى موضوعية، نذكرها في الآتي:

1.2- الأسباب الذاتية:

- يعدّ اختيار موضوع الشبكات الاجتماعية الاليكترونية من مجال اهتمام الباحثة الشخصي؛ نظرا لكونها مستخدمة "مدمنة" لها، ومشاركة في الكثير منها، بالتالي تستهويها دراسة المواضيع الخاصة بها، وخاصة البحث فيما أفرزته هذه التكنولوجيا على مستوى الفرد والمجتمع على حدّ سواء.

- الرغبة الشخصية في البحث في قضية فكرية شائكة مازالت تشغل اهتمام الكثير من دوائر البحث، ألا وهي قضية "الهوية الثقافية"، لما نراه من أهمية لهذا الموضوع، خاصة في عصر العولمة.

- ملاحظتنا الشخصية لانتشار الكثير من المظاهر الدخيلة على مجتمعنا لدى الشباب الجامعي - بحكم عمل الباحثة كأستاذة- خاصة في ذروة انتشار موقع "فيس بوك"، كاستعمالهم لغة مستجدة هجينة بألفاظ غريبة، عرفنا أنها لغة الموقع التي أصبحت لغة الواقع، وتعصّبهم لبعض المواضيع التي تدور حول الثقافة الجزائرية كالفرق بين اللغة العربية والأمازيغية، والتي استقوا أغلب معلوماتها من الموقع، وتعصّبهم أيضا للمواضيع التي تتحدث عن تاريخ وجغرافيا الجزائر إذا ما حدثت مقارنة بينها وبين بعض الدول، وملاحظة غزارة معلوماتهم عن ثقافات الدول الغربية - وإن كان هذا أمرا إيجابيا في حدّ ذاته، لكنّه يطرح مفارقة في غزارة المعلومات والثقافة حول دول أجنبية، وضآلتها إذا ما تعلق الأمر بالجزائر - .

وأیضا ملاحظة انتشار نمط شبه موحّد في اللباس بين الجنسين: فبالإضافة إلى أنّ اللباس تراث شعبي، فهو أيضا وسيلة اتصال وتفاعل، حيث يُترجم مدى تأثر الفرد بالعالم الخارجي، ويحدّد الفروق الشخصية ونوع العلاقات السائدة بين أفراد المجتمع. ولطالما ميّز اللباس بين الجنسين؛ الذكور والإناث، ولطالما عبر عن القيم والمعايير السائدة في المجتمع، إلّا أنّه، وبفعل ما أنتجته المجتمعات الحديثة من تصورات وأنماط سلوكية عبر وسائل الإعلام - تقليدية كانت أم جديدة- وما تسوّقه من سلع عبر إشهاراتها التلفزيونية، أو عبر ما يرتديه النجوم والمشاهير السينمائيين، الرياضيين، والمغنيين في مختلف البرامج، أو عبر شبكة الانترنت، وما تخلقه هذه الرسائل من عادات للاستهلاك الذي لا يقوم على الحاجة وقيمة الشيء، بل على رمزه الاجتماعي، أصبح شباب اليوم يبحث عن التميّز وحب الظهور، وذلك باقتنائهم بثقافة غريبة عن ثقافتهم

الأصلية، مما أدى إلى تهميش هويتهم الثقافية (من خلال دلالات ورموز اللباس) وتبني أنماط ثقافية مختلفة وافدة عبر الشبكات، حتى لو لم تكن هذه الأنماط تُفرّق بين الجنسين في اللباس.

2.2- الأسباب الموضوعية:

- أهمية موضوع الدراسة، والذي يبحث في انعكاسات استخدامات الظاهرة الاتصالية والإعلامية الجديدة المتمثلة في الشبكات الاجتماعية الإلكترونية على معالم الهوية الثقافية للشباب الجزائري.

- حداثة الموضوع وجدّته؛ حيث أن تاريخ الاهتمام بظاهرة الشبكات الاجتماعية الإلكترونية يعتبر حديثاً، وخاصة في البلدان العربية، ولكنها بدأت تستقطب الأنظار على عدة مستويات ومن مختلف الجهات.

- إقبال الشباب على شبكة الفيس بوك" بشكل متزايد أكسبها مزيداً من الزخم، وأعطاه سلطة وقوة معنوية، جعلتنا في حيرة معرفية، دفعتنا للبحث عن الأسباب الكامنة خلفها، والتي تؤدي إلى انتشارها بهذه الكيفية بين الأوساط المختلفة، وخاصة بين فئة الشباب.

- قلة الدراسات - على حد اطلاع الباحثة- حول علاقة الشبكات بالهوية، وهذا راجع لحداثة الموضوع، خاصة وأن حجم الدراسات حوله في البلدان العربية مازال ضئيلاً للغاية، لا سيما في الجزائر.

- ظهور مجتمع غير تقليدي، يسمّى بالافتراضي؛ متبنياً أفكاراً وافدة من ثقافات مختلفة، قد تختلف كلياً مع هويته الأصلية، موضوع يستدعي الدراسة.

3- أهمية الدراسة:

لقد ساهمت الانترنت بفضل خصائص شبكاتها الإلكترونية المميزة في بلورة مجتمعات جديدة، أهم سماتها أنها افتراضية، باستخدامها لغة خاصة بها، تعتمد على التفاعل وتحقيق المكانية بين المستخدمين، والالتزام بمعايير وأعراف الشبكة، وتحقيق بعض التماسك الاجتماعي بين المستخدمين، وعدم التقيد بأي حدود، مما أسفر عن بروز جدليات ومعضلات تتعلق بتداعيات هذه الثورة الاتصالية على الهويات الثقافية للشعوب، ومن بينها الشعب الجزائري. أبرز هذه التداعيات ما فعلته، وما تحاول فعله رياح العولمة الوافدة من الغرب من محاولات لطمس معالم هويات هذه الشعوب، وقولبتها بالقالب الأمريكي العالمي، أو ما يعرف بالاختراق الثقافي.

ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة في كونها تحاول البحث في موضوع يعتبر حجر الزاوية في تكوين الأمم، وأهم السمات المميزة للمجتمع؛ إنها الهوية الثقافية، التي تجسّد الطموحات المستقبلية في المجتمع، وتبرز معالم التطور في سلوك الأفراد وإنجازاتهم في المجالات المختلفة، بل تتطوي على المبادئ والقيم التي تدفع الإنسان إلى تحقيق غايات معينة. وعلى ضوء ذلك، فالهوية الثقافية لمجتمع ما لا بد وأن تستند إلى

أصول تستمدّ منها قوتها، وإلى معايير قيمية، ومبادئ أخلاقية، وضوابط اجتماعية، وغايات سامية تجعلها محافظة على استمرارها، وذلك بامتلاكها لمؤسسات وأدوات تعمل على الحفاظ عليها من محاولات الطمس التي تقوم بها العولمة الثقافية والإعلامية على حدّ سواء.

كما تستمدّ هذه الدراسة أهميتها من حداثة موضوع الشبكات الاجتماعية الاليكترونية، ومن الاهتمام المتزايد بها في جميع المجالات؛ فبالرغم من ظهور هذه الشبكات منتصف تسعينات القرن الماضي (1995) فقد تطوّر استخدامها وانتشارها بشكل كبير، يُعزى إلى تطوّر استخدام الويب (الانتقال من الويب 1.0 إلى الويب 2.0)، حتى أصبح امتلاكها ومدى التحكم فيها معيارا يقاس من خلاله تطوّر المجتمعات والأفراد وتخلّفها، وعلى رأسها موقع "فيس بوك"، الذي يعتبر ثالث ثورة في خدمات الانترنت، ومرجعية أولى للكثير من الشباب في استقائهم لمعلوماتهم.

وأيا من حداثة موضوع المجتمعات الافتراضية؛ الذي وجد كتحصيل حاصل لظهور الانترنت عموما، وتطوّر الويب وظهور الشبكات خاصّة.

وأخيرا، تتجلّى أهميتها أيضا في تطرّقها لفئة الشباب، التي تعتبر من الفئات الرئيسة في أيّ مجتمع، وهي أكثر الفئات المستهدفة، لأسباب عدّة؛ كقلة تجربتهم وسهولة إثارتهم وإقناعهم بأفكار جديدة وغريبة، نظرا لغريزتهم في حب اكتشاف الجديد، واقتحام المجهول الخارج عن المألوف، وبالتالي من الضروري إجراء بحوث علمية عن هذه الفئة، وما تعيشه من ظروف نفسية تتسم بالقلق والإقدام حيناً، والرغبة في المشاركة والقدرة على الإنجاز أحيانا أخرى، فضلا عن حاجتهم إلى تأكيد مكانتهم داخل المجتمع، وإدراكهم لكثير من القيم والاتجاهات الجديدة التي يرون ضرورة زرعها لتحلّ محلّ النظام التقليدي القائم.

4- أهداف الدراسة:

قبل الشروع في البحث، يجب على الباحث أن يضع جملة من الأهداف، التي تكوّن الأساس الذي يوجه بحثه في مختلف مراحلها، فلا يمكن تصوّر بحث دون وجود أهداف مسبقة تحكّمه، وعليه فإنّ هذه الدراسة تهدف أساسا إلى معرفة انعكاسات التصفّح المستمر لشبكة " فيس بوك" كأشهر الشبكات الاجتماعية الاليكترونية على عناصر الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري.

وعليه نجزئ هذا الهدف إلى أهداف فرعية كالآتي:

- التّعرف على شكل الصفّحات التي يستخدمها الشباب الجامعي الجزائري في هذه المرحلة الحسّاسة من العمر.

- معرفة طبيعة المضامين الثقافية التي يتم بثها عبر الصفحات التي يشترك فيها الشباب الجامعي الجزائري.
- معرفة عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي الجزائري عينة الدراسة لشبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك" كأشهر نموذج عن الشبكات الاجتماعية الأليكترونية، وكذلك التعرف على دوافع استخدامهم.
- معرفة عناصر الهوية الثقافية عند الشباب الجامعي الجزائري عينة الدراسة.
- معرفة كيف تظهت عناصر الهوية الثقافية على الحسابات الشخصية للشباب الجامعي الجزائري عينة الدراسة.
- معرفة التأثيرات الإيجابية والسلبية لكثافة استخدام الموقع من طرف الباحثين على عناصر هويتهم الثقافية.
- معرفة اتجاهات الشباب الجامعي عينة الدراسة نحو إبراز عناصر هويته الثقافية على حساباتهم.
- معرفة إذا ما كانت توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة وإدراكهم لدعائم هويتهم الثقافية.
- معرفة إذا ما كانت توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مظاهر الهوية الثقافية للباحثين على "فيس بوك" وبين متغيرات البيانات الشخصية لهم (الجنس، نوع التخصص، لغة التخصص والمنطقة السكنية).

5- تحديد المفاهيم:

المفاهيم هي الكلمات المفتاحية المتضمنة في البحث، والتي تظهر في إشكاليته، وقد عرفت محاولات تعريفية كثيرة، أجمعت تقريبا على أنها رموز تعكس مضمون فكر، أو سلوك، أو موقف لأفراد مجتمع البحث بواسطة لغتهم. أو أنها تجريدات لأحداث واقعية. بعبارة أخرى، هي بمثابة وصف مختصر لوقائع كثيرة، أو هي الصورة الذهنية الإدراكية المتشكلة بواسطة الملاحظة المباشرة لأكثر من مؤشر واحد من واقع ميدان البحث. وكل هذه التعاريف تتفق وتؤكد على علاقة المفهوم مع الواقع.¹

وللمفاهيم أهمية كبرى في البحث العلمي، فهي تمثل حلقة الوصل، أو هي التّفصل بين النظرية والميدان، وبدونها تنتفي الصّلة بين الطرفين.²

والتأكيد على أهمية المفاهيم في البحث العلمي أمر بديهي لا يختلف فيه اثنان، إنّما طبيعة الترتيبات المنهجية التي اعتمدها الباحثة في عملية التّحديد هي التي تستوجب التّوضيح.

¹ : أهمية المفاهيم في البحث الاجتماعي، بين الأطر النظرية والمحددات الواقعية، "أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية"

: فضيل دليو وعلي غربي، ط 2، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة، 2012 95.

² : أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة، 2011 43.

إن استحضار ترتيبات معينة في تحديد المفاهيم هو إقرار بأن المفاهيم مهما اختلفت طبيعتها، ليست مضامين قارة، بالإمكان توظيفها بطبيعتها الجاهزة، بل بالعكس، ولأنها تظهر وتوظف في بحث علمي أساسه المحوري هو التصور أو الإشكالية المحددة لموضوع الدراسة، يصبح من الضروري أن تخضع المفاهيم لتحديد يبقى وفيما لذلك التصور ولتلك الإشكالية. بمعنى آخر، مضامين المفاهيم تُشتق من داخل الموضوع قيد الدراسة، وليس من خارجه.¹

بناء عليه، تمثلت الأسس التي اعتمدها الباحثة في تحديد مفاهيم هذه الدراسة في النقاط الآتية:

1- اهتمت أولاً - بطريقة تقليدية - بالعنوان، وحاولت استخلاص المفاهيم التي يجب تحديدها منه، والتي قسّمتها إلى مفهومين كبيرين مركّبين، أحدهما متمثل في الشبكات الاجتماعية الاليكترونية، والآخر متمثل في الهوية الثقافية، غير أن البحث المعمق في الموضوع، أضاف بعض المفاهيم التي لا بد أن تكون محلّ تحديد لدورها الهام في البحث، الأمر الذي جعلها تنتقل إلى الخطوة الثانية.

2 - ميّزت الباحثة بين المفاهيم المحورية في الدراسة، وهي التي تبنى حولها الدراسة، وبين المفاهيم المساندة التي تدعم القضايا الأساسية في البحث، ولكن التصور المعرفي للدراسة لم يخصص لها مكانة رئيسة. هذا لا يعني بأن ما حدّته بمفاهيم محورية ومساندة في هذه الدراسة، يبقى صالحاً لدراسة أخرى، بل إن المفاهيم المساندة قد تتحوّل إلى مفاهيم محورية، وبدورها تتحوّل المفاهيم المحورية إلى مفاهيم مساندة، وكلّ هذا يتحكّم فيه التصور البحثي والغايات البحثية للموضوع.²

3- اجتمع مفهومان محوريان في الدراسة، وهما: الإعلام الجديد وشبكة التّواصل الاجتماعي "فيس بوك" تحت ظلّ مفهوم الشبكات الاجتماعية الاليكترونية، واجتمع مفهومي الهوية والثقافة تحت ظلّ مفهوم الهوية الثقافية. أما المفاهيم المساندة فتمثلت في مفهوم الهوية الافتراضية، الشباب وكثافة الاستخدام (التصفح).

4- أثناء تصفّح الباحثة للتراث النظري الذي كُتب حول موضوع الهوية الثقافية من مختلف المراجع، وجدت صعوبة حقيقية وبالغة في الفصل بين التّحديدات العلمية والتّحديدات الإيديولوجية؛ ذلك أن كلّ المفاهيم التي تقع في نطاق هذا المفهوم المركّب تطغى عليها المعالجة الإيديولوجية أكثر من أيّ مقاربات أخرى؛ فمفهوم الهوية إيديولوجي أكثر من أن يكون مفهوماً علمياً، خاصة أنه يمكن التعبير عن الهوية من خلال سمات تشترك فيها الجماعة الواحدة، فتحديد الهوية مسألة بالغة التعقيد، وإن الإقرار بإيديولوجية المصطلح يطرح أكثر من عقدة، ذلك أن التجاذبات الواردة جرّاء التقابل الحاصل بين المذاهب الفكرية يخلّ كثيراً بمصادقية الهوية.

¹ : استراتيجية التجديد الثقافي في المجتمعات العربية في ظل العولمة، أطروحة دكتوراه علوم في علم اجتماع التنمية، جامعة قسنطينة، 2011، 33.
² المرجع نفسه، الصّفحة نفسها.

لذا، فإنّ هذه الدراسة تريد أن تخوض في موضوع الهوية الثقافية الجزائرية بعيدا عن كلّ معالجة إيديولوجية، قد تجعل أقطاب الصّراع من أنصار تيار معيّن، أو أنصار اتجاه آخر يتصدّون انحياز النتائج إلى الفيلق المعادي.

والابتعاد عن المعالجة الإيديولوجية معناه الاستعانة بالطّرح العلمي القائم على البرهان والحجّة المبنيين على التجربة العلمية؛ فغاية البحث العلمي هي الوصول إلى الحقيقة العلمية؛ أي أنه لا يملكها ابتداء، في حين أن الهدف الذي يرمي إليه الخطاب الإيديولوجي هو إثبات ما يريد إثباته كحقيقة؛ فهو يتصرّف وكأنّه يملك الحقيقة ابتداء.

5- نظرا لكون مفاهيم كالإعلام الجديد، الهوية، الثقافة والعولمة من المواضيع التي لا تزال مصطلحاتها ومدلولاتها في مرحلة التكوّن، والتي هي بحاجة إلى عرض مفصّل حتى تتّضح دلالاتها أكثر، قرّرت الباحثة الاكتفاء في هذا المقام بتحديد المفاهيم الإجرائية لها فقط، على أن يتمّ عرض هذه المصطلحات علميا، وربطها بالتراث النظري المتوفّر حولها، كلّ في موضعه من هذه الدراسة.

وعليه، ستكون المفاهيم الإجرائية لهذه الدراسة متمثلة في: الإعلام الجديد، الشبكات الاجتماعية الأليكترونية، شبكة "فيس بوك"، الهوية، الثقافة، الهوية الثقافية، الهوية الافتراضية، الشباب.

1.5- مفهوم الإعلام الجديد:

الإعلام الجديد *New Media* هو مصطلح يضمّ كافة تقنيات الاتصال، والمعلومات الرقمية، التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها، في الوقت الذي نريده، وبالشكل الذي نريده، من خلال الأجهزة الأليكترونية (الوسائط) المتصلة، أو غير المتصلة بالانترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين كائناً من كانوا، وأينما كانوا. وتشتمل وسائله على: المواقع على الشبكة العنكبوتية، النّقل المتدفّق للصوت والفيديو، غرف الدردشة، البريد الإلكتروني، مجتمعات الانترنت، إعلانات الانترنت، أقراص الـ"دي" والـ"دي في دي"، الواقع الافتراضي، دمج البيانات الرقمية مع الهاتف، والكاميرات الرقمية والهواتف الجوّالة.¹

2.5- مفهوم الشبكات الاجتماعية الأليكترونية:

هي مواقع على الانترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر، الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويُتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات، والصّور، وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات

العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة-

¹ :الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات

السعودية، ديسمبر 2011 06.

وإرسال الرسائل، وإجراء المحادثات الفورية. وسبب وصف هذه الشبكات بالاجتماعية أنها تتيح التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة، وتقوي الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الانترنت، ومن أشهر هذه الشبكات الاجتماعية في العالم *Twitter* و *Facebook* و *My space* وغيرها.¹

3.5- شبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك":

هي شبكة للتواصل الاجتماعي، يمكن الدخول إليها مجاناً، وتديرها شركة "فايسبوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، وتمكن المستخدمين من الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة، أو الجهة، أو العمل، أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء وإرسال الرسائل إليهم، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية، وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، وقد قام "زوكربيرج" بتأسيس "فيس بوك" بالاشتراك مع أصدقائه في جامعة هارفارد.²

4.5- مفهوم الهوية:

هي الاسم السياسي للشخصية التاريخية، أو الشخصية الثقافية، أو الكيان الحضاري، لمجموعة من الناس في مكان معين. وهي تمثل الخصائص الحضارية التي ابتدعتها المجموعة التي تنتمي إليها، من اللغة، والدين، والقيم الجمالية والأخلاقية، وأنماط العلاقات الاجتماعية، والمهارات التقنية، وفلسفة الحياة والموت.³

أي هي "مجموعة المميزات الجسمية، والنفسية، والمعنوية، والقضائية، والاجتماعية، والثقافية التي يستطيع الفرد من خلالها أن يعرف نفسه، وأن يقدم نفسه لتعرف الناس عليه، أو التي من خلالها يشعر الفرد بأنه موجود كإنسان له جملة من الأدوار والوظائف، والتي من خلالها يشعر بأنه مقبول ومعترف به كما هو من طرف الآخرين، أو من طرف جماعته، أو الثقافة التي ينتمي إليها".⁴

5.5- مفهوم الثقافة:

هي ذلك المركب المتجانس من الذكريات، والتصورات، والقيم، والرموز، والتعبيرات، والإبداعات التي تحتفظ لجماعة بشرية، تشكل أمة أو ما في معناها، بهويتها الحضارية في إطار ما تعرفه من تطورات بفعل ديناميتها الداخلية وقابليتها للتواصل والأخذ والعطاء.⁵

¹ حسنين شفيق: الإعلام الجديد، الإعلام البديل: تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة - 2011 .181

² فتحي حسين عامر: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفاييبوك، 1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة- 2011 .204-203

³ : الثقافة العربية والعولمة؛ دراسة سوسبيولوجية لأراء المثقفين العرب، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت.

2007 .115

⁴ : الهوية في مواجهة الاندماج

2009 .89

⁵ : المسألة الثقافية في الوطن العربي، 3، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، ديسمبر 2006 .213

6.5- مفهوم الهوية الثقافية:

هي جملة الخبرات الاجتماعية، والحكمة الأخلاقية والدينية، والاتفاقات الإيديولوجية النظرية التي يصوغها مجتمع ما، بحيث تصبح تلك الخبرات والاتفاقات النظرية قوانين ملزمة، ومحكات أساسية، ليس من اليسير اختراقها أو العبث بها أو محاولة تغييرها، إلا من أجل تطويرها والارتقاء بها فحسب والإضافة إليها، وليس طمسها أو محوها أو إزالتها وسلبها.¹

7.5- مفهوم الهوية الافتراضية:

نقصد بالهوية الافتراضية في هذه الدراسة مجموع الصفات، والرموز، والخصائص، والبيانات التي ينشؤها الفرد، ليتقدم بها لمن يتواصل معهم على شبكات التواصل الاجتماعي على أنها هويته الشخصية.

8.5- مفهوم الشباب:

يتناول المفهوم الدولي للشباب أساسا من تتراوح أعمارهم بين 15 و25 سنة، لكن هناك تأكيد يقوّه مختلف الباحثون مفاده أنّ مراحل الشباب، والانتقال من مرحلة لأخرى يختلف من فرد لآخر، ومن مجتمع لآخر، ومن ثقافة لأخرى، حسب طبيعة التنشئة، والظروف الاجتماعية التي يمرّ بها الأفراد، وعليه نرى حسب خصوصية مجتمعنا أنّ فترة الشباب بالنسبة لدراستنا تمتدّ من 18 سنة إلى غاية 30 سنة، ومنه نعرف الشباب الجامعي إجرائيا في الدراسة الرأهنة بالطالب الجامعي المسجّل فعلا في الجامعة، الذي يتراوح سنّه ما بين 18 و25 سنة.

6- فرضيات الدراسة:

- 1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة للشبكة الاجتماعية الالكترونية "فيس بوك" ومستوى اللغة العربية لديهم.
- 2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة للشبكة الاجتماعية الالكترونية "فيس بوك" ومستوى التزامهم بتعاليم الدين.
- 3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة للشبكة الاجتماعية الالكترونية "فيس بوك" ومستوى اعتزازهم بالتاريخ الوطني.
- 4- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة للشبكة الاجتماعية الالكترونية "فيس بوك" وتعريفهم بالعادات والتقاليد الخاصة بهم.

¹ هراء سالم: نحو هوية ثقافية عربية إسلامية، التّدايعات والتحوّ، دار العالم العربي، القاهرة 2008 ، 31.

II. الإجراءات المنهجية للدراسة:

1- المنهج المستخدم:

يعتبر المنهج ضروريا في أي بحث علمي، لأنه هو الطريقة التي يسلكها الباحث في تناول موضوع بحثه، وعلى ضوءه يتم تحديد مفاهيم وإطار الدراسة، ومجتمع البحث، ونوع البيانات المطلوبة ومصادرها وكيفية الحصول عليها، وكذلك يحدد مجالات الدراسة وطرق تحليل بياناتها¹، فهو "عبارة عن إخضاع الباحث لنشاطه البحثي إلى تنظيم دقيق في شكل خطوات معلومة، يحدد فيها مساره البحثي من حيث نقطة الانطلاق وخط السير، ونقطة الوصول"².

وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى معرفة انعكاسات التصفح المستمر لشبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك" على معالم الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري، فإنها تندرج ضمن الدراسات الوصفية؛ التي تتضمن دراسة الحقائق الرأهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة، أو موقف، أو مجموعة من الناس، أو مجموعة من الأحداث، أو مجموعة من الأوضاع.

وتتجه الدراسات الوصفية إلى وصف ماهو كائن وتفسيره، وتهتم بتحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع، كما تهتم بتحديد الممارسات الشائعة أو السائدة، والتعرف على المعتقدات والاتجاهات عند الأفراد والجماعات، عن طريق جمع المعلومات والبيانات، والتعبير عنها كميا وكيفيا، أو بالاثنتين معا، بما يوضح خصائصها وسماتها.³

وهو ما تحاول الباحثة القيام به في هذه الدراسة، من خلال محاولة وصف استخدامات الشباب الجامعي الجزائري لأشهر شبكة اجتماعية إلكترونية "فيس بوك"، ومحاولة استنتاج العلاقات القائمة بين هذا الاستخدام وعناصر هويتهم الثقافية، وكذا العلاقات بين هذا الاستخدام ومتغيراتهم الديموغرافية.

والمنهج الملائم لهذا النوع من الدراسات، والذي ستعتمده الباحثة في دراستها هو **منهج المسح الوصفي التحليلي**؛ أين يهدف المنهج الوصفي إلى الحصول على معلومات عن الجوانب السكانية والسّن والجنس والحالة الاجتماعية والمهنية والدخل والدين، وربط هذه المعلومات بالآراء والمعتقدات والقيم والسلوك الخاص بجماعة معينة، وبؤرة المسوحات الوصفية المعاصرة هي السلوك. وأين يهدف المسح التحليلي إلى التعرف على أسباب السلوك بطريقة معينة، وتستخدم البيانات الوصفية السابقة لوضع الفروض، واستخدام

¹ وفق السيد أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 72.

² **مناهج البحث** :
³ محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 78.

المسوحات التحليلية لاختبار هذه الفروض، خصوصا للتعرف على أنواع معينة من السلوك، ومحاولة التعرف على العلاقات السببية بين أنواع معينة من السلوك، والصفات المختلفة الديموغرافية للناس.¹

واعتمدت الباحثة على هذا المنهج لأنها تهدف إلى الحصول على معلومات عن جنس، تخصص ولغة تخصص المبحوثين من الشباب الجامعي الجزائري ومنطقتهم السكنية، وربط هذه المعلومات بأرائهم ومعتقداتهم وسلوكهم منذ استخدامهم لشبكة "فيس بوك"، وعلاقة هذه المعلومات بعناصر هويتهم الثقافية، وأيضا لمعرفة العلاقات السببية بين استخدامهم لهذه الشبكة وصفاتهم الديموغرافية.

هذا ويعرف المنهج المسحي (بنوعيه الوصفي والتحليلي) بأنه الوسيلة الفنية للحصول على المعلومات من عدد مناسب من المستفيدين، كما يستخدم كوسيلة فنية في البحوث التفاعلية بين الإنسان والحاسب الآلي؛ حيث يزودنا بالتغذية المرتدة من وجهة نظر المستفيدين وأفكارهم وأفضلياتهم... إلى غير ذلك.²

وبما أن مجتمع بحث هذه الدراسة، سواء في شقها التحليلي، المتمثل في صفحة من صفحات شبكة "فيس بوك"، أو في شقها الميداني، المتمثل في الشباب الجامعي الجزائري، يعتبر كبير الحجم ويستحيل حصره، فإن إجراء مسح شامل له يعتبر أمرا شاقا، إن لم يكن مستحيلا، لا يمكن للباحثة تغطيته، كما أن ذلك يحتاج إلى زمن طويل نسبيا، فضلا عن الجهد الكبير لإتمام عملية جمع البيانات، والذي يتجاوز طاقة الباحثة. لكل هذه الأسباب، لجأت إلى استخدام أسلوب المسح بالعينة.

2- مجالات الدراسة:

إن أي بحث يرسم هدفا محددًا من أجل تحقيقه ضمن حدود معينة تكون في متناول إمكانيات الباحث النظرية والمنهجية؛ حيث أن المجال يعطي صورة شاملة على مدى جدية العمل، والظروف التي تم فيها، والصعوبات التي تكون قد واجهته. وعليه تمثلت مجالات هذه الدراسة في ما يأتي:

1.2: مجال الدراسة التحليلية:

قامت الباحثة باختيار مجال الدراسة التحليلية من خلال نتائج الدراسة الاستطلاعية التي أجرتها، وذلك بطرح سؤال عن أكثر صفحة استخداما من طرف المبحوثين، وهدفت من ذلك معرفة خياراتهم العامة دون تقييدهم. كما قامت بطرح سؤال آخر عن أسماء أكثر الصفحات استخداما من طرفهم، لكن هذه المرة بتقييدهم بموضوع الصفحة؛ الذي يدور بالضرورة حول معلم من معالم الهوية.

¹ : البحث العلمي، المناهج، التطبيقات، دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة. 2008 173.

² 174-173.

أجرت الباحثة دراسة استطلاعية على عينة من الشباب الجامعي في أبريل 2016.

غير أنها تفاجأت بالإجابة على السؤال العام، وكان مجموع تكرارات خيار "لا توجد" - بمعنى أنه لا يطلع على صفحة موضوعها حول اللغة العربية أو الدين أو التاريخ- أكثر بكثير من خيار "توجد"، بمعنى أنه يطلع.

وعلى هذا، قررت الاستغناء على هذا الخيار، وتعويضه بخيار السؤال عن أي الصفحات استخداما بشكل عام، على أساس استنتاج معالم الهوية الثقافية للمبحوثين من خلال تفاعلهم العفوي.

وبناء على ما سبق، نقول أن مجتمع الدراسة التحليلية يتمثل في صفحة "ثقّف نفسك" التي كانت نسبة اختيارها من طرف المبحوثين 34% بمجموع تكرارات قدر بـ17 من 50 مبحوثا.

وتصادف هذا الاختيار مع اختيار الباحثين "الباز محمد محمد توفيق" و"أحمد سمير عبد الهادي حسن"¹؛ وقد تعود هذه المصادفة إلى أن هذه الصفحة تعتبر الأولى عربيا في مجال التعليم والثقافة على صفحات شبكة "فيس بوك"، والرابعة عالميا، وفق إحصائيات عام 2011-2012¹. وأنشئت هذه الصفحة في 18 أكتوبر 2009، وقد سجلت أكثر من 33 مليون متابع في بداية شهر مارس 2017: 33.170.375 متابع.

والشكلاّن الآتيان يوضّحان الصّور التعريفية بالصفحة:

شكل رقم (01): يوضّح الصورة الشخصية لصفحة "ثقّف نفسك"



شكل رقم (02): يوضّح صورة الغلاف لصفحة "ثقّف نفسك"



¹ سيرد التعريف بدراستهما في عنصر الدراسات السابقة.

¹ : <https://www.facebook.com/3eesho.thaqafNafsak/> تاريخ الزيارة 2017/03/07، الساعة 10.30.

2.2- مجالات الدراسة الميدانية:

أ- المجال المكاني:

يتمثل المجال المكاني للدراسة الميدانية في كل المناطق والجهات التي يمكن أن يصل إليها الاستبيان في الجزائر؛ حيث قامت الباحثة بإجراء الشق الميداني لبحثها إلكترونيا، باستخدام استمارة استبيان إلكترونية، والتي تتميز بأنها غير مخصصة لمنطقة جغرافية بذاتها، بل هي متاحة لكل الراغبين في المشاركة ممن تنطبق عليهم خصائص مجتمع البحث.

ب- المجال البشري:

كي تكون الدراسة علمية وعملية، ولكي نصل إلى نتائج واقعية وموضوعية، لا بد من تحديد المجتمع الأصلي للدراسة تحديدا دقيقا واضحا، حيث أنه يسمح بتحديد نوع العينة المطلوبة للاختيار، وجمع المعطيات من أفرادها عن طريق استخدام الأدوات البحثية المناسبة. ويتمثل المجال البشري في هذه الدراسة في الشّباب الجامعي الجزائري المستخدم للشبكات الاجتماعية الإلكترونية داخل الجزائر.

ج- المجال الزمني:

نقصد به الفترة الزمنية التي استغرقتها الدراسة التطبيقية بشقيها التحليلي والميداني، وقد تم إنجاز هذه الدراسة وفق مراحل منهجية في فترات متتابعة كالاتي:

- بالنسبة للدراسة التحليلية: بدأ العمل فيها بإنجاز استمارة التحليل، وعرضها للتحكيم وإعادة تصحيحها، ثم البدء بعمليات التفرغ وتحليل البيانات وصولا إلى النتائج العامة، كل ذلك استغرق فترة تقارب الثمانية أشهر، من بداية شهر ديسمبر 2016 إلى غاية نهاية شهر جويلية 2017.

- أما بالنسبة للدراسة الميدانية: فقد كانت بالتوازي مع الدراسة التحليلية، وبعد كل الإجراءات المنهجية المتبعة في إعداد الاستبيان، تم توزيعه في 18 مارس 2017 لمدة شهر واحد، تحصلنا خلالها على العدد الذي نقدر أنه مناسب لإجراء الدراسة، لتبدأ عملية تفرغ البيانات، ثم تحليلها والوصول إلى النتائج العامة مع نهاية شهر أوت من نفس السنة.

3- عينة الدراسة:

تُعرف العينة بأنها نموذج يشمل ويعكس جانبا، أو جزء من وحدات المجتمع الأصل المعني بالبحث، تكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يُعني الباحث عن دراسة كل

وحدات ومفردات المجتمع الأصل، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات".¹

وقد تمّ الاعتماد على أسلوب العينة في هذا البحث، بدل المسح الشامل لأسباب تمّ التطرق إليها سابقاً. وبما أنّ الدراسة تنقسم إلى شقين؛ واحد تحليلي وآخر ميداني، فإنّ عرض طريقة اختيار عينتها سيكون كالآتي:

1.3- عينة الدراسة التحليلية:

اعتمدت الباحثة في دراستها التحليلية على العينة العشوائية المنتظمة؛ والتي ترى أنّها أنسب أنواع العينات لدراساتها لمميزاتها؛ حيث يمكن الوثوق بنتائجها، وإصدار بعض التعميمات انطلاقاً منها.

وفي هذه الطريقة، يقوم الباحث باختيار أول عدد من المصادر بطريقة عشوائية، ثمّ يقوم باختيار المفردات التالية بطريقة منتظمة، على أساس تساوي البعد الزمني بين كل مفردة وأخرى.²

ورغم أنّ هذا النوع من العينات سهل التطبيق، ومختصر للوقت والجهد، فإنّه من الممكن جداً الوقوع في أخطاء من مثل اختيار نفس اليوم من الأسبوع لعدة مرّات، وبالتالي لا يعطي للأيام الأخرى نفس فرصة الظهور. ولذلك، وتقاديا لهذا العيب، اقترح بعض الباحثين استعمال أسلوب الدورة، أو "الأسبوع المصطنع".³ ويلجأ الباحثون إلى أسلوب الدورة في اختيار العينة العشوائية المنتظمة عند اختيار الأعداد أسبوعياً. وذلك بإعطاء الباحث المرونة في تحريك الاختيار يوماً واحداً في كل اختيار بعد الذي اختاره في المرّة السابقة.⁴

ولعلّ في هذا الأسلوب ما يحقّق هذا الهدف؛ فهو يضمن عدم تكرار التواريخ أو الأيام.⁵ وقد تمثّلت خطوات اختيار مفردات عينة الدراسة في ثلاث إجراءات أساسية تمّت كالآتي:

1- عينة الصفحات: تتكوّن العينة التي شملتها هذه الدراسة من 840 منشوراً من صفحة "ثقف نفسك" الموجودة على شبكة "فيس بوك"، تمّ الوصول إليها بأخذ أربع ساعات من اليوم، موزعة على طيلة فترات النهار والليل؛ لضمان تمثيل كلّ اليوم، مع مراعاة إضافة ساعة في المفردة الموالية بأسلوب الدورة؛ لضمان تغطية كلّ فترة من فترات اليوم، فكان معدّل المناشير في الساعة الواحدة 30 منشوراً.

¹ عامر إبراهيم قنديلجي: منهجية البحث العلمي، دار البازوري، عمّان- 2012 186.

* في عنصر المنهج المستخدم، ص 19.

² محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، من التحليل الكمي إلى التحليل في الدراسات الكيفية وتحليل محتوى المواقع الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة- 2010 102.

³ يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، 1، طاجيكسيكوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007 19.

⁴ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، 146.

⁵ محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، من التحليل الكمي إلى التحليل في الدراسات الكيفية وتحليل محتوى المواقع الإعلامية،

2- عينة المواضيع: تمّ تحديد أربع مواضيع رئيسية للتّحليل هي: مواضيع حول اللغة، الدين الإسلامي، التاريخ والعادات والتقاليد.

3- العينة الزمنية: اختارت الباحثة الفترة الممتدة من 01 جانفي 2017 إلى غاية 29 جويلية 2017 لإجراء الدراسة التحليلية، وذلك لمحاولة تمثيل مختلف فترات السنة لدى الشباب الجامعي، من أوقات دراسة عادية، فترات الامتحانات، وفترات العطل. كذلك ترى الباحثة أنّها فترة كافية للتّحليل؛ ذلك أنّ الصّحة روتينية نوعا ما في نوع المناشير التي تنشرها، بالرّغم من نشاطها وتحديثها الدائم، فالعبرة ليست في عدد المناشير بل في نوعيتها.

والجدول الآتي يوضّح كيفية اختيار العينة التحليلية لهذه الدراسة:

جدول رقم (01): يوضّح كيفية اختيار العينة التحليلية

المفردة	اليوم	الأسبوع والشهر	التاريخ
01	الأحد	الأسبوع الأول من شهر جانفي	01 جانفي 2017
02	الاثنين	الأسبوع الثاني من شهر فيفري	13 فيفري 2017
03	الثلاثاء	الأسبوع الثالث من شهر مارس	21 مارس 2017
04	الأربعاء	الأسبوع الرابع من شهر أفريل	26 أفريل 2017
05	الخميس	الأسبوع الأول من شهر ماي	04 ماي 2017
06	الجمعة	الأسبوع الثاني من شهر جوان	09 جوان 2017
07	السبت	الأسبوع الثالث من شهر جويلية	22 جويلية 2017

2.3- عينة الدراسة الميدانية:

اعتمدت الباحثة لإجراء دراستها الميدانية على العينة العرضية أو المتاحة**، التي تعتمد على الظروف المتاحة في الميدان، والاستفادة من المرونة غير المتوقعة لدى أفراد العينة¹. وتعرّف بأنها "نوع من المعاينات غير الاحتمالية، التي يكون سحب عينتها من الجزء الأقرب من متناول اليد من مجتمع الدراسة، فتختار هذه العينة؛ لأنها متاحة، وقد يكون ذلك من خلال مقابلة الأشخاص مصادفة أو إدراجهم في قائمة العينة بعد الالتقاء بهم ميدانياً، أو اختيارهم بعد العثور عليهم من خلال الانترنت أو عبر الهاتف..."².

** تعرف أيضا بالعينة المريحة، أو الظرفية أو بالصدفة.

¹ عامر إبراهيم قنديلجي، مرجع سبق ذكره، ص 211.

² فضيل دليو: أنواع المعاينة في العلوم الاجتماعية، علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة.

: "أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية" 2 إشراف فضيل دليو وعلي غربي،

2012، ص ص 188- 189.

وقد تمّ اختيار هذا النوع من العينات بالذات - بالرغم من إشكالياتها المنهجية- لأسباب نذكرها كالآتي:

- نظرا لضخامة جمهور مستخدمي شبكة "فيس بوك" من الشباب الجامعي الجزائري، وتشتته جغرافيا. وفي المقابل نسجل حضوره القوي على هذه الشبكة، الأمر الذي يسهل من عملية الوصول إليه عبر هذا الفضاء، مقارنة بأرض الواقع.

- لمحاولة أن تكون النتائج أكثر تمثيلا لمجتمع البحث؛ حيث شكّل التمثيل هاجسا للباحثة في هذه الدراسة نظرا لصعوبة تحقيقه، فلو اقتصرنا مثلا على اختيار مفردات عينتها من منطقة واحدة من الجزائر (كأن تكون مثلا ولاية أم البواقي المنطقة التي تنتمي إليها) فهي تعتقد بأنها لن تكون ممثلة لكل خصائص الشباب الجزائري بتنوعه الإثنولوجي والثقافي والهوياتي. وهذا الأمر لاحظته أثناء إجراء دراسة استطلاعية في جامعة أم البواقي، كما لاحظته - وانتقدته- في دراسة سابقة سيرد ذكرها لاحقا. ولو اختارت ولاية واحدة عن الجهات الأربع للوطن، فهي تعتقد أن الخصائص الإثنولوجية لولايات الجهة الواحدة ليست بالضرورة متماثلة، وبالتالي مازالت إشكالية التمثيل لم تحل.

لذا، وبعد استشارة الأستاذ المشرف، قرّرت توزيع استمارتها إليكترونيا، على أساس أن تتمّ الإجابة عليها من الشباب الجامعي الجزائري المستخدم لشبكة "فيس بوك" من مختلف مناطق الجزائر.

وفيما يخصّ حجم العينة، فهو في هذه الدراسة متوقّف على مميزات الأسلوب الإلكتروني الذي اختارته الباحثة في توزيع استمارة استبيانها، وعلى رأي الباحثة بما يخدم دراستها بشكل موضوعي، لذا تمّ إدراج الاستمارة على الشبكة لمدة شهر ابتداء من 18 مارس 2017 إلى 18 أبريل 2017. لتحصل بعد هذه المدة على 420 استمارة. وبعد الفرز والتنظيم، تمّ استبعاد 19 استمارة؛ لأسباب منهجية كالتضارب الواضح في المعلومات المصرّح بها، لتبقى 401 استمارة، وهو ما يمثّل حجم عينة هذه الدراسة، وهو حجم تراه الباحثة مناسباً من أجل إجراء الدراسة الميدانية.

لقد أولت الباحثة اهتماما بدراسة السمات الشخصية للعينة لسببين رئيسيين هما:

السبب الأول: تساعدنا هذه السمات في التعرف على الأسباب التي تجعل المبحوثين يميلون إلى الشبكات الاجتماعية الإلكترونية عموما وال"فيس بوك" خاصة، وعلاقة ذلك بهويتهم الثقافية.

السبب الثاني: تبنيها لنظرية الغرس الثقافي في دراستها، حيث تولي هذه النظرية عناية خاصة للمتغيرات الديموغرافية لمتلقي المضامين الإعلامية، وتدرجها تحت مسمى "المتغيرات الوسيطة"؛ حيث يرى الباحثون أن تأثير الغرس الثقافي ليس مباشرا، فهناك عوامل متعدّدة ومتداخلة؛ ديموغرافية واقتصادية واجتماعية، وعوامل

¹ وكان هذا هو تفكير الباحثة الأولى.

خاصة بالخبرة الشخصية، ومتغيرات خاصة بالتوجه والمشاهدة. هذه المتغيرات قد تتدخل في العلاقة بين مشاهدة التلفزيون (وهنا تصفح الشبكات)، وحدث تأثيرات الغرس الثقافي، مما قد يزيد قوة هذه العلاقة، ومن أهم هذه المتغيرات: المتغيرات الديموغرافية *Social Demographic*، حيث اهتم الباحثون بالتعرف على سمات الأشخاص المقبلين على رسائل التلفزيون بشكل كبير، والمناطق التي يعيشون فيها ودوافعهم وراء إقبالهم على التلفزيون، وقد ظهر أن العوامل الديموغرافية تقلل، أو قد تلغي تأثير الغرس الثقافي.

لذا اعتمدت الباحثة على أربع متغيرات ديموغرافية تراها ضرورية في دراستها كالجنس، التخصص الدراسي، لغة التخصص والمنطقة السكنية⁹⁵. واستنتجت منهم متغير السن (بالرغم من أهميته في نظرية الغرس الثقافي) لأن غالبية مفردات مجتمع البحث تقع في فئة عمرية واحدة تقريبا، وهذا ما قد لا يوضح الفروق بين المستخدمين صغار السن والكبار.

وبناء على ما سبق، تكون خصائص مفردات عينة هذه الدراسة كما ستوضحه الجداول الآتية:

جدول رقم (02): يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

النسبة	التكرارات	الجنس
31,2	125	ذكر
68,8	276	أنثى
100,0	401	المجموع

أدرجت الباحثة هذا المتغير لاعتقادها أنه من أهم المتغيرات التي تؤثر في كيفية التعاطي مع الرسائل الوافدة عبر الشاشات؛ وذلك لاختلاف الرؤى بين الجنسين؛ لأن صفات الرجل تختلف عن صفات المرأة باختلاف الظروف، والأحاسيس والقدرات، وأيضا في استقبال الرسائل الإعلامية والتعامل معها وبالتالي تختلف في درجة تأثيرها في كل من الجنسين.

وتوضح نتائج الجدول أن نسبة الإناث شكلت الأغلبية من مبحوثي هذه الدراسة؛ حيث قدرت نسبتها بـ 68.8%، في مقابل 31.2% من الذكور.

ويُعزى هذا الاختلاف الواضح بين الجنسين إلى تعداد الطالبات الذي يفوق الطلبة في التعداد العام لطلبة الجامعة، وهذا يدل على نجاح أكبر للإناث في التعليم، وتوجههم نحو التعليم العالي أكثر من الذكور، بالرغم من التفوق العددي البسيط لهؤلاء في المجتمع الجزائري على الإناث، وفق ما أورده الديوان الوطني

⁹⁵ سيرد تفصيل ذلك في الفصل القادم، تحت عنوان المدخل النظري للدراسة، ص 95.
⁹⁶ سنتطرق إلى أهميتها عند التطرق لوصف كل متغير.

للإحصائيات، الذي صرّح بأن نسبة الذكور في الجزائر تفوق نسبة الإناث بـ 1.04 بالمائة حيث بلغت نسبة الذكور في الجزائر 50.52 بالمائة من مجموع السكان، الذي قدر بـ 40.4 مليون نسمة.¹

جدول رقم (03): يوضّح توزيع المبحوثين حسب متغير التخصص

نوع التخصص	التخصصات	التكرارات	النسبة المئوية
تخصصات أدبية	علم اجتماع	14	3.5
	علم المكتبات والتوثيق	3	0.7
	علم النفس	9	2.2
	علوم الإعلام والاتصال	138	34.4
	حقوق	10	2.5
	علوم سياسية وعلاقات دولية	9	2.2
	لغات أجنبية	39	9.7
	علوم إنسانية	44	11
	تاريخ	24	6
	أدب عربي	8	2
تخصصات علمية	علوم وتكنولوجيا، رياضيات وإعلام آلي	21	5.2
	طب	21	5.2
	صيدلة	4	1
	هندسة حضرية	12	3
	علوم اقتصادية	38	9.5
تخصصات أخرى	علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية	7	1.7
المجموع		401	100

من بين المتغيرات التي تعتقد الباحثة بوجوب إدراجها في هذه الدراسة للبحث في كيفية حدوث الغرس لدى المبحوثين من خلال استخدامهم لشبكة "فيس بوك" متغير "تخصص الدراسة"؛ ذلك أن التخصص يؤثر في اتجاهات المبحوث نحو مواضيع بعينها، فغالبا ما نجد المرسل أو المتلقي يختار الرسائل التي تتوافق مع تخصصه، وتأخذ تلك الرسائل جزءا معتبرا من وقته، مما يجعله متأثرا بها، أو مؤثرا فيها.

وقسمت التخصصات في هذه الدراسة إلى تخصصات علمية وأخرى أدبية، وتخصصات أخرى كالنشاطات البدنية والرياضية.

¹ <http://montada.echoroukonline.com/showthread.php?t=25511> تاريخ الزيارة 2017/05/31 22.00

فالملاحظة الأوّلية للباحثة (بحكم عملها في الجامعة) أنّ طلبة التخصصات الأدبية هم أقرب للتّعامل مع مواضيع ومعالم الهوية الثقافية المحليّة أكثر من طلبة التخصصات العلمية، الذين تبدو عليهم معالم الانفتاح والعولمة أكثر. ولتأكيد هذه الملاحظة تمّ إدراج هذا المتغيّر.

لقد قامت الباحثة بتوزيع الاستبيان بطريقة إلكترونية، وهذا النوع من التّوزيع لا يخضع لعامل تحديد نسب معيّن للتخصصات، لذا فإنّ نتائج الجدول أعلاه تخضع لعامل الصدفة، ماعدا تخصص علوم الإعلام والاتصال، الذي تفوق على بقية التخصصات بنسبة قدرت بـ 34.4% من مجموع باقي التخصصات، وكذلك العلوم الإنسانية بنسبة 11%؛ ويعود ذلك إلى إدراج الباحثة للاستبيان عبر صفحاتها، وكذا إرسال الرّسائل الخاصّة للمبحوثين الذين هم في صفحاتها، حيث يعتبر أغلبهم من طلبتها سواء السّابقين، أو الذين يدرسون عندها سنة إعداد هذه الدّراسة.

جدول رقم (04): يوضّح توزيع المبحوثين حسب متغيّر لغة التّخصّص

النسبة	التكرارات	لغة التّخصّص
72,1	289	اللغة العربية
7,0	28	اللغة الانجليزية
20,9	84	اللغة الفرنسية
100.00	401	المجموع

يعتبر متغيّر "اللغة التي يدرس بها المبحوثون تخصصاتهم" أيضا من بين المتغيّرات التي تعتقد الباحثة بوجودها في هذه الدّراسة؛ ذلك أنّ اللغة من أهمّ الوسائل التي تحقّق التّواصل والتّفاهم بين أفراد المجتمع، وبواسطتها تتحقّق عملية الاندماج الاجتماعي. وهي الآلية العقلية التي عن طريقها تُخزّن المعلومات والمعارف، وتحوّل الصّور الذهنية إلى رموز ودلالات لدى المرسل والمستقبل معا. فهي أداة للمعالجة والتّفكير لدى الإنسان في كلّ ما يدور في ذهنه من أفكار، وفي ذاته من مشاعر واهتمامات، وبواسطتها تتمّ عملية التعلّم والتعليم، كما أنّها تمثّل بالنسبة لأيّ أمة أو مجتمع جزءا محوريا من مكونات هويتها وكيانيتها الثقافية والحضارية.

إنّ الملاحظة الشّخصية للباحثة، أدت إلى اعتقادها بأنّ لغة التّخصص تؤثر تأثيرا بالغا في اتجاهات طلبة الجامعات نحو الرّسائل الإعلامية التي تنقل عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري (صحف، إذاعات، وقنوات تلفزيونية)، أو عن طريق الانترنت بمختلف شبكاتها، والتي تتوافق مع اللغة التي يدرسون بها،

ويتعاملون بها لساعات طويلة خلال اليوم، وبالتالي تأثرهم بلغة تلك الرسائل، وينعكس ذلك جلياً على لغة تخاطبهم على أرض الواقع. ولإثبات صحة هذا الاعتقاد قامت الباحثة بإدراج هذا المتغير.

إن نتائج الجدول أعلاه تثبت أن اللغة العربية هي لغة تخصص أغلبية الباحثين 72.1%، فيما نلاحظ أن اللغة الفرنسية هي لغة تخصص 20.9% من الباحثين، وأخيراً اللغة الانجليزية لغة تخصص 7% من مفردات العينة.

إن تفوق اللغة العربية على اللغات الأخرى في هذه الدراسة يعزى إلى تفوق عدد التخصصات الأدبية التي تدرس في غالبها باللغة العربية، ماعدا تخصص اللغات الأجنبية (والذي يتضمن اللغة الفرنسية والانجليزية)، وهذه النتيجة تعزز نتيجة الجدول السابق.

إن تفوق اللغة العربية في التخصصات الأدبية، يعود إلى سياسة تعريب التعليم التي تبنتها الجزائر في سنوات استقلالها الأولى، والتي تمت على مراحل، بدءاً بالسنة الأولى ابتدائي إلى أن امتدت تلقائياً إلى المرحلة المتوسطة والثانوية بالجامعة.

وما يهمننا في هذا المقام هو تعريب التعليم في الجامعة، الذي بدأ سنة 1967، واستمر حتى سنة 1971-1972، وهذه السنة أُطلق عليها سنة الإصلاح والتعريب في التعليم العالي. وما يميز هذه المرحلة هو أن التعريب بقي محصوراً في فروع محدودة، وبأقسام ضعيفة للغاية، ومن هذه الفروع نذكر: الآداب والثقافة العربية (1966)، التاريخ (1967)، الجغرافيا (1967) والحقوق (1968)، وهناك عدد قليل من الطلبة الذين انتسبوا إلى هذه الفروع، فعددهم لا يتجاوز 1968 طالبا من مجموع 19210 طالب؛ أي بنسبة 8.32%¹.

ودفعت سنة 1971 بعملية التعريب خطوات أخرى مستأقسام: علم الاجتماع (1971)، علوم التربية (1971)، العلوم الدقيقة (1971)، العلوم الاقتصادية (1972)، العلوم الطبيعية (1972)، علم النفس (1973)، العلوم السياسية والإعلام (1974)، علوم الأرض (1977).²

غير أن العملية تعطلت بحلول السنة الجامعية 1977-1978 لأسباب لخصها وزير التعليم العالي آنذاك السيد "عبد اللطيف رحال" بقوله: "إن التعريب الصّارم، الفعّال والعصري لا يمكن أن يتم إلاّ بواسطة جزائريين، وعلينا في هذه المرحلة أن نأخذ بعين الاعتبار الصّعوبات التي نلاقها في هذا المجال وألاّ نستعجل الأمور لئلاّ نعرض المستوى في بعض الفروع إلى الخطر".³

¹ : تعريب التعليم في الجزائر: بين الطرح المعرفي والطرح الإيديولوجي؛

² المرجع نفسه، ص 54.

³ مركز البحث في الأنثروبولوجيا الاجتماعية والثقافية: التعليم العالي، المسألة اللغوية وحال العلوم الاجتماعية في الدول المغاربية، الجزائر نموذج؛

وترجع الباحثة "حفصة جرادي" أسباب تأخر تطبيق تعريب التعليم الجامعي إلى الصراع الذي كان على أشده في الجامعة بين المعريين والمفرنسين، فقد اصطدم التعريب في العلوم الاجتماعية بإضرابات شنها الطلبة الراضون للتعريب[•]. ومع ذلك، فقد حُسم أمر تعريب العلوم الإنسانية سنة 1980، حيث صدر مرسوم في 10 أوت 1980^{**}، قضى بتعريب العلوم الاجتماعية¹، كما تقرّر تعميم التعريب ليشمل التعليم العالي بأكمله* وفق الخطوات الآتية :

- تعريب العلوم الإنسانية، بما فيها العلوم الاقتصادية، ابتداء من الدخول الجامعي لسنة 1980 تطبيقاً لمقررات اللجنة المركزية لحزب جبهة التحرير الوطني المنعقدة في نفس السنة.

- فتح الدراسات في التعليم ما بعد التدرّج باللغة العربية، وفي جميع الفروع العلمية.

وترجع نتيجة اللغة الفرنسية إلى عدد التخصصات العلمية في هذه الدراسة، والتي تدرس في غالبها باللغة الفرنسية، بالإضافة إلى تخصص "اللغة الفرنسية".

فبالرغم من سياسة التعريب التي تبنتها الدولة الجزائرية منذ الاستقلال، إلا أن أغلب الفروع العلمية والتقنية تدرس باللغة الفرنسية. وحتى بعد الإصلاحات الجامعية التي قامت بها الدولة، باتباع نظام "ل م د"، الذي جاء خدمة للشراكة الأورومتوسطية، يبدو أن التعليم في الجامعة الجزائرية يتجه إلى تعميم استعمال اللغة الفرنسية في معظم الشعب.

وإذا كان تعليم اللغات الأجنبية بصفة عامة أمراً هاماً وضرورياً، فإن تعليم اللغة الانجليزية يحظى اليوم بأهمية خاصة؛ ذلك أن اللغة الانجليزية تعتبر اللغة الأكثر استعمالاً في العالم، وهي اللغة المعتمدة في هيئات دولية متعددة ومختلفة.

ومما يبرز أهميتها بشكل كبير استعمالها الواسع في ميدان العلم والبحث والتكنولوجيا، فنسبة هائلة من البحوث والدراسات تنشر اليوم باللغة الانجليزية مما يوجب الاهتمام بهذه اللغة وتوفير الإمكانيات اللازمة لتعلمها.

وقد لقي تعليم اللغات الأجنبية في الجزائر اهتماماً منذ الاستقلال، غير أن الإقبال على اللغة الانجليزية بقي محدوداً مقارنة باللغة الفرنسية، مع أن المعادلة تغيرت قليلاً مؤخراً، بسبب التوجه الملاحظ نحو هذا التخصص.

• بسبب التخوف من صعوبات التوظيف بعد التخرج.

** تجدر الإشارة إلى أن تاريخ صدور هذا المرسوم تزامن والجزائر تعرف ما يسمى بأحداث منطقة القبائل "الربيع الأمازيغي" في أفريل 1980، حيث برز المطلب الثقافي بحدّة هذه السنة، وهذا كان له أثر في تسريع عملية تعريب التعليم العالي، في شقه المتعلق بالعلوم الاجتماعية م 1981

1984.

¹ : رؤية لسياسة التعريب في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع28 2017 15.

بالرغم من أن العلوم الدقيقة والعلوم الطبية لاتزال لحد الآن لغة التدريس بها الفرنسية.

وتُعزى هذه النسبة من المبحوثين الذين يدرسون باللغة الإنجليزية إلى أسباب نذكرها في الآتي:

- بالرغم من التوجه الواضح للحاصلين على شهادة البكالوريا نحو تخصص اللغة الإنجليزية، إلا أن نسبتهم في الجامعات تبقى أقل من نسبة المتوجهين إلى اللغة الفرنسية، وذلك بسبب ارتفاع معدل قبول اللغة الإنجليزية مقارنة بالفرنسية، وحتى الأدب واللغة العربية.

- احتياجات سوق العمل في الجزائر تتطلب معرفة اللغة الفرنسية وليس الإنجليزية، ويتضح هذا جليا في مختلف الإدارات الجزائرية، وحتى في مسابقات التوظيف التي تعقدها وزارة التربية الوطنية كل سنة تقريبا، نجد أن عدد المناصب المتاحة لتعليم اللغة الفرنسية أكبر بكثير من عدد المناصب المتاحة للغة الإنجليزية. هذا الأمر أدى إلى تراجع من يطمحون لتقلد منصب عمل حتى لو كان على حساب رغبتهم في تعلم وتعليم اللغة الإنجليزية.

- يرجع الأمر أيضا إلى أن اللغة الإنجليزية في الجامعة الجزائرية يُدرّس بها تخصص واحد، هو "اللغة الإنجليزية"، على عكس اللغة العربية التي تُدرّس كتخصص مستقل (تخصص "الأدب واللغة العربية")، وكلغة تخصصات أخرى، (كالتخصصات الاجتماعية التي وردت في الجدول السابق)، ونفس الشيء بالنسبة للغة الفرنسية التي تُدرّس كتخصص مستقل (تخصص "اللغة الفرنسية")، وكلغة تخصصات أخرى، (كالتخصصات العلمية التي وردت في الجدول السابق).

جدول رقم (05) يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير المنطقة السكنية

النسبة	التكرارات	المنطقة السكنية
18,7	75	الجزائر
1,2	5	تبيازة
4,5	18	سطيف
4,2	17	بسكرة
8,2	33	قسنطينة
1,7	7	سكيكدة
44,1	177	أم البواقي
2,0	8	تبسة
2,2	9	جيجل
1,5	6	خنشلة
2,2	9	ميلة
1,0	4	سوق أهراس
0,2	1	بجاية
0,2	1	عنابة
1,0	4	برج بوعريرج
1,2	5	المسيلة
1,7	7	تيارت
1,0	4	مستغانم
1,0	4	تلمسان
1,2	5	وهران
0,5	2	البلدية
100,0	401	المجموع

تعتقد الباحثة أن هذا المتغير من بين المتغيرات الجوهرية في دراستها؛ ذلك أن الهوية لا تكتمل، ولا تظهر بمقوماتها الحضارية التي تميزها عن غيرها إلا إذا استندت إلى مرجعية؛ مكونة من الأمة والدولة والوطن.

فالوطن هو الحدود السياسية بإرثها التاريخي، والأمة هي الانتماء الروحي للثقافة المشتركة، والتاريخ المشترك، وإرادة مشتركة لبناء مستقبل أفضل، والدولة هي التجسيد القانوني لوحدة الوطن والأمة.

والجزائر تملك تراثا ثقافيا ثريا وعميقا، بعمق تاريخها، وشساعة أرضها؛ أي بإدراج هذا المتغير يمكن معرفة مظهرات الهوية الثقافية لكل الشباب الجامعي الجزائري على الشبكة، ولا نحصرها في منطقة واحدة.

إن نتائج الجدول أعلاه تعود لخصائص توزيع الاستبيان المختارة في هذه الدراسة، والذي كان موجهاً لكافة مستخدمي شبكة "فيس بوك" في الجزائر من الشباب الجامعي، لذا تُعزى تلك النتائج إلى عامل الصدفة في التوزيع، ما عدا فيما تعلق بولاية أم البواقي، لأسباب تم ذكرها في الجدول رقم (03).

4- أدوات جمع البيانات:

ونقصد بها " تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث".¹ وقد تم الاعتماد على عدة أدوات في هذه الدراسة، كالاتي:

1.4- الملاحظة:

تعدّ الملاحظة أداة هامة من أدوات البحث العلمي كونها تساعد الباحث في التعرف عن قرب على الظاهرة التي يدرسها، وإعطاء تحليلات وتفسيرات من خلال ربطه بكل جوانب البحث النظرية والتطبيقية، حيث عرفت بأنها "الإدراك الهادف والقصدي للظواهر المرتبطة بموضوع الدراسة، دون التدخل الشخصي للباحث في مجرى واتجاهات الظاهرة. بمعنى أنه يلاحظ ثم يسجل ما يلاحظه، بعيدا عن ميولاته ورغباته الشخصية. فهو يعتمد فيها أساسا على حواسه وعلى قدراته الشخصية في الربط المنطقي والموضوعي، بين ما يلاحظه وبين أهداف البحث، على اعتبار أن الظاهرة المزمع دراستها، لا توجد منعزلة عن المحيط الذي تتواجد فيه".²

¹ سيرد ذكر دواعي هذا الاختيار لاحقا في عنصر أدوات جمع البيانات، ص 45.

² مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة- الجزائر، 2012، 40-39.

² : مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، مصر، 2002، 371.

وقبل اختيار موضوع هذه الدراسة، كانت الباحثة مستخدمة دائمة لبعض شبكات التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها شبكة "فيس بوك"، وبالتالي تعتبر **الملاحظة البسيطة** لسلوكات الشباب، من خلال شكل أو مضمون ما ينشرون على حسابهم عبر هذه الشبكة، من بين أهم أسباب اختيار هذا الموضوع.

لكن بعد اختيار الموضوع، اعتمدت الباحثة في دراستها على **الملاحظة بالمشاركة** التي "يشترك فيها القائم بالملاحظة مع الأفراد، أو المبحوثين، في مواقف الملاحظة ويتفاعل معهم، للوصول إلى تفسيرات صادقة لأسباب السلوك، من خلال معايشة نفس المواقف، أو المناقشة وتبادل الآراء".¹

وعليه، قامت الباحثة بعدة خطوات لتطبيق الملاحظة بالمشاركة في هذه الدراسة بالذات كالآتي:

أولاً: قامت الباحثة بالمشاركة والتفاعل مع المستخدمين المتواجدين على قائمة أصدقائها الافتراضيين، والذين هم في أغلبهم شباب جامعي، بحكم عملها كأستاذة، ولقناعة منها بضرورة تسهيل التواصل بين الأستاذ والطالب، لفترات زمنية مختلفة، حسب ظروف تواجدها على الشبكة. وفي هذه المرحلة لم تُشر أبداً إلى أنها بصدد إجراء بحث علمي يقتضي ملاحظة تواجدهم على الشبكة، كي تضمن بقاء سلوكياتهم على الموقع عفوية، وبذلك تتجنب احتمالات تحيز المبحوثين عند إحساسهم بالملاحظة، وهو ما يساعد الباحثة في التحليل لاحقاً. وبعدها كثفت الباحثة من تواصلها عبر هذا الموقع، ومدته لساعات طويلة تتعدى أحيانا العشر ساعات خلال اليوم الواحد، كي تحاول رصد أغلب سلوكيات المستخدمين خلال فترات اليوم.

ثانياً: ومع كل الاحتياطات المتخذة من قبل الباحثة في التعامل مع المبحوثين لضمان الموضوعية وبقاء تصرفاتهم عفوية، إلا أنها لاحظت ازدواجية في سلوكهم اتجاهها واتجاه أصدقائهم الآخرين؛ بمعنى أنهم كانوا يتعاملون معها بشكل مختلف عن تعاملهم مع أصدقائهم، بحكم أنها أستاذة، فكانوا غالبا ما يتواصلون معها بلغة عربية سليمة، وبكل لباقة في الحوار، في حين لم تلاحظ الشيء نفسه في تعاملهم مع أصدقائهم؛ أين كانوا يستخدمون لغة هجينة بحروف أجنبية تتخللها أرقام، وأغلبهم يعتمد على الأيقونات كبديل للاتصال اللفظي، وكثير منهم يتخاطب بمستوى لا يعكس مستواه الجامعي (بالسلب)، سواء في مستوى لغة التواصل أو حتى في الأسلوب. وحسب اعتقاد الباحثة لا يعكس حتى مستوى تنشئته الاجتماعية، باعتبار أن العائلة الجزائرية - برغم كل مظاهر العولمة - مازالت تحتفظ ببعض الانضباط في تنشئة أبنائها، بالتالي ما لا يستطيع المستخدم قوله أو فعله على أرض الواقع، أصبح ينجزه بكل حرية في الفضاء الافتراضي. كما أنه لا يعكس سلوكياته على أرض الواقع؛ فكثير من مستخدمي هذا المجال من الذين تعرفهم الباحثة على أرض الواقع، إما يظهرون بمظهر المحافظين واقعيًا والمتحررين من كل قيود التنشئة والضوابط الاجتماعية فيسبوكيا، وإما تجدهم العكس.

¹ د عبد الحميد: **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية** 1 ، القاهرة- 2000 .407

وبناء على ذلك، قرّرت الباحثة تغيير هويتها الحقيقية في هذا الموقع باسم مستعار، كي تجد حريّة في التّواصل مع من أضافت من أصدقاء، على أن يكون هذا التّغيير مؤقتًا ولغرض إجراء هذه الدراسة. ثالثًا: بدأت الباحثة في عملية التّدقيق والتعمّق في الملاحظة، وتسجيل الملاحظات التي استخلصتها، كفترات الذّروة لأغلب المستخدمين، درجات الاستخدام، لغة وأسلوب التّواصل، الصّفحات التي يفضّلونها، المواضيع التي يتفاعلون معها، نوع التّفاعل (نشر موضوعات، إبداء إعجاب، تعليقات...)، الصّور والفيديوهات التي ينشرونها، معرفة مشاعرهم وظروفهم النفسيّة التي قد تتحكّم في كيفية ظهور هويتهم الافتراضية، كمشاعر الفرح والحزن والقلق... إلى غير ذلك من النّشاطات، التي يقوم بها مستخدمو "فيس بوك" المتواجدين عبر حساب الباحثة.

وهدفت الباحثة من استخدام الملاحظة بالمشاركة في هذه الدراسة إلى معرفة عادات وأنماط ودوافع استخدام الشّباب الجزائري لهذه الشّبكة، والأهمّ من ذلك معرفة كيف تتمظهر دعائم هويته الثقافية عبر هذا الموقع.

ومن فوائد هذا الاستخدام أنّها ساعدت الباحثة في التّعرف على المعلومات الضّروية لصياغة الفرضيات، وعزل المتغيّرات المستقلّة والتّابعة وتحديدها، ككثافة الاستخدام، نوع اللغة المستخدمة في الكتابة على حساباتهم، مستوى معلومات الشّباب حول الدّين والتّاريخ والعادات والتقاليد، المستوى التّعليمي ونوع التّخصّص ولغته والمنطقة التي يقطن فيها المبحوث.

كما أنّها استفادت منها سواء في إعداد استمارة الاستبيان، أو في تفسير النّتائج المتحصّل عليها. وساعدتها في مراقبة السّلك الفعلي للمبحوثين، الذي لا يمكنها إخضاعه للوصف الكميّ، مثل ردود أفعالهم غير اللفظية، التي يظّهرها المبحوثون في تعليقاتهم ومنشوراتهم.

2.4- تحليل المحتوى:

يعتبر تحليل المضمون أسلوبًا أو أداة للبحث العلمي، يمكن أن يشخّصها الباحثون في مجالات بحثية متنوّعة، وعلى الأخصّ في علم الإعلام، لوصف المحتوى الظّاهر والمضمون الصّريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها - من حيث الشّكل والمضمون - تلبية للاحتياجات البحثية المُصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه الأساسيّة، طبقًا للمقتضيات الموضوعية التي يحددها الباحث، وذلك بهدف استخدام هذه البيانات، بعد ذلك، إمّا في وصف هذه المواد التي تعكس الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تتبع منها الرسالة الإعلامية أو التّعرف على مقاصد القائمين بالاتصال من خلال الكلمات والجمل والرموز والصّور وكافة الأساليب التعبيرية - شكلا ومضمونا - والتي يعبر بها القائمون بالاتصال عن أفكارهم

ومفاهيمهم، وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منظّمة، ووفق منهجية ومعايير موضوعية، وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتبويبها وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية.¹

وقد اقتضت الضرورة البحثية في هذه الدراسة تحليل مضمون صفحات من موقع "فيس بوك"، ممّا يفرض على الباحثة استعمال أداة مستجدة في تحليل المضمون، لم تكن معروفة قبل ظهور الانترنت، تدعى تحليل المحتوى المتاح على المواقع الإلكترونية، أو تحليل مضمون المواقع الإلكترونية، الذي يرتبط إلى حدّ كبير بخصائص هذه المواقع، وبيئتها الأساسية، التي استفادت كثيرا من تطوير تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

وإذا كانت خصائص الوسائل الإعلامية التي تميّز كلّ وسيلة عن الأخرى - صحف، راديو أو تلفزيون - أدت إلى سهولة التحليل لمحتوى كلّ وسيلة، فإنّ المواقع الإعلامية على شبكة الانترنت تختلف في ذلك²؛ نتيجة تعريف المحتوى المتاح على المواقع الإلكترونية. فهو يتجاوز حدود النصّ ذاته إلى كلّ ما هو متاح على الموقع من معلومات، تشمل النصّ، أو النصوص، والوسائل المتعدّدة، وأدوات التّوصيل، والإتاحة، وسهولة قراءة المحتوى، وارتباطاته حسبما تفرضه نظم إدارة المحتوى الإلكتروني؛ التي تشمل العمليات الخاصة بجمع المعلومات، وتنظيم نشرها، وعرضها، في أشكال تيسّر استخدامها واسترجاعها من قبل المتلقين، أو المستخدمين، واتخاذ قرارات الاستفادة بها مرات أخرى، من خلال التّخزين، أو التّسجيل، أو تحميلها على أوعية أخرى.³

وهذا كلّها، يفرض على الباحث أن يضع في اعتباره عند تحليل محتوى هذه المواقع العناصر المضافة إلى المحتوى الذي يمثّل مادة التحليل، والتي فرضت وجودها تقنيات تصميم الوسائل الإعلامية الجديدة، تمثّل ثراء لمادة التحليل من جانب، أو استقلالا لهذه العناصر كمادة جديدة للتحليل، يمكن أن ترتبط بأهداف ووظائف أخرى، أو الاعتماد على نتائج التحليل لها في تأكيد صدق الدلالة والمعنى، وصدق التحليل وإجراءاته ونتائجه.⁴

ومن هنا، فإنّ المحتوى المتاح على المواقع الإلكترونية يمثّل مادة التحليل التي تشمل:⁵

- النصّ أو النصوص المتعدّدة.
- الروابط *Links* التي تدخل في بناء النصّ الفائق.

¹ يوسف تمار، 06.

² محمّد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، من التحليل الكمي إلى التحليل في الدراسات الكيفية وتحليل محتوى المواقع الإعلامية، 240.

³ محمّد عبد الحميد: 1، عالم الكتب، القاهرة- 2007 295.

⁴ محمّد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، من التحليل الكمي إلى التحليل في الدراسات الكيفية وتحليل محتوى المواقع الإعلامية، 241.

⁵ محمّد عبد الحميد: 295.

- الوسائل المتعددة والفائقة.
- أدوات التجوّل والإبحار *Navigation*.
- أدوات التفاعل مع المحتوى أو غيره من أطراف العملية الإعلامية.
- عناصر الضبط والمراقبة.
- طرق الدخول إلى الموقع وتسجيل المستخدمين (والتي تعتبر ضرورة في حالة غياب عناصر الضبط والمراقبة الأخرى، أو تعتبر ضمنها في حالة وجودها).

وعليه، كانت خطوات إعداد استمارة تحليل صفحات موقع "فيس بوك" في هذه الدراسة كما يأتي:

- تمّ تحديد البيانات المطلوبة في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها والمدخل النظري.
- ثمّ قامت الباحثة بالبحث على مجموعة المراجع التي عالجت موضوع تحليل المواقع الالكترونية، غير أنّها وجدت ندرة فيها مقارنة بالمراجع التي عالجت موضوع تحليل مضمون وسائل الإعلام؛ من صحف وإذاعات أو تلفزيونات. ويعود هذا حسب وجهة نظرها إلى حداثة ظاهرة المواقع الالكترونية، والتي مازالت قيد البحث، وعدم مواكبة التراث العلمي النظري لها، خاصة في البيئة العربية. ومع ذلك، ومن خلال بعض الدراسات السابقة، ومن خلال ما توفرّ للباحثة من مراجع حول هذه النقطة، استطاعت تكوين نظرة أساسية، وتفصيلية، لمنهجية تحليل مضمون مواقع الالكترونية، للاستفادة منها في تصميم وصياغة استمارة تحليل المضمون.
- قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية لعينة من طلبة جامعة أم البواقي، لتحديد صفحات "فيس بوك" التي ستبني عليها استمارة تحليل المضمون.
- وبعد اختيار الصفحة، بدأت الباحثة في إعداد استمارة التحليل، حيث قسّمتها إلى فئات التحليل؛ التي قسّمت بدورها إلى فئات خاصة بالشكل، وأخرى خاصة بالمضمون، ووحدات التحليل.

ووضعت تساؤلات فئات التحليل كالآتي:

1- التساؤلات الخاصة بشكل الصفحة:

- ماهو نوع المنشورات الموجودة على الصفحة عينة الدراسة؟
- ماهي القوالب التي كتبت بها تلك المنشورات؟
- ماهي الخصائص التصميمية للخطوط التي تستخدمها الصفحة في النشر؟
- ماهي أنواع المرفقات في الصفحة؟ وما خصائصها؟
- ماهي خصائص الصورة التعريفية للصفحة؟

2- التساؤلات الخاصة بمضمون الصفحة، وهي:

- ماهي أنواع المناشير من حيث المواضيع التي تتطرق إليها الصفحة عينة الدراسة؟
- ما محتوى المضامين الخاصة بعناصر الهوية الثقافية؟
- ماهي لغة المناشير الرئيسة على الصفحة؟
- ماهي خصائص تعليقات الأعضاء على مناشير الصفحة؟
- ماهو الهدف العام من المناشير الرئيسة أيام التحليل؟
- ماهو الهدف من المناشير الخاصة بالهوية الثقافية أيام التحليل؟

وفيما يأتي تفصيل ما تم القيام به من إعداد لفئات ووحدات التحليل للوصول إلى الصيغة النهائية

للاستمارة:

أولاً: فئات التحليل:

ويقصد بها مجموعة من الكلمات ذات معنى متشابه أو تضمينات مشتركة، وهي العناصر الرئيسة أو الثانوية التي يتم وضع وحدات التحليل فيها (كلمة أو موضوع أو قيم...إلى غير ذلك)، والتي يمكن وضع كل صفة من صفات المحتوى فيها، وتصنف على أساسها.¹ واستخدمت الباحثة في هذه الدراسة فئات الشكل، وفئات المضمون، لتحليل محتوى صفحة "ثقّف نفسك" كآلاتي:

1- فئات الشكل:

ويقصد بها الأساليب والأشكال التي يتم من خلالها تنفيذ أو صياغة أو نقل مادة الاتصال.²

وقد اعتمدت الباحثة في وصف شكل إخراج الصفحة على الفئات الآتية: فئة وصف الصفحة، فئة صورة الغلاف، فئة الصورة الشخصية، فئة تفاعلية المتابعين للصفحة.

أولاً- فئة وصف الصفحة: وتهدف هذه الفئة إلى معرفة الخصائص الشكلية العامة لصفحة "ثقّف نفسك" من خلال إخراجها العام. وتتضمن هذا الفئة العامة مجموعة الفئات الفرعية الآتية:

- **فئة نوع المناشير:** وتهدف هذه الفئة إلى معرفة الطريقة التي نشرت بها المواضيع في صفحة "ثقّف نفسك"، والوسائط المتعددة المستخدمة فيها، وذلك بتصنيفها إلى: منشور مكتوب، صورة، فيديو، أيقونة، نص+صورة، نص+ فيديو، نص+أيقونة، نص+صورة+فيديو، أخرى.

¹ رشدي أحمد طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية؛ مفهومه، أسسه، استخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة. 2004 272.

² المرجع نفسه، ص 293.

- فئة القوالب التي نشرت بها المواضيع: وتهدف هذه الفئة إلى معرفة الأشكال الفنية التي نشرت بها المواضيع وذلك بتقسيمها إلى: خبر، حديث، معلومة، قصة، حكمة، أكثر من قالب، وقوالب أخرى.
- فئة حجم الخط: وتهدف هذه الفئة لإبراز حجم الخط الذي كتبت به المناشير للدلالة على أهمية المنشور، من خلال التصنيف الآتي: صغير، متوسط وكبير.
- فئة لون الخط: تهدف إلى معرفة مدى استخدام الألوان في خط المناشير على الصفحة من عدمه، وذلك من خلال تقسيمها إلى: عدم استخدام الألوان والاكتفاء باللون الأسود، استخدام الألوان أثناء الكتابة.
- فئة نوع الصور المستخدمة: وتهدف إلى معرفة نوع الصور المستخدمة في الصفحة ما إذا كانت صورا شخصية، خرائط، رسومات، أو صورا من مواقع إلكترونية، أو صورا أخرى.
- فئة نوع مقاطع الفيديو التي يتم تداولها على الصفحة: وتبحث فيما إذا كانت مقاطع الفيديو المستخدمة في الصفحة شخصية، أو مقاطع مأخوذة من مواقع أخرى، أو أنواع أخرى من المقاطع.
- فئة استخدام الروابط التشعبية: وتهدف هذه الفئة إلى معرفة مدى استخدام الصفحة للروابط التي تنقل المتصفح إلى صفحات أخرى داخل داخل شبكة "فيس بوك"، أو إلى مواقع أخرى خارجية، لإعطائه معلومات أكثر حول ما نشر. وتم تصنيفها إلى روابط متوفرة، وروابط غير متوفرة.
- ثانيا- فئة الصورة التعريفية: انطلاقا من أن الصورة الشخصية وصورة الغلاف تعبران عن هوية الصفحة؛ حيث تعتبران المدخل الرئيس لها، فإن الباحثة أولت هذا الجانب اهتماما؛ من خلال تنظرها إلى مجموعة الفئات الفرعية الآتية:
- فئة استخدام الصورة: وتهدف هذه الفئة لمعرفة ما إذا كانت الصفحة تستخدم صورة شخصية للتعريف بها أم لا، وذلك من خلال التقسيم الآتي: استخدام صورة، عدم استخدام صورة.
- فئة استخدام الألوان: وتهدف إلى معرفة مدى اعتماد الصورة على الألوان أو عدم استخدامها.
- فئة الكتابة على الصورة: تهدف إلى معرفة استخدام الكتابة على الصورة المستخدمة من عدمه، وذلك من خلال المؤشرات الآتية: صورة من غير كتابة، صورة مصحوبة بكتابة عن طريق حروف، صورة مصحوبة بكتابة عن طريق أرقام.

2- فئات المضمون:

ويقصد بها تحديد الموضوعات الفرعية التي تدور حولها مواد الاتصال¹. وتتضمن فئات المضمون في هذه الدراسة: فئة الموضوع وفئة الهدف.

أولاً- فئة الموضوع:

¹ رشدي أحمد طعيمة، مرجع سبق ذكره، ص 276.

- فئة **نوع المواضيع**: وتهدف إلى معرفة طبيعة الموضوعات التي تتناولها الصفحة، ومن خلال متابعة الصفحة تمّ تحديدها في: مواضيع سياسية، مواضيع اجتماعية، مواضيع حول اللغة العربية، مواضيع حول الدين الإسلامي، مواضيع حول العادات والتقاليد، ثقافة عامة، أخرى.
- فئة **محتوى المضامين الخاصة بدعائم الهوية الثقافية**: تهدف إلى التعرف على دعائم الهوية الثقافية التي تعرضها صفحة "ثقّف نفسك"، والتي يطلع عليها مشتركو الصفحة، ويندرج تحتها الفئات الآتية:
- مناشير خاصة باللغة: وتمثّلت في: شعر وقصائد، تعريف بأدباء، ذكر قاعدة من قواعد اللغة، أخرى.
 - مناشير خاصة بالدين: كآيات القرآنية، أحاديث نبوية، أدعية، صور فيها أدعية، صور فيها رموز دينية.
 - مناشير خاصة بالتاريخ: وتمثّلت في: معلومات تاريخية، تواريخ أحداث هامة، معارك وبطولات، شخصيات بارزة، أخرى.
 - مناشير خاصة بالعادات والتقاليد: وتمثّلت في أكالات تقليدية، لباس تقليدي، أدوات تقليدية، طقوس الأفراح، طقوس الأحزان، أخرى.
 - مناشير خاصة بالموروث الثقافي: أمثال، حكم، قصص، أساطير، أخرى.
- فئة **لغة المضامين الرئيسية المنشورة على الصفحة**: وتهدف هذه الفئة إلى التعرف على أنواع اللغات التي تكتب بها مناشير صفحة "ثقّف نفسك"، مثل العربية، الانجليزية، مختلطة.
- فئة **نوع مشاركات الأعضاء على الصفحة**: وتهدف هذه الفئة إلى معرفة الطريقة التي يتفاعل بها الأعضاء المشتركون في الصفحة، وتمّ تقسيمها إلى: إبداء الإعجاب، التعليق على صورة، التعليق على فيديو، التعليق على منشور مكتوب، التعليق على تعليق عضو آخر.
- فئة **طبيعة تعليقات الأعضاء حول المنشور على الصفحة**: وتهدف هذه الفئة إلى معرفة محتوى التعليقات التي يدرجها الأعضاء المشتركون في الصفحة على المناشير التي يتفاعلون معها، وتمثّلت في: آراء ووجهات نظر، إطراء وتشجيع، استفسار وطلب، إرشاد ونصح، أكثر من طريقة، آخر.
- فئة **لغة تعليقات الأعضاء المتابعين للصفحة**: وتهدف هذه الفئة إلى معرفة المستويات التي يكتب بها المتابعون تعليقاتهم على الصفحة، وقد تمّ تحديدها بالمستويات الآتية: لغة عربية فصحي، لغات أجنبية، عامية، عربية بحروف أجنبية، أجنبية بحروف عربية، الاكتفاء بأيقونات.
- ثانياً: فئة **الهدف من نشر المضامين**: وتهدف هذه الفئة إلى معرفة الأهداف التي يرمي إليها القائمون على الصفحة من خلال منشوراتهم المختلفة، وتنقسم إلى قسمين:
- فئة **الهدف من نشر المضامين عامة**: وتمثّلت في: هدف تثقيفي، تربوي، ديني، سياحي، ترفيهي، تعليمي، وأهداف أخرى.

- فئة الهدف من نشر مضامين تتضمن دعائم الهوية الثقافية: وتتمثل في: إصلاح وتنمية المجتمع، تصحيح المفاهيم الإسلامية، نشر وترسيخ الثقافة الإسلامية، تعليم اللغة العربية، التعريف بالمرورث الثقافي، التعريف بالعادات والتقاليد، نشر معلومات تاريخية... إلى غير ذلك.

ثانياً: وحدات التحليل:

وهي التي تخصّ العدّ والقياس بشكل مباشر، وقد اعتمدنا على وحدة الفكرة (المنشور)، باعتبار المفردات عبارة عن مناشير إلكترونية، وأنّ كلّ منشور في هذه الصفحة لا يتضمّن سوى فكرة واحدة.

- تمّ الوصول إلى الصياغة الأولى لتصميم استمارة تحليل المضمون ثمّ عرضها على الأستاذ المشرف.

- تمّ عرض استمارة تحليل المضمون في صورتها الأولى على مجموعة من المحكمين، وقامت الباحثة بإجراء التعديلات التي أشاروا إليها، بحيث أصبحت استمارة تحليل المضمون في صورتها النهائية كما طبقت على عينة الدراسة التحليلية.

- تقرير أساليب عرض البيانات؛ حيث عمدت الباحثة إلى التحليل اليدوي على الرغم من وجود برامج خاصة للتحليل، مثل برنامج *wordsat*؛ نظراً لعدم إمكانية توفير هذا البرنامج لها - حسب نطاق بحثها -.

ومن أسباب وفوائد استخدام أداة تحليل مضمون موقع اليكتروني في الدراسة الحالية ما يأتي:

- إنّ هذه الأداة تعدّ أداة رئيسة في هذا البحث، باعتبارها خطوة أساسية وأولى في خطوات قياس الغرس الثقافي؛ حيث أنّ هناك خطوتان أساسيتان في قياس الغرس، تتمثل الأولى في الدراسة المكثفة لمضمون التلفزيون - وهنا الدراسة المكثفة لشبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك" - لمعرفة الأفكار والرسائل السائدة. وتتمثل الثانية فيما إذا كان المشاهدون - المتصفّحون - قد امتصّوا إدراكهم للواقع من خلال التّعرض الكثيف لقيم وعالم التلفزيون - عالم "فيس بوك" -، عن طريق استجوابهم لمعرفة ما إذا كانت إجاباتهم واقعية أم إجابات تلفزيونية - فيسبوكية -.

- قناعة الباحثة بضرورة وأهمية الدراسة التحليلية في موضوعها، فالتحليل يبيّن الطّريق لها أثناء التّعامل مع الظاهرة ميدانياً، كما يفيد في فهم وتفسير بيانات الدراسة الميدانية، ولا يمكن - حسب وجهة نظر الباحثة - أن نخوض في الجانب الميداني للبحث، واستطلاع آراء مستخدمي "فيس بوك" بخصوص إظهار دعائم هويتهم على هذه الشبكة، وتفضيلاتهم واقتراحاتهم... دون التّطرّق أولاً إلى ملاحظة صفحاتهم، وملاحظة أكثر

* أسماء الأساتذة المحكمين حسب الترتيب الأبجدي هم:

- عابدين الشريف، أستاذ بقسم الإعلام، كلية الفنون والإعلام، جامعة الزيتونة، ليبيا.
- منال قدواح، أستاذة بقسم الصحافة، جامعة قسنطينة 3.
- نصر الدين بوزيان، أستاذ بقسم الصحافة، جامعة قسنطينة 3.
- لبنى رحموني، أستاذة بقسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي.

الصفحات انتشاراً، سواء بالملاحظة البسيطة أثناء المرحلة الاستطلاعية، أو بالملاحظة العلمية المنظمة فيما بعد، باستخدام أسلوب تحليل المضمون.

وتساعدنا هذه الأداة - في هذا المقام - في معرفة مختلف المعاني التي تحملها الرسائل الاتصالية المتاحة عبر هذا الموقع، حيث يمكننا التعرف إلى عناصر الجذب في شكل وإخراج الصفحات، وبالتالي يمكننا استنتاج الأسباب التي تجعل من الشباب يفضلون هذه الشبكة، دوناً عن بقية وسائل الإعلام، أو حتى باقي الشبكات عبر الإنترنت. كما يمكننا التعرف إلى مختلف المضامين التي يتلقاها المستخدمون، والتي تعكس اتجاهات القائمين على الصفحة، وبالتالي التعرف على مختلف الرسائل التي يتم غرسها في المتصفح لها، وكذلك التعرف على اتجاهات المستخدمين نحو إبراز دعائم هويتهم الثقافية من خلال تفاعلهم في الصفحة.

3.4- الاستبيان:

تعدّ أداة الاستبيان بحق، أهم أداة تستخدم في مجال البحوث الاجتماعية والإنسانية الميدانية. لذلك يلاحظ الاعتماد المفرط عليها من قبل الباحثين المتمرسين والمبتدئين على حدّ سواء. خصوصاً وأنّ استخدامها ممكن في جلّ أنواع البحوث الحقلية أو الميدانية (استكشافية، وصفية، تاريخية، سببية...) ولو بدرجات متفاوتة. فعن طريق الأسئلة التي تحتويها الاستمارة، يتمكن الباحث من معرفة حقيقة الظاهرة موضوع البحث. إضافة إلى أنّ استخدامها هذا، يتم بسهولة ويسر مع قلة تكاليفها المختلفة، خاصة إذا كانت معدّة سلفاً.

ويُعرف الاستبيان على أنّه "أداة علمية، تُبنى وفق مراحل علمية، تكتسب عبرها صدقها وثباتها، وتشمل بنودها على إمكانية قياس فرضيات البحث، وتحديد العلاقات بين المتغيرات"¹.

ومن أسباب وفوائد استخدام أداة الاستبيان في الدراسة الحالية، نذكر:

- إنّ جمهور متصفح شبكة "فيس بوك" يتميز بضخامة العدد والتشتت، بالشكل الذي يحدّ من إمكانيات استخدام أساليب أخرى مثل المقابلة لهذا العدد الضخم، بينما يمكن للاستبيان أن يغطّي عدداً كبيراً من الأفراد - العينة المختارة - في أماكن جغرافية متباعدة.

- إنّ دراسة جمهور مستخدمي موقع "فيس بوك" في هذا المقام تهدف إلى معرفة وصف تركيب وبناء هذا الجمهور، وأنماط السلوك، لغرض الوصف وتفسير العلاقات السببية، وهذا النوع من الدراسات تعتمد في نسبة

كبيرة من بياناتها على الحقائق الوصفية التي يمكن الحصول عليها من خلال الاستبيان بنسبة عالية من الدقة.

- يوفر الاستبيان الكثير من الوقت والجهد والنفقات لجمع أكبر قدر ممكن من البيانات، وهذا ما يفسر شيوع استخدامه في البحوث العلمية، وبصفة خاصة في الدراسات الخاصة بالجمهور.

ويحتاج الاستبيان لكثير من الجهد والوقت، لِيتمَّ بصورة تُمكن من الحصول على معلومات دقيقة وموضوعية، وللحصول عليه في صورته النهائية، تمَّ العمل عبر عدة مراحل:

أولاً- حصر المتغيرات الرئيسة، والجوانب الهامة في موضوع البحث: بعد تحديد دقيق للإشكالية وضبط تساؤلات البحث وأهدافه وفرضياته، التي تترجم مؤشراتها إلى جملة تساؤلات يتضمَّنها الاستبيان.

ثانياً- بناء الاستبيان: حيث قامت الباحثة بتصميم استمارة بحث، انطلاقاً من رؤيتها الشخصية، إضافة إلى الاعتماد على ما توفر من الدراسات السابقة، وروعي عند وضع أسئلتها موافقتها لغرض الدراسة وأهدافها. وبالنسبة لبناء الاستبيان، فقد اعتمدت الباحثة بصفة مركزة على الأسئلة المغلقة، التي لا تتطلب إلا التأشير فقط، كما تتضمن اختياراً واحداً أو أكثر من جملة اختيارات؛ لأنه من جملة ما لاحظته الباحثة أثناء إجراء الاختبار القبلي لاستمارة الاستبيان التشتت في أفكار بعض أفراد العينة، كما لاحظت صعوبة في التعبير عن بعض الأسئلة المفتوحة - بالرغم من المستوى التعليمي المرتفع للمبحوثين، الأمر الذي يستدعي الدراسة- ، وعدم توفر الوقت للبعض للإجابة عن كل الأسئلة. واعتقاداً منها بأن الأسئلة المغلقة تضمن لها عدم التفاوت في الإجابة حول الموضوع نفسه، وبأنها الأسلوب الأسرع والأدق في الإجابة، وأنها الأسلوب الأكثر سهولة من حيث تفرغ البيانات مقارنة بالأسئلة المفتوحة، فقد اعتمدت عليها بصفة غالبية.

كما تضمَّن الاستبيان الأسئلة نصف المغلقة، التي تتيح مجموعة اختيارات مع ترك المجال مفتوحاً لإضافة إجابات أخرى يراها المبحوث أنسب في إجابته. إلى جانب الأسئلة المفتوحة لترك حرية الإجابة أمام المبحوث.

وبالتالي تضمَّن استبيان هذه الدراسة في صورته الأولية 53 سؤالاً، بالإضافة إلى أربعة (04) أسئلة حول البيانات الشخصية للمبحوثين.

ثالثاً- اختبار الاستبيان: تمَّ عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف، وعلى مجموعة من الأساتذة المحكِّمين*، من المتخصصين في موضوع البحث (سواء كانوا من الباحثين في متغيري الدراسة؛ وهؤلاء من أصحاب الدراسات السابقة*، أو محكِّمين مجال اهتماماتهم العلمية الإعلام الجديد**، وآخرين مجال اهتمامهم موضوع

* ورد ذكر أسماء الأساتذة المحكِّمين حسب تخصصاتهم.

** وهم: : الباز محمد محمد توفيق، كبير محررين باتحاد الإذاعة والتلفزيون، ومدرّس اللغة الإعلامية بجامعة الأزهر، مصر.

الهوية الثقافية***)، وفي مناهج البحث العلمي****؛ والذين تفضّلوا شاكرين بقبول التحكيم؛ وذلك للكشف عمّا يكون في تصميم الاستمارة من قصور أو أخطاء علمية، أو منهجية تؤثر في موضعية الاستبيان وصدق محتواه وبنائه. وكذلك بهدف معرفة مدى وضوح الأسئلة ودقّتها وشموليتها للموضوع، وأيضا قابلية هذه الأسئلة للاستجابة من طرف المبحوثين، حسب التسلسل والبناء الذي وضعت عليه.

رابعا - بعد إجراء التعديلات المطلوبة، تمّ تطبيق اختبار استمارة الاستبيان على عينة أولية مشابهة للعينة الرئيسية، وذلك بإدراج الاستمارة على مواقع التواصل الاجتماعي لمدة أسبوع واحد، وكذلك اعتمدت الباحثة على تطبيق الاختبار بطريقة يدوية، على عينة من طلبة جامعة أم البواقي (لاحتكاكها المباشر بطلبتها بحكم أنّها مقرّ عمل الباحثة). وأثناء هذا الاختبار القبلي، اعتمدت الباحثة على الحوار، وتسجيل التعليقات والملاحظات المقدّمة، وكان اهتمامها منصباً حول الطريقة التي تُدرك بها الأسئلة، وذلك لقياس مدى استجابة المبحوثين لهذا الاستبيان، كما انصبّ اهتمامها على ملاحظة حماس المبحوثين أو فتورهم أثناء الإجابة على كلّ سؤال، لأنّ سلوكهم أثناء الإجابة يفيد كثيرا في الوصول إلى نتائج أدقّ وتحليل أعمق.

والملاحظة العامّة لنتيجة هذا الاختبار - سواء الاليكتروني أو الشّخصي - أنّ الأسئلة كلّها كانت واضحة بالنسبة للمبحوثين، غير أنّ الاستمارة طويلة نوعا ما.

لقد حاولت الباحثة مراجعة الاستبيان لآخر مرة قبل التوزيع النهائي له، وذلك بعد تركها لمجال زمني قدر بحوالي عشرين يوما، من آخر يوم أجرت فيه الاختبار القبلي للاستمارة، غير أنّها لم تستطع التّقليص من أسئلة الاستبيان، وذلك لما رآته من ضرورة لتواجد كلّ سؤال فيه، فبناء الأسئلة كان متسلسلا، وكلّ سؤال يخدم سؤالا آخر، ويرتبط بموضوع الدراسة ارتباطا وثيقا (يرتبط إمّا بالتساؤلات، أو بالأهداف، أو بنظرية الغرس المعتمدة). وعلى هذا استقرّ رأيها في الأخير بالاحتفاظ بالاستبيان كما هو في صورته النهائيّة، التي تظهر في الملحق في نهاية الدراسة، بالاتفاق مع الأستاذ المشرف.

تضمّن هذا الاستبيان 53 سؤالا، تتوّع بين أسئلة الحقائق وأسئلة الرّأي، جاءت مقسّمة على أربع محاور، بالإضافة إلى محور البيانات الشّخصية، كالآتي:

- المحور الأول: خاص بعادات، أنماط ودوافع استخدام شبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك".
- المحور الثاني: الهدف منه معرفة تأثيرات استخدامات "فيس بوك" على اللغة العربية للمبحوثين.
- أما المحور الثالث: فالهدف منه معرفة تأثيرات استخدامات "فيس بوك" على الدين الإسلامي للمبحوثين.

** : جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة.

*** : بورني نسيم، أستاذ بقسم العلوم الاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي.

**** : صالح بن نوار، أستاذ بقسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي.

: ليندة ضيف، أستاذة بقسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي.

: عذراء عيواج أستاذة بقسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي.

- والمحور الرابع: تأثيرات استخدامات "فيس بوك" على التاريخ وعلى الموروث الثقافي للمبشرين.
- محور البيانات الشخصية، الهدف منها جمع معلومات عن خصائص وصفات العينة من أجل استنباط متغيرات الدراسة، التي يتم وفقها تحليل النتائج، والبيانات المتحصّل عليها من الميدان.

خامسا- أسلوب توزيع واسترجاع الاستبيان: يمكن تطبيق الاستبيان مع المبحوثين بأشكال مختلفة، فقد تترك للمبحوث للإجابة عليها دون وجود الباحث أمامه، وقد ترسل له، وقد تطبق معه بوجود الباحث.¹ واختارت الباحثة في دراستها هذه توزيع استمارتها إلكترونيا، على شبكة "فيس بوك" موضوع البحث. ويُعتبر هذا النوع من التوزيع من الأساليب المستحدثة التي ارتبطت بظهور شبكات الاتصال الرقمي، وذلك لاستقاء البيانات، أو المعلومات، أو القياس في المناطق البعيدة عن حدود وإمكانيات الباحث في الانتقال وإجراء الاستبيان اليدوي.²

وتُعرف الاستبيانات الإلكترونية بأنها "تلك الاستبيانات التي يتلقّى فيها المبحوث دعوة للمشاركة عن طريق أيّ وسيلة أخرى، مع ضرورة إرسال المعلومات عبر الانترنت. فمن المهمّ إذن أن يتمّ إرسال المعلومات باستخدام شبكة الانترنت كقناة نقل، وإلا لا يمكن اعتبار الاستبيان استبيانا إلكترونيا".³

وقد تمّ اختيار هذا النوع من التوزيع لعدة أسباب أهمّها:

- 1- اتّساع حجم مستخدمي الشبكة من الشّباب الجامعي الجزائري على أرض الواقع، وتوزّعهم جغرافيا، وبالتالي استحالة الوصول إليهم فعلياً، وإمكانية الوصول إليهم افتراضيا عبر هذه الشبكة.
- 2- إجراء الباحثة لدراسة استطلاعية، وكذلك الاختبار القبلي لاستمارة البحث النهائية، والذي خرجت من خلالهما بقناعة ضرورة التّوزيع إلكترونيا، بسبب طول الوقت الذي استغرقته في التّوزيع اليدوي، بالرّغم من قلّة عدد الاستمارات؛ لذا فإنّ هذا النوع من التّوزيع يضمن السّهولة والسّرعة في الحصول على النّتيجة؛ لأنّه يعتبر مقلّصا للمسافات ومخترقا للحدود الجغرافية، بفضل تنقل البيانات إلكترونيا بسرعة فائقة.
- 3- مميّزات هذا النوع من التّوزيع، الذي ينفرد بقلّة الجهد والوقت؛ ممّا يسمح للباحثة بالوصول إلى أكبر عدد ممكن من المفردات في أقلّ وقت ممكن مقارنة بالتّوزيع اليدوي. بالإضافة إلى ميزة متابعة نتيجة الاستبيان مباشرة دون الحاجة إلى إدخال المعلومات، لأنّها موجودة ومحمولة إلكترونيا، في شكل ورقة عمل تشبه *Excel*، مع إمكانية تطبيق إجراءات هذا البرنامج من فلترة، وعمليات حسابية وغيرها.
- 4- كما يميّز هذا النوع من التّوزيع بسهولة نشر الاستبيان؛ حيث أنّه عبارة عن رابط يمكن نشره ومشاركته على مختلف المواقع والصفحات المتاحة.

¹ : **مناهج وإجراءات البحث الاجتماعي**، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية 1998 52.

² محمد عبد الحميد: 310.

³ فضيل دليو: **مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية**، دار هومة، الجزائر، 2014 223-224.

5- سهولة وسرعة تعبئة الاستبيان من المبحوث، وضمان الاسترجاع منه؛ حيث أن الطرق التقليدية في التوزيع غالباً ما تتطلب من المبحوث القيام ببعض الجهد لإرجاع الاستبيان إلى صاحبه بعد الانتهاء منه، سواء عن طريق إرساله بالفاكس، أو البريد العادي، أو تعبئة الملف إن كان على جهاز الحاسوب وإرساله عن طريق البريد الإلكتروني.

6- إعطاء الفرصة لكل الشباب الجامعي الجزائري المتواجد عبر الفضاء الافتراضي للإجابة؛ كي تظهر لنا ملامح الهوية الثقافية الجزائرية من مختلف مناطق الوطن، دون حصرها في منطقة أو منطقتين.

7- القناعة الشخصية للباحثة بضرورة توجيه الجهود البحثية لتطوير أدوات البحث العلمي، لتحقيق أهداف دراسة وسائل الإعلام الجديد، بما يتفق مع بنائها ونظمها وخصائصها.

وبالرغم من المميزات الكثيرة لهذا الأسلوب من التوزيع، إلا أننا نقرّ بأنه يعاني من عدة مشكلات تتعلق بالصدق والثبات، منها "عدم القدرة على معرفة شخصية المبحوث، وهل تنطبق عليه مواصفات عينة الدراسة أم لا، وإمكانية الفرد الواحد الإجابة عن أكثر من استبانة"¹.

وعلى هذا، قامت الباحثة بتصميم هذا النوع من الاستبيان وفق عدة خطوات كالآتي:²

- القيام بتصميمه في شكل صفحة واحدة؛ كي لا يحتاج المبحوث إلى استخدام شريط التّحرك الجانبي لعرض جميع الأسئلة، وبالتالي ضمان عدم نفور المبحوث من الاستمارة، بسبب عدد صفحاتها، التي ستتطلب بالضرورة إجراءات معقدة كالدخول عبر عدة شاشات، وعبر عدة مراحل.

- استخدام شاشة استقبال محفزة، وعرض السؤال الأول بكيفية تجعله مرئياً تماماً على الشاشة، كما لم تقم الباحثة بإجبار المبحوث على الرد على أي سؤال قبل المرور إلى السؤال الموالي، إلا للضرورة القصوى، وقامت بوضع مربعات وخانات الإجابة على يمين فئات الأسئلة والعبارات؛ لتسهيل العملية على المبحوث.

- بعدها قامت بالبحث على برامج وطرق تصميم الاستمارات الإلكترونية، فوق اختيارها على برنامج *Google Docs*، الذي يتيح إمكانية رفع ملفات بمختلف أحجامها، وأنواعها، من برامج وصور ومقاطع فيديو وملفات، وإعادة تنزيلها في أي وقت تريد.

- ولتصميم الاستمارة إلكترونياً قامت الباحثة بإنشاء حساب على *Google*؛ لأنه شرط أساسي للاستفادة من كامل خدمات ومزايا برنامج *Google Docs*، ولا يمكننا الدخول إلى البرنامج إلا بإدخال البريد الإلكتروني على *Gmail*، وكلمة المرور الخاصة بالمستخدم. ثم رفع وتحميل ملف استمارة الاستبيان إلى الحساب في *Google Docs*.

- القيام بإرسال رابط الاستمارة للأصدقاء الموجودين على الصفحة الشخصية للباحثة في شكل رسائل خاصة، وكذا إدراج الاستمارة على الحساب الشخصي للباحثة على موقع "فيس بوك"، وعلى الحسابات

¹ منال هلال المزاهرة: دار كنوز المعرفة العلمية، عمان- 2010 223
225- 224

² فضيل دليو: مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية،

الشخصية لأصدقائها الواقعيين أو الافتراضيين، بفضل خاصية "المشاركة" التي تتميز بها الشبكة؛ وذلك لتوسيع نطاق البحث، والوصول إلى أكبر عدد ممكن من المبحوثين، وفي أغلب مناطق الجزائر، وكذلك لتسريع عملية التوزيع.

- وأخيرا متابعة استجابات المبحوثين¹، والبدء بعملية إدخالها إلى برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية *spss*.

5- الأساليب الإحصائية المستخدمة:

استخدمت الباحثة برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (*Statistical Package for the Social Sciences*) المسمى *SPSS*، لتحليل بيانات الدراسة. ويعتبر هذا البرنامج أكثر البرامج الإحصائية اتساعا، وهو يصلح للتحليل الإحصائي، وكتابة التقارير والجدولة، والأغراض العامة لإدارة البيانات، وهو يزود الباحث بأكثر من أربعين إجراء إحصائيا أساسيا، من الجداول البسيطة إلى التحليل المتعلق بالمتغيرات المتعددة، وهو يشمل الرسم الملون وبرامج للحوار يسمح بالتفاعل بين البيانات والمستفيد، وهو يحتوي على ملحق يشرح إعدادات بيانات *OSIRIS* للتحليل بواسطة برنامج *SPSS*¹.

وعليه، استخدمت من خلاله أساليب الإحصاء الوصفي، مثل: التوزيع التكراري، النسب المئوية، والاستدلالي مثل معامل مربع كاي k^2 .

وقد تمّ قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (95%) فأكثر، أي عند مستوى معنوية (0.05%) فأقل.

خلاصة:

الرابط هو:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfhJxvyJYkzIzFzAJs0g4M6u8cnuEav8uhDnd4szYKj24DRcw/viewform?c=0&w=1>
<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Q8tJLE8rVrUuEUvd2NMHuWD2W2R49VZ->

تناولت الباحثة في هذا الفصل الإجراءات المنهجية للدراسة الحالية، بدء بتحديد المشكلة، وأسباب اختيارها، إلى أهميتها وأهدافها، وتحديد أهم مفاهيمها الإجرائية، وفرضياتها، بالإضافة إلى الإشارة إلى المنهج المستخدم وأدواته، والعينات المختارة، ثم الانتهاء بأساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة.

وبذلك يكون قد تمّ الانتهاء من هذا الفصل، تمهيدا للفصل الثاني الذي سنحاول فيه استكمال باقي الإجراءات المنهجية، وذلك بالتطرق إلى الدراسات السابقة والخلفية النظرية للدراسة في فصل لوحده؛ نظرا لما يتمتعان به من أهمية خاصة في البحث.

الفصل الثاني:

الدّراسات السّابقة والخلفية النّظرية للدراسة

I. الدّراسات السّابقة:

- 1- عرض الدّراسات السّابقة.
- 2- التعليق عليها.

II. نظرية الغرس الثقافي كمدخل نظري للدراسة

- 1- جذور النّظرية.
- 2- تعريف عملية الغرس.
- 3- كيف يحدث الغرس؟
- 4- أسس نظرية الغرس.
- 5- فرضيات نظرية الغرس.
- 6- مستويات قياس الغرس.
- 7- إجراءات تحليل الغرس.
- 8- المتغيّرات والعوامل المؤثرة في الغرس.
- 9- الانتقادات التي وجّهت للنظرية.
- 10- الاتجاهات الحديثة في نظرية الغرس.

تمهيد:

يعتبر عرض الدراسات السابقة في أي بحث من الخطوات المنهجية الهامة، وذلك لأن الباحث سوف يتعلم من أعمال الآخرين كيف أنهم قاموا بتصميم بحوثهم، وماهي الأدوات والمناهج التي استخدموها، وكذلك ماهي الصعوبات والأخطاء التي عرفوها لكي يتم تجنبها، وماهي النتائج التي توصلت إليها تلك الدراسات السابقة، والتي قد يستعين بها في تفسير ومقارنة نتائج بحثه.

ونظرا للأهمية الكبيرة التي تحظى بها الدراسات السابقة في أي بحث، إرتأت الباحثة أن تخصص لها فصلا خاصا لعرضها، وتبيان أوجه الاستفادة منها، مدمجة معها عنصرا منهجيا آخر في نفس أهمية الدراسات السابقة، ألا وهو عنصر المدخل النظري للدراسة.

حيث تعتبر النظريات العلمية من الدعامات المهمة التي تسند مسار أي بحث علمي، وتوجهه في دراسة الظواهر والمواضيع، من خلال جمع البيانات، وربطها بعضها البعض ، لتشكل في نهاية البحث نتائج وإجابات عن تساؤلات وفرضيات، تعين الباحثين على فهم العلاقة بين مختلف المتغيرات، وتفسيرها تفسيراً منهجياً.

وفي محاولة لفهم موضوع هذه الدراسة، ومن خلال عنوانها، وكذا الاطلاع على التراث النظري والدراسات السابقة، ولأهمية النظرية العلمية إرتأت الباحثة أنه من المناسب الاستناد إلى نظرية الغرس الثقافي، وعليه جاء الجزء الثاني من هذا الفصل قارئاً لهذه النظرية، مفسراً مدى ارتباطها بموضوع الدراسة، أين حاولت الباحثة تقديم عرض يخدم الموضوع ويفيده، خاصة عند الانتقال إلى الشق التطبيقي.

I. الدراسات السابقة:

1- عرض الدراسات:

تُشير الدراسات السابقة إلى كلِّ البحوث والدراسات العلمية التي تتشابه مع البحث الرَّاهن، أو تقترب منه في جانب ما، وتكون قد أُجريت من طرف باحثين آخرين (كما قد تكون واحدة أو أكثر لنفس الباحث)، وتسمَّى أحياناً باسم الدراسات المشابهة.¹

إذن، هي تلك الدراسات التي تتعلَّق بمشكلة البحث المدروسة، سواء كانت رسائل علمية كالمجستير والدكتوراه، أو أبحاث منشورة في مجلات علمية محكمة، أو في مؤتمرات علمية.²

وتشكّل هذه الدراسات تراثاً هاماً ومصدراً غنياً لا بدّ من الإطلاع عليه قبل البدء في إجراء البحث، ويمكن أن يساعد ذلك على بلورة مشكلة البحث، وتحديد أبعادها وفي تزويد الباحث بالكثير من الأفكار والأدوات والإجراءات والاختبارات التي يمكن الاستفادة منها في إجراء حلّ للمشكلة والتعرّف على الكثير من المراجع والمصادر الهامة، وتوجيه الباحث لحلّ المشكلة، مع تجنّب المزالقات التي وقع فيها الباحثون الذين سبقوه.

ويخصوص موضوع هذه الدراسة، وبعد اطلع الباحثة على التراث النظري الخاص بموضوعي الإعلام الجديد والهوية الثقافية، وجدت وفرة في الدراسات السابقة التي تناولت كلّ متغيّر على حدى، غير أنّها رأت بأن تقتصر في هذا المقام على عرض مجموعة من الدراسات ذات الصلة المباشرة بموضوع بحثها؛ وذلك من خلال اعتمادها على الدراسات التي تجمع بين متغيّري دراستها؛ الشبكات الالكترونية أو الإعلام الجديد، والهوية الثقافية، مفضّلة الاستفادة من بقية الدراسات الخاصة بكلّ متغيّر في الجانب النظري، أو حتى التطبيقي للدراسة، على أن يتمّ عرضها مرتبة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، من الأقدم إلى الأحدث؛ لبيان تصاعد الاهتمام البحثي بهذا المجال، فضلاً عن التراكم المعرفي العلمي المعني ببحث هذه الظاهرة.

وعليه سيكون عرض الدراسات السابقة للدراسة الحالية كالآتي:

1- دراسة عبد الرحمن الشامي (2004): الانترنت والهوية العربية- الفرص والمخاطر، دراسة تحليلية. ورقة بحثية مقدّمة للمؤتمر العلمي العاشر "الإعلام المعاصر والهوية العربية"، جامعة القاهرة.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرّف على مدى التواجد العربي على شبكة الانترنت، ورصد أهمّ الاستخدامات العربية الحالية لشبكة الانترنت على الصعيد الثقافي، ورصد عينة من الحوارات العربية التي

¹ : أجديات المنهجية في كتابة الرسائل،

54.

² وقي السيد الإمام: إعداد مشروع البحث وكتابة التقرير النهائي، 1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2011 .36

تجري عبر هذه الشبكة والموضوعات التي تدور حولها، والتعرف على الأطراف الفاعلة في هذا الحوار، وكذلك التعرف على أهم المواقع العربية ومجالات استخدامها.

واعتمدت الدراسة على استخدام منهج المسح، على عينة عشوائية اشتملت على القيام بحصر شامل للمواقع الحوارية، واختيار عينة عشوائية للغرف الحوارية التي يضمها موقع "البال توك" والتي ترواحت بين (3000-3200 غرفة)، وتم استبعاد الغرف غير العربية أو الناطقة بلغات أجنبية، وذلك للتعرف على كيفية تعاطيها مع مواضيع الهوية العربية، وشملت أداة الدراسة من المواد الصوتية والمكتوبة لمعرفة الحيز الذي يشغله موضوع الهوية العربية في الحوارات الدائرة على هذه المشكلة.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- أن الحوارات الجارية على شبكة الانترنت هي حوارات داعمة لـ"اللهجات القطرية" أكثر من دعمها للمستويات اللغوية العربية الأخرى، وجاء في مقدمة ذلك الحوارات الدائرة بـ"اللهجة المصرية" بنسبة 28.5%، تلاها استخدام "اللهجة العراقية" بنسبة 17.8%، ثم "اللهجة الشامية" بنسبة 15.4%، و"اللهجة الخليجية" بنسبة 13.8%. أما على المستوى اللغوي المتمثل في كل من: "فصحى العصر"، و"فصحى التراث"، فقد جاءت في مرتبة متأخرة وبنسبة متواضعة، بلغت 10.4% للأولى، ونسبة 8.1% للثانية، أما اللهجات الأخرى المستخدمة في الحوارات التي تناولتها الدراسة، فقد تمثلت في لهجات: "يمنية"، "ليبية"، "سودانية"، "موريطانية"، "مغربية".
- من حيث نوع المشاركين في حوارات هذه الدراسة، فقد مثل "الذكور" أغلبية ساحقة وصلت إلى 77%، في حين مثل "الإناث" النسبة المتبقية من ذلك، مما يشير إلى أن انخراط المرأة العربية لاستخدام الانترنت ما يزال متواضعا.

2- دراسة سعاد ولد جاب الله (2006): الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الإلكترونية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

أشارت الباحثة في إشكالياتها إلى أن الهوية الثقافية العربية الآن تواجه واحدة من أعنى تحدياتها؛ فهي من جهة تقف في وجه المدّ العولمي، الذي يؤسس لتبلور ثقافة كونية تحوي العالم، وتختزل في ثناياها كلّ خصوصياته الثقافية. ومن جهة ثانية، ولاقتربها بالإسلام، تقف الهوية الثقافية العربية على خط المواجهة مع الغرب، الذي جعل منها عدوه الجديد بعد الشيوعية، وعمل على تكريس واقع المواجهة فكريا، من خلال ما تم تأسيسه من نظريات تخدم فكرة الصراع بين الحضارة الغربية والحضارة العربية الإسلامية، وإعلاميا من خلال ما تم ترويجه من صور نمطية، مجحفة في حق العرب وثقافتهم.

لذلك، فإن الهوية الثقافية العربية، مدعومة للتوضيح فكريا وإعلاميا، أكثر من أي وقت مضى، وعلى رجال الفكر والثقافة والإعلام الاستفادة مما أتاحتها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لا سيما الانترنت وتطبيقاتها كصحافة الاليكترونية.

ولإطلاع على واقع الهوية الثقافية العربية في الصحافة العربية الاليكترونية، قامت الباحثة بهذه الدراسة، التي تعالج الإشكالية الآتية: كيف تجلّت الهوية الثقافية العربية في الصحف الاليكترونية العربية؟

واعتمدت الباحثة على المنهج المسحي، مستخدمة تحليل المضمون كأداة للبحث، على عينة طبقية؛ الطبقة الأولى من الصحف الاليكترونية البحتة، والثانية من الطبقات الاليكترونية للصحافة الورقية، واختيرت وحدات العينة وفقا للأسلوب القسدي، وقد تم اختيار اثنان وعشرون (22) صحيفة اليكترونية عربية، تمت متابعتها ودراسة محتوياتها الثقافية، خلال الفترة الممتدة من 01 سبتمبر 2004 إلى 31 أوت 2005.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- مازال العرب دون المستوى المطلوب في مجال تكنولوجيا الاتصال، حيث يتربّع الوطن العربي في خانة المستورد لهذه التكنولوجيا، ولا تتجاوز مجالات تصنيع المعدات الاتصالية به عمليات التركيب.
- تتجلى الهوية الثقافية العربية بشكل رئيس في الدين الإسلامي، اللغة العربية والتراث الإسلامي العربي، ويكون للتنشئة الثقافية والإبداع الثقافي دور رئيس في الحفاظ على معالم هذه الهوية.
- تواجه الهوية الثقافية العربية جملة من التحديات التي تتعرض لها كل هويات العالم، والمتمثلة في الاندثار على وقع المدّ الهادر للعولمة، غير أنّ اقترانها بالإسلام يضعها في خط المواجهة الأول، على اعتبار أنّ صراع الثقافات يبدأ على خطوط التماس الغربية الإسلامية، ولنا أن نتصور مصير اللغة والتراث العربيين في إطار هذا التوجه. فاللغة العربية - إضافة إلى ما تعانيه جراء انتشار اللغة الانجليزية، الذي يغذي إمكانات انحصارها بشكل مستمر - هي لغة القرآن، والتحديات التي يواجهها الإسلام لابد وأن يكون له انعكاس عليها.
- وعلى نفس الشاكلة، يتحوّل التراث العربي - في إطار العولمة - إلى مجرد فلكلور، لا صلة له بمستقبل الأمة العربية، ولأنّ التاريخ الإسلامي يكون أحد العناصر الأساسية للتراث العربي، فإنّ ظلال التحديات المفروضة على الإسلام ستمتدّ لتطول التراث بكافة عناصره.
- أسس العرب فكريا لعمليات الاحتكاك التي تشهدها هويات العالم الثقافية، ولعلّ أبرز ما قدّمه العرب في هذا المجال نظرية تعارف الحضارات، التي قدّمها (زكي الميلاد) مستلهما أفكارها من القرآن الكريم.
- تبرز الصحف الاليكترونية العربية ملامح الخصوصية الثقافية بشكل ضعيف؛ ذلك أنّ المواضيع المعالجة في هذا الإطار تقدّم لعناصر الهوية الثقافية بمعزل عما يترصدها من تحديات.

- تهتمّ الصحف الاليكترونية العربية بقضايا التراث العربي، وتستغرق في إحياء عناصر التاريخ العربي الإسلامي والعادات والتقاليد العربية، كما تهتمّ بشكل واضح بالتقديم للفكر العربي والآثار القديمة والعمران العربي.
- لا تتعامل الصحف الاليكترونية العربية مع مواضيع الدين الإسلامي، إلا في إطار ما تستفزّه الأحداث اليومية، هذا ماعدا الصحف التي تُدرج للدين أركاناً خاصة تسهب - في إطارها- من تقديم مواضيع الدعوة في حين تُقلّ بشكل سافر المواضيع الذي تربط الإسلام بواقع تحديات العولمة وتكنولوجيا الاتصال.
- لا تهتمّ الصحف الاليكترونية العربية باللغة العربية، على الرغم مما تشهده هذه الأخيرة من تحديات. وفي إطار إجمالي ما نشر من مواضيع في هذا الشأن، تُشكّل قواعد اللغة العربية أكبر اهتمامات الصحف.
- تهتمّ الصحف الاليكترونية العربية بمواضيع التنشئة الثقافية، مركّزة في ذلك بشكل كبير على نشر وتبيان مكارم القيم الأخلاقية، في حين لا تساهم مواضيع الإبداع الثقافي بالشكل الكافي في الحفاظ على الهوية الثقافية العربية، لاقتصارها على عرض مواضيع الفنون التمثيلية والموسيقية، التي لا تقدّم سوى أخبار الفنانين والممثلين.

3- دراسة فؤادة البكري (2009): الهوية الثقافية العربية في ظلّ ثورة الاتصال والإعلام الجديد، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أفريل 2009.

تتحدّد مشكلة الدراسة في مناقشة قضية الهوية الثقافية العربية وتأثير الإعلام الجديد وثورة الاتصال عليها سلباً وإيجاباً.

ويشير هذا الموضوع مجموعة من التساؤلات الهامة، والتي تتحصر فيما يأتي:

ما المقصود بالهوية؟ وما هو الإعلام الجديد والتكنولوجيا الاتصالية التي يمكن أن تؤثر على الهوية؟ وما هي أشكال التأثير التي يمكن أن تحدث؟ وهل هي تأثيرات جميعها سلبية، أم أنه توجد بالضرورة تأثيرات إيجابية؟ وكيف تحدث التأثيرات، وهل هذه التأثيرات وليدة العصر الحالي، أم أن هناك تأثيرات حدثت في الماضي؟ وهل يمكن تحاشي التأثيرات، أو التقليل من مخاطرها، والتمتع بمزايا التكنولوجيا دون مساوئها؟ وهل ثمة موقف يمكن اتخاذه رسمياً أو أهلياً لتحاشي التأثيرات السلبية التي يمكن أن تؤثر على الهوية؟ لماذا تغيرت دول تشابهت ظروفها وخصائصها معنا، وأخذت بزمام التقدم والتطور، وحافظت على هويتها الثقافية، وبقي العرب كما هم، مستهلكون للتكنولوجيا، غير مشاركين في صنعها، بل غير متواكبين مع سرعة العالم المتقدّم؟

واستهلت الباحثة دراستها بالحديث عن ثورة الاتصال، التي نشأت عن تطور التقنية العلمية، تدفع إلى تقريب المسافات بين المجتمعات، وتقصير الزمن اللازم لانتقال المعلومات والأفكار، ولذلك يقال أن من يقود هذه الثورة، يضمن السيطرة على المصائر العالمية، كما تحدّثت عن تكنولوجيا الاتصال، التي ترى بأنّها

تعتمد على مجموعة من التقنيات المعلوماتية والاتصالية الآتية: الأقمار الصناعية، شبكات الكابل، أقمار الاتصال المتصلة بشبكات الكابل، نظم توزيع الترددات متعددة الاتجاه، الألياف البصرية، التلفزيون فائق الجودة، نظم البث الإذاعي فائقة القدرة، وتقنيات المعلومات المتطورة؛ التي تشمل جميع الأجهزة والنظم والبرامجيات المتعلقة بتداول المعلومات آلياً، استقصاؤها، استقبالها، ترتيبها، تطبيقها، تحليلها، تخزينها، الانتقاء منها، كذلك بثها عبر مسافات بعيدة أو استنساخها وعرضها المناسب، مرئية أو مصورة أو مسموعة. ثم تطرقت للانترنت واستخداماتها. كما تحدّثت عن الهوية الثقافية، التي قالت عنها بأنها القدر الثابت والمشارك من السمات العامة، التي تميز حضارة الأمة عن غيرها من الحضارات، وأنها النقيض للعولمة التي تُعنى بتحويل العالم إلى قرية واحدة بلا حدود.

وعن تأثير الهوية الثقافية العربية بتكنولوجيا الاتصال والإعلام الجديد، ذكرت الباحثة أن هذا التأثير له جانبان؛ واحد إيجابي وآخر سلبي.

أما الجانب الإيجابي، فيتمثل في تحول العالم إلى قرية كونية صغيرة (نتيجة الأقمار الصناعية والشبكة العنكبوتية) تتلقى أخبارها وثقافتها ومعلوماتها من خلال مئات من القنوات التلفزيونية، التي لم تقتصر على معايشة الأحداث العالمية والتفاعل معها، بل أسهمت في تنمية الوعي الثقافي، ونقل الحضارات والمعارف بين الشعوب.

وأما الجانب السلبي؛ فيتمثل في أن ثورة الاتصال وما أنتجته من إعلام وتكنولوجيا حديثة ومتقدمة، أوجدت الكثير من النتائج، لعل أبرزها الإرسال المباشر عبر الأقمار الصناعية، وشبكة الانترنت، وولادة الفضائيات، التي حرصت الدول العربية على سرعة الاستجابة، وحجز مكانها في الفضاء الإعلامي العالمي. ووجهت الكثير من الانتقادات لتلك الفضائيات، لعل أهمها أنها تعدّ أبواباً للدعاية الأجنبية، وأنها تكشف الفجوة المعلوماتية الكبيرة الموجودة بالمجتمعات العربية وبين الغرب، وأنها تهتمّ بالتسليّة والترفيه والفيديوكليب على حساب الجدّ من الأعمال، وأنها رغم الانتشار الكمي، إلا أن هناك ضعفاً وهشاشة في المضمون... ولا تهتمّ باللغة العربية (تفرض اللغة المحلية) مما يجعلها بلا هوية مميزة...

وتطرقت الباحثة إلى تأثيرات أخرى لثورة الاتصال لعل أهمها التأثير الثقافي، حيث ترى بأن التكنولوجيا الاتصالية عملت على إزالة الحواجز والقيود، وهدفت إلى العولمة، وأدت إلى ثقافة الاختراق؛ أين لا تعرف الحدود الثقافية، بل حدودها غير مرئية، قصدها الهيمنة على الأخلاق والنفس والسلوك، وبالتالي ساعدت وأدت إلى صياغة ثقافة عالمية، لها قيمها ومعاييرها، هي ثقافة السوق، وتجاوزت الثقافة النخبوية، وسلب الخصوصية، وقطع الصلة بين الأجيال الجديدة وماضيها وتراثها، وتدمير الحضارات والتأكيد على النجاح الفردي، وتجميع الثروة، وتهميش الثقافة الوطنية، واحتكار الصناعة الثقافية.

4- دراسة أميرة مصطفى أحمد البطريق (2011): العلاقة بين التعرض للمواقع الاجتماعية على شبكة الانترنت وإدراك الشباب الجامعي للهوية الثقافية العربية في ظل العولمة، دراسة على موقع الفيس بوك، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة قناة السويس، بعنوان "العلوم الإنسانية والعولمة"، 29-30 ماي 2011.

تحددت إشكالية هذه الدراسة في التعرف على العلاقة بين التعرض للمواقع الاجتماعية على شبكة الانترنت، وإدراك الشباب المصري للهوية الثقافية العربية في ظل العولمة.

وهدف إلى استقراء واقع ومدى انتشار الانترنت بين الشباب، وماهي المترتبات الاجتماعية والثقافية المتأتية من ذلك، كما هدفت إلى الوقوف عند التيارات المعادية التي تستهدف الشباب العربي في القرن الواحد والعشرين، والتعرف على مدى تأثير قيم الشباب، وسلوكهم، وشخصيتهم بهذه التيارات.

وانقسمت فروض الدراسة إلى فرضين أساسيين:

- 1- هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستويات كثافة التعرض للمواقع الاجتماعية لشبكة الانترنت، باختلاف المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين، مثل النوع، السن، المستوى الاقتصادي، المستوى الاجتماعي.
- 2- هناك علاقة ذات دلالة إيجابية بين كثافة التعرض للمواقع الاجتماعية لشبكة الانترنت واتجاه الشباب الجامعي نحو تأييد ثقافة العولمة.

واستخدمت الباحثة أسلوب المسح بالعينة، على عينة عمدية، بلغ حجمها 150 مفردة، موزعة بالتساوي على محافظتي الشرقية والقاهرة، اختيرت من الشباب الذين تتراوح أعمارهم من (18-21 سنة)، كما استخدمت استمارة الاستقصاء ومقياس الهوية كأداتين لجمع البيانات، في الفترة الزمنية بين الفاتح جانفي 2011 إلى أواخر شهر فيفري من نفس السنة.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج العامة أهمها:

1- الإقبال المتزايد من المبحوثين أفراد العينة، ذكورا وإناثا، بمحافظةي القاهرة والشرقية على السواء، للتعرض بصورة دائمة للمواقع الاجتماعية على شبكة الانترنت، وبخاصة موقع فيس بوك، وإن كان هناك فارق فلصالح مبحوثي محافظة القاهرة.

2- تشير الإحصاءات والدلائل المنطقية لهذه الدراسة أن غالبية المبحوثين بمحافظةي القاهرة والشرقية تبنوا اتجاهها مؤيدا لظاهرة العولمة، على اعتبار أنها ظاهرة تحقق المزيد من التكامل الحضاري، فهي الثورة الهائلة في مجال تكنولوجيا الاتصال، ومن ثم فإن النظرة العامة للعولمة لدى أفراد العينة، هي نظرة إيجابية في مجملها، وتنتقص من خطورة الشق السلبي للعولمة، في تكوين انطباعات وصور ذهنية سلبية عن أفراد أو

جماعات أو مجتمعات، بغية هدمها، وتفكيكها وتمزيقها، لحساب مصالح أخرى، بخلاف المصالح الوطنية للمؤسسات والمجتمعات.

3- أوضحت نتائج هذا البحث أن من أبرز سلبيات المواقع الاجتماعية تدعيم العزلة الاجتماعية لدى المواطن العربي لجلوسه على هذه المواقع لفترات كبيرة نسبياً، بما لا يتيح له الاختلاط مع الآخرين، واستيراد العديد من المشاكل الاجتماعية الأجنبية، غير المتعارف عليها في المجتمع العربي، مثل التفكك الأسري، وإحلال اللغة الأجنبية محل اللغة العربية، لكي تتماشى مع الثقافة العالمية السائدة كنوع من الثقافة العالية، وإثبات الذات، حتى وإن كانت هذه المواقع تتيح الحديث والتعليق عليها باللغة العربية، إلا أن الكتابة باللغات الأجنبية تشعرهم بالفخر، وتفخّم الذات والعلو على الآخر. كما تحدّدت أبرز سلبيات هذه المواقع أيضاً في فتح المجال للتعرّف - الذي يخرج عن حدود الاحترام والصداقة- بين الشباب والفتيات، وليس أدلّ على ذلك من ارتفاع ظاهرة الزواج السري، أو العرفي وتداعياته الخطيرة على المجتمع المصري، مما قد يؤدي إلى تحطيم منظومة القيم العربية.

5- دراسة إبراهيم بعزیز (2010): وسائل الاتصال الجديدة وأثرها على ثقافة المستعملين. ورقة قدمت في الملتقى الوطني "وسائل الإعلام والمجتمع" جامعة محمد خيضر، بسكرة.

هدف الباحث من خلال هذه المداخلة إلى توضيح دور وسائل الاتصال التفاعلية الحديثة في التأثير على ثقافة المستعملين، وسلوكياتهم المختلفة، فوسائل الاتصال الحديثة أصبحت تلعب دوراً كبيراً ومتعاضداً في المجال الثقافي بكل أشكاله وأبعاده، باعتبار أنها مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بثقافة منتجها وقيمه، وبالتالي سيكون لها انعكاس على مستعملها، وعلى من يتلقّى مضامينها ومحتوياتها الإعلامية.

ولدراسة هذا الموضوع، تناول الباحث مجموعة من العناصر كالتالي: وسائل الاتصال الجديدة، شبكة الانترنت، الخدمات والتطبيقات التفاعلية، تكنولوجيا الاتصال والعولمة الثقافية، التدفق الأحادي للمعلومات والمضامين الإعلامية والانعكاسات المختلفة على المستعملين.

وختم الباحث دراسته بنتيجة أن وسائل الإعلام الجديدة ليست كلها شر، فلها انعكاسات وآثار سلبية كما لها آثار إيجابية، فمثلاً لا يمكن إغفال الوظيفة التنقيفية لوسائل الاتصال الحديثة، الوظيفة التعليمية، فالיום نجد أكبر الجامعات والمدارس تعتمد على تكنولوجيا الاتصال، لتحديث العملية التعليمية، كما لا يمكن كذلك إغفال دورها في البحث العلمي وإتاحة مصادر المعرفة الثقافية.

6- دراسة جميلة حمو راشد البلوى (2010): استخدام الانترنت لدى طالبات كلية التربية للبنات بجامعة تبوك وأثره على هويتهن الثقافية. ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر المعلوماتية وقضايا التنمية العربية: رؤى واستراتيجيات، تحرير ضياء الدين زاهر، المكتب الجامعي الحديث.

يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي: ما واقع استخدام الانترنت لدى طالبات كلية التربية للبنات بجامعة تبوك وأثره على هويتهن الثقافية الإسلامية؟

واقترحت حدود الدراسة المكانية على طالبات مرحلة البكالوريوس بكلية التربية بجامعة تبوك، أما حدودها الزمنية؛ فقد تم تطبيق أداة الدراسة الميدانية (الاستبانة) خلال العام الدراسي 1428-1429 هـ. وتمثلت حدود الدراسة الموضوعية في التركيز على واقع استخدام طالبات كلية التربية للبنات بجامعة تبوك للانترنت، وأثر ذلك على هويتهن الثقافية الإسلامية.

واستخدمت الباحثة في دراستها المنهج الوصفي التحليلي، وتكون مجتمع الدراسة من جميع طالبات مرحلة البكالوريوس، بكلية التربية للبنات في تبوك البالغ عددهن 1300 طالبة، وقد تكونت عينة الدراسة من 500 طالبة، اختيرت بطريقة العينة العشوائية العنقودية بواقع 50 طالبة عن كل قسم. وقد بلغت الاستثمارات النهائية التي جمعتها الباحثة 437 تمثل 34% من مجموع طالبات الكلية.

ويمكن تلخيص أهم نتائج هذه الدراسة في النقاط الآتية:

- أشارت النتائج إلى أن غالبية الطالبات يستخدمن الانترنت لأغراض الترفيه، والترفيه، والتسلية، والحديث، واستماع الأغاني، والاستفادة من المواقع التي تهتم المرأة والتنظيف، حيث حصلت هذه الأغراض على رتب متقدمة، فيما احتلت أغراض استخدامه للبحث العلمي والدراسة رتبا متوسطة. وحصلت أغراض استخدامه من أجل التجارة والعمل، وتصفح المواقع الرياضية، واختراق البريد الإلكتروني وأجهزة الحواسيب الأخرى على رتب متأخرة.

- أشارت النتائج إلى أن الطالبات لديهن اتجاهات إيجابية عالية نحو الانترنت، وأنهن يقلن من تأثيره على هويتهن الثقافية، حيث احتلت العبارات التي تتحدث عن تأثير الانترنت في انتشار العديد من القيم الفاسدة، والأخلاقيات السلبية، والعنف والكراهية، وأن له مخاطر على الهوية الثقافية للمواطن، بالإضافة إلى إسهامه في ضعف الوازع الخلقى لدى بعض الشباب رتبا متأخرة، وحصلت على نسب منخفضة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية الطالبات لجوانب الاستخدام الإيجابي والسلبي للانترنت تعزى إلى متغير التخصص.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة لبعث أثر الانترنت على الهوية الثقافية تعزى إلى متغير التخصص، المستوى التعليمي للوالد، ومستوى دخل الأسرة الشهري.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة لبعد أغراض استخدام الانترنت تُعزى لمتغير المستوى التعليمي للوالد. وجميع الفروق لصالح كل من (المؤهل الثانوي- المؤهل الجامعي- المؤهل فوق الجامعي) في مقابل مستوى لا يقرأ ولا يكتب.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة لبعد أغراض استخدام الانترنت تُعزى لمتغير مستوى دخل الأسرة بين مستوى (من 2000 فأقل من 4000)، وكلا المستويين (من 8000- أقل من 10000) ومستوى (10000 فأكثر) لصالح المستوى الأعلى.
- إن للتربية الإسلامية دورها في ترشيد استخدام الطالبات للانترنت للاستفادة من إيجابياته وتجنب سلبياته، وذلك من خلال عدد من أساليب التوجيه التربوي الإسلامي لاستخدام الطالبة المعلمة للانترنت.

7- دراسة بن عيسى محمد المهدي، كانون جمال (2011): مستخدمي الانترنت في المجتمع الجزائري بين الهوية المستقلة والهوية المغتربة، دراسة لعينة من مستخدمي الانترنت بمدينة ورقلة، مقال منشور في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد 06، عدد خاص بالملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، جامعة بسكرة، الجزائر.

حاول الباحثان في هذا المقال أن يبيّنا ما إذا كان مستخدمي الانترنت في المجتمع الجزائري يتفاعلون في مجالات اجتماعية، ذات مضامين ثقافية خاصة ونوعية، ترقى إلى تشكّل هوية مستقلة قادرة على الاختيار والإنتاج والتأثير، أم أنّ تفاعلهم في هذه المجالات هو تفاعل استهلاكي منتج لهوية مغتربة، وذلك من خلال دراسة لعينة من مستخدمي الانترنت بمدينة ورقلة، منطلقان من الإشكالية الآتية: هل أنّ مستخدمي الانترنت في الجزائر يتفاعلون في مجالات اجتماعية ذات مضامين ثقافية خاصة ونوعية، ترقى إلى مستوى تشكّل مجتمع منتج لهوية مستقلة أم أنّها مجالات تفاعلية استهلاكية ومنتجة لهوية مغتربة؟

وانطلاقاً من هذه الإشكالية صاغ الباحثان مجموعة من الفرضيات كالاتي:

- كلما اشتدّ واستمرّ وتنوعّ التفاعل بين مستخدمي الانترنت أدت إلى تشكّل مجال اجتماعي ذو مضامين ثقافية واجتماعية منتج لهوية.
- كلما كانت خصوصيات هذا المجال الاجتماعي ذو المضامين الثقافية غير مناقضة للمجال الاجتماعي الأصلي لمستخدمي الانترنت أدى إلى تشكّل هوية مستقلة.
- كلما كانت خصوصيات هذا المجال الاجتماعي ذو مضامين ثقافية مناقضة للمجال الاجتماعي الأصلي لمستخدمي الانترنت أدى إلى تشكّل هوية مغتربة.

واختار الباحثان المنهج الوصفي لأنه الأنسب لهذه الدراسة، مستخدمان أدوات الملاحظة، المقابلة والاستبيان على عينة عرضية من مرتادي مقاهي الانترنت بورقلة، قُدّر حجمها النهائي بـ 218 مفردة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة نذكر:

- غالبية مستخدمي الانترنت في الجزائر (83%) من مرتادي مقاهي الانترنت هي الشريحة العمرية من 18 إلى 35 سنة.
- مستخدمي الانترنت من ذوي المستوى التعليمي الجامعي أكثر استغلالا لهذا المجال بنسبة 39.44% مقارنة بالمستخدمين ذوي المستوى التعليمي الثانوي والمتوسط.
- تتردد نسبة 39.44% من المبحوثين بشكل يومي على الانترنت بمعدل من ساعتين إلى أربع ساعات.
- أن شدة واستمرارية وتنوع التفاعل بين مستخدمي الانترنت في الجزائر يؤدي إلى تشكّل مجالات تفاعلية ذات مضامين ثقافية، واجتماعية، تعمل على تشكّل، أو إعادة تشكّل الهوية لدى المستخدمين؛ حيث أن نسبة 54.12% من أفراد العينة لا يجدون صعوبة في التعارف، أو التفاعل مع مستخدمي الانترنت عبر الشبكة، كما تدل نسبة 64.19% من حجم العينة لا يتحكمون في أوقاتهم أثناء الإبحار في شبكة الانترنت، كما أن نسبة 48.12% من المبحوثين لا يستطيعون التحكم في مجال التفاعل أثناء إبحارهم في الانترنت، وهو مؤشر على تنوع مجالات التفاعل، ذلك لأن مستخدمي الانترنت في الجزائر ينطلقون من مجالاتهم الاجتماعية المختلفة (طلبة، تجارة، سياحة، ترفيه،...) ما يبيّن تعدد أهدافهم واستراتيجياتهم، كما تختلف في مضامينها الثقافية أو الاجتماعية، ما يجعل فيها دور المستخدم بين مستهلك أحيانا؛ أي موضوعا يتأثر ولا يؤثر، وبين منتج لمضامين إيجابية؛ ما يجعله فاعلا مؤثرا في مجاله الاجتماعي، سواء المحلي أو الافتراضي، ويمكن أن يكون ذاتا أي لا يؤثر ولا يتأثر، كما يمكن أن يكون مستخدم الانترنت موضوعا في مجاله الاجتماعي المحلي، وفاعلا في المجال الاجتماعي الافتراضي، أو قد يكون موضوعا في المجال الافتراضي وفاعلا في المجال الاجتماعي المحلي، وهنا يمكن أن يشكّل مستخدم الانترنت خطورة في مجاله الاجتماعي المحلي، إذا كان موضوعا لمضامين ثقافية واجتماعية مناقضة لمجمعه الأصلي.
- إن المضامين الثقافية، والاجتماعية، والمعاني والرموز التي تتضمنها مجالات تفاعل مستخدمي الانترنت في المجتمع الجزائري بناء على الخصوصيات الاجتماعية، سواء المبنية على الروابط الاجتماعية، أو الأهداف أو الاستراتيجيات اللحظية، أو طويلة المدى، من شأنها أن تكون منتجة لهوية مستقلة؛ أي لها الاستقلالية والقدرة على اختيار المضامين الثقافية والمعاني والرموز، التي تجعل من مستخدم الانترنت فاعلا ومنتجا لمعاني ورموز إيجابية، وإما أن يكون مجالاً لتشكّل هوية مغتربة، ليس لها الاستقلالية ولا القدرة على الاختيار، وهذا من خلال جملة من المؤشرات للتمييز بين هذه المجالات التي يتفاعل فيها مستخدم الانترنت، حيث اختار منها الباحثان في دراستهما هذه مدة تواصل مستخدمي الانترنت في مجال تفاعلهم سواء المجتمع المحلي أو المجتمع الافتراضي، وشدة التفاعل التي تختلف حسب الموقف الاجتماعي، فيمكن أن تكون مبنية على روابط اجتماعية، أو أهداف، أو استراتيجية ودرجة استمرارية التفاعل، هذه المؤشرات التي من خلالها تتحدّد هوية مستخدم الانترنت سواء مستقلة أو مغتربة، وهذه المجالات هي:

المجال الأول: يتميز بتفاعل مستخدمي الانترنت في هذا المجال لمدة طويلة سواء في مجتمعه المحلي أو الافتراضي، وهو ما يعبر عنه المبحوثين بعدم قدرتهم على التحكم في أوقاتهم أثناء تفاعلهم في هذا المجال، وغالبيتهم لا يستطيع الاستغناء عن الانترنت بشكل مؤقت، أو بشكل دائم؛ من خلال التردد اليومي، بمعدل من ساعتين إلى أربع ساعات، كما يتميز هذا المجال بشدة التفاعل المبنية على الروابط الاجتماعية (أسرية، مهنية، تجارية...)، ذلك لأن غالبية مستخدمي الانترنت في الجزائر، حسب نتائج الدراسة، ينطلقون عند تفاعلهم عبر شبكة الانترنت من مجالاتهم الاجتماعية، أما عن درجة استمرار التفاعل فتكون قوية ومتينة، تتيح لمستخدمي الانترنت لإنتاج وإعادة إنتاج رموز ومعاني ومضامين إيجابية، غير مناقضة لخصوصيات مجاله الاجتماعي الأصلي، ومن خلال ذلك يكون هذا المجال منتجا ومكرسا لهوية مستقلة لدى مستخدمي الانترنت، هوية قادرة على الاختيار وإنتاج مضامين ثقافية إيجابية داعمة للهوية في مجتمعه المحلي.

المجال الثاني: هو مجال يتميز عن المجال الأول في أن مستخدمي الانترنت في المجتمع الجزائري، سواء في مجتمعه المحلي أو الافتراضي، يمتاز بمدّة تواصل غير مستقرّة وقد تكون ظرفية، أما شدة التفاعل فتكون مبنية على تحقيق هدف معين، أو مشروع أو استراتيجية، فتواصله أو تفاعله مرهون بمدى تحقيقه لهدفه أو مشروعه، لذلك فدرجة استمرارية التفاعل تكون نسبية ومتوسطة، مما يجعل مستخدم الانترنت في هذا المجال غير منتج لمضامين، أو معاني، أو رموز جديدة، كما أنه لا يتأثر بما يدور في مجال تفاعله، وهو ما ينتج لديه هوية منسجمة.

المجال الثالث: هذا المجال يختلف عن المجالين السابقين، فمدّة التّواصل تكون ظرفية إلى أقصى درجة، سواء في المجتمع المحلي وتواصله مع المجتمع الافتراضي يكون لمدة طويلة دون القدرة على الاختيار، وشدة التفاعل لا تُبنى على أهداف أو استراتيجية معينة؛ فهي مفتوحة على كل المجالات الاجتماعية، ما يجعله مستهلكا ووعاء لما يمليه عليه هذا المجال من مضامين ثقافية، لذلك تكون درجة التفاعل لديه متقطعة ومنخفضة، ما يجعل المستخدم في هذا المجال مرتبك ومتردد بين الهوية الخارجية والداخلية، ما يجعله موضوعا يتأثر، وليس له القدرة على الاستقلالية أو الاختيار ما ينتج لديه هوية مغتربة.

8- دراسة محمد الفاتح حمدي (2012): استخدام الشباب الجزائري لوسائط الاتصال والإعلام الحديثة على قيمهم الثقافية والاجتماعية، مقال منشور في مجلة المستقبل العربي، مجلد 34، عدد 398.

حاول الباحث في دراسته الإجابة على التساؤل الرئيس الآتي: ما مدى تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال والإعلام في قيم الشباب الجامعي الجزائري؟

وللإجابة على هذا التساؤل افترض الباحث ثلاث فرضيات كالاتي:

- يستخدم الشباب الجامعي وسائط الاتصال والإعلام الحديثة لأغراض البحث العلمي، والواجبات المدرسية، وتحميل الكتب، ومتابعة الأخبار، والدردشة، وقراءة الجرائد، والترفيه والاتصال الهاتفي، فهي تلبي رغبتهم في هذا المجال.
- كلما اتجه استخدام الشباب الجامعي لوسائط الاتصال والإعلام الحديثة نحو مجالات البحث العلمي، والأكاديمي، والتربوي، والترفيهي، والتنقيفي، والتوجيهي، والاتصالات الهادفة، والإعلام الهادف، كان لذلك أثر إيجابي في أفكارهم وسلوكياتهم واتجاهاتهم، وقيمهم الثقافية والاجتماعية والدينية داخل المجتمع.
- يعتبر مستوى التعليم، والتربية، والوعي، والأخلاق، والتنشئة الاجتماعية، والتنقيف، والوازع الديني محددات رئيسية في توجيه الشباب الجامعي نحو استخدامات إيجابية لوسائط الاتصال والإعلام الحديثة فيما يخدم قيمهم ويدعمها.

وهدفنا الدراسة أساساً إلى محاولة فهم وظائف استخدام تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة، وأثارها الإيجابية والسلبية في قيم الشباب الجامعي (القيم الدينية والاجتماعية والثقافية) في ظل موجة الغزو الثقافي، داخل النسق الاجتماعي الذي ينتمي إليه، واستشراف آفاقها الممكنة، ووضع جملة من الآليات والوسائل التي يتخذها الشباب الجامعي كغطاء لحماية قيمهم وأفكارهم من الذوبان في ثقافة الآخر، من خلال ما تحمله تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة من ثقافات مغايرة للثقافة المحلية، ومن قيم جديدة مغايرة تماماً للقيم السائدة داخل السياق الاجتماعي التي منعتها في الأصل الدين الإسلامي.

واستخدم الباحث منهج المسح الوصفي بالعينة، التي قدر حجمها بـ450 مفردة موزعة على طلبة جامعات الجزائر، معتمداً على أدواتي الملاحظة والاستبيان.

وتوصل الباحث من خلال الدراسة الميدانية إلى أهم النتائج الآتية:

- بينت الدراسة أن أغلبية المبحوثين من الشباب الجامعي يقضون ما بين ساعة إلى ساعتين في اليوم أمام شبكة الانترنت، وذلك بنسبة 41.98%، ثم الذين يقضون أقل من ساعة في اليوم أمام شبكة الانترنت، وذلك بنسبة 36.51%. كما أظهرت الدراسة أنه لا توجد فروق جوهرية بين الجنسين في المدة الزمنية التي يقضيها الشباب أمام شبكة الانترنت، حيث سجل لدى الذكور متوسط 1.55 في اليوم الواحد، بمقدار ساعتين في اليوم، و1.82 لدى فئة الإناث، بمقدار ساعتين ونصف في اليوم. كما كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين حديثو العهد من حيث استخدامهم لشبكة الانترنت، حيث سجلت نسبة 33.79% للذين يستخدمونها لأقل من سنة، ثم يليه الذين لهم من سنة إلى سنتين في استخدامها بنسبة 30% منهم، والملاحظ أن فئة الذكور هي الأكبر من حيث المدة الزمنية في استخدام الانترنت مقارنة بفئة الإناث.

- بينت الدراسة أن من بين أكثر الاستخدامات التي يقبل عليها الشباب الجامعي بكثرة على شبكة الانترنت هي خدمة البحث العلمي والأكاديمي، وذلك بنسبة 24.13%، ثم تأتي خدمة البريد الإلكتروني بنسبة

11.02%، ثم خدمة التسلية والترفيه بنسبة 10.12%. والملاحظ أن هناك اختلافا بين الذكور والإناث فيما يخص تفضيلهم وترتيبهم للخدمات المقدمة من قبل هذه الشبكة، حيث أوضحت النتائج أن خدمة البحث العلمي تحتل المرتبة الأولى لدى كل الفئات، أما خدمة البريد الإلكتروني، ففئة الذكور في الشعبتين هم الأكثر تركيزا عليها من فئة الإناث. فيما تفضل فئة الإناث في المرتبة الثانية خدمة الترفيه والتسلية على بقية الخدمات المقدمة، وسجلت الدراسة أن فئة الذكور هم الأكثر إقبالا على المواقع الإباحية.

- كشفت الدراسة أن ما يُعرض عبر مواقع الانترنت، من معلومات وصور مختلفة، يتنافى (أحيانا) مع قيمنا السائدة داخل الأسرة الجزائرية في نظر الشباب الجامعي، وذلك بنسبة 66.95%، وهناك من يرى بأن ما يقدم عبر هذه الشبكة يتنافى كلية مع قيمنا الثقافية والدينية والاجتماعية، وذلك بنسبة 32.16%، وقد أظهرت الدراسة أن ما يُعرض عبر مواقع الانترنت لا يتعارض (دائما) مع القيم السائدة داخل المجتمع الجزائري، لأنه قد تكون هناك مواقع كثيرة تفتح مجالا واسعا للبحث العلمي في نظر الشباب الجامعي، وذلك بنسبة 27.65%، كما أن هناك بعض المواقع تدعو إلى الخير والفضيلة بنسبة 26.65%، وبعضها الآخر يُثري المعارف والثقافات المحلية، بنسبة 17.73% في نظر أفراد عينة الدراسة، والملاحظ أن هناك إجماعا بين أفراد عينة الدراسة، على أنه يوجد العديد من المواقع تعمل على دعم القيم والاتجاهات السائدة في مجتمعنا الجزائري، ولكن الأغلبية من المبحوثين أرجعوا أسباب عدم توافق ما يُعرض عبر مواقع الانترنت مع قيمنا الثقافية، والدينية، والاجتماعية، إلى أن أغلبية هذه المواقع تشجع على الرذيلة والفسق والجنس والدعارة، دون رقيب، وفي بعض الأحيان دون الإقدام على فتحها تأتي هذه المواقع أمامك على شاشة الكمبيوتر، وذلك بنسبة 29.27% في نظر الشباب الجامعي، كما أن العديد من المواقع يعمل على تحطيم القيم السائدة واللغة العربية؛ من خلال الترويج للقيم المادية الغربية، وذلك بنسبة 20.13% في نظر عينة الدراسة، بالإضافة إلى تقديم قيم دخيلة على الأسرة الجزائرية، وإظهارها على أنها أساس الحضارة والتقدم، وذلك بنسبة 18.28% في نظر المبحوثين على مستوى الشعبتين.

- أظهرت الدراسة أن الاستخدام المكثف لوسائل الاتصال والإعلام الحديثة يزيد من انتشار الرذيلة وفساد الأخلاق بنسبة 14.82% بين أفراد المجتمع، كما أنها تؤدي إلى تضييع الوقت في نظر المبحوثين، بنسبة 13.03%، وأيضا التشجيع على الكسل، والخمول، والإصابة بالعديد من الأمراض الجسدية والنفسية، بنسبة 10.35% في نظر عينة الدراسة، أما المعلومات الغزيرة والثقافة الواسعة الناتجة من التعرض لهذه الوسائل فقد صنّفها المبحوثون في المراتب الأخيرة.

- بينت الدراسة أن من بين التأثيرات التي أحدثتها تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة على حياة الشباب الجامعي في نظرهم، أنها ساهمت بدور كبير في تعريفهم بالمجتمعات العالمية، وثقافاتها المتنوعة والمختلفة بنسبة 27.06% في نظر المبحوثين، كما أن هذه الوسائل ساهمت في تغيير نظرة الشباب الجامعي إلى

الحياة، وإطلاعها على أنماط وعادات جديدة في حياته، وذلك بنسبة 19.53% منهم، كما يرى البعض أن التعرض لهذه الوسائط هو من أجل التخلي عن القيم التقليدية السائدة داخل المجتمع، وتبني قيم جديدة وافدة إلينا عبر هذه الوسائط بدواعي التحضر والتفتح على ثقافة الآخر - الغرب - وذلك بنسبة 14.03% منهم، ولم تسجل فروقا كبيرة بين الذكور والإناث على مستوى الشعبتين فيما يخص تحديد تأثيرات وسائط الاتصال والإعلام الحديثة في حياتهم.

- توصلت الدراسة إلى أنه بإمكاننا أن نحمي قيمنا الثقافية، والاجتماعية، والدينية، السائدة داخل الأسرة الجزائرية، في ظلّ الغزو الثقافي الوافد إلينا عبر وسائط الاتصال والإعلام المختلفة، وهذا في نظر أغلبية المبحوثين بنسبة 82.32%، مقابل 17.68% من المبحوثين يرون عكس ذلك. ومن بين الأساليب والوسائل التي يراها المبحوثون أنها قادرة على اتخاذها سداً منيعاً، للحفاظ على قيمنا السائدة، نجد في المرتبة الأولى تفعيل دور الأسرة والمسجد والمدرسة والجامعة للقيام بدورها الذي افتقدته منذ سنوات، وذلك بنسبة 17.68% في نظر المبحوثين، أما العنصر الثاني فهو التمسك بالقيم والأخلاق السائدة، وذلك بنسبة 17.60% في نظر المبحوثين، أما العنصر الثالث فهو تنمية الوازع الديني لدى الشباب، من أجل توعيتهم بمدى خطورة ما يُقدّم عبر هذه الوسائط، وذلك بنسبة 15.93% منهم، أما في المراتب الأخيرة فنجد ضرورة تفعيل دور الإعلام المحلي الذي لم يعد له مكانة في ظلّ التنافس الكبير لوسائط الإعلام والاتصال، بالإضافة إلى الرقابة على ما يستورد من البلدان الأجنبية، من منتجات إعلامية، والتي يجب إخضاعها للفحص والمراقبة، من أجل اختيار ما يتوافق مع ثقافتنا وقيمنا السائدة داخل المجتمع. أما فيما يخصّ الذين يرون أنه من المستحيل حماية قيمنا في ظلّ الغزو الثقافي، من خلال ما يبثّ عبر وسائط الاتصال والإعلام المختلفة، فقد أرجعوا ذلك إلى عدّة أسباب يرونها وجيهة لاستحالة حماية قيمنا، وهي ضعف الوازع الديني لدى العديد من الشباب في المجتمع الجزائري، بنسبة 22.58% في نظر المبحوثين، ثمّ تزايد الإغراءات المقدمّة في هذه الوسائط الإعلامية، التي تشجّع الشباب على التخلي عن قيمه السائدة، تحت غطاء ما بعد الحداثة، والعصرنة، والانفتاح على الآخر، أو ما يسمّى بالموضة في كلّ شيء، وأنّ كلّ ما هو تقليدي فهو لا يتماشى مع هذا العصر، ولهذا يجب التخلي عنه، وذلك بنسبة 19.35% منهم، أما العنصر الثالث فهو يتملّ في استحالة وجود جهات قادرة على مراقبة المعلومات الواردة إلينا، بالإضافة إلى تراجع دور الأسرة والمسجد والمدرسة عن أداء دورها المنوط بها، من تربية وتوجيه وإرشاد.

9- دراسة صفوان محمد شلبي (2013): أثر استخدام الانترنت في الصراع القيمي وأزمة الهوية لدى الشباب الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة دمشق. رسالة دكتوراه في علم النفس، جامعة دمشق.

هدفت هذه الدراسة إلى تعرّف أثر استخدام الانترنت في الصراع القيمي وأزمة الهوية لدى الشباب الجامعي، وتعرّف الفروق بين متوسطات درجات الطلبة العينة على كلّ من مقياسي الصراع القيمي وأزمة الهوية، وذلك تبعا للمتغيرات: "عدد ساعات استخدام الانترنت، الجنس، التخصص العلمي والسنة الدراسية".

وقد تكونت عينة البحث من 3012 طالبا وطالبة، منهم 1465 طالبا، بنسبة 84.6%، و 1547 طالبة بنسبة 51.4%. وقد استخدم الباحث المنهج التجريبي، وطبق استمارة لجمع المعلومات (الجنس، التخصص العلمي، السنة الدراسية وعدد ساعات استخدام الانترنت)، واستخدام مقياس الصراع القيمي (من إعداده)، ومقياس أزمة الهوية لراسموسن "Rasmussen" الذي عرّبه عبدالله المنيزل.

وتوصّلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمّها:

- 1- أنّ الطلاب عينة البحث يعانون من وجود صراع قيمي في المجالات الخمسة: الاجتماعي، الثقافي، الاقتصادي، العاطفي والنّفسي؛ ويعانون لذلك من الصراع القيمي بشكل عام، ولكن بدرجة غير مرتفعة.
- 2- أنّهم يعانون من أزمة هويّة ولكن بدرجة ليست كبيرة.
- 3- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين عدد ساعات استخدام العينة الانترنت والصراع القيمي في مجالاته كافة، وكذا أزمة الهوية.
- 4- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الصراع القيمي وأزمة الهوية لديهم.
- 5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الطلبة العينة على كلّ من مقياسي الصراع القيمي وأزمة الهوية تبعا لمتغيّر ساعات استخدام الانترنت، وعلى الأول وحده تبعا للسنة الدراسية.

10- دراسة الباز محمد محمد توفيق (2014): لغة الشباب على فيس بوك، وعلاقتها ببعض أبعاد الهوية الثقافية لديهم. رسالة دكتوراه في الإعلام، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، معهد الدراسات العليا للطفولة بجامعة عين شمس، مصر.

تلخّصت مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي: ما لغة الشباب على "فيس بوك"، وما علاقتها بهويتهم الثقافية؟ وتمثّلت فروض الدراسة فيما يأتي:

- 1- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الطلاب العينة لفيس بوك ومستوى الهوية الثقافية لديهم.
- 2- يوجد فارق ذو دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور والإناث مستخدمي "فيس بوك" العينة على مقياس الهوية الثقافية.
- 3- ثمة علاقة دالة إحصائية بين استخدام المستويات اللغوية على "فيس بوك" من قبل الطلاب العينة، ومستواهم الاجتماعي الاقتصادي.
- 4- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمبحوثين ومستوى الهوية الثقافية لديهم.

وتمثل الهدف الرئيس للدراسة في تعرف المستويات اللغوية التي يستخدمها الشباب على "فيس بوك"، في العينة المختارة من طلاب الصفين الأول والثاني ثانوي، تطبيقاً على ثلاث صفحات من "فيس بوك"، وعلاقة ذلك بهويتهم الثقافية، إضافة إلى تقديم تصور مقترح لتوحيد طريقة الكتابة بالفرنكوارك، يحتوي حلاً لمشكلة تضارب مقابلات الحروف العربية التي ليس لها مقابل صوتي في قرينتها الرومانية، سعياً إلى تعميمها، بدلاً من طرق الرومنة المتعددة؛ لتمكين غير الناطقين العربية من قراءتها سليمة، ولا سيما عند قراءة القرآن الكريم، والسنة المطهرة، مكتوبين بها، ومقترح إضافة الحروف المثلثة (پ، "ج" و"ف") إلى حروف الهجاء العربية، وفي لوحات المفاتيح الكمبيوترية، لضمان كتابة الحروف المعرّبة المحتوية حرفاً منها أو أكثر صحيحة كما تنطق.

واستعان الباحث في إطار دراسته الوصفية بمنهج المسح الإعلامي للعينة، حيث طبق دراسته التحليلية على ثلاث صفحات من "فيس بوك"، هي: "أساجي"، "تقف نفسك" و"*Helmy Lovers*"، موزعاً أسبوعه الصناعي عليها، بواقع أربعة (04) أيام من كل صفحة منها، خلال الأشهر الثلاثة الأولى من العام 2014. كما طبق دراسته الميدانية على عينة من طلاب وطالبات الصفين الأول والثاني الثانوي العام، قوامها 400 طالب، مقسمة بالتساوي ما بين الذكور والإناث، والمدارس الحكومية والخاصة العربية واللغات، من إدارتي عين شمس ومصر الجديدة التعليميتين.

واستخدم استمارة لتحليل مضمون العينة، وطبقها على عينة عمدية من صفحات "فيس بوك"، واستمارة استبيان، ومقياس الهوية الثقافية (لثناء يوسف الضبع)، الذي يقيس الهوية الثقافية وفق أبعاد ثمانية هي: التطلع للمستقبل، والانتماء، والموائمة بين الأصالة والمعاصرة، والتسامح، والقابلية للتطور، والمرونة والوسطية، والاهتمامات الثقافية والفنية، والتراث الشعبي، والعادات المرتبطة بالملبس والمأكل.

ومن أهم نتائج الدراسة التحليلية التي توصل إليها الباحث:

- أن الثنائية حققت أعلى استخدام في كتابة المشاركات والتعليقات على صفحات "فيس بوك" عينة الدراسة بنسبة 30.7%، واستخدمت أكثر في صفحة "*Helmy Lovers*"، ثم في صفحة "تقف نفسك"، ثم في صفحة "أساجي".
- تلتها الفصحى وحدها، بنسبة 30.2%، وقد استخدمت أكثر في صفحة "تقف نفسك"، ثم في صفحة "*Helmy Lovers*"، ثم في صفحة "أساجي".
- وجاءت العامية الثالثة بنسبة 27.4%، واستخدمت أكثر في صفحة "*Helmy Lovers*"، ثم في صفحة "تقف نفسك"، ثم في صفحة "أساجي".
- وجاءت بعدها الأزواجية بنسبة 04.8%، واستخدمت أكثر في صفحة "*Helmy Lovers*"، ثم في صفحة "تقف نفسك"، ثم في صفحة "أساجي".

- ثم جاءت الفرنكوأريك وحدها بنسبة 04%، واستخدمت أكثر في صفحة " *Helmy Lovers* "، ثم في صفحة "تقف نفسك"، ثم في صفحة "أساجي".
- ثم جاءت الأجنبية منفردة بنسبة 02%، واستخدمت أكثر في صفحة " *Helmy Lovers* "، ثم في صفحة "تقف نفسك"، ثم في صفحة "أساجي".
- وجاءت المعرّبة منفردة أخيراً بنسبة 0.9%، واستخدمت في كلٍّ من صفحتي "تقف نفسك" و" *Helmy Lovers* "، ولم تستخدم في صفحة "أساجي" على الإطلاق.

ومن أهم نتائج الدراسة الميدانية التي توصلت إليها الدراسة ما يأتي:

- أن الفرنكوأريك احتلّ الصدارة في استخدام الطلاب العينة في الكتابة على "فيس بوك"، حيث يستخدمها 59.8% منهم. وحلّت الازدواجية ثانية، حيث يستخدمها 15.9% من الطلاب. ثم جاءت الثنائية الثالثة، بنسبة 12.2%، تلتها العامية منفردة في الترتيب الرابع، حيث تُستخدم من قبل 11.4%. ولم ترق نسبة استخدام الفصحى منفردة إلى 01% من الطلاب، حيث بلغت 0.8%، ولم يستخدم الطلاب العينة المعرّبة وحدها، ولا الأجنبية وحدها البتة.
- إن أكثر المستويات التعليمية استخداماً في الازدواجية والثنائية هو الفرنكوأريك، حيث استخدم من قبل 93.4% من الطلاب، تلاه العامية، واستخدمت بنسبة 78.3%، ثم الفصحى بنسبة 15.1%.
- وأما أبعاد الهوية الثقافية في رأي المبحوثين، فقد حقق الدين أعلى نسبة في رأيهم (سواء من اختاروه وحده ومع غيره)، وبلغت 20.4%، تلاه اللغة في رأي 17% منهم، ثم التاريخ والتراث والحضارة بنسبة 18.6%، ثم العادات والتقاليد في رأي 14%، تلاها الانتماء الوطني بنسبة 14.1%، ثم الثقافة في رأي 15.2% منهم، وجاء أخيراً "غير ذلك" لدى 0.7% منهم.
- وأما عن ارتباط اللغة بغيرها من أبعاد الهوية الثقافية كما يرى المبحوثون، فقد ارتبطت بالدين لدى 11% منهم، وبالتاريخ والتراث والحضارة لدى 17%، وبالعادة والتقاليد لدى 17.5% وارتبطت بالانتماء الوطني لدى 24.9%، وبالثقافة لدى 20% منهم.
- وأما بشأن دور اللغة المستخدمة على "فيس بوك" في المحافظة على الهوية الثقافية، فكان أكثر المبحوثين يرونه منعدماً بنسبة 40.2%، بينما شكّل من يرونه مكماً 35.5%، ورآه 22% منهم أساسياً. وأخيراً رآه 02.4% منهم مقتصرًا على أمور معينة؛ تركزت - كما يرون - في التعامل على "فيس بوك"، وكتابة اللغة الإنجليزية، والسرعة في الكتابة، وتسهيل التواصل، وجعل انتقال المعرفة أسرع، وتبادل الكلمات فقط، مما يعدم الاهتمام بشكل الكتابة ونوعها.
- وأما بشأن تأثير اللغة المستخدمة على "فيس بوك" على الهوية الثقافية، فيرى 36% من المبحوثين أن لتلك اللغة أثراً سلبياً على الهوية الثقافية، مقابل 27.3% يرون أن لها أثراً إيجابياً على الهوية الثقافية، بينما يرى

04.5% من المبحوثين أن لها أثراً سلبياً على الهوية الثقافية كما أن لها أثراً إيجابياً عليها أيضاً، لكن 32.3% يرون أن هذه اللغة ليس لها تأثير سلبي ولا إيجابي.

- وأما عن مظاهر الآثار السلبية للغة المستخدمة على "فيس بوك" على الهوية الثقافية، فقد استأثرت المظاهر الخمسة المذكورة مجتمعة بأعلى نسبة في رأي المبحوثين (66.4%). تلاه ضعف اللغة ونسيانها بالتدريج (19.2%). ثم التهاون بالتعاليم الدينية بنسبة 06%. وجاء بعد التهاون بشأن العادات والتقاليد. وتقارب كل من إهمال التاريخ والتراث والحضارة، وانخفاض روح الانتماء الوطني، حيث حصد الأول 02.7% من رأي المبحوثين، والأخير 02.3%.

- وأما مظاهر الآثار الإيجابية لتلك اللغة على الهوية الثقافية، فقد حققت مجتمعة أكبر نسبة في رأي المبحوثين 38.8%. تلاها الحفاظ على اللغة والاعتزاز بها بنسبة 27.9%. ثم التمسك بالتعاليم الدينية (9.8%). ثم التمسك بالعادات والتقاليد (8.7%). وجاء بعده تعزيز روح الانتماء الوطني (7.7%)، ثم الاعتزاز بالتاريخ والتراث والحضارة (7.1%).

كما كانت نتائج اختبار صحة الفروض كما يأتي:

- لا علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الطلاب العينة موقع "فيس بوك" ومستوى الهوية الثقافية لديهم.
- ليس هناك فارق ذو دلالة إحصائية بين متوسطي درجات كل من الذكور والإناث مستخدمي "فيس بوك" العينة على مقياس الهوية الثقافية.
- ثمة اختلاف دال إحصائياً في مستويات اللغة المستخدمة على "فيس بوك"، تبعاً لاختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي.
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمبحوثين ومستوى الهوية الثقافية لديهم، لصالح متوسط درجات الطلاب في المستوى الاجتماعي المتوسط.

11- دراسة أحمد سمير عبد الهادي حسن (2014): استخدام الشباب الجامعي المصري للمواقع الإلكترونية وعلاقته بتبني أنماط ثقافية غربية. رسالة دكتوراه في الإعلام، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، معهد الدراسات العليا للطبفة بجامعة عين شمس، مصر.

حاول الباحث بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي: ما العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي المصري للمواقع الإلكترونية وتبنيهم أنماط ثقافية غربية؟

وتمثل الهدف الرئيس للبحث في التعرف على العلاقة بين استخدام عينة من الشباب الجامعي المصري للمواقع الإلكترونية، وتبنيهم أنماط ثقافية غربية. ووردت فرضيات الدراسة كالآتي:

- الفرض الأول: توجد علاقة دالة إحصائية بين معدّل استخدام الشّباب الجامعي المصري للمواقع الاليكترونية وتبنيهم أنماطا ثقافية غربية.
- الفرض الثاني: تختلف الأنماط الثقافية الغربية المكتسبة لدى الشّباب الجامعي المصري الذين يتعرّضون لمواقع التواصل الاجتماعي التي تنتشر مضامين وعادات وسلوكيات غربية باختلاف نمط تعليمهم (لغات- عام- أزهري).
- الفرض الثالث: توجد علاقة دالة إحصائية بين معدّل استخدام الشّباب الجامعي المصري للمواقع الاليكترونية (مواقع التّواصل) والخصائص الديموغرافية لديهم (النوع، الجامعة، المستوى الاقتصادي والمستوى الاجتماعي).
- الفرض الرابع: توجد علاقة دالة إحصائية بين تفضيل الشّباب الجامعي المصري لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي، والمتضمّنة فيديوهات وعادات وسلوكيات غربية وتبنيهم أنماطا ثقافية غربية.
- الفرض الخامس: توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين الذين يستخدمون صفحات مواقع التواصل الاجتماعي على اختلاف متغيّراتهم الديموغرافية (النوع، الجامعة، المستوى الاجتماعي الاقتصادي، محل الإقامة) في تبنيهم أنماطا ثقافية غربية.

واستخدمت الدّراسة منهج المسح بالعينة بشقيّه التحليلي والميداني، حيث قام الباحث بتطبيق الدّراسة الميدانية على عينة عمدية من شباب الجامعات المصرية، بالفترتين الأولى والثانية، ممّن يقعون في المرحلة العمرية من 18- 21 سنة، وبلغت قوامها 400 مفردة؛ 200 منها ذكور، و200 إناث، وتمّ توزيعهم بتكرار بلغ 100 مفردة على كلّ جامعة من الجامعات الأربعة عينة الدّراسة؛ 50 ذكور و50 إناث.

وتمثّل مجتمع الدّراسة التحليلية في مواقع التّواصل الاجتماعي، والتي تمّ تحديدها بناء على الدّراسة الاستطلاعية لصفحة "تقف نفسك".

واستخدم الباحث استمارة تحليل المضمون، استمارة استبيان ومقياس المستوى الاقتصادي والاجتماعي. ومن أهمّ النتائج التي توصلت إليها الدّراسة التحليلية نذكر:

- احتلّ المضمون(الثقافي) مقدّمة نوع المضمون المعروف على صفحة "فيس بوك" محلّ الدّراسة "تقف نفسك"، بنسبة بلغت 35.1%، ثمّ جاءت (الموضة، والمأكل والمشرب) في المرتبة الثانية، بنسبة بلغت 13.3% لكلّ منهما، ثمّ (الديني) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 08.2%، ثمّ (العادات والتقاليد) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 07.3%، وجاء (الفن) في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت 06.9%، وأخيرا (الإعلامي) بنسبة 0.8%.
- إنّ لغة المضامين المعروضة من الفيديوهات والصور على صفحة الموقع محلّ الدّراسة تمثّلت في (اللغة العربية) في المقدّمة، بنسبة بلغت 86.7%، وجاءت (اللغة الانجليزية) في المرتبة الثانية، بنسبة بلغت 13.3%.

- إنَّ القالب الإعلامي الذي نُشرت به الموضوعات المعروضة على صفحة "فيس بوك" محلَّ الدراسة هو (الحديث) في المقدّمة بنسبة بلغت 37.9%، ثمَّ جاءت (مقطع فيديو يوتيوب) في المرتبة الثانية، بنسبة بلغت 22.9%، يليه (خبر) في المرتبة الثالثة، بنسبة بلغت 21.6%، وأخيرا جاءت عبارة (صورة مصحوبة بدعاء) بنسبة بلغت 17.6%.
- شكّل التعبير عن الرّأي اتجاه القضايا المطروحة على صفحة "فيس بوك" محلَّ الدراسة تمثّلت في (الإعجاب بالمنشور الرئيسي) في المقدّمة، بنسبة 43.8%، ثمَّ (التعليق على المنشور الرئيسي) في المرتبة الثانية، بنسبة 43.2%، ثمَّ (الإعجاب بتعليق العضو) في المرتبة الثالثة، بنسبة 12.2%، وأخيرا (التعليق على تعليق العضو) بنسبة 0.8%.
- اللّغة المستخدمة في تعليقات الأعضاء على "فيس بوك" محلَّ الدراسة تمثّلت في (لهجة عامية) في المقدّمة بنسبة 54.6%، ثمَّ (فرانكو أرب) في المرتبة الثانية، بنسبة 12.7%.

أما من أهمّ نتائج الدّراسة الميدانية، نذكر:

- بيّنت النتائج أنّ 72.7% من المبحوثين أعربوا عن معرفتهم إلى حدّ كبير بمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، يوتيوب وتويتر)، بينما أعرب 27.3% منهم عن معرفتهم بها إلى حدّ ما.
- إنّ اللّغة الانجليزية جاءت في مقدّمة واجهة الاستخدام المفضّلة لدى المبحوثين عند استخدامهم "فيس بوك" و"تويتر"، بنسبة 65%، ثمَّ (اللغة العربية) بنسبة 35%.
- جاءت عبارة (تنمية معلوماتي الثقافية والسياسية) في مقدّمة الهدف الرئيس من استخدام المبحوثين لمواقع التّواصل الاجتماعي من وجهة نظرهم بنسبة 85.5%، ثمَّ (لمتابعة الأحداث العربية والعالمية) في المرتبة الثانية بنسبة 62.3%، ثمَّ (التعرّف والاطّلاع على الثقافات الأخرى) في المرتبة الثالثة بنسبة 60%، ثمَّ (متابعة كلّ ما هو جديد في عالم الموضة والنّجوم) في المرتبة الرابعة بنسبة 59.5%، ثمَّ (الاطّلاع على عادات وتقاليد الشّعوب الأخرى) في المرتبة الخامسة بنسبة 59.3%، وأخيرا (لتبادل الفيديوهات والأخبار والصّور مع الأصدقاء) بنسبة 47.8%.
- تبين أنّ (فيس بوك) جاء في مقدّمة ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضّلها المبحوثون، بوزن مؤوي 32.7%، ثمَّ (اليوتيوب) في المرتبة الثانية، بوزن مؤوي 24.4%، ثمَّ (تويتر) في المرتبة الثالثة، بوزن مؤوي 17.2%، ثمَّ مواقع (الأسئلة والأجوبة) في المرتبة الرابعة، بوزن مؤوي 14.8%، وأخيرا (ماي سبايس) بوزن مؤوي 10.7%.
- توصلت نتائج الدّراسة إلى أنّ 46.8% من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي يوميا (أكثر من 04 ساعات)، بينما يستخدمها 22.3% منهم من (ساعة إلى ساعتين)، ويستخدمها 18.3% (من ساعتين إلى أربع ساعات)، ويستخدمها أيضا 12.8% منهم (أقل من ساعة).

- أظهرت نتائج الدراسة أن 33% من المبحوثين يرون أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثيراً على أنماطهم الثقافية إلى حد كبير، بينما يرى 56.5% أن تأثيرها إلى حد ما على أنماطهم الثقافية، وفي المقابل يرى 10.5% منهم أنها ليس لها تأثير على أنماطهم الثقافية.
- جاءت (اللغة) في مقدمة ترتيب الأنماط الثقافية، التي يرى المبحوثون أنها تؤثر في الشباب المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي، بوزن مؤوي 22.9%، ثم (السلوك) في المرتبة الثانية، بوزن مؤوي 21.8%. ثم (العادات والتقاليد) في المرتبة الثالثة، بوزن مؤوي 18.9%، وأخيراً (البرامج الترفيهية)، بوزن مؤوي 14.9%.
- جاء (فيس بوك) في مقدمة أهم المواقع التي يتأثر المبحوثون بها، ويستجيبون لمضمونها الثقافي، بنسبة 72.8%، ثم (تويتز) في المرتبة الثانية، بنسبة 62.5%، ثم (اليوتيوب) في المرتبة الثالثة، بنسبة 53.8%، وأخيراً (ماي سبايس) بنسبة 27.3%.
- توصلت نتائج الدراسة إلى أن 59.8% من المبحوثين يرون أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثيراً على عادات وتقاليد وسلوكيات الشباب المصري إلى حد كبير، بينما يرى 36.8% منهم أن تأثيرها إلى حد ما، وفي المقابل يرى 03.5% منهم أن ليس لها تأثير على عادات وتقاليد وسلوكيات الشباب المصري.

ومن أهم نتائج فروض الدراسة:

- تحقق صحة الفرض الأول، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام الشباب الجامعي المصري للمواقع الإلكترونية، وتبنيهم أنماطاً ثقافية غريبة؛ من خلال ملاحظة الآخرين وتقليدهم ومحاكاتهم، حيث جاءت قيمة معامل بيرسون (0.614)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01).
- تحقق صحة الفرض الثاني، حيث ثبت وجود فروق دالة بين الأنماط الثقافية الغربية المكتسبة لدى الشباب الجامعي المصري الذين يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي، التي تنتشر مضامين، وعادات وسلوكيات غريبة باختلاف نمط تعليمهم (لغات، عام، أزهري)، حيث بلغت قيمة ف (3.564) وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05.
- لم تتحقق صحة الفرض الثالث، حيث ثبت عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام الشباب الجامعي المصري للمواقع الإلكترونية (مواقع التواصل) والخصائص الديموغرافية لديهم (النوع، الجامعة، المستوى الاقتصادي والمستوى الاجتماعي)، حيث جاءت قيمة معاملات ارتباط بيرسون قيماً غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05).
- تحققت صحة الفرض الرابع من حيث وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تفضيل الشباب الجامعي المصري لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي، والمتضمنة فيديوهات وعادات وسلوكيات غريبة، وتبنيهم أنماطاً ثقافية غريبة، حيث جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.503)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05).

- تحققت صحة الفرض الخامس جزئياً، حيث تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلى وجود فروق بين المبحوثين الذين يستخدمون صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع، حيث بلغت قيمة "ت" (2.124)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، وأشارت إلى عدم وجود فروق المبحوثين الذين يستخدمون صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي.

12- دراسة نورالدين ميني (2014): الإعلام الجديد والهوية الثقافية والاجتماعية للشباب، الشبكات الاجتماعية أنموذجاً، مقال منشور في مجلة الكلمة، مجلة فصلية تعنى بشؤون الفكر الإسلامي وقضايا العصر والتجدد الحضاري، تصدر عن منتدى الكلمة للدراسات والأبحاث، السنة الحادية والعشرين، بيروت- لبنان.

حاول الباحث في مقاله البحث في الآثار الاجتماعية والثقافية للشبكات الاجتماعية على هوية الشباب، من خلال البحث في المحاور الآتي ذكرها:

- ماهي معالم الهوية الجديدة التي تطرحها تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة؟
- كيف تؤثر الشبكات الاجتماعية على الهوية الثقافية والاجتماعية للشباب؟
- ماهي معالم الهوية الثقافية والاجتماعية للشباب عبر الشبكات الاجتماعية؟
- ماهي الآثار الاجتماعية والنفسية والثقافية لاستخدام الشباب للشبكات الاجتماعية؟

ووصل بعد عرضه المفصل إلى أن الشبكات الاجتماعية و"فيس بوك" خصوصاً، غيرت الوجه العام لبناء الهوية، من خلال سماحها لمستخدميها عبر العالم بإعادة مفهومة صورهم عن ذاتهم، بالانتقال من هوية مؤسسة مكانياً وواقعياً، إلى أشكال هجينة ومرنة للهوية، بفضل الخدمات التي توفرها؛ من تدوين وألعاب ودرشة والانضمام إلى مجموعات معينة، وغيرها...، حيث تعتبر هذه الخدمات تجارب افتراضية يطور من خلالها مستخدمو فيس بوك مفهومهم لذواتهم وهوياتهم الملحقة.

13- دراسة بدر الدين بن بلعباس (2015): شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين- الفيس بوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجا. مذكرة ماجستير في علم اجتماع التربية، جامعة بسكرة.

قامت المشكلة المدروسة أساساً على البحث في استقهام مرده التحقق من وجود علاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي وبين الهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين، لذا كان التساؤل الرئيس لهذه الدراسة كالتالي: هل توجد علاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين؟

وهدف الباحث من خلال دراسته إلى البحث في مسألة شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين.

ونظراً لاحتياجات الموضوع، واستجابة لمتطلباته، فإن الباحث وضع أربع فرضيات كالتالي:

- الفرضية الأولى: توجد علاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين للفييس بوك ورؤيتهم للعادات الاجتماعية.
- الفرضية الثانية: يناقش الطلبة الجامعيون مسألة التقاليد الاجتماعية على شبكة فيس بوك.
- الفرضية الثالثة: توجد علاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين للفييس بوك، وبين مسألة الأعراف.
- الفرضية الرابعة: توجد علاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين للفييس بوك، وبين اللغة المستعملة في نقاشاتهم.

واعتمد الباحث في معالجته لهذا الموضوع على المنهج الوصفي، مستخدماً أدوات مختلفة كالملاحظة، المقابلة واستمارة الاستبيان، التي تم تطبيقها على عينة عشوائية بسيطة تم اختيارها من مجموع طلبة جامعة بسكرة، وقدر حجمها بـ702 مفردة، في الفترة الزمنية ما بين شهر أكتوبر 2013 ونفس الشهر من سنة 2014.

ومن أهم النتائج التي وصلت إليها هذه الدراسة نذكر:

- يناقش الطلبة الجامعيون المواضيع المتعلقة بالعادات الاجتماعية على صفحات فيس بوك، بل ويؤكدون على أهمية هذه المواضيع، وضرورة التعاطي معها بلا تمييز لمنطقة معينة دون أخرى، اجتناباً للدخول في متاهات العنصرية أو العصبية وغيرها من الأمور.
- يرى غالبية الطلبة أن نقاشاتهم على صفحات فيس بوك إنما تنطلق من فكرة مسبقة وخلفية محددة، وبالتالي فإن طرحهم لقضايا العادات الاجتماعية على فيس بوك إنما يختزل رؤيتهم إليها في الواقع، وهم في غالب الأحيان يصرون على آرائهم ويدافعون على مقترحاتهم.
- الطلبة كشرحية واعية تميز جيداً بين منطق التعامل في الفيس بوك، ويقدرّون التباين الحاصل بين الأساليب، ويدعمون النقاشات الراقية التي تصنع إضافات علمية وعملية إلى رصيدهم الفكري.
- يرى الطلبة بإمكانية تغيير أفكارهم في حالات لعل أهمها وفود الحج العلمية المقنعة، الأسلوب المنهجي السليم في الحوار والإقناع، كثرة تداول المواضيع، التنشئة التي تلعب دوراً في حفظ وتطوير المنطلقات الأولية لتصورات الأفراد، وكذلك جماعة الرفاق.
- يناقش الطلبة الجامعيون مسائل التقاليد الاجتماعية، ويرون أنها تحتل مكانة على صفحات فيس بوك، وتلاقي تفاعلاً وإقبالاً عند الطلبة.
- يمتلك الطلبة الجامعيون تصورات عن التقاليد الاجتماعية وهم مسؤولون عنها؛ إذ أنهم غالباً ما يستخدمون هذا الفضاء الرقمي للدفاع عن آرائهم ومعتقداتهم المتعلقة بالنقد أو المدح.
- لا يهتم الطلبة كثيراً بالنقاش حول مسألة التقاليد الاجتماعية لمنطقة الزيبان إلا من زوايا معينة، وفي أطر محدودة.
- يناقش الطلبة الجامعيون المسائل المتعلقة بالأعراف الاجتماعية على صفحات فيس بوك ويهتمون بها.

- يتبادل الطلبة آراءهم حول نظراتهم للأعراف الاجتماعية، وتشكل لهم بديلا عن معتقداتهم القديمة.
- تستقطب النقاشات المتعلقة بالأعراف الاجتماعية اهتمامات الطلبة.
- تؤثر المجموعات التي يتواصل معها الطالب في رؤيته ومعتقداته حول الأعراف الاجتماعية.
- يرى الطلبة أنهم يستخدمون اللغة العربية مع إدراكهم للبعد الحقيقي للغة ودورها في الصراع وكونها واحدة من أهم دعائم الهوية الثقافية.
- تداول اللغة العامية بين الأفراد جعلهم يميلون أكثر لاستخدامها حتى على حساب اللغة الأم التي يقرّون بأهميتها.
- لا يتعصّب الطلبة إلى لغة معينة أثناء تواصلهم على صفحات فيس بوك، بل ومرتدّون بشأن الإقرار باستعمالهم لغة هجينة؛ عبارة عن مزيج من الأرقام والحروف بلغة أجنبية ذو دلالة عامية.

14- دراسة بيبيمون كلثوم (2016): تصور وممارسة الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري بين الفضاء الإلكتروني والممارسة الواقعية. دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجامعي مستخدم شبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك" باتنة نموذجا.

تناولت هذه الدراسة تأثير شبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك" من خلال واحد من أهم أبعادها، وهو تأثيرها في الهوية الثقافية لمستخدمي هذه الشبكة، من خلال عملية الاتصال مع الآخر. إذ أنّ المستخدم يميل إلى تقمص عدة هويات أثناء عملية الاتصال بالمقارنة مع الممارسة الواقعية لسلوك المواطن.

ولمناقشة هذا الموضوع، قامت الباحثة بطرح التساؤلات الآتية: ما الذي يؤسس الهوية الثقافية في ظل المجتمعات الكونية؟ وهل الهوية تنشأ أم تبنى؟ ماهي العناصر الموجهة لمضامينها؟ وكيف تتمظهر الهوية الإلكترونية لدى الشباب الجزائري عبر شبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك"؟ وماهي انعكاساتها على تصوراتهم وممارساتهم الهوياتية في الواقع الاجتماعي؟

وللإجابة على هذه التساؤلات، طبقت الباحثة دراسة استطلاعية، سعت من خلالها إلى استكشاف الظاهرة، والتعرّف على خصائصها، وعليه طبقت المنهج الوصفي الذي هدفت من خلاله إلى جمع معلومات وحقائق دقيقة حول الظاهرة قيد الدراسة، والتعبير عنها كمياً، وبالتالي لجأت إلى استخدام العينة القصدية، التي حدّدت معايير لانتقاء مفرداتها بالنظر إلى اعتبارات منهجية فرضتها الدراسة وهي: أن يكون شاباً جامعياً. وأن يكون اشتراكه على "فيس بوك" منذ سنة على الأقل.

وعليه، تمّ إعداد استمارة استبيان، وزّعت على 100 طالب من قسم العلوم الاجتماعية شعبة علم الاجتماع بجامعة باتنة، وتمّ استرداد 55 استمارة معيّنة.

وأهمّ نتيجة وصلت إليها الدراسة "أنّ الشباب في حيرة من أمره"، ويتجلّى ذلك في:

- الشباب يواجه سجالاتاً حقيقياً بفعل تعدد وتداخل نماذج التصورية التي توجه سلوكياته الهوياتية عبر الشبكات الاجتماعية، وهذا في ظل النموذج الإدراكي المحلي، الذي تتأسس عليه هويته، بل تنوعه وتعدد أبعاده وعدم قدرته على احتوائه.

- الشباب في حيرة من أمره بفعل غزو النموذج الإدراكي الغربي المؤسس على مركزية العقل وحسية المعرفة، فهو يرفض بشكل واع الفكر استلاب هويته الثقافية، ولكنه يستبطن النموذج التغريبي بشكل لا واعي من خلال تناقض تصوراته وممارساته الهوياتية عبر الفضائين الاليكتروني والواقعي، والتي تبرز من خلال ما يأتي:

1- إن طبيعة العلاقات الشبكية على الفيس بوك مقارنة بالواقع هي في غالبها علاقات ذات أبعاد عالمية، ثم محلية ووطنية. مما يؤكد الطابع العالمي الذي أصبحت تتخذه هويات شباب اليوم.

2- إن اللغة الغالبة على الشبكة هي اللغة الدارجة المحلية بنسبة 33.01%، تليها اللغة الفرنسية، ثم اللغة العربية الفصحى.

3- صياغة النموذج الهوياتي: تساهم عمليات التفاعل والتواصل المتجدد داخل المجموعات الافتراضية في تشكيل النموذج الهوياتي تدريجياً من خلال توجيهات المجموعة بحسب الآراء والتعليقات والنقاشات المثارة، والتي تثبت رموزاً ودلالات، ومعان يتلبسها أفرادها، ويساهمون في نشرها عبر الفضاء الافتراضي لتنتقل بعض دلالاتها إلى الممارسة الواقعية.

4- أثبتت النتائج وجود نموذجان مسيطران للهوية الثقافية، تبرز من خلال كيفية النظر إلى الذات والتفاعل مع الآخر من الفضاء الافتراضي إلى الفضاء الواقعي:

أ- هوية مقاومة تسعى للحفاظ على خصوصيتها، وتوظيف الفضاء الافتراضي لتنمية الذات والتعبير عن مظاهر المقاومة الثقافية عبر تأكيد الذات من خلال إثبات العلاقة القوية مع عناصر الهوية الثقافية وهي: الدين، اللغة، التاريخ والوطن... مع تأكيد انفتاحها مع الآخر لكن لغاية عليا؛ وهي التعريف بالذات.

ب- هوية اختزالية مائعة تتميز بالطابع الاختزالي للغة، للعلاقات، تتعامل بمرونة كبيرة مع الأحداث، تتلبس الرموز والدلالات الجديدة بمرونة وتتواصل مع الثقافات الأخرى بذات الطريقة من خلال تأكيد انفتاحها اللامحدود، وغير الموجه نحو الآخر. وهو الأمر الذي انعكس سلباً على علاقتها بلغتها، واقعها، ممارساتها، مواقفها من قضاياها.

2- التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال عرض الباحثة للدراسات السابقة ذات الصلة بمتغيري موضوعها؛ الإعلام الجديد بأحدث تطبيقاته "الشبكات الاجتماعية الاليكترونية" والهوية الثقافية، تبين لها أن هذه الدراسات اشتركت في عمومها في البحث عن تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على الهوية الثقافية، كما أن الملاحظ عليها أيضا أن ظاهرة الهوية الثقافية قد درست في علاقتها بالعولمة الإعلامية والثقافية، وما تحدثه هذه الأخيرة داخل المجتمعات العربية من تغييرات جذرية على مستوى القيم، والأفكار، والاتجاهات.

وعلى ضوء النتائج التي توصلت إليها في عمومها، يمكن القول حسب موجز هذه الدراسات أن العرب مازالوا دون المستوى المطلوب في مجال تكنولوجيا الاتصال، وأن الهوية الثقافية للشعوب والأمم تواجه جملة من التحديات أفرزتها العولمة بأدواتها، ومنها تكنولوجيا الاتصال التي تبرز ملامح الخصوصية الثقافية بشكل ضعيف، وتؤثر سلبا على اللغة العربية، وتدعم اللهجات المحلية، واللغات الأجنبية، واللغة المستحدثة "الفرنكو أراب" أو ما يسمى بـ"العربيزي" على حسابها، كما تعمل على إزالة الحواجز والقيود، وتهدف إلى العولمة، فأدت إلى ثقافة الاختراق، وبالتالي ساعدت وأدت إلى صياغة ثقافة عالمية، عملت على قطع الصلة بين الأجيال الجديدة وماضيها وتراثها، وتهميش الثقافة الوطنية.

كما اشتركت أغلب الدراسات التي بحثت في العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية بأن هذه الشبكات الاجتماعية، وخاصة "فيس بوك"، غيرت الوجه العام لبناء الهوية، من خلال سماحها لمستخدميها عبر العالم بإعادة مفهومة صورهم عن ذاتهم، ووصلت أغلبها إلى نتيجة مفادها أن حماية الهوية الثقافية في عصر العولمة لم يعد أمرا سهلا؛ جرّاء محاصرة الغزو الثقافي، الناتج عن البث التلفزيوني وشبكات التواصل الاجتماعي، وأنه لا يمكن التغلب على المشكلات والتحديات التي تطرحها العولمة، والتي أتت بها الإعلام الجديد، وثورة الاتصال على المجتمعات العربية برفضها أو الهرب منها أو إدانتها، وإنما بخلق الشروط الاقتصادية والسياسية والثقافية التي تسمح بالسيطرة على آلياتها، والاستفادة منها لإعادة بناء هذه المجتمعات نفسها، وإعادة الثقة لقاواها الاجتماعية والثقافية، كما أن الدفاع عن الهوية الثقافية ضد مخاطر العولمة يتأتى بكسر حدة الانبهار بالغرب، ومقاومة قوة جذبه، والقضاء على أسطورة الثقافة العالمية.

وإن كانت هذه الدراسات حديثة نوعا ما، إلا أن تناولها لهذا الموضوع ساهم في توضيح الكثير من الجوانب المرتبطة بالموضوع؛ بل وساعدت الباحثة على تحديد نقاط هامة جدا انطلقت منها كمعالم الهوية الثقافية وخصائص الإعلام الجديد والعلاقة بينهما.

وكثيرة هي أوجه التشابه بين هذه الدراسات وبين الدراسة الحالية، لكن في عمومها تعتبر دراسة كل من الباحثين "بدر الدين بلعباس"، "أميرة مصطفى أحمد البطريق"، "أحمد سمير عبد الهادي حسن"، "الباز محمد محمد توفيق" وأيضا دراسة الباحث "مبني نور الدين" أقرب الدراسات السابقة لهذه الدراسة؛ حيث تلتقي

هذه الأبحاث في كثير من الجوانب مع الدراسة الحالية، سواء من حيث المتغيرين المستقل أو التابع (الشبكات الاجتماعية الإلكترونية، وما يندرج تحتها من متغيرات كالإعلام الجديد، موقع فيس بوك، الشباب ومتغير الهوية الثقافية وما يندرج تحتها من متغيرات كالهوية والثقافة)، أو من حيث الأهداف العامة المشتركة، أو من حيث الإجراءات المنهجية المعتمدة في أغلبها؛ كاختيار منهج المسح بالعينة في الدراسات التحليلية أو الميدانية، أو حتى بعض النتائج.

ويمكن تفصيل أوجه التشابه تلك من حيث عدة نقاط ك:

- المنهج المستخدم: حيث تم استخدام نفس المنهج بشقيه التحليلي والميداني في دراسات كل من الباحث "الباز محمد محمد توفيق"، ودراسة "أحمد سمير عبد الهادي حسن"، والاكتفاء بنفس المنهج في الشق الميداني في دراسات كل من الباحث "محمد الفاتح حمدي"، ودراسة "صفوان محمد شلبي"، ودراسة "أميرة البطريق"، ودراسة "بدر الدين بلعباس"، ودراسة "بيبيمون كلثوم".
- مجتمع البحث: المتمثل في الشباب الجامعي في دراسات كل من الباحث "محمد الفاتح حمدي"، ودراسة "صفوان محمد شلبي"، ودراسة "بدر الدين بلعباس"، ودراسة "بيبيمون كلثوم"، ودراسة "أحمد سمير عبد الهادي حسن"، ودراسة "أميرة البطريق"، غير أن الاختلاف البسيط في الدراستين الأخيرتين يكمن في جنسية مجتمع البحث، حيث اعتمدت على الشباب الجامعي المصري.
- نوع العينة وحجمها: تشابهت عينة الدراسة الحالية الميدانية مع عينة دراسة الباحثة "بيبيمون كلثوم"، وتطابقت في الحجم مع عينة دراسة الباحث "أحمد سمير عبد الهادي حسن"، وتقاربت مع حجم عينة دراسة "محمد الفاتح حمدي". وتشابهت عينة الدراسة التحليلية مع عينة دراسة الباحث "الباز محمد محمد توفيق"، في حين لم يذكر الباحث "أحمد سمير عبد الهادي حسن" نوع عينته التحليلية.
- أدوات جمع البيانات: تعتبر دراسة كل من الباحث "الباز محمد محمد توفيق" والباحث "أحمد سمير عبد الهادي حسن" أقرب الدراسات السابقة إلى الدراسة الحالية من حيث الأدوات المستخدمة، حيث تم استخدام أداتي تحليل المضمون واستمارة الاستبيان بالإضافة إلى الملاحظة.

الأمر الذي عزز من مدى استفادتي العلمية منها، بالرغم من الاختلاف معها في بعض النقاط؛ حيث أن أغلب الدراسات الميدانية التي تحدثت عن الموضوع كانت في بيئة غير البيئة الجزائرية، ماعدا دراسة "بن عيسى محمد مهدي وكانون جمال" ودراسة "بدر الدين بلعباس"؛ والتي كانت بحق أقرب هذه الدراسات لموضوع بحثي، من حيث تناولها لنفس متغيرات الدراسة، مع اختلاف في كيفية المعالجة، حيث أنها تبحث فيما إذا كانت هناك علاقة بين المتغيرين، بينما دراستي تفترض ضمناً وجود تلك العلاقة وتبحث في التأثيرات التي تنجر عن الاستخدام على معالم الهوية الثقافية، مع تحفظي البسيط على كيفية اختيار مجتمع البحث؛ الذي حصره الباحث في طلبة جامعة واحدة فقط؛ هي جامعة بسكرة، والتي برأيي تعتبر مجتمعا متجانسا نوعا ما، لا يمثل كل التنوع الإثنولوجي الثقافي الهوياتي الذي تزخر به الجزائر، مما يخلق مشاكل

في التعميم على كل الطلبة الجزائريين، وتحفظي أيضا على طريقة المعالجة الإحصائية لإثبات وجود العلاقة أو نفيها، ونفس التحفظ بخصوص دراسة الباحثة "ببيمون كلثوم".

ويمكن أيضا تفصيل أوجه الاختلاف تلك من حيث عدة نقاط ك:

- المتغير المستقل: حيث اعتمدت الدراسة الحالية على الشبكات الاجتماعية الاليكترونية واعتمدت دراسة الباحث "محمد الفاتح حمدي" على تكنولوجيا الاتصال والإعلام عموما، ودراسة الباحثة "سعاد ولد جاب الله" على الصحافة الاليكترونية، ودراسة كل من "جميلة حمو راشد"، "إبراهيم بعزیز"، و"عبد الرحمن الشامي" التي تناولت كلها الانترنت عموما.

- طبيعة الدراسة: حيث تعتبر الدراسة الحالية دراسة تحليلية وميدانية، في حين اكتفت بعض الدراسات بالجانب النظري كدراسة الباحث "نور الدين مبني".

- النظرية المستخدمة: اختلفت الدراسة الحالية مع كل الدراسات السابقة في اعتمادها على نظرية الغرس الثقافي، أين اعتمدت تلك الدراسات على نظرية التفاعلية الرمزية كما في دراسة الباحث "بدر الدين بلعباس"، أو التعلّم بالملاحظة التي وظّفها الباحث "أحمد سمير عبد الهادي حسن".

- المنهج المستخدم: حيث استخدم الباحث "صفوان محمد شلبي" المنهج التجريبي في دراسته، في حين استخدمنا المسح بالعينة، واستخدمت الباحثة "فؤادة البكري" منهج التحليل المقارن.

- مجتمع البحث: ركزت أغلب الدراسات السابقة على الشباب الجامعي، في حين اعتمد الباحث "الباز محمد محمد توفيق" على فئة الطلاب الثانويين.

وتمثلت أوجه استفادتي العلمية من هذه الدراسات في أنها مثّلت قاعدة معرفية انطلقت منها في تطوير منهجية البحث، وبلورة الفكرة البحثية، وصياغة بعض أسئلة استمارة الاستبيان واستمارة تحليل المضمون، بالإضافة إلى اعتمادها كمراجع هامة للمعلومات النظرية في البحث، محاولة التطرق والبحث في اتجاه لم تبحث فيها هذه الدراسات ألا وهو اتجاه الغرس الثقافي.

II. الخلفية النظرية للدراسة:

النظرية هي مجموعة من المصطلحات والتعريفات والافتراضات لها علاقة ببعضها البعض، تقترح رؤية منظّمة للظاهرة، وذلك بهدف عرضها والتنبؤ بمظاهرها.¹

وتعدّ من أهمّ الدعامات التي يركز عليها البحث العلمي، للوصول إلى الأهداف المرجوة من القيام بعملية البحث؛ إذ تعدّ بمثابة المسار الذي يوجه حركة البحث، لذا ينبغي على الباحث أن يُوظف مختلف المعلومات والمعطيات النظرية التي يستطيع الحصول عليها بما يتماشى والبراديغم المعتمد في الدراسة.²

وانطلاقاً من ذلك، ارتكزت دراستنا هذه على نظرية نرى أنّها تمثّل القاعدة الأساسية التي توصلنا للفهم والتفسير، ومن تجميع الحقائق عن الظاهرة المدروسة، وبالتالي تحليل النتائج بصورة أكثر دقّة، وهي **نظرية الغرس الثقافي "Cultivation Theory"**، والتي تعتبر تصويراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعملية بناء المعنى، وتشكيل الحقائق الاجتماعية، والتعلّم من خلال الملاحظة، والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات. حيث تؤكد الفكرة العامّة التي تجتمع حولها النظريات السابقة؛ وهي قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعوامل المحيطة بهم، خصوصاً بالنسبة للأفراد الذين يتعرّضون إلى هذه الوسائل بكثافة كبيرة.

ولذلك تربط هذه النظرية بين كثافة التعرّض واكتساب المعاني، والمعتقدات، والأفكار، والصّور الرمزية حول العالم الذي تقدّمه وسائل الإعلام بعيداً عن العالم الواقعي أو الحقيقي.³

لذا فإجراء هذه الدراسة في إطار نظرية الغرس الثقافي - حسب وجهة نظر الباحثة - يمكنها من تحقيق هدفها الرئيس وهو معرفة انعكاسات التصفّح المستمر لشبكة "فيس بوك" أشهر الشبكات الاجتماعية الإلكترونية على معالم الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري؛ لأنّها تبحث في العلاقة بين كثافة التعرّض واكتساب المعاني، والمعتقدات، والأفكار، والصّور الرمزية حول العالم الذي تقدّمه الشبكات الاجتماعية بعيداً عن العالم الواقعي.

ومن **ميررات اعتمادنا** على "الغرس الثقافي" كخلفية نظرية لهذه الدراسة، تعرّضنا للعديد من النظريات، وعلى فترات زمنية مختلفة ومتباعدة، ممّا أدّى إلى زيادة المساحة الزمنية لإجراء هذه الدراسة، حيث شكّلت لدى الباحثة اتجاهات سلبية نحو الاستعانة ببعض النظريات الاتصالية، كإطار نظري موجه للدراسة الحالية. فأجلت أمر الاختيار، وقامت بتطوير صياغة تساؤلات الدراسة، في غياب عن التأثير المباشر الناتج عن تعرّضها للعديد من نظريات الاتصال، ثمّ عاودت التعرّض لهذه النظريات في ضوء ما

¹ موريس أنجرس: **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، 2، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار الفصبة للنشر، الجزائر، 2006، 54.
² ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: **أساليب البحث العلمي - الأسس النظرية والتطبيق العلمي**، 2، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، 68.
³ محمد عبد الحميد: **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، 3، عالم الكتب، القاهرة، 2004، 330.

توفّر هذه النظريات من إجابة على تساؤلاتها البحثية التي تهدف للتعرف عليها، فوجدت أن نظرية الغرس الثقافي تعدّ النظرية الملائمة، التي قد تساعدها في الوصول للإجابة عن التساؤلات التي تسعى الدراسة للبحث عنها. حيث تماثل فكرنا لتناول موضوع هذه الدراسة مع الفكرة الرئيسة لنظرية الغرس الثقافي، التي تربط بين التعرّض لوسائل الإعلام واكتساب المعاني، والمعتقدات، والأفكار والصور الرمزية (تشكّل مجتمعة الثقافة) حول العالم الذي تقدّمه هذه الوسائل بعيدا عن العالم الواقعي.

كذلك ترى الباحثة أن هذه النظرية تعتبر مناسبة لموضوع دراستها للأسباب الآتية:

- نجاح وسائل الإعلام والاتصال عموما في التأثير على الواقع الحقيقي للأفراد، والذي يكتسبونه من الخبرة الشخصية، ومن ثم سيطرتها على البيئة الرمزية. فعبر التاريخ البشري أدى الإعلام دورا أساسيا في بناء وتشكيل الصور التي يحملها الأفراد والجماعات عن الأمم والشعوب، والقضايا التي تقع خارج إطار تجاربهم الحسية:

فقبل أن تظهر وسائل الاتصال الحديثة، أدى كلّ من الشعر، والرواية، والقصص، والحكايات الشعبية، أدوارا هامة في تشكيل الصور التي حملتها الثقافات المختلفة عن الأمم والشعوب والحضارات التي نشأت فيها هذه الفنون أو تناولتها؛ فقد صورت الإلياذة والأوديسة لهوميروس في القرن الثاني عشر قبل الميلاد حياة اليونانيين وقيمهم وعلاقاتهم وحروبهم وأحلافهم وأدواتهم وطباعهم.¹

وفي الثقافة العربية، كان الشعر العربي في عصر ما قبل الإسلام سجلا حافلا لحياة الإنسان البدوي وقيمه وطباعه، أما حكايات ألف ليلة وليلة التي ظهرت في فترة ازدهار الثقافة العربية في العصر العباسي، فقد رسمت صورة نمطية لسلطينهم وأمرائهم، وصورت أبطالها على أنهم أصحاب مزاجية عالية وتسلط وميول إلى التهور، بينما بينت ذكاء النساء اللواتي ملكن القدرة على التحايل على هذه السمات وترويض ميول السلطين للشر والتحدي والقتل. وفي مراحل لاحقة، أسهمت مدونات الرحالة والمكتشفين في رسم صور نمطية للشعوب والأمم التي تعرفوا عليها، بحيث أصبحت هذه الصور دليلا مرشدا لتعريف هذه الشعوب والتعامل معها.

ومع ظهور الطباعة في القرن الخامس عشر الميلادي، ودخول الصحافة المطبوعة للحياة العامة، باعتبارها مصدرا من مصادر المعرفة، ولانتشارها وتزايد أعداد القراء لها، أصبحت الصحافة وسيلة فاعلة وهامة في خلق الصور الذهنية عن العديد من الموضوعات، والقضايا، والجماعات، التي لم يتيسر للقراء معاشتها أو اختبارها والتفاعل المباشر معها.

¹ نسرين أبو صالح: الأشخاص ذوي الإعاقة في الدراما العربية، مذكرة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012، 15-16.

خلال القرن العشرين، أدى اختراع التلفزيون وانتشاره وجاذبيته إلى إقبال المشاهدين من مختلف الثقافات، والأعمار، والمستويات المعرفية على مشاهدته، ومتابعة برامجه ومواده، لدرجة أنه أصبح الوسيلة الأهم في تشكيل رؤية الأفراد للكون، والأمم، والموضوعات، والقضايا، والمنتجات، والمهن، والأدوار والمكانات وغيرها، وقد دفع ذلك شبكات الإنتاج والبريد التلفزيوني لتوسيع دائرة اهتماماتها، وتطوير محتوى ومضامين برامجها، بصورة تتماشى مع التغيرات التي تشهدها المجتمعات، والتنوع الذي تتسم به أذواق المشاهدين. ونتيجة لذلك، ظهر نوع من الإنتاج التلفزيوني في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا، يتناول قضايا اجتماعية، يضعها في قالب درامية، على هيئة مسلسلات، تمتد أحيانا لأعوام.

وقد انتقلت صناعة المسلسلات إلى ثقافات أخرى، حيث أصبحت تأخذ صبغة هذه الثقافات، وتجسد التنوع الثقافي العالمي، وتشكل وسيلة للحوار والتفاعل بين ثقافات الشعوب، وتعبّر عن قيمها وهويتها وإبداعاتها، الأمر الذي أكسبها جماهيرية واسعة تتجاوز في بعض الأحيان الحدود الجغرافية للمجتمعات المنتجة لها، فإلى جانب المسلسلات الأمريكية والأوروبية، أصبح المشاهد العربي يتعرّض في العقود الثلاثة الماضية إلى عينات من الدراما المكسيكية، والتركية، والإيرانية، والهندية وغيرها من الأعمال.

ومع تطوّر هذه الصناعة، ونمو تأثيرها على المشاهد العربي أصبحت الثقافات الفرعية العربية تهتمّ بأعمال ذات خصوصية ثقافية، تمثل جوانب مختلفة من التاريخ والواقع العربي، وتعبّر عن غنى وتنوع هذا الواقع كالدراما المصرية، والسورية، والخليجية، والمغربية، والأعمال التاريخية والبدوية.¹

- وإن تزامنت نشأة هذه النظرية مع ظهور وسيلة التلفزيون، وما أحدثته من ثورة في وسائل الإعلام بفضل خصائصها، التي مكّنتها من أن تصبح قوة مسيطرة للكثير، وبالتالي احتلالها المركز الرئيس للثقافة الجماهيرية، ومن هنا تمّ إثبات فرضياتها على هذه الوسيلة، فإنه من خلال العرض التاريخي الموجز لظاهرة الغرس عبر وسائل الاتصال والإعلام يمكننا القول أنّ الظاهرة غير مرتبطة بوسيلة التلفزيون فقط؛ فكما تزامن الغرس كظاهرة مع الوسائل التي سبقت ظهور التلفزيون، وتزامنت الظاهرة والنظرية مع ظهور التلفزيون، فهي تتزامن أيضا مع الوسائل التي ظهرت بعد التلفزيون.

ومن هنا، يمكن إسقاط النظرية التي تدرس الظاهرة على كلّ الوسائل، وحتى أحدثها (الانترنت). فظهور الانترنت بخصائصها الفائقة لأيّ وسيلة إعلامية واتصالية أخرى، لم يبلغ - حسب رأيي - صلاحية هذه النظرية، باعتبارها وسيلة الوسائل، حيث لم يعد هناك اليوم أسس لمقارنة القوة التلفزيونية مقابل قوة شبكة الانترنت بشأن تكوين الرؤى عن العالم الخارجي، والتعرّف على ثقافات العالم.

- لقد وفرّ ظهور شبكات التواصل الاجتماعي فتحاً ثورياً، نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير، والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة، إلا بشكل نسبي محدود. إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبحث المباشر من جمهورها في تطورٍ يغيّر من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية، لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها خبراء الاتصال، الذين اعتبر كثير منهم أنّ ظهور الإعلام الجديد يعدّ انقلاباً على بعض النظريات التقليدية كنظرية حارس البوابة، وإضافة وتطويراً لبعض النظريات كالاستخدامات والإشباع والغرس الثقافي، وظهرت نظريات جديدة لم تكن موجودة من قبل جاءت من رحم شبكة الانترنت كنظرية الشبكة الفاعلة.

- إنّ النظريات التي تتناول الإعلام الجديد تركز على فهم الفارق بينه وبين الإعلام التقليدي، دون أن تمضي إلى بناء قواعد مستخلصة من التجارب التطبيقية، ومن المرجح أن هذا يعود إلى حداثة تطبيقات الإعلام الجديد، الأمر الذي يوجب الاعتماد على النظريات التي تمّ استنتاجها من تطبيقات الإعلام التقليدي، غير أن هذا يوجب تقديم قراءة مستجدة للنظرية التقليدية بما يتفق مع التطبيق الحديث. ومن بين هذه النظريات نظرية الغرس الثقافي التي تفترض أنّ مضمون وسائل الإعلام يعمل كعمل النبتة (الغراس) الصغيرة التي تنمو، وتستمرّ في النمو، مع استمرار تلقّي المضامين الإعلامية التي تحتوي بالضرورة على قيم ثقافية مختلفة، قد تتوافق مع ثقافة المتلقّي، وقد تختلف معها، وبالتالي يتمّ غرس تلك القيم الثقافية في الأفراد المتلقّون لوسائل الإعلام حسب درجة التعرّض لها.

- إنّ نظرية الغرس الثقافي تدرس التأثير التراكمي على المدى البعيد للدراما التلفزيونية، ويمكن الإسقاط هنا على التأثير التراكمي للتعرّض للشبكات الاجتماعية الإلكترونيّة؛ حيث تكوّن رسائل هذه المواقع بناءً فكرياً للمتصفّحين، يستخدمونه لتفسير الأحداث التي تمرّ بهم.

وتشير النظرية إلى تقارب إدراك جمهور التلفزيون للواقع الاجتماعي، والتشكيل طويل المدى لتلك الإدراكات والمعتقدات عن العالم، نتيجة للتعرّض لوسائل الإعلام¹؛ أي أنّ مشاهدة التلفزيون تقود إلى تبني اعتقاد حول طبيعة العالم الاجتماعي، يؤكّد الصور النمطية *stereotyped*، ووجهة النظر المنتقاة التي يتمّ وضعها في الأخبار والأعمال التلفزيونية. وأنّ قوّة التلفزيون تتملّ في الصور الرمزية التي يقدمها في محتواه الدرامي عن الحياة الحقيقية، التي يشاهدها الأفراد لفترات طويلة. والتأثير في هذا المجال ليس تأثيراً مباشراً، حيث يقوم أولاً على التعلّم، ثمّ بناءً وجهات النظر حول الحقائق الاجتماعية، بحيث يمكن النظر إلى أنّها عملية تفاعل بين الرسائل والمتلقّين.²

2012 338

331

¹ منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، دار المسيرة، عمان-

² محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير،

وتصنّف نظرية الغرس الثقافي ضمن نظريات الآثار المعتدلة لوسائل الإعلام، التي تتميز بالتوازن والاعتدال، بحيث لا تضخم في وسائل الإعلام ولا تقلل من هذه القوة، ولكنها تقوم على العلاقات طويلة الأمد بين اتجاهات وآراء الأفراد من ناحية، وعادات مشاهداتهم من ناحية أخرى، لذا فقد أكد "جرنبر *Gerbner*" وزملاؤه على أنّ نظرية الغرس ليست بديلاً، وإنما مكملاً للدراسات والبحوث التقليدية لتأثيرات وسائل الإعلام، ففي الغرس لا يوجد نموذج قبل أو بعد التعرض، ولا نموذج للاستعدادات المسبقة كمتغيرات وسيطة، لأنّ التلفزيون يشاهده الأفراد منذ الطفولة، كما أنّه يشكّل دوراً في هذه الاستعدادات المسبقة التي تعتبر متغيرات وسيطة بعد ذلك.¹

1- جذور نظرية الغرس:

إنّ نظرية الغرس الثقافي في أبسط أشكالها تشير إلى أنّ التعرض للتلفزيون يزرع بمهارة مع مرور الوقت مفاهيم المشاهدين للواقع. ويمكن أن يكون لهذا الغرس الثقافي تأثيرات حتى على مشاهدي التلفزيون، وذلك لأنّ التأثير على المشاهدين الذين يكثرون من مشاهدة التلفزيون له تأثير على ثقافتهم كلّها. والتلفزيون هو وسيلة للتشأّة الاجتماعية لمعظم الناس في أدوار موحّدة وسلوكيات، وتتمثّل مهمته في كلمة (التثقيف).

ويرجع "ملفين دي فلير *Melvin Deflir*" بدايات وجذور نظرية الغرس الثقافي إلى مفهوم "التر ليبمان *Walter Lipman*" للصورة الذهنية، التي تتكوّن في أذهان الجماهير من خلال وسائل الإعلام المختلفة، سواء كانت عن أنفسهم أو عن الآخرين، وأحياناً تكون هذه الصورة الذهنية بعيدة عن الواقع، نتيجة لعدم وجود رقابة على المواد المعروضة في وسائل الإعلام، ممّا يؤدي إلى غموض في الحقائق، وتشويه المعلومات وسوء فهم للواقع. وبناء على هذا التصور، حاول "دي فلير" تطوير نظرية الأعراف الثقافية *Culture Norms*، والتي تشبه إلى حدّ كبير نظرية الغرس.

في أواخر الستينات من القرن العشرين، شهد المجتمع الأمريكي فترات الإضرابات بسبب مظاهر العنف والجريمة، وذلك في أعقاب اغتيال "مارتن لوثر كينغ" و"كينيدي"، وتزايد الاهتمام بتورط الدولة في حرب فيتنام. وفي عام 1968، تمّ تشكيل لجنة قومية أمريكية لبحث أسباب العنف، والوقاية منه، وعلاقة التلفزيون بذلك، حتّى قام الباحثون بأبحاث عديدة منذ هذه الفترة، ركّزت معظمها على تأثير مضمون برامج التلفزيون التي تقدّم وقت الذروة، وفي عطلة آخر الأسبوع، على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي، وكان العنف هو الموضوع الرئيس محلّ البحث.

وبدأ الباحث الأمريكي "جورج جرنبر *George Gerbner*" دراساته، وأكد على أنّ التلفزيون أصبح قوة مسيطرة للكثير من الناس، ومصدراً رئيسياً لبناء تصوراتهم عن الواقع الاجتماعي. وبالتالي فإنّ العلاقة بين التعرّض للتلفزيون والأفكار المكتسبة، يكشف عن مدى إبراز أهمية دور التلفزيون في القيم والتصورات

المدركة للواقع الاجتماعي، وبذلك أصبح الواقع الإعلامي المدرك من التلفزيون هو ما يعتمد عليه الفرد في علاقاته مع الآخرين، مما يستلزم استخدام مدخل مختلف عن المداخل التي تستخدم في دراسة تأثير تلك الوسائل.¹

ويرجع ذلك في رأي "جرينر" إلى أن التلفزيون قد أصبح المركز الرئيس للثقافة الجماهيرية، وأن تأثيره قد أصبح أساسيا في التنشئة الاجتماعية للغالبية العظمى من المشاهدين، بما يعرضه من نماذج مكررة ونمطية للسلوك والأدوار الاجتماعية المختلفة.

وقد وضع "جرينر" وزملاؤه من خلال هذه الدراسات مشروع الخواص بالمشورات الثقافية، الذي يهدف إلى إقامة الدليل الإمبريقي على تأثير وسائل الإعلام على البيئة الثقافية، والتي اهتمت بثلاث قضايا متداخلة، هي:

- 1- دراسة وتحليل العملية المؤسسية *Institutional Process Analysis*؛ أي دراسة سياسات الاتصال في علاقتها بمضمون واختيار وتوزيع الرسائل الإعلامية، وإنتاج الرسائل الإعلامية.
- 2- دراسة وتحليل محتوى الرسائل الإعلامية *Message System Analysis*، وهي دراسة الأنماط السائدة للصور الذهنية، والسلوك الأكثر تكرارا، التي تعكسها الرسالة الإعلامية، مثل تصوير العنف والأقليات والنوع والمهنة وغيرها من القضايا.
- 3- دراسة الإسهام المستقل للرسائل الجماهيرية على إدراك الجمهور للواقع، من خلال تحليل الغرس الثقافي *Cultivation Analysis*، والتي تدرس العلاقة بين التعرض للرسائل التلفزيونية في إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي.²

2- تعريف عملية الغرس:

إذا كانت الثقافة *Culture* حسب تعريف "تايلور" هي: "كل معتقد من القيم والعادات والتقاليد والأخلاقيات وأنماط السلوك"، ويحددها المنظور المعرفي بأنها "الأفكار وأنواع المعرفة بصفة عامة عند شعب من الشعوب، وأن الثقافة ليست ظاهرة مادية، وليست أشياء وسلوكيات وانفعالات، وإنما هي تنظيم لهذه المكونات، وهي ما يوجد في العقل من صور وأشكال لهذه الأشياء".

فالغرس *Cultivation* هو "زرع وتنمية مكونات معرفية ونفسية، تقوم بها مصادر المعلومات والخبرة لدى من يتعرض لها".³

339-340.

¹ منال هلال المزاهرة:

² المرجع نفسه، ص 341.

³ نفسه نفسها.

وبذلك يصبح مفهوم الغرس كما عرفه كلٌّ من "مورغان *Michel Morgan*" و"شنهان *Shananhan*" بأنه " ما تفعله الثقافة العامة في المجتمع، لأنّ الثقافة هي الوسيلة التي يعيش ويتعلّم منها الإنسان، ومن خلال هذه الثقافة تمّ غرس الأفكار، والقيم، والمعتقدات الشائعة بين الناس".¹ وهو نفس التعريف الذي أشار إليه "جرينر" بقوله بأنّ الغرس هو ما تفعله الثقافة بنا، والثقافة هي الوسيط أو المجال الذي تعيش فيه الإنسانية وتتعلّم.²

وبذلك لا يكون فهم الغرس كعملية أحادية الاتجاه *Unidirectional Process*، ولكنّ الغرس جزء من عملية ديناميكية، مستمرة التفاعل بين الرسائل والمضامين، كما أنّ تأثيراته متنوّعة ومتشعبة، ولكنّ التأثير الأساسي الذي أصبح الموضوع الرئيس لمعظم الدراسات هو صورة العالم المحيط *Image of surrounding*.³

من خلال هذا التعريف، يمكن تعريف المفهوم ليكون "الغرس الثقافي"، حيث تهتمّ العملية باكتساب المعرفة أو السلوك من خلال الوسيط الثقافي الذي يعيش فيه الإنسان. فكأنّ البيئة الثقافية بأدواتها هي التي تقوم بعملية الإكساب والتشكيل والبناء للمفاهيم أو الرموز الثقافية في المجتمع، ومن هذه الأدوات وسائل الإعلام التي احتلت مكانا بارزا في عالمنا الثقافي المعاصر بأدوارها وتأثيراتها.⁴

3- كيف يحدث الغرس؟

ينظر البعض إلى الغرس على اعتبار أنّه يتبع تراث التأثيرات الخاصة بوسائل الاتصال، بينما يرى البعض الآخر أنّ الغرس محاولة للتغلب على انتقادات المدخل التجريبي، وخصوصا طبيعة العمل المصطنعة، ويذكرون أنّ "جرينر" ورفاقه يركّزون على البرامج التي يشاهدها الأفراد على فترات طويلة، ويعترفون بغياب المجموعة الضابطة الحقيقية، ولكن يستعاض عنها بتعرض الجميع لهذه البرامج، ثمّ يقومون بعمل صلة بين دراسات تحليل المضمون، وتأثير المضمون على الأفراد، ويدّعي "جرينر" إذا وصفنا التأثيرات بأنها تدريجية وغير مباشرة، فإنّ التلفزيون يكون له تأثيرات متسقة، وإن كانت قليلة على جمهوره.

ويهتمّ أنصار الغرس بالنتائج التراكمية التي يقدمها الغرس على المدى البعيد للتعرض للرسائل التلفزيونية، ويرون أنّ الطرق والافتراضات التي وراء تحليل الغرس تختلف عن تراث التأثيرات التقليدية؛ فالدراسات السابقة كانت تؤثر على التأثيرات العاجلة للبرامج، أو الرسائل على الأفراد في الاتجاهات أو

¹ ولاء محمد الطاهر عبد الخالق: اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة العنف ضدّ المرأة في الأفلام العربية والأجنبية المقدمة بالقنوات الفضائية، أطروحة دكتوراه في الإعلام، جامعة الزقازيق، مصر، 2010، 38.

² محمد عبد الحميد: نظريات الاتصال واتجاهات الجمهور، 332.

³ ولاء محمد الطاهر عبد الخالق: 38.

⁴ محمد عبد الحميد: نظريات الاتصال واتجاهات الجمهور، 332.

السلوك، ولكن تحليل الغرس مهتم بالنتائج العامة، والمهمة للتعرض التراكمي للتلفزيون، دون وسائل الاتصال الأخرى، لسماته الفريدة والتميّزة، ولسمات رسائله المتكررة والمتشابهة.

كما يرى "تامبوريني" وزملاؤه أنّ الغرس يحدث نتيجة عملية امتصاص المعرفة *Cognitive priming process*، ويتيح التعرض المنتظم للتلفزيون معلومات عن القيم، والحقائق، والصور الذهنية، كما أنّ كثرة التعرض لهذه المعلومات يؤدي إلى سهولة استدعائها من الذاكرة، على أساس أنّ الأفراد يبنون أحكامهم طبقاً للمعلومات المتاحة، والتلفزيون عبر برامجه المختلفة، يعرض الكثير من المعلومات عن الواقع الاجتماعي.

وتركز دراسات الغرس على المعلومات التي يعرفها الناس عن العالم من خلال وسائل الإعلام، إذ تؤكد هذه الدراسات أنّ وسائل الإعلام تقدّم صوراً غير مفضّلة عن بعض الجماعات، والفكرة الأساسية هنا هي أنّ وسائل الإعلام تشكّل الاتجاه السائد لدى المشاهدين، إذ أنّها تبرز سلطة وقوة بعض الجماعات، في حين تشوّه صورة الجماعات الأخرى.¹

ولأنّ "جرينر" وزملاؤه ربطوا بين كثافة المشاهدة وبين سلوك المشاهدين واتجاهاتهم، فإنّ المشاهدة أصبحت متغيّراً ثابتاً في كلّ الفروض، والدراسات الخاصة بعملية الغرس. وإن كانت أساليبها تعرّضت للنقاش والخلاف بين الخبراء والباحثين. وعلى سبيل المثال، فإنّ مشاركة الأسرة في المشاهدة، وتوجّهها لم تحسم نتائجها؛ فبينما يرى فريق أنّ ذلك عاملاً على تنمية الغرس، فإنّ هناك رأياً آخر على أنّ هذه المشاركة تسيطر أو تضبط عملية الغرس، ولا تؤدي إلى زيادتها.

وفيما يتعلّق بالمرحلة العمرية، فإنّ تأثير التلفزيون يكون أكبر على الصغار الذين لم تتكوّن لديهم القدرة على التمييز بين الحقيقة والخيال، وكذلك على الصغار في الجماعات، والأسرة غير المتماسكة، أو بين الأطفال الذين يقلّ لديهم الانتماء إلى الأسرة أو الجماعة، وكذلك بين الجماعات الهامشية أو الأقليات، أو بين من يصورهم التلفزيون كضحايا.²

وهذه الدراسات وغيرها، درست من خلال العلاقات الفرضية مفهومي رئيسين، أو تفسيريين لكيفية حدوث الغرس، أكّد عليهما "جرينر"، وهما: الاتجاه السائد *Mainstreaming*، والصدى أو الرنين *Resonance*؛ حيث قام بتطوير نظرية الغرس عندما تضارب تحليل البيانات التي جمعها عام 1976، والتي حاول "هيرش" سنة 1980 أن يعيد تحليلها مرة أخرى، ولم يستطع التوصل إلى نفس النتائج التي توصل إليها "جرينر"، فردّ عليه "جرينر" بالمفهومين السابقين.³

1 د الطاهر عبد الخالق:

39.

2 محمد عبد الحميد: نظريات الاتصال واتجاهات الجمهور،

352.

3 منال هلال المزاهرة:

أولاً: الاتجاه السائد: ويقصد به التقارب في المفاهيم والاتجاهات لدى المشاهدين الدائمي التعرض للتلفزيون، والذين يشتركون في جوانب أخرى غير مشاهدة التلفزيون؛ بمعنى أن المشاهدة المستمرة تقلل من قدرة القوى الاجتماعية الأخرى من التأثير على الأفراد، ويتمثل الاتجاه السائد الذي يغرسه التلفزيون في النماذج المشتركة من الصور الذهنية والقيم التي يقدمها التلفزيون، وهو تعبير عن الوعي المشترك، ولذلك فالالاتجاه السائد يعدّ نوعاً من التفاعل المنتظم بين التلفزيون والعوامل الثقافية والبيئية، مما ينتج عنه تقليل الاختلافات بين الجماعات. ويقدم الاتجاه السائد الإثبات التجريبي بأن التلفزيون يغرس المدركات المشتركة لدى المشاهدين؛ أي أنه يساعد على تحقيق التجانس بينهم، كما يساعد على تحقيق التقارب بينهم من خلال تحديد نقطة إلتقاء بين المشاهدين المتباينين.

ويعتقد "جرينر" أنه من خلال التعرض المستمر لنفس الصور التلفزيونية، فإن هذه الصور تنمي لدى المشاهدين وجهة نظر عامة، كذلك يسعى منتجو برامج التلفزيون إلى جذب أكبر عدد ممكن من المشاهدين للسير في الاتجاه السائد، ووفقاً لجرينر فإن التلفزيون هو الاتجاه السائد. كما أشار "جرينر" وزملاؤه أن مشاهدة التلفزيون اعتيادية أكثر من كونها مستهدفة، حيث يميل الناس إلى مشاهدة التلفزيون في الأوقات المفضلة لديهم (أي وفقاً لعامل الوقت، وليس نوعية البرامج)، وهذا يعني أن المشاهدين غير قادرين على الهروب من رسائل الاتجاه السائد.¹

ثانياً: الرنين (الصدى):

أكد "جرينر" أن كثيراً من المشاهدين يكون لديهم خبرة مسبقة بالعنف (عنف جسدي، شجار، معارك، تصادم...)، ولذلك فإن تكرار التصوير الرمزي لهذه الأفعال على شاشة التلفزيون يمكن أن يجعل المشاهد يسترجع هذه الخبرة الحقيقية الواقعية، ولذلك يعمل التطابق بين العالم التلفزيوني وظروف الحياة الواقعية في إحداث رنين، فيؤدي إلى المبالغة أو التضخيم *Resonate* في غرس مثل هذه النماذج.

ولذلك فكثيفو المشاهدة ممن لديهم خبرة مسبقة بالعنف سيصبح لديهم خبرتان؛ واحدة فعلية أو حقيقية، والأخرى مشاهدة رمزية. كما أن تكرار التعرض لهذه الجرعة اليومية من الرموز العنيفة المقدمة في التلفزيون، تدعم خبرات المشاهدين بالعنف، وتجعل حياتهم أكثر خوفاً ورعباً، وبذلك فهذه العملية تعني أنه عندما يرى المشاهد أشياء في التلفزيون تتوافق مع خبرته الأصلية من وقائع الحياة اليومية، تتكون لديه جرعة مضاعفة من الغرس *Double dose*، لأن ما يشاهده يؤكد خبرته مع الحياة الواقعية.²

¹ ولاء محمد الطاهر عبد الخالق:
² نفسه 41.

4- أسس نظرية الغرس:

يؤكد الخبراء على ستة اعتبارات أساسية لنظرية الغرس واختباراتها من خلال تحليل الغرس كأسلوب للدراسة والبحث، وهي:¹

أولاً: التلفزيون وسيلة متميزة عن وسائل الإعلام الأخرى:

حيث يعتبر التلفزيون وسيلة منفردة تتطلب مدخلا خاصا لدراستها، لأنها الوسيلة التي تدخل إلى البيوت لمدة تزيد عن سبع ساعات يوميا، ويتميز بقدرته على جذب الكبار والصغار حوله، مما يجعله بيئة للتعلم، وهو موزع أساسي للصورة الذهنية، كما أنه يشكل الاتجاه السائد لثقافتنا الشعبية من ناحية أخرى، وما يميز التلفزيون أيضا هو قدرته على توحيد الأنماط الثقافية وتبسيطها، وجعلها مشتركة بين جميع أعضاء المجتمع.

ونقول في هذا المقام أن ما ينطبق على التلفزيون ينطبق أيضا على الانترنت عموما، لما لها من سمات اتصالية وتقنية متميزة - كسهولة الاستخدام، وقلة التكلفة، والحرية في الاستخدام، وإمكانية نشر المعلومات، واسترجاعها بكل يسر، وانتقاء المضامين التي يرغب فيه المتصفح... إلى غير ذلك - مكنتها من أن تكون الأداة الأحدث والأكثر تناميا في مجال الاتصال، مما أدى إلى زيادة مستخدميها بصورة تفوق أعداد مستخدمي أي وسيلة إعلامية أخرى خلال الفترة نفسها، حيث يقول الباحث "لقاء مكي" في هذا الصدد بأن الانترنت احتاجت إلى أربع سنوات فقط لتصل إلى 50 مليون مستخدم، في حين أن تقنية الهاتف وصلت إلى نفس العدد خلال 74 سنة واحتاج التلفزيون إلى 13 سنة ليحصل على النتيجة ذاتها²، وهذا الاستخدام قد يصل في كثير من الأحيان إلى مرحلة الإدمان، وهذا حسب الكثير من الدراسات التي أجريت حول استخدامات هذه المواقع عبر الانترنت³.

وبالتالي، نستخلص مما سبق أن الانترنت أيضا تمكنت من جذب كل الفئات الاجتماعية حولها، مما يجعلها بيئة للتعلم، وموزعا أساسيا للصورة الذهنية، كما أنها تشكل الاتجاه السائد لثقافتنا الشعبية من ناحية أخرى، وما يميز الانترنت أيضا هو قدرتها على توحيد الأنماط الثقافية وتبسيطها، وجعلها مشتركة بين جميع أعضاء المجتمع.

¹ ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، 282-285.

² صلاح محمد عبد الحميد: الجديد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، 86.

³ تم التطرق لبعضها في عنصر الدراسات السابقة، والبعض الآخر لم يرد في هذه الدراسة كتقرير شركة " 83% من الشباب العربي يستخدم شبكة الانترنت بشكل يومي، و 40% منهم يستخدمونها لمدة لا تقل عن 5 ساعات يوميا. (2012)

ثانيا: رسائل التلفزيون تشكّل نظاما متجانسا هو التيار السائد في ثقافتنا:

إنّ الغرس باعتباره عملية ثقافية يرتبط بالإطار النظري للمعرفة، ويخضع للمفاهيم التي تتكشف في الإجابة عن أسئلة محدّدة، وهذه المفاهيم يتمّ غرسها عن طريق التعرّض للتلفزيون، حيث أنّ كثيفي المشاهدة يشاهدون خليطا من البرامج، والنتيجة هي أنّ يحدث التلفزيون والنصّ التلفزيوني نوعا من التّجانس بين الجماعات الاجتماعية المختلفة، وهو ما يؤديّ إلى ذوبان الاختلافات الاجتماعية التقليديّة. وبالإسقاط على الانترنت شبكاتها يمكن أن نقول أنّ هذه المفاهيم يتمّ غرسها أيضا عن طريق التعرّض للانترنت، حيث أنّ كثيفي التعرّض يتصفّحون مضامين متنوّعة، قد تحدث نوعا من التّجانس بين الجماعات الاجتماعية المختلفة، وهو ما يؤديّ إلى ذوبان الاختلافات الاجتماعية التقليديّة.

ثالثا: مضمون هذه الرسائل يقدّم مفاتيح الغرس:

إنّ أسئلة المسح المستخدمة يجب أن تعكس المضامين المختلفة الموجودة في الرسائل التلفزيونية التي تقدّم لمجموعات كبيرة من المشاهدين عبر فترة زمنية طويلة، حيث لا تصلح الأسئلة الاستطلاعية أو الاستكشافية التقليديّة في تحليل الغرس.

إنّ الأسئلة المستقاة من العالم الواقعي تمدّ الغرس بأنماط معلوماتية، تستطيع تفسير المعلومات المقدّمة في عالم التلفزيون، وهو ما يؤديّ إلى نتائج مثمرة.

رابعا: تحليل الغرس يركّز على إسهام التلفزيون في صياغة أفكار الجمهور واتجاهاته نحو القضايا المختلفة:

إنّ المهمّة الرئيسيّة لتحليل الغرس هي تحديد إلى أيّ مدى يمكن لرسالة معيّنة أن تسهم في تكوين معتقدات الواقع الاجتماعي لدى الأفراد، بطريقة تتفق مع القيم والأعراف المتكرّرة، وكذلك الصور الذهنية التي تتضمّنّها هذه الرسائل، فتحليل الغرس يركّز على إسهامات التلفزيون في صياغة تفكير الغالبية العظمى، وتحقيق الانسجام بين أفراد المجتمع ككل، وتعمل وسائل الإعلام على تكوين تصوّرات الجمهور من خلال عملية التعرّض التراكمي عبر فترة زمنية طويلة.

وبالإسقاط، نستطيع القول بأنّه يمكن أن يركّز تحليل الغرس أيضا على إسهامات مواقع الانترنت في صياغة تفكير الغالبية العظمى من المتصفّحين، وتحقيق الانسجام بين أفراد المجتمع ككل، وتعمل الانترنت على تكوين تصوّرات الجمهور من خلال عملية التعرّض التراكمي عبر فترة زمنية طويلة.

خامسا: تزيد المستحدثات التكنولوجية من وصول الرسائل التلفزيونية إلى الجمهور:

يرى "جرينر" أنّ نظم التلفزيون السلكي والمحطّات المستقلّة والفيديو، قد أعطت للمشاهدين قدرا أكبر في التحكّم في تلقي البرامج، وأنّ التعرّض لهذه الرسائل قد يحلّ محلّ قراءة الجريدة، أو الذهاب إلى السينما،

ولا يمكن أن يحلّ محلّ التعرّض للتلفزيون.

وهنا نقول بأنّ المستحدثات التكنولوجية فعلا زادت من وصول الرسائل التلفزيونية إلى الجمهور، حيث أصبح بالإمكان التعرّض لبرامجه في أيّ وقت ومكان، وعبر أيّ دعامة اليكترونية (حاسوب مكتبي، حاسوب نقّال، هاتف ذكي، لوحات اليكترونية...)، وصار بإمكان الجمهور انتقاء الرسائل التي يرغب بها، وحتى إبداء رأيه حولها، ولكن كلّ ذلك بفضل خصائص الانترنت؛ التي بفضلها أصبح التلفزيون وسيلة تقليدية، وأجبرته على أن يتجانس مع خصائصها.

سادسا: يركّز تحليل الغرس على النتائج الثابتة والمتجانسة:¹

وحيث أنّ الثقافة هي العملية الرمزية التي يتمّ من خلالها غرس المفاهيم والأنماط السلوكية الضرورية في عملية التثنية الاجتماعية للإنسان، فإنّه على التلفزيون أن يقوم بغرس هذه المفاهيم، أو الأنماط السلوكية المتناسكة. وهذا يعني أنّ الإسهام المستقل للتلفزيون يكون في اتجاه تحقيق التّجانس بين الأفراد والجماعات في هذه المجالات.

وعلى الجانب الآخر، تعكس أنماط التعرّض بناء ومرتكزات المجتمع المستقر، وبالتالي فإنّ التلفزيون يعمل على ثبات المجتمع واستقراره، من خلال صورة العالم الرمزي الذي يقدّمه. وعلى ذلك؛ فإنّ نتائج التّحليل سوف تعكس الميل نحو التّجانس والاستقرار، ومقاومة التّغيير الذي يمكن أن يحدث في أيّ مظهر من مظاهر الحياة أو الثقافة.

وتعقبي البسيط حول هذه الفكرة هو أنّ "جرنبر" عندما أسّس هذه النظرية لم يكن هناك بثّ فضائي، وبالتالي لم تكن هناك مظاهر العولمة بالحدة التي ظهرت بها منذ اختراع الأقمار الصناعية وظهور البثّ الفضائي، الذي أثر وحسب العديد من الدراسات على ثبات المجتمع واستقراره. وبالتالي يمكن القول في هذه النقطة أنّ نتائج التّحليل لا تعكس بالضرورة الميل نحو التّجانس والاستقرار.

5- فرضيات نظرية الغرس الثقافي:

تقوم نظرية الغرس على الفرض الرئيس، الذي يشير إلى أنّ الأفراد الذين يتعرّضون لمشاهدة التلفزيون بدرجة كثيفة يكونون أكثر إدراكا لتبني معتقدات عن الواقع الاجتماعي تتطابق مع الصّور الذهنية، والنماذج، والأفكار التي يقدّمها التلفزيون عن الواقع الواقعي، أكثر من ذوي المشاهدات المنخفضة.

وتقوم نظرية الغرس على مجموعة من الفروض الفرعية هي:

1- يتعرّض الأفراد كثيفو المشاهدة للتلفزيون أكثر، بينما يتعرّض الأفراد قليلو المشاهدة على مصادر متنوّعة مثل التلفزيون ومصادر شخصية.

2- يختلف التلفزيون عن غيره من الوسائل الأخرى، بأنّ الغرس يحدث نتيجة التعرّض والاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور.

3- يقدّم التلفزيون عالما متماثلا من الرسائل الموحّدة، والصّور الرّمزية، عن المجتمع بشكل موحّد أو متشابه عن الواقع الحقيقي.

4- يزيد حدوث الغرس عند اعتقاد المشاهدين بأنّ الدراما واقعية، وتسعى لتقديم حقائق بدلا من الخيال.¹

وبالإسقاط، يمكن القول بأنّ الأفراد الذين يتصفّحون الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت بدرجة كثيفة يكونون أكثر إدراكا لتبني معتقدات عن الواقع الاجتماعي تتطابق مع الصّور الذهنية، والنماذج والأفكار التي تقدّمها الانترنت عن الواقع الواقعي، أكثر من منخفضي التصفّح، تعتبر فرضا رئيسا لوسيلة الانترنت.

وعلى هذا تكون فرضياته الفرعية كالآتي:

1- يتعرّض الأفراد كثيفو التصفّح للشبكات الاجتماعية عبر الانترنت أكثر، بينما يتعرّض الأفراد قليلو التصفّح على مصادر متنوّعة مثل التلفزيون ومصادر شخصية.

2- تختلف الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت عن غيرها من الوسائل الأخرى بأنّ الغرس يحدث نتيجة التعرّض والاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور.

3- تقدّم الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت عالما متماثلا من الرسائل الموحّدة والصّور الرّمزية عن المجتمع بشكل موحّد أو متشابه عن الواقع الحقيقي.

4- يزيد حدوث الغرس عند اعتقاد المتصفّحين بأنّ مضمون رسائل تلك الشبكات واقعية، وتسعى لتقديم حقائق بدلا من الخيال.

6- مستويات قياس الغرس:

أشار كلا من "هولكينز *Holkins*" و"بينجري *Pingyr*" سنة 1982 إلى وجود اختلاف في أنواع القياسات المستخدمة في نظرية الغرس، والتي تشمل نوعين هما:²

¹ منال هلال المزاهرة:

² ولاء محمد الطاهر عبد الخالق:

مقياس المستوى الأول: First order measure

أو المقياس الديموغرافي، الذي يتطلب من المبحوث أن يقدم تقديرات كمية لحدوث بعض الظواهر، فعلى سبيل المثال يطلب من المبحوثين تقديراتهم حول فرص وقوعهم ضحايا لأعمال عنف، أو نسبة تورط الأفراد العاديين في أعمال تقع تحت طائلة القانون، من بين كل مائة ألف حالة في المجتمع.

مقياس المستوى الثاني: Second order measure

أو مقياس القيم، والذي يتمثل في تعميم معتقدات المبحوثين حول العالم، وذلك بتعميم بعض العبارات التي تقيس الاتجاهات الاجتماعية نحو ظاهرة معينة، مثل: سؤال المبحوثين عن مدى اعتقادهم وجود صفة الإخلاص عند عامة الناس، وكذلك يقيس هذا المقياس مقارنة كثيفي المشاهدة بقليلي المشاهدة. وقد استنتج "هولكينز" و"بينجري" أن نوع المقياس يحدث اختلافا في وجود تأثير الغرس الثقافي من عدمه، حيث وجدوا أن مقياس الدرجة الأولى يوضح وجود ارتباطات محددة، ذات دلالة بين مشاهدة التلفزيون، وإدراك الواقع كما يعكسه، في حين أن ذلك لا يحدث في حالة استخدام مقياس الدرجة الثانية.

وهناك خطوتان أساسيتان في قياس الغرس، تتمثل الأولى في الدراسة المكثفة لمضمون التلفزيون، لمعرفة الأفكار والرسائل السائدة. وتتمثل الثانية فيما إذا كان المشاهدون قد امتصوا إدراكهم للواقع من خلال التعرض الكثيف لقيم وعالم التلفزيون، عن طريق استجواب المشاهدين لمعرفة ما إذا كانت إجاباتهم واقعية أم إجابات تلفزيونية.

ويمكننا القول عموماً بأن باحثي الغرس يقومون بعملية تشمل على أربعة خطوات عند قياس الغرس:

- الخطوة الأولى: يسمونها تحليل نظم الرسائل، حيث يتم تحليل برامج التلفزيون، لتقييم أهم الأفكار والصور وأكثرها وقوعاً في التلفزيون.
 - الخطوة الثانية: تتمثل في تكوين الأسئلة عن الواقع الاجتماعي للمشاهدين.
 - الخطوة الثالثة: تتمثل في مسح الجمهور، ومعرفة كم مشاهدة التلفزيون، وإجابة الجمهور على الأسئلة التي تم تكوينها في الخطوة الثانية.
 - أما الخطوة الرابعة والأخيرة، تتمثل في مقارنة الواقع الاجتماعي بين المشاهدين بكثافة، والمشاهدين بقلّة.
- وهذا ما سأقوم به خلال الفصل التطبيقي من هذه الدراسة حيث سأعمل على:

- تحليل أكثر صفحة في شبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك" استخداماً لدى عينة استطلاعية من الشباب.
- تكوين الأسئلة عن الواقع الاجتماعي للمستخدمين.

- مسح الجمهور بطريقة المسح بالعينة، ومعرفة إجابة الجمهور على الأسئلة التي تم تكوينها في الخطوة الثانية.
- مقارنة الواقع الاجتماعي بين المتصفحين بكثافة، والمتصفحين بقلة.

7- إجراءات تحليل الغرس: *Cultivation Analysis*

تختلف إجراءات تحليل الغرس عن تحليل بحوث الاتصال الجماهيري الأخرى، التي تركز على الرسائل الفردية والأدوار، ومدى قدرتها على تغيير اتجاهات وسلوك الجماهير؛ ذلك أن بحوث الغرس تهتم بالعموميات؛ حيث تستهدف قياس نتائج التعرض التراكمي لوسائل الاتصال الثقافية، حيث ركزت معظم بحوث الغرس على التلفزيون باعتباره وسيلة تتفرد بقابلية الرسائل للتكرار والتجانس. وهذه الإجراءات كما يأتي:

1- تحليل المحتوى التلفزيوني: وهي تحليل مضمون الرسائل التلفزيونية، والتعرف على الأنماط التي يتم تكرارها، حيث توجد فروقات جوهرية بين الواقع الاجتماعي الحقيقي، وبين الصورة التي تنقلها الرسائل التلفزيونية لهذا الواقع، لتقييم وتحديد الصور الذهنية، والصور المنعكسة، والقيم التي تنبأها هذه الرسائل.

وترجع أهمية تحليل المضمون إلى تحقيقه ثلاثة أهداف رئيسية، هي:

- يقدم مفاتيح أو علامات عن حقيقة السياسات والأهداف التي تسعى إليها النظم الاجتماعية والقيم السائدة.
- يبحث هذه الرسائل باعتبارها نظاماً معبراً عن حقيقة التأثير المتبادل بين الأفراد والعلاقات الاجتماعية والقيم السائدة.

- يقدم لنا أساساً لإظهار ما يسببه الفعل من نتائج يمكن ملاحظتها.

2- تحديد حجم التعرض للتلفزيون من خلال إعداد صحيفة الاستبيان: وتتمثل في استخدام نتائج تحليل مضمون الرسالة التلفزيونية في إعداد صحيفة الاستبيان، حيث يتم صياغة الأسئلة التي تقيس إدراك المبحوثين للواقع الحقيقي، وعادة ما تتمثل صحيفة الاستبيان على نوعين من الأسئلة هما:

- أسئلة عن توقّعات المبحوثين الكمية لحدوث بعض الظواهر في المجتمع.
- أسئلة تقيس معتقدات المبحوثين عن إحدى ظواهر المجتمع، من خلال تصميم العبارات التي تقيس الاتجاهات الاجتماعية نحو ظاهرة معينة.

ثم إجراء المسح الميداني على الجمهور؛ وذلك من خلال قياس كثافة المشاهدة، والتي تقسم إلى ما يأتي: كثيفو المشاهدة، متوسطو المشاهدة، ومنخفضو المشاهدة.

3- تحليل البيانات واستخراج النتائج: تتمثل هذه المرحلة في استخراج النتائج لمعرفة الفروق الأساسية بين المستويات المشاهدة الثلاثة، ومقارنتها بتوقعات المبحوثين الكمية عن حدوث بعض الظواهر، وعمل مقارنة الواقع الاجتماعي المدرك لكل من كثيفي ومنخفضي المشاهدة.

8- المتغيرات والعوامل المؤثرة في عملية الغرس:

تتعدد المتغيرات في عملية الغرس، ويتطلب قياس الغرس قياس متغيرين أساسيين على الأقل، هما:

1.8- المتغير المستقل *Independent Variable*

وهو "حجم التعرض للتلفزيون"، ويتم قياسه عن طريق السؤال المباشر عن عدد الساعات التي يقضيها المبحوث أمام شاشة التلفزيون، ويرى "جرينر" أن حجم المشاهدة هو المؤشر الأكثر ارتباطاً بعملية الغرس، وأن كثيفي المشاهدة يتعرضون بالساعة وليس بالبرنامج، وتم تقسيم المبحوثين إلى كثيفي المشاهدة وقليلي المشاهدة، تمهيدا لتحديد أثر الاختلاف في التعرض على الاختلاف في متغير "الغرس"¹، والمشاهدة الكثيفة ليست مفهوماً كمياً فقط، وإنما هي مفهوم كمي كذلك، وحتى يتم التأكد من عمق تعريفات الموقف ينبغي النظر إلى المضمون الذي يشاهده كثيفو المشاهدة، وطرق تفسيرهم لهذه المضامين. وقد عني "جرينر" أساساً بالتفرقة بين كثيفي التعرض، وأطلق عليهم مصطلح "التلفزيونيين"، وقليلي المشاهدة المرتبطين أكثر بالواقع من حولهم، كما فرق بين أثر الغرس لدى كلٍ منهم بمقياس *Cultivation Differentiation*، حيث يركز على الاختلاف بين نسب الإجابات التلفزيونية التي يقدمها المبحوث داخل الجماعات المقارنة.²

وبالإسقاط على هذه الدراسة، نقول أن المتغير المستقل فيها هو "حجم التصفح"، أو حجم التعرض لشبكة "فيس بوك"، والذي سنحاول قياسه من خلال سؤال المبحوثين عن عدد ساعات تعرضهم للموقع.

2.8- المتغير التابع *Dependent Variable*

وهو "الغرس" الذي يمثل معتقدات وتصورات المبحوثين حول موضوع البحث³، وقد شملت دراسة المتغير التابع: الجريمة والعنف (جرينر 1977)، التوجهات السياسية (مورغان دسينجوريلي 1982) وإدراكات الرفاهية (موكسي وفيلبير 1978) وإدراك المبحوثين لانجازات العلم والأدوار النمطية للرجل والمرأة.⁴

وقد أشار الباحثون إلى أن هناك مستويين لقياس وتحليل حدوث الغرس على مستوى هذه التقديرات والمعتقدات والتصورات (المتغير التابع)، وهما:⁵

¹ منال هلال المزاهرة: 350.
² ولاء محمد الطاهر عبد الخالق: 49.
³ منال هلال المزاهرة: 350.
⁴ ولاء محمد الطاهر عبد الخالق: 49.
⁵ منال هلال المزاهرة: 350-351.

- المطلب الأول للتحليل *First order Cultivation*: ويشير هذا المستوى إلى التقديرات الكمية لحدوث شيء معين، فمثلا عند سؤال المبحوثين عن تقديرهم لفرصة وقوعهم ضحية من كل مائة ألف، أو عدد العاملين في مجال تحقيق العدالة من كل مائة.

- المطلب الثاني للتحليل *Second order Cultivation*: وهذا المقياس أكثر تعقيدا، فهو يستخدم لقياس تقييم معتقدات المبحوثين التي يغرّسها التلفزيون عن العالم الحقيقي، فمثلا يطلب من المبحوثين إعطاء اعتقادات عامة عن العالم، مثل: هل تعتقد أن الناس أمناء بدرجة كبيرة؟

وتشير نتائج بعض الدراسات إلى وجود ارتباط بين التعرض للتلفزيون، وبين المستوى الأول للغرس، وأن هذا الارتباط أقوى تأثرا بالضوابط والمتغيرات الوسيطة، مقارنة بالارتباط بين التعرض للتلفزيون وبين المستوى الثاني للغرس.

كما يمكن النظر إلى متغير الغرس على مستويين آخرين هما: المستوى الشخصي، ويتضمن إصدار الفرد لأحكام، ومعتقدات حول استعداده لظاهرة ما، أو خوفه منها، وتقدير فرص الوقوع كضحية، والمستوى الاجتماعي، المتمثل في إصدار الفرد لأحكام ومعتقدات تتصل بآخرين، مثل تقدير وقوع أصدقائه ومعارفه وغيرهم ضحايا نحو هذه الظاهرة.

3.8- المتغيرات الوسيطة:

يرى الباحثون أن تأثير الغرس الثقافي ليس مباشرا، فهناك عوامل متعددة ومتداخلة ديموغرافية واقتصادية واجتماعية، وعوامل خاصة بالخبرة الشخصية، ومتغيرات خاصة بالتوجه والمشاهدة. هذه المتغيرات قد تتدخل في العلاقة بين مشاهدة التلفزيون، وحدث تأثيرات الغرس الثقافي، مما قد يزيد قوة هذه العلاقة، ومن أهم هذه المتغيرات:

أولاً: المتغيرات الديموغرافية Social Demographic:

اهتمّ الباحثون بالتعرف على سمات الأشخاص المقبلين على رسائل التلفزيون بشكل كبير، والمناطق التي يعيشون فيها ودوافعهم وراء إقبالهم على التلفزيون، وقد ظهر أن العوامل الديموغرافية تقلل، أو قد تلغي تأثير الغرس الثقافي.

وذكر (البيوت) و(سلاتر) أن بعض الفروق الفردية مثل الجنس، العمر، مستوى الذكاء، والوضع الاجتماعي والاقتصادي يمكن أن تؤثر في إدراك واقعية برامج التلفزيون، وتوجد أيضا متغيرات لها تأثير في هذا الجانب، مثل التعرض لوسائل إعلامية أخرى غير التلفزيون، والسفر للخارج كفرص للاطلاع على ثقافات وخبرات أخرى، وتساعد على تنوع مصادر المعرفة، وبالتالي تقلل تأثيرات الغرس الثقافي للتلفزيون.

ويرى "جرينر" وزملاؤه أن التلفزيون يميل إلى السيطرة على الأفراد الأقل تعليماً من المجموعات ذوي الدخل المنخفض، والذين لا يملكون معلومات يمكن أن يعتمدوا عليها، وكذلك الأفراد فاقد الثقة في مصادر المعلومات الأخرى.

ثانياً: إدراك واقعية المضمون *Perceived Realism*:

يواجه الأفراد دائماً في التفاعلات مع البيئة المحيطة مشكلة تحديد الصور الحقيقية، أو غير الحقيقية، للأفراد أو الموضوعات التي يتفاعلون معها، وقد يصيب تحديد الحقيقة، وفي كثير من المضامين التي تقدمها وسائل الإعلام، إذا اعتقد المشاهدون لها أن الأشياء التي يراها غير حقيقية، فإن رد فعله يكون مختلفاً تماماً، في حالة علمه أنها حقيقية. ويعتبر مفهوم إدراك الواقع من أهم المفاهيم التي تقوم عليها نظرية الغرس، وقد حظي هذا المفهوم باهتمام الباحثين، والذين خرجت أبحاثهم حول تأثير التلفزيون بنتائج يمكن إجمالها فيما يأتي:

أولاً: يعتبر المشاهدون الذين يعتقدون بواقعية المحتوى التلفزيوني أكثر تأثراً من المشاهدين الذين يعتقدون أنه خيالي.

ثانياً: لا يعتبر كل مشاهدي التلفزيون متشابهين في درجة تصديقهم للواقع المقدم على الشاشة، خاصة إذا لم يبرشوا لدرجة واقعية المادة المقدمة.

ثالثاً: تؤثر الفروق الفردية (السن، الطبقة الاجتماعية) على درجة واقعية مضمون البرامج لدى الأفراد.

رابعاً: يعتبر إدراك الواقع أكثر تأثراً في الأطفال والمراهقين، كما تؤكد بعض الدراسات تأثيره على الشباب.

ويعني مفهوم إدراك واقعية المضمون مدى إدراك المشاهد لكون المضمون التلفزيوني الذي يشاهده واقعياً.

وقد انقسمت الدراسات في تعريفها لواقعية المضمون إلى ثلاث فئات:

- 1- تعريف الواقعية من خلال الرسالة نفسها.
- 2- الربط بين إدراك واقعية المضمون والمتلقي: حيث تركز الدراسات في هذه الفئة على إدراك واقعية المضمون في اتجاه مختلف عبر الأفراد، أكثر من كونه سمة تميز محتوى وسائل الإعلام، ومن خلال هذه الدراسات تم قياس إدراك واقعية المضمون بشكل عام، ودون أبعاد محددة.
- 3- التوصل إلى تعريف خاص بمفهوم إدراك واقعية المضمون، ويمثل هذه الفئة "بوتر"، الذي وضع تعريفاً لإدراك واقعية المضمون يعتمد على الأبعاد الآتية:

أ- النافذة السحرية Magic Window:

وهي الدرجة التي يعتقد عندها المشاهدون أن مضمون التلفزيون حقيقي، وتصوير دقيق للواقع، ويعتقدون أن التلفزيون ماهو إلا نافذة سحرية نطلّ بها على العالم، ويمدّهم بوجهة نظر حقيقية عن الأشياء، وهذا الاعتقاد هو أحد أبعاد النافذة السحرية.

ويستمدّ هذا المفهوم أساسه من الدراسات التي أجريت حول الأطفال وعلاقتهم بالتلفزيون، حيث أنّ الصغار هم أكثر اعتقاداً في كون التلفزيون بمثابة نافذة سحرية، تقدّم لهم تصويراً حقيقياً للواقع، إلا أنّهم عندما يكبرون، تنمو لديهم عملية تنظيم معرفي للمهارات والقدرات، ممّا يسمح لهم بنقد المحتوى التلفزيوني، ولكن عندما يصلون لمرحلة المراهقة تنمو قدراتهم، وينظرون للمحتوى التلفزيوني على أنه خيالي، وبالتالي يبدوون في التخلّص من تأثيره عليهم.

ب- التعلّم Instruction:

يشمل هذا البعد معتقدات المشاهدين حول القدرة التعليمية للتلفزيون، والتي تزيد من الخبرات المباشرة لمشاهديه، ولذلك يعتمد هذا المفهوم على الجانب المستمدّ من دوافع مشاهدة التلفزيون، والتي تضمّ دافع الحصول على المعلومات. فالتعلّم يمكن أن يتمثّل في طلب حقائق من البرامج الوثائقية والبرامج الإخبارية، أو تكون له طبيعة اجتماعية، مثل الحصول على معلومات عن أنواع المشاكل التي تواجه الآخرين، وكيفية حلّها، خاصّة أنّ بعض المواد التلفزيونية الخيالية الدرامية تقدّم دروساً أخلاقية مفيدة، تساعد المشاهدين، لأنّها تقدّم لهم المشكلات، وتعلّمهم كيفية التغلّب عليها. ويطلق عليه أحيانا التوقّعات الاجتماعية، وهي نفس الاعتقاد بإمكانية تطبيق المحتوى التلفزيوني على حياة المشاهدين الخاصّة، فمثلاً المشاهد لديه اعتقاد قويّ بأنّ المسلسلات التلفزيونية تعكس مواقف حقيقية أو واقعية، سوف يعتقد في إمكانية تطبيق هذه المواقف على حياته الخاصّة، أكثر من المشاهد الذي يرى في هذه الأعمال أنّها مجرد خيال، أو أنّها تعتمد على المبالغة، وبالتالي دوافع المشاهدة لديه مجرد تمضية الوقت أو الهروب والتسلية، بدلا من محاولة التعلّم والاستفادة من المضمون المقدم في المسلسل.

ج- التّوحد Identity:

وهو يعكس شعور المشاهد بالقرب من شخصيات التلفزيون، وإحساسه بنشاط الشخصية وتأثيرها في حياته الخاصّة، فالذين يشاهدون ويتابعون الشخصية التلفزيونية ربّما يجدون أنفسهم يفكّرون ويفلّقون ويتحدّثون عن هذه الشخصية كأنّها شخصية حقيقية يعرفونها، وهذا لا يعني أنّ الشخصيات التي بينها علاقة تآلف وتقارب مع شخصية أو عدّة شخصيات تلفزيونية هم أشخاص غير متوازنين عقلياً، أو غير قادرين على التفرقة بين عالم التلفزيون والعالم الحقيقي، وإنّما أشخاص يتولّد لديهم شعور قويّ بواقعية تلك

الشخصيات المقدّمة من خلال التلفزيون، وتشابها مع بعض الشخصيات في العالم الحقيقي، فتكون مشاعرهم اتجاه تلك الشخصيات مشابهة لمشاعرهم اتجاه الأشخاص الحقيقيين.

وقد استمدّ هذا البعد بناءه من نظرية التعلّم الاجتماعي *Social Learning* (بندورا 1977)، والتي ترى أنّ الأفراد الذين يتوحّدون مع النماذج التي يلاحظونها، سيصبحون أكثر تأثراً من الأفراد الذين ليس لديهم مشاعر بالتوحّد. ولذلك فالأفراد الذين لديهم ميل للتوحّد، يرون أنّ الشخصيات التلفزيونية مشابهة للأفراد الذين يقابلونهم في حياتهم الواقعية، ولذلك فهم أكثر تأثراً بالتلفزيون من آخرين لا يدركون مثل هذا التشابه.

ثالثاً: دوافع المشاهدة *Viewing motives*:

افتترضت بحوث تحليل الغرس الثقافي أنّ مشاهدة التلفزيون تكون بالنسبة لجميع الأفراد وبشكل عام لنفس الدوافع، بينما وجدت نتائج بحوث الاستخدامات والإشباع أن هذا الافتراض ليس صحيحاً، فالمشاهدون لا يشاهدون التلفزيون لنفس الدوافع. وأوضحت دراسات "روبين" *Alan Rubin* أنّ الدوافع المختلفة للمشاهدة تؤدي إلى حدوث تأثيرات مختلفة.

وقد قسم "روبين" دوافع مشاهدة الجمهور للوسائل الإعلامية لفتين هما:

- الدوافع الوظيفية: بمعنى انتقاء الفرد لمضامين إعلامية معينة، ولسائل اتصالية محدّدة، وذلك لتلبية احتياجات معرفية ومعلوماتية؛ أي الاستخدام الهادف.

- الدوافع الطقوسية: بمعنى أنّ الفرد يستهدف تمضية الوقت والاسترخاء والهروب من المشكلات، وتحقيق الألفة والصداقة، وتنعكس هذه الفئة في المسلسلات والأفلام والمنوعات والبرامج الترفيهية.

ويؤكد "روبين" أنّ الاستخدام بحكم العادة يكون فيه استخدام التلفزيون كوسيلة أكثر من كونه استخداماً لههدف محدّد، أو لبرامج محدّدة، وهو ما يؤدي إلى حدوث تأثيرات الغرس الثقافي.

وقد تأخذ علاقة الدوافع بعملية الغرس ثلاثة أشكال، هي:

- 1- أنّ الدوافع ليس لها دور، والغرس هو العلاقة بين التعرّض لمحتوى التلفزيون والتأثيرات الناتجة عن ذلك.
- 2- أنّ دوافع المشاهدة هي المسؤولة عن تأثير الغرس، حيث تكون العلاقة بين الدوافع والتأثيرات.
- 3- وجود علاقة تفاعلية بين التعرّض ودوافع المشاهدة التي تؤدي لحدوث تأثيرات الغرس، حيث أنّ دور أحدهما لا يفهم دون الآخر.

رابعاً: المشاهدة النشطة *Active Viewing*:

ويقصد بها أن يقوم المشاهد أثناء تعرّضه لمضمون التلفزيون بعمليات نقد وتحليل المعلومات الواردة في المحتوى التلفزيوني، ويؤدّي المشاهد هذه العمليات أثناء المشاهدة أو بعدها.

والمشاهدة النشطة تعني أيضاً استغراق المشاهد عاطفياً مع بعض الشخصيات أو الحركات، وعليه فيمكن أن تتكوّن المشاهدة النشطة من عناصر معرفية وعناصر عاطفية.

وقد حدّد "رونر *Donna Ronner*" للمشاهدة النشطة، مثل:

1- الانتباه الكامل للخط الدرامي للقصة.

2- التحدّث مع الآخرين حول ما قدّم في محتوى العمل.

3- الاهتمام بما يحدث لشخصيات العمل الذي يرونه.

وقد ذهب "رونر" أيضاً إلى أنّ المشاهدين الأكثر تعرّضاً للمحتوى الإعلامي بمشاهدة نشطة، هم الأكثر اعتقاداً بحقيقة ما يُعرض عليهم، بل هم الأكثر تأثراً به عن الذين يتعرّضون لمستوى منخفض من المشاهدة النشطة.

9- الانتقادات التي وُجّهت للنظرية:

على الرّغم من أنّ نظرية الغرس حظيت بتأييد كثير من الباحثين، إلاّ أنّها واجهت العديد من الانتقادات منذ نهاية السبعينات وحتى نهاية التسعينات، والتي تتمثّل فيما يأتي:¹

- يرى أنصار مدخل الاستخدامات والإشباع أن نظرية الغرس الثقافي تجاهلت متغيّر الدوافع، حيث أنّهم يرون أنّ "جرينر" لم يبذل جهداً للتفرقة بين الذين يشاهدون التلفزيون بطريقة روتينية، والذين يشاهدون التلفزيون بطريقة انتقائية نشطة، وهنا يصبح الغرس متغيّراً تابعاً لمتغيّر الدوافع، وليس التعرّض للتلفزيون.

- انتقد "هيرش *Hirsch*" نظرية الغرس لعدم التحكّم الدقيق والكافي للمتغيّرات الأخرى، وذلك لاختلاف نتائج البحث عندما تمّ تحليلها مرّة أخرى بمعامل الارتباط المتعدّد، خاصة بعد أن تمّ إدخال متغيّرات ديموغرافية، فتأثرت العلاقة بين التعرّض للتلفزيون وتأثيرات الغرس.

- أخذ بعض الباحثين على نظرية الغرس أنّها تنظر إلى التأثير التلفزيوني بشكل عام، من خلال عدد ساعات المشاهدة الكلية دون النظر إلى نوعية البرامج التي يتعرّض لها المشاهد، حيث أنّ التعرّض لنوعية معيّنة من البرامج الترفيحية الدرامية يكون أكبر تأثيراً في حدوث الغرس وليس المشاهدة الكلية.

¹ حسنين شفيق: نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2014 235-236.

- تساءل عدد من الباحثين عن مدى مصداقية بحوث الغرس، إذ أظهرت معظم الدراسات معاملات ارتباط تتراوح ما بين (0.12) إلى (0.20) وهو ما يدل على ضعف العلاقة بين المشاهدة وتأثيرات الغرس أو عدم وجودها أصلاً.

وما ذهب إليه هؤلاء الباحثون لا يعني - كما ذهبوا- الشك في مصداقية بحوث الغرس، إذ أن الضعف في معاملات الارتباط يمكن إرجاعه إلى الآتي:

أ- أسباب تتعلق بأوجه النقص التي يعاني منها المقياس نفسه.
ب- طبيعة الدراسات الاجتماعية التي تتناول إحدى الظواهر الإنسانية، حيث تتميز هذه الظاهرة بتعدد أسبابها، وفي الوقت نفسه فإن هناك صعوبة في السيطرة على المبحوث، والتحكم فيها وهي مشكلة كل الدراسات الإنسانية.¹

- يأخذ بعض الباحثين على بحوث الغرس الثقافي أن معظمها تركّز على التأثير أكثر من تركيزها على عملية التأثير نفسها؛ أي أن هذه البحوث تهتمّ بنتائج الغرس أكثر من اهتمامها بالعملية الميكانيكية التي تتم من خلال الغرس. وبالتالي لا بدّ عند صياغة الاستمارة أن يتمّ وضع أسئلة لماذا؟ وكيف؟ بصورة أكبر من التركيز على أسئلة ماذا؟ ومن؟

- تركّز إحدى الانتقادات الحديثة التي وجهت للنظرية على تأثير مشاهدة التلفزيون على إدراكات الواقع الاجتماعي، حيث يهتمّ بعض الباحثين بالتأثيرات الكامنة التي تؤثر على الصلة القائمة بين مشاهدة التلفزيون وأحكام الواقع الاجتماعي.²

- وبالإضافة إلى ما سبق، فإن هناك قضايا أخرى مثل تأثير التكنولوجيا المتطورة في عملية الغرس، ومدى حدوث عملية الغرس في دول أخرى، خصوصاً أنه ثبت أنها ليست عملية نمطية حتى داخل الولايات المتحدة نفسها بين مختلف الجماعات، وأن صورة المجتمع العنيف لم تظهر في بريطانيا أو كندا من خلال البحوث التي أجريت هناك.

وهذه القضايا التي تثيرها العديد من البحوث والدراسات توضح أنّ عملية الغرس من خلال التلفزيون أو وسائل الإعلام بصفة عامّة لم تكتمل معالمها، وإن كان قد تمّ اختبارها في مجالات العنف والجريمة داخل أمريكا. إلا أنه لا يمكن تعميم نتائجها على كلّ الجماعات أو الثقافات، ولم تحدّد لها أطر نظرية أو منهجية خاصّة أكثر ممّا يمكن أن نسوّقه من فروض مستقاة من النظرة الكلية لدور وسائل الإعلام في بناء الأفكار والمعاني كأداة من أدوات التفاعل الرمزي داخل المجتمعات.

¹ منال هلال المزاهرة:

355.

236.

² حسنين شفيق:

وإذا كانت دراسات الغرس قد ركزت في البداية على انتشار الجريمة والعنف وعلاقتها ببرامج التلفزيون في أمريكا، فإنّ هناك مجالاً آخر لا يقلّ عنه أهميّة في المجتمعات السّاعية إلى التّقدم، والذي يؤكّد مرة أخرى العودة إلى مناقشة قضايا الثقافة الجماهيرية، وتدنيّ الذّوق العام، أو غرس المعاني، أو الأفكار التي تسهم بطريق مباشر، أو غير مباشر، في تدعيم الوضع القائم، وسيطرة أصحاب المصالح على توجيه الثقافة الجماهيرية، بما يتفقّ مع دعم مصالحتها. وخصوصاً في مراحل التغيير الفكري أو العقائدي، بجانب اختبار فروض هذه النّظرية في مجال انتشار الأفكار والمعاني الغريبة عن المجتمع، التي تنتشر عبر التكنولوجيا المتقدّمة في وسائل الإعلام، وتدعيم التّغيير الثقافي لصالح ثقافات أخرى، والتي يمكن الكشف عنها في نماذج سلوكية عديدة يتصدّرها السلوك اللفظي، وبصفة خاصّة في المراحل العمرية المبكرة.¹

10- الاتجاهات الحديثة في نظرية الغرس الثقافي:

تعتبر الانتقادات التي تعرّضت لها نظرية الغرس سبباً قوياً لمنظريّ النّظرية، كي يحاولوا نقادي نقاط الضّعف التي نسبت لها، وفيما يأتي عرض لبعض الاتجاهات الحديثة في نظرية الغرس الثقافي:²

- أوضح بعض الباحثين أنّ تأثيرات الغرس تكون أقوى عندما يتمّ قياس مضمون نوع معيّن من برامج التلفزيون بدلا من المشاهدة الكليّة للتلفزيون.

- اهتمّ الباحثون بدراسة العلاقة بين مشاهدة التلفزيون وتغيير الاتجاهات والسلوك الاجتماعي لدى الجمهور الذي يتعرّض لمشاهدة التلفزيون.

- أدّى ظهور وسائل الاتصال الحديثة مثل التلفزيون الكابلي، والفيديو كاسيت، والبرق الفضائي إلى تساؤل مهمّ حول ما إذا كان ظهور هذه الوسائل سيؤثر على عملية الغرس الناتجة عن المشاهدة التلفزيونية؟ وانقسم الباحثون في الردّ على هذا السّؤال إلى فريقين: الفريق الأوّل يرى أنّ البيئة الجديدة لوسائل الاتصال سيكون لها تأثير محدود في تأثيرات الغرس؛ فالوسائل الحديثة، تزيد التنوّع في الخدمات المتاحة ولا تقلّل ساعات المشاهدة أمام التلفزيون، كما تتيح مضامين لهم كان من الصّعب مشاهدتها في الأوقات غير الملائمة لهم. بينما يرى الفريق الثّاني أنّ تعدّد وسائل الاتصال الحديثة يؤدي إلى تعدّد المضامين أمام الأفراد التي لا تتسم بالضرورة بالانسجام والاتّفاق، وهذا من شأنه أن يقلّل حدوث الغرس.

اهتمّ بعض الباحثين عام 2001 بتقنين افتراضات نظرية الغرس، من خلال استخدام مدخل السلوك المبرر، لتحديد ما إذا كان المشاهدون كثيفو المشاهدة للتلفزيون يتأثرون ليس فقط على مستوى الاعتقادات

والاتجاهات، ولكن أيضا على مستوى نوايا السلوك، أو القيام بسلوك فعلي يتم باتخاذ إجراءات وقائية ودفاعية تجاه بعض القضايا مثل العنف والجريمة في المجتمع.

وأظهرت بعض الدراسات عام 2005، أن اختبارات الغرس وآثارها يتم تطبيقها على الصحف أيضا، ومن ثم لم يعد هناك اليوم أسس لمقارنة القوة الصحفية مقابل القوة التلفزيونية بشأن تكوين الرؤى عن العالم الخارجي، كما أظهرت النتائج أن رؤية الأفراد للعالم الخارجي تتشكل نتيجة التعرض لوسائل الإعلام على مدار الأيام.

كما قام الباحثون في نفس السنة باختبار كل من نموذج التعلم والبناء النشط (النموذج النشط)، وأيضا النموذج العكسي (نموذج السلبية والتوافر)، من خلال قياس هذه المفاهيم في مضامين وسائل الإعلام، حيث أوضحت النتائج أن العمر كان مؤثرا إيجابيا لإمكانية التنبؤ بحدوث الغرس، فالمبحوثون الأصغر سنا كانوا أقل في درجة الاختلاف والتباين بين اتجاهاتهم الشخصية نحو بعض القضايا، مثل الزواج، التي تقدمها وسائل الإعلام، في حين أن عملية التفكير النقدي كانت مؤثرا سلبيا لحدوث آثار الغرس، فالمبحوثون الذين حققوا درجة عالية من التفكير النقدي كان لديهم درجة أقل من الاختلاف والتباين بين اتجاهاتهم الشخصية وبين ما تقدمه وسائل الإعلام.

وفي نفس السنة دائما، حاولت بعض الدراسات الحديثة أن تقيس الآثار السلوكية المترتبة على مشاهدة التلفزيون، وعلاقتها بالصحة النفسية للأفراد، والساعات التي يقضيها الفرد في مشاهدة التلفزيون، حيث توصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية قوية بين مشاهدة التلفزيون وبين الصحة النفسية للأفراد، وهذا يدعم فروض الغرس، التي تشير إلى أن التعرض الكثيف لمجموعة من رسائل الإعلام يمكن أن يؤثر في السلوك والقيم والمعتقدات والاتجاه، حيث تمثل عملية التعلم الاجتماعية عملية غير مباشرة ترتبط ارتباطا سلبيا بالصحة النفسية للأفراد.

واهتم الباحثون عام 2007 بقياس اتجاه آثار الغرس فيما يتعلق بتقديرات الأفراد وإدراكهم للعالم والواقع الاجتماعي، ومدى تأثرهم بعدد من العوامل ذات الصلة بالسياق العام للعملية، مثل ترتيب أولويات المصدر، والدافع لمعالجة المعلومات، من خلال تشكيل الأحكام نحو الواقع المحيط، كما أظهرت هذه الدراسات أيضا أن آثار الغرس لم تظهر عندما قيست عبر الاستبيان من خلال البريد، وذلك في مقابل الاستبيان عبر الهاتف.

وبناء على كل المعطيات السابقة، فقد انعكس تبني هذه النظرية على هذه الدراسة من خلال تحديد متغيراتها، وصياغة تساؤلاتها، هدفها الرئيس وأهدافها الفرعية، فرضياتها وأدوات التحقق منها، وخاصة استمارة الاستبيان، بحيث جعلت من متغير "كثافة التعرض لموقع "فيس بوك" كنموذج عن الشبكات الاجتماعية الإلكترونية" متغيرا مستقلا، إضافة إلى المتغيرات الديموغرافية الأخرى، كما كانت هذه النظرية

سببا رئيسا في اعتماد الباحثة على تحليل صفحة من صفحات شبكة "فيس بوك" من خلال الخطوة الأولى لقياس الغرس؛ المتمثلة في الدراسة المكثفة لمضمون صفحة من صفحات الشبكة موضوع الدراسة، كما ستشكل هذه النظرية الأساس المرجعي لتفسير بعض النتائج المتوصل إليها.

خلاصة:

تطرقنا في هذا الفصل إلى الدراسات السابقة بدءا بذكر أهميتها في البحث، وتوضيح كيفية عرضها منهجيا، وصولا إلى التعليق عليها، من خلال تحديد أوجه الشبه والاختلاف بينها وبين الدراسة الحالية، وكذلك أوجه الاستفادة منها.

كما حاولنا عرض نظرية الغرس الثقافي كمدخل نظري للدراسة؛ بدء بتحديد أسباب تبني هذه النظرية تحديدا، إلى عرضها بشكل نظري، يتخلل كل ذلك إسقاط هذه النظرية على الدراسة الحالية.

وبذلك نكون قد انتهينا من كل الإجراءات المنهجية التي ستنبئ عليها الدراسة، تمهيدا للانتقال إلى الفصل الثالث، والذي يمثل بداية الإطار النظري للدراسة، والذي إرتأينا أن نبدأه بالشبكات الاجتماعية الإلكترونية إلى غاية الوصول إلى العلاقة بينها وبين الشباب الجزائري والهوية.

الفصل الثالث:

الإعلام الجديد وبوادر عصر الشبكات الاجتماعية الاليكترونية

I. الإعلام الجديد: المفهوم والوسيلة:

- 1- الانتقال التكنولوجي من الويب 1.0 إلى الويب 2.0.
- 2- تطبيقات الويب 2.0.
- 3- الجيل الثالث للانترنت ويب 3.0 .
- 4- الإعلام الجديد: إشكالية المفهوم.

II. الشبكات الاجتماعية الاليكترونية:

- 1- مفهوم الشبكات الاجتماعية الاليكترونية.
- 2- مكونات الشبكات الاجتماعية الاليكترونية.
- 3- نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية الاليكترونية.
- 4- خصائص الشبكات الاجتماعية الاليكترونية وأنواعها.
- 5- أهم وأبرز الشبكات الاجتماعية الاليكترونية.
- 6- موقع فيس بوك.. أشهر الشبكات الاجتماعية.

تمهيد:

لقد أعقبت القفزة الكبيرة في الآليات والمعدات التكنولوجية ثورة أخرى، مسّت الجانب البرمجي التطبيقي، وبالتالي فبقدر التطور التقني؛ الذي تجلّت ملامحه في تزايد سرعة تدفق المعلومات عبر الانترنت، وتقلص حجم الحواسيب الشخصية، وظهور المحمّولة الذّكية، كانت هناك - بالتوازي - العديد من التطوّرات التي غيرت من طريقة عمل هذه التقنيات، وكيفيات تسييرها وعملها، والتي كانت من ضمن أهم أهدافها خدمة المستخدمين وتيسير عملهم، وتغيير الكثير من سلوكيات وأنماط استخدام الانترنت، غير أنّ هذه البرمجيات لم تتوقّف عند حدّ تحسين وتطوير الاستخدام، بل أخذت تغيّر في النماذج التقليدية التي تتدفّق من خلالها المعلومات، وتغيّر بالتالي العديد من المفاهيم الإعلامية، والطريقة التي تنتقل بها المعلومات التي تعتبر المادّة الأساسية لهذا العصر، وكان من أهم نتائج ذلك أن تبلور مفهوم الإعلام الجديد.

كما أنّ هذا التطور التقني الهائل، فرض حقائق جديدة على العالم، جعلت الناس يتلاحمون في عالم افتراضي ما فتئت إفرزاته تتحكّم شيئاً فشيئاً في الواقع الإنساني والسياسي والاجتماعي لسكان الكرة الأرضية. ولعلّ من بين أهم إفرزات هذا العالم الذي لا يكاد يستقر على حال ما أصبح يعرف بالشبكات الاجتماعية، التي يشترك عبرها ملايين الناس، كلّ حسب اهتماماته وميوله.

فما هو هذا الإعلام؟ وما هي أشكاله التواصلية المختلفة؟ ولماذا تعتبر الشبكات الاجتماعية الإلكترونية أهمّ هذه الأشكال، وإحدى سمات المشهد المعلوماتي العالمي؟ وماهي أشهر شبكة تواصل اجتماعي حالياً؟ ولماذا تبوّأت هذه المكانة بين كلّ تلك الأعداد الهائلة من الشبكات؟

هذا ما سنحاول الإجابة عنه في العناصر الآتية من هذا الفصل.

I. الإعلام الجديد: المفهوم والوسيلة

1- الانتقال التكنولوجي من الويب 1.0 إلى الويب 2.0:

1.1- مدخل إلى الويب 1.0:

يشير ويب 1.0 (web 1.0) إلى شبكة المعلومات الموجهة الأولى، التي وفّرها عدد قليل من الناس لعدد كبير جداً من المستخدمين، تتكوّن أساساً من صفحات ويب ثابتة، وتتيح مجالاً صغيراً للتفاعل.¹

2.1- مدخل إلى الويب 2.0:

يعتبر مصطلح Web 2.0 من أحدث المصطلحات التي يطرحها قطاع المعلوماتية في الآونة الأخيرة، وظهر هذا المصطلح بالتحديد في مؤتمر تطوير الويب عام 2003 في مدينة "سان فرانسيسكو"، حيث أقيم بين شركتي *OREILLY* وشركة *MEDIA LIVE INTERNATIONAL*، وذكر هذا المصطلح على لسان نائب رئيس شركة "OREILLY" وهو السيد *DALE DOUGHERTY*، وذلك لأول مرة في مجال تقنيات الويب، وكان الهدف من هذا المؤتمر هو وضع تصور جديد للشبكة، وتقسيم مواقع الإنترنت، إلى مواقع ويب 1.0 ومواقع ويب 2.0، على أساس الخدمات، والتطبيقات، والتكنولوجيات التي تقدّمها مواقع الإنترنت.

فيتّضح لنا من هذا، أنّ الويب 2.0 هي مجموعة من الخدمات التي تقدّمها المواقع، وليست تقنية واحدة أو خدمة واحدة. وبالفعل قام المشاركون في المؤتمر بتقسيم المواقع، ووضع نماذج لمواقع الويب 1.0، ونماذج لمواقع الويب 2.0، كما تمّ وضع معايير لتحديد ما إذا كان الموقع هو من مواقع الويب 1.0، أو مواقع الويب 2.0، ووضع الفروق بين مواقع الويب 1.0، ومواقع الويب 2.0، وكان هذا هو الهدف من المؤتمر. وبعد الانتهاء من هذا المؤتمر، أخذ هذا المصطلح في الراج والتّقل بين مستخدمي الإنترنت، ولكن بطريقة غامضة، ولم يكن له أطر محدّدة؛ حيث أنّ المؤتمر لم يستطع تقديم تعريف محدّد عن الويب 2.0 وخدماتها وتطبيقاتها. وإلى الآن، لم يأخذ هذا المصطلح شكلاً مقنّناً محدّداً، ولم يستطع أيّ باحث في وضع تعريف محدّد للويب 2.0، ولكنها كلّها عبارة عن تعريفات إجرائية، كلّ حسب تصوّره، واجتهادات بحثية من جانب الباحثين.²

يمتثل الويب 2.0 ذلك التطوّر الذي طرأ على تطبيقات الإنترنت من الجيل الأوّل إلى الجيل الثّاني، فعلى سبيل المثال في الجيل الأوّل، كانت الموسوعة البريطانية *Britannica* هي النموذج الأمثل للموسوعات

¹ Richard Harrison and Michael Thomas: *Identity in Online Communities: Social Networking Sites and Language Learning*, International Journal of Emerging Technologies and Society, vo7(2), 2009, p112.

² أمينة عادل سيد سليمان، هبة محمد خليفة عبد العال: *الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة*، بحث مقدّم للجمعية المصرية للمكتبات

الإلكترونية، بينما في الويب 2.0، حلت محلها الموسوعة الحرة *Wikipedia*، حيث يشترك المجتمع في إثراء محتواها، والمواقع الشخصية في الويب 1.0، حل محلها المدونات في بيئة 2.0.

ويقول "بريدنج مارشال *Breeding Marshall*" حول مفهوم الويب 2.0، أنه لا يوجد أحد يمكنه معرفة المعنى الحقيقي للويب 2.0؛ حيث أن كثيرا من التقنيات المنسوبة إلى الويب 2.0 موجودة منذ فترة طويلة، مستخدمة في الجيل الأول من الويب 1.0، فالويب 2.0 لم يأت بتقنيات جديدة، ولكنها جاءت بطرق جديدة لتقديم خدمات الانترنت، وهو فلسفة، وأسلوب جديد لتقديم خدمات الجيل الثاني من الانترنت، تعتمد على دعم الاتصال بين مستخدمي الانترنت، وتعظيم دور المستخدم في إثراء المحتوى الرقمي على الشبكة، والتعاون بين مختلف مستخدمي الانترنت في بناء مجتمعات إلكترونية، وتتعاكس تلك الفلسفة في عدد من التطبيقات التي تحقق سمات وخصائص الويب 2.0، أبرزها المدونات، التأليف الحر، وصف المحتوى، الشبكات الاجتماعية.¹

ورغم كل ما يثار حول مفهوم الويب 2.0، وعدم الاتفاق حول تعريف دقيق له، فإن هناك شبه إجماع على اشتغال الويب 2.0 على كل ما هو جديد، مبدع وخلاق على الشبكة، سواء كان موقعا، أو تطبيقا أو خدمة تتوفر فيها شروط معينة لتدخل تحت مسمى الويب 2.0.

وفيما يأتي نذكر بعض التعاريف التي وردت لهذا المصطلح:

- يُعرف الويب 2.0 عند "Tim O'reilly" على أنه الجيل الثاني من مواقع وخدمات الانترنت، والتي عملت على تحويل الانترنت إلى منصة تشغيل للعمل، بدلا من كونها مواقع فقط، وتعتمد في تكوينها على الشبكات الاجتماعية *Social Network*، ومن مكوناتها المدونات *blogs*، والويكي *wikis*، اليوتيوب *youtube* وأجاس *ajax*، وهي الصفحات التي يستطيع زائر الموقع التعديل عليها، أو المواقع التي تسمح لك بوضع مفضلتك عبر الانترنت *Favorites*، بحيث يسمح للأخريين الاطلاع عليها، والبحث فيها؛ أي تسمح للمستخدمين التفاعل فيما بينهم من خلالها.

- أما ريتشارد ماكمانوس "Richard Macmanus"، فقد ذكر أن الويب 2.0 تعتبر منصة تشغيل لوسائط الإعلام الجديدة، تعمل على تطوير البرامج، ويمكن أن تصل إلى مجالات عديدة تعليمية وتجارية وإدارية...إلى غير ذلك.²

¹ محمود عبد الستار خليفة: الجيل الثاني من خدمات الانترنت- مدخل إلى دراسة الويب 2.0 Cybrarians journal 18 2009.

² : التعليم الإلكتروني والويب 2.0 مجلة المعلوماتية، عدد 24 2009 :
http://informatics.gov.sa/cgi-sys/suspendedpage.cgi?id=260 تاريخ الزيارة 2014/02/04 الساعة 00.50

2- تطبيقات الويب 2.0:

1.2- التأليف الحر Wiki: مصطلح ويكي *Wiki* كلمة مأخوذة من شعب جزر هاواي الأصليين، وهي تعني "بسرعة"، وقد استُخدمت في مجال الانترنت، للتعبير عن سرعة الكتابة في الموسوعات الحرة. وكان أول ظهور لتطبيقات التأليف الحر في 1995، حيث قام كل من "وارد كومنجام" *Ward Comingham* و"بوليوف" *Boleuf* بإنشاء موقع ويكي، وهو *wiki wiki web*. ويعتبر الويكي مصدراً حراً إلكترونياً يشارك المجتمع في صياغة وتعديل محتوياته، حيث يسمح لأي مستخدم بإضافة معلومات جديدة، أو تعديل المعلومات الموجودة فيه، وهو يقوم على مبدأ مشاركة المجتمع في إثراء المعرفة.¹

ومن أهم تطبيقات الويكي، الموسوعة الإلكترونية "الويكيبيديا"، التي تأسست سنة 2001، من طرف "لاري سانجر" و"جيمي ويلر" كموسوعة حرة متاحة على الخط المباشر "Online"، وتقوم الويكيبيديا على مبدأ الحكمة الجماعية أفضل من الفردية، فأى شخص يمكنه كتابة مقالة على الويكيبيديا، وتنقيتها، والزيادة فيها، وبالتالي نصل إلى مقالة بعدد كبير من المشاركين.²

كما أن الويكي يتوفر على عدة تطبيقات، بالإضافة إلى الويكيبيديا، هي:³

- تطبيق الكتب الحرة *Wiki books*
- تطبيق القواميس الحرة *Wikitionary*
- تطبيق الأعمال الحرة *Wiki news*
- تطبيق التعليم العالي وتطبيق الوسائط المتعددة الحرة *Media wiki*.

ومن خصائص التأليف الحر:

- تبسيط عملية تحرير المحتوى؛ إذ يستطيع أي أحد تغيير المحتوى، أو تعديله بكل سهولة، حيث تظهر له صفحة نموذج لتحرير المحتوى، ثم يقوم بحفظ التعديلات التي قام بها، لتظهر في الأخير كما حررها.
- تستخدم تطبيقات التأليف الحر أوامر بسيطة لتنسيق محتوياتها.
- تحتفظ تطبيقات التأليف الحر بسجل تاريخ الصفحات، فإذا أخطأ شخص ما في تحرير إحدى الصفحات، يمكنه الرجوع إلى الصفحات السابقة المحفوظة.
- تسمح مواقع التأليف الحر لأي زائر بالتعديل، أو إضافة المحتوى دون الحاجة إلى التسجيل في الموقع.

¹ محمود عبد الستار خليفة:

² : تطبيقات الويب 2.0 في المكتبات الويكي، Cybrarians journal، 18، 2009.

³ محمود عبد الستار خليفة:

2.2- الشبكات الاجتماعية: وهي مواقع تشكّل مجتمعات إلكترونية ضخمة، وتقدّم مجموعة من الخدمات، التي من شأنها تدعيم التّواصل، والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات، والوسائل المقدّمة، مثل التّعارف، الصداقة، المراسلة والمحادثة الفورية، إنشاء مجموعات اهتمام، وصفحات للأفراد، والمؤسسات المشاركة في الأحداث والمناسبات، ومشاركة الوسائط مع الآخرين، كالصور والفيديو والبرمجيات. ومن بين أشهر هذه الشبكات "فيس بوك" و"تويتر".

3.2- وصف المحتوى (*Content tagging*): وهو استخدام الكلمات في وصف الكيانات الرقمية، وتكون عبارة عن كلمات حرة لا تخضع لأيّ نظام مقنّن وتقوم فكرة وصف المحتوى على مشاركة المستخدم في إضافة الكلمات المفتاحية الخاصة به إلى المصادر، حيث يمكن أن يصف صورة، أو ملفاً صوتياً، أو فيديو. وهذا التطبيق يحقّق واحداً من أهمّ مبادئ الويب 2.0، وهو مبدأ مشاركة المستخدم في بناء المحتوى، ومن النماذج الشهيرة لوصف المحتوى موقع الصور الشهير *Flicker*، وموقع *Youtube*، فكلاهما يسمح للمستخدم بوضع واصفات لمحتوى الصور، أو الفيديو الذي أضيف إلى الموقع.

4.2- الوافي للموقع *RSS*: الملخص الوافي للموقع عبارة عن تقنية، تمكّن المستفيد من الحصول على آخر الأخبار والمعلومات، فور ورودها للموقع بشكل تلقائي، بدلاً من تصفّح الموقع كاملاً، فهي تُخَطِر المستفيد بما يستجدّ من أخبار في الموقع، وذلك من خلال استخدام برامج يُطلق عليها *RSS Reader* من أجل جمع، وتصفّح المعلومات، وتظهر هذه المعلومات المستقاة على الديسك توب الخاص بالمستفيد، أو أيّ جهاز آخر يدعم هذه الخدمة كالأجهزة، الهواتف المحمولة، ولا تقتصر هذه العملية على المعلومات المكتوبة فقط، بل تتعدّها أيضاً إلى الملفات السّمعية والمرئية، التي تقرؤها أجهزة *MP3* وأجهزة *iPod*.

ترجع فكرة الملخص الوافي للموقع إلى العالم "رامنثان جوها" *Ramanathan V. Guha*، حيث فكّر سنة 1995 في ابتكار طريقة لإعادة هيكلة مواقع الانترنت، وواصفات محتواها، وفي مارس 1999، أنتجت أول إصدار من الملخص الوافي، وأطلق عليها *RSS 0.9*، وكانت تلك الدّراسات تجرى تحت مظلة شركة نيت سكيب *Netscape*.

استكملت تطورات تقنية الملخص الوافي للموقع في شركة *Userland*، وفي 2002 صدرت أول إصدار تدعم التّعامل مع الملفات الصوتية، والمرئية، وسُميت *RSS2.0*، وفي يوليو 2003، قام مركز خدمات الانترنت والمجتمع بجامعة هارفارد الأمريكية بتوحيدها كمعيار عالمي، ثم توالى إصدارات *RSS*.

5.2- المدونات: وهي من أهمّ التطبيقات المنتشرة على الانترنت، وهي وسيلة فعّالة تجمع بين الوسائط المتعدّدة وتطبيقات الانترنت، حيث تتيح للمستخدمين إمكانية نشر تعليقاتهم بشأن موضوعات معيّنة، وعرض أفكارهم وملاحظاتهم وآرائهم، بشأن تلك الموضوعات، وتعدّ هذه الخدمة من الأدوات الشائعة للتعبير، وإبداء

الرأي في مختلف القضايا والمشكلات العلمية والإنسانية، كما تساهم في بناء مجتمعات افتراضية مع المشاركين في المواقع المرتبطة ببعضها.¹

3- الجيل الثالث للإنترنت ويب 3.0:

ظهر هذا المصطلح للمرة الأولى في عام 2006، في مقال منشور بإحدى مدونات الخبراء الناشطين في ساحة الإنترنت "جيفري زيلدمان"، في معرض تقديم رؤية نقدية للنقاشات المثارة حول ويب 2.0 والتقنيات المرتبطة بها.

وفي المنتدى الرقمي بالعاصمة الكورية سيول، والذي عُقد في ماي 2007، طلب الحضور من المدير التنفيذي المسؤول بشركة غوغل "إيريك شميدت" أن يوضح الفوارق بين ويب 2.0 وويب 3.0، وكانت إجابته فيما يتعلق بالمسمى ويب 3.0 إن هي إلا مجموعة من التطبيقات المجمعّة في إطار واحد، حاملة مجموعة من الخصائص؛ المتمثلة في الصغر النسبي لحجم هذه التطبيقات، والقدرة على أن تنتصب وتشتغل في أي بيئة إلكترونية: كالحاسوب، أو الهاتف الجوال، أو المساعدات الشخصية الرقمية *PDA*، وتكون في الوقت نفسه سريعة جدا، وقابلة للتكيف وفق رغبة مشغّلها، معتمدة في توزيعها، وتسويقها كمنتج على زيادة الوعي بها، والانتشار من خلال ترابط الشبكات المختلفة الموجودة على الإنترنت، مما يفي الحاجة لتخزينها وشرائها، وهذا نموذج جديد لتداول برامج الحاسوب (*Different Application Model*).

وفوق هذا كلّه، نجد هذه البرامج تستوعب طوفان البيانات الذي يجري صبه فيها. وفي كتابات غيره من الخبراء، نجد أن كلمة ويب 3.0 تمثل مصطلحا يطلق لتوصيف تطور مختلف حيال استخدام الويب، والتفاعل في إطارها على أصعدة مختلفة، على رأسها عملية تحويل *www* إلى قاعدة بيانات هائلة، وتلك ليست سوى خطوة باتجاه تعظيم قدرة التطبيقات الحاسوبية المختلفة، ومنتجات الذكاء الصناعي على الوصول للمحتوى بالغ الوفرة على الإنترنت، والذي تصل وفرته لدرجة السيولة التي تعوق سهولة الوصول لمحتوى ذو خصائص نوعية. هذا بالإضافة لما في ذلك من إمكانيات تسويقية عالية.

ويعتبر البعض منهم أن المواقع التي تعتمد تقنية الأبعاد الثلاثية مثل *Disney's, Ibiza Virtual*

Virtual Raelty, Too town و *Second Life* وغيرها من المواقع تتبّع هذه الحقبة من الويب.²

وترى طائفة مهمة من الخبراء أن الويب 3.0 هي جيل جديد بمفهوم ونوعية المحتوى، وليس بمفهوم نوعية التقنية. وفي هذا الإطار يذهب "أليكس إيسكولد" إلى أن الشبكة العنكبوتية تضم اليوم قدرا من المعلومات والبيانات تجاوزت في حجمه إمكانية القياس بالمبيغابايت، أو الجيغابايت، ليقدّر بمقياس

¹ يسري خالد إبراهيم: وسائل الإعلام الإلكترونية ودورها في الإنماء المعرفي، 1 - 2014 146.

² حسنين شفيق: الإعلام الجديد، الإعلام البديل: تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، 114-115.

التيرابايت، وهو ما جعل المعلومات النفيسة تختبئ بنشفيها، ولغاتنا المتباينة عن حواسيب مستخدمي الشبكة. ويرى أن الويب 3.0 كاتجاه من اتجاهات الويب الذكية *Semantic Web* قادرة على تغيير هذه الحقيقة، حيث إن المواقع الكبرى لن تكون إلا تلك المواقع التي تقدم خدمات الويب، وستكون قادرة على استخلاص المعلومات الثمينة المختبئة داخل الشبكة العنكبوتية، ونشرها على العالم. ويرى أليكس أن التحول في أداء المواقع وطبيعة محتواها سيكون في أحد الاتجاهين؛ حيث يرى أن بعض المواقع سيسير في الاتجاه الذي يمثله مواقع مثل أمازون *Amazon*، أو موقع ديليشس *Delicio.us*، أو موقع فليكر *Flickr*، حيث تمنح زوارها خدمات وفق تقنية *REST API* (تقنية تستخدم لغة *Xml* للتعامل مع قواعد البيانات، ونظام الشراء الإلكتروني).

وبعض المواقع الأخرى سوف تحاول الحفاظ على ملكية معلوماتها، لكنها ستجعلها قابلة للتعامل معها عن طريق تقنية *Mashups* (وهي تقنية تقوم على لغة تستمد المعلومات من أكثر من قاعدة بيانات، لكنها تعمل على جمعها ضمن أداة عرض واحدة)؛ ومثالها مواقع مثل موقع دابر *Dapper* التسوقي، أو موقع تاكيلو *Taqelo*، الذي يمكن اعتباره منظم عمل منطور، قائم على التشبيك الموجّه، أو بعض هذه الصفحات الفرعية الخاصة داخل موقع ياهو باييز *Pipes Yahoo*، وهو موقع لتجميع الإفادات من الانترنت بواسطة إعدادات يقوم بها المشترك في موقع ياهو.

هذان الطريقتان، سوف يجعلان من المعلومات المتناثرة على الانترنت، صورة أخرى من المعلومات المعروضة، بصورة منهجية متماسكة، ممهدة الطريق نحو منظومة حوسبة أكثر ذكاء، وهذا ما نراه أكبر القيم المعبرة عن حقيقة ويب 3.0¹.

4- الإعلام الجديد: إشكالية المفهوم

ترك انتشار الحاسوب، والتوسع الهائل في استخدام شبكة الانترنت، في مختلف نواحي الحياة، آثارا كبيرة على جميع مجالاتها (الحياة)، خاصة بعد انتشار التقنيات الحديثة للاتصال، وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام والاتصال، مما ساهم في ظهور ما سُمي بالإعلام الجديد بأشكال مختلفة.

تعبّر كلمة جديد في اللغة العربية عن الشيء الذي لا عهد لنا به، ولذلك وُصف الموت بالجديد. غير أن ارتباط الكلمة بمصطلح الإعلام يعني بالضرورة أن هناك نوعا آخر من الإعلام، غير الإعلام التقليدي، أو أن هناك - على الأقل - بعض التغيرات التي مسّت الإعلام التقليدي، جعلت منه إعلاما جديدا. وبالتالي، يصبح من الأهمية بما كان توضيح ماهية التغيرات أو مظاهر الجدة تلك.²

116-117.

² فوزي شريطي مراد: التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد، 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان- 2015 95.

لقد استأثر الإعلام الجديد بالكثير من الاهتمام من قبل المشتغلين بالإعلام بصفة عامّة، وأسائذة الإعلام بشكل خاص، كمدخل لتساؤلات عديدة، هي: هل نعيش حالياً مرحلة الإعلام الجديد؟ أم أن غيرنا مرّ بهذه المرحلة مرّات عديدة، تطبيقاً لانتقالات مارشال ماكلوهان في فكرة "الحتمية التكنولوجية"، أم أن الإعلام الجديد هو انعكاس لحالة الانقلاب في نظم الاتصال كلّها، بعد التقاء الكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصال؟ ويرى البعض أن فكرة البحث عن إعلام جديد ليست وليدة التغيير الذي نشهده حالياً، في كافّة مناحي الحياة، فعند انهيار المعسكر الاشتراكي، تحدّث النّاس كثيراً عن النّظام العالمي والإعلامي الجديد، وقد شهدت فترة الحرب الباردة الكثير من الشدّ، والجذب حول المبادئ الإعلامية، التي ينبغي أن تسود في العالم، ومنها فكرة بناء نظام إعلامي جديد، لكنّ التّقنية تجاوزت هذه الأسئلة دون عودة.

وكما يرتبط النّظر في موضوع الإعلام الجديد بالانتقال التكنولوجي، مثلما حدث بعد ظهور المطبعة، التلغراف، الراديو والتلفاز ثمّ الانترنت، التي قسمها المختصّون إلى وسائل وتكنولوجيا تقليدية، وأخرى مستحدثة جديدة، فإنّه يرتبط بالنّظام الإعلامي نفسه، وقد قسمه البعض أيضاً إلى نظام جديد، ونظام قائم، رفضته دول الجنوب التي علت أصواتها لإثبات الاستقلال السياسي، بعد التخلّص من سيطرة الاستعمار على أرض الواقع، بعد مرحلة الخمسينات من القرن الماضي. وقد كان القرن العشرون في حالة تباين واسع في النّظام الاتّصالي بين دول لديها أنظمة اتّصال قويّة عابرة للحدود، ودول بالكاد تستطيع تدبير أمور اتّصالاتها محلياً، في وقت يؤمن فيه البعض بحريّة الاتّصال، وحقّ الإنسان به، وفريق آخر يرفضه.

ويعتقد البعض أن المصطلح قد استعمل منذ 1960، حيث صاحب ظهور مصطلحات أخرى ك"الدوت كوم مانيا *Dotcom mania*"، أو هوس الدوتكوم، ومصطلح "السايبير سبييس *The Cyberspace*" أو الفضاء التّواصلية على الخط، ومصطلحات التّلفزيون التّفاعلي وغيرها.

إلا أنّنا نعتقد أنّ أول من وضع المعالم الرّئيسة لدلالات المصطلح هو *Nicholas Negroponte* صاحب نبوءة الإعلام الجديد، وأهمّ مظاهره، التي اتّضحت فيما بعد كاختفاء الأقراص المضغوطة-*CD-ROMs*، وتغيّر واجهة الويب *Web interface* وخاصيّة اللمس *The Touchscreen*،... وهو ما كان قد كشف عنه في أولى المحاضرات التي توطّرها مؤسّسة *TED* المهتمّة بالتّعريف عن الأفكار التي تستحقّ الانتشار، وذلك في عام 1984 بالولايات المتّحدة الأمريكية. وإنّ لم تتحقّق تلك التنبؤات - على الأقلّ - في السّنوات الأولى لظهور المصطلح، لا سيما في فضاءات الانترنت الفسيحة. وفي منتصف التسعينات، بدأ يحقّق الصدارة، مُزيحاً بذلك مكانة مصطلح "الوسائط المتعدّدة" في ميادين الاقتصاد والفن، واستمرّ في ذلك متجاوزاً المستوى الدلالي إلى مجالات علمية أخرى.¹

استنادا إلى هذا الطرح، سنحاول هنا عرض مجموعة من التعريفات الإجرائية لمفهوم الإعلام الجديد، وقبل ذلك يجب الإقرار بأن الإعلام الجديد الذي تولّد من التزاوج بين تكنولوجيات الاتصال والبتّ الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته، مازال في معظم جوانبه جنينيا، لم تتطور خصائصه الكاملة بعد، وله أسماء متعدّدة تدلّ على أرضية جديدة لهذا النوع من الإعلام.

يشير مصطلح الإعلام الجديد إلى:¹

- خبرات نصّية جديدة: أنواع جديدة من أجناس الكتابة وأشكالها، الترفيه، المتعة، وأنماط استهلاك وسائل الإعلام (ألعاب الكمبيوتر، النصّ التشعبي، المؤثرات السينمائية).

- طرق جديدة لتمثيل العالم: الإعلام الذي - بالطرق التي لا تتضح دائما للعالم- يوفر إمكانيات وخبرات جديدة لتمثيل ذلك العالم (كما هو الحال في البيئة الافتراضية الواسعة، وشاشات الوسائط المتعدّدة القائمة على التفاعلية).

- علاقة جديدة بين المستخدم والتكنولوجيا: تغيير في الاستخدام، واستقبال الصورة، ووسائط الاتصال، والحياة اليومية، وكذلك المعاني التي يتم استثمارها في تكنولوجيات وسائل الإعلام.

- تجارب وخبرات جديدة في العلاقات بين تجسيد الهوية والمجتمع: انتقالات تحولات في الخبرات الفردية والمجتمعية في التعامل مع الزمن، الفضاء والمكان (على كلا المستويين المحلي والعالمي)، والتي لها آثار على السبل والطرق التي نجرب، ونختبر بها أنفسنا، ومكانتنا في هذا العالم.

- مفاهيم جديدة لعلاقة الجسم البيولوجي بتكنولوجيا الإعلام: التّحديات التي تواجه التّمييز بين الإنسان والآلة، الطّبيعة والتكنولوجيا، الجسم (وسائل الإعلام) كتكنولوجيا مصنّعة، الحقيقة والخيال.

- أنماط جديدة من التنظيم والإنتاج: إعادة تخطيط واندماج واسع في وسائل الإعلام، الثقافة، الصناعة، الاقتصاد، التملك، الوصول، المراقبة والتعديل.

ويعتبر الباحث "عباس مصطفى صادق" من أكثر الباحثين الذين غاصوا في جانب تعريف الإعلام الجديد، وفيما يأتي سنورد بعضا من تعاريفه:²

- يعرف قاموس (التكنولوجيا الرقمية) *Hight-tech dictionary* الإعلام الجديد بأنه: اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعدّدة!

96-95

2008 31

الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان-

- ويعرفه قاموس (ليستر) *Lester* بأنه: "مجموعة تكنولوجيات الاتصال، التي تولدت من تزوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، والطباعة، والتصوير الفوتوغرافي، والصوت والفيديو".
- ويعرفه قاموس (الكمبيوتر) *Computing Dictionary* عبر مدخلين هما:

1- إن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي، وتطبيقات النشر الإلكتروني، على الأقراص بأنواعها المختلفة، والتلفزيون الرقمي والانترنت. وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة، بالإضافة إلى التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق. ويخدم أي نوع من أنواع الكمبيوتر على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزوج الرقمي *Digital convergence*، إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو، في الوقت الذي يمكن فيه أيضا معالجة النصوص، وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كمبيوتر.

2- يشير إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت، وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم، وصوت مجتمعاتهم إلى العالم.

وعرف الباحث "علي خليل شقرة" الإعلام الجديد بأنه: عبارة عن نوع جديد من الإعلام، يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف، ويختلف عنه في أنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديث، وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، ويهدف إلى إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر. وهو يعتمد بشكل رئيس على الانترنت، التي تتيح للإعلاميين فرصا كبيرة لتقديم برامجهم وموادهم الإعلامية المختلفة بطريقة إلكترونية بحتة.¹

وبالتالي يمكن تعريف هذا الإعلام بأنه: إعلام متعدد الأشكال (مسموع، مرئي ومقروء)، والوسائط والنماذج (يوتيوب، مدونات، مواقع، صحافة إلكترونية...)، يعتمد بشكل أساسي على شبكة الانترنت بميزاتها المتعددة، وعلى تحويل وسائل الإعلام التقليدي إلى وسائل إلكترونية، مع تميزه عن الإعلام التقليدي بخصائص كالحرية الواسعة، التفاعل، التنوع والشمول... إلى غير ذلك.²

ومصطلح الإعلام الجديد أخذ الكثير من المسميات، والتي توقف عندها الباحث "رابح صادق" في دراسته الموسومة بإعلام المواطن، بحث في المفهوم والمقاربات، حيث يسميه بإعلام المواطن، وكانت البداية بالإعلام المدني سنة 2003، بعد مؤتمر عقد للغرض نفسه، ثم جاء مصطلح الإعلام القاعدي، فالإعلام التشاركي والإعلام الشبكي، ثم الإعلام ذو المصدر المفتوح والإعلام التعاوني.³

¹ علي خليل شقرة: الإعلام الجديد ()، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان- 2014 52.

² المرجع نفسه، ص 53.

³ : الثقافة والاجتماعي في شبكات التواصل، دراسة ميدانية في معوقات التفاعل " الفايبروك أنموذجا"

وسنحاول فيما يأتي تقديم شرح مبسط لبعض مسمياته، فهو:

- إلكتروني: لاستخدامه الوسائل الإلكترونية في بثّ البرامج والأخبار والمعلومات.
- جديد: قياسا بالإعلام التقليدي - الذي كان جديدا في وقت سابق- فهذا الإعلام باعتماده وسائل وممارسات إعلامية غير معروفة سابقا سُمّي بالإعلام الجديد.
- بديل: حيث أصبح له شعبية وجمهور، اتّخذه بديلا عن الإعلام التقليدي، بسبب خصائصه وميزاته.
- تفاعلي: وذلك بإتاحة الفرصة والمساحة أمام الجمهور للتفاعل مع المواد المنشورة عبر وسائله المختلفة، والتعليق عليها بشكل فوري.
- مجتمعي: لتمتعه بخاصية مشاركة أفراد المجتمع بصنع محتواه، خاصة مع انتشار الوسائل التي تساعد على ذلك، مثل الكاميرات المختلفة وأجهزة الموبايل... والتي أتاحت المجال أمام المواطن العادي ليصبح صحفيا، ينتج ويبثّ الأخبار والمعلومات (مسموعة ومرئية ومقروؤة).
- رقمي: لاعتماده على التكنولوجيا الرقمية مثل مواقع الويب، والفيديو والصوت والنصوص، والتي تقوم بنقل كافة المعلومات، والصور والصوت رقميا (اليكترونيا).
- شبكي: لأنه يقوم على بثّ بعض محتواه على الشبكات عبر روابط معينة، يمكن الدخول إليها، والتجول عبرها والاستفادة من محتواها.

ورغم كلّ هذه المسميات التي أصبح القاموس الإعلامي اليوم يزخر بها، والتي يتم ربطها بكلمة إعلام، للدلالة على الشكل أو الصيغة التي تنتقل بها الرسالة الإعلامية، والكيفية التي تقوم بها وسيلة الإعلام بوظيفتها، كالإعلام الرقمي والإلكتروني و...، إلا أننا نعتقد أنّ مصطلح الإعلام الجديد هو الأكثر دقة بين هذه المسميات نظرا لشموليته؛ حيث يختزل المصطلح جميع وسائل الإعلام بأشكالها وطريقة عملها، بينما يمكن أن يعبر مصطلحا الإعلام الإلكتروني والرقمي إلا على الجانب التقني لانتقال الرسالة الإعلامية.

وهو بذلك يختلف عن مصطلح الإعلام التفاعلي، الذي يركّز على ميزة التفاعلية، بين المرسل والمستقبل، وإعلام المواطن، الذي يشير إلى المصدر الذي أصبح في ظلّه المتلقّي هو المواطن بدل المؤسسة الإعلامية (حكومية، خاصة) أو (إذاعة، تلفزيون، صحف...)، كما يختلف عن مصطلح الإعلام الاجتماعي والذي يستقي دلالاته من مجموعة العلاقات التي تنشأ بين مستخدميه أو رواده.

وتعبّر صفة الجدة هنا، عن حداثة الوسائط والتقنيات، التي حملتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال وكذا حداثة البيئة التّظهيرية - أيضا- للمصطلح التي تقرّ بضبايية استشراف المرحلة الانتقالية - على الأقل-

الفاصلة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، وترسم بالتالي إحداثيات الفضاء الذي يسبح فيه هذا المصطلح.¹

ويصنّف كلّ من "ريتشارد دايفيس *Richard Davis*" و"ديانا أوين *Diana Owen*" الإعلام الجديد إلى ثلاثة أنواع هي: الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة، الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة، والإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة. فالأول يهتم أكثر بالمحتوى، وبالنقل النوعية، التي عرفت مجموعة من الأشكال الإعلامية التي نراها ماثلة في الصحف أو الإذاعة والتلفزيون كالمجالات الإخبارية *60 Minutes*، ورايو وتلفزيون *Talk Show*...، وبرامج الأخبار الحية *Live Show* وغيرها. أمّا النوعين الثاني والثالث، فيركّزان على الوسيلة أو الوسائط الجديدة، التي يتم استعمالها من خلال الكمبيوتر والانترنت، والتي سمحت بالتبادل الحيّ والسريع لكم هائل من المعلومات، بين عدد غير محدود من المرسلين والمستقبلين.²

ويعتمد الإعلام الجديد على العديد من التكنولوجيات كخلاصات *RSS*، المدونات، الويكي، منصات مشاركة الصور (*Flickr*)، مشاركة الفيديو (*Youtube*)، اليودكاست، الشبكات الاجتماعية، علامات تداول المواقع، *Mush-ups*، العوالم الافتراضية، التدوين المصغر والكثير من التكنولوجيات الأخرى.

II. الشبكات الاجتماعية الإلكترونية:

1- مفهوم الشبكات الاجتماعية الإلكترونية: أو شبكات التواصل الاجتماعي "social Networking"

إنّ مصطلح الشبكات الاجتماعية لم يظهر بظهور الـ"فيس بوك" و"التويتر"، وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي، وإنّما كان ظهوره لأول مرة في مقال للأنتروبولوجي "جون بارنز *John Barnes*" في عام 1954، وذلك للتعبير عن العلاقات التي ينسجها الأفراد فيما بينهم، وفهم تشكّل وتطور هذه العلاقات عندما أصبحت التفاعلات التي تربطهم معقدة، وسببت خطأ في دائرة اتصالاتهم، وبالتالي استخدمها لتشير إلى العلاقات التقليدية القائمة بين الأشخاص.³

فمعنى المصطلح في البداية كان يشير إلى العلاقات الاجتماعية القائمة داخل المجتمع، والمتبادلة بين الأفراد، ومن ثمّ أصبح يعبر عنها من خلال التفاعل القائم بين الأفراد من خلال الحوسبة الاجتماعية.⁴

وتعتبر أعوام التسعينات الأولى من القرن الماضي هي البداية الحقيقية لظهور شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت، حين صمّم "راندي كونرادز" موقعا اجتماعيا للتواصل مع أصدقائه وزملائه في الدراسة في بداية 1995، وأطلق عليه اسم "*Classmates.com*". وبهذا الحدث، سجّل أول موقع تواصل

¹ فوزي شريطي مراد، مرجع سبق ذكره، ص 97-98.

² المرجع نفسه، ص 99.

³ Romain rissonan; *Les réseaux Sociaux*, 2eme édition, ENI, France, 2011, p22.

⁴ Yanchan Zhang; *Web Information Systems Engineering and Internet Technologies*, springer, USA, 2011, p09.

اليكتروني افتراضي بين سائر الناس. ثم حصلت نقلة كبيرة جدا في شبكات التّواصل عام 2004، حيث ظهر موقع "ماي سبايس" الأمريكي، وفي نفس العام ظهرت شبكة "فيس بوك"، والتي تفوّقت على المواقع الأخرى.

لقد تعدّدت هذه الشبكات، واستأثرت بجمهور واسع من المتلقّين، ولعبت الأحداث السياسية والطبيعية في العالم دورا بارزا في التعريف بها، ومن هنا يأتي السؤال: ماهي هذه المواقع التي أضحت محطّ اهتمام الكثير من الناس؟ وبإجابة أولية يمكننا القول بأنّها "مواقع اليكترونية اجتماعية على الانترنت، وإنّها الرّكيزة الأساسية للإعلام الجديد أو الإلكتروني، التي تتيح للأفراد أو الجماعات التّواصل فيما بينهم، عبر هذا الفضاء الافتراضي عندما عزّ عليه التّواصل في الواقع الحقيقي".¹

ويعرّفها موقع ويكيبيديا كآتي: "تصنّف تلك المواقع ضمن مواقع الجيل الثّاني للويب (2.0)، وتسمّى مواقع الشبكات الاجتماعية، تقوم على المستخدمين بالدرجة الأولى، وإتاحة التّواصل بينهم، سواء كانوا أصدقاء تعرّفهم على أرض الواقع، أو كانوا أصدقاء عرفتهم في العالم الافتراضي".²

وعرّفها الباحث "فايز الشهري" بأنّها "منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الانترنت، تتيح للمشارك فيه إنشاء موقع خاص به، ومن ثمّ ربطه من خلال نظام اجتماعي اليكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات، والهوايات، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثّانوية أو غير ذلك".³

وتتيح هذه الشبكات الإمكانية لمستخدميها بإرفاق الملفات والكتابة حول مواضيع محدّدة ومعينة، تهم المشتركين الآخرين في نفس الصّفحة، وتخدم مصالحهم المشتركة، ففي كلّ المواقع الاجتماعية تتوفّر إمكانية التعليق على المواضيع المطروحة فيها، وهذا ما يدفع زائري تلك الشبكات للمشاركة بعد التعريف بأنفسهم، وكتابة شيء عنهم كالمهنة والاختصاص والاهتمام.

وتنقسم هذه المواقع إلى قسمين رئيسيين، هما:

- القسم الأوّل: هي مواقع تضمّ أفرادا، أو مجاميع من الناس، تربطهم إطارات مهنية أو اجتماعية محدّدة، وهذه المواقع تتحكّم فيها شركات أو مؤسسات معينة، وهي من تقوم بدعوات المنتسبين إليها.
- القسم الثّاني: هي مواقع التّواصل الاجتماعي المفتوحة للجميع، ويحقّ لمن لديه حساب على الانترنت الانضمام إليها واختيار أصدقائه والتّشبيك معهم، وتبادل الملفات، والصّور، ومقاطع الفيديو وغيرها، ومن هذه المواقع "فيس بوك".⁴

¹ صلاح عبد الحميد، الإعلام الجديد، مؤسسة طبية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013 .73

² خليل شقرة، مرجع سبق .59

³ خليل شقرة، مرجع سبق .59

⁴ صلاح عبد الحميد، مرجع سبق .79

وهناك تعاريف أخرى كثيرة لهذه الشبكات، ويمكن استخلاص تعريف لها من مجمل هذه التعاريف:

"هي مواقع على شبكة الانترنت، يستطيع من يملك حسابا فيها القيام بالتواصل بعدة طرق (كتابة، صوتا وصورة) مع من يريد، ممن يملكون حسابا في هذه المواقع، سواء أكانوا أشخاصا طبيعيين، كالأصدقاء القدامى أو أصدقاء العمل أو زبائن... أو أشخاص معنويين كالشركات والمؤسسات... حيث يمكن تبادل الأفكار والآراء والمشاعر أو الترويج لسلعة أو منتج معين وإنجاز الأعمال... في مجتمع افتراضي".

وهكذا، فشبكات التواصل الاجتماعي لم تعد فقط من أجل الدردشة أو التسلية، بل أصبحت وسيلة لإنجاز الأعمال والأخبار والإعلان عن الوظائف... والتواصل لمختلف الأهداف والأغراض؛ كإعطاء المعلومات المختلفة، والحصول عليها، التعاون والتشارك في حل المشكلات واتخاذ القرارات، التعليم والتعلم بالتدريب وتبادل الخبرات، التعبير عن المشاعر، والأفكار، والآراء، وإسداد وتلقي النصائح والإرشاد والتوجيه حول مختلف المواضيع.

لقد أوضح تقرير صدر عن موقع "مجلة محرك البحث" أن عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وصل إلى 1.7 مليار حساب نشط، من أصل 2.1 مليار حساب، في حين أن عدد المستخدمين للانترنت يصل إلى 3 مليارات مستخدم؛ أي ما يعادل 45% من إجمالي سكان الأرض.¹

ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حاليا: فيس بوك (Facebook)، ماي سبيس (My space)، تويتر (twitter)، لايف نت (Lifeknot)، هاي فايف (Hi5)، أوركت (Orkut)، ستنبل أبون (Stumble Upon)، بظ (Buzz)، ببو (Bebo)، تمبلر (Tumbler)، بلوجر (Blogers)، لنكداين (Linkedin)، نكسوبيبا (Nexopia)، ستادي فيزي (Studi vz)، سكايب (Skype)... إلى غير ذلك.

2- مكونات الشبكات الاجتماعية الإلكترونية:

الشبكات الاجتماعية، وأدواتها للتواصل الاجتماعي، تتكون عموما من عدة تطبيقات أو مواقع أهمها: أولا: مواقع التواصل الإلكتروني: وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص، والتواصل مع أصدقائهم ومعارفهم، مثل موقع "ماي سبايس" و"فيس بوك".²

ثانيا: المدونات الإلكترونية: صفحة على الشبكة، تظهر عليها تدوينات (مدخلات - معلومات) مؤرخة ومرتبطة ترتيبا زمنيا تصاعديا، ينشر عدد منها، ويتحكم فيه مدير (ناشر) المدونة، ويتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة، تمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق، عندما تعود غير متاحة على

www.skynewsarabia.com/web/article/815451/ .:

¹ موقع العربية Sky News:

تاريخ الزيارة: 2016/02/11 : 18.15.

² غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، 1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان- 2013 25- 26.

الصفحة الرئيسية للمدونة. وتمثل المدونات أنظمة اجتماعية منظمة ذاتياً، تساعد الأفراد على التفاعل من خلال المشاركة، والتعلم عبر تبادل الأفكار والمعلومات، فضلاً عن حلّ المشكلات الاجتماعية والسياسية، ومن أهم ما يميّز المدونات أنها توفر حالة من التفاعلية غير الموجودة في وسائل الإعلام الأخرى، إذ تسمح المدونات لقراءها بالتعليق على ما يطرحه المدون من رؤى وأفكار وموضوعات بشكل آلي دون قيود.¹

ثالثاً: مواقع بثّ تسجيلات الفيديو: تمثل مواقع تقاسم تسجيلات الفيديو، وهي تعتبر بمثابة خزان يحتوي على أعداد كبيرة من التسجيلات، التي ينجزها المستعملون ويثبونها، ومن أبرز هذه المواقع موقع "اليوتيوب". وتشير بعض المصادر إلى أنّ هناك 100 مليون فيديو تتم مشاهدتها يومياً عبر اليوتيوب، كما يتمّ منه إنزال 13 ساعة من التسجيلات كل دقيقة.

وقد كان لمواقع بثّ تسجيلات الفيديو والبودكاست تأثير كبير في المجال السياسي، خاصة أنّ البثّ عبر الانترنت يتمّ تبنيه بسرعة أكثر من التدوين، لأنّ الناس يدركون أنّ هذه التطبيقات بإمكانها أن تغيّر طريقة نظرهم إلى وسائل الإعلام، ونظراً إلى أنّ التسجيل والتصوير والبثّ لا يتطلب مهارات كبيرة ومستوى ثقافي، مثل الكتابة والتدوين.²

رابعاً: مواقع الويكي: هي مواقع للتحرير الجماعي التشاركي، تمكّن كلّ فرد من الكتابة والنشر، وتعديل مضامينها ومقالاتها، عبر إضافة أشياء أخرى، فهي نوع من الصحافة التشاركية التي لا مثيل لها.³

ومن أشهر هذه المواقع موقع "ويكيبيديا"، وكذلك موقع "ويكيليكس" *Wikileaks*، الذي كان في بداية تأسيسه سنة 2006، يتيح للمستعملين إمكانية النشر والتعديل، وبعد ذلك اعتمد نموذج النشر المركزي، الذي تسيّره هيئة تحرير، وهو متخصصّ في التسريبات الأمنية والعسكرية بالخصوص. وبرز الموقع في نهاية جويلية 2010، حينما نشر وثائق سرية، تمّ تسريبها من أطراف مجهولة، تكشف عدّة فضائح وتجاوزات للجيش الأمريكي في أفغانستان والعراق من تقتيل للمدنيين. كما تكشف الآلاف من الوثائق السرية حول تجاوزات كثيرة لحكومات عربية وغربية. وقد أحدثت هذه الوثائق المنشورة زوبعة إعلامية كبيرة، أعقبتها تداعيات سياسية كثيرة، ليس فقط في الوطن العربي، ولكن في العالم أجمع.⁴

خامساً: منتديات المحادثة الإلكترونية *Forums*: وهي مواقع توفرّ مناطق أو فسحات إلكترونية للتعبير عن الرأي وكتابة المواضيع العامة، وهي عادة ما تدور حول موضوع معين؛ أي لكلّ منتدى تخصصّ معين.

¹ انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك: الإعلام الجديد: تطوّر الأداء والوسيلة والوظيفة، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، 2011، 29.

² إبراهيم بعزيز: الاتصال الجديدة في إحداه التغيير السياسي في البلدان العربية، المجلة العربية للعلوم السياسية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت- 31، 2011، 176-177.

³ عبد الجبار أحمد عبد الله، فراس كوركيس عزيز: دور شبكات التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع، مجلة العلوم السياسية، العدد 44، 212.

⁴ إبراهيم بعزيز: 180.

وهي من أكثر المواقع الاجتماعية انتشارا، لأنها سهلة الاشتراك، ولا تحتاج لتقنية كبيرة لإضافة موضوع كما في المدونات.¹

وتعتبر خدمة المحادثة الإلكترونية من بين الخدمات الأكثر استعمالا على شبكة الانترنت، والتي لاقت رواجاً كبيراً لدى كل الفئات تقريباً، وهناك من يسميها بالردشة الإلكترونية، والتي تتميز بتعدد أشكالها، ووجود عدة مصطلحات وتسميات تستعمل للتعبير عنها. وعموماً، يقصد بالمحادثة الإلكترونية كل حوار، نقاش، دردشة أو حديث يتم بين شخصين، أو بين شخص ومجموعة أشخاص، بواسطة التقنيات الإلكترونية المختلفة، عبر شبكة الانترنت، إما بالنص، وإما بالصوت، والصورة أو كليهما معاً. ويعتبر الكثيرون أن الشيء المهم في منتديات الردشة هو إمكانية إجراء مناقشات، والحصول على إجابات من أفراد من مختلف البلدان، في الوقت المباشر؛ أي الحوار بشكل متزامن وكأنهم في مكان واحد جنباً لجنب، دون أن تفصل بينهم حواجز جغرافية أو زمنية.²

سادساً: البودكاست "*Podcasts*": أو مواقع البث الإلكترونية، وهي المواقع التي توفر خدمة تحميل أو تنزيل الأغاني والأفلام للمشركين في هذا الموقع، أو برنامج التنزيل، مثل موقع "آبل آي تيونز".

سابعاً: محتوى المجموعات "*Content communities*": هي المجتمعات التي تنظم تبادل أنواع معينة من المحتوى، والأكثر شعبية منها هو محتوى المجتمعات، التي تميل إلى تشكيل روابط حول صورة (*Flickr*)، أو رابط كتاب (*Del.icio.us*)، أو فيلم فيديو (*YouTube*).

ثامناً: المايكروبلوغز (*Microblogging*): هي مواقع تجمع بين ميزات مواقع التواصل الاجتماعي، من حيث إنشاء صفحة بمعلوماتك الخاصة، وبين ميزات المدونات الإلكترونية، من حيث سهولة نشر أخبار المشترك الخاصة، وتوفير قناة إعلامية خاصة به، وهذه التحديثات (*Updates*) تتم إما عبر الانترنت، أو عبر الهاتف المحمول، وموقع "التويتتر" هو خير مثال عليها.³

3- نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية الإلكترونية:

صيغ مصطلح الشبكات الاجتماعية عام 1954، من طرف "جون بارنز"، الذي كان باحثاً في العلوم الإنسانية في جامعة لندن، وظهرت في السبعينات من القرن العشرين بعض الوسائل الإلكترونية الاجتماعية من النوع البدائي. وكانت قوائم البريد الإلكتروني و *Bulletin Board Systems (BBS)* من أوائل التقنيات التي سهلت التعاون والتفاعل الاجتماعي. وأتاح هذا التفاعل للإنسان تطوير علاقات ثابتة وطويلة الأمد مع الآخرين، وغالباً ما كانت بأسماء مستعارة.

¹ خالد غسان يوسف المقدادي: 25.
² إبراهيم بعزیز: منتديات المحادثة والردشة الإلكترونية، 61 2008.
³ خالد غسان يوسف المقدادي: 26.

وفي منتصف التسعينات من القرن العشرين، بدأت شبكات التّواصل الاجتماعي بشكلها الحديث بالظهور، مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر وحاجتهم للتّواصل.¹

وأول موقع لشبكات التّواصل الاجتماعي هو "Classmates.com"، انطلق في عام 1995، وأسسه "راندي كونرادز"، وبلغ عدد مستخدميه خمسون مليوناً في الولايات المتّحدة وكندا، ينتمون إلى 200 ألف مؤسسة تعليمية.² وهو موقع اجتماعي للاتصال والتّواصل مع الأصدقاء والمعارف، من الرّوضة حتى الجامعة، وعضوية هذا الموقع مجانية، بحيث يستطيع أيّ شخص أن ينشئ ملفه الشخصي، ثم يبحث عن زملاء آخرين، ويستطيع من خلاله أن يتّصل بأصدقاء فقد الاتصال بهم، وأن ينضمّ للمجتمعات المحليّة، والدردشة في المنتديات.

وفي عام 1997، أطلق الموقع المشهور (SixDegrees.com) الذي أخذ اسمه من عبارة "Six degrees of separation"؛ أي "ست درجات من الانفصال"، التي أخذت من "تجربة العالم الصغير"، لعالم النفس الأمريكي في جامعة هارفارد "ستانلي ميليغرام" Stanley Miligram³، وسمح للمستخدمين بوضع معلوماتهم الشخصية profile، ووضع قائمة أصدقائهم. وبدأ منذ عام 1998، بالسّماح للمستخدمين بتصفّح قائمة الأصدقاء. وروجّ هذا الموقع لنفسه كأداة تساعد النّاس في التّواصل، وإرسال الرّسائل لآخرين. لكن، في الوقت الذي استطاعت هذه الخدمة أن تجذب ملايين من المستخدمين، إلّا أنّها فشلت في أن تبقى دائمة، حيث تمّ إيقافها عام 2000، لأنّه كما يقول مصمّمه ربّما سبق عصره، خاصّة أنّ مستخدميه، لم تتوفّر لدى معظمهم في ذلك الوقت شبكات أصدقاء موسّعة على الانترنت.⁴

وبشكل مبسّط، تقوم فكرة الستّ درجات على افتراض أنّ أيّ شخص في العالم، وليكن في اليابان، تفصلني عنه ستّ (06) درجات (أو أشخاص)، وأستطيع التّوصل إليه من خلال هؤلاء الأشخاص الستّة. وبفقد هذا المفهوم بأنّ كلّ البشر متّصلون فعليا ببعضهم البعض عبر ستّ درجات من المعارف، أو ستّ خطوات اجتماعية. فمثلا قد يكون لي صديق، له ابن عم درس في الولايات المتّحدة، وتعرّف في الجامعة إلى صديق مقرب من الرّئيس- السّابق- باراك أوباما، وعبر ستّ درجات اجتماعية يمكن لي (على الأقلّ نظريا) أن أكون متّصلا بالرّئيس الأمريكي.⁵

ومن سنة 1997 إلى سنة 2001، بدأت هذه الأدوات الاجتماعية تتزايد بأشكال متعدّدة، وتركيبات متنوّعة، فيما يتعلّق بالصفّحات الشخصية، مع التّوضيح العلني لقائمة الأصدقاء، فظهر Asian Avenue،

¹ : دور شبكات التّواصل الاجتماعي في التّغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين

ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012، 32.

² علي خليل شقرة

³ 58.

⁴ 32.

⁵ شبكات اجتماعية على الانترنت، متاح على الرّابط: www.aljazeera.net تاريخ الزيارة 2017/03/05 11:00.

مواقع الشبكات الاجتماعية الإلكترونية بين الخصوصية والحريّة : الثقافة العربية في ظلّ وسائط الاتصال الحديثة، مجلة العربي، الكويت، 2010، 163-164.

Black Planet و *MiGente* التي تسمح للمستخدمين بخلق صفحات شخصية، ومهنية، تحدد هوية الأصدقاء دون البحث عن الموافقة من خلال الاتصالات. ومن خلال *Live Journal* استطاع الأشخاص تعيين البعض كأصدقاء لأجل متابعة مجالاتهم وتسيير المحيط الخاص. وبعد ذلك ظهر العالم الافتراضي الكوري *Cyworld* عام 1999، وجسد ملامح مواقع الشبكات الاجتماعية عام 2001؛ حيث تضمن قائمات الأصدقاء وخدمة تدوين المذكرات وغيرها. أما الموجة الثانية، فكانت مع إطلاق *Ryze.com* عام 2001، لأجل مساعدة الأشخاص في زيادة فعالية الشبكات التجارية.¹

وشهد عام 2002 الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم، عندما ظهر موقع *Freidster* في بداية العام في كاليفورنيا من طرف "*Jonathan Abrams*"، ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء، والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي، خلال المجتمعات الافتراضية، وسُمي بالأصدقاء بسبب دوائر العرض، من صور وملفات الأصدقاء والأفراد، ويستخدم على نطاق واسع في آسيا، وهو متاح بعدة لغات (الانجليزية، الصينية، اليابانية، الكورية والإسبانية)، وفيه رابط يوفر للمستخدم اختيار اللغة². ونتيجة للنجاح الذي حققته هذه الشبكة، حاول جوجل شرائها سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ. وفي النصف الثاني من نفس السنة، ظهرت في فرنسا شبكة *skyrock* كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع.³

وفي عام 2003، أنشئ موقع "ماي سبيس *My Space*" الأمريكي، الذي نما بسرعة حتى أصبح أكبر شبكات التواصل الاجتماعي عام 2006، وأهم ما يقدمه تفاصيل الملفات الشخصية، مما يسمح للمستخدمين بخلق خلفيات أصلية، وتضمين عرض الشرائح ومشغلات الصوت والصورة، إضافة إلى المدونات، وفي أوقات كثيرة، يُعتبر بمثابة موقع ويب للموسيقيين.

وفي فيفري 2004، نشأ موقع "فيس بوك" على يد "مارك زوكربيرغ" في جامعة "هارفارد"، وكانت فكرته اجتماعية، حيث يستطيع الطلبة التواصل فيما بينهم، ثم عمّت لتشمل الموظفين وأعضاء هيئة التدريس. لكن الدور الذي لعبته الشبكة في تعزيز المشاركة السياسية، جعلها تنمو وتتسع بسرعة، لتحقيق شعبية كبيرة، خصوصا بين الأجيال الشابة وطلاب الجامعات.

ولما كان من الصعب الحصول على الفيديوهات لأي حدث، أو مشاركتها عبر الانترنت، جاءت فكرة اليوتيوب *YouTube*، الذي تأسس في 14 فيفري 2005، في كاليفورنيا الأمريكية، وكان الإصدار التجريبي له في ماي 2005.

¹ مريم ناريمان نومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة
2012 - 49-50.

² 33.

³ 15.

³ أمينة عادل سليمان السيد، هبة محمد خليفة عبد العال: -

وفي مارس من عام 2006، ظهر موقع تويتر *Twitter*، على يد "جاك درزي *Jack Dorsey*" و"بيزستون *Biz Stone*"، و"إيفان ويليامز *Evan Williams*"، والتويتر خدمة أطلقتها شركة *Obvious*، والتي مقرها سان فرانسيسكو، ثم قامت بفصل التويتر في شركة مستقلة تحت اسم *Twitter*.¹

4- خصائص الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وأنواعها:

1.4- خصائص الشبكات:

تمتاز الشبكات الاجتماعية بعدد من الخصائص، التي تجعلها تتميز عن بقية التطبيقات والمواقع في شبكة الانترنت، الأمر الذي ساهم في رفع أسهم هذه المواقع بالنسبة للمستخدمين. ورغم تنوع هذه الخصائص من موقع إلى آخر، إلا أنها تشترك مع بعض في عدد من الخصائص، نوردتها كآآتي:²

- المشاركة (*Participation*): وسائل الشبكات الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث إنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

- الانفتاح (*Openness*): معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات؛ حيث إنها تشجع التصويت والتعليقات، وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

- المحادثة (*Conversation*): حيث تتميز شبكات التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين؛ أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

- المجتمع (*Community*): وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية بتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة، والتواصل بشكل فعال، ومن ثم تربط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح، أو اهتمامات مشتركة، مثل قضية سياسية، أو للتعلم، أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة، تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا.

- الترابط (*Connectedness*): تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بأنها شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع، والتي تربط المشترك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا، مثل خبر ما على مدونة، يعجب المشترك، فيرسله إلى معارفه على "فيس بوك"، وهكذا. مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات.

33

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سبق ذكره، ص ص 26-27.

وهناك من يضيف للخصائص السابقة عدة ميزات، نذكرها كالاتي:¹

- سهولة الاستخدام: طوّرت الشبكات الاجتماعية بحيث تكون سهلة الاستخدام، فهي تحتاج إلى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا، من أجل النشر وتحقيق التّواصل عبر الانترنت. وكلّ ما يتطلّب لاستخدام شبكات التّواصل هو التّدريب البسيط على الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات. وفي المقابل، هناك بعض التطبيقات للأشخاص المتقدّمين على التقنيات. وهي بسيطة في التّصميم والألوان، وتعرض المميّزات فقط عند الطّلب، بحيث تكون المحادثة سلسلة، وتستخدم أزرار واضحة، ورسوماً وأشكالاً توضيحية، وتوفّر صوراً متزامنة مع الوقت للتّحديثات، وإشعاراً معيناً يثير انتباه المستخدم.

- التّواصل والتّعبير عن الذات: أتاحت شبكات التّواصل الاجتماعي قنوات اتّصال جاذبة، لا تعتمد على نشر محتوى معين، وأصبحت حاجة للمهتمين في الاتّصال مع الآخرين والتّعبير عن الذات.

- تشكيل المجتمع بطرق جديدة: على الرّغم من أنّ المفاهيم المجتمعية الوهمية وجدت منذ بداية التّطبيقات الإلكترونية، إلا أنّ مواقع الشبكات الاجتماعية وفّرت سبلاً جديدة للاتّصال، فقد ينضمّ المستخدمون لمجموعات قرّاء الكتب، والاتّصال من خلال تبادل وقراءة الكتب التي يحبّون.

- تخريج البيانات: تسمح غالبية شبكات التّواصل الاجتماعي لأعضائها باستعراض شبكات أصدقائهم، ومكّن تخريج البيانات المتاح في الشبكات المستخدم من استعراض شبكته الخاصة، ومشاركتها مع عامّة النّاس والأصدقاء، وتوفّر بعض الشبكات تطبيقات تسمح للمستخدمين بوصف العلاقة بينهم وبين الأعضاء الآخرين.

- نشاطات من القاعدة إلى القمة: توفّر شبكات التّواصل الاجتماعي منصات مثالية، يستطيع من خلالها المستخدمون المشتركون بنفس القيم والاهتمامات أن يتعاونوا بشكل فعّال وبتكاليف أقلّ. فمثلاً، يستطيع الأطباء أن يتشاركوا ويتأكدوا من الحالات الطّبية النّادرة من خلال شبكات التّواصل الاجتماعي الصحيّة مثل "Within"، كما يمكن تنظيم احتجاجات من خلال استخدام مواقع مثل "Care".

- إعادة تنظيم جغرافيا الانترنت: أتاحت شبكات التّواصل الاجتماعي نقاط دخول جديدة على الانترنت "الشّخصية العالمية للنّاس"، وحتى وقت قريب، كان النّاس يتحدّثون مع بعضهم من خلال الانترنت باستعارة المكان (المدن، العناوين، الصّفحات الرّئيسية...)، وحولت هذه المواقع الاستعارات القائمة على المكان إلى شخصية، منها المدونات، الملف الشخصي... إلى غير ذلك.

- العاطفة من خلال المحتوى: المشاركة العاطفية إحدى الدوافع الرّئيسة لاستخدام التّديوين المصغّر، وترتبط قوّة وخصائص الشبكات الاجتماعية مع ما يُعرف بالمشاركة أو التّبادل العاطفي، ويظهر ذلك بشكل واضح

في تيارات الوعي الاجتماعي "Social Awareness Streams" التي تسمح خصائصها للمستخدم بالتفكير في كيفية المشاركة العاطفية. والناس مجبرون على مشاركة العواطف في فترة زمنية قصيرة، وبشكل خفيف في شبكات التواصل الاجتماعي.

2.4- أنواع الشبكات:

هناك الآلاف من مواقع الشبكات الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي، وهناك الشبكات الاجتماعية الصغيرة التي طُرحت لتناسب القطاعات المهمشة في المجتمع، في حين هناك شبكات تخدم وحدة جغرافية للمجتمع. وهناك بعض الشبكات تستخدم واجهة استخدام بسيطة، بينما البعض الآخر أكثر جراءة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية. ونذكر من بين هذه الأنواع:¹

- نوع أساسي: وهذا النوع يتكوّن من ملفات شخصية للمستخدمين، وخدمات عامة، مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور، والملفات المرئية والصوتية والنصوص والمعلومات، بناء على تصنيفات محددة، مرتبطة بالدراسة والعمل والنطاق الجغرافي مثل "فيس بوك" و"ماي سبايس".

- نوع مرتبط بالعمل: وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية، وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي، وأصحاب الأعمال والشركات، تتضمن ملفات شخصية للمستخدمين، فيها سيرتهم الذاتية، وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم، ومن قاموا بالعمل معهم.

- نوع بمميزات إضافية: هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر، مثل "تويتر"، والشبكات الجغرافية مثل "برايت كايت".

- الشبكات العربية: هناك بعض الشبكات الاجتماعية العربية التي ظهرت مؤخرًا، ولكنها لا ترقى لمنافسة الخدمات التي تقدّمها الشبكات الكبرى، ومن أمثلة الشبكات العربية "مكتوب"، وهو من أكبر وأشهر المواقع، ومن الشبكات العربية الأخرى "فايع"، و"إكس"، ومن المواقع حديثة العهد موقع "عربيز"، الذي يعتبر من أشهر الشبكات العربية حاليًا، حيث تمّ إنشاء هذه الشبكة في فيفري 2009، وكانت متخصصة للعرب في ألمانيا فقط، لكنها انتشرت في الدول العربية.

- الشبكات الاجتماعية والأعمال: لا تتوقف الشبكات الاجتماعية فقط عند الربط بين الأصدقاء والأشخاص، بل هناك شبكات تجمع صنّاع الأعمال وأصحاب الشركات، والعاملين بها، ومن أمثلة ذلك موقع "لينكدان"، الذي جمع أكثر من 20 مليون مستخدم، وأكثر من 150 مليون حرفة مختلفة.

¹ أمينة عادل السيد، هبة محمد خليفة عبد العال، مرجع سبق ذكره، ص 12.

ويقسّم الباحث "صلاح عبد الحميد" هذه الشبكات إلى قسمين رئيسيين هما:¹

- القسم الأول: وهي شبكات (مواقع) تضمّ أفراداً أو مجاميع من الناس، تربطهم إطارات مهنية أو اجتماعية محدّدة. وتعتبر هذه المواقع التي تتحكّم فيها شركات أو مؤسسات معيّنة، من تقوم بدعوات المنتسبين إليها.

- القسم الثاني: هي مواقع التّواصل الاجتماعي المفتوحة للجميع، ويحقّ لمن لديه حساب على الانترنت الانضمام إليها، واختيار أصدقائه، والتّشبيك معهم، وتبادل الملفّات والصّور، ومقاطع الفيديو وغيرها، ومن هذه المواقع "فيس بوك".

وصنّف "آلان لوفير *Alain Lefebvre*" الشبكات الاجتماعية في كتابه "الشبكات الاجتماعية" إلى صنفين: الضمنية والصريحة.²

- فالشبكات الاجتماعية الرقمية الضمنية تضمّ المواقع المجتمعية المهتمّة بالمضمون، مثل قاعدة لتبادل الفيديو.

- أمّا الشبكات الاجتماعية الصريحة، فهي المواقع التي أنشئت من أجل المستخدمين، ولتقديم خدمات لهم، مثل المواقع المهنية، كما يمكن للشبكات الاجتماعية الرقمية أن تتكيّف مع كلّ المواضيع الممكنة، مثل البحث عن عمل، أو تطوير أعمال التّعارف بين الأشخاص، تبادل المعلومات حول موضوع ذو اهتمام مشترك.

كما تُصنّف شبكات التّواصل الاجتماعي الإلكترونيّة وفقاً للأهداف التي ترمي إلى تحقيقها على النحو الآتي:³

- شبكات التّشكّل الاجتماعيّة: وهي الشبكات التي أنشئت من أجل التّرفيه، والتّواصل الاجتماعي، بين الأعضاء، وغالباً ما تُستخدم للعثور وعرض قوائم الأصدقاء الموجودة على الشبكة، مثل "فيس بوك" و"ماي سبايس".

- شبكات التّواصل الاجتماعيّة: وهي الشبكات التي تُستخدم من أجل إيجاد علاقات جديدة، وتضمّ عدداً كبيراً من أسماء المستخدمين غير المعروفة، مثل موقع *LinkedIn*.

- الشبكات الاجتماعية للإبحار: وهي وسيلة لمساعدة المستخدمين على إيجاد نوع معيّن من المعلومات أو المصادر، كما تُستخدم من أجل نشر قوائم الاتّصال، وقوائم توفير سبل الوصول إلى المعلومات، والموارد

¹ صلاح عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 79.

² عبد الكريم علي الديبسي، زهير ياسين الطاهات: دور شبكات التّواصل الاجتماعي في تشكيل الرّأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنيّة، "العلوم الإنسانيّة والاجتماعيّة، المجلد 40، 01، 2013، ص 77.

³ المرجع نفسه، ص 71.

المرتبطة بها، مثل موقع *Pigg*، وهو موقع روابط انترنت.

كما تُصنّف شبكات التّواصل الاجتماعي الإلكترونيّة تبعاً للوسائل التي تستخدمها، على النحو الآتي:

- الشبكات الاجتماعية العامّة، مثل "فيس بوك" و"ماي سبايس".
- المدونات مثل سكاى بلوغ *Skyblog*.
- أدوات التّشارك لتسجيلات الفيديو، مثل اليوتيوب، والصّور مثل فليكر، والموسيقى مثل *Deezer*.
- أدوات الدّراسة مثل المنتديات *PHPbb*، نظم المراسلة الآني *Windows Live Messenger*.
- منصّات إنشاء الشبكات الاجتماعية مثل *Ning*.
- وسائل الإشهار الصّغيرة *Twitter*، والمواقع المشتقة منها مثل *Twitxr*.

5- أهم وأبرز مواقع الشبكات:

منذ الظهور الأوّل لمواقع الشبكات الاجتماعية، تعدّدت وتوّعت بين شبكات شخصية وعامة، تطمح لتحقيق أهداف محدّدة، ومنذ بداياتها اختلفت المواقع التي تتصدّر القائمة بين سنة وأخرى، فتاريخياً كان لموقع "*Six Degrees*" انتشاراً واسعاً مع بداياته الأولى، ومع تطوّر الشبكات الاجتماعية، أصبح تصنيفها يأتي بالنظر إلى الجماهيرية، حيث تتصدّر القائمة عدد من الشبكات كالفيس بوك، تويتر، فليكر ولينكدان، وهي المواقع التي سنحاول التّطرق إليها في هذا العنصر، باعتبارها من أهمّ الشبكات الاجتماعية في الوقت الحالي، وكذا بالنظر إلى اختلاف تخصص كلّ موقع.

1.5- شبكة "فيس بوك": تعرّفه موسوعة ويكيبيديا بأنه "موقع ويب، يمكن الدّخول إليه مجاناً، وتديره شركة "فيس بوك" محدودة المسؤولية، كملكية خاصّة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظّمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتّصال بالآخرين، والتفاعل معهم. كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم، وإرسال الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفّاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم. ويشير اسم الموقع إلى دليل الصّور الذي تقدّمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتّحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التّدرّس والطّلبة الجدد، والذي يتضمّن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتّعرف إليهم".¹

2.5- تويتر *Twitter*:

هو إحدى شبكات التّواصل الاجتماعي التي انتشرت في السّنوات الأخيرة، وأخذت اسمها "تويتر" من مصطلح "تويت" الذي يعني التّغريد، واتّخذ من العصفورة رمزاً له. وهو خدمة مصغّرة، تسمح للمغرّدين إرسال

¹ <http://ar.wikipedia.org> 23/02/2014 19 :20

تعتمد الباحثة الاقتضاب في الحديث عن هذا الموقع، لأنّه سيرد لاحقاً بالشرح.

رسائل نصية قصيرة، لا تتعدى 140 حرفاً للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكتفاً لتفاصيل كثيرة¹. وذلك مباشرة عن طريق موقع "تويتر"، أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة sms، أو برامج المحادثة الفورية، أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفيس بوك، و TwitBird، و Twitterrific و TwitterFax و Twhirl. وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني، و خلاصة الأحداث RSS، وعن طريق الرسائل النصية القصيرة، وذلك باستخدام أربعة أرقام خدمية، تعمل في الولايات المتحدة وكندا والهند، بالإضافة للرقم الدولي، والذي يمكن لجميع المستخدمين حول العالم الإرسال إليه في المملكة المتحدة.²

ويُعرف "تويتر" نفسه بإيجاز على أنه "خدمة تساعد الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل، وإدامة الاتصال بعضا ببعض، عبر تبادل أجوبة سريعة ومعتادة لسؤال واحد بسيط هو: ماذا تفعل الآن؟". وبجذوره كأداة اتصال داخل الشركة أو المكتب، يفيد الموقع زملاء العمل في تقاسم المعلومات فيما بينهم بشكل سريع وسهل، غير أن هذه الأداة، كما يلاحظ التويتر نفسه، تفيد بالمثل لمهام اعتيادية ومألوفة، مثل إبلاغ الأصدقاء بمكان حفلة ما، أو إطلاع المرء الآخرين أولاً بأول على ما يفعله.³

ظهر الموقع أوائل عام 2006، كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Odeo الأمريكية، في مدينة "سان فرانسيسكو"، وبعد ذلك أطلقته الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006. وبعدها، بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة عام 2007، من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007، قامت شركة Odeo بفصل الخدمة عن الشركة، وتكوين شركة جديدة باسم Twitter.

وفي أبريل 2008، قام الموقع بإطلاق نسخته اليابانية، وذلك لكثرة عدد المستخدمين من اليابان، ونشاطهم البارز على الموقع، ولقيت النسخة اليابانية استحسان المستخدمين في اليابان، وتفوقت بشكل أكبر على النسخة الانجليزية، حيث أصبح في الإمكان وضع إعلانات في النسخة اليابانية، على عكس النسخة الانجليزية، التي لا تدعم نظام الإعلانات حتى الآن. ومنذ مارس 2012، أصبح الموقع متوفراً باللغة العربية.⁴

ويورد موقع "أكبر مجمع للأخبار التقنية"، في مقال له عن كيفية عمل موقع تويتر بالقول: "يمكن للمستخدمين الاشتراك في موقع تويتر بشكل مباشر عن طريق التسجيل، من خلال الصفحة الرئيسية للموقع، وبذلك يتكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب، حيث تظهر آخر التحديثات بترتيب زمني، تدور التحديثات

¹ صلاح عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 93.

² <http://ar.wikipedia.org/wiki/تويتر> 24/02/2014 19:27

³ حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 207.

⁴ <http://ar.wikipedia.org/wiki/تويتر> 24/02/2014 19:52

حول السؤال: ماذا تفعل الآن؟ (*What are you doing?*)، وبعد أن يقوم المستخدم بتحديث حالته ترسل تلك التحديثات إلى الأصدقاء.¹

ويوفر تويتر لمستخدميه إمكانيات عديدة منها معرفة ما يقوم به أصدقاؤهم دائما، وفي كل وقت، كما أنه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء، وتلقي الإجابات الفورية. بالإضافة إلى أنه يتيح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جدا، والسريعة، والمحيطه به كالأستغاثة، أو الإخبار عن حادث مهم جدا، وفي الوقت ذاته يتيح للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم الهامة فور وقوعها.²

ويتميز موقع "تويتر" بعدة مميزات، إضافة إلى أنه مجاني وسهل وسريع، فهو:³

- محمول ومتحرك: أي يدعم ويتيح أدوات للتدوين، أو لإرسال الرسائل والصور القصيرة عبر الهواتف النقالة، ومن أي مكان في العالم.

- أداة فعالة للتواصل مع العالم: كون التدوين الخاص بالتويتر يمكن إرساله من الحاسوب المحمول، أو الهاتف المحمول، بسهولة ويسر، مما يتيح التواصل مع مجموعة كبيرة من الأصدقاء، والمعارف، أو التابعين لك على الموقع بفعالية ومجانا. كما أنه يعتبر أداة فعالة لتعريف الناس بالمستخدم وباهتماماته، وأداة فعالة للتسويق.

- شعار مميز "*Unique Badge*": يوفر التويتر إمكانية تحميل صور خاصة لشعار عادية، أو بلغة برمجة، مثل: *HTML* أو *JAVA*، مما يعطي طابعا شخصيا، وموثقا مع كل تدوينة.

- ميزة التتبع "*Following*": فمن مميزات التويتر الأساسية خاصية التتبع، أي أن تتبع مدونا معينًا على الموقع، لكي تصل لك تدويناته أول بأول، وكذلك يمكن للغير أن يتبعوك بمجرد الضغط على زر التتبع *Follow*، ومع الوقت يصبح لك شبكة معارف ومتتبعون خاصون بك، لهم نفس اهتماماتك.

ومن سلبيات هذا الموقع نذكر:

- إنه بعدم سماحه للتحديثات إلا بمساحة محدودة، لا يمكن أن يكون مجالا لبناء علاقات اجتماعية، وإنشاء علاقات صداقة مع الغير، كشبكة فيس بوك.⁴

- إن ميزة الزمن الحقيقي التي يتمتع بها التويتر يمكن أن تكون نقطة ضعف أيضا، ذلك أن المستخدمين الذين يلجؤون بخفة بهيجة إلى تويتر قد يرسلون معلومات غير مدققة، أو غير صحيحة، الأمر الذي يستدعي

¹ صلاح عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 94.

² المرجع نفسه، ص 97.

³ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سبق ذكره، ص 39-40.

⁴ علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، ص 76.

التراجع عنها فيما بعد.¹

- "تويتر" تطلق تصميمًا جديدًا يشبه "فيس بوك":²

أطلق تويتر تصميمًا جديدًا لصفحة الملف الشخصي للمستخدم على الويب، يشبه واجهة شبكة "فيس بوك" إلى حد كبير، ويتميز التحديث الجديد بمنح المستخدم وضع صورة له أكبر حجمًا من السابق، وتخصيص البروفايل الخاص به، وعرض أفضل التغريدات، ويتضمن التحديث الآتي:

- ميزة أفضل التغريدات: عرض التغريدات الواردة بحجم أكبر قليلًا من السابق، مع إمكانية اختيار المحتوى الأفضل منها.

- ميزة التغريدات الثابتة: بإمكان المستخدم تعليق واحدة من التغريدات المفضلة له أعلى صفحته، وبالتالي ستكون واضحة أمام متابعيه الاطلاع عليها فور الدخول إلى الملف الشخصي.

- ميزة فلتر التغريدات: التي تتيح للمستخدم اختيار جدول زمني للاطلاع على التغريدات التي نشرت خلالها، مع إمكانية تصفح التغريدات فقط، أو التغريدات المرفقة بالصور أو الفيديو أو التغريدات والردود القادمة معها.

وبحسب موقع "مجلة محرك البحث"، فإن عدد مستخدمي "تويتر" وصل إلى 316 مليون مستخدم شهريًا. يقضون ما معدله 17 دقيقة يوميًا، وشكلت نسبة الإناث 21%، بينما الذكور 24%. وزاد عدد مستخدمي "تويتر" سنة 2015 بأكثر من 50 مليون مستخدم، ويتوقع أن يكون عددهم قد ازداد خلال عام 2015 بحدود 42 مليونًا.³

3.5- اليوتيوب:

موقع "اليوتيوب" هو أكبر موقع على شبكة الانترنت يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني كمستخدمين عاديين. وفكرته نشأت عندما كان ثلاثة من الأصدقاء الأمريكيين في حفلة لأحد الأصدقاء في مدينة "سان برونو" في كاليفورنيا، وهناك التقطوا مقاطع فيديو وأرادوا أن ينشروها بين زملائهم، وفكروا بطريقة مناسبة، لكنهم لم يجدوا شيئًا ملائمًا، خصوصًا أن البريد الإلكتروني

¹ حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 210.

² تويتر تطلق تصميمًا جديدًا يشبه فيس بوك، مقال منشور على الموقع: <http://www.24.ae/Article.aspx?/ArticleId=71272&SectionId=3> الزيارة: 2014/04/09 الساعة 18:52.

³ موقع العربية Sky News:

الأصدقاء هم ثلاثة موظفين من شركة "Paypal"، وهم: "تشاد هيرلي" Chad Hurley من مواليد 1977، وهو الذي قام بتصميم شعار "Broadcast yourself" "ستيف تشين" Steve Chen، من مواليد تاوان عام 1978 "جواد كريم" Jawed Karim المولود في ألمانيا عام 1979، وصاحب جمعية شبابية أقامها لدعم الطلاب الجامعيين للانطلاق في مشاريعهم المتميزة، وصاحب أول فيديو تم رفعه على اليوتيوب، وقد صوره لنفسه، وهو في حديقة الحيوانات. انظر حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص ص 213-214.

كان لا يقبل الملفات الكبيرة. ومن هنا، بدأت تتبلور فكرة موقع لرفع أفلام الفيديو¹، حيث تمّ التسجيل في 15 فيفري 2005، وخلال صيف 2006، كان الموقع يحصل على 100 مليون مشاهدة يوميا، ويضاف إليه مقطع فيديو كل 24 ساعة². ويتمّ حاليا إدارته من قبل شركة "غوغل"، التي أعلنت في تشرين الأول من عام 2009، عن أن يوتيوب يوفر أكثر من مليار مشاهدة للفيديو يوميا في جميع أنحاء العالم.³

وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أيّ ملفات تتكوّن من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون أيّ تكلفة مالية، فمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع، يتمكّن من إرفاق أيّ عدد من هذه الملفات، ليراها ملايين الأشخاص حول العالم، كما يتمكّن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو؛ من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، فضلا عن تقييم ملف الفيديو؛ من خلال إعطائه قيمة نسبية، مكوّنة من خمس درجات، لتعبّر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدم الموقع.⁴

وقد اختارت مجلة "تايم *Time*" الأمريكية في نهاية عام 2006 موقع يوتيوب ليفوز بلقب "شخصية العام"، على خلاف المعتاد، واحتلّ غلاف هذا العدد، الذي صدر في نهاية شهر ديسمبر، صورة جهاز كمبيوتر مع ورقة قصدير عاكسة على شاشة الكمبيوتر، تجعل الناظر إليها يرى انعكاس صورته عليها، وأررفت المجلة تلك الصورة بعنوان فرعي يقول: "نعم أنت.. أنت تتحكّم في عصر المعلومات، فمرحبا بك في عالمك"، لتعبّر عن نمو أعداد مستخدمي الشبكة العالمية وتأثيرهم المتعاظم في تشكيل الرأي العام في عصر المعلومات.⁵

ويتميّز الموقع بخاصية تمكّنه من العمل مع مواقع وسائط اجتماعية أخرى، مثل "فيس بوك" والمدونات، من خلال "تضمين" ملفات فيديو يوتيوب داخلها، وذلك لوجود خيار "تبادل ملفات فيديو"، يتيح المجال لأصدقاء مستخدم "فيس بوك" لمشاهدتها. كذلك يمكن إنشاء رابط لتضمين ملفات الفيديو، وفي حال وضع هذا الرابط في مدونة أو موقع آخر، يمكن مشاهدة هذا الفيديو منه أيضا. وقد لوحظ في الآونة الأخيرة قيام بعض المؤسسات الإعلامية الضخمة، ومحطات التلفزة والفضائيات بإنشاء قناة خاصة بهم على الموقع.⁶

ويتضمّن الموقع أنواعا لا حصر لها من كليات الفيديو التلفزيونية، والأفلام الغنائية المصوّرة، ومدونات الفيديو اليومية، أو ما يطلق عليها "الفيديو بلوغين *Videobloggin*".

1 : علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين، الفيسبوك نموذجا، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية ()، فلسطين، 2011، ص 25.
2 حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 214.
3 25.
4 حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 214.
5 المرجع نفسه، ص 215.
6 25.

وبما أنه لا توجد رقابة على ما يبث أو يرفق على اليوتيوب، فإنه يعاني العديد من المشكلات المتعلقة بالمضمون المقدم فيه، حيث يمكننا التمييز بين أكثر من نوع من المضمون الذي قد تتحفظ عليه بعض الثقافات على اليوتيوب، ومنها:¹

1- الأفلام التي تحتوي على الجنس: حيث تشكل هذه النوعية من الأفلام حجما كبيرا على الموقع، سواء تلك التي يقوم أفراد بإعدادها عن أنفسهم وأصدقائهم، أو المقاطع الدعائية لمواقع وشركات البورنو. وتعد هذه النوعية من الأفلام التحدي الأكبر أمام متصفح الموقع، خاصة وأنها لا تتفق مع القيم الإسلامية والعربية. ولمحاولة التغلب على هذا الأمر، يقوم الموقع بحجب بعض المواد للذين يبلغون الموقع بأن أعمارهم تقل عن ثلاثة عشر عاما.

2- الأفلام التي تقوم بنشر مواد سياسية محظورة، كتلك التي تصور رؤساء الدول، أو الحكومات، أو شخصيات سياسية بارزة، في مواقف غير محببة لهذه الشخصيات، وللأنظمة الحاكمة، وهذا النوع بالطبع لا ترغب كثير من الحكومات بنشره، وتسبب في حجب الموقع في بعض البلدان. ولعل المثال الأشهر لهذا النوع، الفيلم الذي يصور الصحفي العراقي "منتظر الزيدي"، وهو يضرب الرئيس الأمريكي السابق "جورج بوش" في مؤتمر صحفي ببغداد، تعبيرا عن استيائه مما فعلته إدراته بالعراق. وفي تايلاند، عرض شخص مجهول على الموقع تسجيلا ساخرا، مدته 44 ثانية، يضم صورا لملك البلاد، وعلى وجهه رسومات غير مهذبة، وكانت أكثر الصور إساءة للتايلانديين صورة للملك وعلى وجهه قدمي امرأة، مما ترتب عليه قيام الحكومة بغلق الموقع في 03 أبريل 2007 إلى أن يتم رفع مثل هذه الصور.

وبتاريخ 03 ديسمبر 2006، قامت إيران بحجب الموقع، بدعوى منع الأفلام وملفات الفيديو الهدامة.

وفي ماي 2007، تم حجب الموقع في المغرب من قبل شركة *Maroc Telecom*، دون إبداء أي أسباب، غير أن بعض الأقوال تشير إلى احتمالية أن يكون السبب بعض ملفات الفيديو المؤيدة لجهة البوليزاريو، أو بعض الملفات التي تمس الملك المغربي.

كما قامت تركيا بمنع موقع (*YouTube*) بسبب ما تضمنه من أفلام مسيئة للأتراك، ومصطفى كمال أتاتورك، وضعها اليونانيون بسبب الأزمة بين تركيا واليونان على جزيرة قبرص.²

وأياها البرازيل، الإمارات، السعودية، وبعض الدول رفعت الحجب الكامل عن الموقع، وصارت تحجب مقاطع معينة.

¹ حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 216.

² عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، 1

3- المشكلات المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية: حيث أقامت عدة شركات دعاوى قضائية ضدّ الموقع؛ لنشره موادّ فيليمية تمتلك حقّ ملكيتها الفكرية. وقام المسؤولون عن الموقع بإزالتها. ويحاول الموقع تجنبّ تحميل الأفلام الكاملة والبرامج التلفزيونية، عن طريق منع أيّ مادة تزيد مدتها عن 10 دقائق. أمّا المشكلة، فهي أنّ العديدين يُحملون الأفلام الشهيرة، والبرامج التلفزيونية في أجزاء قصيرة، ثمّ يجمعون تلك الأجزاء مع بعضها البعض، ولعدم قدرة الشركة على معالجة المشكلة بفاعلية، ظهر عدد من الشكاوي المتعلقة بحقّ الملكية الفكرية.

4- المشكلات التي تتعلّق ببثّ أفلام تحتوي على العنف: لما لهذه الأفلام من تأثيرات سلبية على سلوكيات المستخدمين، فقد عرض مشاهد لرجل يتعرّض للركل بالأقدام، حتى فقد وعيه، شاهدها كثيرون على موقع يوتيوب في خريف 2006، وبعدها بدأ العديد ينظرون إليه على أنّه يشجّع أعمال العنف العشوائي، كما أنّ بعض الدول كالولايات المتحدة الأمريكية وجهت انتقادات حادة للموقع لنشره أفلام معادية لها.¹

ومن أجل معالجة هذه النقائص، فرضت إدارة الشركة شروطاً لخدمة الموقع، منها:²

- ألا يكون للأفلام حقوق نشر محفوظة من دون إذن صاحب العمل.
- لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تسيء لشخصيات معيّنة، أو الأفلام الفاضحة أو الإعلانات التجارية.
- لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تشجّع على الإجرام.
- الملفات المرفوعة للموقع لا تقلّ عن 10 دقائق، ولا تزيد عن 01 جيجابايت 1024 ميغابايت.

4.5- لينكد إن LinkedIn:

مع ظهور عدّة مواقع للتواصل الاجتماعي العادية، كان لا بدّ من ظهور عدّة مواقع متخصصة في أنواع مختلفة من ذلك التواصل، فمنها ما أنشئ لغرض التواصل الشخصي والعائلي، ومنها ما أنشئ بغرض التواصل المحترف، ومن أهمّ مواقع التواصل المحترف، وأكثرها شهرة موقع "لينكد إن".

فهو من مواقع التواصل الاجتماعي ذات التّخصّص بالأعمال "Business Related"، وتسهيل تواصل من يعملون بمجالات مختلفة عبر هذا الموقع، فهو للاتصال المحترف "Professional Networking" بين من يعملون في قطاعات مختلفة، أو ضمن القطاع نفسه، أو ضمن المؤسسة أو الشركة نفسها³. تأسّس الموقع في ديسمبر 2002، من قبل "ريد هوفمان"، وبدأ التّشغيل الفعلي في جوان 2002، وهو متوفّر بـ19 لغة عالمية، وبلغ عدد المسجّلين فيه أكثر من 175 مليون عضو، من أكثر من 200 دولة في جوان 2012.

¹ حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 217.

² عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص 196-195.

³ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سبق ذكره، ص 47.

وبحسب موقع مجلة محرّك البحث، فإنّ "لينكد إن" يزوره شهريا أكثر من 97 مليون مستخدم. يقضون ما معدّله 10 دقائق من يومهم على تصفّح الموقع، ويشكّل الذكور 56%، بينما الإناث 44%.¹

ويقدّم الموقع العديد من المزايا للشركات ورجال الأعمال، حيث يقوم بتسهيل عملية الحصول على الموظّفين المرشّحين للعمل، حيث يتيح موقع "لينكد إن" للأشخاص عرض سيرتهم الذاتية المفصّلة، وتستطيع الشركات إجراء البحث عن هؤلاء عبر كلمات مفتاحية.

ويمكن للشركات الباحثة عن الموظّفين التأكّد من صحّة المعلومات، عن طريق الجهات التي عمل فيها الموظّف، أو من موقع "لينكد إن" نفسه، وفي ذلك توفير لاستخدام العنصر البشري في الشركة.²

ومن مميّزات الموقع خدمة إجابات "لينكد إن"، وهي شبيهة بخدمة إجابات غوغل، وخدمة إجابات ياهو، حيث تتيح للمستخدمين السّؤال، والحصول على إجابات من المشتركين في "لينكد إن"، كما أنّها خدمة مجانيّة، والفرق الرّئيس بينهما، وبين خدمات الإجابات السّابقة، هي أنّ إجابات "لينكد إن" مخصّصة تقريبا للمجال الوظيفي والمهني، كما أنّ هويات الأشخاص السّائلين والمجيبين معروفة.³

5.5- فليكر *Flicker*:

"فليكر" هو موقع لمشاركة الصّور، وحفظها وتنظيمها. وهو يعتبر أيضا جمعية لهواة التّصوير على الانترنت. بالإضافة إلى كونه موقعا مشهورا للتّشارك في الصّور الشّخصية، يتمّ استخدام الموقع من قبل المدونين من خلال إعادة استخدام الصّور الموجودة فيه. أخذ الموقع شهرته من خلال ابتكاراته كإضافة التّعليقات (*comments*) من قبل الزّائرين، وكلمات المفاتيح (*Tags*).⁴

ويعتبر موقع "فليكر" نموذجا لواحدة من أهمّ تطبيقات صحافة الجمهور، في بعدها المتمثّل في توزيع الصّور، وقد أسهم الموقع في مناسبات مختلفة في أن يكون بديلا حيا لوكالات الأنباء، مثلما حدث في أحداث تسونامي.

وتمّ تطوير الموقع في سنة 2002، بواسطة شركة "لودي كورب *Ludicorp*" في فانكوفر في كندا. وقد قامت الشركة بإطلاق "فليكر" لأوّل مرّة في فبراير 2004، بعد أن قامت الشركة بتأسيس لعبة جماعية عملاقة على الانترنت. وفي مارس 2005، اشترت شركة "ياهو" شركة "لودي كورب" و"فليكر". ويسمح "فليكر" أيضا لمستخدميه بتنظيم صورهم كمجموعات شخصية، أو مجموعات عامّة، تشترك في صفات معيّنة، أو كليهما

¹ موقع العربية Sky News:

² علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، ص 83.

³ Ar.wikipedia.org/wiki/لينكد-إن 27/02/2014 22 :00

⁴ Ar.wikipedia.org/wiki/فليكر 28/02/2014 12 :08

معا. ويستطيع الشخص إضافة الصورة إلى مجموعة شخصية واحدة، أو أكثر من مجموعة شخصية، أو عدم إضافتها لمجموعة مطلقاً.

أما برنامج المنظم، فهو يقوم بتنظيم الصور الموجودة في حساب "فليكر"، ليسمح للمستخدمين بتعديل كلمات المفاتيح، ووصف الصور، وتنظيم أو إضافة الصور في مجموعات شخصية، وإضافة الصور في مجموعات عامة، وإضافة صور على الخريطة للعالم، لهذا السبب يسهل تعديل الصور كحزم.

ويوفر "فليكر" خدمة حفظ الصور بشكل عام للزائرين، حيث يستطيع أي متصفح للموقع مشاهدتها، أو يستطيع حمل الصور جعلها خاصة، فلا تتوفر إلا لصاحب الحساب، أو من يسمح هو لهم بمشاهدتها. يستطيع المستخدم عند تحميل الصور أن يحدد من يستطيع مشاهدة الصور أولاً. الصور الخاصة يشاهدها مالك الحساب بشكل دائم، ولكنه يستطيع تحديد الصور المسموح مشاهدتها للعامة، أو من يختارهم هو. أيضا يستطيع المستخدم تحديد الصور المسموح مشاهدتها للعامة، أو من يختارهم هو. أيضا يستطيع المستخدم مشاركة الصور الخاصة في المجموعات العامة لو أراد. ويحتوي الموقع على خدمة *RSS*، التي تسمح للمبرمجين بتوسيع الخدمات. ويستطيع مالك الحساب أن يضيف صوراً من خلال البريد الإلكتروني، ومن خلال الموقع بشكل مباشر، أو من خلال الهاتف النقال ذو الكاميرات الرقمية. كما يتم استخدام موقع "فليكر" كموقع رئيس لتخزين الصور، من خلال الكثير من المستخدمين وبشكل كبير، خصوصاً من المدونين، وهو يسمح أيضاً لمستخدميه بإضافة الصور تحت تراخيص معينة يقومون باختيارها.¹

وفيما يأتي بعض الإحصاءات حول موقع "فليكر":²

- عدد مستخدمي الموقع حتى جانفي 2012 هو 51 مليون مستخدم.
- عدد الصور التي يتم تحميلها كل يوم على فليكر هو 4.5 مليون صورة.
- عدد الصور الموجودة على الموقع هي 06 مليار صورة.
- كاميرا الآيفون 4 (*iPhone*) هي الأكثر شعبية على موقع "فليكر".

6.5- برنامج سكايب *Skype*:

هو برنامج تجاري، تم ابتكاره من طرف كل من المستثمرين السويدي "نيكولاس زينشتروم"، والدانماركي "يانوس فريس"، مع مجموعة من مطوري البرمجيات، وتم إطلاقه بشكل تجاري عام 2003، حيث يمكن برنامج سكايب مستخدميه من الاتصال صوتياً (هاتفاً) عبر الإنترنت بشكل مجاني بالنسبة لمستخدمي هذا البرنامج، لكن مع تكلفة بسيطة في حال الاتصال بخطوط الهاتف الثابتة أو الجوّالة.

215- 216

1 إيمان الزبيدي: "فليكر *Flicker*"

14.00

2 إيمان الزبيدي: "فليكر *Flicker*"

2013/06/18 اطلع عليه يوم 2014/02/28

وكان الاسم السابق للموقع *Sky-peer-to-peer*، ثم تحوّل إلى *Skyper*، ثم إلى *Skype*.

ويعتبر هذا البرنامج دليلاً على اقتران تطوّر وسائل الاتصال بتطوّر تقنية الحاسوب والانترنت، ومزايا هذا البرنامج تدعم وتسهّل من آليات التّواصل عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، أو حتى بين المجموعات المستقلّة على الانترنت. ومن مزايا هذا البرنامج المتعدّدة كون تحميله وتثبيته على الجهاز مجاني، وهو سهل الاستعمال، فبمجرّد التسجيل عبر البريد الأليكتروني، مع اسم المستخدم والرّقم السري، حتى يبدأ المستخدم بالاتصال بمن يريد بمستخدمي هذا البرنامج، وفي أيّ بلد عبر الانترنت أو الهواتف الأرضية والمحمولة، شرط وجود معدّات تتيح الاتصال، مثل سماعة رأس للحاسوب، أو كاميرا حاسوب لاتصال الفيديو المباشر.

وكذلك يعتبر الاتصال عبر هذا البرنامج على الخطوط الأرضية أو المحمولة من أرخص وسائل الاتصال مقارنة بغيرها، فأعلى تكلفة لخطة الاتصال الشامل عبر سكايب هي قرابة 19 دولار شهرياً، أضف إلى ذلك إمكانية تبادل رسائل الشّات، أو الملفات، أو الصّور والفيديو وغيره، بل يستطيع المستخدم أن يضغط زر المشاركة (*Share*) حتى يتيح مشاركة ملف، أو فيلم فيديو معيّن، مع من يريد، حتى دون أن يرسل لهم. كل ذلك، ساهم في تعزيز استخدام سكايب كوسيلة رئيسة للاتصال البديل لدى مئات الملايين من المستخدمين حول العالم.¹

7.5- جوجل بلس (+Google):

هي شبكة اجتماعية، تمّ إنشاؤها بواسطة شركة "جوجل"، وتمّ إطلاقها رسمياً يوم 28 يونيو 2011، ولكن لم يكن التسجيل بها مسموحاً إلاّ بواسطة الدّعوات فقط، بسبب وجود الخدمة في الطّور التجريبي.²

ومن أهمّ خصائص (+ Google) كما وردت في تقرير شركة تطوير حلول الانترنت:

- خاصيّة *Steam*: تعتبر هذه الخاصيّة من أبرز دعائم *Google+* التي لا تقدّم أيّ جديد وتشبه كثيراً *Google Buzz* أو *Facebook News Feed*.

- خاصيّة *Circles*: تمّ تطبيق خاصيّة *Circles* بطريقة مميّزة، حيث يسهل من خلالها إنشاء قوائم الأصدقاء بالمقارنة مع نفس الخصائص في "تويتر" و"فيس بوك"، كما تتضمن الخاصيّة إمكانية "السحب والإفلات"، هذا بجانب رسوم لطيفة تظهر عند القيام بأفعال معيّنة.

- خاصيّة *Profiles*: وتعتبر هذه الخاصيّة منفذاً للبيانات الفعلية المتوافرة على بروفايل المستخدم على خدمات جوجل، ولا يوجد فعلياً شيء خاص ومميّز متعلّق بخاصيّة *Profiles*.

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سبق ذكره، ص ص 52-53.

² Ar.wikipedia.org/wiki/2%جوجلB 28/02/2014 12 :08

- خاصية *Hangouts*: إحدى أبرز الجوانب المبتكرة في *Google+*، حيث تغري المستخدمين للانخراط في محادثات فيديو جماعية، ومن المدهش فيها قدرة الكاميرا على التغير، والانتقال، والتركيز على الشخص المتحدث، بحيث يمكن التعامل مع عدة مصادر للفيديو في نفس الوقت، وإذا ما حققت *Google+* ذلك، فإن *Hangouts* ستكون إحدى أهم ركائز ذلك النجاح.

- خاصية *Sparks*: حيث أن جوجل قامت ببناء محرك خاص لتقديم الاقتراحات والتوصيات، من خلال *Sparks*.

- خاصية *Photos*: خاصية جيدة ومفيدة، تعتمد على فكرة تحرير الصور، وتعديلها، بصورة أقرب لما في "فيس بوك"، كما أنها تمتاز بالسرعة والتنظيم الجيد، ما يجعلها إضافة مهمة للغاية لشبكة *Google+*، وهدفها هو إضافة قدر أكبر من الطابع الفني والشخصي على الصور.

وقد أعلنت شركة جوجل الأمريكية أن عدد مستخدمي خدمة *Google+* وصل إلى 500 مليون شخص بحلول يونيو 2013، وأن عدد الصفحات التي تم إنشاؤها من خلال الموقع وصلت إلى 2.5 مليون صفحة، فيما بلغ عدد المستخدمين الذين لهم نشاط على الموقع إلى 190 مليون في 30 يوما.¹

وبحسب موقع مجلة محرك البحث، فقد وصل عدد المستخدمين النشطين على الموقع 343 مليون مستخدم، يقضون ما معدله 07 دقائق من يومهم على تصفح الموقع، ويشكل الرجال 74%، بينما الإناث 26%.²

6- شبكة "فيس بوك".. أشهر الشبكات الاجتماعية:

كانت مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة الطفرة في خدمات التواصل المختلفة عبر الشبكات الاجتماعية الإلكترونية، ولقد حاز "فيس بوك" كأكبر موقع للتواصل الاجتماعي من حيث عدد المسجلين على اهتمام بالغ وكبير، حيث يعتبر من أكبر المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية، من خلال تقديمه للإضافات المختلفة والمتنوعة في مجال التواصل الاجتماعي، التي غيرت جذريا كيفية التفاعل بين الأعضاء عن طريق المعلومات التي توفرها تطبيقاته، وفرص التعبير الحر التي يوفرها هذا الموقع. فأصبح مقصدا للكثيرين، لما وجدوا فيه متنفسا للتعبير عن آرائهم وأفكارهم بعيدا عن أعين الرقابة.

¹ جهاد الشربيني: *Google+ يصل إلى 2.5 مليون مستخدم* 2013 :
http://www.masrawy.com/news/Technology/General/2013/June/12/56433327.aspx. تاريخ الزيارة 2014/06/19 15:40

² موقع العربية Sky News:

1.6- تعريف الموقع ونشأته:

"فيس بوك" موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء، ويساعدهم على تبادل المعلومات، والملفات، والصّور الشخصية، ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، وكما هو معروف في الكثير من الوسائل الإعلامية ووسائل التواصل الاجتماعية، أنّ هناك من استغلّه في الجانب السيء، وهناك من استفاد منه للتواصل بالصّور والتعليقات مع أصدقائه في شتّى أنحاء العالم.¹

وهو شبكة اجتماعية على الانترنت، تتيح لمستخدميها إدخال بياناتهم الشخصية ومشاركتها مع بقية مستخدمي الموقع. هذه البيانات خاصة بالحالة الاجتماعية، الدراسات، الاهتمامات، ووضع هذه البيانات في الموقع يتيح إيجاد الأصدقاء، تمهيدا لإنشاء مجموعات، ودعوة بقية مستخدمي الموقع للانضمام إليها، والبقاء على اتصال بهم، من خلال مشاركتهم للمعلومات حول الأحداث مهما كانت طبيعتها، وهو ما يحقق فهما أفضل للآخرين، وتوصلا مستمرا مع كل من يهتمون به.²

ويرى مخترع "فيس بوك" "مارك زوكربيرج" أنّ "فيس بوك" هو حركة اجتماعية *Social Movement*، وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنّه سوف يزيح البريد الإلكتروني ويحلّ محله، وسوف يسيطر على كلّ نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية. وبالتالي فإنّه يوصف بكونه "دليل سكان العالم"، وأنّه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيانا عاما، من خلال الإلقاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم، وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم، ولذلك فإنّ الهدف من هذا الاختراع هو جعل العالم مكانا أكثر انفتاحا.³

إذن، تتلخّص فكرة "فيس بوك" في إمكانية التّقاء الأصدقاء القدامى، وكذلك الأصدقاء الجدد، وتبادل المعلومات، وآخر الأنباء والتطورات معهم، بالإضافة إلى الميزات الأخرى، كتبادل الصّور ومقاطع الفيديو وغيرها. ويمكن القول أنّ "فيس بوك" يقدّم مجموعة من الخدمات الأساسية لزوّاره، تتمثّل بالدرجة الأولى في الرّسائل، وهي خاصية يتيحها "فيس بوك" بشكل مبسّط، وسهل للغاية لكل الأصدقاء، كذلك بإمكان أيّ شخص لديه صفحة شخصية على "فيس بوك" أن يثبّت المناسبات الهامة التي تخصّه وعائلته، ويرغب بحضور أو مشاركة الأصدقاء معه فيها. وتثار كثيرا مسألة الأصدقاء الجيّدين، وكذلك السيئين الذين يحتلّون

¹ عبد الكريم العجمي الزباني: استخدامات وتمثيلات الشباب الليبي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، الفيس بوك نموذجاً مقمّة لملتقى الصحافة الإلكترونية "، القاهرة- 2010 15.

² 10.

³ الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص،

السعودية، ديسمبر 2011 12.

صفحة المستخدم، وهي لا تستحق الإثارة، فبإمكان صاحب الصفحة أن يضيف من يريد، ويحذف من لا يريد من القائمة، وبذلك لا تكون هناك أية مشكلة.¹

ومصطلح "فيس بوك" (Face book) كما هو معروف في أوروبا، يشير إلى دفتر ورقي، يحمل صوراً، ومعلومات، لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، ومن هنا جاءت تسمية الموقع. وتعتبر هذا الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص، خصوصاً في الجامعات الأجنبية ببعضهم، حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة الموجودين في نفس الكلية.²

في سنّ التاسعة عشرة، ارتاد زوكربيرج Mark Zuckerberg جامعة هارفارد ليدرس علم النفس، لم يتابع دراسته هناك بقدر متابعته لطريق الابتكارات، وتنفيذ المشاريع الإلكترونية المتعددة. التصقت شهرة زوكربيرج بشهرة موقعه "فيس بوك"، الذي يمكن وصف بدايته بالأسطورية نوعاً ما. فقصة الموقع، بدأت من جامعة هارفارد، حيث طلب أستاذ المواد التطبيقية في الجامعة من زوكربيرج وزملائه تنفيذ مشروع يمكن طلاب هارفارد من معاينة لائحة بجميع أسماء زملائهم، وكان المشروع ضمن امتحانات منتصف العام الدراسي لعام 2003-2004، وهنا بالتحديد، ولدت فكرة موقع "فيس بوك"، والاسم يعني باللغة العربية كتاب الوجوه. أراد زوكربيرج الاستفادة من مهاراته التقنية على الانترنت لابتكار موقع، يدخل فيه جميع أسماء طلاب الجامعة ومعلومات شخصية عنهم³. لقد انطلق موقع "فيس بوك" كنتاج غير متوقع من موقع "فيس ماتش" (Face Match) التابع لجامعة هارفارد، وهو موقع من نوع *Hot or Not* يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص، ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية.

وقد قام زوكربيرج بابتكار الفيس ماتش في 28 أكتوبر من عام 2003، ووفقاً لما نشرته جريدة "هارفارد كريمسون" فإنّ موقع "فيس ماتش" استخدم صوراً مجمعة من دليل الصور المتاح على الانترنت، والخاص بتسعة من طلبة المدينة الجامعية، مع وضع صورتين بجانب بعضهما ودعوة المستخدمين إلى اختيار الشخص الأكثر جاذبية.

وكي يتمكن "زوكربيرج" من تأسيس الموقع، فإنّه لجأ إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد، وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي.

"إنّ مبادرة جامعة هارفارد باتخاذ إجراء مضاد لذلك الفعل، ربما يرجع لأسباب قانونية، دون إدراك القيمة الحقيقية لذلك الانتهاك، الذي ربما يحدث للعديد من الكليات الأخرى"، ورد ذلك على لسان زوكربيرج في مدوّنته الشخصية، ويستطرد قائلاً: "ولكن هناك أمر واحد مؤكّد، وهو أنّني ارتكبت حماقة عندما أقدمت على

¹ صلاح عبد الحميد، 88.

² 12.

³ عبد الكريم العجمي الزياتي، مرجع سبق ذكره، ص 11.

إنشاء ذلك الموقع، على أي حال إن أي شخص آخر كان سيقوم بذلك في نهاية الأمر...". وسرعان ما تم توجيه الموقع إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي، ولكن تم إغلاقه بعد بضعة أيام من قبل إدارة جامعة هارفارد. وقد قامت إدارة الجامعة باتهام "زوكربيرغ" بخرق قانون الحماية، وانتهاك حقوق التأليف والنشر، وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد، مما يعرضه للطرد من الجامعة، ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة إليه في نهاية الأمر.¹

وفي 04 فبراير عام 2004؛ أي قبل أن يبلغ سن العشرين بأربعة أشهر، دشّن زوكربيرغ موقع "فيس بوك" على النطاق *thefacebook.com*. ومثل "مايكل ديل" مؤسس شركة ديل لتصنيع الكمبيوترات، أسس زوكربيرغ موقعه على الانترنت في غرفة نومه، ضمن الشقق الجامعية للطلاب، التي كان يتقاسمها مع "آري هازيت"، وقد وضع زوكربيرغ تصميم الموقع والمعلومات في أقل من أسبوعين، وبمساعدة صديقه "أندروماك كولم"، وهو طالب آخر في الجامعة، سرعان ما ذاع صيت الموقع بين الطلاب، وما إن بثّ زوكربيرغ الموقع على الشبكة حتى طالبت إدارة الجامعة بإيقافه بعد أربع (04) ساعات، بسبب عدم احترام زوكربيرغ لخصوصية الجامعة، وشروط البث عبر الانترنت، وعدم الحصول على حقوق الملكية مرة أخرى. لكن زوكربيرغ لم يستسلم، فاستعان بأساتذته، الذين ضغطوا على إدارة الجامعة، ونجحوا في بثّ الموقع على الشبكة العالمية، وفي أول أسبوعين على إطلاقه، سجّل ثلثا طلاب هارفارد على الموقع، فقرر زوكربيرغ نشر الموقع على الجامعات الأخرى، وهنا طلب مساعدة زميل آخر هو "داستن موزكوفيتس"، فنشراه أولاً في جامعات "ستانفورد"، "كولومبيا" و"بال"، وبعدها في جميع معاهد بوسطن. وقد حرص زوكربيرغ في البداية على خلق نوافذ للجامعات، ثم بعدها ترك المجال لمستخدمي الموقع في تأسيس نوافذ خاصة بجامعاتهم. وفي بداية صيف 2004، كان "زوكربيرغ" و"موزكوفيتس" قد نشرا فيس بوك في ثلاثين (30) جامعة. خلال عطلة صيف 2004، انتقل زوكربيرغ وبعض أصدقائه الجامعيين ومنهم "موزكوفيتس" إلى بالو آلتو في كاليفورنيا، حيث التقى زوكربيرغ رجل الأعمال "بيترتال" الذي اقتنع بالاستثمار في الشركة، وما هي إلا أشهر قليلة حتى افتتحت "فيس بوك" أول مكتب لها في بالو آلتو.

بعد نجاحه بين طلاب الجامعات الأمريكية، لاقى الموقع استحسانا عند المستخدمين، فقرر زوكربيرغ فتح المجال أمام كل الناس، باستخدام شبكته التفاعلية في بداية عام 2005، وعمل خلال العام كله على تطوير الموقع وإضافة خدمات جديدة.²

1 208- 207.

1 صلاح محمد عبد الحميد: الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.

2 عبد الكريم العجمي الزياتي، مرجع سبق ذكره، ص ص 11-12.

2.6- الخصائص التقنية لموقع "فيس بوك":

أولاً: الواجهة:

شكل رقم (03): يوضح واجهة thefacebook



الصورة في الأعلى كانت تصميمًا لموقع "فيس بوك" في بدايته، عندما كان عنوانه *thefacebook*، وعلى الرغم من مرور العديد من السنوات على بدء إنشائه، إلا أنه لم يغيّر لونه الأزرق الشهير، وظلّ محتفظًا به، رغم التغييرات الجذرية التي تحدثت في تصميمه طوال الوقت. وتحدثت إحدى الجرائد الأجنبية تدعى "نيويورك" عن ذلك، حيث ذكرت أنّ الشاب الذي قام بإنشاء موقع "فيس بوك" مصاب بعمى الألوان، ولكنه يستطيع رؤية اللون الأزرق بوضوح، حيث اكتشف ذلك "مارك زوكربيرغ" مؤسس "فيس بوك" قبل عدة سنوات من خلال اختبار أجراه على الويب، ويقول "مارك" عن ذلك "أنّ اللون الأزرق هو أكثر الألوان وضوحًا بالنسبة له، فهو يرى جميع تفاصيله ودرجاته".¹ وكانت واجهة "فيس بوك" تحتوي على صور وجه "أل باتشينو *AL Pachino*" ينظر من الزاوية العلوية لواجهة "فيس بوك" القديمة عام 2007، وقد صمّم هذا الغلاف من طرف "أندرو ماكولوم *Andrew McCollum*" زميل "مارك زوكربيرغ".²

شكل رقم (04): يوضح واجهة "فيس بوك" الحالية



¹ : www.sqebd.com/vb/t16545.html تاريخ الزيارة 2014/04/10 الساعة 17.30.

² حقائق غير معروفة عن الفيس بوك: ray7balak.blogspot.com/2014/03/littel-known-

facebook- facts.html. تاريخ الزيارة: 2014/04/10 الساعة 18.00.

ثانياً: التّسجيل والانضمام للموقع: التّسجيل متاح مجاناً في الموقع لكلّ من يريد، بحساب شخصي أو حساب لمؤسسة، ويتمّ عبر خطوات بسيطة: تسجيل البريد الإلكتروني واسم المستخدم وكلمة السرّ المراد الدّخول بها للموقع.

ثالثاً: تطبيقات الموقع: من أهمّ التطبيقات التّقنية لموقع "فيس بوك" وخصائصه:¹

- الملف الشخصي "*Profile*": فعندما تشترك بالموقع، عليك أن تنشئ ملفاً يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المفضّلة لك، وكلّها معلومات مفيدة من أجل سهولة التّواصل مع الآخرين، كذلك يوفرّ معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعتها بالتّحديد.

- إضافة صديق "*Add Friend*": وبها يستطيع المستخدم إضافة أيّ صديق، أو أن يبحث عن أيّ فرد موجود على موقع "فيس بوك" بواسطة بريده الإلكتروني.

- إنشاء مجموعة "*Groups*": تستطيع من خلال خاصيّة إنشاء مجموعة إلكترونية على الانترنت أن تنشئ مجتمعاً إلكترونياً، يجتمع حول قضية معيّنة، سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية...إلى غير ذلك. وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصرياً للعائلة والأصدقاء، أو عامّة يشترك بها من هو مهتمّ بموضوعها.

- لوحة الحائط "*Wall*": وهي عبارة عن مساحة مخصّصة في صفحة الملف الشخصي لأيّ مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

- النّكزة "*Poke*": منها يتاح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم، وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

- الصّور "*Photos*": وهي الخاصيّة التي تمكّن المستخدمين من تحميل الألبومات والصّور، من الأجهزة الشخصية إلى الموقع، وعرضها.

- الحالة "*Status*": التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم، وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

- التّغذية الإخبارية "*News Feed*": التي تظهر على الصّفحة الرّئيسة لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات، مثل التّغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصّة بأصدقاء المستخدم.

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سبق ذكره، ص ص 35-36.

- الهدايا "Gifts": ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم، تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية. تتكلف الهدايا 10 دولار لكل هدية، ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها.

- السوق "Marketplace": وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبدّية مجانية.

- إنشاء صفحة خاصة على الموقع "Pages": تستطيع إنشاء صفحة خاصة بموضوع معين، ويكون اسم الأدمين الخاص بها منتهيا بـ فيس بوك، ويتيح لك أن تروج لفكرتك، أو منتجك، أو حزبك، أو جريدتك، ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة، ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات، وكذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع Facebook Adds، والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل لصفحتك على "فيس بوك"، تدفع مبلغا يوميا أو شهريا أو سنويا، يتراوح بين بضعة سنتات إلى الآلاف، بل الملايين في حالة الإعلان لمئات المشتركين على الموقع لكي يتمكنوا من رؤيته.

3.6- إحصائيات عن شبكة "فيس بوك":

كشف "فيس بوك" أنه وصل إلى 1.86 مليار مستخدم نشط شهريا، بزيادة بنسبة 17%. بلغ عدد المستخدمين النشطين يوميا منهم 1.239 مليار مستخدم، بزيادة 18%، مقارنة مع نهاية عام 2015. وأظهرت نتائج شركة "فيس بوك" المالية للربع الأخير من عام 2016، تحقيق عائدات بنحو 8.81 مليار دولار، متجاوزة التوقعات.

أما عدد المستخدمين النشطين يوميا على الأجهزة المحمولة، فقد بلغ 1.15 مليار مستخدم، وهي الأجهزة التي كان لها النصيب الأكبر من عائدات الإعلانات، بنسبة 84%¹.

ويقضي مستخدمو شبكة "فيس بوك" ما مجموعه 42 دقيقة يوميا من وقتهم على الموقع، منهم 71% في المدن، و 72% في الضواحي و 69% في الأرياف.

ويشكل مستخدمو "فيس بوك" 47% من إجمالي مستخدمي الانترنت، ويضغطون على زر الإعجاب 4.5 مليار مرة يوميا، وسجل الموقع 4 مليارات مشاهدة يوميا لتسجيل الفيديو.²

ويعدّ "الفيس بوك" أيضا الشبكة الاجتماعية الأكثر رواجاً في البلدان العربية، وتشير الإحصاءات بداية عام 2017 إلى وجود ما يقرب من 156 مليون مستخدم فعال ومتفاعل، بزيادة 41 مليون مستخدم مقارنة بعام 2016، الذي كان فيه إجمالي عدد المستخدمين في الدول العربية 115 مليوناً.³

¹ جريدة العربي الجديد، متاحة على الرابط: www.alaraby.co.uk/medianews/2017/2/2. تاريخ الزيارة: 2017/02/02. 13.30

² موقع العربية Sky News:

³ إحصائيات الفيسبوك في الدول العربية 2017، www.weedoo.tech، تاريخ الزيارة 2017/05/30. 22.45

وقد أعلنت شركة "فيس بوك" عن إحصاءاتها في الجزائر لعام 2017، حيث شملت النتائج الفئات الأكثر استعمالاً من طرف الجزائريين بالإضافة إلى العدد النشط شهريا حول هذه الشبكة، مع أكثر الصفحات التي يزورها الجزائريون.

وأظهرت الإحصائيات الجديدة أنّ المستخدمين النشطين شهريا حول الموقع يتراوح عددهم بين 15 و20 مليون مستخدم نشط شهريا، منهم 65% رجال، و5% نساء، وأكثرهم من الفئة الشبابية التي تتراوح أعمارهم ما بين 18 و24 سنة، حيث تشغل هذه النسبة 53% من العنصر النسوي، ونسبة 38% من العنصر الرجالي، أما بالنسبة للفئة الثانية، وهي ما بين 25 و34 سنة فتشغل 39% من الرجال و32% من النساء، أما لباقي الفئات فهي بنسب قليلة.

إنّ أغلب مرتادي هذه الشبكة هم عزاب غير متزوجين بنسبة 49%، ونسبة 29% من مستخدمي الشبكة متزوجين، 9% منهم من فئة المخطوبين، أما النسبة الباقية فهم من وضعوا حالة مرتبط على حساباتهم بنسبة 14%.

وأوضحت نفس الإحصائيات أنّ الفئة التي تتراد موقع الـ"فيس بوك" أغلبها من الفئة الجامعية، يليها التلاميذ من المرحلة الثانوية. وأما أكثر الولايات استعمالاً لهذا الموقع، فقد كان النصب الأكبر للعاصمة بنسبة 31% تليها مدينة وهران، قسنطينة، سطيف، باتنة، ورقلة، ثمّ عنابة.

وبالحديث عن أكثر اهتمامات الجزائريين في هذا الموقع، وأكثر الصفحات التي يزورونها، فقد سجّلت القائمة حضور صفحات دينية، ثقافية، إخبارية ورياضية، فقد احتلت صفحة الداعية المصري عمرو خالد المرتبة الأولى، تليها صفحة *journal el Bilad* الإخبارية، وشهدت القائمة ظهور متعاملي الهاتف النقال جيزي وأوريدو، وصفحة الإعلامي والمعلق الرياضي حفيظ دراجي.

وقد احتلت الجزائر المرتبة الثالثة عربيا بعد مصر والسعودية، بأكثر من 16 مليون مستخدم، أي بنسبة 43% من السكان، وجاءت في المرتبة الثانية بعد مصر في نسبة نمو عدد مستخدمي الـ"فيس بوك"، أين كانت نسبة الزيادة 9.3 مليون.¹

خلاصة:

لقد أصبح جلياً أهمية الشبكات الاجتماعية الإلكترونية اليوم، سواء كانت منشأة لأغراض اجتماعية بهدف التسلية والتواصل العائلي، أو اقتصادية بهدف بيع المنتجات أو الخدمات والترويج لها، أو فكرية وعقائدية بهدف الدعوة للدين أو الثقافة، أو إعلامية بهدف نشر الأخبار والمعلومات، والتقارير الصحفية، وإيصال الآراء والأفكار لأوسع شريحة ممكنة، أو سياسية رسمية أم خاصة، بهدف الحراك السياسي والنشاط الحزبي الانتخابي، أو لمجرد تقديم الخدمات الحكومية عبرها، بالإضافة إلى العديد من استخدامات أخرى، مما جعل شبكات التواصل الاجتماعي بالإضافة لأدوات الإعلام الجديد الأخرى، جزء لا يتجزأ من حياة الشعوب في القرن الواحد والعشرين.

ومستقبل الشبكات الاجتماعية باهر خاصة في العالم الغربي، وذلك لتسارع تطوّر تقنيات الاتصال والتواصل، ومضاعفة الابتكار في هذا المجال، وظهور برامج ومنتجات ومواقع جديدة للتواصل، والمتوقع انتشار التواصل من خلال هذه الشبكات، لينتقل عدد مستخدميها من مئات الملايين إلى مليارات، وبالتالي سيزداد التواصل والتفاعل والاتجار والانتخاب عبرها.

بل يتوقع بعض الخبراء أنه مع انتشار ثقافة التواصل الإلكتروني، والإقبال على التفاعل مع الآخر عبر أدواتها، فإن أسلوب الحياة اليومية سينتقل شيئاً فشيئاً من العالم الفعلي إلى الافتراضي؛ بحيث يصبح الجميع يتواصلون ويتعايشون جلّ حياتهم عبر الفضاء الإلكتروني، والتفاعل من خلال شخصيات افتراضية.

لكن واقع التواصل الاجتماعي في الجزائر والوطن العربي عموماً، ما يزال بعيداً عن تلك التوقعات، فنحن بحاجة لسنوات على صعيد البنى التحتية، والتقنيات الداعمة، والتدريب اللازم لانتشار ثقافة التواصل عبر الشبكات الاجتماعية وأدواتها، كذلك بحاجة إلى إجراء بحوث عن تأثيرات هذه الشبكات على مستخدميها، وخاصة من فئة الشباب، على مختلف مجالات حياتهم، وخاصة فيما تعلق بهويتهم، وهذا ما سنحاول التعرّض إليه لاحقاً، لكن قبل ذلك يجب التطرّق أولاً إلى مفهوم الهوية الثقافية وما يعترض هذا المفهوم من إشكالات.

الفصل الرَّابِع:

الهوية الثقافية: إشكاليات المفاهيم

I. التأسيس المفاهيمي لمصطلح الهوية:

- 1- الهوية: إشكالية المفهوم.
- 2- الهوية في التراث المعرفي.
- 3- مفهوم الهوية.

II. التأسيس المفاهيمي لمصطلح ثقافة:

- 1- الثقافة: إشكالية المفهوم.
- 2- المعاني المختلفة لكلمة ثقافة في التراث الغربي والعربي.
- 3- أهم التعاريف العلمية للثقافة.
- 4- خصائص الثقافة، أشكالها وعناصرها.

III. الهوية الثقافية الجزائرية:

- 1- تعريف الهوية الثقافية.
- 2- عناصر الهوية الثقافية.
- 3- الهوية الجزائرية وعناصرها.
 - 1.3- الدين الإسلامي.
 - 2.3- الواقع اللغوي في الجزائر ومكانة اللغة العربية.
 - 3.3- التاريخ الوطني.
 - 4.3- الناحية الفنية للثقافة الجزائرية.
 - 5.3- العادات والتقاليد.

تمهيد:

تملي التغييرات المتلاحقة التي تشهدها الساحة الدولية في المجالات السياسية، الاقتصادية، والفكرية والعلمية، والثقافية، والإبداعية، والتقنية، ضرورة التدقيق في قراءة المفاهيم، والتبصر في مراجعة المصطلحات، والتعمق في فهم مفردات الحضارة الجديدة؛ التي هي بمثابة مفاتيح للولوج إلى المرحلة التاريخية المعاصرة، ومن جملة هذه المفردات التي أصبحت رائجة في كل مجالس الفكر والثقافة مفردة الهوية، وما يتفرع عنها من مفاهيم، وما يترتب عنها من تحولات قابلة للامتداد إلى أبعد الآفاق، لحساسية دلالات هذا المصطلح، الذي بات يشغل النخب على اختلاف مشاربها.

فالهوية إذن أصبحت قضية تشترك في تحديد مفهومها كل القيم الكبرى من الإنسانية، كالقومية، الوطنية، الفكر واللغة، التاريخ، الدين، الثقافة الشعبية... إلى غير ذلك.

وحتى نعطي الموضوع حقه من حيث الطرح المعرفي، ارتأينا الانطلاق من ضبط مفهوم الهوية، ليغنيننا ذلك عن الدخول في مآهات التأويلات المتعارضة حول مضامينها، خاصة وأن الموضوع لا يكاد ينفصل عن رهانات الأدلجة التي تتعرض لها الثقافة، باعتبارها جوهر الهوية، بالإضافة إلى ما تشهده هذه الأخيرة من تنوع، وتشظي بفعل تسارع وتيرة التدفق المعرفي، التقني، والتواصل الثقافي، بكل ما يحمله من هواجس حول تآكل عناصرها الأساسية بدءاً باللغة؛ التي تعرف بروز نماذج لغوية هجينة من لغات أخرى، تعارض أو غموض المواقف والاتجاهات بشأن القيم الدينية، الرموز، المقدسات، السلوكيات وغيرها من العناصر التي تؤسس مضمون الهوية الثقافية، وتعكس تفردها من حيث علاقة الإنسان بذاته، بالآخر، ببيئته وانتمائه الحضاري.

وانطلاقاً من تحديد تلك المفاهيم، سنحاول إسقاطها على الحالة الجزائرية، وبالتالي سنحاول التطرق إلى الهوية الثقافية الجزائرية، انطلاقاً من أهم مؤشرات التي سنراها خلال هذا الفصل.

I. التّأصيل المفاهيمي لمصطلح الهوية:

1- الهوية: إشكالية المفهوم

لم يحمل مصطلح اجتماعي ثقل وتشعب وهاجس التّحديد والمطارات، مثل ما حمله مفهوم الهوية؛ ليس لأنّه غائر المعاني فحسب، بل لارتباطه أيضا بشعارات طوباوية وانتماءات عرقية، وطموحات وآمال شعبية وفردية، كانت الهوية أبرز مطالبها، وأبرز مطامحها في الوقت ذاته.¹

ويجب أن نبيّن في البداية أنّ البحث في الهوية هو بحث مزدوج؛ إنّه بحث في الهوية، وبحث عن الهوية، وكلاهما يختلف عن الآخر في موضوعه. فالبحث في الهوية "بحث معرفي، أمّا "البحث عن الهوية" فبحث إيديولوجي غالبا. البحث في الهوية بحث صنع لهذه الهوية، ومتابعة لصنعها باستمرار، أمّا البحث عنها، فيعني أنّ الهوية منجزة ولكنها ضائعة، يجب البحث عنها لاستردادها.

يتّضح لنا من خلال هذا التّمييز بين البحث في وعن الهوية، أنّ البحث فيها يكتسي طابع العلمية، وهو ذو بعد فكري فلسفي، يركز على البحث في العام والمشارك.

أمّا البحث عنها (أي الهوية) فهو لا يرتقي إلى العلمية؛ إنّه بحث ذو طابع إيديولوجي، ينمّ عن انحياز وموقف، وهو بحث عن ملامح وخصوصيات هذه الهوية (المختارة)، التي يصنع لها تفاصيل وألوان خاصّة، تستطيع أن تحتوي هذه الذات الضائعة الممزّقة، فهو ببساطة " تأكيد للذات أكثر ممّا هو تحديد للهوية".

وسنركّز في هذا المقام في البحث في الهوية؛ أي في مفهومها، الذي يعدّ من أصعب المواضيع وأكثرها تعقيدا، لانتفاء سمة التخصص فيه، حيث تتقاطع فيه كثير من التخصصات؛ كعلم الاجتماع، وعلم النفس، والأنثروبولوجيا والسياسة والأدب والفلسفة.

وعليه، فهو حديث لا نستطيع نعته بالحياد، وهو المرتبط بكلّ هذه العلوم الإنسانية، التي تشغل فيها الذاتية حيّزا هاما. ولقد أثبت الواقع أنّه كلّما حدثت خلخلة واهتزاز في الكيان الحضاري لأمة من الأمم، أو حتّى لفئة اجتماعية داخل المجتمع الواحد، برز على السطح سؤال الهوية، عن الثابت والمتغير، عن الأصل والدخيل، فتكثر الآراء وتتمدّد التحليلات وتتضارب التّأويلات بحسب المنطلقات الفكرية والإيديولوجية والتخصّصات والغايات.²

* أو اليوتوبيا (Utopia): وهي لفظ معرب مؤلف من لفظين يونانيين هما: (Topos) (Ou) : ليس، فهو (ما ليس)، وهو الخيالي أو المثالي. ويطلق على المثل العليا السياسية والاجتماعية التي يتعذر تحقيقها لعدم بنائها على الواقع، أو لبعدها عن طبيعة الإنسان وشروط حياته. جميل صليبا: دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1982، 24.
¹ نورالدين مبني: الإعلام الجديد والهوية الثقافية والاجتماعية للشباب، مجلة فصلية تعنى بشؤون الفكر الإسلامي وقضايا العصر والتجدد الحضاري، تصدر عن منتدى الكلمة للدراسات والأبحاث، السنة الحادية والعشرين، بيروت- 2014، 79.
² سعيدة بن بوزة: الهوية والاختلاف في الرواية النسوية في المغرب العربي، ربي الحديث، جامعة باتنة، 2007-14، 2008.

2- الهوية في التراث المعرفي:

مسألة الهوية من أخطر القضايا الفكرية، وأدق الأبواب الحضارية، ولا يعود خطرها إلى استعصاء فيها، ولا تُعزى دقّتها إلى قصور في إحساس النَّاس بها، أو إدراك نخبتهم لها، وإنما يأتيان من شمولها الأفقي على سطح الأحداث، ومن عمقها العمودي إلى قاع الأغوار في الوعي، وفي اللاوعي، سواء على مستوى الكائن الفردي، أو على مستوى الكيان الجمعي.

مسألة الهوية يتناولها المؤرخون لأنها عمود من أعمدة بحثهم، في علاقة الأحداث والوقائع بصانعيها وبمستقبليها، ويعالجها علماء الاجتماع لأنها محط أنظار همهم في تأسيس العلاقة بين الظواهر المادية في الاجتماع الإنساني والظواهر المعنوية، ويتطرق إليها علماء الإناسة الأنتروبولوجيين لأنها في مقام مركز الدائرة عند كل محيط ثقافي، وبمناخية العمود الفقري في كل منظومة رمزية، تتشكّل بها الأعراف، كما في مراسم الفرح، أو طقوس الموت، أو نواميس الزواج، أو تراتيب الميراث. ولا يغفل عن مسألة الهوية علماء السياسة ما دامت من أعظم الحوافز الدافعة إلى الصراع بين المجموعات البشرية أو إلى المهادنة، وما دامت من أجل المرجعيات التي تحتكم إليها التكتلات الوطنية أو الإقليمية أو الدولية.

ولا يكاد مختصّ في العلوم الإنسانية يستغني عن مسألة الهوية تبسّطاً فيها أو تعريجا عليها، سواء كان مجاله علم النفس أم علم اللغة أم علم الجمال الذي لا يستطيع تفسير أدوات الإبداع وآليات التلقي إلا إذا كان كاشفاً لمكونات الذائقة الفنية، كما تتحدّد معالمها بتميز فارق بين الثقافات الإنسانية. أما الباحث في أمر الديانات، والمستقصي لكل ما يكون للمعتقد من تأثير علني صريح في سلوك الأفراد وروابط الجماعات، فإنه لا يبرح يطوف بقلاع الهوية مرة على تخومها ومرة إلى صميمها.¹

والباحث في موضوع الهوية يجد نفسه عادة في متاهة المداخل النظرية، إزاء مختلف جوانب التحليل والتفسير، وكذا دراسة مقوماتها، وخصائصها، ومختلف العوامل التي تسهم من قريب أو بعيد في تشكيلها، إلى جانب كيفية الحفاظ على ثوابتها، والعمل على تغذيتها وإخصابها بما يضمن لها النمو والاستمرار والتجدد... الأمر الذي يضع الباحث تحت طائلة الصعوبات المنهجية وغير المنهجية، وفيما يتعلق بالذاتية والموضوعية من طرف الباحث. فالهوية في المدخل الفلسفي تختلف عن الهوية في المدخل النفسي، وكلاهما يختلفان عن المدخل السوسولوجي... فبعض العلوم تجعل من الهوية مواضيع لدراستها، وهي بذلك تحيا بهذه الدراسات، والبعض الآخر يجعل منها أداة للتعرّف على مختلف الأقسام والإثنيات، ولكن في الأخير كلّ مدخل منوط بتفسير جانب من جوانب الفرد أو المجتمع، فالمعارف وإن اختلفت فيما بينها فهي تكمل بعضها، وتعطي لأفق الفكر سعة ورحابة، ليستوعب كلّ الاتجاهات، ويمتصّ كلّ الاختلافات في إطار ما

¹ : الهوية العربية والأمن اللغوي، دراسة وتوثيق، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت- 2014

يسمى بالتعدد والتنوع المعرفي.¹

أ- الهوية من المنظور الفلسفي:

تلتقي تعريفات الفلاسفة المسلمين مع ما نجده عند فلاسفة اليونان القدامى، خاصة "أرسطو"، الذي يُعرّف الهوية باعتبارها "وحدة الكائن، أو هي وحدة لتعدد الكائنات. أو في النهاية هي وحدة الكائن الواحد المنظور إليه باعتباره متعدداً؛ إذ حينما نقول - على سبيل المثال- إن الشيء الواحد متطابق في ذاته، إنما ننظر إليه في نفس الآن كما لو كان شيئين".

وفي نفس المنحى، يذهب كثير من فلاسفة "الأنوار" بأوروبا حيث نجد عند "فولتير" التحديد الآتي لمفهوم الهوية: "هذا المصطلح العلمي لا يعني سوى الشيء نفسه، ويمكن ترجمته إلى اللغة الفرنسية بمعنى التساوي".

ولا يخرج "هيجل" وغيره من فلاسفة الغرب عن هذا الجذر التعريفي المؤسس لمفهوم "الهوية"، والذي نقلت المعاجم والموسوعات الفلسفية المعاصرة صياغته بنفس المعنى، حيث دأبت على اعتبار "الهوية" مقولة تعبر عن تساوي وتمائل موضوع أو ظاهرة ما مع ذاته، أو تساوي موضوعات عديدة. فالموضوعان (أ) و(ب) يكونان متطابقين من حيث الهوية إذا، و فقط إذا، كانت كل الصفات (والعلاقات) التي تميز (أ) مميزة أيضا للموضوع (ب)، والعكس بالعكس (قانون لاينتر). ولكن لما كان الواقع المادي يعترضه تغيير مستمر، فإنه لا يمكن أن تكون هناك موضوعات تنطبق هويتها بصورة مطلقة على ذاتها، حتى في صفاتها الجوهرية والأساسية.²

ومن المعلوم أن عبارة "هوية" من أصل لاتيني (*idem*)، وأنتج عن هذا الأصل الصفة النعتية (*identicus*) التي تفيد الشبيه والمماثل، وتعارض ما هو مختلف ومتنوع.

هكذا إذن، فإن الهوية - إبيستيمولوجيا- تحتكم إلى الغيرية بصفاتها شرط إمكان تصورها ووجودها، وفلسفيا لا يمكن أن يوجد تفكير في الهوية إذا لم تعين عبارات المساواة أو التكافؤ في الآن نفسه، موقفين مختلفين أو

¹ ميمونة مناصرية: هوية المجتمع المحلي في مواجهة العولمة، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، جامعة بسكرة - 2011-2012. 71-72.

* بعد أرسطو الفيلسوف اليوناني الشهير وواضع أسس علم المنطق أول من تحدث عن الهوية، وذلك من خلال موقفه المتسق من العالم، فهو يرد شيء إلى أصوله وأركانه الأساسية، ووضع قواعد ثلاث للهوية. ورأى أرسطو أنه يمكن رد قوانين الفكر الأساسية إلى قانون واحد هو قانون الهوية، فقانون عدم التناقض هو صورة سلبية لقانون الهوية، وقانون الثالث المرفوع صورة شرطية لقانون عدم التناقض، وقانون الذاتية صورة إيجابية للقوانين الثلاثة. " د أكد مبدأ ثبات الهوية بالقول بعدم التناقض، فقد جاء "هيجل" بفلسفته المادية والجدلية وحل التناقض، وأعلن اغبر الهوية وتحولها من حال إلى حال بفعل التغيير والتناقض الذين يؤكدان ضرورة المجتمعات، وبطلان ثبوتها على حال واحد.

(64). معنى هذا أن "هيجل" فرض وجود الوسط الذي يرفع التناقض، وبالتالي يكرس مبدأ التعددية في الهوية الثقافية، ويكشف عن أهمية العلاقة التي تبرز التشابك والتداخل والتعارض بين الأفكار والأحداث. وقد مهد المنطق الهيجلي إلى القول باحتمالية القوانين العلمية، وظهور نظرية النسبية، وسقوط اليقين عن أفكارنا البشرية، وعدم التعصب لأي فكرة، لأن كل فكرة تحتمل الصدق أو الكذب.

² : من نحن في زمن التحولات الكبرى؟ سؤال الهوية الحضارية، السياق المغربي نموذجا، دار ناشري للنشر الإلكتروني،

اتجاهين خالصين يكون لهما تأثير متماثل، وإلا أصبح كلّ تفكير تكررًا مماثلاً للمثال، بمعنى أننا نصبح أمام (مثلية مطلقة) إذا استعرنا عبارة "قولتير" من قاموسه الفلسفي.¹

ولمّا كان موضوع الهوية باعتباره إشكالية طرحت على مستوى التفكير الفلسفي، منذ أقدم العصور، فقد دار جدل بين المفكرين، خاصة في علم المنطق، حول مدلول الهوية ومقاييسها وطريقة بحثها، وقد تعدّدت المصطلحات التي استعملت في العصور القديمة، والوسطى، والحديثة دلالة على الهوية، مثل كلمات: جوهر، لب، إنبيّة، ذات...إلى غير ذلك.

وقد يعود سبب استعصاء تعريف الهوية إلى كونها في حدّ ذاتها تعريفاً، ولا جدوى من تعريف التعريف، وقد عبّر الفيلسوف "ج. أوستن *J. Austin*" في كتابه الحقيقة عن هذه المعضلة، بقوله: "إنّ ما هو "هو هو"، وما نفسه لا يعرف".²

وانتمى هذا المصطلح إلى المعجم الفلسفي العربي منذ العصر الوسيط ويحيل في المنطق إلى مبدأ الذاتية أو الهوية (أ=أ) كمقولة ميتافيزيقية دالة على الماهية. حيث أنّ لفظ الهوية يطلق على معانٍ ثلاثة: التّشخيص، والشّخص نفسه، والوجود الخارجي، حيث: مابه الشّيء هو باعتبار تحقّقه يسمّى حقيقة وذاتاً، وباعتبار تشخيصه يسمّى هوية، وإذا أخذ أعمّ من هذا الاعتبار يسمّى ماهية.

ويمكن التّمييز بين: الماهية والحقيقة والهوية كالآتي:

أ. الأمر المتعلّق من حيث إنّه مقول في جواب (ماهي) يسمّى ماهية.

ب. من حيث ثبوته في الخارج يسمّى حقيقة.

ج. من حيث امتيازه عن الأغيار يسمّى هوية.

ولا يرتبط مفهوم الهوية فقط مع مفاهيم: الماهية والحقيقة، بل يتواجد مع مفاهيم أخرى عديدة قريبة الدلالة منه لها دلالة أغنى منه، ويرتبط على المستوى السيمانطي والمفاهيمي والإيديولوجي، وكذا فإنّ الأصالة (*authenticité*) والذاتية (يقال لها أيضاً *identité*) وهي لفظ أنسب ما يكون في هذا المقام من الهوية والأنا (*ego*).³

¹ فتحي التريكي: الهوية ورهاناتها، ترجمة نور الدين السافي وزهير المدني، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2010 36.
² الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الإلكترونية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006

136.

³ : العولمة الثقافية الغربية والهوية الإسلامية: الهيمنة الناعمة، من كتاب سلسلة أعمال الملتقيات "العولمة والهوية الثقافية" اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة. 2010 217-218.

ب- الهوية من المنظور النفسي:

قلّما وُجد مفهوم من المفاهيم النفسية لاقى من الانتشار في لغة الحياة اليومية أكثر من مفهوم "الهوية" أو "أزمة الهوية"، إلى جانب "مركّب النقص" لأدلر.

فإذا كان المدخل الاجتماعي يهتم بدراسة الذات الإنسانية في علاقتها بالأنساق الاجتماعية داخل المجتمع، وشكل ونمط العلاقات الاجتماعية الكائنة بين البشر، فإن المدخل النفسي يهتم بتشكيل الذات، وبتّ الثوابت والمبادئ الأخلاقية والدينية، من خلال علاقة الأنا بذاتها، وقدر ونوعية المصالحة مع الذات، ودرجة الصّحة النفسية التي يتمتع بها المرء، من أجل تشكيل هويته الذاتية التي ترقيه للعيش في جماعة، والتفاعل والتعايش في مجتمع إنساني عاقل وفعال.¹

وأعطى الدارسون للهوية الفردية تعريفا يوضح أن هويتي هي ما يعادل أو ما يساوي تشبهي بنفسي واختلافي عن الآخرين؛ أي ما يجعلني متواجدا فأعرف بنفسي وأعرفها.

ويعود الفضل لـ"إريكسون *ERIKSON*" في إدخال التفكير المنظم حول الهوية الشخصية والاجتماعية في العلوم الإنسانية سنة 1950. وبالنظر إلى تنوع الموضوع وتعدده، لم ير اهتماما جادا إلا في أواخر السبعينات، وذلك من خلال حركات متنوعة، محورها ضياع الهوية، أو تأكيد حول تعدد الهويات.²

وفي هذا الصدد، يفتتح "إريكسون" كتابه "المراهقة والأزمة: البحث عن الهوية" بالحديث عن ضرورة إخضاع مفهوم الهوية إلى مراجعة، وذلك بإعادة تسطير الخطوط الكبرى لتاريخه. فمنذ السنوات العشرين؛ حيث تم استعمال هذا المصطلح لأول مرة بالمعنى الخاص الذي سيتم استعماله في هذا الكتاب - أي كتاب إريكسون - أصبح استعماله الجاري أكثر تنوعا ومحتوا المفهومي أكثر اتساعا، لدرجة يبدو معها أن الوقت قد حان لإقامة تحديد دقيق لما هي الهوية، ولما ليست إياه. ومع ذلك، فإن المضمون النهائي لمصطلح ما يبقى موضوعا للمعاني المتغيرة عبر التاريخ.³

ويقول "إريكسون" إننا عندما نتكلم عن الهوية، فالأمر يخص سيرورة متموضعة في قلب الفرد، وكذلك في قلب ثقافة المجموعة، سيرورة تؤسس عمليا هوية هاتين الهويتين (الفرد والجماعة)، وبمصطلحات علم النفس فإن تشكّل الهوية يشرك معه سيرورة للتفكير، وللملاحظات المتزامنة مع هذا التفكير. فهي سيرورة نشيطة على كلّ مستويات الانشغال العقلي، الذي بواسطته يحكم الفرد على ذاته تحت ضوء الوسيلة التي يكشف أن الآخرين يحكمون بها عليه عند مقارنته بهم، وبواسطة نمذجة *typologie* تعتبر دالة ضوء الكيفية الشخصية التي يدرك بها ذاته، بالمقارنة معهم، وبالنماذج التي تكتسي أهمية في نظره.

¹ ميمونة مناصرية، مرجع سبق ذكره، ص 83.

² GOTTLOB(F) ; *Encyclopédie universalis*, "Guerre incendies", CORPUS, Paris, 1990, Tome 11, p 896.

ويضيف بأن هذه السيرورة هي دائماً موضوع للتحوّل والارتقاء، وهي في الشّروط الملائمة والممتازة تحدّد مسار تمايز نهائي تجعل الفرد واعياً بالحلقة الممتدّة للكائنات التي لها معنى بالنسبة له، بدءاً من الأم إلى كافة النّوع البشري.¹

إذن، الهوية عند "إريكسون" هي: "الإحساس بالاستمرارية والتّطابق مع الذات، ومع الصّورة التي يحملها الآخرون عن الشّخص"، وهي تتحدّد في ثلاث مكونات هي:

1- الإحساس الواعي بالذات.

2- الاجتهاد الواعي لاستمرارية الخبرات.

3- التماسك مع المثل العليا للجماعة.²

وقدّم العديد من علماء النفس تعريفات متنوّعة للهوية، نذكر منها:³

- تعريف "وولمان" (1973, Wolman) بأنها "خبرة الفرد على أنه ثابت جوهرياً، ولا يتغيّر باستمرارية كيانه عبر الوقت، كونه نتيجة لوظيفة الذات التي تعمل على توحيد مثله، وسلوكه، وأدواره الاجتماعية".

- ويقول (الخولي 1976) بأنّ مصطلح الهوية الشخصية (*Personal identity*) يستخدم بمعنى قريب من كلمة (*Sameness*)؛ أي دوام الشّخص هو بعينه (جوهرياً) على الرّغم ممّا يعتريه من تغيّرات. وقريب من ذلك المعنى هوية الذات (*ego identity*) بمعنى إحساسي بأنّي أنا هو أنا في سائر حالاتي وعلى مرّ الأيام.

- ويعرّفها (الدسوقي 1988) بأنها: "ذلك الإحساس الذي يهيء القدرة على تجربة ذات المرء، بوصفه شيئاً له استمرارية، وكونه هو الشّيء نفسه، ثمّ التصرف تبعاً لذلك".

- تعريف (محمد 1995) بأنها "إحساس الفرد بذاته، وتمايزه، والقدرة على اتّخاذ القرار، ووضوح التّصورات، والثّبات في الالتزام القيمي، وتحديد أهداف في الحياة".

- تعريف (الغامدي 2004) بأنها "ما يحقّقه الفرد من النّقة بالذات وبالآخرين عبر الإرادة الرّاسخة لإثبات بأنّ نفسه أهلاً للنّقة".

ومن خلال ما تقدّم، يبدو أنّ هناك اتفاقاً بين التعريفات على أنّ الهوية إحساس الفرد بذاته، وبأنّ له استمرارية، وأنّ الهوية هي خبرة الفرد عن ذاته التي تعمل على توحيد مثله، وسلوكه، وأدواره الاجتماعية، ويؤكّد الغامدي على أنّها إثبات الفرد بأنّه أهل للنّقة.

كما يشير مصطلح "هوية" إلى تنظيم دينامي داخلي عين للحاجات والدوافع والقدرات والمعتقدات والإدراكات الدّائمية، بالإضافة إلى الوضع الاجتماعي السياسي للفرد، وكلّما كان هذا التّظيم على درجة جيّدة،

84

1

2 علي سلمان حسين العبادي: هوية الأنا والتمرد النفسي لدى المراهقين، 1، المكتب الجامعي الحديث، بغداد- 2008

25-26

2008

1، المكتب الجامعي الحديث، بغداد-

3 المرجع نفسه، ص 26-27.

كلّما كان الفرد أكثر إدراكاً أو وعياً بتفرده وتشابهه مع الآخرين، وأكثر إدراكاً لنقاط قوته وضعفه، أما إذا لم يكن التنظيم على درجة جيدة، فإنّ الفرد يصبح أكثر التباساً فيما يتعلّق بتفرده عن الآخرين، ويعتمد بدرجة كبيرة على الآخرين في تقديره لذاته، كما ينعدم الاتصال بين الماضي والحاضر والمستقبل بالنسبة له، فيفقد الثقة في نفسه وفي قدرته على السيطرة على مجريات الأمور، وبالتالي ينعزل عن حياة غالبية المجتمع الذي يحيا فيه، وهو ما يعرف بأزمة الهوية* (*Identity Crisis*).¹

لقد عرف هذا المفهوم - أزمة الهوية- اهتمام الكثير من الباحثين النفسيين، الذين قدّموا له عدّة تعريفات، نذكر منها:²

- تعريف (*Ziegler&Hjelle,1981*) بأنّها "اهتمام الفرد ببعض الأسئلة مثل (من أنا؟)، (أين أذهب؟)، وإنّ الفرد الذي يعاني من أزمة الهوية غالباً ما يفقد الفكرة الواضحة لأدواره الاجتماعية، ويفترض أيّ دور كان يبدو مناسباً لموقف معيّن".

- تعريف (*Engler,1985*) بأنّها "الفشل في تطوير صورة الذات أو الهوية".

- تعريف كونجر وآخرون (1986) بأنّها "الكفاح أو النضال الذي قد يفرض على المراهق على المراهق، وهو يحاول أن يحصل على إحساس أو شعور بالهوية يتّصف بالثقة والإطمئنان".

- تعريف (الحلفي 1995) بأنّها "فقدان الفرد للفكرة الواضحة لدوره الاجتماعي المناسب، نتيجة لما يحدث من تغييرات اجتماعية كبيرة، يترتب عليها وجود خيارات عديدة، ممّا يجعل الفرد يتّصف بصفات منها عدم تقبّله لذاته، ولا يستطيع أن يحدث تكاملاً لأفكاره حول ما يعتقدّه الآخرون عنه، وما يعتقدّه هو عن نفسه؛ أي صورته عن نفسه تكون مشوّهة".

ويرى (فرويد *Frued*) أنّ (الذات) (الهوية) تنمو من خلال الخبرات التربوية منذ حوالي الشهر السادس من عمر الطفل، وأنّ تحقق أو اكتمال الذات يتمّ متى ما استطاعت من تحقيق التوازن بين مطالب (الهو) والذات المثالية. وأنّ سبب الاضطراب، أو ما يسمّى أزمة الهوية، يرجع إلى حدّة الصراع بين دوافع الفرد وحاجاته الفطرية من جهة، وبين ما موجود من قيم وتقاليد اجتماعية من جهة أخرى.

بينما ترى (هورناي *Horney*) أنّ الإنسان بطبيعته لديه (نزوع إلى تحقيق الذات)، من خلال الذات الواقعية والحقيقية والمثالية، وأنّ مسألة اغتراب الإنسان عن (الذات) وتجدره من شخصيته، أو كما تسميه

¹ استعملت هذه العبارة لأول مرة من طرف "إريكسون" بقصد إكلينيكي خاص في مؤسسة لإعادة توافق قدماء المحاربين أثناء الحرب العالمية الثانية، وذلك في وضعية وطنية مزرية، جعلت الأطباء العقلين من مختلف الاتجاهات يتعاونون على التخفيف من معاناة أولئك الجنود، الذين تعرض لصدّات مرضية Traumatizant، وبالتالي فقدوا تحت تأثير ضراوة الحرب معنى هويتهم الشخصية، واستمراريتهم التاريخية، فهم أصيبوا في الموجه الرئيسي والمركزي لشخصيتهم، ممّا يمكن من الحديث عن فقدان أو ضياع "الهوية الأنا".

¹ سعيدة بن بوزة: الهوية والاختلاف في الرواية النسوية في المغرب العربي، أطروحة دكتوراه في الأدب العربي الحديث، جامعة باتنة. 2007-2008. 17.

² أحمد لطيف جاسم: أزمة الهوية وعلاقتها بالصّد فسية لدى طلبة معاهد المعلمين مجلة دراسات اجتماعية الصادرة عن قسم الدراسات الاجتماعية في بيت الحكمة، - 2009 21 90.

فقدان الشخصية، والذي يعني فقدان الإنسان لنفسه، إنما ينشأ من شعور الفرد بالعجز اتجاه دنيا مشحونة بالعداء وفقدان الأمان.¹

ويرى (روجرز *Rogers*) أن مفهوم (من أنا؟) إنما ينبثق من تفاعل الكائن الحي مع بيئته وما يمر به من خبرات.

أما (إريكسون *Erikson*) فيرى أن تأثيرات المجتمع على الفرد تكون أساسية، وليست جانبية لتطور الشخصية لذلك الفرد، فهناك علاقة بين التنظيم الخارجي والداخلي، وأن الاختلاف في المتغيرات الحضارية تكون مؤثرة، وتقود إلى اختلاف في تصرفات الفرد.

وهكذا، فإن "إريكسون" يؤكد دور العمليات الاجتماعية في نمو الذات، ومن ثم نضع اتجاهها لنمو الهوية عند المراهق؛ أي أن تطور الذات يعتمد أولاً على تأثيرات وتربية العائلة، ومن ثم تؤدي النماذج الاجتماعية دوراً مهماً في ذلك؛ أي إن الهوية بشكل مختصر نتاج اجتماعي نفسي.²

ويقول "إريكسون" أن الشخصية تتكون كلما تقدم الأفراد في المراحل النفسية الاجتماعية خلال الحياة، ويوجد في كل مرحلة صراع تتم مواجهته وحله، كما يوجد لكل أزمة من أزمات الصراع حل إيجابي، وآخر سلبي، ويمكن النظر إلى عملية تكوين الهوية من خلال المتغيرات الأساسية التي تؤثر في النمو، إضافة إلى وظيفة الأنا السوية³، غير أن المجتمع - حسب إريكسون - يضع جدولاً زمنياً لاستكمال الهوية، مع الاعتراف بأن هناك تبايناً واضحاً في كل من المدة، والشدة، والدرجة، وطبيعة الطقوس والشعائر التي يمارسها المراهقون⁴. والمجتمع يمنح الأفراد فرصة التأجيل النفسي الاجتماعي، في حين يسعى المراهقون إلى تكوين التزامات أو تعهدات خاصة بهم في الحياة، وإلى ترسيخ تعريف ثابت نسبياً للذات.

¹ 91.

² صنف إريكسون مراحل نمو الشخصية إلى ثمانية مراحل، هي: الثقة مقابل عدم الثقة، الاستقلالية مقابل الخجل والشك، المبادرة مقابل الشعور بالذنب، المثابرة مقابل الشعور بالنقص، الهوية مقابل تشتت الهوية ()، والألفة مقابل الإحساس بالعزلة، الإنتاجية مقابل الركود، تكامل الأنا مقابل الشعور باليأس. (الهوية مقابل اضطراب الدور) وتقابل المرحلة الجنسية عند فرويد، وتبدأ مع بداية البلوغ، وتنتهي عندما يأخذ الشاب موقفاً محدداً من العالم الذي يعيش فيه؛ أي عندما يطور له هوية مميزة، وهذه المرحلة تتميز بالنمو السريع والنضج الجنسي، والمراهقين بهذا النمو يواجهون ثورة فيسيولوجية، بالإضافة إلى محاولاتهم إلى تثبيت أدوارهم الاجتماعية. ولهذا تجدهم ينشغلون كثيراً بأنفسهم وبمظهرهم في أعين الناس بالمقارنة بما هم عليه بالفعل، كما يحاولون أن يربطوا بين الطرائق والمهارات التي نشأوا عليها وبين المثل العليا والمهارات السائدة في وقتهم. وأن المشكلة الأساسية في هذه المدة هي تكوين الإحساس بالهوية؛ أي توضيح من هو، وما دوره في المجتمع؟ هل هو طفل أم راشد؟ هل لديه ما يمكنه أن يكون إنساناً له قيمة كزوج وأب في المجتمع؟ هل لديه ما يكون عاملاً وكاسباً؟ ولهذا تجد المراهقين منشغلين بسبب هذه الأسئلة انشغالاً بالغاً. وهم يقضون وقتاً طويلاً في التفكير والتأمل ويحاولون سلسلة من الأدوار والإيديولوجيات، فقد تجدهم يفكرون في نمط أعمال تلفة وإمكاناتها كما يعتقدون صداقات عديدة مع أشخاص مختلفين، ويتأملون فلسفات اجتماعية وسياسية واقتصادية ودينية مختلفة.

³ المرجع نفسه، ص 92.

⁴ يرى إريكسون أن الأنا أبعد من أن تحاول التوسط بين الهو الغريزية والأنا الأعلى والبيئة المحيطة.. ولكن قدرتها تمتد بمقاومتها الغرائز المحرومة والقلق، والسبب هنا هو أن الوظيفة البنائية للأنا السوية هي الشعور بتحقيق هوية الأنا، وتلك حاجة داخلية جوانب هي: الفردية، والتكامل وتوفيق المتناقضات، والتماثل والاستمرارية، والتماسك الاجتماعي.

⁵ د اعتمد إريكسون أساساً في أفكاره حول تشكيل الهوية على خبرته الإكلينيكية مع المراهقين المضطربين انفعالياً، فضلاً عن معلوماته في الأنثروبولوجيا الاجتماعية.

ومن خلال هذا الصراع - لوضع جدول زمني- بين المجتمع والمراهق لتكوين التزامات محددة، تتبثق هوية المراهق، وفقا للطرق التي ينتهجها إزاء هذا المطالب وضغوط البيئة. أيقوم أم ينهار، أكون له الإدراك الواعي بالاستقلال والفردية وتحقيق هوية مستقلة وواضحة، أم يحسّ بالذنب وتدني تقدير الذات، أم بالتكامل الداخلي والانقسامية. أبحس بالمتناقضات أم بالتماثل الداخلي والاستمرارية بين ما هو ماض وما يتوقع أن يكون في المستقبل، أم يتبنى قيم الآخرين، أينتقد آراء الآخرين أم يحسّ بالتمسك بالمثاليات والقيم التي يعتنقها بعض الناس والشعور بالمساندة الاجتماعية، تحت أي السبل ينجح؟ أي الاستراتيجيات ينجح؟ تحت أي الظروف يخفق...إلى غير ذلك.¹

أي أنّ أزمة الهوية تشير إلى أوقات يبدو فيها الفرد -المراهق- منهمكا بفاعلية في الاختيار بين البدائل، فيما يتعلّق بالمجال المهني، والمعتقدات الإيديولوجية المرتبطة بالسيادة والدين...إلى غير ذلك.²

أي أننا إذا ما أخذنا بمفهوم الهوية المنزاح أو الحديث (بدلالاته الأنتروبولوجية والثقافية) لتحديد بروزها، وتجليها بشكل واضح عند الفرد، فإنّ إشكالية الهوية ضمن تطور الحياة النفسية تبرز بشكل جلي أثناء المراهقة، وما يرافقها من تغييرات فيزيولوجية، تنعكس بدورها على شخصية الفرد من وسطه الصغير وهو الأسرة، والوسط الكبير أو العام وهو المجتمع، وبين هوية مكبوتة - إن صحّ التعبير- والتي تكون في غالب الأحيان ملغاة من طرف المجتمع ومسكوت عنها، إنّها الهوية- الطابو *Identité Tabou*. فعملية اكتساب الهوية لا ينبغي أن تبدو لنا في الاحتفال الساذج بالدمج المستمر لذات فردية، أو جماعية وحسب، بل تتجلى أيضا في ذلك القرار المعلن عنه، والسري في كثير من الأحيان بالقيام بفعل تدهيمي تفكيكي، ولهذا تتأرجح الذات بين الإحساس المؤلم بتبعيتها لما هو سائد، والاعتراف به كواقع، وبين الإنصات إلى رغبات الجسد السالبة.³

ومما سبق، يمكن تعريف الهوية بأنها مدى ما يكون المرء من رؤى يستطيع بها تحقيق بناء نفسي يتميز بالتفرد، والتكامل وتوفيق المتناقضات، والتماثل والاستمرارية، والتماسك الاجتماعي. ويمتاز هذا البناء بالاستمرارية والالتزام في بعض النواحي كالاتجاهات والقيم المرتبطة بالعمل والقيم الإيديولوجية المرتبطة بالسياسة، والدين، ... في حين أنّ أزمة الهوية تعتبر بمثابة نقطة دوران ضرورية، ولحظة حاسمة تحدّد ضرورة تحرك الفرد في مسار واحد أو أكثر، وتساعده على تنظيم موارده وإعادة هويته وتمييزه وتفرده.⁴

¹ فضل المولى عبد الرضى الشيخ، صلاح الدين فرح عطاالله: أساليب مواجهة أزمة الهوية لدى طلبة الجامعات، مجلة شؤون اجتماعية، العدد 102 صيف 2009 83-84.

² المرجع نفسه، ص 85.

³ بالرغم من اهتمام إريكسون بأزمة الهوية عند المراهقين، إلا أنه يوضح بأن مفهوم الأزمة ينطبق على كلّ الأعمار حتى على الشيوخ، ولا يقتصر على الطفل أو المراهق.

⁴ سعيدة بن بوزة، مرجع سد 16-17.

⁴ المرجع نفسه، ص ص 86-87.

ج- الهوية من المنظور الاجتماعي:

لعلّ أول احتكاك للإنسان مع سؤال الهوية يبدأ عندما يحاول الإجابة عن سؤال التعريف البسيط: من أنت؟ كل واحد منا يجيب بطريقة معينة على هذا السؤال، وعادة ما تتضمن الإجابة تصوّر الإنسان عن نفسه والطريقة التي يُعرّف بها ذاته، بدء من الاسم الشخصي والعائلي، وصولاً للغة والدين والمنطقة الجغرافية التي ينتمي إليها... إلى غير ذلك.

إذن، فالهوية بتعبير بسيط الطريقة التي يُعرّف بها الإنسان ذاته والآخرين.¹

لقد طرح مفهوم الهوية في دوائر بحث عديدة، ومنه الفلسفي، السيكولوجي، والأنثروبولوجي، لكنه لازال حديث العهد من حيث الاهتمام والتوظيف في حقول البحث السوسيولوجي، لأنه يمثل ظاهرة أو عملية معقّدة ومتغيّرة.²

ويتناول علماء الاجتماع المعاصرون مسألة الهوية على نحو أنّ الذاتية الاجتماعية تتحدّد من خلال فاعليتها داخل البناء الاجتماعي الاقتصادي، إذ يمكن أن تكون قوّة لاحمة، تساعد على مزيد من استقرار البنية الاجتماعية، أو تتحوّل في ظروف خاصّة لتصير قوّة تفجير، تعمل على تحطيم البنية الاجتماعية؛ بمعنى أنّ الهوية تكتمل لديهم عندما يكتمل السياق المجتمعي والتاريخي والإيديولوجي للمجتمع.³

أي أنّ الهوية في العلوم الاجتماعية، وحسب "جورج هيرت ميد" ترتبط بإدراك الآخرين، وتضمن أشكالاً معقّدة من الفهم، مضيفاً بأنّ الهويات الإنسانية تتأسّس على ثلاث طرق للمحادثة بين الأنا، والأنا والآخر عموماً، حيث إنّنا ومن خلال انطباعاتنا عن الآخر نرصد هوياتنا، وندرّك انعكاساتها ونعرضها للآخرين، فالهوية هي محصّلة المدّ والجزر الدائم لحوار ذاتنا مع الآخرين".

بمعنى أنّ الهوية هي علاقة الأنا بالأنا من ناحية، وعلاقته بالآخر من ناحية ثانية، سواء كان هذا الآخر فرداً، أو دولة، أو أمة. والهوية من هذا المنظور ليست معطى ثابتاً جامداً مغلقاً على نفسه، بل هي علاقة متفاعلة ديناميكية، تسهمها حركة المد والجزر في تفاعلات الأنا المتغيّرة مع الآخر المتغيّرة أيضاً. فهي المحصّلة التي يرسمها الفرد عن ذاته، انطلاقاً من خبراته البيوغرافية، واللحظية، التي ينطلق منها في إقامة علاقات تفاعلية مع الآخر على أنه ذات مختلفة عنه، للقيام بأفعاله وبناء استراتيجياته الخاصّة.⁴

وتقول الباحثة "سعيدة بن بوزة" إنّ كلّ حديث في المفهوم العام، الجمعي والبسيط عن الهوية يستدعي حضور مجموعة من العناصر يضعها أسساً تقوم عليها الهوية، وهي: اللغة، الدين، العادات والتقاليد والبقعة

¹ : سؤال الهوية في شمال إفريقيا، دار إفريقيا الشرق للنشر، المغرب، 2014، 13.

² حسين لوشن: التعميق الاستراتيجي لوحدة الهوية في البناء الاجتماعي: رؤية سوسيولوجية مستقبلية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 8، 2012، 13.

³ فاطمة الزهراء سالم،

.72

.79

⁴ نورالدين ميني،

الجغرافية، فالهوية بالمعنى السوسولوجي "مجموع السمات الاجتماعية والثقافية والحضارية المميزة لجماعة بشرية معينة".¹

فالهوية إذن؛ هي الخصائص التاريخية، واللغوية، والنفسية، التي تؤدي إلى الفصل بشكل حاسم بين جماعة من الناس وأخرى، وتنتج هذه الخصائص عن عاملين رئيسيين:

الأول: عامل داخلي، يتمثل في تقاليد وموارث تراكمت عبر حقبة تاريخية ممتدة.

الثاني: عامل خارجي، يعكس تفاعل الأمة مع وضع عالمي فوار متغير، مفرزا موجات ثقافية متعددة، ونماذج حضارية مختلفة، ينتج عنها ردود فعل ذاتية تفرض التعامل بخصوصيته مع تلك التقاليد، مانحة إياها هوية جديدة.²

وتطال الهوية عدة مستويات، وتشمل عدة مكونات؛ أي أنها مفهوم واسع يشمل كافة النشاط البشري، ويندرج عبر عدة مستويات: الهوية البيولوجية، الهوية الاجتماعية والهوية الثقافية.

والمقصود بالهوية البيولوجية هو نقاوة العرق، واحتفاظ الجماعة العرقية أو الإثنية بسماتها البيولوجية، التي تميزها عبر مختلف العصور، ولكن يبدو أن الهوية البيولوجية بهذا المفهوم بدأت تفقد هويتها بسبب اختلاط الأجناس، مما يؤكد مقولة ابن خلدون "النسب خرافة".

وتجدر الإشارة إلى أن عملية تشكّل الهوية الإثنية تم تضمينها ووضعها ضمن مفهوم التقدمية والتطورية، بالنسبة للفرد فإنه يتحرك من الاتجاهات غير المكتملة، وغير المراجعة في مرحلة الطفولة إلى مرحلة الاستكشاف، إلى الحصول على هوية إثنية آمنة في آخر مرحلة المراهقة. فتشكّل الهوية، أو إحساس الفرد بهويته الإثنية (*Ithnic*) أو العرقية التي ينتمي إليها لا يحدث إلا مرة واحدة، وإنما تنمو وتتشكّل باطراد مع تطورات الفرد الحياتية، بدء بمرحلة الطفولة، لتتضح صورة هذه الهوية (الإثنية) للفرد في آخر مرحلة المراهقة، حيث أن ما يحصل للفرد في هذه المرحلة، وما بعدها، هو الإحساس بالانتماء إلى جماعة معينة دون سواها، وينمو لديه شعور بضرورة الذود عن هذا الانتماء أو الهوية، لينتقل من مرحلة الذود عن الذات إلى مرحلة الذود عن ذات الجماعة أو الهوية العمومية. فمن الأمور البديهية عند علماء الاجتماع أن الهويات الاجتماعية تصنع وتتشكّل بواسطة الناس أنفسهم، وأنها أمر مكتسب ويجتهد في الحصول عليها، وأن الهوية تنتج ويعاد إنتاجها من خلال التفاعل الاجتماعي. هذا التفاعل الذي يفعل حركيته أفراد المجتمع، فتتماهى هوياتهم الفردية بخصوصياتها الشديدة نفسية كانت أو جسدية مع الهوية الاجتماعية التي لا تخص فردا لوحده، بل مجموعة كبيرة من الأفراد، والتي يمكن أن نطلق عليها الهوية الوطنية في مقابل الهوية

18.

1 سعيدة بن

الإعلام الفضائي والهوية الثقافية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2015 .152

الفردية.¹

وينزع البعض إلى اعتبار الهوية بأنها مجموعة المميزات الجسمية والنفسية والذهنية، والمعنوية والقانونية، والاجتماعية والثقافية، التي يستطيع الفرد من خلالها أن يعرف نفسه، وأن يقدم نفسه للآخرين، وأن يتعرف الناس عليه، أو المميزات التي من خلالها يشعر الفرد بأنه موجود كإنسان، له جملة من الوظائف والأدوار، التي بواسطتها يشعر أيضا بأنه مقبول ومعترف به كما هو من طرف الآخرين، أو حتى من طرف جماعته أو الثقافة التي ينتمي إليها.²

وباختصار، تعرف الهوية لدى أغلب علماء الاجتماع بأنها مجموع التصنيفات الانتمائية التي يرى بواسطتها الإنسان نفسه ومحيطه. وهي تضم التصنيفات القائمة على اللغة، والدين، والعرق، والجنس، والأدب، والموسيقى، والعادات والتقاليد والوطن والتاريخ والطبقة والمهنة... إلى غير ذلك؛ أي جميع الانتماءات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والفكرية، وما إلى ذلك من التصنيفات التي لها تأثير - لا شعوري غالبا- على سلوكيات الإنسان وتصرفاته تجاه الأفراد والمجتمع، وتجعل الناس يشعرون بأنهم يشتركون أو يختلفون مع أفراد آخرين من نوعنا البشري.

ولأن الإنسان كائن اجتماعي بطبعه، ولا يستطيع العيش بمفرده، فإن ذلك يجعله يربط باستمرار علاقات تواصل مع أفراد آخرين من المجتمع، تواصل لا يمكن أن يكون ناجحا إذا لم يكن هناك شعور متبادل بالانتماء المشترك إلى نفس المجموعة، هذا الانتماء يزيد من تماسك المجموعة، وقدرتها على التواصل والتعاون المتبادل، كما يزيد من تقوية الإحساس بالثقة والأمان الضروريين لتأسيس المجتمع، ابتداء من نواته الأولى الأسرة، وصولا إلى أعقد الأنظمة الاجتماعية وأكبرها.³

وبعد استعراض أهم المداخل العلمية التي درست وتدرس فيها الهوية، أريد الإشارة إلى أن هذه الدراسة تركز على المدخل السوسولوجي لأنه المجال الذي تتجلى وتتجسد فيه الهوية، من خلال الارتباط التلازمي بين (الأنا) و(الآخر) أو (النحن) و(الغير)، وأيضا لأن موضوع الدراسة يربط بين علمي الإعلام والاجتماع أكثر من بقية المجالات.

3.1- مفهوم الهوية:

لا يمكن للحديث عن الهوية أن يمضي إلى غاياته دون التوقف عند جملة من المفاهيم المتجاورة معه في أغلب السياقات التي تمارس الهوية فيها فاعليتها المفهومية والمعرفية والتاريخية، لذا سنحاول التطرق إلى تحديد مفهوم الهوية لغة واصطلاحا.

¹ سعيدة بن بوزة، مرجع سبق ذكره، ص ص 18-19.

² حسين لوشن، مرجع سبق ذكره، ص 13.

³ 13.

إن مصطلح الهوية في حد ذاته لا يمتّ بصلة إلى جوهر اللغة العربية، فهو طارئ عليها، ومن منظومة أخرى. هذا ما يؤكده "ابن رشد" في كتابه "تفسير ما بعد الطبيعة"، في معرض شرحه لهذا المفهوم، إذ يقول: لقد اضطرّ إليه بعض المترجمين، فاشتقّ هذا الاسم من حرف الرباط، أعني الحرف الذي يدلّ عند العرب على ارتباط المحمول بالموضوع في جوهره، وهو حرف "هو" في قولهم: زيد هو إنسان.¹

ولينقلوا بالتالي، بواسطتها، وكما يقول الفارابي: "المعنى الذي تؤدّيه كلمة "هست" بالفارسية، وكلمة "الستين" باليونانية؛ أي فعل الكينونة في اللغات الهندو-أوروبية، والذي يربط بين الموضوع والمحمول، ثمّ عدلوا عنها، ووضعوا كلمة "الموجود" مكان الـ"هو"، و"الوجود" مكان الهوية. وإنّ غياب الهوية بهذا المعنى الفلسفي تعضده المعاجم العربية القديمة، حيث لا تقف في "لسان العرب" على سبيل التمثيل تخريجا للكلمة يؤرّخ لامتداده في الذاكرة العربية القديمة.²

وتقول الباحثة "فاطمة الزهراء سالم" أنّ البحث المتأنّي في معاجمنا يشير بما لا يدع مجالاً للشك إلى حقيقة مؤدّاه أنّ المصباح المنير، والقاموس المحيط ولسان العرب تخلو من مصطلح الهوية، إذ لا يعدو الشرح عن أن تكون الهوية مستقاة من الفعل (هوى)؛ أي سقط من عل أو أن يكون معناها البئر البعيدة.³

وتشير معاجم اللغة إلى أنّ مادة (هوية) أصلها من (الهوة). والهوة - كقوة - ما انهبط على الأرض، أو الوهدة الغامضة منها. وهي بالضمّ وتشديد الواو.

وحكى ثعلب: اللهم أعذنا من هوة الكفر ودواعي النفاق. وفي الصحاح: (الهوة الوهدة العميقة). قال ابن شميل: الهوة ذاهبة في الأرض بعيدة القعر، وهي الحفرة البعيدة القعر. وقيل: هي المطمئن من الأرض. وجمع الهوة: هوى، كقوة، وقوى. ومنه الحديث الشريف: "إذا غرستم فاجتنبوا هوى الأرض"، وبه فسروا تصغير الهوة هوية، وهكذا روي قول الشماخ: ولما رأيت الأمر عرش هوية...تسلّيت حاجات الفؤاد بشمرا.

وقيل (الهوية) تصغير الهوة، بمعنى: البئر البعيدة المهواة. قال ابن دريد: وقع في هوة؛ أي في بئر مغطاة. وأنشأ قائلا: "إنّك لو أعطيت أرجاء هوة.....مغمّسة لا يستبان ترابها
بنوبك في الظلّماء ثمّ دعوتني... لجأت إليها سادما لا أهابها".

ومن خلال هذه المقاربة اللغوية، نتبيّن أنّ مادة الهوية تفيد في العمق والغور، فشابهه في عمقها وجذورها عمق تاريخ الإنسان وامتداد الجذور والأصول.⁴

1 : محنة الهوية، مسارات البناء وتحولات الرؤية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 2002 18.

2 10.

3 فاطمة الزهراء سالم، مرجع سبق ذكره، ص ص 28-29.

4 أحمد عيساوي: خطاب الهوية عند الحركة الوطنية الجزائرية، ابن باديس عن جمعية العلماء المسلمين الجزائريين أنموذجا،

2014/05/13 بتاريخ w-mf-hamdi.net/news.php?action=view&id=14 .00.26

كما ترد الهوية بمعانٍ أخرى بالإضافة إلى البئر البعيد القعر، فالأهوى اسم تفضيل من هوى، فنقول هذا الشيء أهوى إليّ من كذا، أي أحب إليّ، وهوي يهوى هوى، أي أحبه واشتهاه فهو¹.

ويلخص ابن منظور هذه المعاني في معجم لسان العرب قائلاً بأن: هوى، بالفتح، يهوي هويًا وهويًا وهويًا وهويًا، والهوى: سقط من فوق إلى أسفل. والهوى، مقصور: هوى النفس: إرادتها، والجمع الأهواء.

قال اللغويون: الهوى محبة الإنسان الشيء وغلبته على قلبه، والهوى المقصور هوى الضمير، نقول: هوى، بالكسر، يهوي هوى أي أحب، وقوله عز وجل: "فاجعل أفئدة من الناس تهوي إليهم" أي تريدهم وتهوهم.²

ومن ناحية التركيب اللغوي، فالهوية مفهوم يشكّل من ضمير الغائب "هو" المعروف بـ"ال" مضاف إليه ياء النسبة إلى جانب تاء التانيث، التي تتعلّق بوجود الشيء المعني كما هو في الواقع بخصائصه ومميزاته التي يعرف بها، والهوية بهذا المعنى هي اسم الكيان والوجود على حاله؛ أي وجود الشخص، أو الشعب، أو الأمة كما هي، بناء على مقومات، ومواصفات، وخصائص معينة، تمكّن من إدراك صاحب الهوية بعينه دون الأشباه، والمسألة في هذه القضية تتعلّق بنوعية تلك الصفات والمقومات والخصائص.³

إن اشتقاق الاسم في اللغة العربية من ضمير الغائب (هو) وليس من ضمير المتكلم (أنا) يدلّ على أنّ الحديث عن الهوية يستدرج بالضرورة الحديث عن الكينونة وعن الغيرية، فلا تدرك الذات إلاّ بناء على ذوات أخرى، فيقال: هوية ولا يقال: إنية. من هنا يتأسس موضوع الهوية على طبيعة العلاقة بين الأنا والآخر، انطلاقاً من رؤية الأنا للذات، ورؤيتها للآخر.⁴

أي أنّ مفهوم الهوية ينطلق في ثقافتنا العربية من الآخر وليس من الأنا، فكلمة هوى مشتقة من "هو" الذي يعني الآخر بعكس معناه في اللغة اللاتينية، إذ اشتقت كلمة هوية *Identity* من الأنا، والفرق هنا واضح، وله أبعاده الثقافية العميقة، إذ إن الإحساس بالذات في ثقافتنا العربية ينطلق من تحديد الآخر، سواء أكان في الداخل أم في الخارج.⁵

وفي التراث الفكري العربي الإسلامي، نجد تعريفات كثيرة للهوية؛ إذ عرفها "الجرجاني" بأنها الأمر المتعلّق من حيث امتيازه على الأغيار⁶، كما عرفها بأنها الحقيقة المطلقة المشتملة على الحقائق اشتمال النواة على الشجرة، والهوية تطلق على ثلاث معانٍ: التشخيص، والشخص نفسه والوجود الخارجي. ونقل عن بعضهم قوله عن الهوية: ما به الشيء هو باعتبار تحقّقه يسمّى حقيقة وذاتاً، وباعتبار تشخيصه يسمّى هوية،

¹ : واقع إشكالية الهوية العربية: بين الأطروحات القومية والإسلامية، مذكرة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الشرق 2011 .39

² علي سلمان حسين العبادي: هوية الأنا والتمرد النفسي لدى المراهقين، 1، المكتب الجامعي الحديث، بغداد- 2013 .25

³ .134

⁴ نورالدين ميني، مرجع سبق ذكره، ص 79.

⁵ .39

⁶ تاحي إسماعيل: مولود قاسم نايت بلقاسم، نظاله السياسي ونظرته للهوية الجزائرية، مذكرة ماجستير في التاريخ، جامعة قسنطينة، 2006-2007 .115

وإذا أخذ أعمّ من هذا يسمّى ماهية.¹ وعند "ابن رشد" تقال الهوية بالتّرادف على المعنى الذي يطلق عليه اسم الموجود. وعند الفارابي هوية الشّيء عينيته، وتشخيصه، وخصوصيته ووجوده المتفرد الذي لا يقع فيه اشتراك.

ومن هنا يمكن القول أنّ الهوية صفة تعطى لكائن أو لشيء ليُعرّف بها، وعندما يكون هذا الشّيء متشابهاً مع الآخر في كلّ الصّفات، يكون لهما نفس الهوية، مثال ذلك تشابه الأسماء والتّوأم.²

ويقابل كلمة "الهوية" في اللغة الفرنسية (*Identité*)، وهي مشتقة من كلمة "*Identique*" وتعني مشابه أو مماثل. وهي من أصل لاتيني، وتعني الشّيء نفسه الذي هو ما عليه؛ أي أنّ الشّيء له الطّبيعة نفسها التي للشّيء الآخر.³

وإذا أردنا تقديم مفهوم اصطلاحى للهوية، نجد أنّ أدلّ تعريف لها بأنّها الأمر المتعلّق من حيث امتيازها عن الأغيار. من هنا، يمكن أن نستشفّ أنّ الاختلاف هو الرّكن الأساسي في تشكيل الهوية. ولعلّ أبسط مستوياتها تتجلى في هوية الإنسان من حيث أنّه إنسان أولاً، وعاقلاً ثانياً، لتظهر بهذا مغاييرته للكائنات الأخرى، التي بدأ من خلالها تكوين هويته عبر رحلته التّاريخية الطويلة، فمنذ أن دبّ الإنسان على وجه الأرض، وبعد أن كوّن أسراً وجماعات وقبائل تحتمي ببعضها البعض، بدأت صناعة الهوية تشقّ طريقها في التّكوين، والتّطور، والتّعقيد مع كلّ اكتشاف جديد يتمّ التوصل إليه.⁴

وبعد أن قدّم الباحث "حليم بركات" منهاجاً نقدياً تحليلياً يشدّد على خمس نقاط أساسية هي:⁵

- أنه يسعى لتحليل عناصر التّوحد (كالمات العامّة أو الخصائص التي تميّز الأمة وتعطيها شخصية متفردة عن غيرها، والثّقافة، والمصالح الاقتصادية، والقيم الأخلاقية والمبادئ) ليس على مستوى التّنظير المجرد، وعلى أنّها عناصر منفردة، بل يتناولها في سياق العمل المشترك، وفي التّاريخ والمجتمع وليس خارجهما. بذلك لا ينفصل الفكر عن العمل، كما لا نفهم الهوية خارج سياقها الاجتماعي والتّاريخي.
- يقبل، بل يقدر، أهميّة تعدّد الهويات ضمن الهوية العامّة المشتركة.
- ينظر إلى الهوية على أنّها في حالة دائمة من التّطور والتّكون أو التّحول.
- الحديث عن الهوية يقود بالضرورة إلى رسم حدود بين الذات والآخر، بين التّحنّ والهمّ.
- يقرّ بأنّ هناك علاقة وثيقة متبادلة بين مواقع الأفراد والجماعات في البنية الاجتماعية الاقتصادية والاختلاف في تحديد الهوية القومية.

¹ نور الدين ميني، مرجع سبق ذكره، ص 79.

² تاحي إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 115.

³ المرجع نفسه، الصّفحة نفسها.

⁴ 135.

⁵ حليم بركات: المجتمع العربي في القرن العشرين، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت- لبنان، جويلية 2000، ص 60-62.

عرّف الهوية بأنها: "وعي للذات والمصير التاريخي الواحد، من موقع الحيز المادي والروحي الذي نشغله في البنية الاجتماعية، وبفعل السمات والمصالح المشتركة، التي تحدّد توجهات الناس وأهدافهم لأنفسهم ولغيرهم، وتدفعهم للعمل معا في تثبيت وجودهم، والمحافظة على منجزاتهم، وتحسين وضعهم، وموقعهم في التاريخ. الهوية، من حيث كونها أمرا موضوعيا وذاتيا معا، هي وعي الإنسان وإحساسه بانتمائه إلى مجتمع، أو أمة، أو جماعة، أو طبقة، في إطار الانتماء الإنساني العام. إنها معرفتنا بما، وأين نحن، ومن أين أتينا، وإلى أين نمضي، وبما نريد لأنفسنا وللآخرين، وبموقعنا في خريطة العلاقات، والتناقضات، والصراعات القائمة".

ويمكن تعريفها أيضا بأنها الشيفرة التي يمكن للفرد عن طريقها أن يعرف نفسه في علاقته بالجماعة الاجتماعية التي ينتمي إليها، والتي عن طريقها يتعرّف عليه الآخرون، باعتباره منتما إلى تلك الجماعة، وهي شيفرة تتجمع عناصرها العرقية على مدار تاريخ الجماعة (التاريخ) من خلال تراثها الإبداعي (الثقافة) وطابع حياتها (الواقع الاجتماعي) بالإضافة إلى الشيفرة.¹

وبأنها ذلك الماضي المتأصل في حياة الفرد، هذا الماضي يخطّط كل مراحل حياة الفرد، بما فيها من تقاليد، وصفات، وطباع وعادات وثقافة كذلك، مأخوذة ومستتبطة من المجتمع.²

كما ينظر إليها باعتبارها مجموعة من الصفات، أو السمات الثقافية العامة، التي تمثّل الحد الأدنى المشترك بين جميع الذين ينتمون إليها، والتي تجعلهم يعرفون ويتميّزون بصفاتهم تلك عن سواهم من أفراد الأمم الأخرى.³

ويقدم الباحث "محمد عابد الجابري" مساهمة معمقة في فهمه للهوية، حيث يرى فيها "كيانا يصير، ويتطور، وليست معطى جاهزا ونهائيا. هي تصير وتتطور، إما في اتجاه الانكماش، وإما في اتجاه الانتشار، وهي تغتني بتجارب أهلها، ومعاناتهم، وانتصاراتهم، وتطلّعاتهم، وأيضا باحتكاكها سلبا وإيجابا مع الهويات الثقافية الأخرى.⁴

ويذهب "تاجفل" في تعريفه لمفهوم الهوية على أنها تعكس ذلك الجزء من مفهوم الشخص عن ذاته، والذي يتأسس في ضوء معرفته المسبقة بانتمائه لعضوية جماعة (أو جماعات) معينة، وهو ما يقتضي تمسكه بالقيم والأعراف السائدة في إطارها. ولا يعني ذلك أن الفرد يظل بقية حياته أسيرا لهوية واحدة، إذ يمكن أن تتعدّد هويات الفرد الاجتماعي، وفقا لتعدّد الجماعات التي ينتمي لعضويتها في نفس الوقت، كالجنسية والديانة والنوع والمهنة والتوجه السياسي أو العرقي... إلى غير ذلك. وتشكّل كل أو بعض هذه الهويات جزء أصيلا من فهم الشخص لذاته من ناحية، إضافة إلى أنها تشكّل مرجعية هامة - بالنسبة إليه - تعينه في فهم

¹ ميمونة مناصرية، مرجع سبق ذكره، ص 96.

² Camillerie (C) et Tap (P) : *Identités Collectives et changements Sociaux*, Privat, Paris, 1986, p288.

.23 1996

: الهوية الوطنية،

.116

العالم المحيط من حوله من ناحية أخرى.

وينطوي مفهوم الهوية - وفق التعريف السابق - على جانبين أساسيين؛ الأول يتعلّق بهوية الفرد الشخصية *Personal Identity*، وتعكس السمات والخصائص الفردية للشخص ذاته. في حين يشير الجانب الآخر إلى الهوية التي يكتسبها الفرد نتيجة انتمائه لعضوية جماعة اجتماعية معينة (الهوية الاجتماعية *Social Identity*). ومن المقرّر أنّ الفرد يكتسب مكانته في المجتمع في ضوء هويته الاجتماعية لا الشخصية؛ أي في ضوء المكانة الاجتماعية للجماعة التي ينتمي إليها. ومن المقرّر كذلك أنّ لهوية الفرد الاجتماعية تأثيراً إيجابياً يزيد من معدلات تقديره لذاته.

ويساعدنا الفهم السابق لحقيقة الأبعاد المركبة التي ينطوي عليها مفهوم الهوية في تفسير سلوك الأفراد داخل المجتمع، إذ غالباً ما يعتمد الأفراد لاتخاذ مواقف وقرارات وسلوكيات تعكس - في حقيقة الأمر - القناعات السائدة داخل الجماعة، أكثر ممّا تعكس قناعاتهم الشخصية، وهو ما يعني أنّ الأفراد غالباً ما يتحرّكون داخل المجتمع بوصفهم أعضاء في جماعة، أو فئة اجتماعية ما *Act as group category members*، ومن ثمّ فإنّهم يميلون للتصرّف بالنيابة عن الجماعة التي ينتمون إليها *In the name of their group*¹.

وينظر الباحث "تركي الحمد" إلى إشكالية الهوية من زاوية مغايرة، فهو يراها إشكالية ذهنية بحتة، ونوعاً من آليات الدفاع الذاتي المستنفرة في حالات الإحباط والفشل، بغرض إعطاء توازن داخلي للذات المهزومة، حتّى لو كان ذلك على حساب المعطى الواقعي غير المقدر التغلّب عليه، أو غير المؤدّي إلى الإشباع أو الرضا المأمول، ولكنّها كما تطرح لا تشكّل حقيقة موضوعية.

ومن الصّعب الاتفاق مع هذا الرّأي؛ حيث أنّ الهوية معطى موضوعي له عناصر ومقومات، وهي إحساس بكيانات ذاتيات تتصاعد من الأسرة إلى الإنسانية، وبالعكس في أحوال معينة. فالإنسان ينتمي بحكم كونه عضواً في مجتمع إلى أشياء "تكوينات- هويات" عديدة هي مكونات شبكة العلاقات التي يدخل فيها بشكل مباشر أو غير مباشر، فهو ينتمي إلى أسرة معينة، وإلى أشياء كثيرة.

الهوية لا تعدّ منجزاً مكتملاً، ولا حالة من الثبات لا تُمس، بل هي في حالة من التغيّر والتطور، قابلة للحذف والإضافة، تربطها علاقات تفاعلية وتبادلية مع الغير، هذه العلاقة لا تلغي الهوية ولكن تثريها وتجعل منها هوية فاعلة.

إنّ الهوية صناعة ثقافية، وهي لا تتشكّل دفعة واحدة، ولكنّها عمل تراكمي، يخضع لعمليتي الحذف والإضافة، ومن هنا يأتي دور النخب الاجتماعية في مراجعة الهوية، وإعادة إنتاجها.

¹ علاء عبد المجيد الشامى: محدّدات تشكيل الهوية الدينية في المجتمع المصري، دراسة في التأثيرات

للمؤتمر العلمي الدولي الثالث لكلية الاتصال جامعة الشارقة " الفضائيات العربية والهوية الوطنية"، الإمارات، ديسمبر 2007 .05

كما أن الهويات لا تكتمل ولا تنتهي أبداً، فهي دوماً كالذاتية نفسها في تطوّر وتغيّر، وذلك هو ذاته المأزق الصّعب، ومع أنّنا عرفناها دوماً معرفة قليلة، إلا أنّنا فكرنا في أنفسنا كما لو أنّنا نشبه أنفسنا يوماً بعد يوم.

وتمّ اتفاق على أن الهوية قابلة للتطوّر والتحوّل، وحتىّ بعض مكوناتها الثابتة، كالدين واللغة، تخضع لنوع من التّغيير في الفهم والتّفسير، ولكن في الغالب لا تمسّ الأصول، لأنّ المسائل المتعلّقة بالعقيدة يصعب الاقتراب منها لتمتّعها بالقدسيّة، أمّا الشّق المتعلّق بالعادات والفنون، فإنّه أكثر عرضة للتّغيير، فهو يخضع للحذف والاستعارة من الثقافات الأخرى.¹

ويعرّفها "أليكس ميكشيللي" بأنّها منظومة متكاملة من المعطيات الماديّة، والنّفسيّة، والمعنويّة، والاجتماعية التي تنطوي على نسق من عمليات التّكامل المعرفي، وتتميّز بوحدها التي تتجسّد في الرّوح الداخليّة، التي تنطوي على خاصيّة الإحساس بالهوّ والشّعور بها.²

أي أنّ "ميكشيللي" يولي خاصّة الإحساس بالهوية على مجموعة من المشاعر المختلفة، كالإحساس بالوحدة والتّكامل والانتماء والقيمة والاستقلال والشّعور بالثّقة المبني على أساس من إرادة الوجود، حيث تعرّف الهوية على أنّها "السّمات المشتركة التي تميّز جماعة معيّنة نفسها، وتعتزّ بها، تتألّف من منظومة متماسكة من السّمات المشتركة بين أعضاء الجماعة وفق صفتين رئيسيتين هما:

- أنّها تميّز الجماعة دون غيرها.
- أنّها موضع اعتزاز الجماعة.³

وتأكّيدا على نفس المنطلقات يؤكّد الباحث "نورالدين أفاية" في كتابه "الهوية والاختلاف" على أنّ الهوية تتأطّر داخل مستويين اثنين: أولهما كونها موضوعاً قيمياً، وتتلخّص في خصوصية مكوناتها المرجعية، وثانيهما يظهر في جملة الرّموز الخاصّة التي يستعملها المتحدّث في شكل خطابه، وهو يتحدّث عن ذاته. بمعنى آخر، لا يمكن للهوية أن توجد في التّاريخ، ولا الجغرافيا والثقافة فحسب، بل حتى في تنظيم الخطاب ذاته، باعتباره إحالة صريحة على الحياة الداخليّة للإنسان، من أحاسيس وانفعالات وأفكار وأحكام...إلى غير ذلك.⁴

وقد تكون الهوية جزئية يسيرة خاصّة بشيء، أو إنسان بعينه، وقد تكون كليّة مركّبة، خاصّة بجماعة أو شعب أو أمة، لكنّها في صورتها الأولى في أدنى السّلم، إن كان ثمة سلّم يمكن وضعه لهذا المفهوم، وكلّما اتّسعت الهوية لتشمل أفراداً أكثر تعقيداً وتشابكاً وتركيباً، لأنّها تصبح أعمق دلالة على أفرادها، وأكثر

1 .121

سيم، دمشق، 1993.

2 أليكس ميكشيللي: الهوية

3 .136

4 المرجع نفسه، الصّفحة نفسها.

تعبيراً عن رؤاهم، وأشدّ التصاقاً بمصالحهم وغاياتهم الجمعية، على أن الهوية لا تولد مع الإنسان، ولا تتشكل مرة واحدة، كما أنها ليست حراكاً في داخله، بل هي ذات علاقة وثيقة بالمحيط، شأنها في ذلك شأن اللغة والثقافة.¹

وتعرف الهوية وفقاً لتصورين اثنين هما:

- التصور الستاتيكي أو الماهوي للهوية: الذي يرى أن الهوية عبارة عن شيء اكتمل وانتهى وتحقق في الماضي، في فترة زمنية معينة، أو نموذج اجتماعي معين، وأن الحاضر ما هو إلا محاولة لإدراك هذا المثال وتحقيقه.

- التصور التاريخي والديناميكي للهوية: والذي يرى أن الهوية شيء يتم اكتسابه وتعديله باستمرار، وليست أبداً ماهية ثابتة؛ أي أن الهوية قابلة للتحوّل والتطور، وذلك لأنّ تاريخ أيّ شعب هو تاريخ متجدّد، ومليء بالأحداث والتجارب، وعليه فإنّ الهوية الأصلية تتغيّر باستمرار، وتكتسب سمات جديدة متتابعة تتحوّل مع الزمن. ومن وجهة النظر هذه، فإنّ الهوية أمر مكتسب يجتهد في الحصول عليه، إذ أنها تصنع وتشكّل بواسطة الناس أنفسهم، حيث تنتج ويعاد إنتاجها من خلال التفاعل الاجتماعي. مع اعتبار اللغة المشتركة، والماضي المشترك والدين الواحد والتقاليد المشتركة من أهمّ العناصر المساعدة للمجموعات والجماعات على الوجود والاستقرار... وهي من أهمّ ظواهر الهوية.²

من خلال ما تقدّم، يمكن القول أن السياق الذي نشأ فيه المصطلح، ومسار تطوره، يثبت أن المدارس الفكرية، والمشارب المنهجية اختلفت في تقنين مفهوم الهوية، وهذا ما يبرز بشكل جليّ في التعريفات المتعدّدة المعروضة نظراً لعدّة أسباب؛ قد تكون راجعة لصعوبة المصطلح الذي يحتمل عدّة قراءات، أو للسياقات التاريخية المختلفة التي أفرزت أنماطاً معرفية لمفكرين محدّدين يتبنون أفكاراً وبيدولوجيات تتعكس على محاولات صياغتهم لمعنى المصطلح. قد يكون هذا الثراء والتنوع عاملاً إيجابياً في الإطار الأكاديمي، لكنّه في نهاية الأمر يشير إلى أن الهوية في علم الاجتماع تخضع لمحدّدات أكبر من الموضوعية العلمية.

ورغم أن الهدف الأساسي الذي يراد الوصول إليه من هذه التعاريف هو محاولة إبراز معنى متكامل من خلال طرح الكثير ممّا توصل إليه من تصوّرات حول الهوية، غير أنّها تثير في الواقع من الاستفهامات أكثر ممّا تطرحه من مفاهيم جادة، فهذه التعاريف تُظهر جانباً من التّعقيدات التي تلف البعد الإدراكي للمنظومة الإنسانية، ذلك أن الاختلافات المذهبية أو المعرفية التي تتسحب بدورها على المجال البحثي أو العلمي تعتبر تحدياً حقيقياً، وعقبة كبيرة في مسار الإصلاح المنهجي. وعليه، فإنّ ضرورة التوصل إلى تحقيق توافق على ماهية الهوية، يُضفي عليها مصداقية كبيرة في ضبط وإبراز أبعادها المختلفة، وهو ما ليس

1 : دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان- 2011 .36

2 .137

متوافرا في الحقل الأكاديمي، ما فتح المجال واسعا لتوجيه انتقادات، والتشكيك في فعالية التأويلات المتعلقة بها، نقرّ عمليا أنّ المجال ليس لطرح الإبستمولوجية، غير أنّ إثراء الهوية بهذه التعريفات هو محاولة للملئة المتفرقات، والاقتراب أكثر من تحقيق المصطلح الذي يحمل خصائص متعدّدة.

وعليه، نصل من خلال كلّ ما سبق، إلى أنّ الهوية هي كلّ ما يشخص الذات ويميّزها، والهوية في الأساس تعني التفرد، والهوية هي السمة الجوهرية العامّة لثقافة من الثقافات، والهوية ليست منظومة جاهزة ونهائية، وإنّما هي مشروع مفتوح على المستقبل، ممتدّ في التاريخ متشبّث بالواقع الحاضر، لذلك فإنّ الوظيفة التلقائية للهوية هي حماية الذات الفردية والجماعية من عوامل التعرية والدوبان.¹

وتعتبر محاولة الدكتور "نبيل علي" لتقديم مفهوم الهوية من منظور معلوماتي من أقرب المفاهيم لبحثنا هذا، حيث يقول أنّ تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أعادت طرح مسألة الهوية انطلاقا من عدّة مفاهيم أساسية نوجزها فيما يأتي:²

- الهوية ليست أقنوما ثابتا، وهي دائمة التشكّل والتغيّر، والمرابحة بين مواضع التأثير والتأثر، خاصّة مع الثقافات المهيمنة عالميا. ومرة أخرى، تمثّل تكنولوجيا المعلومات أداة فعّالة لرصد ظواهر التغيّر واقتفاء دينامياته، في ذات الوقت الذي توفرّ فيه قنوات فعّالة لإقامة الحوار مع الهويات الأخرى.

- لا مكان اليوم للانغلاق الثقافي، فبجانب أنّه ينكر على الهوية حقّها في التطور والتفاعل والنمو، فقد أضحى أمرا شبه مستحيل في عصر المعلومات.

- كما ترتبط الهوية بالماضي، فهي ترتبط أيضا بالمستقبل، والمستقبل في أيامنا هذه بات رهنا بقدرة الجماعة على اللحاق بالركب المعلوماتي. ولا يكفي أن يصوّب المرء ناظره صوب ثقافته لكي يحقّق تنميته متشبّثا بهوية مرسومة سلفا في صدر تاريخه القديم، وليس له إلا أن ينفذ عنها غبار الزمن لاستجلابها إلى حاضره. وفي إطار "أركيولوجيا التاريخ"، ليس الماضي هو الذي يؤديّ إلى الحاضر، بل الحاضر هو الذي يؤديّ إلى الماضي، ويقصد بذلك إعادة بناء هذا الماضي وفقا لمتغيّرات الحاضر، وتلبية لمطالبه.

- سنظّل الهوية هي الملاذ الأخير الذي تلجأ إليه الأمم والشعوب والجماعات في أوقات الأزمات، ويصدق هذا القول - أكثر ما يصدق - على الهوية العربية، فأصحابها يؤمنون بأنهم أصحاب إرث تاريخي عظيم يفرض عليهم دورا عالميا ينبثق من هذا الإرث التاريخي، والهوية العربية هي ملاذ العرب وهم يواجهون الصدمة المجتمعية الحادة التي أحدثتها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

1 نفسها.

2 نبيل علي: محورية الثقافة في مجتمع المعرفة: رؤية عربية مستقبلية، وزارة الإعلام، الكويت، جويلية 2010، 20-21.

II- التّأصيل المفاهيمي لمصطلح ثقافة:

1- الثقافة: إشكالية المفهوم

إنّ ما يميّز المجتمعات البشرية عن الحيوانية، هو الثقافة التي تطبع الإنسان ومآثره، فهذه الثقافة توحد الجماعة، وتضفي على محيطها طابعاً مخصوصاً، إنّها تستند إلى ماضٍ تاريخي، وتسبغ على العلاقات المجتمعية مضمونها، وإذا كانت تحدّد الإنسان إلى حدّ ما، فإنّ الإنسان يحددها أيضاً باختراعاته وتكيفاته. وقد أشارت العديد من المؤلّفات الأنثروبولوجية إلى أنّ الثقافة جامعة من حيث أنّها مكتسب من المكتسبات البشرية، وظاهرة فريدة من حيث تعبيراتها المخصصة، وهي في الوقت ذاته ثابتة ودينامية، إذ أنّها تحتفظ بتعديلات دائمة، وذلك بمساهمة بعض الثقافات الخارجية، وكذا زوال بعض العادات من مركّباتها المتراكمة، إلى جانب ذلك فهي تحدّد سلوكياتنا، لكنّها تحددها أحياناً كثيرة بصورة لاواعية (ارتكاسات، تصرفات آلية، أصول اللياقة والآداب...).¹

غير أنّ موضوع (الثقافة) بوصفها مجالاً من مجالات التخصص المعرفي الإنساني لم يظهر إلى ساحة اهتمام العلماء والمختصين إلّا حديثاً (مطلع القرن الماضي على وجه التّقريب)، وهو ما يجعل الخوض فيه، والإلمام بمختلف جوانبه الواسعة والمتداخلة أشبه بالحرث في أرض غير مستصلحة، تتطلّب من الجهد والعناية والدقّة أضعاف ما يتطلّبه غيرها.²

فمفهوم الثقافة من أكثر المفاهيم غموضاً، مع أنّه من أكثرها تداولاً بين النّاس، ومن خلال الأفراد والمؤسّسات ذات العلاقة بالثقافة والبرامج الثقافية.

ويعتقد كثير من الباحثين أنّ مفهوم الثقافة لا يزال يفتقد التّعريف الشّامل الجامع المانع، بحيث تتوقّف الاجتهادات المتكرّرة لتقديم هذا التّعريف من قبل الباحثين والهيئات التي تُعنى بالثقافة، كمنظمة اليونسكو وغيرها من الهيئات.

وقد وصف مصطلح الثقافة بصفات عديدة، منها مثلاً أنّه مصطلح جذاب ومضللّ، أو أنّ الثقافة كلمة؛ فخ، خاوية، منومة، ملغمة، خائنة،... والواقع أنّ مفهوم الثقافة ليس أقلّ غموضاً وتشكّكاً وتعداداً في علوم الإنسان منه في التّعبير اليومي، على حدّ تعبير "إدجار مورن *E.Morin*". وحسب أستاذ علم الاجتماع "طاهر لبيب" فإنّ غموض التّعريف التي اقترحت في المائة سنة الأخيرة على الأقلّ بلغت من التنوع يصعب معه الاتفاق على تعريف.

¹ ميمونة مناصرية، مرجع سبق ذكره، ص 177.

² هذي هي :

وقد حلل كل من "كروبير A.L.Krober" و"كلاخون C.Kluckhon" مايزيد عن 160 تعريفاً، قدمها علماء الاجتماع، والأنثروبولوجيا، وعلم النفس، والطب النفسي وغيرهم. وأمكنهما تصنيف التعريفات وفقاً لاهتماماتهما الرئيسية، فهناك تعريفات اهتمت بالحصر والوصف، وتعريفات أخرى تاريخية، وثالثة معيارية، ورابعة ذات طابع نفسي، وخامسة بنائية، ثم أخيراً تعريفات تطورية.¹

وفي هذا الصدد يقول "محمد عابد الجابري" بأننا لا نحتاج إلى إثارة مشكل تعريف الثقافة. فالمشكل - في نظرنا- ليس في الثقافة ذاتها، بل بزوايا النظر التي ينظر منها إليها. ذلك لأنّ التعريف، في جميع الأحوال، وسواء تعلّق الأمر بالأشياء المادية، أو الأمور المعنوية، محكوماً دوماً بالهدف الذي يريد الباحث أن يقرره أو أن يصل إليه. فالشيء الواحد يقبل تعريفات متعدّدة، ونحن نأتي بالتعريف الذي يخدم القضية التي نريد عرضها والدفاع عنها.²

2- المعاني المختلفة لكلمة ثقافة في التراث الغربي والعربي:

1.2- تطوّر دلالات كلمة "ثقافة" في التراث الأوروبي:

إنّ اختراع مفهوم الثقافة يكشف في حدّ ذاته عن مظهر أساسي من مظاهر الثقافة، التي تحقّق في كنفها هذا الاختراع، الذي سنطلق عليه حالياً اسم الثقافة الغربية؛ لعدم وجود مصطلح آخر أكثر ملائمة منه. وفي المقابل، من المثير لألاً نجد مقابلاً لكلمة "ثقافة culture" في أغلب اللغات الشفوية للمجتمعات التي يقوم علم الإناسة بدراساتها. وهذا بطبيعة الحال، لا يقضي (وهي حتمية لم يتم الاتفاق عليها بعد) أن تكون تلك المجتمعات مفتقرة للثقافة، بل لأنها لا تطرح على نفسها سؤال معرفة ما إذا كانت تملك ثقافة ما، أو تحديد الثقافة التي تختصّ بها على أقلّ تقدير.

لذا، إذا أردنا إدراك المعنى الحالي لمفهوم الثقافة واستخدامه في العلوم الاجتماعية، لا بد من العودة إلى أصله الاجتماعي، وإلى نسبه *généalogie*. بمعنى آخر، نريد النظر في كيفية تشكّل الكلمة، ثمّ المفهوم العلمي المرتبط بها. وبالتالي البحث عن أصله وعن تطوره الدلالي. ونحن هنا، لسنا بصدد تحليل لغوي، بل بصدد توضيح الروابط القائمة بين تاريخ كلمة "ثقافة" وبين تاريخ الأفكار.³

إذا رجعنا إلى لفظ (ثقافة Culture) في الغرب، وفي الفرنسية على وجه التّحديد، لأنها اللغة التي ظهرت هذه الكلمة فيها - قبل غيرها- في القرن السادس عشر على أغلب الآراء، وانتشرت منها إلى غيرها، نستفهمه عمّا ينطوي عليه من دلالات، سنجد أنّ هذا اللفظ يشير - في الأصل- إلى حقلين متمايزين: حقل

1 : (جدليات وتحديات) ، 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمّان- 2010 70-71.
2 : المسألة الثقافية في الوطن العربي ، 3، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، ديسمبر 2006 212.
3 : مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية ، : 09 2002.

الفلاحة والإنتاج الفلاحي، وثمرات ذلك الإنتاج، فهي مشتقة من أصل لاتيني قديم هو (*cultura*) التي تعني فلاحة الأرض.¹

فالواقع أن الأوروبي عامة، والفرنسي خاصة هو (إنسان الأرض)، وإن الحضارة الأوروبية هي (حضارة الزراعة)؛ وعليه فإن العمليات التي تستنتج من الأرض خيراتها كالحرث والبذر والحصاد، لها بالضرورة دور هام في نفسية الإنسان الأوروبي، كما أن لها دورا هاما في صياغة رموز حضارته؛ إذ أن الزراعة هي العملية التي تضم بين دفتيها جميع العمليات السابقة، فهي التي تحدد وتنظم إنتاج الأرض.²

وبالإضافة إلى معنى فلاحة الأرض من جهة، فالكلمة تعني أيضا حفل العبادة الدينية (*Culte*) وطقوسها وقواعدها من جهة أخرى. أي أن الكلمة في أصلها تحتوي على البعدين المؤسسين لوجود الإنسان؛ البعد الدنيوي والبعد القدسي.

غير أنه إذا كانت كلمة (*Culte*) قد أصبحت قليلة الاستعمال بعد التطورات التاريخية الكبرى التي عرفتها أوروبا إثر نهضتها، فإن كلمة (*Culture*) أصبحت واسعة الانتشار، عندما استعارها إنسانيو عصر النهضة من حفل الفلاحة، واستخدموها ابتداء من القرن السادس عشر، على أغلب الآراء، استعمالا مجازيا للدلالة على ثقافة الفكر (*La culture de l'esprit*)، أي على فعل تنمية قدرات الفكر والعقل والروح.³

بيد أن هذه الاستعارة قد شخّصت وصنّفت واقعا اجتماعيا لم يكن مدركا، فالاستعارة حين أطلقت على الواقع الاجتماعي قد خلقت مفهوما جديدا هو مفهوم (الثقافة)، فأصبحت *Culture* منذ ذلك الحين فكرة، ولكنها فكرة تجريبية؛ إنها شيء (حاضر) دلّ على (وجوده) بواسطة التسمية.⁴

لكن هذا المعنى المجازي بقي قليل الشيوع حتى نهاية القرن السابع عشر، ولم يتم الاعتراف به أكاديميا على الإطلاق، ولم يظهر في غالبية معاجم تلك الفترة.⁵

وراجت في القرن الثامن عشر عبارات: "ثقافة العلوم"، و"ثقافة الآداب" و"ثقافة الفنون" إلى الحد الذي أصبحت معه رمزا لفلسفة الأنوار. ومن هنا، تكوّن هذا الارتباط العضوي بين الاستعمال المجازي لكلمة (*Culture*)، ونشأة الحداثة وتطورها في الغرب، بل إن استخدام تلك الكلمة للدلالة على الأنماط الجماعية للتفكير والإحساس والفعل التي يكتسبها الإنسان داخل جماعته بفضل التربية والتعليم، وما ينشأ عنها من علوم وفنون وآداب ونظم وقواعد وتقنيات، لم يكن له أن يظهر في المجتمعات الأوروبية لولا نشأة الحداثة.

¹ عبد السلام حيمر: في سوسولوجيا الثقافة والمتقنين، 1، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت- 2009 .19
² ترجمة عبد الصبور شاهين، إعادة الطبعة الرابعة، دار الفكر المعاصر، بيروت- 2000

.26

³ عبد السلام حيمر، مرجع سبق ذكره، ص 19.

⁴ .26

⁵ .10

الثقافات أن تتخذ الثقافة الغربية المعاصرة نموذجاً لها، تحذيه وتستلهمه وتقلده، ومثلاً أسماً تقيس عليه، وذهبت كل التيارات الفكرية المنحدرة من فلسفة الأنوار - بما فيها الماركسية- هذا المذهب.

غير أن تياراً فكرياً جديداً كان يتولد في الثقافة الأوروبية خلال القرن التاسع عشر، اتجه إلى الدراسة الوضعية للثقافات والمجتمعات المختلفة في العالم دراسة وصفية، لا تأبه بمظاهر التقدم أو التأخر بين هذه الثقافة، أو تلك، موجّهة اهتماماً إلى محاولة تحقيق معرفة ميدانية دقيقة عن كل مؤسسات ونظم وأدوات وقواعد وقيم تلك الثقافات المختلفة، ولعلّ (تايلور *Tylor*)^{*} هو أحسن من يمثّل هذا التيار الذي أُلغى عن التفكير وفق مقولة التقدم الموروثة عن عصر الأنوار الأوروبي، فقد عرف هذا العالم الثقافة في كتابه "الثقافة البدائية" (1871)^{**} على النحو الآتي: "الثقافة أو الحضارة، بالمعنى الإثنوغرافي الواسع، هي: هذه المجموعة المعقدة التي تشمل المعارف والمعتقدات والفن والقانون والأخلاق والتقاليد وكلّ القابليات والتطبيقات الأخرى التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضواً في مجتمع ما".

ومن الواضح أن الجديد في هذا التعريف الوصفي للثقافة، هو أنه لا يحددها بوصفها تقدماً أو صيرورة فحسب، بل بوصفها مجموعة من الوقائع القابلة للملاحظة والوصف في المكان والزمان أيضاً، متبّعاً ما قد يحدث فيها من تغيير وتطور.

وهكذا، وُلد على يد تايلور المفهوم الأنثروبولوجي للثقافة. ذلك المفهوم الذي سيصبح خلال القرن العشرين أساساً للأنثروبولوجيا الثقافية في الولايات المتحدة الأمريكية، علاوة على تأثيره بالسلب والإيجاب في الأبحاث الأنثروبولوجية في أقطار المعمورة كلّها.¹

2.2- المعاني المختلفة لكلمة (ثقافة) في التراث العربي:

لم تذكر القواميس العربية الموجودة كلمة (ثقافة) إلاّ لاماً، سواء في ذلك القديمة والحديثة. فلسان العرب يقول في المجلد العاشر: "يقال ثقّف الشيء وهو سرعة التعلّم"، ويقول ابن دريد: "ثقفت الشيء حذقته"، وفي حديث الهجرة: "هو غلام شاب لحن وثقف" [رواه البخاري]؛ أي ذو فطنة وذكاء، والمراد أنه ثابت المعرفة بما يحتاج إليه.

والعلامة فريد وجدي يقول في (دائرة معارف القرن العشرين/المجلد الثاني): "ثقّف يثقّف ثقافة: فطن وحذق، وثقّف العلم في أسرع مدّة أي أسرع أخذه، وثقّفه يثقّفه ثقفاً: غلبه في الحذق، والتثقيف: الحاذق الفطن".

^{*} أنثروبولوجي وإثنولوجي بريطاني (1832-1917)، اسمه الكامل هو السير إدوارد بيرنيت تايلور (Sir Edward Burnett Tylor) منصب للأنثروبولوجيا في جامعة أكسفورد، إثر عودته من رحلة علمية قادته إلى المكسيك، تلك الرحلة أثمرت كتاباً في الأنثروبولوجيا عام 1861 وإثر نشره لعدد من الدراسات والكتب في الأنثروبولوجيا والإثنولوجيا من بينها: أبحاث عن التاريخ القديم للإنسانية ع 1865، الثقافة البدائية عام 1871، وأنثروبولوجيا عام 1881.

^{**} كتاب من جزئين، عنوان الجزء الأول "، ترجم إلى الفرنسية عام 1876.

والقواميس الحديثة تقول: "ثقّف ثقافة: صار حدقا خفيفا، وثقف الكلام فهمه بسرعة". وفي هذه النصوص من التشابه ما يدعوننا إلى أن نعدّها نسخا مكرّرة نقل بعضها عن بعض.¹

فإذا ما رجعنا قليلا في مجال هذا البحث، لم نجد أثرا لتلك الكلمة في لغة ابن خلدون¹⁹، الذي يُعدّ المرجع الأوّل لعلم الاجتماع العربي في العصر الوسيط. ولو أردنا في رجوعنا إلى ما قبل ذلك لم نجد الكلمة مستعملة في العصر الأموي والعبّاسي، إذ لا أثر لها في اللغة الأدبية أو في اللغة الرّسمية والإدارية لذلك العصر، فتاريخ هذه الحقبة لم يرو وجود لائحة إدارية خاصّة بمنظمة معيّنة أو عمل من الأعمال يتّصل بالثقافة، ولم يحدث أن وقفت عين من الأعيان لفائدة عمل أو منظمة من هذا القبيل.²

ولمّا كانت فكرة (الثقافة) حديثة جاءتنا من أوروبا، فليس لنا أن نعجب إذا لم نجد كلمة (ثقافة) في وثائق العصر الأموي أو العبّاسي أو في مؤلّفات ابن خلدون. ثمّ إنّنا نجد فيم كتب حديثا عن هذا الموضوع في البلاد العربية، أنّ الكتاب يقرنون دائما كلمة (ثقافة) لا تكتب إلا بهذا الوضع، وهؤلاء المؤلّفون يعلمون دون ريب ما يفعلون، حين يقرنون الكلمة العربية بنظيرتها الأجنبية؛ فإنّ معنى هذا أنهم يدركون أنّ الكلمة لم تكتسب بعد في العربية قوّة التّحديد، التي ينبغي أن تتوافر لكلّ علم على مفهوم. فالكلمة إذن جديدة؛ أي أنّها بطريقة التّوليد؛ والغريب أنّ الكاتب الذي صاغها قد اختارها من بين عدد من الأصول اللغوية من مثل (علم-أدب- فهم- أدرك- ثقّف)، تلك الكلمات التي تدلّ على العمل أو العلاقة المعرفية. ومعنى هذا، أنّه اختار الكلمة التي تدلّ صورتها على طابع روح الجاهلية.

وبوسعنا أن نقول: إنّ الفعل (ثقّف) أصل لغوي يتّصل بتاريخه بلغة ما قبل الإسلام، حتى لنراه قد ورد في بعض الآيات من القرآن الكريم، من مثل قوله تعالى: "واقتلوهم حيث ثقّفتموهم". ولا شك أنّ الذي اشتقّ كلمة (ثقافة) كان صانعا ماهرا في علم العربية، حريصا على تجويد اللفظ وصفائه.

ولكن، يبدو أنّ كلمة (ثقافة) التي كان من حظّها أن تختار لهذا المعنى، لم تكتسب بعد قوّة التّحديد الضّرورية لتصبح علما على مفهوم معيّن. وهذا ما يفسّر أنّها بحاجة دائما إلى كلمة أجنبية، تقرن بها لتحديد ما يراد منها في الكتب التي تتصدّى لهذا الموضوع، أو بعبارة أخرى إنّها كلمة لا تزال في اللغة العربية تحتاج إلى عكاز أجنبي مثل كلمة *culture* كي تنتشر.³

ويقول الباحث "أحمد بن نعمان" أنّ للفعل الثلاثي العربي (ثقّف) يتقّف ما يربو عن عشرة معان، ذات دلالات مختلفة، تتفاوت قريبا وبعدا عن مدلول كلمة ثقافة المتداولة في الوقت الحاضر.

19.

¹ وردت الكلمة مرّتين أو ثلاثا في المقدمة، بصورة أدبية بوصفها مفردة لغوية، دون التوقف عند كلمة () بوصفها مفهوما وتقديرها ظاهرة اجتماعية.

² نفسه 20.

³ المرجع نفسه، ص ص 24-25.

وسنحاول أن نستعرض هذه المعاني باختصار كما هي مدونة في أمّهات المعاجم العربية وسواها.¹

- **المعنى الأول:** وجود الشيء أو مصادفته، والشاهد على ذلك في القرآن الكريم، قول الله تعالى: "واقتلوهم حيث تقتلهم"، والضمير (هم) يعود على مشركي مكة، ومعنى الآية اقتلوا مشركي مكة أينما وجدتموهم، أو صادفتموهم في طريقكم. وتؤكد هذا المعنى آية أخرى: "وضربت عليهم الذلة أينما ثقفوا".²؛ أي أينما وجدوا، ويثبت نفس المعنى الشاعر حسّان بن ثابت بقوله: "فإمّا تثقفن بنو لؤي جذيمة إن قتلهم شفاء".

- **المعنى الثاني:** الظفر بالشيء وأخذه على وجه الغلبة، ومن ذلك قول الله تعالى: "إن يثقفوكم يكونوا لكم أعداء"³، ومعناه إن يغالِبوكم يكونوا لكم أعداء من حيث القتل. وفي نفس المعنى، يقول شاعر عربي: "فإمّا تثقفوني فاقتلوني... وإن أثقف فسوف ترون بالي. ومعناه إن تظفروا بي وتأخذوني غلبة فاقتلوني، وإن أنا أظفر بكم فسوف ترون ما أنا فاعل بكم.

- **المعنى الثالث:** العمل بالسيف: تقول فلان من أهل المثاقفة؛ أي حسن الثقافة بالسيف، و(الثقاف)، والثقافة: العمل بالسيف.

- **المعنى الرابع:** الخصام، تقول: وقع بين القوم الثقف (بفتح القاف وكسرها) إذا حدث فيهم خصام.

- **المعنى الخامس:** شدة حموضة الشيء، تقول: ثقّف الخلّ، يثقّف ثقفاً وثقافةً، إذا اشتدّت حموضته وأصبح طعمه لاذعاً جداً فهو ثقّف وثقيف.

- **المعنى السادس:** تقديم اعوجاج الشيء، تقول: ثقفتُ الرّمح أو القوس أو أيّ شيء معوج إذا قومّت اعوجاجه فيغدو مثقفاً أي مقوماً.

ومن هذا المعنى استعيرت لفظة (مثقّفون) للدلالة على ما هو مستقيم صلب، فقد استعارها أبو العلاء المعري للرمح عند قوله: إذا حان وقتي فالمثقّف طاعني بغير معين، والمهندّ ضاربي.

واستعارها أيضاً أبو الحسن عليّ البغدادي للدلالة على القلم عند قوله:

أعدّد من الأقلام كلّ مثقّف صلب يصوغ صناعة التعبير. ومن هذا المعنى صيغت لفظة (الثقافة) وهو من الأقواس والرمّاح.

وقد تستعار لفظة الثقافة لتدلّ على معنى التقويم، كما جاء في رسالة لعبد الحميد الكاتب التي بعث فيها إلى كتاب عصره: "فتنافسوا يا معشر الكتاب في صنوف الأدب، وتفقّهوا في الدين وأبدأوا بعلم كتاب الله - عزّ وجلّ- والفرائض ثمّ العربية فإنّها (ثقافة) ألسنتكم".

17 - 20.

1 *

.191 :

** : .112

*** : .02

وجاء على سبيل المجاز- أيضا- قولهم تَقَفَ الولد؛ أي أدبه وهذب أخلاقه. قال الحريري في المقامات: "صحبني غلام قد ربّيته إلى أن بلغ أشده، وثقفته حتى أكمل رشده". وقال الشريشي في شرح المقامات "ثقفته: قوّمته وحذقته".

- **المعنى السابع:** سرعة حضور الشيء في الأذهان. وفي ذلك قولهم فلان (تَقَفَ لقف)؛ أي حاضر البديهة سريع الإيجاد للكلمات التي يعبر بها عن أفكاره في كل حين.

- **المعنى الثامن:** الحبس، والأسر، والقيّد، في ذلك قال الله تعالى: "فإمّا تتفقنهم في الحرب فشرّد بهم من خلفهم".* وفي شرح ذلك؛ يقول ابن العربي "وهو التقف عندي" بمعنى الحبس، وشرحا لهذا المعنى يقول الدكتور محمد بن عبد الكريم "...وهذا المعنى نفسه أصبح جاريا على ألسنة العوام في أقطار المغرب العربي ولا سيما القطر الجزائري، إذ يقولون القاضي يتقف أملاك فلان إذا جمدها ولم يسمح لصاحبها بالتصرف فيها بمقتضى الشرع أو العرف أو القانون الوضعي".

- **المعنى التاسع:** الحذق والمهارة في إتقان الشيء، وفي ذلك يقول ابن منظور: تقف الشيء تقفا وتقافا وتقوفة: حذقه وتقف الرجل ثقافة أي صار حاذقا فطنا.

- **المعنى العاشر:** الفهم والذكاء، قال ابن منظور في حديث الهجرة " وهو غلام لقف تقف؛ أي ذو فطنة وذكاء، وفي ذلك - أيضا- يقول الدكتور محمد بن عبد الكريم: " وقد أرجع الرّاغب في "مفرداته" جميع معاني الثقافة إلى معنى واحد هو الإدراك بالنظر على وجه الإطلاق، سواء كان هذا الإدراك بالنظر والتدبير أو بغيرهما".

إذن، فالثقافة التي يحيل عليها لفظ "متقف" في خطابنا المعاصر، ليست كما هي في الخطاب العربي القديم، وليست بمعناه في اللغات الأوروبية القديمة - لقد تطوّر استخدام الكلمة إلى أن أصبحت مفهوما له دلالات معرفية خاصة، وأبعاد سوسولوجية متعدّدة-.

أما المقاربة بين المعنيين في الفرنسية والعربية، فإنّها تحيل إلى عنصرين أساسيين: هدف التغيير والتّطوير أو التنمية للأحسن، ثمّ عنصر الرّغبة أو المهارة في تحقيق الهدف. وعلى ذلك، فإنّ "الأصل في المعنيين اللغويين هو العناية بالخصب الفكري".¹

3- أهم مفاهيم الثقافة:

1.3- اختراع المفهوم العلمي للثقافة:

في القرن التاسع عشر أدى اعتماد المسعى الموضوعي في التفكير حول الإنسان والمجتمع إلى ولادة علم الاجتماع وعلم الإناسة *Ethnologie*، باعتبارهما فرعين علميين. حاول علم الإناسة، من جهته، تقديم جواب موضوعي على السؤال القديم المتعلق بالتنوع البشري. كيف ننظر إلى الخصوصية البشرية عبر تنوع الشعوب والأعراف؟ ويتفق مؤسسو الإناسة العلمية على فرضية واحدة أورثها عصر الأنوار، هي وحدة الإنسان. ويعتبرون أن الاختلاف يكمن في التفكير بالتنوع في الوحدة.

لكن على هذا السؤال المطروح لا يريد هؤلاء العلماء الاكتفاء بالجواب البيولوجي. وإن كانوا ينادون بعلم جديد، فذلك لتقديم تفسير آخر للتنوع البشري، يختلف عن تفسير وجود "أجناس" مختلفة. وقام علماء الإناسة في الوقت نفسه باكتشاف طريقتين متنافسين: الطريق الذي يفضل الوحدة، ويقال من أهمية التنوع، من خلال اعتباره تنوعاً مؤقتاً وفق مخطط تطوري، والطريق المعاكس الذي يولي اهتمامه بالتنوع مع حرصه على بيان أنه لا يتناقض مع الوحدة الأساسية للبشرية.

وانبثق مفهوم شكّل أداة مفضّلة للتفكير في هذه القضية، وسبر مختلف الأجوبة الممكنة: ألا وهو مفهوم "الثقافة". وهي كلمة فضفاضة، لكنّها غالباً ما استُخدمت بمعنى معياري. وخلق عليها مؤسسو علم الإناسة مضمونا وصفيًا بحثًا. ولم يعد الأمر يتعلّق، بالنسبة لهم، كما هو بالنسبة للفلاسفة، بقول ما ينبغي أن تكون عليه الثقافة، بل بوصف واقعها كما يبدو في المجتمعات البشرية.¹

مع هذا، فإنّ علم الإناسة لم يفلت في بداياته من الغموض، ولم ينفك بسهولة من حكم القيميّة ولا من المقتضيات الإيديولوجية. لكن كون الأمر يتعلّق بفرع معرفي في طور التشكّل، وبعجزه عن القيام بتأثير حاسم في المجال الفكري لتلك الفترة سمح للتفكير حول مسألة الثقافة بالانفلات من إشكالية النقاش العاطفي الذي كان يقابل "الثقافة" بـ"الحضارة"، وحافظ على استقلالية إبيستمولوجية نسبية. لقد تمّ إدخال مفهوم الثقافة بشكل لا مثيل له في مختلف البلدان التي نشأت الإناسة فيها. ومن جانب آخر، لن يكون هناك اتفاق بين مختلف "المدارس" حول مسألة معرفة ما إذا كان يجب استخدام المفهوم بصيغة المفرد "الثقافة" أو بصيغة الجمع "الثقافات" بمعنى شمولي أو خاص.²

19.

1

2 المرجع نفسه، ص 20.

2.3- بعض المفاهيم التي تناولت الثقافة:

يعتبر مفهوم "الثقافة" الذي أورده "تايلور" - كما أشرنا سابقا- أول محاولة هامة أسهمت في مجال الأنثروبولوجيا الثقافية، وقد حدّد تايلور مفهوم الثقافة بقوله: "إنّ الثقافة أو الحضارة هي ذلك الكلّ المركّب الذي يشمل المعرفة والمعتقدات، والفنون، والقانون، والأخلاق والعادات، والعرف، وكافة القدرات والأشياء الأخرى التي تؤدّي من جانب الإنسان باعتباره عضوا في المجتمع".¹

وهذا التعريف على بساطته، نستطيع أن نستخلص منه بعض العناصر الهامة التي تميّز الثقافة، وهي أنّها "كلّ مركّب"، وهذا الكلّ يتألّف من عدد من المكونات التي قد تختلف في طبيعتها ولكنها تندمج معا في وحدة عضوية متماسكة ومتكاملة. كما وإنّ الثقافة أوسع وأشمل من مجرد الإنتاج أو الإبداع الذي يتمثّل في العلوم والمعارف والفنون لأنّ الثقافة هي حسيطة النشاط الإنساني في مجتمع من المجتمعات، ومن ثمّ فإنّ لكلّ مجتمع ثقافته الخاصة، كما وإنّ الثقافة تميّز وتستقل عن الأشخاص الذين يحملونها ويمارسونها في حياتهم اليومية، لأنّ عناصر الثقافة كلّها مكتسبة. وبالرغم من الفترة الطويلة التي مضت على مفهوم الثقافة عند تايلور نجد أنّ الأنثروبولوجيين المحدثين يرون أنّ تعريف مفهوم الثقافة عند تايلور تعريف يعطي صورة كبيرة وهامة للثقافة.²

وواجه هذا التعريف الواضح البسيط لتايلور العديد من الانتقادات، كالمبالغة بعض الشيء في وصفيته (تعريف وصفي وليس معياري)، كما أنّه لا يسلّط الأضواء على جميع الخصائص والصفات التي ننسبها إلى الثقافة الآن. كما أنّ هذا التعريف واسع الدلالة، فهو لا يبيّن أيّ الأجزاء هو الأهمّ في الثقافة، كما لا يشير إلى نوع العلاقات القائمة بين هذه الأجزاء، فإنّه لا يمكن التمييز الدقيق بين الثقافة، وبين الأمور الأخرى المقاربة لها في المعنى مثل: الحضارة.

وأتى بعد تايلور العشرات من العلماء الذين عرفوا الثقافة بعناصرها ومظاهرها، فبدّلوا وعدّلوا وحذفوا وأضافوا إلى التعريف التايلوري المذكور، عناصر جديدة، ومن أبرز هؤلاء العلماء على سبيل المثال (بواس BOAS) الذي يرى أنّ الثقافة تشتمل على كلّ مظاهر العادات الاجتماعية في مجتمع، وردّ فعل الفرد في تأثره بعادات الجماعة التي يحيا فيها، ونتاج الأنشطة البشرية كما تحددها هذه العادات.³

ووجدت دراسات الثقافة في مجال الأنثروبولوجيا اهتماما كبيرا من جانب اثنين من علماء الأنثروبولوجيا في أمريكا، وهما (ألفريد كروبير A.Kroeber)، و(كلايد كلاكهون K.Kluckhohn) اللذان قدّما العديد من الدراسات والأعمال في مجال الأنثروبولوجيا، وعلم الاجتماع، وعلم النفس الاجتماعي والإكلينيكي. ونظر كلّ من كروبير وكلاكهون إلى الثقافة على أنّها "تمثّل الأساس الجوهري، الذي يمكن أن تقوم عليه

¹ محمد عبّاس إبراهيم: الثقافة الشعبية: الثبات والتغير، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية. 2013
² محمد عبّاس إبراهيم، فاروق أحمد مصطفى: الأنثروبولوجيا الثقافية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية. 2009
³ 46

الأنثروبولوجيا في عمومها، كما أشار إلى أن الاهتمام بمفهوم الثقافة يمكن أن يساعد على تشييد نظرية علمية متكاملة لدراسة الإنسان والمجتمع".¹

فحسب الباحثين تتكوّن الثقافة من نماذج ظاهرة وكامنة من السلوك المكتسب، والمنتقل بواسطة الرموز، التي تكوّن الإنجاز المميّز للجماعات الإنسانية، والذي يظهر في شكل مصنوعات ومنتجات. أمّا قلب الثقافة فيتكوّن من الأفكار التقليدية (المتكوّنة والمنتقاة تاريخياً)، وبخاصّة ما كان متّصلاً منها بالقيم، كما يمكن النظر إليها بوصفها عوامل شرطية محدّدة لفعل مقبل.²

ويعرّفها (كروبير) بأنّها " مجموعة ردود الفعل الحركية المكتسبة، والمنتقاة، والعادات والتّقنيات، والأفكار والقيم، والسلوك الذي يودّي إليها".

ويعرّفها (كلوكهون وكيلي *KELLY*) بأنّها " كلّ تلك المخطّطات المعيشية التي وضعت على مدى التاريخ، الظاهرة منها، والضمّنية والعاقلة وغير العاقلة، والتي توجد في أيّ زمان معيّن لتوجيه سلوك النّاس".³

أمّا عالم الاجتماع الأمريكي "تالكوت بارسونز" (*T.Parsons*)، فيعرّف الثقافة بأنّها "تتكوّن من تلك النّماذج المتّصلة بالسلوك ومنتجات الفعل الإنساني التي يمكن أن تورث، بمعنى أن تنتقل من جيل إلى جيل، بصرف النظر عن الجينات البيولوجية".⁴

ولعلّ من أبسط تعريفات الثقافة وأكثرها وضوحاً، تعريف "روبرت برتسيد" بأنّها " ذلك الكلّ المركّب الذي يتألّف من كلّ ما نفكر فيه، أو نقوم بعمله، أو نمتلكه كأعضاء في مجتمع".⁵

وهذا التعريف يبرز الصّيغة التّأليفية للثقافة لتصبح ظاهرة مركّبة، تتكوّن من عناصر بعضها فكري وبعضها سلوكي وبعضها مادّي، وهذا التعريف يتّفق إلى حدّ كبير مع تعريف تايلور.

ويعرّف "سايبير" الثقافة بقوله "أنّها ما يفعله المجتمع ويفكر فيه"، كما أنّه يحدّد الثقافة بأنّها العناصر الموروثة خلال حياة الإنسان سواء أكانت هذه الموروثات مادّية أو روحية".⁶

وهذا التعريف يرى أنّ الثقافة لها وجودها الخاص، المتمايز والمستقل عن الأفراد الحاملين للثقافة، ويؤكد أيضاً أهميّة التراث، لأنّ التراث الثقافي يتألّف من الأشياء المادّية تماماً، كما يتكوّن من الأفكار غير المادّية والعادات والتقاليد والمثل وما إليها.

¹ محمّد عباس إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 20.

² 73.

³ 21.

⁴ 73.

⁵ فاطمة الزهراء سالم، مرجع سبق ذكره، ص ص 29-30.

⁶ محمّد عباس لإبراهيم، فاروق أحمد مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص 47.

وقد ورد في آخر تعريف للثقافة والصادر عن المؤتمر العالمي بشأن السياسات الثقافية تحت إشراف اليونسكو* ما نصّه: "إنّ الثقافة بمعناها الواسع، يمكن أن يُنظر إليها اليوم على أنّها جُماع السّمات الروحية والمادية والفكرية والعاطفية التي تميّز مجتمعاً بعينه، أو فئة اجتماعية بعينها، وهي تشمل الفنون والآداب وطرائق الحياة، كما تشمل الحقوق الأساسية للإنسان، ونظم القيم والتقاليد والمعتقدات. وإنّ الثقافة هي التي تمنح الإنسان قدرته على التفكير في ذاته، والتي تجعل منّا كائنات تتميز بالإنسانية المتمنّلة في العقلانية، والقدرة على النقد والالتزام الأخلاقي، وعن طريقها نهتدي إلى القيم ونمارس الخيار، وهي وسيلة الإنسان للتعبير عن نفسه، والتعرّف على ذاته كمشروع غير مكتمل، وإلى إعادة النّظر في إنجازاته، والبحث دون توان عن مدلولات جديدة، وإبداع أعمال يتفوّق فيها على نفسه".¹

ويعرّفها الباحث " محمدّ عابد الجابري" بأنّها المعبرّ الأصيل عن الخصوصية التاريخية لأمة من الأمم، عن نظرة هذه الأمة إلى الكون، والحياة، والموت، والإنسان ومهامه، وقدراته، وحدوده، وما ينبغي أن يعمل، وما لا ينبغي أن يأمل... وهكذا، ففي الثقافة وبالثقافة يدخل الفرد البشري حقاً في البعد الإنساني للحياة، ويسمو عمّا فيه من مقومات بيولوجية محضّة، وبالثقافة تتخذ حياته شكلاً خاصاً، فهي التي تعطيه الجذور، وهي التي تموضعه في المكان والزّمان وتجعله حاملاً لتراث، وهي التي تفتح أمامه إمكانيات وآفاقاً خاصّة يستطيع بها التعرّف إلى العالم والاحتفاء به.²

تلتزم عن هذا التعريف، لزوماً ضرورياً، النتيجة الآتية: "ليست هناك ثقافة عالمية واحدة، وليس من المحتمل أن توجد في يوم من الأيام، وإنّما وُجدت، وتوجد، وستوجد ثقافات متعدّدة متنوّعة، تعمل كلّ منها بصورة تلقائية، أو بتدخّل إرادي من أهلها، على الحفاظ على كيانها ومقوماتها الخاصّة. من هذه الثقافات ما يميل إلى الانغلاق والانكماش، ومنها ما يسعى إلى الانتشار والتوسّع، ومنها ما يعزل حيناً، وينتشر حيناً آخر".³

وعرّفها الباحث "إبراهيم بدران" بأنّها مجمل ما يقمّ لعقل الإنسان ونفسه وحسّه، ليكون هذا المجمل المركّب وسطاً (*Medium*) أو بيئة ذهنية، ونفسية، وحسيّة، لاستقبال ما يحدث في المجتمع، استقبالا فيه شيء من التوائم والانسجام، وفيه شيء من أسباب التوازن لفترات زمنية معيّنة.⁴

وتساءل الباحث "برهان غليون" عن الثقافة هل هي نظام القيم والمعايير الذي ينظّم حياة الجماعة، ويتحكّم بسلوك أفرادها، وبسلوكها الجماهيري واستمراريتها، أم هو الإنتاج الفكري للهيئة المثقّفة من علماء

1 : المنعقد بمكسيكو (06 جويلية إلى 06 1982).

2 : المسألة الثقافية في الوطن العربي،

3 : العولمة والهوية الثقافية، عشر أطروحات، ندوة العولمة وأسئلة الهوية، جامعة الحسن الثاني المحمدية، الدار البيضاء، 3 29.

4 إبراهيم بدران: الثقافة العربية وعصر المع

11 1998
252 1998

وأدباء وفنانين؟ والذي يشكّل مرآة صادقة أو كاذبة لحياة المجتمع، بكلّ ما تعنيه كلمة مرآة من سلبية. فالثقافة تعني بالمفهوم الأوّل القاعدة الأساسية التي تقوم بضبط المجتمع لبيئته وتاريخه وسيطرته عليها؛ أي في الواقع تعامله سلبا أو إيجابا معهما. وتصبح بالتالي مصدر المدنية وعلتها. وتعني بالمفهوم الثّاني، المتعة التي يحصل عليها الإنسان من الثقافة واستهلاك الإنتاج الثقافي. فالنظرة الأولى، ترى في الثقافة مجموعة قواعد، وترى فيها الثّانية جملة منتوجات ومواضيع استهلاكية.¹

ولا يمكن الحديث عن الرّؤية المعرفية للثقافة دون استحضار المفكّر "مالك بن نبي"؛ فقد شغلته قضية الثقافة وظلّت حاضرة في جُلّ إنتاجه وإسهاماته الفكرية، على اعتبار أنّها جوهر المشكلة الحضارية التي يمرّ منها العالم الإسلامي، ولذلك حاول أن يصل إلى فهمها وإيجاد حلول لها منذ أن ألّف أول كتاب تحدّث فيه عن الثقافة². وانطلق "مالك بن نبي" في كتاباته من قاعدة مفادها أنّ كلّ تفكير في مشكلة الإنسان هو تفكير في مشكلة الحضارة التي يمكن تحليلها إلى ثلاث مشكلات أولية: مشكلة الإنسان، مشكلة التراب (يقصد به الشّروط الماديّة)، مشكلة الوقت²، وكلّ تفكير في مشكلة الحضارة هو في الأساس مشكلة تفكير في مشكلة الثقافة، باعتبار أنّ الثقافة في جوهرها مجموعة من القيم الثقافية المحقّقة. وإذن؛ فمصير الإنسان رهن دائم بثقافته³، واتجاه الحضارة هو محصّلة معادلة جبرية من متغيّرين هما: المبدأ الأخلاقي والذّوق الجمالي.⁴

وأشار المفكّر أنّ تعاريف الثقافة قد اختلفت باختلاف الزّوايا التي يُنظر منها إلى الموضوع، حيث أرجع مجموع ما قيل من تفسيرات إلى مدرستين:

- المدرسة الغربية: التي ظلّت وفيّة لتقاليد عصر النهضة، وهي ترى عموما أنّ الثقافة ثمرة الفكر؛ أي ثمرة الإنسان. المدرسة الماركسية: التي ترى أنّ الثقافة في جوهرها ثمرة المجتمع.⁵

وهو لا يقصد بهذا التّقسيم أن يضع حدّا صارما بين كلا الاتجاهين، وإنّما يهدف إلى مجرد الفصل بين صورتين لموضوع واحد، في إطارين مختلفين من أطر الفكر. فالفكر والمجتمع يمثلان اليوم الإطارين المألوفين، الذي توضع فيهما هنا، وهناك المشكلات الاجتماعية في عمومها. ثم يحدث أن يشتمل كلّ إطار على اختلافات شخصية. ففي حقل البلدان الغربية اليوم، نجد أنّ الأمريكيين هم الذين سيطروا عموما على

1 77-76.

" الصّادر باللغة العربية سنة 1959.

2 كتاب شروط النهضة الصّادر باللغة الفرنسية في باريس عام 1948.

3 مشكلات الحضارة، شروط النهضة، بور شاهين، دار الفكر المعاصر، بيروت. 1986 50.

4 : : 101.

5 مشكلات الحضارة، شروط النهضة، : : 101.

: : 29.

الاتجاهات الثقافية، ومن أهم مفكرها "رالف لينتون"، و"ويليام أوجبرن" الذي يفرق في الثقافة بين مجالين يطلق على أحدهما: (الثقافة المادية *Material Culture*)، وعلى الآخر (الثقافة المتكيفة *Adoptive Culture*).

فالمجال الأول يضم في رأيه الجانب المادي من الثقافة؛ أي مجموع الأشياء، وأدوات العمل، والثمرات التي تخلقها.

ويضمّ المجال الثاني، الجانب الاجتماعي كالعقائد والتقاليد والعادات والأفكار واللغة والتعليم، وهذا الجانب الاجتماعي هو الذي ينعكس في سلوك الأفراد.

فتغير الثقافة - في رأيه - ضروري، ولكن من أين يبدأ؟

يرى (أوجبرن) أنه يبدأ في مجال الأشياء والأدوات، ثم يمتد تأثيره كي يعدل الجانب الاجتماعي. فالقوة المغيرة عنده كامنة في الأشياء، لأنها تقبل التغيير بأسرع مما تتقبله الأفكار. وليس ممكناً أن تتخلص الأفكار من تأثير هذه التغيرات، وإلا حدث اختلال ثقافي، واضطراب اجتماعي قد ينشأ عنه كثير من المنازعات الاجتماعية.¹

وبخصوص وجهة النظر الماركسي، فقد أورد الباحث رأيان لكل من (ف. كونستانتينوف)، و(ماوتسي تونج)؛ حيث يقول "كونستانتينوف" في كتابه (دور الأفكار التقدمية في تطوير المجتمع) أن حياة المجتمع المادية هي واقع موضوعي ومستقل عن إرادة الناس، أما حياة المجتمع العقلية *Culture* أي مجموعة الأفكار الاجتماعية والنظريات والأديان، ونظريات علم الجمال والمذاهب الفلسفية (يعني كل ما يحدد الثقافة) فهي كلها انعكاس هذا الواقع الموضوعي.

ولما كان هذا التعريف لا يقيم وزناً كبيراً للأفكار في تحديد الثقافة، وفي تطور الوسط الذي تنشأ فيه، فإن المؤلف الماركسي يختم فكرته بعد صفحات من كتابه قائلاً: "ولكن هذا لا يعني طبعاً أن الأفكار الاجتماعية، مهما كانت الصورة الفكرية التي تتجلى فيها، لا تمارس بدورها رد فعل على تطور شروط الحياة المادية للمجتمع...". أي أن الجانبين اللذين أطلق عليهما (أوجبرن) الثقافة المادية والثقافة المتكيفة، يظهران من خلال التعبير الماركسي.

أما "ماوتسي تونج" فيقول بـ"أن كل ثقافة معينة هي انعكاس من حيث شكل مفهومها لمجتمع معين...".

ويرى "ابن نبي" أن هذين التعريفين يعدان من الوجهة التربوية مشتملين على فكرة عامة عن الثقافة، دون تحديد لمضمونها القابل لأن يدخله التعليم في عقلية الجماعة، ولذلك يرى ضرورة الربط بين الثقافة والحضارة، عندها يمكن الحديث عن الثقافة كنظرية في السلوك، أكثر من اعتبار الثقافة نظرية في المعرفة.

والنتيجة لا يمكن تصوّر تعريف للثقافة من زاوية نظرية فقط، بل لابد أن يضاف إليه البعد العملي (السلوكي) أو التربوي.

إنّ "مالك بن نبي" بهذا التحليل لا يرى في التعريفات المطروحة للثقافة، سواء منها ما عبر عن وجهة النظر الغربية أو الماركسية ما يدعو إلى الاعتراض، أو أنّ قصورها يعود إلى خطأ فيها، وإنّما لأنّ مضمونها لا يمكن أن يعطينا مفتاح حلّ المشكلة في الظروف النفسية والزمنية للمجتمعات العربية والإسلامية.

فمن التحليل النفسي للثقافة، إلى التركيب النفسي للثقافة، ومن الكشف عن الفروقات بين الثقافة والعلم، إلى الكشف عن الارتباط بين الثقافة والحضارة، واعتباره الدين أساس قيام المجتمعات والحضارات، لذلك وجب البحث عن أصلها الديني الذي بعثها، وبعد مناقشات ومقاربات مستفيضة وناضجة لأفكار وتصورات حول الثقافة، تنتمي لمدارس فكرية، وفلسفية، رأسمالية وماركسية مختلفة، ينتهي ابن نبي إلى تعريف عملي يصفه بالشامل، واعتبر من المحاولات المجددة لتعريف الثقافة، حيث يقول بأنّ "الثقافة هي التركيب العام لتراكيب جزئية أربعة هي: الأخلاق والجمال، والمنطق العملي والصناعة"¹؛ بمعنى أنّ تعريف الثقافة يجب أن يقوم على تحديد العناصر الجوهرية التي تعدّ ضرورية تماما للمركب الاجتماعي للثقافة، وهي:

- عنصر الأخلاق لتكوين الصّلات الاجتماعية؛
- عنصر الجمال لتكوين الذوق العام؛
- منطوق عملي لتحديد أشكال النشاط العام،
- الفن التطبيقي الموائم لكلّ نوع من أنواع المجتمع أو الصناعة على حدّ تعبير ابن خلدون.

ويشرح "بن نبي" هذا التعريف قائلاً: "إنّها مجموعة من الصّفات الخلقية، والقيم الاجتماعية، تؤثّر في الفرد منذ ولادته، وتصبح لا شعوريا العلاقة التي تربط سلوكه بأسلوب الحياة في الوسط الذي ولد فيه، وهي المحيط الذي يشكّل فيه الفرد طباعه وشخصيته"²؛ أي أنّ الثقافة كما يرى "بن نبي" الرأسمال الأولي في الوسط الذي يولد فيه الفرد، والمحيط الذي يشكّل فيه طباعه وشخصيته، والذي يعكس حضارة معينة، ويتحرّك في نطاقه الإنسان المتحضّر.³ وبعبارة أخرى هي الجوّ المشتمل على أشياء ظاهرة مثل الأوزان والألحان والحركات، وعلى أشياء باطنة كالأذواق والعادات والتقاليد. بمعنى هي الجو العام الذي يطبع أسلوب

.77

1

2 المرجع نفسه، الصّفحة نفسها.

3 مشكلات الحضارة، شروط النهضة،

الحياة في مجتمع معين، ويطلع الفرد فيه بطابع خاص، يختلف عن الطابع الذي نجده في حياة مجتمع آخر.¹

ثم يعرفها بأنها الجو المتكوّن من ألحان وأنغام ونغمات وروائح وسكنات وأضواء، ومن جوانب مظلمة، إنَّها هذا الجو الذي تتفتّح فيه النفس، وتشعر بوجودها في إطار عام.²

ويعتبر "بن نبي" أن تعريفه النقدي الذي قدّمه للثقافة، يضمّ في دفتيه فلسفة الإنسان، وفلسفة الجماعة؛ أي مقومات الإنسان، ومقومات المجتمع، مع الأخذ بعين الاعتبار ضرورة انسجام هذه المقومات جميعا في كيان واحد، تحدّثه عملية التركيب التي تجريها الشرارة الروحية.³

والثقافة في منظور الباحث "عبد الرحمن عزي" سلّم يمثّل مستواه الأعلى القيم. والقيمة ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية، ويكون مصدر القيم في الأساس الدين. فالإنسان لا يكون مصدر القيم، وإنما أداة يمكن أن تتجسّد فيه القيم. يستتبع ذلك أنه كلّما ارتقت الثقافة إلى مستوى القيم ارتبطت بالدين ضرورة. يأتي العقل في مرتبة موالية، ويمثّل نشاطا منطقيا يتعامل مع المسائل النظرية كالإدراك والفهم والتأويل ويكون هذا النشاط المنطقي منطقيا بالضرورة إذا كان وثيق الصلة بالقيم، ومصدر النشاط الذهني العقل. ويكون هذا النشاط العقلي المستوى الذي ترتقي به الثقافة إلى الحضارة. فهذا النشاط يولّد الآداب والفنون والفكر والمعرفة؛ أي أن الثقافة تتحوّل إلى حضارة بالنشاط العقلي المتفاعل مع المجال المعنوي والمادي في المجتمع. وقد يكون هذا النشاط مرتبطا بالقيم فيكون ترابطيا، وقد يتحرّك في مجال لا يتصل بالقيم، فيكون غير مترابط. وكلّما كان النشاط مترابطا، كان مجال النمو المتوازن واسعا والعكس. ويأتي في أسفل الثقافة حركة الإنسان وفعله؛ أي سلوكه. ويكون مصدر هذه الحركة واقع الإنسان المحدود في الزمان والمكان. وأيضا، فإنّ فعل الإنسان قد يكون مرتبطا بأيّ أو بكلّ من النشاط الذهني والقيم وقد لا يكون. فإن كان الفعل مرتبطا بالنشاط المنطقي كان الفعل منطقيا، وإن كان مرتبطا بالقيم كان منطقيا وقيميا، والقيمة أعلى من المنطق. وإنّ، فإنّ الثقافة سلّم يتضمّن أبعادا ثلاثة هي: القيم، المنطق والفعل.⁴

ويكون تعريفه للثقافة في هذه الحالة أنها "معايشة الواقع، انطلاقا من القيم ويكون النشاط المنطقي وسيلة في تحقيق الترابط بين القيمة والسلوك". وعرفها في سياق مشابه بأنها: "كلّ ما يحمله المجتمع (الماضي) وما ينتجه (الحاضر والمستقبل) من قيم ورموز معنوية أو مادية، وذلك في تفاعله مع الزمان (التاريخ) والمكان (المحيط بماضي ذلك النظام الاجتماعي) انطلاقا من بعض الأسس (القيم) التي تشكّل ثوابت الأمة وأصولها (البعد الحضاري)".⁵

1 : (1979) 2002 .147

2 : 2005 .106

3 : .74

4 : نظرية الحتمية القيمية في الإعلام ، 1، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2001 .24-23

5 المرجع نفسه، ص 24.

ويعتبر تعريف الباحث "نبيل علي" للثقافة من منظور معلوماتي أقرب التعاريف لدراستنا؛ حيث تناول المفهوم من زوايا مختلفة متنوعة بمغزاها المعلوماتي كآلاتي:¹

أ- الثقافة كنسق اجتماعي: قوامه منظومة القيم والمعتقدات والمعارف والفنون والعادات والممارسات والطقوس الاجتماعية، وصلة هذه المقومات بالمعلومات لا تحتاج إلى دليل، فكلّ منها ينطوي على شقّ رمزي، وتكنولوجيا المعلومات هي الأداة المثلى للتعامل مع كافة أنواع الرموز.

ب- الثقافة كإيديولوجيا: تعرّف الثقافة في إطاره بصفاتها المنظار الذي يرى الفرد من خلاله ذاته والعالم من حوله. وتتضح صلة هذا التعريف بالمعلومات، ما إن ندرك كيف أصبحت تكنولوجيا المعلومات هي الأخرى منظارا نرى العالم من خلاله؛ من خلال شاشات التلفزيون، وشاشات الكمبيوتر، وشاشات الهواتف النقالة، ولوحات التحكم، وشبكة الانترنت التي أصبحت نافذة الإنسان التي يطلّ من خلالها على العالم بأسره، وكذلك من خلال نماذج المحاكاة الرقمية للواقع، والمؤشرات الإحصائية التي تقدّم ما هو قائم وجار في هذا الواقع بصورة كميّة.

ج- الثقافة بوصفها انتماء: تعبّر عن التراث والهوية والحمية القومية وطابع الحياة اليومية، والدّود عن تلك الهوية للجماعة الثقافية. وتكنولوجيا المعلومات هي الوسيلة الفعّالة للمحافظة على هذا التراث، ورصد توجّهات الحياة اليومية.

د- الثقافة بوصفها تواصل: من خلال نقل أنماط العلاقات والمعاني والخبرات ما بين الأجيال. وهذا التعريف، بلا شكّ، أقرب تعريفات الثقافة إلى تكنولوجيا المعلومات، حيث اللقاء المباشر بين التواصل الثقافي، واتّصالات وشبكات المعلومات ونظمها.

هـ- الثقافة بوصفها دافعا: على الابتكار والإبداع والحثّ على النضال ضدّ القهر، وصنوف الاستبعاد الاجتماعي. وهنا، يبرز دور تكنولوجيا المعلومات كأداة للمبدعين ونشر الأعمال الإبداعية من جانب، ودور الانترنت كوسيلة في يد المناضلين والمناهضين لإسماع أصواتهم، وحشد التأييد لمواقفهم من خلال الانترنت.

و- الثقافة بوصفها حصادا متجدّدا: من إبداع الفكر والفنون والمعمار يتمّ استهلاكه وإعادة إنتاجه، ويكفيها من هذا التعريف مفهوم "إعادة الإنتاج" ويقصد به - معلوماتيا- إعادة النّشر، والتّسجيل، والمزج، ونسخ البرامج، وتجديد استخدام التراث وما شابه، وهو ما يمكن تكنولوجيا المعلومات من التعامل بأقصى درجات المرونة مع هذا الحصاد الثقافي من خلال ما يعرف مصطلحيا بتكنولوجيا (الرقمنة *digitization*).

"الثقافة العربية في ظل وسائط الاتصال الحديثة"

¹ نبيل علي: محورية الثقافة في مجتمع المعرفة: رؤية عربية مستقبلية، مجلة العربي، الكويت، جويلية 2010، 20-19.

ونكتفي بهذه العينات من التعاريف المختلفة للثقافة للتدليل على عدم اتفاق العلماء على صيغة موحدة العناصر لمفهوم الثقافة، هذه الاختلافات القائمة بين الباحثين، جعلت (ديفيد بيدني *David Bidney*) أستاذ الأنثروبولوجيا الفلسفية يقول بأنه هناك اتجاهان أساسيان يشيران إلى جوانب الاختلاف فيما يتعلق بمفهوم الثقافة وخصائصها لدى كل فريق من العلماء، وهذان الاتجاهان هما:¹

أولاً: الاتجاه الواقعي، حيث يرى أنصار هذا الاتجاه أن مجال الثقافة هو السلوك البشري الاجتماعي، وأنهم عادة ما يميلون إلى تحديد مفهوم الثقافة في ضوء الألفاظ، والعادات، وقواعد العرف، والتقاليد المكتسبة، وكافة النظم المجتمعية، وهم بذلك إنما يشيرون إلى أن الثقافة لا يمكن فصلها عن الحياة الواقعية للناس في المجتمع، وأنها تعتبر أنماطاً أساسية محددة من السلوك الاجتماعي. ويرى "بيدني" أن هذا الاتجاه يظهر بشكل خاص في كتابات كل من "إدوارد بيرنت"، "تايلور"، "فرانس بواس" و"مالينوفسكي"، "إدوارد سايبير" و"ليند" وغيرهم من الذين يؤكدون على أهمية التراث الثقافي المستقل والمنفصل عن الأفراد، سواء فيما يتعلق بالميراث الثقافي المادي، أو ما يتعلق بالأفكار، والتصورات، والمثل التي تعبر عن الموروثات الروحية أو المجردة.

ثانياً: الاتجاه المثالي، الذي يرى أنصاره ضرورة تعريف الثقافة في ضوء المثل المجردة، وحبّتهم في ذلك بأن الثقافة ما هي إلا مجموع التصورات والأفكار والقيم والاتجاهات التي في أذهان الأفراد. أي أن الثقافة طبقاً لذلك، ترتبط بالسلوك المجرد لا بالسلوك الواقعي، بل وصل الأمر ببعض الباحثين إلى عدم الاعتراف بالمكونات المادية على أنها عناصر ثقافية، وأن الثقافة في نظرهم ما هي إلا الآراء والأفكار والطرق الذهنية المرتبطة بالأداء التكنولوجي وطرق الاختراع. وبعبارة مبسطة، يمكن القول أنهم ينظرون إلى الثقافة كشيء مجرد، وتمثل لدى البعض منهم في فكرة "ما فوق العضوي"، والتي استند إليها "ألفريد كروبير"، وبصفة خاصة "ليزلي هويت" في تفسيره لفكرة التطور الثقافي، والتي استمدّها بدوره من آراء هربرت سبنسر، ومن أبرز الأنثروبولوجيين الذين يمثلون الاتجاه المثالي "أسجود *Osgood*"، "الف لينتون"، "كلايد كلاكهون"، "ألفريد كروبير"، "بيترم سوروكن"، "أوزفالد شينجلر *Spengler*" و"ليزلي هويت *White*" وغيرهم.

ومهما اختلفت وجهات النظر في الطرق المنهجية التي يجب اتباعها لدراسة وتحليل الثقافة من جانب الباحثين، إلا أنه يجب النظر إلى الثقافة على أنها تعني كافة الأساليب الاجتماعية المقننة لإدراك العالم الخارجي والتفكير في ظواهره، كما تعمل الثقافة على تحديد الأهداف وفهم العلاقات بين الناس، في الوقت الذي توجد فيه التصرفات والأفعال الإنسانية، ولهذا تشمل الثقافة على كافة القواعد المحددة للسلوك، ولكن على الرغم مما يوجد من تشابه بين بني البشر في التكوين الجسمي، والاستعدادات السيكلولوجية، والعقلية إلى حد ما، إلا أن هناك تنوعاً، وتبايناً في الأنماط والممارسات السلوكية فيما بينهم، ويرجع هذا التباين

¹ محمد عباس إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص ص 24-25.

والاختلاف في الممارسات والأنماط السلوكية إلى أن الإنسان يتعلم القسم الأكبر من سلوكه، فالطفل الذي يولد في مجتمع ما، يجد أن أكثر المشكلات التي تواجهه في مجرى حياته قد سبق أن واجهها أولئك الذين عاشوا قبله ووجدوا الحلول لها، وما عليه إلا أن يتعلم هذه الحلول.¹

مما سبق، يمكن القول بأن مفهوم الثقافة بشكل عام، يشير إلى ذلك الكل المعقد الذي يشمل المعرفة والعقيدة والفن والأخلاق والقانون والعادات، وأية قدرات يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع. وهي بالتالي تتكون من ثلاث دوائر مترابطة ومتماسكة: أولها القيم والمبادئ والمعتقدات، وثانيها أنماط سلوكية وثالثها جزاءات جماعية للممارسة والتعامل.

وتأخذ الثقافة مجموعة من الأبعاد منها: بعد إدراكي عن الواقع الاجتماعي الذي نعيش فيه: من نحن؟ ما العلاقة مع الآخرين؟ وبعد معياري يقوم على تحديد هرمي للقيم والتمييز بين الخير والشر، وبعد إرادي يتمحور حول الخطوات الواجب اتباعها.

ومن خلال هذا التعريف، تظهر لنا الثقافة كحلقة وصل بين الدين والقيم الروحية من جهة، والحضارة التي تمثل ناتج الثقافة بعلاقتها بغيرها بالشجرة، حيث تكون الجذور هي القيم الدينية والروحية، وتمثل الثقافة الساق والأغصان، وتمثل الحضارة الثمار والناتج المادي.

وفي ظل هذا المفهوم للثقافة، يُنظر إلى الثقافة على أنها الإطار الذي أنتجه الإنسان بناء على فهمه واستيعابه لعقيدته وتراثه الديني وتفاعلاته المتعددة داخل بنيته الاجتماعية والطبيعية في كل مرحلة تاريخية، سواء على المستوى الفردي أو الجماعي. ويشمل هذا الإطار أبعادا وعناصر روحية ومعرفية وأدوات فنية وموجهات (قيم، تقاليد، معايير) للسلوك، وطرائق للحياة، لضمان البقاء للفرد وللجماعة.

وباختصار، الثقافة هي نتاج مجموعة من العوامل المادية والمعنوية، وهي عملية متغيرة لا تعرف الثبات، كما أن القول بوجود ثقافة معينة في المجتمع لا يعني بتماثل عناصرها لسائر أفراد المجتمع، وأن هناك باستمرار هوامش للاختلاف الثقافي، تفرضه عناصر معينة كالأصل والديانة والمستوى الاقتصادي والاجتماعي وغيرها. وعلى الرغم من ذلك، تبقى لكل أمة ثقافة خاصة بها، لها مذاق معين يعبر عنها، وخصائص عامة تميزها عن غيرها من الثقافات، وتشكل المركب العقلي والنفسي للجماعة.²

1 26-25

2 : التبادل اللامتكافئ بين الثقافتين العربية والغربية، كتاب الثقافة العربية:

157-159.

العربية، بيروت- لبنان، ديسمبر 2003

4- خصائص الثقافة، أشكالها وعناصرها:

1.4- خصائص الثقافة:

إنّ اختلاف الصيغ وتعدّد العناصر المتضمّنة في هذه التعاريف لا يحول دون استنتاج بعض النقاط الأساسية المتعلقة بمفهوم الثقافة، والتي تمثّل القاسم المشترك بين جميع التعاريف، وإن ورد التعبير عنها بصيغ مختلفة كما هو واضح، حيث أنّ الهدف لم يكن مجردّ تجميع لهذه المفاهيم تأكيداً لأهميتها، ولكن الهدف هو الوصول إلى بعض خواص الثقافة أو ما يعرف بالسمات العامّة للثقافة.¹

هذه الخواص يمكن أن نحددها في أنّ الثقافة مكتسبة وليست موروثية، فالإنسان لا يولد ولديه أساليب ثقافية، وإنما أبسط الأمور يتعلّمها منذ طفولته، فقد يعرف طفل الحيوانات المختلفة مكان الطّعام عند أمه، أمّا هذا الطّفل "الإنسان" لا يستطيع معرفة ذلك إلاّ عن طريق التعلّم بواسطة الأم، ثم تأتي عمليات اكتساب الثقافة الأخرى، واكتساب السمات الثقافية المختلفة، وهي عملية تعتمد على الاتصال الثقافي بالآخرين، فيكتسب الإنسان السلوك المرغوب فيه، ويبتعد عن السلوك غير المرغوب فيه.

والسمة الثّانية هي عملية الاستمرار، وهي مرتبطة بالسمة الأولى؛ نظراً لأنّ الثقافة لديها القدرة على البقاء بعد أن يفنى الإنسان حامل هذه الثقافة، لأنها لا ترتبط بأفراد بعينهم، ومن هنا تأتي قدرة الثقافة على الاستمرار لأجيال وفترات عديدة من السنين، دون أن تتغيّر تغيّراً جوهرياً، وأقرب مثال على ذلك العادات والتقاليد والطرق الشعبيّة *Folkways* والسّنن والعقائد وكثير من المعتقدات.

والسمة الثقافية الأخرى، أنّ الثقافة لديها القدرة على التكيف حتى تستطيع أن تفي بحاجات الأفراد، وهذه الحاجات دائماً منفردة نظراً لتغيّر الظروف الإيكولوجية والاجتماعية. كما وأنّ التعاريف المشتركة للثقافة قد أوضحت سمة أخرى بأنها ليست بسيطة، وإنما معقّدة، ومن ثمّ فإنّ سمة التعقيد سمة مميزة، ويرجع ذلك إلى طبيعتها التركيبية، فهناك دائماً سمات ثقافية يخترعها الإنسان ويهتدي إليها، وكلّما زادت المحتويات أو العناصر الثقافية في مجتمعه أمكن للإنسان أن يخترع سمات ثقافية أخرى، وهذا يؤكّد أنّ الثقافة متراكمة، فهي دائماً تشير إلى هذا المنتج الإنساني وإلى إبداعات الإنسان المختلفة.

والسمة الأخرى التي نستخلصها من دراسة المفاهيم السابقة هي أنّ الثقافة متكاملة؛ أي أنّها تحقّق التّكامل مهما كانت بسيطة؛ فالثقافة كلّ مركّب يتكوّن من عناصر كثيرة سبق الإشارة إليها، سواء كانت عناصر مادية أو عناصر معنوية لا مادية.

¹ محمّد عبّاس إبراهيم، فاروق أحمد مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص 75-76.

2.4- أشكال الثقافة:

يرى الكثير من الباحثين في ميدان الثقافة أنّ الثقافة في مجتمع ما انقسم إلى نمطين: الثقافة العليا (المهيمنة)، والثقافة الشعبيّة (الخاضعة)، مع الأخذ بعين الاعتبار أنّه ليست الثقافة الخاضعة بالضرورة ثقافة تابعة، منعزلة تماما.¹

المقصود بالثقافة العليا (المهيمنة) هي تلك المجسّدة في العلوم والآداب والفنون التي تقوم بإنتاجها وإلى حدّ كبير باستهلاكها، نخبة مثقفة ومتعلّمة، أو خضعت للتعليم والتدريب المنظم والمنهجي، ثقافة النخبة، ثقافة منتجة وموجّهة للحقل الثقافي في التصورات الاجتماعية والمخيال الاجتماعي، الدين، العلوم... إلى غير ذلك، يتحكّم فيها ويوجّهها فاعلون أساسيون: رجال الدين، الرّعاء، المفكّرون... الخ عن طريق وسائل عديدة هي المدرسة، الجامعة، المسجد، الإعلام... إلى غير ذلك.

أمّا الثقافة الشعبيّة (أو الثقافة الخاضعة): فهي ثقافة العامّة التي تقوم على المعتقدات والإيمان بعالم ما فوق الطّبيعي، وأنّ تفسيراتها الخاصّة بتصور الأفراد هي نتاج الإرث الثقافي داخل المجتمع والمستمر رغم عوامل التّغيير التي تطرأ على المجتمعات. إنّها ثقافة يغلب عليها الطّابع المجازي والرمزي والطقوسي والشّعوري، وهي ترتبط مباشرة بالحاجات الروحية اليومية للإنسان.

ويقسّمها الباحث "علال بن العزمية" إلى نموذجين متقابلين أو المتنافيين، هما:²

- نموذج الثقافة الأساسية أو القاعدية؛ وهي ثقافة ذاتية وفردية، قد تتشابه لدى أفراد جماعة أو مجتمع ما، بناء على بعض الأنساق الثقافية التي تكوّن الشخصية الأساسية للفرد وللشخصية المجتمعية، وتشمل العادات والتقاليد والقيم والمعايير والمعتقدات والتصورات، بعد أن تمّت عملية تجريبها من مادّيتها ليستملكها أو يستمدجها الفرد كعنصر من عناصر الجماعة، فتتسرّب إلى فكره ووجدانه، لتشكل بذلك أنموذجا، يتحرّك بواسطته، ويشكّل المرجعية الأساس لتصرّفاته اليومية، بطريقة آلية ولا شعورية. وبهذا، تكون الثقافة الأساسية أو القاعدية، مرجعية ضرورية وأولية للفرد وأفراد المجتمع؛ ممّا يقود إلى تشكيل جماعة أو مجتمع منسجم نسبيا وفق قوانين نسق الأنموذج المتشكل من الثقافة الأساسية أو القاعدية.

- نموذج الثقافة العليا أو العالمية؛ وهي ثقافة تشمل المنتوجات الاجتماعية، بما في ذلك من قيم ومعتقدات ومعايير ورموز وتصورات؛ إضافة إلى المنتوجات الفكرية من فن وأدب وعلم وتقنية، وغير ذلك من المنتوجات المادّية؛ كما هو الشأن للمعمار وشقّ الطّرق وصنع الآليات...، وإذا كان إنتاج الثقافة العليا إنتاجا

¹ العماري الطيب: التحوّلات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري وإشكالية الهوية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص بالملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظلّ التحوّلات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، جامعة بسكرة- 439.

² علال بن العزمية: صراع الحضارات والثقافات والقيم، 1، منشورات عالم التربية، الدار البيضاء،

اجتماعيا، فهو في الوقت نفسه نخبوي في واقعه، لأنه يسهم في بسط الهيمنة الثقافية، وتوطيدها لبلوغ أهداف غير ثقافية*.

ويقسمها الباحث "هارلمبس وهولبورن" إلى خمسة (05) أنواع هي:¹

1- الثقافة العالية: وهي عادة تستعمل لتشير إلى المعطيات الثقافية ذات الخصوصية المتميزة بدرجة عالية من الرقي *High Status*. فهي تعتبر من جانب الوسط الثقافي أعلى درجات الإبداع الإنساني. فالأعمال الفنية ذات الحضور المستمر تعدّ مثالا على الثقافة العالية. وتتضمن أعمالا مثل الأوبرا والسّمفونيات الكلاسيكية لبتهوفن وموزارت، واللّوحات الفنية مثل ليوناردو دافنشي، وكذلك أعمال شكسبير وجون ملتين. والعديد ممن يستعمل مصطلح الثقافة العالية ينظر إليها كشكل أرقى من الأشكال الثقافية الأخرى.

2- ثقافة العامّة *Folk culture*: وتشير إلى ثقافة الناس العاديين، وخاصة أولئك الذين يعيشون في مجتمعات ما قبل الصناعة. فتقافة العامّة تتكوّن ذاتيا، وهي متجانسة وتعكس مباشرة حياة وتجارب الأفراد، حيث تبرز كما تبرز الأعشاب من الجذور. وكمثال على ثقافة العامّة الأغاني التقليدية، والقصص المتنقلة من جيل إلى جيل آخر. والثقافة العامّة يُنظر إليها باعتبارها أقلّ قيمة من الثقافة العالية، مع أنّها تعتبر مهمة في بعض المجالات. وتوصف كونها لا تطمح أبدا لتكون فناً، رغم أنّها تُحترم وتُقبل كتقافة أصيلة وليست مفتعلة.

3- ثقافة الجماهير *Mass culture*: والمعارضون لهذه الثقافة يرونها أقلّ قيمة من ثقافة العامّة. وإذا كانت الثقافة العامّة يُنظر إليها كصورة لما قبل الحداثة، ولما قبل المجتمع الصناعي، فإنّ ثقافة الجماهير هي إفران للمجتمعات الصناعية. وهي بالضرورة إفران للإعلام الواسع، مثال على ذلك الأفلام ذات الطابع الشعبي، والمسلسلات التلفزيونية المحليّة وأشرطة موسيقى البوب. وبعض المنتقدين لهذه الثقافة يرون أنّها تحطّ من قيمة الأفراد، وتحطّم النسيج الاجتماعي. وإذا كانت ثقافة العامّة يصنعها الناس العاديون، فإنّ الثقافة الجماهيرية تُستهلك فقط من جانب الأفراد. وبناء على هذه النظرة، يصبح المشاهدون أعضاء سلبيون في المجتمع الجماهيري، لا يستطيعون التفكير من أنفسهم.

4- الثقافة الشعبيّة: وهي تستعمل بطريقة مشابهة للثقافة الجماهيرية. وتتضمّن أيّ منتج ثقافي ينال إعجاب الناس العاديين، ودون أن يستهدف إنجاز خبرات ثقافية. مثال على ذلك؛ برامج التلفزيون، وموسيقى البوب، وأفلام الأسواق الكبيرة مثل تيتانيك وحرب النجوم، والروايات الشعبيّة مثل القصص البوليسية. ورغم أنّ الثقافة الجماهيرية استعملت عادة بعبارة مهينة، إلا أنّ ذلك لا ينطبق على الثقافة الشعبيّة. وحتى عندما ينظر البعض إلى الثقافة الشعبيّة ليصفها بالضحالة، ويكونها مؤذية، غير أنّ آخرين من منظري ما بعد الحداثة يجادلون أنّ ذلك الوصف يصحّ أيضا وبنفس المقدار على الثقافة العالية.

* كالأهداف السياسية مثلا.

¹ هارلمبوس وهولبورن: سوشيولوجيا الثقافة والهوية : حاتم حميد محسن، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، ط1 - سوريا،

5- الثقافة الفئوية *Subculture*: وهذا المصطلح للثقافة استعمل بشكل واسع في علم الاجتماع، وهو يشير إلى مجموعة من الناس تشترك مع بعضها في مسألة ما، يتميز أفراد المجموعة بشكل واضح عن باقي أفراد المجتمع. ومصطلح الفئوية استعمل كثيرا لدى العديد من الجماعات، وبين الجاليات التي تعيش قريبة من بعضها، ولها أسلوب حياة مشترك، وكذلك بالنسبة لمجموعات الشباب الذين لديهم ذوق موسيقي مشترك، ويتمتعون بنفس التسلية، والجماعات الإثنية، والأفراد الذين يمارسون نفس الطقوس الدينية، وأفراد العصابات وغيرها.

3.4- عناصر الثقافة:

بعد العرض التحليلي لمفهوم الثقافة، الذي جاء من خلال استعراض العديد من التعريفات لهذا المفهوم، نستطيع استخلاص أهم العناصر المكونة للثقافة كما يأتي:¹

- عناصر معرفية وتشمل المعارف، والمعلومات التي جمعها أعضاء ثقافة معينة، بهدف وصف البيئة المحيطة وفهمها واستخدامها. وقد تكون المعرفة بدائية لا تتجاوز حدود الوصف البسيط والأفكار الغيبية، وقد تتطور وتتعمق بحيث تشمل أحدث ما توصلت إليه المعرفة العلمية وتطبيقاتها العملية، إلى جانب أنواع المعرفة الأخرى.

- نسق للمعتقدات يشمل على كم من الأفكار والعلاقات، التي يؤمن بها المنتسب إلى الثقافة، إيماناً راسخاً لا يتطرق الشك إليه لا من قريب ولا من بعيد.

- نسق للقيم والمعايير يشتمل على المفاهيم، والتصورات التي تساعد الفرد على ترتيب الأشياء المادية وغير المادية في علاقاتها بعضها ببعض، كما تشتمل على الأنماط التجريدية التي تحفظ في الجماعة، وتضع حدوداً وعلاقات لسلوك الفرد، ولعلاقاته مع الآخرين.

- عناصر رمزية وتشتمل على مختلف وسائل الاتصال وأهمها اللغة.

III- ماهية الهوية الثقافية:

1- مفهوم الهوية الثقافية:

في الحقيقة يتعدى تصور الهوية والثقافة، كمفهومين واقعيين منفصلين، فما من هوية إلا وتختزل ثقافة، فلا هوية دون منظور ثقافي، ولا تستند إلى خلفية ثقافية، والثقافة في عمقها وجوهرها هوية قائمة بالذات.²

ويصف الباحث "مراد زعيمي" العلاقة بين الهوية والثقافة، قائلاً: " لكلّ مجتمع ثقافة، ولكلّ ثقافة هويتها الخاصة التي تنطلق منها، وتخضع لها في جميع نتائجها، وتتمثّل 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 كلّ أنحاء الثقافة متغلغلا في كلّ جزء من أجزائها".¹

بمعنى أنّه إذا ما ذُكرت "الهوية" بعامةً اقترنت بها الهوية الثقافية بخاصّة؛ لتلازمهما الشّدِيد ارتباطاً التّابع بالمتبوع، ومن ثمّ فهي تعني التّفرد الثقافي بكلّ ما يتضمّن معنى الثقافة من عادات وأنماط وسلوك، ومثّل وقيم، ونظرة إلى الكون والحياة.²

ومن المفاهيم التي قدّمت للهوية الثقافية ما تبنته منظمة اليونسكو، والذي ينصّ على أنّ الهوية الثقافية تعني أولاً وقبل كلّ شيء أننا أفراد ننتمي إلى جماعة لغوية محلّية أو إقليمية أو وطنية، بما لها من قيم أخلاقية وجمالية تميّزها، ويتضمّن ذلك أيضاً الأسلوب الذي نستوعب به تاريخ الجماعة وتقاليدها وعاداتها وأسلوب حياتها، وإحساسنا بالخضوع له والمشاركة فيه، أو تشكيل قدر مشترك منه، وتعني الطّريقة التي تظهر فيها أنفسنا في ذات كئيّة، وتعدّ بالنسبة لكلّ فرد منّا نوعاً من المعادلة الأساسية التي تقرّر - بطريقة إيجابية أو سلبية- الطّريقة التي ننسب بها إلى جماعتنا والعالم بصفة عامّة.³

وذكرت المنظّمة العربية للتربية والثقافة والعلوم أنّ الهوية الثقافية هي "النّواة الحيّة للشّخصية الفردية والجماعية، والعامل الذي يحدّد السلوك، ونوع القرارات، والأفعال الأصيلة للفرد والجماعة، والعنصر المحرّك الذي يسمح للأمة بمتابعة التطوّر والإبداع، مع الاحتفاظ بمكوّناتها الثقافيّة الخاصّة وميزاتها الجماعية، التي تحدّدت بفعل التّاريخ الطّويل، واللغة القومية، والسيكولوجية المشتركة وطموح الغد".⁴

كما عرّفت بأنّها "مجموعة الأفكار، والمعتقدات، والعادات، والتقاليد، والاتجاهات، والقيم، وأساليب التّفكير التي تميّز مجتمعا عن آخر، وجوهر الهوية الثقافيّة هو الثّوابت الرّاسخة في الثقافة، وتنمو الهوية الثقافيّة وتتطوّر بالمعايشة عبر الزّمان والمكان، متجسّدة فيما تتجزه وتحقّقه خلال مسيرتها الحيّاتيّة".⁵

والهوية الثقافيّة كيان يصير، يتطوّر، وليست معطى جاهزا ونهائيا، وهي تصير وتتطوّر، إمّا في اتجاه الانكماش، وإمّا في اتجاه الانتشار، وهي تزداد ثراء بتجارب أهلها ومعاناتهم، بانتصاراتهم وتطلّعاتهم،

219

1

152

2

3 : دور التربية في مواجهة تداعيات العولمة على الهوية الثقافية، مجلة دراسات في التعليم العالي، العدد 7، مركز تطوير

التعليم الجامعي، جامعة عين شمس، القاهرة- 2004 164

4 المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم: الخطة الشاملة للثقافة العربية 2

21

5 جميلة حمود راشد البلوي: استخدام الانترنت لدى طالبات كلية التربية للبنات بجامعة تبوك وأثره على هويتهن الثقافية

وقضايا التنمية العربية رؤى واستراتيجيات، تحرير: ضياء الدين زاهر، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2010 589

وأيضاً باحتكاكها سلبيًا وإيجابيًا مع الهويات الثقافية الأخرى، التي تدخل معها في تغاير من نوع ما.

وعلى العموم، تتحرك الهوية الثقافية على ثلاث دوائر متداخلة ذات مركز واحد:

- فالفرد داخل الجماعة الواحدة، قبيلة كانت، أو طائفة، أو جماعة مدنية (حزبًا أو نقابة...إلى غير ذلك) هو عبارة عن هوية متميزة ومستقلة، عبارة عن "أنا" لها "آخر" داخل الجماعة نفسها: "أنا" تضع نفسها في مركز الدائرة عندما تكون في مواجهة مع هذا النوع من الآخر.

- والجماعات داخل الأمة هي كالأفراد داخل الجماعة، لكل منها ما يميزها داخل الهوية الثقافية المشتركة.

- والشيء نفسه يقال بالنسبة إلى الأمة الواحدة إزاء الأمم الأخرى، غير أنها أكثر تجريدًا وأوسع نطاقًا وأكثر قابلية للتعدد والتنوع والاختلاف.

هناك إذن ثلاثة مستويات في الهوية الثقافية لشعب من الشعوب: الهوية الفردية، الهوية الجموعية والهوية الوطنية (القومية).¹

والعلاقة بين هذه المستويات الثلاثة ليست قارة ولا ثابتة، بل هي في مدّ وجزر دائمين، تتحدّد بنوع "الآخر" بموقعه وطموحاته: فإذا كان داخليًا، ويقع في دائرة الجماعة، فالهوية الفردية هي التي تفرض نفسها كـ"أنا"، وإن كان يقع في دائرة الأمة فالهوية الجموعية القبلية الطائفية، الحزبية...إلى غير ذلك هي التي تحلّ محلّ "الأنا" الفردي، أما إذا كان الآخر خارجيًا؛ أي يقع خارج الأمة والدولة والوطن، فإن الهوية الوطنية - القومية- هي التي تملؤ مجال "الأنا".²

ولا تكتمل الهوية الثقافية، ولا تبرز خصوصياتها، ولا تغدو هوية ممتلئة قادرة على نشدات العالمية، على الأخذ والعطاء إلا إذا تجسّدت مرجعيتها في كيان مشخّص تتطابق فيه ثلاثة عناصر: الوطن، الأمة والدولة.

الوطن: بوصفه الجغرافيا والتاريخ، وقد أصبحا كيانًا روحيًا واحدًا يعمر قلب كل مواطن، الجغرافيا وقد أصبحت معطى تاريخيا، والتاريخ وقد صار موقعا جغرافيا.

الأمة: بوصفها النسب الروحي الذي تتسجّه الثقافة المشتركة وقوامها ذاكرة تاريخية، وطموحات تعبّر عنها الإرادة الجماعية التي يصنعها حب الوطن.

¹ : العولمة والهوية الثقافية، تقييم نقدي لممارسات العولمة في المجال الثقافي، أبحاث ومناقشات الندوة الفكرية " مركز دراسات الوحدة العربية، ط3، بيروت، 2000 298.

² المرجع نفسه، ص 299.

الدولة: بوصفها التجسيد القانوني لوحدة الوطن والأمة، والجهاز الساهر على سلامتها، وتمثيلها إزاء الدول الأخرى في زمن السلم كما في زمن الحرب.¹

ومن خلال السّجال الواقع بين شتّى التعريفات السابقة يمكننا استجلاء الآتي:²

- مفهوم الهوية الثقافية مفهوم صعب تحديده أو تعريفه؛ لاختلاف الأطر الإيديولوجية، والظروف المجتمعية داخل كل مجتمع على حدى.

- أن وضع تعريف محدد للهوية الثقافية، يكون بهدف الدراسة فحسب، أما مسألة التّحديد في الواقع الأنطولوجي فهي مسألة في غاية الصّعوبة، نظرا للتحوّلات المختلفة للهوية الثقافية داخل المجتمع الواحد.

- اختلف موضوع الهوية الثقافية بين مؤيّد ومعارض، وتعدّدت التّيارات الإيديولوجية التي تبرز الثقافة التي ينتمي إليها كل تيار، سواء كانت ثقافة إسلامية أو ليبرالية أو علمانية أو توفيقية وسطية.

- من الصّعوبة بمكان، عزل مفهوم الهوية الثقافية عن السياق الفلسفي والاجتماعي لأيّ مجتمع، وما ينشأ داخل هذا المجتمع من أنواع للهوية الشّخصية والعرقية والدينية والقومية والاجتماعية والثقافية.

على هذا النّحو، يمكن اقتراح صياغة المفهوم الآتي للهوية الثقافية، مع الإقرار بأنّه يظلّ قابلا للمناقشة والأخذ والردّ:

الهوية الثقافية هي جملة الخبرات الاجتماعية، والحكمة الأخلاقية والدينية، والاتّفاقات الإيديولوجية النظرية التي يصوغها مجتمع ما، بحيث تصبح تلك الخبرات والاتّفاقات النظرية قوانين ملزمة، ومحكّات أساسية، ليس من اليسير اختراقها أو العبث بها، أو محاولة تغييرها. إلّا من أجل تطويرها والارتقاء بها فحسب، والإضافة إليها، وليس طمسها أو محوها أو إزالتها وسلبها.³

ومن هنا، يمكن الاستدلال من هذا المفهوم على أنّ: الهوية ذات طابع نسبي، وقابل للتّغيير والتّجديد، مع الحفاظ على المحكّات الأساسية التي تميّز معالمها. والهوية ذات طابع نظري إيديولوجي يهدف إلى وضع الأطر العامّة والمحكّات التي يسير عليها المجتمع. والهوية ذات طابع علمي يشير إلى الثقافة، والسلوك الذي ينمي الخبرة لدى الجماعة التي يتألّف منها المجتمع.

1. 299.

2 فاطمة الزهراء سالم، مرجع سبق ذكره، ص 166.

3 نفسه 167.

2- عناصر الهوية الثقافية:

تتجلى عناصر الهوية الثقافية في تلك المظاهر المهمة التي تمثل جوانب الهوية الثقافية بالنسبة للشعوب والأفراد، وإن كانت تتمثل في الغالب في ثلاث عناصر متمثلة في عنصر العقيدة واللغة والتراث الثقافي.

وعليه يمكن تقديم أهم العناصر الأساسية للهوية الثقافية كآلاتي:¹

أولاً: العقيدة أو الدين؛ حيث يعدّ الدين عنصراً أساسياً من عناصر الهوية الثقافية.

ثانياً: اللغة؛ حيث تعدّ اللغة اللسان الثقافي الأساسي للهوية الثقافية للأفراد أو للشعوب، وهي عامل يبيّن اختلاف ثقافة عن أخرى، وهي أسلوب للتواصل والاحتكاك وإثبات الهوية وتأكيد وجودها.

ثالثاً: التاريخ والماضي؛ حيث يمثل التاريخ والماضي المشترك للأفراد، أو لشعب ما، عنصراً يعبر عن هوية أساسية، فالتاريخ يبيّن حقيقة الاستعمار المتجددة في العولمة الثقافية، والتاريخ هو من بين عناصر الهوية، باعتباره يدرس الماضي، ويقف على الحقائق، وتستند إليه الدول والشعوب، للتطلع لبناء الحاضر، والتطلع إلى المستقبل.

رابعاً: العادات والتقاليد والأعراف؛ هذه المجالات هي من صميم هوية المجتمعات من خلال اتباع سلوكيات معينة، والتصرف والتعامل وفقاً لثقافة تنظمها العادات والتقاليد والأعراف.

خامساً: العقد الاجتماعي والعقد السياسي؛ حيث أنّ لكلّ دولة عقد اجتماعي من خلال مبادئ وثوابت المجتمع فيها، وما يطابقه من تصور وطموح سياسي مبني في مرجعية العقد الاجتماعي، وخاصة أنّ الدولة تعبر عن هويتها الثقافية في المجتمع الدولي من خلال دستور، أو قانون له الوجه الاجتماعي والسياسي، بحيث الإرادة الثقافية للأفراد تكون مكفولة في الوجه السياسي الذي يعبر عنها.

سادساً: الحقوق؛ بحيث كلّ دولة أو شعب وكيف يرى ثقافته للحقوق والحريات المختلفة.

سابعاً: الأدب والفنون؛ حيث كلّ مجتمع وله أدبه وفنونه التي يزخر بها، والتي تميزه عن غيره من المجتمعات والتي تكون معبرة عن هويته الثقافية، من خلال ثقافة التعبير القصصي والشعر، وفنون التشكيل والرسم والمسرح والتّمثيل وفنّ العمران وغيرها، وكلّ له رسالة يريد إبلاغها للغير.

ثامناً: طريقة التفكير؛ حيث يعدّ التفكير العنصر الحساس في أيّ ثقافة، فطريقة تفكير العربي (المسلم) غير طريقة تفكير الغربي، فمثلاً المجتمع المادي يفكر بطريقة مادية واستهلاكية. وهنا يتجلى المجال التربوي،

¹ : أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 04 2010 .95

فهناك التربية الدينية، والتربية الروحية، والتربية المادية وغيرها، ونفس الأمر بالنسبة إلى التكوين والتأهيل.

3- الهوية الجزائرية وعناصرها:

يعيش المجتمع الجزائري داخل فسيفساء من التعدد الثقافي، فهو مجتمع عربي، إسلامي، أمازيغي، متوسطي، إفريقي، عالمي، يجمع بين المعربين والمفرنسين، يجمع بين الشاوية والقبائلية والمزابية والتارقية، غير أنه رغم هذا التعدد الثقافي، فإنه يعيش داخل مجتمع واحد وموحد. وهو جزء لا يتجزأ من العالم العربي الإسلامي، وبالتالي فإن الهوية الجزائرية بالمفهوم الحضاري تعني الانتماء إلى الأمة العربية الإسلامية بكل مكوناتها. هذه الهوية الواضحة اجتماعيا، والتي تحظى بالقبول النسبي من طرف جميع أفراد المجتمع، وكذا مختلف الفاعلين السياسيين داخل المجتمع الجزائري، بالإضافة إلى عوامل أخرى مادية أساسا، مرتبطة بمستوى التقدم الاقتصادي والحضاري الذي يبلغه المجتمع في مرحلة معينة من مراحل التاريخ، غير أن هناك عدة عوامل تاريخية* محلية وكونية ساهمت في بلورة ثوابت معينة من مراحل التاريخ، تتمثل في ثلاث محددات أساسية، هي:¹

- 1- الدين الإسلامي؛
- 2- اللغة العربية؛
- 3- الأصل الأمازيغي.

لقد تطرقت كل الموثائق الجزائرية تقريبا لتحديد مسألة الهوية الجزائرية، بداية ببيان أول نوفمبر 1954، الذي حددت مادته الأولى منه هذه الهوية بكونها "ضمن إطار المبادئ الإسلامية"، و"ضمن وحدة شمال إفريقيا في داخل إطارها الطبيعي العربي الإسلامي"، وكما أكدها بعد ذلك بنحو سنة ونصف (منهاج الصومام) في 20 أوت 1956، بالصيغة الآتية: "إن إفريقيا الشمالية هي مجموعة كلية، تؤلفها الجغرافيا والتاريخ واللغة والحضارة والمصير، ومن ثم يجب أن يسفر هذا التضامن بالطبع عن تأسيس اتحاد لدول شمال إفريقيا الثلاث". وحين تأسست أول حكومة مؤقتة للجمهورية الجزائرية في 19 سبتمبر 1958، ورد في أول تصريح لها يوم 26 سبتمبر 1958 أن "الجزائر جزء لا يتجزأ من المغرب العربي"، وتراثها هو "التراث الرائع للحضارة العربية الإسلامية، فالشعب الجزائري المتعلق بحضارته ينتمي إلى العالم العربي".²

وعبر عن هذا الانتماء بعدة صيغ (برنامج طرابلس) الصادر في جوان 1962، عن المجلس الوطني للثورة الجزائرية، الذي انعقد في العاصمة الليبية طرابلس، قبل إعلان الاستقلال في 5 جويلية 1962 بقليل، وكذا دستور 1963، وقد تكتفت الرؤية في الانتماء لفضاء حضاري عربي إسلامي في الميثاق الوطني، الذي

* سنحاول التطرق لها في الجزء التطبيقي، ص 334.

¹ شرقي رحيمة: الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العولمة، مقال منشور في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 11 2013، 194.

² عمر بن قينة: المشكلة الثقافية في الجزائر، 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان- 2000 55.

صوّت عنه شعبيا بعد نقاش طويل ساخن في مهرجانات عبر أنحاء الوطن بحرية تامة، سنة 1976، أعطى لمحة عن الدولة الجزائرية في العهد النوميدي، لكن المقومات الكبرى الأساسية للشعب الجزائري، أخذت تتجلى تدريجيا منذ القرن الأول الهجري (السابع ميلادي)، متمثلة في الوحدة الثقافية واللغوية والقيم الروحية. معلنا من مطلع الديباجة: "إنّ الشعب الجزائري مرتبط بالوطن العربي، وهو جزء لا يتجزأ منه ولا ينفصم عنه".

ولم تشذ عن ذلك - نظريا - المواثيق اللاحقة، بإلحاحها على فضاء هذه الهوية العربية الإسلامية، فقد ورد في تمهيد دستور 1989، والديباجة في دستور 1996 المعدّل أنّ "الجزائر أرض الإسلام، وجزء لا يتجزأ من المغرب العربي، وأرض عربية"، وكلا الدستورين تمّ الاستفتاء عليهما. وأضاف دستور 1996 المعدّل بعدا جديدا، هو "البعد الأمازيغي"؛ حيث ورد في أول صفحة من النص أنّ "المكونات الأساسية لهوية الجزائر هي الإسلام والعروبة والأمازيغية".¹

ونحن في تصنيفنا للهوية الثقافية الجزائرية، سنعتمد على ما ورد في دستور الجزائر، الذي يعدّ بمثابة عقد اجتماعي يبرمه الشعب مع من يحكمه؛ حيث يعرف الدستور على أنه "مصدر تنظيم سلطة الحاكمين، وما يتمنّع به المحكوم من حقوق وواجبات". وقد ورد بيان معالم الهوية الجزائرية في آخر تعديل دستوري لسنة 2016 في الباب الأول، الفصل الأول المعنون بـ"الجزائر"، حيث ورد في مواده:²

- المادة الأولى: الجزائر جمهورية ديمقراطية شعبية، وهي وحدة لا تتجزأ.
- المادة الثانية: الإسلام دين الدولة.
- المادة الثالثة: اللغة العربية هي اللغة الوطنية والرسمية.
- المادة الرابعة: تمازيغت كذلك هي لغة وطنية ورسمية.

وعلى هذا، تتحدّد معالم الهوية الجزائرية في:

- 1- الدين الإسلامي (الإسلام دين الدولة).
- 2- اللغة العربية (اللغة الوطنية والرسمية).
- 3- الأمازيغية (لغة وطنية ورسمية وفقا للتعديل الدستوري 2016).
- 4- الموطن الجغرافي؛ الذي يعدّ أيضا مبدء من مبادئ الدولة الجزائرية، حيث جاء في المادة 13 من الدستور الجزائري "تمارس سيادة الدولة على مجالها البري".

1 56.

2 الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 14 07 2017 01-26 1437 6، يتضمّن التعديل الدستوري.

كما ندرج مكونات أخرى نعتبرها عناصر أساسية في الهوية الثقافية الوطنية، وهذه العناصر تتمثل في:

- التاريخ الوطني
- الثقافة الجزائرية.
- العادات والتقاليد

1.3- الدين الإسلامي:

لقد تعدى الإسلام نطاق شبه الجزيرة العربية إلى مناطق وشعوب أخرى غير عربية، لها ثقافتها ولغاتها وأديانها القديمة الخاصة بها، وأفلح في أن يفرض نفسه على هذه الشعوب، وأن يغير ليس فقط معتقداتها وما يتعلق بتلك المعتقدات من طقوس وشعائر وممارسات، بل إنه أفلح إلى جانب ذلك في إعادة تشكيل الحياة الاجتماعية كلها بما في ذلك أنماط السلوك وأنساق القيم والعلاقات القائمة بين الناس رؤيتهم للعالم وتعاملهم معه.¹

فالإسلام هو دين حياة ودينيا، بقدر ما هو دين عقيدة وآخرة، وهي أمور تتعكس بالضرورة في المجتمع العربي المعاصر، الذي يؤلف المسلمون حوالي 90% من سكانه، وإن كانت تتقصنا في ذلك الإحصائيات الدقيقة.

فالإسلام ليس مجرد دين أو عقيدة بالمعنى العام الشائع البسيط، كما أنه ليس مجموعة من القواعد السلوكية التي تنظم حياة الإنسان والمجتمع، وإنما هو أسلوب كامل للحياة، يصل تأثيره إلى كل جوانب الوجود الإنساني، ويصبغها بصبغة خاصة متميزة...إنه يقود حركات الإنسان ويوجهها في كل مضارب الحياة: الفردية منها والاجتماعية، المادية منها والمعنوية، الأخلاقية منها والاقتصادية والقانونية والثقافية، القومية منها والدولية على السواء.²

والإسلام ثقافة وحضارة معا؛ فهو يقدم نسقا ثقافيا متكاملًا، تتحدّد بمقتضاه:³

- نظرة الإنسان إلى نفسه وإلى ثنائية تكوينه من جسم وروح، وأنّ الروح من أمر الله، وأنّ للحياة البشرية قدسيّتها؛ باعتبار الروح وديعة من الله في الإنسان ولا بد من المحافظة عليها، وأنّ للجسم الإنساني أيضا حرمة، لا بد من المحافظة عليه أيضا.
- نظرة الإنسان إلى الخالق وعلاقته بها.

¹ إن ما سنحاول إدراجه في هذه الدراسة من عناصر للهوية الجزائرية ليست كلّ العناصر، وذلك لتعددها وتشعبها، وكذلك لأنه مجال علوم أخرى، لذا ارتأينا الاقتصار على أهمها فقط.

¹ أحمد أبو زيد: هوية الثقافة العربية، مكتبة الأسرة الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2013، ص 28.

² المرجع نفسه، ص 31.

³ المرجع نفسه، ص ص 35-36.

- النظرة إلى الكون، حيث يقدم الإنسان نظرية كونية متكاملة تبين العلاقات بين مظاهر الكون المختلفة، سماوات وأفلاك وأرض ورواسي وماء وكائنات مختلفة وقصة الخلق ونشأة الحياة والموت وما إلى ذلك.

- النظرة إلى الآخرين وبالذات إلى أتباع الديانات السماوية المختلفة، فإذا كان القرآن الكريم ينص على أن المسلمين هم خير أمة أخرجت للناس، فإنه ينص في الوقت ذاته على أنه لا إكراه في الدين، كما أن الإسلام يضمن حرية العبادة واحترام الأنبياء والرسل. وعلى الرغم من ظهور الفرق والمذاهب والطوائف المختلفة في البلاد العربية، فإن الإسلام كثقافة وحضارة كان دائما كفيلا بأن يقضي على الفتن باعتباره عاملا موحدًا بين المسلمين، وإن كانت بعض القوى والمصالح تقوم بدور مضاد في إذكاء الفرقة والعمل على استمرارها لأهداف خاصة.

ولا يمكن الحديث عن هوية مغربية عامة، أو قطرية كالجزائر، دون أخذ الإسلام بعين الاعتبار، ويرجع الباحث "سليمان عشارتي" هذه الميزة التي ميزت المجتمع البربري من خلال الرجوع إلى البدايات الأولى لفتح المنطقة بقوله: "... لكن أهم التحولات التي كانت وراء التغيير الحضاري في بلاد المغرب هو فشو العقيدة الإسلامية بين أوساط البربر، إذ برغم الانتفاضات التي صاحبت نشر الإسلام بهذا الصعيد، إلا أن اعتناق البربر للعقيدة الإسلامية كان عامًا، ولم نجدهم أبدوا إزاءها أي مظهر من مظاهر الاستنقال أو الرّفص السّافر".¹

فبهذا الانتشار الواسع للإسلام في أوساط البربر، وفي أعماق هذا المجتمع، وإقبال البربر عليه إلى الدرجة التي حملوا فيها لواء الفتح بعد مدة وجيزة من إسلامهم، قد نفسر الكيفية والعمق الذي تأثرت به الشخصية المغاربية عامة والجزائرية على وجه الخصوص بالديانة الإسلامية، وبالشكل الذي أصبح فيه عنصراً بارزاً في تكوينها، ومن ثمّ عنصراً مهماً من عناصر هويتها، وفي هذا يشير الباحثون ومنهم "عبد المالك مرتاض" إلى أن: "الجزائر عرفت الإسلام أثناء النصف الثاني من القرن الأول الهجري، وبالرغم من الردّات التي حدثت بعد ذلك، فإنّ الإسلام تمكّن من قلوب الجزائريين آخر الأمر، وأصبحوا يشكّلون قوّة إسلامية عظيمة من الجهة الغربية من العالم الإسلامي القديم، ومن ذلك أنهم شاركوا في فتح الأندلس مع طارق بن زياد، ومنذ ذلك التاريخ أصبح الإسلام يمثل جزءاً أصيلاً من مقومات الشخصية الجزائرية".²

إذن؛ تمحورت ثقافة المجتمع الجزائري حول الدين الإسلامي، باعتباره عقيدة هذه الثقافة، حيث أنّ للإسلام أثر واضح ومباشر على سلوكيات أفرادها، كما يبرز ذلك من خلال تفاعلاتهم، أفكارهم واتجاهاتهم، إذ يتمّ اعتماد تعاليم الديانة الإسلامية من خلال ما جاء في القرآن الكريم، أو على لسان النبي محمد صلى الله عليه وسلم في كلّ المعاملات والتفاعلات.

¹ سليمان عشارتي: الشخصية الجزائرية، الأرضية التاريخية والمحدّات الحضارية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 85.

² : ملاحح الهوية في السينما الجزائرية، أطروحة دكتوراه في الفنون الدرامية، جامعة وهران، الجزائر، 2012-2013، ص 107.

تقبل المجتمع الجزائري الدين الإسلامي، واحتضنه، وتشبّث به، إلى درجة أصبح فيها يمثل عنواناً مهماً من عناوين هويته، نظراً لما في هذه الديانة من عناصر استهوت البربر؛ فقد استهوتهم روحيته ولاءهم طابعه الحياتي الجماعي، وشرطه الوحيد التنظيمي، التلقائي الذي لا إعنات فيه، فضلاً عن جوهره الديمقراطي الذي يتجسد في التشارك الفعلي اليومي في العبادات... وفي القيم والمزايا، وتلك المزايا تبنّتها منذ الوهلة الأولى البربرية، وتفاعلت معها الروحية الجماعية بعمق، إذ وجدت فيها ما كان يطبع النفسية البربرية من نزوع إلى الحرية وعدم الخضوع.¹

من هنا، قد يتّضح لنا بعض الأسباب التي استهوت البربر في العقيدة الإسلامية بالشكل الذي انفتحوا عليها، لتصبح فيما بعد عنصراً مهماً من عناصر الهوية المغاربية والجزائرية على وجه الخصوص، وفي هذا السياق يؤكد عباس الجزائري على مدى ارتباط الهوية بالدين الإسلامي، في معرض حديثه عن جملة من الأبعاد المتعلقة بالهوية، والمرتبطة بشكل مباشر أو غير مباشر بالدين الإسلامي، كاللغة العربية باعتبارها لغة التخاطب اليومي من ناحية، وكذا لغة الدين والأرض، باعتبارها أرض انتشر عليها الدين الإسلامي والتراث وغيرها... حيث يقول: "إن الهوية بهذه الأبعاد ترتبط أشد الارتباط بالإسلام الذي يدعو إلى التشبّث بها لاقترانها به"، بهذا نلمس مدى تأثير الدين الإسلامي في هوية المجتمعات الإسلامية عامة والمجتمع الجزائري على وجه الخصوص، بحيث أصبح من المستحيل تصوّر الشخصية الجزائرية مجردة من الإسلام، وساعد على تأصل هذا العنصر في شخصيتنا الوطنية قلة اليهود والنصارى بأرضنا.²

وحيث كان مفهوم الأمة هو المفهوم السائد، والانتماء للدين لا تتنازع أو تتنافس معه انتماءات فرعية أخرى، عاش البربر والعرب معاً على مدى قرون طويلة، يربطهم ويضمّمهم الانتماء لدين واحد وهوية واحدة. فقد كان الإسلام حينها هو الرابط الوحيد والضامن لوحدة وتماسك عنصرى الأمة واستمرارها. وفي ظلّ هذا التلاحم، اتخذ الانتماء والهوية في الجزائر شكلاً متميّزاً، فالمرجعية الأولى للهوية الوطنية هي الإسلام، ولا شيء غيره، وأيّ إعلاء لرابطة أخرى من شأنه أن يؤدي إلى الانقسام والتمزيق لوحدة الأمة.³

إن الممارسة اليومية ومجمل الشعائر الدينية لسكان المغرب عموماً والجزائر على وجه الخصوص، تأخذ نوعاً من الخصوصية بحسب البيئة المغاربية والتصورات التي استقرت في نفوس المغاربة حول الديانة الإسلامية، فحتى وإن كان الاتفاق التام حول الأسس العامة والثوابت، إلا أنّ هذه الخصوصية ستبرز على مستوى القضايا الفرعية، وما انتشر وسيادة المذهب المالكي في المنطقة إلاّ دليلاً على وجود هذه الخصوصيات التي جعلت فقه هذا المذهب أقرب إلى نفسية المغاربة.

¹ سليمان عشراي، مرجع سبق ذكره، ص 86.

² 109.

³ نايل محمد شامة: يات قرن 15.30

بهذا يمكننا القول بأنّ للدين علاقة وطيدة وتأثيراً مهماً على مستوى تشكّل الهوية، وللإسلام تأثير أكبر وأهم على المجتمعات الإسلامية عامّة والمجتمع الجزائري خاصّة في تلوين هويته بألوانه الخاصة، ولعلّ فشل السياسة الاستعمارية في تفكيك عناصر الشّخصية الجزائرية، ومحو هوية المجتمع، من خلال سياساتها الاستعمارية المعتمدة منذ أن وطأت أقدام المستعمر هذه الأرض، لدليل على مدى أثر الإسلام وفاعليته في دعم وتقوية هوية المجتمع، والحفاظ عليها، كنواة صلبة قاومت على مدار القرن والنّصف هذه السياسات الاحتلالية؛ حيث يستطيع الباحث المتأمل أن يعتبر الدين الإسلامي من أقوى المقومات، إن لم نقل أقواها التي ظلّت تغذي الشّخصية الجزائرية وتصونها من الذّوبان والمسح.¹

وكخلاصة لطبيعة أثر الدين في الشّخصية المغاربية - والتي تنسحب على الشّخصية الجزائرية- والألوان التي لوّنها هويتهم، من خلال ما اتّسمت به هذه الديانة من خصوصية في البيئة المغاربية، والتي أطلق عليها الهرماسي مصطلح (الإسلام المعيش)، نجده يجمل ذلك بقوله: "يبدو الإسلام المعيش في المغرب العربي على قدر كبير من الحرّية والتّسامح، فهو يتّسع للجميع؛ مؤدّب للفرائض وغير مؤدّب، ملتزمين بأحكام الشريعة وغير ملتزمين، إلّا أن هذا الواقع لا ينطوي على أيّ خروج على العقيدة الإسلامية، فعندما يتعلّق الأمر بأركان الإسلام الخمسة تبرز سطوة العقيدة، ويظهر أن للتّسامح سقفاً لا يمكن تجاوزه. إذ يمكن للإسلام المعيش أن يقبل بمن لا يصلي، ولا يصوم، ويرى من عدم ممارسة العبادة شأناً بين العبد وربّه، ولكنّه لا يقبل أبداً أن تتعرّض الفريضة نفسها للإساءة. ونجد دليلاً على ذلك في التجربة التّونسية المشهود لها بالجرأة، حيث أنّها سمحت بكثير من الأمور التي تبدو مخالفة للنّص الديني، كعدم أداء الفرائض وإباحة الحرام (شرب الخمر والبغاء) ومنع الحلال وتعدّد الزوجات، لكنّها لم تقبل أبداً بالاعتداء على الفريضة نفسها، وهبّ النّاس إلى انتفاضة شهيرة ضدّ دعوة الرّئيس التّونسي الرّاحل "بورقيبة" إلى الإفطار في رمضان".²

وفي هذا الصّدّد يقول عالم الاجتماع الفرنسي "غوستاف لوبون" أنّ "تأثير دين محمّد في النفوس أعظم من أيّ دين آخر، ولا تزال العروق المختلفة التي خلفها القرآن مرشداً لها تعمل بأحكامه كما كانت تفعل منذ ثلاثة عشر قرناً.. أجل قد تجد بين المسلمين عدداً قليلاً من الزنادقة والأخلياء، ولكن لن ترى من يجرؤ منهم على انتهاك حرمة الإسلام في عدم الامتثال لتعاليمه الأساسية".³

إنّ الحديث عن أثر الديانة الإسلامية في شخصية المغاربة وهويتهم، من خلال تمسّكهم بها منذ أن استقرّت في هذه البيئة والتّزامهم بأوامرها وابتعادهم عن نواهيها، لا يجعلنا نجزم بأنّ جميع أفراد المجتمع الجزائري قد التزموا بجميع الأحكام الدينية في الماضي ولا يزالون كذلك إلى يومنا، بل قد يكون ذلك ضرباً من السّرّاب لأنّه حينها سيكون المجتمع مثالياً وكاملاً بحسب الرّؤية الدينية، والكمال لله، والمطلق بعيد عن

109.

1

2 المرجع نفسه، ص 113.

3 شنتيخ يوسف: ثلاثية الدين واللغة والثقافة ودورها في إرساء الهوية الوطنية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص بالملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظلّ التحولات السوسيوثقافية في ا

الواقع، لذلك فإننا نبتعد عن مثل هذه الإطلاقات والتعميمات، ولكننا نقول بأن الروح العامة للمجتمع، وكذا الخطاب المعلن، كان ولا يزال يتوافق مع هذه التعاليم الدينية، من خلال التأكيد على ضرورة الابتعاد عن النواهي، والقيام بالفرائض، والإتيان بالمستحبات، ولو كان ذلك فقط على مستوى التصريح الشفوي العلني، وفي هذا إقرار بتبني المجتمع لهذه المبادئ، ومن ثم فهو مؤشّر لما تكون عليه هوية المجتمع من تلوّن بالصبغة الإسلامية، وبذلك ما علينا إلا أن نعود إلى مجمل تعاليم الإسلام لنتمكّن من رسم الملامح العامة للهوية الجزائرية من منطلق الدين الإسلامي، مجرد ملامح عامة تحتاج إلى عناصر أخرى لتتضح صورة وشكل هذه الهوية، غير أن ذلك لا ينفى ثقل هذا العنصر، وأثره العميق في تشكيل وتلوين هذه الهوية.¹

2.3- الواقع اللغوي في الجزائر ومكانة اللغة العربية:

دار، ولا يزال يدور، نقاش واسع في أدبيات العلوم الاجتماعية حول كون اللغة مكوناً رئيساً للهوية القومية، لكن يكاد يجمع على كونها المكوّن الرئيس لهوية أخرى هي الهوية الثقافية؛ فهذه تكاد تكون بديهية، لأنّ اللغة ثقافة وحضارة، وليست أداة تواصل فحسب: إنّها ليست أداة للفكر، بل هي الفكر بذاته.²

إنّ أهمّ وظيفة للغة وأخطرها هو الدور الذي تلعبه في تشكيل هوية الناس وتمييزهم عن الآخرين، فاللغة أداة مهمة لتمييز المجتمعات وإعطائها صفات خاصة تنفرد بها عن المجتمعات الأخرى. وكثيراً ما يكون للمكوّن اللغوي دوراً أساسياً في تعريف أمة معينة، وإعطائها هويتها المميزة، وما عبّر عنه في الماضي أحد أوائل منظري الفكر القومي الفيلسوف الألماني "فيخته" حين أصرّ بأنّ أولئك الذين يتكلّمون اللغة نفسها ينتمون إلى جسد واحد، وهم كل طبيعي لا يمكن فصله.

إنّ، ففقدرة اللغة على خلق علاقات التواصل والتفاهم بين الناطقين بها تجعل منها عنصراً مهماً في تثبيت الروابط النفسية والعاطفية وأيضاً الاجتماعية الضرورية لتماسك الأمة والمجتمع، وهي بذلك تتجاوز دورها التواصلية المحض، ذو الطبيعة البراغماتية إلى أدوار أخرى نفسية وعاطفية ذات طابع هوياتي بامتياز. وهناك ما يدفع إلى الاعتقاد بأنّ اللغة هي آلية للحفاظ على الهوية، وإبقاء الأجناب خارجها، عن طريق الخصائص المميزة لكلّ ثقافة، كالفن، والأغاني، والمعتقدات، والمخترعات، والنظم السياسية... وكلّ ما نعدّه فعلاً جزءاً من الثقافة.³

114

2 رمزي منير بعلبكي، امحمد جبرون، شمامة خير الدين وآخرون: اللغة والهوية في الوطن العربي: إشكاليات تاريخية وثقافية وسياسية 1 المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، التوجه 2013 14

3 124

وفي هذا يقول الباحث "نبيل علي" أن ثقافة كل أمة كامنة في لغتها... واللغة - بلا منازع- أبرز السمات الثقافية، وما من حضارة إنسانية إلا وصاحبها نهضة لغوية، وما من صراع بشري، إلا ويبطن في جوفه صراعا لغويا، حتى قيل إنه يمكن صياغة تاريخ البشرية على أساس من صراعاتها اللغوية.¹

وهي نظام من نظم المجتمع الإنساني، وظاهرة من ظواهره، خاضعة لما تخضع له هذه الظواهر من عوامل التطور، والجمود، والرقي، والانحطاط، والحياة والموت، وهي ظاهرة غير مادية، شأنها في هذا شأن العرف والعادات. ولكنها أقوى الظواهر الاجتماعية، وأصلب الأعراف الإنسانية، تصمد في الصراع ولا تفنى إلا بفناء أهلها واضمحلال مجتمعهم، وذهاب شوكتهم، بعد خضوعهم واستسلامهم للغزو والعوامل القاضية². فهي القلعة الحصينة للدود عن الهوية والوحدة القومية³، وهي التي - كما قال ألبورت- تحتفظ بالتراث الثقافي جيلا بعد جيل، وتجعل للمعارف والأفكار البشرية، قيمها الاجتماعية بسبب استخدام المجتمع للغة، للدلالة على معارفه وأفكاره.⁴

إذن، اللغة والهوية هما وجهان لشيء واحد، بعبارة أخرى؛ إن الإنسان في جوهره ليس سوى لغة وهوية، اللغة فكره ولسانه، وفي الوقت نفسه انتمائه، وهذه الأشياء هي وجهه وحقيقته وهويته، وشأن الجماعة، أو الأمة هو شأن الفرد.⁵

ومن خلال ما سبق، يمكننا أن نحصل جملة من الخصائص التي تتميز بها اللغة، والتي جعلتها من أهم مقومات الهوية الثقافية كالاتي:

- اللغة هي أداة التعبير عن فكر الجماعة وأخلاقها.
- اللغة من أهم وسائل تحقيق الوحدة والتماسك، فضلاً عن الانسجام الاجتماعي بين أبناء الجماعة.
- اللغة هي الروح والقلب من حياة الأمم، حيث من خلالها يتم التواصل بين الأجيال، والحفاظ على التراث الثقافي للجماعة.
- من خلال اللغة ينمو التعاطف والتقارب بين المتحدثين، مما يؤدي إلى تعاضد الشعوب القومي.
- اللغة على حدّ تعبير الفيلسوف الألماني (هيردر) تمثلّ روح الشعب، وهي مخزن لكلّ ما للشعب من ذخائر الفكر، والتقاليد، والفلسفة والدين.
- إنّ قلب الشعب ينبض في لغته، وروحه تمكن في لغته".⁶

¹ نبيل علي
² : اللغة العربية وتحديات العولمة، سلسلة أعمال الماتقيات "العولمة والهوية الثقافية"، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة قسنطينة- 2010 229
³ نبيل علي، مرجع سبق ذكره، ص 233.
⁴ 96
⁵ 39
⁶ لطيفة ابراهيم خضر: هويتنا إلى أين؟، 1، عالم الكتب، القاهرة- 2009 245 - 246.

وفي هذا السياق نعتقد أن الأمة التي تعتزّ بماضيها وقوميتها بمحافظتها على لغتها هي التي تحترم نفسها، وقد أثبت التاريخ أنها تتمسك بلغتها لأنها ذاكرتها التاريخية وحضارتها، أما الأمة التي لا تصون لغتها ولا تحترمها فستصبح مهانة من الجميع، لأنها فاقدة لهويتها، أو أن هويتها منقوصة، فلا تتال احترام الدول الأخرى؛ لأن اللغة هي أساس الشخصية، ومكوّن أساسيا من تاريخ الشعوب والأمم، أسوة بمضمون القول المأثور "أمة بلا تاريخ هي شجرة بلا جذور"، وقطعا فليس هناك خلاف بأن التاريخ يصنع باللغة لتقرأ الأمة ويبقى لأجيالها اللاحقة، ولعلّ هذا هو ما يبرر سعي الاحتلال الدائم لسحق الهوية الوطنية؛ بشروعه أولا مسخ اللغة الأم إذا لم تكن من نفس لغته؛ إذ أنه بمسخ اللغة تستباح باقي المقومات الأخرى.¹

ولأهمية اللغة كعنصر إدماج وانسجام داخل المجتمع، فإن بعض الدول كفرنسا والولايات المتحدة الأمريكية مثلا تشترط على كل من يطلب جنسيتها أن يكون متقنا للغتها الوطنية.

ومن مظاهر اهتمام الدول والأمم بلغتها، والعمل على تطويرها ونشر استعمالها بين الدول والشعوب نذكر الصين؛ فبالرغم من كون اللغة الصينية تبدو معقدة وصعبة، مثلها مثل لغات باقي دول جنوب شرقي آسيا، حيث تعطي الانطباع وكأنها رسومات، وأشكال، تتضمن مجموعة خطوط؛ إلا أنها استطاعت بلغتها أن تكون منافسا عنيدا للولايات المتحدة الأمريكية، ومرشحة لأن تصبح في المدى المتوسط القوة الأولى عالميا في الكثير من المجالات، ولتكون بالتالي عملاق الألفية الثالثة بلغتها الصينية، وهذا دليل على أن اللغة هي لسان الأمة أو الوطن، وهذا اللسان يتواجد وجدانيا عند مواطني هذا الحيز الجغرافي وليس دونه، وأن التقدم والتخلف لا يعزى للغة في حد ذاتها. وإنما لمستعملها كقوميات وشعوب.²

وإذا ألقينا نظرة على واقع اللغة العربية على نطاق الساحة القومية، فإننا نلاحظ أن دساتير الدول العربية تنصّ على أن اللغة العربية هي اللغة الرسمية للدولة، إلا أن الممارسات تدلّ على أن ثمة هوة بين ما تنصّ عليه الدساتير، وما ينطبق على أرض الواقع.

والمجتمع الجزائري من بين المجتمعات المصنّفة لغويا حسب الباحث "أمين يونس" في دراسة له تحت عنوان (اللغة الأجنبية تعليمها ودورها الحالي) من المجتمعات ذات اللغة المتميزة، باعتباره يتوفّر على عدة لغات محلية مستعملة من قبل أفراد المجتمع، إلا أنه لا يعترف رسميا إلا بلغة واحدة كلغة رسمية ووطنية، وهي اللغة العربية في التعليم والإدارة والإعلام وبعض القطاعات الاقتصادية والمعاملات الرسمية، مع الإشارة إلى القرار المتخذ في السنوات الأخيرة حول الاعتراف بالأمازيغية كلغة وطنية.³

www.univ-skikda.dz/doc- :

¹ اللغة العربية في الجزائر من ثابت للتححرر إلى متغير للتهميش،

site/revues_SH/article14(2).pdf تاريخ الزيارة 2017/06/12 23.00 51.

² المرجع نفسه 53.

³ دور اللغة الأم في تعلم اللغة العربية الفصحى في المرحلة الابتدائية، أطروحة دكتوراه في الأروطوفونيا، جامعة سطيف، 2011-

إنّ الواقع اللغوي الجزائري يوضح لنا بأنّ درجة استعمال اللغات في الجزائر ليست متماثلة، فالعاميات الجزائرية تهيمن على السوق الشفوية، وتحقّق تواصلًا بين المجموعات اللغوية المختلفة، فالعربية الفصحى واللغة الفرنسية لا تستعملهما إلاّ أقلية من المتقنين، والأمازيغية أمازيغيات، هي شتات لها مناطقها النافذة.

من خلال الاطلاع على التّراث النظري الذي كتب حول هذه النقطة، نستطيع أن نقول أنّ هناك الكثير من التّقسيمات للواقع اللغوي في الجزائر، لا يسع المجال هنا لذكرها كلّها، إلاّ أنّ أغلبية الأبحاث أجمعت على تقسيم الواقع اللغوي في الجزائري إلى شكل من الشكلين الآتيين:

- تقسيم حسب الانتشار إلى ثلاث لغات؛ هي: لغات ذات الانتشار الواسع (العاميات أو الدارجات العربية)، اللغات المحليّة (الأمازيغية بمختلف لهجاتها)، واللغات الكلاسيكية (العربية الفصحى والفرنسية).

- تقسيم على أساس ترتيب اللغات التي يكتسبها الفرد الجزائري منذ طفولته، وبهذا يكون التّقسيم إلى ثلاث لغات، هي؛ اللغة الأولى (الأمازيغية والعامية العربية)، اللغة الثّانية (العربية الفصحى والفرنسية) واللغة الثّالثة (الأمازيغية كلغة تدريس).

وأياً كان التّقسيم الذي سنعمده هنا، نودّ الإشارة إلى أنّنا حاولنا أن يكون على أسس علمية بحتة (انطلاقاً من نتائج الدّراسات والتّحقيقات الميدانية والإحصائيات الرّسمية)، بعيداً عن أيّ إيديولوجيا، وعليه سنختار التّقسيم الثّاني لدراسة المنظومة اللغوية في الجزائر؛ والتي لخصّها الباحث "لويس جون كالفّي" بوجود أربع لغات مستخدمة بنقاوت في بلدان المغرب العربي ومنها الجزائر، لأداء وظائف شديدة التنوّع، وهذه اللغات هي العربية الفصيحة، الفرنسية، اللغة الأمّ؛ والتي تنقسم إلى لغة أمازيغية في بعض المناطق، ولغة عامية قريبة إلى الفصحى في مناطق أخرى، وهو كلام نقل عن "جيلبير غرانبيوم *Gilbert Grandguillaume*" في كتابه عن التّعريب والسياسة اللغوية في بلدان المغرب، يقول: "تستخدم في بلدان المغرب الحالي ثلاث لغات، العربية والفرنسية واللغة الأمّ. أمّا الأوليان فلغة الثقافة، وهما لغتان مكتوبتان، وتستخدم الفرنسية أيضاً لغة للمحادثة، غير أنّ اللغة الأمّ الحقيقية التي يستخدمها النّاس دائماً في خطابهم اليومي لهجة هي العربية أو البربرية، وليست هذه اللغة الأمّ - إلاّ في حالات نادرة جدّاً - مكتوبة".¹

✓ اللغة الأولى لأفراد المجتمع الجزائري:

1- اللغة البربرية أو الأمازيغية: هي إحدى اللغات الإفريقية الحيّة، يتحدّث بها بالخصوص أمازيغ شمال إفريقيا. هناك من الباحثين من يراها لغة حامية، كالمصرية القديمة، حسب اعتقاد جُلّ الباحثين، ويرى الدكتور "محمد المدلاوي" أنّ الأمازيغية متفرّعة عن اللغات السّامية، ويمكن بناء اللغة السّامية الأمّ انطلاقاً

¹ لويس جان كالفّي: حرب اللغات والسياسات اللغوية : حسن حمزة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008 .89

من المقارنة بين اللغة العربية القديمة، واللغة الأمازيغية. إلا أن الأبحاث أثبتت أن اللغات السامية لم تظهر إلا في الألفية الثالثة قبل الميلاد، في حين أن الأمازيغية ظهرت مع الإنسان القفصي* في مدة تتراوح بين الألفية السابعة والتاسعة قبل الميلاد، وبالتالي فإن الأمازيغية أقدم بأربعة آلاف سنة عن اللغات السامية.

في حين يرى الدكتور "أحمد بوكوس" أن الأمازيغية ليست حامية، ولا سامية، وإنما لغة مستقلة بذاتها. ويرى "كارل برسه" أن الأمازيغية لغة متأثرة باللغات الأفروآسوية؛ أي الحامو-سامية. وأن الكلمات المشتركة بينها وبين الأفروآسوية هي 300 كلمة. وهي أقدم بكثير من العربية، وما يدعم هذا الاعتقاد اكتشاف مدينة أمازيغية في جنوب المغرب تعود إلى خمسة عشر ألف سنة قبل الميلاد، أو تسعة آلاف سنة قبل الميلاد حسب تقدير علماء الآثار على رأسهم الأستاذ "مصطفى أعشى"، غير أن التفاعل بين اللغتين (الأمازيغية والعربية) كان وليد مرحلة الفتح الإسلامي.¹

تعتبر الأمازيغية اللغة الأم لحوالي ربع سكان الجزائر، وهي لغة شفوية لم تكتب على مدار التاريخ، وإن كانت هناك محاولات معاصرة لكتابتها بالإستعانة بأبجدية الطوارق "التيفيناغ"؛ أو الكتابة اللبية البدائية التي كان يعتقد أنها كتابة فينيقية، ظهرت في القرن الثاني قبل الميلاد بفضل ماسينيسا. إلا أن الباحثة الجزائرية "مليكة حشيد" تمكنت من العثور على لوحات كتب عليها بالتيفيناغ، تبين أنها تعود إلى ألف وخمسمائة سنة قبل الميلاد، مما رجح كون التيفيناغ أقدم الكتابات الصوتية التي عرفها الإنسان.

ف هناك إذن من يرجح ظهورها إلى الإنسان القفصي، وبقاياها تنتشر في شمال إفريقيا وجزر الكناري وشبه الجزيرة الأيبيرية عند الغوا نش، وكذلك في القارة الأمريكية². وفي الحقيقة لقد غابت هذه الكتابة عن حياة الإنسان الأمازيغي في معظم شمال إفريقيا، بعد أن اختار هذا الأمازيغي كرها، أو طوعا، الخطين اللاتيني أو العربي. فلم تبق التيفيناغ إلا عند الأمازيغي التارقي، أو على صفحات الزرابي، والحلي التقليدية. تكتب التيفيناغ من اليمين إلى اليسار، ماعدا النقوش اللبية الأقدم التي تستخدم اتجاهها غير اعتيادي من الأسفل إلى الأعلى.²

والأمازيغية هي الأخرى تحتوي على عدة لهجات تشكل عناصر مكونة للكثير من مناطق الوطن، وهي: القبائلية بمنطقة القبائل بكل أنواعها، الشاوية بمنطقة الأوراس، الميزابية بمنطقة ميزاب، التارقية

* نسبة على مدينة قفصة التونسية التي اكتشف فيها هذا الإنسان.
1 ذهبية آيت قاسي: الثقافة الشعبية في البرامج الثقافية الناطقة بالأمازيغية في التلفزيون الجزائري، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، 2009-2010. 76.

2 : أمازيغ يقطنون جزر الكناري.

3 التي وجدت بها قطع نقدية أمازيغية، نوميدية الأصل.

بتمنراست وجانت واليزي، والشنوية بمنطقة تيبازة شمال البلدة، والزيتية بتيميمون وأدرار، والشلحية القريبة من الشلح المغربية بجنوب منطقة وهران.¹

وهي تستعمل في الخطاب الشفوي اليومي، وفي الحوارات والاتصالات الحياتية الطبيعية. وهذه اللهجات كلها تعتبر لغة أولى لنسبة معتبرة من الأطفال الجزائريين، الذين يكتسبونها منذ ميلادهم، وتشكل الرصيد اللغوي والخبرات الأولية المكوّنة لبنيتهم المعرفية.

2- **العامية العربية:** وهي النمط الذي يسميه الباحثون الغربيون الدارجة *Collique arabic* أو العربية المحكية *Spoken arabic*، أو عربية اللهجة *Dialect*، وأسماء "فيرغسون" *Charles Ferguson* النمط المنخفض أو التنوع الوضيع.²

ويشار إليها في الثقافة العربية باللغة الدارجة أو العامية، وقد ينعنونها باللغة العامة، وسواء أخذت هذه التسمية أو تلك، فهذه اللغة تختلف في بنيتها كثيرا أو قليلا عن بنية اللغة الرسمية أو النموذجية، وبخاصة في الأداء النطقي، ولأهمية هذه الخاصية النطقية سميت باللغة المحكية.

وهي لغة دارجة لأنّ الناس في مجتمعهم درجوا على توظيفها، واعتادوا على استعمالها دون غيرها في الأغلب الأعمّ، وهي عامية لأنها الأكثر توظيفا وانتشارا³، كما أنها عامية لأنها لغة أنشأتها العامة لحياتها اليومية، والدليل على ذلك أنها لغة البيت والشارع والسوق والمجتمع.

وهي النمط الذي يكتسبه العربي بصورة طبيعية كلغة أولى في مختلف أصقاع الوطن العربي، وهذا النمط يتميز من منطقة لأخرى، ومن قطر لآخر، يتميز بأصواته وكلماته وقواعده، فهو الذي يستخدمه العربي في حديثه اليومي مع زوجته وأطفاله وأهله وقومه، إنه النمط الذي لا يجيد الكثير من الناطقين بالعربية غيره، فهو اللهجة الدارجة والمحكية التي ازدهرت بانتشار الأمية وغياب التعليم، ليتجه نحو التبسيط والبعد عن الضوابط الصوتية والصرفية والنحوية والمعجمية، فالعامية تحتل مكانة أدنى من حيث المستوى، ومساحة أكبر من حيث الاستعمال، فقد رأى البعض أنها - أي العامية - مقارنة بالفصحى ليست ناقصة فحسب، بل إنها تشوبه للغة المقدسة لغة الفصاحة والأدب.

والعربية العامية متعددة ومختلفة من بلد إلى آخر، ففي الجزائر نلمس الدارجة الجزائرية أو الدارجات الجزائرية؛ إذ تتمايز لغة التواصل في الوسط الاجتماعي عند أهل مناطق الشمال عن نظائرها في الجنوب، ومثله أيضا من الشرق إلى الغرب⁴، بل أحيانا تختلف من قرية إلى قرية مجاورة لها، وهذه اللهجات تخضع

¹ Malika Koudache : *La langue des néo-alphabétisés : la langue arabe stantard en Algérie*, Thèse de doctorat, université de Standhall-Grenoble3, France, 2003, p9.

² عبد الحميد بوترة، *واقع الصحافة الجزائرية المكتوبة في ظل التعددية اللغوية*، مقال منشور في مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، ج 8، 2014، 203.

³ : دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، 1997، 33.

⁴ عبد الحميد بوترة، مرجع سبق ذكره، ص204.

لعوامل لغوية كثيرة منها ما ينشأ عن الوراثة والطبيعة، ومنها ما ينشأ عن البيئة والجوار؛ حيث نجد مثلاً في منطقة الشرق الجزائري مدناً متعدّدة، متشابهة لهجتها في أهمّ الخصائص، ومختلفة في بعضها الآخر، نذكر منها لهجة كلّ من سوق أهراس، تبسة وعنابة الواقعة في أقصى الشرق الجزائري، وبالذات في الحدود التونسية، إذ هي أقرب للهجة التونسية منها إلى لهجة الجزائريين، التي تأثرت في لغتها بتونس، فأصبحت ممزوجة بين الجزائرية والتونسية، وكذا الشأن بالنسبة لمدينة مغنية، وبشار، وعين الصفراء المحاذية للحدود المغربية، وهكذا...، ومنها ما ينشأ عن الاختلاف الناشئ عن اختلاف الجنس واللغة والطبيعة الفيزيولوجية نفسها، فاللغات مثل الكائن الحي، تتأثر وتؤثر، كما يتأثر ويؤثر الناطقون بها.¹

وهذه اللهجات جميعاً منطوقة ليس لها نظام خطّي محدّد يضبطها، إلاّ أنّها توظّف بكثرة، فشكّلت مساحات عريضة من الناطقين بها وحازت رقعة جغرافية كبيرة.

وما يميّز العامية الجزائرية هو كثرة اللهجات المنتشرة في التراب الجزائري، وكيفيك أن تسمع أحاديث الناس في مختلف المدن من تلمسان إلى القالة، ومن عين صالح إلى جيجل حتى تجد نفسك عاجزاً عن وصفها، وعن الإحاطة بها، بل وحتى فهمها.

ومن المؤكّد أنّ هذه اللهجات موجودة كلّها في اللهجات العربية القديمة، وأنّ ما تظنّه غير عربيّ معظمه عريق في الفصحى، وإنّما دخله تغيير ظاهر أو خفي لا يدركه السامع، إلاّ بإعمال الفكر والرجوع المستمر على المعاجم العربية وغير العربية، وإلى الدراسات المتخصصة.

وأوّل ما تمتاز به العامية الجزائرية هو إزالة تحقيق الهمزة، كما أزيلت في قراءة "ورش" (لهجة مكّية)، وتصرفوا في اجتناب الهمزة بالتخفيف مثل "لاباس به"، "المومنين" أو بإبدال الهمزة واوا أو ياء، مثل "وذنيه"، "التاييين"، "الخايفين" أو بتغيير صفتها أو النطق بها بين بين، أو بوسائل أخرى.

كما لم يبق في الدارجة الجزائرية التثنية إلاّ نادراً، وفي البوادي "شريت نعجتين"، بينما المثنى في أعضاء الجسم صوريّ مثل: ست يدين، عشر عينين، الرجلين. بينما لا يوجد المبني لما لم يسلم فاعله إلاّ في النزر القليل وفي البوادي، مثل: سرّقت، غلّبت... مع إشماع الحرف الأوّل ضمّة.

أمّا التأنيث في ضمائر الجمع المتصلة والمنفصلة فقد زال، ومنه ما هو في طريق الزوال في بعض النواحي، كما في منطقة ولاية وادي سوف، حيث مازال أهل وادي سوف يستعملون نون النسوة، فيقولون: "ادخلن، طيبين، احفظن، امشن.."، بينما ضاف الميزان الصرفي في مجاله بالنسبة للفصحى، وبما أن الفتحة أخف الحركات، فقد غلبت على الضمة والكسر، كأن يقول: "يعرف" بدل "يعرف"، أو "عارف" بدل "عارف".²

¹ خليفي سعيد: بين الفصحى والعامية في الجزائر،

http://www.alarabiahconference.org/uploads/conference_research-1444849946-1409211472-657.pdf، تاريخ الزيارة:

2017/06/20 23.00 7.

² يوات، محمد خان: العامية الجزائرية وصلتها بالفصحى، 1، دار الهدى، عين مليلة، 2005، 132-133.

أما بالنسبة للمستوى الصوتي، فنجد النطق بالقاف قافاً، كما ينطق في الحواضر أو غينا (مناطق السهوب الجزائرية، والسودان وما إليها)، أو شبيهاً بالنطق بها في بوادي الهضاب العليا واليمن وكثيراً من البلاد العربية، أو كافاً (جيجل)، أو كأنها كاف، كل ذلك عربي لم نزد على أن قلّداً القدماء فيه.¹ وعليه، فإنّ العامية العربية والأمازيغية تكتسبان منذ الميلاد في المحيط الأسري والاجتماعي الذي تعيش فيه كلّ فئة، وتشكّلان رأس المال اللغوي الأولي قبل الدخول إلى المدرسة.

✓ **اللغة الثّانية لأفراد المجتمع الجزائري:** نظراً للظروف التاريخية والاحتلالية التي عاشتها الجزائر طيلة قرن ونصف القرن تحت الاحتلال الفرنسي، ورث المجتمع الجزائري وضعاً لغوياً مختلفاً عن وضع بعض الدّول العربية الأخرى، لذلك له لغتين في المرتبة الثّانية، وهما العربية الفصحى واللغة الفرنسية.

1- **أول لغة ثانية للجزائريين:** يقول "عبد الحميد بن باديس" بأنّ "اللغة العربية هي الرّابطة التي تربط ماضي الجزائر المجيد، وحاضرها الأغر، ومستقبلها السعيد، وهي لغة الدينة، والجنسية والقومية، ولغة الوطنية المغروسة".²

فغير خاف أنّ اللغة الوطنية في الجزائر هي اللغة العربية، وذلك منذ ما يزيد عن أربعة عشر قرناً، وقد رسمها دستور الدّولة الجزائرية الحديثة، لتصبح واحدة من ثوابت الدّولة الجزائرية ومن مقومات الشّخصية الوطنية، خصوصاً إذا علمنا أنّ الجزائر قد قاومت الاحتلال الفرنسي لما يزيد عن 130 سنة، ودفعت ضريبة مليون ونصف المليون من الشّهداء، من أجل الاستقلال والتحرر واسترداد الهوية الثقافية، وفي مقدّمة ذلك اللغة العربية؛ بحيث صارت اللغة العربية ملازمة للدّولة الجزائرية.³

واللغة العربية الفصحى هي أول لغة استخدمها العرب في حياتهم، وعرفت بهم، وعرفوا بها. إنّها اللغة التي نزل بها القرآن الكريم، ووسعت كلّ أحكامه وقواعده وقوانينه وعلومه، إنّها لغة العقيدة والدين الإسلامي، وهي لغة التراث العربي الذي تضمّن ما أبدعه سلفنا من آداب وعلوم وفنون في مختلف مجالات الحياة، إنّها لغة الكتابة، لغة العلم والتّعليم في كلّ أرجاء الوطن العربي، يتّفق عليها كلّ أبنائه كتابةً وفهماً واستخداماً، فهي اللغة الرّسمية في المدارس والمعاهد والجامعات، بها تدرّس كلّ المواد الدّراسية المختلفة في كلّ مراحل التّعليم، وبها تدوّن كلّ الإبداعات الأدبية والفنية والابتكارات العلمية والتقنية، تكتب بها الكتب والصحف والمجلات، وتستخدمها وسائل الإعلام. إنّها اللغة التي تصدر بها الأوامر الرّسمية والبلاغات والبيانات، كما أنّها لغة الوعظ والإرشاد إلى جانب كونها لغة الخطابة والشعر والأدب والفن. إنّها الرّابط القوي

1 : 3، تحقيق عبد السلام الشّداددي، بيت الفنون والعلوم والآداب، الدار البيضاء، 2005 .255

2 : جمعية العلماء المسلمين التاريخية، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، 2004 .70

3 : اللغة العربية في الجزائر من ثابت للتحرر إلى متغير للتهميش، .52

الذي يربط أرجاء الوطن العربي، ويجمع بين أفرادها، إنه الوطن الروحي لأبناء هذه الأمة، الحافظ لكل تاريخها وحقائق حياتها قديما وحديثا.¹

ولأن اللغة ليست أداة تعبير وتواصل بين الأفراد فحسب، بل إنها تجسد وحدة وتماسك أفراد الأمة، ضد التأثيرات الخارجية؛ نظرا لما تمتاز به اللغة من تغلغل في مختلف مفاصل المجتمع، فإن المحنل دوما كان مصمما على إحلال لغته محل لغات من يحتلهم، ليس فقط بهدف نشر ثقافته، ولكن أيضا بهدف تقطيع أوصال تلك المجتمعات، لتصب مجهودات أفرادها في مركز وحيد يستطيع توجيهه والسيطرة عليه. ولهذا حرص قادة الحركات التحررية بعد الاستقلال، بالإضافة إلى الإجراءات القانونية والسياسية والإدارية، على شحذ همم المواطنين للاعتزاز بلغتهم الأم، ومن ذلك الزعيم الفيتنامي "هوشي منه" بقوله "اسهروا على صفاء اللغة الفيتنامية كما تسهرون على صفاء عيونكم، تجنبوا وبعناد أن تستعملوا كلمة أجنبية، في مكان باستطاعتكم أن تستعملوا فيه كلمات فيتنامية".²

وفي هذا السياق، يقرر "الجابري" أن جميع اللغات مقدسة عند شعوبها، فليس هناك شعب يرى النقص في لغته، فهو إن لم ير فيها الكمال يؤكد قابليتها للكمال. ويواصل مستعرضا تجربته الذاتية بقوله: "كنت زرت اليابان، فكان من جملة ما لاحظت تمسك اليابانيين بلغتهم أكثر من تمسك العرب بلغتهم، وكمظهر واحد فقط أشير إلى أن اليابانيين في الندوة التي حضرتها، وكانت لغتها الرسمية الإنجليزية، كانوا يتدخلون كلهم باليابانية، ويتركون الترجمة الفورية لتترجم كلامهم إلى الإنجليزية أو العربية. هذا في حين أنهم جميعهم يتكلمون بالإنجليزية. ليس هذا وحسب، بل لقد كان من الأمور المثيرة هي أنهم عندما وضعوا ألواح الأسماء على طاولات الندوة كتبوا أسماء اليابانيين باليابانية وحدها، وأسماء الوفود الأخرى بالإنجليزية. فعلا ذلك من دون أي شعور بالنقص، ومن دون أي شعور بالتقصير في حق الضيوف، وهم جميعا لا يعرفون اليابانية". ويستترسل قائلا: "ومنذ سنوات كنت في إسبانيا، وطلبت مكالمة هاتفية من بدالة القسم الدولي، وكنت أتحدث بالفرنسية، فأجابتنني: أنت الآن في إسبانيا وعليك أن تتحدث بالاسبانية، ثم قطعت الخط. إذن جميع اللغات مقدسة وجميع الأمم تعنى بلغاتها".³

غير أن الحالة الجزائرية في هذا المضمار تبدو شاذة بكل المعايير، فقد صارت ملاحظة إشكالية التعددية اللغوية تفرض حضورها على يوميات الشارع الجزائري بشكل جلي؛ فبالرغم من أن اللغة العربية تعدّ اللغة الرسمية* في الجزائر، وهي دعامة من دعائم الشخصية الوطنية مثلها مثل الأمازيغية، إلا أنها ذات

¹ إبراهيم كايد محمود: العربية الفصحى بين ازدواجية اللغوية والثنائية اللغوية، مقال منشور في المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل (الإنسانية والإدارية) 2002، السعودية، ص 61.

² بومدين محمد: مكانة اللغة العربية في قانون الإجراءات المدنية الجديد 2008 مقال منشور في مجلة دفاتر السياسة والقانون، الع 10 2014

3.

53.

اللغة العربية في الجزائر من ثابت للتححرر إلى متغير للتمهيش؛

المقصود باللغة الرسمية اللغة التي تمثل البلد على المستوى الوطني والعالمي، وذلك بقرار سياسي، وورد في الدستور وفي المعاملات الإدارية والقانونية؛ فهي اللغة المعتمدة قانونا، بحيث لا يعتد إلا بها في تحرير الوثائق الصادرة عن مختلف الجهات الإدارية، ولا تصاغ القوانين، ولا تدار الجلسات الرسمية في الأجهزة الحكومية والبرلمان إلا بها. ولا تصاغ الأحكام القضائية، والمرافعات والأوراق القضائية، وجميع ما يصدر عن الجهات

مستوى يفوق مستوى الأداءات اللغوية الأخرى التي يتواصل بها المجتمع، ولذلك لا نجدها تؤدي أي دور وظيفي في التواصل الاجتماعي بين الجزائريين، إذ يبقى استعمالها محصورا عند عدد ضئيل من المثقفين، لأنها لغة الكتب، والمقالات، والخطابات الرسمية والسياسية، والدين، والتعليم بجميع أطواره¹؛ أي أن هذه اللغة بمثابة نوع راق، يستخدم وسيلة للتعبير عن أدب محترم، سواء كان هذا الأدب ينتمي إلى جماعة في عصر سابق، أم إلى جماعة حضارية أخرى، ويتم تعلم هذه اللغة الراقية عن طريق التربية الرسمية، ولكن لا يستخدمها أي قطاع من الجماعة في أحاديثه الاعتيادية.²

لقد نصّ المشرّع الجزائري منذ أول دستور على أهمية ومكانة اللغة العربية كلغة وطنية ورسمية للدولة؛ ونظرت كلّ المواثيق الوطنية الجزائرية (منذ بيان أول نوفمبر حتى التعديل الدستوري 2016) إلى قضية اللغة العربية نظرة تكاد تكون تقديسية، فأحلتها المكانة الثانية مباشرة بعد الدين؛ وفي مقدّمة المواثيق التي تحدّثت عن العربية "منهاج الصومام" سنة 1956، الذي نصّ حرفيا على أن "اللغة العربية هي اللغة القومية، لغة الأغلبية الساحقة من السّكان"، كما رأى برنامج "طرابلس" 1962 أن دور اللغة العربية "كثقافة وطنية يتمثّل في مرحلة أولى في إعطاء اللغة العربية المعبرة الحقيقية عن القيم الثقافية لبلادنا كرامتها ونجاحاتها، كلغة حضارة، لذلك فإنّها ستعيد بناء التراث الوطني وتقييمه، والتعريف بإنسانيته المزدوجة، القديمة والحديثة، لإدخالها في الحياة الفكرية، وتربية الشعور الوطني، فهي ستحارب هكذا الهيمنة الثقافية، والتأثير الغربي، اللذين ساهما في تلقين الكثير من الجزائريين احتقار لغتهم، وقيمهم الوطنية".³

ونصّ دستور 1963 في المادة 05 أن "اللغة العربية هي اللغة القومية والرسمية للدولة"، وفي المادة 76 "يجب تحقيق تعميم اللغة العربية في أقرب وقت ممكن، في كامل أراضي الجمهورية، بيد أنه، خلافا لأحكام هذا القانون، سوف يجوز استعمال اللغة الفرنسية مؤقتا إلى جانب اللغة العربية". ونصّ دستور 1976 في المادة 03 بأن "اللغة العربية هي اللغة الوطنية والرسمية"، تعمل الدولة على تعميم استعمال اللغة الوطنية في المجال الرسمي. ونصّ دستور 1989 في المادة 03 على أن "اللغة العربية هي اللغة الوطنية والرسمية"، وهي نفس المادة ونفس الصيغة في دستور 1996 المادة 03 مكرّر: تمازجت هي كذلك لغة وطنية.⁴ وهكذا إلى غاية التعديل الدستوري لسنة 2016.

ورغم هذه المكانة التي حظيت بها اللغة العربية في دساتير الجزائر، والإقرار بأن استخدامها أمر ضروري وإجباري، خاصة في المجالات الرسمية، إلا أن ما نلاحظه في الواقع عكس ذلك؛ إذ نجد من

القضائية من أعمال، وجميع ما يصدر عن أجهزة الدولة الرسمية، سواء كانت أجهزة أمنية، أو إدارية، أو تجارية، أو اقتصادية، أو تعليمية، أو مؤسسات الصحة العمومية أو غيرها.

¹ عبد الحميد بوترة، مرجع سبق ذكره، ص 103.

² : الطفل واكتساب اللغة بين النظرية والتطبيق، مقال منشور في مجلة الممارسات اللغوية في الجزائر، العدد 4، جامعة تيزي وزو، 2011 228.

³ عمر بن قينة، مرجع سبق ذكره، ص 57.

⁴ بومدين محمد، مرجع سبق ذكره، ص 5-6.

المسؤولين من يفضّل استعمال مستويات لغوية أخرى، كالتداخل بين العربية الدارجة ولغة أجنبية، أو استعمال لغة أجنبية مباشرة بحجة ضعفه في لغته الوطنية. أما على مستوى المؤسسات الرسمية، سواء كانت اقتصادية أو سياسية، أو اجتماعية، أو ثقافية، فإننا نلاحظ أنّ اللغة السائدة هي الفرنسية، حيث تعتبر في نظرهم لغة الحداثة والحضارة، فقد طغت على وجود اللغة العربية.

وحتى على مستوى يوميات الشارع الجزائري، نلاحظ هذا النموذج التعددي بشكل جلي؛ نموذج يبدو تائها في تنميط أداة مشتركة للتخاطب، والحديث، والمعاملات اليومية، بحيث يستحيل نسبته لأي لغة، بقدر ما هو فسيفساء مشوهة وغير متجانسة من الكلمات تميّز الجزائري العادي، الذي يزداد اغترابا بابتعاده عن استعمال لغة نقيّة، يتداوله لمزيد من الكلمات الدخيلة كلّ يوم، لتصبح اللغة اليومية لا هي عربية، ولا هي فرنسية أو أمازيغية، وهذا هدف استعماري قديم يبدو أنّه تحقق بامتياز، ومازال يتعرّع كلّما تهيّأت الظروف. وفي هذا السياق يؤكّد البعض بأنّ الجزائريين لا يتقنون التعامل بلغة واحدة، فتجدهم يتلعثمون وهم على أهبة الكلام، فسرعان ما يرتبكون ويردّدون "أنا عاجز عن التعبير.."، ويعتقد كثيرون أنّ أسباب هذا التلعثم والارتباك مرده إلى الاضطراب اللغوي الحاصل من جراء عدم القدرة على التحكم في التعامل مع رصيد لغة واحدة من اللغات المتداولة، فالتعدد اللغوي أصبح يحدث ارتباكا على مستوى التعبير عوضا من أن يكون عامل إثراء وسلاسة، والنتيجة أن أصبحت الغالبية الساحقة من الجزائريين، بمن فيهم المتعلّمون (من النخب العلمية والسياسية) لا يتحكّمون في أي لغة من اللغات.. فالمعرب لا يتقن العربية بالشكل المطلوب، والموصوف بالفرنسي لا يجيد الفرنسية، والنتيجة أن اختلطت هاتان اللغتان باللحجة العامية وبقية اللهجات الأمازيغية، وعليه فالمحصلة النهائية أن لا لغة للجزائريين¹.

إنّ الوضع المأساوي الذي تعرفه اللغة العربية في الجزائر اليوم مرده إلى عدّة أسباب، لعلّ الاحتلال الفرنسي أهمّها وأقواها؛ فقبيل وقوع الاحتلال، كانت اللغة العربية هي لغة التعليم في المدارس، والزوايا، والمساجد، وهي اللغة الأدبية التي تؤلّف بها الكتب والبحوث، وهي أداة التعامل في المحاكم الشرعية والمراسلات الرسمية، وتوثق بها عقود الأوقاف والمواريث، وتكتب بها محاضر المداولات الإدارية والمنازعات في كلّ أنحاء القطر، وهي كذلك لغة الأدباء والفقهاء، وفي نفس الوقت كانت اللهجات العربية الدارجة واللهجات البربرية مستعملة في الحياة اليومية بين المواطنين².

وعن وضعية التعليم آنذاك، يقول الباحث "صديق تاوتي": "إنّ ما يعدّ من قبيل المسلم به، لدى العديد من المؤرّخين هو أنّ كلّ الجزائريين كانوا يعرفون الكتابة والقراءة، فميشال هايرت يقول بوجود مائة (100) مدرسة في مدينة الجزائر، وخمسة وثمانون (85) مدرسة في قسنطينة، وخمسون (50) مدرسة في تلمسان، كما يذكر وجود عشر (10) جامعات عبر التراب الوطني سنة 1830. وكان ألفا (2000) تلميذ يتلقّى تعليما

ثانويا، وستمائة 600 يواصلون تعليمهم العالي، وكانت كل مؤسسة من هذه المؤسسات تمتلك مكتبها الخاص".¹

والواقع أن تعلم اللغة العربية قد تضرر غداة الاحتلال الفرنسي، حتى كاد ينمحي، فبالقضاء على الأوقاف، وهدم المساجد، والمدارس، وهجرة العلماء، وكثرة الحروب، كاد التعلم باللغة العربية ينقرض، كما أن الفرنسيين اتبعوا سياسة التجهيل التي دامت سبعين سنة، فلم ينشروا بين الجزائريين لا الفرنسية ولا العربية، غير أن هذه السياسة لم تكن ناجحة تماما، فقد بقي تعليم اللغة العربية عملية سرية، يقوم بها الجزائريون في بيوتهم بالمدن، وفي زواياهم في الريف، وكان تعليمها متصلا اتصالا وثيقا بحفظ القرآن، وتعليم أولويات الدين.

لقد ظلت فرنسا طوال الاحتلال، تعمل بجد، وتسخر كل إمكانياتها لجعل الجزائر قطعة من التراب الفرنسي، أرضا وثقافة ولغة ودينا، وقد انتهج قادة الاحتلال لذلك سياسة الفرنسة، ليصبح المجتمع الجزائري فرنسي الثقافة واللسان، على اعتبار أن اللغة هي أساس الهوية، وروح القومية في كل شعب، ولذلك جاء في إحدى التعليمات الصادرة إلى حاكم الجزائر غداة الاحتلال: "إن إيالة الجزائر لن تصبح حقيقة إلا عندما تصبح لغتنا هناك قومية، والعمل الذي يترتب علينا إنجازه، هو السعي وراء نشر اللغة الفرنسية بين الأهالي، إلى أن تقوم مقام اللغة العربية".²

لقد حاول الاحتلال الفرنسي القضاء على الذاتية الجزائرية المتمثلة في اللغة العربية، وأراد أن يمحو آثار الشخصية الجزائرية فحارب اللغة العربية بكل قوة، كما حارب نظام المدرسة التقليدية، وأصبحت اللغة الفرنسية هي اللغة الرسمية في جميع مجالات العمل، والتفكير، والاتصال ما بين شرائح المجتمع. ومن خلال تتبع السياسة اللغوية العدائية يتبين أن الهدف من تلك الإجراءات اللغوية هو إضعاف الشخصية الوطنية، وجعل الجزائر مسرحا للهيمنة اللغوية والثقافية الفرنسية، يقول "ساطع الحصري": "ومع ذلك لم ينجحوا فيما كانوا يرمون إليه... ولم تنجح فعلتهم سوى في تغيير الناس منهم، وابتعادهم عن المعاهد الفرنسية بوجه عام".³

كما تؤكد "تورين Y.Turin" استمرار مقاومة المجتمع الجزائري للسياسة الفرنسية، فنقول: "ويعترف الفرنسيون أن ما قاموا به من مغامرات لا طائل تحتها، واعترفوا بالفشل وفكروا في أسلوب جديد ومناهج أقرب إلى الواقع... واختطوا لتعليم اللغة العربية خططا في إطار القضاء على الروح المعنوية... من خلال التعليم المزدوج في المدارس الفرنسية العربية، فلم يتغير موقف المواطنين، وبقيت تلك المؤسسات خالية".

وبذلك يكون قد مهدّ الطريق أمام هيمنة اللغة الفرنسية لتكتسح كافة المجالات الحيوية، وفي مقدمتها التعليم، حيث فرض الفرنسية لغة رسمية في مختلف مراحلها.¹

وقد ظهرت جمعية العلماء المسلمين كردّ فعل للواقع اللغوي الذي آلت إليه السياسة اللغوية الفرنسية، فاتّخذت من العربية أداة وحيدة للتعليم، وهو ما كان له انعكاسات في دفع عملية التعليم العربي في الجزائر بعد الاستقلال، فإليها يرجع الفضل في تكوين النخبة المفكّرة من المعرّبين، وإليها يرجع الفضل في إعادة الاعتبار للغة العربية²، التي كانت أجنبية في ديارها، لكنّها ظلّت آلة دفاعية ضدّ هيمنة الأجنبي، ولم ينقذ الجزائر من ضياع هويتها الوطنية سوى نضال الوطنيين، وتضحيات الشّهداء، التي تكلّلت بنيل الاستقلال السياسي.

غير أن الأمور بعد الاستقلال لم تستمر بنفس الوتيرة، ووفقا لاستراتيجية تحافظ على هذه الهوية؛ فالتشوّهات التي أصابت الهوية الجزائرية ظلّت آثارها، أو تداعياتها، تتجدّد مع مرور الوقت، وتتحين الفرص لفرض منطقتها على الواقع؛ وذلك لأنّ النخبة الجزائرية المتفرنسة لم تهدأ في مقاومتها الضّارية لكلّ محاولات التعريب الوطنية بعد الاستقلال، والتي حاولت إعادة الهوية الجزائرية إلى أصولها العربية الإسلامية. فقد عرف المجتمع الجزائري الكثير من حالات المدّ والجزر والشّد والجذب بين الفئتين، وبخاصّة في عقدي السبعينات والثمانينات من القرن الماضي، ولكنّ الغلبة كانت دائما لمناهضي التعريب، وذلك لسبب بسيط لأنهم هم من يمكّن بدواليب اتّخاذ القرار (السياسي والاقتصادي)، وخير دليل على ذلك هو مآل قرار التعريب الذي يمرّ بمرحلة سبات عميق منذ ما يقارب العقدين من الزمن، وفي هذا الصّدّد، تقول الأدبية والسياسية المجاهدة "زهور ونيسي": "لقد تخلّينا عن أهمّ نجاح للثورة الجزائرية بتقصيرنا اتجاه العربية... وأنّ مسيرة التعريب في الجزائر لم تقفل، لكنّها تعرّضت، ولم تكتمل بل تمّ توقيفها". وتسترسّل قائلة "نتهاون كثيرا تجاه العربية لأنّها إحدى أهمّ مبادئ السيّادة. وعليه، وجب احترام العربية كلغة رسمية للبلاد المكرّسة بنصّ الدّستور، خاصّة في معاملاتنا الإدارية، لأننا بتهاوننا تجاه لغتنا نتنازل عن أهمّ نجاح للثورة الجزائرية".³

ومادامت الكفة لغير صالح اللغة العربية، فقد بدأ يظهر التأثير السلبي لاستخدام اللغة الفرنسية على الجيل الجديد من المواطنين، الذين أصبحوا لا يتقنون أيّة لغة، وتماشيا مع التوجّه العام فقد بدأ تعليم الفرنسية يعرف إقبالا إجباريا. وفي هذا المضمون يعتقد "جمال لعبيدي" "أنّ الحكومة الجزائرية الممثلة خصوصا في بعض الوجوه الوزارية، بشكل فعّال، قد ساهمت في تأسيس مجموعة عقد نفسية عند الشّباب الجزائري... فكثير من الشّباب المتعلّم والمتقن للغة العربية صار يميل لاستعمال اللغة الفرنسية اقتداء بقيادة الدّولة". ويتجلّى هذا الإقبال بصراحة أوضح في المجالين الاقتصادي والسياسي، باعتبارهما مصدرا للقوة الفعلية في المجتمع؛ ممّا

¹ 13.

² المرجع نفسه، ص 14.

³ : اللغة العربية في الجزائر من ثابت للتحريّر إلى متغير للتهيّش،

55.

⁴ عضو سابق في لجنة إصلاح المنظومة التربوية.

ترتب عليه تشظّ في الشخصية الوطنية، وتذبذب في رؤية جامعة للمستقبل، و" لعلّ اتّساع حالة انفصام الشخصية عند الفرد الجزائري، مردّه غياب القناعات الموحّدة، وغياب مشاعر الانتماء إلى اللغة الواحدة". فقد أسّست السّلطة السياسيّة مجموعة عقد تقيّد بأنّ الطبقة الأكثر تحضراً، وذات الخطوة الاجتماعيّة الأهمّ هي الطبقة التي تتحدّث باللغة الفرنسيّة". ويضيف استناداً إلى دراسات ميدانيّة أنّ "غالبية الشّباب الجزائري الذي يتحدّث باللغة الفرنسيّة هو شباب باحث عن مكانة اقتصاديّة ومنصب شغل خصوصاً"¹.

عموماً، يمكننا القول أنّه في عهد الاستقلال، كان الأمل كبيراً في أنّ تسترجع اللغة العربيّة مكانتها الحقيقيّة، وذلك بوضع حدّ لهيمنة اللغة الفرنسيّة، وعلى الرّغم من أنّ الجزائر أعدت العدة للتخلّص من التبعية اللغويّة، فإنّها لم توفّق في ذلك نتيجة أسباب كثيرة، منها مناخضة التّيار الفرونكوفوني لاستعمال اللغة العربيّة، والذي تسبّب في ضعف الوتيرة التي سارت عليها عملية التّعريب واضطرابها، والتي كانت تحمل الكثير من الأفكار الخاطئة، كالقول بأنّ اللغة العربيّة لغة عبادة، فلا تصلح لأن تكون لغة علم، وأنّ اللغات اللاتينيّة وحدها القادرة على القيام بهذا الدّور، وهذا أحد الأسباب التي جعلت المشكلة اللغويّة تنمو وتتطوّر مع سنوات الاستقلال، ممّا جعل مواجهتها وطرح حلول ملائمة لها أمراً صعب المنال.

وقد تبرز خصوصيّة المغاربة عامّة، والجزائريين على وجه الخصوص، في تعاملهم مع اللغة، من خلال إسهاماتهم العديدة في هذا المجال، والتي عكست شخصيّتهم وخصوصيّتهم، بالشّكل الذي يوضّحه "الودغيري" قائلاً: "وبقدر ما أثّرت العربيّة في ثقافة المغرب وتكوين هويته، أثّر المغاربة أيضاً في هذه اللغة، وفي ثقافتها، بما لهم من شخصيّة قويّة متميّزة، وهكذا أصبح الخطّ المغربي متميّزاً عن صنوه الشّرقي، والترتيب الهجائي للحروف مخالفاً للترتيب الهجائي في بلاد المشرق (...)، حتى طريقة تلاوة القرآن وتحفيظه، تجدها مختلفة عمّا هي عليه في المشرق (...)، وحتى علوم اللغة ذاتها، كان للمغرب فيها مدارس واتجاهات أصبحت معروفة ومنتشرة في المشرق انطلاقاً من المغرب، فمن المغرب انطلقت الأجرومية التي أصبحت من المتون النّحويّة التي تقوم عليها المناهج التّعليميّة (...)، ومن المغرب انطلقت الجزولية التي احتفل بها المشرق أيّما احتفال"². بهذا نلمس مدى التّفاعل الذي تمّ ما بين المجتمع وهذه اللغة التي تبناها، ومن خلالها تبنّى هذا الموروث الثقافي والحضاري الذي أطلّعه عليه، ليشكّل جانباً مهماً من مخزونه الثقافي، وفي نفس الإطار نلمس أيضاً تأثير المغاربة في هذه اللغة، من خلال ما أسهموا به في تطوير علومها ومناهجها، وما هذا التّفاعل إلّا دليلاً على مدى احتضان الجماعة لهذه اللغة وتبنيها، والعمل على تلوينها بخصوصيّة مغاربيّة لتتناسل مع طبيعة المغاربة، وتدخل ضمن النسيج العام للثقافة المغاربيّة بشكل متجانس.

2- ثاني لغة ثانية للجزائريين: لا يمكن لأحد أن ينكر أو يتجاهل أهميّة تعليم اللغات الأجنبيّة في هذا العصر، حيث تقبل أعداد كبيرة من الأفراد في مختلف دول العالم على تعلّم اللغات الأجنبيّة. وعلى الرّغم من

احتلال اللغة الإنجليزية المرتبة الأولى من بين لغات العالم في نسبة متعلّميها، فهناك لغات أخرى بدأ تعلّمها يشهد إقبالا كبيرا مثل اللغات الألمانية، الفرنسية، الصينية، اليابانية والروسية والإسبانية، وكذلك اللغة العربية. وعليه، بدأت دول العالم المتقدّم كالولايات المتحدة وبريطانيا في تشجيع تعليم اللغات الأجنبية في مراحل التعليم العام والعالِي، حيث يرى السياسيون ورجال الأعمال أنّ البقاء في حلبة المنافسة العالمية سياسيا واقتصاديا يتطلب انتشار لغات متعدّدة بين أفراد الشعوب. ورغم ذلك يرى كثير من المتخصّصين أنّ تعليم اللغات الأجنبية قد يودّي إلى آثار جانبية تطلّ الهوية الوطنية والثقافية، وإلى فرض سيطرة اللغات المتعلّمة على الثقافات التي ينتمي إليها المتعلّمون.

واللغة الأجنبية كما يصفها الباحث "صالح بلعيد" هي كلّ لغة تأتي من الخارج بفعل الغزو أو الفرض أو التّبعية، وتكون لغة غير رسمية ولا وطنية. فحدودها في العادة معروفة واستعمالنا لها لا يقودنا إلى الابتداع، بقدر ما يقودنا إلى التّبعية، وهكذا حصل عند كلّ الأمم التي تخلّت عن لغتها وأخذت لغات غيرها، إضافة إلى ما يلحق ذلك من التّجهيل بالتّاريخ الوطني، والتّوجيه لخدمة أغراض اللغة الأجنبية المدروسة.¹

والجزائر أيضا اهتمّت بتعليم اللغات الأجنبية، غير أنّ هيمنة اللغة الفرنسية على باقي اللغات جليّة للقاصي والدّاني. فمن المعلوم أنّ الفرنسية انتشرت مع الاحتلال الفرنسي (1830-1962)، وامتدّت لجميع المناطق، وبقي تأثيرها قويا بعد الاستقلال؛ حيث تحتلّ مكانة مهمّة مقارنة بغيرها من اللغات الأجنبية، بل وتوظّف على نطاق واسع في التعليم الجامعي، بالشّعب العلمية والتّقنية، وفي وسائل الإعلام المرئية والمكتوبة والمسموعة، وتستخدمها بعض فئات المجتمع للتّواصل الشّفهي، وهذا ما جعلها تؤثر على اللغة العربية وأساليبيها، فلا جدال في شيوع الثنائية اللغوية (عربية/فرنسية)، وإن لم تعترف بها الجهات الرّسمية، وتعتبر هذه الثنائية اللغوية ظاهرة تاريخية، ربّما حتمّتها ظروف البلاد سابقا؛ حيث كانت سبيلا أوحّد لضمان النّجاح في المرحلة الانتقالية التي عرفت الجزائر بعد الاستقلال، بغرض الاستفادة منها للوصول إلى العلم والمعرفة، ولتتخذ مطية للوصول إلى الحضارة والتّقنية. بيد أنّنا اليوم نراها تؤثر وبصورة سلبية في المجتمع الجزائري، وتعليمية لغته العربية الفصيحة الممثلة لهويته ودينه وثقافته، إن لم توجه هذه الثنائية ويتمّ التخطيط لها بما يخدم المجتمع؛ لأنّ الوضع اللغوي الرّاهن يشير إلى ترسيخ استعمال اللغة الفرنسية أكثر وبصورة دائمة، وصار الشّارع إثرها ثنائي اللغة، بدليل إشارات المرور، ولافتات المحلات، والكتابات على المباني العامّة.²

وعليه، فإنّ الثنائية اللغوية في الجزائر هي ثنائية واقع، ولكنّها غير محكمة الإلتقان، وهو وضع يدلّ بما لا يدع مجالا للشك، على اتّساع نطاق استعمال الفرنسية والعربية معا، ولكنّه يكشف في حقيقة الأمر

¹ صالح بلعيد: المواطنة اللغوية وأشياء أخرى، دار هومة للنشر، الجزائر، 2008، 99.

² باديس لهويل، نور الهدى حسني: مظاهر التعدد اللغوي في الجزائر وانعكاساته على تعليمية اللغة العربية، : 115
2017/06/20، تاريخ الزيارة: <http://revue.ummtto.dz/index.php/pla/article/view/1121>، 23:15

عن تدني مستوى إتقان اللغتين، وإلى بروز لغة تقريبية، مما يترتب عليه حتماً في النهاية تدني التكوين الذي ينتقاه الطلبة، وبذلك ضعف الإنتاج الأدبي والعلمي.

وتبقى اللغة الفرنسية هي اللغة المهيمنة على القطاعات الحيوية في المجتمع الجزائري؛ فهي لغة الصناعة والإدارة والمؤسسات الاقتصادية، كما أنّ فشل تعريب الجامعة الجزائرية واقتصارها على معاهد العلوم الإنسانية أكثر، بمقابل بقاء اللغة الفرنسية لغة التدريس في الكثير من المعاهد، أسهم في الهيمنة اللغوية للفرنسية.¹

✓ الأمازيغية كلغة ثالثة:

كلّنا يعرف أنّ في الجزائر هويات متعدّدة متعايشة، وكلّ هوية تقوم على لغة، أو نمط لغوي، لكنّها لا تتوفّر على الأعراق اللغوية الآتية من الفوارق العرقية، وقد حصل التعريب العرقي منذ القديم، وما يطرح في الوقت الراهن من مسألة الأمازيغية، هو طرح المقصود منه ليس العرق اللغوي، وإنما الاعتراف بهذه اللغة على أنّها تشكّل جماعات لسانية في مختلف مناطق الوطن، وتريد أن يكون لها وجود فكري بوساطة هذه اللغة.²

لم يكن للأمازيغية نصيب في التعليم لكثرة لهجاتها، وكذا عدم وجود ما يمثلها كتابة، ولعلّ ذلك ما أبعدها عن حقل التربية والتعليم إلى غاية 1995، أين تمّ فتح أقسام نموذجية لتعليم اللغة الأمازيغية بست عشر (16) ولاية، وكانت تلك أول مرة قامت فيها المدرسة الجزائرية بالتكفل بهذه المادة. وحرصت الحكومة الجزائرية، ممثلة في وزارة التربية والتعليم، على تعميم اللغة الأمازيغية، وأصدر قرار بشأن ذلك سنة 2003 يقضي بتعليمها، تعليماً تمكن من خلاله أن يرتبط الفرد الجزائري بلغته وتاريخه، وعقيدته، وقد انطلق المشرع الجزائري في ذلك من غايات التعليم، التي أفرزتها فلسفات التربية والتعليم، والمتمثلة في الأهداف العامة المرجوة من تعليم اللغة الأمازيغية، ويمكن أن نوجزها في النقاط الآتية:³

- ترسيخ العقيدة الإسلامية، وتعزيز القيم الإنسانية من خلال محتوى النصوص الأدبية والمعلوماتية؛
- الاعتراز باللغة العربية والأمازيغية، والإيمان بتميزهما، وبخصائصهما التي تكفل لهما الاستمرار والقدرة على المستجدات، ومواجهة التحديات؛
- تعزيز الإيمان بالتراث العظيم الذي استوعبته اللغة الأمازيغية، وبيان الصلة العميقة التي لا تنفصم بين الإسلام، وبين العربية والأمازيغية؛
- تعزيز الروابط بين أبناء الوطن، وتمتين هذه الروابط بينهم، وبين إخوانهم في الدين، واللغة الجامعة والثقافة داخل الوطن وخارجه؛

¹ المرجع السابق، الصفحة نفسها.

² نصيرة سالم، نالي جمال: الإصلاحات التربوية في الجزائر أي مفهوم للإصلاح؟ 64. <http://dspace.univ-biskra.dz:8080/jspui/bitstream/123456789/8915/2/4.pdf>، تاريخ الزيارة 2017/06/23، الساعة 22.00.

³ ولها حسين: المأزيغية في الجزائر، بين الفعل التربوي والبعث السياسي، الملتقى الوطني حول التخطيط اللغوي، 3-5 ديسمبر 2012. http://www.ummo.dz/lpla/index_fichiers/takhtit02.pdf، تاريخ الزيارة 2017/06/23، الساعة 22.30. 314-313

- التفاعل الصادق الواعي مع قضايا الأمة ومشكلاتها، من خلال وسائل اللغة العربية أو الأمازيغية في التعبير والاتصال؛

- استيعاب المعارف اللغوية والأدبية، وإبراز ما وصلت إليه هذه المعارف من تنظيم، ودقة وعمق على أيدي اللغويين، والأدباء والمفكرين المختصين بحق في اللغة الأمازيغية.

وتعمل وزارة التربية والتعليم حاليا على تسريع عملية تعميم تدريس الأمازيغية في المؤسسات التعليمية، ومن الجامعات الجزائرية التي تدرس هذه اللغة أربع جامعات هي: جامعة العقيد أكلي محند أولحاج البويرة، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، جامعة مولود معمري تيزي وزو وجامعة الحاج لخضر باتنة.

3.3- التاريخ الوطني:

التاريخ ليس رسدا لما مضى من واقع وحقائق، بل هو إعادة بناء الماضي من منظور الحاضر، وهو - كما يصفه أهله- جزء من سعي البشرية ومسيرتها صوب المعرفة، وهو "علم البشر في رحاب الزمان".¹

ويعدّ التاريخ حاضنة قوية لمجمل عناصر الهوية، ففيه نعثر على جميع الحلقات المرتبطة بشخصية الأمة وهويتها، وبهذا فليس التاريخ مجرد وقائع تُروى، وأحداث تُسرد، ولكنه في حقيقته وجوهره سريان الماضي في الحاضر، بما يعنيه هذا السريان من الوعي بالإطار الثقافي لهذا التاريخ، والذي يبيلور، ويكرّس بأنّ الانتماء العقدي والفكري لأمة يجسده تاريخها. لهذا يكون للتاريخ مفعوله، من خلال ممارسة هذا التأثير في حاضر الأمة، وبذلك يخطئ من يعتقد أنّ التاريخ سجلّ ميت.

ولما كانت أهمية التاريخ عظيمة ذات شأن، فإنّ الأمم تفرع إليه في تبين شخصيتها الوطنية عبر الأزمان السحيقة والأحقاب البعيدة. بهذا يمكننا أن نؤكد على هذه الأهمية التي يحظى بها التاريخ بالنسبة للأمم والشعوب، فهو بمثابة الفضاء الذي تعود إليه الأمم كلّما تاهت، واختلت موازينها، لتتبين حقيقة شخصيتها الوطنية، بمعنى كلّما تزعزعت هوية الأمة في عيون الأجيال المتلاحقة، سيكون التاريخ بمثابة طوق النجاة الذي تهرع إليه، لذلك يقول "حسن هيكل": "لا حياة لأمة إلاّ بإحياء ماضيها"، لأنّ إهمال التاريخ سيعرّض الأمة للخطر، خاصّة في اللحظات التي تكون فيها مقبلة على اتخاذ قرارات مصيرية، أو اللحظات التي تمرّ فيها الأمة في مفترق طرق، وتطرح عليها خيارات مصيرية.²

¹ نبيل علي، مرجع سبق ذكره، ص 35.
² 146.

وإذا كان التاريخ كذلك في علاقته بالهوية بالنسبة للأمم، فلا يمكننا أن نستثني هذه العلاقة فيما يخصّ الشعب الجزائري، حيث يصرّح "عبد المالك مرتاض" بقوله: "والتاريخ في الجزائر، مما كان له أثر واضح في حفظ الشخصية الجزائرية وتعميق أصالتها...إننا اليوم حين نبحث عن أنفسنا، ونشرّب إلى معرفة أصول شخصيتنا، نفرع إلى التاريخ الوطني وإلى حوادثه الجسام بوجه خاص، لنرى في هذا التاريخ أنفسنا ماثلة، وشخصيتنا الوطنية قائمة واضحة".

وللحديث عن خصوصية الشعب الجزائري، نوّكد مرة أخرى على التاريخ بصفته مقوماً من مقومات هويته، فحتى وإن انضوى الشعب الجزائري تحت مسمى الهوية العربية الإسلامية، باعتبارها هوية الأمة جمعاء، إلا أن تاريخ هذه المنطقة يحدّد خصوصية هذا الشعب عن غيره من شعوب الأمة، وذلك لاختلاف تاريخ منطقة شمال إفريقيا والجزائر خصوصاً، عن تاريخ غيرها من شعوب هذه الأمة، فالتراث الحضاري الذي شكّل وجدان الجماعة في هذه البيئة الجغرافية، يختلف عنه في البيئات الأخرى، من خلال الحضارات التي استوطنت المنطقة كحضارة الفينيقيين، والرومان، والبيزنطيين، والوندال على مرّ تاريخ المنطقة، يضاف إليها التراث الحضاري العربي الإسلامي.

فهذه المنظومة الحضارية التي يحتفظ بها سجلّ الأمة وتاريخها، تختلف فيها عن غيرها من الشعوب، وبذلك تكون شخصية وهوية الجزائري ذات خصوصية ما، لخصوصية تاريخها، لذلك نقول أن التاريخ حلقات من الحياة والحوادث والحروب، والشخصية الوطنية سلسلة طويلة تمتدّ مع هذه الحلقات التاريخية وترتبط بها.¹

4.3- الناحية الفنية للثقافة الجزائرية:

عرفت الثقافة الجزائرية الأدب الجزائري، الذي عرف تقدماً ملحوظاً خاصة بعد الاستقلال، من خلال أدبيات الكثير من الأسماء اللامعة التي تركت بصماتها على الساحة الثقافية بالجزائر، أمثال "الطاهر وطار"، "كاتب ياسين"، "محمد ديب"، "مولود فرعون"، "رشيد بوجدره"، و"رشيد ميموني"، وغيرهم من الأدباء، الذين غاصت مؤلفاتهم في عمق المشاكل التي يعاني منها المجتمع الجزائري، في أوقات مختلفة من تاريخه، ولا سيما تاريخه المعاصر.²

¹ 151.

² سنركز في هذا المقام على الناحية الفنية للثقافة الجزائرية، ذلك أنّ كلّ العناصر السابقة واللاحقة تندرج ضمن بوتقة الثقافة الجزائرية عموماً، بالتالي ارتأت الباحثة إدراج كلّ ما له علاقة بالفن الجزائري في عنصر . وهناك عناصر أخرى للثقافة الجزائرية كاللباس والأكل وطقوس الأفراح سنتطرق لها الباحثة في الفصل التطبيقي من هذه الدراسة.

² شريفة بربجة: التغيرات السوسيوثقافية وأثرها على الهوية الثقافية أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة وهران2 .118 2016-2015

وعرفت الثقافة الجزائرية السينما، التي كانت بداياتها خلال الفترة الكولونيالية، فقد لعبت دوراً هاماً في النضال الذي خاضه الشعب من أجل الاستقلال. وقد أسس جيش التحرير الجزائري وحدة للفيلم التسجيلي، أشرف عليها المخرج التسجيلي الفرنسي "رينيه فوتيه"، وهو أحد أنصار الجبهة القومية لتحرير الجزائر، الذي أخرج في تلك الفترة فيلمه الشهير "الجزائر تحترق" عام 1959.

كما أسست الحكومة الجزائرية في المنفى هيئة للإنتاج السينمائي في تونس أنتجت العديد من الأفلام القصيرة أخرج معظمها "جمال غاندرلي"، و"محمد الأخضر حامينة".

وبعد استقلال الجزائر عام 1962، عرفت السينما الجزائرية الحديثة، هروباً من السينما الكولونيالية، فظهرت في البداية أفلام ثورية تتحدث عن الثورة والاستقلال، وكان هذا هو الموضوع الرئيس للسينما الجزائرية وقتها، منها فيلم "ريح الأوراس" سنة 1965 لمحمد الأخضر حامينة، وفيلم "دورية نحو الشرق" سنة 1972 لعمار العسكري، و"الأفيون والعصا" لأحمد راشدي، وفيلم "معركة الجزائر" 1966، والفيلم الذي خلق أكبر شهرة للسينما الجزائرية هو "وقائع سنين الجمر" للمخرج "محمد الأخضر حامينة" الذي أخرج السينما الجزائرية للعالمية، بعد تحصله على السعفة الذهبية في مهرجان كان *Canne* السينمائي عام 1975.

وأنتجت أفلام الكوميديا، والتي صورت الوضع المعيشي للجزائريين، مثل "عمر قتلاتو" لمخرجه "مرزاق علواش"، هدف إلى تسجيل الوقائع، والصعوبات التي يواجهها الشباب في المناطق الحضرية في وجه من الكوميديا. وأفلام "حسان طيرو" و"حسان تاكسي"، أو فيلم "عطلة المفتش الطاهر"... ومنذ ذلك الوقت وبالتحديد سنة 1980، بدأت السينما الجزائرية بالخمول، وشهدت ندرة في الأفلام من ذلك الوقت الى غاية نجاح فيلم "كرنفال في دشرة" لمحمد وقاسي.

السينما بالجزائر في الحاضر تستعد لإعادة هيكلة نفسها، ومن الأفلام المخرجة في الأفنية الجديدة فيلم "فيفا لالجيري" لنادر مكناش، وفيلم "إنديجان" لمخرجه "رشيد بوشارب"، وفيلم "مسخرة" لمخرجه إلياس سالم، وفيلم "الخارجون عن القانون" لمخرجه "رشيد بوشارب"، والذي أثار الكثير من النقاشات في فرنسا بسبب موضوع الفيلم، الذي يتحدث عن مجازر 8 ماي 1945.

وعرفت الثقافة الجزائرية أيضاً المسرح، الذي تعود جذور نشأته إلى فترة الاحتلال، بحيث كان عبارة عن مسرحيات تقليدية، تقدم بالأمكان العامة، مثل الأسواق، وعبارة عن كوميديات وعروض دمي القراقوز... إلى غير ذلك.

ومع ذلك تميز المسرح الجزائري آنذاك، بارتباطه بالهوية الثقافية، لأنه حافظ على التراث الشعبي، وشكل نوعاً من المقاومة الثقافية، وحافظ على اللغة المحلية.

أما بعد استقلال الجزائر، تطور المسرح خاصةً بدفع من أصحاب الثقافة "محمد بودية ومصطفى كاتب"، ودعم من الدولة؛ بإنشاء مؤسسة "المسرح الوطني الجزائري سنة 1963". فالمسرح الجزائري في الأساس كان مسرحاً ملتزماً، يعالج مسائل الهوية، وقضايا التاريخ والمظاهر الاجتماعية خلال الاستقلال.

أما الموسيقى فتعدّ من ألمع الملامح الثقافية الجزائرية، والتي كان لها قسط كبير في إرساء الهوية الثقافية للشعب الجزائري، وكانت سلاحا للمقاومة، وللمحافظة على التراث الثقافي، ووسيلة للتصدي لطمسه وإتلافه بالرغم من سخرية المستعمر عليها، وبالأخصّ "الفولكلفور".

فالطبوع الموسيقية تتعدّد وتتوّع في الجزائر باختلاف نواحي البلاد، فهناك التراث الموسيقي القديم، مثل الأندلسي، والطرب البدوي والشعر الملحون، اللذان يُعدّان من تراث جهة الصحراء الجزائرية والهضاب العليا، وموسيقى الشعب، وطابع المالوف القسنطيني، وموسيقى النائلي، وموسيقى القبائلي، التي تغنى بالأمازيغية، والموسيقى الشاوية، ورائدها الشيخ عيسى الجرّموني، ولا ننسى ذكر التندّي والقناوي... . والموسيقى الحديثة متوفرة بشكل كبير في الجزائر، وأشهرها موسيقى الراي.

كما عرفت الثقافة الجزائرية، الشعر، وبالأخصّ الشعر الثوري، والشعر الملحون، والرسم، ومن رواده "محمد راسم"، أشهر الرسّامين الذين عرفتهم الجزائر، بتخصّصه في فنّ المنمنمات.¹

5.4- العادات والتقاليد:

تعرفّ العادات بأنها "كلّ سلوك متكرّر يكتسب اجتماعيا، ويتعلّم اجتماعيا، ويمارس اجتماعيا، ويتوارث اجتماعيا، وهي من الدّعائم الأولى التي يقوم عليها التراث الثقافي في كلّ بيئة اجتماعية".² وتعرفّ التقاليد: بأنها العادات المتوارثة التي يقلّد فيها الخلف عن السلف، وهي مقتبسة اقتباسا رأسيا من الماضي إلى الحاضر، ثمّ من الحاضر إلى المستقبل، فهي تنقل وتورث من جيل إلى جيل، ومن السلف إلى الخلف.³

والمجتمع الجزائري غني بالعادات والتقاليد، وهي تمثّل رمز أصالته وامتداد جذوره في التاريخ البعيد، ومن بين هذه العادات والتقاليد:

- إحياء المناسبات الدينية (عيد الفطر، الأضحى، المولد النبوي الشريف، الهجرة النبوية وعاشوراء).
- إحياء المناسبات الوطنية (عيد الاستقلال، اندلاع الثورة التحريرية، رأس السنة الأمازيغية).
- إقامة الولائم في أفراح الزواج والختان وعودة الحجّاج.
- إكرام الضيف وحسن استقباله.
- صلة الرحم وتبادل الزيارات.
- طاعة الوالدين واحترام الكبار والرفق بالصغار وذوي الاحتياجات الخاصة.

¹ شريفة بريجة، 119.

² رينهارت بيتر أن دوزي: **تكملة المعاجم العربية** : محمد سليم النعيمي، منشورات وزارة الثقافة والإعلام، 1979، 7، 72.

³ المرجع نفسه، ص 110.

: حاولت الباحثة الاختصار في هذا العنصر، لأنها ستبحث في باقي العادات والتقاليد من خلال ما سيبدلي به المبحوثون في إجاباتهم في الجزء التطبيقي من هذه الدراسة.

- اللباس التقليدي (البرنس، الحايك، الفشائية، الملحفة الشاوية، الجبة القبائلية، لباس التوارق..) وهو لباس محتشم.
- التوزيع وهي التطوع للمساعدة في جني المحاصيل أو بناء مسكن وعند المصائب والشدائد.
- استعمال الأواني والأدوات التقليدية (الطاجين، الجفنة..).

خلاصة:

بحث هذا الفصل أساسا في الهوية الثقافية وإشكاليات تحديد المفاهيم المتعلقة بها؛ حيث يتجاذب هذا المفهوم (الهوية) ميادين متعددة، بينما يخضع في كثير من الأحيان لآراء الناس وتصوراتهم حوله، ونادرا ما يرتقي التفكير إلى مستوى البحث العلمي الجاد، فكثيرا ما جاء الحديث عن الهوية كردّ للفعل، خاصة في ظلّ المناخ المشوب بالتراجع الحضاري، حيث يتشكل عالم تحت أعيننا دون أن يكون لنا القدرة على المشاركة في هذه الصياغة التي لا تحتل إلا ثرواتنا دون أشخاصنا أو هوياتنا.

وخلصنا إلى أن الهوية تشكل نسيجا معقدا جدا، يستمد من عقيدة الشعب، وقيمه الكبرى، وذاكرته التاريخية، وخصائص المكان الذي ينتمي إليه، وهي ليست بنية جامدة، ولا معطى نهائيا، فبعض مفرداتها يتمدد، وبعضها ينكمش، وبعضها يظهر، وبعضها يتوارى، بحسب نوعية الأنشطة الثقافية التي يمارسها الناس، وبحسب الظروف والتحديات التي يواجهونها لأن الثقافة تعتبر أصلا ورافدا يصب في روح المجتمع كي يصنع الهوية.

كما تطرقنا إلى الهوية الجزائرية، وأهم عناصرها التي سنحاول توظيفها كمؤشرات لاحقا في الدراسة التطبيقية، لمعرفة انعكاسات الشبكات الاجتماعية الاليكترونية على كل منها، وبالتالي الوصول إلى هدف الدراسة، لكن قبل ذلك يجب التعرف على هذه الانعكاسات بشكل نظري؛ من خلال ما ورد في مختلف الكتابات حول هذه النقطة، وهذا ما سنتطرق إليه في الفصل القادم.

الفصل الخامس:

الشبكات الاجتماعية الاليكترونية والهوية الثقافية للشباب الجزائري

I. شبكة ال"فيس بوك": نافذة الانفتاح الهوياتي

- 1- الهوية في المجتمعات الافتراضية.
- 2- مظاهر التحوّل إلى الهوية الافتراضية.
- 3- الهوية الافتراضية عبر شبكة "فيس بوك".
- 4- تمظهرات الهوية الافتراضية عبر "فيس بوك".
- 5- هويات مرتادي "فيس بوك".

II. الشبكات والهوية الثقافية في المجتمع الجزائري

- 1- التغيرات الحاصلة في المجتمع الجزائري جرّاء استخدام الشبكات الاجتماعية الاليكترونية.
- 2- الشبكات الاجتماعية والهوية الثقافية.
- 3- الشباب الجامعي وال"فيس بوك".
- 4- لغة الشباب على ال"فيس بوك".
- 5- الطلبة والهوية الثقافية.

تمهيد:

بقدر ما حملت الانترنت بشبكاتها الاجتماعية من تغييرات في الصناعة الإعلامية، وأنماط استهلاك المعلومات وسهولة في تداولها، بقدر ما طرحت العديد من الإشكاليات المتعلقة باستخدام تقنياتها والمطارات التي تتجرّ عنها، في ظلّ تحوّل الفضاء العام للاتصال.

ومن أكثر الرّهانات التجريدية والجدلية التي تطرحها تلك الشبكات هو تمكينها للفاعلين عبرها من تجاوز الإكراه المرتبط بالفضاء الواقعي، وسماعها للمستخدمين بالانعتاق من سياقات الحضور الجسدي وطقوس المكان الفعلي، باستحداثها لسياقات اتصالية جديدة، طابعها الافتراضية والتحرر، ووسائلها حواسيب وأرقام سرّية، وأسماء، وصور مستعارة، تنوب عن الحضور الشّخصي، وتتجاوز السّمات الفردية المميّزة لكلّ شخص، حيث يحدث التواصل والتفاعل زمنيا مع صور وأسماء مجتمع تصنع هويته وطابعه العام هويات لشخصيات تتواصل فقط عبر رموز افتراضية.

وسنحاول من خلال هذا الفصل التّطرّق إلى الهوية في هذه العوالم الافتراضية، وخاصة إلى كيفية تمظهر هوية الشّباب الجامعي الجزائري من خلال شبكة الـ"ايفيس بوك" المتربّعة على عرش الشبكات الاجتماعية، كما سنتطرّق إلى الشبكات والهوية الثقافية في المجتمع الجزائري.

I. شبكة الفيس بوك: نافذة الانفتاح الهوياتي

1- الهوية في المجتمعات الافتراضية:

1.1- ماهية المجتمعات الافتراضية:

إن الجماعة الافتراضية تتشكل كجمال تنتمي إليه مجموعة من الأشخاص على شبكة الانترنت، وتتقاسم اهتمامات مشتركة. ولكن هؤلاء الأشخاص يبتعدون عن بعضهم البعض ماديا. وقد لا يلتقون أبدا. وقد تشكلت أول جماعة افتراضية من نوعها في الثمانينات، وكان الاتصال يتم فيها عن طريق حواسيب باهضة الثمن، فأمكن الاتصال والخوض في المغامرة، والزواج، وإنشاء الديانات، والتحرّيز على الحرب، والاحتجاج ضدها، وكانت صعوبة هذا العالم الافتراضي تكمن في كيفية تسيير عالم مسكون بـ15000 شخص.¹

ظهرت المجتمعات الافتراضية على الخط *on line communities* في بداياتها، بفعل احتياجات التعليم، واستخدام تكنولوجيات الحاسوب، والاتصالات الرقمية، منذ منتصف ثمانينات القرن الماضي، ثم انبثقت بعد ذلك ما عُرف بالمجتمعات الشبكية *networked communities* تقريبا مع أوائل التسعينات؛ حيث تطوّرت في شكل جماعات معروفة من مستخدمي الانترنت، تشترك في الخصائص والاحتياجات والمهارات، ثم انتشرت هذه المجتمعات الرقمية بانتشار تكنولوجيا الويب.²

وظهر المصطلح في صورته الإنجليزية عنوانا لكتاب "هوارد راينجولد *Howard Rheingold*" (1993)، ويعني جماعة من البشر تربطهم اهتمامات مشتركة، ولا تربطهم بالضرورة حدود جغرافية، أو أواصر عرقية، أو قبلية، أو سياسية، أو دينية، يتفاعلون عبر وسائل الاتصال، ومواقع التواصل الاجتماعي الحديثة، ويطوّرون فيما بينهم شروط الانتساب إلى الجماعة، وقواعد الدخول والخروج، وآليات التعامل، والقواعد، والأخلاقيات التي ينبغي مراعاتها. وتعبير "دي مور و وايجاند *De Moor and Weigand*" (2007) المجتمع الافتراضي هو "نظام اجتماعي تكنولوجي".

ويشمل التعريف مجموعة من العناصر المهمة هي:

- جماعة من البشر: تزيد وتنقص، تكبر وتصغر، وفق شعبية الموقع وسهولة استخدامه، غير أن هويات أفراد هذه الجماعة تبقى موضع تساؤل وريبة ما لم يكن لها وجود حقيقي معلوم في العالم الواقعي.

¹ POIVRIER Mario, SIMARD Alexandre, *Psychologie de l'Internet* (en ligne) URL :http://benhur.Teluq.quebec.Ca/m_poivrier/psyinter/index.htm.

² بايوسف مسعودة: الهوية الافتراضية: منشور في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية عدد خاص بالملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظلّ التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، جامعة بسكرة، 2011، 468.

- اهتمامات مشتركة: بالأدب، أو العلوم، أو الفنون، أو الصناعات، أو الهوايات أو غير ذلك. وقد تكون الاهتمامات "تافهة" أو غير جادة، أو جانحة غير مقبولة من وجهة نظر من لا ينتمون إلى الجماعة أو المجموعة.
- تفاعل: يتّصف بالاستمرارية وسرعة الاستجابة. من هنا، لا يُعدّ البريد الإلكتروني مجتمعا افتراضيا، إلا إذا صاحبه الدردشة والرسائل النصية الفورية. تشمل التفاعلات تبادل المعلومات والدعم والنصيحة والمشاعر وفق طبيعة الجماعة أو المجتمع الافتراضي.
- وسيلة وفضاء للتواصل: منتدى، أو غرفة دردشة، أو موقع تواصل اجتماعي، أو مجموعة بريدية أو مدوّنة، أو غير ذلك.
- شروط عضوية: كلمة مرور واسم مستخدم وبيانات وقواعد تنظّم المشاركة والتفاعل، وما إلى ذلك.¹

ويعرّفه الباحث "محمد منير حجاب" بأنه "مجتمع يتكوّن من أشخاص متباعدين جغرافيا، ولكن الاتصال والتواصل بينهم يتمّ عبر الشبكات الإلكترونية، وينتج بينهم - نتيجة لذلك- نوع من الإحساس والولاء والمشاركة".²

ويعرّفه "جوناثان لايزر *Jonathan Layzer*" بأنه "تجمّعات تشكّلت من خلال شبكة الانترنت، لا يقطن أعضاؤها في بوتقة جغرافية، ولكنهم موزعون في أنحاء مختلفة ومنتشرة حول العالم، يجمع بين هذه التجمّعات اهتمامات مشتركة ومختلفة. وتتعدّد أنماط هذه التجمّعات ما بين تجمّعات تجارية، وتجمّعات طبيّة، وتتّسع لتشمل أنماطا أخرى متعدّدة".³

وطرح "برينر *Brenner*" مفهوم المجتمع الافتراضي في مؤتمر "*Virtual Community*" الذي عقد في لندن سنة 2001 بأنه "مفهوم مركّب، يشير إلى علاقات تظهر بين الأفراد الذين يتشاركون عبر الانترنت، استغلّ هذا المجتمع التقنيات الإلكترونية وأدواتها في تحقيق وتنفيذ مشاركات اجتماعية".⁴

ويتبيّن من خلال ما سبق أنّ المجتمع الافتراضي هو مجموعة أفراد، يستخدمون تطبيقات الانترنت الاتصالية، تعرّفوا على بعضهم البعض، وشكّلوا علاقات فيما بينهم افتراضيا، ويتفاعلون افتراضيا، ولهم معايير وقواعد خاصة بهم، ولهم نفس الاهتمامات والأفكار والمميزات، وهذا ما يجعلهم يبنون علاقات وطيدة مثل تلك التي تتشكّل في المجتمع الحقيقي، ويطلق على هؤلاء الأفراد بدورهم تسمية الأفراد الافتراضيين "*virtual individual's*" أو الأفراد الانترنتيين (*netizen*)، الذين يمكن اعتبارهم كائنات حوارية-

¹ بهاء الدين محمد مزيد: المجتمعات الافتراضية بديلا للمجتمعات الواقعية، د. قسم دراسات الترجمة، جامعة الإمارات العربية

4.

² محمد منير حجاب: _____، دار الفجر، القاهرة، 2004 470.

³ LAYZER Jonathan and others ; Collecting user requirements, in a virtual population: a case study, USA,2000. [www.user page un bc.Edv/Nbuch.wiet/Papers.lazr.htm](http://www.user.page.un.bc.Edv/Nbuch.wiet/Papers.lazr.htm).

⁴ EV. Brenner, Report from the field virtual community in the business world, information today, vol 17, issue11, Dec.2000, P.67-68.

كتابية في أغلب مظاهرهم. و يتميز هؤلاء الأفراد بغياب الصورة الجسدية الفيزيائية الملموسة للإنسان، بحيث تحل محلها الحوارات التي يقدمها الأفراد، والمعلومات التي يتشكّلون بها، ولا يبقى في حقيقة الأمر إلا أجهزة الحواسيب في كل مكان، تمثل الأفراد البشريين بشكل أو بآخر، وكأنهم مجرد اللحم والدم لمجتمع آلي جديد". ونجد أفراد المجتمع الافتراضي يمنحون أهمية كبيرة لجماعتهم الافتراضية على حساب جماعتهم الأولية، ومحيطهم الاجتماعي وعلاقاتهم الحقيقية، وحسب *Raymond B. François B.* فإنه عندما يصبح بقاء الجماعة هو الهدف الهام لدى أفرادها أكثر من أهدافهم وأموهم الشخصية، فحينئذ يمكن القول أن هذا التّجمع يمكن أن يشكّل مجتمعا، أو هو في طريق التشكّل، وبالفعل هذا هو ما يحدث في المجتمعات الافتراضية، حيث أن الأفراد يهتمون أكثر بمصير علاقاتهم، واتصالاتهم الافتراضية، من علاقاتهم مع أهلهم وأصدقائهم الواقعيين.¹

2.1- خصائص المجتمع الافتراضي:

إن أولى السمات الظاهرة للتفاعلات الافتراضية هي **افتراضيّتها نفسها**؛ فالعلاقة بين الطرفين ليست علاقة إنسانية كما في المجتمع الواقعي، بل إنسانية مفترضة، أي متفاعلة بين إنسان وإنسان عبر وسيط آلي، وبشكل غير مباشر. وقد طرح "غاري كروغ *Gary Krug*" أن ابتكار الواقع الافتراضي وعوالمه الإلكترونية أدّى إلى تفكيك العلاقة بين التفاعلات التي تقوم على أساس الوجه بالوجه. هذا ما قد يؤدي إلى اختلاط الواقع بالافتراضي، فكثيرا ما يحدث اليوم جلوس أفراد أسرة معينة مع بعضهم البعض، في غياب للعلاقات الإنسانية، وغلبة التفاعلات الافتراضية، كل فرد على حدى، من خلال استخدام حاسوبه أو هاتفه النقال أو *IPad* وغيرها. ذلك أن وجود الفرد أون لاين (*Online*) في المجتمع الافتراضي يجعله أوف لاين (*Offline*) في المجتمع الواقعي، والعكس صحيح. إن السمة الافتراضية للمجتمع الافتراضي تحدث اليوم قلقا على العلاقات الاجتماعية والأسرية، خاصة إذا ما تجاوز الحضور الافتراضي للفرد حداً يؤدي إلى انقطاعه عن محيطه الاجتماعي الحقيقي. ولقد طرح "ألبرت بورغمان *Albert Borgman*" فكرة في هذا الصدد مؤدّاها أن حواسبنا تبعدنا عن عالمنا؛ حيث أن الانترنت تلعب دورا في التأثير في الأشخاص، وذلك لأنها أتاحت فرصة تكوين علاقات اجتماعية سهلة عبر فضائه. ساهمت هذه العلاقات في تفكك ما هو تقليدي من العلاقات الاجتماعية وتشكّل ما هو افتراضي على المستوى العالمي والمحلي.²

ومن أهم خصائص المجتمعات الافتراضية الأخرى، نذكر:³

- **المرونة:** تشمل سمات العالم الافتراضي المرونة، وانهيار فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدي، المجتمع الافتراضي لا يتحدّد بالجغرافيا أو القبيلة، بل بالاهتمام والمصلحة. ويستطيع الفرد أن يتواصل مع غيره عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والمنديات ومجموعات الأخبار، وغيرها من وسائط وبيئات إلكترونية في أيّ مكان، وفي أيّ وقت، طالما توفّر له حاسب أو هاتف محمول وانترنت.

- **العزلة:** ومن سمات المجتمعات الافتراضية، ومن توابعها أنها تنتهي إلى عزلة وانفراد، على ما تعد به من انفتاح على العالم وتواصل مع الآخرين.

من العجيب أنّ المجتمعات الافتراضية، وقد نشأت لأغراض شتى، منها تخليص البشر من عزلتهم، تنتهي بهم إلى عزلة جديدة عن عالمهم الواقعي. هذه المفارقة الكبرى في المجتمعات الافتراضية، مفارقة يلخصها عنوان كتاب لـ"شيرري تيركل" *Sherry Turkle*، وهو كتاب: *Together : Why We Expect More From Technologies Than From Each Other* "نحن معا لكننا وحيدان/ وحيدون: لماذا أصبحنا ننتظر من التكنولوجيا أكثر ممّا ينتظر بعضنا من بعض؟".

لقد نتج عن تطوّر المجتمعات الافتراضية حالات متفاوتة من الانقطاع عن العالم الواقعي، وانهيار العلاقات الاجتماعية.

- **حرية الاختيار وعدم الإجماع:** ومن سمات المجتمعات الافتراضية أنها لا تقوم على الجبر أو الإلزام، بل تقوم في مجملها على الاختيار. ليس هناك ما يُرغم أحدا على قبول صداقة غيره، ولا على الردّ على رسالة إلكترونية، أو التعليق على مداخلة أو تدوينة.

- **التمرد:** من خصائص المجتمعات الافتراضية، أنها فضاءات رحبة، مفتوحة للتمرد والثورة؛ بداية من التمرد على الخجل والانطواء، وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسية، مروراً بالتمرد على الأخلاق العامة واللياقة واللباقة. ومن أسباب ذلك، أنّ المجتمعات الافتراضية تتيح لروادها التخفي، فلا يشعرون بالحرج في الكتابة عمّا يجول بخواطهم.

- **اللامركزية وتفكيك مفهوم الهوية التقليدي:** تتسم المجتمعات الافتراضية بدرجة عالية من اللامركزية، وتنتهي بالتدرّج إلى تفكيك مفهوم الهوية التقليدي. ففي هذه المجتمعات أركان وزوايا، وفيها مراكز تأثير مختلفة، لا تنتهي إلى مرجع منفرد.

ليست المجتمعات الافتراضية مدينة فاضلة واحدة، ولا فضاء واحدا، بل فضاءات تتقاطع وتتوازي، وهي بتعبير "رينينجر" و"شومار" *Renninger and Shumar* فضاءات طوباوية متعدّدة (*heterotopia*)، على الأقلّ من وجهة نظر من يتمتعون بالإقامة فيها. أمّا من يدير تلك المجتمعات، ويتحكّم فيها فهم الأدمنز *Administrators* أو *Admins*، أو مدير الصفحة والصفحات، ومنشئوا المواقع الاجتماعية.

كما أنه لا الجغرافيا، ولا الانتماء العرقي أو القبيلة تتحكم في وجهة الانتماء، حيث أصبح الانتماء إلى الوطن بمعناه التقليدي - في كثير من الأحيان - تحية علم، ونشيد وطني. ولا يقتصر تفكير الهوية على الهوية الوطنية أو القومية، بل يتجاوزها إلى الهوية الشخصية؛ ذلك لأن من يرتادون المجتمعات الافتراضية، يرتادونها في كثير من الأحيان بأسماء مستعارة، ووجوه ليست وجوههم. وبعضهم له أكثر من حساب وأكثر من هوية، وفق غاياته.

لقد وصل قلق البعض من هذا الواقع الجديد إلى توقع أن ينتهي زمن التنوع الثقافي، ومن ثم إعادة تشكيل هويات جديدة في ظل ثقافة غربية مهيمنة، هويات رقمية تعزز مزيجا جديدا من السمات، والتفاعلات، والتظاهرات الفردية والجماعية في فضاء سايبيري، لا حد له ولا قيد عليه. ثم إن ما يتيح هذه الشبكات من الدخول بشخصيات افتراضية تدفع الفرد إلى تقمص ذات أو ذات مثالية، أو "عالمثالية"، كما سماها الباحث "سعد البازعي"، وهي هوية هجين تجمع بين الثقافة المحلية؛ من لغة ودين وموروث ثقافي وشعبي، وثقافة أجنبية بكل مكوناتها، وهذا ما يهدد في الأخير هوية الفرد الأصلية، من خلال انتماؤه للمجتمع الأصلي، ما يطرح في مرحلة ثانية تساؤلات عن مدى شرعية انتماؤه لهذا المجتمع (التقليدي).¹

3.1- مفهوم الهوية الافتراضية:

تعدّ الهوية الافتراضية مظهرا من مظاهر العالم الرقمي، والتجارة الإلكترونية، والبريد الإلكتروني والشبكات الاجتماعية، والعوالم الافتراضية، حيث لم تعد مرتبطة في العصر الرقمي بجهود ثابتة، وحبسية الأشكال المادية، مثل رخص القيادة، أو جوازات السفر مثلا، بل خلقت العوالم الافتراضية والشبكات الاجتماعية مواطن للتفاعل بين الأفراد في النوع والطبيعة، في الشخصية والعلاقة مع الآخرين، وأصبحت هذه الأخيرة أكثر مرونة في علاقتها بالعالم الحقيقي، وعلى هذا الأساس ظهرت هذه الهويات الجديدة محمولة على نحو متزايد، ولها القدرة على تجاوز أصولها والانتقال إلى الشبكات الاجتماعية والعوالم الافتراضية الأخرى، وحتى صفحات الويب الأخرى.²

ومن المسائل المركزية التي تناولها الباحثون بالدراسة علاقة مواقع الشبكات الاجتماعية بالهوية الذاتية للفرد، فمواقع الشبكات الاجتماعية تمثل مجالا يستعرض فيه الناس أنفسهم، وذواتهم، في فضائهم الصغير (الجداريات). وقد تناول الباحثون بالدراسة والتحليل من خلال جملة المؤشرات التي يختار المستخدم إبرازها أو إخفائها، والتي تكون ملمحه (الجنس، والعمر، والدين والمدينة التي يعيش فيها...إلى غير ذلك)، ويعتمد المستخدم استراتيجيات مختلفة للظهور إلى الآخرين كاختيار صورة، دون أخرى لملمحه، وما يقبل أن يظهره

¹ باديس لونيس: الهوية المحلية والهوية الافتراضية في ظل الإعلام الجديد، تاريخ الزيارة: 2017/05/15 : 15.30 : <http://platform.almanhal.com/Files/?ID=T2-82557-MLA0035873.pdf>

² مختار جلولي، بن عيشة عبد الكريم: الشباب وممارسات الهويات الافتراضية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، 411 : <https://manifest.univ-ouargla.dz/index.php/archives/archive/facult%C3%A9-des-sciences-sociales-et-sciences-humaines/127> تاريخ الزيارة: 2017/06/05 : 22.00

عن حياته الخاصة، وما يخفيه عن الآخرين. من هنا، فإنّ مواقع التواصل الاجتماعي تتيح معرفة استراتيجيات بناء الهوية الذاتية، من خلال دراسة التفاعل بين ما يسمّى الهوية الواقعية والهوية الافتراضية.¹

وقد تختلف التسميات عن الهوية الافتراضية، وهذا الاختلاف لا يطرأ على مفهوم الهوية في حدّ ذاته، باعتباره الشطر الأول من المفهوم (الهوية الافتراضية)، وإنّما في الفضاء أو البيئة التي توجد فيها تلك الهوية، باعتباره يمثل الشطر الثاني من المفهوم، وتعود هذه الإشكالية في عدم التفريق بين كلّ ما هو افتراضي والإلكتروني، ورقمي، أو فضاء الإنترنت، وإن كانت جميع تلك المفاهيم تشكّل مفهوما واحدا للهوية الافتراضية.

ويعدّ مضمون الهوية الافتراضية انعكاسا مباشرا لتمثّلات الذات الفاعلة، طبيعة قيمها وتصوّراتها، التي تؤسّس وجودها الاجتماعي والرقمي، وإن كان ذلك لا يغنينا عن تفهّم طبيعة التأثيرات التي تكون عرضة في ظلّ المجتمع الشبكي، باعتباره فضاء اجتماعيا مفتوحا على مختلف الثقافات الإنسانية، يتيح لها إمكانية التفاعل والتواصل الرقمي من خلال عمليات تبادل المعلومات، التي تتخذ في العادة شكل الصور، الملفات، الفيديوهات أو صوتيات، والتي تساهم بالفعل في عملية التنشئة الإلكترونية للذات الفاعلة في الفضاء الإلكتروني الافتراضي، بحكم أنّها تتفاعل وتتواصل في فضاء مفتوح خارج عن الطابع المؤسّساتي التقليدي.

وعليه، تشرف الهوية الذاتية بصفة إرادية على تنشئة نفسها، من خلال التنقل عبر الفضاءات الرقمية، التي تكون مجالا لاستدخال وتبادل قيم، معان، ودلالات متنوّعة نتاج أنساق ثقافية متباينة، الأمر الذي يجعل الهوية الثقافية عرضة لرهانات زمانية وعمليات تفاوض آنية قد تقوّض مدلولاتها الأصلية.²

فالهوية الافتراضية حسب ما ورد في الموسوعة الإلكترونية العالمية الحرة هي " علاقة الرّابط التكنولوجي بين الكيان الحقيقي (شخصي، أو منظمّة أو شركة) والكيانات الافتراضية (أي ما يمثّل تلك الكيانات الحقيقية رقميا)".³

ويقول الباحث "علي رحومة" أنّه في مفهومنا الجديد للهوية الرقمية على الإنترنت، يغدو مفهوم الهوية أكثر تعقيدا وغموضا، إذ تزداد خصائص الشخصية الإلكترونية عددا ونوعا وكيفا.. ومن خلال تفاعلها المتواصل والمتركّب في أشكال تكنولوجية متنوّعة، تتمثّل الهويات الرقمية بشتّى تمثّلاتها الممكنة في وسط إلكتروني، جمع بين وسائط الحرف والصوت والصورة والحركة واللون، وتجاوز الزمان والمكان في حركة الفضاء السايبري المدهشة. إنّ هذا الفضاء أتاح للإنسان إطارا كبيرا واسعا يحوي أطرا فرعية كثيرة. فهناك الإطار الذاتي للشخصية *self domain*، وهناك إطار الجماعة أو المجتمع الافتراضي الذي تنتمي إليه، كذلك

¹ : كيف نفكر في مواقع الشبكات الاجتماعية، ورقة مقدّمة لندوة الشبكات الاجتماعية الافتراضية والشباب الإماراتي، الواقع والتحدّيات، جامعة الشارقة، 2012، 03.

² كلثوم بيبيمون: تصوّر وممارسة الهوية الثقافية لدى الشّ

³ مختار جلولي، بن عيشة عبد الكريم، مرجع سبق ذكره، ص 412.

هناك الإطار الثقافي الطبيعي، الذي ينطلق منه الفرد إلى جانب الإطار الأوسع الكوني الجديد، الذي يمكن للفرد الافتراضي أن يتحرر من خلاله، وينطلق بكل إمكاناته وطاقاته التمثيلية والرقمية. ولكل من هذه الأطر المذكورة خواص تحدّد هوية ما للفرد الافتراضي. فضلا عن أن أيّا من هذه الأطر يمكن تزييفها وتغييرها من قبل الفرد نفسه، أو من قبل اختراق خارجي عن إرادة الفرد المعني¹.

إذن، الهوية الافتراضية هي مجمع الصفات والدلالات والرموز التي يوظفها الإنسان للتعريف بنفسه في الفضاء الافتراضي، فيتفاعل ويتواصل على أساسها مع الآخرين، وقد لا يتوافق مضمونها مع هويته الحقيقية في الواقع الاجتماعي.

اختلف الباحثون حول الطابع السلبي أو الإيجابي لمميزاتها من منطلق الآثار المتمخضة عنها، رغم الاعتراف الصريح بالمكاسب الهامة التي حققتها لإنسان اليوم، من خلال توسيع قدرته على التواصل الرقمي، التعريف بشخصيته وقدراته، مع إمكانية التحرر من عراقيل التواصل الاجتماعي الواقعي، إلا أن ذلك لا يغنيها عن التنويه إلى مضارها، خاصة إذا لم تكن الذات الفاعلة فيه مدركة لكيونتها، الأمر الذي يفقدها طابعها الإنساني، الاجتماعي وحتى المعيارية، كما نسقط ضوابط الألفة والمستلزمات الأخلاقية الموجهة لجوهر العلاقات الاجتماعية، وتجعلها أكثر سطحية وبنفعية؛ كونها تفسح المجال لتقويض وتعديل العلاقة دون الأخذ بعين الاعتبار ردود الآخر، أو تحترم خصوصيته وإنسانيته مما يعني هدر الإنسان.

2- مظاهر التحول إلى الهوية الافتراضية:

إن من أبرز مظاهر التحول الهوياتي هو التجرد من الخصوصية. ثم إن الهوية تتجرد من مركزيتها في إحكام سلوك وأفعال الأفراد والجماعات، وإلى جانب هذا هناك مؤشرات أخرى تدلّ على تغيير أو تحول في الهوية، نذكر منها:²

- فك الارتباط بالوطن.

- فك الارتباط بالرموز القومية (الذاكرة المشتركة).

- فك الارتباط بالرموز الدينية والتاريخية.

إضافة إلى ما سبق، فهناك تحول آخر مرتبط بالإقبال الكثيف على المواقع الاجتماعية على شبكة الانترنت، وهو العلاقات الاجتماعية الافتراضية وانعكاساتها السلبية على العلاقات الاجتماعية التقليدية؛ فالملاحظ أن هذه العلاقات الاجتماعية تنسج إراديا، عكس العلاقات التقليدية التي يفرضها الواقع، بحكم القرابة العائلية أو علاقات العمل أو الدراسة، فالشبكات الافتراضية تمكّن الأفراد من الدخول في علاقات مع من يريدون، متى يريدون وكيف يريدون. ويعتبر هذا التحول تحولا سوسيلوجيا جوهريا أدخلته الانترنت على

¹ : عالم المعرفة، الكويت، 2008، 137

² ربحانة بلوطي: دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها

العلاقات الاجتماعية، التي أصبحت اختيارية وليست تراتبية. وعن انعكاسات هذا التحول على هوية الأفراد، يرى بعض علماء النفس أن ظاهرة تمضية أعداد متزايدة من الناس أوقاتا مطوّلة أمام شاشة الكمبيوتر، لقضاء "حياة أخرى"، تحت هوية غير هويتهم المعتادة، وذلك سواء عند المشاركة في فضاءات الدردشة، أو في فضاءات افتراضية مفتوحة كالـفيس بوك، فيقوم بنقّص شخصية مغايرة لشخصياتهم المعتادة، أو أثناء التّواصل عبر هذه الوسائط الاتصالية الحديثة، فيتحقق التأثير والتأثر في أحاسيس وعلاقات وهوية الشّخص، عندما يقضي ساعات طوال في الإبحار على الانترنت في عوالم افتراضية، يلتقي فيها بطريقة تفاعلية مع أشخاص آخرين تحت هوية غير هويته.

3- الهوية الافتراضية عبر شبكة "فيس بوك":

يعدّ الـفيس بوك" أحد المواقع الإلكترونية المعروفة التي استطاعت أن تحتلّ مكانة مرموقة بين شبكات التواصل الاجتماعي المتداولة في الفضاء الإلكتروني، خاصّة بالنسبة إلى الشباب، وهذا بالنظر إلى عدد المنتسبين إليه، حيث يفتح فضاء واسعاً للتّواصل الاجتماعي والثقافي بين الهويات التي تتبادل المعلومات وتتقاسم الاهتمامات فيما بينها، وتنسج علاقات اجتماعية متعدّدة.

فحسب دراسة "جيسكا لي باغ *Jessica Lee Pugh*" من جامعة كاليفورنيا تفصح خاصية جدران البروفایل التي يوقرها الـفيس بوك" المجال للمستخدم ليكون أكثر تلقائية في التعبير عن ذاته وهويته، فكلّ صفحة فيسبوكية هي انعكاس لوقت، ولمدارك، ولاهتمامات، ولانتماء السّياسي لصاحبها. حيث تتحدّد الهوية حسب الدّراسة بالرّبط بين تمثّلات الشّخص لذاته كفرد مستقلّ بذاته، وطرائقه في التّواصل مع الآخرين ومع المجموعات الاجتماعية في علاقات مترابطة.¹

إذن، ما يميّز هذا الفضاء أنّه يطبع الهوية الافتراضية لمنتسبيه بسمات نوعية تميّزها عن غيره، أهمّها:²

- يستطيع المشترك إخفاء هويته الحقيقية. والتّحكم في معلوماته الشّخصية، مع ضبط هوية متصفّحه من الأصدقاء.
- سمة الدّوام: بقاء المعلومات على الصّفحة لفترة طويلة، ووجود إمكانية الاستخدام المستقبلي، وتحقيق تواصل "غير متزامن".
- إمكانية التّواصل، الحوار، التّعليق والمشاركة في أيّ وقت وفي أيّ مكان.
- إمكانية استرجاع نص الحوار مستقبلاً لإعادة التّفاعل وإعادة صياغة مضامينه، أو التّعليق عليه من جديد، فالزّمن على الشّبكة يتطابق فيه الماضي مع الحاضر.

¹ نور الدين مبني: 89.

² كلثوم ببيمون، تصوّر وممارسة الهوية الثقافية لدى الشّ

- القدرة على العزل والتصنيف لانتقاء الأصدقاء وفق الاهتمامات والخصائص المعدّة سلفا لعزل المجموعات غير المرغوب فيها.
 - ربح الوقت بدل تضييعه في البحث عن علاقات ذات خواص محدّدة سلفا.
 - إمكانية نقل المعلومات، نسخها، واسترجاعها بين الصفحات المختلفة والتعليق عليها.
 - وجود جمهور غير مرئي، مجهول الهوية، بإمكانه الاطّلاع على المحادثات والصور المتبادلة.
 - إمكانية التحيز في الرّأي، المواقف والاتجاهات المطروحة.
 - التحرّر من سلطة الرّقابة الاجتماعية من حيث المضامين المتداولة.
- بفضل المميّزات التي يتيحها الـ"فيس بوك" للمستخدمين تتخذ علاقات التّواصل عبر الشبكة وتيرة مغايرة، الأمر الذي ينعكس بقوة على هوياتهم الافتراضية ودلالاتها، خاصّة إذا علمنا أنّ طابع التّواصل الاجتماعي في الفضاء الافتراضي يفترض تفاعل الدّوات في فضاء مفتوح على أنساق ثقافية متباينة باستخدام مجموعة من الوسائط الإلكترونية المتعدّدة.

4- تظاهرات الهوية الافتراضية عبر "فيس بوك":

يبدو أنّ تظاهرات الهوية الرّقمية في الفضاء الافتراضي تعدّ انعكاسا مباشرا لتمثّلات جزء بسيط من الدّات الفاعلة في الواقع، سواء من حيث طبيعة قيمها أو تصوراتها التي تؤسّس وجودها الاجتماعي والرّقمي على حدّ سواء، بحكم أنّ جزء مهمّا من تمثّلاتها في المجتمع الشّبكي قد تكون مزيفّة، وتعبّر عن مثل وتطلّعات لا تمتّ للواقع بصلة، لكنّها في الوقت ذاته، قد تعكس بعض المضامين التي تبحث لها عن وجود في الواقع، لهذا قد تبرز ممارساتها المقنّعة أو المزيفّة في الفضاء الافتراضي محاولاتها للتّخلص من القيود الاجتماعية في الواقع الفعلي، مع ضرورة الأخذ بعين الاعتبار اختلاف تلك التمثّلات والدلالات باختلاف مواصفات الفئات الاجتماعية، وطبيعة المجموعات الافتراضية التي تشترك فيها، والغايات التي تسعى إليها. وعليه، فإنّ ممارسات عرض الدّات في الفضاء الافتراضي، يمثّل رهانا اجتماعيا حقيقيا بالنسبة إلى المستخدمين من حيث درجة تمثّلهم للقيم الاجتماعية، وكيفية تفاعلهم معها، وكيفية تقبّل الآخرين لهم.

توصلت نتائج دراسة للباحثة "فاني جورج *Fanny George*" إلى أنّ عملية عرض الدّات ليست إلّا جزء من الهوية الرّقمية، التي تعرض في المجتمع الافتراضي، حيث تنتج هذه الأخيرة من خلال عملية الجمع بين مجموع الرّموز التي اكتسبها الفاعل، ومجموع الرّموز التي يتوفّر منها الجهاز، والتي تكون انعكاسا مباشرا للمؤشّرات الثقافية التي هي عرضة لها، ويتجلّى ذلك من خلال استخدام مجموع العناصر الرّمزية القابلة للملاحظة على الشّاشة، والحاملة معاني معيّنة، سواء كانت كلمات، أو صور، أو مقاطع فيديو ذات

أبعاد دلالية تساهم في التعبير عنها، حيث تنقسم الهوية الافتراضية إلى ثلاثة عناصر رمزية، تعكس مظهراتها في المجتمع الشبكي، تبرز ملامحها، والتغيرات الحاصلة لها، هي:¹

أولاً: الهوية التصريحية (*Identité déclarative*): تبرز من خلال المعلومات التي يجري إدخالها من قبل صاحب الحساب، مثل الاسم، تاريخ الميلاد، الصورة... إلى غير ذلك.

ثانياً: الهوية النشطة (*Identité agissante*): تبرز من خلال التقارير الدورية للصفحة عن نشاطات المستخدم، مثلاً: "أ" و"ب" أصبحا صديقين، انضمنا إلى مجموعة جديدة... إلى غير ذلك.

ثالثاً: الهوية المحسوبة (*Identité calculée*): تبرز من خلال متغيرات عديدة يعدها النظام (*Systeme*) وتعرض على الصفحة، توضّح عدد الأصدقاء، عدد المجموعات، تواريخ مهمة... إلى غير ذلك. حيث تسمح هذه الأبعاد الثلاثية بالتحليل الكمي لتغيرات ملامح الهوية، وسياق توجهاتها في الفضاء الرقمي.

تساعد مثل هذه الخصائص على تحديد طبيعة التأثيرات التي تكون الذات الفاعلة عرضة لها في فضاء افتراضي مفتوح على مختلف الثقافات العالمية، والذي يتيح لها إمكانية التواصل الرقمي والتبادل المعلوماتي الذي يتخذ في العادة شكل الرموز، الكلمات، الصور، الملفات، الفيديوهات أو صوتيات... إلى غير ذلك. والتي بالإمكان رصدها إحصائياً، عبر ما توفره شبكات التواصل من معطيات معينة، وتالياً، يصبح من الضروري دراسة الهويات النمطية المتداولة في الفضاء الافتراضي، وبخاصة ذات التأثير الواسع. هذا من حيث تركيبيتها، والمؤثرات الثقافية التي هي عرضة لها، لفهم مجراها وإدراك حقيقة قوة حضور الآخر في مظهرات الذات، فسباق التداول الافتراضي يجعل أطراف التواصل محلّ عملية تنشئة إلكترونية مستمرة، بحكم أنها تتفاعل وتتواصل في فضاء ثقافي مفتوح، يتجاوز الطابع المؤسّساتي التقليدي الواضح الحدود والمعالم. عليه، تؤكد الدراسة أنّ الهوية النشطة هي العنصر الأساس في تركيبية الهوية الافتراضية، باعتبارها تفترض من المستخدم تغذية بنية هويته الافتراضية باستمرار، من خلال إبراز حضوره الافتراضي عبر تحديث ردوده على صفحته، ومشاركاته في المجموعات الافتراضية التي ينتسب إليها، وتالياً "فاستعراض الذات وإبراز ردودها الفورية يعني استمرارية حضورها الافتراضي"، وهو مطلب مركزي في المجتمع الشبكي.

5- هويات مرتادي "فيس بوك":

من هم مرتادي هذه الشبكة المثيرة للجدل (الفيس بوك)؟ وإلى أي صنف من الزوار ينتمون؟ وقد تكون هذه الأسئلة هي التي دفعت بالكاتبة الألمانية "إلينا زنغر"، والكاتب "خالد الكوطيط" أن يتوقفاً أمام نموذج من زوار "فيس بوك" والمشاركين فيه، وأن يعتبروا مجموعة من الزوار تندرج ضمن النماذج الآتية:²

¹ كلثوم بيبيمون: السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي،

34-33 - ربيع 2016

73-72.

² : الثقافي والاجتماعي في شبكات التواصل، دراسة ميدانية في معوّ " الفايستوك أنموذجاً"

- النموذج الأول: المتخفي: ضمن هذا النموذج يرى الكاتبان أن الكثيرين ممن يسجلون أنفسهم لا يفهمون مبدأ التواصل والتشابك، فيخفون صورتهم ولا يقدمون أية معلومات شخصية عنهم للأصدقاء الذين يدعونهم، وهؤلاء لا يفصحون عن هويتهم، ويكتفون بالملاحظة، وبالاطلاع على الصفحات الشخصية للمستخدمين الآخرين.
 - النموذج الثاني: رفيق المدرسة: وعن هذا النموذج من الأشخاص يوضح الكاتبان أن هذه الرسالة يتلقاها المرء من أشخاص فقدت آثارهم منذ وقت طويل، وغالباً ما يكونون زملاء من أيام المدرسة. رسالة تثير فضولاً كبيراً عما أصبحت عليه أحوال الآخر، لكن في كثير من الأحيان ما يلبث هذا الزميل القديم أن يختفي ولا يبقى سوى اسمه في لائحة الأصدقاء.
 - النموذج الثالث: الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة: هم أصدقاء غير مريحين، غالباً ما يتجسسون على صفحات المشتركين في الـ"فيس بوك"، وقد يثيرون بعض المشاكل غير المريحة لصاحب الصفحة، كون أنهم يحاولون التأثير على علاقاته الجديدة، وخلق المشاكل في علاقته مع أصدقائه الجدد.
 - النموذج الرابع: الأبوين: لاشك أن الكثير من الآباء والأمهات لا يعرفون عن الـ"فيس بوك" ما يكفي، إضافة إلى أنهم لا يرغبون في خوض هذه التجربة الجديدة، لكن حرصهم على أولادهم يدفعهم في الكثير من الأحيان إلى التطفل على اهتمامات الأبناء والبنات بهذا التواصل الاجتماعي، والدخول إلى صفحاتهم وطلب صداقة أبنائهم.
 - النموذج الخامس: المدير: يتسم هذا النموذج بطابع أكثر ما يقال عنه تجسسي - نرجسي، فالمدير يفتح صفحة شخصية له على الـ"فيس بوك"، ويدعو العاملين عنده بالتسجيل في الشبكة، والدخول إلى صفحته الخاصة، ومن هنا يحقق نرجسيته باعتباره يتحكم فيهم، حتى وهم في العالم الافتراضي، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى يصبحون تحت أنظاره ويراقب تحركاتهم وسلوكهم.
 - النموذج السادس: القريب: وفي هذا النموذج لا داعي لمكالمة القريب البعيد، لمعرفة كيف حاله. فالخبر يمكن قراءته على الـ"فيس بوك". ولا حاجة للحديث عن الجد أو الجدة أو عن أشياء لا أهمية لها. الـ"فيس بوك" يمنح إمكانية البقاء على اتصال بهؤلاء الأقارب دون الحاجة للاتصال بهم.
 - النموذج السابع: الأصدقاء الحقيقيون: الأصدقاء الحقيقيون، هم أصدقاء بصرف النظر إن أضيفوا إلى العالم الافتراضي أو لا، ويقول الباحثون أن الصديق الحقيقي هو الصديق الذي نعرفه منذ وقت طويل. في هذه الحالة لا يحتاج المرء الـ"فيس بوك" للحفاظ على الصداقة، لكن ضم هؤلاء الأصدقاء إلى لائحة الأصدقاء على الـ"فيس بوك" هو أمر طبيعي، على الرغم من قلة أو عدم أهمية ما يمكن إضافته هناك حول هؤلاء الأصدقاء.
- وأضاف الباحث "ساعد ساعد" نمودجا آخر هو النموذج الطبيعي؛ الذي يمثل هذه الجمهرة الكبيرة، ويتمثل في العلماء، والخبراء، والباحثين، والكتّاب، والأدباء، والفنانين، والصحفيين، وأساتذة وطلبة الجامعات وعموم المثقفين، الذين يرفدون دائماً بأفكارهم وإنجازاتهم العلمية والثقافية جوانب ليست بالقليلة من الحضارة

الإنسانية، ويسهمون بثقافة التعايش والتسامح والحوار، ويقدمون خلاصة أفكارهم وجهدهم وإبداعاتهم لخير البشرية.

II. الشبكات والهوية الثقافية في المجتمع الجزائري:

1- التغييرات الحاصلة في المجتمع الجزائري جراء استخدام الشبكات الاجتماعية الإلكترونية:

إذا كانت الشبكات الاجتماعية الإلكترونية في الجزائر مازالت إلى حد الآن تثير ضجة إعلامية كبيرة؛ ذلك أنها تمثل الطرق المستقبلية السريعة للمعلومة، فإن التغييرات التي خلقتها ومازالت تخلقها عديدة، أهمها:¹

1.1: التغييرات الاجتماعية: تتلخص التغييرات الاجتماعية للشبكات في محورين؛ يتمثل الأول في تكوين الصداقات، بينما يتمثل المحور الثاني في عضوية الجماعات، ويمكن طرحها من خلال السياق الآتي:

- **تكوين الصداقات:** حيث تجمع الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية، ونجحت الشبكات الاجتماعية في الجزائر في الجمع بين أصحاب الاهتمامات المشتركة، مثل: طلبة اختصاص معين، أساتذة، مهندسين...، وإمكانية تفعيل هذه الصداقات وارده، ويمكن تبلورها في رأس مال اجتماعي، يمكن أن يتيح الإمكانية لفرص يتأرجح مداها بين السياق الواقعي والافتراضي، كما أنها تتيح فرصة للتواصل، ليس فقط في إطار السياقات المحلية، ولكن على الصعيد الدولي.

- **عضوية الجماعات:** استطاعت الشبكات الاجتماعية الإلكترونية في الجزائر أن تجمع في طياتها الجماعات الاجتماعية ذات الاهتمامات المتجانسة، ومن الممكن أن تؤسس هذه الجماعات بين أفراد المجتمع المحلي، أو يتم الاشتراك فيها على مستوى الصعيد الدولي. والمتأمل لواقع الـ"فيس بوك" في الجزائر، يدرك من خلال ملاحظاته انتشار الجماعات الفكرية والنقابية على هذه الشبكة التي تخص جماعة محلية، فهناك جماعات لمعظم الاهتمامات والهوايات، بل هناك جامعات، معاهد ومدارس أسست جماعات على الـ"فيس بوك"، كما أن هناك جماعات مرتبطة بالهيئات الرسمية، مثل المديرات والوزارات والهيئات الإدارية، وجماعات لأصحاب المهن وغيرها، والمراد الوصول إليه في هذه النقطة أن منشأ الشبكات الاجتماعية عالمي ومردوده محلي، حيث تقع هذه الجماعات على متصل العالمية والوطنية.

2.1: التغييرات السياسية: إن عضوية الشبكات الاجتماعية الإلكترونية في الجماعات المتشكلة عبر تلك الشبكات فتح الباب للممارسة السياسية في الفضاء المعلوماتي، فالشأن السياسي أصبح متغيراً أساسياً بالنسبة للشبكات الاجتماعية، إذ أنها ساهمت في تأرجح التفاعلات السياسية بين عالمين؛ الأول هو العالم الواقعي،

(الموقع العربي الأول في الانترنتوبولوجيا)

¹ سفيان ساسي: تكوين الهوية الرقمية للشباب الجزائري،
www.aranthropos.com تاريخ الزيارة: 2017/06/03

والثاني هو العالم الموازي، المتمثل في الشبكات الاجتماعية، يتجلى بوضوح في النواحي السياسية، ويمكن التّذليل على ذلك في ثلاث محاور أساسية، هي:

- **تعبئة الرأي العام:** تلعب الجماعات المنتشرة في الشبكات الاجتماعية دورا فعّالا في تعبئة الرأي العام تجاه بعض القضايا السياسية - وذلك ما يحدث في الجزائر في الفترة الراهنة- ويمكن صياغة بعض الوقائع - على سبيل المثال لا الحصر- في الأمثلة الآتية:

✓ المثال الأول: يتعلّق بالاحتجاجات الشعبيّة؛ فقد أضحت هذه الشبكات الآن مجالا للاحتجاجات والتّشجيع على الإضرابات، والدليل على ذلك أنّ هناك حركات اجتماعية عديدة، مثل حركة شباب البطالين التي استغلّت الفضاء الافتراضي في التحريض على الإضراب، والتحوّل من السياق الافتراضي إلى السياق الواقعي.

✓ المثال الثاني: متمثل في الدعاية الانتخابية؛ فقد فتحت الشبكات الاجتماعية مجالا جديدا للدعايات الانتخابية، وطرح البرامج الانتخابية الحزبية أو لأفراد مستقلّين، وتجميع أكبر قدر ممكن من المستخدمين للتأييد الشعبي، ويظهر ذلك جلياً مع كلّ انتخابات تعرفها الجزائر رئاسية كانت، تشريعية أم محلية.

- **ظهور المواطنة الافتراضية:** إنّ الشبكات الاجتماعية فتحت المجال أمام ممارسة قضايا المواطنة عبر الانترنت، والتي أطلق عليها المواطنة الافتراضية، فعند الحديث عن المواطنة لا يغيب البعد السياسي، إذ ارتبطت بحقوق وواجبات اجتماعية سياسية النشأة، وإذا كان الاستقرار على خاصية محدّدة الأبعاد والملاحم الجزائرية، أمر قد يبدو صعبا في أفق الملمح الثقافي للمواطنة الافتراضية، فقد يبدو أكثر قبولا على المستوى السياسي، ففي ظلّ بعض التوترات التي تعاني منها الدولة، وتقلّص الحقوق السياسية وعدم مصداقيتها - إلى حدّ ما- في السياقات الواقعية على أطر المجتمعات العربية، يتجلى في أفق المجتمع الافتراضي الذي تتكشف فيه المطالبة بالحقوق السياسية، فهناك ممارسة لحقوق المواطنة في المجتمع الافتراضي، وهناك أيضا قضايا يتمّ سحبها من الواقع إلى المجتمع الافتراضي الذي يعدّ بوابة جديدة لتحقيق المواطنة، مع الأخذ في الاعتبار أنّ قضايا المواطنة عالمية النشأة ومحلية المردود.

- **تفعيل دور المجتمع المدني:** تسهم مواقع التّواصل الاجتماعي وتناميها في السياقات العالمية ومردودها المحلي في زيادة تفعيل دور المجتمع المدني، حيث أنّ هناك العديد من منظمات المجتمع المدني، منها على سبيل المثال الجمعيات المدنية والأحزاب السياسية، قد بنت لها قواعد في المجتمع الافتراضي عبر المواقع الاجتماعية، تروّج من خلالها للبرامج، الأفكار والسياسات التي تنتبأها، وهناك بعض النقابات والجمعيات المحلية استغلّت الشبكة في زيادة التّواصل بين أفرادها، ودعوة المستخدمين إلى برامجها ومشروعاتها.

2- الشبكات الاجتماعية والهوية الثقافية:

إن مرونة الهوية الثقافية اتجاه المتغيرات أكسبها القدرة على تفاعلي الصدمات المباشرة جراء السقوط في دوامة كبيرة من التغيرات والتحديات والضغوط المترادفة، ولقد حملت التفاعل، فأصبح يستشعر مكانته داخل الفضاء الإلكتروني الرقمي، من خلال صفحته ومعلوماته الشخصية، أو العامة التي يتشاركها مع غيره، سواء كان من جملة الأصدقاء والمعارف، أو كان من الأفراد الذين تربطهم به صلة رقمية بحتة، أو حتى من الذين تعرف عليهم حديثاً، إن هذه النقلة في الممارسة الفردية، لم تأت بعفوية ولم تتوقف عند هذه النقطة، بل تجاوزت ذلك إلى تشكيل أنماط ثقافية وفكرية متعددة، ومختلفة لا تحمل بعداً واحداً، بل وبمرجعيات متعددة.

وقد أشارت إليزابيث ليندر "المختصة في السياسات والشؤون الحكومية في "فيس بوك"، بأن المواقع التي تستخدم يوميا من قبل الناس، بحيث يكتبون ويضعون كل المعلومات التي تهتمهم على صفحاتهم.

وأكدت أن هذا الموقع يلبي حاجات الناس من خلال مراقبتنا ما يفعلون، ففي البداية لاحظنا أنهم يحبون تبديل الصور الشخصية، وتيقنا أن موضوع الصور يهتمهم، لهذا أضفنا إمكانية تحميل الصور على الموقع. في إشارة إلى أن القائمين على الفيس بوك" يهتمون بتلبية رغبات العملاء من خلال مكاتب دراسات متخصصة، تمكنهم من ضبط التوجهات العامة التي يميل إليها المتعاملون، وقالت إن الموقع لم يعد محددًا ضمن أطر التواصل الاجتماعي فقط، فكل شخص يجد اهتماماته عليه، إذ يمكنه أن يتابع الأخبار السياسية إن كانت تهمة، أو أي مجال آخر. ولفنت إلى أن 50% من مستخدمي "فيس بوك" يفتحون صفحاتهم يوميا، ليروا التغيرات الحاصلة على الموقع، وليتابعوا الأخبار، مضيفة أن موقع التواصل "فيس بوك" يعدّ عالماً واقعياً، وهوية حقيقية، لا يمكن القول عكس ذلك، فهو يبرز نمط تفكير الشخص، ومستواه الثقافي، وأسلوب عيشه، والكثير من التفاصيل التي تُعدّ واقعية وليست خيالية أو افتراضية.

إن الفكرة الأساسية واللافتة للانتباه في التصريح السابق، هو كون الفيس بوك" لم يعد محددًا ضمن أطر التواصل الاجتماعي فقط، بمعنى أن هذه التقنية تعدت مجال صلاحيتها المخولة ابتداءً، فقد انصهرت ضمن منظومة متكاملة من التقنيات، والوسائل العصرية المتاحة؛ لتشكل بذلك رافداً أساسياً من روافد العولمة، والإقرار كذلك بأنه عالم واقعي، وهوية حقيقية، هي إشارة خطيرة إلى الدور المنوط بالفيس بوك"، وما يمكنه أن يقوم به من تحولات في المستقبل، بمعنى أنه يستعمل في مجال الواقع على صياغة خريطة بشرية جديدة، بأنماط مستحدثة لا ينتمي إلى مجال التراث، ولا إلى البعد الواقعي الراهن، وإنما تتشكل في عملية أشبه ما تكون بالقطيعة الاستمولوجية مع الماضي، لتؤسس من الواقع الافتراضي أبعاداً حضارية جديدة مجهولة الهوية، انتمائها الوحيد إلى سلسلة قيم الفيس بوك".

تأسيسا على هذه الفكرة المحورية، فإنه يمكن الإشارة إلى أن "الفييس بوك" وسيلة عالية الجودة، وبرنامج عالية التعقيد، ورأسمال مرتفع جدا، وهذا أساسا أمر إيجابي يترك انطبعا حسنا عما وصلت إليه الحرية والإبداع الإنساني، غير أن مؤسسة الـ"فييس بوك" تحمل قيما معينة، وأبعادا فلسفية ضمنية، وتعمل بكل ما أتيح لها من جهد لإنفاذها، وضمان انتشار واسع لها، بعيدا عن منطق الربح المادي على غرار منطق العولمة، هذا ما حولنا طرح العديد من الاستفهامات حول التغيرات التي تبدلت في السلوكيات والأزياء والأفكار والتي رافقت اشتغال المجتمع بالفييس بوك، هل هي صدفة؟ لم لم تحدث الكثير من هذه التغيرات في أوقات سابقة؟ وغيرها من الأسئلة التي تعتبر موضوعية في هذه الظرفية بالذات، إلا أن الملاحظ هنا، أن جملة المتغيرات التي مسّت بنية المجتمع متعلّقة بهويته، وبالخصوص هويته الثقافية، حيث اشتغل المتعاملون في الـ"فييس بوك" على استثارة نقاط عميقة، تمسّ الهوية الثقافية في أبعادها الكبرى، ومواضيع مختلفة، تطرح وتكتب بلغة معينة.¹

ويمكن القول أن الاعتبارات الكثيرة التي تفرضها لغة الـ"فييس بوك" على المتعاملين تنعكس على واقعهم الحقيقي بمظاهر مختلفة، وفي أكثر من إطار، إما إيجابا أو سلبا.

3- الشباب الجامعي والـ"فييس بوك":

تعتبر شريحة الطلبة الجامعيين واحدة من أكثر شرائح المجتمع حركية ووعيا، نظير تلقّهم تكويننا عاليا من طرف أساتذة متخصصين ذوي كفاءة عالية، إضافة إلى تواجدهم في إطار مميز، أو ما يُعرف بالحرم الجامعي الذي يتيح لهم هامشا من الحرية، ويكفل لهم فيه القانون حرية النشاط والتنظيم في إطار الكليات، ومصالح النشاطات المختلفة، داخل النوادي والفرق والجمعيات وغيرها، أو في إطار نوادي طلابية ونقابات مستقلة تابعة مركزيا للجامعة، أو على المستوى الوطني، في إطار التنسيق مع وزارة الداخلية، إن هذه الحرية التي يتمتع بها الطلبة، إضافة إلى مجانية التكوين العالي، ومجانية النقل والأكل والإيواء، وتوفر فرق إدارية خاصة تسهر على توفير أحسن الأجواء، وضمان السير الحسن للدروس وغيرها، تجعل الطلبة في راحة من أمرهم نسبيا مقارنة بغيرهم من طلبة الدول المجاورة، وإن كنا لا ننكر بأي حال من الأحوال السلبيات القائمة في هذه المنظومة، وليس المجال لإحداث المقارنات، غير أننا عرضنا هذا الأمر لارتباطه بالموضوع.

إنّ المناخ الذي توفره الجامعة، والمعدّ خصيصا لتحضير الطلبة نفسيا وذهنيا للبحث العلمي، والتأهيل لصناعة المستقبل، هو مناخ خصب كذلك لنمو وتطور العديد من الأفكار الجديدة، أو التوجهات

¹ بدر الدين بلعباس: شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين - الفييس بوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجا. مذكرة ماجستير في علم اجتماع التربية، جامعة بسكرة 2015 .120-119.

الإيديولوجية وغيرها من المستجدات الإيجابية أو السلبية، التي يمكن أن تجد لها مكانا داخل أسوار الجامعة، كما هو حال الـ"فيس بوك"، فقد عمد الطلبة وبشكل مكثف إلى تناول هذه الوسيلة، وهي أقرب فضاء يمكن أن يتواصلوا فيه فيما بينهم، كون الـ"فيس بوك" مجاني، ويحمل العديد من التطبيقات المتعلقة بتحميل الصور والفيديو، وصفحة الدردشة ليتواصلوا فيما بينهم، وعلى اعتبار أن الذي أسسها طالب جامعي، فإنه بالضرورة استشر خصوصية المجتمع الطلابي قبل أن ينشرها إلى العالم.

ومن خصوصيات المجتمع الطلابي الجزائري الرغبة في التطلع للجديد، وإمكانية تداوله مهما كان معقداً، أو صعب الاستعمال، فالبيئة الطلابية معدة أصلاً لاستقبال الجديد، والتناقش حوله، سواء كان في المجال الأكاديمي، في إطار دراستهم في المخابر أو الأقسام وفق البرامج المسطرة لهم، وإما خارج إطار الفضاء البحثي، وخصوصاً في مجال التقنيات الحديثة كما هو تفاعلهم مع الفيس بوك، فالطلبة من خلال سعيهم إلى ربط علاقات تعارف، أو زمالة مع بعضهم استغلوا وجود الفيس بوك لربط هذه العلاقات، وفتح مجالات للنقاش بشكل موسع حول مواضيع مختلفة، بلغات مختلفة، بل بأساليب متعددة، عن طريق تعليقاتهم، أو رفع صور، أو مخطوطات، أو غيرها من الأمور التي تعبر عن أفكارهم تجاه ما يرون أنه يستهوي التعليق عليه، والطلبة في الفيس بوك يتداولون الكثير من الأمور، على غرار الأمور السياسية، الاجتماعية، الفكرية، الاقتصادية، الرياضية، الدينية، ومهما كان الموضوع فلا يوجد بالنسبة لهم ما يسمى بالطبوهات، إذ أن كل المواضيع قابلة للنقاش دون تقديس، ومواقفهم تتبدى بشكل تدريجي، وأحياناً من خلال النقاشات تتحول آراؤهم نحو اتجاهات معينة، حيث أن المناظرات التي تقام على صفحات الـ"فيس بوك"، والتي في الغالب تكون عبارة عن رأي ورأي مخالف تستمر دقائق، وأحياناً قد تمتد إلى ساعات، إما على الخاص، أو على الصفحات العامة، أو الجدار الخاص لكل واحد.¹

إن إقبال الطلبة على الـ"فيس بوك"، وتحول تدريجياً إلى أمر أساسي في يومياتهم - فبمجرد أن يفتح الطالب الانترنت حتى يعمد إلى فتح صفحته الخاصة على الفيس بوك، لمتابعة أهم الأخبار، و آخر التعليقات، والمستجدات على الساحة، وحتى يتمكن من متابعة أصدقائه، والتفاعل معهم - هذه الأمور كلها تعد مقدمات ينبغي التمحيص فيها، وفي قدرة الطلبة على الاشتغال عليها، ليس لكون الـ"فيس بوك" محطة جديدة، أو مدى جديداً "موضة" كموضة اللباس، أو قصات الشعر، وإنما كدافع أو حافز أو محرك، فحركة الطلبة في التاريخ الجزائري مشهود لها، غير أن هذه الحركة في السنوات الأخيرة، ومع الانفتاح الكبير على الفضاءات الاتصالية المتعددة، وعلى التكنولوجيا أدت إلى انسجام الذهن الطلابية بشكل ملحوظ مع هذه المستجدات، واستطاعت أن تحتويها أكثر من غيرها، بل وتتعاظم معها، ولاكتساب الطلبة لغات مختلفة كان لهم حظ كبير في التعارف مع أصدقاء بجنسيات مختلفة، يتكلمون العربية أو لغات أجنبية.

ولا تختلف دوافع استخدام الشباب الجامعي الجزائري لشبكة الـ"فيسبوك" عن دوافع نظرائهم من الشباب، أو حتى باقي الفئات الاجتماعية، ولعل من بين الدوافع التي تجعل الطالب الجامعي يتجه نحو هذه الشبكة، طبيعة المرحلة؛ ففئة الشباب الجامعي، وما تتميز به من خصائص لها حاجات يجب إشباعها، كالحاجة إلى القبول والتقبل الاجتماعي، والحاجة إلى الأصدقاء، وتحقيق الانتماء الاجتماعي، بحيث يحاول الفرد دائما أن يجد الجماعة التي لها نفس اهتماماته، ولها خصائص تتوافق مع شخصيته، وبالتالي فإن إشباع دافع الانتماء يؤدي إلى إقامة روابط اجتماعية، وتوثيقها مع هؤلاء الأشخاص الذين يتواصل معهم.

كما أن الطالب الجامعي يعتبر الـ"فيس بوك" بمثابة منبر جديد للتعبير عن الذات، فكثير من الأفراد يتفجرون في الشبكات، معلنين عن معرفتهم وانتمائهم وآرائهم التي عادة ما تجد الكثير من المعجبين، وهو ما يزيد من ثقة الفرد بنفسه، فالـ"فيس بوك" يلبي احتياجاتهم وإشباعاتهم، كالرغبة في التعبير عن وجهات نظرهم بكل حرية، خاصة مع إمكانية إخفاء الهوية، التي تمنح المستخدم الحرية التامة في التعبير ومناقشة أي موضوع، ومحاولة الحصول على تقدير لنشاطه الممارس على "فيس بوك"، لجذب الانتباه، وحب الظهور والشهرة... مما قد يخالف الواقع؛ فقد يكون نفس الشخص مفتقدا لأي تقدير ذاتي، أو اجتماعي من المحيطين به، فيحاول تجاوز تلك العقبة الشخصية في العالم الافتراضي عبر الـ"فيس بوك".

كما تسمح هذه الشبكة للشباب الجامعي باكتشاف ذاته، بمعنى البحث عن كيف تكون ردة فعل الآخرين، وكيف يظهر في عيون الناس، وهذا بفضل القدرة على إخفاء الهوية، ما يدفع الأفراد بالكشف عن مظاهر ذواتهم دون تردد أو خوف وتجاوز الخجل ونقائص الشخصية، لأن عواقب هذا الكشف منعدمة أو محدودة.

وهناك من يكون دافعه نحو الإقبال على هذه الشبكة هو ما يسمى باكتشاف الهوية، ولعب الأدوار "*Identity play*"; وهي أن يعمد الشخص إلى تغيير هويته للتعامل مع عدة أشخاص، ويستخدم شخصية مستعارة، تختلف من فرد لآخر، لكي يتعرف على نظرة الناس، ورأيهم في تلك الشخصية التي قدمها لهم، وبالتالي فهو يحاول أن يكتشف مختلف الشخصيات من خلال لعب أدوار مختلفة، ولذلك أطلق علماء النفس على هذه العوالم الافتراضية اسم ورشات الهوية "*Identity work shops*"، أو كما يسميها "تومسون *Thompson*" مجتمعات كشف الذات *Société de révélation de soi*. كما قد أصبح الـ"فيس بوك" منتفسا طبيعيا وأما لفئة الطلبة الجامعيين، فالكتب الذي يمارسه المجتمع بشتى أنواعه يعتبر دافعا رئيسا لانتماء الشباب الجامعي إلى مواقع التواصل الافتراضي، التي أصبحت وسيلة للتعبير عن آرائهم بحرية، قد تكون غير متوافرة لهم في الواقع، دون قيود أو خوف لما يعرضونه من قضايا، سواء كانت شخصية أو اجتماعية أو سياسية، لتعرضهم لمختلف أنواع القمع والرفض من الآخر أيا كان، فيجدون الدعم والقبول لأفكارهم، وتجاوبا من آخرين يقعون أيضا تحت نفس الأزمات النفسية والاجتماعية، وهذه كلها دوافع تجعل الطالب

الجامعي يفضل هذه البيئة الافتراضية التي أتاحت له إشباع مختلف احتياجاته، سواء الوجدانية منها كالحاجة إلى الحب والصدّاقة، أو شخصية من أجل تدعيم الثقة بالنفس، أو حتى هروبية للتخلّص من التوتر والقلق والإحباط.¹

إنّ الذي يمكن أن نسجّله هنا بخصوص الطلبة والـ"فيس بوك" نلخصه في الآتي:

- 1- تعتبر الشريحة الطّلابية من أكثر شرائح المجتمع رغبة في خوض الجديد، واستكشاف المجهول.
- 2- الفضاء الطّلابي يشكّل مناخا خصبا لاستقبال أيّ وافد جديد على اعتبار أنّ هذا المناخ معدّ مسبقا، لبيّح المجال أمام الطلبة، للنقاش والتّواصل وتبادل الخبرات فيما بينهم.
- 3- الذّهنية الطّلابية قادرة على الانسجام مع المتغيّرات وتكيّفها وفق احتياجاتها مهما كانت الظروف.
- 4- الـ"فيس بوك" تقنية جديدة، وتحمل فكرة مستحدثة، إضافة إلى هذا فهي سلسلة، سهلة الاكتساب والتداول.
- 5- الفضاء الرّقمي الذي يوفره الـ"فيس بوك" يستهوي الطلبة لكونه متنفسا يعبرون به عما يفكرون فيه.
- 6- التفاف الطلبة حول الـ"فيس بوك" إنّما هو ناتج عن أمور عدّة، من بينها امتلاك هذا الفضاء جملة من التّطبيقات التي تلبي اهتماماتهم، وبمجانانية، ما يساعدهم أكثر على الإقبال عليه.²

4- لغة الشباب على الـ"فيس بوك":

1.4- تعريف لغة الدردشة على الشبكات الاجتماعية:

من بين الأمور المميّزة للمجتمعات الافتراضية، استعمال أفرادها لرموز وكلمات خاصّة فيما بينهم، مشكّلين بذلك لغة خاصّة للتواصل والتعامل، وقد تشكّلت هذه اللّغة في معظمها بشكل اعتباطي، جرّاء الاتصالات والحوارات المختلفة، والتي أدّت مع مرور الوقت إلى تراكم لغوي، بفضل الاستعمال المتكرّر لرموز ومصطلحات معيّنة، أصبحت معروفة المعاني والدلالات لدى هذه المجتمعات، فالتفاعل بين الأفراد من خلال الاتصالات والنقاشات، يؤدّي إلى تمازج وتلاقح ثقافتهم ولغاتهم، فتحصل علاقة تأثير متبادلة، فكلّ طرف يعطي للآخر ويأخذ منه، وهذا ما يؤدّي إلى تكوّن ثقافة خاصّة بهم، ولغة ذات دلالات لا يعرفها غيرهم؛ فأيّ جماعة تتشكّل مهما كان نوعها، يتفق أفرادها معا على رموز لها مضمون أو معنى لديهم، قد يختلف عن الرّموز التي تستعملها جماعة أخرى³، وهذا ما يحدث بالضبط في فضاء الـ"فيس بوك"، حيث يتقاسم الفيسبوكيين لغة خاصّة بهم، ونصوصا لها دلالات معيّنة، ممّا يجعلهم يشكّلون ثقافة فريدة ومتميّزة، ويشكّلون قاموسا لغويا خاصّا، لا يفهم معاني كلماته إلاّ هم.

¹ مريم مراكشي: وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة ماجستير في علم النفس،

2013-2014. 164

² بدر الدين بلعباس، مرجع سبق ذكره، ص 125.

³ إبراهيم بعزيز: منتديات المحادثة والدردشة الإلكترونية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007-2008. 92

يسمّي الباحث "نديم منصور" هذه اللغة **باللغة الدردشية***، ويقصد بها الدردشة الإلكترونية التي يستخدمها الشباب خلال المحادثات الإلكترونية، والتي يتخلّلها اختصارات في التعبير.¹

وتعرّف بأنها طريقة في الكتابة غير محدّدة القواعد مستحدثة، وهي لغة هجين غير رسمية، ظهرت منذ بضعة سنوات، يستخدم البعض هذه الأبجدية باللغة العربية أو بلهجاتها، وتتنطق مثل العربية، إلا أنّ الحروف المستخدمة في الكتابة هي الحروف والأرقام اللاتينية بطريقة تشبه الشيفرة.²

ويسمّيها بعض الباحثين بالـ"رومنة"، وهي "الكتابة باللغة العربية بأحرف رومانية، ولذلك سمّيت بالرومنة، ولها عدّة أسماء وأشكال، أهمّها الكرشنة، وفرانكو أريك والأرابيش". وقد عرّفت كالآتي:³

- الكرشنة: هي كتابة جمل لغة ما بأحرف لأبجدية أخرى، لتسهيل الكتابة على لوحة مفاتيح لاتينية، وأصل الكلمة من كلمة "كرشوني"، وهي الكتابة العربية بأحرف سريانية، وقد اشتهرت في القرن السابع ميلادي.

- الفرانكو أريك: هي أبجدية مستحدثة غير رسمية، ظهرت منذ بضع سنوات، وتستخدم على نطاق واسع بين الشباب، في الكتابة عبر الدردشة على الانترنت في المنطقة العربية، وتتنطق هذه اللغة مثل العربية تماما، إلا أنّ الحروف المستخدمة في الكتابة هي الحروف والأرقام اللاتينية، بطريقة تشبه الشيفرة، وتعتبر الأوسع انتشارا في الكتابة على الانترنت أو عبر رسائل المحمول.

- الأرابيش: هي ليست اللغة العربية ولا الإنجليزية، وإنما مزيج من اللغتين، تعرّضت إلى النحت اللغوي، فأصبح اسمها "الأرابيش"؛ أي الجزء الأول من كلمة *arabic*، والجزء الأخير من كلمة *english*.

وتسمّى أيضا بالعربيزي أو العربيتيني، وهي لا تخرج عن المعنى السابق. غير أنّ الباحث "سعد بن طفلة العجمي" فرّق بين المصطلحين العربيتيني *ARABATIN* والعربيزي *ARAB/EZ*، وتكتب أحيانا *ARABIZI* أو *3ARABIZI*؛ فظاهرة العربيزي تعني الخلط في الكلام أثناء الحديث بين العربية والإنجليزية تحديدا، كأن يقول أحدهم: "أنا رايح هناك..سي يو" (*see you*). لكن العربيتيني فيقصد به "ظاهرة في الكتابة العربية نقشت منذ ثورة الاتصالات الرقمية، وذلك باستعمال الأحرف اللاتينية بدلا من العربية في الرسائل الرقمية، وفي الحوارات، أو الدردشة الإلكترونية".⁴

* الدردشية هي لفظ ورد لأول مرة في قاموس نديم منصور، الذي حاول أن يجسد تعبيراً عربياً لكلمة "المتداولة أو الدردشة الإلكترونية، كون القاموس العربي يفتقد مصطلحا يعبر عنها، فتمّ الدمج ما بين كلمتي "الانجليزية" "الدردشية".

¹ نديم منصور 103.

² إبراهيم رجب بخيت: كتابة اللغة العربية بحروف لاتينية، 09:10.

³ عبد الملك سلمان السلطان، فوزي إبراهيم حراق: العربيزي من منظور حاسوبي، الحديثة، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، السعودية، 2014، 50-49.

⁴ العربيتيني: الكتابة العربية بالأحرف اللاتينية، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، السعودية، 2014، 7.

ومهما كانت تسمية هذه اللّغة - إن جاز لنا اعتبارها لغة- فهي "مصطلح جديد طفا على سطح التّهافت الكبير على مواقع التّواصل الاجتماعي، والمنتديات ومواقع الدردشة على شبكة الانترنت، ورسائل الـ"sms" في الهواتف المحمولة، وتتميّز بأنّها أشبه بمصطلحات خاصة لا يعرفها إلاّ أفراد المجتمعات الافتراضية، ومن يعاشرهم بصفة مستمرة. وتتميّز بركاكة الكلمات والجمل المستعملة التي يستخدمها الشّباب على الشّبكة، والتي يغلب فيها استخدام اللّهجات العاميّة، أو الكتابة بحروف لاتينية لكلمات عربية".¹

وافق ظهور العريبي على مواقع التّواصل الاجتماعي ثورة الانترنت والتّواصل الشّبكي في التسعينات الميلادية، عندما كانت الإنجليزية اللّغة السائدة على الشّبكة بلا منازع، إذ أنّ 80% من محتوى الانترنت كان باللغة الإنجليزية. هذه السّيطرة الكبيرة للغة الإنجليزية أثّرت تأثيرا واضحا في الكثير من اللغات حول العالم، ومنها اللغة العربية، التي تأخّر وجودها ودعمها على الانترنت حتى وقت قريب، ولكن بدأت المحاولات الجادّة مبكّرا بفضل جهود بعض أهل اللغة العربية من اللغويين والمبرمجين، الذين عملوا جاهدين على دعم هذه المواقع للغة العربية، وحتى الآن يواجه كثير من أصحاب المواقع العربية صعوبة كتابة عناوين مواقعهم الإلكترونيّة بالعربية، فنجد الكثير منهم لجأ إلى استخدام (العريبي) حلا لهذه المشكلة.

والجدير بالذكر، أنّ مواقع التّواصل الاجتماعي، كموقعي (فيس بوك) و(تويتر) كانا آخر من دعم اللغة العربية، فموقع (فيس بوك) على سبيل المثال لم يدعم اللغة العربية حتى سنة 2009، رغم أنّ ظهوره للعالمية كان في بدايات 2006، ومنذ بداياته كان يدعم لغات عديدة كالإسبانية، والفرنسية، والألمانية وغيرها، ولكن اللغة العربية التي يتحدّث بها ما يزيد عن 344 مليون شخص لم تكن ضمن هذه اللغات.²

أي أنّ هذه الظاهرة اللغوية الجديدة بدأت أولا مع رسائل الهاتف النّقال، لكنّها عرفت توسّعا أكثر مع ظهور شبكات التّواصل الاجتماعي وانتشارها، حيث فرضت هذه التّكنولوجيا الجديدة على البعض إدخال رموز وأرقام، سواء على المستوى الحرفي أو المجازي، كما تمّ إدماج اللّهجات العاميّة، إلى جانب التّعبير عن الأفكار، والمشاعر، والحالات النّفسية، بالرّسومات البسيطة والرّموز، بل تعدّى كلّ ذلك إلى حدّ استعمال لغة الأعداد والأرقام.³

لقد أدّى رواج هذه اللّغة في العالم إلى ظهور أول قاموس باللغة الإنجليزية يفسّر هذه الاختصارات على يد إرين جانسن *Erin Jansen* بعنوان "نت لينغو *NetLingo*"، ثمّ تتالت الجهود في تفسير هذه اللّغة العالمية من خلال العديد من القواميس.⁴

¹ رحيمة الطيب عيساني: *اللغة العربية في وسائل الإعلام الجديد*، ورقة مقدّمة للمؤتمر الدولي الثاني للغة العربية، د 2013 20.

² حمدة بنت عبدالله العفيس الغامدي: *الشباب السعودي يغرد بالعريبي*..
الحدّية، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، السعودية، 2014 337-338.

³ فاطمة بوهاني: *شبكات التّواصل الاجتماعي وتأثير استخدامها على اللغة العربية عند الشباب الجزائري*، العربية، دبي، 2013 02.

⁴ نديم منصوري، مرجع سبق ذكره، ص 103.

2.4- أقسام لغة الدردشة على الشبكات الاجتماعية:

يمكن أن نقسم لغة العالم الافتراضي إلى ثلاثة أشكال أو نماذج أساسية، مع الإشارة إلى أنه يمكن أن تتمازج هذه النماذج معا في رسالة واحدة، وأنه يندر أن تتواجد رسالة بلغة واحدة من هذه اللغات.

أولاً: لغة الأيقونات: يحاول أبناء المجتمعات الافتراضية خلال محادثاتهم التعبير عن مشاعرهم وأحاسيسهم للطرف المقابل لهم، وقد يصعب التعبير عن ذلك لغويا، لذا عمد الشباب إلى استخدام بعض الأيقونات والوجوه والرسومات لتعبّر عن حالتهم النفسية أو عن مشاعرهم.

وتعود فكرة هذه الأيقونات إلى "كيفن ماكنزي Ekevinmackenzi" سنة 1979، حيث ابتكر تعبيراً شعوريا كرمز لتمثيل الابتسامة باستخدام العلامتين "(:"، لأجل تلطيف النص الجاف للبريد الإلكتروني. ومع منتصف الثمانينات جرى تطوير نظم تكنولوجية تستخدم بيانات استخدام رسومية، حيث بدأت تظهر هذه التقنيات للاستخدام، وكذلك نظام الدردشة "ليكوس lycos" الذي يسمح بعرض تعابير ومشاعر المستخدمين بالطريقة التي يريدونه على صفحة الدردشة، تتمثل هذه التعابير بالرسومات والإيماءات الكاريكاتورية والدلالات ليعبر خلالها المشترك عن مشاعر الفرح، الحزن، الغضب، الدهشة، الانزعاج، الحيرة... إلى غير ذلك.¹

وفيما يأتي توضيح لبعض من الرموز والانفعالات المستخدمة على "فيس بوك":

شكل رقم (05): يوضح بعض الأيقونات المستخدمة في الفيس بوك:



¹ نديم منصور، مرجع سبق ذكره، ص 108.

جدول رقم (06): يوضح بعضاً من الرموز والانفعالات المستخدمة على "فيس بوك":¹

:----)	Long nose(Liar)	كذاب
:-(\$)	Put your money where your mouth is	تكلم بلغة المال
:O	Shocked	مصعوق
>:-<	Angry	غاضب
:-)	Smile	اضحك
:-&	Tongue Tied	لسان مربوط
:-{ }	Blowing a Kiss	نفخ قبلة
:-D	Heavy smoker	المدخن (شديد التدخين)
:\'-)	Tears of happiness	دموع الفرحة
:*	Kiss	قبلة
?4U	Question for you	سؤال لك
*\$	Starbucks	ستاربكس (مقهى أمريكي)
C	Can of Coke	قنينة كوكاكولا
(_/)(0.0)(__)	A bunny	أرنب
(.)(.)	Female	امرأة
@>-- ;--	Rose	وردة
8-)	Wears glasses	يرتدي نظارات

شكل رقم (06) يوضح باقي الرموز والانفعالات على "الفيس بوك":



ثانياً: لغة المختصرات: وتستخدم هذه اللغة الحروف ذات الدلالة الصوتية، أو ما يسمّى بـ *Les lettres a* *valeurs de syllabes ou de sons*، يتمّ في هذه الطريقة حذف عدد من الحروف، وتعويضها بحرف تكون دلالاته الصوتية موازية للدلالة الصوتية الخاصة بالحروف التي تمّ حذفها. مثال عن ذلك: *T'es= t*، *C'est=c*، *Qui= ki*، *Oui= wi*، *Photo= foto*. ضف إلى ذلك، استخدام لغة أجنبية أخرى من أجل التّصير في الكلام: مثلاً الكلمة الانجليزية *Bye= au revoir*، *Now= maintenant*¹.

وهناك كتابات واختصارات أخرى كثيرة الاستعمال مثل (*Watz ur nam*) للسؤال عن الاسم، و (*f o m*) للسؤال عن الجنس (ذكر أو أنثى).

كما أنّ هناك اختصارات ظهرت لعبارات عربية أصلاً مثل:

- *AA or SA* اختصاراً لعبارة (السلام عليكم) *Assalam Alykom or Salamo Alyko*، والأكثر استعمالاً لدى الشباب الجزائري نجد (*slm*).
- *ISA* اختصاراً لعبارة (إن شاء الله) *In Sha2a Allah*.
- *MSA* اختصاراً لعبارة (ما شاء الله) *Ma Sha2a Allah*.
- *JAK* اختصاراً لعبارة (جزاكم الله خيراً) *Jazakom Allaho khayran*.
- (الحمد لله) *"halel"*.
- (لا حول ولا قوة إلا بالله) *"lahwlkeb"*.
- كلّه (بأمر الله) *"kba"*.

هذه الاختصارات لم تقتصر على مستخدميها من الناطقين بالإنجليزية أو الفرنسية، بل انتشرت ووصلت إلى المستخدم العربي وطالت حتّى الحروف العربية، فمن أمثلة ما يكتبه الشباب الجزائري اليوم نجد: قسما بالله: قسمبله، حب قلبي: حبقلبي، وهكذا.

وحتّى أسلوب الكتابة وطريقتها أصبحت تستعمل للتعبير عن شعور معين، مثلاً الكتابة ببنت عريض (*Magescule*) معناها أنّ المتحدثّ غاضب وغير راض.²

وفيما يأتي بعض الاختصارات المستخدمة على "فيس بوك":³

¹ صوتية عديش، الشباب الجزائري والفايس بوك.. بين فرص الاستخدام ومعضلة الإدمان، طاجيسكوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2016، 33.

² إبراهيم بعزیز، منتديات المحادثة والردشة الإلكترونية، 94.

³ نديم منصور، مرجع سبق ذكره، 104.

جدول رقم (07) يوضح معنى الاختصارات المستخدمة في اللغة الدردشية على "فيس بوك":

AAM	All about me	كل شيء عني
B4	Before	قبل
BB	Be back	سوف أعود
C/P/S	City or country/professional/status	المدينة أو البلد/ الوظيفة/ الوضع الاجتماعي
D8	Date	موعد. تاريخ
EZY	Easy	سهل
F2F	Face to Face	وجها لوجه
GD	Get Digital	كن دقيقا
H&K	Hugs and kisses	عناق وقبل
LOL	Laughing Out Loud	يضحك بصوت عال
PAL	Parents Are Listening	الأهل يسمعون
ROFL	Rolls On Floor Laughing	يتدحرج على الأرض ضاحكا
TM	Trust Me	ثق بي
VP	Virtual Places	أماكن افتراضية
WB	Welcome Back	أهلا بك مجددا(تقال عند الرجوع إلى غرفة الدردشة)

ثالثا: لغة الأرقام (الرقمنة): يستخدم الشباب الأرقام خلال التواصل لهدفين أساسيين؛ أولهما سهولة التواصل وسرعته، وثانيهما سرية الرسالة وإخفاء مضمونها عن الأهل والمحيطين بهم. ويتبين ذلك من خلال الجدول الآتي:

جدول رقم (08): يوضح لغة الأرقام السرية التي يستخدمها الشباب خلال تواصلهم عبر الـ"فيس بوك"

007	I've got a secret	لدي سر
020202	I'm thinking of you	أنا أفكر بك
1dr	Wonder	مدهش، عجيب
10Q	Thank You	شكرا
10	You're perfect	أنت مثالي
13	I'm having a bad day	يومي سيء
100	Nature Calls	عفوا، أريد الدخول إلى الحمام
121	One- to- one (Private chat initiaion)	واحد لواحد (دردشة خاصة)
180	I love you	أنا أحبك
1000001	Miss you	افتقدك

2L8	Too late	فات الأوان
2-2	Let's dance ; let's go dancing	لنذهب ونرقص
411	I have a question, I need some information	عندي سؤال، أنا بحاجة لبعض المعلومات
9	Parent is watching	أحد الوالدين يراقب

ويستخدم الشباب العربي الأرقام (1-9) للتعبير عن مغزى الأحرف العربية التي لا وجود لها في الإنجليزية، والجدول الآتي يوضح الأرقام التي تعبر عن الأصوات العربية:

جدول رقم (09) يوضح الأرقام التي تعبر عن الأصوات العربية:

الحرف	اسمه	يكتب	الحرف	اسمه	يكتب
أ/ء	الألف/ الهمزة	2	ط	الطاء	6
ع	العين	3	ظ	الظاء	'6
غ	الغين	'3	ص	الصاد	9
ح	الحاء	7	ض	الضاد	'9
خ	الخاء	5	ق	القاف	8

وقد يتم كذلك مزج الحروف بالأرقام، وتسمى هذه الطريقة باللغة الفرنسية (*L'écriture rebus/ Matlab*). يكون الرقم إما مشابها لحرف آخر موجود في لغة أخرى، مثل ما نجده مستعملا في اللغة العربية (كما ذكرنا آنفا)، ومن أمثلة ذلك نذكر:

- (Demain=2m1)، ففي هذا المثال تم تعويض الجذر De بالرقم 2، و ain بالرقم 1.
- (Quoi de neuf= koi 2 9).
- (Bonne nuit= b8).
- (Me too= me2).

من خلال ما تقدم نستطيع أن نستنتج أهم مميزات هذه اللغة المستحدثة من خلال الشبكات الاجتماعية الإلكترونية بأشكالها كافة كالآتي:

- لا تحتاج إلى ضوابط لغوية.
- مختصرة ومباشرة.
- تهتم بمضمون الرسالة لا بنوعيتها وجودتها اللغوية.

- عالمية.
- متميزة (خاصة بالجيل الرقمي).
- معبرة عن المشاعر والانفعالات (عبر الأيقونات الإلكترونية).
- تسمح بحرية الحوار (لا قيود لغوية أو اجتماعية).
- سرية (من خلال الأرقام).

3.4- أسباب ظهور العريبيزي:

بمراجعة التراث المعرفي حول أسباب ظهور هذه الظاهرة اللغوية الجديدة، تبين لنا أن جلّ من كتبوا حول هذا الموضوع لم يخرجوا عن النقاط الآتية:¹

1- أسباب تربوية/ تعليمية: وذلك مائل في الإقبال على تعليم النشء والشباب الجامعي العلوم المختلفة، حتى الإنسانية منها باللغات الأجنبية. ولهذا النوع من التربية العلمية والمعرفية آثارها الوخيمة المعروفة؛ فهي تُفضي إلى بناء شعور تدريجي بانعدام الثقة باللغة العربية ومقدرتها على الاستجابة للتحديات المعاصرة، وقدرتها على أن تكون حاملة للمعرفة مثلما هي حافظة للتراث وناقلة له.

ثم إن هذه التربية بما فيها من تعرض مكثف للغة الأجنبية يجعل استعمالها وإنتاجها أشبه ما يكون تلقائياً؛ وفق نظريات اكتساب اللغات وتعلّمها.

2- أسباب اجتماعية خالصة: وهي أسباب تقع في علاقة جدلية مع الأسباب التربوية والتعليمية؛ ذلك أن إتقان الأجنبية يصبح نوعاً من التباهي والازدهاء بالتفوق والرقي مقارنة بمن لا يتقنونها، بل إنها تتجاوز ذلك حتى تصبح نوعاً من (النفاق الاجتماعي) الذي لا تخطئه الأذن ولا العين.

3- أسباب اجتماعية ذاتية: وهي أسباب تتعلق بذات الشاب، من حيث هو كائن اجتماعي، يعيش في مجتمع معين، وأنّ سنّه وثقافته وحياته الخاصة تتطلب نوعاً من التميّز والاستقلالية؛ فكثير من علماء النفس والاجتماع ممن عاينوا ظاهرة الهجين اللغوي فسروها بأنها نوع من الرغبة في الاستقلال عن العائلة والسلطة الأبوية، ورغبة في ابتداع واقع افتراضي يمارس فيه الشباب واقعا مفترضا يفتقدونه في مجتمعهم الحقيقي؛ فهم يهربون من مجتمعهم ولغته إلى مجتمع افتراضي، وهذا المجتمع الافتراضي يقتضي لغة افتراضية جديدة ليست مألوفة لمن يهربون منهم.

ولما كان العقل الإنساني مفتوراً على استثمار منجزاته السابقة؛ فإنه كان طبيعياً أن يستثمر هؤلاء الشباب النظم الكتابية المستعملة، ويحدثوا فيها على ما يرغبون ويرجون.

¹ وليد الغناتي: ..دراسة لسانية اجتماعية،

176-175.

الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، السعودية، 2014

4- أسباب اقتصادية: لعلّ المفاهيم الاقتصادية الآن هي الغالبة في حياة الناس أفرادا ودولا؛ فالناس في جميع أنحاء العالم يعرفون عن الأزمة الاقتصادية العالمية وتأثيراتها المختلفة، ولكن معظم الناس في العالم لا يعرفون عن الأزمات الثقافية أو اللغوية أو اللغات المهذّدة بالانقراض، ولا تشغلهم هذه القضايا كثيرا.

ويستطرفك أنّ أبسط استطلاع لآراء الشباب المتعاملين بهذه الأساليب اللغوية الهجينة يقفك على رأي تقني خالص وجدوى اقتصادية محسوبة؛ فأكثر هؤلاء يسوّغون كتابتهم بالحرف اللاتيني بأنّ الانجليزية تتسع لقدرة مضاعف من الحروف مقارنة بالعربية، وهذا أرخص من استعمال الحرف العربي.

5- أسباب تقنية/ حاسوبية: وهي أسباب هندسية تقنية خالصة، تتعلّق ببناء الحواسيب وتشغيلها. ورغم أنّ الحاسوب قد (عُرب) إلّا أنّ ثمة قصورا واضحا في تطويع الحواسيب، وما يتصلّ بها من الإلكترونيات الدقيقة المستعملة في الهواتف الخلوية المختلفة. ومن هذه الأسباب غياب لوحات مفاتيح معرّبة (أحيانا كثيرة)، وغياب برامج التدقيق اللغوي الداعمة لشبكات التّواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني وغيرها.

4.4- آثار استخدام لغات شبكات الاتصال الحديثة على اللغات الأم:

أولا: على لغات العالم:

شكّلت هذه اللغة العالمية جدلا في الوسط اللغوي العالمي؛ حيث بدأت لغة الدردشة الإلكترونية تصارع لغات العالم أجمع، وأصبحنا نشهد اختصارات باللغة الإنجليزية والفرنسية والإسبانية والعربية... وهذا ما يهدّد هذه اللغات بنشوء تركيباتها، وتراجع اهتمام الشباب بأصولها. كما تؤثر في الهويات الوطنية العائدة لكلّ وطن على حدى. فليست اللغة مجرد وعاء للكلمات والألفاظ، بل انعكاس للسان الشعب وحضارته وثقافته وهويته، وأيّ تراجع يصيب اللغة كيان المجتمع ككل، ومن هنا، كثيرا ما كانت الصراعات والحروب بين الدول هي صراعات لغوية.

من "لغة الأم" التي تميّز كلّ شعب ووطن وقومية، إلى "لغة بلا أم"، تتشارك فيها كلّ الشعوب والأوطان والقوميات، ومن تركيبات لغوية رصينة ودقيقة، إلى لغة يشترك في تأليفها مستخدمو الانترنت من خلال إمكانية إضافة أو اقتراح المصطلح أو الاختصار الجديد الذي يريد.

لغات العالم اليوم أصبحت بين يدي فئات الشباب الرّقميين الذين يهّمهم التّواصل فيما بينهم، متجاوزين أيّ حواجز لغوية. فمعظم اللغات اليوم قد أدخل عليها لغة "مدرسة".

ونجد عشر لغات أساسية في العالم، وهي بحسب التّرتيب الاستخدامي للانترنت (الإنجليزية- الصينية- الإسبانية- العربية- البرتغالية- اليابانية- الروسية- المالوية- الفرنسية- الألمانية) تسيطر على تفاعلات أبناء الجيل الرّقمي.

والجدول الآتي يوضح أكثر اللغات استعمالا في الانترنت لسنة 2015.

جدول رقم (10): يوضح أكثر اللغات استعمالا في الانترنت لسنة 2015¹

Top Ten Languages Used in the Web - November 30, 2015 (Number of Internet Users by Language)					
TOP TEN LANGUAGES IN THE INTERNET	Internet Users by Language	Internet Penetration (% Population)	Users Growth in Internet (2000 - 2015)	Internet Users % of World Total (Participation)	World Population for this Language (2015 Estimate)
English	872,950,266	62.4 %	520.2 %	25.9 %	1,398,283,969
Chinese	704,484,396	50.4 %	2,080.9 %	20.9 %	1,398,335,970
Spanish	256,787,878	58.2 %	1,312.4 %	7.6 %	441,052,395
Arabic	168,176,008	44.8 %	6,592.5 %	5.0 %	375,241,253
Portuguese	131,903,391	50.1 %	1,641.1 %	3.9 %	263,260,385
Japanese	114,963,827	90.6 %	144.2 %	3.4 %	126,919,659
Russian	103,147,691	70.5 %	3,227.3 %	3.1 %	146,267,288
Malay	98,915,747	34.5 %	1,626.3 %	2.9 %	286,937,168
French	97,729,532	25.4 %	714.9 %	2.9 %	385,389,434
German	83,738,911	87.8 %	204.3 %	2.5 %	95,324,471
TOP 10 LANGUAGES	2,632,248,147	53.5 %	787.0 %	78.2 %	4,917,011,992
Rest of the Languages	734,013,009	31.3 %	1,042.9 %	21.8 %	2,342,890,251
WORLD TOTAL	3,366,261,156	46.4 %	832.5 %	100.0 %	7,259,902,243

NOTES: (1) Top Ten Languages Internet Stats were updated for November 30 2015. (2) Internet Penetration is the ratio between the sum of Internet users speaking a language and the total population estimate that speaks that specific language. (3) The most recent Internet usage information comes from data published by Nielsen Online, International Telecommunications Union, GfK, and other reliable sources. (4) World population information comes mainly from the U.S. Census Bureau and the Eurostats. (5)

إلا أن الاستخدام اللغوي للانترنت لا يعني أبدا انفصال هذه اللغات وشعوبها عن بعضها البعض، حيث نجد الفرنسي والصيني والعربي والإسباني... يستخدمون الإنجليزية "لغة الأم للانترنت" ويستخدمون اختصاراتها الدردشية. إضافة إلى استخدام الأرقام والانفعالات والرموز التي ذكرناها سابقا ضمن اللغة الدردشية. هذا ما يفسر الانفصال اللغوي للشعوب، واتجاههم نحو العالمية اللغوية، حرصا على المزيد من التواصل ضمن القرية الكونية أو الوطن الافتراضي.²

ثانيا: على اللغة العربية:

إن ظاهرة استخدام الكلمات الأجنبية على حساب اللغة العربية، وانتشار الأسماء الأجنبية على واجهات المحلات التي لا تعد ولا تحصى، صحبته بالضرورة آثار ضارة على الاستخدام السليم للغة العربية، وبهذا أصبحت تمثل إحدى أوجه الغزو الثقافي، فالغرب متفوق على دول العالم العربي بالصناعة، وبذلك فهو مصدر للتكنولوجيا والدول العربية تستورد هذه التكنولوجيا، وما تحمله من ثقافات وافدة، مما زاد من حالة ضعف اللغة العربية خاصة في ظل عدم انتباه المسؤولين عن اللغة العربية، أو بسبب عدم مواكبة اللغة العربية للغات الأجنبية الأخرى وتطورها، حتى أصبح الفرق واضحا بين اللغة العربية واللغات الأجنبية مثل الإنجليزية؛ حيث نجد كثيرا ممن يستخدمون مصطلحات أجنبية، وهذا يدل إما على عدم وجود ما يقابلها في اللغة العربية، أو لسهولة الاستخدام، مما يجعلها أكثر عملية من اللغة العربية، وكل ذلك قد زاد من مظاهر

15.10 2017/06/12 تاريخ الزيارة: <http://123-vivadz.com/wp-content/uploads/2016/03/12814088> :

² نديم منصور، مرجع سبق ذكره، ص ص 111-112.

الضعف العام في استخدام اللغة العربية، والتي يمكن أن ترصد في جوانب عدة، كما يأتي:¹

أولاً: فيما يتعلّق بالكتابة العربية السليمة على المستويين الإعلامي والتعليمي:

- الجهل بقواعد الإملاء ومصطلحاته.
- الجهل بالقواعد الصرفية الواضحة التي يتلقاها المتعلّم عادة في مرحلة التعليم.
- الجهل بقواعد النحو العربي جهلاً عمّت به البلوى، حتى أصبح ملازماً للكتابة إلا فيما ندر.
- كثرة الأخطاء اللغوية الشائعة المخالفة للمسموع من اللغة وأصولها الثابتة.
- عدم السلامة في الأسلوب، وتركيب الجمل تركيباً ينمّ على التكلف، وغلبة الركاكة.
- إهمال علامات الترقيم من فاصلة، وقاطعة، وشارحة وغيرها إهمالاً تاماً.
- المبالغة في استعمال الكلمات العامية (وخاصة في الصحافة العربية).
- الإكثار من استعمال الكلمات الأجنبية بلا داع مع سهولة المقابل العربي لها.

ثانياً: في المجال اللفظي المنطوق:

- تشترك المجالات المسموعة مع الكتابة المقرّوة في كلّ ما ذكرناه.
 - القضاء تقريباً على النطق الصحيح للذال، والثاء، والظاء. (نجدها خاصة عن المشاركة)
 - الوقف على التاء المقفلة تاء لا هاء، في نحو: فتاة، قناة، قضاة، الزكاة، مرضاة.
 - أداء الكلام المكتوب بالفصحى بطريقة اللهجة العامية وبنبرات الحديث الدارج.
 - غلبة اللهجات العامية المحلية على الفصحى في معظم وسائل الإعلام.
 - الخطأ الكبير في ضبط كثير من الكلمات، كقولهم: لجنة بدلا من لجنة... وهكذا.
- هذه نماذج وأمثلة محدودة لمظاهر الضعف اللغوي في وسائل إعلامنا، والملاحظ بشكل عام عدم الالتزام بقواعد المنظومة اللغوية بمستوياتها النحوية والصرفية والدلالية، والذي ينظر إلى مواقع التواصل الاجتماعي يلاحظ أنها تروج للعامية، وتُعدّ لها عن قصد، وتطرق أشكال هذه الكتابة من عامية، أو بلغة أجنبية، أو برموز وأرقام أو بكلمات دخيلة أو إدخال الكلام الهجين بكثرة إلى اللغة، والإسهام بضحالة المحتوى العربي على الانترنت.

ومن الآثار الإيجابية لهذه اللغة على اللغة العربية نذكر:²

- مساعدة من لا يملك لوحة مفاتيح عربية بالكتابة باللغة العربية؛ إذ يستطيع المستخدم أن يتحدث، أو يرسل باللغة العربية دون لوحة مفاتيح عربية.

¹ الدين عبد القادر عثمان، مريم محمد محمد صالح: إشكاليات اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، اللغة العربية، دبي، 2013، 20-21.

² عبد الملك سلمان السلطان، فوزي إبراهيم حراق، مرجع سبق ذكره، ص 50.
252

- عند وجود نظام موحد للرومنة فإنه يساعد جميع الجهات المسؤولة في كتابة الأسماء العربية باللغة الإنجليزية، وبخاصة الجهات المسؤولة الخارجية، التي لا تتحدث اللغة العربية؛ مما يسهل عملية البحث عن الأسماء في أنظمتهم التي لا تدعم اللغة العربية.
- تساعد وتسهل عملية التواصل لمن يجيد التحدث باللغة العربية، ولا يجيد الكتابة بها، شريطة أن يكون الشخص الآخر على علم بهذه اللغة.
- قد تأخذ الكلمة مساحة أقل من كتابة الحروف كاملة، وهذه الميزة تمكن المستخدم من كتابة رسالة طويلة بحروف قليلة، فيستفيد منها أصحاب الرسائل النصية القصيرة بشكل خاص.

5- الطلبة والهوية الثقافية:

طالما شكّلت الهوية واحدا من أبرز الملفات الطلابية داخل أسوار الجامعة، خصوصا في سنوات التسعينات حينما اشتدّ الصراع بين الأطراف المختلفة، وبرز مفهوم الهوية كمعطى استراتيجي للنخب السياسية العاملة على الحفاظ على الاستقطاب الحاد في ذلك الوقت، وكان للطلبة الجامعيين موقفهم من هذا الأمر، وتجسّد ذلك من خلال جملة من الفعاليات، برمجت بحسب الظروف من ملتقيات، معارض، أيام دراسية وحتى مسيرات طلابية، التي من خلالها نجد أنّ الوعي الطلابي اتجاها قضايا الهوية عال، ويبعث على القول بأنّ النخب الطلابية تقدّر حساسية الملف، وأبعاد التجاذبات الحاصلة على مستوى الساحة الوطنية والدولية، غير أنّ هذه الصورة لا يمكن أن تنطبق على الجميع وبنفس الدرجة. في سياق متصل، فقد شهدت الساحة الطلابية في العشرية الأخيرة انفتاحا كبيرا وتسارعا في وتيرة الأحداث، وتوفّر القنوات الفضائية وأجهزة النقال المختلفة وانفتاح السوق على الآخر بشكل معتبر، والانترنت بما حملته من تداعيات، وإصلاح المنظومة الجامعية جرّاء تعميم تطبيق نظام LMD، وما رافقه من إصلاحات متعدّدة للمنظومة التربوية كلّها في إطار واحد حملت مؤشرات على واقع مختلف، ومترابكات جديدة، ومؤثّرة تمسّ بشكل مباشر الهوية الثقافية بمقوماتها المتعدّدة، ولا يمكن التكهّن بنمط العلاقة التي سيعمد الطلبة إلى صوغها مع هذه التّحديات: التماهي والانصهار؟ أم الصّدام والمقاومة؟

لكن، تجدر الإشارة هنا، إلى أنّ التّمظهرات والسلوكيات التي طغت على الساحة الطلابية في السنوات الأخيرة عند كلا الجنسين، الطلبة والطالبات، هي في واقع الأمر غريبة عن الأصول العربية والإسلامية الجزائرية، ولا تحمل عنوان هويتهم الثقافية. ونحن لا نتكلم هنا عن المظاهر الحديثة التي تتسم بسمة محترمة وفق المعايير الأخلاقية للمجتمع، لأننا ندرك أنّها استجابة طبيعية لتغيّرات المرحلة، ولأنّ الهوية الثقافية تتأثر بالعديد من المحدّات والمؤثّرات والحساسيات، وهي خاضعة بالأساس إلى الرّغبة المتأصّلة في الأجيال السّابقة للحفاظ عليها، ونقلها إلى الأجيال الجديدة، تميّنا وتقديرا للموروث الكبير من

التجارب التي مرّ عليها الأجداد، وهي تشكّل كذلك في أبعادها القيمة والأخلاقية محددات تميز المجتمع عن غيره من المجتمعات.

غير أنّ المدّ العولمي، وبعد انهيار القطبية الثنائية، وبروز الولايات المتحدة الأمريكية كفاعل قوي ومؤثر على المستوى الدولي دفع بالغرب إلى إنفاذ ما يخدم هذا المشروع، وتوالت المحاولات لاستتساخ صور متطابقة، نماذج أريد لها أن تكون مرجعية ترهن مستقبل الشعوب، وتخضعها إلى معالم وثقافة غريبة وبعيدة تماما عن تلك الموجودة لديها، وهو ما شكّل عبر تراكم الأحداث نوعا من الصّراع بين هذه الثقافة الآتية في ظلّ العولمة، وبين آلية دفاعية برزت بشكل تلقائي، دفعت المجتمع تجاه الحفاظ على مقدرات فكرية وأدبية قيمة. الصّراع اليوم تجاوز في أساليبه الطّرق التقليديّة، وبات الفضاء الافتراضي واحدا من أكثر المجالات التي يتمّ فيها هذا التّدافع.¹

إنّ الطّلبة الجامعيين، يتعاملون بشكل مستمرّ مع الفضاء الافتراضي، ويستخدمون شبكات التواصل وال"فيس بوك" خصوصا للتداول وإثارة النقاش فيما بينهم، وكلّ مظاهر الصّراع تتبدّى أثناء هذه الدقائق أو الساعات التي يقضيها الطّلبة أمام ال"فيس بوك"، فإضافة إلى ميولاتهم الفطرية ورغبتهم في التحرر يجدون حوافز ومجالات تدفعهم نحو الصّدام مع هذا الموروث الذي يتّسم بالجبرية، غير أنّ الحاصل هنا في واقع طلبة الجامعة الجزائريين أمر قد يثير الكثير من الاستفهام؛ حيث أنّه -وكما قلت سابقا- رغم كلّ ما يتبدّى من مظاهر لا تمتّ للمقومات، والعادات والتقاليد والأعراف الاجتماعية بصلّة، إلّا أنّنا نجد هذا الشّباب الجامعي نفسه يثور ويعنف إذا تمّت إهانة رايته الوطنية، أو لغته التعبيرية أو دينه. ولعلّ أبرز مظاهر الالتفاف حول مقوماته ما حدث عند انتشار الحملة المسيئة للرّسول الكريم، وكيف التهبت جموع الطّلبة في مسيرات غضب، أو ما حدث في سفارتنا بإحدى الدّول التي تطاولت على الرّاية الوطنية، أو ما حدث أيضا بعد تأهل المنتخب الوطني إلى كأس العالم، وكيف تمّ تفعيل ال"فيس بوك" بشكل كبير جدّا في الحشد، ودعم المنتخب الوطني، ليس حبّا في الأشخاص فقط، وإنّما في دلالات ورمزية انتماء هذا الفريق.

خلاصة:

لقد أضحى وجود الفرد المعاصر وجودا رقميا افتراضيا لا وجودا جسديا فيزيائيا، ومن لاحضور له اليوم على الشبكة، لا وجود له رمزيا، وبهذا انقسم البشر في معجم النظام الرقمي الجديد على قسمين، قسم الفئات التناظرية؛ التي لا تمتلك حضورا على الشبكة، وتستمر في تكريس أنماط التواصل التقليدي، وفئات رقمية؛ تحقق حضورها الفعلي من حضورها الافتراضي في وجودها على الشبكة، ويفيد هذا التقسيم انخراط العالم في منظومة جديدة للتفكير والإنتاج والتواصل، تجعل من الوجود الرقمي الخاصية الأولى للوجود بشكل عام.

وإن كان هذا الوجود الافتراضي الرمزي هو ديدن المجتمعات الافتراضية وسمتها، فهو أيضا كسر وتجاوز للوجود الفيزيائي التقليدي بما يحمله من معايير ضابطة، بتجاوزه للعناصر التقليدية المشكّلة للهوية الشخصية من مظهر وجسد وهيئة واسم وجنس ووجه... وغيرها يشكّل حقيقة المرء، متمظها - هذا الوجود الافتراضي - بأساليب مغايرة، وفق أفنية وصور رمزية وأسماء مستعارة، قد تكون امتدادا لحضور واقعي، كما قد تشكّل نقيضا له.

وسواء كان امتدادا أو نقيضا للواقع، يشكّل هذا الحضور الرمزي الافتراضي فضاء للتعبير عن الذات الأصلية والأنا الداخلي الحقيقي، بعيدا عن إكراه الواقع وحدوده، فالفضاء الرمزي، وبما يميّزه من لامركزية وسعة وحرية، هو فضاء للانكشاف الحرّ غير المقيد، يسمح للفرد بالتفاعل والتواصل من وراء حجب الشاشات الصغيرة بطرق متعددة.

الفصل السادس:

عرض وتحليل بيانات الدراسة التطبيقية

I. عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية:

1- بيانات أولية لصفحة "ثقّف نفسك" موضوع الدراسة.

2- فئات الشّكل.

3- فئات المضمون.

II. عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية:

1- عادات وأنماط ودوافع استخدام شبكة التّواصل الاجتماعي "فيس بوك".

2- تأثيرات استخدامات "فيس بوك" على اللغة العربية للمبحوثين.

3- تأثيرات استخدامات "فيس بوك" على الدين الإسلامي للمبحوثين.

4- تأثيرات استخدامات "فيس بوك" على التّاريخ وعلى الموروث الثقافي.

تمهيد:

بعد العرض السابق، والخاص بالإطار النظري للدراسة، والمتمثل في الشبكات الاجتماعية الاليكترونية، والهوية الثقافية، والعلاقة بين هذه الشبكات والهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري، سيتم في هذا الفصل التطرق بالتفصيل إلى عرض وتحليل نتائج الدراسة التطبيقية؛ حيث أنه من أجل الوصول إلى إجابة على التساؤل الرئيس للدراسة، ستعمل على تحليل مضمون صفحة "تقف نفسك" لأسباب تم ذكرها سابقا، في الفترة من 01 جانفي 2017 إلى غاية 22 جويلية 2017، باستخدام الأسبوع الصناعي، وبعدها إجراء الدراسة الميدانية على عينة من شباب الجامعات الجزائرية، وكانت نتائج الدراستين التحليلية والميدانية على النحو الآتي:

I. عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية:

1- بيانات أولية لصفحة "ثقّف نفسك" موضوع الدراسة:

المجال الزمني المدرّس	حجم عينة التعليقات	حجم التعليقات المأخوذة	عينة المنشورات المأخوذة للدراسة	نوع الصفحة	شعار الصفحة	رابط الصفحة
22 جويلية 2017	01 جانفي 2017	840	8400	840	تعليمية وتثقيفية	للمعرفة شكل ثان https://www.facebook.com/3eesho.thaqafNafsak/

لقد تمّ التطرّق لهذه البيانات بالشرح في الفصل الأول من الدراسة، غير أنّني أودّ في هذا المقام الإشارة إلى حجم التعليقات المأخوذة للدراسة.

فيما أنّ هذه الصفحة رائدة من حيث عدد المشتركين فيها والمتابعين لها، فإنّ حجم التعليقات الخاصة بكلّ منشور يعدّ كبيرا جدّاً، ويفوق قدرة الباحثة على حصرها ودراستها كلّها، وبالتالي اهتدت إلى طريقة تختار بها حجماً يكون مناسباً وتمثيلاً للدراسة؛ وذلك بأخذ أول 10 تعليقات لكلّ منشور، ولدينا 30 منشورا في الساعة، وأربع ساعات في اليوم، معناه 1200 تعليق لليوم الواحد. ولدينا 7 أيام، ما معناه 8400 تعليق كلي.

وحتى هذا الحجم المتوصّل إليه، مازال يعتبر كبيراً، وبالتالي قرّرت الباحثة أخذ نسبة 10% منه، ليكون حجم عينة التعليقات النهائي لهذه الدراسة هو 840 تعليقا.

2- فئات الشكل:

جدول رقم (11): يوضح فئة نوع المناشير

النسبة	التكرارات	الإجابات
28.33	238	منشور مكتوب
10.71	90	صورة
4.52	38	فيديو
00	00	أيقونة
40.47	340	نص + صورة
7.38	62	نص + فيديو
1.42	12	نص + أيقونة
7.14	60	نص + صورة + فيديو
00	00	أكثر
100	840	المجموع

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أنّ المناشير المكتوبة المرفوقة بصورة هي أكثر أنواع المناشير التي تعتمد عليها صفحة "تقف نفسك" على شبكة الـ"فيس بوك"، حيث قدرت نسبتها بـ 40.47% من مجموع ما نشر من خلال مفردات الدراسة.

إنّ الصفحة المذكورة آنفاً تعتمد أكثر على هذا النوع من المنشورات نظراً لما تجنيه من فوائد، تتمثل في زيادة عدد المتابعين والمشاركين والمعلقين؛ ذلك أنّ توظيف الصورة في وسائل الإعلام عموماً، وعلى شبكة الانترنت أضحت من أبجديات التسويق الإعلامي، فأهمية الصورة في صفحات الشبكات الاجتماعية الإلكترونية تأتي من اعتبارها عنصراً يجذب المتصفحين لها، وتقع عليه أعينهم قبل النص، ولذلك يجب أن تستغل المساحة التي تحتلها أفضل استغلال، بحيث يكتب عليها التعليق المناسب.

ولأنّ زائر الصفحة لا يقرأ النص كلمة كلمة، وإنما يبحث عن العناصر البارزة داخله، فإنّ التعليق على الصورة يجب أن يتضمّن المعلومة، أو المعلومات التي يراد إبرازها في المنشور. وهذا ما يركّز عليه القائمون على الصفحة، بإرفاق منشوراتهم المكتوبة بصورة مدعّمة.

وتركّز أيضاً الصفحة على المناشير المكتوبة فقط؛ حيث قدرت نسبة هذه الفئة بـ 28.33%، تتمثل غالبية هذه المناشير في أدعية أو حكم أو آيات قرآنية. وقد يعتمد القائمون على هذه الصفحة على المنشورات المكتوبة؛ نظراً لعدم الحاجة لإرفاقها بأيّ دعائم توضيحية مساندة، ذلك أنّ المعنى الذي تحويه

الكلمات قويّ للوصول إلى المتصفّحين دون شرح. وقد يعود ذلك أيضاً لسرعة التحديث المستمر للمناشير (كلّ دقيقتين كمعدل نشر)، وبالتالي لا يكفي الوقت أحياناً للبحث عن أدوات مساعدة لترافق الحروف.

ولهذا النوع من المنشورات فائدة كبيرة في دعم اللغة المكتوبة، في عصر الصور والفيديوهات الذي عززت الشبكات الاجتماعية الأليكترونية من انتشاره على حساب اللغة المكتوبة بالحروف، وبالتالي يمكن اعتبارها نوعاً من أنواع المحافظة على تواجد اللغة المكتوبة على الإنترنت.

كما تركّز على الصور منفردة بنسبة 10.71%؛ نظراً لما تقدّمه الصور من فوائد لها؛ ذلك أنّ المساحة التي تحتلها الصور تتمدّد باستمرار في حياتنا، إذ توجّه القنوات التلفزيونية والصحف ومواقع الإنترنت جانباً كبيراً من اهتمامها إلى الصور وتنوعها، وجودتها، وطريقة عرضها؛ في تطبيق لعبارة قديمة لم يخفت بريقها، أو تفقد قوتها؛ تقول إنّ "صورة واحدة تساوي ألف كلمة".

وتستطيع الصور أن تروي قصصاً تعجز الكلمات عن شرحها في بعض الأحيان، كما قد تسكن ذاكرة المشاهدين أسرع من نصوص مطوّلة. ولا يقتصر ذلك على الصور الفوتوغرافية، بل يمتدّ إلى الخرائط والرّسوم البيانية، والكاريكاتير، وحتى اللّوحات الخطيّة.

وفي عالم الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية، تحظى الصور بإقبال كبير، وفي موقع "فيس بوك" على سبيل المثال، يشارك مستخدموه ملايين الصور يومياً، كما تتال الصور القدر الأكبر من التفاعل والإعجابات.

وحتى فترة قريبة، جرى التركيز على استخدام الصور كأداة لتسجيل الماضي، والاحتفاظ بلقطات منه، ووسيلة لنقل الأحداث مباشرة، لكن في مواقع الشبكات الاجتماعية، تقترب الصور يوماً بعد آخر من أن تُشكّل لغة عالمية للتواصل بين الناس على الإنترنت، وعبر الهواتف الذكية، لا توجد لها أبجدية أو قواعد للنحو، ولا تحتاج إلى ترجمة، ويمكن لشخصين لا يتحدّث أيّ منهما لغة الآخر، التّواصل من خلالها.

وبدلاً من أن يضطرّ الشخص إلى كتابة رسالة نصيّة يشرح فيها ما يفعله، فإنّه يكفيه الآن النقاط صورة لوجبة يتناولها، أو للشّارع الذي يوجد فيه، ويرسلها عبر العديد من الخدمات والمواقع، وفي أحيان كثيرة تكفي وحدها، ولا يصحبها تعليق مكتوب، على الرّغم من أنّنا نشهد عسراً يتبادل فيه الناس مليارات الكلمات المكتوبة يومياً عبر مواقع، مثل تويتر.

وتناول مقال نشرته صحيفة "ذا نيويورك تايمز" الأميركيّة¹، دور المواقع الاجتماعية وتطبيقات الهواتف في إبراز دور الصور، بصفتها أداة للتّواصل ولغة للحديث بين المستخدمين. ونقل المقال عن أستاذ

¹ الصّور لغة جديدة للتّواصل على الإنترنت، مقال متاح على الرّابط: <http://www.emaratalyoum.com/technology/pc/2013-07-09-> تاريخ الزيارة 2017/03/03، 1589890، 18:00.

التصوير الفوتوغرافي في جامعة هارفارد، "روبين كيلسي"، قوله: "إنّ هذا وقت فاصل ننتقل فيه بعيداً عن التصوير، بصفته طريقة للتسجيل، وحفظ لحظة مضت، ويتحوّل فيها إلى وسيلة للاتصال".

ويؤثّر هذا التحوّل الذي تمرّ به مواقع الإعلام الاجتماعي، من حيث التركيز على الصّور، في مستقبلها والخدمات التي يتوجّب عليها تقديمها، كما سيتمدّد أثره إلى طرق التواصل والثقافة العامّة.

وبالتالي، فإنّه لا يبدو غريباً أن تستثمر أكبر شركات الانترنت مليارات الدولارات لتقديم نفسها إلى المستخدمين كأفضل منصة يمكنهم من خلالها إرسال تسجيلاتهم المصوّرة، ومن بينها "ياهو" بموقع "فلكر"، و"تويتر"، و"فيس بوك" التي استحوذت في عام 2012 على تطبيق "إنستغرام" لمشاركة الصّور مقابل مليار دولار. وتجتهد جميعها لتقديم خدمات تكافئ إقبال المستخدمين المتزايد على نشر ومشاركة الصّور، بما يتجاوز بناء مواقع ثابتة، تعرض مجموعات الصّور والفيديو، ومن دون ذلك يتهددها خطر التأخر وسط محيط انترنت سريع النموّ والتغيّر.

وينظر البعض إلى شيوع استخدام الصّور باعتبارها طريقة سطحية، وتُشكّل تهديداً على اللغات، خصوصاً مع الأجيال الجديدة؛ التي ستعتمد عليها أكثر دون أن تضطر لاستخدام الكلمات المختصرة. وهو ما يبدو أنّه بحاجة إلى مزيد من البحث.

ويقول أستاذ الصحافة في جامعة "نيويورك"، ومؤلف كتاب "صعود الصّورة.. سقوط الكلمة"، "مينشل ستيفينس": "إنّنا نخطو بحذر إلى ما يُحتمل أن تكون طريقة جديدة للتواصل، تتسم بأنّها بالغة التشويق والعمق"، لافتاً إلى أنّه كحال أيّ شيء جديد، فإنّنا نسير في البداية في المياه الضحلة.¹

كما تعتمد الصّفحة على النّصوص المرفقة بالفيديوهات بنسبة 7.38%؛ حيث صار الفيديو عنصراً رائجاً في عالم الانترنت، وبعيداً عن موقع "يوتيوب" لنشر مقاطع الفيديو، يُقبل المستخدمون على خدمات مشاركة المقاطع القصيرة عبر شبكة الفيس بوك، ربّما لأنّها أبسط في الاستخدام، وأقرب إلى طبيعة التواصل السريع، كما أنّها قد تختصر آلاف الحروف لشرح موقف في فيديو واحد من بضعة ثوان أو دقائق. غير أنّه غالباً ما ترافق فيديوهات الصّفحة عيّنة الدراسة نصوصاً، تكون بحروف مختلفة، قد تحوي ألواناً، لزيادة توضيح المحتوى، الذي قد يعتريه بعض الغموض في بعض الأحيان، أو قد يكون ذلك لزيادة لفت انتباه المستخدمين للصفحة كي يطلّعوا على محتوى تلك الفيديوهات.

والاكتفاء بالفيديوهات فقط بنسبة 4.52%؛ وهذه النسبة المتدنية تدلّ على أنّ توظيف الفيديو لوحده قد لا يكون فعّالاً في أحيان كثيرة، لأنّ الصّفحة تجتهد على جذب انتباه المستخدمين، وتوظيف الفيديو وحده دون إشارة له عبر حروف قد لا يجدي نفعاً في لفت انتباههم. كما أنّ استخدام الفيديو يعتبر من أكثر

¹ لغة جديدة للتواصل على الانترنت، المرجع السابق.

عناصر الوسائط المتعددة صعوبة من وجهة النظر التقنية، كما يتطلب هذا النوع من الوسائط حيزاً كبيراً للتخزين، وسرعة عالية في الاتصال؛ لذا يحاول القارئون على الصفحة تجنب الاعتماد على نشر مواضيعهم بشكل فيديوهات منفردة قدر الإمكان.

في حين لم تكن الأيقونات منفردة في أي منشور؛ وذلك لأنها لا تصلح أن تكون منشوراً رئيسياً بقدر ما تصلح أن ترافق نصاً أو صورة أو فيديو، وتدعمه، كما أنها تصلح أكثر للتعليقات بدل المناشير الرئيسية.

جدول رقم (12): يوضح فئة القوالب التي نشرت بها المواضيع

النسبة	التكرارات	الإجابات
13.69	115	خبر
38.93	327	معلومة
22.38	188	قصة
20.83	175	حكمة
2.97	25	أكثر من قالب
1.2	10	أخرى
100	840	المجموع

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أن قالب المعلومات هو أكثر قالب تعتمد عليه صفحة "تقف نفسك" على شبكة الـ"فيس بوك" عينة الدراسة؛ حيث قدرت نسبتها بـ38.93% من مجموع القوالب الأخرى. وغالبا ما تأتي هذه المعلومات تحت عنوان "هل تعلم؟"، وهي عبارة عن معلومات بسيطة، مركزة وقصيرة، لا يحتاج القارئ لها لبذل أي مجهود فكري في قرائتها، ويستفيد منها.

وتتطرق هذه المعلومات إلى كل مجالات حياة الإنسان؛ من المجال الطبي، إلى المجال النفسي، إلى المجال الترفيهي، الاقتصادي، الثقافي، وحتى الحياة الخاصة للإنسان والتي يعترضه فيها أسئلة قد يجد الإجابة عنها في هذه الصفحة.

وللخصائص السابقة تعتبر المعلومات عنصر جذب كبير للمتصفحين، وبالتالي زيادة أعداد المشاركين والمتابعين لها، لهذا يركز عليها القارئون على الصفحة.

غير أن الملاحظة العامة التي قد أবিديها هنا من خلال الملاحظة بالمشاركة، أنه ليس كل ما ينشر من معلومات فيها يكون صحيحا بالضرورة، لذا يفضل التأكد من صحتها قبل الأخذ بها، أو مشاركتها عبر الصفحات الخاصة للمتصفحين. وحتى إن كانت في غالبيتها صحيحة، فتكون سطحية، لذا من يريد التثقيف فعلا عليه بالاستزادة من مراجع أخرى وعدم الاكتفاء بما ينشر على هذه الصفحة.

كما تعتمد الصفحة عينة الدراسة على أسلوب القصص، وذلك بنسبة 22.38%، نظرا لما في القصة من فوائد في استقطاب أعداد المتصفحين؛ فالقصة عمل فني يمنح الشعور بالمتعة والبهجة، كما يتميز بالقدرة على جذب الانتباه، والتشويق، وإثارة الخيال، وقد تتضمن غرضا أخلاقيا، أو لغويا، أو ترويحيا، وقد تشمل هذه الأغراض كلها أو بعضها.

ومن أمثلة القصص التي تنشرها الصفحة محل الدراسة نذكر قصة "أب يجر ابنته للموت والموت يرفضها" وملخصها أن طالبة رفضت في يوم الذهاب للجامعة للحصول على شهادة تخرجها، ووالدها يصر على ذهابها دون جدوى. وبعد ساعات جاءهم نبأ وقع حادث سيارة كانت فيها كل صديقاتها. والعبرة من ذلك أنه لم يأت الأجل بعد حتى لو كنا نستعجله.

والملاحظ على القصص التي تنشر في صفحة "تقف نفسك" السطحية الشديدة، وعدم تأليف حبكة مقنعة للوصول إلى العبرة من القصة.

وتعتمد على الحكم بنسبة 20.83%، والحكمة هي معرفة أفضل الأشياء بأفضل العلوم، وهي علم يبحث فيه عن حقائق الأشياء على ما هي في الوجود بقدر الطاقة البشرية، فهي علم نظري غير آلي، والحكمة أيضا هي هيئة القوة العقلية العلمية المتوسطة بين الغريزة التي هي إفراط القوة، والبلادة التي هي تفریطها؛ أي أنها تشمل كافة التصرفات الموزونة الناشئة عن علم ومعرفة وتجربة من الأقوال والأفعال وغيرها.¹

ومن أمثلة الحكم المنشورة في الصفحة نذكر: "إذا رأيت الليل يسودّ ويسودّ، فاعلم أن الفجر قريب، وإذا رأيت الحبل يشتدّ ويشتدّ، فاعلم أن انقطاعه بات قريب، وإذا رأيت الكرب يحتدّ ويحتدّ فاعلم أن الفرج قريب"، وأيضا "الصبر أن تهمس في أذن الحياة لن أنحني مادام الله معي".

والأخبار بـ13.69%، وقوالب أخرى بـ1.2%، غير محددة من شاكلة "صلوا على خير البشرية سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم حبيبي يا رسول الله"، و"صباحكم جميل"، و"يارب حقق لي كل أمنياتي اليوم"... إلى غير ذلك، أو نصائح مثل "النصيحة الأولى والأخيرة هي صلّ جيدا، واسجد طويلا. وتنفس بعمق فالدنيا زائلة".

ولم تتفق نتائج هذا الجدول مع دراسة الباحث "أحمد سمير عبد الهادي حسن" السابقة²؛ حيث أثبتت أن الحديث جاء في المقدمة بنسبة 37.9%، ومقطع فيديو يوتيوب في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 22.9%، ويليه الخبر في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 21.6%.

¹ : <http://fiqh.islammessage.com/NewsDetails.aspx?id=9068> تاريخ الزيارة

15.30 2017/04/12

² أحمد سمير عبد الهادي حسن، استخدام الشباب الجامعي المصري للمواقع الإلكترونية وعلاقته بتبني أنماط ثقافية غربية. الإعلام، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، معهد الدراسات العليا للطفولة بجامعة عين شمس، مصر 2014 .160

جدول رقم (13): يوضح فئة حجم الخط

النسبة	التكرارات	الإجابات
30.66	230	صغير
48.66	365	متوسط
20.66	155	كبير
100	750	المجموع

المظهر الجرافيكي (التصميمي) الجذاب هو أحد عوامل إطالة فترة بقاء الزائر في الموقع، فكلما كان زمن بقاء المتصفح في الموقع أطول كلما زادت نسبة التأثير عليه، ما يعني زيادة احتمالات تقبله للمضامين المطروحة في الموقع، وطول زمن بقاء المتصفح في الموقع يعني مدى قدرة الموقع الناجحة على الجذب عبر عناصر تفاعليته مع المستفيد أو المتصفح. والعكس صحيح أيضاً فكلما كان الموقع طارداً للزائرين عبر عدم انتظام وحداته البصرية، وعدم اتّضح نوع التصنيف المتبع في توزيع تلك الوحدات البصرية الحاملة للموضوعات، والمواد الإعلامية، كلما أسهم هذا الأمر في تيه المتصفح واقتراب موعد انتقاله عن الموقع.

ويعتبر نوع الخط وحجمه من بين أهم أدوات التصميم التي يعتمد عليها القارئون على الصفحة، لجذب المشتركين إليها، وذلك بتوظيف أنواع خطوط مختلفة ومتعددة، وبأحجام متنوعة؛ حيث يتضح من خلال بيانات الجدول أنّ الصفحة عينة الدراسة تستخدم كلّ أحجام الخطوط، لكن بدرجات، حيث اعتمدت في غالبيتها على الحجم المتوسط بنسبة 48.66%؛ وذلك لإبراز محتوى المنشور بطريقة تمكن المتصفح من قرائته بسهولة، وغالباً ما يستخدم هذا الحجم عندما يكون حجم محتوى المنشور متوسطاً، ككتابة حكمة في بضعة أسطر، أو معلومة أو أيّ محتوى يتطلب عدداً قليلاً من الكلمات والأسطر.

كما اعتمدت على الحجم الصغير بنسبة 30.66%؛ وغالباً ما يكون في حالة محتوى المنشور كبيراً، ككتابة قصة طويلة مثلاً. وقد تعتمد عليه أحياناً نظراً للسرعة في النشر، وبالتالي إهمال تكبير الخط مقابل سرعة النشر.

وأخيراً، اعتمدت على الحجم الكبير بنسبة 20.66%؛ لإبراز محتوى المنشور، الذي غالباً ما يكون دعاءً أو مثلاً أو حكمة، لا يتعدى حجمها سطراً أو اثنين.

جدول رقم (14): يوضح فئة لون الخط

النسبة	التكرارات	الإجابات
45.95	386	عدم استخدام الألوان
54.04	454	استخدام الألوان
100	840	المجموع

ويعتبر لون الخط أيضا من بين أهم أدوات التصميم التي يعتمد عليها القارئ على الصفحة، لجذب المشتركين إليها، وذلك بتوظيف ألوان خطوط مختلفة ومتعددة.

ويُتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أن الصفحة عينة الدراسة تعتمد على اللون التلقائي للحروف (الأسود)، كما تعتمد على استخدام الألوان في الخطوط، غير أنها تركز أكثر على الحروف الملونة؛ حيث قُدرت نسبتها بـ 54.04%، أكثرها على الإطلاق اللون الأحمر؛ لما له من دلالات كثيرة؛ حيث يعدّ من الألوان الحارة التي تعبر عن العنف، والحرب. ولكنه يرتبط أيضا بالحب والعاطفة، فالأحمر يمكن أن يكون له تأثير فعلي كبير على الناس؛ مثل رفع معدلات ضغط الدم والتنفس، ولقد ثبت أيضا أنه يعزز عملية التمثيل الغذائي للإنسان، وأيضا يمكن أن يدلّ على الغضب، وأيضا يستخدم للتحذير من الأشياء الخطيرة. كما أنه يختلف مفهوم ومدلول اللون الأحمر من دولة إلى أخرى؛ فمثلا في الصين هو لون من ألوان الرخاء والسعادة، وفي جنوب إفريقيا، والبلاد الأفريقية من ألوان التحذير، والتوعية من الأمراض مثلا.

ولكن، في التصميم يعتبر اللون الأحمر ذو لهجة قوية، وتأثير قوي، يساعد على جذب الانتباه، وغالبا ما يتم استخدام هذا اللون، أو أحد درجاته في التصميمات المختلفة، وأيضا اللون الأحمر من الألوان الأنيقة المشرقة القوية.¹

وربما لأسباب السابقة تم الاعتماد على هذا اللون بشكل كبير في الخطوط التي تكتب بها منشورات الصفحة عينة الدراسة.

كما توظف الصفحة ألوانا أخرى في خطوط كتاباتها، ولو بدرجات أقل من اللون الأحمر، كاللون البنفسجي الفاتح، الذي يعبر عن الإبداع والخيال، وفي تايلاند اللون البنفسجي هو لون الحداد للأرامل، أما في التصميم قد يبعث اللون البنفسجي الرومانسية والانسحابية والنعومة.

وتوظّف أيضا اللون الأصفر؛ الذي يعتبر من أنشط الألوان الدافئة؛ فهو يرتبط بالسعادة، والشمس المشرقة، ويمكن أيضا أن يكون مرتبطا بالخداع والجبن، ويدلّ على الأمل والتفاؤل. وأيضا يمكن أن يكون للتحذير من الخطر، لكن بشكل أقلّ من اللون الأحمر.

وتختلف دلالة اللون الأصفر ومعناه من دولة إلى أخرى؛ فمثلا في اليابان يعتبر رمزا للشجاعة، وفي الهند يعتبر لونا للتجار. لكن في التصميم، وضع اللون الأصفر الزاهي يضيف شعورا بالسعادة والبهجة. وأيضا اصفرار الضوء يبعث شئا من الهدوء والسعادة؛ وهذا ما يرمي إليه القائمون على الصفحة بتوظيفهم لهذا اللون بالذات.

كما يُستخدم اللون البني أحيانا للكتابة به؛ ويرتبط هذا اللون عادة مع الأرض، الخشب، الحجر، ويمكن أن يدلّ على الصمود، أو الاعتمادية. ولكن في التصميم، يستخدم البني عادة كلون للخلفية وهو أيضا موجود في قوام الخشب. ويساعد على جلب الشعور بالدّفء، ويستخدم في بعض الأحيان كبديل للون الأسود.

ويوظّف أيضا اللون البرتقالي في الكتابة على الصفحة، ويعتبر من الألوان النابضة المشرقة، والتي تبعث الحيوية في أشكال صامتة، ويرتبط مع الأرض ومع فصل الخريف. وهو يدلّ على التغيير، أو الحركة بشكل عام، ويرتبط أيضا مع الفاكهة التي تحمل نفس اسم اللون (البرتقال)، وأيضا يدلّ على الصحة والحيوية، ولكن في التصميم يعتبر البرتقالي أقلّ استخداما من اللون الأحمر، ويعتبر اللون البرتقالي أكثر وديّة.

فيما قدّرت نسبة الكتابة بالخطوط ذات اللون الأسود بـ45.95%؛ ذلك أنّ الأسود هو أقوى الألوان، فدلالته في الجانب الإيجابي تشير إلى أنه يرتبط عادة مع السلّطة، والأناقة. وفي الجانب السلبي، فإنه يمكن أن يترافق مع الشرّ، والموت، والغموض، والأسود هو اللون التقليدي للحداد في العديد من البلدان، ويستخدم عادة في التصميم الأكثر انفعالا، وكذلك في تصاميم أنيقة جدا.

وقد يعتمد عليه مصمّم الصفحة في كتاباتهم، نظرا لخصائصه الأنيقة السابقة، أو لأنهم ليسوا مضطّرين لإبراز أهمية المنشور، لأنّ محتواه واضح وبارز حتى باللون التلقائي.

جدول رقم (15): يوضح نوع مقاطع الفيديو التي يتم تداولها على الصفحة

النسبة	التكرارات	الإجابات
9.37	15	مقاطع فيديو شخصية
90.62	145	مقاطع فيديو من مواقع إلكترونية
00	00	أخرى
100	160	المجموع

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أن أغلبية مقاطع الفيديو التي تعتمد عليها الصفحة عينة الدراسة (90.62%) مأخوذة من مواقع إلكترونية، غالباً ما تكون من الموقع الإلكتروني الأساسي لها؛ لتدعيم الصفحة على الـ"فيس بوك"، وكذلك لزيادة عدد الزيارات للموقع الأساسي. كما أن الموقع الأساسي به مساحة أكبر للاطلاع على محتويات الفيديوهات، وربما حتى الانتقال إلى فيديوهات أخرى، وهذا ما لا يوفره تصميم الصفحة على الـ"فيس بوك".

وتعتمد بنسبة ضئيلة (9.37%) على فيديوهات ليست مأخوذة من مواقع إلكترونية، وإنما تم وضعها مباشرة من طرف القائمين عليها، معتمدين في ذلك على الخصائص التصميمية للفيديوهات، لزيادة عدد المشاهدات، وبالتالي زيادة عدد متابعي الصفحة.

وفي الغالب تكون تلك الفيديوهات عبارة عن ومضات للحظات سعيدة، تدخل البهجة لمتصفحها، مركبة من بعض الصور المأخوذة من الانترنت، ومن أمثلة ذلك فيديو عن إعداد أكلة ما، فيديوهات للوقاية من أمراض معينة، فيديوهات محورها أدعية يوم الجمعة، فيديوهات لتحية أحد أفراد العائلة كالأب أو الأخت مثلاً، فيديوهات عن خطبة يوم الجمعة من المسجد النبوي... إلى غير ذلك.

جدول رقم (16): يوضح نوع الصور التي يتم تداولها في الصفحة

النسبة	التكرارات	الإجابات
00	00	صور شخصية
88.82	453	رسومات معبرة
11.17	57	صور من مواقع إلكترونية
00	00	أخرى
100	510	المجموع

إضافة إلى ما تم التطرق إليه في الجدول رقم (11) بخصوص أهمية توظيف الصورة في الصفحة محل الدراسة، نذكر أيضا أنها تمثل في شبكة الويب ركنا أساسيا في بنية الشبكة؛ كمعلومة علمية وإعلامية وإعلانية وتعليمية في حد ذاتها، كما تمثل إضافة جمالية وعنصرا بنائيا للموقع كخلفية، أو كأزرار توضح أبواب الموقع، أو كأدلة للتصفح؛ للمساعدة في نقل زائر الموقع إلى صفحة أخرى، تحمل نفس الصورة.¹

ومن خلال بيانات الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية الصور التي يتم تداولها في الصفحة (88.82%) تكون عبارة عن رسومات معبرة، من شاكلة أطفال صغار، زهور، أمطار، نهر، ورق عنب، أنواع أكلات مختلفة، مساجد وأماكن عبادة مختلفة، ملابس متنوعة، حيوانات مختلفة، ديكورات منازل... إلى غير ذلك.

إن الصورة خطاب ثقافي وفكري وإيديولوجي، وإنتاج اقتصادي وتكنولوجي، وهي وسيلة فعالة ومتعددة الوظائف. يمكننا بواسطتها الوقوف على أهمية العالم البصري في إنتاج المعاني وتأسيس القيم الجمالية والإبقاء عليها، ومعرفة علاقات القوة داخل الثقافة أيا كانت، وكشف الديناميات النفسية الخاصة بعمليات المشاهدة والتلقي، التي تلقي برواسيها في هذا المجال، هكذا يؤسس هذا الحقل المعرفي الجديد الخاص بالثقافة البصرية عالما خاصا به. تناص يمكن من خلاله قراءة الصور، والأصوات، والتخطيطات، والتوصيفات المكانية عبر الوسائط المتنوعة الأخرى ومن خلالها. وكل ما يعكس اللحظة الراهنة في ميدان الدراسات الثقافية بتعقيدها المختلفة.²

وبالتالي أضحت الصورة تمثل سلطة الحجاج والإقناع، للاستدلال على النظرة التي يتعامل وفقها مشرفو الصفحة مع مشتركها، حتى لو اقتضى الأمر نسج صور من عالم الخيال لنقل رسالة معينة، كالصور السابقة الذكر.

إننا من خلال الصورة، نستطيع نقل نمط ثقافي يمكن أن يطلعنا على الآخر، قد يسود وينتشر ويحدث تغييرا في النظام أو النسق الاجتماعي، ويفرض خلخلة في العادات والتقاليد التي تشكل جزء من هذا النظام، بل أنه في مرحلته الأولى، قد يؤدي إلى صراع بين فئات المجتمع الواحد، مادام يخاطب ذاكرة ويحاول أن يفرض نمطا آخر في المجتمع، قد يحدث هزة فيما هو سائد، ويجعلنا نتساءل عما يحمله المستقبل في ظل سيطرة الصورة على الخطاب الثقافي.

ومن هذا المنطلق، أضحت الصورة تطرح إشكالا يرتبط بمسألة الهوية أو الخصوصية الثقافية، ووضعها في ظل ثنائية تأثير/تأثر؛ ذلك أن الانتصار في الآخر، قد يؤدي إلى المسخ الثقافي، وهو ما تشتغل عليه - للأسف - الصورة، التي تعمل في كثير من الأحيان على تغيير نمط العيش في الأكل، واللباس والتواصل، بل قد تؤدي إلى ترسيخ قيم لا تتوافق مع واقعنا، وتعمل على تجريدها من هويتنا، بل قد تؤدي إلى ترسيخ قيم لا تتوافق مع واقعنا، وتعمل على تجريدها من هويتنا الثقافية.¹

وينطبق هذا الكلام على بعض الصور التي توظفها الصفحة عينة الدراسة، فنجد بعض الصور فيها إحياءات جنسية، ترافق موضوعات حول العلاقات بين الأزواج، وصورا لأماكن حساسة من الجسم، لم نعهد في مجتمعاتنا العربية توظيفها بهذا الشكل المجاهر، أو صور لسيدات بملابس قصيرة جدا. ومع ذلك، تبقى نسبة توظيف هذه الصور قليلة مقارنة بالصور التي تعبر عن هوية المجتمع العربي الإسلامي، فغالبا ما نجد صور فتيات محجبات، أو أولاد في المساجد، أو مصاحف، أو التعريف بأكلات مختلفة، أو صورا لأزهار جميلة، أو فراشات تشير إلى النقاؤل، أو أماكن سياحية في دول عربية مثل دبي ومصر... إلى غير ذلك.

فيما تعتمد على الصور من مواقع إلكترونية مختلفة بنسبة ضئيلة، أغلبها الموقع الإلكتروني الأساسي للصفحة، أو صفحة ثقافة حول العالم؛ وهذا يعكس مدى نشاط الصفحة واعتمادها على مصادرها الخاصة، وعزمها أن تكون هي موردا للصفحات الأخرى، وليس آخذا منها.

¹ سعيد العيماري: صورة الآخر ومسألة الهوية،

2017/05/03 21.00

https://www.facebook.com/ThaqafaHawEI3alam/ :

جدول رقم (17): يوضح فئة استخدام الروابط التشعبية

النسبة	التكرارات	الإجابات
91.19	766	متوفرة
8.81	74	غير متوفرة
100	840	المجموع

وتسمى أيضا بالوسائط المتشعبة *Hypermedia*، وتعني إمكانية إنشاء نظام لربط النص المتشعب *Hypertext* والرسوم والصور والصوت ولقطات الفيديو والرسوم المتحركة، وتقديمها بطريقة متشعبة *Branching* أو بطريقة غير خطية؛ أي أنها تحتوي على وصلات داخلية لا تنقل مستخدمها إلى النص فقط، وإنما إلى وسائط أخرى، مثل الصور، والأصوات، والرسومات، والأفلام، والجرافيك المتحرك.¹ ويتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أن الأغلبية الساحقة من مناشير الصفحة عينة الدراسة (91.19%) تستخدم الروابط التشعبية؛ وفي مجملها تحيل إلى الموقع الإلكتروني الرئيس للصفحة، للاطلاع على تفاصيل الموضوع المنشور، وأيضا للتعريف بهذا الموقع وانتشاره أكثر بزيادة عدد الزيارات له، وبهذا تعمل هذه الصفحة على شبكة الفيس بوك كإعلان مجاني للموقع الأساسي، مستغلة في ذلك انتشارها الكبير، وعدد معجبيها ومتابعيها الضخم.

ويتم إدراج هذه الروابط خاصة على الصور، أو في نهاية جزء مكتوب، ذو عنوان جاذب، ومذيل بسؤال بهدف إثارة فضول القارئ لاستكمال قراءة باقي الموضوع، وبالتالي بمجرد الضغط على العنوان التشعبي المدرج تتم الإحالة مباشرة إلى الموقع.

بينما لم تعتمد على تلك الروابط إلا في 8.81% من المناشير عينة الدراسة؛ وغالبا لا تكون تلك المناشير بحاجة إلى توجيه إلى موقع آخر، كمناشير تحيات الصباح والمساء، والأدعية، والآيات القرآنية، أو الحكم ومناشير التناول... إلى غير ذلك من المناشير التي لا تحتاج مساحة أكبر من الصفحة للشرح.

جدول رقم (18): يوضح فئة استخدام الصورة في الصورة التعريفية للصفحة

النسبة	التكرارات	الإجابات
100	840	استخدام صورة
00	00	عدم استخدام صورة
100	840	المجموع

توفّر الشبكات الاجتماعية إمكانية استخدام صورة شخصية تظهر بجانب اسم الحساب، أو صورة للغلاف *Cover*، لتظهر عند زيارة المستخدمين لصفحة المستخدم الشخصية.

ويتّضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أنّ صفحة "تقف نفسك" عيّنة الدراسة تعتمد على استخدام الصورة التعريفية لها دائما، حيث بلغت نسبة هذه الفئة (100%).

وتشمل الصورة التعريفية للصفحة عيّنة الدراسة من صورة الغلاف، والصورة الشخصية (*Photo de profil*)، التي تظهر بحجم صغير، متداخلة مع يسار صورة الغلاف، وتظهر أيضا في أول كلّ مشاركة يقدمها مشرفو الصفحة، ويتمّ تغييرها بشكل غير منتظم. وتحتوي صورة كتاب مفتوح، ينقل ما بداخله من معلومات إلى عقل الإنسان (وتمّ استخدام الأسمم للإشارة إلى عملية النقل)، مكتوب تحتها اسم الصفحة "تقف نفسك".

جدول رقم (19): يوضح فئة استخدام الألوان في الصورة التعريفية للصفحة

النسبة	التكرارات	الإجابات
100	840	صورة بالألوان
00	00	صورة دون ألوان
100	840	المجموع

الألوان من أهمّ العناصر الأساسية التي تصنع صفحة الويب، بل من أهمّ المعايير لتقييم هذه الصفحة. وهي مرتبطة بالمحتوى، ومرتبطة بشخصية المصمّم.

والألوان تعكس هوية الموقع واتجاهه في مرّات كثيرة. والاكتفاء بلون واحد قد يؤثّر بشكل سلبي على الموقع في الأغلب، بل يجب الاعتماد على تعدّد الألوان وتنوّعها، بحسب المحتوى، ومكانه، ووظيفته. وتوليفات الألوان، وتناسقها قد تصنع تحفة فنيّة من الموقعن لكن بالطّبع من دون المبالغة في استخدامها، والتنوّع الكثير في درجاتها.

وعندما نتحدّث عن الألوان فإننا نشمل بذلك الحديث عن ألوان الخلفية، ألوان النصوص، ألوان الروابط، ألوان الصّور الموظّفة ... إلى غير ذلك.

ويبيّن من خلال بيانات الجدول أعلاه أنّ الصّور التعريفية الموظّفة في الصّفحة عيّنة الدراسة تكون بالألوان، حيث بلغت نسبة هذه الفئة (100%)؛ ويدلّ ذلك على مدى أهميّة توظيف الألوان.

والصّورة الشخصية للصفحة عيّنة الدراسة توظّف اللّون البني كخلفية، ويتدرّج إلى أن يصل إلى اللّون الأصفر الذي خصّص لتلوين الدّماغ، والكتاب بلون أبيض، ولون خط اسم الصّفحة "تقف نفسك" بالأبيض أيضا. أمّا صورة الغلاف فتعمد أساسا على اللّون البني، والذهبي، والأبيض، بالإضافة إلى القليل من الأحمر. فيما نلاحظ اختفاء اللون الأزرق والأخضر والرّمادي من الصّورة. أمّا عن دلالات وأهميّة هذه الألوان فقد ذكرناها سابقا في الجدول رقم (14).

جدول رقم (20): يوضّح فئة الكتابة على الصّورة في الصّورة التعريفية للصفحة

النسبة	التكرارات	الإجابات
00	00	صورة من غير كتابة
59.52	1000	صورة مصحوبة بكتابة عن طريق حروف
40.47	680	صورة مصحوبة بكتابة عن طريق أرقام
100	1680	المجموع

يتّضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أنّ أغلبية الصّور التعريفية المستخدمة في الصّفحة خلال فترة إجراء الدراسة غالبا ما تكون مصحوبة بكتابة عن طريق حروف، بنسبة 59.52%؛ أو عن طريق أرقام؛ حيث قدرّت نسبتها بـ 40.47%، ولم يتمّ توظيف الصّور دون أيّ كتابة أبدا.

وتعود هذه النتائج إلى أن الصورة الشخصية في بداية فترة التحليل وحتى نهايته كانت عبارة عن صورة الكتاب المفتوح مع عقل الإنسان مكتوب تحتها اسم الصفحة بالحروف. أما صفحة الغلاف؛ فكانت من بداية فترة التحليل إلى غاية شهر ماي كانت فيها صوراً، يتوسطها اسم الصفحة بحروف كبيرة وبارزة وملونة، وبجانبيها الأيمن عدد المشتركين فيها، والذي تجاوز 33 مليون مشترك. وبعدها تم حذف عدد المشتركين، والإبقاء على اسم الصفحة كتابة بالحروف؛ الأمر الذي يدل على أهمية الحروف بالنسبة للقائمين على تصميم الصور التعريفية للصفحة، ولأن عدد المشتركين في تغير مستمر وجب تحديث الصورة باستمرار، ما يشكل عبء على المصممين يمكن تفاديها بإلغاء إدراجه على الصورة.

2- فئات المضمون:

جدول رقم (21): يوضح فئة نوع المواضيع

النسبة	التكرارات	الإجابات
0.25	3	مواضيع سياسية
11.77	137	مواضيع اجتماعية
3.43	40	مواضيع حول اللغة العربية
36.08	420	مواضيع حول الدين الإسلامي
6.01	70	مواضيع حول العادات والتقاليد
38.66	450	ثقافة عامة
3.78	44	أخرى
100	1164	المجموع

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أن مواضيع الثقافة العامة هي أكثر المواضيع التي تتطرق لها الصفحة عينة الدراسة، وذلك بنسبة (38.66%) من مجموع المواضيع، وتتضمن مختلف أنواع المعلومات، المقدمة بطريقة واضحة، سهلة الاستيعاب. ومحتويات هذا النوع من المنشورات غالباً ما تكون حول تقديم معلومات طبية، أو ذكر فوائد أعشاب معينة، أو فوائد النوم والاستيقاظ، أو معلومات حول تكنولوجيا جديدة، أو نوع ألبسة جديد، أو مكان سياحي مختلف... إلى غير ذلك.

وتعتبر هذه النتيجة منطقية؛ لأن هدف الصفحة الأول هو التثقيف، وما اسمها "تقف نفسك" إلا تجسيد لهذا الهدف.

وتليها المواضيع التي تدور حول الدين الإسلامي، بنسبة 36.08%، وتعتمد الصفحة على هذا النوع من المواضيع بصفة دائمة، ومحدثة، وفي الغالب تكون في شكل صور ذات رموز مختلفة، وأحيانا بشكل فيديو، لتعرض الآيات القرآنية مثل "واذكر ربك إذا نسيت"، و"بشر الصابرين"، والأحاديث النبوية مثل "قال الرسول صلى الله عليه وسلم: يأتي على الناس زمان القابض على دينه كالقابض على الجمر"، والأدعية، ومن أمثلتها على سبيل الذكر لا الحصر دعاء "اللهم ارزقنا ذكرك وشكرك وحسن عبادتك"، "يا رب أسألك بأنك أنت الله الواحد الأحد الفرد الصمد أن تبليغني ما أتمناه في الدنيا والآخرة"، و"اللهم اعني في دراستي وبارك لي في وقتي واجعل نهاية جهدي فرح واسالك ربي بان لا يضيع لي تعب ولا ينهدم لي حلم". والملاحظ على بعض هذه الكتابات وجود أخطاء لغوية، وعدم استعمال الهمزات، ولا علامات الوقف أبدا.

في حين كانت أدنى نسبة للمواضيع السياسية، والتي قُدرت بـ0.25%. وهذه النسبة المهمة تعتبر منطقية لأن الصفحة ليست ذات هدف سياسي، بل تثقيفي تعليمي بعيدا عن الجدلية وإرهاقات المواضيع السياسية. وغالبا ما تكون في شكل معلومة تاريخية عن بلد أو سياسي.

جدول رقم (22): يوضح فئات خاصة باللغة العربية

النسبة	التكرارات	الإجابات
80	32	شعر وقصائد
20	08	تعريف بأدباء
00	00	ذكر قاعدة من قواعد اللغة
00	00	أخرى
100	40	المجموع

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أن أكثر المناشير التي كان محورها مواضيع خاصة باللغة العربية عبارة عن أبيات شعر من قصائد معروفة، حيث بلغت نسبة هذه الفئة 80% من مجموع مؤشرات هذه الفئة، ومن أمثلتها: يقول نزار قباني من أراد قريك أقترب، من أراد رؤيتك أتني، ومن أراد سماع صوتك

سيتصل بك هي أشياء لا تمنعها الظروف بل تمنعها الإرادة"، والملاحظ في الكتابة كثرة الأخطاء في توظيف الهمزة، وأيضا في تعويض الألف المقصورة بالياء في كلمة أتي.

فيما بلغت نسبة التعريف بالأدباء 20%، كالشاعر "فاروق جويده" فيما لم نسجل ذكر قاعدة من قواعد اللغة.

وما نلاحظه على بعض هذه المنشورات الكثير من الأخطاء اللغوية مثل: مسانكم سعادة، يارب نقي أيامنا من الهم والضيق والحزن، أخواتي ربنا يحميكم من كل عين تنظر إليكم ولا تذكر اسم ربي، اللهم اغفر لي ذنوبا تمنع راحة بالي، يا رب اقضي حوائجنا. بالإضافة إلى إهمال علامات الوقف في الأغلبية الساحقة من المناشير.

وبالرغم من بعض الأخطاء اللغوية الواردة لا ننكر أن هذه الصفحة تهتم باللغة العربية في منشوراتها، وتعتمد إلى توظيفها بشكل دائم ومستمر، مما يدعم عنصرا هاما من عناصر الهوية الثقافية لجمهورها المستهدف من الشباب العربي.

جدول رقم (23): يوضح فئات خاصة بالدين الإسلامي

النسبة	التكرارات	الإجابات
10	42	آيات قرآنية
05	21	أحاديث نبوية
15	63	أدعية
60	252	صور فيها أدعية
10	42	صور فيها رموز دينية
100	420	المجموع

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أن الأدعية التي تكون مرفوقة بصور أكثر محتويات الفئات الخاصة بالدين؛ حيث بلغت نسبتها 60%، وتلتها مباشرة فئة الأدعية دون مرفقات، بنسبة 15%، والآيات القرآنية منفردة بنسبة 10%، ونفس النسبة للصور التي تحتوي رموزا ودلالات دينية، مثل الكعبة الشريفة، المساجد، صور مصاحف، صور بنات يلبسن حجاب، صور أيد مرفوعة للدعاء...إلى غير ذلك، أو حتى شخصيات دينية مشهورة كالشيخ شعراوي رحمه الله. وأدنى نسبة كانت للأحاديث النبوية غير المرفوقة، بنسبة 5%.

وتهتمّ الصفحة عينة الدراسة اهتماما كبيرا بالمنشورات الدينية، كما تهتمّ بانتقاء التصميمات الجاذبة للانتباه، لتقديمها، لذا نجدها تركّز على أن تكون تلك المنشورات، وخاصة الأوعية منها في صور مناسبة، تبقى عالقة في الذاكرة، مستغلّين في ذلك الاستمالات العاطفية التي تنفع في مثل هذه المواضيع، ومع مثل نوع المشتركين من الشباب العربي.

جدول رقم (24): يوضّح فئات خاصة بالتاريخ

النسبة	التكرارات	الإجابات
56.81	25	معلومات تاريخية
31.81	14	تواريخ أحداث هامة
4.55	02	معارك وبطولات
2.27	01	شخصيات بارزة
4.55	02	أخرى
100	44	المجموع

يتّضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أنّ حوالي نصف المواضيع التاريخية التي نشرت على الصفحة عينة الدراسة (56.81%) عبارة عن معلومات تاريخية، ومن أمثلة ما نشر حقائق تاريخية عن مصر، أقصر عشرة حروب مرّت عبر التاريخ، أو معلومات تاريخية حول لعبة معينة كالشطرنج مثلا...إلى غير ذلك.

وحوالي ثلث هذه المنشورات (31.81%) عبارة عن تذكير بتواريخ لأحداث هامة، كلّما جاءت ذكرى الحدث، كخبر عن تدمير مدمرة أسترالية سنة 1999، شخصيات بارزة مثل شخصية ستالين، وشخصية العالم "أحمد زويل".

والملاحظ على المواضيع التاريخية في هذه الصفحة قلّتها مقارنة مع المواضيع الدينية، أو المواضيع ذات الطابع التثقيفي، وعلى قلّتها فهي لا تتطرّق كثيرا لمعلومات تاريخية خاصة بكلّ بلد عربي، رغم أنّها موجهة للعرب كافة.

جدول رقم (25): يوضح فئات خاصة بالعادات والتقاليد

النسبة	التكرارات	الإجابات
42.85	30	أكلات
24.28	17	لباس تقليدي
21.43	15	أدوات تقليدية
7.14	05	طقوس الأفراح
04.28	03	طقوس الأحزان
00	00	أخرى
100	70	المجموع

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أن الأكلات هي أكثر فئات العادات والتقاليد التي تقوم الصفحة عينة الدراسة بنشرها؛ حيث بلغت نسبتها 42.85%؛ ذلك أن للأكل أهمية كبيرة في حياة الأفراد والمجتمعات، والتنوع في الأطباق من اهتمامات الكثيرين، كما أن معرفة فوائد وأضرار غذاء معين من اهتمامات الكثيرين أيضا. والأكل يمثل أكثر من مجرد مصدر رئيسي للعناصر الغذائية، فهو عنصر أساسي من عناصر ثقافات الشعوب، وركيزة هامة لشعورها بالهوية، ومصدر هام للتعريف بالثقافة المحلية لأي منطقة، لذا نجد أن صفحة "تقف نفسك" مهتمة كثيرا بالتعريف بمختلف أنواع الأكل التقليدي منه والمعاصر، ومركزة على إبراز فوائده وأضراره، وطرق تحضير الوصفات، والنصائح الخاصة بالمكونات. ونجدها تركز أكثر على الأكل المعاصر ذو الطابع السريع كـ"السندويشات" و"البيتزا" ...إلى غير ذلك، أو وصفات الحلويات العصرية كـ"كيب كايك".

أما بخصوص الأكلات التقليدية فهي تركز على الأكل التقليدي المصري، كالفول، والخبز، أو الأكل الخاص بالشرق العربي، وأحيانا فقط الأكل الخاص بمنطقة المغرب العربي كـ"الطاجين".

وتلت فئة الأكلات فئة اللباس، بنسبة 24.28% من مجموع الفئات، لما للباس من أهمية وخاصة في عالم اليوم، حيث أصبح الشباب يتنافسون على آخر صيحات الموضة، وهو ما استثمره المشرفون على الصفحة، بنشر صور لكل أنواع اللباس العصري أو التقليدي، وعلى مختلف الأذواق، ولكل الأعمار.

ونظرا لأنّ اللباس يعتبر مظهرا أساسيا من مظاهر هويات المجتمعات، فالملاحظة التي يمكن قولها على اللباس التقليدي بالذات في الصفحة أنّها أهملت هذا الجانب، وركّزت على إبراز الملابس الغربية أكثر، ربّما لأنها أكثر جذبا للمشاركين فيها.

ويخصوص اللباس العربي أو المسلم، نلاحظ أنّها تركّز على الحجاب أو القميص، خاصّة في المنشورات ذات الطابع الديني، كما تعمل على إبراز اللباس التقليدي الخليجي أو المصري.

ثمّ الأدوات التقليدية بنسبة 21.43%، كالأدوات الفخارية، وأخيرا طقوس الأفراح والأحزان، كبعث عادات وتقاليد الشعوب في أفراسهم، وفي مناسباتهم الحزينة. لكن قلّما تنشر مثل هذه المواضيع إذا ما قارناها بالمحتوى العام للصفحة.

جدول رقم (26): يوضّح فئات خاصّة بالموروث الثقافي اللامادي

النسبة	التكرارات	الإجابات
50	03	أمثال
33.33	2	حكم
16.66	1	قصص
00	00	أساطير
00	00	أخرى
100	06	المجموع

يتّضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أنّ نصف الفئات الخاصة بالموروث الثقافي اللامادي عبارة عن أمثال، و"المثل قول وجيز، يعبر عن خلاصة تجربة، مصدره كامل الطبقات الشعبية، ويتميّز بحسن الكتابة، وجودة التشبيه، وله طابع تعليمي، ويرقى على لغة التّواصل العادي"¹، وتعتمد عليه الصفحة عينّة الدراسة لأهمّيته في حياة الفرد العربي، ولما يتميّز به من إيجاز، وكثافة في المعاني، والدقّة في التّعبير، وهذا مازاد في انتشاره بين مختلف طبقات المجتمع؛ من خلال رصد تجاربه، والتعرّض لها بهذه الكلمة الموجزة المؤدّية للغرض المطلوب، فهو بذلك يودّي عدّة وظائف أهمّها الوظيفة التواصلية بين أفراد المجتمع الواحد، وبين مختلف المجتمعات وكذلك الشعوب المختلفة، فالمثل ينقل تجارب الآخرين السّابقين ويحميها من الزوال

والاندثار، فمن خلاله يمكن التّواصل مع مجتمع آخر، ومعرفة ثقافته، وطريقة تفكيره، ونظرته للحياة. إضافة إلى وظيفته الأخلاقية التعليمية التّربوية، والإقناعية والترفيهية.

وبالتّالي يعتبر المثل من أكثر منشورات الصّفحة استقطاباً للمتصفّحين، ولهذا يعتمد المشرفون عليها لتوظيفه، لزيادة أعدادهم التي تعتبر رأس مال الصّفحة. ومن أمثلة ما تمّ توظيفه فيها مثل "جزاء سنمار".

وثالث المنشورات عبارة عن حكم، وهي عبارة عن قول موجز، مشهور، صائب الفكرة، رائع التعبير، يتضمّن معنى مسلماً به، يهدف إلى الخير والصّواب، وتعبّر عن خلاصة خبرات وتجارب صاحبها في الحياة، نظراً لأهمّيتها أيضاً في المجتمعات العربية، وبالتالي أهمّيتها في استقطاب أعداد كبيرة من المتصفّحين. ومن أمثلة الحكم الموظّفة في الصّفحة نذكر: "علمت أن رزقي لا يأخذه غيري فاطمأن قلبي"، و"إذا استطعت الصّبر فقد اجتزت نصف مشاكل الحياة".

وأدنى نسبة 16.66%، كانت للقصاص، التي تمثّل مجموعة حوادث متخيّلة، لكن الخيال فيها مستمدّ من الحياة الواقعية، وتفسّر تجربة قد تقع في حياة مجموعة من البشر، وتصف كلّ ما تثيره من انفعالات، وما تفرضه من سلوك. والقارئ يجد فيها رموزاً حيّة لأحداث حياته ومشاعره، ولأحداث أشخاص من حوله ومشاعرهم. ولإدراك المشرفين على الصّفحة عينة الدّراسة أهمّية القصّة لدى أفراد المجتمعات العربية، عملوا على توظيفها؛ لجذب أكبر عدد من المتابعين.

ونستنتج من خلال هذا الجدول أنّ الصّفحة عينة الدّراسة تعمل على إبراز الموروث الثقافي العربي إجمالاً، وتهتمّ به.

جدول رقم (27): يوضح فئة لغة المضامين الرئيسية المنشورة على الصفحة

النسبة	التكرارات	الإجابات
92.02	773	العربية
00	00	الانجليزية
7.98	67	مختلطة
100	840	المجموع

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أنّ اللغة العربية هي لغة الأغلبية الساحقة من مناشير الصفحة؛ حيث بلغت نسبتها (92.02%)؛ ونفس ارتفاع هذه النسبة بأنّ أغلبية مناشير الصفحة عبارة عن أدعية أو آيات قرآنية، أو معلومات بحكم أنّها صفحة تعليمية، وهذا النوع من المنشورات يفرض التعامل باللغة العربية.

كما نستطيع الإشارة من خلال هذه النتيجة إلى اهتمام مشرفي الصفحة باللغة العربية، من خلال الإصرار على استخدامها في أغلب منشوراتها، وأنّ هذه الصفحة من الصفحات كثيفة المشاركين والمتابعين القلائل التي تدعم اللغة العربية في منشوراتها، بهدف محاولة النهوض باللغة العربية، وإيجاد مكانة لها على شبكة الانترنت، وبالتالي تعمل على الحفاظ على الهوية الثقافية العربية من خلال عنصر اللغة العربية.

فيما لم يتم توظيف اللغة الإنجليزية أبداً، لأنّ الصفحة عربية، ويبدو أنّها تحاول دعم اللغة العربية من خلال تجنب استخدام اللغات الأجنبية. كما أنّ اللغات الأجنبية لها نصيبها الوافر من الحجم المعروض على الانترنت، مقابل ضآلة حجم اللغة العربية، الأمر الذي يستدعي أن توظف الصفحات العربية لغتها الأصلية، بدل دعم لغات أجنبية لها ما يدعمها أصلاً.

وكان الاعتماد على استخدام لغة مختلطة أساس حروفها الحروف العربية وبعض كلماتها إنجليزية مثل "منشن" mention، "لايك"، أو حتى خلط بين العامية والفصحى، مثل منشور كتب فيه: من كتر جمال وحلاوة سورة يوسف ربنا بدأها بنحن نقصّ عليك أحسن القصص"، بمعنى من شدة جمال سورة يوسف، بدأها الله بنحن نقصّ عليك أحسن القصص" أو الكتابة بالعامية مباشرة، مثل: "مين قال الحق ما بيزعلش، الناس مبتزعل غير من الحق"، بمعنى من قال أنّ الحق لا يُغضب، فالناس لا تغضب إلا من الحق.

والملاحظ على العامية الواردة في كل المنشورات أنها ذات لهجة مصرية، لكون المشرفين على الصفحة من نفس الجنسية، وبالتالي فهم يعملون على دعم اللغة العربية، وإلى جانبها لهجتهم المحلية، بالرغم أن الصفحة كما ورد في تعريفهم لها فهي عربية، فإن كانت الكتابة بالعامية ضرورية أحيانا، فالمفروض أن يكون هناك توازن في استخدام اللهجات القطرية للدول العربية المنتشرة فيها، حتى يتم التعريف بها والتسويق لها، وبالتالي يحدث تبادل لغوي ثقافي، بدل دعم لغات أجنبية من شأنها العصف بلغتنا وهويتنا.

واتفقت نتيجة اللغة العربية في هذا الجدول مع نتيجة الدراسة السابقة للباحث "أحمد سمير عبد الهادي حسن"؛ حيث جاءت اللغة العربية في المرتبة الأولى بنسبة 86.7%، واختلفت معه في نتيجة اللغة الإنجليزية، حيث جاءت في دراسته في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 13.3%.

جدول رقم (28): يوضح نوع مشاركات الأعضاء على الصفحة

النسبة	التكرارات	الإجابات
55.59	840	إبداء الإعجاب
29.98	453	التعليق على صورة
0.33	5	التعليق على فيديو
7.47	113	التعليق على منشور مكتوب
6.61	100	التعليق على تعليق عضو آخر
100	1511	المجموع

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أن إبداء الإعجاب حول المناشير عينة الدراسة موجود فيها كلها؛ أي أنه لا يخلو منشور في صفحة "تقف نفسك" من إعجاب، وحتى عدد هذه الإعجابات يكون بالآلاف، وهذا يدل على مدى نشاط وانتشار الصفحة، ومدى تليبيتها لاهتمامات الكثير من معجبيها أو متابعيها.

والإعجاب هو خاصية في الـ"فيس بوك" تستعمل إذا نال المنشور إعجاب المتصفح، لكنه أحيانا يتجاوز فكرة إبداء الإعجاب أحيانا، وتصبح له استخدامات أخرى. فمن خلال الملاحظة بالمشاركة قد يكتب مشرف الصفحة جملة السلام عليكم مثلا، فيرد المتصفحون بالضغط على زر الإعجاب بدل الرد بتعليق،

فالإعجاب هنا بدل تعليق "وعليكم السلام"، وقد يستخدم فقط بمعنى أنا متواجد وأتابع ما ينشر، وأحيانا كسل المتصفح عن كتابة تعليق، يضطره للاكتفاء بضغطة زر الإعجاب.

وتتميز صفحة "تقف نفسك" بكثافة حجم الإعجابات على المنشور الواحد، والتي تقدر بالآلاف، دلالة على متابعة الصفحة وانتشارها، وهذا ما يصبو إليه القائمين عليها، لذا نجدهم يبذلون قصارى جهدهم في تحديث المنشورات وتنويعها، وعرضها بطرق تجذب إليها المتصفحين، مستخدمين كل الأساليب الإقناعية، الشكلية منها؛ من خلال التصميمات، والألوان، والصور، والأحجام المختلفة للخطوط، والموضوعات الخاصة باستعمال الاستمالات الإقناعية العاطفية خاصة، كتوظيف الأطفال، والمرأة، والأزهار، والأماكن المقدسة، والعبارات التي تغور في النفس البشرية، معبرة عن حالات نفسية يمر بها المتصفحون، وأيضا الاستمالات العقلانية، كتوظيف المعلومات العلمية، بالأرقام والإحصائيات، والتخويفية من خلال إبراز مخاطر موضوع معين بإيماءات وإيحاءات جسدية أو رمزية، ومستخدمين في ذلك الألوان المناسبة للهدف من الموضوع.

وحتى التعليقات لا يخلو منها أي منشور، سواء التعليقات على المناشير (الصور، الفيديوهات أو المناشير المكتوبة) بصورة عامة، أو التعليقات على تعليقات أعضاء آخرين.

وسنحاول في الجدول اللاحق معرفة طبيعة هذه التعليقات.

جدول رقم (29): يوضح طبيعة تعليقات الأعضاء حول المنشور

النسبة	التكرارات	الإجابات
50	420	آراء ووجهات نظر
23.93	201	إطراء وتشجيع
15.95	134	استفسار وطلب
7.97	67	إرشاد ونصح
1.07	9	أكثر من طريقة
1.07	9	آخر
100	840	المجموع

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أن نصف تعليقات الأعضاء على المناشير عينة الدراسة تمثلت في إبداء الآراء ووجهات النظر، ومن أمثلة ذلك إبداء الرأي حول صحة أو خطأ المعلومات الواردة في المنشور، كمنشور عنوانه فوائد قرآنية، الكثير من التعليقات عليه رجحت خطأ المعلومات.

وحوالي ربعها كانت خاصة بالإطراء والتشجيع، كمنشور لصورة طبيعية خلابة مرفوق بعبارة لن تصدق أن هذه الصورة لمجرد هاوي تصوير، فكانت أغلب التعليقات حول روعة الصورة.

ونسبة 15.95% من المنشورات كانت بغرض الاستفسارات أو الطلبات، ومن أمثلة تلك الطلبات نذكر "محتاج مساعدة منيكم..والله مش بهزر ولا أضحك ع حد فيكم، بس شوفو أول بوست في صفحتي" بمعنى أحتاج مساعدة منكم، والله لا أمزح معكم ولا أكذب على أحد فيكم، لكن انظروا أول منشور في صفحتي، وأيضا طلبات من شاكلة "ادخل صفحتي لو عجبك ممكن تعمل متابعة فضلا وليس أمرا".

ونسبة 7.97% كانت إرشادات ونصائح، في غالبها نصائح لمستخدمات ال"فيس بوك" لتجنب بعض الأخطاء التي يقعن فيها، والتي تؤثر سلبا عليهن.

ونسب متدنية كانت لتعليقات قد تجمع بين الأنواع السابقة، أو تعليقات أخرى كالاكتفاء بالأيقونات، أو إعلانات عن خدمات مع إرفاق أرقام الهاتف.

واتفقت نتيجة هذا الجدول مع نتيجة الدراسة السابقة للباحث "أحمد سمير عبد الهادي حسن"؛ حيث تمثلت طبيعة تعليقات الأعضاء حول المنشور على صفحة "ثقف نفسك" في الآراء ووجهات النظر في المقدمة بنسبة 54.8%، ثم الإطراء والتشجيع في المرتبة الثانية بنسبة 27.9%، ثم محايد بنسبة 12.9%، ثم استفسار وطلب بنسبة 2.5%، وأخيرا إرشاد ونصح بنسبة 1.9%.

جدول رقم (30): يوضح لغة تعليقات الأعضاء على المنشور

النسبة	التكرارات	الإجابات
11.19	94	لغة عربية فصحي
12.26	103	لغات أجنبية
60	504	عامية
2.97	25	عربية بحروف أجنبية
12.97	109	أجنبية بحروف عربية
0.59	05	الاكتفاء بأيقونات
100	840	المجموع

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أن العامية كانت لغة تعليقات أغلبية الأعضاء (60%)، والعامية هنا في أغلبها لهجة مصرية، وتتضمن أيضا لهجات دول المشرق العربي والمغرب العربي وكذلك لهجة دول الخليج.

ويستخدم المعلقون على المناشير اللغة الأجنبية المكتوبة بحروف عربية بنسبة 12.97%، ومن أمثلة ذلك "لو عجبوك اعمل فولو" بمعنى اعمل متابعة، أو "لو عجبك اعمل سي فيرست"؛ بمعنى *see first*. وبنسبة مقاربة لها (12.97%) باللغة الأجنبية (حتى لو لم تكن فصيحة وصحيحة)، ونسبة 11.19% يكتبون بلغة عربية فصحي، أغلب هذه التعليقات عبارة عن آيات قرآنية وأحاديث نبوية، أو حكم منقولة من صفحات أخرى..إلى غير ذلك من التعليقات التي تستوجب اللغة الفصحى.

ويستخدم المعلقون على المناشير اللغة العربية المكتوبة بحروف أجنبية بنسبة متدنية، قُدرت بـ 02.97%، ومن أمثلة ذلك "Allh masali ala sayidina mohamed"، "Alahoma amine ya rab".

والملاحظة العامة على جملة تعليقات الأعضاء أنّ لغتهم العربية ضعيفة إلى حدّ بعيد، فهي مليئة بالأخطاء على أشكالها، النحوية والصرفية، ولا يستخدمون علامات الوقف أبداً. ولا توجد في كتاباتهم الهمزة، بالتالي نستطيع القول أنّه من خلال تعليقات المشتركين في هذه الصفحة فأغلب الشباب العربي لا يتقن لغته، وابتعد عنها، وتشوّهت لديه كثيراً، ولم تعد لديه لغة واحدة معروفة، بل مسخ لغوي بكلّ ما تعنيه الكلمة من معنى.

جدول رقم (31): يوضّح الهدف العام من المنشير

النسبة	التكرارات	الإجابات
51.04	638	تنقيفي وتعليمي
2.96	37	تربوي
28	350	ديني
10	125	سياحي
6.96	87	ترفيهي
1.04	13	أخرى
100	1250	المجموع

يتّضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أنّ نصف المنشورات هدفها تنقيفي وتعليمي، وهذا منطقي بحكم طبيعة الصفحة التي تعرّف نفسها بأنّها تعليمية، تحت اسم ثقّف نفسك، وتحت شعار للمعرفة شكل ثان (ثاني كما كتبت).

وتنقل هذه الصفحة مختلف أنواع المعارف وتنتشرها بصورة سهلة، مختصرة ومريحة للمتصفح، ونجحت في الوصول إلى أعداد كبيرة من المشاركين والمتابعين، بفضل تنوع معلوماتها وبساطتها.

واتّفقت هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة السابقة الباحث "أحمد سمير عبد الهادي حسن"؛ حيث جاء

هدف نشر الثقافة العامة المقدّمة بنسبة 60.8%.¹

¹ أحمد سمير عبد الهادي حسن، مرجع سبق ذكره، ص 155.

وأكثر من ربع المنشورات عينة الدراسة (28%) ذات هدف ديني إسلامي، وهذا ما يدعم عنصراً مهماً من عناصر الهوية العربية الإسلامية، وذلك من خلال التنوع في المنشورات الدينية، من آيات قرآنية، وأحاديث نبوية وأدعية، والصّور التي تدلّ على هذه الديانة.

وتحتل المناشير ذات الهدف السياحي نسبة 10%، فهي تعمل على التعريف بالسياحة في مختلف بلدان العالم، وتركز على البلدان العربية؛ حيث تنقل معلومات وصور عن فنادق دبي الخيالية، وعن شبكات الطرق الحديثة فيها، عن أبراجها العالية، وعن أهرامات مصر وأسرارها، والوادي المقدس طوى فيها، والمنازل تحت الأرض بمطماطة في تونس..إلى غير ذلك.

وذات الهدف الترفيهي نسبة 6.96%، ومن ذلك نشر بعض النكت للترفيه عن النفس، وفي غالبها تكون باللغة العامية.

جدول رقم (32): يوضّح الهدف من مناشير الهوية

النسبة	التكرارات	الإجابات
20	160	إصلاح وتنمية المجتمع
7	56	تصحيح المفاهيم الإسلامية
53	424	نشر وترسيخ الثقافة الإسلامية
1.5	12	تعليم اللغة العربية
7.5	60	التعريف بالموروث الثقافي
9	72	التعريف بالعادات والتقاليد
1	8	نشر معلومات تاريخية
1	8	أخرى
100	800	المجموع

يتّضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أنّ هدف أكثر من نصف المناشير الخاصة بالهوية الثقافية عينة الدراسة هو نشر وترسيخ الثقافة الإسلامية، تليه المناشير ذات هدف إصلاح وتنمية المجتمع بنسبة 20%، وتتدرج باقي أهداف المناشير الخاصة بالهوية الثقافية بنسب مختلفة ومتدنية، أدناها نشر المعلومات التاريخية.

من خلال نتائج هذا الجدول، وجدّاول الدراسة التحليلية لصفحة "تقف نفسك" نستطيع القول بأنّها أكثر صفحة عربية من ناحية الانتشار وعدد المشتركين والمتابعين لها، تهدف إلى نشر الثقافة والمعرفة، وتعمل على دعم وإبراز عنصر الدين الإسلامي كأول عناصر الهوية الثقافية لجمهورها المستهدف، كما تدعم اللغة العربية في مرتبة ثانية، والعادات والتقاليد في مرتبة ثالثة، وأخيرا عنصر التاريخ.

كما نستطيع القول بأنّ أغلب الشّباب الجزائريّ متابع للصفحة، لكن لا يظهر له وجود فيها من ناحية التعليقات؛ فلا أثر للهجتنا الجزائرية إلا نادرا جدّا، على عكس الشّباب من مصر أو دول الخليج الذين أثبتوا حضورهم فيها وبقوة، ومظهر الاهتمام الوحيد بها على الشبكة هو مشاركة منشوراتها على صفحاتهم الشخصية، واستقبال التعليقات عليها فيها.

بمعنى أنّه لم يتم استغلال نشاط، وانتشار، وعدد المشتركين الضخم لهذه الصفحة لنقل وتسويق هويتنا الثقافية الجزائرية لباقي الشّباب العربي، فما المانع من الاستفادة من قدرات الصفحات واسعة الانتشار في التعريف بهويتنا ماداموا هم مستغلين ومستفيدين من تواجدنا كأعضاء فيها؟

II. عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية:

1- عادات وأنماط ودوافع استخدام شبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك"

جدول رقم (33): يوضح مدى استخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية الاليكترونية

النسبة	التكرارات	الإجابات
50.4	202	دائما
29.7	119	غالبا
16.2	65	أحيانا
3.7	15	نادرا
100	401	المجموع

توضّح نتائج الجدول أعلاه أنّ نصف المبحوثين (650.4) يستخدمون الشبكات الاجتماعية الاليكترونية بشكل دائم؛ معنى هذا أنّهم لا يستطيعون بشكل من الأشكال الاستغناء عن استخدامها، وأنّها أصبحت من طقوس يومياتهم؛ وهذا لما توفّره لهم من إشباعات لحاجاتهم التّواصلية المتنوّعة، ولما تتوفّر عليه من خصائص لا توفّرها بقية المصادر التي يطلّعون عليها، كالنّشراك في الاستخدام، المناقشة وتبادل الحوار، الانفتاح، المجتمع، الترابط والحضور الدائم غير المادي، وخصائص أخرى متعلّقة بكلّ شبكة على حدى.¹

وبالعودة إلى الإحصائيات العالمية، وتقرير موقع "مجلة محرّك البحث" الذي يقول أنّ عدد مستخدمي شبكات التّواصل الاجتماعي وصل إلى 1.7 مليار حساب نشط، من أصل 2.1 مليار حساب، نستنتج أنّ الشبكات الاجتماعية الاليكترونية أصبحت ظاهرة عالمية، والشباب الجزائري لم يتخلّف في الالتحاق بها، ومحاولة سبر أغوارها.

وتستخدمها نسبة 29.7% منهم بصفة غالبية؛ وهي نسبة معتبرة جدّا بالنظر إلى انشغالات المبحوثين اليومية كالدراسة. حيث؛ ومع كلّ تلك الانشغالات إلّا أنّهم لا يستطيعون الابتعاد عن استخدامها كثيرا، وغالبا ما يحاولون البقاء مرتبطين بها.

ونسبة 16.2% تستخدمها أحيانا؛ فزيادة الانشغالات تنقص نسبة الاستخدام لدى هذه الفئة، ومع ذلك فهم لا يبتعدون كليّا عن الولوج إليها ومتابعتها.

¹ ورد تفصيل كلّ

في حين تستخدمها أقل نسبة من المبحوثين (3.7%) بصفة نادرة؛ وهذه النسبة القليلة قد لا تستخدم تلك الشبكات لظروف معينة كانشغالهم بالدراسة، أو لصعوبة التواصل بالانترنت، وضعف تدفقها، أو حتى لعدم اهتمامهم الكبير بها، واعتمادهم على مصادر معلومات أخرى غير الشبكات.

جدول رقم (34): يوضح ترتيب الشبكات الاجتماعية الاللكترونية لدى المبحوثين

الرتبة	النسبة	الشبكة الاجتماعية
01	78.30	فيس بوك
03	06.31	تويتر
02	13.52	يوتيوب
04	1.42	انستغرام
05	0.27	سناب شات
06	0.10	تمبلر
/	100	المجموع

من خلال بيانات الجدول أعلاه، نلاحظ أن شبكة "فيس بوك" تحتل المرتبة الأولى من بين أكثر شبكات التواصل التي يستخدمها المبحوثون؛ نظرا لانتشاره الواسع وبصفة خاصة في السنوات الأخيرة، حيث أضحت فضاء لنشاطات متعددة بالنسبة لجمهور المستخدمين، بالإضافة إلى دوره التواصلي مع الأهل والأصدقاء، حيث يشهد الموقع يوما بعد يوم تزايد عدد المستخدمين من كل الفئات العمرية والشرائح الاجتماعية، كما تبلور دور هذا الأخير؛ حيث صار يلعب أدوارا جديدة إعلامية واجتماعية من خلال البث المستمر والمتواصل للأخبار والمعلومات، وكذا أدوارا توعوية تحسيسية في إطار الحملات الإنسانية المتعددة.

إن شبكة "فيس بوك" هي الشبكة الاجتماعية الأكثر رواجاً وشعبية حول العالم، حيث تشير الإحصاءات في نهاية الربع الثالث من عام 2016 إلى وجود 1.79 مليار مستخدم "فعال ومتفاعل" شهريا، وذلك بارتفاع نسبته 16% عن العام 2015. هذا الرقم الضخم يمثل تقريبا ربع سكان العالم. ليس هذا فقط فتطبيق *Messenger* المخصص للتراسل بين مستخدمي "فيس بوك" عبر الهواتف الذكية بلغ هو أيضا 900 مليون مستخدم نشط شهريا. أما عدد المستخدمين النشطين يوميا على فيس بوك فقدروا بـ1.09 مليار مستخدم نشط يوميا، 989 مليون مستخدم منهم ينشطون عبر الهواتف الذكية.¹

ويعدّ "فيس بوك" أيضا الشبكة الاجتماعية الأكثر رواجاً في البلدان العربية، وتشير الإحصاءات بداية عام 2017 إلى وجود ما يقرب من 156 مليون مستخدم "فعال ومتفاعل"، بزيادة 41 مليون مستخدم مقارنة بعام 2016، الذي كان فيه إجمالي عدد المستخدمين في الدول العربية 115 مليوناً.¹

وأظهرت نفس الإحصائيات أنّ المستخدمين النشطين شهرياً حول الموقع يتراوح عددهم في الجزائر بين 15 و 20 مليون مستخدم.

وفي دراسة أمريكية صادرة عن مركز الأبحاث الأمريكي (*American Life Project and Pew Research Center's Internet*) بعنوان "مواقع الشبكات الاجتماعية وحياتنا" لـ *Goulet and Kenth N Hampton* أثبتت أنّ الـ"فيس بوك" هو الشبكة الأوسع استخداماً في الولايات المتحدة الأمريكية؛ حيث يستخدمه 92% منهم، بينما تستخدم نسبة 29% موقع ماي سبايس، و 18% موقع لينكدان 13%.²

كلّ هذه الإحصائيات تدلّ على أنّ شبكة "فيس بوك" هي الشبكة رقم واحد في العالم، وفي الجزائر، ولدى مبحوثي هذه الدراسة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة السابقة للباحث "أحمد سمير عبد الهادي حسن" ودراسة الباحثة "أميرة مصطفى البطريق".

فيما يحتلّ موقع "اليوتيوب" المرتبة الثانية لدى مفردات العينة، وهذا يدلّ على المكانة البالغة لهذا الموقع عند المبحوثين؛ بسبب خصائصه التي تميّزه عن أيّ شبكة اجتماعية أخرى، غير أنّه لا يعتبر الموقع رقم واحد بالنسبة لمبحوثي هذه الدراسة، بسبب تفوّق شبكة الـ"فيس بوك" عليه في استطاعتها البقاء مع المستخدم الجزائري طيلة الوقت، بسبب انخفاض تكلفة تحميلها على هواتفهم (30 دج فقط لمدة 24 ساعة)، على عكس اليوتيوب الذي ترتفع تكلفة تحميل فيديو واحد، الأمر الذي ليس بإمكان طالب الجامعة تغطيته، فبالنتالي، ينتظرون العودة لبيوتهم مساءً، أو في عطل نهاية الأسبوع، أو العطل الموسمية، والربط بشبكة الانترنت البيتية (ADSL)، ومتابعة ما يريدون. وأحياناً يكون المبحوثين بحاجة للتواصل الاجتماعي مع أشخاص بعينهم، لا أن يشاهدو فيدوهات طيلة الوقت، بالتالي يستخدمون "فيس بوك" أولاً، وبعدها مباشرة اليوتيوب، الذي يمكنهم استخدامه أيضاً من الـ"فيس بوك".

واحتلّ موقع "تويتر" المرتبة الثالثة لديهم، وتعتبر هذه المرتبة قفزة نوعية في مدى تفضيل الجزائريين لهذا الموقع؛ حيث لطالما صنّفت التقارير الدولية الجزائر في ذيل قائمة الدول المستخدمة لـ "تويتر" خلافاً

1 حسانيات الفيس بوك في الدّ العربية 2017 : www. Weedoo .tech، تاريخ الزيارة: 25أفريل 2017 .23.30

2 : www.shamnews.com تاريخ الزيارة: 2017/06/06 .13:10
290

لدول مجاورة، فاستعماله على المستوى العربي منحصر أكثر في دول المشرق، وهو أقل رواجاً في المغرب العربي، لاعتماده في بداية نشأته، ولمدة طويلة على اللغة الانجليزية التي يستخدمها المشاركة، على عكس سكان دول المغرب العربي، وخاصة الجزائر منهم.

إن استعمالات موقع التواصل "تويتر" في الجزائر لا تزال بعيدة مقارنة بالـ"فيس بوك"؛ لأنه حسب الكثيرين تغلب على هذا الموقع الجدية، ويمنح فرصة لكتابة كلمات قليلة ودقيقة، لا تتجاوز التغريدة 140 حرفاً، وهذا يحد من حرية تعبيرهم عن مشاعرهم وآرائهم، خاصة وأن أغلب الشباب الجزائري - حسب ملاحظة الباحثة- يفتقد للدقة والتركيز في التعبير، بالتالي لا يعد "التويتر" الفضاء المحبذ لهم لنشر ما يرغبون في نشره. كما أن الكثير ممن يمتلكون حساباً فيه، لا يدخلونه كثيراً، لقلّة الأصدقاء والمتابعة فيه محلياً، ويستعملونه أكثر لمتابعة بعض الإعلاميين، ولاعبى كرة القدم، الذين ينشطون فيه أكثر من "فيس بوك".

لكنّ اللافت، خلال السنوات الأخيرة، أن هذا المعيار لم يعد صحيحاً، بعد أن قفز عدد الذين يتواصلون عبره من 400 ألف شخص في 2012 إلى ما يتخطى الـ800 ألف شخص في الجزائر، ما ينبئ بثورة في عالم التواصل الاجتماعي، ومنافسة شرسة بين هذا الأخير وغيره الـ"فيس بوك"؛ الفضاء الافتراضي الأكثر تداولاً في الجزائر.

ويختلف ترتيب هذين الموقعين لدى مبحوثي هذه الدراسة ومبحوثي دراستي كلاً من الباحث أحمد سمير عبد الهادي حسن" ودراسة الباحثة "أميرة مصطفى البطريق"؛ أين نجد موقع تويتر يحتل المرتبة الثانية لديهما، واليوتيوب المرتبة الثالثة، والاختلاف هنا منطقي نظراً للمجال الجغرافي لهذه الدراسات.

ويمكن القول على النتائج الثلاثة السابقة، أن مبحوثي هذه الدراسة يميلون إلى المواقع التي يتفاعلون فيها مع الآخرين بشكل آني وفوري، مثل "فيس بوك" (الذي يمكنهم من التفاعل بالكتابة والصورة والصوت في آن واحد)، واليوتيوب (الذي يمكنهم من نشر وتبادل الفيديوهات، والتعليق عليها، والرد على التعليقات)، والتي لا تحد من حرية تعبيرهم ولا تقيدهم بشروط مثل تويتر.

واحتلّ موقع "انستغرام" المرتبة الرابعة لدى المبحوثين؛ وهو تطبيق مجاني، طُرح عام 2010، ويعمل على مبدأ مشاركة الصور من الهواتف الذكية. وكان موجهاً فقط لأجهزة الهواتف الذكية، لكنه صار واحداً من مواقع التواصل الاجتماعي المهتمّة بالتصوير، حيث يمكن مشاركة الصور والتعليقات عليها عبره.

وتدلّ هذه المرتبة على أن هذا التطبيق، ورغم حداثة مقارنة ببقية المواقع، بدأ يعرف انتشاراً أوساط الشباب الجزائري، وربما لم يلق رواجاً كالشبكات السابقة نظراً لاعتماده فقط على الهاتف الذكي، الذي قد لا يكون في متناول كلّ الطلبة.

واحتلّ موقع "سناب شات" المرتبة الخامسة، و"سناب شات" *Snapchat* هو تطبيق تواصل اجتماعي، لتسجيل وبتّ ومشاركة الرسائل المصوّرة. عن طريق التطبيق، يمكن للمستخدمين التقاط الصور، وتسجيل الفيديو، وإضافة نص ورسومات، وإرسالها إلى قائمة التحكم من المتلقين. والمعروف أنّ هذه الصور، ومقاطع الفيديو المرسلّة أنّها "لقطات". يعيّن المستخدمين مهلة زمنية لعرض لقطاتهم من ثانية واحدة إلى 10 ثواني، وبعد ذلك سوف تكون مخفية من الجهاز المستلم، وتحذف من الخوادم الخاصّة بسناب شات، وتمّ برمجة بعض التطبيقات التي تقوم بحفظ الفيديو المعروض عن طريق مبدأ بسيط؛ وهو اختراق سناب شات بطريقة بسيطة بشكل متكرّر. تعرّض التطبيق لمحاولات استحواذ من عدّة شركات. يتميّز باللون الأصفر في كافة إعلاناته ودعاياته.¹ ويبدو من خلال هذه النتيجة أنّه مازال في طور الانتشار بين الجزائريين، وأنّ أغلبية الشباب مازالوا لا يستخدمونه بشكل يجسّد أهميته.

فيما احتلّ موقع "تمبلر" *Tumblr* المرتبة السادسة، ويعتبر من أشهر منصّات التّدوين لعام 2014، حيث بلغ عدد زوّاره أكثر من 167 مليون زائر. وشعاره هو: *"Follow the blogs you've been"*.

وتدلّ هذه المرتبة المتأخّرة أنّ هذه الشبّكة لا تعرف رواجاً كبيراً بين الشباب الجزائري عينة الدراسة، ربّما لحدائتها، ولاهتمامهم بشبّكة "فيس بوك" أكثر.

جدول رقم (35): يوضّح مدى استخدام شبّكة "فيس بوك" من طرف المبحوثين

النسبة	التكرارات	الإجابات
53.4	214	دائماً
26.4	106	غالباً
15.7	63	أحياناً
4.5	18	نادراً
100	401	المجموع

يتبيّن من خلال نتائج الجدول أعلاه أنّ أكثر من نصف المبحوثين (53.4%) يستخدمون شبّكة "فيس بوك" بصفة دائمة؛ ونستطيع أن نطلق على هذه الفئة اسم الناشطين فعلياً ويوميّاً، وهؤلاء لا يمكنهم الاستغناء عن الموقع في مختلف استخداماته.

¹ https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D9%86%D8%A7%D8%A8_%D8%B4%D8%A7%D8%AA تاريخ الزيارة: 2017/05/18، 00.12

وتعكس هذه النسبة الدور الحيوي الذي يلعبه "فيس بوك" في تحقيق مختلف حاجات الشباب الجامعي الجزائري، وتمكينه من اكتساب مهارات وخبرات ومعارف جديدة، وتميزه بالمجانبة وسهولة الاستعمال. كما تبين هذه النتيجة أن هذا الموقع يحتل مكانة متميزة لدى المبحوثين (وهذا ما أشارت إليه نتائج الجدول السابق رقم 34).

في حين تستخدمها نسبة 26.4% بصفة غالبية، وهؤلاء ممن يهتمون بـ"فيس بوك" اهتماما كبيرا، لكن قد لا يستخدمونها بشكل يومي؛ إما لانشغالاتهم أو لاهتمامهم بمواقع أخرى.

ونسبة 15.7% أحيانا، وهؤلاء ممن يفضلون البقاء على تواصل بالشبكة رغم ظروفهم التي قد تحول بينهم وبين تواصلهم الدائم، أو حتى اهتماماتهم بمواقع ومصادر أخرى.

ويمكن أن نطلق على أكثر من 40% من مبحوثي هذه الدراسة (المستخدمون غالبا وأحيانا) فئة المشتركين عمليا، فهؤلاء يتواصلون من وقت لآخر.

فيما تستخدم أقل نسبة من مفردات العينة (04.5%) هذه الشبكة بصفة نادرة؛ وهؤلاء من فئة المعنيين شكلا، الذين يدخلون الموقع لأهداف محددة ومحدودة. وهم ممن يستخدمون مواقع تواصل أخرى، يرون أنها أكثر أهمية، وأكثر استجابة لحاجاتهم من "فيس بوك".

وإجمالا، تدلّ النتائج السابقة على الأهمية البالغة التي تحظى بها شبكة "فيس بوك" لدى المبحوثين، وتؤكد وتعزز الإحصائيات العالمية لمكانة هذا الموقع لدى مستخدميه.

واتفقت نتائج هذا الجدول مع نتيجة الدراسة السابقة للباحث "الباز محمد محمد توفيق"؛ التي أثبتت أن 99% من مبحوثي دراسته يستخدمون هذه الشبكة. ودراسة الباحثة "أميرة مصطفى البطريق"؛ حيث أثبتت أن 54.9% من مبحوثيها يستخدمون الشبكة دائما، و29.6% أحيانا و10.6% نادرا.

جدول رقم (36): يوضح مدة اشتراك المبحوثين في الشبكة

النسبة	التكرارات	الإجابات
8.7	35	منذ أقل من سنة
22.2	89	من سنة إلى ثلاث سنوات
69.1	277	أكثر من ثلاث سنوات
100	401	المجموع

تبيّن نتائج الجدول أعلاه أنّ نسبة الأغلبية من المبحوثين (69.1%) مشتركون في هذه الشبكة منذ أكثر من ثلاث سنوات؛ أي أنّهم يعرفونها ويستخدمونها لمدة طويلة نسبياً، قد تصل لعمر ظهور هذه الشبكة أو أقل قليلاً (تقريباً منذ 2008 بدأ الموقع يعرف انتشاراً في الجزائر، وقبلها بعض الدول العربية ومنذ 2006 فتح على العالم)، ممّا يدلّ على سرعة انتشار هذه التكنولوجيا وسط المبحوثين الجزائريين، الذين سرعان ما تعرّفوا وتعودوا على استخدام هذه الشبكات، ليؤكّدوا بذلك تحرّهم وتفتّحهم واندفاعهم نحو التعامل مع التكنولوجيا الرقمية وهذه الشبكات والاستفادة من مختلف خدماتها.

إنّ خصائص مجتمع البحث (الشباب الجامعي) قد تفسّر هذا الاستخدام طويل المدى لهذه الوسائل؛ فالشباب يمتاز عن غيره من الفئات العمرية بالعديد من الخصائص، لعلّ أهمّها الرّغبة في التّغيير الدائم، وتجديد كلّ ما يحيط به من ظروف ومواقف، وحبّ الاستطلاع واكتشاف كلّ ما هو جديد، وخاصة عالم التقنيات الحديثة، وما تسفر عنه من برمجيات وتطبيقات وشبكات، وبالأخص إذا كانت شبكة مشهورة كشبكة الـ"فيس بوك"، التي عرفت مستوى إقبال كبير عليها من طرف المبحوثين منذ نشأتها وبداية انتشارها، ويقائنها محتفظة بمكانتها لدى مستخدميها ليومنا هذا بسبب تمتّعها بخصائص فريدة، ما جعلها مليئة بكلّ أنواع الأفكار والآراء التي تعبر عن احتياجات ومشاعر الشباب.

إنّ استخدام المبحوثين لهذه الشبكة لأكثر من ثلاث سنوات لدليل على الإقبال المتزايد عليها، والاهتمام الواضح بها من بداية ظهورها، ولعلّ من بين الأسباب التي جعلتهم يفتحون حسابات فيها منذ أكثر من ثلاث سنوات هو تناول موضوع مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وعلى وجه الخصوص موقع "فيس بوك" في وسائل الإعلام بكثرة، خاصة بعد ما حدث في بعض الدول العربية من احتجاجات شعبية، رافقتها تغييرات سياسية، والتي أسهم "فيس بوك" في تحريكها، ممّا أدّى إلى زيادة الإقبال عليها، والرّغبة في التّعرف على هذا العالم الافتراضي، بما يحمله من خصائص تجذب الشباب.

ونسبة 22.2% منهم مشتركون فيه من سنة إلى ثلاث سنوات، وتعتبر هذه النسبة معتبرة من حجم المبحوثين؛ فما يقارب ربعهم يستخدم "فيس بوك" منذ أكثر من سنة، وهؤلاء ممن التحقوا بالموقع بعد انتشاره الكبير، وربما تردّدوا في البداية بالالتحاق به بسبب ما سمعوه عن سلبياته كانتهاك الخصوصية مثلا، وبعد إجراءات تحسين خدمات الموقع التي تعكف عليها القائمين عليه، قرروا ولوج هذا العالم والاستفادة منه حسب رغباتهم.

فيما تشترك نسبة 08.7% من المبحوثين في الموقع منذ أقل من سنة، وهؤلاء ممن لم يكونوا مهتمين به إطلاقا، ثم اشتركوا فيه لأغراض معينة. أو يكون ذلك إلى معاناة الشبكة العنكبوتية من المشاكل التقنية التي منعتها من الوصول إلى جميع المناطق والأحياء والتجمعات السكنية، بالرغم من محاولات تعميمها وتوسيع اشتراكات المستفيدين منها في الجزائر.

وتدلّ النتائج السابقة على أن الموقع بدأ يتجذّر في حياة المبحوثين الجزائريين؛ فأكثر من 90% منهم يستخدمونه منذ أكثر من سنة على الأقل؛ وهذا يعود لخصائصه، وللتحديث الدائم لتطبيقاته، بشكل يقيه على قيد منافسة وسائل الإعلام التقليدية وكلّ الشبكات الاجتماعية الاللكترونية على السواء، كما أن التوجه النشط والمتسارع للشباب الجزائري نحو التّواصل الاللكتروني أصبح واقعا ملموسا، وبات من ليس لديه اشتراك على الفيس بوك" كأنّه لا يعيش في هذا العالم.

وتختلف نتائج هذا الجدول مع نتائج الدراسة السابقة للباحث "محمد الفاتح حمدي"؛ حيث أن أغلبية المبحوثين في دراسته حديثو العهد من حيث استخدامهم لشبكة الانترنت، فسجلت نسبة 33.79% للذين يستخدمونها لأقل من سنة، ثم يليها الذين لهم من سنة إلى سنتين في استخدامها بنسبة 30%. وقد يكون هذا الاختلاف منطقيا بين الدراستين، نظرا لحدثة عهد دراستي مقارنة بدراسة الباحث، التي أنجزت في 2012؛ حيث لم تكن الانترنت في الجزائر آنذاك بمثل هذا الانتشار في البيوت وعلى الهواتف الذكية وبالجيل الثالث كما هي عليه اليوم.

جدول رقم (37): يوضح عدد زيارات الباحثين لحسابهم الخاص

النسبة	التكرارات	الإجابات
15	60	مرة واحدة في اليوم
46.4	186	أكثر من مرة في اليوم
10.5	42	مرة كل أسبوع
28.2	113	استخدام غير محدود
100	401	المجموع

تبين نتائج الجدول أعلاه أنّ أغلبية أفراد العينة 46.4% يتصفحون شبكة الـ"فيس بوك" أكثر من مرة في اليوم؛ وهذا يدلّ على أنّهم لا يستطيعون مفارقة الموقع طوال اليوم، فهناك من الطلبة من يكون أول نشاطهم هو فتح الـ"فيس بوك" وتصفح ما ورد فيه بمجرد نهوضهم صباحاً، وحتى أثناء أداء نشاطاتهم خلال اليوم من تنقل، ودراسة، وعودة، يبقون متعلقين بالموقع، وهذا بفضل توفر تقنية الجيل الثالث في هواتفهم الذكية.¹

ومن خلال الملاحظة، وجدنا أنه حتى من لم يستطع دفع تكاليف خدمة الانترنت عبر الهواتف، بإمكانه تصفح الموقع عبر خط انترنت المكتبة المفتوح، فأى شخص يكون بصدد دخول المكتبة يمكن أن يلاحظ جفاف الطلبة على محيط سورها، كلّ واحد منهم مطأطي الرأس، مركزاً في جهازه، ولا يهتم بما يدور حوله. يمكن أن نصف هؤلاء بأنهم من المدمنين على استخدام هذا الموقع، كما يمكنهم أن يكونوا من ذوي الاستخدام المعقول، غير أنّهم يتصفحونه لإرسال واستقبال الرسائل أو لإلقاء لمحات خاطفة على الموقع.

وتستخدم نسبة معتبرة من الباحثين، قدرت بـ 28.2% الشبكة بشكل غير محدود؛ قد يكون دون توقف، وهؤلاء من المدمنين، وقد يكون من الذين لا يستعملونه إلا نادراً لدرجة أنّهم لا يتذكرون حتى عدد المرّات التي استعملوه فيها، واستخدامهم أيضاً يكون بشكل غير منتظم.

إنّ بيانات الجدول رقم(33) ترجّح أنّ هذه الفئة من المدمنين على استخدام فيس بوك، لذا لا يستطيعون التحكم في عدد مرّات استخدامهم له، حتى أصبح هذا الاستخدام غير محدود، ويمكن أن يكون حتى داخل قاعات الدرس، أو مدرّجات المحاضرات، ناهيك عن أروقة وفضاءات الجامعة الحرة، والمطعم، والمكتبة، ووسائل النقل، والبيت، وخارج البيت من فضاءات ترفيهية، وحتى أثناء أداء الواجبات الاجتماعية كالزيارات العائلية، وكلّ مكان يتواجدون به إلا وتجدهم مطأطي الرأس في أجهزتهم.

¹ للمزيد، انظر الفصل الخامس، ص 239.

وتستخدم نسبة 15% من المبحوثين الشبكة مرة واحدة في اليوم؛ وغالبا ما تكون هذه المرة في الفترة الليلية، أين يتخلّص المبحوثون من عبء يوم كامل من النشاطات والجهد عبر تصفّحهم للموقع، وقد يكون البعض منهم من غير المهوسين بالموقع لدرجة مرافقته لهم كل لحظة من لحظات يومهم.

وأدنى نسبة من مفردات العينة (10.5%) لا تستخدم الـ"بوك" إلا مرة كل أسبوع، وتعكس هذه النسبة نتائج الجدول السابق الخاص بمدى استخدام المبحوثين لشبكة الـ"بوك"، أين نجد 4.5% منهم يستخدمونها نادرا، وقد يكونون أيضا من فئة المقيمين بالأحياء الجامعية، والذين لا يملكون أجهزة ذكية، فينتظرون عودتهم للبيت في نهاية الأسبوع للإطلاع على آخر المستجدات من خلال هذه الشبكة.

جدول رقم (38): يوضّح معدّل الوقت الذي يقضيه المبحوث يوميا في تصفّحه لهذا الموقع

النسبة	التكرارات	الإجابات
25.7	103	أقلّ من ساعة
36.4	146	من ساعة إلى أقلّ من ثلاث ساعات
15.5	62	من ثلاث ساعات إلى أقلّ من خمس ساعات
22.4	90	خمس ساعات فأكثر
100	401	المجموع

هدفت الباحثة من خلال طرحها لسؤال هذا الجدول معرفة حجم التّعرض للشبكة، وهو ما يعني تحديدها للمتغيّر المستقل في دراستها¹، ولتحديده عليها معرفة حجم كثيفي التصفّح من خلال عدد الساعات التي يقضونها أمام الشاشة فاتحين حساباتهم الفيسبوكية.

ومن خلال نتائج الجدول أعلاه، نلاحظ أنّ أكبر نسبة من المبحوثين (36.4%) تستخدم الموقع لمدة تتراوح بين الساعة إلى أقلّ من ثلاث ساعات يوميا، وهو معدّل استخدام معقول بالنظر إلى خصائص المبحوثين، وانشغالاتهم؛ أي أنّ هذا الاستخدام المعقول قد يعزى إلى ظروف الطالب المتمثلة في الدراسة، وتحضير المحاضرات والبحوث، أو الاستعداد للامتحانات، أو لا يوجد لديه متّسع من الوقت لزيادة ساعات الاستخدام.

وحسب المستشار التربوي والنّفسي "رشاد لاشين"¹ فإنّ "وقت الشاشة" (*screen time*) الوقت الذي يقضيه الشّخص على الشاشات يجب أن لا يتجاوز الساعتين، أما إذا تجاوز وقت الاستخدام من ساعتين إلى ست ساعات، فعندها يسمّى سوء استخدام، أما إذا تجاوز الوقت ست ساعات فعندها يعتبر إدمانا.

¹ ورد شرحه في الفصل الثاني من الدراسة، ص 94.

معنى هذا، أن مفردات عينة هذا البحث تحسن استعمال شبكة الـ"فيس بوك" بما يتماشى مع خصائصها وانشغالاتها.

ويستخدمه ربع المبحوثين (25.7%) لأقل من ساعة؛ وتفسيرنا لهذه النتيجة هو انشغال الطلبة بالدراسة وبممارسة نشاطات أخرى (كالرياضة، الواجبات المنزلية...)، ما يفسر كون أغليبيتهم لا يقضون وقتاً طويلاً في التصفح.

في حين تستخدمه نسبة 22.4% لمدة تفوق الخمس ساعات يومياً، ما يدل على أن "فيس بوك" يحتل جزء كبيراً جداً من وقت وشغف نسبة معتبرة من المبحوثين، لأن الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض للموقع، يعتبر كدليل ظاهري على اهتمام المبحوث به؛ أين يلبي له احتياجاته، ويحقق رغباته وإشباعاته من خلال التواصل مع الآخرين، والقدرة على التعبير عن آرائه دون حواجز وبكل حرية، والحصول على المتعة والتسلية والترفيه.

ويمكن أن نطلق على هذه الفئة مصطلح "مدمني الفيس بوك"، المشتق من إدمان الانترنت. هذه الظاهرة التي نقتت على الرغم من كونها تعدّ ظاهرة جديدة نسبياً ولا يزال تعريفها محل نقاش؛ فمع ازدياد إتاحة فرص الدخول إلى الإنترنت، أصبح النشء بارعون في أمور التكنولوجيا نتيجة لقضاء مدة طويلة من وقتهم في التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي واستخدام التطبيقات على الأجهزة الإلكترونية، مما أثر بالسلب على حياتهم.

ويعني إدمان الانترنت الإفراط في استخدام هذه الشبكة، والاعتماد عليها اعتماداً شبيهاً تاماً، والشعور بالاشتياق الدائم لها، فيما لو منع عنها.²

وكان أول ظهور لهذا المصطلح سنة 1995، عندما نشر "أونيل O'Neill" مقالة بعنوان "سحر وإدمان الحياة على شبكة الانترنت"، ولم يحظ هذا المفهوم بالقبول الفوري من قبل الصحفيين والأكاديميين ومتخصصي الصحة النفسية، حتى قدمت عالمة النفس الأمريكية "كيمبرلي يونج Kimberly Young" في السنة التالية ورقة بحثية بعنوان "إدمان الانترنت: ظهور اضطراب اكلينيكي جديد"، ومنذ ذلك الحين ظهرت مصطلحات جديدة تؤكد وجود ذلك الإدمان.³

¹ هل أنت مدمن على مواقع التواصل الاجتماعي؟ مقال متاح على <http://www.aljazeera.net/news/healthmedicine/2017/1/28> تاريخ الزيارة 2017/01/28، الساعة 20.00.

² : إدمان الأطفال والمراهقين على الانترنت وعلاقته بالانحراف، مجلة العلوم النفسية، كلية التربية، العدد 19 2012

.111

³ سلطان عائض مفرح العصيمي: إدمان الانترنت وعلاقته بالتوافق النفسي الاجتماعي لدى طلاب المرحلة الثانوية بمدينة الرياض، مذكرة ماجستير في العلوم الاجتماعية، تخصص الرعاية والصحة النفسية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية، 2010 21.

وبالتالي يكون تعريف إدمان "فيس بوك" بأنه "الاستخدام المستمر لموقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" مرّات عديدة في اليوم الواحد، لمدة زمنية ليست بالقصيرة، لا يستطيع معها المستخدم التوقف أو التخلي عن هذا الاستخدام لإحساسه بأعراض مشابهة لتلك التي يعيشها مدمن المخدرات أو الكحول".¹

ونقول "يونغ Young" أنّ "إدمان الانترنت يتميز بالبقاء على الشبكة فترة تصل إلى 38 ساعة في الأسبوع"²، غير أنّ هذا التحديد يختلف من باحث إلى آخر، فهناك من أشار إلى أنّ انتظامية استخدام الانترنت لمدة زمنية تتعدّى الساعة فما فوق يوميا، يدلّ على إمكانية تولّد الأعراض المرضية لاستخدام الانترنت لدى الشباب كالإدمان.³

وأقلّ نسبة من المبحوثين (15.5%) تستخدم شبكة "فيس بوك" من ثلاث إلى خمس ساعات يوميا؛ وهو استخدام كثيف نوعا ما، لكنه لا يصل لدرجة الإدمان، لكن من المحتمل أن تكون هذه الفئة في طريقها إلى إدمان استخدام هذه الشبكة.

ويمكننا القول عن النتائج السابقة إجمالا، أنّ أغلبية مفردات العينة (77.6%) ليسوا مدمنين على استخدام شبكة "فيس بوك"، في حين أنّ نسبة 22.4% منهم يعتبرون مدمنين.

وتتوافق هذه النتيجة مع الدراسة التي أجرتها الباحثة "صونية عديش" حول الشباب الجامعي والـ"فيس بوك"؛ أين توصلت في دراستها إلى أنّ نسبة 80.2% من مبحوثيها ليسوا مدمنين، على عكس 19.8% الذين تنطبق عليهم صفة الإدمان.⁴

وتتوافق نتيجة هذا الجدول مع نتيجة الدراسة السابقة للباحث "محمد الفاتح حمدي"، حيث أثبت أنّ أغلبية الشباب الجامعي يقضون ما بين ساعة إلى ساعتين في اليوم أمام شبكة الانترنت، وذلك بنسبة 41.98%، ثمّ الذين يقضون أقلّ من ساعة في اليوم أمام شبكة الانترنت، وذلك بنسبة 36.51%.

وتختلف مع نتيجة الدراسة السابقة للباحث "أحمد سمير عبد الهادي حسن" والباحثة "أميرة البطريق".

¹ عبد الكريم سعودي: إدمان الفيس بوك وعلاقته بالتوافق الأسري للظا

الممارسات النفسية والتربوية، العدد 13 ديسمبر 2014

https://revues.univ- : .45

ouargla.dz/index.php/number-13-2014?limitstart=0

² سلطان عائض مفرح العصيمي، مرجع سبق ذكره، ص 21.

³ صونية عديش، الشباب الجزائري والفيس بوك..بين فرص الاستخدام ومعضلة الإدمان، طاجيسكوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2016 .42

⁴ رجع نفسه، ص 40.

جدول رقم (39): يوضح لغة الإعدادات الخاصة بالحساب الشخصي للمبحوثين

اللغة	التكرارات	النسبة
اللغة العربية	97	24.2
اللغة الفرنسية	252	62.8
اللغة الانجليزية	44	11
لغة أخرى	8	2
المجموع	401	100

يتبين من خلال نتائج الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين (62.8%) يستخدمون اللغة الفرنسية كلغة إعدادات لحساباتهم على "فيس بوك"؛ وقد يعود إلى التعود فقط على استخدام اللغة الفرنسية في الجزائر كلغة إعدادات، بحكم النظر إليها أنها لغة التقنية المناسبة، أو لإتقان المبحوثين للغة الفرنسية أو محاولة من الذين لا يتقنونها تعلمها.

وتجدر الإشارة هنا إلى نقطة هامة، وهي أن نسبة معتبرة من الهواتف المحمولة، وحتى الذكية كانت إلى وقت قريب لا تدعم الحروف العربية كتابة، ناهيك عن اعتمادها كلغة إعدادات (قطاع كبير من الهواتف الذكية المتداولة في الجزائر مخصصة للأسواق الأوروبية، وبالتالي لا تدعم العربية كواجهة)، وباعتبار الهواتف المحمولة والذكية أكثر جهاز مرافق للفرد في حياته اليومية، وأسبق وجودا من مواقع التواصل الاجتماعي، فلغة الواجهة المستخدمة ستصبح مع الوقت اللغة القياسية عند فتح أي حساب على الشبكة، أو عند ضبط أي جهاز إلكتروني. وبالتالي يضبط المستخدم تلقائيا اللغة الفرنسية من باب التعود على مصطلحاتها المتشابهة جميعا في مختلف الأجهزة تقريبا (*accueil, message, notification, profil...*)¹.

واللغة العربية هي لغة إعدادات حسابات ما يقارب ربع المبحوثين (24.2%)، الأمر الذي يشير إلى توجه جديد وسط الشباب الجزائري نحو استخدام اللغة العربية كلغة إعداد حسابهم؛ ربما يعود الأمر إلى استعمال أجهزة الهواتف المحدثّة، التي تسمح بفتح الواجهة بلغة عربية، كما قد يعود إلى سهولة التعامل باللغة العربية لدى هذه الشريحة من المبحوثين مقارنة بتعاملهم مع اللغات الأجنبية.

ومع هذا التوجه الجديد في استخدام اللغة العربية كلغة إعدادات الأجهزة والشبكات من طرف الشباب الجزائري، إلا أنه - ومن خلال الملاحظة المباشرة - وبمقارنة بسيطة بينه وبين الشباب في بلدان عربية أخرى كالأردن، مصر والخليج نجد أن استعمال اللغة العربية كلغة حساب الجزائريين مازالت تعرف تراجعاً، مقابل

¹ : استخدام اللغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة أم البواقي، 2014-2015

استخدام اللغات الأجنبية؛ حيث لاحظت الباحثة أثناء زيارتها لعدد من الدول العربية عدم معرفة الشباب العربي للغة إعداد أجهزتها وقت احتاجت إصلاحها، وكانت كلما أرادت أن تعرف أمرا تقنيا تقابل باستغراب حول اللغة المستخدمة، وفي كل مرة تضطرّ للشرح.

ومن خلال هذه المواقف التي عاشتها الباحثة كان لا بدّ من الوقوف، لطرح إشكاليات عديدة، بخصوص اللغة المستخدمة في أجهزتنا، أليست تلك الأجهزة من صناعة غربية، لا يد لنا ولا لهم فيها؟ أسنا عربا، أو على الأقل نتكلم لغة عربية واحدة؟ إذن لماذا نتعامل نحن الجزائريون في أجهزتنا بلغة لا يفهمها الشاب العربي من دولة أخرى؟ لماذا نحتاج لشرح ما نحن لسنا مجبرين على شرحه لو استخدمنا اللغة المشتركة بيننا؟ وباختصار لماذا نصرّ على استخدام لغة إعدادات أجهزتنا وشبكاتنا بلغة ليست حتى اللغة الأولى التي يفهمها العالم؟

على أي حال، وفق مضامين تقرير *spoton* احتلت اللغة العربية المركز الأول على قائمة اللغات الأكثر استخداما على الموقع الاجتماعي "فيس بوك" بنسبة 39% وذلك وفقا لآخر الدراسات التي أجريت في البلدان الجزائر، والبحرين، مصر، العراق، الأردن، الكويت، لبنان، ليبيا، المغرب، عمان، فلسطين، قطر، المملكة العربية السعودية، تونس، الإمارات العربية المتحدة واليمن، وتجدر الإشارة إلى أن هناك 15.6 مليون مستخدم يستعملون الواجهة العربية من المواقع.¹ الجدير بالذكر أيضا أن هذا التقرير الجديد ذكر بأن مصر هي من أكثر مستعملي هذه الشبكة الاجتماعية بالواجهة العربية بنسبة 60%؛ أي أكثر من 10 مليون مستخدم يستعملون لغتهم الأم، ولكن دولة اليمن هي من أكثر الدول التي تحب هذه اللغة، وتستخدمها بنسبة 82% والعراق 60% ويقفز هذا العدد إلى 74% في ليبيا، و 75% في فلسطين بينما جميع الجزائريين والتونسيين والمغاربة يستخدمون اللغة الفرنسية طبعاً. والجدول الآتي يدعم ذلك:

جدول رقم (40): يوضح نسبة حضور اللغة العربية على شبكة "فيس بوك" في المغرب العربي²

الدولة	عدد المستخدمين	نسبة حضور اللغة في الموقع		
		العربية	الإنجليزية	الفرنسية
تونس	1.554.760	01%	03%	95%
الجزائر	878.600	07%	06%	87%
ليبيا	143.960	50%	42%	02%
المغرب	1.767.380	11%	06%	82%

¹ : <http://www.afaqmaroc.com/forum/threads/42263/> تاريخ الزيارة 2017/05/11.

² التقرير العربي الخامس للتنمية الثقافية: 1، مؤسسة الفكر العربي، بيروت، 2012، 273.

وتفتح نسبة 11% فقط من مفردات العينة حسابها باللغة الإنجليزية، بالرغم من أن اللغة الرسمية للـ"فيس بوك" هي اللغة الإنجليزية، وبالتالي فإنه بمجرد إنشاء صفحة "فيس بوك"، ستظهر جميع خياراتها باللغة الإنجليزية. وتعتمد هذه الفئة من المبحوثين على هذه اللغة في فتح إعدادات حسابها لأنها لغة تخصصهم الدراسي، ولأن الإنجليزية تعتبر اللغة رقم واحد في العالم، ولأنهم لا يتقنون اللغة الفرنسية ويعتبرون اللغة العربية لغة متخلفة.

فيما اختارت نسبة ضئيلة من المبحوثين (02%) فتح حسابها بلغات أخرى، قد تكون كورية أو روسية أو أي لغة تكون محط اهتمامهم، سواء بسبب تواصلهم مع أصدقاء افتراضيين لهم، أم بسبب انتشار الدراما على الفضائيات؛ الأمر الذي أدى إلى انتشار لغة هذه الدراما وسط متابعيها من الشباب، ونقلها من عالم التلفزيون إلى عالم الشبكات.

واتفقت نتائج هذا الجدول مع نتائج تقرير الإعلام الاجتماعي العربي¹؛ أين أثبت أن 82.11% من الجزائريين يستخدمون واجهة "فيس بوك" بلغة فرنسية، و14.05% منهم واجهة صفحاتهم باللغة العربية، و03.25% واجهاتهم باللغة الإنجليزية، كما اتفقت مع نتائج لدراسة الباحثة "منال قناوي"²؛ حيث أثبتت أن لغة إعدادات أجهزة نصف المبحوثين باللغة الفرنسية، و36.27% باللغة العربية، و12.75% باللغة الإنجليزية، و1.47% بلغات أخرى.

واختلفت نتيجة هذا الجدول مع نتيجة الدراسة السابقة للباحث "أحمد سمير عبد الهادي حسن"؛ حيث أن اللغة الإنجليزية جاءت في مقدمة لغة واجهة الاستخدام المفضلة لدى مبحوثي دراسته عند استخدامهم "فيس بوك" و"تويتر" بنسبة 65%، ثم جاءت اللغة العربية في المرتبة الثانية بنسبة 35%.

¹ تقرير الإعلام الاجتماعي العربي: المدني، تأثير فيسبوك وتويتر، الإصدار الثاني، كلية دبي للإدارة الحكومية، دبي، 2011 .14

جدول رقم (41): يوضح طريقة عرض الهوية الافتراضية للمبحوثين عبر شبكة "فيس بوك"

النسبة	التكرارات	الطريقة
19.5	78	اسمك الحقيقي مع صورة حقيقية
31.4	126	اسمك الحقيقي مع صورة تعبيرية
2.5	10	اسمك الحقيقي دون إرفاقه بصورة
2	8	اسم مستعار مع صورة حقيقية
43.9	176	اسم مستعار مع صورة تعبيرية
7	3	اسم مستعار دون إرفاقه بصورة
100	401	المجموع

يتمثل الجزائري مثل غيره في كل أنحاء العالم، في بيئته الافتراضية، كيفما يشاء، وكيفما وفرت له التكنولوجيا من إمكانية التمثل بالأسماء المستعارة، وهنا يطرح موضوع استخدام الهويات المستعارة بشدة على شبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك"، لذا كان من الضروري طرح هذا السؤال على المبحوثين.

ونقصد بالهوية الافتراضية- بالإضافة إلى ما ورد في الفصل النظري- الشخصية التي يتم إنشاؤها من طرف المستخدم الإنسان الذي يعمل كصلة وصل بين الشخص الطبيعي، والشخص الظاهري للمستخدمين؛ أي هي السمات والموصفات التي يقدمها الفرد الطبيعي للآخرين عبر الانترنت، فتتم عملية الاتصال بين ثلاثة أطراف، وليس طرفين، وهم: الشخص العادي، والهوية الافتراضية والأشخاص الآخرين. ونعرفها في هذه الدراسة بأنها مجموع الصفات والرموز والبيانات التي يستخدمها الأفراد في تقديم أنفسهم للآخرين في المجتمعات الافتراضية، ويتفاعلون معهم من خلالها.¹

وارتبط بناء المساحات على شبكة الانترنت بمجموعة من السلوكيات يمكن النظر إليها على أنها قامت بتحرير عملية التعبير التي كانت مقيدة، وذلك عن طريق "المجهولية"، التي تمكن من عدم الإفصاح عن الهوية الحقيقية للفرد. و"فيس بوك" مثلا يتيح لمستخدميه إمكانية الكشف عن معلوماتهم الشخصية، للتعريف بأنفسهم، على ملفاتهم الشخصية. ومادامت هناك إمكانية التلاعب بأدوات التفاعل على الشبكة، يثار على هذه المعلومات الكثير من الشكوك. إذن؛ الهوية في المجتمع الافتراضي ليست موثوقة دائما؛ حيث يمكن تزييف اسم الحساب وتسجيل محددات هوية كاذبة، وبالتالي تكون الملامح الاجتماعية مضللة؛ إذ يغير المستخدم معلوماته الشخصية كاسمه، أصله، قصة حياته، مواقفه وعمره وجنسه.²

¹ بايوسف مسعودة، مرجع سبق ذكره، ص 470.
² صونية عبدش: 207.

ويعتبر استخدام الأسماء المستعارة، والصّور الرمزية لمستخدمي "فيس بوك" ظاهرة عالمية، غير مقتصرة على مجتمع بعينه، لكن الأسباب والدوافع وراء الظاهرة تتباين بين مجتمع وآخر.¹

ومن خلال نتائج الجدول أعلاه يتبيّن أنّ الأغلبية الساحقة من المبحوثين (أكثر من 80%) يستخدمون هوية افتراضية مستعارة في حساباتهم الفيسبوكية؛ وهي معطيات حرجة؛ ذلك أنّ هذه النسبة المرتفعة تختفي وراء معلومات في مجملها غير حقيقية.

وتتعدّد وتختلف دوافع القيام بلعب أدوار مختلفة، وتقمّص شخصيات عديدة من شخص إلى آخر، فمنهم من يميل إلى التسترّ خلف أسماء وصور غير حقيقية أثناء التّواصل، إذا ما وجدوا صعوبات في التعبير عن بعض الأفكار التي يصعب القيام بها وجها لوجه، خاصّة لدى فئة الإناث المعروفة بانطوائها وتحفظها في العالم الواقعي؛ أين يفرض عليهن المجتمع التقليدي الكتمان على عواطفهنّ ومشاعرهن، وأحيانا حتى آرائهن، لذا تجدن في شبكة "فيس بوك" فرصة لتجاوز كلّ حواجز الكبت التي تعانيتها.

كما قد يكون في نيّة الشاب المستخدم عدم كشف عمره الحقيقي لتزييف شخصياته أثناء التّحدث الإلكتروني، فيظهر الصّغير على أنّه كبير، ويظهر الكبير على أنّه صغير، فيمكنه ذلك من القفز عبر السنّ، فيكون بمقدرته الدردشة مع أيّ شخص يريد، بغضّ النظر عن عائق العمر، وهو ما يجعل عددا كبيرا من الأشخاص المنطوين يصبحون ذوي شخصيات جريئة على الانترنت بعكس الواقع.

ومنهم من يخشى أن تُستغلّ معلوماته لأغراض معيّنة، وانتهاك خصوصيته، ومنهم من يريد التّعرف على آراء الآخرين وأحكامهم المختلفة التي اصطنعها وتقمّصها. ومنهم من يخاف من المواجهة والوقوع فريسة في القرصنة الحاسوبية، والاختراق والاحتيال، والحذر والتوجّس من المراقبة والتّجسس.²

هذا، كما يتّجه الشاب إلى إخفاء هوياتهم الحقيقية للتمرد على المجتمع للفت الانتباه وتأكيد الذات، سيما أنّ مرحلة الشباب والمراهقة تتسمّ بتحوّلات نفسية واجتماعية وجسدية، تجعل الشاب غير متوازن نسبيا، ومن ثمّ عرض هذه التقلّبات التي قد تكون مفاجئة، ويكون هذا الأمر كافيا كي يحاول الشاب لفت انتباه الآخرين إلى وضعه وتميّزه. لذا غالبا ما يكون ضحايا انتحال الشخصية عبر "فيس بوك" مشاهير ونجوم من مختلف أنحاء العالم. فبعض الأشخاص يستخدمون حسابات وهمية من أجل زيادة معدّلات الدخول والإعجاب في صفحات معيّنة، بل قد تتمّ هذه العملية في بعض الأحيان بشكل تجاري واسع النطاق لمصلحة شركات أو مؤسّسات تسعى إلى تحسين صورتها، ورفع مكانتها الترويجية من خلال الإيحاء بزيادة عدد الزّائرين لموقعها أو المعجبين بمنتجاتها.

¹ صالح الشهري: الفيسبوك وإخفاء الهوية. مقال منشور في جريدة الشرق، متاح على الرّابط: www.alsharq.net.sa، تاريخ الزيارة 2017/05/21، الساعة 18.30.
² المرجع نفسه، ص 212.

وبسؤالنا مفردات العينة الأولية، والعينة الاستطلاعية لهذه الدراسة عن أسباب تفضيلهم استعمال هويات افتراضية مستعارة بدل هوياتهم الاجتماعية الحقيقية، لم تخرج إجابات أغلبهم عن الأسباب السابقة الذكر، فأكثرهم صرّح بأنه يخاف من أن يعرف الآخرون هويتهم، ومن ثمّ إزعاجهم، وكذلك تمنحهم هذه الهوية التصرف بكلّ حرية أثناء التفاعل مع الآخرين. وهناك من أقرّ بأنه يريد تجنب المشاكل مع الأهل، وبالتالي تجنب المراقبة المستمرة من قبلهم.

إنّ النتائج السابقة تؤكد ما ذهب إليه معظم الباحثون الذين تطرّقوا لموضوع الإعلام الجديد؛ حيث أكدوا أنّ المجتمعات الافتراضية تفسح المجال للفرد بأن يضع هويته محلّ استكشاف وتجريب؛ أي بإمكانه أن يقدم نفسه كما يشاء، وعلى النحو الذي يريده هو، وهو السلوك الذي يتعدّر عليه في المجتمع الواقعي، حتى أنّ بعض العلماء أطلقوا على العوالم الافتراضية اسم "ورشات الهوية *Identity work*"، فالاسم المستعار يجرد الفرد من المظهر والانطباع الذي يكون عليه إذا استعمل اسمه الحقيقي، كما أنّ إخفاء الهوية يعتبره الأفراد أمراً سلبياً، ينقص من مصداقية الهويات الافتراضية، ويشجّع على اختراق الحدود الدينية والأخلاقية.¹

ويرى الباحثان "وزنيسكي" و"كوين" في كتابهما "القناع والهوية" تفسير بناء الشخصية بين مستخدمى الشبكات الاجتماعية هو تجسيد لواقع غير مثالي قد يعيشه المستخدم، بمعنى أنّ المستخدم قد لا يلجأ إلى هذه الطريقة إلّا هروباً من واقع يفرض عليه أن يبقى بعيداً عن الضوء فلا يحسن غير لغة الأفتنة.²

وغالباً ما يتمتّل الأشخاص الافتراضيون بما يرغبون أن يتمتّلوا به؛ أي يتظاهرون بالأشياء التي يحبونها في الحديث وفي التعريف بأنفسهم وبآرائهم وأفكارهم وغير ذلك، وليس شرطاً أن يكونوا كما هم في واقع الأمر، لكن هذا لا ينفي أنّ كثيراً منهم يحاول أن يكون صادقاً في كلّ ذلك، ولكن الأمر المشترك في معظم المتمتّلين افتراضياً هو تمثّلهم بما يريدون من الآخرين أن يروهم به.³

ومسألة الاسم المستعار عبر الشبكات الإلكترونية هي سرّ الإقبال عليها في أغلب الأحيان؛ حيث أنّ اختياره لا يكون اعتباطياً، لأنّه سيكون شاهداً على ما سيكتبه المستخدم فيما بعد، فهو يعتبر شكلاً من أشكال إخفاء الهوية، ويتمّ عموماً اختيار الأسماء المستعارة وفق عدّة طرق:⁴

- قد تكون الأسماء مركّبة من بعض حروف الاسم الأصلي للشخصية، أو يكون الاسم يدلّ على اهتمام ما لدى الشخصية في واقعها الطبيعي، أو رغبة ما، يريد أن يُعرف بها لدى الآخرين.

وقد يكون اسماً يجذب الآخرين، كاسم غريب مثلاً، أو مضحك، أو ينمّ عن فكرة جاذبة، أو يتوقّع صاحبه له ذلك.

1 www.said.net، تاريخ الزيارة 12 فيفري 2016، الساعة 22.00.

2 صالح الشهري، مرجع سبق ذكره.

3 كلثوم بيبيمون: السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي،

4 .144

- وربما يستخدم بعض الأشخاص أحد أسمائهم الحقيقية، أو مجموعة من الأحرف يُفصل بينها بحرف مميز.. إلى غير ذلك. أو يخلط في اسمه المستعار بين حروف كبيرة وأخرى صغيرة.

- والواضح أنّ الاسم المستعار غالبا ما يكون جاذبا لدى الآخرين. وهذا ما يدلّ على أنّ معظم الشخصيات الرقمية يعون جيدا أنّ أول ما يجذب أو يتعرّف عليهم من خلاله هو الاسم المستعار. لذلك يحرصون كلّ الحرص على أن يؤدي الغرض في جذب انتباه الآخرين، وفرض شيء من الحضور والالتفات المميز على الأقل من حيث الاسم.

وتتخذ الهويات المختارة من طرف مبحوثي هذه الدراسة شكلا من أشكال عديدة؛ فمنهم من يختار لعرض هويته على "فيس بوك" اسمه الحقيقي مع صورة تعبيرية، أو صورة غير شخصية، وهم يقاربون ثلث مبحوثي هذه الدراسة؛ حيث قدرت نسبتهم بـ31.4%؛ يضعون اسمهم الحقيقي من أجل التعرف عليهم من قبل الأصدقاء؛ بمعنى أنّ هذه النسبة من المبحوثين لا مشكلة لهم في أن يعرف الآخر هويتهم الحقيقية، بل تنحصر المشكلة في وضع الصورة الشخصية على الحساب، بما أنّ الصورة قد تستعمل من قبل أشخاص آخرين في فتح حسابات أخرى، غير صحيحة، أو تستعمل في أغراض أخرى، مما قد يسبب مشاكل لصاحبها، إضافة إلى عادات وتقاليد وأعراف المجتمع الجزائري، المعروف بحماظته، وحذره من الظهور في وسائل الإعلام والاتصال. وفي الغالب نجد أغلبية هذه الفئة فتيات أو سيدات تتحفّظن على عرض صورهن، أو تخشين سوء استعمالها. وفي حالات قليلة نجد ذلك بين الذكور، فمنهم من يستخدم اسمه ويضع صورة زعيم، أو نجم مشهور، أو أي رسم تعبيرية آخر ذو دلالة عند المستخدم.

ولتجنّب مشكلة سوء استخدام الصور الشخصية، فضّلت نسبة 02.5% من المبحوثين الاكتفاء باسم حقيقي دون إرفاقه بصورة.

وفي حالات كثيرة - من خلال الملاحظة- يزواج رواد الفيس بوك بين أسمائهم الحقيقية وأسماء مستعارة، قد تتعلّق أساسا بشخصيات يحبونها (أولادهم مثلا)، أو فرق رياضية يشجعونها، تعبّر عن ميولاتهم وتوجّهاتهم، مثل "Ossama Madrid" أو "Walid barça"، مما يعكس المزج بين الوجود الافتراضي والوجود الاجتماعي. كما يستخدم رواد هذه الشبكة كنيات مثل "أبو...، وتميل النساء المتزوجات لوضع أسماء أولادهم على الحساب الشخصي، مثل "أم براء"، "أم رامي" وغيرها من الكنيات، التي تبقى في الأخير تدلّ على شخصيات أصحابها.¹

وهناك من يختار اسما مستعارا مع صورة تعبيرية؛ أي يستعمل اسما غير حقيقي مرفقا بصورة غير شخصية، وهم الأغلبية هنا ممن يستخدمون هويات مستعارة، حيث قدرت نسبتهم بـ43.9%. ونجدهم في

¹ بهاء الدين محمد مزيد، مرجع سبق ذكره، ص 17.

العادة شخصيات تتوجس خيفة من شبكة المعلومات، وما يمكن أن يقع فيها من إساءات، وأخرى تعيش ظروفًا اجتماعية أو نفسية خاصة، أو تسعى إلى تحقيق غايات لا يليق بأصحابها الإعلان عنها أو عن أنفسهم، وربما تجتمع الظروف الخاصة مع الغايات "غير اللائقة"، على معنى أن المبررات لا تخرج عن الحجب أو الجذب وما بينهما من درجات ومراحل. ومن ذلك من يختار اسمًا يحتمل التذكير والتأنيث ليبقي على حظوظه في التخفي والمناورة والحجب والجذب متى أراد.¹

ويندر أن نجد من يختار لعرض هويته على حسابه الفيسبوكي اسمًا مستعارًا مع صورة شخصية حقيقية، وهذا ما أثبتته النتائج أعلاه؛ إذ أوضحت أن نسبة هذه الفئة تقدر فقط بـ2% من المبحوثين؛ ذلك لأن الصورة الشخصية دليل على صاحبها، فما الداعي إلى التخفي وراء أسماء مستعارة؟

إن من إعدادات "فيس بوك" البحث في محرك البحث الخاص بمستخدميها عن الاسم وليس الصورة الشخصية أو التعبيرية، وبذلك يمكن المستخدمين الراغبين في وضع صورهم الشخصية مع احتفاظهم بأحقيتهم في حرية اختيار اسم مستعار لتحقيق أكبر قدر من الحرية والنشاط بعيدًا عن رقابة المعارف.²

ولمواجهة المشاكل الناجمة عن استعمال هويات غير حقيقية على "فيس بوك"، طالبت إدارة الموقع سنة 2015 المستخدمين باستعمال أسمائهم الحقيقية وصورهم، وذلك بتحميل صورة عن بطاقة هويتهم، حيث يتم الاطلاع عليها، والتأكد من مطابقتها للحساب، وكانت قد أرجعت ذلك إلى أن الحسابات غير المؤكدة تكون عرضة للإغلاق عن الحسابات الأخرى، كخطوة احترازية لتأكيد الحسابات بعد استغلال الكثير لهذه الإعدادات لانتحال شخصيات أخرى. غير أن هذه الخطوة لم تلق القبول، ووصل الأمر بأصحاب الحسابات الذين تم إجبارهم على تحميل الهويات مقابل عدم تعرض حساباتهم للإغلاق إلى حد تزوير الهويات.

وإجمالاً، تتوافق النتائج السابقة مع نتيجة كل من الدراسة السابقة للباحثة "بيبيمون كلثوم"؛ التي أثبتت أن أكثر من 72% من مبحوثي دراستها يستخدمون هويات مستعارة في حساباتهم الفيسبوكية، والدراسة السابقة للباحث "بدر الدين بلعباس"؛ حيث أثبت أن أكثر من 82% من مبحوثي دراسته يستخدمون هويات افتراضية ليست حقيقية.

وتستخدم نسبة 19.5% هويتهم الحقيقية؛ أي اسمهم الحقيقي وصورتهم الشخصية، وهؤلاء الذين لا يبدون خوفاً من استعمال هوياتهم الحقيقية، نظراً لانتشار استخدام شبكة "فيس بوك" لدى مختلف فئات المجتمع وخاصة الشباب منهم، حيث زال التحفظ لدى نسبة كبيرة من الناس، خاصة إذا علمنا أن الكثير من

¹ صونية عبديش، مرجع سبق ذكره، ص 209.

² صالح الشهري، مرجع سبق ذكره.

الشباب الجامعي الجزائري يستخدم "فيس بوك" لأغراض جدية، فهم يتصلون بمختلف الطلبة والأساتذة في شتى بقاع العالم، وكذا أصدقائهم الحقيقيين والافتراضيين، ولا يبالون من استخدام هوياتهم الحقيقية.¹ وبالملاحظة البسيطة، أو العلمية يمكن بكل سهولة القول أن أغلب من يلجون الموقع بهوياتهم الحقيقية يكونون من فئة الذكور، الذين لا يجدون حرجا في استعمال أسمائهم أو صورهم الشخصية، وتشاركها مع أصدقائهم بصفة عادية.

وتتقارب هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الباحثة "بيبيمون كلثوم"؛ التي أثبتت في دراستها أن 27.27% من مبحوثي دراستها يستخدمون هويات حقيقية في حساباتهم الفيسبوكية، ودراسة الباحث "بدر الدين بلعباس"؛ حيث ثبت أن 17.52% من مبحوثي دراسته يستخدمون هويات حقيقية.

جدول رقم (42): يوضح نشاطات المبحوثين على الشبكة

النسبة	التكرارات	النشاطات
15.3	245	تكتب منشورات في حسابك الخاص
08.9	143	تكتفي بقراءة مشاركات الأصدقاء
15	240	تقرأ وتعلق على مشاركات أصدقائك
21.8	350	تدردش مع أصدقائك
07	113	تكتب منشورات في صفحات أو مجموعات أنت مشترك فيها
10.7	171	تعلق على منشورات في صفحات أو مجموعات أنت مشترك فيها
10.7	171	تشارك المنشورات مع أصدقائك
10.7	172	تتشارك الصور مع أصدقائك
100	1605	المجموع

يقوم مستخدمو ال"فيس بوك" بعدة نشاطات فيه كالدرشة، والمشاركة في الصور (أكثر من 250 مليون صورة جديدة يوميا)، وإرسال مقاطع الفيديو، والتواصل، وتبادل الأخبار الشخصية، والاستمتاع بالألعاب، وتحديد اجتماعات، ولقاءات، وإرسال التهاني بأعياد الميلاد والعطل، وأداء الواجبات والأعمال، والعثور على الأصدقاء والأقارب ممن نفتقدهم منذ فترة طويلة، والتواصل معهم. ومطالعة الكتب واختيار أفضل المطاعم ودعم الأنشطة الخيرية...إلى غير ذلك.

¹ صونية عبديش، مرجع سبق ذكره، ص 208.

تم حساب المجموع بناء على التكرارات المعبر عنها، وليس بناء على مجموع مفردات العينة، والملاحظات نفسها في الجداول اللاحقة التي يفوق المجموع فيها مجموع المبحوثين.

ويُدعم الـ"فيس بوك" البنية التحتية للأنشطة اليومية دائمة التغير، لمئات الملايين من المستخدمين طوال اليوم وعلى مدار الأسبوع. وكأنه شبكة إمداد بالطاقة. ولا يمكن في الغالب حصر الأنشطة التي تجرى عبر موقع الـ"فيس بوك"؛ ففي كل شهر يضيف المستخدمون أكثر من 30 مليار محتوى (سواء تعليقات وصور وروابط على الشبكة ومدونات ومقاطع فيديو... وغير ذلك) إلى الموقع.

وجدير بالذكر أيضا، أن "نتاج" الموقع يعدّ أمرا ديناميكيا دائم التغير. وعلى عكس الوسائل التقليدية (صحف، إذاعات، تلفزيونات..)، فإن الموقع "يعتمد على المستخدم"؛ إذ هو نتاج جماعي لحياة ملايين المستخدمين (ليس فقط الجوانب الاجتماعية منها)، وكذلك يجري تحديثه تلقائيا، ولحظة بلحظة، من مختلف دول العالم. إنها شبكة اجتماعية إلكترونية كبيرة، يعكس دورها بشكل متزايد على حياة الإنسان.¹

وهذا ما أثبتته نتائج الجدول أعلاه، حيث يقوم المبحوثون بمختلف النشاطات التي يتيحها الموقع، وعلى رأسها الدردشة مع الأصدقاء بنسبة 21.8% منهم.

وتعني الدردشة الحديث عبر الوسائط الإلكترونية المختلفة، وجاءت كلمة الدردشة كتعبير عن كلمة "الشات" أو الدردشة الإلكترونية، كون القاموس العربي يفتقد مصطلحا يعبر عنها²، حيث نسمي الحديث والتواصل عبر الوسائط الإلكترونية المختلفة على غرار تطبيق الدردشة لموقع الـ"فيس بوك" بالدردشة، أين تستخدم فيها في العموم اللغة الدردشية التي لاقت رواجا مذهلا في العالم كله بصفة عامة، وفي عالمنا العربي على وجه الخصوص.³

وتستخدم أغلبية المبحوثين الدردشة لعدة دوافع كتوفرها على هامش واسع من حرية التعبير في كل المواضيع، وإمكانية الالتقاء، والتعرف بأشخاص لهم نفس الاهتمامات، وكذلك توفرها على طابع حميمي للنقاش، وسهولة إخفاء الهوية أثناء الحوار، وانعدام الرقابة والحوجز الاجتماعية.

وكذلك لما يجدونه من فوائد فيها نذكر منها:⁴

- يمكن منتدى الدردشة الإلكترونية (فيس بوك) من إجراء نقاشات وحوارات مع أشخاص من مختلف أنحاء العالم، من مكان واحد وبتكاليف منخفضة.
- مساهمة العالم الخارجي ومتابعة كل ما يحدث حولنا.

¹ أن كولير، لاري ماجد: دليل أولياء الأمور لاستخدام الفيسبوك، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، مصر، 2012 .05
www.mcit.gov.eg/ Upcont/Documents/facebook_27022112.pdf :

² نديم منصوري 103.

³ الموسوعة الحرة ويكيبيديا ar.m.wikipedia.org يارة بتاريخ 25 2017 20:15

⁴ رضوان بلخيري: منتديات الدردشة الإلكترونية ودورها في إحداث التغيير في المجتمع الجزائري ادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد... يات النظرية والتطبيقية" -الرياض، 15-16 أبريل 2012 .

- إمكانية التتّيف والتّعليم من خلال الحديث مع أشخاص من مختلف المستويات، خاصة تحسين مستوى التّحكم في اللغات الأجنبية.
 - تساهم الدردشة في التّقريب بين مختلف جهات النّظر، والتّعرّف على ثقافات وتقاليد الشعوب والدّول المختلفة.
 - تساهم بشكل كبير في تشكيل الروابط والعلاقات الاجتماعية بين الأفراد.
 - تسهيل التّواصل بطريقة مريحة، وغير مكلفة خاصة بين الأقارب والأهل.
 - تساعد الأفراد الخجولين والذين يجدون صعوبات في المشاركة في نقاشات جماعية، في التّخلص من هذه المشاكل، والتّعبير بحريّة تامة.
 - يمكن التّعرّف على أشخاص لهم اهتمامات مشتركة، وبالتالي التّعاون وتبادل الخبرات كلّ في مجاله.
 - لقد ساهمت الدردشة الالكترونية عبر "فيس بوك" بشكل كبير في نشر الثقافة المعلوماتية والرّقمية بين الطّلبة (استخدام الحاسوب، الانترنت...); حيث أنّ الكثير من الأفراد لم يكونوا يحسنون استخدام الحاسوب ولا الانترنت، حتى ظهرت الدردشة الالكترونية (فيس بوك)، فتعلّم النّاس كيفية استخدام الحاسوب وكيفية تصفّح زيارة المواقع واستخدام الخدمات الأخرى للانترنت، فكانت الدردشة استعمالا انتقاليا لاستعمال خدمات أخرى.
 - يمكن أن تستخدم الدردشة الالكترونية عبر "فيس بوك" للدّعوة الإسلامية، ونقل الصّورة الحقيقية عن الإسلام؛ من خلال النّقاش مع أجانب، ومحاولة استمالتهم لاعتناق الإسلام، وقد حدث هذا بالفعل مع كثير من الأشخاص.
- وتتوالى بقيّة نشاطات المبحوثين على الموقع بين كتابة منشورات في الحساب الخاص (15.3%)، وبين من يقرأ ويعلّق على مشاركات أصدقائه (15%)، والتّعليق على منشورات في صفحات أو مجموعات المبحوث مشترك فيها (10.7%)، ومشاركة المنشورات مع الأصدقاء (10.7%)، ومشاركة الصور معهم (10.7%)، وبين من يكتفي بقراءة مشاركات الأصدقاء (8.9%)، ومن يكتب منشورات في صفحات أو مجموعات هو مشترك فيها (7%).
- وعموماً، تدلّ النتائج السابقة على أنّ المبحوثين يُعتبرون مستخدمين نشطين عبر الفيس بوك، ومتفاعلين بشكل واضح، وهذا ما يؤدي إلى إمكانية التأثير والتأثر بالرسائل التي يتلقونها بسرعة أكبر، الأمر الذي قد يعجّل من إمكانية غرس مضامين هذه الرسائل في نفوسهم، وتجسيدها لاحقا في سلوكياتهم.**

جدول رقم (43): يوضّح المجالات التي يحرص المبحوثون على متابعتها عبر شبكة "فيس بوك"

النسبة	التكرارات	المجالات
23.7	320	المجال العلمي والثقافي والفكري
10.1	136	مجال التوجيه والإرشاد
11.5	155	المجال الصحي
24.1	325	المجال الترفيهي
06.7	90	المجال الإخباري والسياسي
07.7	104	المجال الرياضي
16.4	221	المجال الديني، الدعوي والعقائدي
100	1351	المجموع

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أنّ المجال الترفيهي يحتل المرتبة الأولى من بين المجالات الأكثر متابعة من طرف أفراد العينة، حيث قدرت نسبته بـ 24.1% من مجموع المجالات الأخرى. ذلك أنّ التسلية هدف جوهرى وسمة لكل المجتمعات، وتتخطى كونها مجرد وسيلة للتخلص من التوتر، وهي وظيفة من شأنها تعزيز البعد الاجتماعي للفرد، وذلك بمشاركة المحتوى مع الأصدقاء على هذه الشبكة.

إنّ تعقيدات المجتمع الذي نعيش فيه فرضت زيادة اتّساع مجال التسلية والترفيه في العالم الافتراضي كالـ"فيس بوك"، فأضحت هذه الوظيفة حاجة ضرورية لكلّ مستخدمى الـ"فيس بوك".

وأصبح الـ"فيس بوك" الوسيلة الأولى للترفيه لديهم؛ فبحسب الجداول السابقة، والتي أثبتت أنّ هذه الشبكة هي الشبكة الأولى لديهم (الجدول رقم 34)، وبأنّهم مشتركون فيه منذ مدة طويلة (الجدول رقم 36)، وأنّهم يقضون جلّ وقتهم في تصفّح هذا الموقع (الجدولين رقم 37 و38)، فإنّنا نستطيع القول أنّ الشباب قد نقلوا عالمهم الواقعي إلى العالم الافتراضي (الـ"فيس بوك")، وبالتالي تنحصر كلّ نشاطاتهم التواصلية فيه، بما فيها النشاطات الترفيهية.

وتفضّل هذه النسبة المعتبرة من المبحوثين استخدام الموقع في مجال الترفيه؛ بسبب احتوائه على عدّة تطبيقات؛ كالألعاب مثل "المزرعة السعيدة" و"سيف المعرفة"، التي تسمح للمستخدم أن يتسلّى بوقته رفقة أصدقائه الافتراضيين، كونها تعدّ ألعابا اجتماعية تنافسية.

كذلك تمكّن تطبيقات هذا الموقع مستخدميه من المبحوثين من إنشاء والدخول لمختلف الصفحات والمجموعات الخاصة بالترفيه، خاصة تلك المتعلقة بالنكت (مثل صفحات نكت، نكت بنات، نكت جزائرية،

Nokat DZ، نكت جزائرية هبال..)، وبمشاركة أصدقائهم هذه النكت والتعليق عليها على سبيل الترفيه. كما يمكنهم من متابعة صفحات خاصة بالرياضة والفن، ومشاركة أخبار الفنانين والمشاهير مع المهتمين من أصدقائهم بهذا المجال.

كما أن الدردشة في هذا الموقع تعتبر من أكثر الأنشطة الترفيهية التي يفضلها المبحوثون، بالإضافة إلى باقي الخدمات الترفيهية التي يميل المبحوثون لاستخدامها كل حسب توجهاته.

ومن بين أكثر المجالات التي يستخدمها رواد الـ"فيس بوك" عموماً، ومنهم مبحوثي هذه الدراسة، **المجال العلمي** وما يرافقه من مجالات الثقافة والفكر؛ حيث قدرت نسبة هذا المجال بـ 23.7% .

وتعتبر هذه النتيجة نتيجة منطقية لسببين:

الأول: متعلق بخصائص مجتمع البحث، فهم من الطلبة الجامعيين، الذين يسخرون معظم وقتهم للتحصيل العلمي من مختلف المصادر، ومنها الانترنت بشبكاتها الاجتماعية.

والثاني: متعلق بما توفره هذه الشبكات من خدمات عظيمة لروادها في هذا المجال، حيث توفر لهم فضاءات معرفية متنوعة لإكسابهم ثقافة معلوماتية ومعرفية متنوعة، بدء بالمعلومات العلمية المتخصصة، مروراً بالثقافة العامة لغير المتخصصين، وصولاً إلى الثقافة الشعبية الموجهة لكل الناس.

إن الطلبة والباحثين يرتبطون ارتباطاً وثيقاً بالانترنت، ويعتمدون عليها كوسيلة بحث ومصدر للمعلومات، وهذا ليس غريباً لأن الانترنت أصلاً قام بتطويرها باحثون ومتخصصون في الإعلام الآلي، لغرض استخداماتها كوسيلة لاستعمالاتهم العلمية والبحثية.

والشبكات الاجتماعية الإلكترونية، وعلى رأسها الـ"فيس بوك" من بين مواقع الانترنت التي تكفل مهمة البحث عن المعلومات، وتسهيل الحصول على المعرفة نظراً لخصائصها المتعددة، فجاذبية الـ"فيس بوك" للطلبة أصبح يستقيها بما يوفره لهم من أرضية للتعامل مع الآخرين من دون ضغط التفاعل وجها لوجه، فبناء على المعلومات المدرجة في ملفاتهم الشخصية يمكنهم البحث والانضمام إلى مجموعات يشاركونهم اهتماماتهم.

وبالتالي قدم هذا الموقع - وحتى باقي مواقع التواصل الاجتماعي - خدمات كثيرة في مجال تدعيم التعليم؛ فقد عمل على إيصال المعلومات إلى مختلف بقاع العالم وبأقل التكاليف، وبأساليب متعددة، لنقل تلك المعلومات، كما قلل من تكاليف التعليم، وخفف من أعباء التدريب على إدارة الموارد البشرية؛ وذلك بتوفير مواقع تدريبية إلكترونية مباشرة.¹

¹ صونية عبدش، مرجع سبق ذكره، ص ص 157-158.

ويطلق على التعليم عبر هذه الشبكات اسم "التعلم التشاركي الإلكتروني"، ويُعرف بأنه " نمط من التعلم قائم على التفاعل الاجتماعي بين المتعلمين؛ حيث أنهم يقومون بإنشاء مجموعات صغيرة يتشاركون في إنجاز المهمة أو تحقيق أهداف تعليمية مشتركة، من خلال أنشطة جماعية في جهد منسق، باستخدام خدمات وأدوات الاتصال والتواصل المختلفة عبر الويب، ومن ثمّ فهو يركّز على توليد المعرفة وليس استقبالها، وبالتالي يتحوّل التعليم من نظام ممرّكز حول المعلمّ يسيطر عليه، إلى نظام ممرّكز حول المتعلمّ ويشارك فيه المعلمّ".¹

أي أنّ هذا النوع من التعليم يعتبر مدخلا للتعليم الذي يعمل فيه الطلبة معا، في مجموعات لتحقيق أهداف كثيرة أهمها مساعدة الطالب على الفهم والتعمق أكثر في الدرس، حيث يستطيع الرجوع له في أي وقت، كما يساعده على القيام بواجباته بالرجوع إلى مصادر المعلومات المتنوعة على هذه الشبكات، أو للمادة الإلكترونية التي يزودها الأستاذ لطلابه مدعمة بالأمثلة المتعددة. بالتالي، يحتفظ الطالب بالمعلومة لمدة أطول لأنها أصبحت مدعمة بالصوت والصورة والفهم.

وفي دراسة للباحثة حول هذا الموضوع، وصلت إلى نتيجة مفادها أنّ أغلب الطلبة الجامعيين (70%) يشتركون في مجموعات نقاش عبر الـ"فيس بوك" ذات اهتمام بالدراسة، وأنهم يقومون بنشر مراجع اليكترونية في هذه المجموعات، كما يقومون بنشر صور وتعليقات خاصة بالدراسة، ويعملون على المراجعة الجماعية للدروس أثناء فترة الامتحانات.²

ومن أهمّ التوجهات الرّاهنة في الفضاء الإلكتروني في مجال التّعليم ظاهرة "الشبكات التعليمية"، التي تنتهج أسلوبا مماثلا للشبكات الاجتماعية في التّواصل، وأهمّها: السبورة السوداء (BlackBoard). كما يتوقّع تغيير النمط الرّاهن للتّعلم، بفعل تأثير وسائل التّواصل الاجتماعي، ومن أهمّها "الدورات الشاملة المفتوحة عبر الانترنت"، وهي عبارة عن دورات عبر الانترنت تستهدف المساهمة الواسعة النطاق، وتكون مفتوحة للجميع. ومثل هذا التوجه، سيغيّر من طبيعة العملية التعليمية مستقبلا؛ حيث سيتمكّن الطالب من انتقاء مواد من جامعات عالمية مختلفة، وخلق شهادته الخاصة. كما أنّها تمثّل تحديا ملموسا للمؤسسات التعليمية غير الواقعة على قمة التصنيفات الدولية، حيث يمكن أن يقلّ الإقبال عليها في حال تمكّن الطلبة على مستوى العالم من "تجميع" مواد ودورات من جامعات القمة.³

مما سبق نستنتج إذن أنّ تفضيل أغلبية الباحثين لهذا المجال تعدّ نتيجة منطقية.

¹ نبيلة جعفري: استخدامات الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" في التعليم التشاركي الإلكتروني، "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع الجزائري" 2014.

² المرجع نفسه.

³ صونية عبديش، مرجع سبق ذكره، ص 158.

وفتحت الشبكات الاجتماعية وعلى رأسها الـ"فيس بوك" الباب للتواصل والدعوة مع الآخرين، مسلمين أو غير مسلمين باختلاف لغاتهم واختلاف أجناسهم وبلدانهم، وهذا ما عبرت عنه نسبة 16.4% من المبحوثين الذين يستخدمون هذه الشبكة في المجال الديني والدعوي والعقائدي، وذلك سواء بنشرهم لأمر تتعلق بالدين على صفحاتهم، أو الدخول في مجموعات لهذا الغرض، أو حتى المناقشة في مواضيع دينية عبر الدردشة الخاصة مع الأصدقاء.

إن تفضيل هذا المجال من قبل نسبة معتبرة من المبحوثين يدل على اهتمامهم بأمر الدين، بغض النظر عن التزامهم بتعاليمه أو لا، وهذا ينفي فكرة أن الشباب لا يستخدم الـ"فيس بوك" إلا للترفيه والأمور التافهة غير الجادة، ما يعني أن استخدامات الموقع من طرف الشباب قد تطورت واختلفت عن بدايات ظهوره.

وبالإضافة إلى المنشورات اليومية التي ينشرها المبحوثون على صفحاتهم، نجد أن هذا المجال يظهر بشكل كبير في المناسبات الدينية كشهر رمضان والأعياد؛ حيث تكثر المنشورات التي تتحدث عن المناسبات الفضيلة، تتخللها الآيات والأحاديث والأدعية، كما تظهر في حال تعرض أي رمز من رموز الدين للإهانة؛ أين نجد هبات منقطعة النظير من طرف الشباب لنصرة هذا الرمز، كما حدث من إهانة للرسول الكريم عبر وسائل إعلام أجنبية، كان آخرها المجلة الفرنسية "شارلي إيبدو".

وتفضل نسبة 11.5% من المبحوثين التطرق للمجال الصحي عبر هذه الشبكة، لما يجدونه من معلومات صحية تفيدهم في حياتهم وصحتهم، وتزيد من ثقافتهم الصحية، وتوعيتهم بمخاطر سلوكيات يقومون بها، أو أطمعة يتناولونها تؤثر سلبا على صحتهم.

ونسبة 10.1% من المبحوثين تفضل مجال التوجيه والإرشاد، الذي قد يندرج ضمن مواضيع مختلفة كمواضيع العمل التطوعي، والمجال الديني، والتوجيه في أمور حياتية عامة.

وأدنى نسبة من المبحوثين (06.7%) تفضل استخدام هذه الشبكة في المجال الإخباري والسياسي؛ أي يفضلون المواضيع التي تتناول القضايا السياسية، سواء المحلية (الوطنية)، العربية أو العالمية، وتشمل الموضوعات الإخبارية، وكذا التحليلية في هذا المجال. والملاحظ هو انتشار استخدام هذا الموقع لدى أعداد كبيرة من الشباب الجزائري والعربي في هذا المجال، منذ بداية موجة التغييرات السياسية التي شهدتها المنطقة العربية بداية 2011، فتحوّل الاستخدام من المجال الترفيهي إلى المجال السياسي الجاد، وازدادت معه أعداد المشتركين في الموقع. غير أنه وبعد مرور ست سنوات من بداية تلك الأحداث، نلاحظ تراجع اهتمام الشباب الجامعي بالمواضيع السياسية، وانحصارها في المناسبات كالانتخابات، وهذا ما تدل عليه النسبة الضئيلة من المبحوثين.

كذلك قد تُعزى هذه النسبة إلى خصائص فئة الشباب الجامعي واهتمامهم بالمجال الدراسي أكثر من باقي المجالات؛ فبعد نهاية يوم طويل من الدراسة يفضل هؤلاء تجنب التعرض إلى المضامين الجادة كالأخبار والمواضيع السياسية، وتعويضها بمواضيع لا تُجهد تفكيرهم.

جدول رقم (44): يوضح سلوك المبحوثين عند استخدامهم الـ"فيس بوك"

النسبة	التكرارات	السلوك
21,3	93	تستخدمه بمفرده تماماً، ولا تتحدث مع أي أحد حول ما تتصفح
46,0	201	تستخدمه بمفرده، لكن تشارك من حولك ما تتصفح
26,8	117	تناقش محتوى ما تتصفح عبره مع من حولك على أرض الواقع
5,9	26	تناقش محتوى ما تتصفح عبره مع أصدقائك الافتراضيين
100,0	437	المجموع

وظفت الباحثة هذا السؤال كضرورة فرضتها نظرية الغرس الثقافي، حيث تتدرج فئات هذا السؤال ضمن المتغير الرابع من المتغيرات الوسيطة التي تبحث فيها النظرية، ألا وهو متغير "المشاهدة النشطة *Active Viewing*"، والتي يقصد بها أن يقوم المشاهد أثناء تعرضه لمضمون التلفزيون بعمليات نقد وتحليل المعلومات الواردة في المحتوى التلفزيوني ويؤدي المشاهد هذه العمليات أثناء المشاهدة أو بعدها.

والمشاهدة النشطة تعني أيضاً استغراق المشاهد عاطفياً مع بعض الشخصيات أو الحركات، وعليه فيمكن أن تتكون المشاهدة النشطة من عناصر معرفية وعناصر عاطفية.¹

وقد حدّد "رونر *Donna Ronner*" للمشاهدة النشطة، مثل:

- 1- الانتباه الكامل للخط الدرامي للقصة.
 - 2- التحدث مع الآخرين حول ما قُدّم في محتوى العمل.
 - 3- الاهتمام بما يحدث لشخصيات العمل الذي يرونه.
- وقد ذهب "رونر" أيضاً إلى أنّ المشاهدين الأكثر تعرضاً للمحتوى الإعلامي بمشاهدة نشطة، هم الأكثر اعتقاداً بحقيقة ما يُعرض عليهم، بل هم الأكثر تأثراً به عن الذين يتعرضون لمستوى منخفض من المشاهدة النشطة.

وقد أوضحت نتائج الجدول أعلاه أن نسبة الأغلبية من مفردات العينة (46%) تستخدم الموقع بمفردها، لكن تشارك من حولها ما تتصفح، ونقصد بالمشاركة هنا هو إعلام من حولها حول ما تتصفح وليس الدخول في مناقشات حول المضمون، وقد تكون المشاركة بهدف الترفيه والضحك على موقف معين كإرسال تلك الصور التي تتضمن نكتا في مختلف المجالات، أو إبراز موقف، أو تذكير بمناسبة أو غير ذلك من الأغراض. في النهاية هذه المشاركة تؤكد تأثير المبحوث بالرسالة لدرجة رغبته بمشاركة من حوله إياها.

وتناقش نسبة 26.8% منهم محتوى ما تتصفح عبر الموقع مع من حولها على أرض الواقع، وتقع هذه الفئة ضمن خانة "التحدث مع الآخرين حول ما قدم في محتوى العمل" التي أشار إليها "رونر". وإن كانت نسبة الأغلبية السابقة تؤكد تأثير المبحوث بالرسالة، فإن هذه النسبة المعتبرة من المبحوثين تؤكد على مدى تأثير المبحوثين بالمحتوى الذي يتلقونه من خلال تصفحهم للموقع، لدرجة مناقشته على أرض الواقع مع من حولهم. وهكذا، أصبحت رسائل الـ"فيس بوك" تشكل جزءا من الحوارات اليومية لنسبة معتبرة من المبحوثين، وانتقل بذلك محتوى العالم الافتراضي إلى العالم الواقعي.

وتستخدم نسبة 21.3% من أفراد العينة هذا الموقع بمفردها تماما، ولا تتحدث مع أي أحد حول ما تتصفح، وهؤلاء يندرجون ضمن فئة "الانتباه الكامل للخط الدرامي للقصة" التي تحدث عنها "رونر". إذن هؤلاء المبحوثين من الذين لم يتأثروا كثيرا بما يتصفحونه، بدليل عدم مشاركة غيرهم المضامين التي يتعرضون لها، واحتفاظهم بها.

وأخيرا، تناقش نسبة الأقلية من المبحوثين (5.9%) محتوى ما تتصفح عبر الموقع مع أصدقائها الافتراضيين، وهذه الفئة أيضا تقع ضمن خانة "التحدث مع الآخرين حول ما قدم في محتوى العمل" التي أشار إليها "رونر"، لكن "الآخرين" الذين نقصدهم هنا هم الأصدقاء الافتراضيين فقط. وقد تكون هذه النسبة من المبحوثين من الذين يعانون من قطيعة مع الواقع الاجتماعي بسبب إيمانهم على العالم الافتراضي، وبالتالي تشكلت لديهم علاقات افتراضية قوية، لدرجة تحويل المناقشات الاجتماعية إليها، وأصبح هؤلاء الأصدقاء هم المرجعية الوحيدة لهذه النسبة الضئيلة من المبحوثين.

ونستخلص في الأخير من نتائج هذا الجدول أن أغلبية المبحوثين يعتبرون من ذوي "الاستخدام النشط" (المشاهدة النشطة)، لأن نسبة 78.7% منهم تشارك، وتناقش من حولها (سواء كانوا أصدقاء واقعيين أو افتراضيين) مضمون الرسائل التي يتعرضون لها من خلال هذا الموقع، بالتالي احتمال وقوع الغرس سيكون كبيرا لدى مفردات عينة هذا البحث.

جدول رقم (45): يوضح شعور الباحثين إذا لم يتواصلوا عبر شبكة "فيس بوك" لفترة طويلة

النسبة	التكرارات	الشعور
11,5	46	القلق والاضطراب
49,6	199	الفراغ
38,9	156	لا تشعر بشيء
100,0	401	المجموع

يتبين من خلال نتائج الجدول أعلاه أن نصف الباحثين (49.6%) يشعرون بالفراغ إذا لم يتواصلوا عبر شبكة "فيس بوك" لمدة طويلة؛ ويعود ذلك للتعود على الاستخدام الدائم لهذه الشبكة، كما أوردته نتائج الجداول السابقة، الأمر الذي جعل من تصفح هذه الشبكة طقساً من الطقوس اليومية للباحثين، فبمجرد أن يفتح الطالب الانترنت حتى يعمد إلى فتح صفحته الخاصة على الفيس بوك" لمتابعة أهم الأخبار و آخر التعليقات والمستجدات على الساحة، وحتى يتمكن من متابعة أصدقائه والتفاعل معهم.¹

كما يتضح أن نسبة 38.9% من مفردات العينة لا يشعرون بشيء إذا ما غابوا عن استخدام "فيس بوك"؛ وتُعزى هذه النتيجة إلى كون هؤلاء من فئة المستخدمين نادراً للموقع، أو المستخدمين "العقلانيين" له، وقد يكون من بين هؤلاء من يعتمد على مواقع شبكات اجتماعية أخرى، تعوّضه عن غياب الفيس بوك".

إن الأشخاص جرّاء تكوينهم لصداقات افتراضية ومجموعات تواصلية تجعلهم يعيشون نوعاً من الانفصال بين الواقع والافتراضي؛ أي بين الحقيقي والرمزي، وهذا ما قد يخلق نوعاً من الاكتئاب والقلق والأزمات النفسية للأفراد، وفي هذا الصدد قُدمت دراسة بجامعة "ايدن بورغ نايبير"، وهي من أهم الدراسات عن الصداقة في الفيس بوك" أثبتت أن وجود عدد كبير من الأصدقاء لدى مستخدمي الشبكة الاجتماعية الفيس بوك" قد يجعلهم متوترين، وفي حالة قلق دائم، حيث أن 32% من المستخدمين يشعرون بالذنب وعدم الارتياح عند رفض طلبات الصداقة، بينما 63% يعتمدون إلى تأجيل هذه الطلبات، و 10% يكرهون الحصول على طلبات صداقة من الآخرين. وأضافت الدراسة أن الأشخاص الذين يمتلكون عدداً كبيراً من الأصدقاء، والذين يمضون معظم وقتهم على صفحات الموقع، معرضون بشكل كبير للضغط النفسي، كما أن العديد من المستخدمين يخشون ترك صفحات الموقع خوفاً من أن تفوتهم بعض المعلومات الاجتماعية، بالإضافة إلى خوفهم من أن يُظنّ بهم أنهم يهينون أصدقائهم.²

² ساعد هماش: الشبكات الاجتماعية وأثارها على الفرد والمجتمع من منظور قيمي، شبكة الفيس بوك نموذجا، مجلة الدراسات الإعلامية القيمية 2، دورية أكاديمية حضرية محكمة، دار الورسم، الجزائر، 2012، 79-78.

وأوضحت دراسة أجريت على 1000 طالب في 12 جامعة من 10 بلدان مختلفة، أن أربع من خمس طلاب أصيبوا بحالات من الفكر والقلق والارتباك والإحساس بالعزلة الشديدة، حينما تم قطع وسائل الاتصال الحديثة عنهم كالهاتف النقال واللابتوب وموقعي التواصل الاجتماعي الـ"فيس بوك" والـ"تويتر".¹

وربما هذا هو حال نسبة 11.5% من أفراد العينة، التي تشعر بالقلق والاضطراب نتيجة غيابهم عن استخدام شبكة "فيس بوك"؛ ويمكن وصف هذه الفئة أنها الفئة المدمنة لاستخدام الشبكة.

وهناك نوع آخر من القلق الذي يشعر به مستخدمو الـ"فيس بوك"، يسمّى بالقلق الاللكتروني؛ حيث تُنتج التفاعلات الاللكترونية بين المستخدمين هذا النوع من القلق، الذي يكون مستترا لا يظهر للعلن الفضائي بقدر ما ينعكس على الشعور الانساني. يكمن هذا القلق من خلال الفعل/ ردة الفعل المتفاعلة بين طرفين افتراضيين، فواضع صورة معينة على صفحته الفيسبوكية مثلا، ينتظر بفارغ الصبر تعليقات أصدقائه، وإذا تأخرت ردات الفعل، أو لم تأت أبدا يشعر الفرد بالانزعاج، أو بالتهميش من قبل أصدقائه. وإذا أرسل رسالة إلى صديق معروف أو مجهول فهو ينتظر الجواب بفارغ الصبر، ويرافق لحظات الانتظار قلق وتوتر حتى يصله الرد الذي قد لا يصله أصلا. هذا التفاعل في الأخذ والرد، القبول/ الرفض، الجواب/ لا جواب..، تخلق لدى الفرد الافتراضي قلقاً يسمّى بالقلق الاللكتروني.²

ونستنتج من هذا الجدول، أن المبحوثين - وإن كانوا غير مدمنين على الـ"فيس بوك" كما أوردته النتائج سابقا- يعتبرون من كثيفي الاستخدام المتعلقون به، لأن أكثر من 60% منهم يشعر بالفراغ والقلق إذا لم يستخدم هذا الموقع يوميا.

¹ مريم مراكشي، مرجع سبق ذكره، ص 68.

² نديم منصور، مرجع سبق ذكره، ص 25.

جدول رقم (46): يوضح أكثر ثلاث صفحات يتصفحها المبحوثون

النسبة	التكرارات	الصفحة
12.58	41	تقف نفسك
2.5	08	مما قرأت
8.14	26	Femme algérienne
1.88	06	صفحة الملتقيات الوطنية والدولية
5.01	16	صفحات الطبخ
2.5	08	صحيفة البلاد
2.5	08	Top commentaire
5.01	16	القراءة للجميع
6.98	22	قناة مدينة عين البيضاء
5.01	16	أحلام مستغانمي
1.88	06	viva l'Algérie 123
1.88	06	حكم وعبر
1.88	06	طلبة الدكتوراه
6.98	22	صدى الملاعب
3.76	12	خديجة بن قنة
1.88	06	Bein sport
2.5	08	كل يوم معلومة طبية
1.88	06	جريدة الشروق
3.13	10	قناة ولاية أم البواقي
3.13	10	ويب طب
1.88	06	شبكة شهاب
5.01	16	الدكتور جميل القدسي دويك
1.88	06	صفحة Tech Insider
1.88	06	جمعية العلماء المسلمين الجزائريين
1.88	06	صفحة S.i.c
6.26	20	الجزيرة
100	319	المجموع

توضّح نتائج الجدول أنّ أكثر صفحة يتابعها مبحوثو الدراسة هي صفحة "ثقّف نفسك"؛ حيث قدرت نسبتها بـ12.58%.

وتعتبر هذا النتيجة متوافقة مع نتيجة الدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة، والتي من خلالها أثبتت أنّ "ثقّف نفسك" أكثر صفحة يتابعها المبحوثون، وبناء عليه اعتمدها كمجتمع بحث للدراسة التحليلية. إنّ هذه الصفحة تعتبر الأولى عربيا في مجال التعليم والثقافة على صفحات شبكة "فيس بوك"، والرابعة عالميا، وفق إحصائيات عام 2011-2012¹. تم تأسيسها سنة 2009، ومنذ ذلك الوقت وعدد متابعيها في تزايد مستمر، وعندما وجد القائمون عليها أنّ صفحاتهم أصبحت كبيرة أسسوا موقعا لها بنفس الاسم. وتنتشر هذه الصفحة عبر خمس دول عربية، هي مصر، السعودية، الجزائر، السودان وليبيا، كما يوضّح الجدول أدناه.

جدول رقم (47): يوضّح أماكن انتشار صفحة "ثقّف نفسك"، ونسبة زوّارها²

البلد	نسبة الزوّار
مصر	29.8
السعودية	12.4
الجزائر	12.1
السودان	06.8
ليبيا	05

وربما يعود اختيارها من طرف أغلبية المبحوثين لما يجدونه من اهتماماتهم التعليمية والتنقيفية فيها. كما أنّها تعتبر صفحة عامّة، موجّهة لكلّ مرئادي الشبكة، ومضامينها من المضامين المريحة وغير المجهدّة ذهنيًا للمستخدمين، فهي أشبه بمحتوى المجلّات الترفيحية، التي تستهدف فئات متعدّدة، وليس فئة محدّدة، بالإضافة إلى فتح مجال التّدوين بلا قيود وعدم حصره باختصاص واحد.

وترى الباحثة - كمتابعة لها- أنّه وبالرغم من هذا النّجاح الذي تعرفه هذه الصفحة، إلّا أنّه نجاح عددي فقط، من خلال العدد الكبير من المتابعين، لكنّ مضمونها يعتبر سطحيًا إلى حدّ كبير، ولا يُقدّم شيئًا مميّزًا، وهنا نتساءل عن سرّ نجاحها وانتشارها، بالرغم من سطحية الطّرح. وتُرجع الباحثة ذلك إلى القدرات

¹ كما تصف نفسها.

¹ ورد تعريفها والإشارة إليها في الفصل الأول من الدراسة، ص 21.

² موقع أليكسا، متاح على الرابط <http://www.alexa.com/siteinfo/thaqafnafsak.com> تاريخ الزيارة 2017/07/22. 22.35

الكبيرة للقائمين عليها في تنمية صفحاتهم والإشهار لها، واستمرارهم في نشر محتويات كثيرة طيلة اليوم الواحد دون توقّف، والعمل على ترجمة ونشر مواضيع أجنبية، كما أنّهم يركّزون على عناصر الجذب لمواضيعهم؛ فغالبا ما يتعمّدون وضع عناوين مثيرة أو غريبة نوعا ما، تستقطب اهتمام المتصفح، كما تركّز على الإخراج الجيد للمحتويات.

وإذا أردنا تقسيم باقي الصفحات التي يتصفحها المبحوثون بشكل دائم على مجالات مختلفة، مركّزين على معالم الهوية الثقافية لهم، فسيكون التقسيم كالآتي:

✓ صفحات موضوعها اللغة:

- ممّا قرأت: صفحة تعرض مقتطفات من الكتب، بلغ عدد متبّعيها 772488، وعنوانها الاليكتروني: www.facebook.com/Mimma.9ara2t/livre.

- القراءة للجميع: صفحة تدعو متبّعيها إلى القراءة، وتعرض هي الأخرى مقتطفات من الكتب، بلغ عدد متبّعيها 2343512، وعنوانها الاليكتروني: www.facebook.com/Read.For.All.

- أحلام مستغانمي: توجد صفحات لا حصر لها باسم هذه الأديبة، بعضها ذات عدد متبّعين كبير جدا غير أنّها ليست كلها محدّثة، مما اضطرني إلى اختيار صفحة محدّثة حتى لو كانت أقل من حيث عدد المتبّعين، وهي صفحة الأسود يليق بك أحلام مستغانمي، بلغ عدد متبّعيها 132950، وعنوانها الاليكتروني: www.facebook.com/alaswad.yalek.bk.ahlam.mostaghanmi/، تنشر مقتطفات ممّا ورد في مؤلّفات الأديبة.

✓ صفحات موضوعها الدين:

- الدكتور جميل القدسي دويك: وهي صفحة خاصّة بالطب البديل للدكتور جميل القدسي، لها عدد كبير من المتبّعين، بلغ 7972592، وعنوانها الاليكتروني: www.facebook.com/DrJameelALqudsi/

- جمعية العلماء المسلمين الجزائريين: صفحة تعبّر عن توجّهات ونشاطات جمعية العلماء المسلمين الجزائريين، بلغ عدد متبّعيها 295032، وعنوانها الاليكتروني: www.facebook.com/oulamaalg/.

ولم تتفق هذه النتائج مع ما ورد من إحصائيات في الفصل النظري الخاصّ بالشبكات الاجتماعية الاليكترونية التي أثبتت أنّ صفحة الداعية المصري عمرو خالد تحتلّ المرتبة الأولى من بين الصفحات الدينية التي يزورها الجزائريون.

- ✓ صفحات موضوعها التاريخ والجغرافيا: لا توجد.
- ✓ صفحات خاصة بالعادات والتقاليد:

- الطَّبْخ: وهنا اختار المبحوثون عدّة صفحات نذكر منها: طبخ وحلويات، وصفات طبخ أم وليد، طبخ وتدابير وأشغال يدوية...إلى غير ذلك.

- حكم وعبر: صفحة خاصة بنشر الحكم والعبر، بلغ عدد متبّعيها 26729، وعنوانها الاليكتروني: www.facebook.com/hikam.w3ibar/

- Femme algérienne: صفحة خاصة بكلّ ما يتعلّق بالمرأة الجزائرية، بلغ عدد متبّعيها 565775، وعنوانها الاليكتروني: www.facebook.com/Algeriennefemme1/

- ✓ صفحات وسائل الإعلام: ونقسّمها إلى:

- صفحات القنوات التلفزيونية: مثل صفحة قناة الجزيرة، التي يبلغ عدد متبّعيها 22119266، وعنوانها الاليكتروني: www.facebook.com/aljazeerachannel/، وقناة Bein sport، التي يبلغ عدد متبّعيها 19152383، وعنوانها الاليكتروني: www.facebook.com/beINSports/، وصفحة برنامج صدى الملاعب، التي يبلغ عدد متبّعيها 15085364، وعنوانها الاليكتروني: www.facebook.com/sadaalmalaeb/.

- صفحات الصحف اليومية: كصفحة جريدة البلاد الجزائرية، التي يبلغ عدد متبّعيها 55968، وعنوانها الاليكتروني: www.facebook.com/elbiladDZ/، والشروق اليومي، التي يبلغ عدد متبّعيها 311407، وعنوانها الاليكتروني: www.facebook.com/Officiel.chourouknews/

- ✓ صفحات في مجالات مختلفة:

- كلّ يوم معلومة طبية: مجموعة لتبادل المعلومات الطبية والعلاجية والوصفات الطبية حتى تعم الفائدة للجميع، بلغ عدد معجبيها 1377، وعنوانها الاليكتروني: www.facebook.com/groups/336245903441567/

- ويب طب: صفحة خاصة بنشر معلومات طبية للصحة العامّة، بلغ عدد معجبيها 6815832، وعنوانها الاليكتروني: www.facebook.com/Webteb.net/?ref=br_rs

- خديجة بن قنة: بلغ عدد معجبيها 9819391، وعنوانها الاليكتروني: www.facebook.com/Benguennak/

- قناة مدينتي أم البواقي وعين البيضاء: صفحتان منفصلتان، واحدة خاصة بأخبار مدينة أم البواقي، عدد متبّعيها بلغ 3822، وعنوانها الاليكتروني: قناة- مدينة- أم البواقي- الإخبارية/

متتبعيها بلغ 81111، وعنوانها الإلكتروني: <https://www.facebook.com/191210891342109>، والأخرى خاصة بأخبار مدينة عين البيضاء، عدد

وما يمكن أن نقوله عن نتائج هذا الجدول أن الشباب الجزائري عينة الدراسة ليس مهتمًا بشكل كبير بالصفحات المتخصصة في موضوع من مواضيع عناصر الهوية، غير أن هويته تتجلى حتى في الصفحات العامة، من خلال لغة الصفحة، ومضمونها، ولغة تعليقات المشاركين فيها ومضامين المشاركات.

جدول رقم (48): يوضح أبعاد شبكة العلاقات الاجتماعية التي يقيمها المبحوثون على "فيس بوك"

النسبة	التكرارات	الأبعاد
32,1	226	محلية
22,4	158	وطنية
3,1	22	مغربية
13,6	96	عربية
7,7	54	إسلامية
6,8	48	أوروبية
14,2	100	عالمية
100,0	704	المجموع

تعكس بيانات الجدول أعلاه أبعاد العلاقات التي ينسجها أفراد العينة عبر الشبكة الإلكترونية "فيس بوك"؛ حيث نلاحظ أنهم يميلون لإنشاء علاقات محلية أكثر من باقي العلاقات، فعبّرت نسبة 32.1% منهم أنهم يفضلون نسج علاقات مع محيطهم القريب، خاصة وأن المبحوثين من الشباب الجامعي، فالأكيد أن أكثر شبكة علاقات يقيمونها عبر الـ"فيس بوك" تكون من أصدقائهم المحيطين بهم، وزملاء دراستهم، وزملائهم في الجامعة عموماً، وجيرانهم وأقربائهم. وهذا يدل على نقل الواقع الحقيقي من العلاقات لهؤلاء إلى عالمهم الافتراضي، وبالتالي أصبح بإمكانهم الاستغناء عن العلاقات الاجتماعية التي تتطلب حضوراً جسدياً وتعويضه بتلك التي تتواجد في العالم الافتراضي.

ربما هذا التفضيل يعود لأن الأشخاص المحيطين بالمبحوثين هم أكثر من يفهمهم، ويعرف تفاصيلهم، وبالتالي يسهّلون عملية التواصل، دون الحاجة إلى فترات طويلة للتعريف عن أنفسهم، ودون الحاجة إلى اختلاق هوية جديدة لهم.

وقد يكون الزملاء هم أكثر فئة من العلاقات المحلية التي يُفضل المبحوثون إقامتها؛ وذلك للتواصل الدائم بينهم في الجامعة، ولحاجتهم لبعضهم في أمور الدراسة؛ فالملاحظة الشخصية للباحثة أثبتت أن معظم طلبتها يعتبرون أصدقاء لبعضهم البعض على الشبكة، وفي كثير من الأحيان يقومون بمراجعة دروسهم، أو إنجاز واجباتهم مع بعضهم البعض دون تكبد عناء التنقل إلى الجامعة أو مكتبها، سواء على صفحاتهم الشخصية أو في مجموعات خاصة بهم.

وعبرت نسبة 22.4% من أفراد العينة أنهم يفضلون إقامة علاقات مع أشخاص من داخل الوطن، وذلك يعكس ميول الشباب إلى العلاقات الوطنية، التي من شأنها تعريفهم بمختلف مناطق الوطن، وكذا تسهل عليهم معرفة تفاصيل ما يدور في البلاد من أحداث ومستجدات، والتعليق عليها، والمشاركة في بعض الفعاليات والتظاهرات الوطنية، كما تُعرفهم بعادات وتقاليد مختلف المناطق، وتُعرفهم بتاريخ كل منطقة على حدى، أو بتاريخ الجزائر عموماً.

وتفضل نسبة معتبرة من المبحوثين، قُدرت بـ 14.2% منهم إقامة علاقات من مختلف مناطق العالم، مما يؤكد تفتح الشباب الجزائري على ثقافات متعددة. وتؤكد هذه الحقيقة شغف الشباب في الانتشار والاتصال، والتعرف على الآخر والتواصل معه، وهي الوتيرة التي خلقتها هذه الشبكات التي قلّصت الزمان والمكان.

وتميل نسبة 13.6% منهم إلى إقامة علاقات عربية، ما يدل على توجه الشباب الجزائري نحو مختلف الدول العربية، والتي كانت سابقاً من العلاقات البعيدة نوعاً ما، نظراً لاهتمام الشباب الجزائري بإقامة علاقات أوروبية، فرنسية خصوصاً، وهذا يعود للارتباط بالإرث التاريخي الذي خلفه الاحتلال في الجزائر، وأيضاً لصعوبة تعامل الجزائريين مع العرب بسبب اللغة. لكن يبدو أن كل هذه العراقيل في التواصل مع الأفراد من الدول العربية الأخرى قد زالت بسبب غزو هذه الشبكات لعالمنا، ونقلها لثقافات الآخر بكل سهولة ويسر، مما مكن من سهولة التواصل مع أي أحد من أي بقعة من العالم.

وتتراوح النسب المتبقية من المبحوثين بين تفضيلهم إقامة علاقات افتراضية مع أشخاص من ديانة إسلامية، وأشخاص من دول أوروبية وآخرين من دول المغرب العربي.

تعكس النتائج السابقة تفضيل مبحوثي هذه الدراسة للعلاقات الواقعية القريبة من محيطهم ثم نقلها إلى العالم الافتراضي، ما يدل على تجذر هذه الشبكة في واقعهم اليومي، وأنها أصبحت مرآة تعكس عالمهم الواقعي أو الافتراضي على السواء، كما تعكس انفتاح المبحوثين على الآخر غير الجزائري، واستعدادهم لتقبل الآخر وثقافته الوافدة إليهم عبر شاشات هذه الشبكات.

وباختصار نستطيع القول أن تشكّل وتمظهر الهوية لدى مبحوثي هذه الدراسة تؤسسه أقطاب عدّة، تنتقل بين المحليّ والعالميّ بمرونة عالية.

وتختلف نتائج هذا الجدول قليلا مع نتائج الدراسة السابقة للباحثة "بيبيمون كلثوم"، التي أثبتت في دراستها أن أغلب مبحوثيها يفضلون نسج العلاقات ذات الطابع العالمي (19.56%)، ثم ذات الطابع المحليّ بنسبة 16.30%، ثم باقي الأنواع؛ أي أن الاختلاف كان يبدو في تأثير العلاقات ذات الطابع العالمي على وتيرة العلاقات المحليّة، وإن كان يعتبر اختلافا طفيفا.

جدول رقم (49): يوضّح دوافع استخدام المبحوثين لشبكة "فيس بوك"

النسبة	التكرار	الدوافع
دوافع طفوسية		
9,6	123	للتّعرف على أصدقاء جدد
20,9	268	لأكون على اتصال دائم بالأهل والأصدقاء
23,7	303	للتسلية والترفيه
11,9	152	لأنّه يشغل وقت فراغي
5,5	70	استخدمه عندما أكون محبطا
6,8	87	يساعدني في الهروب من ضغط الحياة
6,3	81	يساعدني على نسيان ضغوط الدراسة
2,2	28	للبحث عن علاقات عاطفية
8,8	113	للدردشة والتّعارف
4,4	56	لعدم وجود بديل آخر
100,0	1281	المجموع
دوافع وظيفية		
13,7	140	لأنّني أجد فيه معلومات لا أجدّها في مواقع أخرى
22,0	226	لاستعماله في مجال الدراسة
14,8	152	لسرعة تبادل المعلومات والأخبار فيه
12,5	128	لاستخدامه في المراسلة كبديل للبريد الإلكتروني
6,0	62	للحصول على الحافز الاجتماعي وتشجيع الآخرين
8,6	88	الاهتمام بالأحداث ذات الاهتمام المشترك والتّرويج لمناسبات مهمّة ومؤثّرة
10,5	108	كي تصبح لديّ القدرة على النقاش مع الآخرين (تنمية قدراتي التواصلية)
11,8	121	يجعلني أكثر جرأة في تناول المواضيع
100,0	1025	المجموع

يستخدم الأفراد "فيس بوك" لإشباع العديد من الحاجات، التي تؤدي بدورها إلى بروز الدوافع، ويرى البعض من الباحثين أن استخدامات "فيس بوك" لا تتفصل عن أنماط الاستخدامات المألوفة مثل تضيئة الوقت، والترفيه، والاسترخاء، والتقليل من الضغط اليومي والبحث عن المعلومات، وفي كثير من الأحيان تصبح استخدامات "فيس بوك" هذه استخدامات طقوسية، وذات طبيعة مألوفة، تتشكل في إطار الروتين اليومي. من هذا المنظور، فإن موقع "فيس بوك" يحقق التوليف بين احتياجات الميديا الجديدة والتقليدية، وتبين الدراسات كذلك أن الناس يتمثلون بشكل واضح المنافع العديدة التي يغمونها من استخدام "فيس بوك"، كالتواصل مع الآخرين وبناء العلاقات وإخبار الآخرين عن نشاطاتهم والبحث عن أشخاص يتقاسمون معهم اتجاهات فكرية وأنماط حياتية.¹

وعلى هذا، تشير نتائج الجدول رقم (49) مختلف دوافع المبحوثين لتصفحهم شبكة "فيس بوك"، وقد قامت الباحثة بتقسيمها إلى دوافع طقوسية، وأخرى نفعية طبقاً لتقسيم "روبين" في نظرية الغرس الثقافي المعتمدة في هذا البحث.**

- بالنسبة للدوافع الطقوسية:

من خلال النتائج أعلاه، نقول أن ما يقارب ربع المبحوثين (23.7%) يستخدمون شبكة "فيس بوك" بدافع التسلية والترفيه؛ وذلك لما في هذا الموقع من حيز كبير للفكاهة والأخبار والطرائف والكتابات الأدبية والصور، والمشاهد المصورة الطريفة والتعليقات المضحكة، وفيه فرصة لمتابعة ما يفعل الآخرون والكلام معهم والكتابة لهم، وفيه متسع لمتعة مختلفة.

وتدعم بيانات الجدول رقم (43) هذه النتيجة، حيث أثبت أن المجال الترفيهي يعد أكثر مجال مفضل لحوالي ربع مبحوثي هذه الدراسة.

وتتوافق هذه النتيجة مع الدراسة السابقة للباحثة "أميرة مصطفى البطريق"، حيث أثبتت أن 59.3% من مبحوثيها يستخدمون "فيس بوك" لنفس السبب. وجاء هذا السبب في المرتبة الثانية لدى مبحوثي دراسة الباحث "أحمد سمير عبد الهادي حسن".

وحيث أن التفاعل الاجتماعي مع الأهل والأصدقاء هو من أهم الخبرات في حياة الأفراد، لأن ذلك يساعدهم على إشباع حاجاتهم إلى الانتماء وشعورهم بالقرب النفسي والاجتماعي وإدراك الدعم الاجتماعي، فقد أقرت نسبة 20.9% من المبحوثين أنها تستخدم شبكة "فيس بوك" بدافع البقاء على اتصال دائم بالأهل

¹ يكتسي مفهوم "الطقوسية" لدى البعض طابعا دينيا، وهو ما يتنافى مع دراستنا. لذا نؤكد في هذا المقام - كما في دراسة صونية عديش- فيس بوك قد تصبح طقوسية، أي تكتسي طبيعة مألوفة، تتشكل في إطار الروتين اليومي، على غرار تضيئة الوقت والتقليل من الضغط والملل، والترفيه والاسترخاء...إلى غير ذلك.

¹ صونية عديش، مرجع سبق ذكره، ص 46.

² ورد تعريف كل من الدوافع الطقوسية والوظيفية في الفصل الثاني، ص 98.

والأصدقاء، نظرا لمجانيته وسهولة استخدامه، الأمر الذي يتيح لهم استعمال العبارات والأفكار للتواصل، ولا يستدعي ذلك تكلفة تذكر، ويمكن إرسال هدايا افتراضية، وتستخدم الشبكة الاجتماعية بصفة عامة، و"فيس بوك" بصفة خاصة لخلق علاقات اجتماعية وتوطيدها والإبقاء عليها دائما.¹

لقد كشفت نتائج دراسة "كوتن *Cotten*" وآخرون أن طلبة الجامعة يستخدمون شبكة الانترنت (شبكة فيس بوك) للاتصال بروابطهم الاجتماعية، كالأهل والأصدقاء الذين يعيشون بعيدا عنهم، كما أن استخدام الشبكة لأغراض الاتصال يرتبط إيجابا بإدراك الشباب للدعم الاجتماعي من الأهل والأصدقاء. كما وضع "كاتز *Katz*" و"أسبن *Aspden*" فرض الوفرة الاجتماعية *Social Augmentation*، ومفاده أن التواصل عبر الشبكة يزود المستخدمين بمنفذ جديد للتفاعل الاجتماعي مع الأهل والأصدقاء، الذي يحسن من حياتهم بشكل أو بآخر. حيث أن المجتمع الافتراضي كشبكة من العلاقات الشخصية يقدم الموانسة والدعم والشعور بالانتماء الاجتماعي، ويحقق للأشخاص فرصة مشاركة حياتهم مع الآخرين، خاصة أن البعد الجغرافي ضمن هذا المجتمع الرقمي الافتراضي لم يعد يمثل عائقا أمام الحفاظ على العلاقات الاجتماعية وتقويتها، كما أن مواقع الشبكات الاجتماعية تساهم في دعم العلاقات الاجتماعية القديمة والقائمة، لأنها تجمع ذوي الاهتمامات المشتركة، وتحقق لهم المنفعة الاجتماعية التي تجعلهم مرتبطين ببعضهم البعض في جميع أنحاء العالم.²

ويندرج ضمن هذا الدافع، البحث عن الأصدقاء القدامى، وهذا هو العامل الذي ركزت عليه أولى مواقع التواصل الاجتماعي مع بدايات إنشائها، خاصة "فيس بوك"؛ حيث أنشئ خصيصا من أجل إعادة الالتقاء والتواصل مع الأصدقاء القدامى سواء في الدراسة أو في العمل، والذين فرقهم ظروف حياة جديدة يعيشونها، سواء بانقالتهم إلى مناطق أخرى، أو لتغيير مسار حياتهم، وقد ساحت مواقع التواصل الاجتماعي بهذه الفرصة لإعادة الالتقاء والتواصل معهم من خلال البحث عليهم ضمن اشتراكاتهم وحساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وهذه الخدمة تتيحها أغلب الشبكات الاجتماعية؛ فبمجرد كتابة اسم شخص أو مهنته، أو مكان دراسته، أو إقامته السابقة، والضغط على (بحث) ستخرج العديد من الإجابات والمتمثلة في حسابات عديدة يطالع عليها المستخدم، ثم يرسل طلبات صداقة لمن كان يعرفهم وانقطعت أواصر الالتقاء بهم والتواصل معهم.³

وفي هذا الصدد ترى "دانا بويد *Dana Boyd*" أن الشبكات الاجتماعية هي وسيلة للاتصال مع الأصدقاء القدامى، أكثر من كونها وسيلة لتكوين صداقات جديدة، وتعتبر التسمية التي تطلقها بعض مواقع

¹ فتحي حسين عامر، مرجع سبق ذكره، ص 205.

² وليدة حدادي: الشبكات الاجتماعية: من التواصل إلى خطر العزلة الاجتماعية، 278 :
www.asjp.cerist.dz/en/article/1626 تاريخ الزيارة 2017/05/22، الساعة 23.12.

³ : انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية،

الشبكات الاجتماعية على قوائم الاتصال *List of friend*- لا تعبر حقيقة عن طبيعة هذه العلاقات، حيث تقول: "يمكن أن يكون مصطلح الأصدقاء مضللاً؛ لأن الاتصال لا يعني بالضرورة "الصدّاقة" في الاستعمال اليومي للمعنى، كما أن أسباب تواصل الناس مختلفة، ولا تكون دائماً في شكل صداقات، وإنما قد تكون علاقات مهنية، تبادل مصالح...إلى غير ذلك".¹

ومن الناس من يلجأ إلى الـ"فيس بوك" لأنه لا يجد شيئاً غير ذلك "يفتل" به وقت فراغه، وقد يبرر هؤلاء استخدامهم للموقع لساعات طويلة وإدماهم على غرف الدردشة، أو المناقشات، والتعليقات على منشورات الأصدقاء إلى الفراغ الاجتماعي الذي قد يصيبهم، نتيجة عدم انشغالهم بالدراسة، أو لقلة التواصل مع أفراد الأسرة، أو الخروج مع الأصدقاء، أو لظروف اجتماعية، أو إرباكات نفسية... كل هذه الأسباب دفعتهم لاستخدام شبكة الـ"فيس بوك" وتفريغ طاقتهم المكبوتة، وتعويض الفراغ الذي أصابهم، سواء الفراغ الاجتماعي أو العاطفي أو غيره، بتكوين علاقات افتراضية، وبالتالي يتحوّل نمط العلاقات الواقعية شيئاً فشيئاً إلى نمط افتراضي من خلال عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه شبكة الـ"فيس بوك" لمستخدميها، ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور والملفات الصوتية، الأمر الذي يجعل الـ"فيس بوك" خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامّة أحد وسائل ملء الفراغ، وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وتضييع الوقت عند البعض منهم. وهذا هو حال 11.9% من الباحثين؛ حيث صرّحوا بأنهم يستخدمون الموقع لأنه يشغل وقت فراغهم.

ومنهم من يستخدم الموقع بدافع التّعرف على أصدقاء جدد (9.6% من الباحثين)؛ وهذا ما يثبت حاجة مستخدمي هذه الشبكة إلى التواصل، وتكوين علاقات اجتماعية حتى وإن كانت افتراضية، أو مؤقتة أو خيالية؛ فقديمًا أقرّ أرسطو بأنّ الإنسان كائن اجتماعي، ومن بعده ابن خلدون في "المقدمة" أنّ اجتماع الناس ضرورة لا مهرب منها، تفرضها الحاجة الإنسانية الفطرية إلى المأكل والمشرب والحاجة إلى الأمن. هذان هما شرطا تحقق المجتمع عند ابن خلدون، يودّ المرء لو يختلي بنفسه أحياناً، لأسباب متباينة، لكنّه لا يستطيع أن يبقى بمفرده طويلاً. من هنا، تبقى الصّحبة وتكوين صداقات جديدة واقعا لا مفرّ منه.²

وحالياً، استطاعت الانترنت من خلال قدرتها على تجاوز الحدود الجغرافية والثقافية، أن تخلق حواراً وتفاعلاً وتواصلًا بين أفراد مختلفين في الآراء والانتماء الجغرافي والهوية الثقافية، وأن تحسّن من قدرات الأفراد على تكوين علاقات اجتماعية جديدة مع مستخدمي الشبكة، التي تتطور في أحيان كثيرة إلى مقابلتهم شخصياً، وإقامة علاقات دائمة معهم.

¹ Boyd, D ; Ellison, N : *Social Network Sites :Difinitions , History and Scholarship*, University of California, Berkeley, 2007, p 211.

² صونية عبديش، مرجع سبق ذكره، ص 53.

وتعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية قاعدة أساسية لتكوين علاقات جديدة بسبب الاهتمامات المشتركة بين المستخدمين، التي تساهم في انجذاب المستخدمين لبعضهم البعض، ففي ظل التطورات التكنولوجية الهامة في مجال الإعلام والاتصال، أصبح من السهل على المستخدمين توسيع شبكاتهم الاجتماعية، وإنشاء جماعات افتراضية تربطهم علاقات مهمة مقربة منهم، خاصة وأن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وممارسة الأنشطة فيها في تزايد مستمر، ما يؤدي إلى تشكيل حياة افتراضية نشطة فعالة لدى المستخدمين في شبكة الانترنت.¹

وقد تُرجع هذه الفئة من المبحوثين استخدام الـ"فيس بوك" لهذا الغرض إلى وجود خلل ما في العلاقات الاجتماعية الواقعية للمستخدمين؛ حيث قد يؤدي الفراغ والملل (كما أثبتته نتائج الدافع السابق) إلى اللجوء إلى هذه الشبكة لتعويض هذا الفراغ من خلال بناء وتكوين العديد من العلاقات الافتراضية.

وتستخدم نسبة 08.8% من المبحوثين هذه الشبكة بدافع الدردشة، التي تسهل التواصل بينهم وبين أصدقائهم عبر هذا الموقع، وتعطي لهم فرصة للحديث والتّحاور من خلال العديد من المزايا التي تقدّمها، سواء تعلّق الأمر بالحديث عن طريق الكتابة أو المكالمات الصوتية، حيث تسمح الدردشة للشباب المستخدم للـ"فيس بوك" من التّواصل المباشر التّائي أو الجماعي، ما يجعل هذه النسبة من المبحوثين يفضلون هذه الخدمة.

ويمكن للمستخدم في "فيس بوك" أن يتحدّث مع أصدقائه عبر هذا الموقع بطريقة *one to one*؛ أي مع كلّ واحد على حدى، أو مع مجموعة من الأصدقاء دفعة واحدة في نفس الوقت، وهذا ما يُعرف بـ"الشّات *chat*". أو إرسال رسائل لفرد، أو عدّة أفراد من أصدقائه في الوقت نفسه، وعندما يقوم المستخدم بحذف الرّسائل التي بعث بها إلى أحد أصدقائه، فتلك الرّسالة لا تحذف من صندوق بريد صديقه.²

لقد استخدم الشّباب الجزائري شبكة الـ"فيس بوك" في بداية الأمر للدردشة، ولتفريغ الشّحن العاطفية، لكن يبدو أنّ موجة من النّضج سرت في طريقة ودوافع استخدامهم لهذه الشبكة، وهذا ما تثبتته هذه النسبة الضّئيلة من المستخدمين لهذا الغرض.

ويعتبر الهروب من الواقع من بين الدّوافع الهامة التي تجعل الكثيرين يلجؤون لهذه الشبكة؛ ففي الـ"فيس بوك" عاطلون عن العمل، مصابون بالاكتئاب، منبذون من جماعاتهم الواقعية يبحثون عن ملاذ من مشكلاتهم وضغوطات حياتهم. لكن ليس كلّ من ارتاد الـ"فيس بوك" يعدّ هاربا من الواقع، غير أنّ هذا

¹ وليدة حدادي، مرجع سبق ذكره، ص 278.

² Adebiji Marion: **OgunladeOmotayo, Development of social networking site with a networked library and conference chat**, journal of Emerging Trends in computing and information sciences, volume 2 n08, August,2011,p397.

المجتمع الافتراضي المزدهم بسكانه أصبح وجهة مميّزة لمن ضاق عليهم عالمهم الواقعي¹، خاصة في ظلّ نقص المرافق الاجتماعية والثقافية في محيط أغلب المبحوثين (القاطنين بالولايات الداخلية للبلاد على الخصوص)، ما يجعل هذه الشبكات المنتفّسة الوحيد تقريباً للهروب من الضغوطات التي تواجههم في حياتهم.

وتتملّ مؤشّرات هروب مفردات العينة من واقعهم في عبارات:

- "يساعدني في الهروب من ضغط الحياة"، حيث عبّرت نسبة 06.8% منهم أنّه يلجأ إلى هذا الموقع لهذا السبب.
- "يساعدني على نسيان ضغوط الدراسة"، حيث عبّرت نسبة 06.3% منهم أنّه يلجأ إلى هذه الشبكة لهذا السبب.
- "أستخدمه عندما أكون محبطاً"، حيث عبّرت نسبة 05.5% منهم أنّه يلجأ إلى هذه الشبكة لهذا السبب.

وأدنى نسبة من المبحوثين (02.2%) تستخدمه للبحث عن العلاقات العاطفية، حيث تأمل هذه الفئة في الحصول على ما يعوّض شعورهم بالفراغ العاطفي، الناجم عن الفراغ النفسي، أو عن عدم توفرّ أنشطة مفيدة لكلّ من الشّاب أو الشّابة، أو إلى وجود مشكلات داخل الأسرة وعدم الاهتمام النفسي وغياب لغة الحوار، فيلجأ الشّاب أو الفتاة إلى عالم الشبكات الاجتماعية الإلكترونيّة الواسع ليستمع إلى أيّ شخص يحدثه عمّا يدور في ذهنه، وتتطوّر العلاقة إلى أن تأخذ شكل الحب. كما أنّ الحالة الاقتصادية السيئة، وزيادة متطلّبات الزّواج من عوامل انتشار تلك العلاقات، بالإضافة إلى أنّه من الممكن أن يكون الشّخص يعاني من مشكلات نفسية واجتماعية، لذلك يلجأ إلى بناء علاقات عبر هذه الشبكة لكي يفرغ طاقته ويعالج مشاكله النفسيّة.

ويبدو أنّ مبحوثي هذه الدراسة لا يستخدمون الشبكة لهذا الغرض إلاّ بنسبة ضئيلة، ما يجعلنا نقول أنّهم لا يتقنون في مثل هذه العلاقات، لذا يبتعدون عنها ويتجنّبونها، ويوجّهون استخداماتهم للأغراض الجادة كالدراسة، أو للتّرفيه مع أصدقائهم.

واختلفت نتيجة هذا الدافع مع نتيجة الدراسة السابقة للباحثة "أميرة مصطفى أحمد البطريق"، التي أثبتت أنّه من أبرز سلبيات هذا الموقع فتح المجال للتعرّف - الذي يخرج عن حدود الاحترام والصداقة- بين الشّباب والفتيات، وليس أدلّ على ذلك من ارتفاع ظاهرة الزّواج السري، أو العرفي وتداعياته الخطيرة على المجتمع المصري، ممّا قد يؤدّي إلى تحطيم منظومة القيم العربيّة.

¹ صونية عبديش، مرجع سبق ذكره، ص 53.

- أما بخصوص الدوافع الوظيفية:

فأغلبية الباحثين (22%) يستخدمونه لغرض الدراسة؛ وهذا طبيعي بالنظر إلى خصائص مجتمع البحث، فهم من الطلبة الجامعيين، والشغل الشاغل لهم في هذه المرحلة هو التحصيل الدراسي، إذن من المنطقي استغلال أي وسيلة لهذا الغرض، ومنها شبكة "فيس بوك".

إن الاهتمام بموقع "فيس بوك" بالنسبة للطلبة ازداد بشكل كبير في السنوات الأخيرة؛ حيث أن المستخدمين يقضون وقتاً طويلاً على الموقع، خاصةً كلما كان لديهم فراغ حتى بين الحصص في الجامعة، ويدعون أصدقائهم لاستخدامه كوسيلة للتواصل معهم من أجل الدردشة، والتحدث عن الدروس والمحاضرات اليومية، ومناقشة المناهج التي يدرسونها، والتحدث في مواضيع اجتماعية أخرى، ومن الملاحظ أيضاً أن الطلبة يدخلون في مجموعات للمراجعة، خصوصاً مع اقتراب موعد الامتحانات، وإبداء التوقعات ومساعدة بعضهم البعض على الإيضاح وتقديم المعلومات والدروس.¹

وتوصلت نتائج إحدى الدراسات الغربية خلال سبر آراء 30727 طالب كندي، أن نسبة 56% منهم يستخدمون "فيس بوك" لفتح النقاش مع أصدقائهم الطلبة، حول مواضيع لها علاقة بالمحاضرات. 9% منهم يقومون بذلك مع أساتذتهم المتواجدين في قائمة أصدقائهم. 33% يتقاسمون المعلومات المتعلقة بنشاط كليتهم أو جامعتهم، و22% لتقاسم علامات المحاضرات أو الأعمال.²

وتدعم نتائج هذا الجدول ما توصلنا إليه في الجدول رقم (43)؛ حيث عبر الباحثون عن أن أكثر مجالين من مجالات اهتمامهم في "فيس بوك" هما مجال التسلية والترفيه، والمجال العلمي والثقافي والفكري.

أما الدافع الثاني الذي أشار إليه الباحثون فهو لسرعة تبادل المعلومات والأخبار فيه، حيث حصل هذا الدافع على 14.8% من مجموع تكرارات الدوافع؛ وتُعزى هذه النتيجة للخصائص المميزة للشبكات الاجتماعية الإلكترونية عموماً، و"فيس بوك" خاصةً، فهي تتعامل مع المعلومة والخبر لحظة وقوعه، ويمكن تبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء مدعماً بالصور ومقاطع الفيديو والتعليق والرد على بعضها، وهذا ما لم تتمكن منه وسائل الإعلام التقليدية والحديثة؛ فحتى لو قدمت الخبر لحظة وقوعه تحت مسمى عاجل، فإنها تكتفي بالقيام بدور المرسل من خلال وسيلتها الإعلامية كالفضائيات مثلاً، ولم تتمكن من أن تجعل المشاهد يتفاعل معها في لحظة بثها لتلك الأحداث، إلا بعد فترة من الوقت عندما تكون تلك الأخبار قد نُشرت على موقعها الإلكتروني، وبهذه الحالة يمكن لمتصفح تلك المواقع للقنوات الفضائية أن يردّ أو يعلق على تلك الأخبار.

¹ العنبي الأزهر، نوال بركات: شبكات التواصل الاجتماعي والتغير في العلاقات الاجتماعية بين الشباب الجامعي، الفيسبوك نموذجاً، "شبكات التواصل الاجتماعي والتغير الاجتماعي"، يومي 09-10 ديسمبر 2012، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية،

والدافع الثالث يتمثل في أن الشبكة فيها معلومات لا يجدها المبحوثون في مواقع أخرى، حيث حصل هذا الدافع على 13.7% من مجموع تكرارات الدوافع؛ وربما تعود هذه النتيجة ليس لكون الـ"فيس بوك" غنياً فقط بالمعلومات، بل لأنه يعتبر أيضاً مصدراً سريعاً لتتاقل المعلومات مقارنة ببقية الوسائل والوسائط.

ويمكن استخدام الـ"فيس بوك" في المراسلة كبديل للبريد الإلكتروني، وهذا الدافع كانت نسبته 12.5%، ويعود هذا لخاصية الآنية والفورية التي يتميز بها، مقارنة بالبريد الإلكتروني، الذي يعتبر من الشبكات غير الآنية، هذه الخاصية التي أدت إلى خلق خدمة الدردشة الفورية، وبالتالي نقل المعلومات والملفات خفيفة الحجم أسرع من البريد الإلكتروني.

ومن بين دوافع استخدام شبكة الـ"فيس بوك" من طرف المبحوثين أنها تجعلهم أكثر جرأة في تناول المواضيع (11.8%) وتنمي قدراتهم التواصلية (10.5%)، وهذا بفضل خاصية الهوية الافتراضية التي تتيحها هذه الشبكة، حيث يمكن للمستخدمين الانطوائيين، أو الذين يتميزون بفرط الخجل في حياتهم الواقعية أن يتطرقوا لكل المواضيع عبرها بكل جرأة ودون عقدة، وحتى أنه يوجد من بينهم من تحسنت قدراتهم التواصلية على أرض الواقع فقط بسبب استعمالهم الدائم والمتواصل لهذه الشبكة، وهذا من نتائج الغرس.

ويعد انتشار شبكة الـ"فيس بوك" في وسط الطلبة الجامعيين أحد مظاهر العدوى الاجتماعية، والذي يعتبر نوعاً من التجاوب أو التقليد أو الانجراف للمحيط الذي ينتمي إليه الفرد، وهو ما سميناها في هذه الدراسة الحصول على الحافز الاجتماعي وتشجيع الآخرين، والذي عبرت أدنى نسبة من المبحوثين 6% بأنه دافع لاستخدامها لهذا الموقع.

وفي هذا الصدد، في دراسة قام بها *Pashely* و *Govani* سنة 2005، حول استخدامات وإشباعات مواقع شبكات التواصل الاجتماعي لمحاولة فهم كيف يستخدم الأفراد هذه المواقع، واعتمد الباحثان على عينة من طلبة جامعة *Michigan*، ودرسوا العلاقة بين استخدامات الـ"فيس بوك" وكيفية مشاركة الطلبة في محيطهم الجامعي، وقاموا بقياس خمسة محفزات شخصية لاستخدام هذا الشبكة كالاتي:

- 1- استخدام الموقع من أجل ملء وقت الفراغ.
- 2- استخدام الموقع من أجل الحصول على المعلومات حول أحداث معينة.
- 3- استخدام الموقع من أجل الاتصال بالأصدقاء.
- 4- استخدام الموقع من أجل التعرف على أصدقاء جدد.
- 5- استخدام الموقع لأن الجميع يستخدمونه.

وقد توصلت الدراسة أن العامل أو المحفز الخامس المذكور كان أشد تأثيراً، وهو ما يدفع الأفراد للالتحاق بالمواقع الاجتماعية، وأثبتت الدراسة كذلك أن الطلبة يتدفقون على هذه المواقع بسبب ضغط أقرانهم عليهم، وإشعارهم بأنهم غير عاديين إن لم يتواجدوا في هذا الموقع.¹

ولأن اتفقت نتائج الدراسة المذكورة مع نتائج هذه الدراسة في الدوافع الأولى، فإنها تختلف معها في ترتيب الدافع الخامس، والذي ورد آخر الترتيب في دراستنا؛ ويعزى هذا الأمر أن الدراسة المذكورة تم إنجازها في أولى سنوات ظهور الشبكة (2005)، أين كان لها بريق منقطع النظير؛ مما أدى بالشباب يهرولون نحو الالتحاق بها، لدرجة النظر لمن لا يستخدمها آنذاك في الولايات المتحدة بنظرة متخلفة، وكأنه خارج التقويم. في حين دراستنا أنجزت بعد 13 سنة من ظهور هذا الموقع، وانتشاره عالمياً، وتغير مجالات استخدامه تدريجياً (كما تم توضيحه في الجداول السابقة)، ولم يعد الاهتمام بنظرة الآخرين وتقديرهم ذو مكانة لدى الشباب اليوم، بقدر ما تهتم فائدتهم الشخصية التي يجنونها من خلال استخدامهم لهذا الموقع. وعموماً، تدعم نتائج هذا الجدول ما تطرقنا إليه في الفصل الخامس.

¹ مريم مراكشي، مرجع سبق ذكره، ص 156.

2- تأثيرات استخدامات "فيس بوك" على اللغة العربية للمبحوثين:

جدول رقم (50): يوضح ماذا تعني لهم عبارة عبد الحميد بن باديس

النسبة	التكرارات	العبارة
20.30	68	هوية الشعب الجزائري/ مقومات الهوية الجزائرية
04.77	16	مبدأ/ مبادئ الجزائر هي الإسلام والعروبة
05.97	20	لغة الشعب الجزائري هي العربية
17.01	57	الإسلام ديننا والعربية لغتنا
07.46	25	الشعب الجزائري أمازيغي الأصل عربي الإسلام/ العروبة انتساب فقط
07.16	24	أؤمن بهذه المقولة وأفتخر وأعتز بها لأنها مقولة صحيحة
3.88	13	مقولة خاطئة لأن الجزائر أمازيغية/ تزييف للحقائق لأنه يلغي حضارة الأمازيغ
05.07	17	لا شيء
04.77	16	الافتخار بالتاريخ والتحسس على ماض جميل
03.58	12	الحفاظ على الهوية الإسلامية والعربية
04.48	15	مسلم وأمازيغي
05.67	19	مسلم وعربي
05.67	19	الجزائر تعني الإسلام، الأمازيغية والعروبة
04.18	14	الدين الإسلامي هو ركيزة الشعب الجزائري
100	335	المجموع

يوضح الجدول آراء المبحوثين حول ماذا تعني لهم عبارة العلامة "عبد الحميد بن باديس" الشهيرة: "شعب الجزائر مسلم.. وإلى العروبة ينتسب"، حيث بينت النتائج أن نسبة الأغلبية (20.30%) ترى بأن هذه العبارة تختصر مقومات الهوية الجزائرية؛ أي أنها تمثل هوية الشعب الجزائري، دون أن يتطرق المبحوثون لعناصر هذه الهوية من وجهة نظرهم، هي تعني لهم الهوية فقط.

وفي دراسة للباحثة "فاطمة الزهراء كوسة"¹، أثبتت أن 25% من الشباب الجزائري تعني لهم الهوية الشخصية والأصالة، و28% تعني لهم حب الوطن، و11.18% لا تعني لهم شيئاً، فيما امتنع 32.73% عن الإجابة. وقد تتوافق هذه الإجابات مع آراء المبحوثين في هذه الدراسة، وتعمدنا ترك هذا السؤال مفتوحاً حتى

¹ فاطمة الزهراء كوسة: أزمة الهوية عند الشباب الجزائري، مذكرة ماجستير في علم النفس العيادي، جامعة الجزائر، 2004-2005. 70

يدلي المبحوث برأيه حول العبارة والهوية بكل حرية ودون تقييد، غير أن أغليبتهم اكتفوا بالقول أنها تمثل لهم الهوية دون شرح.

وترى نسبة معتبرة منهم (17.01%) بأن هذه العبارة تعني "الإسلام ديننا والعربية لغتنا"، وتؤكد هذه النتيجة على أن انتماء الشعب الجزائري إلى الإسلام والعروبة شيء مؤكد لا يحتاج إلى برهان، وأن الدين الإسلامي واللغة العربية هما ميزتان من مميزات هذا الشعب، بالرغم من الغزو الثقافي والعولمة، التي تفرضها الدول الكبرى على دول الجنوب، فبالرغم من تأثيراتها وتفاعلاتها مع المجتمع إلا أن رسوخ هذه المبادئ وسط المجتمع ثابت.

وعبرت نسبة 07.49% من المبحوثين أن العبارة تعني لهم بأن "الشعب الجزائري أمازيغي الأصل عربيه الإسلام"؛ وقد يستدلون في ذلك بقول ابن باديس ذاته "إن من نكير أن الأمة الجزائرية كانت أمازيغية -بربرية- من قديم عهدها. وأن أمة من الأمم التي اتصلت بها ما استطاعت أن تقلبها عن كيانها، ولا أن تخرج بها عن أمازيغيتها، أو تدمجها في عنصرها، بل كانت الحياة التي تبلغ الفاتحين، فينقلون إليها ويصبون كسائر أبنائها"؛ أي أن موقف بن باديس واضح، وهو بأن أصول المجتمع الجزائري أمازيغي، وأنه استطاع الحفاظ على هويته بالرغم من تعاقب الأجانب المستعمرين الذين حاولوا أن يدمجوه، ويسلبوه هويته، بعكس المسلمين الفاتحين، الذين قال عنهم: "فلما جاء العرب وفتحوا الجزائر فتحا إسلاميا لنشر الهداية لا لبسط السيادة، وإقامة ميزان العدل الحقيقي بين جميع الناس، لا فرق بين الفاتحين والأمازيغ أبناء الوطن الأصليين، دخل الأمازيغ من أبناء الوطن في الإسلام وتعلموا لغة الإسلام العربية طائعين، ووجدوا

* **مصطلح أمازيغ:** إذا كانت دلالة مصطلح أمازيغ اللغوية تعني: الرجل والإنسان الحر، فإن الدلالة التاريخية والسياقية تحيل على أن أمازيغ هو الأب الروحي للبربر أو الأمازيغيين، وذلك اعتمادا على ما ذهب إليه ابن خلدون في تحديده نسب الأمازيغ، فهو يقول في المقدمة: "لا ينبغي التعويل على غيره في شسأته أنهم من ولد كنعان بن حام بن نوح عليه السلام.. وأن اسم أبيهم أمازيغ"، فابن خلدون هنا يحاول الفصل بين أمرين مهمين: أولهما يتعلق بأصل الأمازيغ وثانيهما يرتبط باسم أبيهم. (www.frazier.com)

: شاع حول لفظة البربر تصوّر مبني على أحكام القيمة والإقصاء والاتغلاق، يختزل دلالاتها في كل ما هو متوحش أو همجي أو بدائي أو نحو ذلك، ولا يعدو هذا التصور المعنى اللغوي والمعجمي الميثوث في بعض القواميس، سواء العربية أو الأجنبية التي تتضمن أكثر من تلبس أو مغالطة، حيث لا يرجع أصحابها إلى تاريخ هذا المصطلح ليثبتوا جذوره الحقيقية، وإرهاصاته الأولى، ويطلعوا على الكيفية التي نشأ بها، بل ويتعقبوا تطورات اللغوية وتبدله المعنوي، فيدركوا أن أصل هذه الكلمة إغريقي صرف، حيث سمى اليونانيون القدامى كل من لا يتكلم بالإغريقية () ثم استعار الرومان المصطلح نفسه فأطلقوه على الأجانب، وبالتحديد الخراجين عن طاعة الإمبراطورية الرومانية، والنايدين لأفكارها الاستبدادية والرأفصين لنفوذها العسكري. وربما أن الأمازيغ كما يشهد تاريخهم القديم تمردوا على الحكم الروماني العاتي، ورفضوا تمام الرّفص، وبكل الوسائل المادية والمعنوية سيادته، فقد نعتوا من قبله (barbarie).

على أنفسهم هذا الاسم، بل أخذوه من دون أن يرموا إلى استعماله، عن الرومان الذين كانوا يعتبرونهم أجانب عن حضارتهم، ويعتونهم بالهمج، وهكذا يمكن اعتبار هذا الدليل الذي يفسر به المؤرخ الكيفية التي تم بها إلصاق هذا المصطلح بسكان شمال إفريقيا، الذين كانوا يسمون الأمازيغ، خير دليل اعتمدهم من الشحنة المعنوية والرديئة والغثة التي تنقص من شأن شخصيتهم وقدر ثقافتهم. إن هذه الحقيقة توجت جهود الباحثين في معرفة أصل سكان شمال إفريقيا، الذين اختلفت حولهم الآراء، فمنهم من يقول إنهم عرب وما الأمازيغية إلا لهجة عربية، لكن الحقيقة أنهم هم السكان الأصليون لشمال إفريقيا والأمازيغية هي لغتهم الأم. وخلاصة القول، أنه إذا كانت كلمة الأمازيغ ذات شحنة لغوية ومعرفية يطبعها الصدق التاريخي، سواء من حيث لفظها الذي يعكس هويتها بكل تلقائية، أم من حيث دلالتها التي تنطوي على مدلول شريف لا يزاخمه في ذلك

البربر على الرغم من حملته المعنوية المزيفة، لا يضر بالشخصية الأمازيغية المسلمة في شيء بقدر ما يشرف الإنسان الأمازيغي، إلا أن تاريخ نشأة هذا المصطلح إلا وتبادر إلى ذهنه مشهد لأسلافه، وهم يناطحون الرومان بقوة وبساله، ويتحدون الثوبان في بوتقة ثقافته المستبدة بكل ما أتوا من قوة حينذاك، على هذا الأساس يتأكد لنا أن مصطلحي البربر والأمازيغ إنما في جوهرهما محملين بدلالة واحدة، تحيل على الحزبية والوطنية والمقاومة أو الأحرى هما ملمحين لعملة واحدة أو مسميين لحقيقة واحدة، ادعها كما تشاء: الأمازيغية أو البربرية. (www.ares-

أبواب التقدم في الحياة كلّها مفتحة في وجوههم". وقال: "إن أبناء يعرب و أبناء أمازيغ قد جمع بينهم الإسلام منذ بضعة عشر قرناً.. حتى تكوّنت منهم عنصراً مسلماً جزائرياً وأبوه الإسلام".¹

في حين عبّرت أدنى نسبة من المبحوثين (03.58%) بأنّها تعني لهم "الحفاظ على الهوية الإسلامية والعربية". أي أنّ إجابات المبحوثين على هذا السؤال تصبّ دائماً في خانة الهوية والحفاظ عليها. وبين هاتين الإجابتين تترواح باقي الإجابات بين نسب متقاربة، كان الدين الإسلامي هو العامل المشترك في أغلبها.

إنّ العمق التاريخي للمجتمع الجزائري الذي يمتد من العهد النوميدي إلى الفتح الإسلامي وظهور الدولة الوطنية الأولى، ألا وهي الدولة الرستمية، ومن بعدها الحمّادية، والزّيانية ودخول الجزائر في عهود جديدة تحت قيادة العثمانيين، وبدايات ظهور الوعي الوطني في الحقبة الاستعمارية الفرنسية، وتأسيس الدولة الجزائرية الحديثة في عهد الأمير عبد القادر، وتحرّر الجزائريين من خلال الحفاظ على مقومات الهوية: الإسلام، اللغة العربية، البعد الأمازيغي وخوض حرب تحريرية أرخت لهوية جديدة كتبت بدماء الشهداء.²

وبالتالي، ومن خلال إجابات المبحوثين نستخلص أنّ هذه العبارة تعبّر عن الهوية الحقيقية للشعب الجزائري، أخلاقه، مواصفاته، انتماءه ومقوماته، بوصفه شعب عربي مسلم أمازيغي الأصل، ذو تقاليد أمازيغية وعربية نابعة من الدين الإسلامي، شعب محافظ على عاداته وتقاليدّه باعتبارهما جزء لا يتجزأ من هويته.

وبذلك نستنتج أنّ عناصر الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري من خلال إجابات المبحوثين - دون ترتيب- هي: الدين الإسلامي، اللغة العربية، الأصل الأمازيغي، التاريخ المشرف.

وترتيب هذه العناصر لدى مفردات العينة، مبيّن في الجدول الموالي.

¹ محمد العربي ولد خليفة المسألة الثقافية وقضايا اللسان والهوية، منشورات ثالثة، الجزائر، 2007، ص.199

² : مقومات الشخصية وتشكل الهوية الوطنية الجزائرية من خلال مكتسبات التلاميذ، مجلة العلوم الإنسانية

والاجتماعية، عدد خاص بالملتقى الذّ ل حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، جام

.131 2011 06 -

جدول رقم (51): يوضح ترتيب عناصر الهوية الثقافية للمبحوثين

الرتبة	النسبة	العناصر
1	37.40	الدين الإسلامي
2	23.44	اللغة العربية
5	5.23	التاريخ الوطني
3	17.95	العادات والتقاليد
4	15.96	اللغة الأمازيغية
	100	المجموع

هدفت الباحثة من خلال طرحها لهذا السؤال على المبحوثين إلى معرفة مكانة كل عنصر من عناصر الهوية الثقافية لديهم، منوهة إلى أنه لا يجب التفريق فيما بينها، أو التشكيك في ضرورة التلاحم والترابط بينها، كما يحلو للبعض أن يثير الشبهات ليمرر ما يشاء من الإيديولوجيات والطروحات، التي أثبتت الواقع والتاريخ والعلم والعقل أنها ما جرت على الوطن إلا الخراب. هذه العناصر تلتقي مع بعض مشكلة الهوية الثقافية الجزائرية، بالرغم من الاختلاف المشروع الذي لا يمكن تجاوزه فالهوية تتغذى وبشكل دائم ومنتظم من هذه العناصر مجتمعة.

ومن خلال نتائج الجدول أعلاه يتبين أن الدين الإسلامي يحتل المرتبة الأولى من بين عناصر الهوية الثقافية للمبحوثين؛ وهذه النتيجة تدعم ما قلناه في الجزء النظري من هذه الدراسة من أهمية للدين الإسلامي عند الجزائريين. وبالإضافة إلى ما ورد، يمكن أن نستشف بعض المؤشرات على أهمية هذا الدين في هذا المجتمع؛ فلغة الأرقام تشير إلى أن 98 إلى 99% من الجزائريين مسلمين، ولغة الدستور تقر بأن الإسلام دين الدولة، وتفرض أن يكون الرئيس مسلماً "على رئيس الجمهورية أن يكون مسلماً"¹، وتفرض عليه أن يتعهد باحترام الدين الإسلامي عند تأدية اليمين الدستوري "على رئيس الجمهورية أن يحترم الدين الإسلامي ويبجله"².

ولغة السيميولوجيا تقول بأن ألوان وأشكال العلم الجزائري - بصفته رمزا من رموز الدولة الجزائرية - مستوحاة من التقاليد الإسلامية؛ حيث نجد النجمة الخماسية، التي ترمز إلى بعد الهوية الإسلامية، على عكس النجمة السداسية، التي ترمز إلى الهوية اليهودية، إضافة إلى الهلال الذي يرمز إلى البعد الديني وإلى الأشهر القمرية، عكس الصليب الذي يرمز إلى الهوية المسيحية.

¹ 1976 107.
² 1976 110.

وحتى مسألة التأريخ تعتبر مؤشراً لمكانة هذه الهوية الدينية في المجتمع؛ حيث نلاحظ في جلّ الجرائد والمدارس أنّ التأريخ الهجري يكون هو الأوّل مرفوقاً بالتأريخ الميلادي. وكذلك تخصيص يوم الجمعة على أساس أنّها عيد المسلمين يؤدّى فيها صلاة الجمعة، الاحتفال بعيد الأضحى، وعيد الفطر، والمولد النبوي، وذلك بإعطاء عطلة مدفوعة الأجر، كما تخصصّ أوقات مناسبة للعمل بحلول شهر رمضان، إضافة إلى أنّ الدولة تسهر على عملية زيارة الحجاج إلى بيت الله الحرام، وتشيد المساجد لعبادة الله وأداء الطقوس الدينية، وذلك عن طريق إحداث وزارة الشؤون الدينية، كما تمنع تربية الخنازير. كلّ هذه المؤشرات توحى أنّ المجتمع الجزائري ونخبته السياسية تحمل في كينونتها البعد الديني الإسلامي¹، وفي هذا يقول سليمان عشراي "أنّه" إذا التفتنا إلى المحدّدات الثقافية والدينية للمجتمع الجزائري وجدنا الدين الإسلامي دين المجتمع".²

كلّ ماسبق من مؤشرات نظرية، ونتائج ميدانية تؤكد على مكانة الدين الإسلامي في المجتمع الجزائري، حتى أنّه يعتبر العنصر رقم واحد من بين عناصر الهوية الثقافية لدى مفردات عينة هذه الدراسة.

واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة السابقة للباحث "الباز محمد محمد توفيق"³؛ أين كان الدين أول عنصر من عناصر الهوية الثقافية للشباب الجامعي المصري.

فيما احتلّت اللغة العربية المرتبة الثانية، وقد تكون نتيجة منطقية نظراً لخصائص عينة الدراسة؛ فكلمهم درسوا باللغة بالعربية حتى نيلهم شهادة البكالوريا، وأغلبهم هنا وصلوا المرحلة الجامعية بها، إذن رافقتهم هذه اللغة طيلة حياتهم وأصبحت جزء منهم. وقبل دخولهم إلى المدرسة لأوّل مرّة كانوا يتحدّثون بالعامية القريبة من العربية، كما ورد ذكره في الجزء النظري، وحتى أنّه في مناطق توزيع الاستمارة المشهورة بأنّها أمازيغية كمنطقة أم البواقي مثلاً، نجد الكثيرين منهم من تبنّوا هذا الخيار، وبالملاحظة البسيطة لشباب المنطقة وحتى أطفالها، نجد أغليبيتهم يتحدّثون بالعامية القريبة من العربية بدل استعمال اللغة الأمازيغية، لذا أصبحت اللغة العربية أقرب لهم من الأمازيغية، وينطبق المثال على الكثير من المناطق الأمازيغية في الجزائر، بالتالي احتلّت اللغة العربية المرتبة الثانية لدى المبحوثين.

واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة السابقة للباحث "الباز محمد محمد توفيق"؛ أين كانت اللغة ثاني عنصر من عناصر الهوية الثقافية للشباب الجامعي المصري.

والعادات والتقاليد في المرتبة الثالثة، وهذه النتيجة تدلّ على المكانة التي مازالت تحظى بها عاداتنا وتقاليدينا لدى الشباب، بالرغم من رياح العولمة التي تحاول اقتلاعها.

¹ بلخير : مشروع الدولة الإسلامية في خطاب حزب الجبهة الإسلامية للإنقاذ المنحلة، رسالة دكتوراه في علم الاجتماع السياسي، جامعة وهران، 2010-2011، ص 43.

² سليمان عشراي، مرجع سبق ذكره، ص 209.

³ الباز محمد محمد توفيق، دراسة سابقة، ص 238.

وفي دراسة للباحثة "سليمة فيلالي"¹، أثبتت أن 26.85% من الشباب الجزائري مازالوا متمسكين بالأعراف والتقاليد في الوقت الراهن، ونسبة 60.96% يمثلون أحيانا لتقاليد منطقتهم، وأن 40% من الشباب الجزائري يتمسكون بتقاليد مناطقهم في الوقت الراهن، ما يبيّن اعتزازهم وافتخارهم بها، ونسبة 51.64% يرون أنه يجب الحفاظ على جزء منها.

وبالرغم من أن هذه النتائج تثبت أن الشباب الجزائري مازال متمسكا ولو جزئيا بالعادات والتقاليد، إلا أنها تثبت هشاشة هذا المكون للهوية الثقافية بالمقارنة مع مكون الدين، وهذا ما أكدته نتائج دراستنا.

وجاء هذا العنصر في المرتبة الرابعة في دراسة الباحث "الباز محمد محمد توفيق"، أي متأخرا بدرجة واحدة عن نتيجة هذه الدراسة.

واللغة الأمازيغية في المرتبة الرابعة، وأردت أن أنوه في هذا المقام أنني اعتمدت وتعمدت التوزيع الإلكتروني للاستشارة على كل مناطق الجزائر كي أتجنب احتمال الانحياز لخصائص إثنولوجية لمنطقة دون غيرها، ومع هذا أثبتت النتائج أن اللغة الأمازيغية احتلت مرتبة متأخرة نوعا ما من بين عناصر الهوية الجزائرية للمبجوثين.

وأسباب هذه النتيجة متعددة، قد تعود إلى الصراع الإيديولوجي المختلق بين الأمازيغ والعرب، والذي مازال يلقي بظلاله لحد الساعة. وباعتبار أنني من سكان منطقة أم البواقي الشاوية، أستطيع القول - من خلال الملاحظة بالمشاركة- أن استعمال اللهجة الشاوية بدأ ينحصر نطاقه، إن لم نقل إن استعمالها بدأ ينقص ليندرنا أنها في طريق الزوال، إن لم نحافظ عليها، فهناك بعض المناطق التي تخلت عنها مطلقا كعين البيضاء ومسكيانة وسيقوس، ما عدا بعض القرى التابعة لها. في حين نجد بعض المناطق مازالت محافظة عليها بكل فخر، بل وتزيد تمسكا بها يوما بعد يوم كعين فكرون وعين كرشة، أين نجد حتى الأطفال الصغار يجيدونها.

وحسب وجهة نظري، فإن الناس في المنطقة تخلوا عن لهجتهم، وتراجعوا في استعمالها احتراماً لمن يجالسهم ممن لا يفهمونها، خاصة أن المنطقة شهدت في الفترة الأخيرة انفتاحا على ما جاورها من مناطق، فهناك من يدخل إليها بحكم العمل أو السكن، وحتى سكانها يخرجون منها إلى مناطق أخرى للعمل أو حتى الاستقرار، وهذا ما أدى إلى تداول اللهجة الشاوية في نطاق ضيق، بين أفراد الأسرة الواحدة أو جماعة من يفهمها فقط، وبما أنها لهجة، وغير مدونة، فكل هذا سيؤدي لا محالة إلى اندثارها شيئا فشيئا، فمعظم سكان المنطقة يفهمون الكلام، ولا يستطيعون الرد باللهجة الشاوية.

ويمكن أن نوجز أسباب هذا التراجع في اللهجة الشاوية إلى نقص التخاطب بها، الالتفات إلى الدراسات الأكاديمية التي تستعمل اللغة العربية، والتي أثرت على اللهجة الشاوية باتساع رقعة التخاطب بها على حساب اللهجة الشاوية، وعدم تلقينها لمن لا يتقنها من طرف الكبار والعارفين بها، والذين ساهموا بهذا الشكل في اندثارها.

ويمكن أن ينطبق هذا الكلام على الكثير من المناطق الأمازيغية في الوطن باختلاف لهجاتها، وهذا ما يدعونا لدق ناقوس خطر اندثار هذه اللغة، والدعوة إلى ضرورة زيادة الاهتمام بها سواء من طرف النظام، أو من طرف الشعب، خاصة فئة الشباب، وضرورة استغلال إمكانات وسائل الإعلام الجديدة، ومنها الشبكات الاجتماعية لتعلمها (هناك صفحات كثيرة متخصصة في موضوع الهوية الأمازيغية)، وتعليمها، ونقلها والحفاظ عليها.

والتاريخ في المرتبة الخامسة، وبالرغم من أهمية هذا العنصر في بناء الهوية والمحافظة عليها - كما أشرنا إليه في الجزء النظري-، وبالرغم من تأكيد الباحثين على أن التاريخ عنصر هام من عناصر الثقافة والتراث، وهو أساس من أسس تكوين الهوية لأي شعب أو أمة، فهو سجل لنشأة الشعب وتكوينه ونضجه، ويحوي قائمة بأعماله، وإنجازاته، وبكباته وانتصاراته، وهو مخزن الخبرات والتجارب، وإثبات لما مر به الشعب من فترات القوة، وفترات الضعف، ومن التغلب على الآخر والتعبية له. إلا أننا نجد مبحثي هذه الدراسة من الشباب الجامعي يعتبره عنصرا هامشيا من عناصر تكوين هويتهم الثقافية، وهذا يدعونا للتساؤل حول رؤية شباب اليوم لتاريخهم وأهميته لديهم؟ لقد كان الجزائريون في فترات سابقة من أكثر شعوب الأرض اعتزازا بتاريخ بلادهم، غير أن الشباب اليوم تغيرت وجهة نظرهم إليه، وأصبحوا ينظرون ويأملون في المستقبل دون النظر خلفهم، ربما لاعتقادهم الخاطيء بأن الأمم تتقدم بإنجازاتها الملموسة في الحاضر، وبما تأمل الوصول إليه في المستقبل. وربما يعود أيضا إلى ظروف التنشئة الاجتماعية الحالية، فلم تعد الأسرة تهتم بتعريف أبنائها بالمناسبات التاريخية لبلدهم؛ نظرا لتغلب ظروف المعيشة الحالية على نمط الحياة الأسرية؛ كالغياب المتواصل للأباء عن البيت، وغزو التكنولوجيات الحديثة للعائلات؛ ما جعلها الرفيق الدائم للأبناء بدل آبائهم.

كما أن المدارس والثانويات تقوم على تلقين هذه المادة بطرق تقليدية، تؤدي إلى نفور الشباب منها، وعدم الاهتمام بها، وبالتالي عدم التمكن من المعلومات التاريخية لبلدهم، وحتى على مستوى الجامعات، وبالرغم من اتباع الطرق الحديثة في تعليم هذه المادة للطلبة المتخصصين، نجد أن أغلبهم أصيبوا بمشاكل ازدواجية المعلومات القبلية، والمعلومات الحالية، ما أثر على توجهاتهم في دراسة هذا التخصص. هذا

بالنسبة للطلبة المتخصصين في هذا العلم، أما غير المتخصصين فغالبا ما تنتهي علاقتهم بالمعلومات التاريخية عند انتهائهم من المرحلة الثانوية. وبالتالي وصلنا لنتيجة أنّ التاريخ عنصر مهمل لدى فئات المبحوثين من الشباب الجامعي.

واختلفت هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة السابقة للباحث "الباز محمد محمد توفيق" من حيث ترتيب هذا العنصر؛ أين كان التاريخ العنصر الثالث لدى الشباب الجامعي المصري، والأخير لدى الشباب الجامعي الجزائري، وهذا يدعونا للتساؤل حول اعتزاز الشباب الجزائري اليوم بتاريخهم العظيم والحافل، ومكانته لديهم اليوم، وهذا ما سنراه في الجداول اللاحقة.

وخلاصة هذا الجدول: أنّ ترتيب عناصر الهوية الثقافية الجزائرية لدى المبحوثين هو:

- 1- الدين الإسلامي.
- 2- اللغة العربية.
- 3- العادات والتقاليد.
- 4- اللغة الأمازيغية.
- 5- التاريخ الوطني.

وتقاربت نتيجة هذا الجدول مع نتيجة الدراسة التي أجرتها الباحثة "ميمونة مناصرية"¹؛ التي أثبتت أنّ الدين الإسلامي في المرتبة الأولى لدى مبحوثيها، بنسبة 90.24%، ثمّ اللغة العربية بنسبة 83.73%، فيما جاء التاريخ الوطني في المرتبة الثالثة بنسبة 73.98%، بينما حلّت الأمازيغية في المرتبة الرابعة بنسبة 73.98%.

وبالرغم من أنّ مبحوثي دراستها من النخبة الأكاديمية، ممثلة في أساتذة الجامعة فإنّها تقاربت مع عينة الدراسة الحالية الممثلة في الشباب الجامعي، وبالتالي يحتلّ الدين الإسلامي واللغة العربية مراتب متقدمة عند فئات مختلفة من الشعب الجزائري.

¹ ميمونة مناصرية، مرجع سبق ذكره، ص ص 385-386.

جدول رقم (52): يوضح على ماذا يعتمد المبحوثين في كتاباتهم على "فيس بوك"

النسبة	التكرارات	الإجابة
19,2	77	الكتابة بالحروف فقط
1,7	7	وضع أيقونات فقط
79,1	317	الكتابة بالحروف والأيقونات معا
100,0	401	المجموع

تبين نتائج الجدول أعلاه أنّ الأغلبية الساحقة من المبحوثين (79.1%) يفضلون الكتابة بالحروف والأيقونات معا؛ فالكتابة بالحروف سهلة بالنسبة لهم، وتعمل على إيصال الرسالة بسرعة وفاعلية، ويتفادى بها المرسل احتمال سوء فهم التعبير لو كان من خلال الأيقونات فقط. ولأجل توضيح وتدعيم محتوى الرسائل أكثر يرفقها المبحوث ببعض الأيقونات، التي توضح حالته النفسية لحظة الإرسال، بحيث يستطيع المتلقّي فهمه من خلال تلك الأيقونات التي يرفقها مع رسائله، كشعوره بالسعادة من خلال الابتسامات المختلفة الموجودة في الأيقونات، وكذلك التعبير عن حالة الغضب من خلال الأيقونات الدالة على ذلك، إضافة إلى أيقونات أخرى معبرة عن القيام بأعمال أخرى، كتحضير الطعام، أو الدراسة، أو الاستماع إلى الموسيقى وغيرها، لذلك تفضّل نسبة كبيرة منهم استخدام الكتابة مرفقة بالأيقونات.

وتستخدم هذه النسبة من المبحوثين الأيقونات إلى جانب الحروف مع أصدقائهم، والذين تربطهم بهم علاقات حميمة، فتختصر لهم عبارات كاملة، وتوفّر عليهم شرحا قد يأخذ منهم وقتا، وقد نجد من بينهم من لا يحسن التعبير عن فكرته فيستعويض عن الشرح بتلك الأيقونات.

وتفضّل نسبة 19.2% من المبحوثين استخدام الكتابة بالحروف فقط دون استخدام الأيقونات، وهذا راجع لاستخدام هذه اللغة في مواضيع رسمية كالأمور العلمية والدراسية، وكذلك في التّخاطب مع فئات أكبر مستوى، وأشخاص لا يعرفهم مسبقا، فاحتراما لهم يتجنّب المبحوث إرسال هذه الأيقونات، ويكتفي بالحروف فقط.

وتفضّل نسبة متدنية جدا من المبحوثين (1.7%) التّواصل عبر لغة الأيقونات فقط؛ وربما يعود ذلك لعدم قدرتها على إيصال فكرتها كاملة بالحروف، ولما يجدونه في الأيقونات من تسهيل للتّواصل وريح للوقت، ومع هذا لا يمكن أبدا مواصلة التّواصل عبر الأيقونات فقط.

جدول رقم (53): يوضح اللغة التي يستخدمها المبحوثون في كتاباتهم على "فيس بوك"

المجموع	أبدا		نادرا		أحيانا		غالبا		دائما		الرقم
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
401	08.5	34	23.9	96	32.7	131	24.4	98	10.5	42	01
401	10.7	43	15.5	62	35.2	141	23.4	94	15.2	61	02
401	28.2	113	29.4	118	27.9	112	09	36	05.2	21	03
401	11	44	15.2	61	32.7	131	16.5	66	24.7	99	04
401	12.5	50	14	56	16	64	18.5	74	39.2	157	05
401	61.1	245	18	72	13	52	04.2	17	03.7	15	06
401	63.8	256	16.5	66	14	56	02.5	10	03.2	13	07
401	88.3	354	04.7	19	04.5	18	01.5	06	01	04	08
401	88.2	353	04.2	17	05	20	01.5	06	01	04	09

زيادة على ما مرّ معنا في الفصول النظرية، تودّ الباحثة في هذا المقام أن تؤكد بأنّ الجزائر تتميز لسانيا بالتعدد اللغوي؛ فهي تتضمن إلى جانب اللغة العربية بمستوياتها الفصح والعامي كلاً من اللغتين الأمازيغية والفرنسية، وقد نتجت هذه الوضعية عن ظروف تاريخية قاهرة، وعن اختيارات سياسية فرضتها ظروف انتشار الإيديولوجيا القومية، وترسيخ النموذج الفرانكوفوني وسياسة الانفتاح الخارجي، والملاحظ للخريطة اللغوية للجزائر يجد تعددا لغويا مشوبا بازدواجية خاصة، كما يلاحظ وجود لغات ولهجات متعددة لكلّ واحدة منها دور وظيفي معيّن، والمقتصر على استعمال إحدى اللغات المتعايشة بالجزائر، قد يحتاج في غالب الأحيان إلى مترجم ليتواصل مع غيره من المواطنين، فإذا غادر أمّي من أسرة ريفية قرينه ليستقرّ بإحدى القرى في الجنوب مثلا سيكون من الناحية اللسانية بمثابة المهاجر عن وطنه، إذ سيحتاج لفكّ العزلة اللسانية عن نفسه إلى بذل جهد ثقافي للتمكّن من التّواصل في الوسط اللغوي الجديد.

وللوقوف على الأنماط اللغوية التي يستخدمها الشّباب الجامعي الجزائري في هذه الدّراسة في كتاباته على شبكة "فيس بوك" حاولت الباحثة من خلال هذا الجدول تقسيم هذه الأنماط إلى عدّة مستويات كالآتي:

* 01 09 تمثّل اللغات الآتية:

- 01: اللغة العربية الفصحى.
 - 02: اللغة الفرنسية.
 - 03: اللغة الإنجليزية.
 - 04: اللهجة العامية بحروف عربية.
 - 05: اللهجة العامية بحروف أجنبية.
 - 06: اللغة العربية بحروف أجنبية.
 - 07: اللغة الأجنبية بحروف عربية.
 - 08: اللغة الأمازيغية بحروف عربية.
 - 09: اللغة الأمازيغية بحروف أجنبية.
- حاولت الباحثة هنا تقديم تقسيم آخر للتعدد اللغوي الذي تعرفه الجزائر، غير الذي ورد في الفصل النظري؛ وذلك لأنها وجدت نوعا من الإجماع على هذا التقسيم أيضا، فارتأت تقديمه كإثراء للجانب النظري.

أولاً: اللغات الكلاسيكية:

وتم تقسيمها في هذه الدراسة إلى ثلاث لغات هي: اللغة العربية، اللغة الفرنسية واللغة الإنجليزية.

1- اللغة العربية الفصحى:

وهي ما يسميه الغربيون العربية الكلاسيكية Classical arabic، أو العربية الفصحى Fusha arabic، وأحياناً العربية الأدبية Citerary arabic، وما سماه "فيرغسون" بالنمط العالي أو الرفيع Variété haute.

والفصحى بالدرجة الأولى هي لغة الإسلام، والوسط الذي انتشر به الإسلام ديناً وثقافة، وهي اللغة الرسمية في الجزائر، وهي دعامة من دعائم الشخصية الوطنية مثلها مثل الأمازيغية، إلا أنها ذات مستوى يفوق الأداءات اللغوية الأخرى التي يتواصل بها المجتمع، ولذلك لا نجدها تؤدي أي دور وظيفي في التواصل الاجتماعي بين الجزائريين، إذ يبقى استعمالها محصوراً عند عدد ضئيل من المتقنين؛ لأنها لغة الكتب والمقالات والخطابات الرسمية والسياسية والدين والتعليم بجميع أطواره.¹

ومن خلال بيانات الجدول، نلاحظ أن أغلبية المبحوثين (32.7%) يستخدمون اللغة العربية أحياناً في كتاباتهم على "فيس بوك"؛ ويعتبر هذا الأمر منطقياً لأنهم من فئة الطلبة الجامعيين، وأغلبيتهم من فروع العلوم الإنسانية والاجتماعية التي تعتمد على اللغة العربية، كما وضحت نتائج الجدول رقم (02)، والجدول رقم (03)، وبالتالي فهم مضطرون في بعض الحالات للتعامل بهذه اللغة مع فئات معينة سنأتي على ذكرها في جدول لاحق.

كما تعتبر نسبة مرتفعة، وغير متوقعة بالنسبة للباحثة؛ نظراً لأنه درج التعامل بهذه اللغة من طرف الشباب في الفضاءات الرسمية خاصة، كالمؤسسات التعليمية، ووسائل الإعلام، ويعد هذا تقدماً لصالح استعمال اللغة العربية أوساط الشباب، وفي هذا الفضاء، وقد يعزى هذا الاستخدام لوعي الشباب الجامعي بخصوصية ورمزية اللغة، وقد يكون منطلق استخدامهم لهذه اللغة فكراً أو عقدياً، كما يمكن أن يكون نتيجة ضعف في لغات أخرى، أو لأسباب أخرى سنتطرق لها في جدول لاحق.

وأدنى نسبة من المبحوثين (8.5%) لا تستخدم اللغة العربية أبداً في كتاباتها على "فيس بوك"، وأسباب هذا العزوف سيأتي ذكرها في الجدول رقم (63).

¹ عبد الحميد بوترة:

203-202.

ورد ذلك في الفقرة السابقة، كما تم التطرق له في عنصر الهوية الثقافية الجزائرية.

وتوافقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الباحثة "منال قناوي"¹ التي أثبتت أن 38.29% من المبحوثين يستخدمون اللغة العربية في كتاباتهم على "فيس بوك"، كما توافقت مع نتيجة الدراسة السابقة للباحث "بدر الدين بلعباس"²؛ حيث أثبت أن ثلثي الطلبة الجامعيين يستخدمونها أيضا.

2- اللغة الفرنسية:

اللغة الفرنسية هي لغة التواصل المشترك في الجزائر، وهي جزء من المناهج التعليمية المتقدمة، كما أنها تستخدم بشكل كبير في الإعلام والتجارة، وتستخدم يوميا على نطاق واسع في المدن الكبيرة بشكل مزدوج مع اللهجة الجزائرية للغة العربية، وهي اللغة الأجنبية الأكثر دراسة في البلد.³

وبالعودة إلى بيانات الجدول، نلاحظ أن ثلث المبحوثين (35.2%) يستخدمون اللغة الفرنسية أحيانا في كتاباتهم على "فيس بوك"؛ وتجسد هذه النتيجة حقيقة هيمنة هذه اللغة على التواصل بين الجزائريين في العالم الواقعي، وانتقال هذه الهيمنة إلى العالم الافتراضي، وتعتبر نتيجة منطقية نوعا ما لأنه من المفروض أن كل جزائري تدرس في المدارس الحكومية، ووصل للتأنيق يجيد القراءة والكتابة باللغة الفرنسية، والباقي يتحدثها ويفهمها على العموم، وفي دراستنا هذه تعتبر هذه اللغة لغة تخصص نسبة معتبرة من المبحوثين، كما أوردته نتائج الجدول رقم (04).

غير أننا ننوه هنا- حسب الملاحظة بالمشاركة- أنه قد يكون من بين هذه النسبة الكبيرة من المستخدمين دائما لهذه اللغة من لا يتقنها إتقانا كاملا، بل مجرد نطق بعض الكلمات منها يجعل ناطقها يتخيلون أنهم يتقنونها، في حين أن "فرنسياتهم" المستخدمة في الحوارات اليومية تم تطويرها لتعمل جنبا إلى جنب مع العامية.

وأدنى نسبة من المبحوثين (10.7%) لا تستخدم اللغة الفرنسية أبدا في كتاباتها على "فيس بوك"؛ وقد يكون هؤلاء ممن لديهم ضعف في التواصل بها، أو لديهم موقف سلبي من استخدامها، أو يفضلون لغات أخرى عليها.

وإذا قارنا نتيجتي هاتين اللغتين نقول أن:

✓ نسبة من يستخدمون اللغة العربية قُدرت بـ91.5%، ومن لا يستخدمها بـ8.5%، ونسبة من يستخدم اللغة الفرنسية بـ89.3% ومن لا يستخدمها بـ10.7%؛ أي أن هناك تقاربا بين نسب استخدام اللغتين في العموم، فلا فرق في استخدامهما من طرف الشباب؛ أي لهما نفس النقل لديهم.

¹ 175.

² بدر الدين بلعباس، مرجع سبق ذكره، ص 221.

³ <https://ar.wikipedia.org/wiki/>، تاريخ الزيارة 2017/08/20، ص 13.35.

✓ نسبة من يستخدمون اللغة العربية دائما قُدرت بـ 10.5% ونسبة من يستخدمون اللغة الفرنسية دائما قُدرت بـ 15.2%؛ أي أنّ هناك تفوقاً طفيفاً في استخدام اللغة الفرنسية في هذا الفضاء على حساب اللغة العربية، لكنّه ليس بالحجم الذي يعكس انتشار هذه اللغة على أرض الواقع، ما يقودنا إلى استنتاج تراجع هذه اللغة في الفضاء الافتراضي مقابل اللغة العربية.

3- اللغة الإنجليزية:

على الرّغم من أنّ الجزائر مرتبطة تاريخياً بفرنسا في مجالات عدّة، أبرزها الاقتصاد، فإنّها بدأت تنظر للانجليزية كونها السبيل لتحديث القوى العاملة لديها، وتعميق وصولها إلى أوروبا، فمستويات الكفاءة في اللغة الإنجليزية لا تزال منخفضة، ولكن المشاريع الرائدة تهدف إلى رفعها، فأصبحت تُدرّس كلغة أجنبية ثانية إلى جانب اللغة الفرنسية، هذا بالإضافة إلى اللغات الأجنبية الأخرى كاللغة الألمانية واللغة الإسبانية.

لكن استعمال اللغة الإنجليزية في المنظومة التربوية الجزائرية لم يكن صدفة، بل كان وليد العوامل التي حددها "قاسي طاهر" في كتابه "تعليم اللغات الأجنبية والعولمة"، إذ يقول: "إنّ اللغة الإنجليزية تحتلّ مكانة مرموقة في الساحة الدولية، خاصة في ميدان التعليم، الاتصال، التكنولوجيا المعلوماتية أو في الميدان الاقتصادي، الاجتماعي، كذلك غياب الصّراع التاريخي بين اللغة الإنجليزية والعربية في الجزائر".¹

غير أنّنا نلاحظ - بالرّغم من التّوجه نحو تعليم وتعلّم اللغة الإنجليزية في الجزائر - أنّ استخدامها مازال لم يرق للمستوى المطلوب؛ حيث كشفت منظمة *Education First* المتخصصة في التّدريب اللغوي والسّفر التّعليمي وبرامج الشّهادات الأكاديمية والتّبادل الثقافي، في تقريرها لعام 2015 عن مستوى متدنٍ للدول العربية على صعيد إتقانها اللغة الإنجليزية، ومنح التقرير الذي شمل 70 بلداً، الجزائر المرتبة السابعة والسّتون (67)، قبل السعودية وليبيا.²

وربّما بيانات هذا الجدول أيضاً تدعّم تلك النتيجة؛ حيث نلاحظ أنّ أغلبية المبحوثين (29.4%) يستخدمون اللغة الإنجليزية نادراً في كتاباتهم على "فيس بوك"، ولا تستخدمها نسبة مقاربة (28.2%) أبداً في كتاباتها على هذا الموقع.

وأدنى نسبة من المبحوثين (5.2%) تستخدم اللغة الإنجليزية دائماً في كتاباتها على "فيس بوك"؛ وهؤلاء ممّن يدرسون اللغة الإنجليزية كتخصّص في الجامعة، أو ممّن لديهم علاقات عالمية مع أفراد يتحدّثونها، فاضطّروا لاستخدامها كي يسهل التّواصل بحكم أنّها اللغة العالمية الأولى حالياً.

¹ KACI Tahar : **Systeme éducatif , enseignement des langues étrangères et mondialisation** , Casbah édition, Alger , 2002, p53.

² العرب لا يجيدون اللغة الإنجليزية، مقال متاح على الموقع <http://raseef22.com/culture/2015/12/07>، تاريخ الزيارة 2017/08/20. 21.45

وإذا قارنا نتيجة استخدام هذه اللغة بنتيجة اللغتين السابقتين نقول أنها متراجعة كثيرا مقارنة باللغة العربية أو الفرنسية.

وتوافقت نتيجة ترتيب استخدام هذه اللغات الثلاث في فضاء "فيس بوك" مع نتيجة دراسة الباحثة "منال قناوي"؛ حيث أثبتت أن مبحوثيها يستخدمون اللغة العربية بنسبة 38.29%، واللغة الفرنسية بنسبة 24.71% والإنجليزية بنسبة 9.29%.¹

ثانيا: العامية:

إن الإرث اللغوي يتم حسب سلسلة يتغير شكل حلقاتها وتراكبها بطريقة تختلف باختلاف الأحوال السوسيو-ثقافية، والتحويلات الناجمة عن طبيعة الاحتكاكات مع ثقافات أخرى، والتأثيرات التاريخية المحيطة به.

وهذا حال لغة تخاطب أفراد المجتمع الجزائري "اللهجة الدارجة الجزائرية أو العامية" فالتأثيرات التي خضع لها المجتمع من الاختلافات والتحويلات الثقافية واللغوية: دين جديد ولغة جديدة، غيرت النظام اللغوي فيه. فتولدت اللهجة الجزائرية أو الدارجة العامية، والتي تتمثل في هجين لغوي *une langue hybride* قاعدتها وأساسها اللغة العربية التي تحولت إلى العربية العامية *Arabe Dialectal* ومزيج من الأمازيغية ومن اللغة الفرنسية ومفردات من اللغة الإسبانية ومفردات أجنبية أخرى معربة.

وباعتبار اللهجة هي اللغة المستعملة في الحياة اليومية، قد تكون من أصل واحد، قد تكون من أصول مختلفة، وهي ذات منشأ لغوي أصيل، أكثر انتشاراً في الوسط الاجتماعي، وتتفرع عن اللغة الأم، ومستمدة منها أصولها مفرداتها وقواعدها وتراكيبها؛ فإن اللهجة المتحدّث بها غالب الناطقين بالمجتمع الجزائري قريبة من اللغة العربية الفصيحة وفي الحقيقة تسمى العربية الدارجة.

فالفوارق بين اللغتين لا تبلغ حد القطيعة كما هو الشأن بالنسبة إلى اللهجات المنطوقة في بقية الجماعات الإثنية التي ما زالت متمسكة بلهجاتها العتيقة (مثل التوارق).²

ومن خلال بيانات الجدول، نجد أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين تستخدم اللهجة العامية على موقع "فيس بوك" سواء كتبت بحروف عربية أو أجنبية؛ حيث نلاحظ:

- بخصوص اللهجة العامية بحروف عربية:

يستخدمها ثلث المبحوثين أحيانا، وربعهم دائما، وأدنى نسبة منهم (11%) لا تستخدمها أبدا.

¹ 175.

² شريفة بريجة، مرجع سبق ذكره، ص 135.

- بخصوص اللهجة العامية بحروف أجنبية:

تستخدمها أغلبية المبحوثين (39.2%) دائما، ونسبة 16% أحيانا، وأدنى نسبة منهم (12.5%) لا تستخدمها أبدا.

أي أنّ درجة استخدام العامية سواء بحروف عربية أو أجنبية متقاربة، والفرق الطفيف لصالح استخدام الحروف الأجنبية.

وتكتب هذه النسبة من المبحوثين باللهجة العامية لعدة أسباب سندرجهما في جدول لاحق (64).

وإذا قارنا استخدام هذه اللهجة باستخدام اللغة العربية، لوجدنا تقاربا في الاستخدام، غير أنّ الاختلاف يكمن في درجة وقوة الاستخدام، حيث يستخدمها دائما ربعهم بحروف عربية، ودائما نسبة 40% بحروف لاتينية، فيما تستخدم اللغة العربية دائما بنسبة 10.5% فقط.

وتوافقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الباحثة "منال قناوي"¹؛ حيث أثبتت تقارب نسبة المبحوثين الذين يكتبون العامية بحروف عربية (19.1%) مع نسبة من يكتبونها بحروف لاتينية (21.8%). كما توافقت هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة السابقة للباحث "بدر الدين بلعباس"²؛ حيث أجاب نصف المبحوثين بأنّ "اللغة" العامية أخذت مكانة اللغة الأم في كتابات الطلبة على "فيس بوك".

ثالثا: اللغة المحليّة أو الأمازيغية:

بالرغم من أنّ الأمازيغية تعتبر اللغة الأم لحوالي ربع سكّان الجزائر، إلّا أنّنا نلاحظ أنّ الأغلبية الساحقة من المبحوثين لا يكتبون باللغة الأمازيغية، سواء كانت بحروف عربية (88.3%)، أو بحروف أجنبية (88.2%)، ونسبة متدنّية جدّا (01%) فقط تكتب بها دائما.

وبالعودة إلى نتائج الجدول رقم (51)، نقول أنّ هذه النتيجة تعتبر منطقية، لأنّ هذا العنصر من العناصر المتأخّرة في الأهمية لدى المبحوثين، وأسباب هذا العزوف لدى أفراد العينة سنحاول التطرّق له في جداول لاحقة.

رابعا: العريزي:

في هذه الدراسة تمّ اختيار نوعين من هذه اللغة؛ العربية بحروف أجنبية أو "الفرنكو أريك"، والأجنبية بحروف عربية أو "المعربنة"؛ حيث نلاحظ:

¹ 183.

² بدر الدين بلعباس، مرجع سبق ذكره ص 225.

216.

- بخصوص العربية بحروف أجنبية: الفرنكواريك

لا تستخدمها أغلبية المبحوثين أبداً (61.1%)، وأدنى نسبة منهم تستخدمها دائماً (3.7%). وفي دراسة "منال قناوي"¹ أثبتت أن نسبة كبيرة من المبحوثين، تقارب ثلثهم (31.62%) لا تستخدمها أبداً، غير أنها ليست أكبر نسبة من مفردات العينة، حيث تستخدمها الأغلبية (40%) أحياناً.

واختلفت هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة السابقة للباحث "الباز محمد محمد توفيق"²؛ حيث أثبت أن أغلب الشباب الجامعي المصري (60%) يستخدمون الفرنكواريك أكثر من باقي الأنماط والمستويات اللغوية. وأرجع نفس الباحث أسباب ذلك إلى السرعة في كتابتها، وسهولة استخدامها، واستخدام غالبية الأصدقاء لها، والاعتقاد بأنها دليل على الثقافة العالية. وقد نضيف إلى هذه الأسباب عدم توفر الحروف العربية في أجهزتهم في بعض الأحيان، ونظرة بعضهم للحروف العربية بأنها دليل تخلفهم. ومن أمثلة بعض المفردات المتداولة عبارة "السلام عليكم" والتي تكتب "*salam alikoum*"، والتي اختصرت حالياً بـ "*slm*".

- بخصوص الأجنبية بحروف عربية: المعرنية

أيضاً لا تستخدمها أغلبية المبحوثين أبداً (63.8%)؛ وقد تُعزى هذه النتيجة إلى اختلال المعنى الذي قد يصاحب الكلمة إذا كتبت بحروف عربية، فمن الصعب قرائتها أولاً، وتتطلب من القارئ لها مجهوداً وبعض الوقت لاستيعاب المقصود منها، بالتالي ينفر منها مستخدمو الشبكة. وتستخدمها أدنى نسبة منهم (3.2%) دائماً؛ لمحاولة إبراز أنه بكتابتهم بحروف عربية هذا لا يعني عدم معرفتهم بلغة أجنبية أخرى، وأيضاً تستخدم في كثير من المرات لتفادي بعض الأخطاء النحوية والتركييبية إذا ما كتبت الكلمة بحروفها اللاتينية. ومن الأمثلة التي وجدت في تعليقات الشباب في هذا الفضاء كلمات مثل "بونجوغ" بدل الكلمة الفرنسية "*Bonjour*"، "جيس" بدل كلمة "*Just*"، والتي وجدت شخصياً صعوبة في قراءتها وفهمها، "لاكولاج" بدل "*La couleur*"... إلى غير ذلك.

واختلفت هذه النتيجة مع نتيجة الباحثة "منال قناوي"³؛ حيث أثبتت أن كل مبحوثي دراستها يستخدمونها ماعدا نسبة 3% منهم.

¹ 186.

² الباز محمد محمد توفيق، مرجع سبق ذكره، ص 226.

³ المرجع نفسه، ص 185.

ومن خلال هذين المستويين للعريزي، نقول أن أغلبية المبحوثين لا تستخدمهما نظراً لاستخدامهم العامية، التي تكون أسهل لهم من حيث التعبير والكتابة.

وتتوافق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الباحث "بدر الدين بلعباس"؛ التي أثبتت نتائجها أن نسبة 49.43% من المبحوثين يختارون حروفاً معينة دون أخرى أثناء كتابتهم على "فيس بوك"، مع أنه لم يوضح هذه الحروف، لكن الأكيد أنها حروف لغة الدردشة.

وإجمالاً، ما يمكن قوله عن بيانات هذا الجدول في العموم أن:

أغلبية أفراد العينة يستخدمون اللهجة العامية بحروف أجنبية في كتاباتهم على "فيس بوك". والأغلبية الساحقة من المبحوثين لا يستخدمون اللغة الأمازيغية في كتاباتهم، سواء كانت بحروف عربية أو أجنبية.

جدول رقم (54): يوضح العلاقة بين كثافة المشاهدة واللغة التي يستخدمها المبحوثون في كتاباتهم على "فيس بوك"

خمس ساعات فأكثر										من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات										من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات										أقل من ساعة												
أبدا		نادرا		أحيانا		غالبا		دائما		أبدا		نادرا		أحيانا		غالبا		دائما		أبدا		نادرا		أحيانا		غالبا		دائما		أبدا		نادرا		أحيانا		غالبا		دائما				
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت			
5.6	5	25.6	23	34.4	31	23.3	21	11.1	10	14.5	9	22.6	14	33.9	21	19.4	12	9.7	6	6.2	9	21.9	3	34.2	51	27.4	4	9.6	14	10.7	11	26.2	27	27.2	2	24.3	2	11.7	1	1	2	01
4.4	4	16.7	15	41.1	37	18.9	17	18.9	17	8.1	5	16.1	10	41.9	26	17.7	11	16.1	10	14.4	21	15.1	2	30.1	44	28.1	4	12.3	18	12.6	13	14.6	15	33	3	24.3	2	15.5	1	1	6	02
25.6	2	27.8	25	28.9	26	12.2	11	5.6	5	27.4	17	35.5	22	25.8	16	8.1	5	3.2	2	29.5	43	29.5	4	27.4	40	8.9	1	4.8	7	30.1	31	27.2	28	29.1	3	6.8	7	6.8	7	7	7	03
7.8	7	17.8	16	25.6	23	23.3	21	25.6	23	9.6	6	17.7	11	40.3	25	12.9	8	19.4	12	9.6	14	11.6	1	32.2	47	16.4	2	30.1	44	16.5	17	16.5	17	35	3	12.6	1	19.4	2	2	0	04
13.3	1	16.7	15	12.2	11	15.6	14	42.2	38	8.1	5	14.5	9	14.5	9	24.2	15	38.7	2	10.3	15	11.6	1	19.2	28	17.8	2	41.1	60	17.5	18	14.6	15	15.5	1	18.4	1	34	3	5	5	05
61.1	5	18.9	17	8.9	8	5.6	5	5.6	5	58.1	36	21	13	19.4	12	00	00	1.6	1	54.1	79	20.5	3	17.1	25	4.8	7	3.4	5	72.8	75	11.7	12	6.8	7	4.9	5	3.9	4	4	4	06
56.7	5	18.9	17	15.6	14	3.3	3	5.6	5	62.9	39	21	13	12.9	8	1.6	1	1.6	1	63.7	93	15.1	2	15.1	22	4.1	6	2.1	3	70.9	73	13.6	14	11.7	1	00	0	3.9	4	4	4	07
85.6	7	4.4	4	5.6	5	2.2	2	2.2	2	90.3	56	3.2	02	4.8	03	00	00	1.6	1	85.6	12	7.5	1	5.5	8	0.7	1	0.7	1	93.2	96	1.9	2	1.9	2	2.9	3	00	0	0	0	08
86.7	7	3.3	03	6.7	06	2.2	02	1.1	01	88.7	55	3.2	02	4.8	03	1.6	01	1.6	0	86.3	12	6.2	9	4.8	7	1.4	2	1.4	2	92.2	9.5	2.9	03	3.9	0	01	0	00	0	0	0	09

كا²، درجات الحرية والدلالة الإحصائية للجدول السابق

الرقم	اللغة	كا ²	درجة الحرية	مستوى الدلالة
01	اللغة العربية	8.535	12	0.749
02	اللغة الفرنسية	13.623	12	0.325
03	اللغة الانجليزية	9.948	12	0.82
04	العامية بحروف عربية	16.364	12	0.175
05	العامية بحروف أجنبية	9.169	12	0.688
06	العربية بحروف أجنبية	19.615	12	0.075
07	الأجنبية بحروف عربية	11.346	12	0.500
08	الأمازيغية بحروف عربية	13.010	12	0.368
09	الأمازيغية بحروف أجنبية	6.880	15	0.961

يوضح الجدول السابق العلاقة بين كثافة التصفح واللغة التي يستخدمها المبحوثون على "فيس بوك"، حيث نلاحظ:

- بخصوص اللغة العربية:

- ✓ أقل من ساعة: تستخدم أغلبية مبحوثي هذه الفئة اللغة العربية عموماً بنسبة 89.3%، أكبر نسبة منها 27.2% تستخدمها أحياناً، في حين لا تستخدمها أبداً 10.7% فقط.
- ✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: وتستخدم الأغلبية السّاحقة من مبحوثي هذه الفئة اللغة العربية بنسبة 94%، أكثر من ثلثها (35%) يستخدمونها أحياناً، ولا تستخدمها نسبة 6.2% إطلاقاً.
- ✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: أغلبية مبحوثي هذه الفئة (91%) يستخدمون اللغة العربية على "فيس بوك"، الثلث منها (33.9%) يستخدمونها أحياناً، في حين لا تستخدمها أدنى نسبة من مفردات العينة (9%).
- ✓ أكثر من خمس ساعات: الأغلبية السّاحقة من مبحوثي هذه الفئة، والمقدّرة بـ 94.4% يستخدمون اللغة العربية في هذا الفضاء الافتراضي، الثلث منهم تقريباً (34.4%) يتعاملون بها أحياناً، في حين لا تتعامل بها إلا نسبة 5.6%.
- وبلغت قيمة كا² 8.538 ، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.749 وهي أكبر من 0.05، إذن لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح واستخدام اللغة العربية على "فيس بوك" من طرف المبحوثين.

- بخصوص اللغة الفرنسية:

- ✓ أقل من ساعة: تكتب أغلبية مبحوثي هذه الفئة (87.4%) باللغة الفرنسية، ربعها (24.3%) يكتب بها غالباً، ولا تكتب بها أدنى نسبة منهم، والمقدرة بـ12.6%.
 - ✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: تكتب أغلبية مبحوثي هذه الفئة (85.6%) باللغة الفرنسية، ثلثها تقريباً (30%) يكتبون بها أحياناً، ولا تكتب بها أدنى نسبة منهم، والمقدرة بـ14.4%.
 - ✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: تكتب بها الأغلبية السّاحقة من مبحوثي هذه الفئة (92%)، أغليبتها 42% تكتب بها أحياناً، ولا تستخدمها أبداً نسبة 8%.
 - ✓ أكثر من خمس ساعات: تكتب بها الأغلبية السّاحقة من مبحوثي هذه الفئة (95.6%)، أغليبتها (41%) تستخدمها أحياناً، ولا تكتب بها نسبة 4.4%.
- وبلغت قيمة كا² 13.623 ، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.325 وهي أكبر من 0.05، إذن لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفّح واستخدام اللغة الفرنسية على "فيس بوك" من طرف المبحوثين.

- بخصوص اللغة الإنجليزية:

- ✓ أقل من ساعة: تستخدم أغلبية مبحوثي هذه الفئة (70%) اللغة الإنجليزية على "فيس بوك"، الأغلبية منهم (29.1%) يكتبون بهذه اللغة أحياناً، ولا تستخدمها نسبة معتبرة من المبحوثين (30.1%).
 - ✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: تقريباً نفس نتائج الفئة الأولى، حيث تكتب بها أغلبية مبحوثي هذه الفئة (70%)، الأغلبية منهم (29.5%) يكتبون بها نادراً، ولا تستخدمها نسبة معتبرة من المبحوثين (29.5%).
 - ✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: تستخدمها أغلبية هذه الفئة (72.6%) عموماً، نصف هذه النسبة (35.5%) يستخدمونها نادراً، في حين لا تستخدمها مايقارب ربع المبحوثين (27.4%).
 - ✓ أكثر من خمس ساعات: ثلاثة أرباع مستخدمي هذه الفئة (74.4%) يكتبون باللغة الإنجليزية على "فيس بوك"، 29% منهم يستخدمها أحياناً، ولا يستخدمها أبداً ربع المبحوثين.
- وبلغت قيمة كا² 9.948 ، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.82 وهي أكبر من 0.05، إذن لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفّح واستخدام اللغة الإنجليزية على "فيس بوك" من طرف المبحوثين.

- بخصوص العامية بحروف عربية:

- ✓ أقل من ساعة: أغلبية مبحوثي هذه الفئة (83.5%) يكتبون عموماً بالعامية بحروف عربية، 35% منهم يستخدمها أحياناً، ولا تستخدمها أدنى نسبة منهم (16.5%) أبداً.
- ✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: تكتب بها أغلبية مبحوثي هذه الفئة (90.4%) عموماً، 22.2% يكتبون بها أحياناً، ولا يكتب بها 9.6% فقط.

✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: تكتب بها أغلبية مبحوثي هذه الفئة (90.4%) عموماً، 40.3% يكتبون بها أحياناً، ولا يكتب بها 9.6% فقط.

✓ أكثر من خمس ساعات: تستخدم الأغلبية الساحقة من مبحوثي هذه الفئة (92.2%) اللغة الإنجليزية عموماً، ربعهم يكتب بها دائماً، وربع آخر يكتب بها أحياناً، ولا تكتب بها أبداً إلا نسبة ضئيلة منهم، قُدرت بـ 7.8%.

وبلغت قيمة χ^2 16.364 ، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.175 وهي أكبر من 0.05، إذن لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح واستخدام العامية بحروف عربية على "فيس بوك" من طرف المبحوثين.

- بخصوص العامية بحروف أجنبية:

✓ أقل من ساعة: أغلبية هذه الفئة (84.5%) تستخدم العامية بحروف أجنبية عموماً، الأغلبية منها (34%) تكتب بها دائماً، ولا تكتب بها نسبة 15.5%.

✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: تستخدمها الأغلبية (89.9%) عموماً، 41.1% يكتبون بها دائماً، ولا تستخدمها نسبة 10.2%.

✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: تستخدمها أغلبية هذه الفئة (91.9%) عموماً، 38.7% تكتب بها دائماً، ولا تستخدمها نسبة 8.1%.

✓ أكثر من خمس ساعات: تكتب بها أغلبية هذه الفئة (86.7%)، نصفها (42.2%) يكتب بها دائماً، ولا تستخدمها نسبة 13.3%.

وبلغت قيمة χ^2 9.169، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.688 وهي أكبر من 0.05، إذن لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح واستخدام العامية بحروف أجنبية على "فيس بوك" من طرف المبحوثين.

- بخصوص العربية بحروف أجنبية:

✓ أقل من ساعة: لا تكتب بها أغلبية هذه الفئة أبداً (72.8%)، في حين تستخدمها نسبة 27.2%، أكبر نسبة منها (11.7%) نادراً ما تكتب بها، وأقل نسبة (3.9%) تكتب بها دائماً.

✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: لا يكتب بها أكثر من نصف مبحوثي هذه الفئة (54.1%)، وتستخدمها نسبة 45.9%، نصفها لا يستخدمها إلا نادراً، والأقلية منهم (3.4%) يكتبون بها دائماً.

✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: لا تكتب بها أغلبية هذه الفئة، والمقدرة بـ 58.1%، وتستخدمها نسبة 41.9%، نصفها نادراً ما يكتب بها.

✓ أكثر من خمس ساعات: لا تستخدمها أغلبية مبحوثي هذه الفئة (61.1%)، في حين تستخدمها نسبة 38.9%، منهم 5.6% يكتبون بها دائماً، ونفس النسبة غالباً ما تكتب بها.

وبلغت قيمة كا² 19.615، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.075 وهي أكبر من 0.05، إذن لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح واستخدام العربية بحروف أجنبية على "فيس بوك" من طرف المبحوثين.

- بخصوص الأجنبية بحروف عربية:

✓ أقل من ساعة: لا تكتب أغلبية هذه الفئة (70.9%) بالأجنبية بحروف عربية أبدا، في حين تستخدمها نسبة 29.1% عموما.

✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: أغلبية هذه الفئة (63.7%) أيضا لا تكتب بها أبدا، وتستخدمها نسبة 36.3% عموما، أقل نسبة منها 2.1% تكتب بها دائما.

✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: أيضا أغلبية مبحوثي هذه الفئة (63%) لا يكتبون بها إطلاقا، في حين تستخدمها نسبة 37%، 1.6% منهم يستخدمونها دائما ونفس النسبة غالبا.

✓ أكثر من خمس ساعات: نسبة 56.7% من مبحوثي هذه الفئة لا يستخدمونها أبدا، وتكتب بها نسبة 43.3% على العموم، 3.3% منهم يستخدمونها غالبا.

وبلغت قيمة كا² 11.346، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.5 وهي أكبر من 0.05، إذن لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح واستخدام الأجنبية بحروف عربية على "فيس بوك" من طرف المبحوثين.

- بخصوص الأمازيغية بحروف عربية:

✓ أقل من ساعة: الأغلبية الساحقة من مبحوثي هذه الفئة (93.2%) لا تكتب بالأمازيغية بحروف عربية إطلاقا على شبكة "فيس بوك"، وتستخدمها نسبة 6.8% فقط من المبحوثين، ولا يوجد منهم أبدا أي مبحوث يستخدمها دائما.

✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: أغلبية مبحوثي هذه الفئة (85.6%) لا يكتبون بها أبدا، وتستخدمها نسبة 14.4%، منهم 0.7% دائما، ونفس النسبة غالبا ما تكتب بها.

✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: الأغلبية الساحقة من مبحوثي هذه الفئة (90.3%) لا يكتبون بها أبدا، وتكتب بها النسبة المتبقية (9.7%) عموما.

✓ أكثر من خمس ساعات: أغلبية المبحوثين (85.6%) لا يستخدمونها إطلاقا، وتكتب بها نسبة 14.4% على العموم. منهم 2.2% يستخدمونها دائما، ونفس النسبة يستخدمونها غالبا.

وبلغت قيمة كا² 13.010، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.368 وهي أكبر من 0.05، إذن لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح واستخدام الأمازيغية بحروف عربية على "فيس بوك" من طرف المبحوثين.

- بخصوص الأمازيغية بحروف أجنبية:

- ✓ أقل من ساعة: لا تكتب الأغلبية الساحقة من مبحوثي هذه الفئة (92.2%) بالأمازيغية بحروف أجنبية أبداً، وتكتب بها نسبة 7.8%، نصفها يستخدمها أحياناً، ولا يكتب بها أي مبحوث بصفة دائمة.
 - ✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: الأغلبية (86.3%) لا يستخدمونها أبداً، وتستخدمها فقط نسبة 13.7%، من بينهم 1.4% يكتبون بها دائماً ونفس النسبة يستخدمونها غالباً.
 - ✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: لا تكتب أغلبية هذه الفئة (88.7%) بها إطلاقاً، في حين تستخدمها نسبة 11.3%، من بينهم 1.4% يكتبون بها دائماً ونفس النسبة يستخدمونها غالباً.
 - ✓ أكثر من خمس ساعات: ولا تكتب أيضاً أغلبية هذه الفئة (86.7%) بها أبداً، في حين تستخدمها نسبة 13.3%، من بينهم 1.1% يكتبون بها دائماً.
- وبلغت قيمة χ^2 6.881، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.961 وهي أكبر من 0.05، إذن لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفّح واستخدام الأمازيغية بحروف أجنبية على "فيس بوك" من طرف المبحوثين.
- ونستخلص من هذا الجدول أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة الاستخدام ونوع اللغة التي يستخدمها المبحوثون على شبكة الفيس بوك".

جدول رقم (55): يوضّح الفئات التي يكتب معها المبحوثون باللغة العربية

النسبة	التكرارات	الفئات
32,1	89	فئة الأساتذة (الأكاديميين)
14,8	41	فئة الزملاء
10,1	28	فئة الأهل
18,8	52	فئة الأصدقاء
24,2	67	فئة الأصدقاء الافتراضيين من دول عربية
100,0	277	المجموع

توضّح نتائج الجدول أعلاه أنّ فئة الأساتذة حظيت بأكثر نسبة من نسب اختيارات الفئات التي يكتب معها المبحوثون باللغة العربية؛ حيث قدرت بـ 32.1%.

وتعتبر هذه النتيجة منطقية إلى حدّ كبير؛ كون المبحوثين من الشّباب الجامعي، وكون اللغة العربية هي لغة تعليم أغلبهم (كما أثبتته نتائج الجدول رقم 03)، بالإضافة إلى اعتبار فئة الأساتذة من الفئات الرّاقية، التي ينبغي اختيار لغة تخاطب تناسب مستواهم احتراماً لهم. كذلك لكون اللغة العربية لغة خطاب رسمي؛

أي تكون بين الأشخاص الذين تتميز علاقتهم بالطابع الرسمي نوعا ما، والعلاقة بين الأساتذة وطلبتهم يغلب عليها هذا الطابع، إلا فيما ندر.

كما أوضحت النتائج أنّ فئة الأصدقاء الافتراضيين من دول عربية حظيت بنسبة مرتفعة من نسب اختيارات الفئات التي يكتب معها المبحوثون باللغة العربية؛ حيث قدرّت بـ 24.2%.

وتُعزى هذه النتيجة لخاصية اللغة العربية التي تجمع بين الدول العربية، وأيضا لكونها مفهومة لدى كل شعوب هذه المنطقة بالرغم من تعدد لهجاتها، بالتالي يستخدمها المبحوثون مع أصدقائهم العرب لتجاوز مشكلة عدم فهم اللهجات، خاصة بين الذين لا يتقنون اللغات الأجنبية.

أما باقي الفئات التي يستخدم معها المبحوثون اللغة العربية في التواصل، فقد جاءت بنسب متقاربة ومندنية، كفئة الأصدقاء (18.8%)، وفئة الزملاء (14.8%)، وأخيرا فئة الأهل بنسبة 10.1%، والتي اعتبرها شخصيا نسبة مرتفعة؛ لأنه يندر فعلا أن نجد شابا جزائريا يتحدث مع أهله بلغة عربية، حتى ولو على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (56): يوضح أسباب كتابة المبحوثين باللغة العربية على "فيس بوك"

النسبة	التكرارات	الأسباب
15,2	38	لأنني أتقنها
4,8	12	أتباهى بمعرفتها
24,0	60	لأنها اللغة الوطنية
17,6	44	لأنني تعودت على استخدامها
2,4	6	لأنني لا أعرف لغات أخرى
14,8	37	لأن أغلب معارفي الـ"فيسبوكيين" يتعاملون بها
21,2	53	لأنني أعتز بعروبتي وأحاول تجسيدها في تعاملاتي
100,0	250	المجموع

توضح نتائج الجدول أعلاه أنّ أكثر المبحوثين يكتبون باللغة العربية على "فيس بوك" لأنها اللغة الوطنية، حيث قدرّت نسبة هذا الاختيار بـ 24% من مجموع الخيارات المطروحة.

وتوافقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة للباحثة "شريفة بريجة"¹، التي أكدت أن 98.12% من الشباب الجزائري، لديهم موقف إيجابي من استعمال اللغة العربية، حيث أن أكبر نسبة منهم (26.41%) تستخدمها لأنها اللغة الوطنية.

وجاء هذا السبب في المرتبة الثالثة في دراسة الباحث "الباز محمد محمد توفيق"²؛ أين قُدرت نسبته بـ 22.22% من مجموع التكرارات.

وأوضح الجدول أيضا أن "اعتزاز المبحوث بعرويته ومحاولة تجسيدها في تعاملاته" من أكثر الأسباب التي جعلته يتعامل باللغة العربية على "فيس بوك"، حيث قُدرت نسبتها بـ 21.2%.

وتوافقت أيضا هذه النتيجة مع نتيجة دراسة "شريفة بريجة"؛ حيث عبرت نسبة معتبرة من المبحوثين، مقدرة بـ 14.32% بأنهم يستعملون هذه اللغة لأنها رمز الهوية العربية.

وفي الحقيقة لا أنكر تفاجئي بهذه النتيجة، فلطالما مرّ على مسامعي أنّ الشباب الجزائري لا يحب كلّ ما يمت للعروبة من صلة، وينعت هذه اللغة بكلّ مواصفات التخلف، ويحملها أسباب التراجع الذي تعرفه الجزائر وفي كلّ المجالات. ونتيجة كهذه تفنّد كلّ الادعاءات السابقة، وتقودنا لاستنتاج أنّ الشباب الجزائري معتزّ بلغته العربية.

وتنوّعت الأسباب الأخرى لاستعمال المبحوثين للغة العربية على "الفيس بوك"، من التّعود على استخدامها، إتقانها، أو لأنّ أغلب معارف المبحوثين الفيسبوكيين يتعاملون بها، إلى التّباهي بمعرفتها.

وبالمقارنة مع نتائج دراسة الباحث "الباز محمد محمد توفيق"، نجد أنّ السبب الأوّل لاستعمال هذه اللغة لدى الشباب المصري هو التّعود على استخدامها (38.89%)، والتّباهي بمعرفتها في المرتبة الثانية (27.72%). وهذه النتيجة تقودنا للقول بأنّ الشباب الجامعي المصري أكثر تعوداً على استخدام اللغة العربية، وأكثر تباهايا بمعرفتها من الشباب الجامعي الجزائري.

غير أنّ أدنى نسبة مسجّلة من الخيارات (2.4%)، تعود لسبب أنّ المبحوثين "لا يعرفون لغات أخرى غيرها"، وهذا يدلّ على أنّ الأغلبية الساحقة من الشباب الجزائري الجامعي يعرف لغات أجنبية، قد لا يصل مستوى المعرفة حدّ الإتقان، لكن يبدو أنّ الأبجديات موجودة لديهم.

وتوافقت هذه النتيجة الأخيرة مع نتيجة دراسة الباحث "الباز محمد محمد توفيق"؛ حيث أثبت أنّ آخر سبب جعل الشباب المصري يستعمل هذه اللغة في هذا الموقع هو "قلّة المعرفة بغيرها"، حيث قُدرت نسبتها

¹ شريفة بريجة، مرجع سبق ذكره، ص 186.

² الباز محمد محمد توفيق، مرجع سبق ذكره، ص 219.

ب.11%؛ مما يدلّ على أنّ الشّباب المصري والجزائري يعرفان لغات أخرى غير اللغة العربية، وهو مظهر من مظاهر التّفوّح على ثقافات أخرى.

نستنتج من هذا الجدول أنّ الشّباب الجامعي الجزائري عيّنة الدّراسة يستخدمون اللغة العربية على الـ"فيس بوك" لأنّها اللغة الوطنية ولأنّهم معتزون بها، وهذا مؤشّر على تمسّك المبحوثون بعنصر هام من عناصر هويتهم الثقافية، ألا وهو اللغة العربية.

جدول رقم (57): يوضّح التّغييرات التي حصلت للمبحوثين على مستوى اللغة العربية منذ استخدامهم لهذا الموقع

التّغييرات	التكرارات	النّسبة
تحسّنا في مستوى إتقانك للغة العربية	119	29,7
تراجعا في مستوى معرفتك باللغة العربية	32	8,0
لم يتغيّر مستوى معرفتك باللغة العربية	250	62,3
المجموع	401	100,0

يوضّح الجدول أعلاه أنّ أغلبية المبحوثين (62.3%) لم يتغيّر مستوى معرفتهم باللغة العربية منذ استخدامهم لموقع "فيس بوك"؛ بمعنى أنّ مستواهم قبل وبعد استخدام الشبكة بقي على حاله (لا تحسّن ولا تراجع).

كما يوضّح الجدول أنّ نسبة 29.7% من المبحوثين عرفوا تحسّنا في مستوى لغتهم العربية منذ استخدامهم لهذا الموقع؛ وقد يعود هذا الأمر لمستوى من يتعاملون مع هذه النّسبة من المبحوثين من أساتذة، وأصدقاء يتقنون اللغة العربية كما أوضحت نتائج الجدول رقم (55)، وبالتالي حدثت عملية التّأثر وتحسّن خلالها مستوى المبحوثين.

في حين عرفت أدنى نسبة من المبحوثين (08%) تراجعاً في مستوى معرفتها باللغة العربية؛ وقد يعود هذا الأمر لعدم استعمال هذه اللغة في تواصلهم، واكتفائهم بالعامية أو اللغات الأجنبية، وبالتالي حتى القدر البسيط الذي كان بحوزتهم عن اللغة تراجع بسبب كثرة الاعتماد على لغات أخرى، سواء في تعليمهم، أو في حياتهم اليومية، أو حياتهم الافتراضية على "فيس بوك".

من خلال هذا الجدول نقول أنّ نسبة الأغلبية من المبحوثين (62.3%) لم يحدث لهم تغيير، في حين حدث التّغيير لنسبة 37.7% منهم.

جدول رقم (58): يوضّح العلاقة بين التّغييرات التي حصلت للمبحوثين على مستوى اللغة العربية ومتغيّر الجنس

المجموع	لم يتغيّر مستوى معرفتك باللغة العربية		تراجعا في مستوى معرفتك باللغة العربية		تحسّنا في مستوى إتقانك للغة العربية		النسبة	التكرار	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
100	63.2	79	7.2	09	29.6	37		ذكر	
100	62	171	8.3	23	29.7	82		أنثى	
100	62.3	250	08	32	29.7	119		المجموع	
مستوى الدّالة 0.923		درجة الحرّية 2			كا ² 0.160				

يوضّح الجدول أعلاه العلاقة بين التّغييرات التي حصلت للمبحوث على مستوى اللغة العربية ومتغيّر الجنس؛ حيث نلاحظ أنّ أغلبية الذّكور (63.2%) لم يحدث لهم أيّ تغيير في مستوى إتقانهم للغة العربية منذ استخدامهم لشبكة الـ"ايفيس بوك"، وأدنى نسبة منهم (62%) عرفت تراجعاً في مستوى معرفتها باللغة العربية. وتقريباً نفس النتائج بخصوص فئة الإناث، وبما أنّ قيمة كا² هي 0.160 عند درجة حرّية قيمتها 2، ومستوى الدّالة الإحصائية (0.923) أكبر من 0.05؛ فإنّه لا توجد علاقة دالّة إحصائية بين التّغييرات التي حصلت للمبحوث على مستوى اللغة العربية ومتغيّر الجنس.

جدول رقم (59): يوضّح العلاقة بين التّغييرات التي حصلت للمبحوثين على مستوى اللغة العربية ومتغيّر نوع التخصّص

المجموع	لم يتغيّر مستوى معرفتك باللغة العربية		تراجعا في مستوى معرفتك باللغة العربية		تحسّنا في مستوى إتقانك للغة العربية		النسبة	التكرار	الإجابات
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
100	61.2	189	8.1	25	30.7	95		تخصّصات أدبية	
100	67	59	8	07	25	22		تخصّصات علمية	
100	50	02	00	00	50	02		تخصّصات أخرى	
100	62.3	250	08	32	29.7	119		المجموع	
مستوى الدّالة 0.712		درجة الحرّية 4			كا ² 2.127				

يوضّح الجدول أعلاه العلاقة بين التّغييرات التي حصلت للمبحوث على مستوى اللغة العربية ومتغيّر نوع التخصّص؛ حيث نلاحظ أنّ أغلبية المبحوثين (67%) من ذوّو التخصّصات العلمية لم يحدث لهم أيّ تغيير في مستوى معرفتهم باللغة العربية منذ استخدامهم لشبكة الـ"ايفيس بوك"، وأدنى نسبة من مفردات العينة

(8%) عرفت تراجعاً في مستوى معرفتها باللغة العربية كانت أيضاً من مبحوثي التخصصات العلمية. وتقريباً نفس النتائج بخصوص التخصصات الأخرى، وبما أن قيمة χ^2 هي 2.127 عند درجة حرية قيمتها 4، ومستوى الدلالة الإحصائية (0.712) أكبر من 0.05؛ فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين التغيرات التي حصلت للمبحوث على مستوى اللغة العربية ومتغير نوع التخصص.

جدول رقم (60): يوضح العلاقة بين التغيرات التي حصلت للمبحوثين على مستوى اللغة العربية ومتغير نوع لغة التعليم

المجموع	لم يتغير مستوى معرفتك باللغة العربية		تراجعا في مستوى معرفتك باللغة العربية		تحسناً في مستوى إتقانك للغة العربية		الإجابات	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
اللغة العربية	100	309	61.2	177	7.3	21	31.5	91
اللغة الإنجليزية	100	88	57.1	16	10.7	03	32.1	09
اللغة الفرنسية	100	04	67.9	57	9.5	08	22.6	19
المجموع	100	401	62.3	250	08	32	29.7	119
مستوى الدلالة 0.546		درجة الحرية 4				3.071 χ^2		

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين التغيرات التي حصلت للمبحوث على مستوى اللغة العربية ومتغير نوع لغة التعليم؛ حيث نلاحظ أن أغلبية المبحوثين (67.9%) من المتدربين باللغة الفرنسية لم يحدث لهم أي تغيير في مستوى معرفتهم باللغة العربية منذ استخدامهم لشبكة الـ"فايس بوك"، وأدنى نسبة من مفردات العينة (7.3%) عرفت تراجعاً في مستوى معرفتها باللغة العربية كانت من المبحوثي الذين يدرسون باللغة العربية. وبما أن قيمة χ^2 هي 3.071 عند درجة حرية قيمتها 4، ومستوى الدلالة الإحصائية (0.546) أكبر من 0.05؛ فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين التغيرات التي حصلت للمبحوث على مستوى اللغة العربية ومتغير نوع لغة التعليم.

جدول رقم (61): يوضح العلاقة بين التغيرات التي حصلت للمبحوثين على مستوى اللغة العربية ومتغير المنطقة السكنية

المجموع	لم يتغير مستوى معرفتك باللغة العربية		تراجعا في مستوى معرفتك باللغة العربية		تحسنا في مستوى إتقانك للغة العربية		الإجابات	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
100	93	36.4	59	7.5	07	29	27	الجزائر
100	07	71.4	05	14.3	01	14.3	01	تيازة
100	10	70	07	00	00	30	03	سطيف
100	02	00	00	00	00	100	02	بسكرة
100	38	50	19	10.5	04	39.5	15	قسنطينة
100	08	75	06	12.5	01	12.5	01	سكيكدة
100	212	66	140	7.1	15	26.9	57	أم البواقي
100	04	25	01	25	01	50	02	تبسة
100	04	75	03	00	00	25	01	جيجل
100	02	100	02	00	00	00	00	خنشلة
100	09	44.4	04	22.2	02	33.3	03	ميلة
100	07	42.9	03	00	00	57.1	04	سوق أهراس
100	02	00	00	00	00	100	02	بجاية
100	03	33.3	01	33.3	01	33.3	01	عنابة
100	401	62.5	250	08	32	29.7	119	المجموع
مستوى الدلالة 0.298			درجة الحرية 26			كا ² 29.289		

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين التغيرات التي حصلت للمبحوث على مستوى اللغة العربية ومتغير المنطقة السكنية؛ حيث نلاحظ أن قيمة كا² هي 29.289 عند درجة حرية قيمتها 26، ومستوى الدلالة الإحصائية (0.298) أكبر من 0.05؛ أي لا توجد علاقة دالة إحصائية بين التغيرات التي حصلت للمبحوث على مستوى اللغة العربية ومتغير المنطقة السكنية.

جدول رقم (62): يوضّح اتجاهات المبحوثين نحو استخدام اللغة العربية على "فيس بوك"

الرقم	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		متوسط الشدة
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
01	27.4	110	22.4	90	43.1	173	02.2	09	04.4	19	3.65
02	32.7	131	34.2	137	27.7	111	05.5	22	00	00	3.94
03	30.4	122	42.1	169	14.2	57	12.7	51	05	02	3.89
04	15	60	16.7	67	30.9	124	12.7	51	24	99	3.15
05	18	72	62	249	12.2	49	06.7	27	01	04	3.89
06	43.1	173	38.9	156	17	68	01	04	00	00	4.24
07	04	16	07.7	31	35.7	143	35.7	143	17	68	2.46
08	20.2	81	61.1	245	11.7	47	05.2	21	01.7	07	3.92
09	08.2	33	38.7	155	35.7	143	10.2	41	07.2	29	3.30

يوضّح الجدول أعلاه اتجاهات المبحوثين نحو استخدام اللغة العربية على "فيس بوك"، حيث حاولنا معرفة هذه الاتجاهات من خلال عدّة عبارات نعرضها كالآتي:

✓ العبارة الأولى: أحرص وأشجع على السلامة اللغوية في الكتابة على "فيس بوك" بالفصحى:

بيّنت النتائج أنّ نصف المبحوثين (49.8%) موافقون على العبارة السابقة؛ حيث وافق 27.4% منهم بشدة، واكتفت نسبة 22.4% بالموافقة عليها. في حين رفضت نسبة الأقلية من مفردات عينة الدراسة (6.6%) هذه العبارة؛ حيث رفضتها نسبة 4.4% بشدة، واكتفت نسبة 2.2% بالرّفص. وفضّلت نسبة 43.1% منهم الحياد، وعدم الإدلاء برأيها.

وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه 3.65%، معبراً عن اتجاه إيجابي قوي نحو هذه العبارة.

واتّفقت نتيجة هذه العبارة مع نتيجة الدراسة السابقة للباحث "الباز محمد محمد توفيق"¹، حيث أثبت أنّ الأغلبية الساحقة من الشباب المصري عيّنة دراسته يحرصون السلامة اللغوية، في حين لا تفعل ذلك نسبة 5.56% فقط.

* 01 09 تمثّل العبارات الآتية:

- 01: أحرص وأشجع على السلامة اللغوية في الكتابة على "فيس بوك"
- 02: أدرك أهمية استخدام اللغة العربية أثناء الكتابة على فيس بوك.
- 03: تعتبر اللغة العربية لغة ضرورية للتواصل عبر فيس بوك.
- 04: أتعصب للغة العربية في كتاباتي على فيس بوك.
- 05: اللغة العربية مناسبة للتواصل عبر الموقع، لكن يجب تحديثها بما يتماشى وتكنولوجيا العصر.
- 06: من شأن اللغة العربية على موقع فيس بوك المحافظة على الهوية.
- 07: يجب التواصل باللغة العربية الفصحى فقط عبر الموقع.
- 08: اللغة العربية وحدها لا تكفي للتواصل عبر موقع فيس بوك.
- 09: ساهمت كثافة استخدامي للموقع في رفع مستواي المعرفي باللغة العربية.

✓ العبارة الثانية: أدرك أهمية استخدام اللغة العربية أثناء الكتابة على "فيس بوك":

أوضحت النتائج أن أكثر من ثلثي المبحوثين (66.9%) موافقون على العبارة السابقة؛ أي أنهم مدركون لأهمية استخدام اللغة العربية أثناء كتابتهم على "فيس بوك"؛ حيث أن 32.7% موافقون بشدة، و34.2% اکتفوا بالموافقة. وفضلت نسبة 27.7% منهم الحياد حيال هذه العبارة، ورفضت نسبة ضئيلة (5.5%) هذه العبارة.

وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه 3.94%، معبراً عن اتجاه إيجابي قوي نحو هذه العبارة. ومعنى هذا أن الشباب الجامعي الجزائري واع بأهمية اللغة العربية في الحفاظ على هويته، لذا يستخدمونها في هذا الفضاء، محاولة منهم لفرض لغتهم، فهم مدركون لحقيقة الصراع اللغوي الموجود في عالم اليوم، وأن أحد سبل المقاومة والبقاء الهوياتي هو الإيمان التام بأهمية عنصر اللغة في الهوية.

واتفقت نتيجة هذه العبارة مع نتيجة الدراسة السابقة للباحث "بدر الدين بلعباس"² حيث أثبت أن أغلبية الشباب الجامعي الجزائري (44.44%) يدرك أهمية استخدام اللغة العربية أثناء الكتابة على فيس بوك، و28.63% لا يدركون ذلك.

✓ العبارة الثالثة: تعتبر اللغة العربية لغة ضرورية للتواصل عبر "فيس بوك":

أوضحت النتائج أن أغلبية المبحوثين (72.5%) موافقون على العبارة، ويرون بأن اللغة العربية ضرورية للتواصل عبر الـ"فيس بوك"، حيث وافق على ذلك وبشدة 30.4% منهم، واکتفت نسبة 42.1% بالموافقة. في حين رفضت نسبة 17.7% هذه العبارة، ورأوا أن اللغة العربية غير ضرورية للتواصل عبر هذا الفضاء، واکتفت نسبة 14.2% منهم بالحياد.

وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه 3.89%، معبراً عن اتجاه إيجابي قوي نحو هذه العبارة.

✓ العبارة الرابعة: أتعبب للغة العربية في كتاباتي على "فيس بوك".

بيّنت النتائج أن اتجاهات المبحوثين نحو هذه العبارة تقاربت بين الموافقة والحياد، حيث عبرت نسبة 31.7% منهم عن الموافقة، وعبرت نسبة مقاربة (30.9%) عن حيادها اتجاه هذه العبارة. فيما رفضت النسبة القليلة المتبقية من المبحوثين (17.7%) هذه العبارة، وعبروا أنهم لا يتعصبون للغة العربية في كتاباتهم على الـ"فيس بوك".

¹ الباز محمّد محمّد توفيق، مرجع سبق ذكره، ص 220.

² بدر الدين بلعباس، مرجع سبق ذكره، ص 222.

وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه 3.15%، معبراً عن اتجاه إيجابي نحو هذه العبارة؛ وهذه نتيجة منطقية بالرجوع إلى إجاباتهم على العبارات السابقة؛ أي أنهم بهذا يؤكدون على وعيهم بأهمية اللغة، بل وحتى يتعصبون لها.

واختلفت نتيجة هذه العبارة مع نتيجة الدراسة السابقة للباحث "بدر الدين بلعباس"؛ حيث أثبت أن نصف الطلبة الجامعيين عينة دراسته لا يتعصبون للغة معينة على الـ"فيس بوك" حتى لو كانت اللغة العربية، فالمهم لديهم التّواصل وليكن بأيّ لغة.

✓ العبارة الخامسة: اللغة العربية مناسبة للتواصل عبر الموقع، لكن يجب تحديثها بما يتماشى وتكنولوجيا العصر.

أوضحت النتائج أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين (80%) موافقون على أن اللغة العربية مناسبة للتواصل عبر موقع الـ"فيس بوك"، لكن يجب تحديثها بما يتماشى وتكنولوجيا العصر؛ حيث عبرت نسبة 62% عن موافقتهم، و18% عن شدة موافقتهم. فيما رفضت أقل نسبة من المبحوثين ذلك (7.7%)، معتبرين أن هذه اللغة غير مناسبة للتواصل في هذا الفضاء، واكتفت نسبة 12.2% بالحياد.

وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه 3.89%، معبراً عن اتجاه إيجابي قوي نحو هذه العبارة.

✓ العبارة السادسة: من شأن اللغة العربية على موقع "فيس بوك" المحافظة على الهوية.

أوضحت النتائج أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين (82%) موافقون على أن اللغة العربية على الـ"فيس بوك" من شأنها أن تحافظ على الهوية؛ حيث كانت نسبة الموافقين بشدة على ذلك 43.1%، والموافقون 38.9%. واكتفت نسبة 17% منهم بالحياد، فيما رفضت نسبة تكاد تكون مهملة (1%) العبارة. وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه 4.24%، معبراً عن اتجاه إيجابي قوي جداً نحو هذه العبارة؛ مما يؤكد على أهمية اللغة العربية في الحفاظ على هوية المبحوثين.

✓ العبارة السابعة: يجب التواصل باللغة العربية الفصحى فقط عبر الموقع:

بيّنت النتائج أن نصف المبحوثين (52.7%) يرفضون حصر التّواصل باللغة العربية الفصحى عبر موقع الـ"فيس بوك"، وفضل ثلث المبحوثين (35.7%) الحياد اتجاه العبارة، ووافقت نسبة 11.7% على العبارة.

وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.46%، معبراً عن اتجاه سلبي ضعيف نحو هذه العبارة.

✓ العبارة الثامنة: اللغة العربية وحدها لا تكفي للتواصل عبر موقع "فيس بوك".

بيّنت النتائج أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين (81.3%) موافقون على أن اللغة العربية وحدها لا تكفي للتواصل عبر موقع "فيس بوك"، ورفضت أدنى نسبة منهم (7%) ذلك، فيما اكتفى 11.7% منهم بالحياد.

وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه 3.92%، معبراً عن اتجاه إيجابي قوي نحو هذه العبارة، مما يدل على مصداقية المبحوثين في إجاباتهم على العبارة السابقة، وأنهم بالرغم من إدراكهم لضرورة استخدام اللغة العربية في هذا الموقع للحفاظ على هويتهم، إلا أنهم يقرّون بأنها غير كافية لوحدها، لأنّ فضاء الـ"فيس بوك" ليس مفتوحاً على المجال المحلي فقط، أين يفهم كلّ المستخدمون نفس اللغة، بل هو فضاء عالمي، تختلف فيه اللغات باختلاف جنسيات الصداقات، بالتالي لا بدّ من التّوّع في استخدام اللغات الأخرى لتحقيق تواصل أحسن.

✓ العبارة التاسعة: ساهمت كثافة استخدامي للموقع في رفع مستواي المعرفي باللغة العربية.

وضّحت النتائج أنّ نسبة الأغلبية من المبحوثين (47%) موافقون على العبارة، وأنّ كثافة استخدامهم لموقع الـ"فيس بوك" ساهمت في رفع مستواهم المعرفي باللغة العربية، وعبرت نسبة 17.7% عن رفضها لهذه العبارة، وبقي ثلث المبحوثين محايدين اتجاهها.

وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه 3.30%، معبراً عن اتجاه إيجابي نحو هذه العبارة.

ونستخلص من هذا الجدول أنّ اتجاهات الشّباب نحو استخدام اللغة العربية على "فيس بوك" إيجابية؛ حيث بلغ متوسط الشّدة للعبارات ككل 3.60.

جدول رقم (63): يوضّح أسباب عدم كتابة المبحوثين باللغة العربية في حساباتهم على "فيس بوك"

النسبة	التكرارات	الأسباب
2,1	10	لأنني لا أعرفها
39,6	188	لأنني لم أعود فقط على استخدامها في خطابي اليومي
20,2	96	لأنّ معارفي الفيسبوكيين لا يتعاملون بها
1,3	6	لأنني اعتبرها لغة متخلفة وليست لغة عصر التكنولوجيا
2,5	12	لأنني أخاف أن ينظر إليّ معارفي الفيسبوكيين على أنني غير متحضر إن تعاملت بها
5,5	26	لأنني أشعر بالتميز عند استخدام اللغات الأجنبية
28,8	137	لأنّ الكتابة بحروف أجنبية أسرع
100,0	475	المجموع

يوضّح الجدول أعلاه أنّ "عدم تَعوّد المبحوثين على استخدام اللغة العربية في خطابهم اليومي" يُعدّ أكثر الأسباب التي جعلت المبحوثين يعزفون عن استخدام هذه اللغة في حواراتهم عبر الـ"فيس بوك"، حيث بلغت نسبة هذا السبب 39.6% من مجموع الخيارات.

وتعدّ هذه النتيجة منطقية، بالنظر إلى أن استخدامات اللغة العربية في الجزائر محدودة في أماكن وظروف محدّدة، كما سبقت الإشارة إليه.

وتوافقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الباحثة "منال قناوي"¹، التي أثبتت أن أغلبية المبحوثين (37.28%) لا يستخدمون هذه اللغة لهذا السبب (عدم الاعتياد على استخدام الفصحى خارج التعليم والعمل).

والسبب الثاني الذي جعل المبحوثين يعزفون عن استخدام هذه اللغة في هذا الفضاء يكمن في "أن الكتابة بحروف أجنبية أسرع"، حيث قدّرت نسبته بـ(28.8%) من مجموع الخيارات.

وتعود السرعة في الكتابة بحروف أجنبية لعدم تعود المبحوثين على الكتابة بحروف عربية، وبالتالي يعدّ هذا السبب نتيجة منطقية للسبب الأول.

وتوافقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الباحثة "منال قناوي"، التي أثبتت أن نسبة 12.20% من الأسباب تعود لسهولة التعبير باللغة الأجنبية.

وآخر سبب حال دون استخدام المبحوثين لهذه اللغة هو "أنهم يعتبرونها لغة متخلفة وليست لغة عصر التكنولوجيا"، حيث قدّرت نسبته بـ1.3%؛ ممّا يوكدّ أن المبحوثين يقدرّون هذه اللغة حتّى لو لم يستعملوها، ونتائج الأسباب الأخرى التي ذكرها المبحوثون تندعم هذا التفسير؛ حيث كانت نسبة من "يخافون أن ينظر إليهم معارفهم على أنهم غير متحضّرين إن تعاملوا بها" متدنّية جدّا (2.5%)؛ أي أنه لا تهمهم النظرة المتدنّية من الآخرين لو استعملوا هذه اللغة، وكانت نسبة من "يشعرون بالتمييز عند استخدام اللغات الأجنبية" أيضا متدنّية (5.5%)؛ أي أن استخدام اللغات الأجنبية أو اللغة العربية سواء لديهم من حيث الاعتزاز.

وتتنقّق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الباحثة "منال قناوي"؛ التي أثبتت أن أدنى نسبة من مبحوثيها (1.92%) اختارت هذه السبب (اعتبار الأجنبية حضارة، وبمعنى تقريبي: اللغة العربية ليست لغة حضارة).

في حين تختلف مع دراسة الباحثة "سليمة فيلاي"²؛ حيث أن 90.14% من أفراد العينة يرون أن اللغة العربية لا تواكب العصر، ممّا يدفعهم إلى الاتجاه إلى اللغات الأجنبية.

ومن خلال النتائج السابقة، نستنتج أن الشباب الجامعي الجزائري يعتزّ باللغة العربية حتّى لو لم يكن يستخدمها في حياته اليومية، ممّا يدعّم نتائج الجدول رقم (56).

1.181

2 سليمة فيلاي، مرجع سبق ذكره، ص 177.

جدول رقم (64): يوضّح أسباب كتابة المبحوثين باللهجة العامية

النسبة	التكرارات	الأسباب
33,6	191	أنّها أكثر لهجة مستخدمة في الموقع
30,1	171	أنّها أسرع من ناحية الكتابة وفيها اختصارات
20,6	117	أنّها تعبّر بدقّة عن المشاعر
9,3	53	تغنييني عن التّفكير في مرادفات كالفصحى
4,9	28	كي أحافظ على لهجة منطقتي المحليّة وأسوّقها للآخرين
1,4	8	لأنّني لا أجيد الفصحى ولا اللغات الأجنبية
100,0	568	المجموع

يوضّح الجدول أعلاه أنّ استخدام المبحوثين للهجة العامية بسبب "أنّها أكثر لهجة مستخدمة في الموقع" يُعدّ من أكثر الأسباب لذلك، حيث بلغت نسبته (33.6%) من مجموع التكرارات، وهذا يدلّ على انتشارها الكبير بين مستخدمي "الفيس بوك" من الشباب، وأنّ أغلبية الأصدقاء الافتراضيين للمبحوثين يتعاملون بها.

وثاني أكثر سبب لهذا الاستخدام حسب المبحوثين هو أنّ هذه اللهجة تعتبر "أسرع من ناحية الكتابة وفيها اختصارات"، حيث بلغت نسبته 30.1% من مجموع التكرارات. وحسب ما أوردناه في الفصل النظري فإنّ من أسباب انتشار هذه اللهجة، هو أنّها لا تخضع لقواعد لغوية، وبالتالي تكون أسرع في الكتابة، لأنّها لا تحتاج إلى إعمال الفكر في المصطلحات والتراكيب اللغوية. وأيضا لاعتمادها الكبير على الاختصارات وحتى الأيقونات، ممّا يكسب المبحوثين وقتا على الشبكة، يتمّ استغلاله لزيادة مساحة التواصل مع أفراد آخرين.

ولأنّ هذه اللهجة "تعبّر بدقّة عن المشاعر" بحسب نسبة معتبرة من المبحوثين، كانت نسبة 20.6% من مجموع التكرارات مخصّصة لهذا السبب؛ فبحكم الاستخدام اليومي لها أصبحت هي اللهجة الأقرب إلى مشاعر المبحوثين، نظرا لغناها بالمفردات البسيطة التي تنقل مشاعرهم بكلّ سهولة، فالاستخدام الدائم والمكثّف يودّي بالضرورة إلى الغنى بالمفردات، نتيجة الحاجة إلى ابتكار ألفاظ معبرة عن المواقف والحالات التي يعيشها المبحوث، الذي يحتاج فقط إلى لغة تنقل مشاعره، لا لغة يستعرض فيها مهاراته اللغوية.

تمّ التطرق إليه في الفصل الخامس، ص 241.

واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة السابقة للباحث "الباز محمد محمد توفيق"؛ حيث بلغت نسبة هذا السبب "تعبيرها بدقة عن المشاعر" 33.33% من مجموع التكرارات.

وأدنى نسبة من المبحوثين (1.4%) تستخدم هذه اللهجة بسبب أنهم "لا يجيدون الفصحى ولا اللغات الأجنبية"، ما يدل على أن الأغلبية الساحقة من الشباب الجامعي الجزائري عينة الدراسة يعرف الفصحى واللغات الأجنبية، وهذا من متطلبات العصر.

واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة السابقة للباحث "الباز محمد محمد توفيق"؛ حيث كان سبب "قلة إجادة الفصحى" هو آخر سبب جعل الشباب المصري يكتب بالعامية؛ أين قدرت نسبته بـ7.94%.

جدول رقم (65): يوضح أسباب كتابة المبحوثين باللغة الأمازيغية على 'فيس بوك'

النسبة	التكرارات	الأسباب
11,4	8	لأنك تتقنها
48,6	34	تعتبرها لغة تعبر عن أصالة انتمائك
20,0	14	تحاول التعريف بها من خلال هذا الموقع
17,1	12	تحاول الحفاظ عليها من خلال استخدامها المتواصل عبر هذا الموقع
2,9	2	أسرع في كتابتها من بقية اللغات واللهجات
100,0	70	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن اللغة الأمازيغية "لغة يعبر بها المبحوثون عن أصالة انتمائهم" من أكثر الأسباب التي جعلتهم يكتبون بها على هذا الموقع، حيث قدرت نسبتها بحوالي النصف من مجموع الخيارات (48.6%)؛ فهم بذلك يقولون نحن أمازيغ، ونعتر بهويتنا، ونحاول أن نكتب بلغتها، تعبيرا منا عن فخرنا بها.

وثاني سبب للكتابة بها حسب المبحوثين، يعود إلى أنهم "يحاولون التعريف بها من خلال هذا الموقع"، حيث قدرت نسبة هذا السبب بـ20% من مجموع التكرارات؛ وهذا أمر منطقي بالعودة إلى السبب الأول؛ فمن يعتز بلغته ويعتبرها انتماؤه، فالأكيد أنه سيعمل على نشرها والتعريف بها في مختلف الفضاءات العمومية ومنها الفضاء الإلكتروني، ولن يجد أكبر من الـ"فيس بوك" كفضاء للتعريف بها.

وتعتبر "محاولة الحفاظ على اللغة الأمازيغية من خلال استخدامها المتواصل عبر هذا الموقع" ثالث سبب دفع المبحوثين للكتابة بها، حيث قدرت نسبته بـ17.1% من مجموع التكرارات، وأيضا تعتبر هذا

النتيجة تسلسلا منطقيا للسبب الأول؛ فمن يعتز بلغته، يحاول التعريف بها ومن ثمة الحفاظ عليها من محاطر الزوال المحدقة بها.

ونسبة ضئيلة من المبحوثين الذين يكتبون بهذه اللغة عبروا أنهم يفعلون ذلك فقط "لأنهم يتقنونها"؛ حيث قُدرت نسبة هذا السبب بـ 11.4%؛ بمعنى أنه لا علاقة لإحساسهم بالانتماء اتجاهها، بل فقط لأنهم يتقنونها.

وأدنى نسبة من المبحوثين، اختارت الكتابة بهذه اللغة بسبب " أنها أسرع في كتابتها من بقية اللغات واللهجات"، حيث قُدرت نسبة هذا السبب بـ 2.9%؛ الأمر الذي يؤكد أنها ليست سريعة في الكتابة مقارنة ببقية اللغات إلا لدى من يتقنها وتعود استخدامها فقط.

ونستخلص من الجدول أن الاعتزاز بالهوية الأمازيغية من خلال لغتها، ومحاولة التعريف بها، والحفاظ عليها هي أهم الأسباب التي جعلت المبحوثين يكتبون بها على الـ"اقيس بوك"؛ وبالتالي نقول أنهم يحاولون الحفاظ على عنصر هام من عناصر الهوية الثقافية الجزائرية ضد الانصهار في مد العولمة.

جدول رقم (66): يوضح أسباب كتابة المبحوثين باللغة الأجنبية على حساباتهم

النسبة	التكرارات	الإجابة
9.2	47	الاعتقاد بأنها دليل على ثقافة عالية
32.8	167	السرعة في كتابتها
5.1	26	التقليد
18.3	93	سهولة استخدامها
7.7	39	احترام اللغات الأجنبية
18.5	94	مسايرة الجو العام
8.4	43	استخدام غالبية أصدقائي لها
100	509	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن السرعة في كتابة الحروف اللاتينية هي أكثر سبب جعل المبحوثين يكتبون باللغة الأجنبية على حساباتهم في الـ"اقيس بوك"؛ حيث قُدرت نسبة هذا السبب بـ 32.8% من مجموع الأسباب.

وقد تعود هذه النتيجة لاعتماد هؤلاء الباحثين على لغة إعدادات أجنبية منذ فترة ليست بالقصيرة، وبالتالي تعودوا على استخدام الحروف الأجنبية، وقد تعود أيضا لخط الباحثين بين الكتابة باللغة الأجنبية والكتابة بالحروف الأجنبية؛ وقد يقصدون أن كل من كتب بحروف لاتينية قد كتب بلغة أجنبية.

كما أن مسابرة الجو العام، وسهولة استخدام اللغات الأجنبية على شبكة التواصل "فيس بوك" من أهم الأسباب التي جعلت الباحثين يستخدمونها على حساباتهم، حيث بلغت نسبة السبب الأول 18.5% ، والثاني 18.3% من مجموع الأسباب؛ وقد تُعزى هذه النتيجة إلى شبكة الأصدقاء العالمية التي نسجها الباحثون عبر هذا الموقع، والتي تفرض عليهم استخدام اللغات الأجنبية كي يسهل التواصل، وبالتالي كثرة الاستخدام أدت إلى سهولته.

في حين جاءت نسب الأسباب الأخرى منخفضة، أدناها سبب التقليد، حيث قُدرت نسبته بـ 5.1% من مجموع الأسباب؛ أي أن أغلب الباحثين لا يحاولون تقليد من يكتب بالأجنبية، بل يحاولون أن يكونوا ذاتهم على الشبكة، وهذا في حد ذاته يؤكد اعتزازهم بذاتهم على الموقع.

جدول رقم (67): يوضح هل يفكر الباحثون باستخدام اللغة العربية في كتاباتهم على هذا الموقع

النسبة	التكرارات	الإجابة
76.47	26	نعم أفكر في استخدامها لاحقا
23.53	08	لا أنوي إطلاقا استخدامها في هذا الموقع
100	34	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن حوالي ثلاثة أرباع من لا يستخدمون اللغة العربية على الفيس بوك " (76.47%) يفكرون في استخدامها لاحقا؛ وإن دلت هذه النتيجة عن شيء إنما تدل عن أنهم معترضون بها حتى لو لم يستعملوها في الوقت الحالي، وأنهم تأثروا بها- ولو بشكل بطيء- منذ استخدامهم لهذا الموقع.

فيما لا تفكر نسبة 23.53% منهم في استخدامها أبدا؛ وهؤلاء ممن لهم موقف سلبي منها، وحتى أن كثافة استخدامهم للفيس بوك" لم تجعلهم يغيروا رأيهم بها.

وختلصة هذا الجدول أن الفيس بوك" عمل على غرس هذه اللغة في الباحثين حتى لو لم ينعكس ذلك على سلوكياتهم اتجاهها حاليا.

جدول رقم (68): يوضّح هل أثرت اللغة التي يتعامل بها المبحوثون في " فيس بوك " على لغة تواصلهم اليومي

النسبة	التكرارات	الإجابة
34.4	138	نعم
65.6	263	لا
100	401	المجموع

يوضّح الجدول أعلاه أنّ ثلثي المبحوثين (65.6%) لم تتأثر لغة تواصلهم اليومي باللغة التي يتعاملون بها على "فيس بوك"، بمعنى أنّهم يتواصلون في الـ"فيس بوك" بنفس المفردات والعبارات التي يتواصلون بها في حياتهم اليومية.

وتوافقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الباحثة "منال قناوي"، حيث أثبتت أنّ 70% من المبحوثين يتواصلون في الـ"فيس بوك" بنفس لغة التواصل اليومي.

في حين تأثرت لغة التّلت المتبقي منهم (34.4%)، وأصبح حديثهم اليومي على أرض الواقع لا يخلو من مفردات فيسبوكية، ولعلّ نتائج الجدول رقم (70) تدعم هذه النتيجة.

جدول رقم (69): يوضّح العلاقة بين كثافة التصفح ورأي المبحوثين في تأثير اللغة على هويتهم الثقافية

تأثير اللغة المستخدمة على الـ"فيس بوك" على هويتهم الثقافية		الإجابة				عدد ساعات التصفح
%	المجموع	لا		نعم		
		%	ت	%	ت	
25.69	103	65.04	67	34.95	36	أقلّ من ساعة
36.41	146	67.12	98	32.87	48	من ساعة إلى أقلّ من ثلاث ساعات
15.46	62	67.74	42	32.29	20	من ثلاث ساعات إلى أقلّ من خمس ساعات
22.44	90	62.22	56	37.77	34	من خمس ساعات فأكثر
100	401	100	263	100	138	المجموع
مستوى الدلالة 0.863		درجة الحرية 3				كا ² 0.745

يوضّح الجدول العلاقة بين كثافة التصفح ورأي المبحوثين في تأثير اللغة على هويتهم الثقافية؛ حيث نلاحظ أنّ ثلثي مستخدمي الموقع لأقلّ من ساعة يرون بأنّ تأثير اللغة المستخدمة في الـ"فيس بوك" سلبي

على هويتهم الثقافية، ونسبة الثلث فقط منهم ترى بأنه تأثير إيجابي. وثلثي المستخدمين لفترة تمتد من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات أيضا يرونه سلبيا، وثلثي المستخدمين من ثلاث إلى خمس ساعات يقولون بأنه تأثير سلبي، وأيضا ثلثي المستخدمين من خمس ساعات فأكثر تقريبا يرون أنه تأثير سلبي.

وبلغت قيمة χ^2 0.745، وبما أن الدلالة الإحصائية أكبر من 0.05، فلا توجد علاقة دالة إحصائية بين كثافة التصفح ورأي المبحوثين في تأثير اللغة على هويتهم.

جدول رقم (70): يوضح عبارات الـ"فيس بوك" التي يستخدمها المبحوثون في أحاديثهم اليومية على أرض الواقع

النسبة	التكرارات	العبارة
3.18	12	صديقي
12.20	46	يا خو
8.22	31	كاش جديد
2.38	9	ياخي شعب ياخي
2.12	8	ما علاباليش وما يهمنيش
9.01	34	Lol
4.24	16	مجمولي
2.65	10	مساووووو
2.12	8	صباحووووو
6.10	23	Les hommes
9.54	36	b8
1.59	6	ضرك نبارتاجيها في الفيسبوك
5.30	20	Mrc
5.57	21	2m1
9.28	35	b1
9.01	34	Slt
1.85	7	Hru
5.57	21	Cc
100	377	المجموع

يوضح الجدول أكثر عبارات الـ"فيس بوك" استخداما من طرف المبحوثين، ويمكن أن نقسمها وفق الأصل الجغرافي لها كالآتي:

- كلمات جزائرية:

- **ياخو:** أجابت عنها أكبر نسبة من المبحوثين (12.20%)، ومعناها "يا أخي"، وهي منتشرة في الوسط الجزائري، وخاصة منطقة الوسط. وليس المقصود بها الأخ بالمعنى الحرفي للكلمة، لكنّها طريقة لمناداة الآخر، تتضمّن نوعاً من كسر حاجز الرسمية في التعامل.
- **كاش جديد:** أجابت عنها نسبة (08.22%)، ومعناها "هل من جديد؟"، ويلاحظ أنّ نسبتها مرتفعة، نظراً لاستخدامها الدائم أوساط الشباب الجزائري، فبمجرد لقاء أحدهم على أرض الواقع، أوّل سؤال بعد التّحية هو "كاش جديد"، وانتقل ذلك إلى العالم الافتراضي بقوة، وأصبح ثاني سؤال يُطرح دائماً بعد التّحية. ولا يقصد به بالضرورة دائماً البحث عن الإجابة عن الجديد، لأنّه تحوّل إلى "عادة سؤالية" فقط.
- **صديقي:** أجابت عنها نسبة (03.18%)، تقال في حالة التّخاطب مع شخص غريب بطريقة لبقّة، تستعمل بدل كلمة "يا سيد"، "يا أخ"... إلى غير ذلك.
- **ياخي شعب ياخي:** أجابت عنها نسبة (02.38%)، وهي عبارة تهكمية، تدلّ على استياء قائلها من الشعب. و"الشعب" هنا ليس بالضرورة كلّ الشعب الجزائري، فقد يقصد به المحيطين بالمتهمّ.
- **ماعلاباليش وما يهمني:** أجابت عنها نسبة (02.12%)، ومعناها "لا أدري ولا يهمني".
- **ضرك نبارتاجيها في الفيسبوك:** أجابت عنها نسبة (01.59%)، ومعناها "سأشاركها في الفيس بوك"، وأصبحت متداولة أوساط الشباب في واقعهم الحقيقي، لمشاركة منشور معين ونشره على نطاق واسع.

- كلمات من المشرق العربي:

- **مساءووو:** أجابت عنها نسبة (02.65%)، وهي اختصار لعبارة مساء الخير، بحذف كلمة "الخير"، التي يبقى معناها ضمناً في حرف الواو المكرر، يستعملها الشباب العربي في المشرق كثيراً، ونقلها عنهم الشباب الجزائري الذي يكتب باللغة العربية على الفيس بوك، وحتى في المشرق جاءت على صياغة الكلمة الانجليزية (*evening*) اختصاراً لـ (*good evening*).
- **صباحووو:** أجابت عنها نسبة (02.12%)، مثل سابقتها، تختلف فقط في اللغة الإنجليزية؛ (*morning*) اختصاراً لـ (*good morning*).

- كلمات غربية:

- **LoL:** أجابت عنها نسبة (09.01%)، وهي اختصار للعبارة الانجليزية *Laugh out load*، بأخذ الحرف الأوّل من كلّ كلمة، ومعناها أضحك بصوت عال.
- **b1:** أجابت عنها نسبة (09.28%)، وهي اختصار للكلمة الفرنسية *bien*، بأخذ الحرف الأوّل (b) وتعويض باقي الحروف بالدلالة الصّوتية للرّم الذي يدلّ عليها وهو (1)، فأصبحت (b1)، ومعناها جيد، وتستعمل عادة في الإجابة على السّؤال كيف حالك؟ بدل الإجابة "بخير".

- **b8**: أجابت عنها ثاني أكبر نسبة من المبحوثين (09.54%)، وهي اختصار للكلمة الفرنسية *Bonne nuit*، التي تعني ليلة سعيدة بأخذ الحرف الأول (b) من الكلمة الأولى، وتعويض الكلمة الثانية بما يقابلها من دلالة صوتية لرقم في نفس اللغة "8".

- **Slit**: أجابت عنها نسبة (09.01%)، وهي اختصار للكلمة الفرنسية *Salut*، ومعناها مرحبا.

- **Hru**: أجابت عنها نسبة (09.28%)، وهي اختصار للعبارة الانجليزية *How are you*، بأخذ الحرف الأول من الكلمة الأولى، وتعويض الكلمة الثانية والثالثة بالحرف الذي يقابلها من دلالة صوتية.

- **cc**: أجابت عنها نسبة (05.57%)، وهي اختصار للكلمة الفرنسية *Coucou*، وتستعمل في الغالب كبديل لمرحبا إذا كان التواصل لأول مرة (بداية الحوار)، وفي حالة غياب أو تأخر طرف عن المحادثة، واستفقاد الطرف الآخر له، فيرسل له (cc). غير أن معناها الحقيقي في اللغة هو الوقواق أو الأبله، لكن يبدو أنه تم تحريف المعنى ليصبح مرحبا.

- **Les hommes**: أجابت عنها نسبة (06.10%)، ومعناها الرجال، وتستعمل في حالات الإعجاب والإكبار بموقف معين، حتى أنه يوصف بالرجولي، ومعناها باللهجة الجزائرية "رجلة".

- **2m1**: أجابت عنها نسبة (05.57%)، وهي اختصار للكلمة الفرنسية *Demain*، ومعناها غدا. وتم تعويض الجذر De بالرقم 2، وain بالرقم 1.

- **Mrc**: أجابت عنها نسبة (05.30%)، وهي اختصار للكلمة الفرنسية *Merci*، ومعناها شكرا، وتعتبر أكثر الكلمات الفرنسية تداولاً في الشارع الجزائري، إذ قلّمنا نسمع كلمة "شكرا"، وإن قيلت نلاحظ علامات الاستغراب على وجوه مستقبلها.

- **مجمولي**: أجابت عنها نسبة (04.24%)، وهي كلمة فرنسية بحروف عربية، من *J'aime*، ومعناها اعملوا لي إعجاب.

ونستخلص من هذه النتائج، أن الشباب الجزائري عينة الدراسة يستخدم العبارات والاختصارات الأجنبية أكثر من العبارات الجزائرية المحلية، وهذه الأخيرة أكثر حتى من العبارات العربية الآتية من دول عربية أخرى.

ويعود هذا الأمر لعدة أسباب قد يكون منها تعودهم على استخدام اللغة الفرنسية في تواصلهم، خاصة وأن أغليبتهم يعتمدون عليها كلغة إعدادات أجهزتهم (كما تم توضيحه في الجدول رقم 39)، وأيضا لهيمنة اللغة الفرنسية ومفرداتها في الشارع الجزائري، مما أدى إلى انتقالها إلى العالم الافتراضي والعودة منه إلى العالم الحقيقي، وأيضا لسهولة فهمها لدى أصدقائهم الافتراضيين والواقعيين على حدّ سواء، وسهولة

كتابتها أيضا، ما يؤكد الاتجاه الغربي في لغة تواصل المبحوثين، حتى لو أثبتت نتائج الجدول رقم (48) أن أغلب علاقات المبحوثين الافتراضية ذات طابع وطني أكبر من العلاقات ذات الطابع العالمي والعربي.

ومنه نقول أن الشباب الجزائري يستعمل في تواصله مع أصدقائه الافتراضيين المحليين مفردات غربية أكثر من المفردات المحلية أو العربية.

جدول رقم (71): يوضح كيف يرى المبحوثون دور اللغة التي يستخدمها الشباب على موقع "فيس بوك" في المحافظة على هويته الثقافية

النسبة	التكرارات	الإجابة
30,7	123	أساسيا
35,2	141	مكّلا
34,2	137	ليس لها أي دور
100,0	401	المجموع

عمدت الباحثة سؤال مبحثها حول الشباب بصفة عامة، وليس بالضرورة أن يجيبوا عن أنفسهم هم، بل عن الشباب الآخرين المحيطين بهم؛ وذلك لمتطلبات نظرية الغرس الثقافي، في مستويات القياس حيث يمكن النظر إلى متغير الغرس على مستويين هما: **المستوى الشخصي**، ويتضمن إصدار الفرد لأحكام، ومعتقدات حول استعداده لظاهرة ما، أو خوفه منها، وتقدير فرص الوقوع كضحية، **والمستوى الاجتماعي**، المتمثل في إصدار الفرد لأحكام ومعتقدات تتصل بآخرين، مثل تقدير وقوع أصدقائه ومعارفه وغيرهم ضحايا نحو هذه الظاهرة. وبالتالي، هدفت الباحثة من خلال هذا السؤال إلى قياس المستوى الثاني "المستوى الاجتماعي" من خلال إجابات المبحوثين.

يوضح الجدول أعلاه كيف يرى المبحوثون دور اللغة التي يستخدمها الشباب عموما على موقع "فيس بوك"، حيث يتبين من خلال النسب المتقاربة لآراءهم أنه ليست هناك نظرة واضحة لديهم حول هذا الدور، **فالثلث** منهم يرون بأن هذه اللغة الفيسبوكية لها دور **مكّمل** للحفاظ على هويته الثقافية من الزوال، **والثلث الثاني** يرى بأنه لا دور لها في ذلك، وأنها مجرد لغة تستعمل للتواصل فحسب، وأنها بعيدة أن تؤثر في عناصر الهوية الثقافية لديه. **والثلث الأخير** يرى بأن لها دورا **أساسيا** في الحفاظ على الهوية الثقافية، وهؤلاء ممن لم تؤثر لغة الفيس بوك في لغة تواصلهم على أرض الواقع، كما أوضحت نتائج الجدول

السابق، وربما يكمن هذا الدور في الانتشار الواسع لها، ومحاولات التعريف بها، ونقلها، بواسطة استغلال إمكانيات الشبكات الاليكترونية في دعم الهوية الثقافية من خلال عنصر اللغة.

ولم تتوافق نتيجة هذا الجدول مع نتائج الدراسة السابقة للباحث "الباز محمد محمد توفيق"¹؛ التي أثبتت أن 40% من الشباب الجامعي المصري يرى بأن هذا الدور منعدم، في حين يرى 35.2%، وأن 23% يرونه أساسيا.

جدول رقم (72): يوضح كيف يرى المبحوثون تأثير اللغة المستخدمة في "فيس بوك" على هويتهم الثقافية:

النسبة	التكرارات	الإجابة
12,5	50	سلبي
23,7	95	إيجابي
33,4	134	سلبي أحيانا وإيجابي أحيانا
30,4	122	لا سلبي ولا إيجابي
100,0	401	المجموع

وهذا السؤال أيضا أوردته الباحثة بناء على نظرية الغرس الثقافي، في مستوى القياس الشخصي، الذي يتضمن إصدار الفرد لأحكام، ومعتقدات حول استعداده لظاهرة ما، أو خوفه منها، وتقدير فرص الوقوع كضحية. وفي هذه الدراسة، ومن خلال هذا السؤال*، حاولت معرفة معتقدات المبحوثين حول آثار تصفح المبحوثين للشبكة أنموذج البحث على هويتهم؛ حيث يوضح الجدول أعلاه أن ثلث المبحوثين (33.4%) يرون بأن اللغة المستخدمة في "فيس بوك" تؤثر على هويتهم الثقافية بشكل سلبي أحيانا وبشكل إيجابي أحيانا أخرى، أي أن لها تأثير ما.

والثلث الآخر (30.4%) يرون بأنها لا تؤثر على هويتهم لا سلبي ولا إيجابا، ولا تعدو لغة للتواصل. وهاتين النتيجتين تدعمان نتائج الجدول السابق.

وحوالي ربع المبحوثين (23.7%) يرون بأنها تؤثر على هويتهم إيجابا، وما تبقى من نسبة ضئيلة (12.5%) يرون بأنها تؤثر سلبيًا، وسنوضح مظاهر هذا التأثير في الجداول اللاحقة.

¹ الباز محمد محمد توفيق، مرجع سبق ذكره، ص 239.

ومن خلال أسئلة مماثلة سترد في جداول لاحقة حول كل من عنصر الدين، التاريخ، والعادات والتقاليد.

وتختلف نتائج هذا الجدول قليلا مع نتائج الدراسة السابقة للباحث "الباز محمد محمد توفيق"؛ حيث ثبت أن أغلبية الشباب الجامعي المصري (36%) أثرت هذه اللغة سلبا على هويتهم، ونسبة 32% لم تؤثر لا سلبا ولا إيجابا، و27.3% أثرت عليهم إيجابا، ونسبة ضئيلة (4.5%) أثرت على هويتهم أحيانا بالسلب، وأخرى بالإيجاب.

جدول رقم (73): يوضح العلاقة بين كثافة التصفّح ورؤية المبحوثين لتأثير اللّغة المستخدمة في "فيس بوك" على هويتهم الثقافية

كيف يرى المبحوث دور اللغة المستخدمة على فيس بوك على هويته										الإجابة	
%	المجموع	لاسلي ولا إيجابي		سلي أحيانا وإيجابي أحيانا		إيجابي		سلي		عدد ساعات التصفّح	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	103	35	36	34	35	14.6	15	16.5	17	أقل من ساعة	
100	146	28.8	42	33.6	49	26.7	39	11	16	من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات	
100	62	27.4	17	33.9	21	27.4	17	11.3	07	من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات	
100	90	30	27	32.2	29	26.7	24	11.1	10	من خمس ساعات فأكثر	
100	401	30.4	122	33.4	134	23.7	95	12.5	50	المجموع	
مستوى الدلالة 0.558				درجة الحرية 9				كا ² 7.768			

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين كثافة التصفّح ورؤية المبحوثين لتأثير اللّغة المستخدمة في "فيس بوك" على هويتهم الثقافية، حيث نلاحظ أن أغلبية المبحوثين الذين يستخدمون الموقع لأقل من ساعة (35%) لا يرون أن هناك تأثيرا، لا إيجابيا ولا سلبيا، ونفس النسبة تقريبا (34%) ترى بأنه تأثير سلبي أحيانا وإيجابي أحيانا أخرى، في حين ترى أدنى نسبة (14.6%) منهم أنه تأثير إيجابي.

في حين عبّر ثلث المبحوثين المستخدمين لفترة تتراوح من الساعة إلى أقل من ثلاث ساعات (33.9%) بأنه تأثير سلبي أحيانا وإيجابي أحيانا أخرى، في حين ترى أدنى نسبة منهم (11%) أنه دور سلبي.

كما يرى ثلث المبحوثين المستخدمين لفترة تتراوح من الثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات (33.9%) بأنه تأثير سلبي أحيانا وإيجابي أحيانا أخرى، في حين ترى أدنى نسبة منهم (11.3%) أنه دور سلبي.

وعبر ثلث المبحوثين المستخدمين لخمس ساعات فأكثر (32.2%) بأنه تأثير سلبي أحيانا وإيجابي أحيانا أخرى، في حين ترى أدنى نسبة منهم (12.5%) أنه دور سلبي.

وبلغت قيمة كا² 7.768، ومستوى الدلالة 0.558، وهي أكبر من 0.05؛ أي لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح وروية المبحوثين لتأثير اللغة المستخدمة في "فيس بوك" على هويتهم الثقافية.

جدول رقم (74) يوضح مظاهر التأثير السلبي للغة المستخدمة على "فيس بوك" على الهوية الثقافية للمبحوثين

المجموع	لم تؤثر		قليلا		كثيرا		المظاهر
	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	
50	08	04	40	20	52	26	ضعف اللغة نسيانها بالتدريج
50	14	07	48	24	38	19	التهاون في أداء التعاليم الدينية
50	76	38	12	06	12	06	إهمال التاريخ
50	14	07	50	25	36	18	التهاون بشأن العادات والتقاليد

يوضح الجدول أعلاه مظاهر التأثير السلبي للغة المستخدمة في "فيس بوك" على عناصر الهوية الثقافية الأخرى؛ حيث نجد من هذه المظاهر:

- **ضعف اللغة ونسيانها بالتدريج:** بينت النتائج أن اللغة الفيسبوكية أثرت كثيرا على لغة نصف المبحوثين (52%)، وتسببت في ضعفها ونسيانها بالتدريج، في حين أن هذه اللغة المستحدثة لم تؤثر على لغة 8% فقط من المبحوثين. وتدل هذه النتيجة على تأثير عنصر مهم من عناصر الهوية لدى المبحوثين باللغة الوافدة عبر الفضاء الافتراضي، وبالتالي حدوث عملية الغرس الثقافي في هذا العنصر.

- **التهاون في أداء التعاليم الدينية:** بينت النتائج أن اللغة الفيسبوكية أثرت قليلا على حوالي نصف المبحوثين (48%)، وتسببت في تهاونهم في أداء بعض التعاليم الدينية كالصلاة في وقتها مثلا. وهنا قد نتوقف قليلا للقول أنه ربما ربط المبحوثون اللغة الفيسبوكية بـ"فيس بوك" ككل، أي فهموا أن كثافة تصفحهم

له أدت بهم إلى التهاون في أداء بعض التعاليم الدينية، وإن لم يكن كذلك، فربما مضمون ما يتلقونه من خلال حروف وأشكال هذه اللغة المستحدثة قد يغرس فيهم تدريجيا التقاعس عن أداء هذه التعاليم، والأمثلة على ذلك كثيرة من تلك الصفحات التي تشوه الدين الإسلامي، وبقوة ناعمة، تستطيع غرس أفكارها في متلقيها دون أن يشعروا حتى. ويعتبر هذا مؤشرا خطيرا على عنصر أساسي من عناصر الهوية.

في حين أن هذه اللغة المستحدثة لم تؤثر على التعاليم الدينية لـ 14% فقط من المبحوثين. وتدلّ هذه النتيجة على تغلغل المضامين التي تنقلها هذه اللغة إلى نسبة كبيرة من الشباب، ماعدا فئة قليلة تمثلها هذه النسبة الأخيرة.

- **إهمال التاريخ:** بينت النتائج أن اللغة الفيسبوكية لم تؤثر على الجانب التاريخي لثلاثة أرباع المبحوثين (76%)، وأثرت على الربع الباقي منهم. ما يدلّ على أنه لا علاقة تربط بين هذه اللغة وعنصر التاريخ لدى المبحوثين.

- **التهاون بشأن العادات والتقاليد:** أوضحت النتائج أن اللغة الفيسبوكية أثرت قليلا بالسلب على تمسك نصف المبحوثين بعاداتهم وتقاليدهم، وأثرت كثيرا على 36% منهم، فيما لم تؤثر على نسبة 14% فقط. بمعنى أن هذه اللغة تسببت في تهاون 86% من المبحوثين بشأن تمسكهم بعاداتهم وتقاليدهم. ويبدو أن هناك علاقة بين المضمون الذي تنقله هذه اللغة وعادات المبحوثين، أدى بهم إلى التراجع بشأنها، وبالتالي تم التأثير على عنصر العادات والتقاليد بسبب هذه اللغة، ومنه حدثت عملية الغرس في هذا العنصر.

ونستنتج من هذا الجدول أن اللغة التي يستخدمها المبحوثون (الذين أثرت عليهم سلبا) على "فيس بوك" أثرت سلبا وبالترتيب على العناصر الآتية: اللغة، الدين، العادات والتقاليد ثم التاريخ.

واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة السابقة للباحث "الباز محمد محمد توفيق".¹

¹ كان هذا هو فهمهم، فهذا يعتبر عيبا في الاستبيان الإلكتروني، لأنه لا يسمح للباحث بشرح قصده من الأسئلة للمبحوث.
¹ الباز محمد محمد توفيق، مرجع سبق ذكره، ص 241.

جدول رقم (75): يوضح مظاهر التأثير الإيجابي للغة المستخدمة على "فيس بوك" على الهوية الثقافية للمبحوثين

المجموع	لم تؤثر		قليلا		كثيرا		المظاهر
	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	
95	05.26	05	24.21	23	70.53	67	الحفاظ على اللغة
95	15.79	15	58.94	56	25.26	24	التمسك بالتعاليم الدينية
95	35.79	34	43.15	41	21.05	20	الاعتزاز بالتاريخ
95	24.21	23	34.73	33	41.05	39	التمسك بالعادات والتقاليد

يوضح الجدول أعلاه مظاهر التأثير الإيجابي للغة المستخدمة في الفيس بوك" على عناصر الهوية الثقافية الأخرى؛ حيث نجد من هذه المظاهر:

- **الحفاظ على اللغة:** أوضحت النتائج أن اللغة الفيسبوكية كان لها تأثير في الحفاظ الأغلبية الساحقة (95%) من المبحوثين الذين أثرت على لغتهم إيجابا، وهؤلاء ممن استفادوا من هذا الموقع في تدعيم لغتهم والحفاظ عليها من خلال الاستخدام المتواصل لها عبر هذا الفضاء، كما أثبتته جداول سابقة.

- **التمسك بالتعاليم الدينية:** دلّت نتائج الجدول أن هذه اللغة الفيسبوكية التي يستخدمها الشباب أثرت أيضا بالإيجاب على عنصر الدين لدى أغليبيتهم الساحقة (85%)؛ فمن خلال رموزها البسيطة، والسهلة، والسريعة القراءة من طرفهم أصبحوا يطلعون على المواضيع الدينية بكل سهولة، ما جعل مضمون تلك الرسائل يترسخ لديهم مع مرور الوقت، وبالتالي التأثير إيجابا في هذا العنصر، حتى لو لم يكن ظاهرا آنيا على مستوى السلوك.

- **الاعتزاز بالتاريخ:** وأثرت هذه اللغة إيجابا على عنصر التاريخ لـ64% من المبحوثين، وأصبحوا يعتزّون به، نظرا لما وفرته هذه اللغة من سهولة التعاطي مع هذه المواضيع، وبالتالي ترسيخها تدريجيا لديهم؛ حيث نجد أن أغليبيتهم (43.15%) تمّ التأثير عليهم قليلا فقط.

- **التمسك بالعادات والتقاليد:** كما أثرت اللغة الفيسبوكية التي يتواصل بها الشباب على "فيس بوك" إيجابا على عادات وتقاليد ثلاثة أرباع المبحوثين؛ حيث زادتهم تمسكا بها، ويعود ذلك دائما إلى سهولة التعامل مع رموز هذه اللغة، ما يسهل سرعة التقاط المضمون، ترسخه مع الوقت، وإعادة إنتاجه كسلوك يظهر في التمسك بالعادات والتقاليد في هذه الحالة.

ونستنتج من هذا الجدول أن اللغة التي يستخدمها المبحوثون (الذين أثرت عليهم إيجاباً) على "فيس بوك" أثرت إيجاباً وبالترتيب على العناصر الآتية: اللغة، الدين، العادات والتقاليد ثم التاريخ. واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة السابقة للباحث "الباز محمد محمد توفيق"¹.

3- تأثيرات استخدامات "فيس بوك" على الدين الإسلامي للمبحوثين

جدول رقم (76) يوضح هل المبحوث مشترك في صفحات أو مجموعات دينية:

النسبة	التكرارات	الإجابة
72.1	289	نعم
27.9	112	لا
100	401	المجموع

يتواجد على الـ"فيس بوك" صفحات عدّة تعمل جاهدة على ترسيخ القيم الاجتماعية والثقافية والدينية في عقول الأفراد، وبالعكس هناك ما يهدف إلى غرس الرذيلة والفاحشة، وتهديم قيم الفرد والمجتمع، بالإضافة إلى عدم وجود موانع أو حدود للممنوعات الثقافية، كالمجموعات الإباحية والقمار والتحرّيش..إلى غير ذلك. وتوضّح نتائج الجدول أعلاه أن حوالي ثلاثة أرباع المبحوثين (72.1%) مشتركون في صفحات أو مجموعات دينية، ما يعني أنهم مهتمّون بهذا الجانب من جوانب الهوية، وهذا يعزّز نتيجة الجدول رقم (51). في حين أن الربع المتبقّي (27.9%) من المبحوثين لا يشتركون في هذا النوع من الصفحات أو المجموعات، ما يعني عدم اهتمامهم بهذا الموضوع، لأسباب سيرد ذكرها لاحقاً.

¹ الباز محمد محمد توفيق، مرجع سبق ذكره، ص 242.

جدول رقم (77): يوضح نشاطات المبحوثين على "فيس بوك" فيما يخص الموضوعات الدينية

المجموع	أبدا		نادرا		أحيانا		غالبا		دائما		الرقم
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
401	02	08	04.2	17	43.4	174	30.9	124	19.5	78	01
401	03.2	13	23.4	94	27.2	109	29.4	118	16.7	67	02
401	14.7	59	25.4	102	34.2	137	12.5	50	13.2	53	03
401	10.2	41	26.7	107	42.1	169	12.5	50	08.5	34	04
401	24.9	100	28.4	114	18	72	22.9	92	05.7	23	05
401	26.4	106	08.7	35	32.4	130	11.5	49	20.9	84	06
401	57.6	231	24.4	98	13.5	54	02.2	09	02.2	09	07

يوضح الجدول أعلاه أهم النشاطات التي يقوم بها المبحوثون على "فيس بوك" فيما يخص الموضوعات الدينية؛ وسنحاول تلخيصها في العبارات الآتية:

العبرة الأولى: أنشر في بروفائلي أمورا تتحدث عن الدين (آيات قرآنية، أحاديث، أقوال فقهاء..):

بينت النتائج أن المبحوثين كلهم تقريبا يقومون بنشر أمور تتحدث عن الدين في جداراتهم على "فيس بوك"، ماعدا نسبة 2% منهم؛ وهذه دلالة على أهمية هذا الجانب في حياة المبحوثين سواء الواقعية أو الافتراضية. فأكثر نسبة منهم 43.4% يقومون أحيانا بذلك، وأدناها 04.2% نادرا ما تنشر ذلك.

العبرة الثانية: أحرص على التذكير بالمناسبات الدينية ودلالاتها:

كما أوضحت النتائج أن المبحوثين كلهم تقريبا يحرصون على التذكير بالمناسبات الدينية ودلالاتها في جداراتهم على "فيس بوك"، ماعدا نسبة 3.2% منهم؛ وهذه أيضا دلالة على أهمية هذا الجانب في حياة المبحوثين سواء الواقعية أو الافتراضية. فأكثر نسبة منهم 29.4% غالبا ما يقومون بذلك، وأدناها 16.7% دائما ما تنشر ذلك.

01 07 تمثّل العبارات الآتية:

- 01: أنشر في بروفائلي أمورا تتحدث عن الدين (آيات قرآنية، أحاديث، أقوال فقهاء..).
- 02: أحرص على التذكير بالمناسبات الدينية ودلالاتها.
- 03: أحرص على دخول التطبيقات التي لها علاقة بالدين، والتي تنشر تلقائيا على البروفايل.
- 04: الالتزام بتعاليم الدين الحنيف عبر هذا الموقع.
- 05: أحاول تعريف أصدقائي الافتراضيين غير المسلمين بمبادئ الدين الإسلامي.
- 06: أحاول تحسين صورة الإسلام من خلال هذا الموقع.
- 07: ف على ديانات أخرى غير الإسلام.

العبرة الثالثة: أحرص على دخول التطبيقات التي لها علاقة بالدين، والتي تنشر تلقائياً على البروفایل:

وبيّنت النتائج بخصوص هذه العبارة أنّ أغلبية الباحثين يحرصون على دخول التطبيقات التي لها علاقة بالدين، والتي تنشر تلقائياً على البروفایل، ما عدا نسبة 14.7% منهم. وهذه التطبيقات كثيرة على هذا الموقع، وهي مجانية وبشترك فيها الآلاف وربما الملايين بهدف نشر الحكم والآيات والأحاديث وكسب الحسنات تلقائياً، ونذكر منها "الفيس بوك الدعوى"، و"وذكر"، "سنن"، "الدين والحياة"، و"منبه الأذكار" الذي نجد فيه "باشتراكك في التطبيق يصل إليك على الحائط الخاص بك في "فيس بوك"، وعلى مدار اليوم أذكار وتسابيح وسنن عن رسولنا الكريم، وكذلك أسماء الله الحسنى، وينشر التطبيق نيابة عنك"، وفي تطبيق آخر يدعى "أريج الجنة" نجد "إذا كنت تملك "جروبا" على فيس بوك فعطّره بذكر الله، وضاعف من أجرك عند الله وحافظ على "جروبك" نشيطاً ومتجدداً في غيابك"، ومن الأدعية التي ينشرها "حسبي الله لا إله إلا هو عليه توكلت وهو ربّ العرش العظيم"، و"اللهم إن كانت ذنوبنا عظيمة فإننا لم نرد بها القطيعة، إلى من نلتجئ إن طردتنا؟ ومن يقبل علينا إن أعرضت عنا؟". ونشر مثل هذه التطبيقات دلالة على أهميتها عند الباحثين؛ فأكبر نسبة منهم 29.4% غالباً ما يقومون بذلك، وأدناها 16.7% دائماً ما تنشر ذلك.

العبرة الرابعة: أدعو أصدقائي إلى الالتزام بتعاليم الدين الحنيف عبر هذا الموقع:

وبخصوص الدعوة إلى الالتزام بتعاليم الدين الحنيف عبر هذا الموقع، فإنّ أغلبية الباحثين (42.1%) يقومون بذلك أحياناً، والأقلية منهم (8.5%) يقومون بذلك دائماً؛ ويمكن تفسير هذا النتيجة أنّ الشباب الجامعي يحاول أن يدعو إلى الالتزام بالدين في حدود ما يحوزه من خلفيات معرفية وسلوكية، غير أنّه ليس مؤهلاً علمياً كي يؤدي دور الداعي ما نتج عنه النسبة الضئيلة لداًماً.

العبرة الخامسة: أحاول تعريف أصدقائي الافتراضيين غير المسلمين بمبادئ الدين الإسلامي:

يقوم ثلاثة أرباع الباحثين بمحاولات لتعريف أصدقائهم الافتراضيين غير المسلمين بمبادئ الدين الإسلامي، فيما لا يفعل ذلك الربع المتبقي منهم. ويتمّ هذا النشاط في إطار تبادل الثقافات وتحسين صورة الإسلام لدى غير المسلمين، وربما حتّى الدعوة إلى اعتناق هذا الدين من خلال ما يتمّ تقديمه من براهين وحجج على عظمته وسماحته وعالميته.

العبرة السادسة: أحاول تحسين صورة الإسلام من خلال هذا الموقع:

ويقوم أيضاً ثلاثة أرباع الباحثين بمحاولات لتحسين صورة الإسلام من خلال هذا الموقع، فيما لا يفعل ذلك الربع المتبقي. وتقوم هذا النسبة الكبيرة من الباحثين بذلك خاصة بعد انتشار ما اصطلح عليه إعلامياً "الإسلاموفوبيا"، ومحاولات التشويه المسيئة والمستمرّة للدين ولرموزه، وذلك انطلاقاً من غيرتهم على دينهم، وفي دراسة للباحثة "داليا الشيمي" حول "الفيس بوك بين الحملات الدينية والصور الجنسية" رصدت

وجود نسبة تزيد عن 87% من الشباب يرسلون دعوات دينية لأصدقائهم، وذلك لجمع توقيعات ضد الصفحات المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم.¹

العبارة السابعة: أحاول التعرف على ديانات أخرى غير الإسلام:

ولا يحاول أكثر من نصف المبحوثين (57.6%) التعرف على ديانات أخرى غير الإسلام، ونادرا ما تحاول ذلك نسبة الربع منهم، فيما تتعرف دائما أدنى نسبة منهم (2.2%). وتدلّ هذه النتائج أنّ المبحوثين لا يحاولون التعرف على ديانات أخرى بالرغم من سهولة الحصول على تلك المعلومات من الـ"فيس بوك"، وأنهم مكتفون بدينهم.

ونستخلص من هذا الجدول أنّ المبحوثين يقومون بعدة نشاطات بشأن موضوعات دينية على حساباتهم في الـ"فيس بوك"، ويستغلّون هذا الفضاء في نشر أمور إيجابية بخصوص هذا الموضوع.

¹ ساعد همّاش، مرجع سبق ذكره، ص 77.

جدول رقم (78): يوضح العلاقة بين كثافة التصفّح ونشاطات المبحوث بخصوص الموضوعات الدينية على "فيس بوك"

				من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات										من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات										أقل من ساعة																		
		نادر		أحيانا		غالبا		دائما		أبدا		نادر		أحيانا		غالبا		دائما		أبدا		نادر		أحيانا		غالبا		دائما		أبدا		نادر		أحيانا		غالبا		دائما				
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت					
00	00	5.6	05	48	30	27.8	25	17.8	16	4.8	03	1.6	01	33	21	48	30	11.3	07	0.7	01	2.7	04	42	55	62	32	29	4	21	31	3.9	04	6.8	07	36.9	38	29.1	30	23.3	24	1
3.3	03	22.2	20	30	27	28.9	26	15.6	14	4.8	03	24.2	15	33	21	33	21	16.1	10	2.7	04	24	35	24	35	31	15	4	17	26	2.9	03	23.3	24	25.2	26	32	33	16.5	17	2	
17.8	16	27.8	25	34	31	10	09	10	09	16.1	10	22.6	14	32	30	32	30	11.3	07	9.6	14	26	38	37	54	13	19	14	21	18.4	19	24.3	25	31.1	32	10.7	11	15.5	16	3		
14.4	13	26.7	24	45	41	5.6	05	7.8	07	14.5	09	17.7	11	45	28	45	28	9.7	06	6.2	09	30	44	36	33	53	19	2	7	11	9.7	10	27.2	28	45.6	47	7.8	8	9.7	10	4	
18.9	17	33.3	30	20	18	23.3	21	4.4	04	29	18	17.7	11	22	14	22	14	8.1	05	21.9	32	28	42	17	25	2	6	3	5	08	32	33	30.1	31	14.6	15	17.5	18	5.8	06	5	
26.7	24	13.3	12	27	25	16.7	15	15.6	14	29	18	8.1	05	33	21	33	21	19.4	12	26.7	39	8	12	32	29	48	11	1	20	30	24.3	25	5.8	06	35	36	7.8	08	27.2	28	6	
58.9	53	25.6	23	12	11	2.2	02	1.1	01	64.5	40	9.7	06	22	14	22	14	1.6	01	56.2	82	27	40	11	17	2	7	0	2	03	54.4	56	28.2	29	11.7	12	1.3	02	3.9	04	7	

* 01 07 تمثل العبارات الآتية:

- 01: أنشر في بروفايلي () أمورا تتحدث عن الدين (آيات قرآنية، أحاديث، أقوال فقهاء...).
- 02: أحرص على التذكير بالمناسبات الدينية ودلالاتها.
- 03: أحرص على دخول التطبيقات التي لها علاقة بالدين، والتي تنشر تلقائيا على البروفايل..
- 04: أدعو أصدقائي إلى الالتزام بتعاليم الدين الحنيف عبر هذا الموقع.
- 05: أحاول تعريف أصدقائي الافتراضيين غير المسلمين على مبادئ الدين الإسلامي.
- 06: أحاول تحسين صورة الإسلام من خلال هذا الموقع.
- 07: أحاول التعرف على ديانات أخرى غير الإسلام

كا²، درجات الحرية ومستويات الدلالة

مستوى الدلالة	درجة الحرية	كا ²	
0.143	12	17.185	01
0.062	12	4.870	02
0.705	12	8.975	03
0.042	12	21.629	04
0.406	12	12.499	05
0.509	12	11.230	06
0.289	12	14.192	07

يوضح الجدول السابق العلاقة بين كثافة التصفّح والنشاطات التي يقوم بها المبحوثون على "فيس بوك" بخصوص المواضيع الدينية، حيث نلاحظ:

- بخصوص العبارة الأولى: أنشر في صفحتي أمورا تتحدّث عن الدين (آيات قرآنية، أحاديث، أقوال فقهاء..):

✓ أقل من ساعة: تنشر الأغلبية الساحقة من مبحوثي هذه الفئة (96%) في صفحاتها أمورا تتحدّث عن الدين، ثلثهم يفعل ذلك أحيانا، في حين لا تنشر ذلك نسبة متدنية (3.9%) من المبحوثين.

✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: كلّ مبحوثي هذه الفئة تقريبا يقومون بنشر أمور تتحدّث عن الدين، ما يقارب نصفهم (42.5%) يفعل ذلك أحيانا.

✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: الأغلبية الساحقة من مبحوثي هذه الفئة (95%) ينشرون أمورا تتحدّث عن الدين، ما يقارب نصفهم (48.4%) يفعل ذلك أحيانا، ولا تقوم بذلك أبدا نسبة 4.8% فقط.

✓ أكثر من خمس ساعات: كلّ مبحوثي هذه الفئة يقومون بنشر أمور تتحدّث عن الدين، نصفهم (48.9%) يفعل ذلك أحيانا.

وبلغت قيمة كا² 17.185، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.143. وهي أكبر من 0.05؛ ما يعني عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفّح ونشر أمور تتحدّث عن الدين في صفحات المبحوثين.

- بخصوص العبارة الثانية: أحرص على التذكير بالمناسبات الدينية ودلالاتها:

✓ أقل من ساعة: تحرص الأغلبية الساحقة من مبحوثي هذه الفئة (97%) على التذكير بالمناسبات الدينية ودلالاتها، ثلثهم يفعل ذلك أحيانا، في حين لا تنشر ذلك نسبة متدنية (2.9%) من المبحوثين.

✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: كما تحرص الأغلبية الساحقة من مبحوثي هذه الفئة (97.3%) على التذكير بالمناسبات الدينية ودلالاتها، ثلثهم يفعل ذلك غالبا، في حين لا تنشر ذلك نسبة متدنية (2.7%) من المبحوثين.

✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: وأيضاً تحرص الأغلبية الساحقة من مبحوثي هذه الفئة (95.2%) على التذكير بالمناسبات الدينية ودلالاتها، تلتهم يفعل ذلك أحياناً، في حين لا تنتشر ذلك نسبة متدنية (4.8%) من المبحوثين.

✓ أكثر من خمس ساعات: كما تحرص الأغلبية الساحقة من مبحوثي هذه الفئة (97.6%) على التذكير بالمناسبات الدينية ودلالاتها، تلتهم يفعل ذلك أحياناً، في حين لا تنتشر ذلك نسبة متدنية (3.3%) من المبحوثين.

وبلغت قيمة كا² 4.870، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.962، وهي أكبر من 0.05؛ ما يعني عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح وحرص المبحوثين على التذكير بالمناسبات الدينية ودلالاتها على صفحاتهم.

- بخصوص العبارة الثالثة: أحرص على دخول التطبيقات التي لها علاقة بالدين، والتي تنتشر تلقائياً على البروفایل:

✓ أقل من ساعة: تحرص الأغلبية الساحقة من مبحوثي هذه الفئة (90.3%) على دخول التطبيقات التي لها علاقة بالدين، والتي تنتشر تلقائياً على البروفایل، تلتهم يفعل ذلك أحياناً، في حين لا تنتشر ذلك نسبة متدنية (7.9%) من المبحوثين.

✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: كما تحرص الأغلبية الساحقة من مبحوثي هذه الفئة (90.3%) على دخول التطبيقات التي لها علاقة بالدين، والتي تنتشر تلقائياً على البروفایل، أكثر من تلتهم (37%) يفعل ذلك أحياناً، في حين لا تنتشر ذلك نسبة متدنية (9.6%) من المبحوثين.

✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: وتحرص أغلبية مبحوثي هذه الفئة (84%) على دخول التطبيقات التي لها علاقة بالدين، والتي تنتشر تلقائياً على البروفایل، تلتهم (32.3%) يفعل ذلك أحياناً، في حين لا تنتشر ذلك نسبة متدنية (16.1%) من المبحوثين.

✓ أكثر من خمس ساعات: تحرص أغلبية مبحوثي هذه الفئة (82.2%) على دخول التطبيقات التي لها علاقة بالدين، والتي تنتشر تلقائياً على البروفایل، تلتهم (34.4%) يفعل ذلك أحياناً، في حين لا تنتشر ذلك نسبة متدنية (17.8%) من المبحوثين.

وبلغت قيمة كا² 8.975، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.705. وهي أكبر من 0.05؛ ما يعني عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح وحرص المبحوثين على دخول التطبيقات التي لها علاقة بالدين، والتي تنتشر تلقائياً على البروفایل.

- بخصوص العبارة الرابعة: أدعو أصدقائي إلى الالتزام بتعاليم الدين الحنيف عبر هذا الموقع:

✓ أقل من ساعة: تدعو الأغلبية الساحقة من مبحوثي هذه الفئة (90.3%) أصدقائهم إلى الالتزام بتعاليم الدين الحنيف عبر هذا الموقع، نسبة الأغلبية منهم (45.6%) تفعل ذلك أحياناً، في حين لا تنتشر ذلك نسبة متدنية (7.9%) من المبحوثين.

✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: كما تدعو الأغلبية الساحقة من مجوئي هذه الفئة (93.8%) أصدقائهم إلى الالتزام بتعاليم الدين الحنيف عبر هذا الموقع، ثلثهم (36.3%) يفعل ذلك أحيانا، في حين لا تنتشر ذلك نسبة متدنية (6.2%) من المبحوثين.

✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: وتدعو أغلبية مجوئي هذه الفئة (85.5%) أصدقائهم إلى الالتزام بتعاليم الدين الحنيف عبر هذا الموقع، نسبة الأغلبية منهم (45.2%) تفعل ذلك أحيانا، في حين لا تنتشر ذلك نسبة (14.5%) من المبحوثين.

✓ أكثر من خمس ساعات: تدعو الأغلبية الساحقة من مجوئي هذه الفئة (85.6%) أصدقائهم إلى الالتزام بتعاليم الدين الحنيف عبر هذا الموقع، نسبة الأغلبية منهم (45.6%) تفعل ذلك أحيانا، في حين لا تنتشر ذلك نسبة (14.4%) من المبحوثين.

وبلغت قيمة كا² 21.629، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.042. وهي أكبر من 0.05؛ ما يعني عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح ودعوة المبحوثين لأصدقائهم إلى الالتزام بتعاليم الدين الحنيف عبر هذا الموقع.

- بخصوص العبارة الخامسة: أحاول تعريف أصدقائي الافتراضيين غير المسلمين بمبادئ الدين الإسلامي:

✓ أقل من ساعة: تحاول أغلبية مجوئي هذه الفئة (68%) تعريف أصدقائهم الافتراضيين غير المسلمين بمبادئ الدين الإسلامي، ما يقارب ثلثهم لا يفعل ذلك إلا نادرا، في حين لا تنتشر ذلك نسبة تقارب الثلث (32%) من المبحوثين.

✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: وتحاول أغلبية مجوئي هذه الفئة (71.2%) تعريف أصدقائهم الافتراضيين غير المسلمين بمبادئ الدين الإسلامي، نسبة 28.8% منهم لا تفعل ذلك إلا نادرا، في حين لا تنتشر ذلك نسبة (21.9%) من المبحوثين.

✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: كما تحاول أغلبية مجوئي هذه الفئة (71%) تعريف أصدقائهم الافتراضيين غير المسلمين بمبادئ الدين الإسلامي، نسبة 22.6% تفعل ذلك دائما، ونفس النسبة تقوم بذلك غالبا، في حين لا تنتشر ذلك نسبة (29%) من المبحوثين.

✓ أكثر من خمس ساعات: تحاول أغلبية مجوئي هذه الفئة (81.1%) تعريف أصدقائهم الافتراضيين غير المسلمين بمبادئ الدين الإسلامي، ثلثهم لا يفعل ذلك إلا نادرا، في حين لا تنتشر ذلك نسبة تقارب الثلث (18.9%) من المبحوثين.

وبلغت قيمة كا² 12.499، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.406، وهي أكبر من 0.05؛ ما يعني عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح وتعريف المبحوثين لأصدقائهم الافتراضيين غير المسلمين بمبادئ الدين الإسلامي.

- بخصوص العبارة السادسة: أحاول تحسين صورة الإسلام من خلال هذا الموقع:

✓ أقل من ساعة: يحاول ثلاثة أرباع مبحوثي هذه الفئة تحسين صورة الإسلام من خلال هذا الموقع، ثلثهم يفعل ذلك أحيانا، في حين لا تنتشر ذلك نسبة الربع (24.3%) من المبحوثين.

✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: تحاول نسبة الأغلبية من مبحوثي هذه الفئة (73.3%) تحسين صورة الإسلام من خلال هذا الموقع، ثلثهم يفعل ذلك أحيانا، في حين لا تنتشر ذلك نسبة الربع (26.7%) من المبحوثين.

✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: تحاول نسبة الأغلبية من مبحوثي هذه الفئة (71%) تحسين صورة الإسلام من خلال هذا الموقع، ثلثهم يفعل ذلك أحيانا، في حين لا تنتشر ذلك نسبة (29%) من المبحوثين.

✓ أكثر من خمس ساعات: تحاول نسبة الأغلبية من مبحوثي هذه الفئة (73.3%) تحسين صورة الإسلام من خلال هذا الموقع، نسبة 27.8% تفعل ذلك أحيانا، في حين لا تنتشر ذلك نسبة الربع (26.7%) من المبحوثين.

وبلغت قيمة χ^2 11.230، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.509. وهي أكبر من 0.05؛ ما يعني عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح ومحاولة تحسين المبحوثين صورة الإسلام من خلال هذا الموقع.

- بخصوص العبارة السابعة: أحاول التعرف على ديانات أخرى غير الإسلام:

✓ أقل من ساعة: لا تحاول أغلبية مبحوثي هذه الفئة (54.4%) التعرف على ديانات أخرى غير الإسلام، ومن يفعل ذلك من المبحوثين، لا يفعله إلا نادرا، التي بلغت نسبتها 28.23%.

✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: ولا تحاول أغلبية مبحوثي هذه الفئة (56.2%) التعرف على ديانات أخرى غير الإسلام، ومن يفعل ذلك من المبحوثين، لا يفعله إلا نادرا، التي بلغت نسبتها 27.4%.

✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: وأيضا لا تحاول أغلبية مبحوثي هذه الفئة (64.5%) التعرف على ديانات أخرى غير الإسلام، ومن يفعل ذلك من المبحوثين، لا يفعله إلا نادرا، التي بلغت نسبتها 22.6%.

✓ أكثر من خمس ساعات: لا تحاول أغلبية مبحوثي هذه الفئة (58.9%) التعرف على ديانات أخرى غير الإسلام، ومن يفعل ذلك من المبحوثين، لا يفعله إلا نادرا، التي بلغت نسبتها 25.6%.

وبلغت قيمة χ^2 14.192، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.289. وهي أكبر من 0.05؛ ما يعني عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح ومحاولة تعرف المبحوثين على ديانات أخرى غير الإسلام.

جدول رقم (79): يوضح التغييرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع

المجموع	لا		نعم		الإجابة
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
401	08.2	33	91.8	368	تعرفت على ديني أكثر
401	16.2	65	83.8	336	أصبحت أكثر اعتزازا بديني
401	50.6	203	49.4	198	صححت الكثير من المعتقدات الخاطئة عن ديني
401	18	72	82	329	حاولت تجسيد تعاليم الدين على الواقع أكثر من السابق
401	97.8	392	02.2	09	تشوهت صورة الدين عندي
401	94.5	379	05.5	22	انبهرت بديانات أخرى
401	96	385	04	16	لم يحدث أي تغيير

توضح نتائج الجدول أعلاه مختلف التغييرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لموقع "فيس بوك"؛ حيث تتمثل هذه التغييرات في:

- 1- التعرف أكثر على الدين: حيث دلّت النتائج على أنّ الأغلبية الساحقة من المبحوثين (92%) أقرّوا بأنّ معارفهم حول دينهم قد زادت منذ دخولهم لهذا الفضاء مقارنة بفترة قبل التحاقهم به، ما يعني أنّهم استفادوا ممّا توفره هذه الشبكة من تسهيلات للحصول على المعلومات، التي تزيد من رصيد الفرد المستخدم.
- 2- الاعتزاز أكثر بالدين: وعبرت نسبة 83.8% منهم على أنّهم أصبحوا أكثر اعتزازا بدينهم منذ استخدامهم لهذه الشبكة، وهذا بعد تعرّفهم أكثر على دينهم.
- 3- تصحيح الكثير من المعتقدات الخاطئة عن الدين: ونصف المبحوثين أقرّوا بأنّهم صحّحوا الكثير من المعتقدات كانت خاطئة لديهم، والنصف الآخر لم يغيّر "الفيس بوك" معتقداته؛ ربّما لعدم مصداقية الكثير من المعلومات المتداولة، وغياب المصادر التي تستند إليها.
- 4- محاولة تجسيد تعاليم الدين على الواقع أكثر من السابق: وغيّرت نسبة كبيرة من المبحوثين (82%) من سلوكها اتجاه تعاليم الدين، وذلك من خلال محاولة تجسيدها على أرض الواقع أكثر من السابق.
- 5- تشوّه صورة الدين: ولم تتشوّه صورة الدين لدى الأغلبية الساحقة من مفردات العينة (98%) منذ استخدامهم لهذا الموقع، بينما تشوّهت لدى 2% فقط منهم، ما يدلّ على الانعكاس الإيجابي لهذا الموقع على عنصر الدين لدى المبحوثين.

6- **الانبهار بديانات أخرى:** وأيضا لم تنبهر الأغلبية الساحقة من المبحوثين (95.5%) بديانات أخرى رغم انفتاح هذا الفضاء على ثقافات وديانات كل العالم، وتوفير كل المعلومات عنها، ومع ذلك لم تتجح أي ديانة أخرى في إبهار إلا 5.5% من المبحوثين.

7- **عدم حدوث أي تغيير:** ومنذ استخدام هذه الشبكة لم تلاحظ إلا نسبة متدنية من مفردات العينة (4%) أي تغيير يذكر، سواء على مستوى معتقداتها، أو سلوكياتها، اتجاه عنصر الدين كأحد أهم عناصر الهوية الثقافية؛ بمعنى أن الأغلبية الساحقة من الشباب الجامعي الجزائري عينة الدراسة (96%) قد حدث لهم تغيير.

وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن هذه النسبة من المبحوثين ليست من المهتمين أصلا بالتطرق لأمر دينية على صفحات "الفايس بوك" لأسباب سنراها في الجدول التالي، ولديها اهتمامات أخرى.

وخلاصة هذا الجدول أنه حدثت تغييرات واضحة في سلوك المبحوثين اتجاه عنصر الدين، جلها ذات اتجاه إيجابي يدعم الدين لديهم، مما يدعونا إلى استنتاج إمكانية حصول الغرس الثقافي على مستوى عنصر الدين، وأن "الفايس بوك" له دور إيجابي في دعم هذا العنصر لدى المبحوثين.

جدول رقم (80): يوضح العلاقة بين التغييرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدينية ومتغير الجنس

الخيارات	01		02		03		04		05		06		07	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
ذكر	117	95.1	105	85.4	61	49.6	99	80.5	05	4.1	06	4.9	02	1.6
أنثى	251	95.8	231	88.2	137	52.3	230	87.8	04	1.5	16	6.1	14	5.3
المجموع	368		336		198		329		09		22		16	
	كا ² 10.01		درجة الحرية 07		مستوى الدلالة 0.188									

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين التغييرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدينية ومتغير الجنس؛ حيث نلاحظ أن أعلى نسبة من المبحوثين سواء كانوا من فئة الذكور أو الإناث تعرفوا على دينهم أكثر منذ استخدامهم لشبكة "الفايس بوك". ومن خلال بيانات الجدول نجد

* 01 07 تمثل العبارات الآتية:

- 01: تعرّفت على دينك .
- 02: أصبحت أكثر اعتزازا بدينك.
- 03: صحّحت الكثير من المعتقدات الخاطئة عن دينك.
- 04: حاولت تجسيد تعاليم الدين على الواقع أكثر من السابق.
- 05: تشوّهت صورة الدين عندك.
- 06: انبهرت بديانات أخرى.
- 07: لم يحدث لك أي تغيير.

أن قيمة χ^2 قد بلغت 10.01، ودرجة الحرية 07، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.188، وهي أكبر من 0.05، ما يعني أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التغيرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدينية ومتغير الجنس.

جدول رقم (81): يوضح العلاقة بين التغيرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدينية ومتغير نوع التخصص

07		06		05		04		03		02		01		الخيارات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
4.1	12	6.4	19	2.4	07	83.4	247	50.3	149	86.1	255	95.6	283	ت. أدبية
4.7	04	3.5	03	1.2	01	92.9	79	56.5	48	91.8	78	95.3	81	ت. علمية
00	00	00	00	25	01	75	03	25	01	75	03	100	04	ت. أخرى
16		22		09		329		198		336		368		المجموع
مستوى الدلالة 0.104						درجة الحرية 14				كا ² 20.91				

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين التغيرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدينية ومتغير نوع التخصص؛ حيث نلاحظ أن قيمة χ^2 قد بلغت 20.91، ودرجة الحرية 14، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.104، وهي أكبر من 0.05، ما يعني أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التغيرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدينية ومتغير نوع التخصص.

* 01 07 تمثل العبارات الآتية:

- 01: تعرّفت على دينك .
- 02: أصبحت أكثر اعتزازاً بدينك.
- 03: صحّحت الكثير من المعتقدات الخاطئة عن دينك.
- 04: حاولت تجسيد تعاليم الدين على الواقع أكثر من السابق.
- 05: تشوّهت صورة الدين عندك.
- 06: انبهرت بديانات أخرى.
- 07: لم يحدث لك أيّ تغيير.

جدول رقم (82): يوضّح العلاقة بين التّغييرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدّينية ومتغيّر لغة التّعليم

07		06		05		04		03		02		01		الخيارات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
3.6	10	5.4	15	2.2	6	85.9	238	50.5	140	87.4	242	96.8	268	ل. عربية
3.6	1	10.7	3	3.6	1	85.7	24	60.7	17	82.1	23	85.7	24	ل. فرنسية
6.3	5	5	45	2.5	2	83.8	67	51.3	41	88.8	71	95	76	ل. إنجليزية
16		22		09		329		198		336		368		المجموع
مستوى الدّلالة 0.582						درجة الحرّية 14			كا ² 12.30					

يوضّح الجدول أعلاه العلاقة بين التّغييرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدّينية ومتغيّر لغة التّعليم؛ حيث نلاحظ أنّ قيمة كا² قد بلغت 12.30، ودرجة الحرّية 14، ومستوى الدّلالة الإحصائية 0.582، وهي أكبر من 0.05، ما يعني أنّه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التّغييرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدّينية ومتغيّر لغة التّعليم.

* 01 07 تمثّل العبارات الآتية:

- 01: تعرّفت على دينك .
- 02: أصبحت أكثر اعتزازاً بدينك.
- 03: صحّحت الكثير من المعتقدات الخاطئة عن دينك.
- 04: حاولت تجسيد تعاليم الدين على الواقع أكثر من السابق.
- 05: تشوّهت صورة الدين عندك.
- 06: انبهرت بديانات أخرى.
- 07: لم يحدث لك أيّ تغيير.

جدول رقم (83): يوضح العلاقة بين التغيرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدينية ومتغير المنطقة السكنية

07		06		05		04		03		02		01		الخيارات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
1.1	1	3.4	3	00	00	87.4	76	44.8	39	85.1	74	94.3	82	الجزائر
00	00	00	00	00	00	71.4	5	42.9	3	71.4	5	100	7	تبيزة
10	1	10	1	30	3	60	6	60	6	80	8	80	8	سطيف
00	00	00	00	00	00	100	2	100	2	100	2	100	2	بسكرة
00	00	5.3	2	2.6	1	92.1	35	44.7	17	92.1	35	97.4	37	قسنطينة
00	00	00	00	00	00	75	6	50	4	100	8	100	8	سكيكدة
6.4	13	7.9	16	2.5	5	85.1	172	53.5	108	87.6	177	96.5	195	أم البواقي
25	1	00	00	00	00	100	4	50	2	100	4	100	4	تبسة
00	00	00	00	00	00	100	4	50	2	75	3	75	3	جيجل
00	00	00	00	00	00	100	2	50	1	100	2	100	2	خنشلة
00	00	00	00	00	00	77.8	7	55.6	5	88.9	8	100	9	ميلة
00	00	00	00	00	00	100	7	85.7	6	71.4	5	85.7	6	سوق أهراس
00	00	00	00	00	00	50	1	50	1	100	2	100	2	بجاية
00	00	00	00	00	00	66.7	2	66.7	2	100	3	100	3	عنابة
16		22		09		329		198		336		368		المجموع
مستوى الدلالة 0.193						درجة الحرية 91				كا ² 102.49				

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين التغيرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدينية ومتغير المنطقة السكنية؛ حيث نلاحظ أن قيمة كا² قد بلغت 102.49، ودرجة الحرية 91، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.193، وهي أكبر من 0.05، ما يعني أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التغيرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدينية ومتغير المنطقة السكنية.

- * 01 07 تمثل العبارات الآتية:
- 01: تعرّفت على دينك .
 - 02: أصبحت أكثر اعتزازا بدينك.
 - 03: صحّحت الكثير من المعتقدات الخاطئة عن دينك.
 - 04: حاولت تجسيد تعاليم الدين على الواقع أكثر من السابق.
 - 05: تشوّهت صورة الدين عندك.
 - 06: انبهرت بديانات أخرى.
 - 07: لم يحدث لك أيّ تغيير.

جدول رقم (84): يوضح أسباب عدم تطرق المبحوثين لأمر دينية على "فيس بوك"

النسبة	التكرارات	الأسباب
21.37	70	لأن المصادر فيه غير موثقة
16.14	52	لأن ثقافتي في الدين محدودة
14.28	46	أفضل الحياد
10.55	34	لأنها نوع من النفاق
37.26	120	بدون سبب
100	322	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن المبحوثين الذين لا يشتركون في صفحات أو مجموعات دينية، لا يفعلون ذلك دون سبب محدد، حيث بلغت نسبة هذا العذر (37.26%) من مجموع تكرارات الأسباب الأخرى. فهم لا يهتمون لهذا الموضوع على هذه الشبكة فقط، ولديهم اهتمامات أخرى أثبتتها الجدول رقم (43).

وبسبب أن "مصادر المعلومات الدينية لتلك الصفحات غير موثقة" عزفت نسبة كبيرة من المبحوثين عن الاشتراك في مثل هذه الصفحات، وقدرت نسبة هذا السبب بـ 21.37% من مجموع التكرارات. بمعنى أن تلك الصفحات فقدت مصداقيتها عند انعدام ذكر مصادر المعلومات فيها.

وتتالت الأسباب التي جعلت ربع المبحوثين يعزفون عن الاشتراك في صفحات دينية، وتقاربت نسبها، بين لأن ثقافتي في الدين محدودة (16.14%)، أفضل الحياد (14.28%).

ونال سبب " أنها نوع من النفاق " أدنى نسبة من مجموع التكرارات، حيث قدرت نسبته بـ 10.55%، وتعد هذه وجهة نظر سلبية نوعاً ما، لكنها رأي المبحوثين فيها، ربما لعدم مصداقية أصحابها لديهم، أو عدم مصداقية ما ينشر فيها، أو ربما لتناقض محتوياتها وتفسيراتها للمواضيع مع ما هو موجود من مواقف في الحياة، والهدف من كل ذلك هو جمع عدد كبير من الإعجابات والتعليقات فقط، بغض النظر عن الإيمان بالمحتوى المنشور، فقد تجد من بين مسيري تلك الصفحات من هم معروفون لدى مستخدمي الفيس بوك، ينشرون بشكل منتظم فوائد أداء صلاة الفجر في وقتها مثلاً، وهم لا يعرفون حتى موعدها بالضبط، أو من يأمر الناس بفكرة معينة ويقومون بعد ذلك بنقيضها، الأمر الذي يؤدي إلى عدول مشتركى الصفحة عن الاشتراك فيها والخروج منها، والأمثلة على ذلك كثيرة من عالم الفيس بوك.

ونستنتج من هذا الجدول أن المبحوثين غير المشتركين في صفحات أو مجموعات دينية لا يفعلون ذلك فقط لأنها لا تهمهم.

جدول رقم (85): يوضح كيف يرى المبحوثون دور نشر مواضيع دينية في المحافظة على الهوية

النسبة	التكرارات	الإجابة
46,1	185	أساسيا
44,1	177	مكّلا
9,7	39	ليس له أي دور
100,0	401	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أنّ الأغلبية الساحقة من المبحوثين (90%) يرون أنّ نشر مواضيع دينية له دور في المحافظة على الهوية الثقافية؛ نصفهم يرى بأنّه دور أساسي، والنّصف الآخر يقول بأنّه دور مكمل. وهذا يدلّ على أهمية الـ"فيس بوك" في دعم عنصر الدين كأول عنصر من عناصر الهوية الثقافية للمبحوثين، والحفاظ على هذا العنصر، وعلى حسن استغلال الشّباب لإمكانيات هذا الموقع على مستوى هذا العنصر.

والنسبة المتبقية من المبحوثين الذين لا يرون له أيّ دور فهم ممّن لديهم اهتمامات أخرى على الـ"فيس بوك" غير المواضيع الدينية.

جدول رقم (86): يوضح رأي المبحوثين في تأثير نشر المواضيع الدينية عبر شبكة "فيس بوك" على الهوية الثقافية:

النسبة	التكرارات	الإجابة
2,5	10	سلبي
60,6	243	إيجابي
21,7	87	سلبي أحيانا وإيجابي أحيانا
15,2	61	لا سلبي ولا إيجابي
100,0	401	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أنّ أغلبية المبحوثين (85%) يرون بأنّ نشر المواضيع الدينية عبر شبكة "فيس بوك" له تأثير على هويتهم الثقافية، حيث:

- ترى نسبة 60.6% منهم أن عملية النشر هذه لديها تأثير إيجابي على هويتهم، وذلك يتضح من خلال عدة مظاهر تم التطرق لها في الجدول رقم (82).
- وترى نسبة 21.7% أن لهذه العملية دور سلبي أحيانا، وإيجابي أحيانا أخرى، فيجب توخي الحذر من المعلومات التي تنتشر، والتأكد من مصداقيتها، ومن ثم انتقاء ما يناسب توجهات المستخدم.
- ونسبة ضئيلة من المبحوثين (2.5%) ترى بأن نشر مواضيع دينية على الفيس بوك من شأنه أن يؤثر سلبا على هويتهم الثقافية، وذلك من خلال التأثير بالمنشورات السلبية التي تحاول تشويه الدين، والتأثر بديانات أخرى.
- وترى نسبة الأقلية من المبحوثين (15%) بأن نشر المواضيع الدينية عبر شبكة "فيس بوك" لا تؤثر له على هويتهم الثقافية، لا سلبا ولا إيجابا، وهؤلاء ممن لا يهتمون لهذه المواضيع عبر هذه الشبكة. وسنتطرق لمظاهر التأثير السلبي والإيجابي في جدولين آتيين.

جدول رقم (87): يوضح علاقة كثافة التصفح برؤية المبحوثين لتأثير نشر المواضيع الدينية عبر شبكة "فيس بوك" على الهوية الثقافية:

كيف يرى المبحوث تأثير نشر المواضيع الدينية على "فيس بوك" على هويته										الإجابة	
%	المجموع	لا سلبي ولا إيجابي		سلبي أحيانا وإيجابي أحيانا		إيجابي		سلبي		عدد ساعات التصفح	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	103	15.5	16	31.1	32	52.4	54	01	01	أقل من ساعة	
100	146	13	19	21.1	31	62.3	91	3.4	05	من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات	
100	62	22.6	14	17.7	11	58.1	36	1.6	01	من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات	
100	90	13.3	12	14.4	13	68.9	62	3.3	03	من خمس ساعات فأكثر	
100	401	15.2	61	21.7	87	60.6	243	2.5	10	المجموع	
مستوى الدلالة 0.126				درجة الحرية 9				كا ² 13.911			

يوضح الجدول أعلاه علاقة كثافة التصفح برؤية المبحوثين لتأثير نشر المواضيع الدينية على "فيس بوك" على هويته ؛ حيث يرى أكثر من نصف مستخدمي الموقع لأقل من ساعة (52.4%) أنه تأثير إيجابي، وأدنى نسبة منهم (1%) يرون أنه تأثير سلبي.

وترى أغلبية مستخدمي الموقع من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات (62.3%) بأنه تأثير إيجابي، في حين ترى أدنى نسبة منهم (3.4%) أنه تأثير سلبي.

كما أن أغلبية مبحوثي فئة المستخدمين من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات (58.1%) يرون بأنه تأثير إيجابي، والنسبة الدنيا منهم (1.6%) ترى بأنه تأثير سلبي.

وأغلبية مستخدمي الموقع لأكثر من خمس ساعات (68.9%) ترى بأنه تأثير إيجابي، وأقلية هذه الفئة (3.3%) ترى بأنه تأثير سلبي.

وبلغت قيمة χ^2 13.911، و مستوى الدلالة 0.126، وهي أكبر من 0.05؛ أي لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح برؤية المبحوثين لتأثير نشر المواضيع الدينية عبر "فيس بوك" على هويته.

جدول رقم (88): يوضح مظاهر التأثير السلبي للمواضيع الدينية عبر "فيس بوك" على الهوية الثقافية للمبحوثين

المجموع	لم يؤثر		قليلا		كثيرا		المظاهر
	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	
95	12.63	12	64.21	61	23.15	22	التهاون في أداء التعاليم الدينية
95	11.57	11	34.73	33	53.68	51	ضعف اللغة ونسيانها بالتدرج
95	28.42	27	66.31	63	05.26	05	إهمال التاريخ
95	68.42	65	16.84	16	14.73	14	التهاون بشأن العادات والتقاليد

يوضح الجدول أعلاه مظاهر التأثير السلبي للمواضيع الدينية عبر "فيس بوك" على عناصر الهوية الثقافية الأخرى للمبحوثين؛ حيث نجد من هذه المظاهر:

- التهاون في أداء التعاليم الدينية: بينت النتائج أن نشر المواضيع الدينية على "فيس بوك" أثرت قليلا على أغلبية المبحوثين (64.21%)، وتسببت في تهاونهم في أداء بعض التعاليم الدينية، وهنا قد يتبادر لأول وهلة التناقض بين الأمرين؛ قد نرجعه إلى تناقض المبحوثين في إجاباتهم، أو إلى نوعية المعلومات التي يتم نشرها، فقد تكون معلومات محرفة ومشوهة للدين، مما يؤدي تدريجيا إلى التأثير السلبي.

في حين أن نشر هذه المواضيع لم تؤثر على أداء التعاليم الدينية لـ 12.63% فقط من المبحوثين. وتدل هذه النتيجة على توافق ما تنشره هذه النسبة من أفراد العينة من مواضيع تخص الدين وقناعاتهم، بالتالي لم يؤدي ذلك إلى تهاونهم.

- **ضعف اللغة ونسيانها بالتدرّج:** بيّنت النتائج أنّ اللغة الفيسبوكية أثّرت كثيرا على لغة نصف المبحوثين (53.68%)، وتسبّبت في ضعفها ونسيانها بالتدرّج؛ وذلك راجع للاهتمام بالمضمون دون اللغة أثناء الكتابة، فنرى تحريفات كثيرة لعدّة مصطلحات ومفاهيم لغوية، وأصبح هذا التّحريف متداولاً حتّى شاع بين مستخدمي الـ"فيس بوك"؛ ممّا أدى إلى ضعف اللغة ونسيان المصطلحات الصّحيحة، ومن أمثلة ذلك عبارة "إنشاء الله"، فالأصل فيها أنّها تكتب "إن شاء الله"، وعندما تمّ تداولها فيسبوكيا تمّ نسيان طريقتها الصّحيحة في الكتابة. في حين أنّ نشر هذه المواضيع على "فيس بوك" لم تؤثر على لغة 11.57% فقط من المبحوثين، وهذه النسبة الضئيلة ممّن لهم زاد معرفي بقواعد اللغة، يمكنهم من عدم التأثر حتى لو كانت طريقة الكتابة خاطئة.

- **إهمال التاريخ:** بيّنت النتائج أنّ نشر المواضيع الدينية عبر "فيس بوك" أثّر بالسلب قليلا على أغلبية المبحوثين (تلتى المبحوثين 66.31%) بشأن اهتمامهم بالتاريخ، حيث أهملوا هذا الجانب نوعا ما لهذا السّبب. في حين لم تؤثر على نسبة 28.42%، ما يعني أنّ نشر المواضيع الدينية منفصل عن جانب التاريخ لدى هؤلاء.

- **التهاون بشأن العادات والتقاليد:** أوضحت النتائج أنّ نشر المواضيع الدينية عبر الـ"فيس بوك" لم تؤثر أبدا على أغلبية المبحوثين (68.42%) بشأن عاداتهم وتقاليدهم، وأثّرت كثيرا على 14.36% منهم. بمعنى أنّ هذه المواضيع لم تتسبّب في تهاون أغلبية المبحوثين بشأن تمسّكهم بعاداتهم وتقاليدهم؛ ما يعني أنّ نشر المواضيع الدينية منفصل عن جانب العادات والتقاليد لدى هؤلاء.

ونستنتج من هذا الجدول أنّ المواضيع الدينية التي ينشرها المبحوثون (الذين أثّرت عليهم سلبا) على "فيس بوك" أثّرت سلبا وبالترتيب على العناصر الآتية: اللّغة، الدين، التاريخ ثمّ العادات والتقاليد.

جدول رقم (89): يوضح مظاهر التأثير الإيجابي للمواضيع الدينية عبر "فيس بوك" على الهوية الثقافية للمبحوثين

المجموع	لم يؤثر		قليلا		كثيرا		المظاهر
	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	
328	01.21	04	40.85	134	57.92	190	التمسك بالتعاليم الدينية
328	10.06	33	57.62	189	32.31	106	الحفاظ على اللغة
328	25.91	85	52.74	173	21.34	70	الاعتزاز بالتاريخ
328	34.45	113	46.64	153	18.59	61	التمسك بالعادات والتقاليد

يوضح الجدول أعلاه مظاهر التأثير الإيجابي للمواضيع الدينية عبر "فيس بوك" على عناصر الهوية الثقافية الأخرى؛ حيث نجد من هذه المظاهر:

- **التمسك بالتعاليم الدينية:** دلّت نتائج الجدول أنّ هذه المواضيع التي ينشرها الشباب أثّرت بالإيجاب على عنصر الدين لدى كلّ المبحوثين تقريبا (99%)؛ أي أنّها ساهمت في زيادة تعرّفهم بدينهم ما أدى إلى زيادة تمسّكهم بتعاليمه، أو حتّى من كان متهاونا قليلا من قبل، أصبح أكثر تمسّكا، حتّى أنّ نسبة من أثّرت فيهم كثيرا (57.92%) أكبر من نسبة من أثّرت فيهم قليلا (40.85%).

في حين أنّها لم تؤثر على 1% فقط من المبحوثين، لعدم اهتمامهم بمثل هذه المواضيع.

- **الحفاظ على اللغة:** أوضحت النتائج أنّ هذه الموضوعات عبر "فيس بوك" كان لها تأثير إيجابي قليل في حفاظ نصف المبحوثين (57.62%) على لغتهم، وهؤلاء ممّن استفادوا من مثل هذه المواضيع الدينية في دعم لغتهم، وتحسينها، خاصّة إذا كتبت بطريقة صحيحة، وبتعابير سليمة.

- **الاعتزاز بالتاريخ:** وأثّرت هذه اللغة إيجابا على عنصر التاريخ لثلاثة أرباع المبحوثين، وأصبحوا يعترفون به، نظرا لما وفرته هذه المواضيع من معلومات جعلتهم يعيدون اكتشاف تاريخ دينهم، وربما إنجازات الجزائريين في المحافظة عليه، وبالتالي تمّ ترسيخها تدريجيا لديهم؛ حيث نجد أنّ نصفهم (52.74%) تمّ التأثير عليهم قليلا فقط. فيما لم تؤثر على ربع المبحوثين، لعدم اهتمامهم.

- **التمسك بالعادات والتقاليد:** كما أثّرت المواضيع الدينية التي ينشرها الشباب على "فيس بوك" إيجابا على عادات وتقاليد ثلاثة أرباع المبحوثين؛ حيث زادت تمسّكا بها، ويعود ذلك إلى ارتباط أغلب عادات وتقاليد الجزائريين بالدين، كالأحتفال بالأعياد وإعداد الولائم، وشكل الألبسة التقليدية التي تكون في غالبيتها محافظة... إلى غير ذلك. في حين لم تؤثر على ربع المبحوثين الباقي لعدم اهتمامهم.

ونستنتج من هذا الجدول أن المواضيع الدينية التي ينشرها المبحوثون (الذين أثرت عليهم إيجاباً) على "فيس بوك" أثرت إيجاباً وبالترتيب على العناصر الآتية: الدين، اللغة، التاريخ ثم العادات والتقاليد.

4- تأثيرات استخدامات "فيس بوك" على التاريخ وعلى الموروث الثقافي

جدول رقم (90): يوضح هل المبحوث مشترك في صفحات أو مجموعات تاريخية

النسبة	التكرارات	الإجابة
41.6	167	نعم
58.4	234	لا
100	104	المجموع

توضح نتائج الجدول أعلاه أن أكثر من نصف المبحوثين (58.4%) غير مشتركين في صفحات أو مجموعات تاريخية، وهذه النتيجة تدعم المرتبة المتأخرة لعنصر التاريخ بين عناصر الهوية الثقافية للمبحوثين، التي أثبتتها الجدول رقم (51). وأسباب هذا العزوف سنوردها في جدول لاحق.

فيما عبرت نسبة 41.6% منهم أنهم مشتركون في هذا النوع من الصفحات، وهذا دليل على اهتمامهم بالمعلومات والمواضيع التاريخية، سواء كانوا متخصصين (طلبة من تخصص التاريخ)، أو ممن لديهم اهتمامات شخصية بمعرفة التاريخ بعيداً عن تخصصهم الدراسي.

ونستنتج من هذا الجدول أن المبحوثين غير مهتمين بالمواضيع التاريخية، وهذه النتيجة تدعم نتيجة الجدول رقم (46).

جدول رقم (91) يوضح النشاطات التي يقوم بها المبحوثون بشأن الموضوعات التاريخية على حساباتهم:

المجموع	أبدا		نادرا		أحيانا		غالبا		دائما		الرقم
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
167	14.37	24	04.79	08	47.9	80	12.57	21	20.35	34	01
167	20.95	35	25.74	43	22.75	38	12.57	21	17.96	30	02
167	08.38	14	03.59	06	39.52	66	23.95	40	24.55	41	03
167	23.95	40	19.76	33	22.75	38	10.77	18	22.75	38	04
167	25.74	43	16.76	28	22.15	37	24.55	41	10.77	18	05
167	26.34	44	17.96	30	20.35	34	22.15	37	13.17	22	06
167	22.75	38	07.18	12	19.16	32	17.96	30	32.93	55	07

يوضح الجدول أعلاه مختلف النشاطات التي يقوم بها المبحوثون بشأن الموضوعات التاريخية على حساباتهم الفيسبوكية، وسنحاول تلخيص هذه النشاطات في العبارات الآتية:

العبرة الأولى: أنشر في بروفايلي صور شخصيات تاريخية جزائرية:

تقوم الأغلبية الساحقة من المبحوثين بنشر صور شخصيات تاريخية جزائرية؛ أحيانا ما يفعل ذلك نصفهم، ونسبة ضئيلة ممن تقوم بذلك (4.79%) نادرا. فيما لا تفعل ذلك أبدا سوى نسبة 14.34% منهم. ومن أبرز تلك الصور التي تُنشر - حسب الملاحظة بالمشاركة - صور لعبد الحميد بن باديس، صور للشهداء الأبرار، صور رؤساء سابقين... إلى غير ذلك من الشخصيات التي تركت بصمتها في تاريخ الجزائر، وهناك من يتخذ من صورهم الصورة الشخصية للبروفائيل. وتدل هذه النتيجة على اهتمام المبحوثين بالشخصيات التاريخية الجزائرية.

العبرة الثانية: أحاول التعريف بشخصيات تاريخية جزائرية:

تحاول أغلبية المبحوثين التعريف بشخصيات تاريخية جزائرية، ولا تحاول نسبة 20.95% منهم ذلك. وتتوافق نتائج هذه العبرة مع العبرة السابقة، حيث يعمل الكثير ممن ينشرون صور تلك الشخصيات بالتعريف بها وبمنجزاتها، وما لها وما عليها، وينشر الحقائق المتجددة حولها، مثل ما حدث مؤخرا مع

* 01 07 العبارات الآتية:

- 01: أنشر في بروفايلي صور شخصيات تاريخية جزائرية.
- 02: أحاول التعريف بشخصيات تاريخية جزائرية.
- 03: مناسبة تاريخية للتعريف بها.
- 04: أشارك مع أصدقائي المعلومات التاريخية.
- 05: أحاول تعريف أصدقائي الافتراضيين غير الجزائريين بتاريخ الجزائر.
- 06: أصحح معلومات تاريخية منشورة على فيس بوك.
- 07: أحاول التعرف على تاريخ بلدان أخرى.

شخصية العلامة "عبد الحميد بن باديس"، وظهر جدل حولها، وحول دور الجمعية أثناء الثورة، والأمثلة من هذه الجدالات كثيرة على فيس بوك.

العبارة الثالثة: أحاول نشر معلومات أو صور عند كل مناسبة تاريخية للتعريف بها:

تحرص الأغلبية الساحقة من المبحوثين (92%) على نشر معلومات أو صور عند كل مناسبة تاريخية للتعريف بها؛ حيث تقوم بذلك أحيانا نسبة 39.52%، وأدنى نسبة منهم (3.59%) نادرا ما تفعل ذلك، ومن المناسبات التي ينشر فيها المبحوثون المعلومات أو الصور ذكرى أول نوفمبر، وذكرى الاستقلال، وعيد النصر ومؤتمر الصومام...إلى غير ذلك من المناسبات التاريخية، التي تنتزح بها صفحات المشتركين في الموقع. فيما لا تحاول فعل ذلك أدنى نسبة من المبحوثين (8.38%)؛ وذلك لعدم اهتمامها بهذه المواضيع.

العبارة الرابعة: أشارك مع أصدقائي المعلومات التاريخية:

يقوم ثلاثة أرباع المبحوثين بمشاركة أصدقائهم المعلومات التاريخية التي يتحصلون عليها من الفيس بوك، عن طريق خاصية المشاركة "*partager*"؛ وذلك للاستفادة منها وإفادة الآخرين، حيث يقوم بذلك نسبة 22.75% دائما، ونفس النسبة أحيانا، وأدنى نسبة منهم 10.77% غالبا ما تقوم بذلك. ولا تقوم أبدا نسبة الربع من المبحوثين بذلك لعدم اهتمامهم بهذه المواضيع.

العبارة الخامسة: أحاول تعريف أصدقائي الافتراضيين غير الجزائريين بتاريخ الجزائر:

ويحاول ثلاثة أرباع المبحوثين تعريف أصدقائهم الافتراضيين غير الجزائريين بتاريخ الجزائر؛ وذلك في إطار تبادل الثقافات والمعلومات، حيث غالبا ما تقوم بذلك نسبة 24.55%، وأدنى نسبة (10.77%) تقوم بذلك دائما. فيما يعزف ربع المبحوثين عن القيام بهذا النشاط لعدم اهتمامهم.

العبارة السادسة: أصحح معلومات تاريخية منشورة على "فيس بوك":

وأیضا يعمل ثلاثة أرباع المبحوثين على تصحيح بعض المعلومات التاريخية المنشورة على "فيس بوك" انطلاقا من اطلاعهم وبحثهم عن حقيقة هذه المعلومات. ويقوم بذلك غالبا نسبة الأغلبية منهم (22.15%)، في حين نسبة الأقلية (13.17%) تقوم بذلك دائما. في حين لا يحاول الربع من مفردات عينة الدراسة فعل ذلك لعدم اهتمامهم.

العبارة السابعة: أحاول التعرف على تاريخ بلدان أخرى:

تحاول نسبة الأغلبية من أفراد عينة الدراسة أن تتعرف على تاريخ بلدان أخرى؛ حيث تقوم بذلك دائما نسبة 33%، وأدنى نسبة (7.18%) نادرا ما تقوم بذلك؛ وذلك لزيادة اطلاعهم ومعلوماتهم وثقافتهم العامة، في حين لا يقوم بذلك أبدا حوالي ربع المبحوثين (22.75%)، لعدم اهتمامهم.

ونستخلص من هذا الجدول أن المبحوثين يقومون بعدة نشاطات بشأن موضوعات تاريخية على حساباتهم في الـ"فيس بوك"، ويستغلون هذا الفضاء في نشر أمور إيجابية بخصوص هذا الموضوع.

جدول رقم (92): يوضح العلاقة بين كثافة التصفّح ونشاطات المبحوث بخصوص الموضوعات التاريخية على "فيس بوك"

خمس ساعات فأكثر						من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات						من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات						أقل من ساعة																						
أبدا		نادرا		أحيانا		غالبا		دائما		أبدا		نادرا		أحيانا		غالبا		دائما		أبدا		نادرا			أحيانا		غالبا		دائما											
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت								
18.51	05	3.7	01	44.4	12	11.11	03	22.2	06	05	01	00	00	50	10	35	07	10	02	18.3	11	6.67	04	43.3	26	15	09	16.6	10	30	12	7.5	03	35	14	12.5	05	15	06	1*
22.22	06	14.81	04	14.8	04	22.22	06	25.9	07	20	04	10	02	45	09	10	02	15	03	20	11	21.8	12	21.8	12	12.7	07	23.6	13	39.4	15	21.0	08	13.1	05	7.89	03	18.42	07	2
10	03	6.6	02	26.6	08	26.66	08	30	09	11.1	02	00	00	50	09	16.6	03	22.2	04	5.08	03	5.08	03	33.9	20	20.0	13	33.9	20	15.3	08	2.56	01	48.7	19	10.2	04	23.07	09	3
19.23	05	15.38	04	23.0	06	15.38	04	26.9	07	34.3	08	4.54	01	22.7	05	9.09	02	27.2	06	21.4	12	16.0	09	19.6	11	16.0	09	26.7	15	32.5	13	10	04	20	08	12.5	05	25	10	4
14.28	04	25	07	25	07	17.86	05	17.8	05	45	09	10	02	20	04	10	02	15	03	29.0	16	23.6	13	12.7	07	27.2	15	7.27	04	33.3	13	15.3	06	15.3	06	20.5	08	15.38	06	5
14.81	04	25.92	07	18.5	05	25.92	07	14.8	04	41.1	07	17.6	03	17.6	03	17.6	03	5.88	01	22.8	13	14.0	08	29.8	17	14.0	08	19.3	11	48.6	18	16.2	06	8.11	03	10.8	04	16.21	06	6
22.22	06	14.81	04	14.8	04	37.02	10	11.1	03	35	07	00	00	30	06	25	05	10	02	18.9	11	8.62	05	31.0	18	13.8	08	27.5	16	32.4	12	8.11	03	16.2	06	18.9	07	24.32	09	7

* 01 07 تمثل العبارات الآتية:

01: أنشر في بروفايلي () صور شخصيات تاريخية جزائرية.

02: أحاول التعريف بشخصيات تاريخية جزائرية.

03: أحاول نشر معلومات أو صور عند كل مناسبة تاريخية للتعريف بها.

04: أتشارك مع أصدقائي المعلومات التاريخية.

05: أحاول تعريف أصدقائي الافتراضيين غير الجزائريين بتاريخ الجزائر.

06: أصحح معلومات تاريخية منشورة على "فيس بوك".

07: أحاول التعرف على تاريخ بلدان آخر .

كا²، درجات الحرية ومستويات الدلالة

رقم العبارة	كا ²	درجة الحرية	مستوى الدلالة
01	15.916	15	0.388
02	4.870	12	0.962
03	14.246	15	0.507
04	8.003	15	0.924
05	13.432	15	0.569
06	22.316	15	0.100
07	19.423	15	0.195

يوضح الجدول السابق العلاقة بين كثافة التصفّح والنشاطات التي يقوم بها المبحوثون على "فيس بوك" بخصوص المواضيع التاريخية، حيث نلاحظ:

- بخصوص العبارة الأولى: أنشر في بروفايلي صور شخصيات تاريخية جزائرية:

✓ أقل من ساعة: تنشر أغلبية مبحوثي هذه الفئة (70%) في صفحاتهم صوراً لشخصيات تاريخية جزائرية، نصفهم يقوم بذلك أحياناً، في حين لا تفعل ذلك أبداً نسبة 30%.

✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: وتنشر أيضاً أغلبية مبحوثي هذه الفئة (81.67%) في صفحاتهم صوراً لشخصيات تاريخية جزائرية، أغليبتهم (43.33%) تقوم بذلك أحياناً، في حين لا تفعل ذلك أبداً نسبة 18.33%.

✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: وتنشر الأغلبية السّاحقة من مبحوثي هذه الفئة (95%) في صفحاتهم صوراً لشخصيات تاريخية جزائرية، نصفهم يقوم بذلك أحياناً، في حين لا تفعل ذلك أبداً نسبة 5% فقط.

✓ أكثر من خمس ساعات: تنشر أغلبية مبحوثي هذه الفئة (81.49%) في صفحاتهم صوراً لشخصيات تاريخية جزائرية، نصفهم (44.44%) يقوم بذلك أحياناً، في حين لا تفعل ذلك أبداً نسبة 18.51%.

وبلغت قيمة كا² 15.916، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.388، وهي أكبر من 0.05؛ أي لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفّح ونشر المبحوثين لصور شخصيات تاريخية جزائرية في صفحاتهم.

- بخصوص العبارة الثانية: أحاول التعريف بشخصيات تاريخية جزائرية:

✓ أقل من ساعة: تحاول أغلبية مبحوثي هذه الفئة (60.53%) أن يعرفوا بشخصيات تاريخية من خلال صفحاتهم على موقع الفيس بوك، أكبر نسبة منهم (21.05%) تفعل ذلك نادراً، في حين لا تقوم نسبة 39.47% منهم بذلك أبداً.

✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: ويحاول ثلاثة أرباع مبحوثي هذه الفئة (80%) أن يعرفوا بشخصيات تاريخية من خلال صفحاتهم على موقع الـ"فيس بوك"، أكبر نسبة منهم (23.63%) تفعل ذلك دائما، في حين لا تقوم نسبة 20% منهم بذلك أبدا.

✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: تحاول أغلبية مبحوثي هذه الفئة (80%) أن يعرفوا بشخصيات تاريخية من خلال صفحاتهم على موقع الـ"فيس بوك"، أكبر نسبة منهم (45%) تفعل ذلك أحيانا، في حين لا تقوم نسبة 20% منهم بذلك أبدا.

✓ أكثر من خمس ساعات: تحاول أغلبية مبحوثي هذه الفئة (77.78%) أن يعرفوا بشخصيات تاريخية من خلال صفحاتهم على موقع الـ"فيس بوك"، أكبر نسبة منهم (25.92%) تفعل ذلك دائما، في حين لا تقوم نسبة 22.22% منهم بذلك أبدا.

وبلغت قيمة كا² 4.870، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.962، وهي أكبر من 0.05؛ أي لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح وتعريف المبحوثين بشخصيات تاريخية جزائرية على صفحاتهم.

- بخصوص العبارة الثالثة: أحاول نشر معلومات أو صور عند كل مناسبة تاريخية للتعريف بها:

✓ أقل من ساعة: تحاول أغلبية مبحوثي هذه الفئة (84.67%) نشر معلومات أو صور عند كل مناسبة تاريخية للتعريف بها، نصفهم (48.72%) يقومون بذلك أحيانا، وأدنى نسبة منهم (15.33%) لا تفعل ذلك أبدا.

✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: تحاول الأغلبية الساحقة من مبحوثي هذه الفئة (95%) نشر معلومات أو صور عند كل مناسبة تاريخية للتعريف بها، أغليبتهم (33.90%) يقومون بذلك دائما، ونسب النسبة تفعل ذلك أحيانا، وأدنى نسبة منهم (05.08%) لا تفعل ذلك أبدا.

✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: تحاول أغلبية مبحوثي هذه الفئة (88.89%) نشر معلومات أو صور عند كل مناسبة تاريخية للتعريف بها، أغليبتهم (50%) يقومون بذلك أحيانا، وأدنى نسبة منهم (11.11%) لا تفعل ذلك أبدا.

✓ أكثر من خمس ساعات: تحاول أغلبية مبحوثي هذه الفئة (90%) نشر معلومات أو صور عند كل مناسبة تاريخية للتعريف بها، أغليبتهم (30%) يقومون بذلك دائما، وأدنى نسبة منهم (10%) لا تفعل ذلك أبدا.

وبلغت قيمة كا² 14.246، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.507، وهي أكبر من 0.05؛ أي لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح ونشر المبحوثين لمعلومات أو صور عند كل مناسبة تاريخية للتعريف بها.

- بخصوص العبارة الرابعة: أشارك مع أصدقائي المعلومات التاريخية:

✓ أقل من ساعة: يحاول ثلثي (67.5%) هذه الفئة مشاركة أصدقائهم المعلومات التاريخية عبر فضاء الـ"فيس بوك"، أغليبتهم (25%) يقومون بذلك دائما، ونسبة الثلث (32.5%) لا تفعل ذلك أبدا.

✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: تحاول أغلبية هذه الفئة (78.57%) مشاركة أصدقائهم المعلومات التاريخية عبر فضاء الـ"فيس بوك"، أغليبتهم (26.78%) يقومون بذلك دائما، ونسبة (21.43%) لا تفعل ذلك أبدا.

✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: يحاول ثلثي (65.64%) هذه الفئة مشاركة أصدقائهم المعلومات التاريخية عبر فضاء الـ"فيس بوك"، أغليبتهم (27.27%) يقومون بذلك دائما، ونسبة الثلث (34.36%) لا تفعل ذلك أبدا.

✓ أكثر من خمس ساعات: تحاول أغلبية هذه الفئة (80.77%) مشاركة أصدقائهم المعلومات التاريخية عبر فضاء الـ"فيس بوك"، أغليبتهم (26.92%) يقومون بذلك دائما، ونسبة (21.43%) لا تفعل ذلك أبدا. وبلغت قيمة χ^2 8.003، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.924، وهي أكبر من 0.05؛ أي لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح وتشارك المبحوثين المعلومات التاريخية على "فيس بوك" مع أصدقائهم.

- بخصوص العبارة الخامسة: أحاول تعريف أصدقائي الافتراضيين غير الجزائريين بتاريخ الجزائر:

✓ أقل من ساعة: يحاول ثلثي (66.67%) هذه الفئة تعريف أصدقائهم الافتراضيين غير الجزائريين بتاريخ الجزائر عبر فضاء الـ"فيس بوك"، أغليبتهم (20.51%) يقومون بذلك غالبا، ونسبة الثلث (33.33%) لا تفعل ذلك أبدا.

✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: تحاول أغلبية هذه الفئة (70.91%) تعريف أصدقائهم الافتراضيين غير الجزائريين بتاريخ الجزائر عبر فضاء الـ"فيس بوك"، أغليبتهم (27.27%) يقومون بذلك غالبا، ونسبة (29.09%) لا تفعل ذلك أبدا.

✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: تحاول أغلبية هذه الفئة (55%) تعريف أصدقائهم الافتراضيين غير الجزائريين بتاريخ الجزائر عبر فضاء الـ"فيس بوك"، أغليبتهم (20%) يقومون بذلك أحيانا، ونسبة (45%) لا تفعل ذلك أبدا.

✓ أكثر من خمس ساعات: تحاول أغلبية هذه الفئة (85.72%) تعريف أصدقائهم الافتراضيين غير الجزائريين بتاريخ الجزائر عبر فضاء الـ"فيس بوك"، ربعهم (25%) يقومون بذلك أحيانا ونفس النسبة نادرا ما يفعلون ذلك، ونسبة (14.28%) لا تفعل ذلك أبدا.

وبلغت قيمة χ^2 13.432، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.569، وهي أكبر من 0.05؛ أي لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح ومحاولة المبحوثين للتعريف أصدقائهم الافتراضيين غير الجزائريين بتاريخ الجزائر.

- بخصوص العبارة السادسة: أصحّ معلومات تاريخية منشورة على "فيس بوك":

✓ أقل من ساعة: تقوم نسبة الأغلبية من مبحوثي هذه الفئة (51.35%) بتصحيح معلومات تاريخية منشورة على "فيس بوك"، أغليبتهم (16.21%) يقومون بذلك دائما، ونفس النسبة تفعل ذلك أحيانا، ونسبة (48.65%) لا تقوم بذلك أبدا.

✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: تقوم نسبة الأغلبية من مبحوثي هذه الفئة (70.18%) بتصحيح معلومات تاريخية منشورة على "فيس بوك"، أغليبتهم (29.82%) يقومون بذلك أحيانا، ونسبة (22.8%) لا تقوم بذلك أبدا.

✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: تقوم نسبة الأغلبية من مبحوثي هذه الفئة (58.83%) بتصحيح معلومات تاريخية منشورة على "فيس بوك"، أغليبتهم (17.65%) يقومون بذلك غالبا، ونفس النسبة تقوم بذلك أحيانا، ونفس النسبة تفعل ذلك نادرا ما تفعل ذلك، ونسبة (41.17%) لا تقوم بذلك أبدا.

✓ أكثر من خمس ساعات: تقوم نسبة الأغلبية من مبحوثي هذه الفئة (62.98%) بتصحيح معلومات تاريخية منشورة على "فيس بوك"، أغليبتهم (25.92%) يقومون بذلك غالبا، ونفس النسبة نادرا ما تفعل ذلك، ونسبة (37.02%) لا تقوم بذلك أبدا.

وبلغت قيمة χ^2 22.316 ، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.100، وهي أكبر من 0.05؛ أي لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفّح وتصحيح المبحوثين لمعلومات تاريخية منشورة على "فيس بوك".

- بخصوص العبارة السابعة: أحاول التعرف على تاريخ بلدان أخرى:

✓ أقل من ساعة: تقوم نسبة الأغلبية من مبحوثي هذه الفئة (67.57%) بمحاولة التعرف على تاريخ بلدان أخرى عبر "فيس بوك"، أغليبتهم (24.32%) يقومون بذلك دائما، ونسبة (32.43%) لا تقوم بذلك أبدا.

✓ من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات: تقوم نسبة الأغلبية من مبحوثي هذه الفئة (81.04%) بمحاولة التعرف على تاريخ بلدان أخرى عبر "فيس بوك"، أغليبتهم (31.03%) يقومون بذلك أحيانا، ونسبة (18.96%) لا تقوم بذلك أبدا.

✓ من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات: تقوم نسبة الأغلبية من مبحوثي هذه الفئة (65%) بمحاولة التعرف على تاريخ بلدان أخرى عبر "فيس بوك"، أغليبتهم (30%) يقومون بذلك أحيانا، ونسبة (35%) لا تقوم بذلك أبدا.

✓ أكثر من خمس ساعات: تقوم نسبة الأغلبية من مبحوثي هذه الفئة (77.78%) بمحاولة التعرف على تاريخ بلدان أخرى عبر "فيس بوك"، أغليبتهم (37.02%) يقومون بذلك غالبا ، ونسبة (22.22%) لا تقوم بذلك أبدا.

وبلغت قيمة χ^2 19.423 ، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.195، وهي أكبر من 0.05؛ أي لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفّح ومحاولة المبحوثين التعرف على تاريخ بلدان أخرى.

جدول رقم (93): يوضّح التّغييرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية

التّغييرات	التكرارات	النسبة
زادت معلوماتك حول تاريخ بلادك	106	33,8
صحّحت معلومات سابقة كانت خاطئة	84	26,8
زادت رغبتك في البحث عن تاريخ بلادك	81	25,8
لم يحدث أي تغيير	33	10,5
تشوّهت فكرتك عن تاريخ بلادك	10	3,2
المجموع	314	100,0

يوضّح الجدول أعلاه أنّ أكثر تغيير حصل للمبحوثين هو الزيادة في رصيد معلوماتهم حول تاريخ بلادهم، حيث قدرت نسبة هذا التغيير بـ 33.8% من مجموع التّغييرات التي حصلت؛ وتُعزى هذه النتيجة للإضافات التي يجدها المبحوثون بكل سهولة ويسر على الـ"فيس بوك"، حتّى أنّه في كثير من الأحيان يجدون كتباً وإصدارات جديدة منشورة، ولم تصل بعد طبعتها الورقية للمكتبات، وقد تكون فيها معلومات جديدة تشكّل إضافة لرصيد المبحوثين، ممّا يجعلهم يستفيدون منها.

كما تتالى تغييرين حدثا للمبحوثين؛ كتصحيح معلومات سابقة كانت خاطئة، بنسبة 26.8%؛ ويعتبر هذا التغيير إستفادة بالنسبة للمبحوثين؛ فمن الجيد قراءة التّاريخ، لكنّ الأجل هو إعادة قراءته، لترسيخ ما هو صحيح، وتصحيح ما هو خاطئ، للتفكير في بناء مستقبل على قاعدة معلومات صحيحة. وزيادة الرغبة في البحث عن تاريخ بلادهم، بنسبة 25.8%؛ لأنّه كلّما وصلوا إلى معلومة يحتاجون لمعرفة المزيد عنها، لرسم الصّورة واضحة، وبما أنّ الـ"فيس بوك" مصدر يسهّل الحصول على المعلومات، فإنّ تحقيق رغبتهم في البحث أصبح مؤكّداً. كما أنّ تعارف المبحوثين مع أصدقاء من جنسيات أخرى، قد يتطلّب منهم معرفة معلومات عن تاريخ بلادهم كي يُعرفوا بها أصدقاؤهم الافتراضيين في إطار لتبادل الثقافات.

ونسبة ضئيلة من المبحوثين (10.5%) لم يحدث لها أيّ تغيير يذكر؛ قد يكونون من غير المهتمين بالمواضيع التاريخية على الـ"فيس بوك".

وأدنى نسبة من المبحوثين (3.2%) تشوّهت لديهم فكرتهم عن تاريخ بلادهم؛ وهؤلاء ممن وجدوا معلومات مخالفة لما هو معلوم لديهم، أو ممن يتصفّحون صفحات قد تتعمّد تشويه التّاريخ.

وما نستخلصه من هذا الجدول أنّ أغلب التّغييرات التي حصلت للمبحوثين منذ استخدامهم لموقع "فيس بوك" بشأن موضوعات تاريخية تعتبر تغييرات إيجابية لديهم.

جدول رقم (94): يوضح العلاقة بين التغيرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية ومتغير الجنس

الإجابات	زادت معلوماتك حول تاريخ بلادك		صحت معلومات سابقة كانت خاطئة		زادت رغبتك في البحث عن تاريخ بلادك		لم يحدث أي تغيير		تشوهت فكرتك عن تاريخ بلادك	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
ذكر	41	48.8	39	46.4	29	34.5	24	28.6	10	11.9
أنثى	74	45.1	67	40.9	54	32.9	60	36.6	04	2.4
المجموع	115		106		83		84		14	
	كا ² 9.289		درجة الحرية 12		مستوى الدلالة 0.84					

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين التغيرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية ومتغير الجنس؛ حيث نلاحظ أن أغلبية المبحوثين (48.8%) من الذكور زادت معلوماتهم حول تاريخ بلادهم منذ استخدامهم لشبكة الـ"فايس بوك"، وأدى نسبة من مفردات العينة (11.9%) من الذكور تشوهت فكرتهم عن تاريخ بلادهم. وتقريبا نفس النتائج بخصوص فئة الإناث، وبما أن قيمة كا² هي 9.289 عند درجة حرية قيمتها 12، ومستوى الدلالة الإحصائية (0.84) أكبر من 0.05؛ فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين التغيرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية ومتغير الجنس.

جدول رقم (95): يوضح العلاقة بين التغيرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية ومتغير نوع التخصص

الإجابات	زادت معلوماتك حول تاريخ بلادك		صحت معلومات سابقة كانت خاطئة		زادت رغبتك في البحث عن تاريخ بلادك		لم يحدث أي تغيير		تشوهت فكرتك عن تاريخ بلادك	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
ت. أدبية	96	55.8	77	44.8	70	40.7	45	26.2	10	5.8
ت. علمية	19	25.7	29	39.2	13	17.6	39	52.7	02	2.7
ت. أخرى	00	00	00	00	00	00	00	00	02	100
المجموع	115		106		83		84		14	
	كا ² 2.014		درجة الحرية 5		مستوى الدلالة 0.213					

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين التغيرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية ومتغير نوع التخصص؛ حيث نلاحظ أن أغلبية المبحوثين (55.8%) من مبحوثي

التخصّصات الأدبية زادت معلوماتهم حول تاريخ بلادهم منذ استخدامهم لشبكة الـ"فيس بوك"، وأدنى نسبة من مفردات العينة (11.9%) من الذكور تشوّهت فكرتهم عن تاريخ بلادهم. وبما أنّ قيمة χ^2 هي 9.289 عند درجة حرية قيمتها 12، ومستوى الدلالة الإحصائية (0.84) أكبر من 0.05؛ فإنّه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين التغيرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية ومتغير نوع التخصّص.

جدول رقم (96): يوضّح العلاقة بين التغيرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية ومتغير لغة التعليم

الإجابات	زادت معلوماتك حول تاريخ بلادك		لم يحدث أيّ تغيير		زادت رغبتك في البحث عن تاريخ بلادك		صحّحت معلومات سابقة كانت خاطئة		تشوّهت فكرتك عن تاريخ بلادك	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
ل. عربية	50.6	85	29.2	49	38.7	65	45.8	77	7.1	12
ل. إنجليزية	30	06	45	09	10	02	25	05	00	00
ل. فرنسية	40	24	43.3	26	26.7	16	40	24	3.3	02
المجموع	115		84		83		106		14	
	كا ² 6.243		درجة الحرية 3		مستوى الدلالة 2.421					

يوضّح الجدول أعلاه العلاقة بين التغيرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية ومتغير لغة التعليم؛ حيث نلاحظ أنّ أغلبية المبحوثين (50.6%) من المبحوثين الذين يدرسون باللغة العربية زادت معلوماتهم حول تاريخ بلادهم منذ استخدامهم لشبكة الـ"فيس بوك"، ولا يوجد أيّ مبحوث يدرس باللغة الإنجليزية تشوّهت فكرته عن تاريخ بلاده.

وبما أنّ قيمة χ^2 هي 6.243 عند درجة حرية قيمتها 3، ومستوى الدلالة الإحصائية (2.421) أكبر من 0.05؛ فإنّه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين التغيرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية ومتغير لغة التعليم.

جدول رقم (97): يوضح العلاقة بين التغيرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية ومتغير المنطقة السكنية

المجموع	تشوّهت فكرتك عن تاريخ بلادك		لم يحدث أيّ تغيير		زادت رغبتك في البحث عن تاريخ بلادك		صححت معلومات سابقة كانت خاطئة		زادت معلوماتك حول تاريخ بلادك		الإجابات
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
22	00	00	00	00	63.63	14	18.18	04	18.18	04	الجزائر
02	00	00	100	02	00	00	00	00	00	0	تبيّزة
06	00	00	66.7	04	00	00	00	00	33.3	02	سطيف
02	00	00	00	00	00	00	00	00	100	02	بسكرة
20	00	00	00	00	00	00	60	12	40	08	قسنطينة
08	00	00	50	04	00	00	25	02	25	02	سكيكدة
162	8.64	14	12.96	21	6.17	10	21.60	35	50.61	82	أم البواقي
04	00	00	50	02	00	00	50	02	00	00	تبسة
04	00	00	00	00	00	00	00	00	100	04	جيجل
09	00	00	77.88	07	00	00	00	00	22.22	02	ميلة
07	00	00	00	00	00	00	71.4	05	28.57	02	سوق أهراس
02	00	00	00	00	00	00	00	00	100	02	بجاية
مستوى الدلالة 0.021					درجة الحرية 14					كا ² 7.694	

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين التغيرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية ومتغير المنطقة السكنية؛ حيث نلاحظ أنّ قيمة كا² هي 7.694 عند درجة حرية قيمتها 14 ، ومستوى الدلالة الإحصائية (0.021) وهي أقل من 0.05؛ أي أنه توجد علاقة دالة إحصائية بين التغيرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية ومتغير المنطقة السكنية.

جدول رقم (98): يوضح أسباب عدم تطرق المبحوثين لمواضيع تاريخية على "فيس بوك":

النسبة	التكرارات	الأسباب
28.99	98	ليست من اهتماماتي
33.43	113	لأنّ مواضيع التاريخ تحتاج لمخابر ومحققين على مستوى عال وليس على شبكة للتواصل
10.05	34	التاريخ كلام فارغ ومضيعة للوقت في وقت أنّ الدول الأخرى تصنع المستقبل
10.94	37	ليست من اختصاصي
16.56	56	كثرة الأخطاء والمغالطات التاريخية
100	338	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أنّ أغلبية المبحوثين لا يتطرقون للصفحات أو المجموعات التي تكون مواضيعها تاريخية لأنها "مواضيع تحتاج إلى متخصصين، ومخابر، ومحققين على مستوى عال وليس في الفضاء الافتراضي"، حيث قدرت نسبة هذا السبب بـ 33.43% من مجموع تكرارات أسباب العزوف. وحسب وجهة نظرهم، لا يستطيع أيّا كان الخوض في مواضيع دقيقة كالمواضيع التاريخية، لذا يفضل استقاؤها من مصادر مؤكّدة، الأكيد أنّها ليست الـ"فيس بوك".

وثاني سبب لعدم اشتراكهم في هذه الصفحات هو أنّها "لا تهمهم"، حيث قدرت نسبة هذا السبب بـ 29% من مجموع تكرارات أسباب العزوف؛ بمعنى أنّ لديهم اهتمامات أخرى كما أثبتتها الجدول رقم (43).

وبررت نسبة من المبحوثين عزوفهم عن الاشتراك في هذه الصفحات أو المجموعات "بكثرة الأخطاء والمغالطات التاريخية"؛ حيث قدرت نسبة هذا السبب بـ 16.56% من مجموع التكرارات. وللأسف يعدّ هذا السبب متداولاً لدى الكثير من الشباب الجزائري اليوم، فما تعلّمه من معارف، ومعلومات تاريخية على مدار مراحل دراسته من الابتدائي إلى الثانوي، يتغيّر بمجرد التحاقه للجامعة، أو بمجرد اطلاعه على مصادر تاريخية، أو متابعتة لما ينشر في وسائل الإعلام التقليدية منها وحتى الافتراضية الآن، لكثرة المغالطات والتناقضات بين المعلومات. الأمر الذي جعلهم يفقدون المصداقية فيها، ويطلبون تحري الحقيقة، لكن ليس من صفحات الفيس بوك، بل من مصادرها.

وآخر سبب لعدم اشتراكهم في هذه الصفحات هو أنّ "التاريخ كلام فارغ ومضيعة للوقت في وقت أنّ الدول الأخرى تصنع المستقبل"، حيث قدرت نسبة هذا السبب بـ 10.05%. ورغم هذا الرأي المجحف في حق التاريخ، إلاّ أنّه من الضروري إعادة استقراء التاريخ لدى هؤلاء، ومحاولة إيجاد طرق لترغيبهم في التعرف

عليه، لأنّ الأکید أنّ أمة بلا تاریخ لا مستقبل لها. ويكون ذلك بطرق عدّة كإعادة النظر في المناهج الدراسية، وتكثيف البرامج الإعلامية لتقديم المعلومات من مصادرها الحقيقية، ومحاولة تحريّ صدق المعلومات التي تنتشر عبر الشبكات الاجتماعية الإلكترونية.

جدول رقم (99): يوضّح كيف يرى المبحوث دور نشر مواضيع تاريخية في المحافظة على هويته الثقافية

النسبة	التكرارات	الإجابة
26,7	107	أساسيا
52,9	212	مكّملًا
20,4	82	ليس له أي دور
100,0	401	المجموع

يوضّح الجدول أعلاه أنّ نصف المبحوثين (52.9%) يرون أنّ دور نشر مواضيع تاريخية عبر فضاء "فيس بوك" يعتبر مكّملًا للمحافظة على هويته الثقافية؛ بمعنى أنّه يتكامل مع عناصر أخرى كالدين واللغة والعادات في العالم الواقعي، كما يتكامل مع التعريف بهذه العناصر عبر العالم الافتراضي للحفاظ على هويته.

كما ترى نسبة الربع منهم (26.7%) أنّ هذا الدّور يعتبر أساسيا للحفاظ على الهوية؛ ما يدلّ أهميّة هذا العنصر (التاريخ)، وأهميّة هذا الدّور (النشر الإلكتروني لهذه المواضيع) في الحفاظ على الهوية.

وترى نسبة 20.4% أنّه لا دور له؛ وهؤلاء ممّن لا يهتمّون بهذه المواضيع ونشرها على الشبكة.

جدول رقم (100): يوضح كيف يرى المبحوث تأثير نشر المواضيع التاريخية في المحافظة على هويته الثقافية

النسبة	التكرارات	الإجابة
1.99	8	سلبي
48.13	193	إيجابي
19.71	79	سلبي وإيجابي
30.17	121	لا سلبي ولا إيجابي
100,0	401	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن حوالي نصف المبحوثين (48.13%) يرون أن لنشر المواضيع التاريخية تأثير إيجابي في المحافظة على هويتهم الثقافية، فيما ترى أدنى نسبة منهم (2%) أن له تأثير سلبي على هويتهم، ومظاهر هذا التأثير الإيجابي أو السلبي سنراها في جدولين آتيين.

جدول رقم (101): يوضح العلاقة بين كثافة التصفح وروية المبحوثين عن تأثير نشر المواضيع التاريخية عبر شبكة "فيس بوك" على الهوية الثقافية.

كيف يرى المبحوث تأثير نشر المواضيع التاريخية عبر شبكة "فيس بوك" على الهوية الثقافية										
%	المجموع	لا سلبي ولا إيجابي		سلبي أحيانا وإيجابي أحيانا		إيجابي		سلبي		عدد ساعات التصفح
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
100	103	27.2	28	23.3	21	47.6	49	1.9	02	أقل من ساعة
100	146	24.7	36	18.5	27	53.4	78	3.4	05	من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات
100	62	35.5	22	12.9	08	50	31	1.6	01	من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات
100	90	38.9	35	22.2	20	38.9	35	00	00	من خمس ساعات فأكثر
100	401	30.2	121	19.7	79	48.1	193	02	08	المجموع
مستوى الدلالة 0.163		درجة الحرية 9				كا ² 12.990				

يوضح الجدول العلاقة بين كثافة التصفح ورؤية المبحوث لتأثير نشر المواضيع التاريخية عبر شبكة "فيس بوك" على الهوية الثقافية، حيث نلاحظ أن أغلبية مبحوثي مستخدمي الموقع لأقل من ساعة (47.6%) يرون هذا التأثير إيجابيا، في حين تراه أدنى نسبة منهم (2%) بأنه سلبي.

كما أن أكثر من نصف مبحوثي من يتصفح الموقع من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات (53.4%) يرونه إيجابيا، وأدنى نسبة منهم (3.4%) تراه سلبيًا.

وأيضا نصف مبحوثي المستخدمين من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات يرون هذا التأثير إيجابيا، وأدنى نسبة منهم (1.6%) تراه سلبيًا.

وتراه أغلبية مبحوثي المستخدمين لأكثر من خمس ساعات (39%) بأنه إيجابي، في حين لا يرى أي مبحوث منهم أنه سلبي.

وبلغت قيمة χ^2 12.990، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.163، وهو أكبر من 0.05؛ بمعنى أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح ورؤية المبحوثين حول تأثير نشر المواضيع التاريخية عبر شبكة "فيس بوك" على الهوية الثقافية.

جدول رقم (102): يوضح مظاهر التأثير السلبي لنشر مواضيع تاريخية على الهوية الثقافية للمبحوثين

المجموع	لم تؤثر		قليلا		كثيرا		المظاهر
	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	
98	5.10	05	57.1	56	37.8	37	إهمال التاريخ
98	09.18	09	85.7	84	05.10	05	ضعف اللغة ونسيانها بالتدرج
98	10.2	10	43.9	43	45.9	45	التهاون بالتعاليم الدينية
98	35.7	35	18.4	18	45.9	45	التهاون بشأن العادات والتقاليد

يوضح الجدول أعلاه مظاهر التأثير السلبي لنشر مواضيع تاريخية عبر الـ"فيس بوك" على عناصر الهوية الثقافية الأخرى للمبحوثين؛ حيث نجد من هذه المظاهر:

- إهمال التاريخ: بيّنت النتائج أن نشر هذه المواضيع عبر هذا الفضاء أثر سلبا على الأغلبية الساحقة للمبحوثين (95%) بشأن اهتمامهم بالتاريخ، فيما لم يؤثر على نسبة 5% فقط. وتبدو النتائج متناقضة إلى حد بعيد، فكيف بنشر مواضيع تاريخية أن تؤدي بالمبحوث إلى إهمال التاريخ كعنصر من عناصر الهوية؟ إلا إذا كان ما ينشر فيه الكثير من المغالطات التي أدت إلى نفور المبحوثين منها وانعكاسها سلبا على هذا

الجانب، أو أن المبحوثين قلّت مصداقيتهم قليلا أثناء الإجابة على هذا السؤال، وهذا من عيوب دراسات الجمهور واستمارات الاستبيان.

- **ضعف اللغة ونسيانها بالتدرّج:** بينت النتائج أن نشر المواضيع التاريخية أثّرت قليلا على لغة الأغلبية الساحقة من المبحوثين (85.7%)، وتسببت في ضعفها ونسيانها بالتدرّج، في حين أنها لم تؤثر على لغة 9% فقط من المبحوثين. وتدلّ هذه النتيجة على تأثر عنصر مهم من عناصر الهوية لدى المبحوثين بنشر مواضيع تاريخية عبر الفضاء الافتراضي.

- **التهاون في أداء التعاليم الدينية:** بينت النتائج أن نشر المواضيع التاريخية أثّرت كثيرا على حوالي نصف المبحوثين (46%)، وتسببت في تهاونهم في أداء بعض التعاليم الدينية. في حين لم تؤثر على التعاليم الدينية لـ 10% فقط من المبحوثين. ويمكن أن يكون هؤلاء ممن ليس لديهم اهتمامات بالمواضيع التاريخية ولا المواضيع الدينية، وقاموا فقط بربط تهاونهم في أدائهم لتعاليم الدين بنشر بعض المعلومات التاريخية التي قد تكون غير صحيحة، خاصة إذا كانت معلومات تاريخية ذات موضوع ديني.

- **التهاون بشأن العادات والتقاليد:** أوضحت النتائج أن نشر المواضيع التاريخية أثّرت بالسلب كثيرا على أغلبية المبحوثين (46%) بشأن عاداتهم وتقاليدهم، فيما لم تؤثر على نسبة 35.7% فقط. بمعنى أن هذه المواضيع تسببت في تهاون ثلثي المبحوثين بشأن تمسّكهم بعاداتهم وتقاليدهم. وربما يعود لنشر بعض المعلومات التاريخية لبعض عاداتنا، والكشف عن بعض الأخطاء الممارسة فيها لحدّ الساعة، ما جعلهم يتأثرون حتّى تهاونوا في التمسّك بها.

ونستنتج من هذا الجدول أن نشر مواضيع تاريخية عبر الـ"فيس بوك" أثّرت سلبا على المبحوثين (الذين أثّرت عليهم سلبا) وبالترتيب على العناصر الآتية: التاريخ، اللغة، الدين ثم العادات والتقاليد.

جدول رقم (103): يوضّح مظاهر التأثير الإيجابي لنشر مواضيع تاريخية على الهوية الثقافية للمبحوثين

المجموع	لم تؤثر		قليلا		كثيرا		المظاهر
	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	
281	2.14	06	24.2	68	73.7	207	الاعتزاز بالتاريخ
272	2.95	08	79.7	216	17.7	48	الحفاظ على اللغة
267	2.62	07	72.7	194	24.7	66	التمسك بالتعاليم الدينية
267	5.24	14	81.6	218	13.1	35	التمسك بالعبادات والتقاليد

يوضّح الجدول أعلاه مظاهر التأثير الإيجابي للغة المستخدمة في الـ"بوك" على عناصر الهوية الثقافية الأخرى؛ حيث نجد من هذه المظاهر:

- **الاعتزاز بالتاريخ:** أوضحت النتائج أنّ نشر المواضيع التاريخية عبر الـ"بوك" كان لها تأثير في اعتزاز كلّ المبحوثين تقريبا من الذين أثّرت على لغتهم إيجابا (98%)؛ حيث أثّرت كثيرا على ثلاثة أرباع المبحوثين، وأثّرت قليلا على حوالي الربع الباقي. وهؤلاء ممّن استفادوا من هذا الموقع في تدعيم معارفهم التاريخية من خلال التعرّض المتواصل لها عبر هذا الفضاء.

- **الحفاظ على اللغة:** أوضحت النتائج أنّ نشر المواضيع التاريخية عبر الـ"بوك" كان لها تأثير في حفاظ كلّ المبحوثين تقريبا الذين أثّرت على لغتهم إيجابا (97%) ، وهؤلاء ممّن استفادوا من هذه المواضيع لتدعيم لغتهم والحفاظ عليها عبر هذا الفضاء، غير أنّ نسبة من كانت استفادته قليلة (80%) أكبر ممّن استفاد كثيرا.

- **التمسك بالتعاليم الدينية:** دلّت نتائج الجدول أنّ نشر مثل هذه المواضيع أثّر أيضا بالإيجاب على عنصر الدين لدى كلّ المبحوثين تقريبا (98%)؛ فمن خلال التطرّق لتاريخ الأمم الديني، والتعرّف على عظمة رموزه الدينية، والسهلة، أصبحت هذه النسبة من المبحوثين أكثر تمسكا بالتعاليم الدينية، حتّى لو استفادت قليلا فقط.

- **التمسك بالعبادات والتقاليد:** أثّر نشر المواضيع التاريخية عبر شبكة الـ"بوك" إيجابا على الأغلبية الساحقة من المبحوثين (95.7%)؛ حيث كان التأثير قليلا على 81.6%، وكثيرا على 13.1%؛ وذلك لارتباط العادات والتقاليد بصفة القدم والضرب في جذور تاريخ الأمة.

ونسنتج من هذا الجدول أنّ نشر مواضيع تاريخية عبر الـ"بوك" أثّرت إيجابا على المبحوثين (الذين أثّرت عليهم إيجابا) وبالترتيب على العناصر الآتية: التاريخ، الدين، اللغة ثمّ العادات والتقاليد.

جدول رقم (104): يوضح مدى التعريف بالعادة والتقاليد من طرف المبحوثين:

النسبة	التكرارات	الخيارات
11.4	46	دائما
14.2	57	غالبا
35.9	144	أحيانا
19.5	78	نادرا
19	76	أبدا
100	401	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أنّ نسبة الأغلبية من المبحوثين (35.9%) يقومون أحيانا بالتعريف بمختلف العادات والتقاليد الجزائرية على شبكة الـ"فيس بوك"، ونسبة 19.5% منهم نادرا ما تحاول التعريف بالعادات والتقاليد، وغالبا ما تقوم نسبة 14.2% من المبحوثين بهذه العملية، وأقل نسبة منهم 11.4% تقوم دائما بذلك؛ ربما لتعريف أصدقائهم من خارج الوطن بها، أو حتى أصدقائهم داخل الوطن من مناطق مختلفة، نظرا لاختلاف وتعدد وثرء العادات والتقاليد الجزائرية باختلاف المناطق، وشساعة مساحة الجزائر.

في حين لا تقوم نسبة ضئيلة منهم، مقدرة بـ19% بالتعريف بها؛ ربما لعدم اهتمامهم بهذا الموضوع، أو قد يكونون من منخفضي كثافة التصفح، وهذا ما ستبينه نتائج جدول لاحق.

نستخلص من الجدول أن أكثر من ثلاثة أرباع المبحوثين (81%) يقومون بالتعريف بمختلف العادات والتقاليد الجزائرية على شبكة الـ"فيس بوك"، وهذا من شأنه نقل الثقافة والهوية الثقافية الجزائرية إلى مختلف مناطق العالم، مستغلين في ذلك الإمكانيات الكبيرة، والانتشار الهائل للشبكات الاجتماعية، وبالتالي المساهمة في الحفاظ على هويتنا ضد العولمة التي تحاول تشويهها وربما القضاء عليها.

إنّ الثقافة الجزائرية، وبالرغم من غناها الشديد، وتعدد طبوعها، وجمال مكوناتها، مازالت للأسف محصورة في نطاق محلي ضيق، ولم نحاول نحن كجزائريين - شعبا ونظاما- بجديّة أن نعمل على انتشارها، سواء على النطاق العربي، أو العالمي، بالرغم من إمكانيات المجال السّمي البصري الضخمة، والتي استغلّتها كلّ الدّول لنشر ثقافتها ما عدانا نحن.. فبمقارنة بسيطة جدّا مع دولتي الجوار فقط (تونس والمغرب)، وفي النّطاق العربي الضيق فقط، نقول بكلّ بساطة أنّ الشّعوب العربية الأخرى تعرف كلّ ما يتعلّق بهاتين الدّولتين، من ثقافة، وأماكن سياحية، وفنانين، وأدباء وأحيانا حتّى بعض الكلمات من لهجتها

* حتى بعض المحاولات الموجودة حاليا مازالت غير كافية.

التي تشبه لهجتنا إلى حد بعيد، وللأسف لا يملكون أدنى المعلومات عن الثقافة الجزائرية، ما عدا أنها بلد المليون شهيد، والتي نضطر في كل مرة لتصحيح المعلومة لهم بأنها مليون ونصف وليس مليون واحدا.

وربما نتيجة هذا الجدول تبعث في النفس بعض التفاؤل في استغلال الشباب الجامعي الجزائري عينة الدراسة لهذه الشبكات العالمية لنشر وإعادة إحياء ثقافتنا الغنية، وبالتالي الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية.

وتتفق نتيجة هذا الجدول مع الدراسة السابقة للباحث "بدر الدين بلعباس"؛ التي أثبتت أن 42.16% من الباحثين مهتمون بأمر النقاش حول مسألة التقاليد الاجتماعية على الفيس بوك، ونسبة 24% منهم يضيفون في حواراتهم على "فيس بوك" أمورا تدخل ضمن التقاليد الاجتماعية، و50.43% منهم يتعصبون لآرائهم بخصوص التقاليد الاجتماعية على الفيس بوك، و66.52% منهم يناقشون مواضيع التقاليد الاجتماعية بكل جرأة وحرية على صفحات الفيس بوك.

جدول رقم (105) يوضح العلاقة بين كثافة التصفح والتعريف بالعادات والتقاليد عبر "فيس بوك":

هل يقوم المبحوث بنشر مواضيع خاصة بالعادات والتقاليد عبر شبكة "فيس بوك"												الإجابة
%	المجموع	أبدا		نادرا		أحيانا		غالبا		دائما		عدد ساعات التصفح
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
100	103	22.3	23	20.4	21	38.8	40	9.7	10	8.7	09	أقل من ساعة
100	146	11.6	17	21.2	31	37.7	55	14.4	21	15.1	22	من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات
100	62	9.7	06	19.4	12	35.5	22	19.4	12	16.1	10	من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات
100	90	25.6	23	26.7	24	26.7	24	8.9	08	12.2	11	من خمس ساعات فأكثر
100	401	17.2	69	21.9	88	35.2	141	12.7	51	13	52	المجموع
مستوى الدلالة 0.61				درجة الحرية 12				كا ² 20.313				

توضح نتائج الجدول العلاقة بين كثافة التصفح وتعريف المبحوثين بالعادات والتقاليد عبر "فيس بوك"، حيث نلاحظ أن أكبر نسبة من منخفضي الاستخدام (أقل من ساعة)، والمقدرة بـ 38.8% ينشرونها أحيانا، في حين أن أدنى نسبة منهم (8.7%) ينشرونها دائما.

وأكبر نسبة من مستخدمي الموقع ما بين ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات، والمقدرة بـ37.7% ينشرونها أيضا أحيانا، وأدنى نسبة منهم (11.6%) لا تنشر ذلك أبدا.

وبالنسبة للمبشرين الذين يستخدمون الموقع من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات، فأكبر نسبة منهم (35.5%) تقوم أحيانا بنشر المواضيع المتعلقة بالعبادات والتقاليد على الشبكة، في حين لا تقوم أدنى نسبة منهم (9.7%) بذلك.

وللمبشرين كثيفي التصفح (أكثر من خمس ساعات)، تعمل أحيانا نسبة 26.7% على نشر ذلك، كما تعمل نفس النسبة على ذلك نادرا.

إذن؛ أكبر نسبة من المبشرين الذين ينشرون مواضيع خاصة بالعبادات والتقاليد على "فيس بوك" يتصفحون الموقع لأقل من ساعة، ويفعلون ذلك أحيانا.

وبلغت قيمة χ^2 20.313 ، ومستوى الدلالة الإحصائية 0.61، وهي أكبر من 0.05؛ إذن لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح والتعريف بالعبادات والتقاليد عبر "فيس بوك".

جدول رقم (106): يوضح العادات التي يُعرف المبشرون بها على "فيس بوك":

النسبة	التكرارات	العادات
27,6	168	الأكلات التقليدية
28,1	171	اللباس التقليدي
9,2	56	طريقة العمران
21,5	131	طقوس الأفراح
13,6	83	عادات وتقاليد أخرى
100,0	609	المجموع

العادات والتقاليد فعل اجتماعي متوارث يرتكز على تراث يدعمه ويغذيه، لها قوة معيارية، وتتطلب الامتثال الاجتماعي، والطاعة الصارمة، وتكون مرتبطة بظروف المجتمع الذي تمارس فيه.¹

وتوضح نتائج الجدول أعلاه أهم العادات والتقاليد التي يحاول المبشرون التعريف بها عبر شبكة "فيس بوك"؛ حيث نلاحظ أن اللباس التقليدي من أكثر العادات التي يعمل المبشرون على التعريف بها، حيث قُدرت نسبتها بـ28.1% من مجموع الخيارات.

¹ نادية محفوظ مصطفى: خصائص الثقافة العربية الإسلامية في ظل حوار الثقافات، 1، دار السلام للطباعة، القاهرة، 2006، 22.

وتتميز الألبسة التقليدية بتنوع أشكالها وألوانها، فهي تختلف من بلد إلى آخر، ومن منطقة لأخرى، والزّي أو اللباس التقليدي يعكس ثقافة وهوية المجتمع، وهذا يقول علماء اللغة أن الأزياء تعني الهوية المميزة للشعب.

أي أن الزّي التقليدي جزء لا يتجزأ من تراث الأمة، وهو مظهر من مظاهر الهوية الجماعية، لذلك ترى الرؤساء والملوك يظهرون به في المناسبات الرسمية والأعياد، وفي ذلك اعتراف بهويتهم الأصلية وتثميناً لهذا العنصر، فهذا هو الباحث "حميد الصواف" يضيف عنصر الأزياء إلى أهم عناصر الهوية بقوله: "فيما تشكل الأزياء واللغة، بالإضافة إلى بعض السلوكيات هوية أصلية للكثير من الأقوام التي ترفض التخلي عنها رغم انتفاء الحاجة لها، وتصبح كتراث قومي لبعض المجتمعات، تسعى في ديمومته والتمايز به عن الآخر"¹

وفي نفس السياق يحاول الباحث "يوسف بن قرية" تركيز هذه الأهمية التي تحظى بها الملابس والأزياء التقليدية بقوله: "يعتبر موضوع الملابس أو الأزياء المغربية الإسلامية، بنوعها المدني والعسكري من الموضوعات الأثرية الهامة في تاريخ الحضارة العربية الإسلامية، جدة وطرافة في هذا المجال، لأن الملابس عامة تشكل عنصراً تراثياً هاماً من بين عناصر تراثنا المادي والفني، لا يقل أهمية عن بحث ودراسة أي أثر تراثي آخر مهما بلغت قيمته الفنية والفكرية معاً."²

وقد تميزت المغاربة عموماً، والجزائريون على وجه الخصوص، بجملة من الأزياء عرفوا بها عبر التاريخ، وعبرت في ذلك الوقت عن خصوصيتهم، وهويتهم، وأصالتهم.

والواقع أن اللباس الجزائري شهد تغييرات منذ الاستقلال؛ فبعدما كان الفرد الجزائري يرتدي لباساً مختلفاً تماماً عن اللباس الأوربي، أين كان مزيجاً من اللباس المحلي واللباس العثماني، تأثر مع مرور الزمن وغلب عليه الطابع الأوربي بشكل ملحوظ جداً.

وفي الواقع الحالي، حتى ذلك اللباس الأوربي الذي صار جزء من ثقافة المجتمع، طرأت عليه تغييرات، وخاصة بالسنوات الأخيرة، وأضحى واضحاً تأثير الثقافات الأخرى، خاصة التركية بسبب الإعلام والمعاملات التجارية التي توطدت مع الأتراك، مقابل تلاشي المبادلات التجارية السورية، وحتى اللباس الشرعي "الحجاب" طرأت عليه ملامح غريبة عن المجتمع.

وأصبح اللباس المحلي يُكنّى باللباس التقليدي *les tuniques traditionnelles*، ويرتدى بالمناسبات فقط (سروال اللوبيا، الكراكو، الحايك، البرنس...)، باستثناء بعض المناطق كسكان الصحراء الجزائرية، وبعض مناطق القبائل والميزاب، الذين لا يزالون يرتدون اللباس التقليدي في الأيام العادية، ومع ذلك لباس أفراد هذه المناطق المذكورة يختصر على فئة عمرية معينة، فعلى سبيل المثال بمنطقة القبائل اللباس

1.143

2 المرجع نفسه، ص144.

التقليدي(ثاقندورث) يرتدى إلا من قبل الأفراد المتقدمين بالسن، أما باقي الأعمار يرتدون الزي التقليدي وسط محيطهم فقط، بمعنى إذا انتقلوا إلى المدينة لبسوا اللباس العصري.

وسكان التوارق (سكان الصحراء) هم جماعات استثنائية، فالكل يرتدي الزي التارقي (تسغنس لباس المرأة التارقية) لأن نمط عيشهم ككل لم تطرأ عليه تغييرات تذكر، بسبب ضرورات مناخية قاسية، تفرض بعض الأزياء الواقية من الحرارة وغبار الرمال.

وسكان مناطق الهضاب العليا (الجلفة، البيض..)، وسكان الجنوب (ورقلة وأدرار..)، لا يزالون يحافظون على زيهم الأصلي، خاصة في الجهات النائية، وبالأخص عند الأسر المحافظة المتمسكة بأصالتها.¹ وإن أردنا تقديم وصف مبسط لأهم أنواع اللباس التقليدي الجزائري، نذكر على سبيل المثال:²

- **البرنس:** هو عبارة عن لباس خارجي، يستعمل عند الرجال عادة، وتشارك في كلمة برنس معظم الدول المغاربية مثل الجزائر وتونس وليبيا، ولا تزال هذه التسمية إلى يومنا هذا في الجزائر، وهو ما يعبر عنه باللغة العامية برنوس، ولا يزال أيضا يستعمل إلى يومنا هذا، خاصة في المناسبات سواء من طرف النساء أو الرجال، وله قيمة اجتماعية كبيرة خاصة في المجتمع الشاوي. ويقول ابن خلدون "أنه عندما كان يدرس في القاهرة كان يرتدي البرنس دائما، وكان المصريون يلقبونه بالمغربي". والبرنس في شكله العام هو عبارة عن رداء ثقيل منسوج من الصوف أو الوبر بدون أكمام مربوط في الرقبة، وينسدل باتساع، وينتهي بشريبات من الصوف أو الحرير، وكانت أشهر الألوان المستعملة هي اللون الأبيض واللون الأسود.

- **الحايك:** هو لباس نسوي، عبارة عن قطعة قماش كبيرة منسوجة من الصوف أو الحرير بطريقة يدوية في أول الأمر، ثم أدخلت في صناعته الآلة، غالبا ما يكون مستطيل الشكل، حيث يتراوح طوله ما بين اثنين إلى ثلاثة أمتار وعرضه ما بين متر إلى متر ونصف، ويكون عادة ذو لون أبيض، ويستعمل عند الخروج كسترة للمرأة، ولباس للعروس عند زفافها.

- **الجلابة:** وهي عبارة عن قميص طويل، لها أكمام، تلبس عادة من طرف الرجال، كما تلبس من طرف النساء لكن بشكل آخر مغاير في مادة صنعها وتزيينها.

- **الشاش:** وهو من أهم الأغذية التي يغطي بها الرأس عند الرجال، سواء للشباب أو الشيوخ، عكس ما نراه اليوم حيث لا يزال متواجدا عند الشيوخ.

- **العراقية:** وهي نوع آخر من أغذية الرأس تستعمل عادة تحت الشاش.

- **الشاشية:** غطاء للرأس كذلك، مصنوعة عادة من الصوف، تستعمل في وقت الشتاء.

¹ شريفة بريجة، مرجع سبق ذكره، ص 125.

² رشيد بوتقرايت: ظاهرة الاهتمام باللباس عند الشباب الجامعي مذكرة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة الجزائر، 2006-2007

- **القشّابية:** لباس تقليدي شهير عند أمازيغ الشاوية وفي الجلفة، تُصنع من الوبر والصوف الخالص، وهي ذات قيمة عالية في منظور عدد كبير من أبناء الجزائر، الذين يفضلون ارتدائها ويتفخرون بها، تبعاً لجمالية وفعالية القشّابية التي يتسلح بها السكان المحليون لمقاومة البرد القارس، خصوصاً في الهضاب العليا التي تنزل بها درجة الحرارة في فصل الشتاء إلى ما دون الصفر.¹

- **الملحفة:** لباس يخصّ النسوة، خاص بمنطقة الشاوية، يتشكّل من قطعتين، أمامية وخلفية، تربط عند منطقة أعلى الكتف عن طريق "الخلالات"، وهي نوع من الحليّ المحليّة، ويضاف إلى القطعتين "الكمام"، وهي قطعة تغطّي الذراعين وتلبس تحت القطعتين "قندورة" خفيفة، أو فستان بالمعنى الرسمي.

وتعتبر **الأكلات التقليدية** من أهمّ العادات والتقاليد التي يقوم المبحوثون بالتعريف بها عبر الدّيس بوك، حيث قدرّت نسبتها بـ 27.6% من مجموع خيارات المبحوثين.

إنّ الأكل التقليدي، وطرق التعامل مع الطّعام عموماً تشكّل نسقاً منظماً في كلّ ثقافة من الثقافات، ولغة تنقل المعاني من خلال بنيتها ومكوناتها، وتسهم في تنظيم العالم الطّبيعي والاجتماعي. ذلك أنّ الطّعام ليس مجرد مجموعة من المنتجات يمكن استخدامها في الدّراسات الإحصائية أو الغذائية، بل تعدّ مجالاً أولياً لنقل المعنى، ونقل الثقافة. فالأكل باعتباره فعل بيولوجي اجتماعي، يرتبط بالإرث الثقافي للمجتمعات، ويعدّ عنصراً كباقي العناصر الثقافية: الموسيقى، الرّقص، اللباس، النمط المعماري... وغيرها من العناصر التي تعكس الهوية الثقافية لكلّ مجتمع إنساني.

إنّ الأكل يُمثّل هويات الشعوب؛ فعندما نسمع اسم غذاء أو طبق، تتّجه أذهاننا إلى مجتمع معيّن، مثلاً أكلة لابيلا *la paella* تتّجه بالفكر مباشرة نحو اسبانيا، وعند سماع السباقيتي *spaghetti* يسافر فكرنا إلى ايطاليا، والتّبولة نتذكّر بلاد الشام، وليكراب *les crêpes* نجول بفرنسا... وغيرها من الأطباق التي لا تعدّ ولا تحصى، والتي تمثّل وترمز لثقافة المجتمعات وبطاقة هوياتهم.

إذن، علاقة الأكل بالهوية الثقافية، هي علاقة حتمية، ولهذا نلاحظ بأنّ مختلف المجتمعات تعمل على الحفاظ على هذا الإرث الثقافي، وبالأخصّ أننا في عصر العولمة الثقافية، التي تهتمّ بروج المنتجات الثقافية عبر العالم كلّ، وتوحيد النمط الثقافي بين الدول، وتوحيد نظام الغذاء، وبالتالي القضاء على الأكلات التقليدية الخاصة بكلّ بلد.

وبالفعل نجد انتشار المأكولات الأجنبية كالمبرغر، والأكلات السريعة في كلّ دول العالم، إلاّ أنّه توجد الكثير من المجتمعات الواعية بخطورة العولمة الثقافية، والحريصة على الحفاظ على ميراثها الثقافي، بما فيه ثقافة الأكل، ولا تكتفي بنقلها من جيل إلى جيل بفضل العادات والتقاليد فقط، بل بالتّحسيس بضرورة الحفاظ عليها، عن طريق العديد من الطّرق كإقامة المهرجانات، والمعارض الوطنية، والدولية، والاحتفالات السنوية،

¹ تاريخ الزيارة 2017/08/03 الساعة 20.45 <https://ar.wikipedia.org>

واستغلال وسائل الإعلام التقليدية منها والمعاصرة كشبكات التواصل الاجتماعي على اختلافها، ومنها شبكة الـ"فيس بوك" التي يستخدمها مبحوثو هذه الدراسة لإعادة دفع والتذكير بمورثهم الثقافي.

ومن أشهر الأطباق الجزائرية التي يعرف بها المبحوثون نذكر الكسكس، الطاجين، الدولمة، الحريرة أو الشورية، الحميس، الشخشوخة، الكسرة، المحاجب، القرانطيطة، البوراك، الرشته. وسنحاول التطرق لأهمها كالاتي:

- **الخبز**: يُعرف المطبخ الجزائري بأنواع متعددة من الخبز، وغالبا ما يفضل الجزائريون إعداد هذا الخبز في المنازل (خبز الدار)، بدل اقتناؤه من المخايز، ويتنوع الخبز الجزائري بتنوع الحضارات والثقافات التي مرّ بها تاريخ الجزائر العظيم، ويعتبر "المطلوع" نوعا من أنواع الخبز المحبب، وخاصة في شهر رمضان المعظم.

- **الحساء أو الشربة**: يعدّ الحساء من أهم الوجبات بالجزائر، حتى أنه لا تكتمل أي وليمة أو دعوة عند العائلات الجزائرية دون أن تبدأ بالحساء، وهو كما الحال في كل أنواع الطبخ الجزائري يختلف من جهة لأخرى؛ فهو الشورية الفريك عند الشرق، والمقطّف في العاصمة، وفي الغرب حريرة، وتشيشة في الجنوب.

- **الكسكس**: يعتبر الكسكس شارة ورمز المطبخ المغاربي، ووصلت شهرة هذا الطبق الأمازيغي إلى العالمية. وهو ليس مجرد وصفة من وصفات المطبخ الجزائري، أي تخط مجموعة من المكونات اللذيذة، ولكن هو بحق يعتبر هوية ثقافية للمنطقة بما يحمله من معان. حتى أننا لا يمكن أن نتعرف على عادات منطقة ما دون الرجوع إلى ما يكتنزه من أكل تقليدي، وعلى رأسها طبعا الكسكس؛ لما له من علاقة حميمة مع المجتمع المغاربي.

وكثيرا ما ارتبط بصورة تلك الأم وهي تجلس على جلد خروف، ثانية ساقياها وأمامها القصعة، والكثير من الطواجن والغرابيل. والنسوة من حولها: الأولى تقتل والثانية تسيّر (تغريل)، والثالثة تبخره فوق القدر الكبير، وهنّ يتبادلن الحديث، ويتمازجن مرّة، ويتشاجرن مرّات.

والكسكس هو رمز للتقاليد الجزائرية كحفلات الزواج، الختان، وعدة الجنائز....، وهو يمثل الصلة بين أفراد العائلة ولذا تراهم خصّصوا ليوم الجمعة، وهو يوم الراحة الأسبوعية، غداء ذلك اليوم أن لا يكون إلا على الكسكس.

ونظام الأكل بالمجتمع الجزائري يختلف عن دول المشرق العربي، وفيه نوع من التشابه مع نظم الأكل الأوربية، هذا النظام يعتمد على ثلاث وجبات رئيسية: فطور الصباح، ووجبة منتصف النهار، ووجبة العشاء. وهذه الوجبات الثلاث كانت تؤكل جماعة، بين أفراد العائلة، إلا أنها في طريقها للتغيير والانحدار، وبشكل عام، تغيرت ثقافة الأكل التي كان يعرفها الجزائريون، ونخصّ هنا الحديث عن المجتمع الحضري، بخلاف المجتمع الريفي، الذي لا يزال نوعا ما يحافظ على نمط معيشته التقليدي، بما فيه ثقافة الأكل، وأصبح النمط الغذائي مهّدا بالزوال نظرا للانتشار الواسع لمحلّات الأكلات السريعة في المجتمع، ولاكتسائه

صبغة أوربية أحياناً، ومشرقية أحياناً أخرى، بفعل الاحتكاك الثقافي الذي يتم خاصة عبر وسائل الاتصال، ومنها الشبكات الاجتماعية الالكترونية بأنواعها.

كما بينت نتائج الجدول أن طقوس الأفراح من العادات والتقاليد التي يقوم المبحوثون بالتعريف بها على شبكة "فيس بوك"، حيث قدرت نسبتها بـ 21.5% من مجموع الخيارات.

وتعتبر مراسم الاحتفال بالأعراس من أبرز المظاهر الهوياتية لأي شعب من شعوب العالم، وهي عبارة عن عادات وممارسات تقليدية، منها ما تم الاحتفاظ به ومنها ما تغير. وفي الجزائر كان يُقام العرس بالمنزل، وأيضاً يدوم الاحتفال أكثر من أسبوع، وتعمه الكثير من العادات والطقوس، ويرتدي المحتفلون اللباس التقليدي الجزائري (الملحفة الشاوية، الشدة القسنطينية، الكراكو العاصمي، البلوزة التلمسانية، الردي..). وتحضر المآدب الجزائرية، والموسيقى المحلية (المداحات، القولات..)، وغيرها من المظاهر التي تميز طقوس الأفراح الجزائرية.

أما في الوقت الحالي، فقد طرأت عدة تغييرات على هذه الطقوس، وصارت عادات ومراسم الاحتفال بالأعراس الجزائرية، تطغى عليها بعض العادات من الأعراس الغربية، وطقوس مقتبسة من تراث الدول الشقيقة.

وتعتبر المدة الزمنية من بين هذه التغييرات، بحيث اختزلت وأصبح الاحتفال بالعرس لا يتعدى اليومين على الأكثر. وأيضاً اللباس المحلي طرأت عليه تغييرات معاصرة، وأصبح شبيهاً بزّي الحفلات الغربية والمشرقية (العباءة السعودية، الهندية، والتونسية..)، وصار العرس يقام بقاعات الحفلات، بدلاً من أن يقام بالمنزل... .

أما بالنسبة للموسيقى، فقد غلب عليها الطابع المعاصر، الذي حلّ محلّ الفرق الموسيقية التقليدية، التي كانت تستعمل الآلات الموسيقية التقليدية (الدف، البندير، الدربوكة،...)، وحلّ محلّها ما يسمى بمنسق الأسطوانات DJ.

والأطباق المحضرة بحفلات الأعراس هي الأخرى أدخلت عليها تغييرات، مثل تنظيم مأدبة العشاء من طرف مستأجرين حرفيين في المطاعم، الذين يحضرون المأكولات، ونوع الأكل مقتبس من المطابخ العالمية، الغربية، والمشرقية.

والعديد من التغييرات التي تختلف عن الثقافة المحلية للمجتمع الجزائري، والتي أخذت شكلاً مناقضاً للثقافة المحلية، وليس لها أي علاقة بالهوية الثقافية لهذا المجتمع المعروف بتعدد عناصره الثقافية ذات الطابع الأمازيغي والعربي الإسلامي، كالرقص المختلط أثناء الحفلات.

وتبينت النتائج أيضاً أن المبحوثين يقومون بالتعريف بعادات وتقاليد أخرى عبر شبكة "الفيس بوك"، حيث قدرت نسبتها بـ 13.6% من مجموع الخيارات.

وتتمثل هذه العادات والتقاليد الأخرى في الموروث المادي كالصناعة التقليدية من زرابي وفن خزفي يتمثل خاصة في أواني ميزاب الفخارية، جرجرة، الأوراس، جيجل، ندرومة والهضاب العليا، ويمكن أن نقسمها إلى نوعين؛ نوع للأكل (ينقسم بدوره إلى نوعين؛ نوع يوضع على النار، ونوع يُقدّم فيه الطعام كالصحن والأواني التي تُحفظ فيها السوائل كالماء واللبن...). والأواني الخزفية متشابهة تقريبا في مختلف جهات الوطن، فالطين هو المادة الأولية لدى صانعي الخزف في القرى والتجمعات خاصة، وهناك من يستعمل الأواني القديمة؛ حيث يقوم بسحقها من جديد ويعيد صنعها. ومع مرور الزمن كان هناك إقبال كبير من طرف السياح على مثل هذه الأواني، وعلى أنواع صناعة الخزف، حيث زادت تطورا مثل صنعها على أشكال حيوانات (جمال، أحصنة..)، أو على شكل خرائط (خريطة الجزائر مثلا)، أو أشكال أخرى متنوعة، تحمل كل واحدة منها معنى يدل على حال هذه المجتمعات، وعلى عاداتهم وتقاليدهم.

وصناعة الأواني النحاسية التي تعدّ من أهمّ الفنون الحضارية المزدهرة في المدن الجزائرية القديمة، مثل الصحن المستعملة للتزيين، والتي تستعمل أيضا لتوزيع الشاي والقهوة، الأباريق، الفناجين، ملاعق صغيرة منقوشة مناسبة لباقي قطع الآنية الأخرى.. إلى غير ذلك.

وفن التطريز؛ الذي يجمع بين الخيط الذهبي، والفلالات الذهبية والفضية لحياكة السراويل المصفحة والقفطانات والطرابيش وقندورة الختانة والصدريات والفساتين المتنوعة كلها مزخرفة مثل قندورة مدينة قسنطينة (الفرقاني)، البدلة التلمسانية المتمثلة في معطف العروس المنسوج بالخياط الذهبية.

والحلي التقليدية؛ كالسلاسل، الأساور، الخواتم، الخلاخل وغيرها، ولكل منطقة نوعها الخاص بها، وأشهرها حلي منطقة الشاوية التي تُصنع من الفضة المنقوشة، وكذلك الحلي القبائلية التي تضاف لها ألوان كثيرة. وحرف الزخرفة، وصناعة النسيج.. إلى غير ذلك، بالإضافة إلى الموروث اللامادي كالأمثال الشعبية، الألغاز، النكت، الحكايات الخرافية، وطقوس الربيع والحصاد.. إلى غير ذلك.

وتُعرف أيضا نسبة 21.5% من المبحوثين **بطريقة العمران** على شبكة الـ"فيس بوك"، كالقصور والقباب التي تشتهر بها مناطق الصحراء، ومدينة وادي سوف خاصة، والهندسة المعمارية لبعض أجزاء الأبنية التي تدل على الهوية الإسلامية للجزائر كالهلال والأقواس، والزخرفة الموجودة في المساجد.

جدول رقم (107): يوضّح رأي المبحوثين في مساهمة شبكة "فيس بوك" في التعريف بالثقافات المحلية ومحاولة الحفظ عليها :

النسبة	التكرارات	الإجابة
77.1	309	نعم
22.9	92	لا
100	401	المجموع

توضّح بيانات الجدول أنّ أغلبية المبحوثين (77.1%) يرون بأنّ شبكة الفيس بوك تساهم في التعريف بالثقافة المحليّة، بل ويمكن استخدامها في المحافظة عليها.

بينما ترى نسبة الأقلية (22.9%) بأنّ هذه الشبكة لا دور لها في التعريف بالثقافة المحليّة، وربما كانوا يرون أنّها أداة لنقل الثقافات الأخرى لنا وتبنيها على حساب ثقافتنا.

جدول رقم (108): يوضّح علاقة كثافة المشاهدة بمساهمة شبكة "فيس بوك" في التعريف بالثقافات المحليّة

مساهمة شبكة "فيس بوك" في التعريف بالثقافات المحليّة						الإجابة	عدد ساعات التصفح
%	المجموع	لا		نعم			
		%	ت	%	ت		
100	103	23.3	24	76.7	79	أقل من ساعة	
100	146	25.3	37	74.7	109	من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات	
100	62	27.4	17	72.6	45	من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات	
100	90	27.8	25	72.2	65	من خمس ساعات فأكثر	
100	401	25.7	103	74.3	298	المجموع	
مستوى الدلالة 0.892		درجة الحرية 3		كا ² 0.620			

يوضّح الجدول أعلاه علاقة كثافة المشاهدة بمساهمة شبكة "فيس بوك" في التعريف بالثقافات المحليّة؛ حيث نلاحظ أنّ ثلاثة أرباع المتصفّحين أقلّ من ساعة يرون أنّ الشبكة تساهم في التعريف بالثقافات المحليّة، كما أنّ ثلاثة أرباع المتصفّحين من ساعة إلى أقلّ من ثلاث ساعات يرون أنّ الشبكة

تساهم في التعريف بالثقافات المحليّة، وأنّ حوالي ثلاثة أرباع المتصفّحين من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات يرون أنّ الشبكة تساهم في التعريف بالثقافات المحليّة، وأيضا حوالي ثلاثة أرباع المتصفّحين من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات يرون أنّ الشبكة تساهم في التعريف بالثقافات المحليّة.

وبما أنّ الدلالة الإحصائية عند مستوى الثقة 0.95 أكبر من 0.05، فلا توجد علاقة دالة إحصائيا بين كثافة التصفح ومساهمة شبكة "فيس بوك" في التعريف بالثقافات المحليّة.

خلاصة:

قمنا في هذا الفصل بالتطرق إلى عرض وتحليل بيانات الدراسة التطبيقية بشقيها التحليلي والميداني،

وكذلك ربط هذه النتائج بنتائج الدراسات السابقة والمقارنة بها، وارتأينا إرجاء نتائج هذا التحليل إلى الفصل

الآتي نظرا لأهمية هذه النتائج، وكذا لمحاولة مناقشتها على حدى وليس في عنصر من فصل.

الفصل السّابع:

نتائج الدراسة

I. عرض النتائج العامّة للدراسة التحليلية:

1- نتائج فئات الشّكل.

2- نتائج فئات المضمون.

II. عرض النتائج العامّة للدراسة الميدانية:

1- نتائج المحور الأوّل.

2- نتائج المحور الثّاني.

3- نتائج المحور الثّالث.

4- نتائج المحور الرّابع.

III. نتائج الدّراسة في ضوء الفرضيات:

1- نتيجة الفرضية الأولى.

2- نتيجة الفرضية الثّانية.

3- نتيجة الفرضية الثّالثة.

4- نتيجة الفرضية الرّابعة.

IV. النتائج في ضوء المقاربة النّظرية المعتمدة.

تمهيد:

تمثل هدف الدراسة النهائي في معرفة انعكاسات التصفّح المستمر لشبكة " فيس بوك " كأشهر شبكات التواصل الاجتماعي على عناصر الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري، وبما أنّ الأهمية الأساسية لأيّ بحث تتمثل في مدى إلمام الباحث بأصول البحث العلمي بالدرجة الأولى، وأهمية النتائج المتوصل إليها بالدرجة الثانية، واستنادا على ما تقدّم من تبويب وتحليل للبيانات التي تحصلنا عليها في هذه الدراسة، سنحاول في هذا الفصل التطرّق إلى النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية في كليّاتها، دون الخوض في بعض من حيثياتها وجزئياتها، التي تضمّنتها الدراسة في فصولها السابقة.

أقول هذا، رغم أنّي متأكّدة من البداية أنّ البحث في مجال الهوية الثقافية ليس بالشّيء البسيط أو الهين، لكونها مرتبطة بعدد من العناصر والمتغيّرات المتداخلة، التي تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر في تكوينها وتحديد ماهيتها.

لقد حاول الكثير من المفكرين تحديد مفهوم الهوية الثقافية، لكن بعضا من الإشكالات التي واجهتني تكمن في تحديد عناصرها الذي يختلف من باحث إلى آخر؛ بمعنى ماهي هذه العناصر المشكّلة للهوية الثقافية لمجتمع ما؟ وكيف يمكن تحديدها؟

وللإجابة على هذين السؤالين، وغيرهما، فقد وضعت مجموعة مؤشّرات، اعتقدت أنّها ستجيب عليهما، والتي دارت حول: الدين الإسلامي، اللغتين العربية والأمازيغية، التاريخ الوطني والعادات والتقاليد.

رغم علمي أيضا أنّ هذه العناصر ماهي إلاّ جزء بسيط من الكل، كما لا يمكن إخضاعها بشكل دقيق ومقنع للقياس الكميّ، بهدف تحديد مدى تأثير كثافة التصفّح عليها.

لقد لازمني هذا الشعور، وهذه الصّعوبات منذ الخطوات الأولى لهذه الدراسة، وبالتحديد منذ أنّ حاولت اختيار المفاهيم المرتبطة بالموضوع، وهذه هي مشكلة العلوم الإنسانية، ما إن تجيب عن إشكال حتّى يظهر أمامك إشكال آخر.

إنّ هذه الصّعوبات الموضوعية التي تعترض كلّ باحث في أيّ مجال من مجالات العلوم الإنسانية المتشعبة، لا يمكنها أن تثنيه عن بلوغ الأهداف التي وضعها كنهايات لدراسته، لذا حاولت إنهاء هذا العمل بجملة من النتائج، التي يقوم عرضها على مجموعة من القواعد المنهجية الأساسية، منها تقديم الشواهد ذات الصلة بمشكلة البحث، ومناقشة مضمون هذه النتائج، وربما طرح تساؤلات جديدة تكون ذات صلة بموضوع البحث، والتي لا تزال في حاجة إلى إجابات في المستقبل.

وعليه، تم توزيع النتائج العامة للدراسة الحالية على خمسة عناصر؛ يتناول أولها عرض النتائج العامة للدراسة التحليلية، وثانيها سيتناول عرض النتائج العامة للدراسة الميدانية، أما ثالث عنصر فسننظر فيه إلى النتائج في ضوء الفرضيات، والرابع إلى النتائج في ضوء المقاربة النظرية المعتمدة، وآخر عنصر سيكون النتيجة النهائية للبحث.

I. عرض النتائج العامة للدراسة التحليلية:

توصلت الدراسة التحليلية إلى نتائج عامة نعرضها وفقاً لمحورين كالاتي:

✓ المحور الأول: فئات الشكل

- تعتبر صفحة "تقف نفسك" من الصفحات النشطة سريعة التحديث، وهي ذات تصميم جذاب، يعتمد على استخدام كل أنواع المنشورات، بكل الخصائص الجرافيكية، والتي نذكرها كالاتي:
- المناشير المكتوبة المرفوقة بصور هي أكثر أنواع المناشير التي تعتمد عليها صفحة "تقف نفسك" على شبكة الـ"فيس بوك"، حيث قُدرت نسبتها بـ 40.47% من مجموع ما نشر من خلال مفردات الدراسة.
- قالب المعلومات هو أكثر قالب تعتمد عليه صفحة "تقف نفسك" على شبكة الـ"فيس بوك"؛ حيث قُدرت نسبتها بـ 38.93% من مجموع القوالب الأخرى.
- اعتمدت أغلبية المنشورات على الخط ذو الحجم المتوسط بنسبة 48.66%.
- كما ركزت أكثر على الحروف الملونة؛ التي قُدرت نسبتها بـ 54.04%.
- أغلبية مقاطع الفيديو التي تعتمد عليها الصفحة عينة الدراسة (90.62%) مأخوذة من مواقع إلكترونية، أغلبها الموقع الإلكتروني الرئيس لـ"تقف نفسك".
- أغلبية الصور التي يتم تداولها في الصفحة (88.82%) تكون عبارة عن رسومات معبرة.
- الأغلبية الساحقة من مناشير الصفحة عينة الدراسة (91.19%) تستخدم الروابط التشعبية، أغلبيتها تنقل إلى الموقع الرئيس.
- صفحة "تقف نفسك" عينة الدراسة تعتمد على استخدام الصورة التعريفية لها دائماً.
- كل الصور التعريفية الموظفة في الصفحة عينة الدراسة تكون بالألوان.
- الصور التعريفية المستخدمة في الصفحة خلال فترة إجراء الدراسة تكون مصحوبة بكتابة عن طريق حروف.

✓ المحور الثاني: فئات المضمون

- تعتبر صفحة ثقّف نفسك صفحة تعليمية تثقيفية بالدرجة الأولى، غير أنها تتطرق لموضوعات مختلفة، استجابة لأذواق المشتركين فيها، ومن الموضوعات التي تهتمّ بنشرها نذكر:
- مواضيع الثقافة العامة هي أكثر المواضيع التي تتطرق لها الصفحة عينة الدراسة، وذلك بنسبة (38.66%) من مجموع المواضيع.
 - أكثر المنشورات التي كان محورها مواضيع خاصة باللغة العربية عبارة عن أبيات شعر من قصائد معروفة، حيث بلغت نسبة هذه الفئة 80% من مجموع مؤشرات هذه الفئة.
 - الأدعية التي تكون مرفوقة بصور أكثر محتويات الفئات الخاصة بالدين؛ حيث بلغت نسبتها 60%.
 - حوالي نصف المواضيع التاريخية التي نشرت على الصفحة عينة الدراسة (56.81%) عبارة عن معلومات تاريخية.
 - الأكلات هي أكثر فئات العادات والتقاليد التي تقوم الصفحة عينة الدراسة بنشرها 42.85%.
 - نصف الفئات الخاصة بالموروث الثقافي اللامادي عبارة عن أمثال
 - اللغة العربية هي لغة الأغلبية الساحقة من منشورات الصفحة؛ حيث بلغت نسبتها (92.02%).
 - إبداء الإعجاب حول المنشورات عينة الدراسة موجود فيها كلها.
 - نصف تعليقات الأعضاء على المنشورات عينة الدراسة تمثلت في إبداء الآراء ووجهات النظر.
 - العامية كانت لغة تعليقات أغلبية الأعضاء (60%).
 - نصف المنشورات هدفها تثقيفي.
 - هدف أكثر من نصف المنشورات عينة الدراسة فيما يخصّ مواضيع الهوية الثقافية هو نشر وترسيخ الثقافة الإسلامية.

ونستخلص من النتائج السابقة أنّ صفحة "ثقّف نفسك" تعتبر أكبر صفحة عربية من ناحية الانتشار وعدد المشتركين والمتابعين لها، تهدف إلى نشر الثقافة والمعرفة، وتعمل على دعم وإبراز عنصر الدين الإسلامي كأول عناصر الهوية الثقافية لجمهورها المستهدف، كما تدعم اللغة العربية في مرتبة ثانية، والعادات والتقاليد في مرتبة ثالثة، وأخيرا عنصر التاريخ.

كما نستطيع القول بأنّ أغلب الشباب الجزائري متابع للصفحة، لكن لا يظهر له وجود فيها من ناحية التعليقات؛ فلا أثر للهجتنا الجزائرية إلا نادرا جداً، على عكس الشباب من مصر أو دول الخليج الذين أثبتوا

حضورهم فيها وبقوة، ومظهر الاهتمام الوحيد بها على الشبكة هو مشاركة منشوراتها على صفحاتهم الشخصية، واستقبال التعليقات عليها فيها.

بمعنى أنه لم يتم استغلال نشاط، وانتشار، وعدد المشتركين الضخم لهذه الصفحة لنقل وتسويق هويتنا الثقافية الجزائرية لباقي الشباب العربي.

II. عرض النتائج العامة للدراسة الميدانية:

توصلت الدراسة الميدانية إلى نتائج عامة نعرضها وفقا لعدة محاور كآلاتي:

✓ المحور الأول: عادات وأنماط ودوافع استخدام شبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك":

- أثبتت الدراسة أن نصف المبحوثين (50.4%) يستخدمون الشبكات الاجتماعية الالكترونية بشكل دائم، في حين تستخدمها أقل نسبة من المبحوثين (3.7%) بصفة نادرة.

- شبكة "فيس بوك" تحتل المرتبة الأولى من بين أكثر شبكات التواصل التي يستخدمها المبحوثون، فيما يحتل موقع "اليوتيوب" المرتبة الثانية لدى مفردات العينة، واحتل موقع "تويتر" المرتبة الثالثة لديهم، واحتل موقع "انستغرام" المرتبة الرابعة لدى المبحوثين، واحتل موقع "سناب شات" المرتبة الخامسة، فيما احتل موقع "تمبلر" Tumblr المرتبة السادسة.

- أكثر من نصف المبحوثين (53.4%) يستخدمون شبكة "فيس بوك" بصفة دائمة، فيما تستخدم أقل نسبة من مفردات العينة (04.5%) هذه الشبكة بصفة نادرة.

- نسبة الأغلبية من المبحوثين (69.1%) مشتركون في هذه الشبكة منذ أكثر من ثلاث سنوات، فيما تشترك نسبة 08.7% من المبحوثين في الموقع منذ أقل من سنة.

- أغلبية أفراد العينة 46.4% يتصفحون شبكة "الفيس بوك" أكثر من مرة في اليوم، وأدنى نسبة منهم (10.5%) لا تستخدم "الفيس بوك" إلا مرة كل أسبوع.

- أكبر نسبة من المبحوثين (36.4%) تستخدم الموقع لمدة تتراوح بين الساعة إلى أقل من ثلاث ساعات يوميا. وأقل نسبة من المبحوثين (15.5%) تستخدم شبكة "فيس بوك" من ثلاث إلى خمس ساعات يوميا.

- أغلبية المبحوثين (62.8%) يستخدمون اللغة الفرنسية كلغة إعدادات لحساباتهم على "فيس بوك"، واللغة العربية هي لغة إعدادات حسابات ما يقارب ربع المبحوثين (24.2%)، وتفتح نسبة 11% فقط من مفردات العينة حسابها باللغة الانجليزية.

- الأغلبية الساحقة من المبحوثين (أكثر من 80%) يستخدمون هوية افتراضية مستعارة في حساباتهم الفيسبوكية.

- يقوم المبحوثون بمختلف النشاطات التي يتيحها الموقع، وعلى رأسها الدردشة مع الأصدقاء بنسبة 21.8% منهم، وتتوالى بقية نشاطات المبحوثين على الموقع بين كتابة منشورات في الحساب الخاص (15.3%)، وبين من يقرأ ويعلق على مشاركات أصدقائه (15%)، والتعليق على منشورات في صفحات أو مجموعات يكون المبحوث مشتركاً فيها (10.7%)، ومشاركة المنشورات مع الأصدقاء (10.7%)، ومشاركة الصور معهم (10.7%)، وبين من يكتفي بقراءة مشاركات الأصدقاء (8.9%)، ومن يكتب منشورات في صفحات أو مجموعات هو مشترك فيها (7%).

- المجال الترفيهي يحتل المرتبة الأولى من بين المجالات الأكثر متابعة من طرف أفراد العينة، حيث قدرت نسبته بـ 24.1% من مجموع المجالات الأخرى، ثم يأتي المجال العلمي وما يرافقه من مجالات الثقافة والفكر؛ حيث قدرت نسبة هذا المجال بـ 23.7%، والمجال الديني والدعوي والعائدي بنسبة 16.4% من مجموع المجالات، وتفضل نسبة 11.5% من المبحوثين التطرق للمجال الصحي عبر هذه الشبكة، ونسبة 10.1% من المبحوثين تفضل مجال التوجيه والإرشاد، وأدنى نسبة من المبحوثين (06.7%) تفضل استخدام هذه الشبكة في المجال الإخباري والسياسي.

- أغلبية المبحوثين يعتبرون من ذوي "الاستخدام النشط"، لأن نسبة 78.7% منهم تشارك، وتناقش من حولها مضمون الرسائل التي يتعرضون لها من خلال هذا الموقع؛ حيث نسبة الأغلبية منهم (46%) تستخدم الموقع بمفردها، لكن تشارك من حولها ما تتصفح، وتناقش نسبة 26.8% منهم محتوى ما تتصفح عبر الموقع مع من حولها على أرض الواقع، وتستخدم نسبة 21.3% من أفراد العينة هذا الموقع بمفردها تماماً، ولا تتحدث مع أي أحد حول ما تتصفح، وأخيراً، تناقش نسبة الأقلية من المبحوثين (5.9%) محتوى ما تتصفح عبر الموقع مع أصدقائها الافتراضيين.

- يعتبر مبحوثو هذه الدراسة من كثيفي الاستخدام المتعلقون بالشبكة أنموذج الدراسة، لأن أكثر من 60% منهم يشعر بالفراغ والقلق إذا لم يستخدمها يوماً؛ حيث يشعر نصفهم (49.6%) بالفراغ إذا لم يتواصلوا عبرها لمدة طويلة، في حين لا تشعر نسبة 38.9% منهم بشيء إذا ما غابوا عن استخدامها، ونسبة 11.5% منهم تشعر بالقلق والاضطراب نتيجة غيابهم عن استخدام شبكة "فيس بوك".

- أكثر صفحة يتابعها مبحوثي الدراسة الحالية هي صفحة "تقف نفسك"؛ حيث قدرت نسبتها بـ 12.58%.

- تفضّل نسبة (32.1%) من مفردات العينة نسج علاقات مع محيطهم القريب، وتفضّل نسبة (22.4%) منهم إقامة علاقات مع أشخاص من داخل الوطن، ونسبة من المبحوثين، قدّرت بـ14.2% تفضّل إقامة علاقات من مختلف مناطق العالم، وتميل نسبة (13.6%) منهم إلى إقامة علاقات عربية.
- بالنسبة لدوافع المبحوثين لتصفّحهم شبكة "فيس بوك"، فقد قامت الباحثة بتقسيمها إلى دوافع طقوسية، وأخرى نفعية:

• بالنسبة للدوافع الطقوسية:

ما يقارب ربع المبحوثين (23.7%) يستخدمون شبكة "فيس بوك" بدافع التسلية والترفيه، ونسبة (20.9%) منهم يستخدمونها بدافع البقاء على اتصال دائم بالأهل والأصدقاء، و(11.9%) منهم يستخدمون الموقع لأنه يشغل وقت فراغهم. ومن يستخدم الموقع بدافع التعرف على أصدقاء جدد، بلغت نسبتهم (9.6%) من المبحوثين، وتستخدم نسبة (8.8%) منهم هذه الشبكة بدافع الدردشة، التي تسهّل التّواصل بينهم وبين أصدقائهم عبر هذا الموقع، ويعتبر الهروب من الواقع من بين الدوافع الهامة التي تجعل الكثيرين يلجؤون لهذه الشبكة؛ وتتملّ مؤشّرات هروب مفردات العينة من واقعهم في عبارات:

- "يساعدني في الهروب من ضغط الحياة"، حيث عبّرت نسبة 6.8% منهم أنّه يلجأ إلى هذا الموقع لهذا السّبب.
- "يساعدني على نسيان ضغوط الدراسة"، حيث عبّرت نسبة 6.3% منهم أنّه يلجأ إلى هذه الشبكة لهذا السّبب.
- "أستخدمه عندما أكون محبطاً"، حيث عبّرت نسبة 5.5% منهم أنّه يلجأ إلى هذه الشبكة لهذا السّبب.

وأدنى نسبة من المبحوثين (2.2%) تستخدمه للبحث عن العلاقات العاطفية.

• أمّا بخصوص الدوافع النفعية:

فأغلبية المبحوثين (22%) يستخدمونه لغرض الدراسة، أمّا الدافع الثاني الذي أشاروا إليه فهو سرعة تبادل المعلومات والأخبار فيه، حيث حصل هذا الدافع على 14.8% من مجموع تكرارات الدوافع، والدافع الثالث يتملّ في أنّ الشبكة فيها معلومات لا يجدها المبحوثون في مواقع أخرى، حيث حصل هذا الدافع على 13.7% من مجموع تكرارات الدوافع. ويمكن استخدام "فيس بوك" في المراسلة كبديل للبريد الإلكتروني، وهذا الدافع كانت نسبته 12.5%، ومن بين دوافع الاستخدام الأخرى أنّ هذه الشبكة تجعلهم أكثر جرأة في تناول المواضيع (11.8%)، وتنمّي قدراتهم التّواصلية (10.5%)، وتمكّنهم من الحصول على الحافز الاجتماعي وتشجيع الآخرين، والذي عبّرت أدنى نسبة من المبحوثين 6% بأنّه دافع لاستخدامها لهذا الموقع.

ومن خلال نتائج هذا المحور، نستطيع استخلاص ملامح مستخدمي شبكة الـ"فيس بوك" الـإلكترونية كالآتي:

- أثبتت نتائج هذا البحث أنّ الشبكات الاجتماعية بصفة عامّة، وشبكة "فيس بوك" على الأخص، أصبحت من أهمّ الوسائل التكنولوجية الحديثة، التي لا يمكن الاستغناء عنها، لما لها من مميزات تفاعلية هائلة، كما أنّها لها بريقها الخاص في هذه الفئة العمرية على وجه الخصوص، وهي الفئة التي تتلقّى دراستها الجامعية، لأنّها أصبحت وسيلة رئيسية في الاتصال والتفاعل مع أعضاء هيئة التدريس، وأصدقائهم وزملائهم، وتكوين علاقات اجتماعية أكثر تشعباً واتساعاً.
- برغم تنوّع الشبكات الاجتماعية الـإلكترونية وتعدّدها، يبقى الـ"فيس بوك" يحتلّ الصدارة لدى الباحثين من حيث الاستخدام من طرف الشباب الجامعي الجزائري الذي يُعدّ من المستخدمين النشطين كثيفي الاستخدام لهذه الشبكة.
- يقوم الشباب الجزائري عينة الدراسة بمختلف النشاطات التي يتيحها الموقع، وله عدّة دوافع لذلك، تنوّعت بين الطقوسية؛ التي كانت التسلية والترفيه أهمّها، والنفعية؛ التي كانت الدراسة أهمّها.

✓ المحور الثّاني: تأثيرات استخدامات "فيس بوك" على اللغة العربية للمبّحوث:

- بيّنت النتائج أنّ نسبة الأغلبية (20.30%) ترى بأنّ عبارة العلامة "عبد الحميد بن باديس" الشهيرة: "شعب الجزائر مسلم.. وإلى العروبة ينتسب" تختصر مقوّمات الهوية الجزائرية، وترى نسبة معتبرة منهم (17.01%) بأنّ هذه العبارة تعني "الإسلام ديننا والعربية لغتنا" وعبرّت نسبة 07.49% من الباحثين أنّ العبارة تعني لهم بأنّ "الشعب الجزائري أمازيغي الأصل عربيّ الإسلام" في حين عبّرت أدنى نسبة من الباحثين (03.58%) بأنّها تعني لهم "الحفاظ على الهوية الإسلامية والعربية".

- وبالنسبة لترتيب عناصر الهوية الثقافية الجزائرية لدى الباحثين فقد جاء على النحو الآتي:

- 1- الدين الإسلامي.
- 2- اللغة العربية.
- 3- العادات والتقاليد.
- 4- اللغة الأمازيغية.
- 5- التاريخ الوطني.

- تفضّل الأغلبية السّاقطة من الباحثين (79.1%) الكتابة بالحروف والأيقونات معاً، وتفضّل نسبة 19.2% منهم استخدام الكتابة بالحروف فقط دون استخدام الأيقونات، وتفضّل نسبة متدنية جداً (1.7%) التّواصل عبر لغة الأيقونات فقط.

- أغلبية أفراد العينة يستخدمون اللهجة العامية بحروف أجنبية في كتاباتهم على "فيس بوك". والأغلبية الساحقة منهم لا يستخدمون اللغة الأمازيغية في كتاباتهم، سواء كانت بحروف عربية أو أجنبية؛ حيث بيّنت النتائج أنّ:

- هناك تفوق طفيف في استخدام اللغة الفرنسية في هذا الفضاء على حساب اللغة العربية؛ حيث:
 - أغلبية الباحثين (32.7%) يستخدمون اللغة العربية أحيانا في كتاباتهم على "فيس بوك" وأدنى نسبة من الباحثين (8.5%) لا تستخدم اللغة العربية أبدا في كتاباتها على "فيس بوك".
 - ثلث الباحثين (35.2%) يستخدمون اللغة الفرنسية أحيانا في كتاباتهم على "فيس بوك" وأدنى نسبة من الباحثين (10.7%) لا تستخدم اللغة الفرنسية أبدا في كتاباتها على "فيس بوك".
- أغلبية الباحثين (29.4%) يستخدمون اللغة الانجليزية نادرا في كتاباتهم على "فيس بوك"، ولا تستخدمها نسبة مقاربة (28.2%) أبدا في كتاباتها على هذا الموقع. وأدنى نسبة من الباحثين (5.2%) تستخدم اللغة الإنجليزية دائما في كتاباتها على "فيس بوك".
- الأغلبية الساحقة من الباحثين تستخدم اللهجة العامية على موقع "فيس بوك" سواء كتبت بحروف عربية أو أجنبية؛ حيث نلاحظ:
 - بخصوص اللهجة العامية بحروف عربية:
 - يستخدمها ثلث الباحثين أحيانا، وربعهم دائما، وأدنى نسبة منهم (11%) لا تستخدمها أبدا.
 - بخصوص اللهجة العامية بحروف أجنبية:
 - تستخدمها أغلبية الباحثين (39.2%) دائما، ونسبة 16% أحيانا، وأدنى نسبة منهم (12.5%) لا تستخدمها أبدا.
- أي أنّ درجة استخدام العامية سواء بحروف عربية أو أجنبية متقاربة، والفرق الطفيف لصالح استخدام الحروف الأجنبية.
- الأغلبية الساحقة من الباحثين لا يكتبون باللغة الأمازيغية، سواء كانت بحروف عربية (88.3%)، أو بحروف أجنبية (88.2%)، ونسبة متدنية جدا (01%) فقط تكتب بها دائما.
- بخصوص العربية بحروف أجنبية (الفرنكو أريك): لا تستخدمها أغلبية الباحثين أبدا (61.1%)، وأدنى نسبة منهم تستخدمها دائما (3.7%).
- بخصوص الأجنبية بحروف عربية (المعينة): لا تستخدمها أغلبية الباحثين أبدا (63.8%)؛ وتستخدمها أدنى نسبة منهم (3.2%) دائما.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة الاستخدام ونوع اللغة التي يستخدمها الباحثون على شبكة ال"فيس بوك".

- فئة الأساتذة حظيت بأكبر نسبة من نسب اختيارات الفئات التي يكتب معها المبحوثون باللغة العربية؛ حيث قُدرت بـ32.1%. ثم فئة الأصدقاء الافتراضيين من دول عربية، أين قُدرت نسبتها بـ24.2%. أما باقي الفئات التي يستخدم معها المبحوثون اللغة العربية في التّواصل، فقد جاءت بنسب متقاربة ومدنيّة، كفئة الأصدقاء (18.8%)، وفئة الزملاء (14.8%)، وأخيراً فئة الأهل بنسبة 10.1%.
- فيما يخصّ أسباب كتابة المبحوثين باللغة العربية على "فيس بوك"، فقد بيّنت النتائج أنّ:
- أكثر المبحوثين يكتبون باللغة العربية على "فيس بوك" لأنها "اللغة الوطنية"، حيث قُدرت نسبة هذا الاختيار بـ24% من مجموع الخيارات المطروحة.
 - "اعتزاز المبحوث بعرويته ومحاولة تجسيدها في تعاملاته" من أكثر الأسباب التي جعلته يتعامل باللغة العربية على "فيس بوك"، حيث قُدرت نسبتها بـ21.2%.
 - غير أنّ أدنى نسبة مسجّلة من الخيارات (2.4%)، تعود لسبب أنّ المبحوثين "لا يعرفون لغات أخرى غيرها".
- أغلبية المبحوثين (62.3%) لم يتغيّر مستوى معرفتهم باللغة العربية منذ استخدامهم لموقع "فيس بوك"، في حين حدث التّغيير لنسبة 37.7% منهم.
- لا توجد علاقة دالّة إحصائية بين التّغييرات التي حصلت للمبحوث على مستوى اللغة العربية ومتغيّر الجنس.
- لا توجد علاقة دالّة إحصائية بين التّغييرات التي حصلت للمبحوث على مستوى اللغة العربية ومتغيّر نوع التخصّص.
- لا توجد علاقة دالّة إحصائية بين التّغييرات التي حصلت للمبحوث على مستوى اللغة العربية ومتغيّر نوع لغة التّعليم.
- لا توجد علاقة دالّة إحصائية بين التّغييرات التي حصلت للمبحوث على مستوى اللغة العربية ومتغيّر المنطقة السّكنية.
- وبالنسبة لاتجاهات المبحوثين نحو استخدام اللغة العربية على "فيس بوك"، فقد بيّنت النتائج أنّ اتجاهات الشّباب نحو استخدام اللغة العربية على "فيس بوك" إيجابية؛ حيث بلغ متوسط الشدّة للعبارات ككل 3.60؛ وتفصيل ذلك في نتائج العبارات الآتية:

- العبارة الأولى: "أحرص وأشجع على السلامة اللغوية في الكتابة على "فيس بوك" بالفصحى": أثبتت النتائج اتجاهها إيجابياً قوياً نحو هذه العبارة.
- العبارة الثانية: "أدرك أهمية استخدام اللغة العربية أثناء الكتابة على "فيس بوك": أثبتت النتائج اتجاهها إيجابياً قوياً نحو هذه العبارة.
- العبارة الثالثة: "تعتبر اللغة العربية لغة ضرورية للتواصل عبر "فيس بوك": أثبتت النتائج اتجاهها إيجابياً قوياً نحو هذه العبارة.
- العبارة الرابعة: "أعصبّ للغة العربية في كتاباتي على "فيس بوك": أثبتت النتائج اتجاهها إيجابياً نحو هذه العبارة.
- العبارة الخامسة: "اللغة العربية مناسبة للتواصل عبر الموقع، لكن يجب تحديثها بما يتماشى وتكنولوجيا العصر": أثبتت النتائج اتجاهها إيجابياً قوياً نحو هذه العبارة.
- العبارة السادسة: "من شأن اللغة العربية على موقع "فيس بوك" المحافظة على الهوية": أثبتت النتائج اتجاهها إيجابياً قوياً جداً نحو هذه العبارة.
- العبارة السابعة: "يجب التواصل باللغة العربية الفصحى فقط عبر الموقع": أثبتت النتائج اتجاهها سلبياً ضعيفاً نحو هذه العبارة.
- العبارة الثامنة: "اللغة العربية وحدها لا تكفي للتواصل عبر موقع "فيس بوك": أثبتت النتائج اتجاهها إيجابياً قوياً نحو هذه العبارة.
- العبارة التاسعة: ساهمت كثافة استخدامي للموقع في رفع مستواي المعرفي باللغة العربية. اتجاه إيجابي نحو هذه العبارة.

- "عدم تعود الباحثين على استخدام اللغة العربية في خطابهم اليومي" يُعدّ أكثر الأسباب التي جعلت الباحثين يعزفون عن استخدام هذه اللغة في حواراتهم عبر الـ"فيس بوك"، حيث بلغت نسبة هذا السبب 39.6% من مجموع الخيارات. والسبب الثاني الذي جعل الباحثين يعزفون عن استخدام هذه اللغة في هذا الفضاء يكمن في "أنّ الكتابة بحروف أجنبية أسرع"، حيث قدّرت نسبته بـ(28.8%) من مجموع الخيارات. وآخر سبب حال دون استخدام الباحثين لهذه اللغة هو "أنّهم يعتبرونها لغة متخلفة وليست لغة عصر التكنولوجيا"، حيث قدّرت نسبته بـ1.3%. وكانت نسبة من "يشعرون بالتميّز عند استخدام اللغات الأجنبية" متدنّية (5.5%)، ونسبة من "يخافون أن ينظر إليهم معارفهم على أنّهم غير متحضّرين إن تعاملوا بها" متدنّية جداً (2.5%).

- تتمثل أسباب كتابة الباحثين باللهجة العامية في أنّها أكثر لهجة مستخدمة في الموقع؛ حيث يُعدّ هذا من أكثر الأسباب لذلك، لذا بلغت نسبته (33.6%) من مجموع التكرارات. وثاني أكثر سبب لهذا الاستخدام هو أنّ هذه اللهجة تعتبر "أسرع من ناحية الكتابة وفيها اختصارات"؛ حيث بلغت نسبة هذا السبب 30.1% من مجموع التكرارات. ولأنّ هذه اللهجة "تعبّر بدقة عن المشاعر" بحسب نسبة معتبرة من الباحثين، كانت نسبة

20.6% من مجموع التكرارات مخصصة لهذا السبب، وأدنى نسبة من المبحوثين (1.4%) تستخدم هذه اللهجة بسبب أنهم "لا يجيدون الفصحى ولا اللغات الأجنبية".

- وتمثل أسباب كتابة المبحوثين باللغة الأمازيغية على "فيس بوك" في أن هذه اللغة "لغة يعبر بها المبحوثون عن أصالة انتمائهم"، حيث كان هذا السبب من أكثر الأسباب التي جعلتهم يكتبون بها على هذا الموقع، لذا قُدرت نسبتها بحوالي النصف من مجموع الخيارات (48.6%). وثاني سبب للكتابة بها يعود إلى أن المبحوثين "يحاولون التعريف بها من خلال هذا الموقع"، حيث قُدرت نسبة هذا السبب بـ20% من مجموع التكرارات، وتعتبر "محاولة الحفاظ على اللغة الأمازيغية من خلال استخدامها المتواصل عبر هذا الموقع" ثالث سبب دفع بالمبحوثين للكتابة بها، حيث قُدرت نسبته بـ17.1% من مجموع التكرارات، ونسبة ضئيلة من المبحوثين الذين يكتبون بهذه اللغة عبروا أنهم يفعلون ذلك فقط "لأنهم يتقنونها"؛ حيث قُدرت نسبة هذا السبب بـ11.4%. وأدنى نسبة من المبحوثين، اختارت الكتابة بهذه اللغة بسبب "أنها أسرع في كتابتها من بقية اللغات واللهجات"، حيث قُدرت نسبة هذا السبب بـ2.9%.

- السرعة في كتابة الحروف اللاتينية هي أكثر سبب جعل المبحوثين يكتبون باللغة الأجنبية على حساباتهم في "الفيس بوك"؛ حيث قُدرت نسبة هذا السبب بـ32.8% من مجموع الأسباب.

- حوالي ثلاثة أرباع من لا يستخدمون اللغة العربية على "الفيس بوك" (76.47%) يفكرون في استخدامها لاحقا.

- ثلثي المبحوثين (65.6%) لم تتأثر لغة تواصلهم اليومي باللغة التي يتعاملون بها على "فيس بوك".

- لا توجد علاقة دالة إحصائية بين كثافة التصفح ورأي المبحوثين في تأثير اللغة على هويتهم.

- الشباب الجزائري عينة الدراسة يستخدم العبارات والاختصارات الأجنبية أكثر من العبارات الجزائرية المحلية، وهذه الأخيرة أكثر حتى من العبارات العربية الآتية من دول عربية أخرى. وعبارات "الفيس بوك" التي يستخدمها المبحوثون في أحاديثهم اليومية على أرض الواقع هي:

• **كلمات جزائرية:** ياخو كاش جديد صديقي ياخي شعب ياخي ماعلاباليش وما يهمنيش. ضرك نبارتاجيها في الفيسبوك.

• **كلمات من المشرق العربي:** مساوووو صباحووو.

• **كلمات غربية:** Les hommes، Hru، Slt، b8، b1، LoL، cc، 2m1، Mrc، مجموعولي.

- يتبين من خلال النسب المتقاربة لآراء المبحوثين حول دور اللغة التي يستخدمها الشباب عموما على موقع "فيس بوك"، أنه ليست هناك نظرة واضحة لديهم حول هذا الدور، فالتلث منهم يرى بأن هذه اللغة الفيسبوكية لها دور مكمل للحفاظ على هويته الثقافية من الزوال، والتلث الثاني يرى بأنه لا دور لها في ذلك، وأنها

مجرد لغة تستعمل للتواصل فحسب، وأنها بعيدة أن تؤثر في عناصر الهوية الثقافية لديه. والتلث الأخير يرى بأن لها دورا أساسيا في الحفاظ على الهوية الثقافية.

- ثلث المبحوثين (33.4%) يرون بأن اللغة المستخدمة في "فيس بوك" تؤثر على هويته الثقافية بشكل سلبي أحيانا وبشكل إيجابي أحيانا أخرى، والتلث الآخر (30.4%) يرون بأنها لا تؤثر على هويتهم لا سلبا ولا إيجابا، وحوالي ربع المبحوثين (23.7%) يرون بأنها تؤثر على هويتهم إيجابا، وما تبقى من نسبة ضئيلة (12.5%) يرون بأنها تؤثر سلبا.

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح ورؤية المبحوثين لتأثير اللغة المستخدمة في "فيس بوك" على هويتهم الثقافية.

- اللغة التي يستخدمها المبحوثون (الذين أثرت عليهم سلبا) على "فيس بوك" أثرت سلبا وبالترتيب على العناصر الآتية: اللغة، الدين، العادات والتقاليد ثم التاريخ.

- اللغة التي يستخدمها المبحوثون (الذين أثرت عليهم إيجابا) على "فيس بوك" أثرت إيجابا وبالترتيب على العناصر الآتية: اللغة، الدين، العادات والتقاليد ثم التاريخ.

ومن خلال نتائج هذا المحور، نستخلص الآتي:

• تعني عبارة العلامة "عبد الحميد بن باديس" الشهيرة: "شعب الجزائر مسلم.. وإلى العروبة ينتسب"، الهوية الحقيقية للشعب الجزائري، أخلاقه، مواصفاته، انتمائه ومقوماته، بوصفه شعب عربي مسلم أمازيغي الأصل، ذو تقاليد أمازيغية وعربية نابعة من الدين الإسلامي، شعب محافظ على عاداته وتقاليدته باعتبارهما جزء لا يتجزأ من هويته.

• ترتيب عناصر الهوية الثقافية الجزائرية لدى المبحوثين كان على النحو الآتي: الدين الإسلامي، اللغة العربية، العادات والتقاليد، اللغة الأمازيغية، التاريخ الوطني.

• لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة الاستخدام ونوع اللغة التي يستخدمها المبحوثون على شبكة "الفيس بوك".

• اتجاهات الشباب نحو استخدام اللغة العربية على "فيس بوك" إيجابية.

• لا توجد علاقة دالة إحصائية بين كثافة التصفح ورأي المبحوثين في تأثير اللغة على هويتهم.

لكن برغم ذلك لا يمكن إنكار حقيقة أنه كان من نتائج الثقافة الاليكترونية وكثرة استخدام شبكات الانترنت أن انتشرت ما يُعرف بالعامية الانترنتية "لغة الدردشة" وهي اللغة التي استخدمت وطوّرت بين مستخدمي الانترنت؛ إذ ضيّعت حروفها، واقتصرت كلماتها لكي تساعد على الاختصار، والسرعة في استخدام لوحة الانترنت والنقر فيها، فأدت هذه اللغة إلى كثرة الأخطاء الإملائية، والنحوية، وخلقت مفاهيم

مختلفة بين جيلين، جيل يتمسك بثقافة الانترنت بشبكاتهما ولغتها الجديدة المختصرة، وجيل يبحث عن التمسك بلغته، واستخدام الكلمات كاملة؛ ليحافظ على معنى وشكل الكلمات. وعموما فإن الثقافة الاليكترونية خلقت تحدّ جديد للمجتمع الجزائري في لغته العربية، وإشاعة مفاهيم وكلمات وأخطاء من خلال غرف الدردشة والرسائل النصية، وهذه الثقافة الجديدة ستعكس على ثقافة الجيل الجديد، ويحدث افتراق بينهم وبين لغتهم، وثقافتهم، وهويتهم.

✓ المحور الثالث: تأثيرات استخدامات "فيس بوك" على الدين الإسلامي للمبحوثين:

- يشترك حوالي ثلاثة أرباع المبحوثين (72.1%) في صفحات أو مجموعات دينية.
- المبحوثين يقومون بعدة نشاطات بشأن موضوعات دينية على حساباتهم في الـ"فيس بوك"، ويستغلون هذا الفضاء في نشر أمور إيجابية بخصوص هذا الموضوع، حيث تتمثل نشاطاتهم في:
- نشر أمور تتحدث عن الدين في جداراتهم على "فيس بوك"؛ حيث يقوم بذلك كلّ المبحوثين تقريبا، ماعدا نسبة 2% منهم.
- التذكير بالمناسبات الدينية ودلالاتها في جداراتهم على "فيس بوك"؛ حيث يقوم بذلك كلّ المبحوثين تقريبا، ماعدا نسبة 3.2% منهم.
- الحرص على دخول التطبيقات التي لها علاقة بالدين، والتي تنشر تلقائيا على البروفايل؛ حيث يقوم بذلك أغلبية المبحوثين، ماعدا نسبة 14.7% منهم.
- الدعوة إلى الالتزام بتعاليم الدين الحنيف عبر هذا الموقع؛ حيث يقوم بذلك أغلبية المبحوثين (42.1%) أحيانا، والأقلية منهم (8.5%) يقومون بذلك دائما.
- محاولات لتعريف أصدقائهم الافتراضيين غير المسلمين بمبادئ الدين الإسلامي؛ حيث يقوم بذلك ثلاثة أرباع المبحوثين، فيما لا يفعل ذلك الربع المتبقي منهم.
- محاولات لتحسين صورة الإسلام من خلال هذا الموقع؛ حيث يقوم بذلك ثلاثة أرباع المبحوثين فيما لا يفعل ذلك الربع المتبقي.
- ولا يحاول أكثر من نصف المبحوثين (57.6%) التعرف على ديانات أخرى غير الإسلام، ونادرا ما تحاول ذلك نسبة الربع منهم، فيما تتعرف دائما أدنى نسبة منهم (2.2%).
- لا توجد علاقة بين كثافة التصفح والنشاطات التي يقوم بها المبحوثون على "فيس بوك" بخصوص المواضيع الدينية.

- أثبتت النتائج أنه قد حدثت تغييرات واضحة في سلوك المبحوثين اتجاه عنصر الدين، جلّها ذات اتجاه إيجابي يدعم الدين لديهم؛ حيث أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين (92%) أقرّوا بأنّ معارفهم حول دينهم

قد زادت منذ دخولهم لهذا الفضاء مقارنة بفترة قبل التحاقهم به، وعبرت نسبة 83.8% منهم على أنهم أصبحوا أكثر اعتزازاً بدينهم منذ استخدامهم لهذه الشبكة، وهذا بعد تعرفهم أكثر على دينهم. ونصف المبحوثين أقرّوا بأنهم صحّحوا الكثير من المعتقدات كانت خاطئة لديهم، وغيّرت نسبة كبيرة من المبحوثين (82%) من سلوكها اتجاه تعاليم الدين، وذلك من خلال محاولة تجسيدها على أرض الواقع أكثر من السابق. ولم تنتشوه صورة الدين لدى الأغلبية الساحقة من مفردات العينة (98%) منذ استخدامهم لهذا الموقع، بينما تشوّهت لدى 2% فقط منهم وأيضاً لم تتبهر الأغلبية الساحقة من المبحوثين (95.5%) بديانات أخرى ومنذ استخدام هذه الشبكة لم تلاحظ إلا نسبة متدنية من مفردات العينة (4%) أي تغيير يذكر.

- كما أثبتت النتائج أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التغيرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدينية ومتغيرات بيئاتهم الشخصية؛ بمعنى أنه:

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التغيرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدينية ومتغير الجنس.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التغيرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدينية ومتغير نوع التخصص.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التغيرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدينية ومتغير لغة التعليم.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التغيرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدينية ومتغير المنطقة السكنية.

- المبحوثون الذين لا يشتركون في صفحات أو مجموعات دينية، لا يفعلون ذلك "دون سبب" محدد، حيث بلغت نسبة هذا العذر (37.26%) من مجموع تكرارات الأسباب الأخرى. وبسبب أن "مصادر المعلومات الدينية لتلك الصفحات غير موثقة" عزفت نسبة كبيرة من المبحوثين عن الاشتراك في مثل هذه الصفحات، وقُدّرت نسبة هذا السبب بـ 21.37% من مجموع التكرارات، وتتالت الأسباب التي جعلت ربع المبحوثين يعزفون عن الاشتراك في صفحات دينية، وتقاربت نسبها، بين "لأن ثقافة المبحوثين أنفسهم في الدين محدودة" (16.14%)، تفضيل بعضهم الحياد بنسبة (14.28%)، ونال سبب "أنها نوع من النفاق" أدنى نسبة من مجموع التكرارات، حيث قُدّرت نسبته بـ 10.55%.

- الأغلبية الساحقة من المبحوثين (90%) يرون أن نشر مواضيع دينية له دور في المحافظة على الهوية الثقافية؛ نصفهم يرى بأنه دور أساسي، والنصف الآخر يقول بأنه دور مكمل.

- أغلبية المبحوثين (85%) يرون بأن نشر المواضيع الدينية عبر شبكة "فيس بوك" له تأثير على هويتهم الثقافية، حيث ترى نسبة 60.6% منهم أن عملية النشر هذه لديها تأثير إيجابي على هويتهم.

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح ورؤية الباحثين لتأثير نشر المواضيع الدينية عبر "فيس بوك" على هويتهم.
- أثرت المواضيع الدينية التي ينشرها الباحثون (الذين أثرت عليهم سلبا) على "فيس بوك" سلبا وبالترتيب على العناصر الآتية: اللغة، الدين، التاريخ ثم العادات والتقاليد.
- أثرت المواضيع الدينية التي ينشرها الباحثون (الذين أثرت عليهم إيجابا) على "فيس بوك" إيجابا وبالترتيب على العناصر الآتية: الدين، اللغة، التاريخ ثم العادات والتقاليد.

ومن خلال نتائج هذا المحور نستخلص أن:

- الشباب الجامعي الجزائري يقوم بعدة نشاطات بشأن موضوعات دينية على حساباته في "الفيس بوك"، ويستغل هذا الفضاء في نشر أمور إيجابية بخصوص هذا الموضوع.
- لا توجد علاقة بين كثافة التصفح والنشاطات التي يقوم بها الباحثون على "فيس بوك" بخصوص المواضيع الدينية.
- حدثت تغييرات واضحة في سلوك الباحثين اتجاه عنصر الدين، جلتها ذات اتجاه إيجابي يدعم الدين لديهم.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح ورؤية الباحثين لتأثير نشر المواضيع الدينية عبر "فيس بوك" على هويتهم.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التغييرات التي طرأت على الباحثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع الدينية ومتغيرات بياناتهم الشخصية.

✓ المحور الرابع: تأثيرات استخدامات "فيس بوك" على التاريخ وعلى العادات والتقاليد:

- أكثر من نصف الباحثين (58.4%) غير مشتركين في صفحات أو مجموعات تاريخية.
- النشاطات التي يقوم بها الباحثون بشأن الموضوعات التاريخية على حساباتهم الفيسبوكية هي:
 - نشر صور شخصيات تاريخية جزائرية؛ حيث تقوم بذلك الأغلبية الساحقة من الباحثين؛ نصفهم أحيانا ما يفعل ذلك، ونسبة ضئيلة ممن تقوم بذلك (4.79%) نادرا. فيما لا تفعل ذلك أبدا سوى نسبة 14.34% منهم.
 - التعريف بشخصيات تاريخية جزائرية؛ حيث تحاول أغلبية الباحثين فعل ذلك، ولا تحاول نسبة 20.95% منهم ذلك.

- تحرص الأغلبية الساحقة من المبحوثين (92%) على نشر معلومات أو صور عند كل مناسبة تاريخية للتعريف بها؛ حيث تقوم بذلك أحيانا نسبة 39.52%، وأدنى نسبة منهم (3.59%) نادرا ما تفعل ذلك، فيما لا تحاول فعل ذلك أدنى نسبة من المبحوثين (8.38%).
- يقوم ثلاثة أرباع المبحوثين بمشاركة أصدقائهم المعلومات التاريخية التي يتحصلون عليها من الدفيس بوك؛ حيث يقوم بذلك نسبة 22.75% دائما، ونفس النسبة أحيانا، وأدنى نسبة منهم 10.77% غالبا ما تقوم بذلك. ولا تقوم أبدا نسبة الربع من المبحوثين بذلك.
- ويحاول ثلاثة أرباع المبحوثين تعريف أصدقائهم الافتراضيين غير الجزائريين بتاريخ الجزائر؛ وذلك في إطار تبادل الثقافات والمعلومات، حيث غالبا ما تقوم بذلك نسبة 24.55%، وأدنى نسبة (10.77%) تقوم بذلك دائما، فيما يعزف ربع المبحوثين عن القيام بهذا النشاط
- يعمل ثلاثة أرباع المبحوثين على تصحيح بعض المعلومات التاريخية المنشورة على "فيس بوك". ويقوم بذلك غالبا نسبة الأغلبية منهم (22.15%)، في حين نسبة الأقلية (13.17%) تقوم بذلك دائما. ولا يحاول الربع من مفردات عينة الدراسة فعل ذلك.
- تحاول نسبة الأغلبية من أفراد عينة الدراسة أن تتعرف على تاريخ بلدان أخرى؛ حيث تقوم بذلك دائما نسبة 33%، وأدنى نسبة (7.18%) نادرا ما تقوم بذلك، في حين لا يقوم بذلك أبدا حوالي ربع المبحوثين (22.75%).
- أكثر تغيير حصل للمبحوثين منذ استخدامهم لل"فيس بوك" بشأن المواضيع التاريخية هو الزيادة في رصيد معلوماتهم حول تاريخ بلادهم، حيث قدرت نسبة هذا التغيير بـ 3.8% من مجموع التغييرات التي حصلت، وأدنى نسبة من المبحوثين (3.2%) تشوهت لديهم فكرتهم عن تاريخ بلادهم.
- أثبتت النتائج أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح والنشاطات التي يقوم بها المبحوثون على "فيس بوك" بخصوص المواضيع التاريخية.
- كما أثبتت النتائج أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التغييرات التي طرأت على المبحوثين منذ استخدامهم لهذا الموقع بخصوص المواضيع التاريخية ومتغيرات بيئاتهم الشخصية؛ بمعنى أنه:
- لا توجد علاقة دالة إحصائية بين التغييرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية ومتغير الجنس.
- لا توجد علاقة دالة إحصائية بين التغييرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية ومتغير نوع التخصص.
- لا توجد علاقة دالة إحصائية بين التغييرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية ومتغير لغة التعليم.

• توجد علاقة دالة إحصائية بين التغييرات التي حصلت للمبحوث منذ استخدامه للموقع بشأن الموضوعات التاريخية ومتغير المنطقة السكنية.

- أغلبية المبحوثين لا يتطرقون للصفحات أو المجموعات التي تكون مواضيعها تاريخية لأنها "مواضيع تحتاج إلى متخصصين، ومخابر، ومحققين على مستوى عال وليس في الفضاء الافتراضي"، حيث قدرت نسبة هذا السبب بـ33.43% من مجموع تكرارات أسباب العزوف. وثاني سبب لعدم اشتراكهم في هذه الصفحات هو أنها "لا تهمهم"، حيث قدرت نسبة هذا السبب بـ29% من مجموع تكرارات أسباب العزوف. وبررت نسبة من المبحوثين عزوفهم عن الاشتراك في هذه الصفحات أو المجموعات "بكثر الأخطاء والمغالطات التاريخية"؛ حيث قدرت نسبة هذا السبب بـ16.56% من مجموع التكرارات، وآخر سبب لعدم اشتراكهم في هذه الصفحات هو أن "التاريخ كلام فارغ ومضيعة للوقت في وقت أن الدول الأخرى تصنع المستقبل"، حيث قدرت نسبة هذا السبب بـ10.05%.

- نصف المبحوثين (52.9%) يرون أن دور نشر مواضيع تاريخية عبر فضاء الفيس بوك يعتبر مكملاً للمحافظة على هويته الثقافية وترى نسبة 20.4% أنه لا دور له.

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح ورؤية المبحوثين حول تأثير نشر المواضيع التاريخية عبر شبكة "فيس بوك" على الهوية الثقافية.

- أثر نشر مواضيع تاريخية عبر الفيس بوك على المبحوثين (الذين أثرت عليهم سلبا) سلبا وبالترتيب على العناصر الآتية: التاريخ، اللغة، الدين ثم العادات والتقاليد.

- أثر نشر مواضيع تاريخية عبر الفيس بوك على المبحوثين (الذين أثرت عليهم إيجابا) إيجابا وبالترتيب على العناصر الآتية: التاريخ، الدين، اللغة ثم العادات والتقاليد.

- أكثر من ثلاثة أرباع المبحوثين (81%) يقومون بالتعريف بمختلف العادات والتقاليد الجزائرية على شبكة الفيس بوك" نسبة الأغلبية منهم (35.9%) يقومون أحيانا.

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح والتعريف بالعادات والتقاليد عبر "فيس بوك".

- يعتبر اللباس التقليدي من أهم العادات والتقاليد التي يحاول المبحوثون التعرف بها عبر شبكة الفيس بوك؛ حيث قدرت نسبته بـ28.1% من مجموع الخيارات، ثم الأكلات التقليدية، حيث قدرت نسبتها بـ27.6% من مجموع خيارات المبحوثين. ثم طقوس الأفراح؛ التي قدرت نسبتها بـ21.5% من مجموع الخيارات. وبينت النتائج أيضا أن المبحوثين يقومون بالتعريف بعادات وتقاليد أخرى عبر شبكة الفيس بوك، حيث قدرت

نسبتها بـ 13.6% من مجموع الخيارات. وتُعرف نسبة 21.5% من المبحوثين بطريقة العمران على شبكة الـ"فيس بوك".

- أغلبية المبحوثين (77.1%) يرون بأنّ شبكة الـ"فيس بوك" تساهم في التعريف بالثقافة المحليّة، بل ويمكن استخدامها في المحافظة عليها. بينما ترى نسبة الأقلية (22.9%) بأنّ هذه الشبكة لا دور لها في التعريف بالثقافة المحليّة.

- لا توجد علاقة دالة إحصائية بين كثافة التصفح ومساهمة شبكة "فيس بوك" في التعريف بالثقافات المحليّة.

ومن خلال نتائج هذا المحور نستخلص أنه:

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح والنشاطات التي يقوم بها المبحوثون على "فيس بوك" بخصوص المواضيع التاريخية.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح ورؤية المبحوثين حول تأثير نشر المواضيع التاريخية عبر شبكة "فيس بوك" على الهوية الثقافية.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح والتعريف بالعادات والتقاليد عبر "فيس بوك".
- لا توجد علاقة دالة إحصائية بين كثافة التصفح ومساهمة شبكة "فيس بوك" في التعريف بالثقافات المحليّة.

III. نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

✓ النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة للشبكة الاجتماعية الإلكترونية "فيس بوك" ومستوى اللغة العربية لديهم. أثبتت النتائج أنه:

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح واستخدام اللغة العربية على "فيس بوك" من طرف المبحوثين.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح واستخدام اللغة الفرنسية على "فيس بوك" من طرف المبحوثين.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح واستخدام اللغة الإنجليزية على "فيس بوك" من طرف المبحوثين.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح واستخدام العامية بحروف عربية على "فيس بوك" من طرف المبحوثين.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح واستخدام العامية بحروف أجنبية على "فيس بوك" من طرف المبحوثين.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح واستخدام العربية بحروف أجنبية على "فيس بوك" من طرف المبحوثين.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح واستخدام الأجنبية بحروف عربية على "فيس بوك" من طرف المبحوثين.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح واستخدام الأمازيغية بحروف عربية على "فيس بوك" من طرف المبحوثين.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح واستخدام الأمازيغية بحروف أجنبية على "فيس بوك" من طرف المبحوثين.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح ورؤية المبحوثين لتأثير اللغة المستخدمة في "فيس بوك" على هويتهم الثقافية.

إذن؛ لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة للشبكة الاجتماعية الإلكترونية "فيس بوك" ومستوى اللغة لديهم، وبالتالي لم تتحقق هذه الفرضية.

✓ النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة للشبكة الاجتماعية الالكترونية "فيس بوك" ومستوى التزامهم بتعاليم الدين.

أثبتت نتائج الدراسة:

- ✓ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح ونشر أمور تتحدث عن الدين في صفحات المبحوثين.
- ✓ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح وحرص المبحوثين على التذكير بالمناسبات الدينية ودلالاتها على صفحاتهم.
- ✓ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح وحرص المبحوثين على دخول التطبيقات التي لها علاقة بالدين، والتي تنتشر تلقائياً على البروفایل
- ✓ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح ودعوة المبحوثين لأصدقائهم إلى الالتزام بتعاليم الدين الحنيف عبر هذا الموقع.
- ✓ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح وتعريف المبحوثين لأصدقائهم الافتراضيين غير المسلمين بمبادئ الدين الإسلامي.
- ✓ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح ومحاولة تحسين المبحوثين صورة الإسلام من خلال هذا الموقع.
- ✓ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح ومحاولة تعرّف المبحوثين على ديانات أخرى غير الإسلام.

إذن؛ لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة للشبكة الاجتماعية الالكترونية "فيس بوك" ومستوى التزامهم بتعاليم الدين، وبالتالي لم تتحقق هذه الفرضية.

✓ النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة للشبكة الاجتماعية الإلكترونية "فيس بوك" ومستوى اعتزازهم بالتاريخ الوطني.

أثبتت النتائج أنه:

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح ونشر المبحوثين لصور شخصيات تاريخية جزائرية في صفحاتهم.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح وتعريف المبحوثين بشخصيات تاريخية جزائرية على صفحاتهم.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح ونشر المبحوثين لمعلومات أو صور عند كل مناسبة تاريخية للتعريف بها.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح وتشارك المبحوثين المعلومات التاريخية على "فيس بوك" مع أصدقائهم.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح ومحاولة المبحوثين للتعريف بأصدقائهم الافتراضيين غير الجزائريين بتاريخ الجزائر.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح وتصحيح المبحوثين لمعلومات تاريخية منشورة على "فيس بوك".
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح ومحاولة المبحوثين التعرف على تاريخ بلدان أخرى.

إذن؛ لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة للشبكة الاجتماعية الإلكترونية "فيس بوك" ومستوى اعتزازهم بالتاريخ الوطني، وبالتالي لم تتحقق هذه الفرضية.

✓ النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة للشبكة الاجتماعية الإلكترونية وتعريفهم بالعادات والتقاليد الخاصة بهم. أثبتت النتائج أنه:

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح والتعريف بالعادات والتقاليد عبر "فيس بوك".
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التصفح ومساهمة شبكة "فيس بوك" في التعريف بالتقافات المحلية.

إذن؛ لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة لشبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك" والتعريف بالعادات والتقاليد الخاصة بالمبحوثين، وبالتالي لم تتحقق هذه الفرضية.

IV. النتائج في ضوء المقاربة النظرية المعتمدة:

يعرف "الغرس الثقافي" - كما رأينا سابقا- بأنه العملية التي تهتم باكتساب المعرفة أو السلوك من خلال الوسيط الثقافي الذي يعيش فيه الإنسان. فكأن البيئة الثقافية بأدواتها هي التي تقوم بعملية الإكساب والتشكيل والبناء للمفاهيم أو الرموز الثقافية في المجتمع، ومن هذه الأدوات وسائل الإعلام التي احتلت مكانا بارزا في عالمنا الثقافي المعاصر بأدوارها وتأثيراتها.

وترتبط هذه النظرية بين كثافة التعرض واكتساب المعاني، والمعتقدات، والأفكار، والصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه وسائل الإعلام بعيدا عن العالم الواقعي أو الحقيقي.

ويهتم أنصار هذه النظرية بالنتائج التراكمية التي يقدمها الغرس على المدى البعيد للتعرض للرسائل التلفزيونية (الانترنتية)، كما يهتم تحليل الغرس بالنتائج العامة، والمهمة للتعرض التراكمي للتلفزيون (لانترنت).

كما يحدث الغرس نتيجة عملية امتصاص المعرفة *Cognitive priming process* ، ويتيح التعرض المنتظم للتلفزيون (للشبكات عبر الانترنت) معلومات عن القيم، والحقائق، والصور الذهنية، كما أن كثرة التعرض لهذه المعلومات يؤدي إلى سهولة استدعائها من الذاكرة، على أساس أن الأفراد يبنون أحكامهم طبقا للمعلومات المتاحة، والتلفزيون عبر برامجه المختلفة، يعرض الكثير من المعلومات عن الواقع الاجتماعي.

وبعد إجرائنا لهذه الدراسة، ومن خلال النتائج التي توصلنا إليها نقول أن الشباب الجامعي الجزائري عينة الدراسة يعتبر من المستخدمين النشطين على شبكة "فيس بوك"، وهذا ما أثبتته نتائج الجدول رقم (38)، كما أنهم يتصفحونها باستمرار، وهذا ما أثبتته نتائج الجدول رقم (37)، وأنهم مشتركون فيها منذ مدة ليست

بالبسيطة، وهذا ما أثبتته نتائج الجدول رقم (36)، وبعد كل الإجراءات الإحصائية للعلاقات الارتباطية بين كثافة التصفّح وعناصر الهوية الثقافية للمتصفّحين، وأيضا الإجراءات الإحصائية للعلاقات الارتباطية بين عناصر الهوية الثقافية للمتصفّحين ومتغيّراتهم الديموغرافية، تبين أنه إجمالاً لم يحدث غرس ثقافي لدى أفراد العينة بخصوص عناصر هويتهم الثقافية، بالرغم من بعض مظاهر التأثير في بعض العناصر، غير أنّ مستوى هذا التأثير لا يرقى للغرس الثقافي.

وهذا يعني أنه بالرغم من محاولات الغزو الثقافي للشباب عبر كلّ التكنولوجيات الجديدة ومنها شبكات التواصل الاجتماعي إلا أنّ المتصفّحين لهذه الشبكات مازالوا يحافظون بدرجة معينة على أهمّ عناصر هويتهم.



خاتمة

خاتمة:

لقد جاء الإعلام الجديد ذو الطابع الفردي التفاعلي في وقت لم تكن كثير من دول العالم الثالث قد تمكّنت من التحكم الأمثل في وسائل الإعلام التقليدية ذات الطابع الجماعي، فيما يتعلّق ببلورة الهوية وتحقيق التماسك الاجتماعي، والتكامل الثقافي، وإنجاز الشّعور العام بالوحدة الوطنية، خاصة إذا علمنا أنّ وسائل الإعلام الجديد تؤديّ إلى تجزئة اهتمامات الجمهور وتقطع أواصر علاقات، أقامتها النظم الاجتماعية والتعليمية والثقافية، بين مواطني كلّ دولة، ممّا يولد المزيد من الإحساس بالاغتراب.

وهذه النتيجة تأتي من خلال ما تلعبه المواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية من أدوار في توجيه الآراء، وبناء المعاني، وصناعة الصّور في عقول وأذهان جمهورها، خصوصا لدى فئة الشباب؛ الذين يكثرّون استعمالها، حتّى أصبحت هذه الوسائط هي المحرك الرئيس للشباب في الكثير من أمور حياتهم.

ورسم موضوع الهوية الثقافية واحدة من أكبر تجلّيات الصّراع الجاري بين الأقطاب الأساسية الوقت الرّاهن في العالم، بين المفاهيم العلمية من جهة، والإيديولوجيا من جهة أخرى، وبين مختلف الكتل الفاعلة، وقد تجنّدت له مختلف الآليات والتقنيات لتغليب جهة على أخرى. ولطالما كانت المنظومة الفكرية الأكاديمية على الخصوص عرضة لعديد الضغوط، ولم تجد لها متنفسا حرا، بعيدا عن المزايدات، أو الحسابات الضيقة لتبدع نخبه فيه، أو على الأقل لتستقل بقراراتها، حتى وإن كانت خدمة لعقيدها الفكرية أو السياسية.

إنّ نقاط التقاطع بين الفكرتين عميقة جدّا، ومحاولة حصرها في كلمات يفقدها وزنها، غير أنّنا أردنا الإشارة إلى التّأثير الذي أُرِدِف وفود التغيّرات الرّاهنة، بما فيها ولوج الشبكات الاجتماعية الإلكترونية المختلفة إلى عالم الواقع المحسوس، بعدما كانت بدائل افتراضية بأبعادها المختلفة، على أحد أهمّ القطاعات "الجامعة" وعلى شبابها من الطلبة، وبالضبط في هويتهم الثقافية، فكانت محاولتنا البحثية هذه من خلال اعتماد موضوع انعكاسات الشبكات الاجتماعية الإلكترونية على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري.

وبعد تعمّقا في دراسة الموضوع، نقول كخلاصة أنّه لا يمكن أن نتصوّر أنّ الفوائد الكبيرة التي تجنيها الأمم من استخدام التكنولوجيا واستخدام العلوم والتطوّر الهائل الذي أصاب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والانترنت ستكون دون ثمن، ودون أن نفكر بأنّ نتائج وانعكاسات ستلقي بظلالها على المجتمع، فكما أنّ تكنولوجيا الإعلام الجديد تقدّم الحلول لكلّ المشكلات في المجتمع العصري، وتجب على كلّ الأسئلة والمشكلات، إلّا أنّه رافقتها الكثير من النّاتج السّلبية، وخاصة على مستوى الهوية الثقافية للأفراد

والمجتمعات، التي تعتبر جدار السدّ ضد المشكلات، والتّحديات التي تطرحها العولمة، والتي أتى بها الإعلام الجديد، وثورة الاتصال.

أي أنّ هذه التكنولوجيا، وعلى رأسها الشبكات الاجتماعية الاليكترونية- ومن خلال هذه الدّراسة- كان لها انعكاسات على عناصر الهوية الثقافيّة للشباب الجامعي الجزائري، وهذه الانعكاسات لها جانبان، واحد إيجابي والآخر سلبي.

أمّا الجانب الإيجابي فقد تمثّل في زيادة التمسكّ بالدين الإسلامي، والتعرّف عليه أكثر، ومحاولة التمسكّ بالعادات والتقاليد الجزائرية، والتّعريف بها للعمل على انتشارها أكثر في محاولة للدّفاع عنها ضد رياح العولمة.

وأما الجانب السلبي، فقد أثّرت هذه الشبكات خصوصا على اللغة العربية للشباب الجزائري، وحتى على لغاتهم الأجنبيّة، ولم تعد لديهم لغة ثابتة ومعروفة للتّواصل، سواء في واقعهم الافتراضي، أو حتّى على مستوى واقعهم الحقيقي، ما عدا لغة واحدة هي لغة الانترنت أو ما يسمّى بالعريزي.

كما أثّرت على عنصر التّاريخ، بتشويه بعض الحقائق التّاريخية، والعمل على فرض حالة من الضبابية عند عرض هذا النّوع من المعلومات، حتّى لا يتسنى للباحثين عنها من الشباب بتكوين رؤية واضحة على الأحداث والوقائع السّابقة.

بالإضافة إلى التّأثير السلبي على اللغة الأمازيغية للمبحوثين، وذلك بتهميشها سواء في الواقع الحقيقي لهم أو في واقعهم الافتراضي.

ونطرح بعض التّصورات التي نرى أنّها من الممكن أن تكون حلّا لمشكلة البحث، حيث نرى بأنّه لا يمكن التغلّب على تلك التّحديات التي تطرحها العولمة على المجتمع الجزائري، وباقي المجتمعات العربية، برفضها أو الهرب منها أو إدانتها، وإنّما بخلق الشّروط الاقتصادية، والسّياسية، والثقافية التي تسمح بالسيطرة على آلياتها، والاستفادة منها لإعادة بناء هذه المجتمعات نفسها، وإعادة النّقّة لقواها الاجتماعية والثقافية، وبالتالي الحفاظ على مكانتها وهويتها الثقافيّة.

وفي الأخير، ورغم الجهد والوقت المبذول يبقى العمل غير كامل، ولا يخلو من هفوات مثله مثل أيّ عمل إنساني آخر، لكن من جهة أخرى فإنّنا نقدر أنّ العمل يمكن أن يشكّل أرضية ومرتكزا للكثير من الأبحاث المستقبلية التي تُعنى بالإعلام الجديد من خلال شبكاته الاليكترونية، وموضوع الهوية الثقافيّة.

ومن خلال ما سبق ذكره، نذكر آفاق هذه الدراسة كالاتي:

- تناولت هذه الدراسة الهوية الثقافية الجزائرية عموما، ويمكن أن تكون نقطة انطلاق دراسات أخرى حول انعكاسات الشبكات الاجتماعية الاليكترونية على كل عنصر من عناصرها على حدى، كتأثيرها على اللغة
- وإن تمّ التطرّق إليه من قبل باحثين آخرين-، وتأثيرها على الدين، وتأثيرها على التاريخ، وتأثيرها على العادات والتقاليد، وتأثيرها على العناصر الأخرى للهوية الثقافية والتي لم يتم ذكرها في هذه الدراسة.
- كما تناولت الدراسة الحالية الهوية الثقافية الجزائرية في عمومها، ويمكن أن تفتح آفاقا لدراسة انعكاسات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية المحليّة لكل منطقة من مناطق الوطن.
- يمكن أن تكون هذه الدراسة أيضا نقطة انطلاق للاهتمام بدراسة تأثيرات وسائل الإعلام عموما على الهوية الثقافية للشباب الجزائري.
- كما يمكن أن تكون نقطة انطلاق في الاهتمام بالمواضيع الجديدة والمستجدة التي يثيرها الإعلام الجديد على مستويات عديدة، سواء على مستوى الفرد أو المجتمع.
- يمكن أن تكون هذه الدراسة إضافة إلى الدراسات التي بدأت تهتمّ بدراسة الجوانب المنهجية الخاصة بالإعلام الجديد ووسائله، كتحليل مضمون مواقع إلكترونية، كما يمكنها أن تكون نقطة انطلاق لدراسات أخرى في هذا المجال، خاصة وأنّ اتجاه أكثر الدراسات حاليا يميل نحو ممارسات الإعلام الجديد وتطبيقاته المختلفة.

قائمة

المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

I. قائمة المصادر:

- القرآن الكريم:

• البقرة: 191.

• آل عمران: 112.

• الممتحنة: 02.

• الأنفال: 51.

II. قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية

1- الكتب:

1. إبراهيم بدران: الثقافة العربية وعصر المعلومات، من كتاب "مستقبل الثقافة العربية في القرن الحادي والعشرين"، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1998.
2. أحمد أبو زيد: هوية الثقافة العربية، مكتبة الأسرة الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2013.
3. أحمد بدر: علوم الإعلام: البحث العلمي، المناهج، التطبيقات، دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة- مصر، 2008.
4. أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
5. أحمد بن نعمان: الهوية الوطنية، دار الأمة، الجزائر، 1996.
6. أحمد بن نعمان: هذي هي الثقافة، شركة دار الأمة، الجزائر، 1996.
7. أحمد زغب: الأدب الشعبي بين الدرس والتطبيق، مطبعة مزاور، الوادي، 2008، ص 88.
8. أحمد ناشف: تعريب التعليم في الجزائر: بين الطرح المعرفي والطرح الإيديولوجي، كنوز الحكمة، الجزائر، 2011.
9. الجودي مرداسي: اللغة العربية وتحديات العولمة، سلسلة أعمال الملتقيات "العولمة والهوية الثقافية"، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة قسنطينة- الجزائر، 2010.
10. أليكس ميكشلي: الهوية، ترجمة علي أسعد وطفة، دار الوسيم، دمشق، 1993.
11. انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صنف حسام الساموك: الإعلام الجديد: تطوّر الأداء والوسيلة والوظيفة، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، جامعة بغداد، 2011.
12. أنور الزعبي: مستقبل الثقافة العربية في عالم متغير، من كتاب مستقبل الثقافة العربية في القرن الحادي والعشرين، المنظمة العربية للثقافة والعلوم، تونس، 1998.

13. بشر كمال: مدخل إلى علم اللغة الاجتماعي، ط3، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، 1997.
14. بهاء الدين محمد مزيد: المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية، كتاب الوجوه نموذجاً، عالم المعرفة، الكويت، 2011.
15. تركي رابح: جمعية العلماء المسلمين التاريخية، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، 2004.
16. جميلة حمود راشد البلوي: استخدام الانترنت لدى طالبات كلية التربية للبنات بجامعة تبوك وأثره على هويتهن الثقافية، من كتاب: المعلوماتية وقضايا التنمية العربية رؤى واستراتيجيات، تحرير: ضياء الدين زاهر، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2010.
17. حسن عبدالله العايد: أثر العولمة في الثقافة العربية، ط1، دار النهضة العربية، بيروت- لبنان، 2004.
18. حسنين شفيق: الإعلام الجديد، الإعلام البديل: تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة- مصر، 2011.
19. حسنين شفيق: نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2014.
20. حليم بركات: المجتمع العربي في القرن العشرين، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت- لبنان، جويلية 2000.
21. حمدة بنت عبدالله العقيص الغامدي: الشباب السعودي يغرد بالعريزي.. ما الدوافع؟ بحث منشور في كتاب "لغة الشباب العربي في وسائل التواصل الحديثة"، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، السعودية، 2014.
22. خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2013.
23. دوني كوش: مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، ترجمة: قاسم المقداد، منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق 2002.
24. ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: أساليب البحث العلمي- الأسس النظرية والتطبيق العلمي، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
25. رسول محمد رسول: محنة الهوية، مسارات البناء وتحولات الرؤية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 2002.
26. رشدي أحمد طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية؛ مفهومه، أسسه، استخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة- مصر، 2004.
27. رمزي منير بعلبكي، امحمد جبرون، شمامة خير الدين وآخرون: اللغة والهوية في الوطن العربي: إشكاليات تاريخية وثقافية وسياسية، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة- قطر، 2013.
28. ساطع الحصري: ماهي القومية؟ دار العلم للملايين، بيروت، د.ت.
29. سليمان عشارتي: الشخصية الجزائرية، الأرضية التاريخية والمحددات الحضارية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
30. صالح بلعيد: المواطنة اللغوية وأشياء أخرى، دار هومة للنشر، الجزائر، 2008.
31. صالح بن نوار: مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة- الجزائر، 2012.
32. صلاح محمد عبد الحميد: الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة- مصر، 2013.
33. صونية عبديش: الشباب الجزائري والفيس بوك.. بين فرص الاستخدام ومعضلة الإدمان، طاجيسكوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2016.
34. عامر إبراهيم قنديلجي: منهجية البحث العلمي، دار اليازوري، عمان- الأردن، 2012.

35. عباس محمود العقاد: الثقافة العربية أسبق من ثقافة اليونان والعبريين، دار القلم، مكتبة النهضة المصرية، مصر، د.ت.
36. عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان-الأردن، 2008.
37. عبد الرحمن ابن خلدون: المقدمة، ط3، تحقيق عبد السلام الشدادى، بيت الفنون والعلوم والآداب، الدار البيضاء، 2005.
38. عبد الرحمن عزى: نظرية الحتمية القمية في الإعلام، ط1، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2001.
39. عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر، عمان-الأردن، 2011.
40. عبد السلام المسدي: الهوية العربية والأمن اللغوي، دراسة وتوثيق، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت-لبنان، 2014.
41. عبد السلام حيمر: في سوسيولوجيا الثقافة والمثقفين، ط1، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت-لبنان، 2009.
42. عبد الله محمد عبد الرحمان، محمد علي البدوي: مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، مصر، 2002.
43. عبد الملك سلمان السلطان، فوزي إبراهيم حراق: العربي من منظور حاسوبي، بحث منشور في كتاب "لغة الشباب العربي في وسائل التواصل الحديثة"، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، السعودية، 2014.
44. عدلي أبو طاحون: مناهج وإجراءات البحث الاجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية-مصر، 1998.
45. علاء بن العزمية: أطروحات الصراع والتثاقف في زمن العولمة: صراع الحضارات والثقافات والقيم، ط1، منشورات عالم التربية، الدار البيضاء، المغرب، 2011.
46. علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2014.
47. علي سلمان حسين العبادي: هوية الأنا والتمرد النفسي لدى المراهقين، ط1، المكتب الجامعي الحديث، بغداد-العراق، 2008.
48. علي غربي: أجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2011.
49. علي غربي: أهمية المفاهيم في البحث الاجتماعي، بين الأطر النظرية والمحددات الواقعية، من كتاب "أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية" إشراف: فضيل دليو وعلي غربي، ط2، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2012.
50. عمر بن قينة: المشكلة الثقافية في الجزائر، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2000.
51. فتحي التريكي: الهوية ورهاناتها، ترجمة نور الدين السافي وزهير المدبني، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2010.
52. فتحي حسين عامر: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفايبيوك، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 2011.
53. فضيل دليو: أنواع المعاينة في العلوم الاجتماعية، من كتاب: "أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية"، ط2، إشراف فضيل دليو وعلي غربي، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة-الجزائر، 2012.
54. فضيل دليو: مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومة، الجزائر، 2014.
55. فوزي شريطي مراد: التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2015.
56. فاطمة الزهراء سالم: نحو هوية ثقافية عربية إسلامية، التدايعات والتحويلات والتصورات، دار العالم العربي، القاهرة-مصر، 2008.

57. لطيفة ابراهيم خضر: هويتنا إلى أين؟، ط1، عالم الكتب، القاهرة- مصر، 2009.
58. لويس جان كالفلي: حرب اللغات والسياسات اللغوية، ترجمة: حسن حمزة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008.
59. مالك بن نبي: مشكلات الحضارة، شروط النهضة، ترجمة عبد الصبور شاهين عمر كامل مسقاوي، إعادة الطبعة الرابعة، دار الفكر المعاصر، بيروت- لبنان، 1986.
60. مالك بن نبي: مشكلات الحضارة: مشكلة الثقافة، ترجمة عبد الصبور شاهين، إعادة الطبعة الرابعة، دار الفكر المعاصر، بيروت- لبنان، 2000.
61. مالك بن نبي: تأملات، طبعة معادة للطبعة الأولى (1979)، دمشق، 2002.
62. مالك بن نبي: مجالس دمشق، دار الفكر، دمشق، 2005.
63. محمد العربي ولد خليفة المسألة الثقافية و قضايا اللسان و الهوية، منشورات ثالة، الجزائر، 2007.
64. محمد الكوخي: سؤال الهوية في شمال إفريقيا، دار إفريقيا الشرق للنشر، المغرب، 2014.
65. محمد حسن البرغثي: الثقافة العربية والعولمة: دراسة سوسيوولوجية لآراء المثقفين العرب، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت - لبنان، 2007.
66. محمد عابد الجابري: مسألة الهوية: العروبة والإسلام...والغرب، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت- لبنان، ط1، أفريل 1995.
67. محمد عابد الجابري: العولمة والهوية الثقافية، تقييم نقدي لممارسات العولمة في المجال الثقافي، أبحاث ومناقشات الندوة الفكرية "العرب والعولمة"، مركز دراسات الوحدة العربية، ط3، بيروت، 2000.
68. محمد عابد الجابري: المسألة الثقافية في الوطن العربي، ط3، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، ديسمبر 2006.
69. محمد عباس إبراهيم: الثقافة الشعبية: الثبات والتغير، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية- مصر، 2013.
70. محمد عباس إبراهيم، فاروق أحمد مصطفى: الأنثروبولوجيا الثقافية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية- مصر، 2009.
71. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2000.
72. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة- مصر، 2004.
73. محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، من التحليل الكمي إلى التحليل في الدراسات الكيفية وتحليل محتوى المواقع الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة- مصر، 2010.
74. محمد مسلم: الهوية في مواجهة الاندماج، دار قرطبة، الجزائر، 2009.
75. محمد منير حجاب: أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط3، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة- مصر، 2006.
76. محمد ناصر عبد الباسط: الإعلام الفضائي والهوية الثقافية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2015.
77. محمود أمين العالم: المشهد الفكري والثقافي العربي، من كتاب "الثقافة العربية: أسئلة التطور والمستقبل"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت- لبنان، ديسمبر، 2003.
78. محمود الفطافطة: علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين، الفيسبوك نموذجا، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية (مدى)، فلسطين، 2011.
79. مختار نويوات، محمد خان: العامية الجزائرية وصلتها بالفصحى، ط1، دار الهدى، عين مليلة- الجزائر، 2005.
80. مصطفى السعودي: من نحن في زمن التحولات الكبرى؟ سؤال الهوية الحضارية، السياق المغربي نموذجا، دار ناشري للنشر الإلكتروني، أكتوبر 2010.
81. مصطفى محمد الحساوي: واقع لغة الإعلام المعاصر، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2011.

82. منال هلال المزاهرة: بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ؛ دار كنوز المعرفة العلمية، عمّان- الأردن، 2010.
83. منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، دار المسيرة، عمان- الأردن، 2012.
84. موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006.
85. ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.
86. هاني محمد يونس موسى: دور التربية في الحفاظ على الهوية الثقافية للمجتمع العربي، كلية التربية، جامعة بنها، مصر، د.ت.
87. وقي السيد الإمام: البحث العلمي: إعداد مشروع البحث وكتابة التقرير النهائي، ط1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2011.
88. مؤيد عبد الجبار الحديثي: العولمة الإعلامية، دار الأهلية، عمّان- الأردن، 2002.
89. نادية محفوظ مصطفى: خصائص الثقافة العربية الإسلامية في ظل حوار الثقافات، ط1، دار السلام للطباعة، القاهرة، 2006.
90. نبيل علي: محورية الثقافة في مجتمع المعرفة: رؤية عربية مستقبلية، كتاب العربي: الثقافة العربية في ظلّ وسائل الاتصال الحديثة، مجلة العربي، وزارة الإعلام، الكويت، جويلية 2010.
91. نديم منصور: سوسيولوجيا الانترنت، ط1، منتدى المعارف، لبنان، 2014.
92. نظام محمود بركات: التبادل اللامتكافي بين الثقافتين العربية والغربية، كتاب الثقافة العربية: أسئلة التطور والمستقبل، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت- لبنان، ديسمبر 2003.
93. نعمان عباسي: العولمة الثقافية الغربية والهوية الإسلامية: الهيمنة الناعمة، من كتاب سلسلة أعمال الملتقيات "العولمة والهوية الثقافية"، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة- الجزائر، 2010.
94. هارلمبوس وهولبورن: سوشيولوجيا الثقافة والهوية، ترجمة: حاتم حميد محسن، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، دمشق- سوريا، 2010.
95. وليد العناتي: الشباب واللغة...دراسة لسانية اجتماعية، بحث منشور في كتاب "لغة الشباب العربي في وسائل التواصل الحديثة"، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، السعودية، 2014.
96. ياسين خليل: اللغة والوجود القومي، سلسلة "اللغة العربية: أسئلة التطور الذاتي والمستقبل"، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، أكتوبر 2005.
97. يسري خالد إبراهيم: وسائل الإعلام الإلكترونية ودورها في الإنماء المعرفي، ط1، دار النفائس، عمان- الأردن، 2014.
98. يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيكوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
- 2- القواميس والموسوعات:
1. رينهارت بيتر آن دوزي: تكملة المعاجم العربية، تر: محمد سليم النعيمي، منشورات وزارة الثقافة والإعلام، ط1، العراق، 1979، ج7.

3- تقارير وقوانين:

1. التقرير العربي الخامس للتنمية الثقافية: الاقتصاد العربي القائم على المعرفة، ط1، مؤسسة الفكر العربي، بيروت، 2012، ص 273.
2. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 14، 07 مارس 2017، المتضمن قانون رقم 01-26 جمادى الأولى عام 1437 الموافق 6 مارس 2016، يتضمن التعديل الدستوري.
3. المجلس الأعلى للغة العربية: العربية من محنة الكولونيالية إلى إشراقة الثورة التحريرية، عدد ممتاز، الجزائر، 2005.
4. تقرير الإعلام الاجتماعي العربي: الإعلام الاجتماعي والحراك المدني، تأثير فيسبوك وتويتر، الإصدار الثاني، كلية دبي للإدارة الحكومية، دبي، ماي 2011.
5. دستور 1976، المادة 107 والمادة 110.

3- الرسائل الجامعية والدراسات الأكاديمية:

1. إبراهيم بعزیز: متديات المحادثة والدرشة الإلكترونية، دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2008.
2. أحمد سمير عبد الهادي حسن، استخدام الشباب الجامعي المصري للمواقع الإلكترونية وعلاقته بتبني أنماط ثقافية غربية. رسالة دكتوراه في الإعلام، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، معهد الدراسات العليا للطفولة بجامعة عين شمس، مصر، 2014.
3. أحمد مولاي: ملامح الهوية في السينما الجزائرية، أطروحة دكتوراه في الفنون الدرامية، جامعة وهران، الجزائر، 2012-2013.
4. إسماعيل تاحي: مولود قاسم نايت بلقاسم، نضاله السياسي ونظرته للهوية الجزائرية، مذكرة ماجستير في التاريخ، جامعة قسنطينة، 2006-2007.
5. بلخير بومحرات: مشروع الدولة الإسلامية في خطاب حزب الجبهة الإسلامية للإنقاذ المنحلة، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع السياسي، جامعة وهران، 2010-2011.
6. خالد عبد السلام: دور اللغة الأم في تعلم اللغة العربية الفصحى في المرحلة الابتدائية، أطروحة دكتوراه في الأروطوفونيا، جامعة سطيف، 2011-2012.
7. ذهبية آيت قاسي: الثقافة الشعبية في البرامج الثقافية الناطقة بالأمازيغية في التلفزيون الجزائري، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، 2009-2010.
8. ریحانة بلوطي: دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة، 2014-2015.
9. رشيد بوتقرايت: ظاهرة الاهتمام باللباس عند الشباب الجامعي، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة الجزائر، 2006-2007.

10. سعاد ولد جاب الله: الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الالكترونية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006.
11. سعيدة بن بوزة: الهوية والاختلاف في الرواية النسوية في المغرب العربي، أطروحة دكتوراه في الأدب العربي الحديث، جامعة باتنة- الجزائر، 2007-2008.
12. سلطان عائض مفرح العصيمي: إدمان الانترنت وعلاقته بالتوافق النفسي الاجتماعي لدى طلاب المرحلة الثانوية بمدينة الرياض، مذكرة ماجستير في العلوم الاجتماعية، تخصص الرعاية والصحة النفسية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية، 2010.
13. سليمة فيلالتي: بنية الهوية الجزائرية في ظل العولمة، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع الثقافي، جامعة بسكرة، 2013-2014.
14. شريفة بريجة: التغيرات السوسيوثقافية وأثرها على الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة وهران 2، 2015-2016.
15. عبد الرزاق أمقران: استراتيجية التجديد الثقافي في المجتمعات العربية في ظل العولمة، أطروحة دكتوراه علوم في علم اجتماع التنمية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2011.
16. عبد الله ممدوح الرعود: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، مذكرة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012.
17. فاطمة الزهراء كوسة: أزمة الهوية عند الشباب الجزائري، مذكرة ماجستير في علم النفس العيادي، جامعة الجزائر، 2004-2005.
18. ماجدة حجار: العولمة والعنف: مقارنة سوسولوجية لظاهرة العنف في ظل العولمة، أطروحة دكتوراه في تنمية وتسيير الموارد البشرية، جامعة قسنطينة، 2009-2010.
19. محمد عمر أحمد أبو عنزة: واقع إشكالية الهوية العربية: بين الأطروحات القومية والإسلامية، مذكرة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011.
20. مريم مراكشي: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة ماجستير في علم النفس، جامعة بسكرة، 2013-2014.
21. منال قناوي: استخدام اللغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي، مذكرة ماجستير في علوم الغلام والاتصال، جامعة أم البواقي، 2014-2015.
22. ميمونة مناصرية: هوية المجتمع المحلي في مواجهة العولمة، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، جامعة بسكرة - الجزائر، 2011-2012.
23. نسرين أبو صالح: صورة الأشخاص ذوي الإعاقة في الدراما العربية، مذكرة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011-2012.

24. نوال بركات: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، أطروحة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة، جامعة بسكرة، 2016.
25. ولاء محمد الطاهر عبد الخالق: اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة العنف ضد المرأة في الأفلام العربية والأجنبية المقدمة بالقنوات الفضائية، أطروحة دكتوراه في الإعلام، جامعة الزقازيق، مصر، 2010.

4- الدوريات

1. إبراهيم بعزیز: دور وسائل الاتصال الجديدة في إحداث التغيير السياسي في البلدان العربية، المجلة العربية للعلوم السياسية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت- لبنان، العدد 31، 2011.
2. أحمد لطيف جاسم: أزمة الهوية وعلاقتها بالصحة النفسية لدى طلبة معاهد المعلمين، مجلة دراسات اجتماعية الصادرة عن قسم الدراسات الاجتماعية في بيت الحكمة، بغداد- العراق، العدد 21، 2009.
3. أسامة قشاشة: تطبيقات الويب 2.0 في المكتبات الويكي، Cybrarians journal، العدد 18، مارس 2009.
4. حسين لوشن: التعميق الاستراتيجي لوحدة الهوية في البناء الاجتماعي: رؤية سوسبولوجية مستقبلية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 8، جوان 2012.
5. حمدي حسن المحروقي: دور التربية في مواجهة تداعيات العولمة على الهوية الثقافية، مجلة دراسات في التعليم العالي، العدد 7، مركز تطوير التعليم الجامعي، جامعة عين شمس، القاهرة- مصر، أكتوبر 2004.
6. عبد الجبار أحمد عبد الله، فراس كوركيس عزيز: دور شبكات التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي، مجلة العلوم السياسية، العدد 44.
7. عبد الرحيم تمحري: الهوية المهنية للمدرس: الأزمة وضرورة البحث، مجلة فكر ونقد، العدد 12، أكتوبر 1998، الرباط- المغرب.
8. عبد الكريم علي الدبيسي، زهير ياسين الطاهات: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة "دراسات" العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 01، 2013.
9. فضل المولى عبد الرضى الشيخ، صلاح الدين فرح عطاالله: أساليب مواجهة أزمة الهوية لدى طلبة الجامعات، مجلة شؤون اجتماعية، العدد 102، صيف 2009.
10. محمد زغو: أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 04، 2010.
11. محمود عبد الستار خليفة: الجيل الثاني من خدمات الانترنت- مدخل إلى دراسة الويب 2.0 والمكتبات، Cybrarians journal، العدد 18، مارس 2009.
12. أمل كاظم حمد: إدمان الأطفال والمراهقين على الانترنت وعلاقته بالانحراف، مجلة العلوم النفسية، كلية التربية، العدد 19، العراق، 2012.

13. عبد الكريم سعودي: إدمان الفيس بوك وعلاقته بالتوافق الأسري للطالب الجامعي، مقال منشور في مجلة "دراسات نفسية وتربوية"، مخبر تطوير الممارسات النفسية والتربوية، العدد 13 ديسمبر 2014، جامعة ورقلة.
14. حفصة جرادى: رؤية لسياسة التعريب في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع28، مارس 2017، جامعة ورقلة، الجزائر.
15. كلثوم ببيمون: السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي، مجلة إضافات، العددان 33-34، شتاء- ربيع 2016، لبنان.
16. ساعد هماش: الشبكات الاجتماعية وآثارها على الفرد والمجتمع من منظور قيمي، شبكة الفي سيوك نموذجا، مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة، المجلد 1، العدد 2، دورية أكاديمية حضرية محكمة، دار الورسم، الجزائر، 2012.
17. عبد الحميد بوترة: واقع الصحافة الجزائرية المكتوبة في ظل التعددية اللغوية، مقال منشور في مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 8، سبتمبر 2014، جامعة الوادي، الجزائر.
18. شرقي رحيمة: الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العولمة، مقال منشور في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 11، جوان 2013، جامعة ورقلة.
19. بومدين محمد: مكانة اللغة العربية في قانون الإجراءات المدنية الجديد 2008، مقال منشور في مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 10، جانفي 2014، جامعة ورقلة، الجزائر.
20. أبو القاسم سعد الله: اللغة العربية من منظور الحركة الوطنية، مقال منشور في مجلة الكلمة، العدد 04، جانفي 1993.
21. علي القاسمي: الطفل واكتساب اللغة بين النظرية والتطبيق، مقال منشور في مجلة الممارسات اللغوية في الجزائر، العدد 04، 2011، جامعة تيزي وزو، الجزائر.
- 5- **الملتقيات والمؤتمرات:**

1. سعود صالح كاتب: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة- السعودية، ديسمبر 2011.
2. إبراهيم بعزیز: الاستخدام المفرط لوسائل الاتصال الحديثة من طرف الأفراد: الآثار والانعكاسات، ورقة مقدمة للملتقى الوطني الأول "تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على الأفراد والمجتمعات"، جامعة فرحات عباس - سطيف، 2010.
3. أمينة عادل سيد سليمان، هبة محمد خليفة عبد العال: الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة، بحث مقدم للجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات في مؤتمر المكتبة والمجتمع في مصر، مصر، 2009.
4. السّعدية قرش: ثقافة الصورة التلفزيونية، مقال منشور في مجلة دراسات وأبحاث، جامعة الجلفة، العدد 24، سبتمبر 2016.
5. بايوسف مسعودة: الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد، مقال منشور في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية عدد خاص بالملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، جامعة بسكرة، 2011.

6. عبد الكريم العجمي الزباني: استخدامات وتمثّلات الشباب الليبي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، في سيوك نموذجاً، ورقة مقدمة لملتقى الصحافة الإلكترونية "مستقبل وسائل الإعلام في العصر الرقمي"، القاهرة- مصر، نوفمبر 2010.
7. علاء عبد المجيد الشامي: محدّدات تشكيل الهوية الدينية في المجتمع المصري، دراسة في التأثيرات المحتملة للمكوّن الإعلامي، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الدولي الثالث لكلية الاتصال جامعة الشارقة " الفضائيات العربية والهوية الوطنية"، الإمارات، ديسمبر 2007.
8. العماري الطيّب: التحوّلات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري وإشكالية الهوية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص بالملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، جامعة بسكرة- الجزائر، عدد 06، 2011.
9. ناصر بودبزة، شوقي الشاذلي: مقومات الشّخصية وتشكّل الهوية الوطنية الجزائرية من خلال مكتسبات التلاميذ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص بالملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، جامعة بسكرة- الجزائر، عدد 06، 2011.
10. محمد عابد الجابري: العولمة والهوية الثقافية، عشر أطروحات، ندوة العولمة وأسئلة الهوية، جامعة الحسن الثاني المحمدية، الدار البيضاء، 3 و4 سبتمبر 1998.
11. المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم: الخطة الشاملة للثقافة العربية، ط2، إدارة الثقافة، تونس، د.ت.
12. العقبي الأزهر، نوال بركات: شبكات التواصل الاجتماعي والتغير في العلاقات الاجتماعية بين الشباب الجامعي، الفيسبوك نموذجاً، مداخلة مقدمة في إطار الملتقى الدولي السادس "شبكات التواصل الاجتماعي والتغير الاجتماعي"، يومي 09 و10 ديسمبر 2012، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة.
13. تقرير الإعلام الاجتماعي العربي: الإعلام الاجتماعي والحراك المدني، تأثير فيسبوك وتويتر، الإصدار الثاني، كلية دبي للإدارة الحكومية، دبي، ماي 2011.
14. نبيلة جعفري: استخدامات الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" في التعليم التشاركي الإلكتروني، ورقة مقدّمة للملتقى الوطني الأول حول "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع الجزائري"، جامعة أم البواقي، ماي 2014.
15. الصادق الحمامي: كيف نفكر في مواقع الشبكات الاجتماعية، ورقة مقدّمة لندوة الشبكات الاجتماعية الافتراضية والشباب الإماراتي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، 2012.
16. رضوان بلخيري: منتديات الدردشة الالكترونية ودورها في إحداث التّغير في المجتمع الجزائري، ورقة مقدّمة للمنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد...التحديات النظرية والتطبيقية"، جامعة الملك سعود- الرياض، 15-16 أبريل 2012.
17. فاطمة بوهاني: شبكات التواصل الاجتماعي وتأثير استخدامها على اللغة العربية عند الشباب الجزائري، ورقة مقدّمة للمؤتمر الدولي الثاني للغة العربية، دبي، 2013.

18. رحيمة الطيب عيساني: اللغة العربية إنجليزية في وسائط الإعلام الجديد، ورقة مقدّمة للمؤتمر الدولي الثاني للغة العربية، دبي، 2013.
19. إبراهيم كايد محمود: العربية الفصحى بين الإزدواجية اللغوية والثنائية اللغوية، مقال منشور في المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل (العلوم الإنسانية والإدارية)، المجلد الثالث، العدد الأول، مارس 2002، السعودية.
20. عز الدين صحراوي: اللغة العربية في الجزائر: التاريخ والهوية، مقال منشور في مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 5، جوان 2009، جامعة بسكرة.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

1. GOTTLOB(F) ; Encyclopédie universalis , "Guerre incendies " , CORPUS, Paris,1990,Tome 11.
2. Romain rissonan; Les réseaux Sociaux , 2eme édition , ENI , France, 2011 .
3. Yanchan Zhang:Web Information Systems Engineering and Internet Technologies, springer, USA, 2011
4. Adebisi Marion: OgunladeOmotayo, Development of social networking site with a networked library and conference chat, journal of Emerging Trends in computing and information sciences, volume 2 n08, August,2011 متاح على الرابط تاريخ الزيارة www.cisjournal.org/journalofcomputing/archive/vol2-n08/vol2n08-6pdf00.05 الساعة 2017/05/23
5. Boyd ,D ; Ellison ,N : Social Network Sites :Difinitions , History and Scholarship, University of California, Berkeley, 2007
6. Malika Koudache : La langue des néo-alphabétisé : la langue arabe stantard en Algérie, Thèse de doctorat, université de Standhall-Grenoble3, France, 2003.
7. KACI Tahar : Système éducatif , enseignement des langues étrangères et mondialisation , Casbah édition, Alger , 2002.
8. Jhon D ; Catherine T MacArther: living and Learning with new media; Summary of Findings from the digital Youth Project; November 2008;p8.
9. Camillerie (C) et Tap (P) :Identités Collectives et changements Sociaux ,Privat,Paris, 1986 .

ثالثا: المواقع الإلكترونية:

1. إبراهيم رجب بخيت: كتابة اللغة العربية بحروف لاتينية، مقال متاح على موقع: www.site.iugaza.edu.ps تاريخ الزيارة: 2017/06/11، الساعة 09:10.
2. إحصائيات الفيسبوك في الدول العربية 2017، متاح على الرابط www.weedoo.tech، تاريخ الزيارة 2017/05/30 الساعة 22.45.
3. أحمد عيساوي: خطاب الهوية عند الحركة الوطنية الجزائرية، ابن باديس عن جمعية العلماء المسلمين الجزائريين انموذجاً، متاح على الرابط: w-mf-hamdi.net/news.php?action=view&id=14 بتاريخ 2014/05/13 الساعة 00.26

4. **معاني الألوان في التصميم** : <https://anbilarabi.com/>، تاريخ الزيارة 2017/04/17، 16.00.
5. **الصّور لغة جديدة للتواصل على الانترنت، مقال متاح على الرابط:** <http://www.emaratalyoom.com/technology/pc/2013-07-09-1.589890>، تاريخ الزيارة 2017/03/03، 18:00.
6. **العرب لا يجيدون اللغة الإنجليزية، مقال متاح على الرابط** <http://raseef22.com/culture/2015/12/07>، تاريخ الزيارة 2017/08/20، 21.45.
7. **آن كولير، لاري ماجد: دليل أولياء الأمور لاستخدام الفيسبوك، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، مصر، 2012.** متاح على الرابط: www.mcit.gov.eg/Upcont/Documents/facebook_27022112.pdf.
8. **إيمان الزبيدي: "فليكر Flickr" متاح على الرابط:** <http://Socialnetwork1212.blogspot.com/2011/05/flicker.htm> بتاريخ 2013/06/19 تاريخ الزيارة: 14.00 الساعة 2014/02/28.
9. **باديس لونيس: الهوية المحلية والهوية الافتراضية في ظلّ الإعلام الجديد، مقال متاح على الرابط:** <http://platform.almanhal.com/Files/?ID=T2-82557-MLA0035873.pdf>، تاريخ الزيارة: 2017/05/15، الساعة: 15.30.
10. **باديس لهويل، نور الهدى حسني: مظاهر التعدد اللغوي في الجزائر وانعكاساته على تعليمية اللغة العربية،** <http://revue.ummt0.dz/index.php/pla/article/view/1121>، تاريخ الزيارة: 2017/06/20 الساعة 23:15.
11. **تويتر، متاح على موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة: تويتر** <http://ar.wikipedia.org/wiki/> تاريخ الزيارة: 2014/02/24، الساعة: 19:27.
12. **تويتر تطلق تصميمًا جديدًا يشبه فيس بوك، مقال منشور على الموقع:** 24.ae/Article.aspx?/ArticleId=71272&SectionId=3 تاريخ الزيارة: 2014/04/09 الساعة 18:52.
13. **جريدة العربي الجديد، متاحة على الرابط:** www.alaraby.co.uk/medianews/2017/2/2، تاريخ الزيارة: 2017/02/02، الساعة 13.30.
14. **جهاد الشربيني: عدد صفحات مستخدمي Google+ يصل إلى 2.5 مليون مستخدم، 2013، متاح على الرابط:** <http://www.masrawy.com/news/Technology/General/2013/June/12/56433327.aspx>، تاريخ الزيارة: 2014/06/19 الساعة 15:40.
15. **حقائق غير معروفة عن الفيس بوك: مدونة طور قدراتك. متاحة على الرابط:** ray7balak.blogspot.com/2014/03/littel-known-facebook-facts.html، تاريخ الزيارة: 2014/04/10 الساعة 18.00.
16. **خليفة سعيد: بين الفصحى والعامية في الجزائر، متاح على الرابط:** http://www.alarabiahconference.org/uploads/conference_research-1444849946-1409211472-657.pdf، تاريخ الزيارة: 2017/06/20، الساعة 23.00.

17. ساعد ساعد: الثقافي والاجتماعي في شبكات التواصل، دراسة ميدانية في معوقات التفاعل " الفايبروك أنموذجاً"، مقال متاح على الرابط www.watanimall.com. تاريخ الزيارة: 2013/11/30، الساعة 10:30.
18. سفيان ساسي: تكوين الهوية الرقمية للشباب الجزائري، موقع أرنتريبوس (الموقع العربي الأول في الانترنتولوجيا)، متاح على الرابط: www.aranthropos.com تاريخ الزيارة: 2017/06/03، الساعة 14:42.
19. سعيد العيماري: الهوية، الزيارة 2017/05/03 الساعة 21:00. <http://www.alukah.net/culture/0/99690/> تاريخ
20. سهيلة زوار: إشكالية الهوية الثقافية الجزائرية في ظل الإعلام الجديد، متاح على الرابط: www.platform.almanhal.com تاريخ الزيارة: 2017/05/31، الساعة 23:30.
21. شبكات اجتماعية على الانترنت، متاح على الرابط: www.aljazeera.net تاريخ الزيارة: 2017/03/05، الساعة 11:00.
22. شعيب سعدين: إحصائيات الفيسبوك في الجزائر و 20 مليون مستخدم شهري نشط، مقال متاح على الرابط: www.android-dz.com تاريخ الزيارة 2017/05/30 الساعة 23:00.
23. صالح الشهري: الفيسبوك وإخفاء الهوية.. الأسباب، مقال منشور في جريدة الشرق، متاح على الرابط: www.alsharq.net.sa، تاريخ الزيارة 2017 /05/21، الساعة 18:30.
24. صبحي غندور: الهوية الثقافية العربية، مقال متاح على الرابط: www.voltairenet.org/article152659.html تاريخ الزيارة: 2016/06/13، الساعة 22:45.
25. علي غربي: اللغة العربية في الجزائر من ثابت للتحرر إلى متغير للتهميش، مقال متاح على الرابط: [www.univ-skikda.dz/doc-site/revues_SH/article14\(2\).pdf](http://www.univ-skikda.dz/doc-site/revues_SH/article14(2).pdf) تاريخ الزيارة 2017/06/12، الساعة 23:00.
26. : <http://fiqh.islammessage.com/NewsDetails.aspx?id=9068> تاريخ الزيارة 2017/04/12 الساعة 15:30.
27. فليكر، متاح على موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة: Ar.wikipedia.org/wiki/ فليكر، تاريخ الزيارة: 2014/02/28 الساعة 08:00.
28. لينكدان، متاح على موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة: لينكدان- Ar.wikipedia.org/wiki/ 27/02/2014 الساعة 00:22.
29. محمد عبده راغب عماشة: التعليم الإلكتروني والويب 2.0، مجلة المعلوماتية، عدد 24، جوان 2009، متاح على الرابط www.shamnews.com تاريخ الزيارة: 2017/06/06، الساعة 13:10.
30. مختار جلولي، بن عيشة عبد الكريم: الشباب وممارسات الهويات الافتراضية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مقال متاح على الرابط: <https://manifest.univ-ouargla.dz/index.php/archives/archive/facult%C3%A9-des-sciences-sociales-et-sciences-humaines/127> تاريخ الزيارة: 2017/06/05، الساعة 22:00.
31. مدونة صقور الإبداع، متاحة على الرابط : www.sqebd.com/vb/t16545.html تاريخ الزيارة 2014/04/10 الساعة 17:30.

32. مركز البحث في الأنثروبولوجيا الاجتماعية والثقافية: التعليم العالي، المسألة اللغوية وحال العلوم الاجتماعية في الدول المغربية، الجزائر نموذج، مقال متاح على الرابط: <http://www.crasc.dz/ouvrages/index.php/ar/34> تاريخ الزيارة: 2017/05/31 الساعة 23.00.
33. مقال منشور على الموقع: 24.ae/Article.aspx?/ArticleId=71272&SectionId=3 تاريخ الزيارة: 2014/04/09 الساعة 18:52.
34. موسوعة ويكيبيديا الحرّة: متاحة على الرابط http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%88%D8%A8_2.0 تاريخ الزيارة: 2014/02/04، 00.30.
35. موسوعة ويكيبيديا الحرّة: [http:// ar.wikipedia.org](http://ar.wikipedia.org) تاريخ الزيارة: 2014/02/23، ساعة الزيارة 19:20.
36. موقع أليكسا، متاح على الرابط <http://www.alexa.com/siteinfo/thaqafnafsak.com> تاريخ الزيارة: 2017/07/22 الساعة 22.35.
37. موقع العربية Sky News :
www.skynewsarabia.com/web/article/815451/ تاريخ الزيارة: 2016/02/11 : 18.15 :
38. نابل محمد شامة: البربر في المغرب العربي تحديات قرن، متاح على الرابط <http://hadaracenter.com/pdfs/>. تاريخ الزيارة: 2017/06/22 الساعة 15.30.
39. <http://montada.echoroukonline.com/showthread.php?t=25511> تاريخ الزيارة 2017/05/31 22.00.
40. <http://123-vivadz.com/wp-content/uploads/2016/03/12814088> تاريخ الزيارة: 2017/06/12 الساعة 15.10.
41. <http://informatics.gov.sa/cgi-sys/suspendedpage.cgi?id=260> POIVRIER Mario, SIMARD Alexandre, Psychologie de l'Internet (en ligne) URL :<http://benhur.Teluq.quebec.ca/mpoivrier/psyinter/index.htm>.00.50 تاريخ الزيارة 2014/02/04

الملاحق

استمارة تحليل المضمون

استمارة الاستبيان

ملخصات الدّراسة

جامعة صالح بوبنيدر - قسنطينة 3

كلية علوم الإعلام والاتصال والسّمي البصري

قسم: الصحافة

استمارة تحليل مضمون لموضوع:

انعكاسات الشبكات الاجتماعية الاليكترونية على الهوية
الثقافية للشباب الجامعي الجزائري

موقع "فيس بوك" أنموذجا

دراسة تحليلية وميدانية

أطروحة مقدّمة لنيل شهادة "دكتوراه علوم" في علوم الإعلام والاتصال

تخصّص: صحافة

إشراف الأستاذ:

أ. د/الطاهر اجنيم

إعداد الطالبة:

نبيلة جعفري

أولاً: بيانات أولية لصفحة "ثقف نفسك" موضوع الدراسة:

مجال الزمن المدروس				نوع الصفحة	شعار الصفحة	رابط الصفحة
الشهر	الأسبوع	اليوم	الساعة			

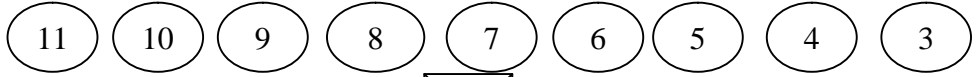
ثانياً: فئات الشكل:



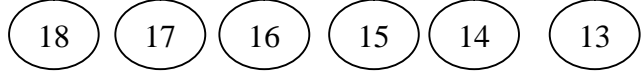
1. وصف الصفحة:



1.1- فئة نوع المنشير:



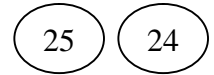
2.1- فئة القوالب التي نشرت بها المواضيع:



3.1- فئة حجم الخط:



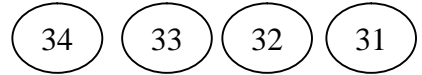
4.1- فئة لون الخط:



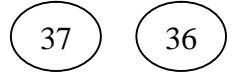
5.1- نوع مقاطع الفيديو التي يتم تداولها على الصفحة:



6.1- نوع الصور التي يتم تداولها في الصفحة:



6.1- استخدام الروابط التشعبية:



38

2- الصورة التعريفية بالصفحة:

1.2- فئة استخدام الصورة: 39

41 40

2.2- فئة استخدام الألوان: 42

44 43

3.2- فئة الكتابة على الصورة: 45

48 47 46

ثالثا: فئات المضمون:

49

1- الموضوع:

1.1- فئة نوع المواضيع: 50

57 56 55 54 53 52 51

2.1- فئة محتوى المضامين الخاصة بدعائم الهوية الثقافية: 58

59

1.2.1- فئات خاصة باللغة:

63 62 61 60

64

2.2.1- فئات خاصة بالدين:

69 68 67 66 65

70

3.2.1- فئات خاصة بالتاريخ:

75 74 73 72 71

استمارة الدراسة التحليلية

76

4.2.1- فئات خاصة بالعادات والتقاليد:

82

81

80

79

78

77

83

5.2.1- فئات خاصة بالموروث الثقافي اللامادي:

87

86

85

84

88

3.1- فئة لغة المضامين الرئيسية المنشورة على الصفحة:

91

90

89

92

4.1- نوع مشاركات الأعضاء على الصفحة:

97

96

95

94

93

98

5.1- طبيعة تعليقات الأعضاء حول المنشور:

104

103

102

101

100

99

105

6.1- لغة تعليقات الأعضاء على المنشور:

111

110

109

108

107

106

112

2/ فئة الهدف:

113

1.2- الهدف العام:

119

118

117

116

115

114

120

2.2- الهدف من منشير الهوية:

126

125

124

123



122

121

دليل الاستمارة:

الاستمارة مقسمة إلى قسمين: الأول متعلق بالبيانات العامة لصفحة "تقف نفسك"، والثاني بالتحليل الكمي، حيث رمز لتسهيل التحليل. وعليه سيكون دليل هذه الاستمارة كما يأتي:

I. دليل الأشكال:

 يشير إلى إمكانية تحديد أكثر من اختيار.
 يشير إلى إمكانية تحديد إحدى بيانات مؤشر ما.

II. دليل التحليل الكمي:

بالنسبة للتحليل الكمي فقد قسم إلى قسمين؛ الأول خاص بفئات الشكل، والثاني خاص بفئات المضمون.
1. بالنسبة لفئات الشكل:

تم تقسيم فئات الشكل إلى فئتين رئيسيتين، تمت الإشارة إليهما عن طريق المثلثات أرقام 1 و38 والتي تدل على فئة وصف الصفحة وفئة الصورة التعريفية بالصفحة على التوالي.
وتم تقسيم هاتين الفئتين الرئيسيتين إلى فئات فرعية، تمت الإشارة إليها عن طريق المربعات أرقام 2، 12 19 23 26 30 35 39 42 45 والتي تدل على فئة نوع المواضيع، القوالب التي نشرت بها المواضيع، فئة حجم الخط، فئة لون الخط، فئة نوع مقاطع الفيديو التي يتم تداولها على الصفحة، نوع الصور التي يتم تداولها في الصفحة، استخدام الروابط التشعبية، فئة استخدام الصورة، فئة استخدام الألوان، فئة الكتابة على الصورة على التوالي.

وتم تقسيم كل فئة من هذه الفئات الفرعية إلى خيارات، تمت الإشارة إليها بدوائر بيضوية أرقام 3، 4 5 6 7 8 9 10 11 13 14 15 16 17 18 20 21 22 24 25 27 28 29 31 32 33 34 36 37 40 41 43 44 46 47 48 والتي تدل على منشور مكتوب، صورة، فيديو، أيقونة، نص + صورة، نص + فيديو، نص + أيقونة، نص + صورة + فيديو، أكثر، خبر، معلومة، قصة، حكمة، أكثر من قالب، أخرى، صغير، متوسط، كبير، عدم استخدام الألوان، استخدام الألوان، مقاطع فيديو شخصية، مقاطع فيديو من مواقع إلكترونية، أخرى، صور شخصية، رسومات معبرة، صور من مواقع أخرى، أخرى، متوفرة، غير متوفرة، استخدام صورة، عدم استخدام صورة، صورة بالألوان، صورة دون ألوان، صورة من غير كتابة، صورة مصحوبة بكتابة عن طريق الحروف، صورة مصحوبة بكتابة عن طريق أرقام.

2. بالنسبة لفئات المضمون:

تم تقسم هذا الجزء إلى فئتين رئيسيتين، تمت الإشارة إليهما بمثلثات أرقام 49 و112، واللذان تشيران إلى فئة الموضوع وفئة الهدف على التوالي.

وتم تقسيم هاتين الفئتين الرئيسيتين إلى فئات فرعية، تمت الإشارة إليها عن طريق المربعات أرقام 50، 58 88 92 98 105 113 120 والتي تدلّ على فئة نوع المنشور، فئة محتوى المضامين الخاصة بعناصر الهوية الثقافية، فئة لغة المضامين الرئيسية المنشورة على الصفحة، فئة نوع مشاركات الأعضاء على الصفحة، فئة طبيعة تعليقات الأعضاء حول المنشور، لغة تعليقات الأعضاء على المنشورة، الهدف العام، الهدف من مناشير الهوية على التوالي.

وتم تقسيم الفئة الأولى التي تدلّ على نوع المنشور إلى فئات فرعية، تمت الإشارة إليها بمعينات أرقام 59، 64، 70، 76، و83 لتدلّ على فئات خاصة باللغة، فئات خاصة بالدين، فئات خاصة بالتاريخ، فئات خاصة بالعبادات والتقاليد، فئات خاصة بالموروث الثقافي اللامادي.

وتم تقسيم كلّ فئة من هذه الفئات الفرعية (سواء الفئات الرئيسية أو فئة نوع المنشور) إلى خيارات، تمت الإشارة إليها بمستطيلات أرقام 51، 52 53 54 55 56 57 60 61 62 63 65 66 67 68 69 71 72 73 74 75 77 78 79 80 81 82 84 85 86 87 93 94 95 96 97 99 100 101 102 103 104 114 115 116 117 118 119 121 122 123 124 125 126 والتي تدلّ على مواضيع سياسية، مواضيع اجتماعية، مواضيع حول اللغة العربية، مواضيع حول الدين الإسلامي، مواضيع حول العادات والتقاليد، ثقافة عامة، أخرى، شعر وقصائد، تعريف بأدباء، ذكر قاعدة من قواعد اللغة، أخرى، آيات قرآنية، أحاديث نبوية، أدعية، صور فيها أدعية، صور فيها رموز دينية، معلومات تاريخية، تواريخ، أحداث هامة، معارك وبطولات، شخصيات بارزة، أخرى، أكالات تقليدية، لباس تقليدي، أدوات تقليدية، طقوس الأفراح، طقوس الأحزان، أخرى، أمثال، حكم، قصص، أساطير، أخرى، إبداء الإعجاب، التعليق على صورة، التعليق على فيديو، التعليق على منشور مكتوب، التعليق على تعليق عضو آخر، آراء ووجهات نظر، إطرأ وتشجيع، استفسار وطلب، إرشاد ونصح، أكثر من طريقة، آخر، تثقيفي، تربوي، ديني، سياحي، ترفيهي، تعليمي، أخرى، إصلاح وتنمية المجتمع، تصحيح المفاهيم الإسلامية، نشر وترسيخ الثقافة الإسلامية، تعليم اللغة العربية، التعريف بالموروث الثقافي، التعريف بالعبادات والتقاليد، نشر معلومات تاريخية، أخرى.

استمارة الدراسة التحليلية

ودوائر بيضوية أرقام 89 90 91 106 107 108 109 110 111 والتي تدلّ على العربية، الانجليزية، مختلطة، لغة عربية فصحي، لغات أجنبية، عامية، عربية بحروف أجنبية، أجنبية بحروف عربية، الاكتفاء بأقونات.

III. دليل التعريفات الإجرائية: تمت الإشارة إليه في الفصل الأول من الدراسة.

جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 3

كلية علوم الإعلام والاتصال والسّمي البصري

قسم: الصحافة

استمارة استبيان حول:

انعكاسات الشبكات الاجتماعية الالكترونية على
الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري

موقع "فيس بوك" أنموذجا

دراسة تحليلية وميدانية

أطروحة مقدّمة لنيل شهادة "دكتوراه علوم" في علوم الإعلام والاتصال

تخصّص: صحافة

إشراف الأستاذ:

أ. د/الطاهر اجنيم

إعداد الطالبة:

نبيلة جعفري

المبحوثين الكرام،

هذه استمارة استبيان خاصة بإعداد بحث أكاديمي، عنوانه مذكور في الأعلى، لذا نرجو منكم
المساهمة في الإجابة عنه، ونعلمكم أنّ البيانات الواردة ستكون في غاية السرية، ولا تستخدم إلا لأغراض
البحث العلمي. ونشكركم على حسن تعاونكم.

استمارة الدراسة الميدانية

المحور الأول: عادات وأنماط ودوافع استخدام شبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك"

1- كيف تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي:

دائما غالبا أحيانا نادرا

2- رتب (من 01 إلى 06) شبكات التواصل الاجتماعي الآتية حسب درجة استخدامك لها:

فيس بوك تويتر يوتيوب
انستغرام سناب شات تمبلر

3- كيف تستخدم شبكة "فيس بوك" بصفة:

دائمة غالبا أحيانا نادرا

4- منذ متى وأنت مشترك في هذه الشبكة؟

- منذ أقل من سنة
 - من سنة إلى ثلاث سنوات
 - أكثر من ثلاث سنوات

5- كم من الوقت تستمر زيارتك الواحدة لموقع فيس بوك؟

- أقل من ساعة
 - من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات
 - من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات
 - 05 ساعات فأكثر

6- ماهي لغة حسابك الشخصي على "فيس بوك"؟

- اللغة العربية
 - اللغة الفرنسية
 - اللغة الانجليزية
- لغة أخرى أذكرها.....

استمارة الدراسة الميدانية

7- ما هي طريقة عرض هويتك الافتراضية عبر شبكة "فيس بوك"؟

- اسمك الحقيقي مع صورتك الحقيقية
- اسمك الحقيقي مع صورة تعبيرية
- اسمك الحقيقي دون إرفاقه بصورة
- اسم مستعار مع صورتك الحقيقية
- اسم مستعار مع صورة تعبيرية
- اسم مستعار دون إرفاقه بصورة

8- عندما تتصفح شبكة "فيس بوك"، فأنت: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- تكتب منشورات في حسابك الخاص
- تكتفي بقراءة مشاركات الأصدقاء
- تعلق على مشاركات أصدقائك
- تدرش مع أصدقائك
- تكتب منشورات في صفحات ومجموعات أنت مشترك فيها
- تعلق على منشورات في صفحات ومجموعات أنت مشترك فيها
- تتشارك المنشورات مع أصدقائك
- تتشارك الصور مع أصدقائك
- نشاطات أخرى أذكرها:

9- ماهي المجالات التي تحرص على متابعتها عبر شبكة "فيس بوك"؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- المجال العلمي والثقافي والفكري
- مجال التوجيه والإرشاد
- المجال الصحي
- المجال الترفيهي
- المجال الإخباري والسياسي
- المجال الرياضي
- المجال الديني والعقائدي والدعوي
- مجالات أخرى أذكرها:

10 - عندما تتصفح الموقع، هل تكون :

- في حالة تركيز تام، ولا تنتبه ما يدور حولك
- في حالة تركيز، لكن تعلم ما حولك
- لا تركز كثيرا في استخدامه

استمارة الدراسة الميدانية

11- عندما تستخدم الموقع، هل:

- تستخدمه بمفردك تماما ولا تتحدث مع أي أحد حول ما تتصفح
- تستخدمه بمفردك، لكن تشارك من حولك حول ما تتصفح
- تناقش محتوى ما تتصفح عبره مع من حولك على أرض الواقع
- تناقش محتوى ما تتصفح عبره مع أصدقائك الافتراضيين.

12- إذا لم تتواصل عبر شبكة "فيس بوك" لفترة طويلة، هل تشعر بـ:

- القلق والاضطراب
- الفراغ
- لا تشعر بشيء

13- اذكر أكثر ثلاث صفحات تتصفحها بشكل دائم:

1.
2.
3.

14- في تواصلك عبر موقع "فيس بوك"، هل تركز على إقامات:

- محلية
- وطنية
- مغاربية
- عربية
- إسلامية
- أوروبية
- عالمية

استمارة الدراسة الميدانية

15- ماهي دوافع فتحك لحساب في ال"فيس بوك"؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

للتعرف على أصدقاء جدد	دوافع طقوسية
لأكون على اتصال دائم بالأهل والأصدقاء	
للتسلية والترفيه	
لأنه يشغل وقت فراغي	
استخدمه عندما أكون محبطا	
يساعدني في الهروب من ضغط الحياة	
يساعدني على نسيان ضغوط الدراسة	
البحث عن علاقات عاطفية	
للردشة والتعارف	
لعدم وجود بديل آخر	
للتعرف على آراء الآخرين في مختلف القضايا في المجتمع الذي أعيش فيه	دوافع نفعية
لأنني أجد فيه معلومات لا أجدها في مواقع أخرى	
لاستعماله في مجال الدراسة	
لسرعة تبادل المعلومات والأخبار فيه	
لاستخدامه في المراسلة كبديل للبريد الإلكتروني	
للحصول على الحافز الاجتماعي وتشجيع الآخرين	
الاهتمام بالأحداث ذات الاهتمام المشترك والترويج لمناسبات مهمة ومؤثرة	
للحصول على الحافز الاجتماعي وتشجيع الآخرين	
كي تصبح لدي القدرة على النقاش مع الآخرين (تنمية قدراتي التواصلية)	
يجعلني أكثر جرأة في تناول المواضيع	

المحور الثاني: تأثيرات استخدامات "فيس بوك" على اللغة العربية للمبحوثين:

16- شعب الجزائر مسلم وإلى العروبة ينتسب، مقولة لابن باديس، ماذا تعني لك؟

.....

.....

17- اذكر بالترتيب (من 1 إلى 5) عناصر الهوية الثقافية الجزائرية حسب أهميتها لك؟

الدين الإسلامي اللغة العربية اللغة الأمازيغية التاريخ الوطني العادات والتقاليد

استمارة الدراسة الميدانية

18- في كتابتك على "فيس بوك" هل تعتمد على:

- الكتابة بالحروف فقط
- وضع أيقونات (Les icones) فقط
- الكتابة بالحروف والأيقونات معا

19- عند استخدامك لموقع الفيسبوك، فهل تكتب بـ:

اللغة	دائما	غالبا	أحيانا	نادرا	أبدا
اللغة العربية الفصحى					
اللغة الفرنسية					
اللغة الانجليزية					
اللهجة العامية(الدارجة) بحروف عربية					
اللهجة العامية(الدارجة) بحروف أجنبية					
اللغة العربية الفصحى بحروف أجنبية(المعربة)					
لغة أجنبية بحروف عربية (فرانكوب)					
الأمازيغية بحروف عربية					
الأمازيغية بحروف أجنبية					

- إذا كنت تتعامل باللغة العربية الفصحى على حسابك في "فيس بوك"، فواصل الإجابة على الأسئلة الموائية مباشرة:

- إذا كنت لا تستخدمها، انتقل مباشرة إلى السؤال رقم 24 .

20 - مع أي فئة تكتب باللغة العربية؟

- فئة الأساتذة (الأكاديميين)
- فئة الزملاء
- فئة الأهل
- فئة الأصدقاء
- فئة الأصدقاء الافتراضيين من دول عربية

- فئات أخرى تذكر:

21- لماذا تكتب باللغة العربية على "فيس بوك"؟

- لأنك تتقنها
- تتباهى بمعرفتها
- لأنها اللغة الوطنية
-

استمارة الدراسة الميدانية

- لأنك تعودت على استخدامها
- لأنك لا تعرف لغات أخرى
- لأن أغلب معارفي الفيسبوكيين يتعاملون بها
- لأنني أعتز بعرويتي وأحاول تجسيدها في تعاملاتي
- أسباب أخرى اذكرها:

22- منذ استخدامك لهذا الموقع، هل لاحظت:

- تحسناً في مستوى إتقانك للغة العربية
- تراجعاً في مستوى معرفتك باللغة العربية
- لم يتغير مستوى معرفتك باللغة العربية

23- عندما أكتب باللغة العربية على موقع فيس بوك، فأنا:

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	العبرة
					أحرص وأشجع على السلامة اللغوية في الكتابة على فيس بوك بالفصحى
					أدرك أهمية استخدام اللغة العربية أثناء الكتابة على "فيس بوك"
					تعتبر اللغة العربية لغة ضرورية للتواصل عبر "فيس بوك"
					أتعصب للغة العربية في كتاباتي على "فيس بوك" ويزعجني عندما أرى خطأ في كتابتها
					أرى أن اللغة العربية مناسبة للتواصل عبر الموقع، لكن يجب تحديثها بما يتماشى وتكنولوجيا العصر.
					اعتبر أنه من شأن اللغة العربية على شبكة "فيس بوك" المحافظة على الهوية.
					أرى بأنه يجب التواصل باللغة العربية الفصحى فقط عبر الموقع.
					اللغة العربية وحدها لا تكفي للتواصل عبر شبكة "فيس بوك".
					ساهمت كثافة استخدامي للموقع في رفع مستواي المعرفي باللغة العربية

24- لماذا لا تكتب باللغة العربية في حسابك على "فيس بوك"؟

- لأنني لا أعرفها
- لأنني لم أتعود فقط على استخدامها في خطابي اليومي
- لأن معارفي الفيسبوكيين لا يتعاملون بها
- لأنني اعتبرها لغة متخلفة وليست لغة عصر التكنولوجيا
- لأنني أخاف أن ينظر إلي معارفي الفيسبوكيين على أنني غير متحضر إن تعاملت بها

استمارة الدراسة الميدانية

- لأنني أشعر بالتميز عند استخدام اللغات الأجنبية
- لأن الكتابة بحروف أجنبية أسرع
- أسباب أخرى أذكرها:

25- إذا كنت تكتب باللهجة العامية (الدارجة) على شبكة "فيس بوك"، فهل ذلك يعود إلى:

- أنها أكثر لهجة مستخدمة في الموقع
- أنها أسرع من ناحية الكتابة وفيها اختصارات
- أنها تعبر بدقة عن المشاعر
- تغنيني عن التفكير في مرادفات كالفصحى
- كي أحافظ على لهجة منطقتي المحلية وأسوقها للآخرين
- لأنني لا أجيد الفصحى ولا اللغات الأجنبية
- أسباب أخرى أذكرها:

26- إذا كنت تكتب باللغة الأمازيغية فذلك لأنك:

- تتقنها
- تعتبرها لغة تعبر عن أصالة إنتمائك
- تحاول التعريف بها من خلال هذا الموقع
- تحاول الحفاظ عليها من خلال استخدامها المتواصل عبر هذا الموقع
- أسرع في كتابتها من بقية اللغات واللهجات
- أسباب أخرى، اذكرها:

27- إذا كنت تكتب باللغات الأجنبية على شبكة "فيس بوك"، فهل هو بدافع:

- الاعتقاد بأنها دليل على ثقافة عالية
- السرعة في كتابتها
- التقليد
- سهولة استخدامها
- احترام اللغات الأجنبية أكثر
- مسايرة الجو العام
- استخدام غالبية أصدقائي لها
- لأنني أتقنها

28- هل تفكر باستخدام اللغة العربية في كتابتك على هذا الموقع؟

- نعم أفكر في استخدامها لاحقا
- لا تنوي إطلاقا استخدامها عبر هذا الموقع

استمارة الدراسة الميدانية

29- هل أثرت اللغة التي تتعامل بها على "فيس بوك" على لغة تواصلك اليومي؟

- نعم - لا

30- إذا كانت الإجابة بنعم، فما هي عبارات "فيس بوك" التي تستخدمها في أحاديثك اليومية على أرض الواقع؟

.....
.....

31- كيف ترى دور اللغة التي يستخدمها الشباب على موقع (فيس بوك) في المحافظة على هويته الثقافية:

أساسيا مكملًا ليس لها أي دور

32- كيف ترى تأثير اللغة المستخدمة في (فيس بوك) على هويتك الثقافية؟

سلبيا إيجابي سلبي أحيانا وإيجابي أحيانا لا سلبي ولا إيجابي

33- إذا كان التأثير سلبيا، فهل ترى أن اللغة المستخدمة في (فيس بوك) تؤدي إلى؟

المظاهر	أثرت كثيرا	أثرت قليلا	لم تؤثر
ضعف اللغة ونسيانها بالتدريج			
التهاون بالتعاليم الدينية			
إهمال التاريخ			
التهاون بشأن العادات والتقاليد			

34- وإذا كان التأثير إيجابيا، فهل ترى أن اللغة المستخدمة على (فيس بوك) تعمل على:

المظاهر	كثيرا	قليلا	لم تؤثر
الحفاظ على اللغة			
التمسك بالتعاليم الدينية			
الاعتزاز بالتاريخ			
التمسك بالعادات والتقاليد			

المحور الثالث: تأثيرات استخدامات "فيس بوك" على الدين الإسلامي للمبجوثين:

35- هل أنت مشترك في صفحات أو مجموعات دينية؟

نعم (واصل الإجابة على الأسئلة الموالية مباشرة) لا (انتقل مباشرة للسؤال رقم 38)

استمارة الدراسة الميدانية

36- في موقع فيس بوك أنا:

أبدا	نادرا	أحيانا	غالبا	دائما	العبارة
					أنشر في بروفايلي (جداري) أمورا تتحدّث عن الدين (آيات قرآنية، أحاديث، أقوال فقهاء...)
					أحرص على التذكير بالمناسبات الدينية ودلالاتها
					أحرص على دخول التطبيقات التي لها علاقة بالدين، والتي تنشر تلقائيا على البروفايل.
					أدعو أصدقائي إلى الالتزام بتعاليم الدين الحنيف عبر هذا الموقع
					أحاول تعريف أصدقائي الافتراضيين غير المسلمين على مبادئ الدين الإسلامي
					أحاول تحسين صورة الإسلام من خلال هذا الموقع
					أحاول التّعرف على ديانات أخرى غير الإسلام
					أحاول التعرف على مذاهب أخرى في الإسلام

37- منذ استخدامك لهذا الموقع، هل:

لا	نعم	العبارة
		تعرفت على دينك أكثر
		تعمقت علاقتك بدينك أكثر وأصبحت أكثر اعتزازا به
		صححت الكثير من المعتقدات الخاطئة عن دينك
		حاولت تجسيد تعاليم الدين على الواقع أكثر من السابق
		تشوّهت صورة الدين عندك
		تهاونت أكثر في التمسك بتعاليم الدين
		انبهرت بديانات أخرى
		لم يحدث لك أيّ تغيير

38- لماذا لا تتطرق لأمر دينية في حسابك على (فيس بوك) ؟

.....

39- كيف ترى دور نشر مواضيع دينية على شبكة "فيس بوك" في المحافظة على الهوية الثقافية؟

أساسيا مكملا ليس له أي دور

استمارة الدراسة الميدانية

40- هل يؤثر نشر المواضيع الدينية عبر شبكة "فيس بوك" على الهوية الثقافية بشكل:

سلبى إيجابى سلبى أحيانا وإيجابى أحيانا لا يؤثر

41- إذا كان التأثير سلبيا، فهل يظهر ذلك في ؟

المظاهر	كثيرا	قليلًا	لم تؤثر
التهاون بالتعاليم الدينية			
ضعف اللغة ونسيانها بالتدرّج			
إهمال التاريخ			
التهاون بشأن العادات والتقاليد			

42- ما مظاهر هذا التأثير الإيجابى؟

المظاهر	كثيرا	قليلًا	لم تؤثر
التمسك بالتعاليم الدينية			
الحفاظ على اللغة			
الحفاظ على التاريخ			
التمسك بالعادات والتقاليد			

المحور الرابع: تأثيرات استخدامات "فيس بوك" على التاريخ وعلى الموروث الثقافى:

43- من خلال شبكة "فيس بوك"، هل تشترك في صفحات أو مجموعات مهتمة بتاريخ الجزائر؟

نعم (واصل الإجابة على الأسئلة الموالية) لا (انتقل مباشرة إلى السؤال رقم 46)

44- على حسابى في فيس بوك أنا:

العبارة	دائما	غالبا	أحيانا	نادرا	أبدا
أنشر في بروفائلى (جدارى) صور شخصيات تاريخية جزائرية					
أحاول التعريف بشخصيات تاريخية جزائرية					
أحاول نشر معلومات أو صور عند كل مناسبة تاريخية للتعريف بها					
أنتشارك مع أصدقائى المعلومات التاريخية					
أحاول تعريف أصدقائى الافتراضيين غير الجزائريين بتاريخ الجزائر					
أصحح معلومات تاريخية منشورة على "فيس بوك"					
أحاول التعرف على تاريخ بلدان أخرى					

استمارة الدراسة الميدانية

45- منذ استخدامك لهذا الموقع، هل:

- زادت معلوماتك حول تاريخ بلادك
- صححت معلومات سابقة كانت خاطئة
- زادت رغبتك في البحث عن تاريخ بلادك
- لم يحدث أي تغيير
- تشوهت فكرتك عن تاريخ بلادك

46- لماذا لا تتطرق لمواضيع تاريخية في بروفايلك؟

.....

.....

47- كيف ترى دور نشر مواضيع تاريخية على شبكة "فيس بوك" في المحافظة على الهوية الثقافية؟

- أساسيا مكملاً ليس له أي دور

48- كيف ترى تأثير نشر المواضيع التاريخية عبر شبكة "فيس بوك" على الهوية الثقافية؟

- سلبي إيجابي سلبي وإيجابي لا سلبي ولا إيجابي

49- ما مظاهر التأثير السلبي؟

المظاهر	عال	متوسط	منخفض	لم تؤثر
إهمال التاريخ				
ضعف اللغة ونسيانها بالتدرج				
التهاون بالتعاليم الدينية				
التهاون بشأن العادات والتقاليد				
انخفاض روح الانتماء الوطني				

50- ما مظاهر التأثير الإيجابي؟

المظاهر	عال	متوسط	منخفض	لم تؤثر
الاعتزاز بالتاريخ				
التمسك بالتعاليم الدينية				
الحفاظ على اللغة				
التمسك بالعادات والتقاليد				
تعزيز روح الانتماء الوطني				

استمارة الدراسة الميدانية

51- هل تحاول التعريف بعادات وتقاليد منطقتك من خلال الكتابات أو الصور عبر هذا الموقع؟

دائماً غالباً أحياناً نادراً أبداً

52- إن كان الرد بالإيجاب (دائماً أو أحياناً) فهل تقوم بالتعريف بـ:

لا	أذكر مثالا عنها	نعم	العادات والتقاليد
			الأكلات التقليدية
			اللباس التقليدي
			طريقة العمران
			مراسم الأعراس
			عادات وتقاليد أخرى

53- هل ترى أن شبكة "فيس بوك" من شبكات التواصل التي تساهم في التعريف بالثقافات المحلية ومحاولة الحفاظ عليها بالرغم من الغزو الثقافي الذي تتعرض له؟

نعم - لا

محور البيانات الشخصية:

1- الجنس: ذكر أنثى

2- التخصص:

3- لغة التعليم: لغة عربية لغة أجنبية (حددها)

4- المنطقة السكنية:



الملخص باللغة العربية:

هدفت الدراسة الحالية التي تتمحور حول " انعكاسات الشبكات الاجتماعية الاليكترونية على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري" إلى معرفة انعكاسات التصفّح المستمر لشبكة " فيس بوك" كأشهر شبكات التواصل الاجتماعي على عناصر الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري، منطلقاً من التساؤل الرئيس الآتي: ماهي انعكاسات شبكة "فيس بوك" على عناصر الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري؟

ويندرج تحت هذا التساؤل تساؤلات فرعية، كآلاتي:

- ما شكل الصفحات التي يستخدمها الشباب الجامعي الجزائري عبر شبكة "فيس بوك"؟
 - ما هي طبيعة المضامين التي تنشر عبر صفحات هذه الشبكة، وما علاقتها بدعائم الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي الجزائري؟
 - ما هي عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي الجزائري عينة الدراسة لشبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك"؟ وماهي دوافعهم لذلك؟
 - كيف يظهر الشباب الجامعي الجزائري عناصر الهوية الثقافية على حساباتهم الشخصية؟
 - هل تأثرت دعائم الهوية الثقافية للشباب الجامعي عينة الدراسة منذ استخدامهم لهذا الموقع؟ وكيف كان هذا التأثير؟
 - ما هي اتجاهات الشباب الجامعي عينة الدراسة نحو إبراز عناصر هويته الثقافية على حساباتهم؟
 - هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة وإدراكهم لمعالم هويتهم الثقافية؟
- وللإجابة على هذه الإشكالية اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي، مستخدمة الملاحظة، تحليل المضمون واستمارة الاستبيان كأدوات لجمع البيانات، لتتوصل إلى أهم النتائج الآتية:
- تعتبر صفحة "ثقف نفسك" أكبر صفحة عربية من ناحية الانتشار، وعدد المشتركين والمتابعين لها، تهدف إلى نشر الثقافة والمعرفة، وتعمل على دعم وإبراز عنصر الدين الإسلامي كأول عناصر الهوية الثقافية لجمهورها المستهدف، كما تدعم اللغة العربية في مرتبة ثانية، والعادات والتقاليد في مرتبة ثالثة، وأخيراً عنصر التاريخ.
 - أغلب الشباب الجزائري متابع للصفحة، لكن لا يظهر له وجود فيها من ناحية التعليقات؛ فلا أثر للهجتنا الجزائرية إلا نادراً جداً.
 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة لشبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك" ومستوى اللغة لديهم.
 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة لشبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك" ومستوى التزامهم بتعاليم الدين.

ملخصات الدراسة

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة لشبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك" ومستوى اعتزازهم بالتاريخ الوطني.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة لشبكة التواصل الاجتماعي "فيس بوك" والتعريف بالعبادات والتقاليد الخاصة بالمبجوثين.

Summary in English

The objective of this current study, which focuses on "the impacts of social networks on the cultural identity of Algerian university youths," is to determine the impacts of the continuous browsing of Facebook as the most popular social network on the elements of the cultural identity of Algerian university youths. Starting with the main question "What are the impacts of Facebook on the elements of cultural identity of Algerian university youths?"

Under this question are sub-questions, as follows:

- What are the pages used by Algerian university youths via Facebook?
- What is the nature of the contents published through the pages of this network, and what is its relation with the cultural identity of the Algerian university youths?
- What are the habits and patterns of use of Algerian university youths, sample study, of the social network "Facebook"? What are their motives for this?
- How does Algerian university youths show elements of cultural identity on their personal accounts?
- Have the foundations of the cultural identity of university youths, sample study, been influenced since their use of this site? How was this impact?
- What are the trends of university youths, study sample, to show the elements of their cultural identity on their accounts?
- Is there a statistically significant relationship between the intensity of the use of university youths, study sample, and their recognition of the characteristics of their cultural identity?

In order to answer this problem, the researcher used the survey method, using the observation, analyze the content and questioner form as data collection tools, to reach the following main results:

- There is no statistically significant relationship between the intensity use of university youths, study sample, of the social network "Facebook" and their level of language.
- There is no statistically significant relationship between the intensity use of university youths and the level of their commitment to the religion.
- There is no statistically significant relationship between the intensity use of the university youths, study sample, to the social network "Facebook" and the level of pride of national history.
- There is no statistically significant relationship between the intensity use of the university youths, study sample, of the social network "Facebook" and the definition of customs and traditions of the respondents.

Résumé en Français

L'étude actuelle, qui met l'accent sur «les réflexions des réseaux sociaux sur l'identité culturelle des jeunes universitaires algériens», vise à comprendre les réflexions de la navigation continue de Facebook comme l'un des réseaux sociaux les plus populaires sur les éléments de l'identité culturelle des jeunes algériens. En commençant par la question principale : Quelles sont les réflexions du Facebook sur les éléments de l'identité culturelle des jeunes universitaires algériens?

Sous cette question se trouvent des sous-questions, comme suit:

- Quelles sont les pages utilisées par les jeunes universitaires algériens via Facebook?
- Quelle est la nature des contenus publiés dans les pages de ce réseau et quelle est sa relation avec l'identité culturelle des jeunes universitaires algériens?
- Quelles sont les habitudes et les profils d'utilisation des jeunes universitaires algériens ,échantillon d'étude, sur le réseau social "Facebook"? Quels sont leurs motifs pour cela?
- Comment les jeunes universitaires algériens présentent-ils des éléments d'identité culturelle sur leurs comptes personnels?
- Les bases de l'identité culturelle des jeunes universitaires algériens ,échantillon d'étude,ont-elles été influencées depuis leur utilisation de ce site? Comment était cet impact?
- Quelles sont les tendances des jeunes universitaires algériens ,échantillon d'étude,pour mettre en évidence les éléments de leur identité culturelle sur leurs comptes?
- Existe-t-il une relation statistiquement significative entre l'intensité de l'utilisation des des jeunes universitaires algériens ,échantillon d'étude,et leur reconnaissance des caractéristiques de leur identité culturelle?

Afin de répondre à cette problématique, le chercheur a utilisé la méthode de l'enquête, en utilisant l'observation, et l'analyse du contenu et le questionnaire comme outils de collecter de données pour atteindre les principaux résultats suivants:

- Il n'y a pas de relation statistiquement significative entre l'intensité de l'utilisation des jeunes universitaires, échantillon d'étude, du réseau social "Facebook" et leur niveau de langue.
- Il n'y a pas de relation statistiquement significative entre l'intensité de l'utilisation des jeunes universitaires et le niveau de leur engagement leur religion.
- Il n'y a pas de relation statistiquement significative entre l'intensité de l'utilisation des jeunes universitaires algériens, échantillon d'étude, du réseau social "Facebook" et le niveau de fierté de l'histoire nationale.
- Il n'y a pas de relation statistiquement significative entre l'intensité de l'utilisation de des jeunes universitaires algériens ,échantillon d'étude, du réseau social «Facebook» et la définition des coutumes et des traditions des répondants.