

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم الإعلام و الإتصال

مذكرة بعنوان:

تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الأنستغرام من طلبة جامعة الوادي

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في شعبة علوم الإعلام و الإتصال
تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذ:
منى بوازدية

إعداد الطلبة:
• محمد الساسي خادم
• الحاج ميده خزاني

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
طارق هابه	أستاذ محاضر - ب-	رئيسا
منى بوازدية	أستاذ مساعد - ب-	مشرفا ومقررا
فاطمة الزهراء قيطة	أستاذ محاضر - أ-	مناقشا

السنة الجامعية: 2024 / 2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

بسم الله والصلاة والسلام على رسول الله

الشكر لله الكريم أولا الذي وفقنا إلى أن نكون في هذا المقام العلمي الطيب

فالحمد لله حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه... أما بعد:

نتوجه بجزيل الشكر إلى الأستاذة المشرفة "بوازديه منى" التي لم تبخل علينا

بتوجيهاتها ونصائحها القيمة وكانت عوننا لنا في مسار هذا العمل

كما نتقدم بالشكر لكل أساتذتنا الأفاضل بقسم الإعلام و الإتصال بجامعة الوادي

كما نشكر كل من ساعدنا من قريب أو بعيد ولو بكلمة طيبة يسرت لنا

طريق البحث والدراسة

والله اعلم

أهدي ثمرة جهدنا والمثمتل في هذا العمل المنواضع إلى عائلتي الصغيرة
بداية بوالديا الكريمين حفظهما الله ولزوجتي وأبنائي وإخوتي وأخواتي
ولعائلتي الكبيرة من أقاربي وأحبابي وأصدقائي وزملائي في العمل
والدراسة، ولكل من أثار لنا طريق العلم والمعرفة
إلى كل من ترك أثرا طيبا في الحياة
إلى كل من يقدر العلم ويسعى لطلبه
إليكم جميعا هذا الجهد المنواضع

محمد الواسطي

والله اعلم

الى منبع الحب والعطاء، والذي الكريمين

الذين علماني ان النجاح يبني بالعزيمة والاصرار،

الى اخوتي واخواتي 'الذين كانوا السند في مسيرتي،

والى أصدقائي الأعمى الذين أضاءوا دربي بالموودة والإخلاص،

أهدي هذا العمل، عرفانا بخميلة صنعكم

ودعمكم المسنن، وأمل ان يكون إضافة قيمة لعالم العلم والمعرفة.

رفاج حبرة

ملخص الدراسة:

جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي، حيث نسعى من خلال هذه الدراسة للكشف عن التأثير الحاصل على الهوية الثقافية للشباب الجامعي جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الانستغرام، و قد تم معالجة الاشكالية من خلال طرح الاشكال التالي:

ما هو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي؟

و كان الهدف من هذه الدراسة هو التعرف على استخدامات طلبة الشهيد حمة لخضر بالوادي لموقع التواصل الاجتماعي الأنستغرام، و على نسبة انتشار استخدامه بينهم، كذلك نهدف أيضا لمعرفة ما تأثير هذا الموقع على الهوية الثقافية، و التعرف على تأثيره على عناصرها لدى الشباب الجامعي، كما تهدف هذه الدراسة ايضا للتعرف على طبيعة مضامين "الأنستغرام" التي تستهوي الشباب الجامعي، ودوره في خلق عادات وتقاليد جديدة لديهم، و معرفة تأثير استخدامه على اللغة الوطنية لديهم، و معرفة دوافع استخدام هذه التقنية و الاشباع المحققة من خلالها لدى الشباب الجامعي الجزائري.

اما عن الاجراءات المنهجية فدراستنا تدرج ضمن الدراسات الوصفية، حيث اعتمدنا على المنهج الوصفي، اما بالنسبة للعينة فقد اعتمدنا على العينة القصدية الغير العشوائية، اما الأدوات المستخدمة في الدراسة اعتمدنا على الاستمارة كأداة اساسية لجمع البيانات، هذه الأخيرة تم تطبيقها على عينة قصدية غير عشوائية، حجمها 100 طالب وطالبة من مجموع طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي المستخدمين لموقع التواصل الاجتماعي الأنستغرام.

و توصلت الدراسة الى نتائج اساسية و هي مايلي :

- ان الشباب الجامعي المستخدم لموقع الانستغرام يحقق اشباع مجموعة من الحاجات المختلفة، من خلال هذا الموقع ، حيث تتمثل الحاجات في مجموع العناصر التي يرى المستخدم أنها تنقصه، فيلجأ إلى موقع التواصل الاجتماعي الأنستغرام لإيجادها.
- الدافع من استخدام الانستغرام من طرف الشباب الجامعي هو من أجل التزود بالأخبار والمعلومة والأحداث الجارية، هذا على غرار باقي الدوافع، كالتواصل والتسلية والتثقيف والتفاعل مع الآخرين، كما انه يلي لديهم حاجات دينية واهتمامات حول معتقداتهم و خلفياتهم الايديولوجية.

- استخدام الشباب الجامعي للأنستغرام له تأثير نسبي على القيم والمعايير الأخلاقية السائدة في المجتمع، كما يوجد نوع من التغيير في بعض السلوكيات الثقافية والاجتماعية المكتسبة.
- تتأثر لغة الشباب الجامعي ومدى تحكمهم بها جراء استخدامهم للأنستغرام، وهذا لتفاعلهم مع عديد اللغات واللهجات خلال تواصلهم مع باقي الافراد من مجتمعات مختلفة حول العالم.
- يعتبر الشباب الجامعي فئة مهمة وذات خصوصية في المجتمع، فمن خلال دراستنا هذه استطعنا ان نلم من استجاباتهم حول تأثير مثل هذه المواقع عليهم، فهم يواكبون كل تحدياتها ولكن بذكاء وحساسية بالغة ويصنعون منها الفارق سواء في الواقع او المواقع، وهذا من خلال العلاقة التكاملية والتفاعلية بين ما يخص هويتهم الثقافية وبين ما هو وافد من هذه المواقع كالأنستغرام.

الكلمات المفتاحية: التأثير، مواقع التواصل الإجتماعي، الأنستغرام، الهوية، الثقافة، الهوية الثقافية، الشباب الجامعي.

Study summary

This study came to shed light on the impact of social networking sites on the cultural identity of university youth. Through this study, we seek to reveal the impact on the cultural identity of university youth as a result of the use of social networking sites, especially Instagram. The problem was addressed by presenting the following forms:

What is the impact of social networking sites on the cultural identity of university youth?

The aim of this study was to identify the uses of the social networking site Instagram by the students of the martyr Hama Lakhdar in El Oued, and the prevalence of its use among them. We also aim to know the impact of this site on cultural identity, and to identify its impact on its elements among university youth, as well as This study also aims to identify on the nature of the contents of "Instagram" that appeal to university youth, its role in creating new customs and traditions for them, knowing the impact of its use on their national language, and knowing the motives for using this technology and the satisfactions achieved through it among Algerian university youth.

As for the methodological procedures, our study falls within descriptive studies, as we relied on the descriptive approach. As for the sample, we relied on non-random purposive sampling. As for the tools used in the study, we relied on the questionnaire as a basic tool for collecting data. The latter was applied to a non-random purposive sample. Its size is 100 male and female students from the total number of students at the University of Martyr Hama Lakhdar in El Oued who use the social networking site Instagram.

The study reached basic results, which are the following:

- University youth who use Instagram achieve the satisfaction of a group of different needs through this site, where needs are represented by the sum of elements that the user finds lacking, so he resorts to the social networking site Instagram to find them.
- The motivation for using Instagram by university youth is to obtain news, information, and current events. This is similar to other motivations, such as communication, entertainment, education, and interaction with others. It also

meets their religious needs and concerns about their beliefs and ideological backgrounds.

- University youth's use of Instagram has a relative impact on the prevailing moral values and standards in society, and there is also a type of change in some acquired cultural and social behaviors.

- The language of university students and the extent of their control over it is affected by their use of Instagram, and this is due to their interaction with many languages and dialects during their communication with other individuals from different societies around the world.

- University youth are considered an important and special group in society. Through our study, we were able to learn from their responses about the impact of such sites on them. They keep up with all its updates, but with great intelligence and sensitivity, and they make a difference, whether in reality or on the sites, and this is through the complementary and interactive relationship. Between what is related to their cultural identity and what is coming from these sites such as Instagram.

Keywords: influence, social networking sites, Instagram, identity, culture, cultural identity, university youth

فهرس الموضوعات: رقم الصفحة

شكر وعرهان

الإهداء

ملخص الدراسة

فهرس الموضوعات

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

مقدمة

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي و النظرياتي

أولاً: - الإشكالية..... 05

ثانياً: - أهمية الدراسة..... 06

ثالثاً: - أسباب الدراسة..... 06

رابعاً: - أهداف الدراسة..... 07

خامساً: - تحديد المفاهيم..... 08

سادساً: - الخلفية النظرية للدراسة..... 17

سابعاً: - الدراسات السابقة..... 18

الفصل الثانى: الإطار النظرى

• تمهيد

أولاً: مواقع التواصل الإجماعى

- 1- نشأة وتطور مواقع التواصل الإجماعى.....27
- 2- أهمية مواقع التواصل الإجماعى.....29
- 3- خصائص شبكات التواصل الإجماعى.....30
- 4- أنواع مواقع التواصل الإجماعى.....32
- 5- استخدامات مواقع التواصل الإجماعى.....33
- 6- نماذج وسائل التواصل الإجماعى.....35
- 7- إيجابيات و سلبيات وسائل التواصل الإجماعى.....39

ثانياً: الأنستغرام

- 1- نشأة وتطور موقع الأنستغرام.....41
- 2- خصائص الأنستغرام.....42
- 3- خطوات إنشاء حساب عبر الأنستغرام.....44
- 4- إيجابيات وسلبيات الأنستغرام.....44

ثالثاً- الهوية الثقافية

- 1- الهوية

45.....	1-1 خصائص الهوية
47.....	2-1 عناصر ومستويات الهوية
47.....	3-1 مصادر الهوية
50.....	4-1 وظائف الهوية
	-2 الثقافة:
51.....	1-2 خصائص الثقافة
53.....	2-2 مستويات الثقافة
	-3 الهوية الثقافية
53.....	1-3 خصوصية الهوية الثقافية
55.....	2-3 أسس الهوية الثقافية
56.....	3-3 العلاقة بين الثقافة والهوية
57.....	4-3 التفاعل فى مواقع التواصل الإجماعى والهوية

• خلاصة

الفصل الثالث: الإطار المنهجى

• تمهيد

61.....	أولاً: منهج الدراسة
64.....	ثانياً: مجتمع الدراسة

64..... ثالثا: عينة الدراسة

65..... رابعا: أدوات الدراسة

65..... 1- الملاحظة

66..... 2- الاستبيان

68..... خامسا: مجالات الدراسة

68..... 1- المجال الزمني

68..... 2- المجال البشري

68..... 3- المجال المكاني

● خلاصة

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي والميداني

● تمهيد

72..... أولا: عرض وتحليل نتائج الدراسة

107..... ثانيا: الإجابة عن تساؤلات الدراسة

110..... ثالثا: النتائج العامة للدراسة

خاتمة

قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

• فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	رقم الصفحة
1.	جدول رقم (01) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	72
2.	جدول رقم (02) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب السن	73
3.	جدول رقم (03) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الجامعي	74
4.	جدول رقم (04) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية	75
5.	جدول رقم (05) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى المعيشي	76
6.	جدول رقم (06) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة	77
7.	جدول رقم (07) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب سنوات استخدام الانستغرام	79
8.	جدول رقم (08) يوضح توزيع عينة الدراسة لمدة استخدام الانستغرام	80
9.	جدول رقم (09) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الفترات التي يستخدم فيها موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام	81
10.	جدول رقم (10) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الوسيلة المستخدمة في تصفح الانستغرام	82
11.	جدول رقم (11) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اماكن التواجد اثناء تصفح الانستغرام	84
12.	جدول رقم (12) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب استخدام الانستغرام	85
13.	جدول رقم (13) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الحاجة من استخدام الانستغرام	86
14.	جدول رقم (14) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الاسم المستخدم على الانستغرام	87
15.	جدول رقم (15) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الصورة المستخدمة على الانستغرام	88
16.	جدول رقم (16) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الدوافع من وراء استخدام الانستغرام	89
17.	جدول رقم (17) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الحاجات المحققة وراء استخدام الانستغرام	91

92	جدول رقم (18) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة اهتماماتهم على الانستغرام	18.
93	جدول رقم (19) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى قناعتهم بما يقدمه موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام من محتوى و معلومات ثقافية واجتماعية	19.
95	جدول رقم (20) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب ما يرونه لما على الانستغرام من محتويات يؤثر على القناعات الثقافية للشباب الجامعي	20.
96	جدول رقم (21) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب أثر استخدامهم للانستغرام على القيم والمعايير الأخلاقية السائدة في مجتمعهم	21.
97	جدول رقم (22) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى التغيير في بعض العادات و التقاليد الاجتماعية و الثقافية نتيجة استخدام الانستغرام	22.
98	جدول رقم (23) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى تأثير استخدام الانستغرام على لغتهم	23.
99	جدول رقم (24) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى تأثير استخدام الانستغرام على دينهم و معتقداتهم	24.
100	جدول رقم (25) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مكتسباتهم الثقافية الجديدة من خلال استخدامهم للانستغرام	25.
102	جدول رقم (26) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى تأثير الانستغرام على تخليهم عن بعض عاداتهم الثقافية	26.
103	جدول رقم (27) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى تأثير استخدامهم للانستغرام في تغيير بعض سلوكياتهم المكتسبة من مجتمعهم	27.
104	جدول رقم (28) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى تأثير استخدام الانستغرام على تمسكهم بهويتهم الثقافية	28.
105	جدول رقم (29) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب نصح الاصدقاء و الاقرباء ببعض الصفحات التي كان لها الأثر الإيجابي فيك	29.

• فهرس الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
73	الشكل البياني رقم (01) لعينة الدراسة حسب الجنس	1.
74	الشكل البياني رقم (02) لعينة الدراسة حسب السن	2.
75	الشكل البياني رقم (03) لعينة الدراسة حسب المستوى الجامعي	3.
76	الشكل البياني رقم (04) لعينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية	4.
77	الشكل البياني رقم (05) لعينة الدراسة حسب المستوى المعيشي	5.
78	الشكل البياني رقم (06) لعينة الدراسة حسب مكان الإقامة	6.
80	الشكل البياني رقم (07) لعينة الدراسة حسب سنوات استخدام الانستغرام	7.
81	الشكل البياني رقم (08) لعينة الدراسة حسب مدة استخدام الانستغرام	8.
82	الشكل البياني رقم (09) لعينة الدراسة حسب الفترات التي يستخدم فيها موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام	9.
83	الشكل البياني رقم (10) لعينة الدراسة حسب نوع الوسيلة التي من خلالها يستخدمون موقع الانستغرام	10.
84	الشكل البياني رقم (11) لعينة الدراسة حسب مكان استخدامهم للانستغرام	11.
85	الشكل البياني رقم (12) لعينة الدراسة حسب استخدام الانستغرام	12.
87	الشكل البياني رقم (13) لعينة الدراسة حسب الحاجة من استخدام الانستغرام	13.
88	الشكل البياني رقم (14) لعينة الدراسة حسب الاسم المستخدم على الانستغرام	14.
89	الشكل البياني رقم (15) لعينة الدراسة حسب الصورة المستخدمة على الانستغرام	15.
90	الشكل البياني رقم (16) لعينة الدراسة حسب الدوافع من وراء استخدام الانستغرام	16.
92	الشكل البياني رقم (17) لعينة الدراسة حسب الحاجات المحققة وراء استخدام الانستغرام	17.

93	الشكل البياني رقم (18) لعينة الدراسة حسب طبيعة اهتماماتهم على الانستغرام	18.
94	الشكل البياني رقم (19) لعينة الدراسة حسب مدى قناعتهم بما يقدمه موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام من محتوى و معلومات ثقافية واجتماعية	19.
95	الشكل البياني رقم (20) لعينة الدراسة حسب ما يرونه لما يعرض على الانستغرام من محتويات يؤثر على القناعات الثقافية للشباب الجامعي	20.
96	الشكل البياني رقم (21) لعينة الدراسة حسب أثر استخدامهم للانستغرام على القيم والمعايير الأخلاقية السائدة في مجتمعهم	21.
98	الشكل البياني رقم (22) لعينة الدراسة حسب مدى التغيير في بعض العادات و التقاليد الاجتماعية و الثقافية نتيجة استخدام الانستغرام	22.
99	الشكل البياني رقم (23) لعينة الدراسة حسب مدى تأثير استخدام الانستغرام على لغتهم	23.
100	الشكل البياني رقم (24) لعينة الدراسة حسب مدى تأثير استخدام الانستغرام على دينهم و معتقداتهم	24.
101	الشكل البياني رقم (25) لعينة الدراسة حسب مكتسباتهم الثقافية الجديدة من خلال استخدامهم للانستغرام	25.
103	الشكل البياني رقم (26) لعينة الدراسة حسب مدى تأثير الانستغرام على تخليهم عن بعض عاداتهم الثقافية	26.
104	الشكل البياني رقم (27) لعينة الدراسة حسب مدى تأثير استخدامهم للانستغرام في تغيير بعض سلوكياتهم المكتسبة من مجتمعهم	27.
105	الشكل البياني رقم (28) لعينة الدراسة حسب مدى تأثير استخدام الانستغرام على تمسكهم بهويتهم الثقافية	28.
106	الشكل البياني رقم (29) لعينة الدراسة حسب نصح الاصدقاء و الاقرباء ببعض الصفحات التي كان لها الأثر الإيجابي فيك	29.

مقدمتہ

مقدمة:

يشهد عالمنا اليوم تحديات و تطورات متسارعة في مجال التكنولوجيا الحديثة والوسائط الاتصالية الجديدة خاصة في مجال الأنترنت، والتي ساهمت في خلق فضاء اتصالي جديد وسهل الاستخدام، يمنح بذلك لمستخدمها خاصية من خصائص الوسائط الجديدة، وهي التواجد في أي مكان وفي أي زمان، بالإضافة إلى التفاعلية و التواصل مع أي كان في هذا العالم، لينتج عن ذلك تبادل للأفكار و تلاقحها و إنصهارها ضمن قالب واحد لعدد من المجتمعات، وهذا ما أفرزته هذه الأخيرة من متغيرات على جميع الأصعدة خاصة السمات الإجتماعية والثقافية للفرد ضمن دائرة هويته الثقافية.

صاحب هذا التطور في الوسائط الجديدة خاصة الشبكات الاجتماعية اهتمام الباحثين، كونها أصبحت تحتل مكانه كبيرة في الحياة الواقعية لمستخدمي الأنترنت، ففي السابق كان الاستخدام محصور فقط في عدة نشاطات أهمها البحث في المحركات، حيث كان المستخدم غير منتج بل متلقي فقط، لينتقل إلى مشهد آخر من الاستخدامات، إلى فضاء الانتاج والتفاعل وتبادل الافكار والآراء والتعرف على ثقافات مختلفة.

أدت التطورات المستمرة في مجال التكنولوجيا الحديثة للاتصال والانتشار الواسع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها، إهتماما لدى الباحثين المهتمين بالهوية الثقافية للفرد، والبحث في تأثير هذه التطورات على الهوية الثقافية للمجتمعات في الفضاء الافتراضي. كونها أصبحت في تحدي كبير أمام هذه العمولة الثقافية التي ساهمت بها هذه الوسائل الإجتماعية الحديثة، فأدت إلى الانفتاح على العديد من الثقافات والعادات والتقاليد المختلفة للمجتمعات، فأصبح هناك اطلاع واسع من طرف أفرادها على ثقافات مختلفة، وعادات وتقاليد مجتمعات أخرى، إذ نلاحظ تغيرا في مكوناتها الثقافي نتيجة تطور وسائل الاتصال الحديثة، وهو ما شكل موضوع العديد من الدراسات في هذا المجال، و هذا ما دفعنا في دراستنا هذه للبحث في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي.

في هذه الدراسة اتبعنا خطة بحث قمنا بتقسيمها الى أربعة فصول وهذا بعد ملخص ومقدمة للدراسة كالتالي:

- **فصل أول موسوم بالإطار المفاهيمي و النظرياتي:** تطرقنا فيه الى طرح اشكالية الدراسة كما عرضنا اسباب الدراسة و أهدافها وأهميتها وتحديد لأهم المفاهيم الواردة في متغيرات الدراسة.
- **فصل ثاني موسوم بالإطار النظري:** بدوره قسم إلى ثلاث أجزاء وهي متغيرات الدراسة (مواقع التواصل الاجتماعي و الأنستغرام والهوية الثقافية) حيث تطرقنا الى أدبياتها بشيء من التفصيل وذكر لأهم العناصر التي لها علاقة بهذه المتغيرات والتي تخدم أهداف هذه الدراسة.

- فصل ثالث موسوم بالإطار المنهجي للدراسة: عرضنا فيه المنهج المتبع في هذه الدراسة ومجتمع الدراسة و العينة و أدوات الدراسة ومجالاتها.
- الفصل الرابع والأخير وهو الإطار التطبيقي و الميداني: احتوى هذا الفصل على الدراسة الميدانية، والتي تتمثل في أهم النتائج و استخلاص التحليلات والتفسيرات حول ما توصلت اليه هذه الدراسة، والتي اتخذت من طلبة جامعة الوادي عينة مكونة من 100 طالب وطالبة لتمثل مجتمع الدراسة الكلي. وهذا عن طريق اداة استمارة الاستبيان.
- ومن ثم استخلصنا من مجمل استجابات المبحوثين أهم النتائج الجزئية والنتائج العامة المستنبطة كزبدة لهذا العمل والمذكورة في الفصل الأخير و خاتمة هذا البحث. ليبقى هذا العمل البسيط و الخاص بهذا الموضوع، ما هو الا مجرد جزئية في موسوعة البحوث العلمية في مجال الاعلام والاتصال، ولبنة لغيرنا يستعان بها لمواصلة البحث والدراسة في هذا الموضوع الحساس والمتشعب.

والفصل والاول

محتوى الفصل الأول:

أولاً: - الإشكالية

ثانياً: - أهمية الدراسة

ثالثاً: - أسباب الدراسة

رابعاً: - أهداف الدراسة

خامساً: - تحديد المفاهيم

سادساً: - الخلفية النظرية للدراسة

سابعاً: - الدراسات السابقة

أولاً: إشكالية الدراسة

يعد التسارع المشهود في تطور وعصرنة التكنولوجيات الحديثة خلال عصرنا هذا، و الذي مس جميع جوانب حياة الفرد داخل مجتمعه خاصة الثقافية والاجتماعية و الفكرية دليل على فتح آفاق و تطلعات مستقبلية جديدة، وذلك بتحول العالم إلى قرية صغيرة محدودة المعالم دون اعتبار للحواجز الزمنية و المكانية، وهذا ما تميز به بداية من القرن العشرين ب بروز الانترنت، حيث تعد الانترنت من أهم و ابرز مظاهر التكنولوجيا الحديثة حيث ساهمت بشكل كبير في التأثير على كافة أنماط الاتصال الإنساني بنقل انشغالات الأفراد و أفكار بعضهم البعض، فمع تطور تكنولوجيا الإتصال و إنتشار إستخدامها في العالم أجمع ، وبعد أن شقت الرقمنة طريقها للعالم عامة، والعالم العربي على وجه الخصوص ، إنتشرت معها العديد من الأنماط الحياتية المختلفة ، وبنظرة أكثر عمقاً تولد عالم كبير لا متناهي من الأساليب التي سهلت الكثير من الأمور المتعلقة بحياة الأفراد، سواء الاتصالية او التفاعلية. ومن أهم أشكال هذه التكنولوجيا التي أوجدت هذه الأساليب والأنماط الجديدة ضمن دائرة الهوية الثقافية لدى مختلف المجتمعات، نذكر منها مواقع التواصل الإجتماعي عموماً وموقع الأنستغرام خصوصاً، الذي لعب دوراً كبيراً في خلق عادات وأنماط جديدة في حياة الفرد داخل مجتمعه خاصة الجوانب الثقافية وكل ما يتعلق بهويته الثقافية سواء بالإيجاب أو السلب، فالمجتمع الجزائري من بين هذه المجتمعات التي ليست بمنى عن هذه التغيرات والتأثيرات المصاحبة لهذه التكنولوجيا خاصة من الناحية الاجتماعية و الثقافية وهذا صلب موضوع دراستنا التي مست الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري. ومن ثم نطرح التساؤل الرئيسي التالي لدراستنا هذه التي إختارنا لها موقع الأنستغرام كنموذج:

ما هو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي؟

و تتفرع عدة تساؤلات فرعية من التساؤل الرئيسي وفقاً للإطار العام للدراسة وهي:

1- ما هي عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي الأنستغرام؟

2- ما هي دوافع وحاجات استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي الأنستغرام؟

3- ما مستويات التغيير على الهوية الثقافية للشباب الجامعي جراء استخدامهم موقع التواصل الاجتماعي

الأنستغرام؟

ثانيا: - أهمية الدراسة

ترجع الأهمية والقيمة العلمية للموضوع محل الدراسة في طبيعة متغيرات البحث المرتبطة بالهوية الثقافية ومواقع التواصل الاجتماعي والشباب الجامعيين، حيث تشكل هذه العناصر توليفة قابلة للبحث خاصة في ظل سرعة وتيرة التطور التكنولوجي، الذي جعل الهوية الثقافية اليوم تبرز أكثر تحت تأثير عامل قوي ألا وهو ثورة المعلومات التي أنتجت الكثير من وسائل الإعلام الحديثة كمواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفاييسوك و الأنستغرام و اليوتيوب، والتي تعتبر من أكثر المواقع أهمية لدى الطلبة الجامعيين باعتبارهم وسائل اتصالية حديثة ذات مرونة، كما أن هذه الدراسة تكتسب أهمية لمعالجتها وإعادة النظر في مسألة الهوية الثقافية ودراسة مختلف أبعادها خاصة في عصرنا الحالي.

و تكمن أيضا في أهمية الموضوع الذي نتناوله و هو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي "الانستغرام" على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي و محاولة التعرف على الايجابيات و السلبيات في استعمال هذا الموقع بصفة خاصة وما ينجر عنه من استلاب ثقافي وتغير في الأنماط والسلوكيات الاجتماعية والثقافية لدى الفرد. كما تكمن اهميتها في معرفة أهم المضامين التي تستقطب الشباب الجامعي الجزائري في الانستغرام. و كذلك كونها تعالج موضوعا حديثا يتناول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي و ما تقدمه له من معارف ومعلومات.

ثالثا: - أسباب اختيار الموضوع:

1- أسباب ذاتية:

1-1 الاهتمام الشخصي بمعرفة التأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية.

2-1 الرغبة في الاستفادة من هذا الموضوع لتحصيل أكبر قدر ممكن من المفاهيم والمصطلحات حول مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية.

3-1 الفضول العلمي والرغبة في الكشف عن الجديد في هذا الموضوع، فبعد الإطلاع على العديد من الدراسات والبحوث وجدنا رغبة كبيرة في البحث عن هذه الجزئية والتطرق إليها.

4-1 الإهتمام بالهوية الثقافية العربية عامة والهوية الثقافية الجزائرية خاصة ودور مواقع التواصل الاجتماعي فيها بالسلب والإيجاب.

5-1 يندرج موضوع الدراسة ضمن الإطار العام لاهتماماتنا العلمية والبحثية وضمن تخصصنا.

2- أسباب موضوعية:

1-2 انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشتى أنواعها خاصة الأنستغرام بشكل كبير بين مختلف الطلبة في الجزائر وتأثيرها على الهوية الثقافية.

2-2 أهمية موضوع الهوية الثقافية في الآونة الأخيرة والتي عرفت محاولات كثيرة لطمسها وإغائها بفعل العمولة الثقافية.

3-2 موضوع الدراسة مرتبط ارتباطا وثيقا بمجال الإعلام والاتصال حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت لها دور كبير في التأثير على الهوية الثقافية.

4-2 علاقة موضوع الدراسة مع مجال تخصصنا الجامعي سمعي بصري.

5-2 قابلية الموضوع للدراسة من حيث الإمكانيات المادية والبشرية. و ذلك لإمكانية النزول للميدان و تحقيق اهداف البحث و التحقق من صحة تساؤلاته.

6-2 لكي تصبح مرجعا علميا للطلبة في مجال تخصصنا.

7-2 إفادة المكتبة الجامعية بمذكرة في هذا الموضوع.

رابعا: - أهداف الدراسة

1- التعرف على طبيعة استخدامات طلبة الشهيد حمة لخضر بالوادي لموقع التواصل الاجتماعي الأنستغرام.

2- التعرف على نسبة انتشار استخدام الأنستغرام بين طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي.

3- معرفة التأثير الذي يتركه موقع التواصل الاجتماعي "الأنستغرام" على الهوية الثقافية.

4- التعرف على نسبة تأثير موقع التواصل الاجتماعي "الأنستغرام" على عناصر الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي.

5- التعرف على طبيعة مضامين موقع التواصل الاجتماعي "الأنستغرام" ودوره في خلق عادات وتقاليد جديدة لدى الطلبة.

6- معرفة تأثير استخدام موقع التواصل الاجتماعي "الأنستغرام" على اللغة الوطنية لدى الطلبة.

7- معرفة دوافع استخدام هذه التقنية و الاشباعات المحققة من خلالها لدى الشباب الجامعي الجزائري.

خامسا: - تحديد المفاهيم

1- مفهوم التأثير:

1-1 لغة: نقول أثر فيه تأثيرا، وترك فيه أثرا، فالأثر ما ينشأ عن تأثير المؤثر، والمؤثر إما الشيء النفساني في

مثله، أو الجسماني في مثله . ويقال جمع آثار ويقال أثر تأثيرا فيه وعليه أي ترك فيه أثرا.

2-1 اصطلاحا: التأثير يشير إلى فاعلية العامل المؤثر وتحقيقه للنتائج الموضوعة المقصودة. وهو نوع من الإيحاء

أو الجذب الذي يمكن أن يحدث انفعالات في النفس كأن يحاول من أوتي قدرة فكرية أو قدرة تعبيرية أن يحدث الدهشة والإعجاب في نفوس المستمعين أو كان يحاول أحدهم عن طريق التأثير النفسي على

الآخرين للقيام بأعمال تشجعها العادات والتقاليد الاجتماعية أو القيام بما يخالف القوانين .

و هو ذلك التغيير الذي يحدث جراء سلوك اتصالي للمستخدم مع الوسيلة ومع ما توفره له من خدمات

ومحتوى، هذا في جانبه الايجابي والسليبي ضمن السياق الذي يوجد فيه الفرد.¹

وهو تغيير يحدث على مستوى السلوكيات والمواقف والعادات والأفكار والأداء عند الأفراد الذين يتعرضون إلى

محتويات وسائل الإعلام، وهذا التأثير قد يكون ايجابيا أو سلبيا، فنقول أثر فيه تأثيرا وتترك فيه أثرا، فالأثر ما ينشأ عن تأثير المؤثر.

3-1 المفهوم الإجرائي: ويعني مجمل التغيرات في السمات التي تطرا على سلوكيات وتصرفات الشاب الجامعي

جراء ما يتعرض له من محتويات سمعية بصرية من مختلف الوسائط الحديثة خاصة الاجتماعية منها.

فالتأثير ايضا ما يحدث من تغيرات في العادات والثقافات الخاصة بالشباب الجامعي جراء تعرضه لمضامين

مختلفة المشارب على موقع الانستغرام.

¹ عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة من الحداثة إلى العولمة ، مركز دراسات الوحدة العربية ،ط1، بيروت ، 2000، ص81 .

2- مفهوم مواقع أو شبكات التواصل الاجتماعي:

2-1 لغة: الشبكات في اللغة كما أشار الرازي بأنها مشتقة من: الخلط والتداخل، واشتباك الظلام أي اختلط أما التواصل : فيعرف في اللغة كما أشار الفيومي بقوله: وصلت الشيء بغيره وصلا فاتصل به، والوصل ضد المحجر، وبينهما تواصل أي اتصال مستمر لا ينقطع. فمصطلح التواصل الاجتماعي من خلال الانترنت فهو بشكل مبسط هي عملية التواصل مع عدد معين من الناس.¹

2-2 اصطلاحاً: يعرف "زاهر راضي" مواقع التواصل الاجتماعي أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات². و هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة، ... إلخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم.

- هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.³

- و مفهوم "مواقع التواصل الاجتماعي" مثير للجدل، نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، فهو ذاك التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة. فهي تقدم خدمات اجتماعية لمشاركتها بغرض التواصل الانساني و الاجتماعي، تؤسسها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء والمشاركين فيها وتبرمجها خدمة لتكوين صداقات، او البحث عن هواياتهم أو نشر فيديوهات او أفلام فيما بينهم ذات إهتمام مشترك.⁴

¹ جمال كانون، دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم وترقية أداء منظمات المجتمع المدني في الجزائر، دكتوراه في علم الاجتماع السياسي، جامعة الجزائر، 2017، ص12.

² حمزة بركات، حنان فنيش، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الهوية الثقافية في ظل تحديات العولمة لدى طلبة الجامعة، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، جامعة المسيلة، العدد 02، سبتمبر 2016، ص44.

³ رغداء علي نعيصة، التردد على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها ببعض المشكلات الاجتماعية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، العدد 06، سوريا، 2014، ص156.

⁴ حلم خضر ساري، التواصل الاجتماعي الأبعاد والمبادئ والمهارات، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2014، ص103.

- وهي أيضا مواقع على الانترنت يتواصل من خلالها الملايين من البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، يتاح من خلالها لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات، والصور، وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء المدونات، وإرسال الرسائل، و تتيح التواصل مع الأصدقاء، والزلاء وإجراء المحادثات الفورية وسبب وصف هذه الشبكات بالاجتماعية، لأنها تقوي الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الانترنت .

وتعرف بأنها: مواقع على الانترنت توفر لمرتابديها المجال للنقاش وتبادل الأفكار و المعلومات من خلال الملفات الشخصية والصور و الدردشة، وتمثل الشبكات الاجتماعية مجموعة هويات اجتماعية ينشئها الأفراد أو المنظمات لإنشاء روابط للتفاعل الاجتماعي من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة.¹

2-3 المفهوم الإجرائي: من خلال التعاريف التي تم تناولها يمكن استنتاج تعريف عام لشبكات التواصل الاجتماعي والتي تمثل مواقع تسمح بتقديم عدة خدمات الكترونية وهي تجمع بين جهات مختلفة للتواصل بين الأفراد والجماعات لتبادل الأفكار و المعارف المختلفة في مجتمع افتراضي. و هي شبكات الكترونية يمتلك كل فرد فيها حسابا ، تسمح له بالتواصل مع أي فرد في أي مكان في العالم.

3 - مفهوم الهوية:

3-1 لغة: مشتقة من ضمير هو، ومعناها صفات الإنسان وحقيقته وأيضا تستخدم للإشارة إلى المعالم والخصائص التي تتميز بها الشخصية الفردية ، والهوية معناها جوهر الشيء وحقيقته.²

مصدرها صناعي مركب من المقطع "هو" ضمير المفرد الغائب المعرف بأداة التعريف "ال" ومن المقطع في اللاحقة الممتثلة في "الياء" المشددة وعلامة التأنيث "ة" أي التاء. أما أحمد بن نعمان فيرى أن الياء هي ياء النسبة التي تتعلق بوجود الشيء المعني، كما هو في الواقع بخصائصه ومميزاته التي يعرف بها. فالهوية بضم الهاء وكسر الواو كلمة قادمة من علم الفلسفة والتصوف وقد استعملها العرب قديما نسبة الى -الهو- بمعنى الكينونة الذي يربط بين الموضوع والمحمول، ثم وضعوا بدلا من هو -الموجود- ومن الهوي أي الوجود ومع ذلك فقد فرضت الكلمة

¹ آلاء صلاح أبو حسين، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية قيم المواطنة الرقمية لدى طلبة الجامعات الأردنية الخاصة، رسالة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التربية، كلية العلوم التربوية جامعة الشرق الأوسط، الاردن، 2022، ص09.

² عبير بسيوني رضوان، أزمة الهوية والثورة على الدولة في غياب المواطنة وبروز الطائفية، دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة، مصر، ط1، 2012، ص86.

نفسها كمصطلح فلسفي يستدل به على كون الشيء هو نفسه، لذلك فالكلمة دلالتها ليست سوى وجه آخر لما يعبر عنه بالحقيقة والذات والماهية.¹

2-3 اصطلاحاً: هي اسم الكيان أو الوجود على حاله أي وجود الشخص أو الشعب أو الأمة، كما هي بناء على مقومات ومواصفات وخصائص معينة تمكن من إدراك صاحب الهوية بعينه دون اشتباه مع أمثاله من الأشياء لذا نقول أن الإنسان يكتسب هويته من خلال نظرته وشعوره الشخصي لذاته، ومن خلال نظرة يكونها الآخريين عنه، أي أن الفرد يكون صورة وشعور لهويته بكل أبعادها من جهة و من جهة أخرى فالمجتمع والأفراد الآخريين يلعبون دوراً هاماً في تكوين صورة عن هوية الفرد.²

إذ يعتبر مفهوم الهوية من المفاهيم صعبة التحديد باعتبارها مفهوم متحرك وفي حالة بناء دائم من خلال الوضعيات التي يكون فيها الأفراد والجماعات ونوعية العلاقات الموجودة بينهم، إذ يقوم شعور الانتماء بوظيفة هامة في تأكيد الهوية. ويعد مفهوم الهوية من المفاهيم التي أخذت حيزاً كبيراً في تفكير الباحثين وقد زاد هذا الاهتمام في السنوات الأخيرة مع ظهور تكنولوجيات الإعلام والاتصال ودورها في نشر الأفكار والأيدولوجيات، حيث أضحت تعد أداة من أدوات العولمة الثقافية.

3-3 التعريف الإجرائي: الهوية تشمل كل الصفات الجوهرية التي تميز الشاب الجامعي عن غيره في باقي المجتمعات، وهذا يكون بشخصية ثقافية تتمثل في مجموع الأساليب التي يمارس بها إنسانيته وتشمل العادات والمعتقدات والفلسفة والتراث والانتاج الفكري وفيها يجد وسائله المفضلة للتعبير عن ذاته.

4- مفهوم الثقافة:

4-1 لغة : تعرف على عدّة أوجه... كالثقاف و هي الخشبة التي تُسوّى الرماح بها، فعند قول جملة (تنقيف الرماح) يعني تسوية الرمح بألة الثقاف، وتعني كلمة ثقافة، كل ما يضيء العقل، ويهذب الذوق، وينمي موهبة النقد، وباشتقاق كلمة ثقافة من الثُقّف يكون معناها الاطلاع الواسع في مختلف فروع المعرفة، والشخص ذو الاطلاع الواسع يُعرّف على أنّه شخص مثقّف.³

¹ إيمان سكور، بناء الهوية الثقافية على الخط وعلاقتها باستخدام موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2019، ص 20.

² نفس المرجع، نفس ص.

³ منى دوزة، الهوية الثقافية وإشكالية الحوار الحضاري. قراءة في رواية" كيف ترضع من الذئبة دون أن تعضك" للروائي الجزائري " عمارة لخص "، مجلة آفاق للعلوم، جامعة الجلفة، العدد التاسع- سبتمبر 2017، ص 199.

فالثقافة تعني ثقف الرجل ثقافة: أي صار حدقا، ورجل ثقف: أي حاذق الفهم والمهارة وذو فطنة وذكاء، والمراد أنه ثابت المعرفة بما يحتاج إليه، ويقال ثقف الشيء وهو سرعة التعلم، فكلمة ثقافة كلمة عربية أصلية ولفظة قرآنية، يقول تعالى: "فإما تتقنهم في الحرب" (سورة الأنفال).¹

4-2 اصطلاحاً: فتُعرّف الثقافة على أنّها نظام يتكوّن من مجموعة من المعتقدات، والإجراءات، والمعارف، والسلوكيات التي يتمّ تكوينها ومشاركتها ضمن فئة معينة، والثقافة التي يكوّنها أيّ شخص يكون لها تأثير قوي ومهم على سلوكه، وتدلّ الثقافة على مجموعة من السمات التي تميّز أيّ مجتمع عن غيره، منها: الفنون، والموسيقى التي تشتهر بها، والدين، والأعراف، والعادات والتقاليد السائدة، والقيم، وغيرها.

فهي عبارة عن مجموعة من القيم، العادات والتقاليد، الأخلاق، طرائق التفكير الجمالي والمعرفي المميز لمجتمع عن باقي المجتمعات، كما تُعد مجموعة من المعاني والرموز والإشعارات التي ينسجها الأفراد نتيجة تواصلهم مع بعضهم البعض؛ فهي إذن منظومة متنوعة متكاملة ترسم معالم هوية المجتمع عن طريق قيمها وصورتها الحضارية لتحديد مكانتها في مصاف الأمم.²

فمفهوم الثقافة يتميز بشموله لأنواع العلم، فهو يُستخدم في مختلف العلوم كعلم اللسانيات، وعلم النفس، والإنسانيات، والفلسفة، والاقتصاد وغيرها، لذا يُمكن إيجاد العديد من التعريفات حول هذا المفهوم بحسب الفرع المستخدمة به، و يعرفها مالفينوسكي على أنّها وسيلة تحسّن من وضع الإنسان، حيث يستطيع مواكبة التغيّرات الحاصلة في مجتمعه أو بيئته عند تلبية حاجاته الأساسية.

فهي الكل المعقد الذي يشمل العادات المكتسبة من قبل المرء بوصفه عضواً في المجتمع، وهناك ارتباط عضوي بين الثقافة والمجتمع باعتبار الثقافة انعكاساً لشبكة العلاقات الاجتماعية ولا يمكن وضع حدود ما بين الثقافة والمجتمع.

إن الثقافة في النسق الفكري الإسلامي هي كل ما يسهم في عمران النفس وتهذيبها.. فالتثقيف من معانيه التهذيب، وإذا كانت المدنية هي تهذيب الواقع بالأشياء، فإن الثقافة هي تهذيب النفس الإنسانية بالأفكار والعقائد والقيم والآداب والفنون وكلاهما الثقافة والمدنية عمران... عمران للنفس وعمران للواقع.³

1 ايمان سكور، مرجع سبق ذكره، ص21.

2 الخنساء تومي، دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، 2017، ص31.

3 محمد عماره، مخاطر العولمة على العولمة الثقافية، دار نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، مصر، 1999، ص05.

3-4 التعريف الإجرائي: هي مجموعة من العادات و التقاليد و القيم و السوكيات التي يكتسبها الفرد من المجتمع الذي ينتمي اليه، ومن ثم يعبر بها عن ذاته ووجدانه حسب هذه المكتسبات وهذا ما يميزه عن باقي الاجناس.

5- مفهوم الهوية الثقافية:

1-5 إصطلاحاً: والهوية الثقافية كما يحددها اليونسكو: ليست تراثاً جامدا بل هي ديناميكية داخلية وعملية إبداع مستمر للمجتمع بموارده التراثية تغذيها التنوعات القائمة بصورة واعية ومقصودة وتقبل الاسهامات الآتية من الخارج باستيعابها وتحويلها عند الاقتضاء وهي تنأى عن أن تكون صورة من صور الانطواء على مكتسبات لا تقبل أن تنغلق على نفسها وتعد عامل تعريف حي ومتجدد على الدوام.¹

وهي ايضاً الشعور بالانتماء إلى مجموعة، وهو جزء من مفهوم الشخص الذاتي ونظرية الفهم الذاتي ويرتبط بالجنسية و الإثنية والدين والطبقة الاجتماعية والموقع أو أي نوع من الفئات الاجتماعية التي لها ثقافتها الخاصة.

فكثير من دراسات الثقافة الحديثة والنظريات الاجتماعية قد تطرقت لموضوع الهوية الثقافية. في العقود الأخيرة، فظهر تعريف جديد غير الفهم السائد للفرد على أنه كتلة ثقافية واحدة متماسكة إلى أنه مجموعة من الهويات المختلفة، هذه الهويات الثقافية المختلفة يمكن أن تكون نتيجة لعدة ظروف، منها: المكان والجنس و الإثنية والتاريخ والجنسية واللغة والدين والجماليات وحتى الأكل واللباس.²

و يعرف التوجري الهوية الثقافية بقوله: "إن الهوية الثقافية والحضارية لأمة من الأمم، هي القدر الثابت والجوهري والمشارك من السمات والقسمات العامة، التي تميز حضارة هذه الأمة عن غيرها من الحضارات والتي تجعل للشخصية طابعا تتميز به عن الشخصيات الأخرى".³ وفي نفس السياق نجد: فاطمة الزهراء سالم تقول: أن مفهوم الهوية الثقافية في الفكر العربي المعاصر، سؤال يشغل الذهن العربية في الفترة الراهنة ويستدعي طرح سؤال الهوية بالطبع سؤال الثقافة إذ لا توجد هوية بلا ثقافة تحدد معالمها.⁴

1 ايمان سوكال، ملامح الهوية الثقافية لجيل الهاتف الذكي الجزائر، بحث موجه لطلبة الماستر في الاعلام، جامعة قسنطينة 03، ص91.
 2 عبير بسيوني رضوان: أزمة الهوية والثورة على الدولة في غياب المواطنة وبروز الطائفية، دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة، مصر، ط01، 2012، ص107.
 3 أحمد علي كنعان، الشباب الجامعي والهوية الثقافية في ظل العولمة الجديدة، دراسة ميدانية على طلبة جامعة دمشق، كلية التربية، جامعة دمشق، ص419.
 4 ايمان سوكال، مرجع سبق ذكره، ص92.

كما أنها "ذلك المركب المتجانس من الذكريات والتصورات والقيم والرموز والتعبيرات والإبداعات والتطلعات التي تحتفظ لجماعة بشرية تشكل أمة، بهويتها الحضارية في إطار ما تعرفه من تطورات بفعل ديناميتها الداخلية وقابليتها للتواصل والأخذ والعطاء"، أو هي المعبر الأصيل عن الخصوصية التاريخية لأمة من الأمم.¹

5-2 التعريف الإجرائي: هي مجموع السمات والصفات والخصائص التي تتفرد بها أي شخصية كانت، وتجعلها متميزة عن غيرها من الهويات الثقافية الأخرى وتمثل تلك الخصائص في اللغة والدين والعادات والتقاليد من الأعراف وغيرها من المكونات الثقافية.

5- مفهوم الانستغرام :

6-1 إصطلاحاً: إشتق اسم إنستغرام، من كلمتي Instant تلغراف و telega فوري ، وهو تطبيق يعتمد على الهاتف يندمج مع الكاميرا وأستوديو الصور في الجهاز، ويمكن للمرء أن يدخل التعديلات على صورته بمساعدة نماذج جاهزة وإعدادات ثم ينشرها على منصات تواصل اجتماعي متعددة أخرى من بينها فيسبوك وتويتز وغيرها، وهو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضاً، وأطلق في أكتوبر عام 2010 ومستحوذ حالياً من فيسبوك، ويتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتر رقمي إليها ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة إنستغرام نفسها ، وكان دعم إنستغرام في البداية على الآيفون و الآيباد ، وفي أبريل 2012 تمت إتاحتها على منصة أندرويد، ليتم توزيعه عبر متجر آيتونز وجوجل بلاي، وفي يونيو 2013 جرى وضع تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين.²

و هو برنامج يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور و التعليقات أو تسجيل الاعجاب فهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي و المؤسسي و هو أحد منصات التواصل الاجتماعي التي تُعنى بتحرير ورفع الصور ومقاطع الفيديو من خلال منشورات يتم نشرها عبر حساب المستخدم على هذه المنصة، كما يسمح الانستغرام بمشاركة تلك الصور ومقاطع الفيديو بسهولة عبر منصات التواصل الاجتماعي الأخرى كالفيسبوك و تويتز، و تجدر الإشارة إلى أنّ استخدام الانستغرام من خلال موقعه الإلكتروني يُعتبر استخداماً محدوداً حيث لا يُمكن من

¹ محمد عابد الجابري، العولمة الثقافية، عشر أطروحات، مجلة المستقبل العربي، العدد 228، 1998، ص14.

² الشيماء صفة محمد محمد طه أبو الخير، تفاعلية الشباب العربي على الإنستغرام وإتجاهاتهم نحو الدور الترويجي له، مجلة بحوث كلية الآداب، مصر، 2020، ص13.

خلاله القيام ببعض العمليات الأساسية المتوافرة كتحميل الصور و الفيديوهات ومشاركتها مع المستخدمين الآخرين حيث يكون ذلك مُمكناً فقط من خلال استخدام التطبيق الخاص بالهواتف المحمولة.¹

2-6 التعريف الإجرائي: هو أحد المواقع الحديثة ضمن مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي التي تجذب وتستهوئ جمهور الوسائط التكنولوجية الحديثة من حيث سهولة استخدامه والخدمات التي يقدمها والمميزات التي تميزه عن باقي الشبكات، من رفع للصور والفيديوهات ونشرها وغير ذلك فهو وسيلة تواصلية تفاعلية بامتياز.

7- مفهوم الشباب:

1-7 لغة: - جاء في لسان العرب لابن منظور شب الشباب: الفتاة والحداثة، والشباب جمع شاب.

- الشباب والشبيبة، من الفتاء، وهو من البلوغ إلى الثلاثين سنة تقريبا، وهو أول الشيء.

- الشباب: الفتاة كالشبيبة، وقد شب يشب، وجمع شاب، كالشباب وأول الشيء، بالكسر ما شُبَّ به.

وجاء في القاموس المحيط ان الشباب يعني " الفتى كالشبيبة والشباب ومرحلة الشباب نقيض الشبيبة والهرم لما لها من خصائص فيزيولوجية ونفسية وسلوكية ومزاجية خاصة بهذه المرحلة إضافة الى النشاط والحيوية".²

2-7 اصطلاحا: - يعرف على أنه مرحلة من مراحل العمر التي تقع بين الطفولة والشيوخوة، وهي تتميز من

الناحية البيولوجية بالاكتمال العضوي ونضوج القوة، كما تتميز من الناحية الاجتماعية بأنها المرحلة التي يتحدد

فيها مستقبل الإنسان سواء مستقبلة المهني أو العائلي. فهي من أهم المراحل التي يمر بها الفرد و تبدأ شخصيته

بالتبلور، وتنضج معالم هذه الشخصية من خلال ما يكتسبه الفرد من مهارات و معارف ونضوج جسماني عقلي،

والعلاقات الاجتماعية التي يستطيع الفرد صياغتها ضمن الاختيار الحر، وإذا كان معنى الشباب أول الشيء فإن

مرحلة الشباب تتلخص في أنها مرحلة التطلع إلى المستقبل بطموحات عريضة وآمال كبيرة.³

- وهو أيضا تلك الفترة التي يحاول فيها المجتمع بناء و تأهيل الشخص لكي يحتل مكانة اجتماعية ويؤدي دورا

معينا، وينتهي حينما يتمكن من احتلال مكانته ودوره هذا.

1 دراع ياسين، بوشاشي ياسين: استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام و الاشباكات المحققة، ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة جيجل، 2022، ص13.

2 زهاق محمد، الطاهر بوهالي، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري، مجلة المجتمع والرياضة، المستودع الرقمي الجامعي، الجزائر، العدد 02، جوان 2023، ص372.

3 الخنساء تومي، دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي، دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة بسكرة، 2017، ص75.

هذه المرحلة-مرحلة الشباب- حددتها وعرفتها الجمعية العامة للأمم المتحدة سنة 1995 بأنها مجموعة من الأفراد تتراوح أعمارهم بين 15-24 واقرت الجمعية العامة سنة 2000 ان هذا المدى يختلف باختلاف المجتمعات.¹

7-3 التعريف الإجرائي: تعتبر هذه الفئة العمرية الممتدة من 18 سنة الى 35 سنة، من اهم الفئات في المجتمع التي تتميز عن باقي الفئات الأخرى من أهمها العطاء والحيوية والنشاط فهي تقدم قيمة مضافة لاقتصاديات أي مجتمع، ولكن بالمقابل هي من اشد الفئات تأثراً وتأثيراً بكل الروافد خاصة في عصر التكنولوجيا الحديثة وهذا من كل الجوانب سواء ثقافيا او اجتماعيا.

7- مفهوم الشباب الجامعي:

7-1 لغة: يعرف الشباب في اللغة على أنه الحدائة والشباب هو الغلام من سن البلوغ إلى سن الثلاثين.²

7-2 إصطلاحا: الشباب الجامعي هم الشباب الذين أتموا فترة تعليمهم المتوسط والتحقوا بالكليات والمعاهد العليا، وهم لا ينفصلون بأي حال من الأحوال عن عامة الشباب، فهم قطاع في المجتمع، و مشكلاتهم و احتياجاتهم لا تعد كونها تعبير عما يحتاجه الشباب بصفة عامة.

و هم ايضا تلك الفئة من المجتمع الذين يتابعون تحصيلهم العلمي بعد حصولهم على الثانوية العامة، الذين تتراوح أعمارهم بين (18 و 35) سنة.³

و هم الفئة العمرية التي تزاوّل تعليمها بالجامعة في إحدى التخصصات، و تشغل وضعاً متميزاً في المجتمع، وهم ذات حيوية وقدرة على العمل والنشاط، كما أنها تكون ذات بناء نسقي، تساعد في التكيف والتوافق والاندماج والمشاركة بطاقة كبيرة تعمل على تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته.

7-3 التعريف الإجرائي: هم الفئة العمرية التي اتمت دراسة المرحلة الثانوية واتجهت للتعليم العالي بكل تخصصاته، فهم الفئة الأكثر حساسية وأهمية عن باقي الفئات في أي مجتمع من المجتمعات، وهذا راجع للصفات والسمات التي يتميزون بها فهم اولا شباب نشاط وحيوية وثانيا نخبة المجتمع وهذا مستواهم العلمي، إذا فهم ركيزة كل مجتمع في العطاء والإضافة لاقتصاديات الأمة.

¹ محمد زهاق، الطاهر بوهالي، مرجع سبق ذكره، ص373.

² تأثير الفيسبوك على القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، العدد 06، سبتمبر 2017، ص 163.

³ أحمد علي كنعان، الشباب الجامعي والهوية الثقافية في ظل العولمة الجديدة، دراسة ميدانية على طلبة جامعة دمشق، كلية التربية، جامعة دمشق، ص419.

سادسا: - الخلفية النظرية

1- مفهوم نظرية الاستخدامات و الإشباعات : تعني تعرض الجمهور لمواد إعلامية، لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية ، و تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة ، و خلال عقد الأربعينات من القرن العشرين أدى إدراك تأثير عواقب الفروق الفردية ، و التباين الاجتماعي على السلوك المرتبط لوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير و وسائل الإعلام¹.

2- أصول و نشأة النظرية : يرجع الاهتمام بالإشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام الجماهيري إلى بداية بحوث الاتصال الجماهيري بالرغم من أن هذه البحوث اهتمت بالأصل بالتأثيرات قصيرة المدى لوسائل الإعلام ، و من المنظور التاريخي نجد أن بحوث هذه النظرية قد بدأت تحت مسميات أخرى منذ بداية الأربعينات و في مجالات قليلة من علم الاجتماع التي تتعلق بالاتصال الجماهيري التحريبي على دراسة مضمون وسائل الإعلام أكثر من تركيزها على اختلاف اشباعات الفرد كما يقول عالم الإعلام و الاتصال الجماهيري " كانتر"².

لقد أصبحت نظرية الاستخدامات والإشباعات تستخدم بشكل واسع باعتبارها الأكثر ملاءمة لدراسة الإعلام الجديد، وحسب راييس و وليمز فإن استخدام الأنترنت يعتبر ساحة خصبة ،لاختبار العديد من النظريات و النماذج، ومنها نظرية الاستخدامات و الإشباعات.³

3- إسقاط نظرية الاستخدامات و الإشباعات على موضوع الدراسة:

تعتبر نظرية الاستخدامات و الإشباعات من النظريات الأساسية التي تساعد الباحثين في التعرف على حاجات ودوافع وأنماط استخدام الجمهور لمختلف مواقع التواصل الاجتماعي، و الإشباعات المحققة منها وتفسيرها خاصة موقع الأنستغرام الذي يقبل إقبالا ورواجا كبير من مختلف فئات المجتمع خاصة فئة الشباب الجامعي بما أنهم يقومون باختيار ما يتناسب مع ميولاتهم ورغباتهم وهذه الميزة ركزت عليها نظرية الاستخدامات و الإشباعات حيث وصفتهم بالجمهور النشط . وبما ان الانستغرام يتنافس مع بقية المواقع في جذب جمهور الوسائط الحديثة المتعددة، وهي المسلمة التي اتجه إليها كارتز في هذه النظرية بتنافس وسائل الإعلام مع وسائل أخرى لإشباع حاجات الجماهير. فإن اتجاه الطلبة نحو موقع الإنستغرام نظرا لخصائصه المتعددة بغض النظر عن المضامين التي يقدمها بإمكانه إثبات مدى اهتمام هذه الفئة بالموقع، وهو ما تعكسه مسلمة نظرية الاستخدامات و الإشباعات

¹ كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، منشورات الجامعة الإفراسية السورية، 2020، دمشق، ص93.

² صالح خليل أبو أصعب، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط2، دار الأرام، الأردن، 2003 م، ص520.

³ كمال الحاج، نفس المرجع، ص96.

المتتمثلة في استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية. ويمكننا من خلال منظور الاستخدامات و الإشباعات معرفة آراء الطلبة الجامعيين عن طريق اختيارهم وتعرضهم لمحتويات موقع الانستغرام دون المواقع الأخرى، وهو ما نجد في المقابل ضمن الاستخدامات و الإشباعات في الفكرة الخاصة بأن المتلقي يقوم باستمرار باختيار الوسائل الإعلامية.

و هكذا استفادت هذه الدراسة من نموذج الاستخدامات و الإشباعات من خلال التعرف على فروضها وأهدافها التي من شأنها أن توصلنا إلى معرفة مدى استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الأنستغرام و الاشباعات التي يحققها لهم.

سابعاً:- الدراسات السابقة

تستمد أي دراسة مشروعيتها المعرفية والمنهجية من مجموعة الدراسات والبحوث التي تلتقي معها في متغير أو أكثر، فالبحوث السابقة هي مصدر الهام لا غنى عنها بالنسبة للباحث فكل بحث ما هو إلا امتداد للبحوث التي سبقته، لذلك لا بد من استعراض الأدبيات السابقة. وتعد الدراسات السابقة من الخطوات المنهجية في البحث العلمي، وهي لا تذكر فقط لأن لها علاقة بالموضوع المدروس أو من باب الذكر فقط، وإنما أيضا من أجل الاستفادة منها من الناحية النظرية ومن الناحية المنهجية.¹ وهذه بعض الدراسات التي لها علاقة بموضوع هذه الدراسة الحالية.

1- الدراسات الجزائرية:

1-1 الدراسة الأولى: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مريم ناريمان نومار.²

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك لدى الجزائريين، والدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجامعيين للموقع، وأثر استخدام موقع الفايسبوك في العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين، وتمحورت إشكالية دراستها حول التساؤل التالي: ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟ وتدرج تحته التساؤلات الفرعية التالية:

¹ غالية غضبان، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة العالمية، دكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال، جامعة باتنة، 2018، ص20.
² مريم ناريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة على عينة من مستخدمي موقع فيسبوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012 م.

- ما هي عادات وأنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك لدى الجزائريين؟

- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء إستخدام الجزائريين لموقع الفاييسبوك؟

- كيف يؤثر استخدام الفاييسبوك في العلاقات الإجتماعية لدى الجزائريين؟

أما المنهج الذي إستخدمته الباحثة في دراستها فهو المنهج الوصفي في حين كانت عينة الدراسة هي العينة القصدية حيث كان عدد مفرداتها 265 مفردة، بالاعتماد على أداة الملاحظة والاستبيان، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:

- تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين أكثر من ثلاث ساعات في استخدام الفاييسبوك، ويقضي أغلبهم في خدمة التعليقات والردود.

- يستخدم أغلب أفراد العينة الموقع بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء بجانب التثقيف.

- المستخدمين الأكبر سنا يتعاملون بنوع من الوعي في إستخدامهم لموقع الفاييسبوك.

- استخدام الموقع يسفر عن الإنسحاب الملحوظ من التفاعل الإجتماعي ويؤثر في تفاعل المستخدمين مع أسرهم وأقاربهم.

* هذه الدراسة ساعدتنا في دراستنا هذه من حيث طرح التساؤلات الفرعية وكذا صياغة الإشكالية، وبناء الاستمارة من محاور واسئلة.

1-2 الدراسة الثانية: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية، غالية غضبان.¹

حيث هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين وهذا في ظل العولمة الإعلامية التي نشهدها في حاضرنا، فمن خلال اشكالية هذه الدراسة والتساؤل الرئيسي المطروح فيها: ما هو أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على بعض عناصر الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية؟ تمخضت مجموعة من التساؤلات الفرعية وتمثلت أهمها في:

¹ غالية غضبان، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2018م.

- ماهي عادات وأنماط مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفايسبوك ؟

- ماهي دوافع تعرض أفراد العينة لشبكة التواصل الاجتماعي الفايسبوك ؟

- ماهي الآثار الإيجابية الناجمة عن استخدام الفايسبوك على الهوية الثقافية ؟

- ماهي الآثار السلبية الناجمة عن استخدام الفايسبوك على الهوية الثقافية ؟

وقد إعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسح الوصفي في معالجة موضوع البحث، وكانت عينة الدراسة بأخذ عينة من الكليات المتواجدة بجامعة باتنة 1 وعددها 522 طالب و هي الاطار المكاني لإجراء الدراسة والمعتمد على أداة استمارة استبيان لجمع البيانات. اين توصلت هذه الدراسة البحثية إلى عدة نتائج أهمها:

- أن هناك ما يهدد الهوية الثقافية من الخارج من خلال شبكة التواصل الاجتماعي الفايسبوك، حيث تعد هذه الأخيرة أداة من أدوات العولمة الاعلامية، كما أن الطلبة مدركين لهذه الأهداف الخفية والمستمرة، من خلال ما تثبته وتنشره من مضامين تخالف عاداتهم وثقافتهم وهو ما يعرف بالاختلاف الثقافي.

- أن الطلبة الجامعيين يحملون اتجاهات ايجابية نحو مقومات وعناصر هويتهم الثقافية، وهي راسخة عندهم لم تتأثر من الادمان على استخدام الفايسبوك.

- استخدام الفايسبوك من قبل الطلبة لم يرق الى التعريف بثقافتهم ودينهم وعاداتهم وانما الاستخدام في معظمه للتعرف والانفتاح على مجتمعات أخرى.

* هذه الدراسة استفدنا منها في تحديد المفاهيم وصياغة الاشكالية، كذلك في توظيف المنهج المستخدم وأدوات الدراسة.

2- الدراسات العربية:

2-2 الدراسة الأولى: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية في محافظة اربد، أسماء عصام

محمد اليوسف.¹

¹ أسماء عصام محمد اليوسف، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية في محافظة اربد، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية الآداب بجامعة اليرموك، الأردن؛ 2016.

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على الأثر الذي أحدثته مواقع التواصل الاجتماعي في الأسرة، في العلاقة بين الزوجين بعضهم البعض، وفي العلاقة بين الأبناء أنفسهم، و في العلاقة بين الوالدين والأبناء، و التعرف على الأسباب التي تدفع الأفراد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة لذلك التعرف على الآثار الإيجابية و السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وقد تكونت عينة الدراسة من 297 أسرة ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في محافظة اربد، كما تم جمع البيانات الأساسية للدراسة عن طريق الاستبانة، وتوصلت الدراسة إلى أن لمواقع التواصل الاجتماعي أثر كبير في العلاقات الأسرية المتمثلة بعلاقة الزوجين مع بعضهما البعض، وعلاقة الآباء بالأبناء، من حيث مدى مساهمة هذه الجوانب في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، و مدى مساهمتها في حدوث الأمور الايجابية و الأمور السلبية، كما أظهرت نتائج التحليل الإحصائي للدراسة وجود علاقات ذات دلالة إحصائية بين متغير الفروقات الفردية داخل الاسرة وأثر مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية، اين بينت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس وأثر مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية.

● كذلك هذه الدراسة استنبطنا منها المفاهيم العامة للدراسة وكذا استشفاف التعاريف الاجرائية، وساعدتنا ايضا في تحديد المفاهيم وبناء الاستمارة و طرح التساؤلات الفرعية.

2-2 الدراسة الثانية: أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية " الفيسبوك وتويتر نموذجاً" ، حنان بنت شعشوع الشهري.¹

حيث تمحورت إشكالية الدراسة حول رصد أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية وتحديد الفيسبوك وتويتر على العلاقات الاجتماعية. ولتحقيق أهداف هذه الدراسة قامت الباحثة بطرح مجموعة من الأسئلة الرئيسية وكل سؤال رئيسي يتفرع منه عدة أسئلة فرعية كالتالي:

- ما الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقع الفيسبوك وتويتر؟.

- ما طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر موقع الفيسبوك وتويتر؟.

- ما الآثار الإيجابية الناتجة عن استخدام الفيسبوك وتويتر؟.

¹ حنان بنت شعشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية " الفيسبوك وتويتر نموذجاً" ، دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية، 1433 هـ.

- ما الأثار السلبية الناتجة عن استخدام الفيسبوك وتويتر؟.

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة قامت الباحثة بالاعتماد على منهج المسح الاجتماعي وذلك لاقتراب هذا المنهج من طبيعة الدراسة الوصفية فهو من أكثر المناهج ملائمة لموضوع الدراسة لأنه يعتمد على الوصف والتحليل والتفسير التي عن طريقها يمكن الوصول إلى معرفة أسباب ودوافع استخدام شبكات التواصل الإلكترونية وتأثيراتها، وقد اعتمدت على العينة الطبقية ثم العينة المقصودة وقد بلغ الحجم الكلي للعينة 150 طالب.

- أما أداة الدراسة قد اعتمدت على استخدام الاستبيان.

ولقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام فيسبوك و تويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع.

- وأشارت كذلك أن الطالبات استفدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة والبحث عن صداقات جديدة والتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانيا.

- كما تبين أيضا أن للفيسبوك وتويتر العديد من الأثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل لمختلف المعارف والأفكار، فيما جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الأثار السلبية.

- كذلك تشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية بين متغيري العمر والمستوى الدراسي وبين أسباب الاستخدام وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات كما توجد علاقة ارتباطية موجبة بين متغير عدد الساعات وبين أسباب الاستخدام ومعظم أبعاد طبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات في حين أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات كما توجد علاقة ارتباطية موجبة بين متغير عدد الساعات وبين أسباب الاستخدام ومعظم أبعاد طبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات في حين اكتسبت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات.

* ساعدتنا هذه الدراسة في صياغة الاشكالية وطرح التساؤلات الفرعية وتحديد ادوات البحث وكذا تحديد مفاهيم الدراسة، واستنباط النتائج العامة والربط بين متغيرات الدراسة.

3- الدراسات الأجنبية:

3-1 الدراسة الأولى:

Instagram in the contest of uses and gratification approach : selcukuniversity
exemple . nagihan tufan,hunr tarataci.¹

حيث تمحورت اشكالية هذه الدراسة حول التساؤل التالي:

ماهي سلوكيات استخدام الانستغرام و الاشباعات المحققة منه ؟

وأندرج تحت هذا التساؤل التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي السلوكيات المستحدثة في استخدام الطلاب للإنستغرام؟

- ما هي دوافع استخدام الطلاب انستغرام ؟

- كيف نحدد علاقة استخدام الانستغرام بباقي الاجناس؟

وملخص نتائج هذه الدراسة يتمثل في:

- يستخدم الطلاب الانستغرام بشكل اكبر بدافع مشاركة الصور و الفيديوهات ، كما يولون اهمية اكبر لإبداءات الاعجاب وزيادة عدد المتابعين والشهرة في الشبكة.
- يستخدم الطلاب الانستغرام بثلاث دوافع وتسمى هذه الدوافع بالمشاركة/ الاتصال/ الهروب الاجتماعي.
- وقد كانت الاستفادة من هذه الدراسة في الجانب التوثيقي خاصة فيما يخص ضبط كل من مفهوم الأنستغرام وأهم العناصر والمقومات المكونة لها، وضبط بعض المفاهيم الأخرى، وكذا مقارنة النتائج المتوصل إليها مع نتائج دراستنا الحالية.

¹ nagihan tufan,hunr tarataci .Instagram in the contest of uses and gratification approach : selcukuniversity
exemple. A study submitted to obtain a master's degree in media at Selcuk University. Turkey. 2016

¹ -Why Americans use social media : Aaron Smith, Senior Research Specialist.

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي المسحي و على نظرية الإستخدامات و الإشباع، وكان من أهم نتائجها أن (66%) من البالغين في المجتمع الأمريكي يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي مثل الفايسبوك و تويتر، انستغرام....، وهذه الفئة تستعمل المواقع للتواصل مع أفراد العائلة أو مع الأصدقاء ونصف هذه الفئة تستخدم هذه المواقع للتواصل مع الأصدقاء القدماء كما أن (14%) من المستعملين يستخدمون هذه المواقع للتواصل مع الأشخاص الذين يشتركون معهم في الهويات و الاهتمامات، اما (9%) من المستعملين يستخدمون هذه المواقع للتعرف على أصدقاء جدد، أما من يتابعون الشخصيات العامة فإن نسبتهم (5%) ونسبة (3%) من المستعملين كانت تهدف إلى إيجاد شركاء رومانسيين .

● استفادت دراستنا الحالية من هذه الدراسة من عدة جوانب ونقاط وهي كالآتي:

تحديد مشكلة الدراسة، وصياغة تساؤلاتها بما يخدم طبيعة وأهداف البحث، و كذا اختيار الأداة المناسبة والمنهج المناسب للدراسة، وتصميم استمارة الاستبيان وبناء فقراتها وأسئلتها.

¹ Aaron Smith, Senior Research Specialist .Why Americans use social media : social net working sites are appealing as a way to mantain contact with close ties and reconned withe old friends. America. 2020.

الفصل الثاني

محتوى الفصل الثاني:

تمهيد

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي

ثانياً: الأنستغرام

ثالثاً: الهوية الثقافية

خلاصة

● تمهيد

يعد هذا الفصل الخاص بمراجعة الأدبيات الأساسية للدراسة، وهي الإحاطة بكل ما يتعلق بمتغيرات الدراسة في كل فصولها. فقمنا على هذا الأساس بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاث أجزاء معنونة كالآتي: مواقع التواصل الاجتماعي، الانستغرام، الهوية الثقافية. وفي كل جزء تطرقنا إلى النشأة والخصائص والمميزات والأنواع والأهمية وغير ذلك من العناصر التي تهم هذه المفاهيم، واستثنينا في هذا الفصل مفاهيم كل عنصر لأنها مذكورة في الفصل الأول بالتفصيل، وهذا تجنباً للتكرار.

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي

1- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

أول من استخدم مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي هو الأنثروبولوجي الأمريكي "جون بيرنز عام 1954، وذلك للتعبير عنها من خلال علاقات الأفراد ببعضهم البعض، عندما أصبحت هذه الروابط والتفاعلات معقدة وسببت خلط داخل الاتصالات، فالشبكة الاجتماعية هي مثلة للعلاقات الاجتماعية القائمة داخل المجتمع والتواصل الاجتماعي هو العصب النابض لهذه المواقع. كما لاحظ الباحث "سويت" أن مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن منظمة عصرية غيرت في أسلوب الحياة، من حيث الأسلوب والإدارة والممارسة.¹

ويمكن أن نصف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل الفرد الواحد باسم العقدة بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما، أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد

¹ سهام دواخة، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، ماستر في علم الاجتماع، جامعة قلمة، الجزائر، سنة 2020، ص 36.

تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الفرد. وعند الحديث عن نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين:

المرحلة الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب web1.0 والمرحلة الثانية هي الجيل الثاني web 2.0 و أكثر مواقع التواصل الاجتماعي المعروفة حاليا ظهرت أغلبها خلال الجيل الثاني.

1-1 المرحلة الأولى: ويمكن وصف الجيل الأول للويب web1.0 بالمرحلة التأسيسية لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث ظهرت في السبعينات من القرن العشرين بعض المواقع الإلكترونية الاجتماعية من النوع البدائي، وكانت قوائم البريد الإلكتروني BBS من أوائل التقنيات التي سهلت التواصل والتفاعل الاجتماعي، وأتاح هذا التفاعل للمستخدمين تطوير علاقات ثابتة وطويلة الأمد مع الآخرين وغالبا ما كانوا بأسماء مستعارة، وفي منتصف التسعينات من القرن العشرين بدأت مواقع التواصل الاجتماعي بشكلها الحديث بالظهور مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر وحاجاتهم للتواصل وتكوين العلاقات الاجتماعية بمختلف أنماطها.¹

2-1 المرحلة الثانية: يشير الويب 2.0 إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة، وغيرها....) إهتمت بتطوير المجتمعات الافتراضية مركزة على درجة كبير من التفاعل والاندماج والتعاون. ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية. ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع - ماي سبايس - وهو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفيس بوك. وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية

¹ نوال بركات، إنعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة بسكرة، 2016، ص136.

على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية. ويتناسب ذلك الإقبال المتزايد مع تزايد

مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم.¹

2- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر الوسائل الحديثة في التواصل انتشارا وتأثيرا حيث أحدثت ثوره في مجال الاتصالات واصبحت اهم الوسائل الاتصالية وأكثرها شعبية حيث قللت المسافات وزادت الجهات المستخدمة لها وتنوعت اغراض استخدامها فنجد ان البعض يستخدمها لأغراض ،اجتماعيه ، ترفيهيه او حتي تعليميه وتسويقيه. حيث اصبح التسوق والتعليم وحتى الترفيه يعتمد بشكل اساسي علي مواقع التواصل الاجتماعي ، لذا يحتاج الناس إلى التواصل فيما بينهم لمعرفة أخبار بعضهم البعض والاطمئنان على بعضهم البعض، ومن أجل التفاعل وتحقيق التكافل بين الأفراد، وتعزيز الشعور ببعضهم البعض، لما لهذا من أهمية لزيادة الترابط وتوطيد العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع، حيث كانت الزيارات والتواصل المباشر هي السائدة في القدم ومع أهمية هذه الطريقة في التواصل إلا أنها تكون مريحة للأشخاص القريبين من بعضهم، بينما الأشخاص الذين يقطنون في المواقع البعيدة فإنها تصعب عليهم ولربما تمر الشهور وحتى السنوات دون حدوث تواصل فيما بينهم بسبب تباعد الأماكن ولكن مع تطور وسائل التكنولوجيا واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبح التواصل وامكانية معرفة الناس أخبار بعضهم البعض يتم بسرعة وسهولة، حيث ربطت المواقع البعيدة والأشخاص البعيدين معا، وأصبحت هذه الطريقة منتشرة فلم يعد التواصل عبر الصوت فقط، وانما توفرت إمكانية مشاهدة الصور والفيديو ومتابعة تفاصيل الحياة بشكلها الطبيعي، فأصبح أي فرد في أي مكان في العالم أن يشارك عائلته التي تقطن في الجزائر مثلا كل لحظة من حياتهم بالصوت والصورة. كما ان مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات عديدة لمستخدميها ممن لديهم اهتمامات متشابهة سواء كانوا زملاء دراسة أو عمل أو أصدقاء جدد، فمعظم المواقع الاجتماعية الموجودة حاليا هي عبارة عن مواقع ويب وجدت من أجل تقديم مجموعة من الخدمات للمستخدمين

¹ زاهر رامي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، عدد 15 ، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003 ، ص23.

مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات.¹ إذ تسمح مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين بالتفاعل مع الأصدقاء عبر المدونات والألعاب وتبادل الصور، ويقول خبراء في هذا المجال إن الأساس هو الحفاظ على حداثة المحتوى ومهارات الابتكار في المنتج . هذا وقد أوضح علماء نفس ألمان أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت يجعل المستخدم أكثر انفتاحاً وصراحة، كما أكدوا أن الأشخاص الذين يدلون بالمزيد من المعلومات عن أنفسهم في صفحات التواصل الاجتماعي يجمعون أصدقاء أكثر خلال نصف عام، غير أنه تبين أن هذه الصداقات قلما تكون منها صداقات حميمة أما الصداقات الحقيقية فلا تزال تتم وتستمر بعيداً عن الانترنت.²

3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بخصائص كانت سبباً في انتشارها على مستوى العالم منها:

3-1 المحادثة: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها المحادثة في اتجاهين، أي التفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

3-2 المشاركة: وسائل التواصل الاجتماعي تشجع المساهمات الفردية وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث إنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.³

3-3 الانفتاح: معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل و المشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث إنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادراً ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

¹ نوال بركات، إنعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة بسكرة، 2016، ص206.

² نفس المرجع، نفس ص.

³ فاطمة السالم، الآثار الاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، جامعة الكويت، العدد27، سنة 2019، ص567.

3-4 الترابط: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها شبكات اجتماعية مترابطة ببعضها البعض، وذلك عبر

الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربط المستخدم بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي.

3-5 الجماعية: تسهل مواقع التواصل الاجتماعي للجماعات بإنشاء مواقع خاصة بها بطريقة سريعة، والتواصل

فيما بينها بفاعلية، و بناءاً على هذا يهتم الاشتراك بين المجموعات حول نفس الاهتمامات والموضوعات، وتقاسم

الآراء و الأفكار و الصور و الفيديوهات، و غيرها من المجالات.

3-6 التلقائية: يتم التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل تلقائي و غير رسمي أو متوقع، فليس هناك

تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتسم

بالتلقائية بين طرفي الاتصال.

3-7 سهولة الاستخدام: لا يحتاج العضو الى مهارات خاصة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ومعظم

مواقع التواصل الاجتماعي توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع.¹

3-8 قلة التكلفة: إن التسجيل في مواقع التواصل الاجتماعي مجاني، فعلى الصفحة الرئيسية لشبكة الفيسبوك

مكتوب "مجانى ويبقى مجانى".

3-9 متعددة ومتنوعة: حيث هناك العديد من مواقع التواصل الاجتماعي مثل: الفيسبوك و تويتر و الفير و

الواتساب و جوجل و البريد الإلكتروني...، والشخص يمكنه اختيار الوقت والمكان الذي يناسبه.

3-10 اختيارية: فمواقع التواصل الاجتماعي هي نوع من التواصل الإلكتروني الاختياري دون أن يكون هناك أي

إجبار والزام على أي أحد من التواصل مع الآخرين.

¹ سهام دواخة، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، ماستر في علم الاجتماع، جامعة قلمة، الجزائر، سنة 2020، ص 38.

3-11 السرعة: حيث يمكن لمستخدم مواقع التواصل الاجتماعي التواصل مع الآخرين بشكل سريع، ويمكن تبادل المعلومات والأخبار والرسائل والصور والآراء والإجابات في ثواني معدودة.

3-12 سهولة الاستخدام: حيث يمكن الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال جهاز الهاتف المحمول، دون الحاجة إلى جهاز حاسوب آلي أو محمول.

3-13 الإتاحة: تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي متاحة للجميع، للكبير وللصغير، وللناس في أي بقعة من العالم، ولا يوجد شروط أو قيود في استخدامها، أيضا مجانية أو قلة رسوم الاشتراك والتسجيل، فالشخص البسيط يستطيع امتلاك حيز على مواقع التواصل الاجتماعي، فهي ليست حكرا على الأغنياء.

3-14 العالمية: مواقع التواصل الاجتماعي تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية والحدود الدولية والإقليمية والقومية، حيث يستطيع الشخص في أقصى الشمال التواصل مع شخص في أقصى الجنوب، وشخص في أقصى الشرق التواصل مع شخص في أقصى الغرب، في بساطة وسهولة ويسر و في نفس اللحظة.¹

4- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

منذ الظهور الأول لمواقع التواصل الاجتماعي تعددت وتنوعت بين مواقع شخصية وعامة تطمح لتحقيق أهداف محددة، ومنذ بداياتها اختلفت المواقع التي تتصدر القائمة بين سنة وأخرى، ومع تطور مواقع التواصل الاجتماعي أصبح تصنيفها يأتي بالنظر إلى الجماهيرية، حيث تتصدر القائمة حاليا عددا من المواقع منها: فيسبوك، يوتيوب، انستغرام، وغيرها.²

وتسمي فوزه قنوي شبكات التواصل بعدة مسميات مثل مواقع التواصل او الشبكة الرقمية وكلها لها نفس المعنى وهو انها مواقع على شبكة الانترنت تجمع عدد كبير من البشر في علاقات افتراضية. كما يصف عباس صادق

¹ سهام دواخة ، مرجع سبق ذكره، ص39.

² صبرينة أوصالح ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية لدى الطالب الجامعي، ماستر في علم الاجتماع، جامعة برج بوعريريج، 2020، ص25.

شبكات التواصل الاجتماعي أنها: مواقع على شبكة الانترنت توفر لمستخدميها فرص الحوار وتبادل المعلومات و الآراء والأفكار من خلال الخدمات التي يقدمها موقع التواصل مثل الصور وغرف الدردشة وغير ذلك ومن الأمثلة على تلك الشبكات الفيس بوك و تويتر و أنستغرام يوتيوب.

كما قسمت الباحثة رشا عوض المواقع الاجتماعية حسب الاستخدام والاهتمام لثلاثة أنواع - :

1-4 مواقع شخصية: وتكون لشخصيات او افراد محددة او مجموعه اصدقاء لتسمح لهم بالتعارف وانشاء صداقات مثلا على فيسبوك و تويتر و الأنستغرام.

2-4 مواقع ثقافية: تختص بنوع معين من الفنون وتجمع المهتمين بموضوع او بعلم معين.

3-4 مواقع مهنية: تجمع اصحاب المهن المتشابهة وتعمل على خلق بيئة تعليمية وتدريبية فعالة. حيث تتنافس فيما بينها لتوفير اكثر من طريقه للتواصل حتى تجمع اكبر عدد من شرائح المجتمع الافتراضي وتلبي احتياجاتهم¹.

5- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

مواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت، اجتماعية تفاعلية تتيح لمستخدميها التواصل في أي وقت و في أي مكان حول العالم من خلال واقع افتراضي يماثل الواقع الحقيقي و تكوين علاقات للتعارف حيث تجمع هؤلاء الأفراد اهتمامات و نشاطات مشتركة، و تتيح إليهم التفاعل و التعاون الفكري و الاجتماعي و الاقتصادي و السياسي و الثقافي و التربوي و التعليمي و تبادل الآراء و المعلومات و المشكلات فيما بينهم و تعزيز العلاقات، و أيضا التعبير عن وجهات نظرهم من خلال عملية الاتصال و تختلف طبيعة التواصل من موقع

¹ رنا سمير ابراهيم الحفني، التوجهات الحديثة للدراسات التي تناولت وسائل التواصل الاجتماعي، دراسات تربوية واجتماعية، عدد أبريل، كلية التربية، جامعة حلوان، مصر، 2022، ص175.

لآخر.¹ حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تشكل الفضاء الافتراضي الذي يتيح للمستخدمين العديد من الممارسات والنشاطات المختلفة، وذلك من خلال مجموعة من الخدمات نذكر منها:

- الاتصال مع أفراد العائلة والأصدقاء: ذلك لما تتيحه من خلال الاستمرارية في الاتصال الدائم والفوري مع مختلف أفراد الأسرة والأصدقاء.

- الممارسات السياسية: حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تشكل الفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية، عن طريق إبداء آرائه وتوجهاته، ومختلف الممارسات كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا عبر تلك المواقع.²

ومن ثم فاستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي متنوعة وكثيرة، وأبرزها:

1-5 استخدامات شخصية خالصة: فالغالب يستخدم مثلا شبكات مثل "تويتر، فيسبوك، لأسباب شخصية خاصة بالفرد، ليكون على اتصال بأصدقائه مثلا، كما أنه يشارك الناس من خلال اهتماماته وآرائه الخاصة.

2-5 استخدامات تجارية: وهو ما يطلق عليه اصطلاحا "التجارة الالكترونية"، وفي المنصات الاجتماعية تؤمن لك البقاء على اتصال مع العملاء، وتسويق المنتجات، حيث أن هذه الشبكات تمثل أكبر سوق تجاري عالمي.

3-5 استخدامات مهنية بنكية: عن طريق توسيع التجارة، وعقد الصفقات، والتواصل مع شركاء آخرين يرغبون بالانضمام لنفس مجال العمل الذي يزاوله الشخص.³

4-5 استخدامات إعلامية: عن طريق نشر الأخبار، وبث الحوارات، ومواكبة التغيرات الطارئة على مستوى العالم لحظة بلحظة، والاستخدامات الإعلامية تكاد تكون لها السيطرة، نظرا لأنها محل اهتمام جل الناس، فما من أحد

¹ منى بوازدية، مواقع التواصل الاجتماعي و البنية الهوياتية للأفراد " موقع الفايسبوك نموذجا"، ملتقى وطني حول: مسألة الهوية الثقافية في المجتمع الجزائري بين الواقع و التحديات، جامعة سوق أهراس، الجزائر، ص08.

² نفس المرجع، نفس ص.

³ علي عبد الفتاح، الإعلام الاجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان ، 2014، ص 120.

الا ويهتم بالأحداث التي تمر به، أو بمنطقته، أو بالعالم، حيث إن أي حدث يقع في مكان ما من العالم يؤثر بطريقة أو بأخرى في مناطق أخرى من العالم.¹

5-5 استخدامات ترفيهية: وقد أصبح الترفيه سمة عصرنا الحالي، خاصة وأن الترفيه أصبح صناعة ضخمة تدر المليارات، مما جعل الناس يتسابقون لمتابعة أحدث المنتجات الترفيهية، وبالطبع فهذه الاستخدامات الترفيهية تعتبر من أبرز استخدامات الإعلام الجديد الذي يعد في جانب منه ترفيهي بلا منازع.²

6- نماذج وسائل التواصل الاجتماعي:

1-6 البريد الإلكتروني: هو من أشهر الخدمات التي تقدمها الشبكة المعلوماتية الانترنت وقد اخترعه رايد كوميسون عام 1972 وبعد مرور 45 سنة أصبح ضروره اتصاليه حقيقه. يتضمن الایمیل قيام المستخدمين بتسجيل الدخول بحساب شخصي وذلك لإمكانية ارسال واستقبال الرسائل لمستخدمين آخرين حيث يعتبر شرط أساسي في إمكانية الارسال أو الاستقبال لأي رسائل واستخدام الإيميل يسبق تاريخ الانترنت مع وجود بعض المنظمات التي كان لديها القدرة على ارسال الرسائل الإلكترونية داخل شبكة حوسبة محلية ومع صعود الانترنت للصدارة أصبح ارسال الرسائل عبر خوادم مختلفة أمر ممكن ، ومن اهم مميزاته امكانيه ارسال رساله مرفقه بالصور او وثائق الى جانب توفير مواقع وخدمات بالجمان وبالتالي تصبح وسيله سهله وبسيطة وفي متناول الجميع الى جانب انه يعمل بطريقة سريعة وموثوقة للغاية لإرسال المستندات أو الصور أو التحديثات والتفاصيل المهمة في أي لحظة أو مشاركته المعلومة مع عدد كبير من الاشخاص أما عيوبه فهي كثرة الرسائل من مصادر تجارية إلى جانب تفاقم فيروسات الكمبيوتر.³

¹ عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص68.

² علي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 120.

³ رنا سمير ابراهيم الحفني، التوجهات الحديثة للدراسات التي تناولت وسائل التواصل الاجتماعي، مجلة دراسات تربوية واجتماعية، جامعة حلوان، مصر، عدد28، سنة2022، ص178.

2-6 يوتيوب: هو موقع يسمح لمستخدميه بتحميل التسجيلات مجانا ومشاركتها والتعليق عليها، أسسه ثلاث موظفين سابقين في شركة باي بال في سان فرانسيسكو كاليفورنيا وهم تشاد هيرلي وستيف تشين وجاود كريم، يتنوع محتوى الموقع ما بين مقاطع افلام وموسيقى وفيديوهات من قبل الهواه وقد اشترته شركة جوجل مقابل 601 مليون دولار امريكي وكانت صفقه القرن بالنسبة لها وقد اختارته مجله تايم الأمريكية شخصيه هامه عام 2006 لدوره في اعطاء الفرصة لزواره لإنتاج المواد التي يعرضونها فيه ومن مزايا اليوتيوب انه عام ومجاني فهو متاح لكل الناس كل من يسجل في الموقع الي جانب سهولة المشاهدة والاستعمال: فيستطيع اي فرد مهما كانت ثقافته ومستواه العلمي يستطيع مشاهدته وتحميل الافلام. و اتاحه امكانيه اعاده المشاهدة لعدده مرات حسب الرغبة وهو ما يؤثر بشكل كبير في ترسيخ صدق المشاهد في الذهن. كما يساهم في زياده معلومات الشخص عن الموضوع بشكل فعال. و يتيح امكانيه رفع المستخدمين لمقاطع الفيديو على اليوتيوب واجراء تعديلات على المقاطع والتأكد من اعتماد التعديل بشكل فوري. أما سلبياته: فتتمثل في إمكانية اختراقه: من قبل بعض الأشخاص أو الجهات وتعطيل ما يبث فيه من أفلام أو محاضرات والتي قد تتعارض أو تناقض الهدف الأساسي من الموقع. وإمكانية الحجب: حيث تقوم بعض الدول بحجبه ومنع فائدته عن المستخدمين في حال قيام الموقع بنشر ما لا ترضى عنه بعض الدول.

3-6 سناب شات: يعتبر هذا التطبيق من اهم وابرز التطبيقات الحديثة والاكثر انتشارا بين الشباب مستخدميه الهواتف الذكية والاكثر شعبيه وقد اشارت بعض الابحاث ان عدد مستخدميه هذا التطبيق يصل الى 400 مليون مستخدم يوميا ويتميز التطبيق بالمرشحات البصرية التي تضيف مؤثرات على الصور ولكن مع ذلك فهو من اكثر التطبيقات المعرضة للقرصنة.¹

4-6 التليجرام: تأسس التليجرام عام 2013 من قبل الاخوان نيكولاي وبافل دروف، وهي أكبر شبكة اجتماعية روسية، وهو تطبيق للمراسلة الفورية ويعتبر تطبيق حر ومجاني وآمن، يركز على السرعة والقوة في تشفير

¹ رنا سمير ابراهيم الحفني، مرجع سبق ذكره، ص178.

الرسائل بالإضافة أن كل الرسائل مخزنه بشكل مشفر فيه، ويمكن مستخدميه من تبادل الرسائل بإمكانية تشفير عالية ومتوفر على الاندرويد بما في ذلك الأجهزة اللوحية والتي لا تدعم الواي فاي. الموقع الرئيسي لشركة التليجرام في لندن وفي دبي وعدد مستخدميه الشهرين 200 مليون مستخدم في 2016. ويعتبر التليجرام أحد أقوى تطبيقات المراسلة الفورية الذي وقد أصبح هذا التطبيق له شعبية كبيرة بسبب مميزاته المفيدة التي يقدمها سواء للمستخدمين أو للشركات.

5-6 التويتر: تأسس عام 2006 أسسه ايفان وويليام ونوح غلاس وجاك دورسي وبيز ستون ومقره في الولايات المتحدة الأمريكية، يقدم التويتر خدمته التدوين المصغر حيث لا تتجاوز الرسالة الواحدة الـ 140 حرفاً وتسمى تغريده. ولا يقل موقع تويتير أهميته عن المواقع الأخرى في عالم مواقع التواصل الاجتماعي حيث يحظى بمكانة كبيرة بين مستخدمي شبكة الانترنت في العالم وخاصة أن معظم مستخدميها من المشاهير والمسؤولين وقادة الدول والأشخاص البارزين حول العالم.¹

6-6 فيسبوك: أسسه مارك زوكربيرغ عام 2004 ومقره يقع في الولايات المتحدة الأمريكية متفرع منه تطبيق ماسنجر و أنستغرام ويتميز بأنه متوفر بالعديد من اللغات فتصل لأكثر من 70 لغة، بدء تطبيقه داخل الجامعة للتواصل بين الطلبة ثم تم تعميمه ليشمل باقي الجامعات ثم ليشمل كل الأفراد. ومن أهم أسباب شهرة هذا الموقع: دعمه لعدة لغات وسهولة التسجيل فيه واستخدامه وإمكانية التفاعل على الصفحات والمحتوى الرقمي المنشور على الفيس عن طريق الإعجاب والمشاركة والتعليق. كما يوفر فيسبوك خدمات وتطبيقات للمستخدمين تتمثل في: خاصية الصور، خاصية الفيديو، خاصية الاعلان، خاصية النكر، خاصية الاشعارات "نوتيفيكيشن" ويأتي موقع فيسبوك على رأس قائمة مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيراً.²

¹ رنا سمير ابراهيم الحفني، مرجع سبق ذكره، ص179.

² حنان بنت شعشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية " الفيسبوك وتويتير نموذجاً"، دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، ماجستير في علم الاجتماع، جامعة الملك عبد العزيز، 1434هـ، ص 31.

6-7 أنستغرام: أسسته شركه فيسبوك عام 2010 وهو احد مواقع التواصل الاجتماعي المخصصة لالتقاط الفيديو والصور, فهو بالأساس تطبيق يعتمد على الهاتف المحمول والذي يمكن المستخدمين من التقاط الصور وعن طريق تطبيقاته المتاح بها أدوات للتلاعب في تحويل الصور والعمل على تعديلها و يتيح امكانيه مشاركتها بعد انشاء الشخص حسابا على الموقع وبذلك يستطيع كل من يملك حساب على هذا التطبيق رؤيه المنشورات والتفاعل معها وقد تم اضافته ميزه جديده مؤخرا لهذا التطبيق وهي المحادثات عبر الرسائل النصية والصوتية ايضا . بدأ تطبيق الانستغرام في 2010 وارتفعت معدلات نموه ليصل إلى أكثر من 1,8 مليار مستخدم حول العالم حيث أشارت التقديرات بأنه في عام 2013 سجل مليون مستخدم ونحو 04 مليار عمليه تحميل.

6-8 واتساب: اسس واتساب يان كون وبرين اكين العاملين بشركه ياهو لمدة عشرين عاما وضمت شركه فيسبوك الواتساب اليها عام 2014 ولكنه استمر في العمل كتطبيق مستقل ،يستخدم هذا التطبيق اكثر من بليون شخص في اكثر من 180 بلد ويستخدمونه للبقاء على اتصال مع اصدقاتهم وافراد اسرهم في كل زمان ومكان ،و يعتبر الواتساب برنامج مجاني يوفر مكالمات ومراسلات فوريه مضمونه وامنه على الهواتف الخليوية في كل انحاء العالم، و قد بدأ بتطبيق للرسائل النصية القصيرة اما الان فاصبح يتضمن ارسال واستقبال انواع متعددة من الوسائط مثل الرسائل النصية والفيديو والصور والمستندات والمواقع الجغرافية بشكل محمي وامن ومشفر تشفير يحمي معلوماتك.و يعتبر الواتساب برنامج المحادثة الأشهر على الاطلاق حيث لا يخلو هاتف من هذا التطبيق ويحظى بأكبر شعبية بين مستخدمي الهواتف الذكية حيث يصل عدد مستخدميه إلى 2 مليار مستخدم نشط شهرياً وبذلك يحصد المركز الثاني بعد الفيسبوك في عدد مستخدميه ¹.

¹ آلاء صلاح أبو حسين، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية قيم المواطنة الرقمية لدى طلبة الجامعات الأردنية الخاصة، رسالة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التربية، كلية العلوم التربوية جامعة الشرق الأوسط، الاردن، ص16.

7- إيجابيات و سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

1- الإيجابيات

1-1 تسمح لمستخدميها بحرية التعبير عن الراي والفكر ما يسمح بإجراء نقاشات تفاعلية مباشرة سواء بطريقه مكتوبه او سمعيه او بصريه الى جانب امكانيات بث المحاضرات على الهواء مباشرة.

2-1 بعض شبكات التواصل الاجتماعي تكون متوفرة على الأجهزة الذكية فقط مثل الواتساب او منها موجوده على الحواسب والهواتف الذكية مثل فيسبوك وتويتر.

3-1 تتخطى الحواجز الجغرافية وليس لها حدود فيستطيع اي شخص تواصل مع اي شخص اخر في اي مكان وفي اي زمان بسهولة وبساطه وبسرعه.

4-1 مشاركة الافكار الخاصة حيث يمكن لكل المستخدمين بغض النظر عن انتماءاتهم ولغتهم وجنسياتهم وبلادهم التواصل دون قيود يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تكون مصدراً سهلاً للمعلومات للأغراض الأكاديمية من خلال القيام بورش العمل للطلاب وأعضاء هيئة التدريس.

5-1 أن وسائل التواصل الاجتماعي حسنت الكفاءة ، حيث يمكن الآن إكمال العديد من المهام الفكرية وغير ذلك في إطار زمني أقصر وبأخطاء أقل ،بالإضافة إلى تقليل التكلفة كما أنها تمتلك القدرة على زيادة كفاءة العمل وسرعته.¹

6-1 أن هذه المواقع تسهل للتواصل بشكل تفاعلي ومشاركة الصور والتسجيلات الصوتية ومقاطع الفيديو مع الأصدقاء عبر الإنترنت .فهي توفر للمستخدمين فرصاً للقاء الأصدقاء المفقودين ، وتكوين صداقات جديدة ،

¹ فؤاد نعم، حنان بن علي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الثقافية للمجتمع، منشورات جامعة الجزائر، ص28.

ومقابلة أفراد العائلة الذين قد يكونون في مواقع مختلفة والبقاء على اتصال بشكل عام، ومن ثم يتم الحفاظ على الروابط الاجتماعية.

7-1 تبقي وسائل التواصل الاجتماعي الأشخاص على اتصال، من خلال مشاركة الخبرات والصور والصوت والفيديو وجميع أنواع المعلومات.

8-1 تساهم وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير في تعزيز الروابط والعلاقات الاجتماعية حيث أن إمكانات الوسائط الجديدة سلسلة ولا حدود لها من حيث التفاعلات والعلاقات المتبادلة وتبادل المعلومات.¹

2- السلبيات:

لمواقع التواصل الاجتماعي العديد من السلبيات ومن أهمها مخاطر الاحتيال وسرقة الهوية الى جانب اضاءة الوقت وانتهاك الخصوصية والجرائم ضد المستخدمين الى جانب:

1-2 قدره مواقع التواصل الاجتماعي على بث الافكار الهدامة والدعوات المنحرفة والتجمعات الفاسدة المفسدة.

2-2 عرض المواد الإباحية والفاضحة والخليعة.

3-2 التشهير والفضيحة والمضايقة والتحايل والابتزاز والتزوير وهي مشاكل أخلاقية تظهر بكثرة على شبكه التواصل الاجتماعي.

4-2 انتهاك الحقوق الخاصة والعامة عن طريقه انتحال الشخصيات الخاصة بالأفراد او الاعتبارية للمواقع والشركات.

5-2 العزلة الاجتماعية :حيث أن الجلوس لساعات طويله لقتل الوقت يجعل الانسان محتفياً بالتواصل الافتراضي حتى يكاد ينعدم تواصله الحقيقي مع أفراد العائلة وتحدث العزلة الاجتماعية.

¹ فؤاد نعوم، بن علي حنان، مرجع سبق ذكره، ص29.

2-6 ظهور لغة شبابيه جديده وهي مصطلحات لا يعرفها الا الشباب فقط ومن يتعامل معهم ويخالطهم و ما

إلى ذلك ،وإلى جانب ذلك لقد حول هذا الشباب اللغة العربية إلى أرقام ورموز لتسهيل التعامل بها.¹

ثانيا: الأنستغرام

1- نشأة وتطور موقع الانستغرام:

في مارس 2010 حصل خريج جامعة ستانفورد كيننسيستروم على تمويل أولي بمبلغ 500 ألف دولار من Baseline Ventures و Andreessen Horowitz بينما كان يعمل على تطبيق للتواصل الاجتماعي بالاعتماد على الموقع الجغرافي كما هو الحال في Foursquare لكن مع ميزة مشاركة الصورة وكان اسمه Burbn. وبعد إطلاق التطبيق لم يكتب له النجاح . واستخدمه فقط بعض الأشخاص من معارف وأصدقاء كينن و وصفه بأنه مجرد فكرة فاشلة، وفي يوليو 2010 قام كل من كينن ومايك كرينجر الذي درس أيضا في ستانفورد بالبدء بالعمل على تصميم تطبيق لمشاركة الصور أراد الاثنان صنع شيء وحيد جيد والتركيز عليه، ونظروا إلى مجال الصور فوجدوا أن مشاركة الصور على فيسبوك أو فليكر أو غيرها من المواقع عملية يصعب القيام بها عبر الهواتف المحمولة.²

وبعد أن استغرق الأمر فقط شهرين للعمل تم إطلاق أول نسخة للتطبيق الجديد، وفي أكتوبر 2010 اطلق الشريكان تطبيق انستغرام لمشاركة الصور بنسخة خاصة بهاتف ايفون وبدء 80 شخص فقط باستخدامه. وبعد 10 أيام من الإطلاق وصل عدد المستخدمين 10 آلاف .وفي ديسمبر 2010 أعلن انستغرام الدعم الكامل للصور و المشاركة على شبكة Foursquare وصل عدد المستخدمين إلى 1 مليون شخص. وفي ديسمبر عام 2010 حصل التطبيق على مليون مستخدم، وبعد سنة أي في عام 2011 حصل التطبيق على زيادة 500% من المستخدمين ليصل العدد إلى 5 ملايين مستخدم .وفي 12 ديسمبر 2014 أعلنت خدمة انستغرام للصور التابعة

¹ رنا سمير ابراهيم الحفني، مرجع سبق ذكره،ص183.

² ياسين دراع، استخدام الطلبة الجامعيين للانستغرام والاشباكات المحققة، ماستر في الإعلام، جامعة جيجل، 2022،ص44.

لشبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" أنها تجاوزت عتبة 300 مليون مستخدم ليتجاوز عدد مستخدمي التويتر وفي يوليو عام 2011 قام مستخدمو التطبيق برفع 100 مليون صورة، وفي شهر أغسطس من نفس العام وصل عدد الصور المرفوعة إلى 150 مليون صورة أي خلال شهر واحد. وفي ماي من عام 2012 تم الإعلان عما يلي:

- في كل ثانية، يتم إضافة 58 صورة جديدة.

- وفي الثانية الواحدة كذلك، تحصل الشبكة على مستخدم جديد.

- تخطى التطبيق حاجز المليار صورة مرفوعة منذ أن تم افتتاحه .

وقال كيفن أن اليوم الأول كان الأصعب حيث توقف الموقع عن العمل لعدة مرات يومية إلا أن حب الناس للتطبيق جعلهم يتسامحون .بينما قال كريجر :كان لدينا فكرة أساسية وهي أن الناس يريدون التواصل وتبادل الخبرات في العالم الحقيقي، من خلال لقطات من حياتهم .في وقت لاحق بدت فكرة الأنستغرام أكثر وضوحا وهي التواصل من خلال الصور، ولكن المنتجات يتم تحديدها من خلال سلسلة من القرارات والافتراضات، وفكرتها المتمثلة في أول تطبيق للصور مفتوح للعامة بشكل افتراضي اثبت بأنه وجد حلا لحاجة عند الناس كانوا يبحثون عنها منذ زمن.¹

2- خصائص الأنستغرام

- كان التطبيق يستخدم في بداية إطلاقه لمشاركة الصور فقط، إلا أنه في يونيو 2013 تم إضافة ميزة تصوير مقاطع فيديو ومشاركتها عبر التطبيق، من أجل منح المستخدمين المزيد من الخدمات والخيارات.

- يعتبر التطبيق من أفضل الوسائل التي تمنح للمستخدمين إمكانية التفاعل مع الأصدقاء من خلال نشر التعليقات على الصور ومقاطع الفيديو أو تسجيل الإعجاب بها والتعليق.

¹ ياسين دراع، مرجع سبق ذكره،ص44.

- يسمح الأنستغرام للمستخدمين الإشارة إلى الأصدقاء في الصور التي يتم مشاركتها، ما يزيد التفاعل بين المستخدمين.

- يتميز الأنستغرام بأنه يمنح للمستخدمين إمكانية رفع عدد لا نهائي من الصور.

- يعتمد تطبيق الأنستغرام بشكل أساسي على فكرة التتبع، حيث يقوم المستخدم بتتبع الأشخاص الذين يعجب بصورهم، وتصله تلقائياً كافة صورهم التي يقومون برفعها عبر التطبيق للاطلاع عليها.

- يعمل على كافة أنظمة تشغيل الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، فضلاً عن الحواسيب المكتبية.

- يسمح التطبيق للمستخدمين بمشاركة الصور عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك و تويتر.

- يتيح الأنستغرام للمستخدمين تعديل الصور حيث يحتوي على العديد من الفلاتر والأدوات التي تسمح بتعديل الصور وإضافة التأثيرات عليها، كما يحتوي التطبيق على أدوات لتعديل الفيديو .

- يحتوي تطبيق الأنستغرام على خيار يمكن المستخدم من حجب البومات معينة وجعلها خاصة لمن يرغب بإعطائه خاصية الاطلاع على الصور.

- يمنح التطبيق للمستخدمين إمكانية التبليغ عن التطبيقات المسيئة

- يمكن التطبيق من إرسال الصور عبر الرسائل الخاصة لأشخاص معينين.

- يتيح الأنستغرام خاصية الهاشتاق، ويمكن تخصيص الهاشتاق لكل مناسبة أو موضوع لنشر الصور فيها حيث يراها متابعو ومستخدمو الهاشتاق.

3- خطوات إنشاء حساب عبر الأنستغرام

3-1 الخطوة الأولى: يجب تحميل تطبيق الأنستغرام على الهاتف، وبمجرد تركيبه يجب الضغط على أيقونة البرنامج والتسجيل باستخدام البريد الإلكتروني الخاص أو حساب الفيس بوك، و يفضل استخدام نفس الاسم أو العلامة التجارية لحسابات الشبكات الاجتماعية الأخرى .

3-2 الخطوة الثانية: ضبط الإعدادات الخاصة، وقبل البدء بتحميل أي صورة أو فيديو يجب ملئ البيانات

الخاصة التي يطلبها البرنامج، مثل عنوان الموقع وصورة الملف الشخصي أو الشعار و وضع تعريف قصير .ويمكن ربط حساب الأنستغرام مع حسابات التواصل الاجتماعي الأخرى.

3-3 الخطوة الثالثة: البحث عن الصور التي تهم الأشخاص وتثير اهتمامهم والبدء بمتابعة الأشخاص¹.

4- إيجابيات وسلبيات الأنستغرام

4-1 الإيجابيات:

- سريع جدا يمكن المستخدم من التقاط الصورة وتحميلها تلقائيا على الأنستغرام ومواقع التواصل الاجتماعي الأخرى مثل الفيس بوك و التويتز .

- يحتوي على العديد من المؤثرات ويمكن اختيار إطار للصورة.

- يمكن الشخص من الاطلاع الدائم على آخر تحديثات وأخبار أصدقائه والإعلانات المهمة.

- وسيلة جيدة لتكوين صداقات جديدة والالتقاء بأصدقاء جدد.

¹ ياسين دراع، ياسين بوشاشي، استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الأنستغرام و الاشباعات المحققة، ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة جيجل، 2022، ص45.

- الإعلان عن المنتجات الخاصة إذا كان لدى الشخص بعض الأعمال أو المحلات التجارية حيث يمكنه من التقاط صورة من المنتجات الخاصة به ونشرها على الأنستغرام، كما يساعد في كسب المزيد من الزبائن.
- توجد تطبيقات للصور تمكن المستخدم من تحميل الصور مباشرة على الأنستغرام وتعديلها، ويمكن الاحتفاظ بها على الهاتف الخاص أو الاكتفاء بنشرها عبر الأنستغرام.

2-4 السلبيات:

- الخصوصية: فهناك الكثير من الأشخاص يمكنهم رؤية كل التفاصيل لكل الصور التي يتم تحميلها، وهو قد يكون مصدر لبداية الشائعات عبر رؤية الصور الغير جيدة.
- الامان والحماية : حيث إن حياة الشخص قد تكون في خطر، خصوصا لمن ينشر كل تفاصيل حياته و أماكن تواجده عبر الأنستغرام.

ثالثا- الهوية الثقافية

1- الهوية

1-1 خصائص الهوية:

- 1-1-1 الهوية دائمة التشكل والتغير خاصة مع الثقافة المهيمنة عالميا، والهوية كما ترتبط بالماضي، فهي ترتبط بالمستقبل، وستظل الهوية هي الملازم الأخير الذي تلجأ إليه الأمم والشعوب والجماعات في أوقات الأزمات.¹
- 2-1-1 ترتبط فكرة الهوية بإحكام شديد بفكرة الثقافة، والهويات يمكن أن تتشكل عبر الثقافات الرئيسية، والثقافات الفرعية التي ينتمي لها الأفراد أو التي يشاركون فيها.

¹ ميمونة مناصرية: هوية المجتمع المحلي في مواجهة من منظور أساتذة جامعة بسكرة، مذكرة دكتوراه منشورة، تخصص علم اجتماع التنمية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2012، ص 122.

1-1-3 تتكون هوية الفرد من عدة مستويات أهمها الوعي بالذات، والإحساس بالخصوصية والتزويد بالإرادة، فالقضية ليست كيف نلحق بالغرب فنصبح نسخة من غيرنا نحتكم إلى معاييرهم التي ليست بالضرورة صحيحة، بل القضية الحقيقية هي كيف نفهم ذاتنا، فمن عرف نفسه عرف طريقه، وعندئذ نكتسب الحقوق، ونجد حضورنا الحضاري على المستوى العالمي بروح التعاون والسلام، ولا نخضع لمعايير تصنع في الغرب أو توضع في الشرق.

1-1-4 أما الهوية الجماعية فهي تلك الصورة أو الشكل الذي تكونه مجموعة معينة عن نفسها، وهي في الأساس مسألة تطابق وتمائل واندماج مع الجماعة، تتم من قبل الأفراد المشاركين فيها، فهي ليست موجودة بذاتها" ولذاها"، وإنما توجد بالقدر الذي ينتسب به افراد معينون لها ويرسمونها ثم يندمجون فيها، وتكون هذه الهوية قوية أو ضعيفة بالقدر الذي تكون به قوية أو ضعيفة في وعي وشعور أفراد المجموعة.

1-1-5 تتعدد أنواع الهوية فيما بين الهوية الوطنية، والهوية الثقافية، والهوية السياسية، وتشير كلها إلى البعد الجماعي، في حين أن مصطلح الهوية فقط يشير إلى البعد الفردي.

1-1-6 الهوية لا تتعلق بالأفراد فحسب، ذلك أن لكل مجتمع هوية تتناسب مع تعريفها الاجتماعي، فهي استدرج واقصاء في أن واحد معاً، إنها تحدد المجموعة وتميزها عن المجموعات الأخرى .

1-1-7 أنها مكتسبة موروثية يصنعها تاريخ الأمة وثقافتها وما تمر به من تجارب وخبرات وهي المعبرة عن ذاتها الاجتماعية أو الرمز الذي يجتمع عليه كل أفرادها.¹

1-1-8 الهوية ليست مجرد انتساب إلى عرف أو دين أو ثقافة معينة حقا أن هذه العناصر جميعا(المنطلقات الثقافية- العقائد- الأديان- الرموز الثقافية- المعايير الجمعية .. الخ) تدخل في تشكيل الهوية لا تقتصر على واحد من هذه العناصر وحدها ولا تشكل نهايا منطلقا متحققا سلفا.

¹ ميمونة مناصرية: مرجع سبق ذكره، ص 122.

1-1-9 الهوية عملية تفاعل وتكامل حيث أنها تتشكل عبر تفاعل وتكامل مجموعة من الدقائق التي تتراكم عبر الزمن، وهذا التفاعل والتكامل بين المكونات، هو ما من شأنه خلق التوازن داخل الهوية، الأمر الذي يساهم في اتفاق العالم حولها سواء من طرف الجماعة، أو الأفراد المكونين لهذه الجماعة.¹

1-2 عناصر ومستويات الهوية

1-2-1 عناصر الهوية: الهوية لا تكتمل ولا تبرز خصوصيتها الحضارية ولا تغدو هوية ممتلئة قادرة في الأخذ والعطاء، إلا إذا تجسدت مرجعيتها في كيان شخص تتطابق فيه ثلاثة عناصر وهذا كما أكده "الجابري" وهذه العناصر هي:

- الوطن: بوصفه الأرض و الجغرافيا والتاريخ أصبحا كيانا واحدا.

- الأمة: بوصفها النسب الروحي الذي تنسجه الثقافة المشتركة.

- الدولة: بوصفها التجسد القانوني بوحدة الوطن والأمة.²

1-2-2 مستويات الهوية:

- الهوية الفردية :

أول باحث اهتم بالهوية الفردية في مجال العلوم الإنسانية هو الأخصائي في علم النفس الأمريكي "ايريكسون" وذلك في إطار البحث الذي أجراه حول الشباب المراهق حيث قام بتحليل مظاهر أزمة البحث عن الهوية الفردية أو الذاتية عند فئة العمر المتراوحة ما بين 03 و 31 سنة وذلك على ضوء الثقافة الأمريكية والذي نشر تحت عنوان "المراهق وأزمة البحث عن الهوية" وإذا تأملنا في مدلول الهوية الفردية أو الذاتية نجد أنه غالبا ما يستعمل

¹ ميمونة مناصرية:مرجع سبق ذكره،123.

² محمد حسين البرغثي: الثقافة العربية والعولمة، المؤسسة العربية للدراسات والنشر والتوزيع، ط 01، بيروت، 2007، ص 117.

هذا المصطلح للدلالة على الهوية الشخصية والتي تعني في الواقع شعور الفرد بفردانيته أي أنه هو نفسه وليس غيره ويبلغ هذا الشعور ذروته في مرحلة المراهقة.

- الهوية الاجتماعية :

هي إدماج وتموضع الفرد في محيطه الاجتماعي وتترجم عن طريق الانتماء وكذا المشاركة في الجماعة والمؤسسات الاجتماعية التي تبرز من خلال ممارسة الفرد لأدواره المحددة اجتماعيا؛ ويقول الجابري عنها: "والجماعات، داخل الأمة، هي كالأفراد داخل الجماعة، لكل منها ما يميزها داخل الهوية الثقافية المشتركة، ولكل منها "أنا" خاصة بها و"آخر" من خلاله وعبره تتعرف على نفسها بوصفها ليست إياه . وعليه فإن الهوية الاجتماعية تستمد من العضوية في الجماعة، فالعلاقات الجماعية متباينة وتقع بين حدين إحدهما الهوية الاجتماعية والآخر يكمن في الهوية الشخصية والتي تعكس مفهوم الذات والتميز عن الآخرين وتعد عضوية الجماعة عنصر هام وأساسي اجتماعيا في تكوين هوية الفرد الاجتماعية.¹

- الهوية الثقافية :

يمكن تعريف الهوية الثقافية والحضارية لأمة من الأمم بأنها " القدر الثابت والجوهري والمشارك من السمات والقسمات العامة التي تميز حضارة هذه الأمة عن غيرها من الحضارات والتي تجعل للشخصية الوطنية أو القومية طابعًا يتميز به عن الشخصيات الوطنية والقومية الأخرى " ، كما أنها " ذلك المركب المتجانس من الذكريات والتصورات والقيم والرموز و التعبيرات والإبداعات والتطلعات 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. وهناك من يرى " أن الهوية معناها في الأساس التفرد، والهوية الثقافية هي التفرد الثقافي، بكل ما يتضمنه معنى

¹ أسماء بن تركي: الهوية الثقافية بين قيم الأصالة والحداثة في ظل التغيرات السوسيوثقافية المجتمع الجزائري، مجلة العلوم الانسانية، عدد خاص بالملتقى الأول حول الهوية والمجالات الثقافية في المجتمع الجزائري، 2011، ص 634.

الثقافة من عادات وأنماط سلوك وقيم ونظرة إلى الكون والحياة " ويرى أن الهوية الثقافية هي كل ما يميز أمة عن أمة بكل ما تحمله من قيم وعادات وسلوكيات وتاريخ مشترك.¹

● والهوية الثقافية مستويات ثلاثة كما حددها الجابري: فردية، وجمعية، ووطنية قومية. والعلاقة بين هذه المستويات تتحدد أساساً بنوع "الآخر" الذي تواجهه، وعلى العموم، تتحرك الهوية الثقافية على ثلاثة دوائر متداخلة ذات مركز واحد: فالفرد داخل الجماعة الواحدة، والجماعات، داخل الأمة، والأمة الواحدة إزاء الأمم الأخرى. غير أن هذه الأخيرة أكثر تجريداً، وأوسع نطاقاً، وأكثر قابلية للتعدد والتنوع والاختلاف.²

فالعلاقة بين هذه المستويات الثلاثة ليست قارة ولا ثابتة، بل هي في مد وجزر دائمين، يتغير مدى كل منهما اتساعاً وضيقاً، حسب الظروف وأنواع الصراع والاصراع، والتضامن واللاتضامن، التي تحركها المصالح الفردية و الجمعية و الوطنية والقومية. وبعبارة أخرى إن العلاقة بين هذه المستويات الثلاثة تتحدد أساساً بنوع "الآخر"، بموقعه وطموحاته: فإن كان داخلياً، ويقع في دائرة الجماعة، فالهوية الفردية هي التي تفرض نفسها كـ "أنا"، وإن كان يقع في دائرة الأمة فالهوية الجمعية (القبلية، الطائفية، الحزبية الخ..) هي التي تحل محل "الأنا" الفردي. أما إن كان "الآخر" خارجياً، أي يقع خارج الأمة (الدولة والوطن) فإن الهوية الوطنية أو القومية هي التي تملأ مجال "الأنا".³

1-3 مصادر الهوية: يمكن تلخيص أهم مصادر الهوية فيما يلي :

1-3-1 الدين: يعد الدين في المجتمعات العربية من المصادر الهامة في بلورت الهوية فكثير من المجموعات تتحصن به لتجنب التغيرات المتسارعة في المجتمع والتي لا تستطيع هذه المجموعات مواكبتها والانخراط فيها .

¹ أسماء بن تركي، مرجع سبق ذكره، ص 634.

² محمد حسين البرغثي: الثقافة العربية والعولمة، المؤسسة العربية للدراسات والنشر والتوزيع، ط 01، بيروت، 2007، ص 119.

³ مرجع سابق، ص 119.

1-3-2 الطبقة: يتشكل المستوى الثقافي والاقتصادي والاجتماعي محدد رئيسيا لتشكيل هوية طبقية في المجتمع .

1-3-3 العرق: وهذا يعتمد على طريقة التوظيف السياسي والتعبئة للمجموعات عبر اعطائهم احساس بالانتماء و التاريخ، كما يبرز العرق كمحدد حتى و ان حاولت بعض القوانين تجاهله .

1-3-4 العمر والجنس : نظرا للاختلافات السيكولوجية لمختلف الفئات العمرية والجنسية يبرز العمر والجنس كمحددين لمجموعات عمرية أو جنسية متميزة من حيث الحقوق والواجبات والاتجاهات .

1-3-5 اللغة(اللهجة): تعد اللغة بالإضافة إلى دورها المهم كأداة للتخاطب ونقل المعرفة عنصر تميز مهم في المجتمع، فحين توجد عدة لغات محلية تجعل الجماعات التي تمارسها تصارع لفرض وجودها ككيان متميز عن بقية المجموعات.¹

1-3-6 الثقافة: بالإضافة إلى الدين واللغة والطبقة، تعد الثقافة الجزء المكتسب في بنية الهوية، والأكثر ديناميكية، نتيجة العضوية في المجتمع، وتعتبر درجة انتقاء الفرد من الموروث الثقافي بواسطة العمليات الاجتماعية والتربوية، محددًا أساسيًا للهوية.²

1-4-4 وظائف الهوية :

تتمثل أهم وظائف الهوية فيما يلي :

1-4-4-1 ضمان الاستمرارية التاريخية للأمة، إذ لا يمكن التشكيك في انتماءاتها.

1-4-4-2 تحقيق درجة عالية من التجانس والانسجام بين السكان في مختلف جهات الوطن الواحد.

¹ سليمة فيلاي، بنية الهوية الجزائرية في ظل العولمة، دكتوراه في علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة بسكرة، 2014، ص29.

² نفس المرجع ص30.

1-4-3 ضمان الاستمرارية لتاريخ الأمة، ويزداد الشعور بالأمة والهوية والانتماء عادة في ظروف الاحتلال والحظر الخارجي ومختلف الأزمات التي تعصف بالأمم.

1-4-4 تمثل الهوية الشخصية الوطنية التي تحافظ على صورة الأمة أمام الأمم الأخرى وذلك من خلال الحفاظ على الكيان المميز لتلك الأمة.

1-4-5 تمثل الهوية الجنسية والشخصية الوطنية التي تحافظ على صورة الأمة أمام الأمم الأخرى وذلك من خلال الحفاظ على الكيان المميز لتلك الأمة.

1-4-6 تحقق درجة عالية من التجانس والانسجام بين السكان في مختلف جهات الوطن الواحد، كما أنها تضمن الاستمرارية التاريخية للأمة إذ لا يمكن التشكيك في انتماءها.¹

2- الثقافة:

2-1 خصائص الثقافة:

2-1-1 الثقافة نتاج اجتماعي إنساني: حيث لا وجود للثقافة دون مجتمع إنساني، فالثقافة تنشأ عن الحياة الاجتماعية فهي من اختراع و اكتشاف الإنسان، والثقافة تشمل جميع نواحي التراث الاجتماعي البشري أو كل ما يميز الحياة الاجتماعية عند الإنسان.

2-1-2 الثقافة مكتسبة: إن الثقافة ليست غريزية ولا فطرية كما أنها لا تنتقل بيولوجيا ولكنها تتكون من العادات التي يكتسبها الفرد خلال خبرة حياته بعد الميلاد.

¹ أسماء بن تركي، الهوية الثقافية بين قيم الأصالة والحداثة في ظل التغيرات السوسيوثقافية للمجتمع الجزائري، مجلة العلوم الانسانية، عدد خاص بالملتقى الأول حول الهوية والمجالات الثقافية في المجتمع الجزائري، 2011، ص 634.

2-1-3 الثقافة انتقالية وتراكمية: تنتقل الثقافة من جيل إلى جيل على شكل عادات وتقاليد ونظم وأفكار

ومعارف يتوارثها الخلف عن السلف عن طريق الرموز اللغوية كما أنها تراكمية فالإنسان يستطيع أن يبني على أساس منجزات الجيل السابق أو الأجيال السابقة فهو ليس بحاجة إلى أن يبدأ من جديد في كل جيل.

2-1-4 الثقافة مثالية: أي العادات الاجتماعية التي تكون الثقافة تمثل النماذج المثالية ينبغي على أعضاء الجماعة

أو المجتمع أن يمثلوها و يتكيفوا معها.

2-1-5 الثقافة تكيفية: إن الثقافة تتغير وتتميز بعملية التغير الثقافي بأنها عملية تكيفية وتميل الثقافات خلال

فترات زمنية معينة إلى التكيف مع البيئة الجغرافية، فالناس ينبغي أن يكونوا قادرين على أن يأكلوا ويلبسوا ويسكنوا وذلك بالتكيف مع ما حولهم من ظروف بيئية.¹

2-1-6 الثقافة إشباعية: تشبع الثقافة دائما، وبالضرورة الحاجات البيولوجية الأولية وكذلك الحاجات الثانوية

المشتقة منها ويمكن أن نطلق عليها الحاجات الاجتماعية الثقافية.

2-1-7 الثقافة انتقائية: إن انتقال الثقافة لا يتم بآلية وحتمية بل يتم غالبا عن وعي وإدراك هو انتقائي بمعنى أن

الجيل الذي يتلقى عناصر ثقافية ينتقي منها البعض ويستبعد البعض الآخر.

2-1-8 الثقافة متغيرة: فالثقافة خاضعة لقانون التغير الذي تخضع له جميع مظاهر الكون والتغير الثقافي يحدث في

العناصر المادية في المباني والأثاث والملابس وغيرها، والعناصر المعنوية مثل العادات والأفكار.²

¹ إبراهيم السعيد مبروك، المكتبة المدرسية و تحديات العولمة الثقافية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، مصر، 2009، ص135.

² نفس المرجع، ص66.

2-2 مستويات الثقافة :

يمكن النظر إلى الثقافة على أنها نظام كلي ينقسم إلى أنظمة فرعية يطلق عليها المستوى الأول للثقافة، وتنقسم هذه الأنظمة الفرعية إلى أنظمة فرعية أخرى يطلق عليها المستوى الثاني للثقافة، وتنقسم هذه بدورها إلى أنظمة فرعية أخرى يطلق عليها المستوى الثالث للثقافة وهكذا .

وترى (دلال ملحس استيتية) أن عملية انقسام النظام الكلي للثقافة إلى نظم فرعية (مستويات) صغيرة مستمرة كلما أمكن ذلك، ومعنى آخر فهناك ثقافة أم وثقافات متفرعة عنها.

ولنأخذ الثقافة العربية على سبيل المثال التي هي ثقافة فرعية من الثقافة الشرقية ويمكن النظر إليها على أساس أنها ثقافة كلية إذا ما أخذت منفصلة عن الثقافات الشرقية الأخرى، وتنقسم الثقافة العربية إلى ثقافة أردنية وثقافة مصرية، ثقافة الفلسطينية، وثقافة سورية، وثقافة لبنانية، وثقافة جزائرية..... الخ. وعلى هذا الأساس يمكن تحديد ثقافات فرعية في كل مجتمع وفقاً لمتغيرات عديدة كالعمر أو المستوى التعليمي أو المهني أو الانتماء الطبقي أو الديني أو غيرها، وبذلك تعد الثقافة الفرعية قطاع متميز من المجتمع لها جزء ومستوى ما للمجتمع من خصائص بالإضافة إلى انفرادها بخصائص أخرى.¹

3- الهوية الثقافية

1-3 خصوصية الهوية الثقافية:

يتميز كل مجتمع بشخصية ثقافية تتمثل في مجموع الأساليب التي يمارس بها إنسانيته وتشمل العادات والمعتقدات والفلسفة والتراث والانتاج الفني الفكري وفيها يجد الفرد هويته الثقافية الخاصة به، فهي الرمز أو

¹ هالة بوفنار و ابتسام طريفية، الفايبيوك وتأثيره على الهوية الثقافية للطالب الجامعي، ماستر في علوم الإعلام و الإتصال، جامعة جيجل، 2019، ص64.

القاسم المشترك، أو النمط الراسخ الذي يميز فردا أو مجموعة من الأفراد أو شعبا من الشعوب عن غيره.¹ فهي ليست تراثا جامدا بل هي ديناميكية داخلية وعملية إبداع مستمر للمجتمع بموارده التراثية تغذيها التنوعات القائمة بصورة واعية ومقصودة وتقبل الاسهامات الآتية من الخارج بإستيعابها وتحويلها عند الاقتضاء، كما حددتها منظمة اليونيسكو في الأسئلة التي تحدد خصوصية الهوية الثقافية في كل مجتمع و هي:

3-1-1 سؤال الهوية: حيث يسعى الفرد إلى تعريف ذاته وانتماءاته على أساس القطر واللغة والديانة.

3-1-2 سؤال التراث: يتضمن التساؤل عن أبرز الرموز التاريخية التي يعتز ويتمسك بها الأفراد لأنها تعبر عن أحد مكونات هويتهم.

3-1-3 سؤال الواقع: وهو تساؤل الأمم عن واقعها المعيشي وعن مدى تخلقها أو تقدمها عن بقية الأمم ومعيار ذلك التقدم أو التخلف.

3-1-4 سؤال الفرضية البديلة: يتعلق الأمر هنا بالخيارات المطروحة ومدى التعارف بينها وهو يطرح قضية البدائل المنافسة.

3-1-5 سؤال المستقبل: ويتعلق بتأثير هذا الاستيراد الثقافي من الآخر على الهوية، وهذا السؤال يطرح كرد فعل لكافة الأسئلة

السابقة وكيفية تأثيرها على سؤال الهوية. فهي حوارات وتفاعلات لا تنتهي لتصبح الثقافة الانسانية بوتقة تصهر كافة الثقافات في تفاعل حضاري مستمر فأثر ذلك على البنيان المجتمعي والبناء القيمي.²

¹ نور الهدى عبادة، الهوية الثقافية الجزائرية والعولمة الإعلامية، مجلة الاتصال والصحافة، العدد09، جامعة الجزائر03، ص37.

² نفس المرجع، ص38.

3-2 أسس الهوية الثقافية:

تستمد الهوية الثقافية مقوماتها من عناصر راسخة شكلتها ثوابت جغرافية تعكس هذا الامتداد الجغرافي دون عوائق طبيعية ومتغيرات تاريخية يتيح الرجوع إليها فهما أعمق للمستقبل وتطلعات نحو المستقبل، تكاد تكون قاسما مشتركا بين أبناء أمة واحدة ، وتراثاً مركبا، قاعدته الراسخة قوة الاعتقاد ووسطية في السلوك ، تترجم معاني التسامح رغم التباين في الأعراق والأنساب والمعتقدات، ولغة عربية هي بوتقة الانصهار الفكري والوجداني لأمة عربية واحدة. ومن بين أهم أسس الهوية الثقافية:

3-2-1 الدين: فالدين أو التدين سمة متأصلة في النفس الإنسانية فمن الثابت تاريخيا أن فكرة التدين لم تفارق البشرية، ولم تخلو منها أمة من الأمم القديمة والحديثة، لأنها نزعة أصلية ملازمة للناس جميعا فالدين هو أحد الثوابت الثقافية الاجتماعية التي لم تتغير ولم تندثر وبقيت صامدة في ظل التقلبات الفكرية والأيدولوجية والتطورات العلمية والصناعية وهو عنصر بارز من العناصر المغذية للثقافة والمشكلة لعقل الانسان ووجدانه ونفسيته وهويته وشخصيته.

3-2-2 اللغة: يمكن اعتبار اللغة من أهم مقومات الهوية الثقافية للأسباب التالية:

* اللغة هي أداة للتعبير عن فكر الجماعة وأخلاقها.

* اللغة من أهم وسائل تحقيق الوحدة والتماسك، فضلا عن الانسجام الاجتماعي بين أبناء الجماعة.¹

* اللغة من خلالها يتم التواصل بين الأجيال، والحفاظ على التراث الثقافي للجماعة.

* اللغة تمثل روح الشعب وهي مخزن لكل ما للشعب من ذخائر الفكر والتقاليد والفلسفة والدين.

* إن قلب الشعب ينبض في لغته، وروحه تكمن في لغته.

¹ حنان مالكي، الهوية الثقافية الجزائرية في زمن العولمة الثقافية التحديات وسبل المواجهة، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد12، العدد1، أفريل2021،ص1201.

ومن المؤكد أن إتقان اللغة يساعد علي الانسجام والتناغم بين أفراد المجتمع، بل والاعتزاز بهويتهم، لأن أبناء اللغة الواحدة يشكلون قوالب فكرية وثقافية مشتركة، لذا فاللغة والثقافة تسهم مساهمة فعالة في الحفاظ على الهوية الثقافية لهذا المجتمع.

3-2-3 التاريخ: لا يمكن لأية أمة أن تشعر بوجودها بين الأمم إلا عن طريق تاريخها، الذي يمثل أحد قسّمات هويتها، فالتاريخ هو السجل الثابت لماضي الأمة وديوان مفاخرها وذكرياته، وهو آمالها وأمانيتها، بل هو الذي يميز الجماعات البشرية بعضها عن بعض، فكل الذين يشتركون في ماض واحد يعتزون ويفخرون بماآثره يكونون أبناء أمة واحدة، فالتاريخ المشترك عنصر مهم من عناصر المحافظة علي الهوية الثقافية. يعد التاريخ حاضنة قوية لمجمل عناصر الهوية، ففيه نعتز على جميع الحلقات المرتبطة بشخصية الأمة وهويتها، و بهذا فليس التاريخ مجرد وقائع تروى وأحداث تسرد، ولكنه في حقيقته وجوهره سريان الماضي في الحاضر بما يعنيه هذا السريان من الوعي بالإطار الثقافي لهذا التاريخ والذي يبلور، ويكرس بأن الانتماء العقدي والفكري للأمة، فالتاريخ مقوما من أبرز مقومات الهوية الثقافية للأمم والشعوب وهذا ما يؤكده أليكس مكشيللي بقوله: " يشكل تاريخ الجماعة منطلقا لتجديد هويتها، إذ تتجذر هوية الجماعة في تاريخه."¹

3-3 العلاقة بين الثقافة والهوية:

إن العلاقة بين الثقافة والهوية أكيدة وقوية، وهي علاقة تكاملية تبنى على أساس التأثير والتأثر، بحيث لا يمكن الجزم بأن الثقافة هي منتج محظ للهوية كما لا يمكن اعتبار الهوية بأنها منتج مطلق للثقافة ولكن لكل واحد منهما دور تأثيري في الآخر بمقادير متفاوتة بالإضافة إلى أنه ثمة علاقة وثيقة بين الهوية والثقافة، بحيث يتعدر الفصل بينهما، وإذ أن ما من هوية إلا وتختزل ثقافة، وقد تتعدد الثقافات في الهوية الواحدة كما أنه قد تتنوع الهويات في الثقافة الواحدة، وذلك ما يعبر عنه بالتنوع في إطار الوحدة، قد تنتمي هوية شعب من الشعوب إلى

¹ حنان مالكي، مرجع سبق ذكره، ص1202.

ثقافات متعددة، تمتاز عناصرها و تتلاقح فتتبلور في هوية واحدة، وعلى سبيل المثال، فإن الهوية الإسلامية تتشكل من ثقافات الشعوب والأمم التي دخلها الإسلام سواء اعتنقته أو بقيت على عقائدها التي كانت تؤمن بها، فهي جماع هويات الأمم والشعوب التي انطوت تحت لواء الحضارة العربية الإسلامية، وهي بذلك هوية إنسانية، متفتحة، وغير منغلقة. والعلاقة بين الهوية والثقافة تعني علاقة الذات بالإنتاج الثقافي، ولاشك أن أي إنتاج ثقافي لا يتم في غياب ذات مفكرة، دون الخوض في الجدال الذي يذهب إلى أسبقية الذات على موضوع الاتجاه العقلاني المثالي، أو الذي يجعل الموضوع أسبق من الذات، وإن كل ما في الذهن هو نتيجة ما تحمله الحواس وتخطه في ذهن الإنسان، كما يذهب لوك و الاتجاه التجريبي بشكل عام.¹

3-4 التفاعل في مواقع التواصل الاجتماعي والهوية :

لا شك في أن المجتمعات الافتراضية أحرزت نجاحا هائلا على الانترنت، حققت من خلاله إشباعا للحاجة الاجتماعية في التعارف و الاتصال و إشباع الاهتمامات المختلفة للمشاركين المتنوعين، من شتى أنواع البشر في ثقافتهم و أجناسهم و أعمارهم و اهتماماتهم... الخ، و نظرة سريعة يمكننا معرفة مدى اتساع رقعة استخدام تقنيات على الخط، التي تظهر بواسطتها المجتمعات الافتراضية ، و تمثلها بمختلف خصائصها على الانترنت، و من نتائج هذه الثورة الصامتة التي أربكت المنظومة التقليدية وأدخلت الفرع على قيمتها، أن الشاب العربي المعاصر فقد الثوابت الثقافية التي يبني عليها بواسطتها هويته، ذلك أن الهوية تحتاج إلى مراجع ثقافية و قيمية واضحة و ثابتة، يعتمدها الفرد لبناء شخصيته إضافة إلى أنها تساعد و تؤدي إلى صياغة ثقافة عالمية لها قيمتها و معاييرها هي ثقافة السوق و تجاوز الثقافة النخبوية، و الخصوصية و قطع صلة الأجيال الجديدة بماضيها و تراثها و تدمير الحضارات.²

¹ عيسى حميدي، أثر استخدام التكنولوجيا الحديثة على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين، ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة، 2020، ص46.

² منى بوازدي، مداخلة بعنوان، مواقع التواصل الاجتماعي و البنية الهوياتية للأفراد " موقع الفايبروك نموذجا "، ملتقى وطني حول مسألة الهوية الثقافية في المجتمع الجزائري بين الواقع و التحديات، جامعة سوق أهراس، الجزائر .

● خلاصة:

هكذا قمنا في هذا الفصل بمحاولة الامام بأهم العناصر التي تسهم في إعطاء لمحة عن جوانب وتفاصيل لها علاقة بمتغيرات الدراسة وهذا لا بد منه في اي بحث علمي لاكتمال كافة اركانه، لنمر بعد ذلك الى الفصل الأهم الذي يليه ألا وهو الاطار المنهجي للدراسة.

الفصل الثالث

محتوى الفصل الثالث:

تمهيد

أولاً: منهج الدراسة:

ثانياً: مجتمع الدراسة

ثالثاً: عينة الدراسة

رابعاً: أدوات الدراسة

خامساً: مجالات الدراسة

خلاصة

● تمهيد

ان أي بحث علمي لصحة خطواته لا بد ان ينطلق من تحديد نوع الدراسة، منهج الدراسة، مجتمع الدراسة، العينة، وأدوات الدراسة ، و هذا من اجل جمع المعلومات و البيانات ، و تحليلها و تفسيرها ، بهدف الوصول إلى نتائج علمية تقترب بدرجة كبيرة من الموضوعية، و لاشك أن على الباحث إتباع طريقة معينة و محددة للوصول إلى إجابة موضوعية عن التساؤلات التي انطلق منها منذ بداية هذه الدراسة. و من هذا المنطلق فإننا نحاول في هذا الفصل تناول الطرح المنهجي و الذي يعتبر الأساس في تصميم البحوث العلمية.

أولاً: منهج الدراسة:

1- **المنهج:** هو طريقة البحث التي يعتمد عليها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المكتبية أو الحقلية وتصنيفها وتحليلها وتنظيمها.

- ويعرف المنهج أيضا بأنه مجموعة مبادئ وقواعد و مراحل منظمة بطريقة منطقية تمكن الباحث من بلوغ نتائج من خلالها يمكن معرفة كيفية حدوث هذه الظاهرة، ووصف ملاحظاتها والعلاقة بين متغيراتها.¹

- كما يعرف المنهج بأنه " مجموعة من الإجراءات و الطرق الدقيقة المتبناة من اجل الوصول إلى النتيجة."²

و دراستنا هذه التي تندرج تحت عنوان: "تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على الهوية الثقافية لدى الشباب

الجامعي"، فإننا وفي هذا الصدد نحاول عن طريق جمع المعلومات والبيانات وترتيب وعرض وتحليل وتفسير وتركيب

¹ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2005، ص 282.

² منى بوازنية، فعالية الاتصال و بناء سمعة المؤسسة الجامعية الجزائرية، دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة سوق أهراس، 2020، ص17.

المعطيات النظرية والميدانية مما يتيح لنا تقديم صورة واضحة عن الظاهرة المدروسة والوصول إلى استنتاجات قيمة، ومنه فالمنهج الملائم لهذه الدراسة هو المنهج الوصفي.

2- المنهج الوصفي: المنهج الوصفي أحد أبرز المناهج المهمة المستخدمة في الدراسات العلمية ، ومناهج البحث العلمي بوجه عام تساهم في التعرف على ظاهرة الدراسة، ووضعها في إطارها الصحيح، وتفسير جميع الظروف المحيطة بها، ويعد ذلك بداية الوصول إلى النتائج الدراسية التي تتعلق بالبحث، وبلورة الحلول التي تتمثل في التوصيات والمقترحات التي يسوقها الباحث لإنهاء الجدل الذي يتضمنه متن البحث، واستخدام منهج معين في البحث يتطلب وقتاً وجهداً كبيرين في سبيل الوصول إلى جميع المعلومات والبيانات التي تتعلق بظاهرة البحث.¹

1-2 تعريف المنهج الوصفي: فكلمة "منهج" تعني الطريقة أو الأسلوب، وكلمة "الوصفي" يقصد بها الصفات أو السمات التي تميز شخصاً أو شيئاً محدداً. و هو طريقة لدراسة الظواهر أو المشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية، و من ثم الوصول إلى تفسيرات منطقية لها دلائل وبراهين تمنح الباحث القدرة على وضع أطر محددة للمشكلة، ويتم استخدام ذلك في تحديد نتائج البحث".²

كذلك يعتبر "جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموع الظواهر موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث، ولفترة زمنية كافية للدراسة".

و يعتبر المنهج الوصفي أحد المناهج الأساسية للدراسات الوصفية، ويقوم على جمع المعلومات و البيانات عن الظاهرة المدروسة، قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها.³

¹ سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث العلمي، دار الكتاب الجامعي، لبنان، ط1، 2017، ص163.

² محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، ط 1، مصر، 1993، ص 122.

³ خلاف بومخيلة، جمهور الطلبة الجزائريين و وسائل الإعلام المكتوبة، ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة منتوري بقسنطينة، 2007، ص18.

2-2 مميزات المنهج الوصفي:

- يتميز المنهج الوصفي بطريقته الواقعية في التعامل مع مشكلة البحث، نظرًا لوجود الباحث في قلب الميدان أو المكان المتعلق بالدراسة.
- يعد ذلك المنهج مناسبًا لموضوعات البحث العلمي التي تدور حول الظواهر أو المشكلات الاجتماعية والإنسانية، ومن ثم الحصول على الوصف الكيفي الذي يتمثل في سلوك خارجي للظواهر، والوصف الكمي الذي يتمثل في الوصول إلى أرقام تتعلق بالمشكلة أو الظاهرة، أو أرقام لها دلالة في علاقة الظاهرة بالظواهر المحيطة.
- يجد المنهج الوصفي من تدخلات الباحثين؛ لذا تظهر النتائج بصورة موضوعية؛ نظرًا لاشتقاقها بطريقة دقيقة، فعلى سبيل المثال لا يقف المنهج الوصفي على بعض الأسئلة التي تقبل تأويلات مختلفة، مثل: هل من الممكن قول...؟، فهو يهتم بما هو موجود وواضح للعيان.
- يساعد المنهج الوصفي في إجراء المقارنات بين طبيعة الظاهرة في أكثر من مكان، فعلى سبيل المثال في حالة دراسة مشكلة الطلاق يمكن مقارنة الظاهرة في أكثر من دولة.
- يساهم المنهج الوصفي في اتخاذ القرارات الصحيحة المتعلقة بالدراسة من خلال تقديم الإيضاحات والشروح الخاصة بها.
- يمكن عن طريق المنهج الوصفي أن تتم صياغة الآراء والخبرات لوضع الخطط والتصورات المستقبلية لمواجهة بعض الظواهر الخطيرة.¹

¹ سعد سلمان المشهداني، مرجع سبق ذكره، ص164.

وتماشيا مع اهداف و طبيعة الدراسة فقد اعتمدنا على تطبيق اسلوب المنهج الوصفي، من خلال محاولة التعرف على العلاقة بين الانستغرام و الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري، و تأثر هذه الاخيرة بهذه المواقع.

ثانيا: - مجتمع الدراسة

يعرف مجتمع الدراسة على أنه جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث، ويمكن القول أننا لا ندرس عينات، وإنما ندرس مجتمعات، وما العينة التي نختارها إلا وسيلة لدراسة المجتمع ككل، ولذلك فإن الخطوة الأولى في اختيار العينة هي تحديد مجتمع الدراسة.¹ و منه فإن المجتمع الكلي للدراسة في موضوعنا هذا هو مستخدمي موقع التواصل الإجتماعي الأنستغرام من طلبة جامعة الوادي، و نظرا لكبر حجم مجتمع البحث وضيق الوقت، فإنه يعتبر اختيار العينة جزءا أساسيا ومهما جدا في البحث العلمي، و هذا نظرا لصعوبة الوصول إلى كل أفراد مجتمع الدراسة (بسبب الكلفة الباهظة والوقت)، يجب علينا أن نختار عينة أو مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة لتساعدنا على فهم أنماط وديناميكية المجتمع المدروس.

ثالثا: - عينة الدراسة:

1- مفهوم العينة: - يعرفها محمد عبد الحميد على أنها عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها منهجيا. فيلجأ الباحث إلى دراسة أو اختيار عينة من المجتمع الأصلي للبحث، بشرط أن تمثل جميع المفردات أو العناصر المكونة للمجتمع الأصلي تمثيلا صادقا وعادلا، وهذا يستلزم من الباحث أن يختار العينة على أساس تكافئ فرص الاختيار لمفردات المجتمع الأصلي للبحث جميعا.²

¹ ماجد ريماء، منهجية البحث العلمي، مؤسسة فريدريش إيبيرت، بيروت، 2016، ص29.

² نفس المرجع، ص30.

2- نوع العينة: بما أن دراستنا تقتصر على مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الأنستغرام من طلبة جامعة الوادي دون غيرهم، فقد اخترنا العينة القصدية الغير عشوائية أو العمدية الغير عشوائية وهي " التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا بانتقاء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا، وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها. و تعرف أيضا بأنها": اختيار مفردات العينة بطريقة عمدية، طبقا لما يراه الباحث مناسبة من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث.¹

و بناءا عليه فان عينة دراستنا هم طلبة من جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، و هذا بعد قيامنا بزيارات استطلاعية ميدانية لمحل الدراسة تم تحديد العينة بأكثر دقة بالملاحظة والمعينة، فتبين لنا بانهم أكثر استخداما لموقع التواصل الاجتماعي الانستغرام على غرار باقي وسائط التواصل الإجتماعي، و كذلك ايضا لاعتبارات موضوعية مرتبطة بضيق الوقت و اتساع جمهور المجتمع الكلي للدراسة، و لهذا فانه تم إختيار 100 فرد يمثلون حجم عينة الدراسة .

رابعاً: - أدوات الدراسة

1- الملاحظة: و هي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب، في إطارها المتميز و وفق ظروفها الطبيعية، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات تفاعلات المبحوثين فإن الملاحظة تعتبر من بين أكثر الأدوات استخداما في دراسات الاتصال، لما توفره من ميزة جمع عدد كبير من البيانات والمعلومات. وحسب "Frey" هي عبارة عن قيام الباحث بالانتباه والتدقيق تجاه ظاهرة أو حادثة معينة، والهدف منها التقصي و التحري وسبر الآراء، وَمِنْ ثَمَّ التوصل للعلاقات الموجودة بين

¹ منال هلال المزاهرة ، بحوث الاعلام ،الاسس والمبادئ ، دار كنوز المعرفة، ط 01، عمان، 2010،ص 276.

المتغيرات، وتحديد النتائج.¹ كما أنها عبارة عن المشاهدة الدقيقة لظاهرة من الظواهر أو لمجموعة منها بالاستعانة بالأدوات و الأجهزة و الأساليب التي تتفق مع طبيعة هذه الظواهر ، فهي ملاحظة منهجية يقوم بها الباحث بدقة مستهدفا الكشف عن تفاصيل الظاهرة و العلاقات الخفية أو الظاهرة التي يحتمل أن توجد بين عناصرها أو بينها و بين الظواهر الأخرى.²

فبحكم احتكاكنا بزملائنا الطلبة بذات الكلية وتواجدنا مع بعض طيلة مشوارنا الدراسي و من خلال نزولنا للميدان اثناء المقابلات الميدانية الخاصة بهذه الدراسة في مرحلة تجريب الإستمارة على بعض المبحوثين، لاحظنا ان أغلب زملائنا وهم افراد من هذه العينة يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام ويتفاعلون مع مضامينه.

2- الاستمارة أو الاستبيان:

1-1 مفهومها: هي عبارة عن مجموعة أسئلة تدور حول موضوع معين تقدم لعينة من الأفراد للإجابة عنها، وتعد هذه الأسئلة في شكل واضح بحيث لا تحتاج إلى شرح إضافي وتجمع معا في شكل استمارة.

- و يعرف الاستبيان على أنه مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد، تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها. وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق.³

فالاستمارة تعتبر أحد الأدوات التي يعتمد عليها في البحوث والتي تمكنا من استنطاق المبحوثين من أجل الحصول على إجاباتهم عن الموضوع، والتي نتوقع أن تكون مفيدة لبحثنا وتساعدنا في استخلاص نتائج قيمة.

¹ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر والطباعة والتوزيع، ط2، عمان، 1999، ص84.

² منى بوازديّة، فعالية الاتصال و بناء سمعة المؤسسة الجامعية الجزائرية، دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة سوق أهراس، 2020، ص27.

³ محمد عبد الحميد ، مناهج البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، ط 1 ، عالم الكتب، القاهرة ، 2000 ، ص 35.

1-2 إستخدامها في الدراسة: تم استخدام الاستبيان في بحثنا هذا كأداة رئيسية لجمع البيانات بالإضافة الى الملاحظة المباشرة، و قد تم صياغة الاستبيان انطلاقا من مشكلة الدراسة وأهدافها و تساؤلاتها الفرعية. ومن ثم تم توزيع محتوى هذه الاستمارة الكترونيا على افراد عينة الدراسة و المقدر عددهم بـ 100 فردا. و قد تضمنت هذه الإستمارة 28 سؤالاً بما فيهم فروع مضمنة في بعض الأسئلة، ليتم تقسيم اسئلة هذا الاستبيان الى 4 محاور كالآتي:

المحور الاول: خاص بالبيانات العامة والشخصية للمبحوثين.

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي-الانستغرام- لدى الشباب الجامعي.

المحور الثالث: دوافع وحاجات استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي الانستغرام.

المحور الرابع: عناصر الهوية الثقافية التي مسها التغيير جراء استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي الانستغرام.

و للتحقق من صدق الاستمارة عرضت في صورتها الاولية للتحكيم من طرف عدد من أساتذة قسم الإعلام و الاتصال بجامعة الوادي، نذكر منهم الأستاذة الفاضلة دليلة صالحى والأستاذ الفاضل محمد الأمين بوزن، و ذلك بهدف افادتنا ببعض الملاحظات حول صحة طرح اسئلة هذا الاستبيان حسب المحاور المطروحة فيه، و في مرحلة التحكيم تم اضافة بعض الاسئلة و تعديل أسئلة أخرى وفق اساتذة التحكيم نذكر منها : اضافة السؤال الأخير في المحور الرابع. وكذلك فتح بعض الأسئلة كانت في البداية اسئلة مغلقة غيرت من طرف أحد أساتذة التحكيم الى أسئلة مفتوحة بإضافة خيار آخر، وهذا لترك المجال للمبحوث بإعطاء خيارات أخرى للإجابة، وهي الأسئلة 16،20 من الإستمارة، و أضاف أحد الأساتذة لبعض الأسئلة خيار نوعا ما وهي الأسئلة 17،18،19.

خاسا:- مجالات الدراسة

1- **المجال الزمني:** كانت البداية اوائل شهر نوفمبر لما وقع إختيارنا على هذا الموضوع بمساعدة الأستاذة

الفاضلة التي تقوم على متابعة مراحل هذه الدراسة والإشراف عليها، ومن ثم إنطلقنا في البحث عن

المصادر والمراجع المتاحة لإتمام الجانب النظري والذي سطر نهايته خلال منتصف شهر مارس حسب

خطة العمل لننتقل بعد ذلك في الجانب التطبيقي بعد بناء الإستمارة وتمريها على المحكمين ثم توزيعها

على المبحوثين ومن ثم استرجاعها وتحليلها ودراستها والخروج بأهم النتائج وهذا في أواخر شهر ماي.

2- **المجال البشري:** هذه الدراسة إختارنا لها العينة القصدية الغير العشوائية والمتمثلة في طلبة من مستخدمي

موقع التواصل الإجتماعي الأنستغرام من مجموع طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، والمقدر عددهم

ب100 طالب وطالبة.

3- **المجال المكاني:** هذه الدراسة تمت على مستوى جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، هذه الجامعة التي

تقع على مستوى إقليم بلدية الوادي عاصمة الولاية. افتتحت ابوابها للتدريس في بداية تسعينيات القرن

الماضي كملحقة للمعهد الوطني للتجارة سنة 1995، والتي تعتبر أول نواة جامعية بولاية الوادي كان

مقرها بثانوية تكسبت والتي ظلت لموسمين حتى تم تحويلها إلى مركز الشهداء سنة 1998 والتي درس بها

طلبة شعبة العلوم التجارية بتخصصين، ثم استفادت من فتح فرع العلوم القانونية والإدارية في الموسم

99/98 وفرع الأدب العربي في الموسم 2000/99 والتابعتين لجامعة بسكرة ليتشكل الملحق الجامعي

بالوادي. وفي 16 اوت 2006 تحول هذا الملحق الى مركز جامعي بحي الشط بالوادي يضم خمسة معاهد

وهي معهد العلوم القانونية و الإدارية و معهد الآداب واللغات و معهد العلوم الاقتصادية ،التجارية

وعلوم التسيير و معهد العلوم والتكنولوجيا و معهد العلوم الاجتماعية والإنسانية. وفي سنة 2012 تحول

هذا المركز ليرتقي الى جامعة تضم سبعة كليات ومعهد للعلوم الاسلامية، وفي سنة 2023 استفادت

الجامعة من استحداث كلية للطب تضم عدد معتبر من الطلبة.¹

. خلاصة:

وفقا لما قمنا بعرضه في هذا الفصل من إجراءات الدراسة المنهجية، و التي حاولنا من خلالها ضبط نوع

الدراسة في إطاره المنهجي الملائم وما الى ذلك من خطوات، سوف يتم التطرق إلى الجانب الميداني وفق

الإجراءات السابقة الذكر.

¹ تم الإطلاع على الموقع يوم: 2024/05/06 على الساعة: 15:30. https://lang.univ-eloued.dz/fr/univ_pres

الفصل الرابع

محتوى الفصل الرابع:

- تمهيد

أولاً: عرض وتحليل نتائج الدراسة

ثانياً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة

ثالثاً: النتائج العامة للدراسة

● تمهيد:

تطرقنا في هذا الفصل الى قراءة للبيانات المتحصل عليها في الجداول والمعبر عنها في كل شكل مرفق. حيث قمنا بتحليل بيانات الدراسة الميدانية وتفسيرها استنادا للمعطيات المتحصل عليها من الاستبيان، والمبوبة في شكل جداول تحمل تكرارات ونسب مئوية، ثم التعليق عليها و إيجاد تفسيرات ذات دلالات لأجوبة المبحوثين، بعد ما قمنا بتوزيع 100 استمارة بشكل إلكتروني على المبحوثين وفقا لعينة الدراسة، تم توزيعها و استرجاعها كلها، لنشر بعدها في استخراج الجداول البسيطة ورسم الدوائر النسبية والتعليق عليها وتحصيل النتائج منها.

أولاً: عرض وتحليل نتائج الدراسة

المحور الاول : البيانات العامة

جدول رقم (01) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
43%	43	ذكور
57%	57	إناث
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (01): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام بجامعة

الوادي مقسمين حسب الجنس إلى: 43 ذكر يمثلون نسبة 43% و 57 إناث يمثلون نسبة 57%.

وهذا يرجع ربما إلى نسبة الإناث المرتفعة في المجموع الإجمالي للطلبة بالجامعة مقارنة بنسبة الذكور، إضافة

إلى ذلك أننا قمنا بتوزيع الاستمارات بشكل عشوائي بحيث أننا لم نراعي التوزيع المتساوي بين الإناث والذكور.



الشكل البياني رقم (01) لعينة الدراسة حسب الجنس

جدول رقم (02) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
42%	42	25 – 20 سنة
34%	34	30 – 25 سنة
24%	24	أكثر من 30 سنة
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (02): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام

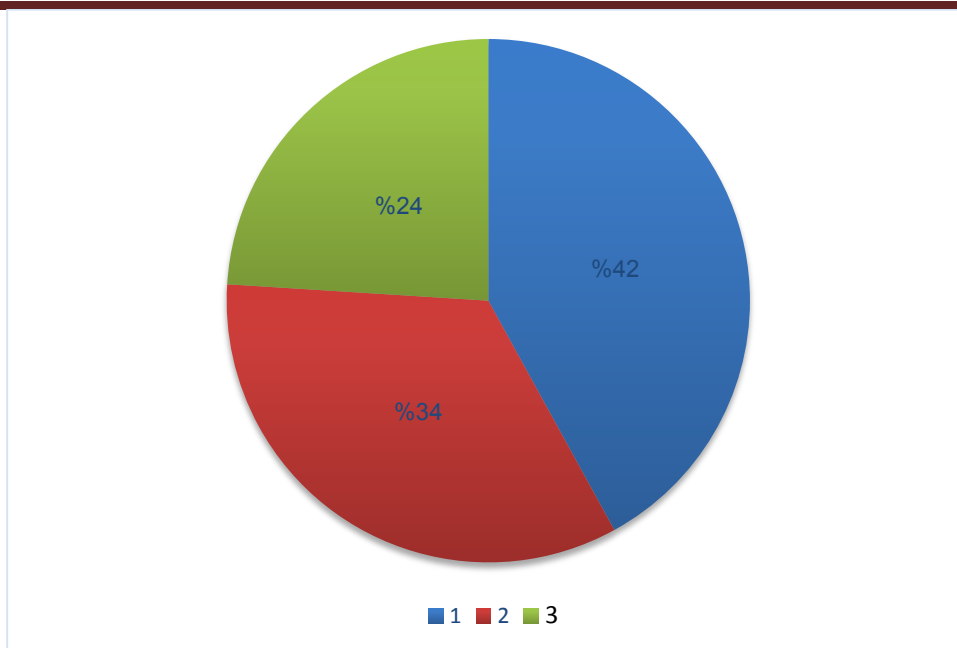
بجامعة الوادي مقسمين حسب السن إلى 42 طالب سنهم من 20 إلى 25 سنة يمثلون نسبة 42%، و34

طالب سنهم من 35 إلى 30 سنة حيث يمثلون نسبة 34%، و24 طالب سنهم أكثر من 30 سنة يمثلون نسبة 24%.

فالنسبة كانت مرتفعة في سن 20-25 مقارنة بالأعمار الأخرى وهذا شئ طبيعي لأنه السن الطبيعي

للطلاب الجامعي في هذه المرحلة والباقي هم من تأخروا عن الدراسة أو زاولوا دراسات الدكتوراه بعد الماجستير أو من

عادوا للجامعة لإكمال الدراسات العليا بعد ما انقطعوا عن الدراسة بعد الليسانس.



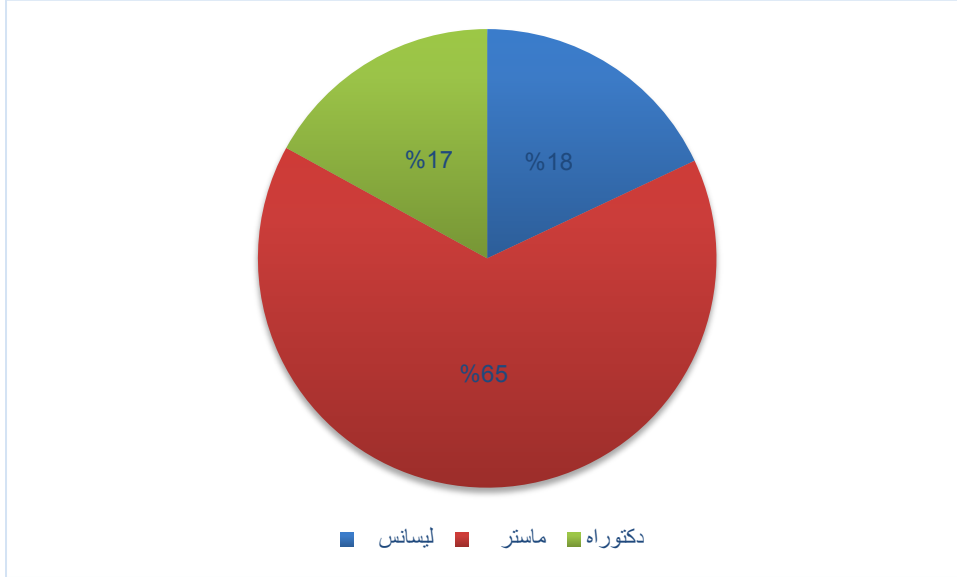
الشكل البياني رقم (02) لعينة الدراسة حسب السن

جدول رقم (03) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الجامعي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى
18%	18	ليسانس
65%	65	ماستر
17%	17	دكتوراه
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (03): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالب من مستخدمي الانستغرام بجامعة الوادي مقسمين حسب المستوى الجامعي إلى: 18 طالب يحملون المستوى ليسانس يمثلون نسبة 18%، و65 طالب يحملون مستوى الماستر بنسبة 65%، و17 طالب يحملون مستوى الدكتوراه يمثلون نسبة 17%. فنسبة الطلبة من مستوى الماستر في هذه العينة كانت الأعلى بنسبة 65% مقارنة بباقي المستويات وهذا راجع ربما للإستعانة بكرة الثلج في نمط توزيع الإستمارة على العينة وهذا بنشر الإستمارة الكترونيا من زميل الى زميل من

زملاء الدراسة على مستوى الماجستير فكان التوزيع أفقي أكثر من الشكل العمودي، نتج عنه الإجابة من طرف طلبة الماجستير أكثر.

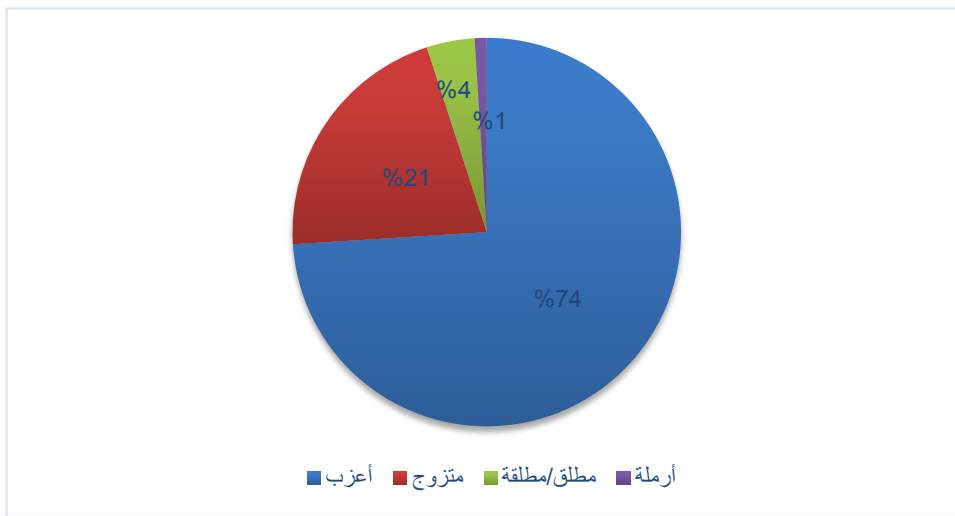


الشكل البياني رقم (03) لعينة الدراسة حسب المستوى الجامعي

جدول رقم (04) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	الحالة الاجتماعية
74%	74	أعزب
21%	21	متزوج
4%	4	مطلق/مطلقة
1%	1	أرملة
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (04): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام بجامعة الوادي مقسمين حسب الحالة الاجتماعية إلى: 74 طالب أعزب يمثلون نسبة 74%، و 21 طالب متزوج يمثلون نسبة 21%، و 4 طلبة مطلقين يمثلون نسبة 4%، وطالب واحد أرمل يمثل نسبة 1%. فنلاحظ أن نسبة العزاب هي الغالبة بين الفئات الأخرى، وهذا راجع لان نسبة الطلبة الغالبة من مجموع الطلبة في هذه الجامعة هم من سن 20-25 ، و هذا طبيعي باعتبار أن هذا السن هو سن المراهقة و الشباب، و هي الفئة الأكثر استخداما لوسائل التواصل الاجتماعي.

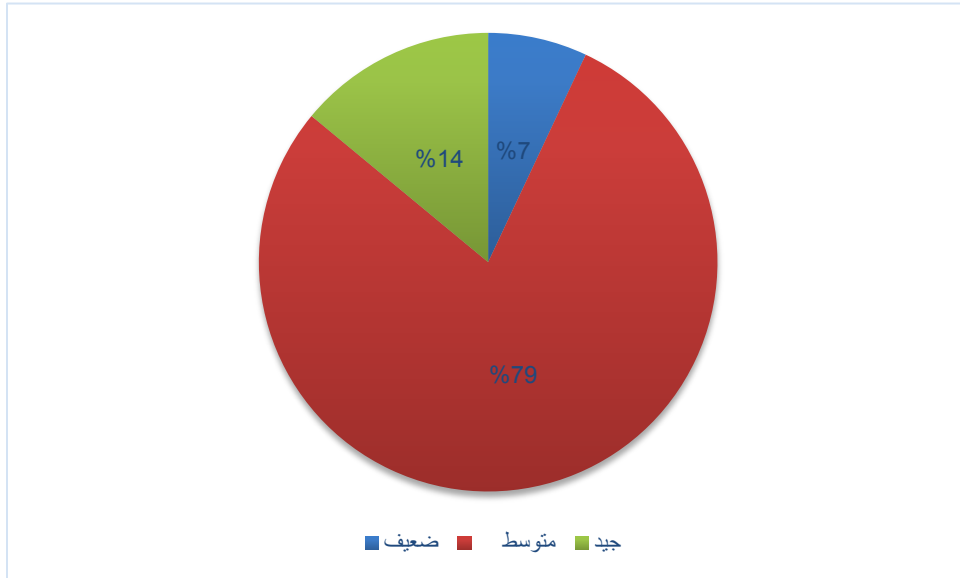


الشكل البياني رقم (04) لعينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية

جدول رقم (05) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى المعيشي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى المعيشي
7%	7	ضعيف
79%	79	متوسط
14%	14	جيد
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (05): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام بجامعة الوادي مقسمين حسب المستوى المعيشي إلى: 7 طلبة ذوي المستوى المعيشي الضعيف يمثلون نسبة 7%، و 79 طالب ذوي المستوى المعيشي المتوسط يمثلون نسبة 79%، و 14 طالب ذوي المستوى المعيشي المتوسط يمثلون نسبة 14%. فالنسبة الغالبة من بين النسب الموضحة هي نسبة المستوى المعيشي المتوسط، ان هذا راجع لتحسن مستوى الدخل الفردي في هذه المنطقة عموما، حيث اصبحت هذه الولاية قطب حيوي في كل المجالات وناجح على كل المستويات، نتج عنه تحسن في المستوى المعيشي مقارنة بالسنوات الماضية، و هذا يعتبر سببا واضحا في انتشار استخدام الانستغرام في أوساط هذه الفئة لتوفر الامكانيات المادية.

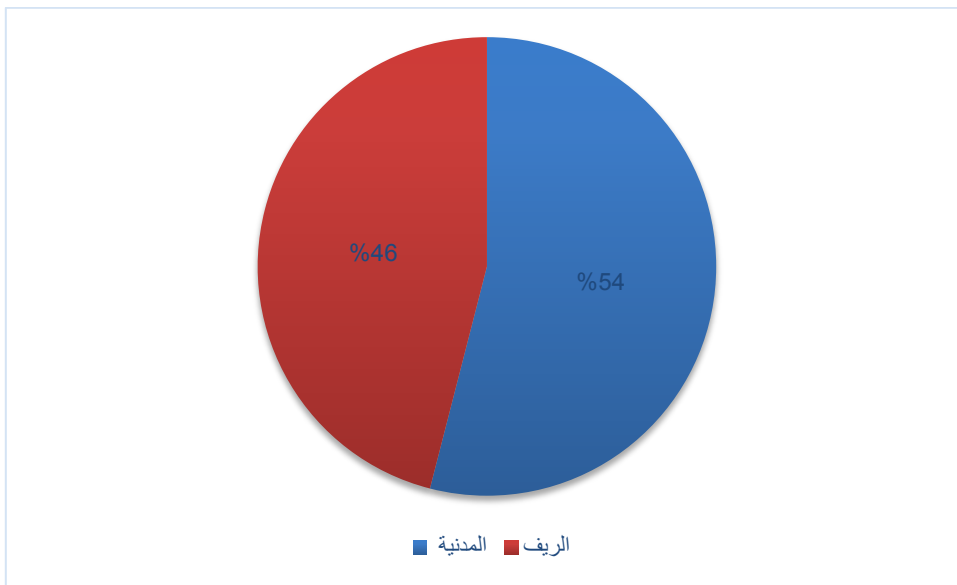


الشكل البياني رقم (05) لعينة الدراسة حسب المستوى المعيشي

جدول رقم (06) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة

النسبة المئوية	التكرار	مكان الإقامة
54%	54	المدنية
46%	46	الريف
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (06): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام بجامعة الوادي مقسمين حسب مكان الإقامة إلى: 54 طالب يقطنون في المدينة يمثلون نسبة 54%، و46 طالب يقطنون في الريف يمثلون نسبة 46%. وهذا راجع للتمركز السكاني بالمدن كباقي الولايات، كذلك لأن القاطنين بها هم أكثر استخداما لهذه الوسائط الحديثة بحكم انتشارها أكثر ولقوة تدفق الانترنت بالمدن.



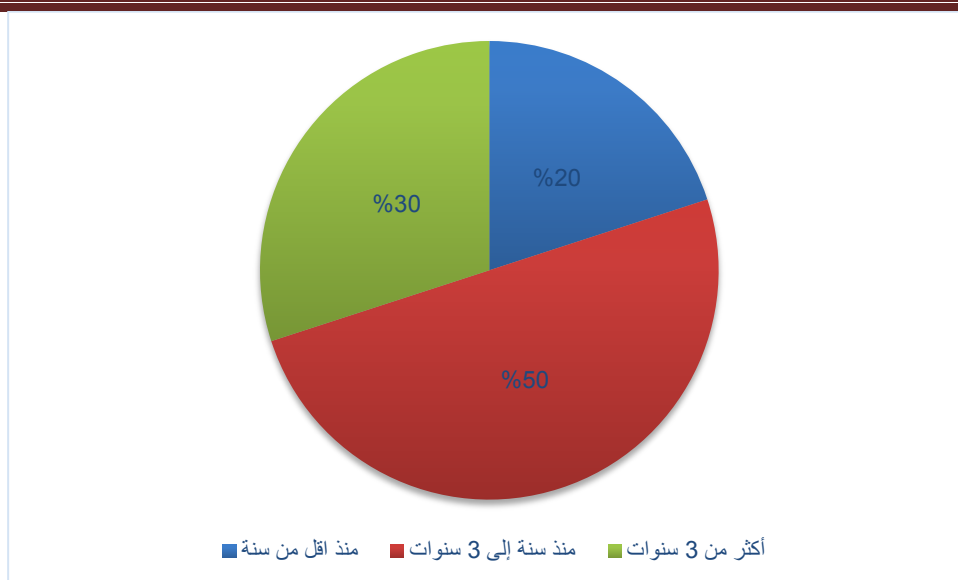
الشكل البياني رقم (06) لعينة الدراسة حسب مكان الإقامة

المحور الثاني : عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي-الانستغرام-

جدول رقم (07) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب سنوات استخدام الانستغرام

النسبة المئوية	التكرار	السؤال
20%	20	منذ اقل من سنة
50%	50	منذ سنة إلى 3 سنوات
30%	30	أكثر من 3 سنوات
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (07): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام بجامعة الوادي حيث كانت استجاباتهم على سؤال منذ متى وأنت تستخدم موقع التواصل الاجتماعي انستغرام، حيث أن 20 طالب اختار منذ اقل من سنة بنسبة 20% و 50 طالب اختار منذ سنة إلى 3 سنوات بنسبة 50% و 24 طالب اختار أكثر من 3 سنوات بنسبة 30%. فالنسبة الأكبر كانت ما بين سنة وثلاث سنوات وهذا راجع لان استعمال هذا الموقع بدأ مؤخرا منذ حوالي 3 سنوات خاصة بالجزائر، وهذا لحدثة نشأته على غرار باقي الوسائط، و كذا تطويره مؤخرا بعدة خصائص، جعلته قبلة الكثير من المستخدمين مقارنة بالفيسبوك وغيره.



الشكل البياني رقم (07) لعينة الدراسة حسب سنوات استخدام الانستغرام

جدول رقم (08) يوضح توزيع عينة الدراسة لمدة استخدام الانستغرام

النسبة المئوية	التكرار	السؤال
30%	30	أقل من ساعة
60%	60	من ساعة إلى ثلاث ساعات
10%	10	أكثر من ثلاث ساعات
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (08): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا قسم الاعلام والاتصال

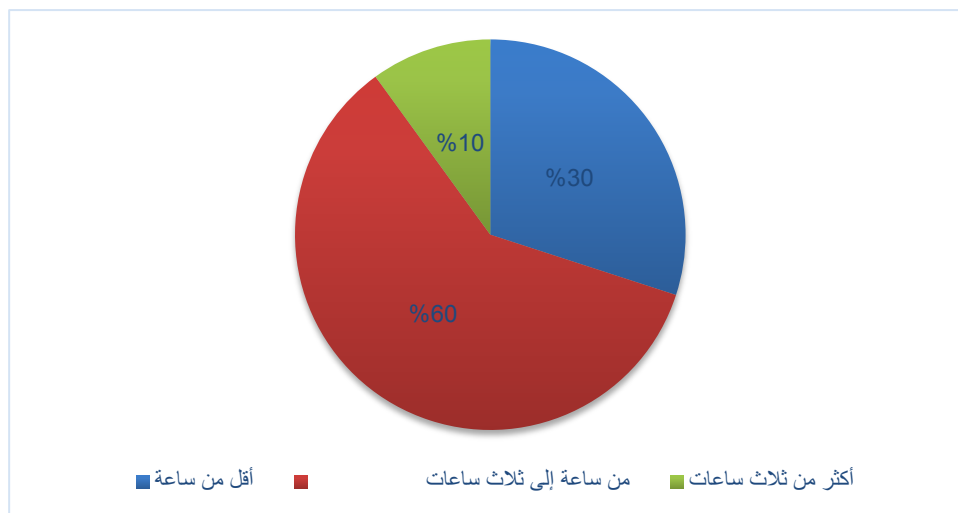
حيث كانت استجاباتهم على سؤال ما هي عدد الساعات التي تقضيها أمام موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام

حيث أن 30 طالبا اختار أقل من ساعة بنسبة 30% و 60 طالبا اختار من ساعة الى ثلاثة ساعات بنسبة

60% 10 طالبا اختار أكثر من ثلاث ساعات بنسبة 10%. فالملاحظ هنا ان نسبة من يستخدمونه من ساعة

الى ثلاث ساعات هي الأكبر مقارنة بباقي الفئات، وهذا لكون هذه هي المدة المتوسطة والطبيعية والمعقولة بالنسبة

لطالب في هذه المرحلة من التعليم العالي لانشغاله بالبحث العلمي والدراسة والامتحانات وغيرها من الإلتزامات الجامعية.



الشكل البياني رقم (08) لعينة الدراسة حسب مدة استخدام الانستغرام

جدول رقم (09) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الفترات التي يستخدم فيها موقع التواصل الإجتماعي

الانستغرام

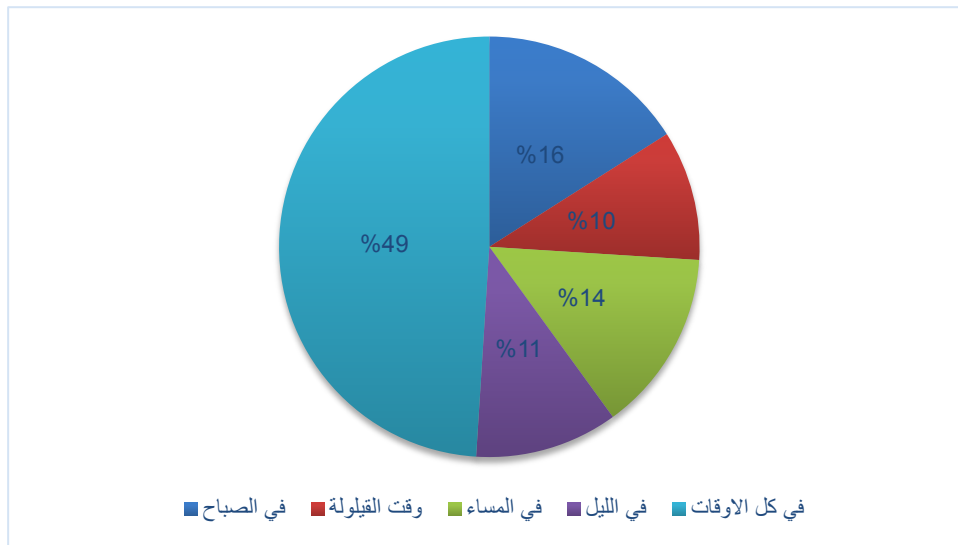
السؤال	التكرار	النسبة المئوية
في الصباح	16	16%
وقت القيلولة	10	10%
في المساء	14	14%
في الليل	11	11%
في كل الاوقات	49	49%
المجموع	100	100%

يتضح من خلال الجدول رقم (09): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا مستخدمي الانستغرام بجامعة

الوادي حيث كانت استجاباتهم على سؤال ماهي الفترات التي تستخدم فيها موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام

حيث أن 16 طالبا اختاروا فترة الصباح بنسبة 16% و10 طلاب اختاروا وقت القيلولة بنسبة 10% و14 طالبا

اختاروا فترة المساء بنسبة 14% و 11 طالبا اختاروا في الليل بنسبة 11% و 49 طالبا اختاروا في كل الاوقات بنسبة 49%. فالملاحظ هنا ايضا ان النسبة الغالبة هي استخدامه للأنستغرام في كل الأوقات، وهذا راجع لكون هذه الفئة من الشباب ليس لديها وقت معين لذلك، فهم دائمي التفاعل والتواصل في مثل هذه المواقع كلما سمحت الفرصة لذلك، و ايضا لتوفر الانترنت في كل وقت و في كل مكان مع التطورات الاخيرة .



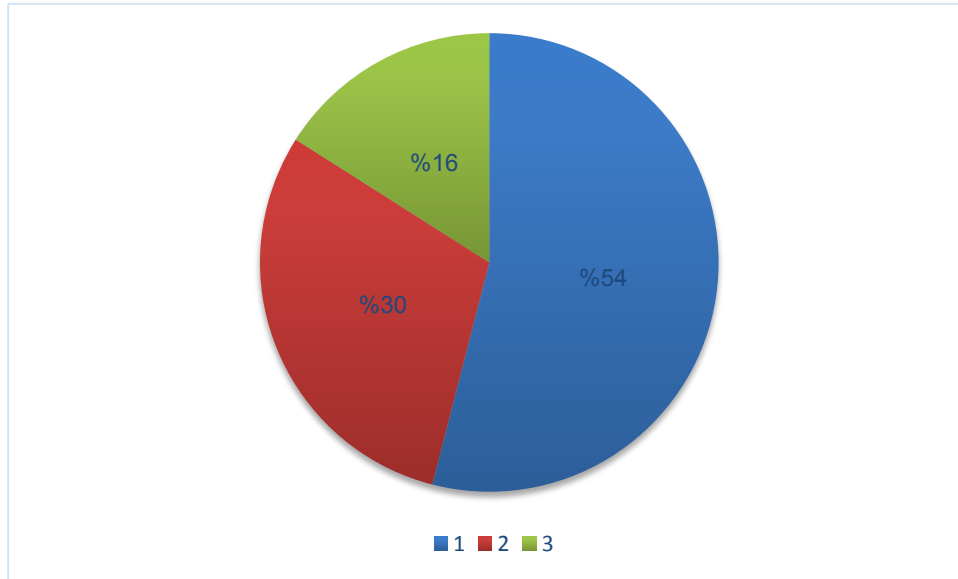
الشكل البياني رقم (09) لعينة الدراسة حسب الفترات التي يستخدم فيها موقع التواصل الإجتماعي

الانستغرام

جدول رقم (10) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الوسيلة المستخدمة في تصفح الانستغرام

النسبة المئوية	التكرار	السؤال
54%	54	الهاتف النقال
30%	30	حاسوب محمول
16%	16	حاسوب ثابت
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (10): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام بجامعة الوادي حيث كانت استجاباتهم على السؤال بأي وسيلة تستخدم موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام، حيث أن 54 طالبا اختار الهاتف النقال بنسبة 54% و 30 طالبا اختار الحاسوب المحمول بنسبة 30% و 16 طالبا اختار الحاسوب الثابت بنسبة 16%. فالملاحظ ان نسبة الإستخدام من خلال الهاتف النقال هي الأكبر، وهذا لكون هذه الفئة من الشباب أغلبهم يمتلك الهاتف النقال والمتعدد الوسائط (الذكي)، وهو ايسر وأسهل في الإستخدام ومتاح في كل الظروف.

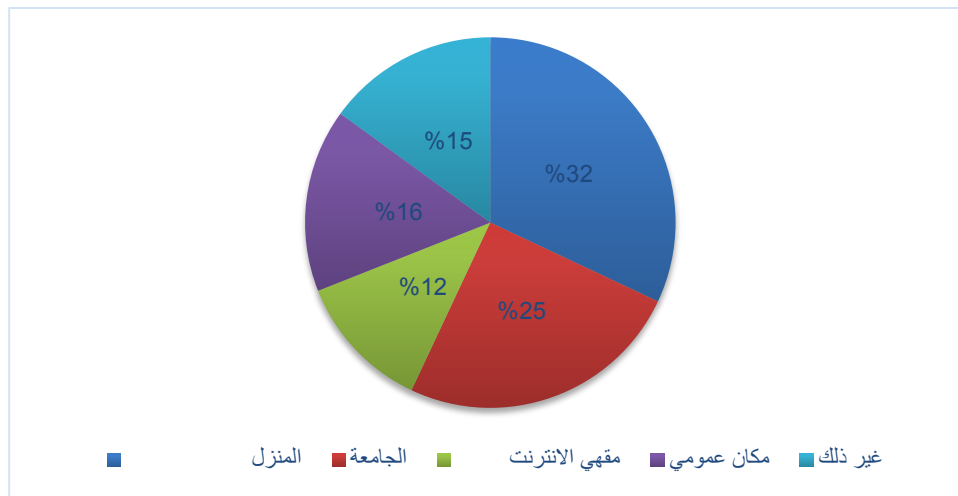


الشكل البياني رقم (10) لعينة الدراسة حسب نوع الوسيلة التي من خلالها يستخدمون موقع الانستغرام

جدول رقم (11) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اماكن التواجد اثناء تصفح الانستغرام

النسبة المئوية	التكرار	السؤال
32%	32	المنزل
25%	25	الجامعة
12%	12	مقهى الانترنت
16%	16	مكان عمومي
15%	15	غير ذلك
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (11): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام بجامعة الوادي حيث كانت استجاباتهم على السؤال أين تستخدم موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام، حيث أن 32 طالبا اختار المنزل بنسبة 32% و 25 طالبا اختار الجامعة بنسبة 25% و 12 طالبا اختار مقهى الانترنت بنسبة 12% و 16 طالبا اختار مكان عمومي بنسبة 16% و 15 طالبا اختار غير ذلك بنسبة 15%. فمن الطبيعي ان نلاحظ ان أغلب المبحوثين يفضلون استخدام الانستغرام بالمنزل وهذا لكون هذا المكان الذي يجد فيه أيا كان حرته وراحته ويجد الجو المناسب والمتاح للتفاعل والنقاش عبر هذه الوسائط.

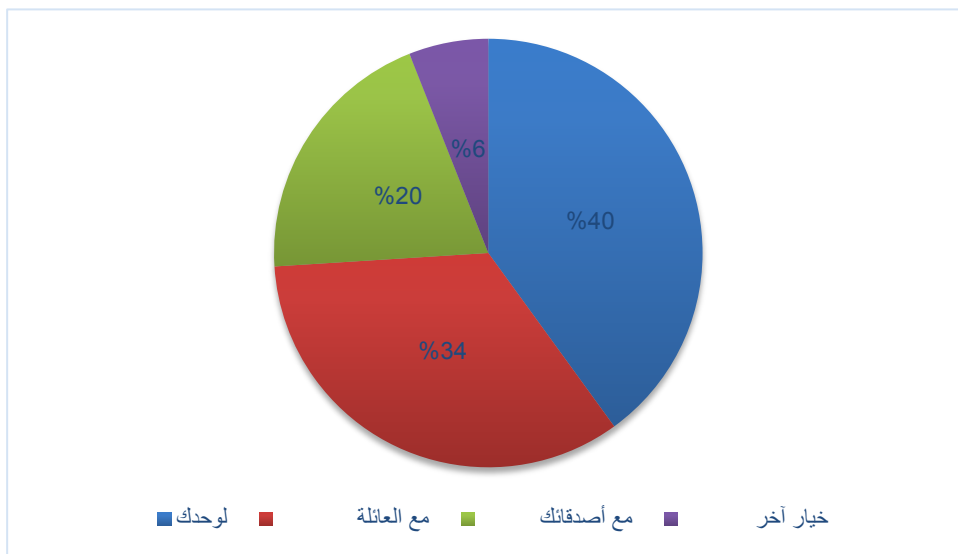


الشكل البياني رقم (11) لعينة الدراسة حسب مكان استخدامهم للانستغرام

جدول رقم (12) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب استخدام الانستغرام

النسبة المئوية	التكرار	السؤال
40%	40	لوحده
34%	34	مع العائلة
20%	20	مع أصدقائك
6%	6	خيار آخر
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (12): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام بجامعة الوادي حيث كانت استجاباتهم على السؤال مع من تتواجد خلال تفاعلك في الانستغرام حيث أن 40 طالبا اختار وحده بنسبة 40% و 34 طالبا اختار مع العائلة بنسبة 34% و 20 طالبا اختار مع اصدقائك بنسبة 20% و 6 طلاب اختاروا خيار آخر بنسبة 6%. نلاحظ من خلال ذلك ان النسبة الأكبر من الطلبة تستخدم الانستغرام على إنفراد بعيدا عن الجميع، وهذا لكون هذه الفئة من الشباب تحبذ المواضيع والتفاعل بشكل خصوصي بعيد عن الانظار لمختلف المضامين الحساسة التي لها خصوصية.

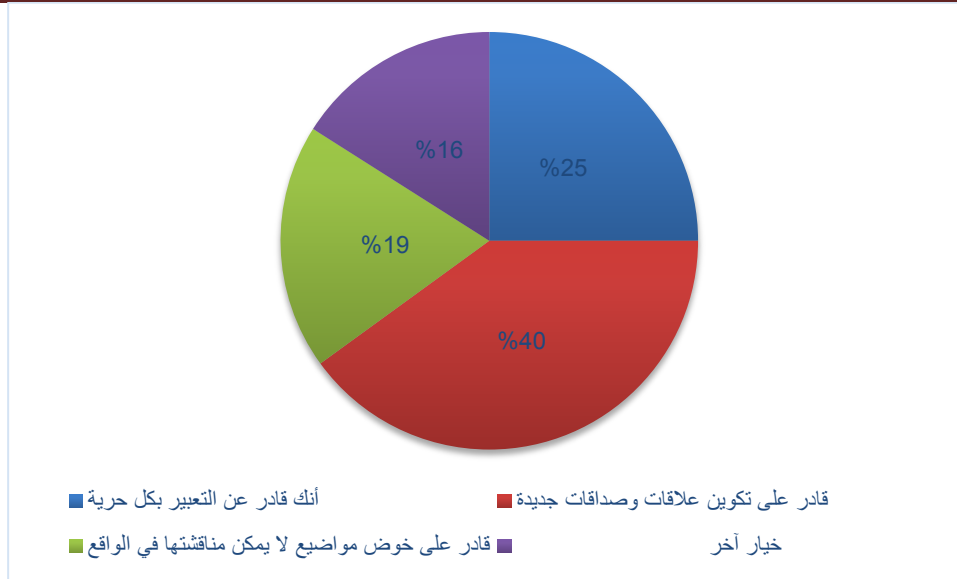


الشكل البياني رقم (12) لعينة الدراسة حسب استخدام الانستغرام

جدول رقم (13) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الحاجة من استخدام الانستغرام

النسبة المئوية	التكرار	السؤال
25%	25	أنك قادر عن التعبير بكل حرية
40%	40	قادر على تكوين علاقات وصدقات جديدة
19%	19	قادر على خوض مواضيع لا يمكن مناقشتها في الواقع
16%	16	خيار آخر
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (13): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام بجامعة الوادي حيث كانت استجاباتهم على السؤال خلال تواصلك على موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام بماذا تشعر، حيث أن 25 طالبا اختار أنك قادر عن التعبير بكل حرية بنسبة 25% و 40 طالبا اختار قادر على تكوين علاقات وصدقات جديدة بنسبة 40% و 19 طالبا اختار قادر على خوض مواضيع لا يمكن مناقشتها في الواقع بنسبة 19% 16 طالبا اختار خيار آخر بنسبة 16%. فالملاحظ من ذلك ان النسبة الأكبر من المبحوثين تشعر بالقدرة على تكوين صداقات وعلاقات جديدة، وهذا لكون هذه الشريحة الهامة في المجتمع غالبيتهم في هذه العينة في سن أقل من 25 سنة، فمن الطبيعي ان يكون الفرد في هذه المرحلة كثير الميل الى الآخر والسعي لايجاد الطرف الآخر و المناسب للإرتباط. هنا الملاحظ ان الهدف الأكبر هو تكوين صداقات و علاقة و بما انه واقع افتراضي فهذه الصداقات قد تكون بين ثقافات و ديانات و بلدان مختلفة هذا ما يساهم في التعرف على ثقافات هويات مغايرة.



الشكل البياني رقم (13) لعينة الدراسة حسب الحاجة من استخدام الانستغرام

المحور الثالث: الدوافع والحاجات من استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي الانستغرام

جدول رقم (14) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الاسم المستخدم على الانستغرام

النسبة المئوية	التكرار	السؤال
40%	40	حقيقي
60%	60	مستعار
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم(14): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام

بجامعة الوادي حيث كانت اجاباتهم على هذا السؤال كالتالي: 40 طالبا اختاروا حقيقي بنسبة 40% و 60

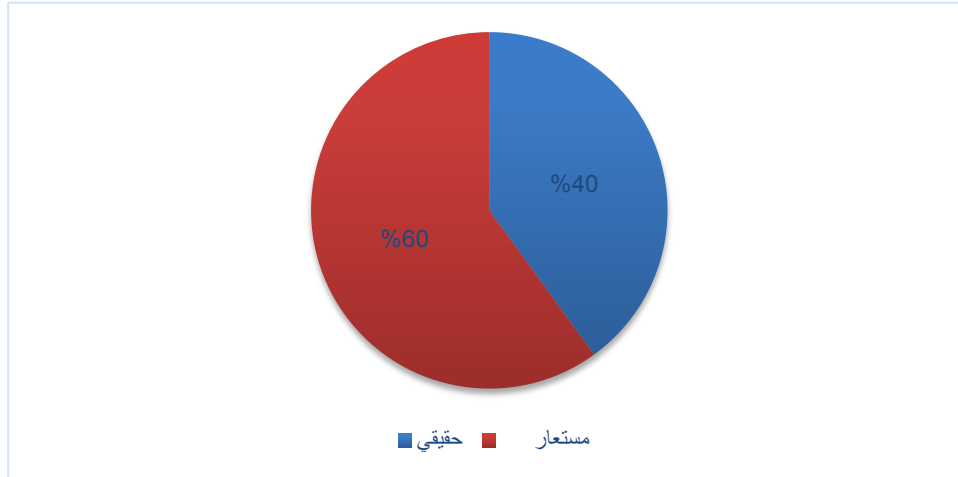
طالبا اختاروا مستعار بنسبة 60%. وهذا يعني أن غالبيتهم يفضل التواصل والتفاعل على الأنستغرام باسم

مستعار بدلا من الاسم الحقيقي لحاجات خاصة لديهم، كالتفاعل والتعبير بكل حرية وتكوين علاقات وصدقات

غير حقيقية ولعدم التعريف بشخصيتهم الحقيقية كما ورد من نتائج السؤال الفرعي لهذا السؤال، و هذا يبين ايضا

عدم جدية التفاعل من خلال هذه التقنية، لكون هذه الصفة المستعارة تعطي لهم اكبر مساحة من الحرية في

التعبير عن كل أفكارهم وأهوائهم دون قيود وهذا ما عبرت عنه إجاباتهم في هذه النقطة بنسبة 60% كما تسمح لهم أيضا بتكوين صداقات وعلاقات خاصة غير جدية بدون الوصول لشخصيتهم الحقيقية، وهذا ما عبرت عنه النسبة 33% في الإجابة الفرعية لهذا السؤال، والباقي إجابات مختلفة.



الشكل البياني رقم (14) لعينة الدراسة حسب الاسم المستخدم على الانستغرام

جدول رقم (15) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الصورة المستخدمة على الانستغرام

النسبة المئوية	التكرار	السؤال
30%	30	حقيقية
70%	70	مستعارة
100%	100	المجموع

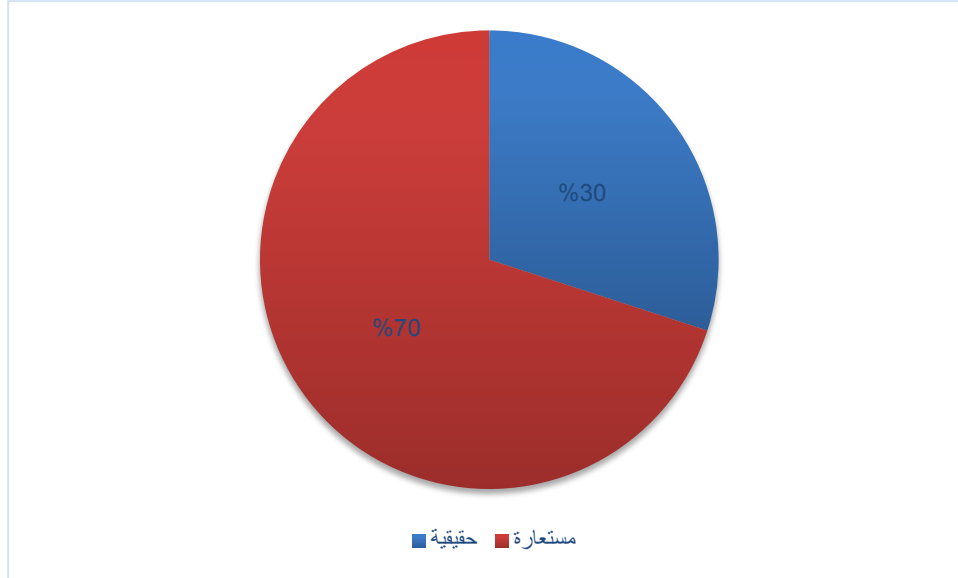
يتضح من خلال الجدول رقم (15): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام

بجامعة الوادي حيث كانت اجاباتهم على هذا السؤال كالتالي: 30 طالبا اختاروا حقيقية بنسبة 30% و 70 طالبا

اختاروا مستعارة بنسبة 70%. نفس الملاحظة كالسؤال السابق وهذا لنفس الأسباب والدوافع، حيث وجدنا من

خلال النسب المئوية في الإجابات الفرعية لهذا السؤال أن أغلبهم 70% كان بداعي عدم التعرف على

شخصيتهم الحقيقية ولعدم وصول الآخرين لصورهم الشخصية خشية استخدامها لأغراض أخرى، أيضا لتكوين صداقات وعلاقات غير جدية وهذا بنسبة 20%، والباقي 10% من دون أسباب.

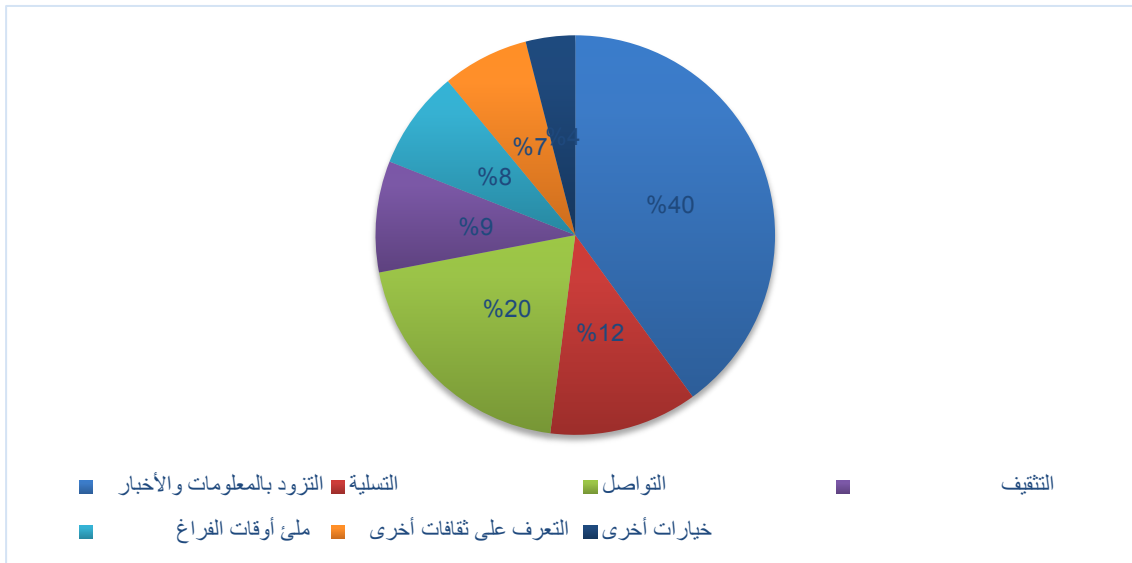


الشكل البياني رقم (15) لعينة الدراسة حسب الصورة المستخدمة على الانستغرام

جدول رقم (16) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الدوافع من وراء استخدام الانستغرام

النسبة المئوية	التكرار	السؤال
40%	40	التزود بالمعلومات والأخبار
12%	12	التسلية
20%	20	التواصل
9%	9	التثقيف
8%	8	ملئ أوقات الفراغ
7%	7	التعرف على ثقافات أخرى
4%	4	خيارات أخرى
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (16): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام بجامعة الوادي حيث كانت استجاباتهم على السؤال هل استخدامك لموقع الانستغرام هو من أجل حيث أن 40 طالبا اختار التزويد بالمعلومات والاخبار بنسبة 40% و 12 طالبا اختار التسلية بنسبة 12% و 20 طالبا اختار التواصل بنسبة 20% و 9 طلاب اختاروا التثقيف بنسبة 9% و 8 طلاب اختاروا ملئ اوقات الفراغ بنسبة 8% و 7 طلاب اختاروا التعرف على ثقافات أخرى بنسبة 7% و 4 من طلاب اختاروا خيارات أخرى بنسبة 4%. فلاحظ من خلال النسب الواردة أن أغلب المبحوثين يستخدمون الأنستغرام من أجل التزود بالمعلومات و الأخبار بشتى أنواعها، و هذا باعتبارهم فئة مثقفة تحتاج لحاجات معرفية ايضا يحتاجونها في مشوارهم الدراسي، يليها التواصل والتفاعل مع الآخرين، وهذا شئى طبيعي للفرد في هذه المرحلة بالذات.

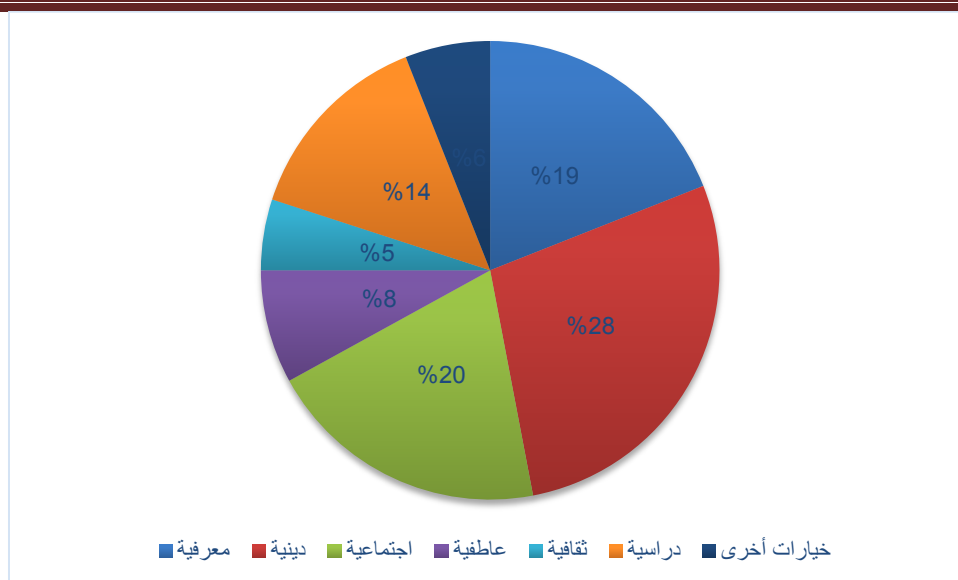


الشكل البياني رقم (16) لعينة الدراسة حسب الدوافع من وراء استخدام الانستغرام

جدول رقم (17) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الحاجات المحققة وراء استخدام الانستغرام

النسبة المئوية	التكرار	السؤال
19%	19	معرفية
28%	28	دينية
20%	20	اجتماعية
8%	8	عاطفية
5%	5	ثقافية
14%	14	دراسية
6%	6	خيارات أخرى
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (17): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام بجامعة الوادي حيث كانت استجاباتهم على السؤال هل استخدامك للانستغرام لي لديك حاجات حيث أن 19 طالبا اختار معرفية بنسبة 19% و 28 طالبا اختار دينية بنسبة 28% و 20 طالبا اختار اجتماعية بنسبة 20% و 8 طلاب اختاروا عاطفية بنسبة 8% و 5 طلاب اختاروا ثقافية بنسبة 5% و 14 طالب اختار دراسية بنسبة 14% و 6 طلاب اختاروا خيارات أخرى بنسبة 6%. فالملاحظ هنا من بين هذه النسب أن أغلب المبحوثين من خلال استخدامهم للانستغرام، لي لديهم حاجات واشباعات دينية، وهذا من الطبيعي، فإهتمامهم هذا راجع للطبيعة الإيديولوجية للمجتمع في هذه المنطقة، حيث يتميز أهلها بالمحافظة والالتزام بمعتقداتهم الدينية، يليها الحاجات الإجتماعية والمعرفية، وهذا شئ طبيعي لكل فرد في هذا المستوى من التعليم.



الشكل البياني رقم (17) لعينة الدراسة حسب الحاجات المحققة وراء استخدام الانستغرام

المحور الرابع: أثر استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي الانستغرام على الهوية الثقافية.

جدول رقم (18) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة اهتماماتهم على الانستغرام

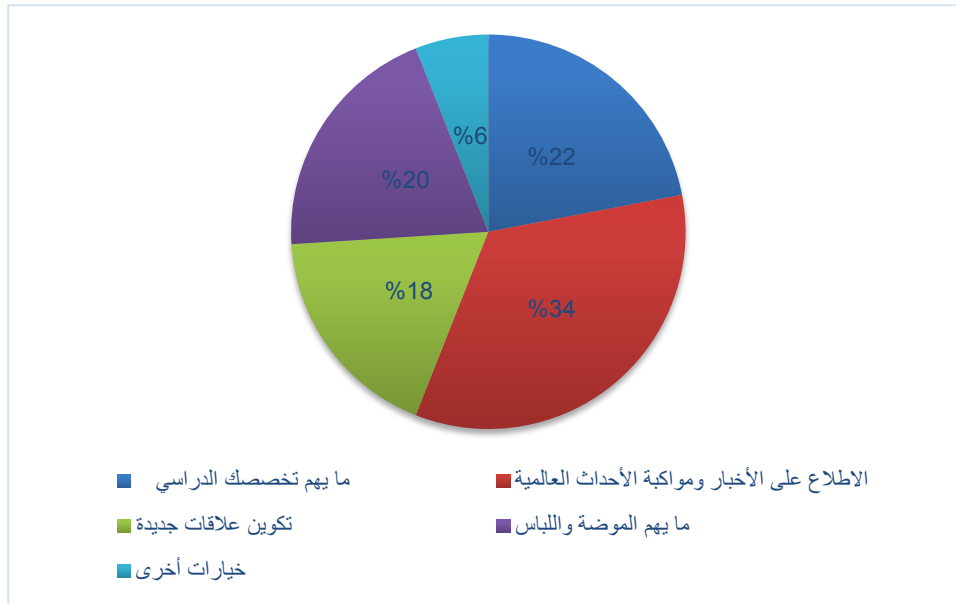
النسبة المئوية	التكرار	السؤال
22%	22	ما يهم تخصصك الدراسي
34%	34	الاطلاع على الأخبار ومواكبة الأحداث العالمية
18%	18	تكوين علاقات جديدة
20%	20	ما يهم الموضة واللباس
6%	6	خيارات أخرى
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (18): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام

بجامعة الوادي حيث كانت استجاباتهم على السؤال ما هي طبيعة اهتمامك على موقع التواصل الاجتماعي

الانستغرام حيث أن 22 طالبا اختار ما يهم تخصصك بنسبة 22% و34 طالبا اختار الاطلاع على الأخبار

ومواكبة الأحداث العالمية بنسبة 34% و18 طالبا اختار تكوين علاقات جديدة بنسبة 18% و20 ما يهم الموضة واللباس 20% و6 طلاب خيارات أخرى 6%. فنلاحظ من خلال النسب المذكورة أعلاه أن غالبية طبيعة إهتمام المبحوثين في استخدامهم للأنستغرام هي من أجل الإطلاع على الأخبار ومواكبة الأحداث والمستجدات العالمية، يليها كل ما يهم ميدان الدراسة والتعليم.



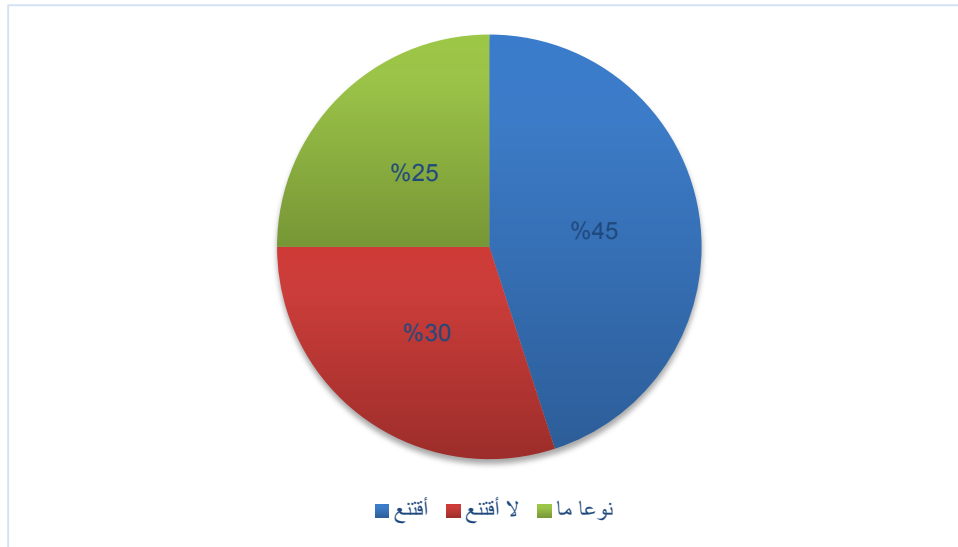
الشكل البياني رقم (18) لعينة الدراسة حسب طبيعة اهتماماتهم على الانستغرام

جدول رقم (19) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى قناعتهم بما يقدمه موقع التواصل الاجتماعي

الانستغرام من محتوى و معلومات ثقافية واجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	السؤال
45%	45	أقتنع
30%	30	لا أقتنع
25%	25	نوعا ما
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم(19): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام بجامعة الوادي حيث كانت استجاباتهم على هل تقتنع بما يقدمه موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام من محتوى ومعلومات ثقافية واجتماعية حيث أن 45 طالبا اختار اقتنع بنسبة 45% و 30 طالبا اختار لا اقتنع بنسبة 30% و 25 طالبا اختار نوعا ما بنسبة 25%. فنجد من خلال هذه النسب المتويزة أن أغلب المبحوثين يقتنعون بما يقدمه موقع الأنستغرام من محتويات ثقافية واجتماعية، فالشاب الجامعي في هذا العصر أصبح منفتح على المجتمعات الأخرى، وما ينجر عنها من روافد ثقافية واجتماعية مختلفة عن مجتمعه ولكن في هذا المستوى العالي من التعليم هو يستطيع التمييز و الاختيار ما يتلاءم مع خلفيته الاجتماعية والثقافية. و هذا يدل ايضا على تاثر الطلبة بما يقدمه الانستغرام من محتويات.



الشكل البياني رقم (19) لعينة الدراسة حسب مدى قناعتهم بما يقدمه موقع التواصل الاجتماعي

الانستغرام من محتوى و معلومات ثقافية واجتماعية

جدول رقم (20) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب ما يروونه لما على الانستغرام من محتويات يؤثر على

القناعات الثقافية للشباب الجامعي

النسبة المئوية	التكرار	السؤال
23%	23	نعم
46%	46	لا
31%	31	نوعا ما
100%	100	المجموع

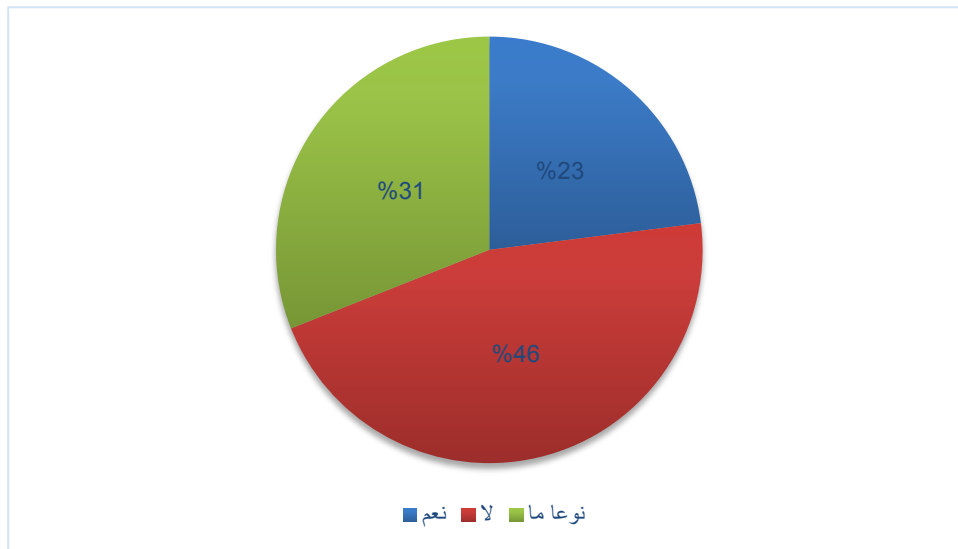
يتضح من خلال الجدول رقم (20): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام

بجامعة الوادي حيث كانت استجاباتهم على هذا السؤال، أن 23 طالبا اختار نعم تؤثر على القناعات الثقافية

للشباب الجامعي الجزائري بنسبة 23% و46 طالبا اختار لا بنسبة 46% و31 طالبا اختار نوعا ما بنسبة

31%. كذلك في هذا السؤال يوضح من خلال النسب المذكورة أعلاه أن أغلب المبحوثين يرون أن ما يعرض من

محتويات على الأنستغرام لا تؤثر على قناعاتهم ومكتسباتهم الثقافية، وهذا يعزز نتيجة مذكرناه في السؤال السابق.



الشكل البياني رقم (20) لعينة الدراسة حسب ما يروونه لما يعرض على الانستغرام من محتويات

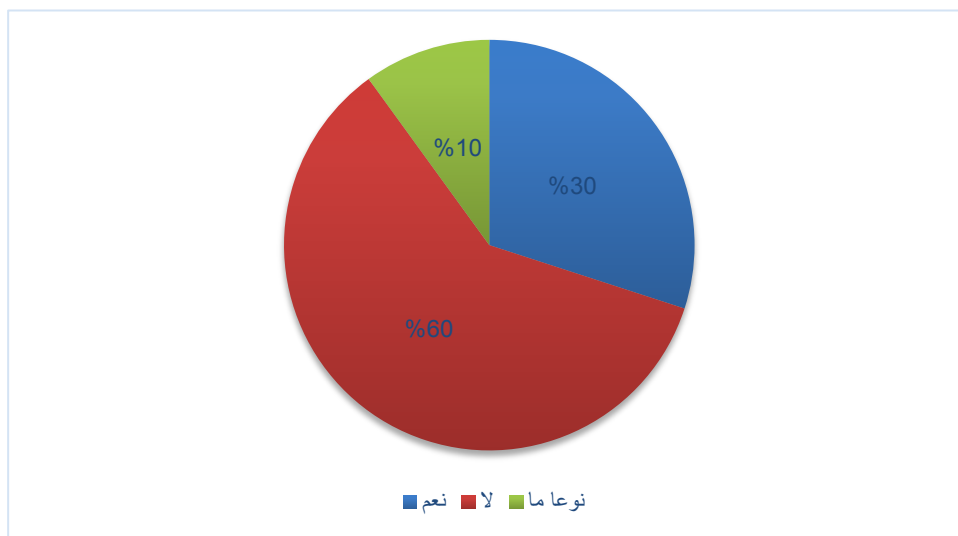
يؤثر على القناعات الثقافية للشباب الجامعي

جدول رقم (21) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب أثر استخدامهم للانستغرام على القيم والمعايير

الأخلاقية السائدة في مجتمعهم

النسبة المئوية	التكرار	السؤال
30%	30	نعم
60%	60	لا
10%	10	نوعا ما
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (21): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام بجامعة الوادي حيث كانت استجاباتهم على السؤال هل أثر استخدامك للانستغرام على القيم والمعايير الأخلاقية السائدة في مجتمعك حيث أن 30 طالبا اختار نعم بنسبة 30% و60 طالبا اختار لا بنسبة 60% و10 طلاب اختاروا نوعا ما بنسبة 10%. فالملاحظ ان اغلب المبحوثين من الطلبة يقرون أن استخدامهم للانستغرام لا يؤثر على مجمل القيم والمعايير الأخلاقية السائدة في مجتمعهم، وهذا ربما لتمييزهم و لقدرتهم على انتقائية ما يتناسب و قيمهم ولا يتنافى مع المعايير الأخلاقية لمجتمعهم، وهذا لمستواهم العالي من التعليم و الوعي.



الشكل البياني رقم (21) لعينة الدراسة حسب أثر استخدامهم للانستغرام على القيم والمعايير الأخلاقية

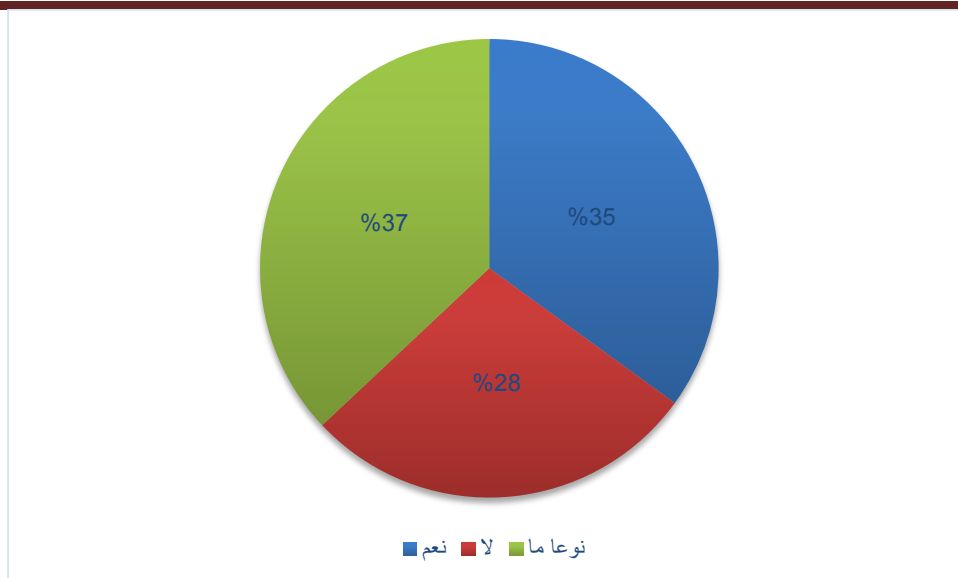
السائدة في مجتمعهم

جدول رقم (22) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى التغيير في بعض العادات و التقاليد الاجتماعية و

الثقافية نتيجة استخدام الانستغرام

النسبة المئوية	التكرار	السؤال
35%	35	نعم
28%	28	لا
37%	37	نوعا ما
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (22): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالب من مستخدمي الانستغرام بجامعة الوادي حيث كانت استجاباتهم على السؤال هل ترى أن استخدام موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام غير في بعض عاداتك الاجتماعية والثقافية حيث أن 35 طالبا اختار نعم بنسبة 35% و 28 طالبا اختار لا بنسبة 28% و 37 طالبا اختار نوعا ما بنسبة 37%. و الملاحظ من خلال هذه النسب المبينة في الجدول أن آراء الباحثين تباينت كلها وتقاربت ما بين الموافق والمنافي حول مسألة تغير العادات الاجتماعية والثقافية الخاصة بهم جراء استخدامهم للأنستغرام، ولكن الأغلبية من يقول ما بين هذا وذاك اي نوعا ما من التغير والتغير النسبي. فهذا شيء طبيعي فهناك تغير نسبي لا مناص منه على جميع الأوجه، وحتمي لا مفر منه، في طريقة اللباس وفي التواصل مع الأقارب وفي مظاهر الإحتفال وغيرها كما عبروا عنه في السؤال الفرعي لهذا السؤال. يعني نستخلص ان الاستغرام اثر في تغيير عادات و ثقافات الشباب الجامعي الجزائري.



الشكل البياني رقم (22) لعينة الدراسة حسب مدى التغيير في بعض العادات و التقاليد الاجتماعية و

الثقافية نتيجة استخدام الانستغرام

جدول رقم (23) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى تأثير استخدام الانستغرام على لغتهم

النسبة المئوية	التكرار	السؤال
44%	44	نعم
20%	20	لا
36%	36	نوعا ما
100%	100	المجموع

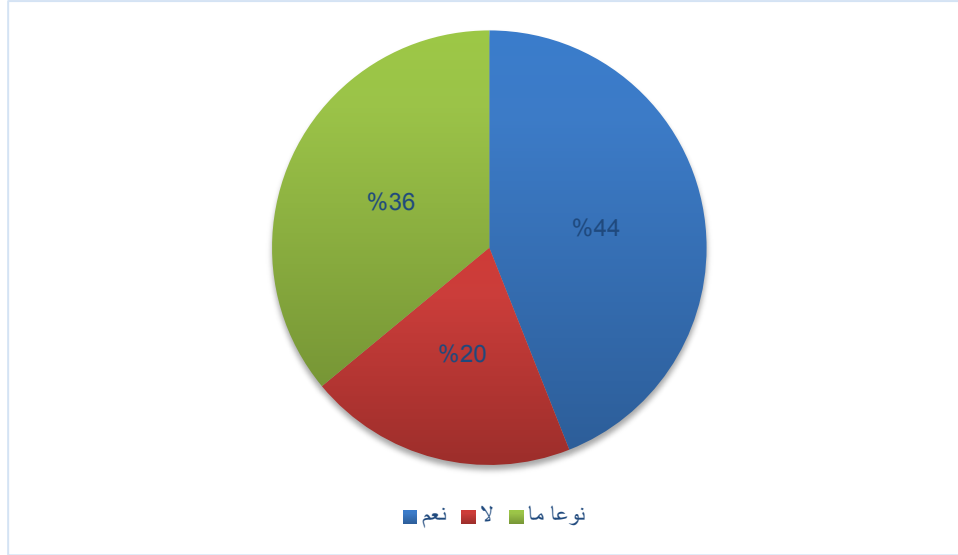
يتضح من خلال الجدول رقم (23): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام

بجامعة الوادي حيث كانت استجاباتهم على السؤال هل كان لاستخدامك الانستغرام الأثر على لغتك حيث أن

44 طالبا اختار نعم بنسبة 44% و 20 طالبا اختار لا بنسبة 20% و 36 طالبا اختار نوعا ما بنسبة 36% .

الملاحظ من خلال هذه النتائج ان أغلب المبحوثين يقرون بتأثر اللغة لديهم جراء استخدامهم للأنستغرام، حيث

يتمثل هذا التأثير ربما في طريقة تحكمهم في اللغة او استعمال لغات ولهجات دخيلة عن لغتهم الأم وعن مجتمعهم و هذا ما يسبب من فقد للغة مكانتها لديهم.



الشكل البياني رقم (23) لعينة الدراسة حسب مدى تأثير استخدام الانستغرام على لغتهم

جدول رقم (24) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى تأثير استخدام الانستغرام على دينهم و

معتقداتهم

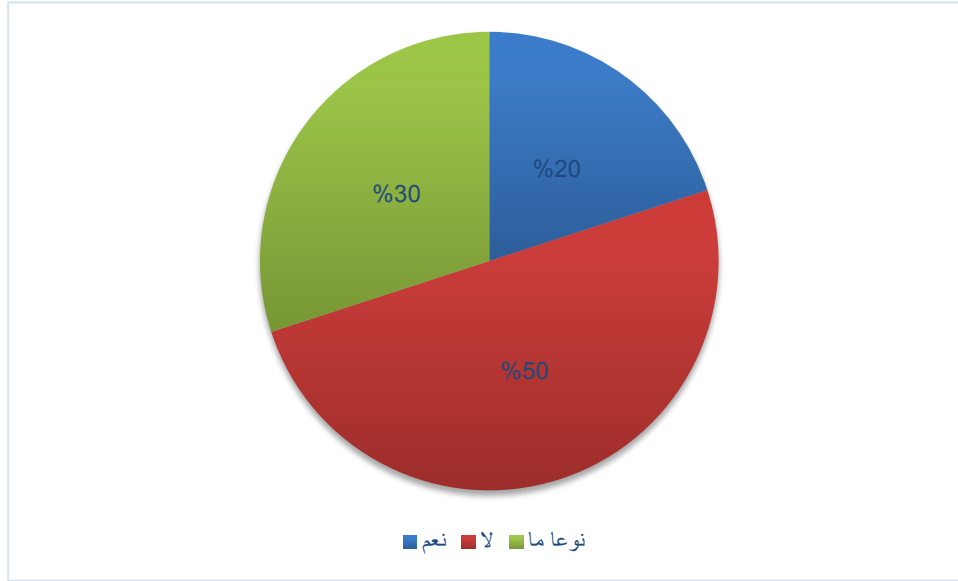
النسبة المئوية	التكرار	السؤال
20%	20	نعم
50%	50	لا
30%	30	نوعا ما
10%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (24): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام

بجامعة الوادي حيث كانت استجاباتهم على السؤال هل كان لاستخدامك الانستغرام الأثر على دينك

ومعتقداتك حيث أن 20 طالبا اختار نعم بنسبة 20% و 50 طالبا اختار لا بنسبة 50% و 30 طالبا اختار

نوعاً ما بنسبة 30%. فتوضح هذه النسب ان أغلب المبحوثين لم يكن هناك أثر على تمسكهم بدينهم ومعتقداتهم جراء استخدامهم للأنستغرام، وهذا طبعاً نابع من أصالتهم و قدر تمسكهم بدينهم والمحافظة التي يتميزون بها وان الدين من المقدسات التي لا مساس بحرمتها مهما كانت الروافد. رغم ان هنا نوع من التأثير في بعض السلوكيات الدينية الجانية حسب رأي بعض منهم ولكن ليس بالقدر الذي قد يغير من سمات هذا الدين.



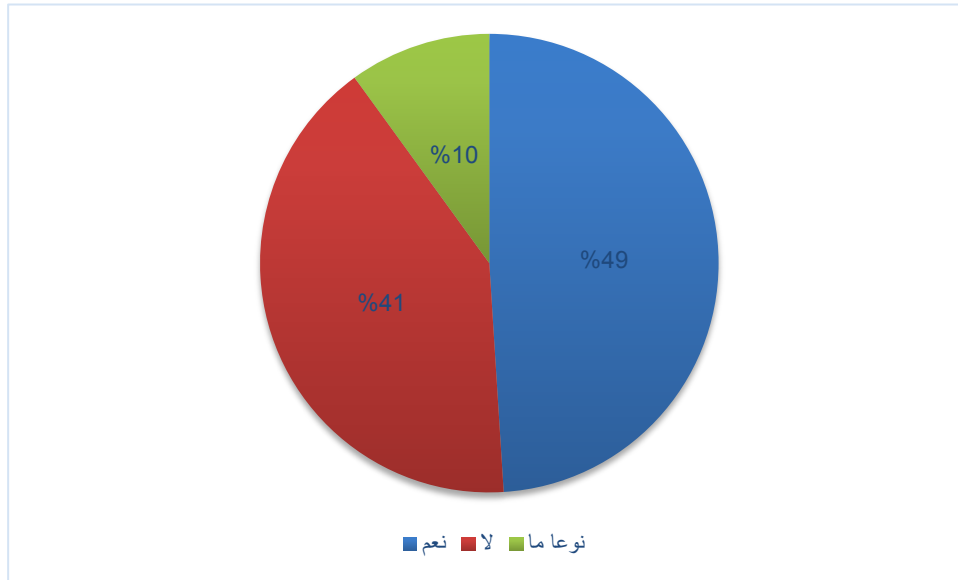
الشكل البياني رقم (24) لعينة الدراسة حسب مدى تأثير استخدام الانستغرام على دينهم و معتقداتهم

جدول رقم (25) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اكتساباتهم الثقافية الجديدة من خلال استخدامهم

للانستغرام

النسبة المئوية	التكرار	السؤال
49%	49	نعم
41%	41	لا
10%	10	نوعاً ما
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (25): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام بجامعة الوادي حيث كانت استجاباتهم على السؤال هل اكتسبت ثقافات جديدة من خلال استخدامك للانستغرام حيث أن 49 طالبا اختار نعم بنسبة 49% و 41 طالبا اختار لا بنسبة 41% و 10 طلاب اختاروا نوعا ما بنسبة 10%. فالملاحظ هنا أن آراء الباحثين تباينت ما بين مؤيد ومنافي لمسألة اكتسابهم لثقافات جديدة جراء استخدامهم للانستغرام، ولكن غالبيتهم أقرروا بنعم ان هذا شيء طبيعي لا مفر منه، وظهر ذلك من خلال بعض المظاهر الخاصة بالاحتفالات في مختلف المناسبات مثلا وكذا طريقة التواصل ونوع اللباس والموضة وطريقة الأكل وغير ذلك من الثقافات المستحدثة جراء ذلك على حد تعبيرهم. و هذا يدل على تأثير الانستغرام على ثقافة الشباب الجامعي الجزائري.



الشكل البياني رقم (25) لعينة الدراسة حسب اكتساباتهم الثقافية الجديدة من خلال استخدامهم

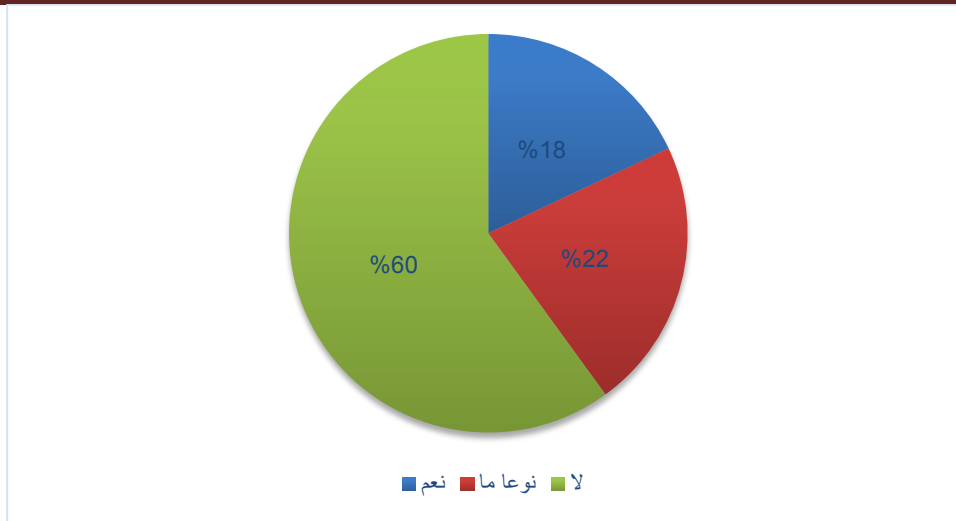
للانستغرام

جدول رقم (26) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى تأثير الانستغرام على تخليهم عن بعض عاداتهم

الثقافية

النسبة المئوية	التكرار	السؤال
18%	18	نعم
22%	22	نوعا ما
60%	60	لا
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (26): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام بجامعة الوادي حيث كانت استجاباتهم على السؤال هل كان لاستخدامك الانستغرام السبب في تخليك عن بعض عاداتك الثقافية في مجتمعك حيث أن 18 طالبا اختار نعم بنسبة 18% و 22 طالبا اختار نوعا ما بنسبة 22% و 60 من طلاب اختاروا لا 60%. والملاحظ من خلال نسب الاجابات عن هذا السؤال ان أغلب المبحوثين ينفون مسألة تخليهم عن عاداتهم الثقافية المكتسبة من مجتمعهم جراء استخدامهم للأنستغرام، رغم اكتسابهم لبعض الثقافات الجديدة كما أقره في السؤال السابق، ولكن ذلك ليس على حساب ثقافتهم المتجذرة فيهم، فهم متمسكون بها على حد قولهم.



الشكل البياني رقم (26) لعينة الدراسة حسب مدى تأثير الانستغرام على تخليهم عن بعض عاداتهم

الثقافية

جدول رقم (27) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى تأثير استخدامهم للانستغرام في تغيير بعض

سلوكياتهم المكتسبة من مجتمعهم

النسبة المئوية	التكرار	السؤال
75%	75	نعم
25%	25	لا
100%	100	المجموع

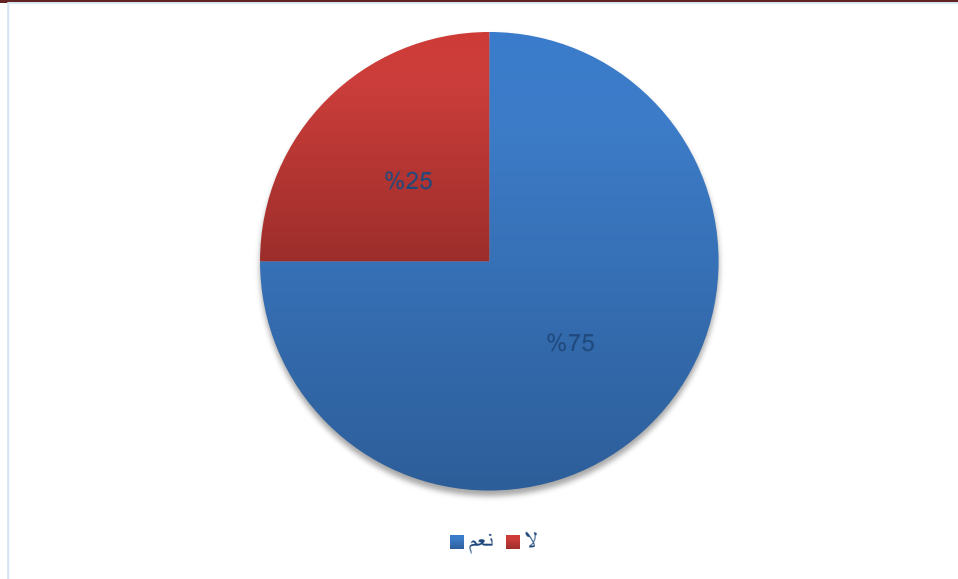
يتضح من خلال الجدول رقم (27): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالب من مستخدمي الانستغرام

بجامعة الوادي حيث كانت استجاباتهم على السؤال هل كان لاستخدامك الانستغرام السبب في تغيير من بعض

سلوكياتك المكتسبة من مجتمعك حيث 75 طالبا اختار نعم بنسبة 75% و 25 طالبا اختار لا بنسبة 25% .

فحسب هذه النسب نجد أن أغلب الباحثين يقرون بتغيير بعض السلوكيات الثقافية المكتسبة جراء استخدامهم

للأنستغرام، وهذا ما تعززه إجاباتهم عن السؤال السابق.



الشكل البياني رقم (27) لعينة الدراسة حسب مدى تأثير استخدامهم للإنستغرام في تغيير بعض

سلوكياتهم المكتسبة من مجتمعهم

جدول رقم (28) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى تأثير استخدام الإنستغرام على تمسكهم بهويتهم

الثقافية

النسبة المئوية	التكرار	السؤال
55%	55	نعم
29%	29	لا
16%	16	نوعا ما
100%	100	المجموع

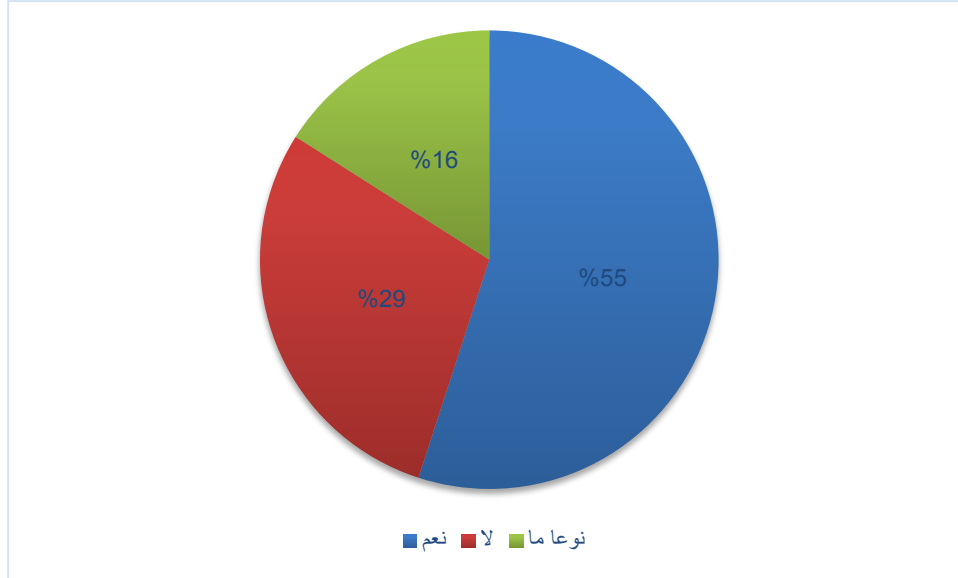
يتضح من خلال الجدول رقم (28): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الإنستغرام

بجامعة الوادي حيث كانت استجاباتهم على السؤال استخدامك للإنستغرام أثر على تمسكك بهويتك الثقافية

حيث أن 55 طالبا اختار عن نعم وبنسبة 55% و 29 طالبا اختار لا وبنسبة 29% و 16 طالبا اختار نوعا ما

وبنسبة 16%. فأغلب المبحوثين يقرون بتأثر تمسكهم بهويتهم الثقافية جراء استخدامهم للإنستغرام حسب هذه

النسب المذكورة، وهذا راجع ربما للتعرض المستمر والمتكرر لكل ما هو وافد من مختلف الثقافات في محتوى مضامين الأنستغرام.



الشكل البياني رقم (28) لعينة الدراسة حسب مدى تأثير استخدام الانستغرام على تمسكهم بهويتهم

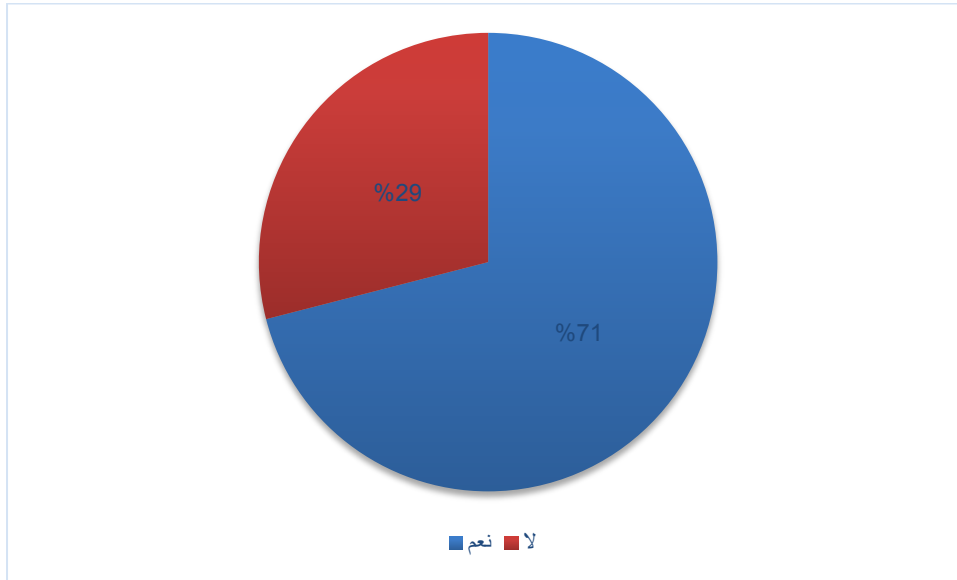
الثقافية

جدول رقم (29) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب نصح الاصدقاء و الاقرباء ببعض الصفحات التي كان

لها الأثر الإيجابي فيك

النسبة المئوية	التكرار	السؤال
71%	71	نعم
29%	29	لا
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (29): أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا من مستخدمي الانستغرام بجامعة الوادي حيث كانت استجاباتهم على السؤال هل سبق وان نصحت بعض من الأصدقاء والأقارب ببعض الصفحات التي كان لها الأثر الإيجابي فيك حيث أن 71 طالبا اختار عن نعم وبنسبة 71% و 29 طالبا اختار لا وبنسبة 29%. ذلك يبين أن أغلبهم يقرون انهم وجدو في هذا الفضاء صفحات ذات مضامين لها الاثر الايجابي عليهم ونصحوا بها غيرهم للاستفادة ونشر الوعي وهذه هي صفات الطالب الناجح، و هذا يدل ايضا على تأثر الشباب الجامعي الجزائري بمحتويات الانستغرام.



الشكل البياني رقم (29) لعينة الدراسة حسب نصح الاصدقاء و الاقرباء ببعض الصفحات التي كان لها الأثر الإيجابي فيك

ثانيا: الإجابة عن تساؤلات الدراسة

• الإجابة عن السؤال الفرعي الأول:

ما هي عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي الانستغرام؟

- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة كانت بدايات استخدامهم للانستغرام منذ سنة الى 3 سنوات وهذا بنسبة 50% ، وهذا راجع لان استعمال هذا الموقع بدأ مؤخرا خاصة بالجزائر، وهذا لحدثة نشأته على غرار باقي الوسائط، وكذا تطويره مؤخرا بعدة خصائص، جعلته قبلة الكثير من المستخدمين مقارنة بالفيسبوك وغيره مثلما يوضحه الجدول رقم 07.
- توصلت الدراسة أيضا الى أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الانستغرام من ساعة الى ثلاثة ساعات بنسبة 60%. وهذا لكون هذه هي المدة المتوسطة والطبيعية والمعقولة بالنسبة لطالب في هذه المرحلة من التعليم العالي لانشغاله بالبحث العلمي والدراسة والامتحانات وغيرها من الإلتزامات الجامعية، كما هو موضح في الجدول رقم 08.
- جاءت من خلال الدراسة أيضا أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الانستغرام في كل الاوقات بنسبة 49%، وهذا راجع لكون هذه الفئة من الشباب ليس لديها وقت معين لذلك، فهم دائمي التفاعل والتواصل في مثل هذه المواقع كلما سمحت الفرصة لذلك، مثلما هو موضح في الجدول رقم 09.
- الإستخدام من خلال الهاتف النقال هي لغالبية أفراد العينة بنسبة 54% مقارنة بباقي الوسائط، وهذا لكون هذه الفئة من الشباب أغلبهم يمتلك الهاتف النقال والمتعدد الوسائط (الذكي)، وهو ايسر وأسهل في الإستخدام ومتاح في كل الظروف، كما هو موضح في الجدول رقم 10.
- أغلب المبحوثين يفضلون إستخدام الانستغرام بالمنزل بنسبة 32% على غرار باقي الأماكن كالجامعة وغيرها...، بسبب كون هذا المكان الذي يجد فيه أيا كان حرته وراحته ويجد فيه الجو المناسب والمتاح للتفاعل والنقاش عبر هذه الوسائط، هذا ما يمثله الجدول رقم 11.

- كشفت الدراسة أن نسبة 40% من أفراد العينة تستخدم الانستغرام على إنفراد بعيدا عن الجميع، وهذا لكون الشباب الجامعي يجذب الولوج للمضامين الخاصة والتفاعل معها بعيد عن الانظار، كما هو مبين في الجدول رقم 12.
- خلصت الدراسة الى أن نسبة 40% من أفراد العينة قادرين على تكوين علاقات وصدقات جديدة من خلال استخدامهم للانستغرام، كما يوضحه الجدول رقم 13.
- الإجابة عن السؤال الفرعي الثاني:

ماهي الدوافع والحاجات من استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي الانستغرام؟

- خلصت هذه الدراسة الى أن غالبيتهم و بنسبة 60% كما وضحه الجدول رقم 14 أنهم يفضلون التواصل والتفاعل على الأنستغرام باسم مستعار بدلا من الاسم الحقيقي لحاجات خاصة لديهم، كعدم جدية التفاعل من خلال هذه التقنية، ولكون هذه الصفة المستعارة تعطي لهم أكبر مساحة من الحرية في التعبير عن كل أفكارهم وأهوائهم دون قيود وهذا ما عبرت عنه إجاباتهم في فرع السؤال بنسبة 70%.
- استعمال أغلب أفراد العينة و بنسبة 70% صور مستعارة على حساباتهم الشخصية في الانستغرام كما بينه الجدول رقم 15، هذا بدافع وجود مساحة أكبر من الحرية في التعبير وعدم رغبتهم إظهار أنفسهم، للسماح لهم بتكوين صداقات وعلاقات افتراضية والتستر على ما يعبرون عنه، وهذا ما عبرت عنه النسبة 63% في الإجابة الفرعية لهذا السؤال، والباقي إجابات مختلفة.
- الدافع من استخدام الانستغرام ايضا هو من أجل التزود بالأخبار والمعلومة والأحداث الجارية، بنسبة 40% من أفراد العينة كما هو مبين في الجدول رقم 16. هذا على غرار باقي الدوافع التي جاءت بنسب متباينة، كالتواصل والتسلية والتثقيف والتفاعل مع الآخر كما لبي لديهم حاجات دينية واهتمامات حول معتقداتهم و خلفياتهم الايديولوجية، وهذا ما عبر عنه الجدول رقم 17.

• الاجابة عن السؤال الفرعي الرابع:

ما مستويات التغيير على الهوية الثقافية للشباب الجامعي جراء استخدامهم موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام؟

- أغلب افراد العينة و بنسبة 34% كما هو مبين في الجدول رقم 18 تكمن اهتماماتهم حول التزود بالأخبار والمعلومة عن الأحداث الجارية وكل ما هو جديد على مستوى جميع الاصعدة.
- كشفت هذه الدراسة ان اغلب افراد العينة و بنسبة 45% كما بينه الجدول رقم 19 مقتنعين بما يقدمه الانستغرام من مضامين ومعلومات ثقافية واجتماعية، ولكن ذلك ليس على حساب ما هو كائن وموجود من قناعاتهم الثقافية والاجتماعية المكتسبة من مجتمعهم كما هو معبر عنه في السؤال الموالي وبنسبة 46% كما يبينه الجدول رقم 20.
- أغلب أفراد العينة وبنسبة 46% وهو ما يوضحه الجدول رقم 21 لا يؤثر استخدامهم للأنستغرام عن القيم والمعايير الأخلاقية السائدة في المجتمع، رغم وجود نوع من التغيير في بعض السلوكيات الثقافية والاجتماعية المكتسبة وهذا على حد تعبيرهم و اجاباتهم التي تباينت بين القبول والنفى وبنسبة 37%، كما هو موضح في الجدول رقم 22.
- أغلب المبحوثين 44% كما يبينه الجدول رقم 23 يقرون بتأثر لغتهم الأم ومدى تحكمهم بها جراء استخدامهم للأنستغرام، وهذا لتفاعلهم مع عديد اللغات واللهجات خلال تواصلهم مع باقي الافراد من مجتمعات مختلفة حول العالم.
- استخدام الأنستغرام من طرف أغلب أفراد العين وبنسبة 50% كما يوضحه الجدول رقم 24 اثر على جوانب خاصة بالممارسات والسلوكيات الدينية والمعتقدات.

- يقر أغلب المبحوثين وبنسبة 49% على اكتسابهم ثقافات جديدة باستخدامهم للانستغرام هذا ما هو مبين بالجدول رقم 25، ولكن هذا لا يعني التخلي عن مكتسباتهم القبلية كما هو موضح في اجابات أغلبهم في هذا السؤال الموالي وبنسبة 60%، كما لمسناه في الجدول رقم 26.
- 75% من أفراد العينة يقرون بوجود بعض التغيير في سلوكياتهم المكتسبة، هذا ما يبينه الجدول رقم 27 لكن كل هذا وذاك لا يؤثر على تمسك هذا الفرد بهويته الثقافية الأصيلة والمتجذرة، كما هو موضح بالجدول رقم 28 للسؤال الذي يليه، وبنسبة 55% من المبحوثين.
- استخدام موقع الانستغرام أوجد لدى أغلب أفراد العينة وبنسبة 71% ضالتهم من مضامين وصفحات وغيرها تتصف بالإيجابية، كما هو موضح في الجدول رقم 29 ومن ثم نصحو بها غيرهم للإفادة والاستفادة. وأغلب هذه الصفحات اما تعليمية او ترفيهية ورياضية كما ورد في فرع هذا السؤال.

ثالثا: النتائج العامة للدراسة

- انطلاقا مما سبق و من تحليل نتائج الدراسة و بالمقارنة مع المعطيات النظرية توصلنا إلى النتائج التالية:
- استخدام الشباب الجامعي الجزائري لموقع التواصل الاجتماعي الانستغرام.
 - يهدف الشباب الجامعي الجزائري من خلال استخدام الانستغرام إلى تكوين علاقات و صداقات جديدة و غير جدية.
 - يفضل الشباب الجامعي الجزائري التواصل و التفاعل عبر الانستغرام بصورة و اسم مستعار بدل من الصفة الحقيقية.
 - يهدف الشباب الجامعي الجزائري من خلال استخدامه الانستغرام الى التزود بالمعلومات و الاخبار على غرار باقي الدوافع كالتعليم و التثقيف و التسلية....الخ.

- يلبي استخدام الانستغرام لدى الشباب الجامعي الجزائري حاجات دينية و اهتمامات حول معتقداتهم و خلفياتهم الأيديولوجية.
 - قناعة الشباب الجامعي الجزائري بما يقدمه الانستغرام من مضامين و معلومات ثقافية و دينية.
 - استخدام الانستغرام من طرف الشباب الجامعي الجزائري له تأثير نسبي على القيم و العادات و المعتقدات السائدة بالمجتمع.
 - تأثر لغة الشباب الجامعي الجزائري بثقافات و هويات المجتمعات الأخرى نتيجة لاستخدامه الانستغرام.
 - تأثير استخدام الانستغرام على الممارسات و السلوكيات الدينية و المعتقدات لدى الشباب الجامعي.
 - اكتساب الشباب الجامعي الجزائري ثقافات جديدة جراء استخدامهم الانستغرام لكن دون التخلي عن مكتسباتهم القبلية.
 - استخدام الانستغرام اوجد لدى الشباب الجامعي الجزائري مضامين مختلفة المشارب، و صفحات ترفيهية و تعليمية و رياضية ...
- و أخيرا نقول أن هذه التقنيات الحديثة في الاساس جاءت لتدعيم مختلف القيم الثقافية وللتعبير عن الأنماط السائدة في المجتمع، هذا إذا كان المحتوى ينبع من نفس محيط الفرد، أما إذا كان عكس ذلك فستصبح وسائل لتغيير الثقافات والقيم، فهي تؤثر على اتجاهات وسلوك الفرد وبالتالي تؤثر على تشكيل هويته الثقافية، فلربما تختفي بعض القيم لدى أفراد المجتمع وتحل مكانها قيم جديدة لم تكن موجودة، أو تعدل قيم وممارسات قديمة بحيث تصبح متناسب وتساير ما هو موجود في مجتمعات أخرى هي في نظرهم صورة مثالية من التطور والتحضر. فهذه التقنية نقول عنها أيضا هي عمله لوجهين وجه اجابي في دعم

الهوية الثقافية هذا من ناحية، ووجه سلمي في القضاء عليها من ناحية أخرى، و هذا يكمن حسب مضامينها و محتواها إن كان هادفاً أو غير هادف.

الخاتمة:

من خلال ما تطرقنا اليه في جميع فصول هذه الدراسة بداية من متن الاشكالية الى تفسير واستخلاص النتائج من الدراسة الميدانية، يمكننا القول أن موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام اصبح يمثل شغف وإهتمام لأغلب الشباب الجامعي، حيث وجدوا فيه متنفسا لهم في تلبية حاجات كثيرة و مختلفة من تسلية وترفيه وتثقيف وتفاعل وتواصل مع الآخرين في أي وقت وفي أي مكان من هذه المعمورة، و يجدون فيه ايضا مساحة خاصة يعبرون من خلالها عن مختلف انشغالاتهم وآرائهم وبكل حرية حول مختلف الشؤون و المواضيع التي تثير اهتمامهم المشتركة وغيرها.

وقد سلطنا الضوء في دراستنا هذه على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي، وذلك على عينة من مستخدمي الانستغرام من طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، محاولين الكشف من خلالها عن الاشباع المحققة لدى هذه الفئة من استخدامهم للانستغرام و ما ينجر من تأثيرات مصاحبة لذلك الاستخدام على الهوية الثقافية انطلاقا من مجموعة من التساؤلات والمتمثلة في عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي الانستغرام، والدوافع من وراء هذا الاستخدام والاثر و التأثير الواقع على عناصر الهوية الثقافية لديهم.

وفي الختام تبقى هذه الدراسة ما هي الا حلقة من حلقات البحث العلمي المتواصلة في ميدان علوم الاعلام والاتصال، فهي تعبر عن كل ما يتعلق بمستخدمي الانستغرام من الشباب الجامعي و تأثير ذلك على الهوية الثقافية لديهم، حيث لا يمكننا القول بأننا كشفنا عن هذا التأثير من كل جوانبه سواء الإيجابية أو السلبية ، بل حاولنا من خلال مراحل هذه الدراسة معرفة بعض الجوانب المتعلقة بمدى هذا التأثير، مهيدين الطريق ولو بجزئية بسيطة لباحثين آخرين مثلما انطلقنا نحن من دراسات غيرنا، وهذا لاكتشاف مقاربات أخرى لم تتعرض لها هذه الدراسة واستخلاص نتائج أخرى ذات قيمة علمية.

قائمة المصادر:

1- كتاب القرآن الكريم

- آية من سورة الأنفال

قائمة المراجع:

• الكتب

2- بن مرسللي.أ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط 2، ديوان المطبوعات

الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2003.

3- خضر ساري.ح، التواصل الإجتماعي الأبعاد والمبادئ والمهارات، دار كنوز المعرفة للنشر

والتوزيع، الأردن، ط01، 2014.

4- محمد عبد الحميد.ص، الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة ،

2011م.

5- بن إبراهيم الشاعر.ع ر، مواقع التواصل الإجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر

والتوزيع، عمان، ط1، 2015.

• الرسائل الجامعية

- رسائل دكتوراه جزائرية

6- تومي.خ، دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي، أطروحة مقدمة لنيل

شهادة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة

بسكرة، 2017.

- 7- سكور.إ، بناء الهوية الثقافية على الخط وعلاقتها باستخدام موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2019.
- 8- كانون.ح، دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم وترقية أداء منظمات المجتمع المدني في الجزائر، دكتوراه في علم الاجتماع السياسي، جامعة الجزائر، 2017.
- 9- فيلالي.س، بنية الهوية الجزائرية في ظل العولمة، دكتوراه في علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة بسكرة، 2014.
- 10- غضبان.غ، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة العالمية، دكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال، جامعة باتنة، 2018.
- 11- بوازدية.م، فعالية الاتصال و بناء سمعة المؤسسة الجامعية الجزائرية، دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة سوق أهراس، 2020.
- 12- مناصرية.م، هوية المجتمع المحلي في مواجهة من منظور أساتذة جامعة بسكرة، مذكرة دكتوراه منشورة، تخصص علم اجتماع التنمية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2012.
- 13- بركات.ن، إنعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة بسكرة، 2016.
- 14- تقي الدين.ي، القيم الثقافية المكتسبة من خلال استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، دكتوراه في الإتصال والعلاقات العامة، جامعة قسنطينة 03، 2018.

15- بومخيلة.خ، جمهور الطلبة الجزائريين و وسائل الإعلام المكتوبة، ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة منتوري بقسنطينة، 2007.

16- قيدوم.ف، اثر استخدام الانترنت لدى الشباب الجامعي على وسائل الإعلام التقليدية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر.

17- ناريمان نومار.م، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة على عينة من مستخدمي موقع فيسبوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012 م.

- رسائل ماجستير عربية

18- صلاح أبو حسين.آ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية قيم المواطنة الرقمية لدى طلبة الجامعات الأردنية الخاصة، ماجستير في علوم التربية، كلية العلوم التربوية جامعة الشرق الأوسط، الاردن، 2022.

19- عصام محمد اليوسف.أ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية في محافظة اربد، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية الآداب بجامعة اليرموك، الأردن؛ 2016.

20- بنت شعشوع الشهري.ح، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية " الفيسبوك وتويتر نموذجاً"، دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، ماجستير في علم الاجتماع، جامعة الملك عبد العزيز، 1434هـ.

- رسائل ماستر جزائرية

- 21- أوصالح.ص، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية لدى الطالب الجامعي، ماستر في علم الاجتماع، جامعة برج بوعرييج، 2020.
- 22- بوفنار.ه، طرفية ابتسام: الفايستوك وتأثيره على الهوية الثقافية للطالب الجامعي، ماستر في علم الاجتماع، جامعة جيجل، 2019.
- 23- دراع.ي، بوشاشي ياسين: استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام و الاشباعات المحققة، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة جيجل، 2022.
- 24- دواخة.س، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، ماستر في علم الاجتماع، جامعة قلمة، الجزائر، سنة 2020.
- 25- حميدي.ع، أثر استخدام التكنولوجيا الحديثة على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين، ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة، 2020.

• مجالات

- 26- السعيد مبروك.إ: المكتبة المدرسية و تحديات العولمة الثقافية، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، ط 1، مصر، 2009.
- 27- ميكشيلي.إ، الهوية ، دار الوسيم لخدمات الطباعة، ط 1، سوريا، 1993.
- 28- بركات.ح، فنيش.ح، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الهوية الثقافية في ظل تحديات العولمة لدى طلبة الجامعة، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، جامعة المسيلة، العدد 2، سبتمبر 2016.
- 29- عابد الجابري.ح، العولمة الثقافية، عشر أطروحات، مجلة المستقبل العربي، العدد 228، 1998.

- 30- علي نعيمة.ر، التردد على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها ببعض المشكلات الاجتماعية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، العدد 06، سوريا، 2014.
- 31- سمير ابراهيم الحفني.ر، التوجهات الحديثه للدراسات التي تناولت وسائل التواصل الاجتماعي، دراسات تربوية واجتماعية، عدد أفريل، كلية التربية جامعة حلوان بمصر، 2022.
- 32- زهاق.م، بوهالي.ط، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري، مجلة المجتمع والرياضة، المستودع الرقمي الجامعي، الجزائر، العدد 02، جوان 2023.
- 33- عبد الغني.ع، سيوسولوجيا الثقافة من الحداثة إلى العولمة ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ط1، بيروت ، 2000.
- 34- بسيوني رضوان.ع، أزمة الهوية والثورة على الدولة في غياب المواطنة وبروز الطائفية، دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة، مصر، ط01، 2012.
- 35- عبد الفتاح.ع، الإعلام الاجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان ، 2014.
- 36- خليل أبو أصبع.ص، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار الآرام، ط02، الأردن، 2003م.
- 37- السالم.ف، الآثار الاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، جامعة الكويت، العدد 27، سنة 2019.
- 38- عبيدات.م، وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر والطباعة والتوزيع، ط2، عمان، 1999.

39- عماره.م، مخاطر العولمة على العولمة الثقافية، دار نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، ط1، 1999.

40- هلال المزاهرة.م، بحوث الاعلام، الاسس والمبادئ، ط 1، دار كنوز المعرفة، عمان، 2010.

• الملتقيات والندوات والمنشورات والمطبوعات الجامعية

41- بن مرسل.أ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.

42- علي كنعان.أ، الشباب الجامعي والهوية الثقافية في ظل العولمة الجديدة، دراسة ميدانية على طلبة جامعة دمشق، كلية التربية، جامعة دمشق.

43- محمد طه أبو الخير.أ، تفاعلية الشباب العربي على الإنستغرام و إتجاهاتهم نحو الدور الترويجي له، مجلة بحوث كلية الآداب، مصر، 2020.

44- بن تركي.أ، الهوية الثقافية بين قيم الأصالة والحداثة في ظل التغيرات السوسيوثقافية للمجتمع الجزائري، مجلة العلوم الانسانية، عدد خاص بالملتقى الأول حول الهوية والمجالات الثقافية في المجتمع الجزائري، 2011.

45- الهوية الثقافية الجزائرية في زمن العولمة الثقافية التحديات وسبل المواجهة -مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد12، العدد01، جامعة الجزائر، أفريل2021.

46- بوازدية.م، مداخلة بعنوان: مواقع التواصل الاجتماعي و البنية الهويةية للأفراد " موقع الفاييسوك نموذجا"، ملتقى وطني حول مسالة الهوية الثقافية في المجتمع الجزائري بين الواقع و التحديات، جامعة سوق أهراس، الجزائر.

47- احمد أبو شنب.ج، البحث العلمي المناهج و الطرق و الأدوات ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 2007 .

48- المشهداني.س.س، مناهج البحث العلمي، دار الكتاب الجامعي، لبنان، ط1،01،2017.

49- الحاج.ك، نظريات الإعلام والاتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية،2020، دمشق.

50- ماجدر، منهجية البحث العلمي، مؤسسة فريدريش إيبيرت، بيروت، 2016 .

51- دوزة.د، الهوية الثقافية وإشكالية الحوار الحضاري. قراءة في رواية" كيف ترضع من الذئبة

دون أن تعضك" للروائي الجزائري " عمارة لحوص "، مجلة آفاق للعلوم، جامعة الجلفة،

العدد التاسع- سبتمبر 2017.

52- عبادة.ن.ه، الهوية الثقافية الجزائرية والعولمة الإعلامية، مجلة الاتصال والصحافة، العدد09،

جامعة الجزائر03،2020.

• مراجع أجنبية:

- 53- Aaron Smith, Senior Research Specialist .Why Americans use social media : social net working sites are appealing as a way to mantain contact with close ties and reconned withe old friends.
- 54- BINHUMAID, GHADAHTHE. IMPACT OF SOCIAL MEDIA SITES ON MUSLIM ADOLESCENTS. B.A., KING SAUD UNIVERSITY. MAY 2018،DEPARTMENT OF SOCIAL WORK. ATLANTA, GEORGIA.
- 55- nagihan tufan,hunr tarataci .Instagram in the contest of uses and gratificationapproch : selcukuniversity exemple.

• مواقع الأترنت:

58- [http://www.pewinternet.org/Reports/2011/Why-Americans-](http://www.pewinternet.org/Reports/2011/Why-Americans-Use-Social-Media.aspx)

[Use-Social-Media.aspx](http://www.pewinternet.org/Reports/2011/Why-Americans-Use-Social-Media.aspx)

59- [https://lang.univ-eloued.dz/fr/univ_pres/.](https://lang.univ-eloued.dz/fr/univ_pres/)

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد محمد لخضر الوادي
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية

استمارة بحث حول :

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي
دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي-الانستغرام- من طلبة جامعة الوادي

مذكرة لنيل شهادة ماستر في علم الإعلام و الاتصال

تخصص : سمعي بصري

إشراف الأستاذة :

- بوازديه منى

إعداد الطالبين :

- خادم محمد الساسي

- خزاني الحاج ميده

ملاحظة : الرجاء منكم إبداء أراكم حول الأسئلة التالية بصراحة وأمانة

ضع علامة X في الخانة المناسبة

المعلومات الواردة في الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض علمية

السنة الجامعية : 2024/2023

- نطرح التساؤل الرئيسي التالي لدراستنا هذه التي اخترنا لها موقع الانستغرام كنموذج:
ما تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي؟
و تتفرع عدة تساؤلات فرعية من التساؤل الرئيسي وفقا للإطار العام للدراسة وهي:
- 1- ما هي عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي الانستغرام؟
 - 2- ما هي دوافع وحاجات استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي الانستغرام؟
 - 3- ما مستويات التغير على الهوية الثقافية للشباب الجامعي جراء استخدامهم موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام؟

المحور الاول : البيانات العامة

- 1-الجنس : ذكر انثى
- 2- السن : (25-20) (30-25) أكثر من 30
- 3-المستوى الجامعي:
- ليسانس
- ماستر
- دكتوراه
- 4- الحالة الاجتماعية :

● الحالة العائلية:

- متزوج
- أعزب
- أرملة
- مطلق/مطلقة

● المستوى المعيشي:

- ضعيف
- متوسط
- جيد

5- مكان الإقامة:

- المدينة
- الريف

المحور الثاني : عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي-الأنستغرام:-

6- منذ متى وأنت تستخدم موقع التواصل الاجتماعي – أنستغرام- ؟

- منذ أقل من سنة
- منذ سنة إلى 3 سنوات
- أكثر من 3 سنوات

7- ما هي عدد الساعات التي تقضيها أمام موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام ؟

- أقل من ساعة من ساعة إلى ثلاث ساعات أكثر من ثلاث ساعات

8- ماهي الفترات التي تستخدم فيها موقع التواصل الإجتماعي الانستغرام؟

- في الصباح
- وقت القيلولة
- في المساء
- في الليل

- في كل الأوقات

9- يتم التصفح من خلال :

الهاتف النقال حاسوب محمول حاسوب ثابت

10- أين تستخدم موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام؟

المنزل الجامعة مقهي الانترنت مكان عمومي
غير ذلك

11- مع من تتواجد خلال تفاعلك في الانستغرام؟

- لوحيدك
- مع العائلة
- مع أصدقائك
- خيار آخر

12- خلال تواصلك على موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام هل تشعر؟

- أنك قادر عن التعبير بكل حرية
- قادر على تكوين علاقات وصدقات جديدة
- قادر على خوض مواضيع لا يمكن مناقشتها في الواقع
- خيار آخر

المحور الثالث: الدوافع والحاجات من استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي الانستغرام؟
13- هل الاسم الذي تستخدمه على حسابك في الانستغرام؟

- حقيقي
- مستعار
● اذا كان حقيقي هل ل؟
- للتعريف بنفسك
- لتعزيز شخصيتك الحقيقية
- لسهولة الوصول اليك
- لكسب علاقات صداقة حقيقية
- خيارات أخرى.....

● اذا كان مستعار هل ل؟

- لعدم رغبتك في معرفة الآخرين بشخصيتك الحقيقية
- للتعبير والنشر بكل حرية
- للتخفي والتستر عن كل ما تنشره
- خيارات أخرى.....
.....

14- هل الصورة التي تستخدمها على حسابك في الأنستغرام؟

- حقيقية
- مستعارة

● اذا كانت حقيقة هل؟

- لتعريف الآخرين بك
- تكوين صداقات حقيقية
- تعزيز مكانتك لدى الآخرين
- خيارات اخرى.....

● اذا كانت مستعارة؟

- لكي تبقى صورتك مجهولة لدى الآخرين
- لتكوين علاقات وصداقات مزيفة
- الخوف من استعمال الآخرين لصورتك لأغراض أخرى
- خيارات اخرى.....

* ما هي طبيعة الصور المستعارة التي تضعها على حسابك؟

- صورة للطبيعة
- صورة دينية
- صور للمشاهير والنجوم
- خيارات أخرى.....

15- هل إستخدامك لموقع الانستغرام هو من أجل ؟

- التزود بالمعلومات والأخبار
- التسلية
- التواصل
- التتقيف
- ملئ أوقات الفراغ
- التعرف على ثقافات أخرى
- خيارات أخرى.....

16- هل استخدامك للانستغرام لبي لديك حاجات؟

- معرفية
- دينية
- اجتماعية
- عاطفية
- ثقافية
- دراسية
- خيارات أخرى.....

المحور الرابع: أثر استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي الانستغرام على الهوية الثقافية.

17- ما هي طبيعة اهتمامك على موقع التواصل الاجتماعي-الانستغرام- ؟

- ما يهم تخصصك الدراسي
- الاطلاع على الأخبار ومواكبة الأحداث العالمية
- تكوين علاقات جديدة
- ما يهم الموضة واللباس

- خيارات أخرى.....
- 18- هل تقتنع بما يقدمه موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام من محتوى و معلومات ثقافية واجتماعية؟
 نعم لا لا أقتنع نوعا ما
- 19- هل ترى بأن ما يعرض على الانستغرام من محتويات يؤثر على الفئات الثقافية للشباب الجامعي؟
 نعم لا نوعا ما
- 20- هل أثر استخدامك للانستغرام على القيم والمعايير الأخلاقية السائدة في مجتمعك؟
 نعم لا نوعا ما
- اذا كانت اجابتك بنعم فما هي أكثر القيم تأثرا . يمكنك الإجابة على أكثر من اقتراح
 قيم دينية قيم الأخلاقية وسلوكية قيم وطنية قيم ثقافية واجتماعية
- 21- هل ترى أن استخدام موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام غير في بعض عاداتك الاجتماعية والثقافية؟
 نعم لا نوعا ما
- في حال الإجابة بنعم ماهي هذه العادات التي مسها التغيير؟
 طريقة اللباس
 طريقة التواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء
 مظاهر الإحتفال في المناسبات الدينية والوطنية
 خيارات أخرى.....
- 22- هل كان لاستخدامك الانستغرام الأثر على لغتك؟
 نعم لا - نوعا ما
- 23- هل كان لاستخدامك الانستغرام الأثر على دينك ومعتقداتك؟
 نعم لا - نوعا ما
- 24- هل اكتسبت ثقافات جديدة من خلال استخدامك للانستغرام؟
 نعم لا - نوعا ما
- 25- هل كان لاستخدامك الانستغرام السبب في تخليك عن بعض عاداتك الثقافية في مجتمعك؟
 نعم نوعا ما لا - نوعا ما
- 26- هل كان لاستخدامك الانستغرام السبب في تغيير من بعض سلوكياتك المكتسبة من مجتمعك؟
 نعم لا
- 27- هل استخدامك للانستغرام أثر على تمسكك بهويتك الثقافية؟
 نعم لا نوعا ما

28- هل سبق وان نصحت بعض من الأصدقاء والأقارب ببعض الصفحات التي كان لها الأثر الإيجابي فيك؟

- نعم - لا