

# شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الشباب الجزائري- دراسة وصفية تحليلية لعينة من صفحات مستخدمي موقع الفايسبوك-

الأستاذة: خيرة محمدي  
جامعة مستغانم

## الملخص:

تتناول الدراسة واقع الهوية الثقافية العربية لدى الشباب الجزائري في ضوء استخدامه مواقع التواصل الاجتماعي، لاسيما موقع الفايسبوك، وذلك من خلال التعرف على أهم الأنماط الثقافية التي يتفاعل معها الشباب عبر صفحات موقع الفايسبوك، وكذا تحديد مكانة الدين الإسلامي، واللغة العربية، والتراث الثقافي كمقومات الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري، وكذلك الوقوف على مستقبل الهوية الثقافية لدى فئة الشباب في خضم تعرضه لهذا النوع من المواقع الاجتماعية.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي وعلى أداة الملاحظة المباشرة من خلال تتبع ما يتم نشره عبر موقع الفايسبوك من مواضيع ثقافية، واجتماعية، كما استخدمنا تحليل المحتوى كأداة بحثية لجمع بيانات الدراسة التي تهدف إلى وصف صفحات موقع الفايسبوك. وطبقت الدراسة على عينة قصدية متمثلة في أربع صفحات شخصية لمستخدمي موقع الفايسبوك، وذلك لمدة أسبوع.

الكلمات المفتاحية: الهوية الثقافية، الهوية الافتراضية، شبكات التواصل الاجتماعي، موقع الفايسبوك.

## Summary:

The study examines the reality of Arab cultural identity among Algerian youth in light of its use of social networking sites, especially the Facebook site, by identifying the most important cultural patterns with which young people interact through Facebook pages, as well as determining the status of the Islamic

religion, Arabic language and cultural heritage as the components of cultural identity. To the Algerian youth, as well as to identify the future of cultural identity among young people in the midst of exposure to this kind of social sites.

The study relied on the descriptive survey method and on the direct observation tool by tracking what is published through the Facebook site of cultural and social issues. We also used content analysis as a research tool to collect study data that aims to describe the pages of the Facebook site. The study was applied to a sample of four pages of Facebook users for a week.

**Keywords:** cultural identity, virtual identity, social networks, Facebook Network

## مقدمة:

شهدت السنوات القليلة الماضية قفزات تكنولوجية هائلة في مجال الاتصال والمعلومات، كان أهمها ظهور شبكات المعلومات "الأنترنت" التي ألغت حدود الزمان والمكان وأصبح الإبحار فيها عمل يومي لا يستغني عنه من يريد التواصل مع الآخرين والانخراط في المجتمعات العالمية، أو البحث عن المعلومات، ومع ظهور الجيل الثاني للأنترنت ساهم في بروز وسائل اتصالية حديثة، عرفت بمواقع التواصل الاجتماعي التي تمثلت في الفيسبوك، التويتر، اليوتيوب وغيرها، ولاقت رواجاً عالمياً منقطع النظير فقد بلغ عدد المستخدمين فيها بالعالم ما يفوق المليار مستخدم، وفي المنطقة العربية 55 مليون مستخدم، وذلك نظراً للخصائص التي تمتاز بها، فأى شخص بإمكانه التسجيل على إحدى هذه الشبكات، ويضع ملف خاص به فيطلع عليه كل من يملك حساب على مستوى هذه الشبكات، فمن صفاتها أيضاً أنها تساعد متصفحها على إنشاء صداقات جديدة، وتكوين علاقات في مجالات عديدة، وكذلك إنشاء شبكات تجمع الأفراد أو جهات معينة ذات اهتمامات وتخصصات محددة مثل: المنتديات الثقافية، الاجتماعية، المواقع التجارية وغيرها.

ولكن من جهة أخرى فرضت هذه الشبكات الاجتماعية، ولاسيما موقع الفيسبوك العديد من التحديات التي تؤثر على القيم، والثقافة، والهوية، وأنظمة التربية بالمجتمع، باعتبارها تتعامل مع فضاء جغرافي لا يعترف بالحدود المكانية، ولا الزمانية، ولأن موضوع الهوية عامة والهوية الثقافية على وجه الخصوص يعتبر من الإشكاليات التي تثير اهتمام عدد من الباحثين والدارسين في هذا المجال باعتبارها

تمثل الكيان الشخصي، والقومي لكل مجتمع، لاسيما المجتمعات العربية الإسلامية، فانتشار استخدام موقع الفايسبوك الاجتماعي يمثل تحدياً أمام الهوية الثقافية، باعتبار أن اكتشافه واستخدامه كان في الولايات المتحدة الأمريكية التي تتميز بتعدد ثقافي وهوياتي، وأثناء تصدير هذا النوع من التكنولوجيا الحديثة للدول النامية بما فيها الدول العربية تصدر معها نموذج الحياة الأمريكية الأجنبية المتمثلة في اللباس، والأكل، والتفكير، وقيم الاستهلاك، مما يساهم في خلق أزمة الهويات لدى المجتمع العربي و لاسيما فئة الشباب التي تتأثر بهذا النوع من المواقع الاجتماعية مما يعني تلاشي القيم، والثقافات القومية العربية، واحلال القيم الثقافية الغربية مكانها. وعلى ضوء هذا الطرح تسعى الدراسة إلى معالجة إشكالية واقع الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري في ضوء استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفايسبوك. من خلال الإجابة على الأسئلة الفرعية الآتية:

1/ ماهي الأنماط الثقافية التي يتفاعل معها الشباب الجزائري من خلال موقع الفايسبوك الاجتماعي؟

2/ ماهي مكانة الدين الإسلامي، واللغة العربية، والتراث الثقافي باعتبارها من عناصر الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري من خلال صفحات موقع الفايسبوك؟

3/ إلى أي درجة يساهم موقع الفايسبوك في تعزيز عناصر الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري؟  
أهمية الدراسة:

تكمن أهمية البحث في أن: مسألة الهوية الثقافية تعتبر من أكثر المواضيع المطروحة للنقاش لاسيما مع التحول التكنولوجي الذي أفرز ما يسمى بشبكات التواصل الاجتماعي، التي مكنت من نقل بعض الرموز الثقافية ومختلف أنماط الحياة ذات الطابع الغربي فباتت تشكل تهديدا للهوية الثقافية العربية، ويظهر ذلك في تقمص الشباب وتمثلهم للأنماط الجديدة من الموضات والأفكار، وتأتي أهمية البحث في محاولة تحليل مختلف الأنماط الثقافية الجديدة المتداولة داخل هذا الفضاء الافتراضي، وكذا التعرف على مختلف المضامين الثقافية التي يتفاعل معها الشباب الجزائري عبر صفحاتهم الشخصية على موقع الفايسبوك.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى: تشخيص واقع الهوية الثقافية العربية لدى الشباب الجزائري في ضوء استخدامه مواقع التواصل الاجتماعي، لاسيما موقع الفايسبوك الذي يتمتع بشعبية كبيرة حسب ما أكدته معظم الإحصائيات الحديثة. وتهتم الدراسة بالتعرف على أهم الأنماط الثقافية التي يتفاعل معها الشباب من خلال صفحات موقع الفايسبوك، وكذا مكانة الدين الإسلامي، واللغة العربية، والتراث الثقافي كمقومات الهوية الثقافية، وكذلك الوقوف على مستقبل الهوية الثقافية لدى فئة الشباب في خضم تعرضه لهذا النوع من المواقع الاجتماعية.

### منهج الدراسة:

تنتهي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية لأنها تهتم في الأساس بوصف محتوى عينة من صفحات موقع الفايسبوك بما فيها التعليقات، والفيديوهات، والمقالات، والصور، فطبيعة الدراسات الوصفية وأهدافها تقتضي "التعرف على المشكلة عن طريق وصف ظواهرها، وخصائصها، وطبيعتها، ومعرفة أسبابها وسبل التحكم فيها معتمدا على تجميع البيانات وتحليلها، وبالتالي استخلاص النتائج بغرض معالجة المشكلة ثم تعميم هذه النتائج". (العايدي، 2005: صفحة 69-70)

ويعتبر المسح من المناهج الملائمة للدراسات الوصفية فهو "دراسة استطلاعية تقوم بها قصد الكشف عن مشاكل المجتمع، ومحاولة منظمة لتقرير، وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو لجماعة معينة تنصب على الوقت الحاضر بشكل أساسي". (إبراهيم، 2000: صفحة 129)

### أدوات الدراسة:

اعتمدنا على\* أداة الملاحظة المباشرة من خلال تتبع ما يتم نشره عبر موقع الفايسبوك من مواضيع ثقافية واجتماعية سواء في شكل صور أو نصوص أو فيديوهات.

\*تحليل المضمون: كأداة بحثية لجمع بيانات الدراسة التي تهدف إلى وصف محتوى صفحات موقع الفايسبوك، وأهم المواضيع والأنماط الثقافية المتداولة داخل هذا الموقع، لذلك أداة تحليل المضمون تعتبر أداة أساسية ومناسبة لجمع معطيات الدراسة.

\* فئات التحليل: اعتمدنا في تحليل صفحات الفايسبوك الشخصية على نوعين من الفئات، يتمثل النوع الأول في فئة شكل صفحات موقع الفايسبوك، والنوع الثاني في محتوى هذه الصفحات.

#### • فئات الشكل :

1/ فئة اللغة المستخدمة: اخترنا فئة اللغة لأن دراستنا تسعى لمعرفة مكانة اللغة العربية باعتبارها من مقومات الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري، فيمكن أن تكون اللغة المتداولة عبر صفحات الفايسبوك اللغة العربية الفصحى، أو العامية أو اللغات الأجنبية كالفرنسية والانجليزية.

2/ فئة طبيعة المادة المستعملة: وتهدف هذه الفئة إلى معرفة اشكال المحتوى المنشور عبر شبكة الفايسبوك، حيث يمكن أن يكون هذا المحتوى على شكل نص أو صور أو مقاطع فيديو.

#### • فئات المحتوى:

1/ فئة الموضوع: وتهدف هذه الفئة إلى معرفة أهم المواضيع التي تشغل اهتمام فئة الشباب من خلال صفحة الفايسبوك، ويمكن أن تكون مواضيع ثقافية تشمل التجميل، اللباس، الطبخ وغيرها واخترنا المواضيع الثقافية لأنها تتلائم مع إشكالية بحثنا الذي يركز على الهوية الثقافية.

2/ فئة القيم: بمعنى القيم التي تتضمنها الصفحات الشخصية للشباب عبر موقع الفايسبوك، وكذلك أهم الثقافات التي تصدرها هذه المواقع المتمثلة في ثقافة الاستهلاك، وطريقة اللباس الغربية وغيرها.

#### مجتمع البحث وعينته:

يشمل مجتمع البحث الصفحات الشخصية لفئة الشباب الجزائري عبر موقع الفايسبوك، ونظرا لكم الهائل لهذه الصفحات، اعتمدنا على العينة القصدية في اختيار 4 صفحات لموقع الفايسبوك، لمدة أسبوع أي دراسة ما ينشر عبر الموقع لمدة أسبوع بغرض الخروج بنتائج من شأنها تجيب على أسئلة وإشكالية الدراسة.

#### 1. مدخل إلى الهوية الثقافية:

##### 1. مفهوم الثقافة:

هناك عدة تعاريف للثقافة منها:

\* الثقافة حسب البريطاني الأنثروبولوجي إدوارد تايلور (1832-1917)، هي ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة، والمعتقدات، والفن، والأخلاق، والأعراف، والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان باعتباره عضواً في المجتمع. (مدونة علم الاجتماع: تايلور والمفهوم العالمي للثقافة استرجعت في تاريخ: 2016/12/13 من <http://www.Bsociology.com>)

\* تتألف الثقافة من أنماط فكرية، وقيم ومعتقدات شائعة بين مجموعة من الأفراد، فهي جزء لا يتجزأ من الحياة الكلية لمجموعة معينة من الأفراد، عادة ما تتكرر الأنماط الثقافية من الأفكار، والقيم، والمعتقدات كما أن لديها القدرة على أن تستمر لفترة من الزمن أو أن تتغير، وتتجسد هذه الأفكار، والقيم، والمعتقدات في الرموز من صنع الإنسان، وقد تكون هذه الرموز تصويرية، أو قد تكون جزءاً من لغة مكتوبة.

\* الثقافة اعتباطية فهي نتاج النشاط الإنساني وليساً فعلاً من أفعال الطبيعة، لذلك فهي معرضة للتغيير إذا ما قورنت بظروف حياة للمجموعة. (جون، وديفيد 2013: صفحة 18.19)

## 2. مفهوم الهوية:

تعريف الهوية حسب الدكتور محمد عمارة هي " ثوابت الشيء التي تتجدد ولا تتغير، فهي كالبصمة بالنسبة للإنسان يتميز بها عن غيره ، وتتجدد فاعليتها، ويتجلى وجهها كلما أزيلت من فوقها طوارئ الطمس والحجب، دون أن تخلي مكانها لغيرها من البصمات". (عمارة، 1999: صفحة 6)

\* الهوية عند الجرجاني في (كتاب التعريفات) هي: الحقيقة المطلقة المشتملة على الحقائق اشتمال النواة على الشجرة في الغيب المطلق، وتستعمل كلمة هوية في الأدبيات المعاصرة لأداء معنى كلمة Identity، التي تعبر عن خاصية المطابقة: مطابقة الشيء لنفسه، أو لمثيله. وفي المعاجم الحديثة فإنها لا تخرج عن هذا المضمون، فالهوية هي حقيقية الشيء أو الشخص المطلقة المشتملة على صفاته الجوهرية، والتي تميزه عن غيره، وتسمى أيضاً وحدة الذات.

وخلاصة القول أن 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 الوطنية أو القومية طابعا تميز به عن الشخصيات الوطنية والقومية الأخرى. (التويجري، 2015: صفحة 19)

3. تحديد مفهوم الهوية الثقافية: المقصود بالهوية الثقافية، تلك المبادئ الأصلية السامية، والذاتية النابعة من الأفراد والشعوب، وتلك الركائز التي تمثل الكيان الشخصي، والروحي، والمادي للإنسان بتفاعل صورتها هذا الكيان لإثبات هوية أو شخصية الفرد أو المجتمع أو الشعوب، بحيث يحس ويشعر كل فرد بانتمائه الأصلي لمجتمع ما، يخصه ويميزه عن باقي المجتمعات الأخرى، والهوية الثقافية تمثل كل الجوانب الحياتية الاقتصادية والاجتماعية، والسياسية، والحضارية، والمستقبلية لأعضاء الجماعة الموحدة التي ينتمي إليها الأفراد بالحس والشعور الانتمائي. وأيضا هي ذاتية الإنسان ونقائه، وجماليته، وقيمه بحيث تعتبر الثقافة هي المحرك لأي حضارة أو أمة في توجيهها وضبطها، أي هي التي تحكم حركة الإبداع والإنتاج المعرفي.

وعرفت المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم على أنها: "النواة الحية للشخصية الفردية والجماعية، والعامل الذي يحدد السلوك، ونوع القرارات، والأفعال الأصلية للفرد والجماعة، والعنصر المحرك الذي يسمح للأمة بمتابعة التطور، والإبداع مع الاحتفاظ بمكوناتها الثقافية الخاصة وميزاتها الجماعية، التي تحددت بفعل التاريخ الطويل واللغة القومية والسيكولوجية المشتركة.

أما منظمة اليونسكو: فهي تؤكد على أن الهوية الثقافية تعني أولا وقبل كل شيء أننا أفراد ننتمي إلى جماعة لغوية محلية، أو إقليمية، أو وطنية، بما لها من قيم أخلاقية وجماعية تميزها.

والهوية الثقافية والحضارية لأمة من الأمم، هي القدر الثابت الأساسي من المميزات العامة بين الجميع، وهي التي تميز حضارة عن غيرها من الحضارات، والتي تجعل الشخصية الوطنية مستقلة عن باقي الشخصيات الوطنية الأخرى. وهي تمثل نسقا متراكما من الخبرات المعاشة والمستمرة التي تتحكم في عناصر الاستقرار والتطور لدى تصورات الأفراد والجماعات حول واقعهم، عاداتهم، تقاليدهم، وموروثهم الحضاري من خلال احتكاكهم الثقافي، والمعرفي الذي يمكنهم من تبادل المعرفة. (بلعباس، 2015: صفحة 103، 104، 105)

#### 4. مكونات الهوية الثقافية:

تتجلى عناصر الهوية الثقافية في تلك المظاهر المهمة، التي تمثل جوانب الهوية الثقافية بالنسبة للشعوب وللأفراد وتتمثل في العقيدة، واللغة، والتراث الثقافي، وعليه يمكن تقديم أهم مكوناتها الأساسية وهي:

أولاً: العقيدة أو الدين: يعد الدين أول عنصر من عناصر الهوية الثقافية، ولعل العولمة الثقافية منافية تماماً للإسلام في إطار الحرب ضد الإسلام، وحرب الديانات بحيث يدرك الغربيون الصليبيون والصهيانية أن استعادة المسلمين لهويتهم وانتمائهم القرآني أكبر الأخطار، وعليه فكل قوى التغريب تعمل ضد هذا الاتجاه وذلك بأسلوب الغزو الثقافي المتمثل في الاستشراق والتنصير. (محمد، 2010: صفحة 94، 95)

ثانياً: اللغة: تعد اللغة اللسان الثقافي الأساسي للهوية الثقافية للأفراد أو للشعوب، وهي عامل يبين اختلاف ثقافة عن أخرى، وهي أسلوب للتواصل والاحتكار، واثبات الهوية وتأكيد وجودها.

وقد جاءت نظرية "صدام الحضارات" لتعلن أن العدو الأول للحضارة الغربية هو الإسلام، وأن الثقافة الإسلامية المرتكزة على اللغة العربية ذاتها هي المنافس لتلك الحضارة.

ثالثاً: التاريخ والماضي: بحيث يمثل التاريخ والماضي المشترك للأفراد أو لشعب ما عنصراً يعبر عن هوية أساسية، وهو يبين عناصر الهوية باعتباره يدرس الماضي ويقف على الحقائق، وتستند إليه الدول والشعوب للتطلع لبناء الحاضر والمستقبل. رابعاً: العادات والتقاليد والأعراف: هذه المجالات هي من صميم هوية المجتمعات من خلال إتباع سلوكيات معينة، والتصرف، والتعامل وفقاً لثقافة تنظمها العادات، والتقاليد، والأعراف.

خامساً: العقد الاجتماعي والعقد السياسي: بحيث أن لكل دولة عقدا اجتماعي من خلال مبادئ وثوابت المجتمع فيها، وما يطابقه من تصور وطموح سياسي مبني في مرجعية العقد الاجتماعي والسياسي، بحيث الإرادة الثقافية للأفراد تكون مكفولة في الوجه السياسي الذي يعبر عنها.

سادساً: الآداب والفنون: كل مجتمع وله أدبه وفنونه التي يزخر بها، والتي تميزه عن غيره من المجتمعات والتي تكون معبرة عن هويته الثقافية من خلال ثقافة التعبير القصصي والشعر، وفنون التشكيل، والرسم، والمسرح والتمثيل، وفن العمران وغيرها، وكل له رسالة يريد إبلاغها للغير.

سابعاً: طريقة التفكير: يعد التفكير العنصر الحساس في أي ثقافة، فطريقة تفكير المسلم غير طريقة تفكير الغرب، فمثلاً المجتمع المادي الذي يفكر بطريقة مادية واستهلاكية. (محمد، 2010: صفحة 95)



## ١١. مدخل إلى شبكات التواصل الاجتماعي:

### 1. مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

عرفها الدكتور سعد البطوطي في كتابه "التسويق السياحي" بأنها: مواقع ويب أنشئت بغرض جمع المستخدمين والأصدقاء (العمل، الدراسة)، ومشاركة الأنشطة والاهتمامات والبحث عن تكوين صداقات وأنشطة جديدة، كما تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين كمشاركة الملفات، والمحادثات الفورية، والبريد الإلكتروني، ومقاطع الفيديو، والصور، والتدوين. (هتيمي، 2014: صفحة 83، 84)

### 2. نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

كان موقع (theglobe.com) أول مواقع التواصل الاجتماعي ظهورا في الولايات المتحدة الأمريكية على شبكة الأنترنت في شكل تجمعات وذلك عام 1994، ثم تلاها موقع (geocities) في العام نفسه، وتلاها موقع (tripod) بعام بعد ذلك، حيث ركزت هذه التجمعات على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة، وتشارك المعلومات، والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة. (الدبيسي، و الطاهات، 2013: صفحة 70) ، وكذلك شبكة six dagress.com التي منحت للأفراد المتفاعلين في إطارها فرصة طرح لمحة عن حياتهم وإدراج أصدقائهم، وفي عام 1995 صمم "راندي كونرادز" موقع classmates.com، وكان الهدف منه مساعدة الأصدقاء وزملاء الدراسة على الالتقاء واستمرار الصداقات، كما تم إنشاء مواقع أخرى مثل: live journal وموقع 1999 cyworld الذي أنشئ في كوريا، وموقع Ryze الذي يهدف إلى تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية.

ويعتبر الموقع الأمريكي myspace بداية لتدشين الجيل الثاني ثم تتابع ظهور العديد من مواقع التواصل مثل: hi5، Diaspora

.linkedin، plaxoorkutning، tagged، xing، irc، yammer، asmallworld، Bebo.

إلا أن المنافسة القوية بين الشبكات الاجتماعية أفرزت نماذج ناجحة أبرزها face book، youtube، twitter، واستطاعت استغلال خصائص web2 في إدراج عناصر متميزة ، مثل خاصية الفيديو والصور والمحادثات الفورية والمشاركة الآنية للأفكار والحالات الاجتماعية.

ومع ظهور الجيل الثاني للإنترنت 3G صاحبه ظهور مواقع تواصل جديدة مثل  
google+ و instagram. (خليفة، 2017: صفحة 47.48)

3. أشهر مواقع التواصل الاجتماعي:

\*موقع الفاييسبوك: يعد واحدا من أهم مواقع التواصل الاجتماعي والذي أطلقه "مارك زوكربيرغ"، وكان وقتها طالب في جامعة هارفارد عام 2004، وأعطاه الاسم face book ومعناه "كتاب الوجوه". كان الاشتراك فيه يقتصر في البداية على جامعة هارفارد لكن الموقع حقق شعبية كبيرة لدرجة أنه توسع بسرعة إلى بقية الجامعات والكليات ثم المدارس الثانوية، ثم الشركات. لكن أكبر تحول جاء في عام 2006 عندما تخلى الفاييسبوك عن ضرورة امتلاك العضو حسابا إلكترونيا صادرا عن المدرسة أو الشركة مما ساعد على فتح أبوابه أمام أي مستخدم على أن يزيد عمره 13 سنة ولديه عنوان بريد إلكتروني يعمل، وفي عام 2007 كان معدل أعمار مستخدمي الفاييسبوك تقريبا 35 سنة وأكبر في بعض الأحيان، وذلك بعد انضمام الآباء والأجداد إلى المراهقين والطلاب في الموقع. (السعدي، 2016: صفحة 163)

\*موقع تويتر twitter: هو موقع اجتماعي يقدم خدمة تدوين مصغر، يسمح للمستخدمين بإرسال تحديثات tweets عن حالتهم في حد أقصاه 140 حرف للرسالة الواحدة مباشرة عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة أو برامج المحادثة الفورية، أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفاييسبوك، وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحاتهم الرئيسية، أو زيارة ملف المستخدم الشخصي وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني.

\*موقع ماي سبيس: شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة، ويقدم خدمات أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو على المجموعات البريدية، وملفات المواصفات الشخصية للأعضاء المسجلين، ويقع مقر الشركة في سانتا مونيكا بكاليفونيا. (الدليمي، 2011: صفحة 69)

\*موقع اليوتيوب: هو أكبر موقع على شبكة الأنترنت، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني كمستخدمين عاديين. (الهلباوي، 2014، صفحة 8)

\*موقع ليكندإن: هو أحد المواقع المضافة ضمن شبكات التواصل الاجتماعي، مؤسسه "جيف وينز"، و تأسس في ديسمبر 2002، ويستخدم أساسا لإقامة

الشبكات المهنية، حيث يمكن للأشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة والذين يعملون في شركات مختلفة أن يلتقوا مع غيرهم من المتخصصين من أجل تبادل الخبرات. (الفيصل، 2014: صفحة 370)

4. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي: تشترك مواقع التواصل الاجتماعي في خصائص أساسية أبرزها:

\* الملفات الشخصية/ الصفحات الشخصية (profile page): من خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصورة الشخصية، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا، أصدقائه، والصور الجديدة التي حملها إلى غير ذلك من النشاطات.

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

\* ألبومات الصور: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات وتحميل مئات الصور وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها.

\* المجموعات المفضلة: تتيح كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعات اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، وتوفر لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر وألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين والغائبين.

\* الصفحات الإعلانية: ابتدعت هذه الفكرة شبكة الفايسبوك، واستخدمتها تجاريا بطريقة فعالة حيث تعمل حاليا على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحدونها من المستخدمين. ويقوم الفايسبوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان. (الوردان، 2015: صفحة 14، 15)

5- الهوية الافتراضية في شبكة الفايسبوك:

نقصد هنا بالهوية الافتراضية، مجموعة المعلومات الشخصية التي تكون الذات الإلكترونية، كالاسم والسن والجنس وطريقة الإمضاء والحالة الاجتماعية، إلى غير

ذلك من البيانات التي يقدمها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي (على غرار الفيسبوك) على أساس أنها تعكس شخصيتهم وهويتهم الحقيقية، هذه الأخيرة التي نعتقد أنها من أهم الإشكاليات وأكثرها إلحاحا للبحث فيها، فما هي معالم الهوية الجديدة لدى الشبكات الاجتماعية وأساسا الفيسبوك كأشهر موقع اجتماعي؟

ويتيح الفيسبوك لمستخدميه إمكانية الكشف عن معلوماتهم الشخصية للتعريف بأنفسهم على ملفاتهم الشخصية. ولكن مادامت هناك إمكانية للتلاعب بأدوات التفاعل على الشبكة، فيثار على هذه المعلومات الكثير من الشكوك، ليست الهوية في المجتمع الافتراضي إذن موثوقة دائما، حيث يمكن تزيف اسم الحساب وتسجيل محددات هوية كاذبة، وبالتالي الملامح الاجتماعية تكون مضللة، إذ يغير المستخدم معلوماته الشخصية كاسمه، أصله، قصة حياته، مواقفه وعمره وجنسه. (عبديش، 2016: الصفحات 206-207)

#### 6. شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على الهوية الثقافية العربية:

مكّنت شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، التويتر، يوتيوب) من نقل بعض الرموز الثقافية عبر المجتمعات بصورة أسرع من الآليات التي كانت متبعة سابقا، حتى أضحت الثقافة الآن "سلعة" تباع وتشتري في ظل الأوضاع الجديدة، ومن ثم "تشيؤها" والتقليل من قيمتها لدى بعض الجماعات.

فلقد بات ذلك التطور يشكل تهديدا لمنظومات القيم، والرموز الثقافية، وتغييرا في المرجعيات الوجودية وأنماط الحياة من خلال ما تحمله من الرسائل، والعلامات المشبعة بقيم ومضامين متنوعة ومغايرة، وتحمل معها أبطالا ورموزا جديدة بدءا بعارضات الأزياء ونجوم الكرة، ووصولاً إلى رموز الفن، والسينما والأطعمة، وأنماط السلوك وموضات الملابس، علاوة على أنماط جديدة من العلاقات الإنسانية والسلوكيات الاجتماعية، كأنماط الزواج المختلفة، والصدقة، والصحة.

<http://elhyes-abdelwahab.blogspot.com/2012/01/blog->

(post.htmlle17/12/2016 à00/22

كما ساعدت وسائل التواصل الاجتماعي باعتمادها على ثقافة الصورة بدلا من ثقافة الكلمة على اختراق الحدود الثقافية، وترويج الثقافة السائدة ذات الطابع الغربي، واكتساح الفضاء الثقافي، وهيمنة الثقافات الغربية، مهددتا الثقافات الفرعية، وثقافة الجماعات الصغيرة، ومن ثم الانزواء والاحتفاء بالتاريخ والتراث، أو الذوبان في خضم الثقافة السائدة والضباع في تيارها الجارف.

يظهر ذلك في تمثل الشباب وتقمصهم للأنماط الجديدة من الموضات، والأفكار، والقيم، والأذواق، والعادات والتقاليد، والتي انعكست على كافة سلوكيات الشباب، مؤدية إلى تمييع الهوية المحلية.

فمن خلال الملاحظات المباشرة لمضمون وممارسات التفاعلات عبر تلك الشبكات نجد أن معظمها يركز على الجنس، والتعارف، والارتباط، والحرية المبتذلة، وغيرها من المضامين المضادة للعادات والتقاليد والقيم للثقافات المحلية. (<http://elhyes-abdelwahab.blogspot.com/2012/01/blog-post.html> 17/12/2016 00/2)

## النتائج العامة:

من خلال تحليلنا لمجموعة من الصفحات الشخصية عبر موقع الفايسبوك الاجتماعي لمدة أسبوع توصلنا إلى النتائج الآتية:

- اللغات المتداولة في عملية التواصل بين الشباب الجزائري عبر صفحات الفايسبوك، هي اللغة العربية بنسبة 67 %، واللغة المختلطة العامية بنسبة 22.44 %، واللغة الفرنسية بنسبة 6.29 %، والانجليزية بنسبة 3.94 %، ويعني ذلك أن هذه الفئة الاجتماعية من خلال تفاعلها مع بعضها البعض، ومع المضامين المنشورة عبر موقع الفايسبوك والتعليق عليها لا يتم عن طريق اللغة العربية فقط، بل هناك لغات أخرى كما ذكرنا سابقا، مما يؤثر سلبا على الهوية الثقافية العربية التي تركز على اللغة العربية كمقوم أساسي، إلى جانب هذه اللغات هناك أيضا لغات تعتمد على استخدام الرموز المعبرة أو ما يعرف باسم "chat smileys" التي يعتبرها البعض أكثر الوسائل توصيلا للأفكار، وإضافة إلى هذه اللغات هناك لغة جديدة تتصف بالمفردات السريعة ظهرت مع التقنيات الجديدة للاتصال تقتصر على استخدام الأرقام في عملية المحادثة، والتواصل بين الشباب مثلا: حرف حاء يرمز له ب"7" وحرف قاف "9" إلى غير ذلك.

- يختلف شكل المضامين المنشورة عبر صفحات الفايسبوك فنجد أن فئة الشباب تهتم باستخدام الصور في عملية التعبير والتواصل، حيث قدرت نسبتها ب64.07 %، إضافة إلى استخدام التعليقات بنسبة 24.55 %، والفيديوهات بنسبة 4.19 %، ونشر المقالات بنسبة 7.19 %.

- تهتم فئة الشباب الجزائري من خلال ما تنشره على حساباتها الشخصية على الفايسبوك بمواضيع التسلية والترفيه بنسبة 52.38 %، وتلها المواضيع الثقافية

بنسبة 25%، أما المواضيع الدينية الإسلامية فجاءت في المرتبة الأخيرة من حيث معدل الاهتمام، مما يعكس تأثر هذه الفئة بمواضيع التسلية والترفيه من خلال مشاركة الصور والفيديوهات الخاصة بالموضة المتعلقة بأحدث تصاميم الملابس مثلا، ووطريقة قصر الشعر، أو الماكياج، وكذا الديكور المنزلي، وغالبا مل تكون ذات أصل غربي، في حين يأتي اهتمامهم بالأمر الدينية الإسلامية في آخر المراتب رغم أن الدين الإسلامي يعتبر من رموز الهوية الثقافية العربية.

• تساهم شبكة التواصل الاجتماعي الفايبيوك في نشر بعض القيم، والصفات الإيجابية كالعدوى إلى احترام الغير بنسبة 51.61%، وكذلك الالتزام بتعاليم الدين الإسلامي بنسبة 41.94%، كتنشر الصور والمقالات والفيديوهات التي تدعو إلى أهمية وفوائد صلاة الفجر والجمعة مثلا، وكذلك نشر بعض القيم المتعلقة بالمحافظة على الإرث الثقافي الحضاري العربي وجاءت نسبتها 6.45%، وهذا يتجاوز النظرة السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع الفايبيوك على وجه الخصوص.

### قائمة المراجع:

#### 1-الكتب:

- (1) إبراهيم مروان عبد المجيد. (2000). أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية (ط1).عمان: مؤسسة الوراق.
- (2) انجليز ديفيد، هيوسون جون. (2013). مدخل إلى سوسولوجيا الثقافة. (ط1). قطر: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
- (3) التويجري عبد العزيز بن عثمان. (2015). الهوية والعولمة من منظور التنوع الثقافي. (ط2). الرباط: الإيسيسكو.
- (4) خليفة إهاب. (2017). حروب مواقع التواصل الاجتماعي. (ط1).القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.
- (5) الدليبي عبد الرزاق محمد. (2011). الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية. (ط1). عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- (6) رفاعي عادل ، الوردان وفهد. (2015). هاوية الانحراف والجريمة على شبكة الانترنت. (ط1). القاهرة: دار الفكر العربي.
- (7) السعدي مؤيد نصيف جاسم. (2016). فلسفة التواصل في موقع الفايبيوك. (ط1). الجزائر: ألفا للوثائق.
- (8) عبديشصونية. (2016). الشباب الجزائري و الفايبيوك بين فرص الاستخدام ومعضلة الإدمان.(ط1). الجزائر: طاكسيك كوم للدراسات والنشر والتوزيع.

9) العايدى محمد عوض. (2005). إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية مع دراسة عن مناهج البحث. (ط1). القاهرة: مركز الكتاب للنشر.

10) عمارة محمد. (1999). مخاطر العولمة على الهوية الثقافية. (ط1). مصر: دار نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع.

11) الفيصل عبد الأمير. (2014). دراسات في الإعلام الإلكتروني. (ط1). العين: دار الكتاب الجامعي.

12) هتبي حسين محمود. (2014). العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي. (ط1). عمان: دار أسامة للنشر.

13) الهلباوي ماجدة عبد الفتاح. (2014). الإعلام الإلكتروني ودوره في الإعلام الدولي. (ط1). الإسكندرية: مكتبة وفاء القانونية.

## 2-الدوريات العلمية:

1) زغو محمد. (2010). أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد و الشعوب. مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية. العدد الرابع. (د.ب).

## 3-الرسائل الجامعية:

1) بدر الدين بن بلعباس. (2015). شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين. مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال. جامعة بسكرة.

## 4-المواقع الإلكترونية:

<http://www.Bsociology.com/>

<http://elhyes-abdelwahab.blogspot.com/2012/01/blog-post.html>