

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجزائري -دراسة ميدانية-

The impact of social networking sites on the cultural identity of Algerian youth - a field study-

د. سلمى حميدان¹

جامعة محمد الشريف مساعديّة-سوق أهراس-

salmatah87@live.fr

تاريخ الوصول: / 2018/11/15: 2019/08/04: النشر على الخط: 2019/09/15

Received: 15/11/2018 / Accepted: 04/08/2019 / Published online : 15/09/2019

ملخص الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب الجزائري، وأهم مظاهر تأثيرها على هويتهم الثقافية، واعتمدنا فيها منهج التحليل الوصفي الذي يلاءم أهداف الدراسة، وقد تم اختيار عينة متكونة من 50 مفردة من الشباب الجزائري المستخدم لهذه المواقع ذكورا وإناثا، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- ✓ أفادت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير إيجابي و آخر سلبي على الدين.
- ✓ وضحت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في اللغة العربية حيث أن نسبة 42% من العينة يستخدمون مزيجا بين اللغة العربية و الأجنبية.
- ✓ أشارت الدراسة إلى أن 62% من أفراد العينة يؤكدون على تمسكهم بالثقافة الإسلامية و يسعون لتفعيلها للوقوف أمام الثقافات الدخيلة.
- ✓ تأثير، مواقع التواصل الاجتماعي، الهوية الثقافية، الشباب الجزائري.

Abstract:

This study aims to identify the most prominent social networking sites used by Algerian youth, and the most important aspects of their impact on their cultural identity, and we adopted a descriptive analysis method that fits the objectives of the study. A sample of 50 singles of Algerian youth used for these sites was selected male and female. The study has a number of results, the most important of which are

- ✓ The study reported that social networking sites have a positive and negative impact on religion.
- ✓ The study showed that social media sites affect the Arabic language as 42% of the sample use a mix between Arabic and foreign language.
- ✓ The study indicated that 62% of respondents confirm their adherence to Islamic culture and seek to activate it to stand in front of exotic cultures.

Keywords: impact, social media, cultural identity, Algerian youth

¹ المؤلف المرسل: سلمى حميدان الإيميل: salmatah87@live.fr

مدخل: يعيش العالم ثورة في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال، وقد كشف هذا الواقع الجديد عن تجليات و ملامح تبلور حضارة علمية جديدة عمادها الصورة و قوامها المعلومة و هدفها السير باتجاه تنمية الفكر الإنساني و قبوله الوعي البشري بما يستجيب لمصالح المنتفذين إعلاميا و ثقافيا و أضحت السيطرة على الأفكار و المعلومات ميسورة في زمن التواصل الإلكتروني.

و تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أهم التطبيقات التي أحدثت ثورة في العالم، حيث تعرف هذه الشبكات إقبالا منقطع النظير من كل أنحاء العالم ومن طرف كل الفئات خاصة فئة الشباب، وصار لها دورا أساسيا في بناء مجتمعات افتراضية متعددة الهويات، و إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو ومختلف المعلومات الأمر الذي ساعد في شهرتها وانتشارها ومن أبرزها: (الفييس بوك، تويتر، اليوتيوب، انستغرام... الخ

الإشكالية و التساؤلات: وفر ظهور شبكات التواصل الاجتماعي فتحا لنقل الإعلام إلى آفاق جديدة و أتاح لمستخدميه فرصا للتأثير و التأثير و الانتقال عبر الحدود دون رقابة أو قيود، ومما لا شك فيه أن هذه المواقع باتت تباشر تأثيرها بشكل كبير على فئة الشباب ومن مظاهر الخطر و التناقض التي تثير القلق حالة الضياع الثقافي التي تعيشها هذه الفئة في العصر الراهن بين ما تعرفه من ماض مشرق و ما تعيشه في حاضرها من تحديات لثوابتها الحضارية و هويتها الثقافية و انسياق خلف معطيات الثقافة العالمية.

ونظرا لما يشهده شبابنا من انهزام و فقدان لثوابته الثقافية في ظل ولعه بهذه الشبكات التي أثرت بشكل جلي على مجمل الهويات جاءت هذه الدراسة الميدانية لعينة من الشباب الجزائري لمعرفة مدى تأثير هذا الوافد الجديد على إقصاء الهوية الثقافية لديهم و مدى قدرتهم على الاحتماء من السقوط في فخه، و تتلخص إشكالية هذه الدراسة في التساؤل الرئيسي الآتي: **فيم تكمن مظاهر تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجزائري؟** وينبثق عن هذا السؤال التساؤلات الفرعية الآتية:

- 1- ما هي عادات و أنماط استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي؟
 - 2- ما هي التأثيرات التي تحدثها مواقع التواصل الاجتماعي على الدين لدى الشباب الجزائري؟
 - 3- ما هو واقع اللغة العربية في استخدامات الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي؟
 - 4- ما تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة لدى الشباب الجزائري؟
- مفاهيم الدراسة:**

- 1) **التأثير:** هو كل ما تحدثه المضامين أو الرسائل الإعلامية من تعديل أو تغيير أو تثبيت لمواقف الجمهور سواء على المدى القريب أو المتوسط أو البعيد.
- 2) **مواقع التواصل الاجتماعي:** هي منظومة من الشبكات الإلكترونية تتيح للأفراد إنشاء صفحات خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم وتسمح لهم بالتواصل و تبادل الأفكار والمعلومات مع أعضاء يشاركونهم الاهتمامات و الميولات نفسها بغرض تكوين علاقات اجتماعية.

3) الهوية الثقافية: هي مجموعة الخصائص و السمات التي تميز الشباب الجزائري عن غيره وتكون ذاته و تتضمن الدين الإسلامي، واللغة العربية، و القيم الثقافية.

4) الشباب: هم أولئك الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 30 سنة، و إجرائيا هم مجموعة من الشباب الجزائري ضمن الفئات العمرية من (18 إلى 38 سنة)، الذين يعيشون ضمن النطاق الجغرافي لدولة الجزائر.

الدراسات السابقة:

1-الدراسة الأولى للباحثة نبيلة جعفري بعنوان: انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي-شبكة فيسبوك أنموذجا-¹ و هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على انعكاسات استخدام موقع فيس بوك على معالم هويته الثقافية بالتطبيق على عينة قصدية قوامها 147 من الشباب الجامعي بجامعة أم البواقي و خلصت إلى مجموعة من النتائج أهمها: * أغلب المبحوثين يفضلون استخدام اللهجة العامية في موقع فيس بوك.

- يفضل المبحوثون الكتابة بالحروف الأجنبية.

- تمثلت محددات الهوية الثقافية لدى عينة الدراسة في الإسلام أولا ثم الجزائر ثم اللغة العربية.

2-الدراسة الثانية: للباحث بدر الدين بن بلعباس بعنوان: شبكات التواصل الاجتماعي و الهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين-الفيسبوك وطلبة جامعة بسكرة أنموذجا-² و هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالهوية لدى الطلبة الجامعيين و من أبرز النتائج التي توصل إليها الباحث ما يلي:

- يمتلك الطلبة الجامعيون تصورات عن التقاليد الاجتماعية و هم مسؤولون عنها، و يدافعون عن آرائهم و معتقداتهم المتعلقة بالنقد أو المدح.

- يتبادل الطلبة آراءهم حول نظراتهم للأعراف الاجتماعية و تشكل لهم بديلا عن معتقداتهم القديمة.

- تداول اللغة العامية بين الأفراد جعلهم يميلون أكثر لاستخدامها على حساب اللغة الأم التي يقرون بأهميتها.

3-الدراسة الثالثة: للباحثة أميرة مصطفى البطريق بعنوان: العلاقة بين التعرض للمواقع الاجتماعية على شبكة الأنترنت و إدراك الشباب الجامعي للهوية الثقافية العربية في ظل العولمة-دراسة على موقع فيسبوك-³ و هدفت هذه الدراسة إلى استقراء واقع ومدى انتشار الأنترنت بين الشباب، و أهم ما ترتب عن ذلك اجتماعيا و ثقافيا بالإضافة إلى الوقوف عند التيارات المعادية التي تستهدف الشباب و توصلت الدراسة إلى أهم النتائج الآتية: * من أبرز سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي تدعيم العزلة الاجتماعية.

- تسهم هذه المواقع في إحلال اللغة الأجنبية محل اللغة العربية.

¹ نبيلة جعفري: انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري-شبكة فيسبوك أنموذجا- مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، العدد:31، ديسمبر 2017.

² بدر الدين بن بلعباس: شبكات التواصل الاجتماعي و الهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين-الفيسبوك وطلبة جامعة بسكرة أنموذجا- رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، 2014/2015.

³ أميرة مصطفى البطريق: العلاقة بين التعرض للمواقع الاجتماعية على شبكة الأنترنت و إدراك الشباب الجامعي للهوية الثقافية العربية في ظل العولمة-دراسة على موقع فيسبوك، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2011.

• فتح المجال للتعرف و الصداقة بين الشباب و الفتيات والذي يخرج عن حدود الاحترام في كثير من الأحيان.

منهج الدراسة: تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي المناسب لتوفير البيانات عن الموضوع وتفسيرها وتحليلها.
مجتمع الدراسة وعينتها: تم حصر مجتمع الدراسة في الشباب الجزائري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، ونظرا لكثرة عددهم وصعوبة حصرهم تم الاقتصار على مجموعة منهم، وقد اخترت 50 مفردة من الجنسين، وتم اختيار فئة الشباب كعينة للأسباب الآتية:

□ لأن هذه الفئة تمثل الشريحة الأكثر في المجتمع الجزائري.

□ ولأن مستوى شريحة كبيرة منهم يدفعهم للمشاركة في هذه المواقع و استخدامها .

□ لأن هذه الفئة تمتلك استخدام المهارات التكنولوجية أكثر من غيرها.

المعالجة الإحصائية: تم استخدام التكرار والنسب المئوية في هذه الدراسة للمعالجة الإحصائية.

محددات الدراسة: تقتصر هذه الدراسة على المحددات الآتية:

1/ دراسة عينة من الشباب الجزائري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، في شهر جانفي 2018.

2/ أداة الدراسة هي استمارة استبيان الكترونية.

الإطار النظري للدراسة:

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي: يعرف Michel Forsé و Armand Degenne شبكات التواصل الاجتماعي على أنها شكل لتنظيم جديد للتعبئة السياسية والتبادل، فالشبكات الاجتماعية تولد كمية كبيرة من خطابات من جميع الأنواع والكثير منها ذو طبيعة مجازية.¹

و يعرفها الباحث مرسى مشري على أنها تلك الشبكة الاجتماعية الرقمية التي لها هويات اجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي تنشأ من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة² و تعرف شبكات التواصل الاجتماعي أيضا على أنها خدمات يتم إنشاؤها وبرمجتها من قبل شركات كبرى لجمع أكبر عدد من المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين يتشاركون معهم بإحدى الاشتراكات الفكرية أو غيرها ، وتوفر هذه الخدمات ميزات مثل المحادثة الفورية والتراسل العام والخاص ومشاركة الوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو والملفات، وقد استقطبت هذه الخدمات ملايين المستخدمين من شتى بلاد العالم.³

¹Alain Degenne et Michel Forsé, **les réseaux sociaux**, flux, 1995, p56

² مرسى مشري: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية: نظرة في الوظائف، المستقبل العربي، العدد: 395، 2012، ص: 149-166

³ عبد الرحمن الحسيني: خدمات شبكات التواصل الاجتماعي. تاريخ الزيارة 2018/1/10. www.almustagbal.com/node/7811014:22

و تعرف أيضا على أنها الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية التي تسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.¹

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي: على أنها "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها² ومن خلال التعريفات السابقة نستخلص أن هذه الشبكات من أكثر وأوسع المواقع على شبكة الإنترنت انتشاراً واستمراراً، لتقدمها خاصية التواصل بين الأفراد والجماعات المستخدمين لها، حيث تمكنهم من التواصل وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والملفات والصور وأفلام الفيديو وغيرها.

نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

لقد تم إطلاق أول موقع للتواصل الاجتماعي عام 1998 تحت اسم Six Degrees إذ حاول الموقع جمع ميزات مجموعة من مواقع الانترنت التي لا تتيح للأفراد بناء ملفاتهم الشخصية أو تكوين قوائم للأصدقاء، وقد روج نفسه كأداة لمساعدة الناس على الاتصال والتواصل وإرسال الرسائل إلى الآخرين، جمع الملايين من المستخدمين إلا أنه لم يستمر فأغلق عام 2000. و في الفترة ما بين 1998/2001 ظهرت بعض شبكات التواصل الاجتماعي التي تسمح للأفراد بتكوين ملفات تعريف شخصية واختيار الأصدقاء دون شرط الحصول على موافقتهم و نذكر منها. Black Planet وظهرت شبكتي My Space سنة 2003. و شبكة Facebook سنة 2004. و ظهرت شبكات أخرى مثل Youtube Twitter وغيرها.³

أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

✓ الشبكات الاجتماعية: هي مواقع تهدف لجمع المستخدمين ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، و تكوين الصداقات و من أشهرها:

- **فيس بوك Facebook** : وهو أحد شبكات التواصل الاجتماعي الأشهر والأكثر استخداماً وتأثيراً على مستوى العالم.
- **تويتر Twitter**: وهو عبارة عن موقع شبكات اجتماعية تقدم خدمة تدوين مصغر يسمح لمستخدمه بإرسال وقراءة تعليقات لا تتجاوز 140 حرف (ورمز) وهذه التعليقات تعرف باسم تغريدات (tweets).

¹ http://computing dictionary.the freedictionary.com/new+media, تاريخ الزيارة: 2017/12/20, 17.00

² زاهر راضي: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23

³ خالد سليم: ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية، دار المتنبي للنشر والتوزيع، قطر، 2008.

✓ مواقع المفضلات الاجتماعية: هي مواقع تسمح لك بإنشاء مفضلاتك وتسجيلها، و مشاركتها مع باقي الأعضاء المشتركين في هذه المواقع، وهي مفضلة لا ترتبط بجهاز الكمبيوتر بل تكون موجودة على شبكة الانترنت، ومن أشهر هذه المواقع موقع **ديج digg** .

✓ مواقع استضافة المدونات: هي مواقع تمكن المستخدمين العاديين من الحصول على مدونة بشكل مجاني، بعد التسجيل فيها، ومن أشهرها: **الوردبرس، بلوجر، تيب باد**.

✓ مواقع مشاركة الفيديو والبث المباشر: وهي تعتبر بمثابة خزان يحتوي على أعداد كبيرة من التسجيلات، التي ينجزها المستعملون ويثونها، كما تقدم خدمة مشاركتها على المواقع الاجتماعية الأخرى، و إمكانية تفاعل المشاهدين فوراً وفي نفس لحظة البث، ومن أبرز هذه المواقع: **Sevenload, livestream, youtube**

✓ شبكات التصوير و الفن: وهي مواقع تمنح مكاناً لحفظ و تخزين و عرض الأعمال الفنية سواء كانت صوراً أو رسومات، حيث يتمكن الناس من رؤيتها و إبداء الإعجاب أو النقد لها، كما تفيد في إمكانية بيع أعمالك للغير و إيجاد دخل مالي منها ومن أبرز هذه المواقع: **Photobucket, Picasa, Flickr**

✓ مواقع الأخبار الاجتماعية: وهي مواقع تعتمد على شبكة واسعة من المستخدمين يقومون بتقديم الأخبار المهمة، وبإمكان القراء ترقيتها إن كانت فعلاً مهمة، كما تتيح تصنيفات كثيرة تساعدك على تحديد مجال اهتمامك، ومن أشهرها: **NowPublic Technorati, Newsvine**

✓ مواقع الفعاليات: وهي مواقع لتنظيم الفعاليات و التحكم بعدد الأشخاص المدعوين، كما يمكنها استخدام خدمات تحديد المواقع الجغرافية لتحديد موقع التجمع، وتميز هذه المواقع بإمكانية التحديث التلقائي، فيمكن للداعي تغيير المكان والزمان ويطلع عليه المدعوون دون الحاجة إلى إخبارهم كل على حدة، ومن أشهر هذه المواقع: **Meetup, Eventful, Tweetvite**

خصائص مواقع التواصل الاجتماعي: تتمثل أهم سمات هذه المواقع في الآتي:¹

(1) التواصل الشبكي المتداخل "interconnectedness" بحيث تسمح بالتواصل من عدة نقاط إلى عدة نقاط أخرى، وليس فقط من نقطة واحدة إلى عدة نقاط، كما هو الحال في الاتصال الجماهيري التقليدي.

(2) سهولة الوصول والدخول "access" من قبل الأفراد المستخدمين ليقوموا بنشاطهم كمراسلين ومستقبلين ومنتجين.

(3) عنصر التفاعلية "interactivity": يعتبر هذا العنصر أهم ما يميز هذه المواقع عن الإعلام التقليدي القديم، وهي قدرة المستخدم على المشاركة في إنتاج المحتوى الاتصالي، ويتيح عنصر التفاعلية للزائر إمكانية التحوار المباشر مع مصممي الموقع و عرض آرائه بشكل مباشر، وكذلك المشاركة في منتديات الحوار بين المستخدمين، والمحادثة "Chating" حول مواضيع

¹ خالد بن عبد الله الحلو: الإعلام الجديد و تأثيراته في تشكيل الرأي العام، بحث مقدم في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام و الاتصال "الإعلام الجديد التحديات النظرية و التطبيقية"، (الرياض: جامعة الملك سعود 24/23 جمادى الأولى 1433هـ، 16/15 أبريل 2012م)

يتناولها أو يطرحها زوار ومستخدمو الموقع وكذلك القوائم البريدية كما يتيح عنصر التفاعلية إمكانية التحكم بالمعلومات، والحصول عليها، وإرسالها وتبادلها عبر البريد الإلكتروني.

(4) التنوع الغزير في المحتوى مقارنة بالإعلام القديم المحصور بأنواع وأنماط محددة من المضامين الإعلامية.

(5) تعدد الاستخدامات وخاصة الانفتاح open-ended على كل ما هو جديد موضوعياً وفتياً في محتوى وشكل المضامين.

(6) سعة الانتشار والتحرر من المكان delocatedness وعدم ارتباط مواقع التواصل الاجتماعي بمنطقة جغرافية محددة ، أي أنها تتخطى حواجز المكان الجغرافي.

مفهوم الهوية الثقافية:

- الهوية: يشير مصطلح الهوية في أدبيات المعاصرة لأداء معنى كلمة *identiti* والتي تعبر عن خاصية المطابقة الشيء لنفسه أو مطابقته لمثله وفي المعاجم الحديثة لا تخرج عن هذا المضمون، فالهوية هي حقيقة الشيء أو الشخص المطلقة والمشملة على صفاته الجوهرية والتي تميزه عن غيره وتدعى أيضاً وحدة الذات.¹

وفي علم النفس تعرف الهوية على أنها كون الشيء نفسه أو مثيله من كل الوجوه، الاستمرار و الثبات وعدم التغير.²

وعند الفلاسفة تعرف على أنها حقيقة الشيء من حيث تميزه عن غيره وتسمى أيضاً وحدة الذات.³

تعرف الهوية على أنها محصلة لمجموعة من العلاقات والدلالات التي يضع فيها الفرد لنفسه نطاقاً يشكل في إطاره هويته، بحيث تتوفر له من جراء ذلك إمكانية تحديد ذاته داخل الوسط الاجتماعي الثقافي الذي يعيش فيه، باعتباره نظاماً مرجعياً على مستوى السلوك.⁴

كما تعرف على أنها ذلك الماضي المتأصل في حياة الفرد ، والذي يخطط كل مراحل حياته، بما فيها من تقاليد وصفات وطباع وعادات وثقافة، كما أنها مأخوذة ومستنبطة من المجتمع.⁵

ويرى " محمود أمين العالم " أن " الهوية ليست أحادية البنية ، أي لا تتشكل من عنصر واحد ، سواء كان الدين أو اللغة أو العرق أو الثقافة أو الوجدان والأخلاق ، أو الخبرة الذاتية أو العلمية وحدها ، وإنما هي محصلة تفاعل هذه العناصر كلها⁶

¹ خالد الروشة: أزمة الهوية الإسلامية تاريخ الزيارة: 2017/11/15 على موقع <http://almoslim.net/node/103661>

² فاخر عاقل: معجم علم النفس، ط1، دار العلم للملايين، بيروت- لبنان، 1985، ص: 55.

³ مجمع اللغة العربية: المعجم الفلسفي، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة، 1979، ص: 208.

⁴ عبد اللطيف محمد خليفة: التغير في نسق القيم لدى الشباب الجامعي : مظاهره وأسبابه تاريخ الزيارة: 2017/12/20 18.30

[http://www.badernarmoesari.info/general 20% conference % paperes.doc](http://www.badernarmoesari.info/general%20conference%20paperes.doc)

⁵ Camilleri (C) et Tap (P), **Identités Collectives et changements sociaux** ,Privat, Paris,1986,P 288.

⁶ محمود أمين العالم : الهوية مفهوم في طور التشكيل ، مؤتمر " العولمة والهوية الثقافية " ، في الفترة 12 – 16 إبريل 1998م، سلسلة أبحاث المؤتمرات رقم 7 ، المجلس الأعلى للثقافة ، القاهرة : الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية ، ص 376

و يعرفها حلیم بركات بأنها "وعي الإنسان وإحساسه بانتمائه إلى مجتمع أو أمة أو جماعة أو طبقة في إطار الانتماء الإنساني العام، إنها تعرفنا بمن نحن ومن أين أتينا وإلى أين نمضي وما نريد لأنفسنا وللآخرين، وما موقعنا من خريطة العلاقات والتناقضات والصراعات القائمة.¹

-الهوية الثقافية: ومن المفاهيم التي قدمت للهوية الثقافية ما تبنته منظمة اليونسكو والذي ينص علي أن الهوية الثقافية تعني أولاً وقبل كل شيء أننا أفراد ننتمي إلى جماعة لغوية محلية أو إقليمية أو وطنية ، بما لها من قيم أخلاقية وجمالية تميزها ، ويتضمن ذلك أيضاً الأسلوب الذي نستوعب به تاريخ الجماعة وتقاليدها وعاداتها وأسلوب حياتها ، وإحساسنا بالخضوع له والمشاركة فيه ، أو تشكيل قدر مشترك منه ، وتعني الطريقة التي تظهر فيها أنفسنا في ذات كلية ، وتعد بالنسبة لكل فرد منا نوعاً من المعادلة الأساسية التي تقرر- بطريقة إيجابية أو سلبية- الطريقة التي نتسبب بها إلى جماعتنا والعالم بصفة عامة²

وهناك تصوران للهوية الثقافية هما:³

1- التصور الثابت الستاتيكي للهوية الثقافية: الذي يرى أن الهوية الثقافية، عبارة عن شيء اكتمل وانتهى وتحقق في الماضي، في فترة زمنية معينة، أو نموذج اجتماعي معين وأن الحاضر ما هو إلا محاولة إدراك هذا المثال وتحقيقه.

2- التصور التاريخي والديناميكي للهوية الثقافية: الذي يرى أن الهوية الثقافية شيء يتم اكتسابه وتعديله باستمرار، وليس أبداً ماهية ثابتة، أي إن الهوية قابلة للتحويل والتطور، ويمكن النظر إلى الهوية في صورتها الديناميكية على أنها مجموعة من المقررات الجماعية التي يتبناها مجتمع ما، في زمن محدد للتعبير عن القيم الجوهرية (العقائدية) والاجتماعية والجمالية والاقتصادية والتكنولوجية والتي تشكل في مجموعها صورة متكاملة عن ثقافة هذا المجتمع.

و هويتنا الثقافية هي الهوية الإسلامية التي تعني الإيمان بعقيدة هذه الأمة والاعتزاز بالانتماء إليها، واحترام قيمها الثقافية والحضارية، والشعور بالتميز والاستقلالية الفردية والجماعية، وهي أيضاً محصلة ونتاج التجربة التاريخية لأمة من الأمم وهي تحاول إثبات نجاحها في هذه الحياة.⁴

عناصر الهوية الثقافية: تتجلى عناصر الهوية الثقافية الإسلامية في ثلاث ركائز هي:

العقيدة التي توفر رؤية كونية شاملة (عقيدة التوحيد). *

اللغة العربية كأسلوب للتواصل و إثبات الهوية و تأكيد وجودها.*

التراث الثقافي ذو المدى الطويل المرتبط بوجود المسلم بفكره وقيمه و عاداته وتقاليدته.*

¹ محمد حسن البرغثي : الثقافة العربية و العولمة ، ط1، دار فارس للنشر، 2007 ، ص: 115

² حمدي حسن عبد الحميد المحروفي : دور التربية في مواجهة تداعيات العولمة علي الهوية الثقافية ، مجلة دراسات في التعليم الجامعي ، مركز تطوير التعليم الجامعي ، القاهرة، ع 7 ، أكتوبر: 2004 ، ص: 164.

³ ورام العيد: البعد الثقافي للعولمة وأثره على الهوية الثقافية للشباب العربي-الشباب الجامعي الجزائري نموذجاً- مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع:2، ص: 18-19

⁴ خليل نوري العاني: الهوية الإسلامية في زمن العولمة الثقافية، ط1، مركز البحوث والدراسات الإسلامية، بغداد-العراق، 2009، ص:45.

أزمة الهوية الثقافية في ظل مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد وجدت الهوية الثقافية الإسلامية نفسها في ظل الإعلام الجديد في مواجهة تحدٍ عظيم يهدد ذاتيتها، بعد الجهود التي سعت من قبل لتذويبها في هوية واحدة بصيحات المناداة إلى العولمة، فوجود شبكات التواصل الاجتماعي لم يعد التفاعل على أرض واحدة هو الباعث الأول للتجمع، بل أصبح التفاعل يتم عبر تكنولوجيا ووسائط الإعلام والاتصال التي باتت تساهم بشكل فعال في تشكيل وإعادة تشكيل الهويات الثقافية من خلال تحريك السكان وتكاملهم ضمن مجموعات ثقافية متناسقة، مزيلة بذلك الفروقات و الاختلافات، ومساهمة في إضعاف الشعور بالانتماء الثقافي ونسج هويات تهمش الثقافة الوطنية وتحتكر الصناعة الثقافية.

و بإمكاننا أن نقول أن تسونامي مواقع التواصل الاجتماعي بات موجة تهدد الهوية الثقافية من خلال تغريب الإنسان وعزله عن قضاياه الجوهرية، و زعزعة كيانه و التشكيك في قناعاته الدينية و القومية و الإيديولوجية، لتجد المؤسسات التربوية والاجتماعية على اختلافها نفسها غير قادرة على التصدي لهذا المد أو الحد من تأثيراته على تشكيل الهوية. فقد أدخلت هذه المواقع الفرع على قيم الشباب و أفقدته الإحساس بهويته وعمقت الهوة بين قيمه و سلوكياته، بفرض تحديات كثيرة خاصة في ظل إتاحة فرص التحايل واستخدام معلومات وهمية، إضافة إلى التهديد بالانحلال وتدمير الأخلاق الذي تفرضه الإباحية الإلكترونية.

ولعل من أبرز مظاهر تأزم الهوية الثقافية للشباب في هذه المواقع ما يلي:

- وضع منصات وصفحات لحركات فكرية و عقائدية مناوئة للإسلام تستقطب الشباب.
- تبني بعض الحملات التي تستهدف العلماء و تسيء إلى الدين.
- نشر الأفكار المتطرفة، و الخرافات والصور و الفيديوهات الأخلاقية.
- تراجع اللغة العربية بسبب ظهور لغة خاصة بين الشباب برموز مختلفة، وكتابتها بحروف أجنبية مما بات يهدد مستقبل وجودها واستخدامها في هذه المواقع.
- التسطيح الفكري و الثقافي من خلال الترويج لقيم و مظاهر جديدة مستوردة تخدم دعاوى النظام العالمي (نمط حياة، أكل، ثياب، رموز عالمية....).

الدراسة الميدانية:

■ عرض وتحليل بيانات الدراسة:

جدول (1) : توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النوع	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
التكرارات والنسب	23	46	27	54	50	100
العدد	23	46	27	54	50	100

المصدر: الدراسة الميدانية

يوضح هذا الجدول أفراد العينة المتكونة من 50 مبحوثا من الشباب الجزائري من الجنسين 23 من الذكور و 27 من الإناث.

جدول (2): الفئة العمرية للعينة المدروسة.

الفئة العمرية	التكرار(ك)	النسبة المئوية(%)
(24_18)	24	48
(31_25)	18	36
(38-32)	08	16
المجموع	50	100

المصدر: الدراسة الميدانية.

يوضح الجدول الفئات العمرية للعينة المدروسة وقد مثلت الفئة (من 18 إلى 24) سنة الفئة الأكثر من العينة بنسبة 48 %، تليها الفئة من (25 إلى 31) سنة بنسبة 36 %، مما يؤكد ما تصرح به الإحصائيات الجزائرية حول النسبة المرتفعة للمسجلين في هذه المواقع والذين لا تتجاوز أعمارهم 35 سنة، أما الفئة (من 32 إلى 38) سنة فقد شكلت نسبة 16 %، مما يدل على أن هذه الفئة قليلة الاستخدام و التفاعل مع هذه المواقع.

جدول (3): المستوى التعليمي للعينة المدروسة.

المستوى التعليمي	التكرار(ك)	النسبة المئوية(%)
متوسط	01	02
ثانوي	02	04
جامعي	33	66
دراسات عليا	14	28
المجموع	50	100

المصدر: الدراسة الميدانية.

يوضح الجدول أعلاه المستوى التعليمي للعينة المدروسة وقد شكل المستوى الجامعي أكثر مستويات هذه العينة بنسبة 66 %، يليها المستوى العالي بنسبة 28 %، مما يؤكد على أن أكثر فئات العينة المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي من الطبقة المثقفة، ثم المستوى الثانوي بنسبة 04 %، و أخيرا المستوى المتوسط بنسبة 02 %.

جدول (4): نوع مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها العينة.

مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار(ك)	النسبة المئوية(%)
فيسبوك	46	63.01
تويتر	11	15.06
انستغرام	11	15.06
أخرى تذكر	05	06.84
المجموع	73	100

73 هو عدد التكرارات وليس عدد أفراد العينة (يستطيع المبحوث اختيار أكثر من إجابة)

المصدر: الدراسة الميدانية.

تعكس معطيات الجدول أن أغلب مفردات العينة يستخدمون موقع فيسبوك بنسبة 63.01% مما يدل على تصدر هذا الموقع للشبكات الاجتماعية بقدرته على استقطاب عدد كبير من الشباب، ويليه كل من تويتر و انستغرام بنسب متساوية مثلت 15.06% ، أما ما قدرت نسبته ب 06.84% من العينة فيستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى إلى جانب التي ذكرت على غرار موقع يوتيوب و لنكد ان و فيبر و واتساب.... و الجدير بالذكر أن الشباب على دراية بهذه المواقع رغم عدم شهرتها كالفيسبوك و تويتر .

جدول(5): مدة استخدام العينة لمواقع التواصل الاجتماعي.

مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.	التكرار(ك)	النسبة المئوية(%)
منذ أقل من سنة	08	16
من سنة إلى ثلاث سنوات	17	34
أكثر من ثلاث سنوات	25	50
المجموع	50	100

المصدر: الدراسة الميدانية.

يبين هذا الجدول أن أغلب المبحوثين بنسبة 50% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث سنوات مما يدل على قوة الجذب التي تتمتع بها منذ نشأتها، وبالمقابل نجد نسبة 34% تتراوح مدة تسجيلهم في هذه الشبكات بين سنة و ثلاث سنوات، و أخيرا مثلت نسبة 16% نسبة الذين سجلوا حديثا في هذه المواقع إذ لم تتعد مدة مشاركتهم فيها سنة.

جدول (6): عدد الساعات التي تقضيها العينة على هذه المواقع بشكل يومي.

عدد الساعات التي تقضيها العينة على هذه المواقع في اليوم	التكرار(ك)	النسبة المئوية(%)
أقل من ساعة	05	10
من ساعة إلى ساعتين	16	32
من ساعتين إلى ثلاث ساعات	15	30
أكثر من ثلاث ساعات	14	28
المجموع	50	100

المصدر: الدراسة الميدانية.

ذكر أغلب المبحوثين بنسبة 32% أنهم يقضون من ساعة إلى ساعتين على هذه المواقع بشكل يومي، في حين يقضي ما نسبته 30% من ساعتين إلى ثلاث ساعات يوميا في استخدام هذه الشبكات، وتليها نسبة 28% ممن يفوق استخدامهم لها الثلاث ساعات في اليوم، أما 10% منهم فيقضون أقل من ساعة على هذه المواقع، والملاحظ هنا أن نسبة استخدام العينة للشبكات الاجتماعية لأقل من ساعة متدنية إذا ما قورنت بنسب المستخدمين لها من ساعة إلى أكثر من ثلاث ساعات مما يدل على طول الزمن الذي يقضيه الشباب على هذه المواقع بشكل يومي.

جدول(7): سبب استخدام العينة لمواقع التواصل الاجتماعي.

سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار(ك)	النسبة المئوية(%)
لزيادة المعارف	24	30.76
للتسلية والدرشة وتمضية الوقت	15	19.23
للتواصل مع الآخرين	36	46.15
أخرى تذكر	03	03.84
المجموع	78	100

78 هو عدد التكرارات وليس عدد أفراد العينة (يستطيع المبحوث اختيار أكثر من إجابة)

المصدر: الدراسة الميدانية.

تشير معطيات الجدول إلى أن أغلب المبحوثين بنسبة 46.15% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الآخرين مما يدل على فاعلية هذه المواقع في تعميق العلاقات و تعزيز الصداقات و تقريب الأفراد مكانيا عبر اختزال المسافات الجغرافية بينهم، في حين تُرجع نسبة 30.76% سبب استخدامهم لزيادة المعلومات و المعارف، أما نسبة 19.23%

فستستخدمها للتسوية وتمضية الوقت حيث أصبحت هذه الفضاءات متنفسا للكثيرين من ضغوط العمل و الدراسة و المجتمع، كما ذكرت نسبة 03.84% أسبابا أخرى لاستخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في مواكبة التطور التكنولوجي و تطوير قدراتهم على استيعاب التقنيات الجديدة، إضافة إلى اعتبارها مصدرا للأخبار العاجلة و الآنية، وكذا استخدامها كقناة للتسويق والوصول إلى عملاء جدد محليا وعالميا.

جدول(8): نوع المعلومات التي تستخدمها العينة في مواقع التواصل الاجتماعي.

المعلومات المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي.	التكرار(ك)	النسبة المئوية(%)
حقيقية.	21	42
مستعارة.	29	58
المجموع	50	100

المصدر: الدراسة الميدانية.

تبين معطيات الجدول أن أغلب المبحوثين بنسبة 58% يستخدمون معلومات مستعارة في حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي وهو أمر يعتبر بديها لأن النسبة الأكبر من العينة من فئة الإناث التي تتحفظ على نشر معلومات حقيقية عنها، أما نسبة 42% فذكروا أنهم يستخدمون معلوماتهم الحقيقية.

وتدل هذه البيانات على تفوق الهوية الافتراضية على الهوية الحقيقية لمستخدمي الشبكات الاجتماعية .

جدول(9): الصور المستخدمة للعينة في الحساب الشخصي على مواقع التواصل الاجتماعي.

الصور التي تستخدمها العينة في الحساب الشخصي في مواقع التواصل الاجتماعي.	التكرار(ك)	النسبة المئوية(%)
الصورة الشخصية الحقيقية.	08	16
صور الأطفال أو الفنانين و المشاهير العرب و العالميين.	17	34
صور و رموز وطنية أو عربية أو إسلامية.	13	26
صور و رموز عالمية وغربية.	12	24
المجموع	50	100

المصدر: الدراسة الميدانية.

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين وبنسبة 84% يستخدمون صور مستعارة مختلفة لحساباتهم الشخصية على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي حيث مثلت نسبة 34% النسبة الأكبر للذين يستخدمون صور الأطفال و المشاهير العرب و العالميين، تلتها نسبة 26% للذين يستخدمون الصور والرموز الوطنية و العربية و الإسلامية، ثم مثلت نسبة 24% الذين يستخدمون الصور و الرموز العالمية والغربية، في حين شكلت نسبة 16% فقط الذين يستخدمون صورهم الشخصية الحقيقية.

و تدل هذه البيانات على أن أغلبية المبحوثين يتحفظون على نشر صورهم الحقيقية خاصة فئة الإناث محاولين بذلك إخفاء هويتهم الحقيقية و بناء هوية افتراضية، ومما تجدر الإشارة إليه أيضا أن اعتماد الصور و الرموز العالمية و الغربية يدل على تأثير

هذه المواقع في هوية شبابنا خاصة و أنهم يظنون أنها سبيل للتحضر و مواكبة التطور، و بالمقابل لا يمكن إغفال وعي الكثيرين بضرورة المحافظة على الخصوصية الثقافية و التمسك بقيمتنا الأصيلة.

جدول(10): مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على هوية العينة المدروسة.

هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على هويتك	التكرار(ك)	النسبة المئوية(%)
نعم.	29	58
لا.	21	42
المجموع	50	100

المصدر: الدراسة الميدانية.

يبين الجدول أعلاه أن أغلب الباحثين بنسبة 58% يؤكدون على مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على هويتهم مما يدل على وعي الأغلبية بمساهمة هذه الشبكات في تشكيل هويتهم و التأثير عليها، في حين يرى 42% منهم أنها لا تؤثر فيها.

جدول(11): تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الدين لدى العينة.

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الدين	التكرار(ك)	النسبة المئوية(%)
تعرفك بمعلومات دينية تجهلها.	32	43.24
تفعيل المضامين الدينية يحافظ على هويتك الإسلامية.	22	29.72
تنشر الأفكار الهدامة للدين.	08	10.81
تغذي التعصب الديني و المذهبي.	07	09.45
أخرى تذكر	05	06.75
المجموع	74	100

74 هو عدد التكرارات وليس عدد أفراد العينة (يستطيع الباحث اختيار أكثر من إجابة)

المصدر: الدراسة الميدانية.

يبين الجدول أعلاه أن أغلب الباحثين يرون أن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الدين يعد إيجابياً، حيث أكدت نسبة 43.24% أن هذه الشبكات ساهمت في تعريفهم بمعلومات عن دينهم يجهلونها كما يرى 29.72% من العينة أن تفعيل المضامين الدينية على صفحات هذه المواقع يساهم في المحافظة على الهوية الإسلامية، في حين ترى نسبة أقل أن تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي تعد سلبية حيث أن 10.81% أكدوا على أنها تنشر الأفكار الهدامة للدين، و 09.45% أكدوا على أنها تغذي التعصب الديني و المذهبي، أما 06.75% فذكروا أنها تساهم في نشر الشائعات و المعلومات الكاذبة عن الدين، إضافة إلى شن حملات إساءة للنبي محمد صلى الله عليه وسلم، ونشر الأفكار التكفيرية والشاذة لتشويه صورة الإسلام .

جدول(12): اللغة التي تستخدمها العينة في مواقع التواصل الاجتماعي.

اللغة المستخدمة	التكرار(ك)	النسبة المئوية(%)
اللغة العربية الفصحى	11	22
اللغة العربية بحروف أجنبية	08	16
اللغات الأجنبية	06	12
مزيج بين العربية والأجنبية	21	42
أخرى تذكر	04	08
المجموع	50	100

المصدر: الدراسة الميدانية.

يوضح هذا الجدول اللغة التي تستخدمها العينة في مواقع التواصل الاجتماعي حيث يتبين أن أغلب الباحثين يستخدمون مزيجاً بين اللغة العربية و الأجنبية بنسبة 42%، وتلت هذه النسبة نسبة الذين يستخدمون اللغة العربية وتمثلت في 22% وهي نسبة تعد ضئيلة و محففة في حق لغتنا الأم ، أما 16% من الباحثين فيستخدمون اللغة العربية بحروف أجنبية وهذا مما لا شك فيه يشكل خطراً وتحدياً لمستقبل اللغة العربية في هذه الشبكات، ومثلت 12% نسبة الذين يستخدمون اللغات الأجنبية، أما ما نسبته 08% فقد ذكروا أنهم يستخدمون لغة خاصة يفهمها المشاركون في هذه المواقع وهي عبارة عن رموز و اختصارات لبعض الكلمات مثل السلام عليكم التي أصبحت slm و الحمد لله التي أصبحت hmd ، بالإضافة إلى تعريب بعض الكلمات الأجنبية مثال : نكونكتي، نشاتي..... وغيرها، ومما لا شك فيه أن هذه اللغة المستحدثة في عالم مواقع التواصل الاجتماعي تعبر على انسلاخ شبابنا من لغته العربية الصحيحة نطقاً و كتابة.

جدول(13): تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على ثقافة العينة المدروسة.

التعامل مع الثقافات في مواقع التواصل الاجتماعي.	التكرار(ك)	النسبة المئوية(%)
تبني الثقافات و القيم و العادات المختلفة.	19	38
التمسك بالثقافة الإسلامية وتفعيلها للصدود أمام الثقافات الدخيلة	31	62
المجموع	50	100

المصدر: الدراسة الميدانية.

يبين الجدول أعلاه تعامل الباحثين مع الثقافات في مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن أغلبهم بنسبة 62% يؤكدون على تمسكهم بالثقافة الإسلامية و يسعون لتفعيلها للوقوف أمام الثقافات الدخيلة مما يدل على وعيهم بخطورة هذه الشبكات على

هويتهم وقيمهم الأصيلة، في حين يتبنى باقي المبحوثين بنسبة 38% مختلف الثقافات و القيم و العادات مما يدل على أن هذه الفضاءات باتت تتيح لمستخدمها الإبحار الافتراضي بأي هوية شاء وتبني المعتقد و الثقافة التي تستهويه، بل و قد أصبحنا نلمس هذا التأثير حتى في نمط الحياة اليومية و نوعية اللباس وغيرها.

نتائج الدراسة :

- ✓ أكدت نتائج الدراسة أن الفئة العمرية الخاصة بالعينة من (18 إلى 24) سنة جاءت في المرتبة الأولى كمتغير فاعل حيث بلغت نسبتهم 48%، الأمر الذي يؤكد أن هذه الفئة الأكثر اهتماما باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- ✓ توصلت الدراسة إلى أن 66% من أفراد العينة ذو مستوى جامعي في حين بلغت نسبة أصحاب المستوى العالي 28%، أما باقي العينة فكانوا ذو مستوى ثانوي وبلغت نسبتهم 04% و ذو مستوى متوسط وبلغت نسبتهم 02% ، ويدل هذا على أن النخب من فئة الشباب هم الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ كشفت الدراسة أن نسبة 63.01% من عينة الدراسة يستخدمون موقع فيسبوك مما يدل على تصدر هذا الموقع للشبكات الاجتماعية بقدرته على استقطاب عدد كبير من الشباب، ويليه كل من تويتر و انستغرام بنسب متساوية مثلت 15.06% ، أما ما قدرت نسبته ب 06.84% من العينة فيستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى إلى جانب التي ذكرت على غرار موقع يوتيوب و لنكد ان و فيبر و واتساب.... و الجدير بالذكر أن الشباب على دراية بهذه المواقع رغم عدم شهرتها.
- ✓ توضح الدراسة أن 50% من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث سنوات مما يدل على قوة الجذب التي تتمتع بها منذ نشأتها، وبالمقابل نجد نسبة 34% تتراوح مدة تسجيلهم في هذه الشبكات بين سنة و ثلاث سنوات، أما 16% من أفراد العينة فلم تتجاوز مدة تسجيلهم في هذه المواقع سنة واحدة.
- ✓ بينت الدراسة أن نسبة 32% من المبحوثين يقضون من ساعة إلى ساعتين على هذه المواقع بشكل يومي، في حين يقضي ما نسبته 30% من ساعتين إلى ثلاث ساعات يوميا في استخدام هذه الشبكات، وتليها نسبة 28% ممن يفوق استخدامهم لها الثلاث ساعات في اليوم، أما 10% منهم فيقضون أقل من ساعة على هذه المواقع، مما يدل على طول الزمن الذي يقضيه الشباب على هذه المواقع بشكل يومي.
- ✓ أفادت النتائج أن نسبة 46.15% من العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الآخرين مما يدل على فاعلية هذه المواقع في تعميق العلاقات و تعزيز الصداقات و تقريب الأفراد مكانيا عبر اختزال المسافات الجغرافية بينهم، في حين تستخدمها نسبة 30.76% لزيادة المعلومات و المعارف، أما نسبة 19.23% فتستخدمها للتسلية الدردشة وتمضية الوقت حيث أصبحت هذه الفضاءات متنفسا للكثيرين من ضغوط العمل و الدراسة و المجتمع، كما ذكرت نسبة 03.84% أسبابا أخرى لاستخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في مواكبة التطور التكنولوجي و تطوير قدراتهم على استيعاب التقنيات الجديدة، إضافة إلى اعتبارها مصدرا للأخبار العاجلة و الآنية، وكذا استخدامها كقناة للتسويق والوصول إلى عملاء جدد محليا وعالميا.

- ✓ وقد بينت الدراسة الميدانية أن نسبة 58% من المبحوثين يستخدمون معلومات مستعارة في حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي وهو أمر يعتبر بديها لأن النسبة الأكبر من العينة من فئة الإناث التي تتحفظ على نشر معلومات حقيقية عنها، أما نسبة 42% فذكروا أنهم يستخدمون معلوماتهم الحقيقية.
- ✓ أغلب المبحوثين ونسبة 84% يستخدمون صور مستعارة مختلفة لحساباتهم الشخصية على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، في حين شكلت نسبة 16% فقط الذين يستخدمون صورهم الشخصية الحقيقية، و تدل هذه البيانات على أن أغلبية المبحوثين يتحفظون على نشر صورهم الحقيقية خاصة فئة الإناث محاولين بذلك إخفاء هويتهم الحقيقية و بناء هوية افتراضية، ومما تجدر الإشارة إليه أيضا أن اعتماد الصور و الرموز العالمية و الغربية يدل على تأثير هذه المواقع في هوية شبابنا خاصة و أنهم يظنون أنها سبيل للتحضر و مواكبة التطور، و بالمقابل لا يمكن إغفال وعي الكثيرين بضرورة المحافظة على الخصوصية الثقافية و التمسك بقيمتنا الأصيلة.
- ✓ وأفادت الدراسة أن نسبة 58% من أفراد العينة يؤكدون على مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على هويتهم، في حين يرى 42% منهم أنها لا تؤثر فيها.
- ✓ أما عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الدين فيعتبره أغلب أفراد العينة إيجابيا، حيث أكدت نسبة 43.24% أن هذه الشبكات ساهمت في تعريفهم بمعلومات عن دينهم يجهلونها كما يرى 29.72% من العينة أن تفعيل المضامين الدينية على صفحات هذه المواقع يساهم في المحافظة على الهوية الإسلامية، في حين ترى نسبة أقل أن تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي تعد سلبية حيث أن 10.81% أكدوا على أنها تنشر الأفكار الهدامة للدين ، و 09.45% أكدوا على أنها تغذي التعصب الديني و المذهبي، أما 06.75% فذكروا أنها تساهم في نشر الشائعات و المعلومات الكاذبة عن الدين، إضافة إلى شن حملات إساءة للنبي محمد صلى الله عليه وسلم، ونشر الأفكار التكفيرية والشاذة لتشويه صورة الإسلام .
- ✓ توضح الدراسة أن أغلب المبحوثين يستخدمون في مواقع التواصل الاجتماعي مزجيا بين اللغة العربية و الأجنبية بنسبة 42%، وتلت هذه النسبة نسبة الذين يستخدمون اللغة العربية وتمثلت في 22% وهي نسبة تعد ضئيلة و محففة في حق لغتنا الأم ، أما 16% من المبحوثين فيستخدمون اللغة العربية بحروف أجنبية وهذا مما لا شك فيه يشكل خطرا وتحديا لمستقبل اللغة العربية في هذه الشبكات، وتمثلت 12% نسبة الذين يستخدمون اللغات الأجنبية، أما ما نسبته 08% فقد ذكروا أنهم يستخدمون لغة خاصة يفهمها المشاركون في هذه المواقع وهي ما عبروا عنه ب(الهدرة الفيسبوكية) ومما لا شك فيه أن هذه اللغة المستحدثة في عالم مواقع التواصل الاجتماعي تعبر على انسلاخ شبابنا من لغته العربية الصحيحة نطقا و كتابة.
- ✓ تشير الدراسة إلى أن 62% من أفراد العينة يؤكدون على تمسكهم بالثقافة الإسلامية و يسعون لتفعيلها للوقوف أمام الثقافات الدخيلة مما يدل على وعيهم بخطورة هذه الشبكات على هويتهم وقيمهم الأصيلة، في حين يتبنى باقي المبحوثين بنسبة 38% مختلف الثقافات و القيم و العادات مما يدل على أن هذه الفضاءات باتت تتيح لمستخدمها الإبحار الافتراضي بأي هوية شاء وتبني المعتقد و الثقافة التي تستهويه، بل و قد أصبحنا نلمس هذا التأثير حتى في نمط الحياة اليومية و نوعية اللباس وغيرها.

قائمة المراجع:

- أميرة مصطفى البطريق: العلاقة بين التعرض للمواقع الاجتماعية على شبكة الأنترنت و إدراك الشباب الجامعي للهوية الثقافية العربية في ظل العولمة-دراسة على موقع فيسبوك، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2011.
- بدر الدين بن بلعباس: شبكات التواصل الاجتماعي و الهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين-الفيسبوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجاً-رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، 2014/2015.
- حمدي حسن عبد الحميد المحروقي : دور التربية في مواجهة تداعيات العولمة علي الهوية الثقافية ، مجلة دراسات في التعليم الجامعي ، مركز تطوير التعليم الجامعي، القاهرة، ع 7 ، أكتوبر: 2004
- خالد بن عبد الله الحلوة: الإعلام الجديد و تأثيراته في تشكيل الرأي العام، بحث مقدم في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام و الاتصال "الإعلام الجديد التحديات النظرية و التطبيقية"،(الرياض:جامعة الملك سعود 24/23 جمادى الأولى 1433هـ، 16/15 أبريل 2012م)
- خالد الروشة: أزمة الهوية الإسلامية <http://almoslim.net/node/103661>
- خالد سليم: ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية، دار المتنبي للنشر والتوزيع، قطر، 2008.
- خليل نوري العاني: الهوية الإسلامية في زمن العولمة الثقافية، ط1، مركز البحوث والدراسات الإسلامية، بغداد-العراق، 2009
- زاهر راضي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003.
- عبد الرحمن الحسيني: خدمات شبكات التواصل الاجتماعي. www.almustagbal.com/node/78110
- عبد اللطيف محمد خليفة: التغيير في نسق القيم لدى الشباب الجامعي : مظاهره وأسبابه . <http://www.badernarmoesari.info/general%20conference%20paperes.doc>
- فاخر عاقل: معجم علم النفس، ط1، دار العلم للملايين، بيروت- لبنان، 1985.
- مجمع اللغة العربية: المعجم الفلسفي، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة، 1979،
- محمد حسن البرغثي : الثقافة العربية و العولمة ، ط1، دار فارس للنشر، 2007
- محمود أمين العالم : الهوية مفهوم في طور التشكيل ، مؤتمر " العولمة والهوية الثقافية " ، في الفترة 12 - 16 إبريل 1998م، سلسلة أبحاث المؤتمرات رقم 7 ، المجلس الأعلى للثقافة ، القاهرة : الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية.
- مرسي مشري: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية: نظرة في الوظائف، المستقبل العربي، العدد: 395، 2012.
- نبيلة جعفري: انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري-شبكة فيسبوك نموذجاً- مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، العدد:31، ديسمبر 2017.
- ورام العيد: البعد الثقافي للعولمة وأثره على الهوية الثقافية للشباب العربي-الشباب الجامعي الجزائري نموذجاً- مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع:2.
- Alain Degenne et Michel Forsé, **les réseaux sociaux**, flux,1995,
- Camilleri (C) et Tap (P), **Identités Collectives et changements sociaux** ,Privat, Paris,1986,P 288.