



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عمار ثليجي الأغواط
كلية العلوم الإنسانية و الإسلامية و الحضارات
قسم العلوم الإنسانية



مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة

الموضوع:

دور الفيسبوك في تعزيز الثقافة المحلية – اللهجة
المحلية بالأغواط أنموذجاً –
دراسة استطلاعية على عينة من طلبة قسم العلوم
الإعلام و الإتصال

إشراف :

_ د. عبد القادر النوعي

تقديم الطلبة :

◀ رحمانية محمد

◀ طيبش محمد

السنة الجامعية:

2020/2019

الغداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك و لا يطيب النهار إلا بطاعتك...

و لا تطيب اللحظات إلا بذكر .. و لا تطيب الجنة إلا برؤية الله ﷻ

إلا من بلغ الرسالة و أدى الأمانة... و نصح الأمة... إلى نبي الرحمة و نور العالمين

سيدنا محمد ﷺ

أهدي ثمرة عملي إلى التي رأني قلبها قبل عينها... و حضنتني أحشائها قبل يديها... إلى التي رفع الله من مقامها و جعل الجنة تحت أقدامها، إلى التي غمرتني بعطفها و حنانها و حبها... صاحبة القلب الواسع سعة البحر، صاحبة الفضل عليا " أمي الحنون " أطال الله في عمرها و حفظها لنا.

إلى أعظم الرجال صبورا و رمز الحب و العطاء، إلى الذي تعب كثيرا من اجل راحتني و أفنى حياته من اجل تعليمي و توسم في درجات العلى و السموا

إلى والدي العزيز « رحمه الله » .

إلى كل إخوتي و أخواتي

و إلى كل من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذا البحث.

رحمانية محمد

الإهداء

الحمد لله الذي وفقنا لهذا ولم نكن لنصل إليه لو لا فضل الله علينا أما بعد فإلى من نزلت في حقهم الآيتين الكريمتين في قوله تعالى:

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{ وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا إما يبلغن عندك الكبر أحدهما أو كلاهما فلا تقل لهما أفٍ ولا تنهرهما وقل لهما قولا كريما Z واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا } { الإسراء 32 - 33 }

أهدي هذا العمل المتواضع إلى أغلى ما أملك في الوجود أبي وأمي العزيزين حفظهما الله لي

الذان سمرًا وتعبًا على تعليمي في إتمام هذا العمل من قريب أو من بعيد ...

وإلى أفراد أسرتي ، سندي في الدنيا ولا أحصي لهم فضل ...

وإلى كافة الأصدقاء والأحباب كل باسمه ...

إلى أساتذتي الكرام وأسرة الجامعة...

وفي الأخير أرجوا من الله تعالى أن يجعل عملي هذا نفعًا يستفيد منه جميع الطلبة المقبلين على

التخرّج .

طبيش محمد

شكر و عرفان

الشكر الجزيل و الحمد الكثير لله العلي القدير الذي وفقنا

و أعاننا على إتمام هذا العمل المتواضع

يسعدنا أن نتقدم بالشكر الجزيل للأستاذ المشرف "....."، و الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته القيمة بمساعدته لنا منذ البداية إلى النهاية فكان نعم الأستاذ و نعم الناصح و قد منحنا وقته و صبره و أحاطنا بملاحظاته القيمة، فرغم انشغاله و التزاماته الكثيرة فقد قبل على الإشراف على هذا العمل و مراجعته مع تقديمه الملاحظات القيمة التي أنارت لنا طريق البحث و التقصي فله كل عبارات الشكر و التقدير، عرفانا منا بالجميل.

و أرجو من الله سبحانه و تعالى أن يجعله في ميزان حسناته

كما لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر الجزيل إلى كل طلبة الماستر دفعة 2020/2019.

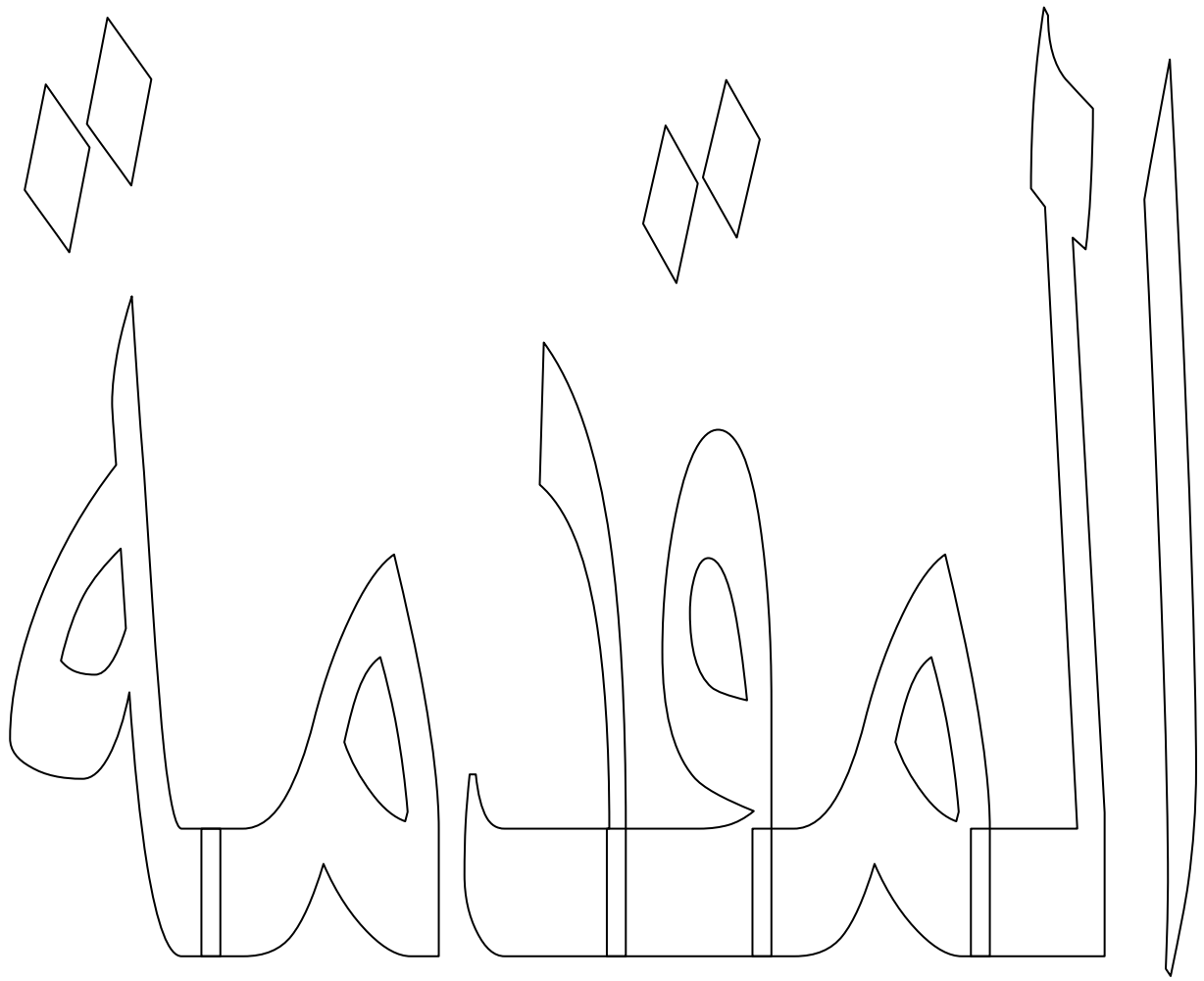
الفهرس

الصفحة	الموضوع
2	الاهداء
4	الشكر
5	الفهرس
11	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
14	أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها
16	ثانياً: أسباب الدراسة وأهميتها و أهدافها
18	ثالثاً: تحديد نوع الدراسة ومنهجها.
20	رابعاً: تحديد مجتمع الدراسة وعينته.
21	خامساً: تحديد أدوات جمع البيانات.
22	سادساً: حدود الدراسة (الجغرافية، البشرية، الزمنية)
22	1/6-الحدود الزمنية.
23	2/6- الحدود الجغرافية.
24	سابعاً: تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة.
26	ثامناً: عرض الدراسات السابقة.
26	8-1/: الدراسات الجزائرية.
28	8-2/:الدراسات العربية.
33	8-3/: الدراسات الاجنبية.
34	تاسعاً : المقاربة النظرية للدراسة على ضوء نظرية الغرس الثقافي
34	9-1 /: نشأة نظرية الغرس الثقافي.

36	9-2/: فرضيات نظرية الغرس الثقافي.
38	9-3 /: النماذج المفسرة لعملية الغرس.
39	9-4 /: الغرس الثقافي وعلاقته بتناول الفيس بوك للثقافة المحلية.
40	عاشرا: صعوبات الدراسة.
الإطار النظري للدراسة	
الفصل الثاني: المنظور العام لمواقع التواصل الاجتماعي	
43	تمهيد
44	المبحث الأول: الإطار العام لمواقع التواصل الاجتماعي.
44	1-1 /: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.
45	1-2 / : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي و تطورها.
48	1-3 / : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.
51	1-4 / : دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
54	المبحث الثاني : نموذج لأهم مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك".
54	2-1 / : تعريف موقع الفيسبوك.
54	2-2 /: نشأة موقع الفيسبوك.
55	2-3 /:خدمات الفيسبوك.
58	2-4 /: مزايا وعيوب الفيسبوك.
61	خلاصة
الفصل الثالث: اللهجة المحلية بالأغواط أنودجا - دراسة إستطلاعية على عينة من طلاب قسم الإعلام و الاتصال -	
63	الإطار الميداني للدراسة

64	المحور الأول : البيانات الشخصية
64	أولاً : توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس .
65	ثانيا : توزيع مفردات العينة حسب متغير السن
67	ثالثاً : توزيع مفردات العينة حسب المتغير الاجتماعي
68	رابعاً : توزيع مفردات العينة حسب المتغير الاجتماعي
69	المحور الثاني :مدى تناول الفيس بوك للثقافة المحلية
69	خامساً : استخدام الفيس بوك لدى عينة الدراسة
70	سادساً : منذ متى و انت تستخدم الفيس بوك
72	سابعاً : معدل استخدام أفراد العينة لموقع الفيس بوك
74	ثامناً : دوافع افراد العينة لاستخدام الفيس بوك .
76	تاسعاً : التفاعل مع منشورات الثقافة المحلية في الفيس بوك .
77	عاشراً : تتطلع على مظاهر اللهجة المحلية عبر الفيس بوك فقط
78	الحادي عشر : تناول الفيس بوك اللهجة المحلية بشكل كاف و مرضي
79	الثاني عشر : درجة الاطلاع على اللهجة المحلية عبر الفيس بوك
80	الثالث عشر : الفيس بوك هو البديل الأمثل للترويج للهجة المحلية
81	الرابع عشر : اهتمام الافراد بنشر مظاهر اللهجة المحلية عبر الفيس بوك
83	الخامس عشر : موضوعات الثقافة التي تهتم بنشرها.

84	السادس عشر : الاهتمام بالصفحات التي تعالج اللهجة المحلية
86	السابع عشر : التأثير عبر الموروث المحلي عبر صفحات الفيس بوك
88	الثامن عشر : زاد اهتمامك باللهجة المحلية عبر صفحات الفيسبوك
89	التاسع عشر : حسب رأيك هل يتفاعل اصدقائك عبر الفيس بوك مع مظاهر اللهجة المحلية
91	العشرون : مظاهر اللهجة المحلية التقليدية التي يتفاعل معها اصدقائك
93	الواحد والعشرون : ما هي المزايا التي يمكن تحقيقها باستخدام "الفيسبوك" كمصدر للترويج للهجة بين كل مواقع التواصل الاجتماعي.
95	خلاصة عامة
97	خاتمة
101	قائمة المصادر و المراجع
107	قائمة الجداول



مقدمة:

شهد العالم في الآونة الأخيرة انتشارا سريعا في تكنولوجيا الأنترنت التي رافقت التطور الحاصل في مختلف المجالات التي أحدثتها ثورة التكنولوجيا الحديثة ، ومن أبرزها شبكات التواصل الاجتماعي التي برزت مع الجيل الثاني للويب ، حاملة معها خصائص و مميزات تدعم طرق التواصل بين الأفراد و الجماعات فقد اختلفت هذه الشبكات و تعددت لكن هدفها واحد و هو تحقيق الاتصال و التواصل بين البشر ، حيث نجد من بين هذه الشبكات موقع فايس بوك الذي شهد اقبالا و شهرة واسعة بين باقي المواقع الأخرى واستحوذ على مكانة بارزة في الفضاء الإلكتروني ، حيث يمكن المستخدم من مشاركة الصور و ، و الاطلاع على كل ما هو جديد ، بالإضافة للتعريف بمختلف المواضيع سواء سياسية ، اقتصادية ، اجتماعية أو ثقافية ... هذه الأخيرة التي جعلت الفرد يطلع على مختلف ثقافات المجتمعات بعاداتها وتقاليدها ، قيمها أنماط عيشها و وكذا موروثها الثقافي بمختلف أنواعه الذي يمثل كل ما تركه السلف للخلف ، فهو يعكس ماضي الأمم و تاريخها الذي تفرض به وجودها و به تستمر العيش حاضرها و بناء مستقبلها .

وتعد الجزائر كغيرها من الدول بلد غني بتراث ثقافي ضارب في عمق التاريخ و معروف بتنوعه و ثرائه على المستوى الوطني و العالمي ، و نظرا لما يحمله من قيم ومبادئ متوارثة من الأجيال السابقة و التي تعبر عن صلب هويتنا و جب الحفاظ عليه من الضياع و الاندثار باستغلال هذه المواقع خاصة فايس بوك و ابراز دوره في التعريف به و توعية الفرد الجزائري بأهميته و ضرورة التمسك به لمواجهة المتغيرات الحديثة التي جعلت الفرد يتبنى ثقافات دخيلة عن ثقافته المحلية سواء ما تعلق بملبسه أو مأكله أو غيرها من القيم والعادات و التقاليد مما يؤدي به إلى الابتعاد عنها و نسيان ثقافته الأصلية .

و انطلاقا مما سبق فقد تمحورت دراستنا حول شبكات التواصل الاجتماعي خاصة فايس بوك و دوره في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري ، وذلك من خلال دراسة وصفية تحليلية لصفحتي فايس بوك متخصصتين في اللباس و الطبخ التقليدي ، باعتباره وسيلة حديثة يقبل عليها الكثير من الأفراد الجزائريين كونه ظاهرة العصر ومن أجل ابراز هذا الدور و مساهمته في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري انتهجنا خطة بحث كانت كالتالي :

- الفصل الأول : بعنوان الاطار المنهجي للدراسة وقد تضمن تحديد الاشكالية ، أهمية الموضوع وأهدافه ، الدراسات السابقة ، المقاربة النظرية ، مفاهيم الدراسة ، منهج الدراسة وأدواته و مجتمع الدراسة و عينته.
- الفصل الثاني تحت عنوان مدخل إلى شبكات التواصل الاجتماعي وقد تضمن مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي و نشأتها و خصائصها ، خدماتها و أنواعها بالإضافة إلى إجاباتها و سلبياتها.
- الفصل الثالث تحت عنوان: اللهجة المحلية بالأغواط أنموذجا دراسة استطلاعية على عينة من طلاب قسم الإعلام و الاتصال

الفصل الأول

الإطار المنجمي

الأسس

الفصل الأول: المقاربة المنهجية للدراسة.

أولاً: مشكلة الدراسة و تساؤلاتها:

أحدث التطورات التكنولوجية الحديثة نقلة نوعية وثورة حقيقة في قطاع الاتصال ، حيث انتشرت شبكة الأنترنت في كافة أرجاء المعمورة ، وربطت أجزاء العالم المترامية بفضائها الواسع ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائل المتعددة المتاحة من المواقع الإلكترونية، والمدونات الشخصية، وشبكات المحادثة ، بالإضافة إلى شبكات التواصل الاجتماعي مثل: الفيس بوك، تويتر، اليوتيوب ..الخ. والتي أتاحت البعض منها تبادل مقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية والتواصل والتفاعل المباشر، ومن بين أهم مواقع التواصل انتشارا موقع الفيس بوك ، الذي أنشأه الأمريكي "ماك زوكر بيرغ" عام 2004 لضم أصدقاء الجامعة وضمان استمرارية التواصل فيما بينهم ، حيث أضحت اليوم يضم ما يفوق نصف المليار مشترك ليصبح من أكثر المواقع انتشارا ، نظرا للخدمات المتنوعة التي يقدمها و طبيعة التواصل الاجتماعي التي يتيحها¹. إن استخدام هذه المواقع و إن كان يعبر عن "صيحة" تكنولوجية لافته ساهمت بشكل كبير في ربط العديد من العلاقات الانسانية ، و الاجتماعية بعد إلغاءها عبر عامل المسافة ، إلا انه يحيلنا الى الدور الكبير الذي تقوم به الانترنت في التواصل بين أفراد المجتمع و "تحطيم" عامل المسافة و ربط العلاقات بينهم. هذا من جهة ومن جهة اخرى فقد لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في النشر والترويج لمختلف المظاهر التي تهتم المجتمعات "الربيع العربي" مثلا واصبحت هذه المواقع فضاء مرنا لنشرها وترويجها ، وقد سعت مختلف الشعوب والطوائف والانظمة الى نشر ما يخدم مصالح مجتمعاتها من عادات وانماط وسلوك عيشها كل هذه الاشياء تصب في قالب

¹صادق عباس مصطفى ، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، ، دار الشروق: عمان، الاردن، 2008 ، ص36.

واحد يسمى الثقافة المحلية ، التي هي طريقة حياة الافراد وهي مجموعة الافكار والعادات التي تعلموها و ساهموا فيها ثم نقلوها من جيل الى آخر¹. وبما أن هناك وسائط اعلامية حديثة مختلفة فانه بالمكان الشعوب والمجتمعات القيام بنشر ثقافتها عبر هذه الوسائط الاتصالية ومن بينها الفيس بوك ، ومن كل ما سبق ذكره نجد انفسنا أمام مشكلة الدراسة التي تتلخص في تساؤل أساسي وهو :

هل يساهم "الفيس بوك" في تعزيز الثقافة المحلية للمنطقة ؟

وسيقوم الباحثان من خلال هذه الدراسة بالبحث في مدى الترويج للثقافة المحلية ومن خلال التساؤل الرئيسي السابق تتفرع العديد من التساؤلات الفرعية و هي :

- ما مدى تناول الفيس بوك لمظاهر الثقافة المحلية ؟
- إلى أي مدى يهتم الافراد بالاطلاع على الثقافة المحلية عبر صفحات الفيس بوك ؟
- ماهي اهم مظاهر الثقافة المحلية التي يقوم الفيس بوك بالترويج لها ؟
- هل الفيس بوك وحده كفيل بنشر مظاهر الثقافة المحلية عامة و اللهجة المحلية بالأغواط خاصة ؟

¹ حاتم حميد كحسن ،سوشيولوجيا الثقافة و الهوية، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع،(دمشق: سوريا 2010) ، ص 9.

ثانيا: أسباب الدراسة وأهميتها و أهدافها :

2-1: أسباب اختيار الدراسة:

ان الأسباب التي تجعل اي طالب أو باحث يهتم بهذا الموضوع أو ذلك دون غيره تعود في الغالب الى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية تتبع كلها من الإحساس الشخصي بالمشكلة والتفاعل معها ضمن محيطه الاجتماعي.

(الأسباب الذاتية: وتتمثل فيما يلي:

1. شكلت الملاحظة الميدانية للباحثين حافزا لاختيار موضوع الدراسة من خلال الانتشار الواسع لخدمات شبكة الإنترنت ومن بينها الفيس بوك مثل الإعلانات المختلفة فرأينا أن نعالج موضوع الثقافة المحلية و معرفة درجة الترويج لها عبر الفيس بوك.

2.تأثر الباحثين الشديد بشبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) والعالم الافتراضي على شبكة الانترنت و إيماننا بأن تكون من أهم الوسائل والأدوات المستعملة لتداول المعلومات و التعبئة ، والكثير من الحركية الاجتماعية التي قد تخدم المجتمع الواحد .

3.الرغبة في إعطاء بعد آخر لمواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لا تختص بالاتصال فقط و إنما تتجاوزه لأبعاد اجتماعية و إنسانية.

4.يعتبرموضوع الدراسة حيوي و حديث الى جانب قلة الدراسات العربية و الجزائرية التي تتناول الجانب الذي نتناوله من خلال تسليط الضوء على ثقافتنا المحلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك .

5.إنتشاراستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل كبير ومختلف في الجزائر سيما موقع الفيس بوك.

ب) الأسباب الموضوعية:

ان تحليل النشاطات و ديناميكية سلوكيات الأفراد في مجتمع الانترنت يعتبر مخبرا جيدا للدراسات و مجالا هاما يستحق الاستكشاف والتحليل¹.

لهذا تعد تكنولوجيا الاتصال الحديثة وما أفرزتها من وسائل اتصالية كبيرة والثورة التي أحدثتها في العالم ككل وما رافقتها من تغيرات و تحولات جذرية بمختلف الأشكال وجميع الميادين من أهم الظواهر التي أصبحت محل اهتمام العديد من الباحثين والدارسين في الجزائر هي الأخرى تشهد اليوم انتشارا سريعا لمختلف خدمات شبكة الانترنت من بينها الفيس بوك مما يلفت الانتباه الى ضرورة تفحص الظاهرة ، وكذلك أهمية مسألة النشر و الترويج، هذه الأخيرة التي تعد من المواضيع البالغة الأهمية والتي وجب الوقوف عندها، والتي تمثل تحديا مطروحا في عصر المعلومة ، كما أن هذه الدراسة جاءت لتثري نوعا ما الدراسات العربية كونها باللغة العربية .

2-2/ أهمية الدراسة:

لا شك ان اي دراسة في علوم الاعلام والاتصال تتبع اهميتها من تلك القضايا التي تتناولها والاسهامات التي يمكن ان تقدمها في حل القضايا والمشكلات العلمية ومنه نقول ، انه أصبح لمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك أهمية كبيرة في حياة كل شخص كوسيلة اتصال حديثة تضمن التواصل الدائم والمباشر بين الأفراد بشكل وبأخر، و المساهمة في ترقية الفكر الإنساني من خلال الاستخدام الأمثل لها. بشكل أصبح التواصل امرا سهل حدوثه كما مهد الطريق لانتشار العديد من الثقافات الغربية والعالمية¹.

اذن فان الأهمية الجوهرية لدراستنا تتلخص في محاولة و اظهار الباحثان لمكانة ثقافتنا المحلية من هذا العالم الافتراضي الكبير.

¹ Danielle .v . j p .la France : l'art de bavarder sur internet .) réseaux n 97 . 1999) .p207

¹ Disam.maktoobblog.com /06-01-2011/page14،23.

2-3/ أهداف الدراسة :

تأتي أهداف الدراسة على أنها محاولة لمسايرة العصر الذي نعيشه ، ومتابعة التطورات الحاصلة والمتلاحقة التي يمر بها العالم اليوم ، فقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي عامة و الفيس بوك خاصة تشكل أحد الاشكاليات التي تستوجب التحليل والمناقشة أما في دراستنا هذه فأغلب الاهتمامات انصبحت حول تأثير ذلك الوسيط (فيس بوك) على الترويج لثقافتنا المحلية .

- تبيان أهمية الفيس بوك كوسيلة العصر .
- الربط بين مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال و الثقافة المحلية كمستفيد من هاته الوسيلة .
- محاولة لفت الانتباه الى ضرورة الاهتمام بالدراسات المتخصصة في الاعلام الجديد والدور الذي تقوم به وسائله في نشر الثقافات المحلية .

ثالثا: تحديد نوع الدراسة ومنهجها :

3-1/ نوع الدراسة :

يندرج موضوع دراستنا ضمن الدراسات الوصفية ، و يستخدم هذا الاسلوب لدراسة الواقع أو ظاهرة ما ، ويهتم بوصفها وصفا دقيقا والتعبير عنها كيفيا أو كمي ، اذ التعبير الكيفي يعطينا وصفا للظاهرة موضحا خصائصها، في حين يعطينا التعبير الكمي وصفا رقميا موضحا مقدرا هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى¹ .

كما أنها تلك البحوث التي تستهدف وصف موضوع معين كما هو الواقع الحالي من حيث الخصائص العامة والتفصيلية للموضوع بما فيه من متغيرات وعناصر وعلاقات ومؤثرات وذلك باستخدام المنهج العلمي في كافة اجراءات البحث² .

¹ دذوقا نعبيدات، د عبد الرحمان عدس وكايد عبد الحق ،مذكرات عن مناهج البحث عن كتاب البحث العلمي، مفهومه و أدواته و أساليبه، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع:عمان- الأردن،بدونتاريخنشر، ص13.

² بركات عبد العزيز، مناهج البحث العلمي، دار الكتاب الحديث : مصر، 2012، ص،56،54.

ونظرا لأهداف الدراسة المتمثلة في وصف و معرفة نشر الفيسبوك للثقافة المحلية. ،فان تحقيق هذه الأهداف يستلزم استخدام منهجا لمسح الوصفي بالعينة .

3-2/: منهج الدراسة :

تعريف منهج المسح الوصفي :

يعد منهج المسح من أبرز المناهج المستخدمة في مناهج الدراسات الاعلامية خاصة البحوث الوصفية و الاستكشافية و تعرف كما يلي :

يعتبر منهج المسح جهدا علميا منظما للحصول على البيانات و المعلومات والأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة ظاهرات موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة من مجتمع البحث و لفترة زمنية كافية للدراسة¹.

ويستهدف هذا النوع من المسوح دراسة الجوانب الآتية :

خصائص الجمهور: و تشمل التقسيمات الديموغرافية (فئات السن، النوع، درجة التعليم، مهنة، و القطاعات الوظيفية المختلفة) ،التوزيع السكاني، مستوى معيشة أفراد الجمهور، الطبقات الاجتماعية التي ينتمون اليها و المؤثرات الخاصة من انفتاحهم الحضاري والثقافي و الاجتماعي².

وهذا ما تحتاجه هذه الدراسة والتي تتعلق بالدور الذي يلعبه الفيس بوك ومساهمته في نشر الثقافة المحلية، إذ وجب الوقوف عند عدة جوانب لعينة الدراسة و أبرزها المستوى الثقافي للجمهور و واهتماماته بالثقافة وكذا الدوافع التي أدت الى اهتمامه بالمواضيع التي تخص مختلف جوانب الثقافة المحلية، كما تستهدف هذه الدراسة وصف وأراء أو اتجاهات مجتمع البحث وعينته :

¹سمير محمود حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي،بحوث الاعلام،عالم الكتب :القاهرة، ط2،1995،ص147.

²سمير محمد حسين : المرجع نفسه،ص154،155.

رابعاً: مجتمع الدراسة وعينته :

4-1/مجتمع الدراسة: تعد مرحلة تحديد مجتمع البحث او عينته من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الانسانية والاجتماعية ، لذا فهي تتطلب من الباحث دقة بالغة حيث يتوقف عليها اجراء البحث وتصميمه وكفاءته ونتائجه. ويعرف مجتمع الدراسة على أنه "هو المجتمع الأكبر أو مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث لدراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته"¹ .

ولدراسة أي مجتمع وجب على الباحث ضبط خصائصه وسماته على غرار مفردات مجتمع دراستنا ويتمثل مجتمع هذه الدراسة في :عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك- وبالتحديد مستخدمي صفحات اخبار الاغواط و صفحة شباب الاغواط .

4-2/عينة الدراسة: " العينة عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحثين معها منهجيا و يسجل من خلال هذا التعامل البيانات الاولية المطلوبة و يشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع"¹.

4-1/أنوع العينة :

اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية لان هذا النوع من العينات يخدم طبيعة الدراسة التي نحن بصدد انجازها ، وكذا طبيعة مجتمع البحث و استجابة الدراسة للمشاركة فيها حيث عرفها محمد عبيدات في كتابه على انها "العينات القصدية هي العينات التي يتم انتقاء افرادها في شكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص لأولئك الافراد دون غيرهم ، ولكون تلك الخصائص هي الامور الهامة بالنسبة للدراسة . كما يتم اللجوء لهذا النوع من العينات في حالة توافر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة لمجتمع الدراسة الاصلي .

¹محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، : عالم الكتب : القاهرة ، ط1، 2000 ، ص130.

¹محمد عبد الحميد :المرجع السابق،ص133.

فمثلا اذا اراد الباحث دراسة آراء القراء حول صحيفة معينة ، فعليه في هذه الحالة اختيار عينة من قبل الأفراد الذين لديهم بعض الاطلاع على ما ينشر في تلك الصحيفة ، لأنها من غير المنطق ان يضمن دراسته أفراد لا يطلعون على الصحيفة المذكورة² .

خامسا: أدوات جمع البيانات :

ان النزول الى الميدان يستلزم جملة من الأدوات المنهجية التي تضبط الاحتكاك بمفردات العينة و مجتمع البحث ككل و انطلاقا من طبيعة بحثنا اعتمدنا على أداتين من أدوات البحث العلمي.

المقابلة: كأداة مساعدة والتي لا يمكن الاستغناء عنها و الغاء دورها في اكتشاف الاشكالية ، فقد عرف "إنجلش" Engilsh "المقابلة على انها محادثة يقوم بها فرد مع فرد آخر أو أفراد آخرين ، يهدف للحصول على مجموعة من المعلومات لاستخدامها في البحث العلمي للاستعانة بها في عمليات التوجيه والتشخيص والعلاج فالمقابلة. اذن هي محادثة أو أنها عبارة عن تبادل لفظ ييتم بين الباحث والمبحوث¹، وقد تم اجراء مقابلة مع بعض الشخصيات التي أمدتنا بالمعلومات التي احتجنا اليها في بعض مجريات البحث وهم على التوالي السيد الحاج عيسى الطيب أحد أعيان المنطقة ، والسيدة الحاجة فاطنة الحاج عيسى والسيد الطاهر الجديد أحد الحرفيين .

² محمد عبيدات وآخرون : منهجية البحث العلمي ،القواعد والمراحل والتطبيقات ، دار وائل للطباعة والنشر : عمان الاردن ط 2 ،

1999، ص96.

¹عمار يوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية ، المؤسسة الوطنية للكتاب : الجزائر ، 1985 ،

ص65.

الاستبيان :

كما اعتمدنا و بشكل أساسي على صحيفة الاستبيان والذي احتوى في مجموعه على (25سؤالا) موزعة على اربعة محاور ، الاول جاء فيه : البيانات الشخصية واحتوي على (4 أسئلة)والمحور الثاني بعنوان: مدى تناول الفيس بوك للثقافة المحلية ويحتوي على (9 أسئلة)والمحور الثالث جاء تحت عنوان : اهتمام الافراد بالاطلاع على الثقافة المحلية عبر صفحات الفيس بوك واحتوى على (7 اسئلة) ثم اخيرا المحور الرابع وجاء تحت عنوان مظاهر اللهجة المحلية التي يساهم الفيس بوك للتعزيز لها و جاء ب(5اسئلة) ، وبعد الانتهاء من التصميم النهائي قمنا بعرضه على الاستاذ المشرفة وكذا الدكتور عبدالقادر النوعي ، والدكتور حجاج مداني ، لتحكيمه وبعد انتهاء التحكيم ،قمنا بتصميمه ونشره الكترونيا على صفحتي أخبار الأغواط و شباب الأغواط ، في الفترة الزمنية (2019/04/15 الى غاية 2019/04/20) ، وبعدها قمنا بمراجعته وتنقيح الاجابات وفرزها فتحصلنا على (92) استمارة استبيان ، وبعدها قمنا بتفريغ البيانات وتحريرها .

سادسا: حدود الدراسة: التزمت الدراسة بالمتغيرات التالية :

6-1/: الحدود الزمنية: ولقد تم انجاز هذا البحث زمنيا وفق المحطات الآتية :

انطلقنا في انجاز هذا البحث في شهر (فيفري 2019) وهي مرحلة تم فيها تحديد موضوع الدراسة وضبط متغيراته بشكل جيد وكان موضوع دراستنا دور مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في الترويج للثقافة المحلية . "دراسة على عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك بالأغواط " وبعد ذلك قمنا بتحديد خطة البحث التي سوف نعتمدها في بحثنا.

6-2/: الحدود الجغرافية:

تتخصر الدراسة على مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعى "الفيس بوك"، عينة من طلبة قسم الاعلام

سابعا: تحديد مفاهيم و مصطلحات الدراسة :

تكتسب الحقائق و الاشياء قيمتها من المعانى والصور المشتركة ، التي يرسمها الأفراد لها، ويتفقون عليها ، في البنية الواحدة و هذه المعانى و الصور ، تصاغ في شكل رموز ذات دلالة ، بحيث تستدعى هذه الرموز بمجرد ذكر المعانى ، و الصور التي تعبر عنها و يعتبر تحديد المفاهيم إحدى الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث، في دراسته و بحوثه بهدف الاتفاق على المحددات، و التعميمات و التفسيرات العلمية التي تقوم على بناء مفاهيم تظهر حاجتنا الى هذه المرحلة، لكي نحدد من خلالها جملة من المفاهيم و التي غالبا ما تتصادم في ذهن الباحث مع مفاهيم متشابهة .

1/: دور:

لغة : هو المهمة أو الواجب المنوط بشخص ما في عمل معين ، داور الأمور أي طلب العلاج أدار الرأي و الأمر أي أحاط بهما.

اصطلاحا: هو نمط من سلوك الفرد أو المجتمع تحدد في ضوء ما يؤديه من أعمال وأقوال في جماعة في إطار الثقافة.¹

اجرائيا :هو مجموعة من الوظائف يتبعها الأفراد قصد الوصول الى مبتغاهم كالتعرف على الثقافات الأجنبية منها والمحلية وإشباع رغباتهم و أهدافهم.

¹Disam.maktoobblog.com /06-01-2011/page14.23.

2/ مواقع التواصل الاجتماعي :

اصطلاحاً: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.²

بدأت شبكات التواصل الاجتماعي Social media بالظهور منذ العام 1997 م لكنها لم تلق انتشار خارج الولايات المتحدة الأمريكية الا بعد عام 2004 وأبرز هذه الشبكات : موقع فيس بوك Facebook للتطبيقات الاجتماعية الشاملة الذي ابتكره الطالب الجامعي مارك زوكربيرغ و موقع تويتر Twitter للتعليقات²

اجرائياً: ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب و تعددت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية و أبرز شبكات التواصل الاجتماعي هي (الفيس بوك ، تويتر ، واليوتيوب وغيرها) و أهمها هي شبكة (فيس بوك) وسوف يتم التركيز في دراستنا على موقع الفيس بوك .

3/ الفيس بوك :

هو موقع إلكتروني للتواصل بين المستخدمين حول العالم ، نشأ سنة 2004 ويمكن لأي شخص قادر إنشاء موقع له في حساب الفيس بوك بسهولة وبدون مقابل مادي ، ويهدف الموقع الربط بين الأصدقاء و التعرف على أصدقاء جدد أو البحث على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام الى مجموعات مختلفة على شبكة الويب ، ويمكن لمشاركين في الموقع الاشتراك في شبكة أو أكثر ، مثل المدارس ، أو أماكن العمل ، أو المناطق الجغرافية

²راضي, زاهر, استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي , مجلة التربية عدد 15, جامعة عمان ,,ص 8
²مركز الحرب الناعمة للدراسات ، شبكات التواصل الاجتماعي ، منظمات للحرب الأمريكية الناعمة ، جمعية المعارف الإسلامية
 2016، ص23 .

أو المجموعات الاجتماعية و هذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم في الشبكة نفسها ، ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم ويتيحوا لهم رؤية صفحاتهم الشخصية¹ .

اجرائيا : هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي الذي يقوم المستخدمين له بتبادل الافكار والحديث و الصور والفيديوهات و يختص بالتفاعلية بين كل المشاركين عن طريق الاعجاب أو التعليق أو المشاركة و يعد اليوم من أكبر المواقع الالكترونية للتواصل الاجتماعي احتواء للأشخاص حول العالم.

4/ نشر:

لغة:: هو الإذاعة أو الإشاعة: أي جعل الشيء معروفا بين الناس.

اصطلاح:

العملية التي يتم بمقتضاها توصيل الرسائل الفكرية التي يبذلها المؤلف إلى القراء، وتشير دائرة المعارف البريطانية إلى أنه (هو ذلك النشاط الذي يتضمن اختيار وتجهيز وتسويق المواد المراد نشرها)

اجرائيا : هو عملية نشر الشيء بين مجموعة من الناس بغية هدف محدد سواء تعلق الامر بتبنيه أو العمل به .

¹ الحضيف ، كيف تؤثر وسائل الاعلام، دار وهج الحياة للنشر والتوزيع : الرياض المملكة العربية السعودية ، 2010، ص34.

5/: الثقافة المحلية :

اصطلاحا: هي العادات والتقاليد الموروثة من الاجيال السابقة لمجتمع معين تتمثل في الملابس والمأكل والمشرب ، و غالبا ما تختص هذه العادات بمجتمع ما محدد وفق الموروث الثقافي لتلك الشعوب³.

اجرائيا: هي مجموعة القيم والمبادئ الخاصة التي يختص بها مجتمع ما و تتمثل هذه الخصائص في مختلف الاشارات التي تشير له من لباس و كلام و تراث ... الخ .

ثامنا :الدراسات السابقة :

حرصا منا على الاستفادة مما تم تقديمه من نتائج البحوث تناولت نفس موضوع بحثنا هذا ،وبعد قراءة متأنية فيما اتاح لنا من دراسات جزائرية وعربية والاجنبية على قلتها وجدنا ان انسب ما يمكن ادراجه في اطار الدراسات السابقة هو مواضيع الدراسات الآتية:

8-1/:الدراسات الجزائرية:

الدراسة الاولى: بعنوان¹ استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره في العلاقات الاجتماعية. دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص الاعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، من اعداد الطالبة مريم نريمان تومار جامعة باتنة سنة 2012/2011 تمثلت إشكالية الدراسة في: ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟ وقامت من خلال هذه الدراسة بالبحث في أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على المستخدمين الجزائريين من خلال دراسة عينة منهم لمعرفة مدى تأثير الاستخدام المفرط لمواقع الشبكات الاجتماعية. وقامت الباحثة بوضع الفرضيات التالية: تختلف طرق استخدام

³د عبد العزيز ابن عثمان التويجري، الثقافة العربية و الثقافات الأخرى، منشورات المنظمة الاسلامية للتربية و العلوم والثقافة، ايسيسكو - الطبعة الثانية، 2015، ص13.

¹مريم نريمانتومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال تخصص الاعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة: جامعة باتنة، سنة 2012/2011.

موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" لدى الجزائريين من مستخدم لآخر تبعا لمتغيري الجنس والسن.

يلجأ مستخدمو موقع "الفيس بوك" في الجزائر اليه بسبب الفراغ الاجتماعي والعاطفي.

استخدام " الفيس بوك " يؤدي الى الانسحاب الملحوظ للفرد من النشاطات الاجتماعية ويقلل من اتصال المستخدم الشخصي بعائلته وأصدقائه .

ومنه طرحت التساؤلات فرعية التالية:

1- ماهي عادات و أنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" لدى الجزائريين؟

2- ماهي الدوافع و الحاجات التي تمكن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفيسبوك؟

3- كيف يؤثر استخدام "الفيسبوك" على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

توصلت إلى النتائج التالية:

-أغلب افراد العينة يستخدمونه منذ سنة إلى ثلاث سنوات 92.07 % ويقضي 27.19%منهم أكثر من ثلاث ساعات في استخدامه ملل موقع وتشير النتائج أن أغلب المبحوثين يتصفحون الموقع من مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم بنسبة 12.91 % ويفضل 91.90 % منهم الفترة الليلية لاستخدامه.

-يدخل أغلب أفراد العينة لل "الفيسبوك" من المنزل بنسبة 91.90 % ويميل 87.12 %منهم إلى الاستخدام الفردي للموقع فيحين يستخدمه 09.11 % مع أصدقائهم.

-يفضل 29.18 % من المبحوثين خدمة التعليقات في "الفيسبوك" ثم الدردشة 22.17 % تليها مشاركة الصور 19.38 % ثم مشاركة الروابط 19.23 % وأكثر خدمة يستخدمونها وقت تصفحهم للموقع هي قراءة مشاركات الأصدقاء والتعليق عليها بنسبة 28.21 % ثم وضع مشاركات على حائطهم 97. % تليها خدمة الدردشة مع الأصدقاء بنسبة 23.37

تبين من إجابات أفراد العينة أن أغلبهم يستخدمونه بدافع التواصل مع الأهل و الأصدقاء إلى جانب التثقيف بنفس النسبة 11.79 % ثم زيادة المعلومات والمعارف بنسبة 13.81 % يليه الترفيه و التسلية. 12.7%

-كما توصلت الدراسة أن أغلب المبحوثين يدخلون لموقع "الفيس بوك" بهويتهم الحقيقية بنسبة 99.03 % فيما يدخل 33.33% بهوية مستعارة ويستخدم هؤلاء الهوية الحقيقية حتى يجدهم معارفهم بسهولة نسبة 90.97% فيما يستخدمها 31.12 % حتى يحظوا بثقة المتفاعلين معهم.

الدراسة الثانية: بعنوان¹ استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية -دراسة عينة من مستخدمي "الفيس بوك" في الجزائر " للطالبة "مريم نريمان نومار". وهدفت الدراسة الى الكشف عن اثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية من خلال دراسة عينة من مستخدمي "الفيس بوك" في الجزائر وتم الاعتماد على اداة الاستبيان وتوصلت الدراسة الى نتائج منها :

أن أغلب المستخدمين يقضون اكثر من ثلاث ساعات ،ويفضلون التعليقات والردشة ،كما يفضلون التواصل مع الأهل والاصدقاء.

8-2 الدراسات العربية :

هناك من البحوث والدراسات التي تناولت موضوع دراستنا ،لكن من زوايا متنوعة واجريت في مجتمعات مختلفة وبالتالي حاولنا حصر بعض الدراسات العربية الحديثة التي تقترب من اهداف الدراسة ، ويمكن عرضها على النحو الآتي :

الدراسة الأولى: بعنوان² "دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" في عملية التغيير السياسي مص رنموذجاً"اجرية هذه الدراسة عام(2012)، و التي استخدم فيها الباحث

¹مريم نريمان نومار، استخدام المواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية ، دراسة عينة من مستخدمي "الفيس بوك" في الجزائر،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة ،جامعة الحاج لخضر: باتنة، 2011،2012.

²مصعب حسام الدين لطفي قتلوني ،دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" في عملية التغيير السياسي في مصر،دراسة عينة من مستخدمي "الفيس بوك" في مصر،(2012).

المنهج التحليلي ، وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي لعبته هذه المواقع في إطلا قشرة الثورات العربية بشكل عام و مصر بشكل خاص، وتناقش أبرز مظاهر تحول هذه المواقع و بالأخص "الفيسبوك" من الطابع الاجتماعي البحت، الذي من أجله أنشئت، إلى الطابع السياسي المؤثر، وترصد كيف تحول نشطاء الانترنت ممن اعتادوا على قضاء معظم أوقاتهم خلف شاشات الكمبيوتر وفي غرف الشات والدرشة والفيسبوك. وتتناول الدراسة - المكونة من ثمانية فصول- الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية في الدول العربية، إلى جانب عوامل أخرى تكامل تجميعها مع بعضها البعض بصورة أسهمت بشكل كبير في تهيئة المناخ العامل لثورات الشعبية، كما تعرّج على مفهوم التغيير السياسي و أبرز مراحله و وسائله، وثورة تكنولوجيا المعلومات و الانترنت وظهور أدوات جديدة كالصحافة الإلكترونية، و الإعلام الجديد الذي تتدرج تحته مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي. وفيما يتعلق بثورة الخامس والعشرين من يناير عام 2011 .

الدراسة الثانية: بعنوان¹ " أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب في جامعة القدس المفتوحة " اجرية هذه الدراسة من قبل د. حسني عوض عام (2011)، هدفت الدراسة إلى فحص أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى فئة الشباب وذلك من خلال تطبيق برنامج تدريبي على مجموعة من شباب مجلس شبابي علال ، ومن أجل تحقيق أغراض الدراسة قام الباحث بتطبيق البرنامج التدريبي على أفراد المجموعة التجريبية التي تم اختيارها بشكل مقصود من شباب مجلس شبابي علال "فلسطين" بلغ عددهم 18 شابًا وفتاة ، ثم طبق عليهم مقياس المسؤولية الاجتماعية (القياس القبلي) الذي قام الباحث بتطويره، وتم التأكد من صدقه وثباته، أما محتوى البرنامج فقد تكون من هدف رئيس وعدد من الأهداف السلوكية التي انبثقت عنه، و تكون البرنامج من(5) لقاءات نفذت خلال خمسة أيام بمعدل (4) ساعات لكل لقاء ، وقد

¹د. حسن يعوض، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب في جامعة القدس المفتوحة ، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الفلسطيني ، (جامعة القدس المفتوحة فلسطين المحتلة ، 2011).

حدد الباحث عدة أهداف لكل لقاء ، كما حدد آلية التنفيذ والإجراءات، واستخدم الباحث الفنيات وأساليب التدريب المختلفة منها التعارف، التوضيح ،تشكيل ، التدريب العملي، التساؤل والاستفسار، التقييم التوضيح ، المحاضرة والمناقشة الجماعية والألعاب التنشيطية وقد أظهرت الدراسة النتائج التالية:

وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات أفراد المجموعة التجريبية عند مستوى في مستوى المسؤولية الاجتماعية قبل تطبيق البرنامج وبعده لصالح بعد تطبيق $(\alpha \leq)$ (الدلالة 0.05) البرنامج التدريب بين متوسط درجات (2 - $\alpha \leq$) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الذكور والإناث في المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية بعد تطبيق البرنامج وفي ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج فقد أوصى الباحث بعدد من التوصيات والمقترحات في ما يلي:

أهمها:

1. اقترح الباحث إجراء دراسات مماثلة على مجتمعات مختلفة ، ومنه مجتمع طلبة الجامعات ، والأطفال وطلبة المراحل الأساسية العليا في المدارس.
2. نشر الوعي لدى فئة الشباب حول دور مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تنمية شخصياتهم وإرشادهم للاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي.
3. ضرورة عقد دورات تدريبية لفئة الشباب تستهدف تطوير مهاراتهم في توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة قضاياهم وقضايا أمتهم وبخاصة في مجال المناصرة والضغط .

الدراسة الثالثة: بعنوان¹ "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق مصر كمقصد سياحي دولي". اجريه هذه الدراسة من قبل محمد فراج عبد السميع ، واهتمت هذه الدراسة لمعرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق السياحة المصرية ، والتي طبقت على

¹محمد فراج عبد السميع ،دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق مصر كمقصد سياحي دولي ،دراسة على عينة من المجتمع المصري ،مسابقة وزارة السياحة في مصر، كلية السياحة والفنون جامعة الفيوم: مصر، افريل 2016.

المجتمع المصري من خلال استطلاع آراء عينة من الأكاديميون السياحيون " الخبراء السياحيون " و "موظفون بوزارة السياحة و" طلاب بكلية السياحة والفنادق" وقد تم وضع التساؤلات التالية :

ماهي مزايا استخدام مواقع التواصل الإجتماعى في التسويق؟

وما هي المعوقات التي تحد من النجاح في ذلك؟

وما هي الجهات التي يجب أن تُسند إليها مسؤولية التسويق عبر مواقع التواصل الإجتماعى؟

وأيضاً بعض التساؤلات الخاصة وهي:

ماهي أسباب ضعف مشاركات الأعضاء مع مواقع التواصل الإجتماعى؟

وما هي الأدوات والوسائل التي يمكن أن تساهم في تحقيق التفاعل المنشود لهؤلاء الأعضاء مع تلك المواقع؟

حيث بلغ حجم العينة 131. وتهدف الدراسة لزيادة فعالية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت في التسويق السياحي بهدف تنشيط السياحة في مصر ، حيث استخدم المنهج الاستكشافي في المبحث الأول ، والمنهج الوصفي في المبحث الثاني لوصف الدراسة نظريا ، والمنهج التحليلي في المبحث الثالث ، لتحليل البيانات المحصل عليها ، والمنهج التفسيري في المبحث الثالث والرابع ، لتفسير و توضيح العلاقات المؤثرة في تحقيق اهداف الدراسة واختبار فرضياتها وتوصلت الدراسة الى النتائج التالية :

-أن تقوم وزارة السياحة بالاشتراك في عضوية أحد أو بعض المواقع العالمية المتخصصة في تخطيط الرحلات مما يمكن السائحين من اختيار رحلاتهم المستقبلية، ويمكن الجهات المسؤولة في مصر من التعرف على خصائص الطلب المتوقع من جهة أخرى.

- تقترح الدراسة أن تقوم وزارة السياحة بالتعاقد مع إحدى شركات البرمجيات ، لتصميم ألعاب انترنت متعددة ، اللاعبين بحيث تتضمن اللعبة عالم افتراضي لبعض المناطق السياحية في مصر .

- أن يتم تغذية مواقع التواصل الاجتماعي بروابط تمكن من الربط بين مواقع التواصل الاجتماعية وبين الادوات بين الالكترونية التوضيحية ، مثل الخرائط الجغرافية الإلكترونية، و الكتالوجات الالكترونية، والكتيبات الالكترونية، والتي تمكن السائح من الحصول على معلومات تفصيلية وموثقة ، عن الخدمات أو المناطق التي يبحث عنها.

- أن يتم تغذية مواقع التواصل الاجتماعي بالصور و الفيديو هات المتخصصة ، و تنتشر على كافة الصفحات حتى المملوكة للأفراد و الشركات الخاصة ، على أن يتم تجهيز المادة العلمية والفنية من قبل المتخصصين في السياحة والتكنولوجيا.

- تقترح الدراسة البدء في حملة التسويق للمقصد السياحي وفقا لخطة تسويق استراتيجية حتى لا تتكرر التجربة التايوانية التي اشار اليها (Lun Hsu) في المبحث الثاني من هذه الدراسة ، التي اشار اليها تطبيق الخطة التسويقية للمقصد السياحي المصري على المستوى الدولي .

- أن لا يكون التطبيق لمجرد الترفيه التنظيمي، وبمعنى آخر أن لا ينظر على هذه العملية على أنها موضة إدارية لمسايرة توجهات المجتمع ، لذا تؤكد الدراسة على ضرورة انطلاقاً حملة لتسويق وفقاً لأهداف إستراتيجية واضحة مثل تعظيم الأرباح ، وخفض التكاليف، وتحقيق رضا العملاء ، اختراق أسواق جديدة، تنويع المنتجات عبر الأسواق، وهكذا .

أن يتم التوجه الى مواقع التواصل الاجتماعي من منظور متكامل بحيث يتم التنسيق مع كافة القطاعات المعنية بالنشاط السياحي في مصر مثل الفنادق وشركات النقل و مورودي الخدمات و شركات السياحة ووكالات السفر.

- أن تتضمن مواقع التواصل الاجتماعي المقترحة للقيام بالمهام التسويقية على موضوعات ، مستقلة لعرض برامج الرحلات وعروض الأسعار ، للتواصل مع العملاء ومناقشتهم في الجداول الزمنية للرحلات والأسعار المعلنة.

8-3/ الدراسات الأجنبية:

الدراسة الأولى: دراسة، أرينكاربنسكي، . 2010 Aren karbnsky

وهدفت هذه الدراسة للتعرف إلى أثر استخدام موقع " فيسبوك " على التحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعات، وقد طبقت الدراسة 219 على طالبًا. جامعيًا، وبينت النتائج أن:

1 إن الدرجات التي يحصل عليها طلاب الجامعات على شبكة الانترنت و تصفح، موقع " فيسبوك " أدنى بكثير من تلك التي يحصل عليها نظراؤهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع، كما أظهرت النتائج أنها تزداد الوقت الذي يمضيه الطالب الجامعي في تصفح هذا الموقع كلما تدنت درجاته في الامتحانات.

2 أن الأشخاص الذين يقضون وقت أطول على الانترنت يخصصون وقت أقصر للدراسة مشيرا، أن لكل جيل اهتمامات تجذبه، وأن هذا الموقع يتيح للمستخدم الدردشة، وحل الفوايزر وابداء رأيه في الكثير من الأمور، و البحث عن أصدقاء جدد، أو قدامى، و بينت النتائج أن، (79%) من الطلاب الجامعيين الذين شملتهم الدراسة، اعترفوا بأن إدمانهم على موقع "الفيسبوك" أثر سلبا على تحصيلهم الدراسي.

التعليق على الدراسات السابقة :

اهتمت جل الدراسات السابقة العربية والاجنبية وحتى المحلية باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ، كما ركزت البعض منها على تأثيرات تلك الأخيرة والآثار الاجتماعية الناجمة المترتبة عليها ، وتتفق دراستنا الحالية مع الدراسات السابقة لتناولها لوسيط "الفيس بوك " كأحد ابرز شبكات التواصل الاجتماعي ، كموضوع هام فرض نفسه امام العديد من الباحثين في وقتنا الراهن .

ولقد لاحظنا من خلال التطرق الى الدراسات السابقة انها قد عالجت كلها مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة و "الفييس بوك" بصفة خاصة وبحث في ذلك الوسيط من عدة اتجاهات سواء تعلق الامر بأثرها على المفردات أو العكس، ونضرا لقلة البحوث في هذا المجال فقد أظهرت عملية البحث و المسح الشامل في المكتبات و على شبكة الانترنت التي قمنا بها ندرة كبيرة في الدراسات المتعلقة بدور الفييس بوك في الترويج للثقافة المحلية. منه نجد انفسنا أمام بيئة وفرصة مناسبة تسمح لنا بالبحث عن مكانة ثقافتنا المحلية وسط ذلك البحر الافتراضي الكبير ، لما لهذا الموضوع من أهمية بالغة في ضل تحديات العولمة وانفتاح المجتمعات على هذه التقنية (فييس بوك) لاستغلالها والاستفادة منها، جاءت دراستنا كمحاولة لاستعمال ما جاءت به الدراسات السابقة ، كما أفادتنا تلك البحوث خاصة عند وضع خطوات المنهجية للبحث وفي اختيار غينة الدراسة والمنهج المستخدم وكذا اختيار أدوات البحث المناسبة .

تاسعا : المقاربة النظرية للدراسة على ضوء نظرية الغرس الثقافي:

9-1 /: نشأة نظرية الغرس الثقافي:

قبل التطرق إلى نشأة النظرية في البداية نشير إلى مفاهيمها الأساسية:

أ- الثقافة: وهي حسب تعريف إدوارد تايلور" كل معتقد من القيم والعادات والتقاليد والأخلاقيات وأنماط السلوك "ويتفق العديد من الدارسين على أن الثقافة هي الأفكار و المعتقدات وأنواع المعرفة بصفة عامة عن شعب من الشعوب وان الثقافة ليست ظاهرة مادية وليست سلوكيات وإنما هي تنظيم لهذه المكونات.

ب- الغرس: يعرفانه زرع وتنمية مكونات معرفية ونفسية تقوم بها مصادر المعلومات والخبرة لدى من يتعرض لها، ومصطلح الغرس أصبح منذ سبعينات القرن الماضي يرتبط بالنظرية التي حاول تفسير الآثار الاجتماعية والمعرفية لوسائل الإعلام خاصة التلفزيون، والغرس يعتبر حالة خاصة من عمليات أوسع هي التنشئة الاجتماعية.

وبالتالي فمصطلح الغرس الثقافي ظهر لدراسة أو ارتبط بدراسة تأثير التلفزيون التراكمي والشامل بشأن الطريقة التي يرى الجمهور بها العالم الذي يعيش فيه وليس لدراسة الآثار المستهدفة لوسائل الإعلام¹.

أما بخصوص بداية وجذور نظرية الغرس الثقافي فقد ارجع **ملفين دي فلور** بدايتها الأولى إلى مفهوم ولتر ليبمان للصورة الذهنية التي تتشكل في أذهان الجماهير من خلال وسائل الإعلام سواء عن أنفسهم أو عن الآخرين، إذ رأى ليبمان أن هذه الصورة أحيانا تكون بعيدة عن الواقع نتيجة عدم وجود رقابة على المواد المعروضة في وسائل الإعلام مما يؤدي إلى غموض في الحقائق وتشويه المعلومات وسوء فهم الواقع².

إلا أن الباحث الأمريكي **جورج جيربندر** يعتبر من وضع هذه النظرية في أواخر الستينات من القرن الماضي عندما شهد المجتمع الأمريكي فترات الاضطرابات بسبب انتشار مظاهر العنف والجريمة في أعقاب اغتيال **مارتن لوثر كينج**، والرئيس **جون كينيدي**، وتورط الو.م.أ. في حرب الفيتنام، حيث تم سنة 1968 تشكيل لجنة قومية لبحث ودراسة أسباب تقشي العنف وسبل الوقاية منه وعلاقة التلفزيون خاصة بذلك، لهذا قام الباحثون بدراسات عديدة منذ تلك الفترة ركزت اغلبها على تأثير مضمون برامج التلفزيون خاصة التي تقدم وقت الذروة وعطلة نهاية الأسبوع على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي، وكان العنف هو الموضوع الرئيسي محل الدراسة.

¹ وقد توصل الباحث **جورج جيربندر** من خلال سلسلة أبحاثه في ذات الإطار إلى أن التلفزيون أصبح يسيطر أو قوة مسيطرة على كثير من الناس، ومصدرا رئيسيا لبناء تصوراتهم عن الواقع، وبالتالي فالعلاقة بين التعرض للتلفزيون والأفكار المكتسبة تكشف عن

¹ بسيوني ابراهيم حمادة: دراسات في الاعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام ، عالم الكتب ط1 : القاهرة ، 2008 ، ص 111.

² ديفلير ملفين ، نظريات وسائل الاعلام- ترجمة - عبد الرؤوف كمال ، دار الدولية للاستثمار: القاهرة ، 2006 ، ص 30.
¹ ديفلير ملفين: مرجع سابق ص 31 .

أهمية دور التلفزيون فيبناء القيم والتصورات المدركة للواقع الاجتماعي، وبالتالي أصبح الواقع الإعلامي المدرك من التلفزيون هو ما يعتمد عليه الفرد في علاقته بالآخرين.

9-2/: فرضيات نظرية الغرس الثقافي¹

قامت نظرية الغرس الثقافي على جملة من الفرضيات نوجزها كما يلي:

أ- يعد التلفزيون ونوسيلة فريدة للغرس الثقافي مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى وذلك لشيوع وجوده في المنازل وسهولة استخدامه والتعرض له وخاصة بالنسبة لفئة الأطفال حيث يجد الطفل نفسه مستغرقا في بيئة التلفزيون منذ الصغر ولهذا يساهم التلفزيون في عملية تنشئة الأطفال (كما ذكرنا في نظرية الاستخدامات ودراسة ولف وفسك سنة 1949 وكيف يشكل التلفزيون العالم الخيالي والحقيقي للطفل)، وهذا طبعا لما يتميز به التلفزيون من خصائص غنية عن بقية الوسائل الإعلامية الأخرى من صورة وصوت وحركة وألوان زيادة على قلة تكاليف الاستخدام ووقت ومكان الاستخدام مقارنة بالراديو والسينما والوسائل المطبوعة كل ذلك يجع من التلفزيون أهم وسائل الإعلام التي تترك آثارا على أفكار وقيم وشرائع وسلوكيات أفراد المجتمع.

ب- يقدم التلفزيون عالما متماثلا من الرسائل والصور الذهنية التي تعبر عن الاتجاه السائد إذ أن التلفزيون يقوم في حياة الأفراد بعكس الاتجاه السائد لثقافة المجتمع (مرآة) ، حيث يقلل أو يضيق الاختلاف من القيم والاتجاهات والسلوك بين المشاهدين إلى الحد الذي يعتقدون فيه أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة التي يعبر عنها العالم التلفزيوني ، أي أن التلفزيون من خلال رسائله المتنوعة يعمل على ربط الفئات المختلفة للجمهور (الصفوة

¹ حسن عماد مكايي -ليلي حسن السيد ،الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط2 ، القاهرة ، 2001 ،

والجمهور العام) وذلك بتقديم العديد من الآراء والتصورات الذهنية والثقافات الفرعية التي تشاهدها كل الفئات والمستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة للمجتمع.

ج- تحليل مضمون الرسائل الإعلامية يقدم علامات لعملية الغرس إذ يفترض جرينر أن أسئلة المسح المستخدمة في تحليل الغرس تعكس ما يقدمه التلفزيون في الرسائل التلفزيونية لجماعات كبيرة من المشاهدين على فترات زمنية طويلة مع الاهتمام طبعاً بالتركيز على قياس المشاهدة الكلية و أسئلة المسح المستخدمة في تحليل الغرس يجب أن تتجه نحو اعتبارات العالم الواقعي كما توجه أهمية موازية للعالم الرمزي الذي يقدمه التلفزيون ، (أي أن فهم سبل وطريق التلفزيون في عملية الغرس يقف على إجراءات تحليل المحتوى التلفزيوني لإجراء المقارنات بين الصور الذهنية والقيم التي تبثها الرسائل ، هذا بالإضافة إلى تحديد حجم التعرض للتلفزيون من خلال إعداد صحيفة الاستبيان التي تقيس إدراك المبحوثين للواقع الحقيقي).

د- يركز تحليل الغرس على تدعيم استقرار المجتمع وتجانسه بحيث يعمل التلفزيون على تحقيق الاتجاهات الثقافية الثابتة كما يعمل على تنمية المفاهيم والسلوكيات المتماسكة في المجتمع ، أي أن مساهمة التلفزيون كوحدة للتنمية الاجتماعية وكأنها تحقق التجانس داخل الفئات الاجتماعية المختلفة و ويمكن ملاحظة هذا التماسك من خلال مقارنة كثيفة المشاهدة بقليل المشاهدة من نفس الجماعات وكيفية تفاعلها في الحياة اليومية ، (يعد العالم الرمزي الذي يقدمه التلفزيون من خلال الرسائل المتكررة المصدر المهم في التنشئة الاجتماعية وتنمية المفاهيم و السلوكيات في المجتمع).

9-3 /:النماذج المفسرة لعملية الغرس:

*نموذج هوكنز وبنجري: وجد الباحثان من خلال مراجعتهما للكثير من الأبحاث التي حاولت الكشف عن العلاقة بين التلفزيون وبناء الواقع الاجتماعي ووجدوا أنها علاقة متبادلة ، وان التلفزيون يستطيع أن يعلم عن الواقع وفق عنصرين:¹

أ- التعلم: والذي يضم) القدرات والمهارات الشخصية - استراتيجيات التركيز- الاندماج في المشاهدة) .

ب-البناء: ويتضمن(الخبرة الشخصية - المكونات الاجتماعية" الأسرة الجماعات الرفاق).

*نموذج بوتر :ويرى الباحث أن عمليات الغرس تنظم أربع عمليات فرعية وهي :

أ- التعلم : وهو العلاقة بين التعرض وإدراك العالم التلفزيوني.

ب- البناء: وهو علاقة إدراك العالم التلفزيوني والعلم الحقيقي (مساهمة صور التلفزيون في بناء صور العالم) .

ج- التعميم: وهو العلاقة بين تقديرات المستوى الأول ومعتقدات المستوى الثاني عن نفس الموضوع والتي تستخدم كأساس لمعتقدات الأفراد حول العلم الكلي.

د- الغرس: وهو العلاقة بين مشاهدة التلفزيون وقياسات العالم الحقيقي .

¹محمد جمال ابو شنب، نظريات الاتصال و الاعلام ، مفاهيم المداخل النظرية القضايا ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية مصر 2008 ، ص45.

9-4 /: الغرس الثقافي وعلاقته بتناول الفيس بوك للثقافة المحلية :

يعد التلفزيون اللبنة الأولى الذي فسرتة نظرية الغرس الثقافي ،بصفته وسيلة العصر الأكثر جماهيرية وشيوعية وسط المستخدمين ، سنوات الستينات وكان الاهتمام في مجال الاعلام من مضمون الرسالة الى الجمهور الذي يتعرض لمحتوى وسائل الاتصال بغرض تحقيق غايات محدودة نتيجة لهذا التعرض .

وسنحاول اسقاط النظرية حول تأثير الجمهور محل الدراسة بما يتم نشره في الفيس بوك، عن طريق استبدال التلفزيون بالفيس بوك ، بصفته وسيلة تواصل الجديدة في وقتنا المعاصر ، والوسيط الرئيسي لموضوع الدراسة .

اسقاط فرضيات النظرية على الدراسة :

أ- يعد الفيس بوك موقعا فريدا للغرس الثقافي مقارنة مع المواقع الأخرى وذلك لشيوع وجوده في المنازل وسهولة استخدامه والتعرض له وهذا لما يتميز به الفيس بوك من خصائص غنية عن بقية المواقع الالكترونية الأخرى ، من صورة وصوت وتواصل وتفاعل بين الافراد ، كل ذلك يجعل من الفيس بوك من أهم المواقع الالكترونية التي تترك آثارا على أفكار وقيم وشرائح وسلوكيات أفراد المجتمع.

ب- يعتبر الفيس بوك عالما متماثلا من الرسائل والصور الذهنية التي تعبر عن توجهات و آراء المستخدمين، حيث يقلل أو يضيق الاختلاف من القيم والاتجاهات والسلوك بين الافراد إلى الحد الذي يعتقدون فيه أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة التي يعبر عنها في هذا العالم الافتراضي ، أي أن الفيس بوك من خلال رسائله المتنوعة يعمل على ربط الفئات المختلفة للجمهور وذلك بتقديم العديد من الآراء والتصورات الذهنية والثقافات الفرعية التي تشاهدها كل الفئات والمستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة للمجتمع.

ج- ان الأفراد الذين يتصفحون الفيس بوك لأوقات طويلة هم أكثر استعدادا لتبني معتقدات عن الواقع المعاش تتطابق مع الصور الذهنية والأفكار والأنماط الثقافية التي ينشرها الموقع عن الواقع الفعلي للمجتمع أكثر من المتصفحين بدرجة أقل ، وبالتالي فان نظرية الغرس الثقافي في ابسط أشكالها تشير إلى أن التعرض لمحتوى منشورات الفيس بوك يزرع بمهارة مع مرور الوقت مفاهيم المستخدمين للواقع بل ويؤثر على ثقافتهم كلها ، كما أن مداومة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك ولفترات طويلة تنمي لدى الفرد اعتقادا بان العالم الذي يراه في الفيس بوك ما هو إلا صور مماثلة للعالم الواقعي الذي يعيش فيه.

عاشرا: صعوبات الدراسة :

مما لا شك فيه ان كل باحث تعاليه صعوبات خاصة منها تلك التي تصادفه اثناء جمع مصادر ومراجع الدراسة ، ليستند عليها كدراسات سابقة ، وفي صيغة تساؤلات الدراسة باعتبار ان المعرفة لا تأتي من العدم . كما قد يصيب الباحثين الاحباط حينما يكتشفا ضعف التراكم المعرفي حين الحصول ولإطلاع على جملة من المراجع ، بعد جهد جهيد فيصطدم بتلك الحقيقة ، والتي ربما كلنا يدركها وهي اجترارها لنفسها واستنساخها لبعضها ضمن عملية تراكم البيانات والمعلومات ، التي قد تكون مغلوبة أو تم تناولها بطريقة لا يمكن استيعابها وفهمها، ضمن نطاق معين من كل هذه يمكن القول أنه على الباحثين التغلب على كل تلك الصعوبات التي قد يصادفها في سبيل المعرفة وهذا ان كان يملك رصيذا معرفي أو مخزون ثقافي عن الموضوع المراد البحث فيه ، واحتوائه المشكلة وحسن اختياره للعناصر البحثية المناسبة .

الفصل الثاني:

المنظور العام

لمواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد:

مما لا شك فيه أنّ التطور الهائل و التنافس العلمي الكبير الذي شهده مجال تكنولوجيا الاتصال مكنت من ظهور وسائل ووسائل اعلامية حديثة غير التي الفها الانسان في سنوات الأخيرة من القرن الماضي مثل الراديو و التلفزيون ومن بين نتائج هذا التنافس العلمي ظهور ما يعرف بشبكة الإنترنت و مساهمة هذه الأخيرة في العديد من القضايا التي ترتبط حثيب العلاقات الانسانية . فتكنولوجيا الانترنت التي بلغت درجة متقدمة من التطور فكان لزاما لذلك ظهور طبقة من الناس الذين يحترفون التعامل معها مما أدى الى ظهور الجيل الثاني من الانترنتيين الذي اتاح عديد الخدمات، من خلال وسائله المتنوعة و من بينها مواقع التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت ، و هي ظاهرة برزت من خلال السنوات القليلة الماضية و تطورت منذ بداية ظهورها الى يومنا هذا لتصبح من أكثر المواقع استخداما عبر الإنترنت، حيث تحولت الى بديل عن مختلف النشاطات التقليدية الماضية من خلال تفاعل عدد كبير جدا من المستخدمين .

الفصل الثاني: المنظور العام لمواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الاول : الاطار العام لمواقع التواصل الاجتماعي:

1-1/ مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

يعتبر مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي من أهم المفاهيم المرتبطة بالإنترنت والمجتمع الافتراضي التي ذاع صيتها في السنوات الأخيرة ، وهذا ما نلاحظه من خلال تزايد مستخدميها بشكل كبير يوماً بعد يوم منذ ظهورها لأول مرة عبر الإنترنت وذلك بهدف الاستفادة من خدماتها غير أن الحقيقة التي تستوقفنا أمام هذه الدراسة هو التطور السريع لهذه المواقع على نحو كبير حيث لم تستطع الدراسات العلمية أن تواكبه وهذا ما نلمسه من خلال الاختلاف الواضح في وضع المحددات المفاهيم الأساسية لموضوع مواقع التواصل الاجتماعي بحيث تختلف من باحث إلى آخر ومنه تعرف:

فتعرف على أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشائه موقع خاص به ، ومن ثمة ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية¹.

ويعرف مالوني كريشمار (maloney krichmar) مواقع التواصل الاجتماعي على أنها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة و هي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج. وتعرف على أنها مواقع الإنترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة و المساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها و بسهولة².

كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الإنترنت تتيح للمستخدم فيها إنشاء موقع خاص فيه و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع

¹ عبد الملك دحمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، دار الفجر للنشر والتوزيع: دونبلد للنشر، 2003، ص33.

² علي محمد بن فتح محمد، مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها الأخلاقية والقيمية، مذكرة تخرج ماجستير، قسم الدعوة والثقافة الإسلامية: المملكة العربية السعودية، موسم 2006-2007 .

أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك . وهو أيضا مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني "للويب"، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، شركة،...)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين و معرفة أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض¹.

1-2 /: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي و تطورها:

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين بعض زملاء الدراسة، وأول موقع لتواصل الاجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية ظهر عام (1995) وهو موقع Classmates.com ، وهذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي الى ولايات وقسم كل ولاية الى مناطق ، وكل منطقة لعدة مدارس، و جيعها تشترك في هذا الموقع ويمكن، للفرد البحث في هذا التقسيم حول المدرسة التي ينسب اليها ويجد زملائه². وحتين فهم أكثر كيف تطور تمواقع التواصل الاجتماعي سنتطرق الى اهم المراحل التي مرت بها.

1-2-1/المرحلة الأولى:

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، و موقع سكس (دجريزس) عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، و كانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة

¹إلى احمد جرار، الفيس بوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح: عمان، 2012، ص37.
²محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، مجلس كلية الآداب والتربية: الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012 ص60.

يطلق عليها -الدرجات الست للانفصال- ، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين و خدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، و ظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل "لايف جورنال" و موقع "كايورلد" الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، و كان ابرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة و الخاصة بالأصدقاء¹.

وهذا ما عرف بالمرحلة الأولى.

1-2-2: المرحلة الثانية :

و يشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها...) اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل و الاندماج و التعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت، و تعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، و يمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع -ماي سبايس- و هو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفيس بوك كما و تشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم.

حيث ظهرت بعد المحاولات الأخرى إلا أن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002، حيث ظهر موقع "فرنذر" friendster الذي حقق نجاحا دفع "غوغل" إلى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، و في النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع "سكا يروك" تحقيق « skyrock » كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، و قد استطاع موقع

¹ عادلامينة وهبة خليفة، الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الإحصائي والمكتبة، دراسة شاملة للتواجد والاستخدام لموقع. http://.eleagyp.com/downloads/2009/amina_heba.doc.2013/1/3

"سكا ي روك " تحقيق انتشار واسع ليصل في جافني 2008 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين.

و مع بداية 2005 ظهر موقع "ماي سبايس " الأمريكي الشهير الذي تفوق على "غوغل" في عدد مشاهدات صفحاته، و يعتبر موقع "ماي سبايس" من أوائل الشبكات الاجتماعية و أكبرها على مستوى العالم و معه منافسه الشهير "فيسبوك" Facebook و الذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع "ماي سبايس" ، حتى قام "فيسبوك" في 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، وهذا أدى إلى زيادة إعداد مستخدمي "فيسبوك" بشكل كبير، وعلى مستوى العالم، و نجح بالتفوق على منافسه اللدود "ماي سبايس" عام 2008، أيضا ظهرت عدة مواقع أخرى "You tube" "Twitter" ، لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع و التطور¹.

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

1-3-1: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي :

تتشترك المواقع الاجتماعية في خصائص أساسية أبرزها:

1-3-1-1: الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية « profile page »:

و من خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، و تاريخ الميلاد، و الاهتمامات و الصور الشخصية... بالإضافة إلى غيرها من المعلومات ، و يعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا، و معرفة من هم أصدقاؤه و ما هي الصور الجديدة التي وضعها... إلى غير ذلك من النشاطات¹.

1-3-2: المشاركة (participation):

وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات و ردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام و الجمهور.

1-3-3: الانفتاح (openness):

معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل و المشاركة، أو الإنشاء و التعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت و التعليقات و تبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

1-3-4: المحادثة « conversation »: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي و

وسائل الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة و التفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة².

¹ليبلاحمدرار، الفيس بوك و الشباب العربي، مكتبة الفلاح: عمان، 2012، ص. 41.

²خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر: الأردن، ط 2013، ص 1، ص 42.

1-3-5: الأصدقاء / العلاقات « friends/connections »:

و هم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال" أو "علاقة" « contecte » على الشخص المضاف للقائمة.

1-3-6: إرسال الرسائل:

تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن.

1-3-7: ألبومات الصور « albums »:

تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لانهائي من الألبومات و رفع مئات الصور عليها، و إتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاضطلاع و التعليق عليها¹.

1-3-8: المجتمع « community »:

وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة و التواصل بشكل فعال، و من ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية أو برنامج تلفزيوني مفضل، و يصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا الكترونيا متقاربا².

1-3-9: المجموعات « groups »:

¹إيلي احمد جرار، مرجع سابق، ص42.41
²خالدغسان المقدادي ، مرجع سابق، ص 26،27.

تتيح الكثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين و أهداف محددة، و يوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة و المنضمين إليها من ساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر و اليوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف « events »، أو الأحداث و دعوة أعضاء تلك المجموعة له و تحديد عدد الحاضرين و الغائبين.

1-3-10: الترابط « connecteness »:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، و ذلك عبر الوصلات و الروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع و التي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا مثل خبر ما على مدونة فيعجبك فترسلك إلى معارفك على فيسبوك، وهكذا مما يسهل و يسرع من عملية انتقال المعلومات¹.

1-3-11: الصفحات « pages »:

ابتدع هذه الفكرة موقع (الفيسبوك)، و استخدمها تجاريا بطريقة فعالة، حيث يعمل حاليا على إنشاء حملات إعلامية موجهة، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم و إظهارها لفئة يحددونها من المستخدمين، و يقوم (الفيسبوك) باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، إذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، و يقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، ثم إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي².

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع نفسه، ص 27.
² كليلي احمد جزار، مرجع نفسه، ص 42.

1-4/ دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

توجد عدة دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي و ينشأ حساباً واحداً له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، و من بين أهم العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد و خصوصاً الشباب للاشتراك في هذه المواقع ما يلي:

1-4-1/ المشاكل الأسرية: تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد حيث توفر له الأمن و الحماية و الاستقرار و المرجعية، و لكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثلاً في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري.

1-4-2/ الفراغ: يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته و يبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه شبكة الفيسبوك مثلاً لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور و الملفات الصوتية يجعل الفيسبوك خاصة و شبكات التواصل الاجتماعي عامة أحد الوسائل ملء الفراغ و بالتالي يصبح كوسيلة للتسلية و تضييع الوقت عند البعض منهم¹.

1-4-3/ البطالة:

تعتبر عن عملية الانقطاع و عدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي و النفسي و منه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق و الانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد و التي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى و إن كانت هذه الحلول افتراضية، فهناك من تجعل منه البطالة و استمراريتها شخصاً ناقماً على المجتمع الذي يعيش فيه

¹مشرمسي، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة فيا لوظائف، مجلة المستقبل العربي، العدد 395، لبنانيناير 2012، ص 157.

باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل و التعبير عن قدراته و ايدولوجياته كربط علاقات مع أشخاص افتراضيين من اجل الاحتيال و النصب¹.

1-4-4: الفضول :

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار و التقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجريبها و استعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب و إذا ما توفرت ثنائية الجذب و الفضول تحقق الأمر.

1-4-5: التعارف و تكوين الصداقات:

سهّلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية و الصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد.

1-4-6: التسويق أو البحث عن وظائف:

في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد لمجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية و فعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل و خارج مقر العمل، بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها و الاشتراك بها.

1 الوافي الطيبويهلوللطيفة،البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات.

<http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc2016/3/12h 22:05>.

PhillippeTorloting, Ibrid

كما تتمتع بقابلية التصميم و التطوير، وتصنيف المشتركين حسب العمر و الجنس و الاهتمامات و الهوايات و سهولة ربط الأعمال بالعملاء و أيضا ربط أصحاب العمل بطالبي العمل و انتشار المعلومة و استثمارها.

فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين و مع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف و فرص التطوير الوظيفي و تبادل الخبرات و الكفاءات كما هو الحال في شبكة لينكدان.

فمن خلال عرض لأهم العوامل التي تدفع بالأفراد للإقبال الكبير للاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي نجد أن هناك من يستخدمها بدافع التعلم و توسيع المعارف و المهارات الشخصية و الحياتية، مناقشة قضايا المجتمع، التعبير عن الآراء بحرية و التنفس عن الذات ...، بالإضافة إلى مجموعة من الأسباب التي لم يسعنا ذكرها جميعا¹.

1 الوافي الطيب وبهلول لطيفة، البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات.

المبحث الثاني : نموذج لاهم مواقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك"

2-1/: تعريف موقع الفييس بوك.

عرف قاموس الاعلام والاتصال " dictionary of media and communications " "فييس بوك" على انه موقع حاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ، ويتيح نشر الصفحات الخاصة (profil) وقد وضع في البداية لخدمة طالب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص¹.

وهو ايضا موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين و الاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى ، و إنشاء روابط تواصل مع الآخرين².

2-2/: نشأة موقع الفييس بوك

بدا الفييس بوك كفكرة بسيطة لاحد طلبة جامعة هارفارد " مارك زوكربيرج Zuckerberg Mark الذي اصبح فيما بعد أصغر ملياردير. فكرة زوكربيرج كانت تقضي بإنشاء موقع انترنت بسيط يجمع من خلاله طلبة هارفارد في شكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواصل بين الطلبة و الابقاء على روابط التواصل فيما بينهم بعد التخرج³.

و بالفعل جسد فكرته هذه التي رات النور في فيفري 2004 ، ومع انطلاق الموقع حقق نجاحا كبيرا في غضون اسبوعين بدأ نصف تلامذة بوسطن للمطالبة بالانضمام لشبكة الفييس بوك و بالفعل لأن الشبكة كانت مقتصرة على طلبة هارفارد فقط ، فاستعان زوكربيرج

¹ مريم نريمان لومار، مرجع نفسه، 2012/2011. ص55

² مهان نصر، الفييس بوك صورة المثقف و سيرته العصرية، وجوه المثقف على الفييس بوك هل تعيدان تاجصورته أمتن عافقا مقابرا؟ جريدة القيس الكويتية اليومية، العدد 13446 ، 3 نوفمبر 2010، ص10.

³ مريم نريمان لومار، مرجع نفسه. ص56/55.

بصديقه" دستن موسكويترز " Dustin Markowitz و "كريس هيوز Chris HUGHES لبناء الفيس بوك الذي استطاع في غضون 4 أشهر أن يضيف 30 شبكة لكليات أخرى . و بفضل هذا النجاح انتقل مؤسسو الموقع إلى "بالو التو" التي أصبحت فيما بعد المقر الرسمي للفيس بوك.

حاولت "فرند ستر Fraudster " وهي الشركة المالكة للموقع الذي يحمل نفس الإسم و هو موقع تعارف يضم ملايين المستخدمين أن تستحوذ على الفيس بوك مقابل 10 ملايين دولار في منتصف 2004 ، لكن زوكربيرغ رفض الصفقة ، وفي سبتمبر 2005 انفتحت الشبكة على طلبة الثانوية وفي أكتوبر 2005 اتاح فيس بوك لمستخدميه تبادل الصور مما اكسبه عبية كبيرة وتوالت الاستثمارات وعقود التمويل التي ساعدت الموقع على تطوير نفسه وزيادة طاقة استيعابه التي امتدت لتشمل شبكات الأعمال قبل ان تفتح أخيرا على الاستخدام العام في 2006، حيث أصبح بإمكان كل من يملك بريدا الكترونيا ان ينظم للفيس بوك¹.

2-3/ :خدمات الفيس بوك:

يعد الفيس بوك احد اشهر المواقع الاجتماعية ان لم نقل اولها لما يقدمه من خدمات كثيرة ومتعددة لمستخدميه وهو ما اعطاه شعبية كبيرة دون المواقع الأخرى ونذكر منها:

2-3-1/ : التسجيل والانضمام للموقع :

متاح مجانا للموقع لكل من يريد حساب شخصي او حساب لمؤسسة ويتم عبر خطوات تسجيل بسيطة ، البريد الالكتروني واسم المستخدم وكلمة السر المراد بها الدخول الى الموقع وبعد التسجيل والدخول للموقع تظهر للمشارك صفحة الشخصية أو الحائط wall وهي عبارة عن مساحة مخصصة في الصفحة الملف الشخصي لاي مستخدم بحيث لا تتيح للأصدقاء

¹مزريننتش، قصة فيسبوك، ثورة وثروة، ترجمة، الهلالي، وائل محمود محمد، إصدارات سطور الجديدة الطبعة العربية الأولى : القاهرة 2011، ص132.

ارسال الرسائل المختلفة الى هذا المستخدم ،كما يظهر عند فتح الصفحة الرئيسية الاشعارات والرسائل وطلبات الصداقة .

2-3-2 /:الصفحة الرئيسية : home:

يظهر بهذه الصفحة ما يسمى بالمنشورات وهي التي يتم نقلها وتناقلها بين الاصدقاء وقد تكون نصا كتابيا أو صورة أو عليها تعليق أو مقطع فيديو أو مقالا مطولا أو رابطا لموقع آخر أو تتكون منشورات تم الإشارة للمشارك فيها والإشارة لاحد الاصدقاء فيها اضافة الى منشورات الصفحات التي يعجب بها المشترك كما تحمل الصفحات الرئيسية كذلك صداقات الاصدقاء الجدد عندما يتيح للمستخدم عبر اعداد الصلاحية بأن يشاهد محتويات صفحته أصدقاء اصدقائه والفرق بين الصفحة الرئيسية والشخصية ان الصفحة الرئيسية هي التي تظهر للمشارك بمجرد دخوله الى الفيس بوك وهي التي تحتوي على منشورات الآخرين و أخبارهم ، أما الصفحة الشخصية فينتقل لها من خلال النقر على رسمه وهي التي تظهر للآخرين عند زيارتهم لصفحة ، تحتوي على منشوراته التي شاركها وكذلك المنشورات التي تمت الإشارة له فيها .

2-3-3 : يمكن التفاعل بين المنشورات بأحد الوسائل التالية :

- الإعجاب : like()

هذه الخاصية متاحة بنفس آلية التعليق متاحة بين الاصدقاء والمجموعات والصفحات المنضمين لها . يعتمد ذلك على الصلاحيات الممنوحة للمستخدم أن يقوم بعمل معجب لأي نص أو صورة أو فيديو لأصدقائه .

- التعليقات : comment() وهي خاصة متاحة بين الاصدقاء والمجموعات والصفحات

المنضمين لها ويعتمد ذلك على الصلاحية الممنوحة .

- مشاركة المنشور (partage):

إذا اعجب المستخدم منشور ما فبإمكانه المشاركة ومشاركته في صفحته ونشره بين الأصدقاء¹

اضف لذلك يحتوي الفيس بوك على عدة خدمات للتواصل بين الاصدقاء منها :

- الإشارة : خاصية الإشارة متاحة في الصور والفيديو والصوت بحيث يمكنك أن تلتفت انتباه اصدقائك عبر الإشارة لهم في صورتك أو في أي مقطع فيديو محمل على الفيس بوك وبالتالي سترسل لهم تنبيهات لأي تحديثات جديدة في الصور.
- النكز : تتيح للمستخدمين ارسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه الى بعضهم البعض وهي عبارة عن اشعارات يحظر المستخدم بان أحد اصدقائه يقوم بالترحيب به .
- مشاركة المحتوى مع الاصدقاء : هناك طرق مختلفة لمشاركة المحتوى على الفيس بوك.
- المشاركة مع الجمهور الكبير :

باستخدام القائمة "مشاركة" الموجودة في الجزء العلوي من الصفحة الرئيسية واليوميات لإعلام الآخرين بما يدور في ذهنك ، يمكنك تحديث الحالة ومشاركة الصور ومقاطع الفيديو والروابط ومحتوى التطبيقات الأخرى .

المشاركة مع مجموعة صغيرة من الاصدقاء استخدام ميزة المجموعات لمشاركة المحتوى مع مجموعة محددة من الأشخاص مثل افراد العائلة او فريق كرة القدم الذي تشجعه او نادي الكتاب الخاص بك .

¹سعاد عيساني ،خالد هدار،دراسة تحليلية لمنشورات الاساتذة الجامعيين على الفيس بوك ،الملتقى الدولي القاني حول نظرية الحتمية القيمية في الاعلام : الاغواط،الجزائر 2013/12/3 ص22/21.

- المشاركة مع شخص:

يمكنك استخدام قائمة المشاركة في جزء العلوي من اليوميات لاحد اصدقائك لمتابعة او مشاركة شيء على اليوميات الخاصة به ، وسيكون بإمكان صديقك مشاهدة منشورك الخاص بك اذا كنت ترغب في مشاركة شيء بشكل خاص ، فيمكنك دائما ارسال رسالة خاصة الى اي شخص¹.

2-4 / : مزايا وعيوب الفيس بوك .

تتمثل مزاياه فيما يلي :

يساعد على التواصل بين الاصدقاء القدامى وكذا الالهل والاقارب وتوفير افضل السبل في ذلك .

يعمق مفهوم المشاركة مع الآخرين ويعلم أساليب التواصل الفعال .

انشاء شبكات تواصل خاصة بالفرد تتجاوز الاختلافات الجغرافية والثقافية .

يساعد على التعلم وذلك عن طريق تبادل المعلومات والافكار مع الآخرين .

يساعد على تنشيط المهارات لدى المستخدم .

مواكبة الاحداث والابخار التي تكون سواء على الساحة المحلية او الدولية خاصة بالمحيط

الضيق للفرد ويساعد على قبول القضايا الخلافية .

امكانية ابداء الفرد آرائهم بحرية مطلقة في القضايا والموضوعات المختلفة .

¹عبد المالك دحمان الدناني، الوظيفة الاعلامية لشبكة الانترنت ،دار الفجر للنشر والتوزيع : دون بلد نشر،2003 ، ص23.

استخدامه كالبوبوم للصور فهذه الميزة التي يتيحها الفيس بوك تسمح للمشارك بإنشاء البوم صور خاص به يدرج فيه ما يريده من الصور وتعطيه الحق في السماح لأصدقائه برؤية البومه او يجعله مقتصرًا عليه .

يسمح بالتعرف على ما يقوم به الافراد وكذا اخبارهم و آخر مشاريعهم واهتماماتهم .

سهولة نقل البيانات وكذا سهولة تحديث الأفكار وكذا اخبارهم و آخرهم و مشاريعهم واهتماماتهم .

سهولة نقل البيانات وكذا سهولة تحديث الأفكار، ويظهر الاهتمامات المشتركة بين الناس. هو وسيلة اتصال لنقل الخدمات والموضوعات المختلفة والتعرف بالحقوق كما انه يصل افراد لا حصر لهم داخل الوطن وخارجه خلال فترات زمنية بسيطة لذا يعد منفذاً للانفتاح على العالم .

امكانية الانضمام الى مجموعات متنوعة لتبادل الاهتمامات والمعلومات وكذا مشاركة الاهتمامات من كل اطراف العالم .

يحفز على التفكير الابداعي وبأنماط وطرق مختلفة بسبب التواصل مع الأشخاص المثقفين ومن بيئات مختلفة ويمكن للأفراد من اطلاق ابداعاتهم ومشاعرهم التي تحقق اهداف وتساعد المجتمع على النمو .

تفيد رجال الاعمال كأدوات لتعزيز مواقعهم على شبكة الانترنت والمنتجات والخدمات .

عيوب الفيس بوك : رغم الايجابيات التي يعرفها الفيس بوك فان له العديد من السلبيات يمكن تلخيصها كالآتي :

اضاعة الوقت فبمجرد دخول المستخدم للموقع حيث يبدأ بالتنقل من صفحة الى اخرى لا يدرك الساعات التي اضاعها في التعليق على صور اصدقائه دون أن يؤدي أي منفعة له أو لغيره فالفيس بوك يهدر الكثير من الوقت لدى المستخدمين¹.

الادمان واضعاف مهارة التواصل وهي من أهم الآثار التي قد تشكل خطارا على مستخدمي الفيس بوك خصوصا الشباب والمراهقين فقضاء الوقت الطويل امام شاشة الكمبيوتر يؤدي الى عزلهم عن واقعهم الاسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع ، وبالتالي يؤدي بهم للعزلة الاجتماعية وفقدان مهارة التواصل مع الناس .

ظهور لغة جديدة بين الشباب :ظهرت لغة جديدة بين الشباب يستخدمونها في التواصل بينهم ليست بالغة العربية ولا الفرنسية ولا الانجليزية بل تجمع اللغتين بالإضافة الى ارقام و رموز لا يفهمها سوي المتعاملون بها وهذا التواصل يؤدي الى تهديد لغتنا العربية مع مرور الوقت فمثلا كلمة " احمد " اصبحت " a7med " ويزداد الخوف مع مرور الوقت من غزو المفردات وبالتالي ترسخ هذه اللغة بين جموع الجيل الجديد مما يزيد الهوة بين الأجيال السابقة والأجيال الناشئة .

انعدام الخصوصية :تواجد أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما يسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على المستخدم وقد يصل في بعض الأحيان لأضرار مادية .

التعرض للجرائم الالكترونية كما أعلن عنها بذلك موقع كاسبسكي الذي رصد أكثر من 43 ألف فيروس تم نشرها عبر الشبكات الاجتماعية مثل الفيس بوك .

انتحال شخصيات عامة ، واستخدام صور أشخاص آخرين بتزويد الصور الخاصة بالأفراد الذين تتواصل معهم عبر المواقع ، وربما يساء استخدامها بشكل سيء لأصحابها.

¹ علي محمد رحومة ، الانترنت والمنظومة الاجتماعية ،مركز دراسات الوحدة العربية : بيروت، 2007، ص26/27.

خلاصة:

مرت مواقع التواصل الاجتماعي في نشأتها بعدت مراحل كما انها مكنت من التواصل الأفراد في مختلف انحاء العالم هذا من جهة ، ومن جهة أخرى اصبحت هذه المواقع فضاء مرنا لزراع ونشر الكثير من الأفكار والمعتقدات والايديولوجيات التي تخدم مصلحة كل مجتمع أو فرد كل حسب توجهاته .

الفصل الثالث:

الهيئة المحلّة بالأغواط أنموذجاً

دراسة استطلاعية على عينة من طلاب قسم

الإعلام و الاتصال

تمهيد:

تتنوع اللهجات الأغواطية من منطقة إلى أخرى هذا راجع إلى شساعة مساحة هذه
الولاية، حيث تتميز لهجة سكان الشمال بالميل إلى اللهجة الوهرانية و التيارتية، في حين
لهجة سكان الجنوب تميل إلى لهجة سكان بسكرة، بحيث ينطقون حرف القاف في الكلام
بدل حرف الغين

المحور الأول : البيانات الشخصية .

أولا : توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس .

الجدول رقم (01): يبين نوع جنس عينة الدراسة .

نوع جنس العينة الدراسة		المتغيرات
النسبة %	التكرار	الفئات
46.73%	43	ذكر
53.23%	49	انثى
100 %	92	المجموع

تحليل وتفسير نتائج الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أفراد العينة مقسمة إلى قسمين حسب متغير الجنس إلى ذكر وأنثى حيث أن نسبة الإناث تمثل نسبة 53.23% من مجموع أفراد العينة ، أما نسبة الذكور مقدرة بـ 46.73% منه نستنتج أن فئة الإناث هي الغالبة على مفردات عينتنا الدراسية وهذا راجع لطبيعة العينة القصدية .

من خلال ما سبق نؤكد على أن اختيار العينة القصدية لم يكن اعتباطيا ، بقصد أن تكون ان تكون نتائج الدراسة مضبوطة بشكل جيد .

فملاحظ على أفراد مجتمع دراستنا (متصفحين مواقع الفيس بوك) يسجل وبنسبة كبيرة من الإناث مقارنة بالذكور في مجتمع الأنترنت و هذا ربما قد يفسره ارتفاع نسبة الإناث في الجزائر و تفرغهن في الولوج في عالم الأنترنت عكس فئة الذكور الذين قد تكون لديهم

عوائق تحول دون تصفحهم للإنترنت مثل : العمل ، انشغالات الكثير من الشباب الجزائري

ثانيا : توزيع مفردات العينة حسب متغير السن .

الجدول(02) : يبين معدل عمر المتصفح للفيس بوك .

النسبة	المجموع	معدل أعمار العينة الدراسة				المتغيرات الفئات
		إناث		ذكور		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%5.44	5	%4.8	2	%12.90	3	أقل من 20 سنة
%83.70	77	%91.84	45	%74.41	32	من 20 سنة إلى أقل 30 سنة
%7.60	7	%2.04	1	%13.95	6	من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة
%3.26	3	%2.04	1	%4.65	2	من 40 فأكثر
%100	92	%100	49	%100	43	المجموع

تحليل وتفسير نتائج الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن غالبية أفراد عينة الدراسة تقتصر اعمارهم ما بين (من 20 سنة إلى أقل 30 سنة) أي بنسبة (83.70 %) فيما جاءت وبنسب متقاربة كل ما بين (أقل من 20 سنة) بنسبة (5.44 %) ، و (من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة) بنسبة (7.60 %) و (من 40 فأكثر) بنسبة (3.26 %).

وبقراءة جزئية لمعطيات الجدول لم نسجل إختلاف كبير بين الذكور و الإناث في معدل أعمار متصفحين الفيس بوك.

نستخلص مما سبق ذكره أن معدل أعمار متصفح الفيس بوك لأفراد المبحوثين تنحصر بين (من 20 سنة إلى أقل 30 سنة) وهذا ما يدل على وعي و إدراك أفراد عينة الدراسة لما يقدمه الفيس بوك للمعلومات والأفكار .

ثالثا : توزيع مفردات العينة حسب المتغير الاجتماعي.

الجدول(03) : يبين الحالة الاجتماعية لإفراد العينة.

النسبة	المجموع	الحالة الاجتماعية لإفراد العينة				المتغيرات الفئات
		إناث		ذكور		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%10.86	10	%10.20	5	%11.63	5	متزوج
%89.14	82	%89.80	44	%88.37	38	أعزب
%100	92	%100	49	%100	43	المجموع

تحليل وتفسير نتائج الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن النسبة الغالبة لأفراد العينة تعود لفئة العزاب بنسبة (89.14%) ، وبالتالي نجد أنفسنا نتعامل مع أفراد متحررين من قيود الحياة الزوجية ، مما ينتج عنه التفرغ لاستخدام موقع الفيس بوك .

رابعا : توزيع مفردات العينة حسب المتغير الاجتماعي .

الجدول(04) : يبين المتغير الاجتماعي لإفراد العينة.

النسبة	المجموع	المتغير الاجتماعي لإفراد العينة				المتغيرات الفئات
		إناث		ذكور		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%63.05	58	%51.02	25	%76.74	33	متوسط
%36.95	34	%48.98	24	%23.26	10	جيد
%100	92	%100	49	%100	43	المجموع

تحليل وتفسير نتائج الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن غالبية عينة الدراسة متوسطي الحالة الاقتصادية بنسبة (63.05%) ، فيما جاءت "جيدة" في المرتبة الثانية فنسبة (36.95%) ، و بقراءة جزئية لمعطيات الجدول لم نسجل اختلاف بين الجنسين في الحالة الاقتصادية .

من خلال ما سبق نستنتج أن عينة أفراد الدراسة ذوي الحالة الاقتصادية المتوسطة و يرجع هذا إلى طبيعة الحالة الاقتصادية لمجتمع الجزائري على العموم .

كما يمكن تحديد المستوى المعيشي لمستوى الدخل من خلال الرواتب الشهرية وتقسيم الدخل المادي على الأفراد ، و في بعض الأحيان يقاس على مستوى مكتسبات الأفراد أو الأسر كعدد الغرف أو المنازل أو السيارات .

وكما تؤكد لنا الحالة الاقتصادية في مثل دراستنا إمكانية اكتساب الأفراد للأجهزة و المقتنيات التي تسمح لهم بالولوج الى عالم الأنترنت ، فلا يمكن على سبيل المثال تنحصر لأفراد العينة مستواها المعيشي ضعيف ان تكون متوافقة بنسبة كبيرة مع متطلبات بحثنا ، وهذا ما يمنحنا أريحية في التعامل مع عينة مستواها الاقتصادي جيد او متوسط.

المحور الثاني: مدى تناول الفيس بوك للثقافة المحلية.

خامسا: استخدام الفيس بوك لدى عينة الدراسة.

الجدول(05) : يبين استخدام الفيس بوك.

النسبة	المجموع	استخدام الفيس بوك لإفراد العينة				المتغيرات
		إناث		ذكور		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الفئات
%85.87	79	%91.84	45	%79.07	34	دائما
%10.87	10	%6.12	3	%16.28	7	أحيانا
%3.26	3	%2.04	1	%4.65	2	نادرا
%100	92	%100	49	%100	43	المجموع

تحليل وتفسير نتائج الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان اغلبية أفراد العينة يتصفحون الفيس بوك بشكل دائم بنسبة (%85.87) ، و تأتي ثانيا "أحيانا" بنسبة (%10.87) ، أما جاءت "نادرا" بنسبة

ضئيلة تقدر بـ(3.26%) ، كما نلاحظ من الجدول الجزئية أن فئة الإناث يستخدمنا الفيس بوك بنسبة معتبرة مقارنة بالذكور ، لو قارنا النسب للفئتين بإناث يستخدمهن بنسبة (91.84%) عكس الذكور الذين يستخدمونه بنسبة أقل من(80 %).

من خلال ما سبق ذكره عن مشاهدة الفرق المسجل بين نسبة الاستخدام بين الجنسين والفارق الملاحظ لصالح فئة الإناث ربما يعود إلى مكوث الفتيات أكبر مدة زمنية في البيت مقارنة مع الذكور الذين تربطهم مصالح أخرى خارج البيت كممارسة الرياضة ، التحاق البعض منهم بمناصب عملهم و كذا السهر الجلوس مع الصديق والرفاق خارج دائرة البيت.

سادسا : منذ متى وانت تستخدم الفيس بوك .

الجدول(06) : يبين منذ متى استخدام الفيس بوك لإفراد.

النسبة	المجموع	استخدام الفيس بوك لإفراد العينة				المتغيرات
		إناث		ذكور		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الفئات
%3.26	3	%4.08	2	%2.33	1	أقل من سنة
%26.09	24	%20.40	10	%32.65	14	من 1 سنة إلى 3 سنوات
%70.65	65	%75.91	37	%65.11	28	أكثر من 3 سنوات

المجموع	43	%100	49	%100	92	%100
---------	----	------	----	------	----	------

تحليل وتفسير نتائج الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن غالبية أفراد عينة الدراسة كانت بداية إستخدامهم للفيس بوك أكثر من 3 سنوات بنسبة (70.65%) و احتلت في المرتبة الثانية من 1 سنة إلى 3 سنوات بنسبة (26.09%) ، أما أقل من سنة جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة(3.26%) ، من خلال القراءة الجزئية للجدول يكشف لنا أن غالبية فئة العينة كانت بداية إستخدامهم للفيس بوك تنحصر بين أكثر من "3 سنوات" وهذا راجع ربما للانتشار الواسع لوسيط الفيس بوك في السنوات الأخيرة ، ورواج هذا الأخير بين مختلف الأجناس و الأعمار وحرص إدارة الفيس بوك على تقديم الخدمات و التعديلات الإضافية لجذب و استقطاب عدد أكبر من المتصفحين والمستخدمين و حاجة كل من الفئتين بمثل هذا الوسيط، ليتماشى مع متطلباتهم و إهتماماتهم المشتركة.

سابعا : معدل استخدام أفراد العينة لموقع الفيس بوك .

الجدول(07) : يبين معدل استخدام أفراد العينة لموقع الفيس بوك.

النسبة	المجموع	استخدام الفيس بوك لإفراد العينة				المتغيرات الفئات
		إناث		ذكور		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%9.78	9	%10.20	5	%9.30	4	أقل من 1سا
%35.86	33	%36.73	18	%34.88	15	من 1 سا إلى 3 سا
%54.34	50	%53.06	26	%55.81	24	أكثر من 3 سا
%100	92	%100	49	%100	43	المجموع

تحليل وتفسير نتائج الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه أن غالبية عينة الدراسة يستخدم الفيس بوك يوميا و بمعدلات مرتفعة أكثر من 3 ساعات بنسبة (54.34 %) من مجموع أفراد العينة و جاءت من ساعة الى 3 ساعات في المرتبة الثانية (35.86%) أما أقل من 1سا فقد جاءت في الرتبة الأخيرة بنسبة قدرت ب (9.78%) ، و من خلال القراءة الجزئية للجدول يكشف لنا أن نسبة معدل الاستخدام متقارب جدا بين الإناث والذكور في حين نلاحظ فارق طفيف رغم الاختلاف في عدد للذكور مقارنة الإناث . نستنتج من خلال النتائج المسجلة في بيانات الجدول السابق أن "الفيس بوك" يأخذ حيز كبيرا من أوقات عينة الدراسة فلو عممنا هذه

النتائج على كل المجتمع سنجدها بالمثل او متقاربة نوعا ما ، هذا ربما قد يقودنا الى فكرة مفادها أن هذا الوسيط "الفييس بوك" أصبح يجذب الاشخاص لما فيه من تفاعل قائم سواء بينهم أو اتخاذه كمصدر للمعلومات لما ينشر عبره ، وبالتالي تتبع مثلا الاحداث الوقائع والاحداث ومواكبتها وفي حينها والوصول ربما للمعلومات بسهولة و بأقل بجهد ممكن ، هذا من جهة ومن جهة أخرى فان نتائج هذا الجدول تبيين لنا اننا نتعامل مع اشخاص يعرفون جيدا خبيا الفيس بوك وما يقوم بنشره من مظاهر وعادات وبالتالي فان ذلك يتيح لنا الفرصة للحصول على كل المعلومات المراد الوصول اليها من هؤلاء الاشخاص.

ثامنا: دوافع افراد العينة لاستخدام الفيس بوك .

الجدول(08) : يبين دوافع افراد العينة لاستخدام الفيس بوك.

النسبة	المجموع	دوافع افراد العينة لاستخدام الفيس بوك				المتغيرات الفئات
		إناث		ذكور		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%35.43	51	%59.18	29	%55.16	22	حب التصفح
%8.33	12	%4.08	2	%2.32	10	تشكيل العلاقات
%19.44	28	%28.57	14	%32.55	14	التعرف على الثقافات
%33.33	48	%48.97	24	%55.81	24	الاطلاع على الأخبار المحلية
%3.47	5	%8.16	4	%2.32	1	غير ذلك
%100	144	%100	73	%100	71	المجموع

تحليل وتفسير نتائج الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه أن المتصفحين للفيس بوك يفضلون حب التصفح والتجول بين مختلف الصفحات حيث جاءت اولا بنسبة (55.43%) ، كما نلاحظ انه قد جاءت وفي المرتبة الثانية حب الاطلاع على الأخبار المحلية بنسبة (52.34%) ثم بعد ذلك وبنسبة

مقاربة وهذا ما يهمننا في هذا السؤال حيث أننا سنضمن اننا نتعامل مع اشخاص يحبون التصفح ويفضلون الاطلاع على الاخبار المحلية و الاخبار المحلية لا تكاد تخلو من أخبار تتعلق بالثقافة المحلية كالمهرجانات و التظاهرات الثقافية مثل ما شهدت مدينة الاغواط في الايام القليلة الماضية حيث عرفت بتظاهرة "الاغواط الزينة"¹. من جانب اخر فان نسبة المستجوبين الذين يتعرفون على الثقافات كانت متباينة بنسبة (28.57%) وهذا يدل على انه يوجد فئة من الاشخاص يحاولون التعرف على الثقافة .

¹"الاغواط الزينة" تظاهرة ثقافية تتميز بارتداء الملابس التقليدية والتجول في ازقة واحياء المدينة .

تاسعا: التفاعل مع منشورات الثقافة المحلية في الفيس بوك .

الجدول(09): تفاعل أفراد العينة مع منشورات الثقافة المحلية في الفيس بوك.

النسبة	المجموع	التفاعل مع منشورات اللهجة المحلية في الفيس بوك				المتغيرات الفئات
		إناث		ذكور		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%17.40	16	%20.41	10	%13.95	6	دائما
%66.30	61	67.35%	33	65.12%	28	أحيانا
%16.30	15	12.24%	6	20.93%	9	نادرا
%100	92	%100	49	%100	43	المجموع

تحليل وتفسير نتائج الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن غالبية أفراد العينة لديهم بعد عن تفاعلهم مع منشورات اللهجة المحلية في الفيس بوك ، حيث قدرت نسبة تفاعلهم بفئة " أحيانا" (%66.30) ، وجاءت كل من الفئتين نادرا و دائما في المرتبة الثانية ، حيث نلاحظ أن هناك تقارب نوعا ما هذا ما يوضح أن نسبة التفاعل قليلة و ذلك بوجود صدفه تجعلهم يتفاعلون مع هذه المنشورات ، وهذا ما أثبتته البيانات الموضحة في الجدول أعلاه .

عاشرا: تتطلع على مظاهر اللهجة المحلية عبر الفيس بوك فقط .

الجدول(10) : يبين تطلع على مظاهر اللهجة المحلية عبر الفيس بوك فقط.

النسبة	المجموع	تتطلع على مظاهر اللهجة المحلية عبر الفيس بوك فقط				المتغيرات الفئات
		إناث		نكور		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%28.26	26	%30.61	15	%25.58	11	دائما
%55.44	51	%57.15	28	%53.49	23	أحيانا
%16.30	15	%12.24	6	%20.93	9	نادرا
%100	92	%100	49	%100	43	المجموع

تحليل وتفسير نتائج الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن غالبية أفراد العينة يتفاعلون مع مظاهر اللهجة المحلية أحيانا حيث بلغت نسبة هذه الفئة %55.44 ، وجاءت في المرتبة الثانية دائما حيث بلغت نسبتها بـ%28.26 ، وجاءت في المرتبة الأخيرة نادرا بنسبة %16.30 .

نستنتج من خلال النتائج المسجلة في الجدول أعلاه أن اللهجة المحلية لها مكانة في هذا الوسيط "الفيس بوك" وبالرغم من أن نتائج عينة الدراسة لم تكن حاسمة بخصوص هذا التساؤل الا اننا لا يمكن أن ننفي مكانة الثقافة المحلية ومشاهدة المتصفحين لمظاهرها ، هذا

من جهة ، ومن ناحية أخرى ان الاشخاص الذين لا يهتمون بالثقافة المحلية هم نسبة ضئيلة مقارنة بالعدد الاجمالي لأفراد عينة الدراسة .

الحادي عشر: تناول الفيس بوك اللهجة المحلية بشكل كاف و مرضي .

الجدول (11): يبين تناول الفيس بوك اللهجة المحلية بشكل كاف و مرضي .

النسبة	المجموع	تناول الفيس بوك اللهجة المحلية بشكل كاف و مرضي .				المتغيرات الفئات
		إناث		ذكور		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%46.74	43	%53.06	26	%32.53	17	نعم
%53.26	49	%46.94	23	%60.47	26	لا
%100	92	%100	49	%100	43	المجموع

تحليل وتفسير نتائج الجدول:

بينت نتائج الجدول أعلاه أن غالبية أفراد عينة الدراسة أجابوا بنسبة %53.26 على أن الفيس بوك لا يتناول الثقافة المحلية بشكل كاف و مرضي ولا يمكن أن نجزم قطعا هذه النتيجة وذلك لأن نتائج الجدول جاءت متقاربة ، حيث بلغت نسبة الإجابة بنعم %46.74 وهذه النتيجة لا يمكن الإغفال عنها و أخذها بعين الاعتبار .

الثاني عشر: درجة الاطلاع على اللهجة المحلية عبر الفيس بوك .

الجدول(12) :يبين درجة الاطلاع على اللهجة المحلية عبر الفيس بوك .

النسبة	المجموع	درجة الاطلاع على اللهجة المحلية عبر الفيس بوك .				المتغيرات
		إناث		ذكور		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%18.47	17	%20.41	10	%16.28	7	دائما
%61.95	57	%63.27	31	%60.47	26	أحيانا
%19.58	18	%16.33	8	%23.26	10	نادرا
%100	92	%100	49	%100	43	المجموع

تحليل وتفسير نتائج الجدول:

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن غالبية أفراد عينة الدراسة تتفق على أنهم يتطلعون أحيانا على اللهجة المحلية عبر الفيس بوك حيث جاءت نسبة هذه الفئة بـ %61.95 ، أما المرتبتين الثانية والثالثة جاءت متقاربة بنسبة 1.11% لأحيانا ونادرا حيث لا يمكننا الجزم بأن المتصفحين للإنترنت لا يطلعون على مظاهر اللهجة المحلية وفي نفس الوقت لا نقول نهم يتطلعون دائما عليها بل تحيلنا نتائج الجدول الى فئة أحيانا، هذه النتيجة تجزم لنا هناك اطلاع ليس كبير وليس بالمنعدم .

هنا نستنتج أن المتصفحين للأنترنت أن كلا من الاناث والذكور لديهم ميول للاطلاع على الثقافة المحلية عبر صفحات الفيس بوك حيث جاءت نسبتهم متقاربة بين 60.47 للذكور و 63.27 للإناث .

الثالث عشر: الفيس بوك هو البديل الأمثل للترويج للهجة المحلية .

الجدول(13): يبين الفيس بوك على أنه البديل الأمثل للترويج للهجة المحلية .

النسبة	المجموع	الفيس بوك هو البديل الأمثل للترويج للهجة المحلية .				المتغيرات	
		إناث		ذكور			الفئات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
69.56%	64	71.43%	35	67.44%	29	نعم	
30.45%	28	28.57%	14	32.56%	14	لا	
100%	92	100%	49	100%	43	المجموع	

تحليل وتفسير نتائج الجدول:

جاءت نتائج الجدول المبين اعلاه والذي يبين آراء المستجوبين حول امكانية جعل الفيسبوك فضاء للترويج للهجة المحلية موضحة كالاتي أن ما نسبته 69.56 وافقوا على أن الفيس بوك من الممكن أن يكون البديل الامثل للترويج للثقافة المحلية وجاءت هذه النسبة مجتمعة لكل من الذكور والاناث ، بينما أجابت نسبة 30.45 من أفراد العينة على الفئة لا ، و في هذه الحالة بإمكاننا الاعتماد على النتيجة الغالبة والمتمثلة في فئة نعم .

ومنه نستنتج انه ربما جاءت النسبة الغالبة كون أن المجمع المستجوبين يفضلون الفيس بوك بسبب استخدامهم الكبير لهذا الوسيط فانهم يجدونهم وسيلة من وسائل التواصل التي تخدمهم في العديد من المظاهر البحثية والمعرفية .

المحور الثالث : يهتم الافراد بالاطلاع على اللهجة المحلية عبر صفحات الفيس بوك

الرابع عشر : اهتمام الافراد بنشر مظاهر اللهجة المحلية عبر الفيس بوك .

الجدول(14) :يبين اهتمام الافراد بنشر مظاهر اللهجة المحلية عبر الفيس بوك.

النسبة	المجموع	اهتمام الافراد بنشر مظاهر اللهجة المحلية عبر الفيس بوك				المتغيرات الفئات
		إناث		ذكور		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%34.79	32	%30.62	15	%39.53	17	دائما
%61.95	57	%63.26	31	%60.47	26	أحيانا
%3.26	03	%6.12	3	%00	00	نادرا
%100	92	%100	49	%100	43	المجموع

تحليل وتفسير نتائج الجدول:

بين الجدول اعلاه نتائج الافراد الذين يهتمون بنشر مظاهر اللهجة المحلية عبر صفحات الفيس بوك ، حيث جاءت الفئات موزعة توالي ل "دائما أحيانا و نادرا" وقد اظهرت النتائج

أن نسبته 61.95% أجابوا ب أحيانا ، وجاءت المرتبة الثانية دائما بنسبة 34.79% أما
في المرتبة الاخيرة "نادرا" بنسبة قدرت 3.26% .

من هنا نستنتج من خلال النتائج المسجلة في بيانات الجدول أعلاه أن غالبية أفراد العينة
لديهم ميول و اهتمام بنشر مظاهر اللهجة المحلية عبر الفيس بوك ، وهذا ربما لما فيه من
تفاعل قائم سواء بينهم أو إتخاذه مصدر لنشر كل ما له علاقة بلهجتنا المحلية واتخاذه أيضا
منبرا للتعبير عن آراءهم بكل حرية و هناك من ينصبه كأكثر وسيلة يعتمد عليها أفراد العينة
لتلبية رغباتهم واعطاء لمسة جديدة لجعل لهجتنا من بين اللهجات المعروفة عالميا.

الخامس عشر : موضوعات الثقافة التي تهتم بنشرها.

الجدول(15) : يبين موضوعات الثقافة التي تهتم بنشرها.

النسبة	المجموع	موضوعات الثقافة التي تهتم بنشرها.				المتغيرات الفئات
		إناث		ذكور		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%22.44	33	%25.88	22	%17.74	11	اللباس
%46.25	68	%37.65	32	%58.06	36	الأمثال و الحكم
%17.68	26	%27.05	23	%4.84	3	الأكلات الشعبية
%6.80	10	%3.52	3	%11.29	7	الشعر الشعبي "الملحون"
%6.80	10	%5.88	5	%8.06	5	غير ذلك
%100	147	%100	85	%100	62	المجموع

تحليل وتفسير نتائج الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أفراد عينة الدراسة يرون أن أكثر الأشياء التي تجعل منهم يتفاعلون معها ونشرها "الأمثال و الحكم" بنسبة (46.25%)، وكذا "اللباس" بنسبة (22.44%)، فيما جاءت الفئة الثالثة وهي "الأكلات الشعبية" بنسبة (17.68%) ، أما الفئتين الأخيرتين فجاءت نسبتهما متعادلة حيث بلغت كل منهما (6.80%)، وبقراءة جزئية

لمعطيات الجدول يتضح لنا أنه ليس هناك فروق بين الجنسين فيما يخص الأمور التي تجمعهم عادة مع موضوعات الثقافة المحلية.

يتضح لنا من خلال الاجابات المحصل عليها من طرف أفراد العينة ان الامثال والحكم هي أكثر الموضوعات التي يحرص أفراد عينة الدراسة على المحافظة عليها و الحرص على جعلها من أولوياتهم عند نشرها ، وهذا يعود الى رقي أفكارهم رغم وجود ثقافات أخرى تعرض لها أفراد العينة غير أن هذه الاخيرة لم تحرك من ميولهم لي تلك الموضوعات الثقافية .

السادس عشر : الاهتمام بالصفحات التي تعالج اللهجة المحلية .

الجدول(16) : يبين الاهتمام بالصفحات التي تعالج اللهجة المحلية .

النسبة	المجموع	الاهتمام بالصفحات التي تعالج اللهجة المحلية				المتغيرات الفئات
		إناث		ذكور		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%26.10	24	%30.21	15	%20.93	9	دائما
%61.95	57	%61.22	30	%62.79	27	أحيانا
%11.95	11	%8.17	4	%16.28	7	نادرا
%100	92	%100	49	%100	43	المجموع

تحليل وتفسير نتائج الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يظهر لنا مدى و درجة اهتمام الافراد بالصفحات التي تعالج اللهجة المحلية ، وقد جاءت الفئة أحيانا أولا بنسبة (61.95%) ، ثم جاءت ثانيا دائما و هي بنسبة (26.10%) ثم أخيرا بنسبة (11.95%) نادرا ، ومنه من خلال اجابة أفراد عينة الدراسة واستنادا على بعض نتائج الجداول السابقة فانهم يرون أن الصفحات التي تهتم بمعالجة مظاهر اللهجة المحلية لها اهتمام نوعا ما لدى جمهور متصفح " الفيس بوك " وقد اكد ذلك عبارة أحيانا ، وانه يوجد تقريبا نفس الاهتمام بين كلا الجنسين مع وجود نسبة قليلة أكبر لصالح الاناث .

كما انه يوجد عدد من الافراد يهتمون بتلك الصفحات بصفة دائمة وهذه النسبة قد تكون أكثر لو اسقطت الدراسة على عينة أكبر ومنه نستنتج أن الصفحات التي تهتم بالثقافة لها صدى وسط الجمهور .

السابع عشر : التأثير عبر الموروث المحلي عبر صفحات الفيس بوك .

الجدول(17) : يبين التأثير عبر الموروث المحلي عبر صفحات الفيس بوك .

النسبة	المجموع	التأثر عبر الموروث المحلي عبر صفحات الفيس بوك .				المتغيرات الفئات
		إناث		ذكور		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%32.62	30	%34.69	17	%30.24	13	دائما
%51.08	47	%51.02	25	%51.16	22	أحيانا
%16.30	15	%14.29	7	%18.60	8	نادرا
%100	92	%100	49	%100	43	المجموع

تحليل وتفسير نتائج الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه أن فئة "أحيانا" أكثر النسب حيث قدرت بـ(51.08%)، أما في المرتبة الثانية "دائما" والتي قدرت نسبتها بـ(32.62%)، و "نادرا" والتي جاءت بنسبة (16.30%) واحتلت المرتبة الأخيرة . وبقراءة جزئية لمعطيات الجدول يتضح لنا أنه ليس هناك فروق بين الجنسين فيما يخص الأمور التي تجمعهم مع التأثير بالموروث المحلي عبر صفحات الفيس بوك.

نستنتج مما سبق أن أفراد العينة يعترفون لوجود بعض التخلي لعدم تأثرهم بالموروث المحلي عبر صفحات الفيس بوك ، وهذا يعود لنتيجة احتكاكهم بالعديد من الأفراد و الأجناس من

مختلف الشعوب و المجتمعات الجديدة ، ويتعرضون الى الكثير من المحتويات والمضامين التي ربما لا تتماشى مع موروثهم المحلي ، لكن لا ننفي بوجود نسبة لا بأس بها لتأثرهم بموروثهم المحلي .

هنا يمكن القول أن الصفحات ليس لديها الخبرة والإمكانيات التي تجعلها تتسق المعلومات التي تخدم الموروث المحلي و جعله أكثر شهرة بغية جلب الافراد وجعلهم يتأثرون بموروثهم .

الثامن عشر : زاد اهتمامك باللهجة المحلية عبر صفحات الفيسبوك.

الجدول (18) :يبين الاهتمام بالثقافة المحلية عبر صفحات الفيس بوك

النسبة	المجموع	الاهتمام باللهجة المحلية عبر صفحات الفيس بوك				المتغيرات الفئات
		إناث		ذكور		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%65.22	60	%71.43	35	%58.14	25	نعم
%34.78	32	%28.57	14	%41.86	18	لا
%100	92	%100	49	%100	43	المجموع

تحليل وتفسير نتائج الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول والذي يبين اهتمام افراد العينة باللهجة المحلية عبر صفحات الفيس بوك والذي افضى الى أن ما نسبته (65.22%) وهي الغالبة قد أجابوا على أن اهتمامهم باللهجة المحلية زاد عبر صفحات الفيس بوك ، كما حلت ثانيا فئة "لا" بنسبة (34.78%) أي عكس ذلك .

ونستنتج أن الافراد قد يهتمون بمظاهر اللهجة المحلية ، اذا وجدوا المنشورات والبيئة المناسبة والمختصة المؤثرة في المتصفحين ، عن طريق انشاء صفحات مختصة بالموروث الثقافي وتكون نتيجة لذلك استقطاب أكبر عدد ممكن من الجمهور .

أما الأفراد الذين أجابوا ب "لا" فيمكن ارجاع ذلك الى انهم لم يجدوا ما يغطي ويشبع احتياجاتهم من تلك المشورات .

التاسع عشر: حسب رايك هل يتفاعل اصدقائك عبر الفيس بوك مع مظاهر اللهجة المحلية .
الجدول(19) : يبين تفاعل الاصدقاء عبر الفيس بوك مع مظاهر اللهجة المحلية .

النسبة	المجموع	تفاعل الاصدقاء عبر الفيس بوك مع مظاهر اللهجة المحلية .				المتغيرات الفئات
		إناث		ذكور		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%20.66	19	%16.32	8	%25.58	11	دائما
%57.60	53	%67.34	33	%46.51	20	أحيانا
%21.74	20	%16.32	8	%27.91	12	نادرا
%100	92	%100	49	%100	43	المجموع

تحليل وتفسير نتائج الجدول:

أظهرت نتائج الجدول الذي يبين درجة تفاعل الاصدقاء عبر الفيس بوك مع مظاهر اللهجة المحلية ، والتي جاءت فيها أولا ما نسبته (57.60%) ، لأحيانا ثم جاءت ثانيا "نادرا" بنسبة (21.74%) ثم أخيرا وبنسبة (20.66%) المؤشر دائما وهي نسبة متقاربة وبتحليل معطيات الجدول نستنتج أن الاشخاص يتفاعلون مع منشورات اللهجة المحلية عبر الفيس بوك لكن ليس بصفة دائمة وهذا ما تؤكدته نتيجة المؤشر "أحيانا" وهذه النتيجة لا تفند

هذا الطرح ، من جهة أخرى فان نسبة لا يستهان بها من افراد عينة الدراسة قد اجابوا على المؤشر "نادرا" ويمكن تأويل هذه النتيجة الى نتائج الجدول العاشر حيث ظهرت في نسبه أن (16.30%) لا يتفاعلون مع منشورات الثقافة المحلية وبالتالي لا يمكننا الاعتماد على هذه النتيجة فهم بالأساس نادرا ما يتفاعلون ويهتمون باللهجة المحلية ، وقد تأكدت لدينا من خلال نتائج الجدول اعلاه ، يتبقى لدينا مؤشر "دائما" وهم افراد العينة الذين لديهم اهتمام كبير باللهجة حيث يرون أن اصدقائهم غير الفيس بوك يتفاعلون ايضا مع ويتشاركون مع هذه المظاهر .

العشرون : مظاهر اللهجة المحلية التقليدية التي يتفاعل معها اصداقائك .

الجدول(20) : يبين مظاهر اللهجة المحلية التقليدية التي يتفاعل معها اصداقائك.

المجموع	مظاهر اللهجة المحلية التقليدية التي يتفاعل معها اصداقائك.												المتغيرات الفئات
	إناث						ذكور						
	نادرا		أحيانا		دائما		نادرا		أحيانا		دائما		
	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
37	14. 47	11	12. 96	18	16. 36	18	21. 53	17	11. 92	13	10	9	لهجة أغواطية من أصول أمازيغية
47	3.9 6	3	18. 70	26	16. 36	18	11. 39	9	17. 45	19	13. 33	12	لهجة أغواطية من أصول عربية
46	32. 89	25	10. 79	15	5.4 5	6	16. 48	13	14. 67	16	12. 22	11	لهجة أغواطية من أصول عبرية
49	5.2 8	4	10. 79	15	27. 30	30	11. 39	9	11. 92	13	17. 78	16	لهجة أغواطية من

الفصل الثالث: اللهجة المحلية بالأغواط أنموذجا دراسة استطلاعية على عينة من طلاب
قسم الإعلام و الاتصال

													أصول عثمانية
47	14. 47	11	17. 26	24	10. 90	12	11. 39	9	16. 53	18	14. 46	13	لهجة أغواطية من أصول فرنسية
44	22. 36	17	15. 10	21	5.4 5	6	15. 18	12	15. 59	17	13. 33	12	لهجة أغواطية من أصول اسبانية
45	6.5 7	5	14. 40	20	18. 18	20	12. 65	10	11. 92	13	18. 88	17	لهجة أغواطية من أصول ايطالية
315	10 0	76	10 0	13 9	10 0	11 0	10 0	79	10 0	10 9	100	90	المجموع

تحليل وتفسير نتائج الجدول:

الفصل الثالث: اللهجة المحلية بالأغواط أنموذجا دراسة استطلاعية على عينة من طلاب قسم الإعلام و الاتصال

تظهر لنا نتائج هذا الجدول والتي تبين اهم المظاهر التي يتفاعل معها الاشخاص عبر الفيس بوك وتم نكر أهم اللهجات التي تتميز بها مدينة الاغواط ، حيث احتوت على سبعة فئات .

الواحد والعشرون : ما هي المزايا التي يمكن تحقيقها باستخدام "الفيسبوك" كمصدر للترويج للهجة بين كل مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول(21) :يبين المزايا التي يمكن تحقيقها باستخدام "الفيسبوك" كمصدر للترويج للهجة بين كل مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة	المجموع	المزايا التي يمكن تحقيقها باستخدام "الفيسبوك"								المتغيرات الفئات
		إناث				ذكور				
		لا		نعم		لا		نعم		
		ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
25.2 1	93	0	0	30.2 6	49	9.76	4	30. 31	40	نشر المعلومات عن اللهجة بطريقة أكثر سهولة
24.9 3	92	17.6 4	6	26.5 4	43	31.7 0	1 3	22. 72	30	انتشار اللهجة المحلية بين ملايين الأفراد
24.9 3	92	55.8 9	1 9	18.5 1	30	31.7 0	1 3	22. 72	30	استخدام مطويات خاصة باللهجة المحلية

24.9 3	92	26.4 7	9	24.6 9	40	26.8 4	1 1	24. 25	32	احتكاك اللهجة المحلية باللهجات الأخرى
100	369	100	3 4	100	16 2	100	4 1	10 0	13 2	المجموع

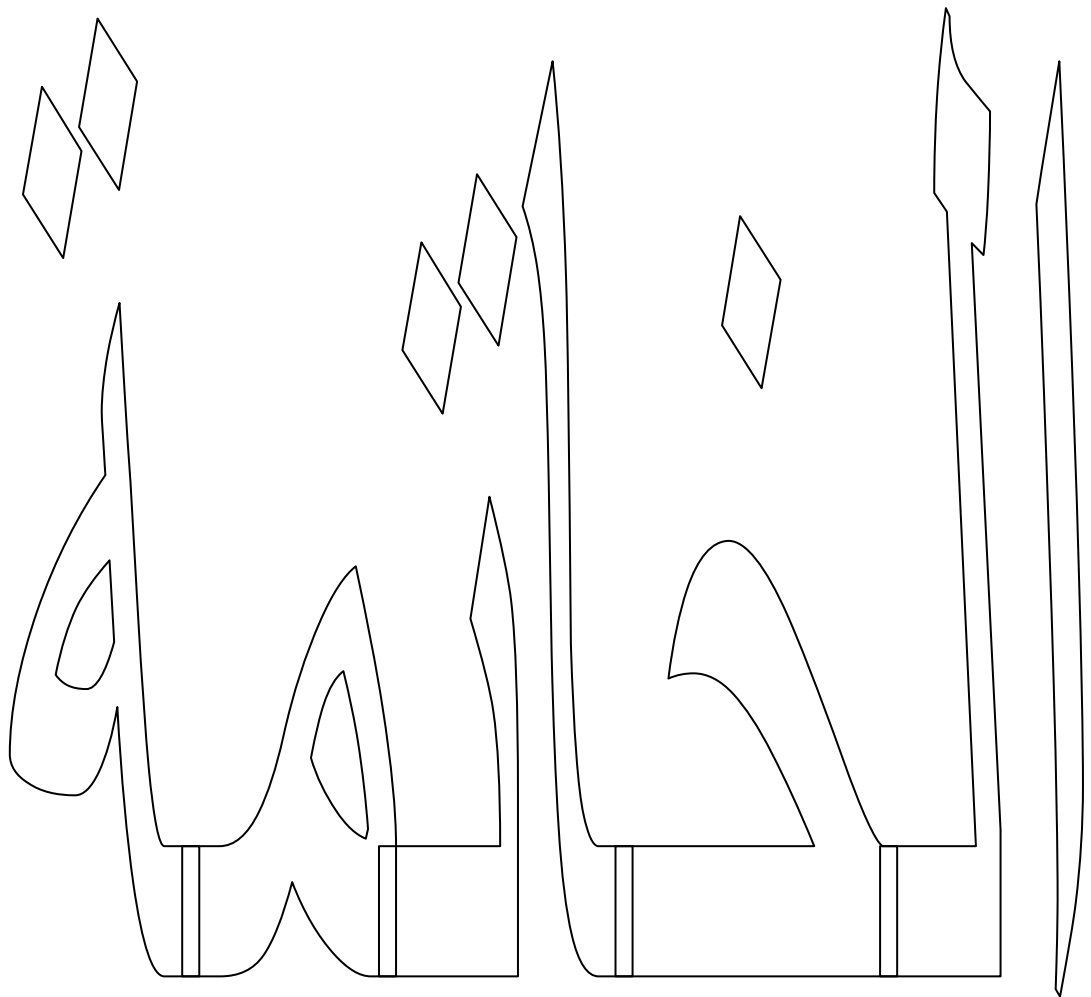
تحليل وتفسير نتائج الجدول:

جاء هذا السؤال لأخذ رأي عين الدراسة فيما يخص افتراضا المزايا التي يمكن ان تتحقق لو اعتمدنا على الفيس بوك كمصدر للترويج لعاداتنا وتقاليدينا المحلية ، حيث يرى أفراد العينة أن أكثر المزايا التي يمكن تحقيقها باستخدام "الفيسبوك" هي: "نشر المعلومات عن اللهجة بطريقة أكثر سهولة" بنسبة(25.21%)، أما باقي الفئات جاءت بنسب متعادلة (24.93%)، وبقراءة جزئية لمعطيات الجدول يتضح لنا أنه ليس هناك فروق بين الجنسين فيما يخص المزايا التي يمكن تحقيقها باستخدام "الفيسبوك".

يتضح لنا من خلال الإجابات المحصل عليها من طرف أفراد العينة أن "نشر المعلومات عن اللهجة بطريقة أكثر سهولة" هي من اكثر المزايا المحققة باستخدام الفيس بوك وهذا يعود على المحتويات والمضامين التي يمتاز بها هذا الأخير والتي يمتاز بها عن الوسائط الاخرى وهذا ما ذكرناه سابقا في الإطار النظري.

خلاصة عامة:

لقد حاولنا في هذه الدراسة تسليط الضوء على واقع اللهجة الأغواطية لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك لطلاب قسم الاعلام و الاتصال جامعة عمار ثليجي ولاية الأغواط فتوصلنا إلى خلاصة مفادها أن جل الطلاب يستخدمون الانترنت للدراسة وهذا ما أتاح لهم بفتح موقع الفيسبوك لأجل التواصل والتسلية والترفيه وإقامة علاقات افتراضية مع أشخاص آخرين كما تم اكتشاف لغة جديدة للدرشة وهي اللغة المختلطة التي تسهل لهم عملية التواصل وتبادل الرسائل ، مما أدى إلى تراجع مكانة اللغة العربية وللحفاظ عليها لابد من ضرورة اهتمام المدرسين بتأكيد الاتجاهات الايجابية نحو اللغة العربية بصفة عامة وقواعدها بصفة خاصة، وبالبحث عن الوسائل والطرق التي من شأنها تحبيب الطلاب في هذه المادة ودفعهم نحو التفوق فيها وإتقان مهاراتها، بالإضافة إلى إنشاء جهات علمية تعمل على مواجهة قضية اللغة العربية في التقنيات الحديثة ودراسة ما استحدث من رموز وألفاظ مختصرة، وإجراء المزيد من البحوث التي تتناول الكشف عن مظاهر الضعف لدى طلاب المرحلة الجامعية بصفة خاصة، واقتراح علاج مناسب لها الارتقاء بمستواهم ومساعدتهم في أداء وظيفتهم في تربية النشئ بفاعلية واقتدار، إضافة إلى توعية التلاميذ بأخطار مواقع التواصل الاجتماعي على حياتهم الاجتماعية واستعمال موقع الفيسبوك فيما يفيدهم في دراستهم، كما ندعوهم إلى إقامة علاقات افتراضية جيدة لزيادة معارفهم وإثراء رصيدهم اللغوي، كما ندعو الأولياء إلى المراقبة والاهتمام بأبنائهم أثناء استعمال الانترنت بتحديد وقت استعمالها وتحذيرهم، كما ندعو الباحثين بتقديم دراسات مستقبلية شاملة لمستويات عمرية وتعليمية نظرا لانتشار استخدام الشبكات الاجتماعية وتأثيرها المباشر في حياة الاجتماعية للأفراد وأيضا للحد من الآثار السلبية لهذه التقنية، والاستفادة من الآثار الايجابية .



الخاتمة :

وفي الأخير يمكننا القول بأن شبكات التواصل الاجتماعي خاصة موقع "فايس بوك" يلعب دورا كبيرا في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري، من خلال ما يتم نشره وتبادله من معلومات مختلفة في هذا المجال عبر صفحاته خاصة ما تعلق منها باللباس والطبخ التقليدي الجزائري كصفحة "الإمبراطورية الجزائرية تاريخ وثقافة" و "المطبخ الجزائري الأصيل التقليدي والعصري"، مساهما بذلك في نشر الثقافة الجزائرية وترسيخها في أذهان الجمهور الجزائري من أجل ضمان استمراريتها للأجيال اللاحقة.

فصفحاته التي تناولناها بالتحليل في دراستنا أبرزت التنوع الثقافي الذي تزخر به الجزائر والذي تتميز به كل منطقة من مناطقه من خلال عرضه بأشكال مختلفة، فسواء كان فيديو، نص مكتوب، أو صورة... وغيرها فكاها ساعدت على إيصال المعنى المراد من محتوى المنشورات التي قابلته درجة من التفاعل من طرف الجمهور المستخدم، وذلك من خلال تعليقاتهم ومشاركاتهم للمحتوى، واعجاباتهم اتجاه المضمون، وهذا يعكس نسبيا وعيهم بتراثهم وضرورة الحفاظ عليه واستمراريته، ويتجلى ذلك من خلال طبيعة تعليقاتهم التي تعكس مدى تمسكهم بعاداتهم وتقاليدهم في اللباس والطبخ التقليدي، وافتخارهم بها وغيرهم عليها خاصة مع ما يزاحمها من ثقافات أجنبية .

فموقع "فايس بوك" يساهم في التعريف والحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري الذي يعتبر تراكما تاريخيا وجب حمايته والحفاظ عليه خاصة في ظل ما يشهده العالم من صراع للثقافات أين طغت الثقافة الغربية على مجتمعنا الجزائري مؤثرة في بعض جوانب حياته خاصة ملبسه ومأكله، تاركا ورائه أصالة، تاريخ وثقافة أجداده ، فهذا الموروث لا يروي قصص الماضي فقط، بل يساهم في بناء الحاضر ورسم معالم المستقبل، وبالتالي ف ضمان استمراريته هو ضمان لاستمرارية المجتمعات عامة والمجتمع الجزائري خاصة.

الاقتراحات والتوصيات:

تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا مهما في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري خاصة موقع "فايس بوك" من خلال ما يتيح من خدمات وخصائص، لذلك وجب استغلاله أحسن استغلال من طرف السلطات المعنية بالثقافة وكل ما يتعلق بالتراث الثقافي على رأسها وزارة الثقافة ومختلف المؤسسات التابعة لها، وذلك للتعريف بهذا الموروث وتنميته والحفاظ عليه وضمان استمراريته للأجيال اللاحقة، ومن أجل ذلك نقدم مجموعة من الاقتراحات والمتمثلة في :

- ضرورة اعتماد السلطات العليا ومختلف المؤسسات المعنية بالمجال الثقافي على آليات جديدة تتناسب مع التكنولوجيات الحديثة وما يتيح الفضاء الرقمي خاصة شبكات التواصل الاجتماعي في سبيل تثمين موروثنا الثقافي واستثماره لخدمة المجتمع والأجيال اللاحقة.
- انشاء صفحات فيس بوك متخصصة في مجال التراث الثقافي بالتعاون بين الوزارة ومختلف الجهات المعنية تكون مدفوعة الأجر (Sponsorisee) للموقع حتى يكون لها صدى وانتشار واسع سواء داخل المجتمع الجزائري أو خارجه ليتم التعرف على التراث الجزائري المتنوع والذي من بينه الطبخ واللباس التقليدي و بالتالي لفت الأنظار اليه والترويج له والتعريف به كجزء من الهوية الجزائرية، ويساهم بذلك في لفت الأنظار للجزائر كقطب سياحي يستحق الزيارة والتعرف عليه.
- استغلال موقع فايس بوك للإعلان عن مختلف الأخبار والأحداث والفعاليات والتظاهرات المتصلة بهذه الموروثات عبر أنحاء الوطن حتى يتسنى للجمهور الجزائري التعرف أكثر على تراثه وتنوعه و توليد الاحساس بالمسؤولية تجاهه وتوعيته بأهمية الحفاظ عليه واستمراريته للأجيال اللاحقة.

- تشجيع ودعم المبادرات المختلفة سواء كانت فردية أو جماعية والتي تسعى للتعريف بالموروث الثقافي والترويج له عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي سواء داخل الوطن أو خارجه واستغلالها للحفاظ عليه ومحاولة الارتقاء به للعالمية، كمبادرة "البس جزائري في العيد" والتي لاقت اقبالا من طرف مختلف الأفراد جزائريين وغيرهم. اعداد حملات اعلامية مستمرة وواسعة النطاق عبر موقع فايس بوك ومختلف المواقع الأخرى تشرح وتوضح وتساهم في توعية الرأي العام بالموروث الثقافي الجزائري وجذوره التاريخية وأصالته الجزائرية حتى لا يتعرض للسراقات أو نسبه كموروث ثقافي لدول أخرى.
- على السلطات العليا استغلال الخصائص والخدمات التي يتيحها هذا الموقع في انشاء صفحات ومجموعات ليس التحقيق التواجد الشكلي فقط بل المشاركة بفعالية للتعريف بتراثنا يسهر عليها كوادر بشرية ذو كفاءة والمام كافي بمختلف الجوانب المعرفية بمجالات التراث من أجل توفير معلومات دقيقة تساهم في إزالة الغموض للمطلع عليها، وكذا الاجابة على مختلف الاستفسارات المقدمة من طرف المتفاعلين

قائمة المصادر

والمراجع

المراجع باللغة العربية:

- صادق عباس مصطفى ، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق :عمان، الاردن ،2008 .
- حاتم حميد كحسن ،سوشيولوجيا الثقافة و الهوية، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع،(دمشق: سوريا 2010) ، د.
- ذوقا نعبيدات،د عبد الرحمان عدس وكايد عبد الحق ،مذكرات عن مناهج البحث عن كتاب البحث العلمي،مفهومه و أدواته و أساليبه،دار مجدلاوي للنشر والتوزيع:عمان - الأردن،بدون تاريخ نشر
- بركات عبد العزيز، مناهج البحث العلمي،دار الكتاب الحديث : مصر،2012
- سمير محمود حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي،بحوث الاعلام،عالم الكتب :القاهرة، ط1995،2
- محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ،: عالم الكتب : القاهرة ، ط1، 2000
- محمد عبيدات وآخرون : منهجية البحث العلمي ،القواعد والمراحل والتطبيقات ، دار وائل للطباعة والنشر :عمان الاردن ط 2 ،1999،
- عمار بوحوش،دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية ،المؤسسة الوطنية للكتاب : الجزائر ، 1985
- راضي، زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، مجلة التربية عدد 15، :جامعة عمان

- مركز الحرب الناعمة للدراسات ، شبكات التواصل الاجتماعي ، منظمات للحرب الامريكية الناعمة ، جمعية المعارف الاسلامية ، 2016
- الحضيف ، كيف تؤثر وسائل الاعلام، دار وهج الحياة للنشر والتوزيع : الرياض المملكة العربية السعودية ، 2010
- د عبد العزيز ابن عثمان التويجري، الثقافة العربية و الثقافات الأخرى، منشورات المنظمة الاسلامية للتربية و العلوم والثقافة، ايسيسكو - الطبعة الثانية، 2015
- مريم نريمان تومار : استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة مكملة لني لشهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال تخصص الاعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة : جامعة باتنة، سنة 2011/2012.
- مصعب حسام الدين لطفي قتلوني ، دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في عملية التغيير السياسي في مصر، دراسة عينة من مستخدمي "الفيسبوك" في مصر، (2012).
- د. حسن يعوض ، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب في جامعة القدس المفتوحة ، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الفلسطيني ، (جامعة القدس المفتوحة فلسطين المحتلة ، 2011).
- محمد فراج عبد السميع ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق مصر كمقصد سياحي دولي ، دراسة على عينة من المجتمع المصري ، مسابقة وزارة السياحة في مصر ، كلية السياحة والفنون جامعة الفيوم : مصر ، افريل 2016.
- بسيوني ابراهيم حمادة : دراسات في الاعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام ، عالم الكتب ط1 : القاهرة ، 2008.

- ديفلير ملفين ،نظريات وسائل الاعلام- ترجمة - عبد الرؤوف كمال ،دار الدولية للاستثمار: القاهرة ، 2006.
- حسن عماد مكاوي -إيلي حسن السيد ،الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ،ط2 ،القاهرة ، 2001
- محمد جمال ابو شنب ،نظريات الاتصال و الاعلام ، مفاهيم المداخل النظرية القضايا ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية مصر 2008
- عبد المالك دحمان الدناني ،الوظيفة الاعلامية لشبكة الانترنت،،دار الفجر للنشر والتوزيع:دونبلد للنشر،2003
- علي محمد بنفتح محمد ،مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها الأخلاقية والقيمية،مذكرة تخرج ماجستير،قسم الدعوة والثقافة الإسلامية:المملكة العربية السعودية، موسم 2006-2007 .
- ليلى احمد جرار،الفييس بوك والشباب العربي،مكتبة الفلاح:عمان، 2012
- محمد المنصور ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين،رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال،مجلس كلية الاداب والتربية :الاكاديمية العربية في الدنمارك، 2012
- عادل امينة وهبة خليفة ،الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الاخصائي والمكتبة،دراسة شاملة للتواجد والاستخدام لموقع.
<http://.eleagyp.com/downloads/2009/amina>
heba.doc.2013/1/3

- زاهر رامي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية 15 :جامعة عمان الأهلية،عمان، 2003
- ليلى احمد جرار، الفيس بوك و الشباب العربي،مكتبة الفلاح :عمان، 2012
- خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية،دار النفائس للنشر :الأردن،ط 2013،1
- الوافي الطيب وبهلوللطيفة ،البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات.
- مهاب نصر، الفيس بوك صورة المثقف و سيرته العصرية،وجوه المثقف على الفيس بوك هل تعيدان تاجصورته أمتصن عافقا مقابرا؟ جريدة القيس الكويتية اليومية،العدد 13446 ، 3 نوفمبر 2010

مواقع إلكترونية

- Disam.maktoobblog.com /06-01-2011
- <http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc2016/3/12h22:05>
- PhillippeTorloting, Ibrid
- Danielle .v . j p .la France : l'art de bavarder sur internet .) réseaux n 97 . 1999

فائمه

الجد اول

الجدول (01):	يبين نوع جنس عينة الدراسة .
الجدول (02) :	يبين معدل عمر المتصفح للفييس بوك .
الجدول (03) :	يبين الحالة الاجتماعية لإفراد العينة.
الجدول (04) :	يبين المتغير الاجتماعي لإفراد العينة.
الجدول (05) :	يبين استخدام الفييس بوك.
الجدول (06) :	يبين منذ متى استخدام الفييس بوك لإفراد.
الجدول (07) :	يبين معدل استخدام أفراد العينة لموقع الفييس بوك.
الجدول (08) :	يبين دوافع افراد العينة لاستخدام الفييس بوك.
الجدول (09) :	تفاعل أفراد العينة مع منشورات الثقافة المحلية في الفييس بوك.
الجدول (10) :	يبين تطلع على مظاهر اللهجة المحلية عبر الفييس بوك فقط.
الجدول (11) :	يبين تناول الفييس بوك اللهجة المحلية بشكل كاف و مرضي .
الجدول (12) :	يبين درجة الاطلاع على اللهجة المحلية عبر الفييس بوك .
الجدول (13) :	يبين الفييس بوك على أنه البديل الأمثل للترويج للهجة المحلية .
الجدول (14) :	يبين اهتمام الافراد بنشر مظاهر اللهجة المحلية عبر الفييس بوك.
الجدول (15) :	يبين موضوعات الثقافة التي تهتم بنشرها.
الجدول (16) :	يبين الاهتمام بالصفحات التي تعالج اللهجة المحلية .
الجدول (17) :	يبين التأثير عبر الموروث المحلي عبر صفحات الفييس بوك .
الجدول (18) :	يبين الاهتمام بالثقافة المحلية عبر صفحات الفييس بوك
الجدول (19) :	يبين تفاعل الاصدقاء عبر الفييس بوك مع مظاهر اللهجة المحلية .
الجدول (20) :	يبين مظاهر اللهجة المحلية التقليدية التي يتفاعل معها اصدقائك.
الجدول (21) :	يبين المزايا التي يمكن تحقيقها باستخدام "الفييسبوك" كمصدر للترويج للهجة بين كل مواقع التواصل الاجتماعي.