

## دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للهوية الثقافية الجزائرية

دراسة مسحية على عينة من متابعي مجموعة Algeria History and Culture

عبر فيسبوك للفترة الممتدة من 1 ديسمبر 2024 الى 30 افريل 2025

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في صحافة وعلوم الإعلام

تخصص: وسائل إعلام، مجتمع وثقافة

دفعة 2020-2021

تحت إشراف الأستاذة الدكتورة:

د.جودي خرفية

من إعداد الطالبة:

هادية حريزي

أعضاء اللجنة المناقشة:

الرئيس: د.ليليا بوسجرة

المشرف: د.جودي خرفية

المناقش: د.قاسم قاسمي

السنة الجامعية: 2025/2024



**National Higher School of Journalism and Information Sciences**

**Department: Media sciences**

## **The Role of Social Media Networks in Promoting Algerian Cultural Identity**

A Survey Study on a Sample of Followers of the "Algeria History and Culture" Facebook Group For the period from December 1, 2024 to April 30, 2025

**Dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the Master's**

**Degree in Media and Communication Sciences**

**Specialization: Media, Society, and Culture**

**Class of 2020–2021**

**Prepared by:**

**Hadia Harizi**

**Supervised by :**

**Dr. Djoudi kherfia**

**Members of the Examination Committee:**

**Chairperson: Dr. Lilya boucedjra**

**Supervisor: Dr. Djoudi Kherfia**

**Examiner: Dr. Kassem kassmi**

**Academic Year: 2024/2025**

## الشكر والعرفان

بكل فخر وامتنان، أتقدم بأسمى عبارات الشكر والعرفان إلى أستاذتي المشرفة، الدكتورة **خرفية جودي**، التي كان لتوجيهها العلمي السديد، وصبرها، وملاحظاتها القيمة، بالغ الأثر في إنجاز هذا العمل. لقد كنتِ نعم الموجه والداعم، فلك مني كل التقدير والاحترام.

كما لا يفوتني أن أتوجه بخالص الشكر والامتنان إلى جميع أساتذتنا الأفاضل في المدرسة **العليا للصحافة وعلوم الإعلام**، الذين كان لهم دور أساسي في تكويني الأكاديمي والمهني، وأسهموا بعلمهم وتفانيهم في بناء جيل واعٍ ومتمكن.

وأخص بالشكر والتقدير **مدير المدرسة الدكتور لعلاوي خالد**، على ما يقدمه من دعم وجهود متواصلة في سبيل تطوير المؤسسة وتوفير بيئة علمية محفزة.

فلكم جميعاً كل الاحترام والتقدير، ودمتم منارات للعلم والعطاء.

## إهداء

إلى نفسي،  
أهديك هذا التخرج، لأنك صبرت، ثابرت، وواصلت رغم كل التحديات، كنت قوية في ضعفك، ومؤمنة رغم التعب. هذا النجاح ثمرة تعبك وإصرارك، فهنئاً لك بما حققت.

إلى والدي العزيز، من غرس في قلبي قيمة الجدّ والاجتهاد، ومن كان دعمه سندي في كل خطوة.  
وإلى أمي الملكة، نبع الحب والحنان، يا من بدعائك، ونور قلبك، كان لكل تعب طعم جميل.

إلى أخواتي الغاليات، ندى ومريم، أنتنّ روحي، ورفيقات أيامي، أهديكنّ هذا النجاح من القلب، فكنتنّ دوماً النور في طريقي.  
وإلى صديقاتي العزيزات، سوسن، لينة، وميار، رفيقات الدرب، من تقاسمت معهن لحظات التعب والفرح، لكنّ في قلبي مكان لا يزول.  
إلى زوجي الحبيب، سندي ودعمي، شكراً لك على وجودك، على صبرك، وعلى دفئك الذي احتواني في كل المراحل، كنت قوتي حين ضعفت، وهدفي حين تاه الدرب.

هذا الإهداء، ثمرة تعب ومسيرة، أقدمه لكل من كان لي نوراً، يداً، ودعماً في هذه الرحلة

## ملخص الدراسة

تناولت دراستنا موضوع دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للهوية الثقافية الجزائرية، وذلك من خلال دراسة ميدانية على مجموعة "Algeria history and culture" على موقع فيسبوك. وتهدف إلى دراسة كيفية مساهمة هذه المجموعة في نشر وتعزيز الموروث الثقافي الجزائري، والتفاعل الافتراضي مع عناصر الهوية الوطنية، بالإضافة إلى رصد التحديات التي تواجه هذا الترويج في ظل التحولات التكنولوجية وقيم الحداثة الرقمية.

ومن أجل الإحاطة بمختلف جوانب الدراسة وتحقيق أهدافها، تم الاعتماد على المنهج المسحي، والاعتماد على أداة الاستبيان كوسيلة رئيسية لجمع البيانات. وقد تكون الاستبيان الإلكتروني من مجموعة من الأسئلة موزعة على ثلاثة محاور، يشمل المحور الأول المعلومات الشخصية للمبحوثين، في حين يتناول المحور الثاني مدى استخدام موقع فيسبوك والمجموعات ذات الطابع الثقافي، أما المحور الثالث فيركز على خصائص مجموعة *Algeria history and culture* وطبيعة المحتوى المقدم فيها. وقد طُبّق هذا الاستبيان على عينة مكونة من 100 متابع للمجموعة.

الكلمات المفتاحية: فيسبوك، الهوية الثقافية الجزائرية، شبكات التواصل الاجتماعي والتفاعل الافتراضي.

## **Abstract**

This study focused on **the role of social media in promoting Algerian cultural identity**, through a field investigation of the Facebook group “*Algeria History and Culture*.” The aim of this research is to explore how this group contributes to the dissemination and reinforcement of Algerian cultural heritage, as well as how users interact virtually with elements of national identity. The study also seeks to identify the challenges faced in promoting cultural identity in the context of technological transformations and the values of digital modernity.

To cover the different dimensions of the research and achieve its objectives, **the survey method** was adopted, and a questionnaire was used as the primary data collection tool. The electronic questionnaire was composed of a set of questions distributed across **three main sections**:

**The first section** focused on the personal information of the respondents;

**The second** examined the use of Facebook and culturally oriented groups;

**The third** analyzed the characteristics of the “Algeria History and Culture” group and the nature of its content. The questionnaire was administered to a purposive sample of **100 followers of the group**

Keywords: Facebook, Algerian cultural identity, social media and virtual interaction

## فهرس المحتويات

أ.....	الشكر والعرفان
ب.....	الإهداء
ج.....	ملخص الدراسة
1.....	مقدمة

### • الإطار المنهجي للدراسة

4.....	1-اشكالية الدراسة
5.....	2-فرضيات الدراسة
6.....	3-أسباب اختيار الموضوع
7.....	4-أهداف الدراسة وأهميتها
8.....	5-مفاهيم الدراسة
10.....	6-الدراسات السابقة
15.....	7-منهج الدراسة وأدواته
18.....	8-مجتمع البحث وعينة الدراسة
19.....	9-حدود الدراسة
20.....	10-اختبار الصدق والثبات
21.....	11-الإسناد النظري للدراسة

### • الإطار النظري للدراسة

#### تمهيد

#### المبحث الأول: الإطار العام لشبكات التواصل الاجتماعي

27.....	المطلب الأول: تعريفها، نشأتها وتصنيفها حسب الاستخدام
30.....	المطلب الثاني: أبرز المنصات الرائدة في مجال التواصل الاجتماعي
32.....	المطلب الثالث: فيسبوك: النشأة، الخصائص والمزايا
33.....	المطلب الرابع: من فيسبوك إلى ميتا: التحول الرقمي نحو عالم الميتافيرس
34.....	المطلب الخامس: مجموعات فيسبوك: أنواعها، أهميتها وميزاتها
37.....	المطلب السادس: أنواع الأعضاء والمنشورات، والفروق بين المجموعات والصفحات

## المبحث الثاني: الهوية، الثقافة والهوية الثقافية الجزائرية

- المطلب الأول: الهوية: نشأتها، أهميتها وسياقاتها.....42
- المطلب الثاني: أزمة الهوية الجزائرية بعد الاستقلال: الأسباب والتداعيات.....45
- المطلب الثالث: الثقافة: أهميتها، خصائصها وعناصرها.....47
- المطلب الرابع: العلاقة بين الهوية والثقافة.....52
- المطلب الخامس: الهوية الثقافية: عناصرها، مقوماتها ومستوياتها.....53
- المطلب السادس: أبعاد الهوية الثقافية الجزائرية وتحدياتها.....58
- المبحث الثالث: واقع الهوية الثقافية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي
- المطلب الأول: تجليات الهوية الثقافية في شبكات التواصل الاجتماعي.....61
- المطلب الثاني: قيم الحداثة وتأثيرها على الهوية الثقافية.....62
- المطلب الثالث: التحديات الرقمية التي تواجه الهوية الثقافية على فيسبوك.....63
- المطلب الرابع: المحافظة على الهوية الثقافية في ظل قيم الحداثة.....64

## • الإطار التطبيقي للدراسة

- عرض نتائج للدراسة .....66
- مناقشة نتائج الدراسة حسب الفرضيات.....109
- النتائج العامة للدراسة.....112
- خاتمة.....117

## قائمة المصادر والمراجع

## الملاحق

## فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
جدول رقم 01	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	66
جدول رقم 02	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الفئة العمرية	67
جدول رقم 03	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الموقع الجغرافي	68
جدول رقم 04	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي	69
جدول رقم 05	يبين كم من الوقت يقضي أفراد العينة على فيسبوك يوميا	70
جدول رقم 06	يبين منذ متى وأفراد العينة يتابعون مجموعة Algeria History and Culture	71
جدول رقم 07	يبين ما الذي يجذب أفراد العينة للاشتراك في المجموعة	72
جدول رقم 08	يبين برأي أفراد العينة ما إن كانت تساهم هذه المجموعة في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية	73
جدول رقم 09	يبين أبرز عناصر الهوية الثقافية التي يراها أفراد العينة حاضرة في منشورات المجموعة	74
جدول رقم 10	يبين الاستراتيجيات التي تستخدمها المجموعة في ترويج الهوية الثقافية	75
جدول رقم 11	يبين ما إن ساهمت منشورات المجموعة في تعزيز وعي أفراد العينة بالهوية الثقافية الجزائرية	76
جدول رقم 12	يبين كيف يتفاعل عادة أفراد العينة مع منشورات المجموعة	77
جدول رقم 13	يبين ما إن كان يرى أفراد العينة أن هذه المجموعة عززت شعورهم بالفخر والانتماء للهوية الجزائرية	78
جدول رقم 14	يبين ما إن كان يعتقد أفراد العينة أن محتوى المجموعة يعكس تنوع الثقافة الجزائرية بين المناطق (امازيغية، عربية، صحراوية ... الخ)	79

80	يبين نوع المحتوى الذي يود أفراد العينة أن يرونه أكثر في المجموعة لتعزيز الهوية الثقافية الجزائرية	جدول رقم 15
82	يبين منذ متى وافراد العينة يتابعون مجموعة Algerian History and Culture حسب متغير الجنس	جدول رقم 16
83	يبين ما الذي يجذب افراد العينة للاشتراك في المجموعة؟ حسب متغير الجنس	جدول رقم 17
84	يبين برأي افراد العينة هل تساهم هذه المجموعة في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية حسب متغير الجنس	جدول رقم 18
85	يبين ما هي أبرز عناصر الهوية الثقافية التي يراها افراد العينة حاضرة في منشورات المجموعة حسب متغير الجنس	جدول رقم 19
86	يبين ما هي الاستراتيجيات التي تستخدمها المجموعة في ترويج الهوية الثقافية حسب متغير الجنس	جدول رقم 20
87	يبين هل يرى افراد العينة أن هذه المجموعة عززت شعورهم بالفخر بالانتماء للهوية الجزائرية حسب متغير الجنس	جدول رقم 21
89	يبين هل يعتقد افراد العينة أن محتوى المجموعة يعكس تنوع الثقافة الجزائرية بين المناطق (أمازيغية، عربية، صحراوية...) حسب متغير الجنس	جدول رقم 22
90	يبين ما هو نوع المحتوى الذي يود افراد العينة أن يروه أكثر في المجموعة لتعزيز الهوية الثقافية الجزائرية حسب متغير الجنس	جدول رقم 23
91	يبين منذ متى افراد العينة يتابعون مجموعة Algerian History and Culture حسب متغير الفئة العمرية	جدول رقم 24
92	يبين ما الذي يجذب افراد العينة للاشتراك في المجموعة؟ حسب متغير الفئة العمرية	جدول رقم 25
93	يبين برأي افراد العينة هل تساهم هذه المجموعة في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية حسب متغير الفئة العمرية	جدول رقم 26
94	يبين ما هي أبرز عناصر الهوية الثقافية التي يراها افراد العينة حاضرة في منشورات المجموعة حسب متغير الفئة العمرية	جدول رقم 27

95	يبين ما هي الاستراتيجيات التي تستخدمها المجموعة في ترويج الهوية الثقافية حسب متغير الفئة العمرية	جدول رقم 28
96	يبين هل يرى افراد العينة أن هذه المجموعة عززت شعورهم بالفخر بالانتماء للهوية الجزائرية حسب متغير الفئة العمرية	جدول رقم 29
97	يبين هل يعتقد افراد العينة أن محتوى المجموعة يعكس تنوع الثقافة الجزائرية بين المناطق (أمازيغية، عربية، صحراوية...) حسب متغير الفئة العمرية	جدول رقم 30
98	يبين ما هو نوع المحتوى الذي يود افراد العينة أن يروه أكثر في المجموعة لتعزيز الهوية الثقافية الجزائرية حسب متغير الفئة العمرية	جدول رقم 31
99	يبين منذ متى وافراد العينة يتابعون مجموعة Algerian History and Culture حسب متغير المستوى الدراسي	جدول رقم 32
100	يبين ما الذي يجذب افراد العينة للاشتراك في المجموعة؟ حسب متغير المستوى الدراسي	جدول رقم 33
101	يبين برأي افراد العينة هل تساهم هذه المجموعة في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية حسب متغير المستوى الدراسي	جدول رقم 34
102	يبين ما هي أبرز عناصر الهوية الثقافية التي يراها افراد العينة حاضرة في منشورات المجموعة حسب متغير المستوى الدراسي	جدول رقم 35
104	يبين ما هي الاستراتيجيات التي تستخدمها المجموعة في ترويج الهوية الثقافية حسب متغير المستوى الدراسي	جدول رقم 36
105	يبين هل يرى افراد العينة أن هذه المجموعة عززت شعورهم بالفخر بالانتماء للهوية الجزائرية حسب متغير المستوى الدراسي	جدول رقم 37

106	يبين هل يعتقد افراد العينة أن محتوى المجموعة يعكس تنوع الثقافة الجزائرية بين المناطق (أمازيغية، عربية، صحراوية..) حسب متغير المستوى الدراسي	جدول رقم 38
107	يبين ما نوع المحتوى الذي يود افراد العينة أن يروه أكثر في المجموعة لتعزيز الهوية الثقافية الجزائرية حسب متغير المستوى الدراسي	جدول رقم 39
109	يبين الإحصاءات الوصفية للمتغيرات	جدول رقم 40
110	يمثل جدول معامل الارتباط بيرسون بين متغيري الدراسة	جدول رقم 41
111	يمثل اختبار (T) لعينة واحدة لكل من متغيري الدراسة	جدول رقم 42

## قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
66	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	شكل رقم 01
67	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الفئة العمرية	شكل رقم 02
68	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الموقع الجغرافي	شكل رقم 03
69	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي	شكل رقم 04
70	يبين كم من الوقت يقضي أفراد العينة على فيسبوك يوميا	شكل رقم 05
71	يبين منذ متى وأفراد العينة يتابعون مجموعة Algeria History and Culture	شكل رقم 06
72	يبين ما الذي يجذب أفراد العينة للاشتراك في المجموعة	شكل رقم 07
73	يبين برأي أفراد العينة ما إن كانت تساهم هذه المجموعة في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية	شكل رقم 08
74	يبين أبرز عناصر الهوية الثقافية التي يراها أفراد العينة حاضرة في منشورات المجموعة	شكل رقم 09
75	يبين الاستراتيجيات التي تستخدمها المجموعة في ترويج الهوية الثقافية	شكل رقم 10
76	يبين ما إن ساهمت منشورات المجموعة في تعزيز وعي أفراد العينة بالهوية الثقافية الجزائرية	شكل رقم 11
77	يبين كيف يتفاعل عادة أفراد العينة مع منشورات المجموعة	شكل رقم 12
78	يبين ما إن كان يرى أفراد العينة أن هذه المجموعة عززت شعورهم بالفخر والانتماء للهوية الجزائرية	شكل رقم 13

79	يبين ما إن كان يعتقد أفراد العينة أن محتوى المجموعة يعكس تنوع الثقافة الجزائرية بين المناطق (امازيغية، عربية، صحراوية ... الخ)	شكل رقم 14
80	يبين نوع المحتوى الذي يود أفراد العينة أن يرونه أكثر في المجموعة لتعزيز الهوية الثقافية الجزائرية	شكل رقم 15

شهد العالم المعاصر تحولات عميقة نتيجة التطور التكنولوجي السريع، خاصة في مجال الإعلام الرقمي والتواصل عبر الإنترنت. وقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز الوسائط التي غيرت طرق التفاعل بين الأفراد والمجتمعات، وأسهمت في خلق فضاء جديد يتجاوز الحواجز الزمانية والمكانية، حيث يُمكن من خلاله تبادل الأفكار والمعلومات والتجارب بصورة آنية وتفاعلية. ولم تُعد هذه الشبكات مجرد وسيلة للترفيه أو التواصل، بل تحوّلت إلى أدوات فعّالة في نقل المعارف وتشكيل الوعي الجماعي.

ضمن هذا الفضاء الرقمي الجديد، يُعتبر "فيسبوك" من أكثر المنصات استخدامًا وانتشارًا، خاصة في العالم العربي، لما يوفّره من خدمات متنوعة من بينها إنشاء المجموعات التي تمثل فضاءات افتراضية يلتقي فيها الأفراد حول اهتمامات مشتركة. وقد ظهرت من خلالها مجموعات تهتم بالثقافة والهوية والانتماء، ما يجعل من هذه المجموعات مادة خصبة للدراسة والتحليل، نظرًا لدورها في الحفاظ على التراث وتعزيز الشعور بالانتماء الوطني.

في هذا الإطار، أصبحت الهوية الثقافية - باعتبارها مجموعة من السمات التي تميز مجتمعًا ما - موضوعًا حاضرًا بقوة في المنصات الرقمية، حيث يسعى العديد من الأفراد إلى التعبير عنها وترويجها، خاصة في ظل التحديات التي تفرضها العولمة الرقمية وقيم الحداثة. وتعتبر الجزائر من بين البلدان التي تسعى للحفاظ على خصوصيتها الثقافية وهويتها المتجذرة، من خلال الاستفادة من هذه الوسائط الحديثة.

انطلاقًا من هذا الواقع، جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على دور شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة فيسبوك، في الترويج للهوية الثقافية الجزائرية، من خلال دراسة مسحية على مجموعة **"Algeria history and culture"**، التي تُعد نموذجًا فعليًا لفضاء رقمي يشغل على التعريف بالموروث الثقافي الجزائري والتفاعل حوله بين المهتمين.

تم تقسيم هذا العمل إلى ثلاث مراحل رئيسية، شملت: إطارًا منهجيًا تمّ فيه تحديد إشكالية البحث، وأهدافه، وفرضياته، مع توضيح منهج الدراسة، أدواتها، مجتمع البحث وعينته، بالإضافة إلى عرض مجموعة من الدراسات السابقة ذات الصلة. أما الإطار النظري، فقد تضمن ثلاث مباحث رئيسية؛ في المبحث الأول تم تناول شبكات التواصل الاجتماعي، نشأتها، وتطور موقع فيسبوك، ودور المجموعات في نشر المحتوى الثقافي. بينما المبحث الثاني تم تخصيصه لمفاهيم الهوية، الثقافة، والهوية الثقافية الجزائرية، من حيث مكوناتها وأهميتها. أما المبحث الثالث تكلم على واقع الهوية

الثقافية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال إبراز مظاهر الحضور الثقافي، وقيم الحداثة، والتحديات الرقمية التي تواجه الهوية الجزائرية. وفي الإطار التطبيقي، أجريت دراسة مسحية على عينة مكونة من 100 متابع لمجموعة “*Algeria history and culture*” على فيسبوك، باستخدام استبيان إلكتروني قصد تحليل طبيعة تفاعلهم مع المحتوى الثقافي ومدى مساهمة ذلك في الترويج للهوية الثقافية الجزائرية.

# الإطار المنهجي للدراسة

## 1- إشكالية الدراسة:

في ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي يشهدها العالم، أصبح من الضروري إعادة النظر في الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في إعادة تشكيل المفاهيم الثقافية وترسيخ الهوية الوطنية. تعد الجزائر نموذجًا معقدًا يستمد هويته من مزيج غني من المكونات الإسلامية والعربية والبربرية، ما يجعلها وجهة خصبة لدراسة تأثير التقنيات الرقمية على ترسيخ هذا التراث الثقافي. وفي هذا الإطار، يُبرز تطبيق فيسبوك كأحد أبرز المنصات الرقمية التي يستخدمها الشباب والمجتمعات للتعبير عن هوياتهم وتعزيز انتمائهم الوطني، إذ يوفر بيئة افتراضية تتيح للمستخدمين إنشاء محتوى ثقافي متنوع يعكس التراث الوطني ويعيد إنتاجه بصورة معاصرة.

تشهد البيئة الرقمية الحالية تدفقات مستمرة من المحتوى العالمي الذي يتداخل مع المحتوى المحلي، مما يفرض تحديات على عملية الحفاظ على الهوية الثقافية الوطنية. ويكتسب فيسبوك أهمية خاصة في هذا السياق لما يتمتع به من قدرة على الجمع بين مستخدمين من مختلف الخلفيات الاجتماعية والثقافية داخل الجزائر، حيث تُستخدم منصات التفاعل هذه كأدوات لإبراز الموروث التاريخي والتراثي وإعادة صياغته بطريقة تتناسب مع متطلبات العصر الرقمي. ومن هنا، يتعين دراسة كيفية استخدام هذه المنصة في الترويج للهوية الثقافية الجزائرية بين فئات المجتمع المختلفة، خاصةً في ظل التنوع الثقافي الذي يُميز النسيج الاجتماعي الجزائري. تشكل عملية التفاعل الرقمي عبر فيسبوك مساحة لتبادل الأفكار والآراء والمحتوى الثقافي، مما يساهم في خلق مجتمع رقمي يتناغم مع قيم التراث الوطني. يُلاحظ أن المستخدمين يعتمدون على هذه المنصة ليس فقط كوسيلة للترفيه والتواصل، بل كأداة استراتيجية لإعادة إنتاج هويتهم الثقافية، من خلال إنشاء حسابات شخصية ومجموعات وصفحات تُعنى بالتعبير عن التراث التاريخي والفني للمجتمع الجزائري من بينها: مجموعة *Algeria History And Culture*. كما يُعتبر المحتوى التفاعلي المنشور على فيسبوك - الذي يتضمن صورًا وفيديوهات ومناقشات - بمثابة مرآة تعكس التطلعات الثقافية والهوية الوطنية، وتُظهر كيف يمكن للتقنيات الرقمية أن تساهم في نقل التراث وإبرازه أمام جمهور واسع.

ل للوصول إلى أهدافنا، دراستنا أقيمت على التساؤل التالي:

إلى أي مدى تسهم مجموعة *Algeria History And Culture* في الترويج للهوية الثقافية الجزائرية؟

## 2- الفرضيات:

### الفرضية الرئيسية:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعنوية 0.05 بين مجموعة *Algeria History And Culture* والترويج للهوية الثقافية الجزائرية.

### فرضيات فرعية

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام فيسبوك وتعزيز الهويات الثقافية في الجزائر.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام فيسبوك لدى متابعين مجموعة *Algeria History and Culture* ومتغيرات الجنس، السن، المستوى التعليمي والموقع الجغرافي.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام فيسبوك وخصائص مجموعة *Algeria History and Culture*.

## 3- أسباب اختيار الموضوع

### أسباب ذاتية:

- الاهتمام الشخصي بالثقافة الجزائرية: ينبع اختيار هذا الموضوع من شغف الباحثة العميق بالتراث الثقافي الجزائري ورغبتها في فهم كيفية تأثير التكنولوجيا الحديثة على استدامته.
- الرغبة الشخصية في دراسة مواضيع تتعلق بالهوية الثقافية الجزائرية وتوسيع معارفها العلمية.
- التفاعل مع منصات التواصل الاجتماعي: بصفتها مستخدمة نشطة لمواقع التواصل الاجتماعي، لاحظت الباحثة تبايناً في المحتوى المتعلق بالثقافة الجزائرية، مما أثار فضولها لدراسة هذا التباين وتأثيره.

- الاهتمام الذاتي للباحثة باستكشاف دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية وتأثيرها على الأفراد والمجتمعات

#### أسباب موضوعية:

- الاهتمام المتزايد والتوجه الكثيف للتعريف بالهوية الثقافية الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الباحثة، للحفاظ عليه مستدامًا عبر الأجيال المقبلة.
- تنوع التراث الثقافي الجزائري مما يجعل الباحثة تقوم بالدراسة حول أهمية التراث من ناحية العادات والتقاليد (الأكل، اللباس... إلخ).
- دور الصفحات الثقافية في الحفاظ على الهوية، أي تُعدّ الصفحات المخصصة للثقافة الجزائرية، مثل مجموعة "Algeria History And Culture"، نموذجًا مهمًا لدراسة كيفية استخدام المنصات الرقمية في تعزيز الهوية الثقافية

#### 4- أهداف الدراسة

- التعرف على دوافع استخدام الأفراد لمجموعة "Algeria History and Culture" على فيسبوك
- تحليل طبيعة الاعتماد على مجموعة فيسبوك كمصدر للمعلومات الثقافية، وفقًا لنظرية الاعتماد، وذلك بتحديد مدى اعتماد الأعضاء على المحتوى المنشور داخل المجموعة كمصدر رئيسي لفهم واستيعاب عناصر الهوية الثقافية الجزائرية.
- اكتشاف عناصر الهوية الثقافية الجزائرية التي يتم الترويج لها داخل المجموعة.
- رصد الوسائل والآليات التفاعلية التي تعتمد عليها المجموعة في نشر المحتوى الثقافي.
- قياس مدى تفاعل أعضاء المجموعة مع المحتوى الثقافي الجزائري.

#### -أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من راهنية وحادثة موضوعها الذي يتقاطع مع التحولات الرقمية التي يشهدها العالم، وخاصة ما يتعلق بتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل الهوية الثقافية. ففي ظل الانتشار الواسع لمنصة "فيسبوك"، وازدياد تفاعل المستخدمين الجزائريين مع المجموعات

الثقافية، تبرز الحاجة إلى دراسات علمية تفكك هذا التفاعل وتستكشف دوره في تعزيز الانتماء الوطني والحفاظ على التراث الثقافي. وتأتي أهمية الدراسة من كونها تسلط الضوء على نموذج جزائري محدد، وهو مجموعة "Algeria History and Culture"، مما يمنحها طابعًا تطبيقيًا يساعد في فهم كيفية توظيف الفضاء الرقمي لخدمة الثقافة الوطنية. كما أن هذه الدراسة تساهم في إثراء الحقل الأكاديمي من خلال دمج نموذج نظري تكاملي يجمع بين نظرية الاستخدامات والإشباع ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية، ما يعكس حداثة الطرح النظري والمنهجي. إضافة إلى ذلك، فإنها تقدم أبعادًا عملية من شأنها مساعدة القائمين على إدارة المحتوى الثقافي الرقمي في تطوير آلياتهم، وزيادة فاعلية تأثيرهم، خاصة لدى فئة الشباب، مما يفتح آفاقًا جديدة أمام البحوث الإعلامية والثقافية في البيئة الرقمية الجزائرية.

## 5- تحديد مفاهيم الدراسة

يعتبر تحديد المفاهيم إحدى الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراساته وبحوثه بهدف الاتفاق على المحددات الخاصة لكل مفهوم ولتأكيد الاتفاق على هذه المحددات والتعميمات والتفسيرات العلمية التي تقوم على بناء المفاهيم تظهر حاجتنا إلى هذه المرحلة لكي نحد من خلالها جملة من المفاهيم والتي هي غالبًا ما تتصادم في ذهن الباحث من مفاهيم متشابهة.<sup>1</sup>

## مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

-اصطلاحًا: هي مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم، لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة والتي تنقل المعلومات العائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة وتتضمن معلومات دائمة التطور.<sup>2</sup>

في تعريف آخر، تُعد وسائل التواصل الاجتماعي مجموعة من الشبكات العالمية المترابطة التي تضم ملايين الأجهزة حول العالم، وتشكل شبكة ضخمة لنقل كميات هائلة من المعلومات بسرعة عالية

---

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، مصر، عالم الكتب، ط2، 2004، ص 159  
<sup>2</sup> زهير عابد: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، فلسطين، 2012، ص 139.

بين مختلف الدول، وتتسم هذه المعلومات بالتطور المستمر. وهي عبارة عن مواقع رقمية تنشأ عبر الإنترنت، تتيح للأفراد عرض جوانب من حياتهم الشخصية والعامة، وتمكّنهم من التواصل مع قائمة من المستخدمين الآخرين، إضافة إلى التعبير عن آرائهم وأفكارهم سواء على المستوى الفردي أو الجماعي. وتختلف طبيعة هذا التواصل باختلاف المنصة المستخدمة.<sup>1</sup>

**التعريف الإجرائي:** الشبكات الاجتماعية هي منصات رقمية متطورة تتيح للأفراد في مختلف أنحاء العالم التواصل والتفاعل، من خلال تبادل المعلومات، الأفكار، والوسائط المتعددة بشكل فوري ومباشر.

#### - مفهوم الثقافة:

-اصطلاحاً: حصيلة ما يجتمع في العقل من معارف، وما يمكن في الوجدان من انطباعات، وما يستقر في الضمير من عقائد، وما يرسب في النفس من عادات وتقاليد.<sup>2</sup>

-التعريف الإجرائي: الثقافة هي مجموعة من العادات والتقاليد التي يتمتع به فرد أو مجتمع وهي أيضاً حصيلة لمعارف والمعتقدات والانطباعات التي يتسمون بها والتي تحدد هويتهم ومكانتهم بين مختلف الحضارات.

#### - مفهوم الهوية

-اصطلاحاً: هي مجموعة من السمات والخصائص التي تُميز فرداً أو جماعة عن غيرها، وتشمل عناصر مثل اللغة، الدين، الثقافة، العادات، والتقاليد، مما يجعلها عنصراً أساسياً في تشكيل الشخصية الاجتماعية.<sup>3</sup>

#### - مفهوم الهوية الثقافية

---

<sup>1</sup> جمال عبد العزيز، الشهران، الوسائل التعليمية ومستجدات تكنولوجيا التعلم، "ط2"، (الرياض، مطابع الحميضي، 2003م) ص134

<sup>2</sup> المنعم الصاوي: عن الثقافة، دار القلم، دون ذكر البلد، 1966، ص 24.

<sup>3</sup> Oxford University Press. (n.d.). Identity. In Oxford English Dictionary. available on [https://www.oed.com/dictionary/identity\\_n](https://www.oed.com/dictionary/identity_n) retrieved on 22 mars 2025 .

-اصطلاحًا: هي مجموعة القيم، العادات، التقاليد، والرموز التي تحدد الخصوصية الثقافية لمجتمع معين، وتعكس تاريخه، لغته، تراثه، وأسلوب حياته. تعتبر عنصرًا أساسيًا في تشكيل الانتماء الوطني والاعتزاز بالموروث الثقافي.<sup>1</sup>

في تعريف آخر، الهوية الثقافية تُعد بمثابة خطة توجيهية يعتمد عليها الأفراد كمرجعية لأنشطتهم وسلوكياتهم المستقبلية، إذ تُشكل عاملاً حاسماً في تحديد اختياراتهم وقراراتهم ضمن المجتمع. وهي كذلك عملية ديناميكية يُعيد من خلالها الفرد تشكيل آماله وطموحاته واستعداداته تجاه المستقبل. وبناءً عليه، فالهوية الثقافية هي مجموعة من الخصائص والمقومات المشتركة التي تجمع بين أفراد أو جماعات معينة، وتوجه سلوكهم وتُرشد قراراتهم داخل المجتمع الذي ينتمون إليه. ومن أبرز هذه المقومات: اللغة، الدين، التاريخ، العادات والتقاليد، القيم، وأنماط التفكير والسلوك<sup>2</sup>

### تعريف إجرائي:

الهوية الثقافية تُفهم إجرائيًا على أنها مجموعة من الرموز والمعاني الثقافية التي يُعبّر عنها الأفراد من خلال ممارساتهم اليومية، وتتجلى في اللغة، القيم، العادات، التقاليد، والانتماء الجماعي، كما يتم قياسها من خلال سلوك الأفراد وتفاعلهم مع المحتوى الثقافي في البيئة الاجتماعية أو الرقمية

### - مفهوم التفاعل الافتراضي

-اصطلاحًا: التفاعل الافتراضي هو عملية تبادل المعلومات، المشاعر، والآراء بين الأفراد عبر منصات التواصل الاجتماعي، التطبيقات الرقمية، والمنشآت الإلكترونية، دون الحاجة إلى لقاء مادي مباشر، مما يتيح بناء علاقات اجتماعية، مهنية، وثقافية في بيئة رقمية.<sup>3</sup>

### - تعريف فيسبوك (Facebook)

<sup>1</sup> محمد عبد الجابري، إشكالية الهوية الثقافية في العالم العربي، مجلة الفكر العربي، العدد 23، 1999، ص 20  
<sup>2</sup> أيسم سعد محمدي محمود، تعزيز الهوية الثقافية العربية في مدارس التعليم الأجنبي، مجلة العلوم التربوية، كلية الدراسات العليا للتربية، جامعة القاهرة، العدد 2017، 4، ص 57  
<sup>3</sup> حجازي، رامي. الإعلام الجديد والتواصل الافتراضي: الأثر والتحديات. دار الفكر العربي، القاهرة، 2018، ص 87

-اصطلاحًا: فيسبوك هو موقع تواصل اجتماعي أُسس عام 2004 من قبل مارك زوكربيرغ وزملائه في جامعة هارفارد، ويعد من أكبر الشبكات الاجتماعية في العالم، حيث يتيح للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية، التفاعل من خلال المنشورات، التعليقات، والإعجابات، بالإضافة إلى الانضمام إلى مجموعات ومشاركة الوسائط المتعددة.<sup>1</sup>

### - تعريف المجموعات الإلكترونية

اصطلاحًا: المجموعات الإلكترونية في فيسبوك هي فضاءات رقمية تتيح للمستخدمين التفاعل والتواصل حول اهتمامات مشتركة. يمكن أن تكون مفتوحة، مغلقة، أو سرية، وتستخدم لنشر المعلومات، تنظيم الفعاليات، ومناقشة مواضيع متخصصة.<sup>2</sup>

### -تعريف مجموعة: *Algeria History and Culture*

هي مجموعة إلكترونية نشطة على موقع فيسبوك، أنشئت بتاريخ 3 أكتوبر 2020، وتضم حاليًا أكثر من 157,3 ألف متابع. تهدف هذه المجموعة إلى جمع الأفراد المهتمين بالثقافة الجزائرية وتراثها العريق، حيث تُنشر فيها يوميًا ما يزيد عن 20 منشورًا متنوعًا يعكس ثراء الهوية الثقافية الجزائرية. تتناول منشورات المجموعة مواضيع متعددة تتعلق بالتاريخ الوطني، الفنون التقليدية، المأكولات الشعبية، والعادات والتقاليد المحلية، مما يجعلها فضاءً تفاعليًا مفتوحًا للنقاش وتبادل المعلومات. وتبرز أهمية هذه المجموعة في دورها الحيوي بالمحافظة على الذاكرة الجماعية الجزائرية وتعزيز الوعي بالهوية الثقافية في ظل التطورات الرقمية المتسارعة

### 6- الدراسات السابقة :

الدراسة 1: إيمان سكور، كلية علوم الاعلام والاتصال جامعة الجزائر 3: بناء الهوية الثقافية على الخط وعلاقتها باستخدام فيسبوك، أطروحة دكتوراه، 2021.

<sup>1</sup> Sheryl Sandberg, Facebook: A History of the Social Network, Harvard Business Review, 2018 available at <https://www.britannica.com/money/Sheryl-Sandberg> accessed on 12 December 2024, at 23 :00

<sup>2</sup> حسين أحمد زين الدين، "وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها في المجتمعات"، دار الفكر العربي، 2015، ص 132.

## ملخص الدراسة:

تتناول دراسة إيمان سكور تأثير استخدام موقع "فيسبوك" على بناء الهوية الثقافية للشباب الجزائري على الخط. تسعى الدراسة للإجابة على مجموعة من التساؤلات حول العلاقة بين تصورات الأفراد لثقافتهم واستخدام "فيسبوك"، وكذلك العلاقة بين استخدامه وإشباع الحاجات التكاملية والاندماجية. تم استخدام المنهج المسحي لجمع البيانات بطريقة منظمة لدراسة العلاقة بين الخصائص الديموغرافية وبناء الهوية الثقافية. توصلت الدراسة إلى أن الهوية الثقافية تتأثر بالمحتوى الرقمي الذي يستهلكه الأفراد عبر "فيسبوك"، وأشارت إلى التباين بين الهوية الثقافية الرقمية والهوية الثقافية الحقيقية، حيث قد يتبنى بعض الأفراد مظاهر ثقافية رقمية لا تعكس واقعهم الفعلي.

## حدود الاستفادة من الدراسة:

ساعدت هذه الدراسة على توضيح كيفية تأثير استخدام فيسبوك في بناء الهوية الثقافية لدى الشباب، مع إبراز الفارق بين الهوية الرقمية التي يتم تقديمها عبر المنصات والهوية الحقيقية التي يعيشها الأفراد في الواقع، مما يفتح المجال لتحليل أعمق لكيفية تمثيل الهوية الثقافية على وسائل التواصل الاجتماعي ومدى تطابقها مع الهوية الواقعية

## الاختلاف في الدراستين

تختلف دراستنا عن دراسة إيمان سكور في تركيز كل منهما على زاوية معينة من موضوع الهوية الثقافية؛ حيث ركزت دراستنا على دور مجموعة ثقافية محددة على فيسبوك "Algeria History and Culture" في الترويج الواعي والمنظم للهوية الثقافية الجزائرية، من خلال محتوى موثّق وتفاعلي يعزز الانتماء والوعي بالتنوع الثقافي. في المقابل، تناولت دراسة إيمان سكور العلاقة بين استخدام فيسبوك وبناء الهوية الثقافية "على الخط" لدى الشباب الجزائري، مع التركيز على الفروقات بين الهوية الرقمية التي يقدمها الأفراد على المنصة والهوية الثقافية الحقيقية التي يعيشونها في الواقع. كما أن دراستها اهتمت أكثر بتحليل تأثيرات الاستخدام الشخصي على تمثيلات الهوية وتغيراتها، بينما ركزت دراستنا على التفاعل الجماعي داخل فضاء ثقافي مشترك. ورغم هذا الاختلاف في الزاوية

والمنهج، تتقاطع الدراسات في التأكيد على أن فيسبوك يؤثر في تمثل الهوية الثقافية، سواء عبر الترويج الواعي لها أو عبر إعادة تشكيلها في الفضاء الرقمي.

**الدراسة 2:** نبيلة جعفري، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 3: انعكاسات الشبكات الاجتماعية الاللكترونية على الهوية الثقافية موقع 'فيس بوك'- أنموذجا، أطروحة دكتوراه، 2018.

### ملخص الدراسة:

تتناول دراسة نبيلة جعفري انعكاسات الشبكات الاجتماعية الإلكترونية، وبخاصة "فيسبوك"، على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري. سعت إلى معرفة طبيعة الصفحات والمضامين التي يتابعها الشباب، أنماط الاستخدام ودوافعه، وكيفية التعبير عن الهوية الثقافية من خلال المنصة. استخدمت الباحثة المنهج المسحي (الوصفي والتحليلي) وأداة الاستبيان لجمع البيانات. وخلصت إلى أن فيسبوك يُعد وسيلة فعالة للشباب للتعبير عن الهوية الثقافية ومشاركة المحتوى التراثي، رغم وجود تأثيرات ثقافية خارجية. كما أبرزت الدراسة الدور الإيجابي للمجموعات الثقافية الرقمية في تعزيز الوعي بالتراث.

### حدود الاستفادة من الدراسة:

توفّر هذه الدراسة إطارًا غنيًا لفهم كيفية توظيف فيسبوك في التعبير عن الهوية الثقافية لدى فئة الشباب، خاصة من خلال الاستخدام الفردي والمنشورات الشخصية. وقد ساعدت في دعم الدراسة الحالية من خلال الإشارة إلى أهمية المنصات الرقمية في بناء الوعي الثقافي، مع تركيز المذكرة على آليات عمل المجموعات الثقافية التفاعلية على فيسبوك مثل " *Algeria History and Culture* " كمساحة جماعية لتعزيز الهوية الجزائرية

### الاختلاف بين الدراساتتين

تختلف دراستنا عن دراسة نبيلة جعفري في نطاق التحليل وتركيز الموضوع؛ إذ ركزت جعفري على الانعكاسات العامة لاستخدام فيسبوك على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي، من خلال تتبع أنماط الاستخدام والمضامين التي يتابعها الأفراد بشكل شخصي، دون التركيز على مجموعات بعينها. أما دراستنا، فقد تناولت مجموعة ثقافية محددة "Algeria History and Culture" كنموذج عملي لتحليل الدور الجماعي المنظم في الترويج للهوية الثقافية الجزائرية من خلال المحتوى الثقافي التوثيقي والتفاعلي. كما تميزت دراستنا بالتركيز على التفاعل داخل الفضاء الجماعي المشترك، عكس دراسة جعفري التي ركزت على الاستخدام الفردي والمنشورات الشخصية. ورغم هذا التباين، تتقاطع الدراستان في التأكيد على أن فيسبوك يمثل أداة فعالة في تعزيز الهوية الثقافية لدى الشباب، سواء عبر الاستخدام الفردي أو من خلال فضاءات جماعية تفاعلية.

**الدراسة 3:** سهيلة زوار، جامعة الجزائر 3 كلية علوم الإعلام والاتصال: الإعلام الجديد (New Media) والهوية الثقافية مقارنة نقدية لاستخدام موقع الفيسبوك، أطروحة دكتوراه 2017

تناولت أطروحة سهيلة زوار من جامعة الجزائر 3 موضوع "الإعلام الجديد والهوية الثقافية" بمقاربة نقدية لاستخدام موقع فيسبوك، معتمدة على المنهج المسحي والتحليلي لدراسة كيفية استخدام طلبة جامعة الجزائر 3 للفيسبوك للتعبير عن هويتهم الثقافية، في سياق الاستخدامات المتملكة، وكيف يساهم الموقع في تأطير تفاعلاتهم. انطلقت الدراسة من إشكالية رئيسية حول دور الفيسبوك في هذا السياق، وطرحت عدة تساؤلات تتعلق بالاستخدامات العامة للطلبة، كيفية تملكهم للموقع للتعبير عن هويتهم، تجليات الهوية الثقافية عبر الهوية الافتراضية، ودور التأطير التقني للفيسبوك. وأظهرت النتائج أن الفيسبوك أصبح أداة لبناء الهوية الثقافية لكنه يعرض الأفراد لتأثيرات ثقافية أجنبية قد تُحدث تغييرات في مفاهيم الهوية، كما أبرزت الدراسة الدور الهام الذي تلعبه المجموعات الثقافية في نشر التراث الوطني، رغم التحديات المتعلقة بدقة المعلومات المتداولة

**حدود الاستفادة من هذه الدراسة**

تساعد دراسة سهيلة زوار في فهم دور فيسبوك كأداة للتعبير عن الهوية الثقالية لدى طلبة جامعة الجزائر 3، وتبرز أهمية الإعلام الجديد في تشكيل الانتماءات الثقافية، كما تفتح المجال أمام دراسات أخرى حول تأثير المنصات الرقمية على الهوية الوطنية، وكيف يتم الترويج للهوية في ظل الإعلام الجديد

### الاختلاف بين الدراستين

تختلف دراستنا عن دراسة سهيلة زوار من حيث المنهجية والزاوية التحليلية؛ فدراستنا ركزت على الدور الإيجابي لمجموعة ثقافية محددة "Algeria History and Culture" على فيسبوك في الترويج الواعي والمنظم للهوية الثقافية الجزائرية، من خلال التفاعل مع محتوى موثق وتشاركي. بينما اعتمدت سهيلة زوار في دراستها مقارنة نقدية لاستخدام فيسبوك من طرف طلبة جامعة الجزائر 3، مركزة على كيفية تملكهم للموقع للتعبير عن هويتهم الثقافية والافتراضية، مع إبراز التداخل بين التأثيرات الثقافية المحلية والأجنبية. كما تناولت دراستها إشكالية تشكّل الهوية في بيئة الإعلام الجديد وطرحت تساؤلات حول تأثير التأطير التقني لفيسبوك على ذلك. ورغم هذا الاختلاف، فإن الدراستين تتقاطعان في التأكيد على أن المجموعات الثقافية على فيسبوك تُمثّل فضاءً مهمًا لنشر التراث وتعزيز الانتماء، رغم التحديات المرتبطة بمصادقية المحتوى وسرعة انتشاره.

**الدراسة 4:** د. عطوي مليكة/ أ. عبد الجليل حسناوي، جامعة الجزائر: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي، أطروحة دكتوراه

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن تأثير استخدام موقع فيسبوك على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي، من خلال التركيز على مدى تأثير القيم الثقافية والدينية والاجتماعية واللغوية. وقد اعتمد الباحثان على المنهج المسحي باعتباره الأنسب لوصف وتحليل الظواهر الاجتماعية بشكل كمي، واستخدما أداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة من الطلبة. وتوصلت الدراسة إلى أن فيسبوك يلعب دورًا رئيسيًا في تشكيل وعي الشباب بثقافتهم الوطنية، حيث أصبح فضاءً رقميًا لنقل التراث والتفاعل معه، كما أن التفاعل عبر المنصة قد يُعزز بعض القيم الثقافية، لكنه قد يؤدي أيضًا إلى تراجع

بعض العادات والتقاليد، في حين أظهر الشباب استخدامهم لـفيسبوك كوسيلة للتعبير عن هويتهم الثقافية واستكشافها من خلال المحتوى الرقمي المتنوع

### حدود الاستفادة من هذه الدراسة:

ساهمت هذه الدراسة في تعزيز فهم الباحثة لدور فيسبوك في تشكيل الوعي الثقافي لدى الشباب، وهو عنصر أساسي في مذكرتها. فقد أكدت نتائجها أن الشباب هم الفئة الأكثر تأثرًا بالمحتوى الثقافي على فيسبوك.

### الاختلاف بين الدراستين

تختلف دراستنا عن دراسة عطوي مليكة وعبد الجليل حسناوي من حيث زاوية المعالجة والهدف؛ إذ ركزت دراستنا على تحليل دور مجموعة "Algeria History and Culture" على فيسبوك في الترويج للهوية الثقافية الجزائرية من خلال محتوى ثقافي موجه وتفاعلي، بينما تناولت الدراسة الأولى تأثير استخدام فيسبوك بشكل عام على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي، مع التركيز على القيم الثقافية والدينية والاجتماعية. كما أن دراستنا اعتمدت نموذجًا محددًا لدراسة التفاعل الثقافي، في حين ركزت الدراسة السابقة على الاستخدام العام دون تخصيص. ومع هذا، فإن نتائج الدراستين تتقاطع في التأكيد على أن فيسبوك يمثل فضاءً رقميًا فاعلاً في تعزيز وعي الشباب بثقافتهم الوطنية، سواء من خلال محتوى منظم كما في دراستنا، أو من خلال الاستخدام الفردي كما في الدراسة الأولى

### 7- منهج الدراسة وأدواته :

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، التي تهدف إلى وصف الظاهرة المدروسة وصفًا دقيقًا وتحليلها لفهم أبعادها ومكوناتها، دون التدخل في تعديلها أو التأثير عليها. وهي تعتمد في ذلك على جمع البيانات النوعية وتحليلها لفهم السياقات الاجتماعية والثقافية المرتبطة بموضوع البحث، مما يجعلها مناسبة لدراسة كيفية ترويج الهوية الثقافية الجزائرية عبر منصة فيسبوك.

الدراسة الوصفية هي منهجية بحثية تهدف إلى وصف الظواهر والحقائق كما هي في الواقع دون التدخل أو تعديل. تُستخدم لفهم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين من خلال جمع بيانات مباشرة من المشاركين<sup>1</sup>

- تختلف المناهج المستعملة باختلاف طبيعة الظاهرة المدروسة، وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج المسحي، الذي بينت التجارب الأولى لاستخدامه أهميته في دراسة الظواهر الاجتماعية ميدانيًا، إذ يقوم على بحث المشكلة بهدف التعرف على مختلف جوانبها، ويُعد من المناهج الأساسية في الدراسات الوصفية الخاصة ببحث الظواهر الاجتماعية والسلوكية يعتبر المنهج المسحي أحد أنواع البحوث الوصفية، إذ يعتمد على جمع بيانات من عينة تمثل مجتمع الدراسة بهدف وصف الظاهرة أو المشكلة محل البحث وتحليلها، يتم ذلك من خلال استجواب أفراد مختلفين. هذا المنهج يعتبر مهمًا في البحث العلمي والدراسات الوصفية.<sup>2</sup> تم اعتماد على المنهج المسحي لإمكانية جمع معلومات واسعة من شريحة كبيرة من الأفراد، مما يجعله مناسبًا للدراسات التي تهدف إلى معرفة اتجاهاتهم وسلوكياتهم. وقد تم اختياره لكونه يسمح بفهم تصورات الأفراد حول الثقافة الجزائرية ودور وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج للهوية الثقافية الوطنية.

جاء اختيار أدوات الدراسة، والمتمثلة في "الاستبيان الإلكتروني" و"الملاحظة العلمية"، لكونها تتماشى مع طبيعة المنهج المسحي المعتمد، حيث يتيح الاستبيان الإلكتروني جمع بيانات كمية واسعة من عدد كبير من الأفراد بطريقة منظمة، مما يساعد في قياس اتجاهاتهم وسلوكياتهم بدقة. أما أداة الملاحظة العلمية، فتمكن الباحث من تتبع التفاعلات والسلوكيات بشكل مرن وطبيعي داخل البيئة الرقمية، مما يوفر معطيات إضافية تدعم تفسير النتائج وتُسهم في تحليل كيفية التعبير عن الهوية الثقافية ضمن المنصة المدروسة.

<sup>1</sup> هبة محسن محمود، المحاضرة الخامسة البحث العلمي: المنهج الوصفي، جامعة الموصل/الدراسات العليا، سنة 2021.  
<sup>2</sup> المنهج المسحي: تعريفه وتطبيقاته، المدونة العربية، 12 فبراير 2024، متاح على <https://blog.ajsrp.com> تم الاطلاع عليه يوم 12 مارس 2025 على الساعة 13:30

تم استخدام الاستبيان كونه أداة بحثية تتكون من مجموعة أسئلة مكتوبة تُرسل إلى أفراد العينة من خلال وسائل إلكترونية (مثل Google Forms أو أدوات مشابهة). يهدف إلى جمع بيانات عن آراء وتصورات الأفراد بطريقة فعالة وسريعة، مع إمكانية الوصول إلى عدد كبير من المشاركين في وقت قصير، مما يسمح بالحصول على معلومات كمية قابلة للتحليل الإحصائي لدعم نتائج الدراسة<sup>1</sup>

وقد تم توزيع استمارة إلكترونية على عينة مكونة من 100 متابع لمجموعة "Algeria History and Culture"، بهدف قياس مدى مساهمة هذه المجموعة في الترويج للهوية الثقافية الجزائرية.

تكون الاستبيان من ثلاثة محاور رئيسية، جاءت كما يلي:

- المحور الأول: المعلومات الشخصية

- المحور الثاني: متابعة فيسبوك والمجموعات الثقافية

- المحور الثالث: خصائص مجموعة "Algeria History and Culture"

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة أداة الملاحظة باعتبارها أداة علمية أساسية ورئيسية لا يمكن الاستغناء عنها في أي بحث علمي أكاديمي ومهارة مهمة في مختلف العلوم الإنسانية والاجتماعية وغيرها. تعد الملاحظة من الأدوات البحثية التي يمكن استخدامها للحصول على البيانات تتعلق ببعض الحوادث والوقائع. ويفضل استخدام الملاحظة كأداة بحثية على غيرها من الأدوات وخاصة عندما تكون ممكنة حيث يتم فيها تحديد ما هو المطلوب التركيز عليه وتدوين ما يراه الباحث أو ما يسمعه بدقة تامة.<sup>2</sup>

8- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

<sup>1</sup> خلود سمير، الاستبيان الإلكتروني وكيفية إنشائه ومكوناته، بوابة زامن، 19 جانفي 2024، متاح على <https://zamn.app> تم الاطلاع عليه يوم 12 مارس 2025. على الساعة 15:00  
<sup>2</sup>الاسهيل رزق دياب، مناهج البحث العلمي، مركز التطوير التربوي، غزة-فلسطين، مارس 2003، ص50.

مجتمع الدراسة في البحث العلمي هو مجموعة من الأفراد أو العناصر التي تشترك في صفة أو أكثر، وتُمثل موضوع البحث الأساسي. لا يقتصر على البشر فقط، بل قد يشمل حيوانات، مؤسسات، أحداث، أو أشياء. يُختار المجتمع بناءً على معايير يحددها الباحث، إلا أن دراسته بالكامل غالبًا ما تكون صعبة لأسباب عملية، لذا يتم اللجوء إلى اختيار عينة تمثل هذا المجتمع للحصول على نتائج قابلة للتعميم<sup>1</sup>

مجتمع الدراسة هو متابعي مجموعة *Algeria History and Culture* ، وجاء اختيار هذه المجموعة لعدة أسباب تشمل:

- التفاعل المجتمعي: تتيح المجموعة لأعضائها من مختلف أنحاء العالم فرصة التفاعل والنقاش حول قضايا ثقافية واجتماعية تخص الجزائر، مما يعزز شعور الانتماء والهوية الثقافية.
  - حفظ التراث الثقافي: من خلال نشر المحتوى الذي يتعلق بالتاريخ، الفنون، والمعتقدات الثقافية الجزائرية، تساهم المجموعة في الحفاظ على الموروث الثقافي للأجيال القادمة.
  - الوصول إلى جمهور واسع: باعتبارها مجموعة على فيسبوك، فإنها تتيح الوصول إلى جمهور واسع من جميع الفئات العمرية والجغرافية، مما يساهم في نشر الثقافة الجزائرية على نطاق عالمي.
- عينة الدراسة :

العينة هي جزء فرعي من مجتمع الدراسة يُختار لتمثيله في البحث، وذلك بسبب صعوبة دراسة المجتمع بالكامل. يجب أن تعكس العينة خصائص المجتمع بدقة، وأن يكون حجمها مناسبًا لضمان دقة التحليل الإحصائي. وتكمن أهميتها في تمكين الباحث من إجراء الدراسة واستخلاص نتائج قابلة للتعميم على المجتمع الأصلي، فكلما كانت العينة مختارة بعناية، زادت دقة النتائج وموثوقيتها<sup>2</sup>

<sup>1</sup> أنور العزام، مجتمع الدراسة في البحث العلمي، 3 أبريل 2022، متاح على، تم الاطلاع عليه <https://mawdoo3.com> يوم 23 مارس 2025. على الساعة 20:17

<sup>2</sup> محمد عبد مطشر اللامي، محاضرات المنهج التجريبي، الجامعة المستنصرية 1 سبتمبر 2020، ص 1

-تم الاعتماد في هذه الدراسة على العينة القصدية وهي عينة يتم اختيارها بشكل متعمد نظراً لملاءمتها لأهداف الدراسة. بعبارة أخرى، يختار الباحث الأفراد الذين يعتقد أنهم يمتلكون المعرفة أو الخبرة المرتبطة بموضوع البحث.<sup>1</sup>

تكونت هذه العينة من 100 متابع من مجموعة “*Algeria history and culture*”. وقد اختير هذا العدد كونه يُعد رقمًا مقبولاً إحصائياً لقياس مدى مساهمة هذه المجموعة في الترويج للهوية الثقافية الجزائرية، مع مراعاة تنوع المشاركين من حيث الأعمار والمناطق الجغرافية، نظراً لطبيعة الفضاء الرقمي الذي يتيح مشاركة أفراد من مختلف أنحاء الوطن وخارجه.

9- حدود الدراسة:

1. **حدود مكانية:** تجرى الدراسة على الفضاء الافتراضي داخل مجموعة “*Algeria History and Culture*” على منصة فيسبوك.

2. **حدود زمانية:** تمتد الدراسة من 01 ديسمبر 2024 إلى 30 أبريل 2025.

3. **حدود بشرية:** العينة البشرية على متابعي مجموعة “*Algeria History and Culture*” الذين يُبدون اهتماماً بالثقافة الجزائرية.

## 10- اختبار الصدق والثبات:

يُعتبر خطوة أساسية ومهمة جداً في إعداد أي استبيان علمي، إذ يستخدم الصدق أو ما يسمى بالصلاحية في البحث العلمي إلى الكشف عن صدق أداة القياس والتأكد ما إذا كانت تقيس ما تم تصميمها للقيام به، حيث يسمح الصدق للباحث بتحديد ما إذا كانت الاختلافات بين المستجيبين هي خصائص مستحقة لبعضها البعض أو لمتغيرات مستقلة. أما الثبات Reliability أو ما يسمى بالموثوقية يُعرف بأنه مدى التطابق الذي تقدمه النتائج التي نحصل عليها من تطبيق هذا الاختبار عدة مرات على نفس الأفراد مهما كان الشيء الذي يقوم هذا الاختبار بقياسه.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> تعريف العينة القصدية، المدونة العربية، 9 فبراير 2024، متاح على <https://blog.ajsrp.com> تم الاطلاع عليه يوم 10 مارس 2025 على الساعة 10:00

<sup>2</sup> ندي حمدي، الصدق والثبات في البحث العلمي، شركة سندك للاستشارات الأكاديمية والترجمة متاح على <https://www.sanadkk.com>، تم الاطلاع عليه يوم 22 أبريل 2025 على الساعة 00:10.

قبل الشروع في توزيع الاستبيان الإلكتروني على العينة المدروسة، تم التأكد من صدق الأداة وثباتها لضمان جودة البيانات المتحصّل عليها. عبر عرض نسخة أولية من الاستبيان على أستاذين محكمين من المدرسة العليا لعلوم الإعلام والاتصال<sup>1</sup>، وذلك بغرض التحقق من صدق المحتوى (Content Validity)، حيث قدّما ملاحظات قيمة تتعلق بصياغة بعض الأسئلة، ومدى وضوحها، وارتباطها بمحاور الدراسة وأهدافها. بناءً على هذه الملاحظات، تم إجراء تعديلات طفيفة على بعض العبارات لضمان دقة الفهم وتقليل اللبس المحتمل لدى أفراد العينة. أما بالنسبة لاختبار الثبات (Reliability)، فقد تم الاعتماد على توجيهات السادة الأساتذة المذكورين وقياسه وتم استخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لقياس ثبات أداة الدراسة، أي مدى الاتساق الداخلي بين فقرات الاستبيان ضمن كل محور. وقد أظهر اختبار معامل ألفا كرونباخ لمقياس الدراسة أن قيمة الثبات بلغت (0.640)، وهي قيمة تُعد مقبولة مبدئياً في البحوث الاجتماعية، مما يدل على اتساق إجابات أفراد العينة على فقرات الاستبيان.

جدول الثبات (الموثوقية)	
عدد العناصر (الأسئلة)	معامل ألفا كرونباخ
15	0.640

## 11- الإسهاد النظري: تم الاعتماد على النموذج التكاملية للاستخدام والاعتماد في البيئة الرقمية

### نظرية الاستخدامات والإشباع

- تشير نظرية الاستخدامات والإشباع إلى أن الأفراد يتعرضون للوسائل الإعلامية بدافع تلبية حاجاتهم ودوافعهم، حيث يُنظر إلى الجمهور كطرف نشط يختار المحتوى الإعلامي وفقاً لتفضيلاته.<sup>2</sup> ووفقاً لتعريف مساعد المحيا، فإن المادة الإعلامية تُستخدم لإشباع حاجات نفسية واجتماعية محددة، مما يجعل الجمهور فاعلاً في انتقاء الوسائل والمضامين التي تناسبه<sup>3</sup>. كما توضح يسرى خالد إبراهيم

<sup>1</sup> الأساتذة المحكمين: الأستاذ مراد زقان والأستاذة بوسجيرة ليليا، أساتذة التعليم العالي من المدرسة العليا لعلوم الإعلام والاتصال.

<sup>2</sup> رافد عجيل فليح، نظريات الاتصال وصناعة القرار، البوابة العربية، 2012، متاح على <https://fsic.univ-alger3.dz> تم الاطلاع

عليه يوم 11 مارس 2025 على الساعة 17:00

<sup>3</sup> أسامة بن مساعد المحيا، نظريات التأثير الإعلامي، سلسلة الإعلام، 2012، ب ط ص، 10.

وفاطمة عبد الكاظم حمد أن هذه النظرية تركز على الجمهور أكثر من الرسالة، باعتباره يمتلك القدرة على اختيار ما يلبي رغباته وأهدافه من التعرض الإعلامي<sup>1</sup>

### نشأة وتطور نظرية الاستخدامات والإشباعات:

ظهرت نظرية الاستخدامات والإشباعات لأول مرة عام 1955 على يد إيليا كاتز، وشكلت تحولاً مهماً في الدراسات الإعلامية، إذ انتقلت من التركيز على تأثير الرسالة إلى دراسة الجمهور الفاعل، ما قلل من أهمية مفهوم "قوة الإعلام الطاغية" الذي روجت له نظرية "الرصاصية السحرية". وعلى عكس هذه الأخيرة التي افترضت استجابة موحدة للرسائل، ركزت النظرية الجديدة على الفروق الفردية والاجتماعية في التفاعل مع المحتوى.

مرت النظرية بثلاث مراحل زمنية:

- المرحلة الوصفية (الأربعينات والخمسينات) ركزت على وصف تفضيلات الجمهور.
- المرحلة التطبيقية (الستينات) اهتمت بالعوامل النفسية والاجتماعية المؤثرة على الاستخدام.
- المرحلة التفسيرية (من السبعينات إلى اليوم) ركزت على تحليل الإشباعات المتحققة من الوسائل الإعلامية، ووضع قوائم لاستخداماتها<sup>2</sup>

### فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تفترض نظرية الاستخدامات والإشباعات أن الجمهور فاعل في عملية الاتصال، إذ يلجأ إلى وسائل الإعلام بدوافع نفسية وشخصية لتحقيق أهداف معينة وتؤكد أن استخدام الوسائل يعكس حاجات فردية متباينة، تتأثر بالعوامل الاجتماعية والفروق الشخصية.<sup>3</sup>

يُنظر إلى الجمهور كمتحكم في اختياراته الإعلامية، حيث يستهلك المحتوى وفقاً لاهتماماته وليس تحت تأثير مباشر من الوسائل. كما يتمتع بوعي يسمح له بتحديد حاجاته والتعبير عنها.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> يسرى خالد إبراهيم، فاطمة عبد الكاظم حمد، نظريات الاتصال، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، 2012، ب ط ص 137.

<sup>2</sup> عاطف عدلي العبد، ونهى عاطف، نظريات الاتصال وتطبيقاتها، دار الفكر العربي، القاهرة 2008، ص 96.

<sup>3</sup> رشتي جيهان أحمد، الأسس العلمية لنظرية الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978 ص 75

<sup>4</sup> رشتي جيهان أحمد، نفس المرجع، ص 91.

وتشير النظرية أيضًا إلى إمكانية استنتاج المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال أنماط استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، وليس فقط عبر تحليل محتواها

### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

بدأ الاهتمام بتأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي للجمهور منذ عشرينيات القرن الماضي، حيث ربط الباحثون هذا التأثير بعدد من المتغيرات، مثل نوع الوسيلة الإعلامية وخصائص الجمهور. وأكدوا وجود علاقة متبادلة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية. ظهرت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في عام 1984 على يد ساندر بول روكيتش وزملائها، الذين دعوا إلى تجاوز النظرة التقليدية لوسائل الإعلام كأدوات للإقناع، والتركيز على دورها كمصدر رئيسي للمعلومات، خاصة عندما تكون المعلومات نادرة أو يصعب الوصول إليها من مصادر أخرى. <sup>1</sup>تعتبر هذه النظرية امتدادًا لنظرية الاستخدامات والإشباع، حيث تركز على العلاقة بين الأهداف الفردية والنظام الإعلامي ضمن بيئة اجتماعية معينة. وتُصنف ضمن النظريات الوظيفية التي تفسر تفاعل الأفراد مع وسائل الإعلام بناءً على احتياجاتهم وأهدافهم. كما تُعتبر نظرية بيئية تهتم بتفسير العلاقات المعقدة بين الأنساق والمؤسسات داخل المجتمع، بما في ذلك العلاقة بين الأفراد ووسائل الإعلام.<sup>2</sup> من الأهداف الرئيسية لهذه النظرية هو تفسير تباين تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، سواء كان قويًا ومباشرًا أو ضعيفًا وغير مباشر<sup>3</sup>

### ركائز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، كما طورها ميلفين ديفلور وساندر بول روكيتش في طبعتهما الخامسة عام 1987، تقوم على دعامين أساسيين:

<sup>1</sup> عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، ط1 عام 2016 عمان: دار البازوري، ص231  
<sup>2</sup> كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، ط1 عام 2020، ص 145  
<sup>3</sup> ميلفين، ديفلور ساندر بول، روكيتش (1992). نظريات وسائل الاتصال، ترجمة كمال عبد الرؤوف ط1، القاهرة الدار الدولية للنشر والتوزيع، ص413-414

-**الأهداف:** يوضح الباحثان أن الأفراد والجماعات يسعون لتحقيق أهداف معينة من خلال المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام، حيث تتعامل هذه المصادر مع أفراد أو جماعات أو منظمات قد تعتمد بدورها على هذه الأطراف في تغذية المحتوى أو التفاعل معه.<sup>1</sup>

-**المصادر:** تؤدي وسائل الإعلام ثلاثة أدوار رئيسية في توفير المعلومات: جمعها، تنسيقها وتنقيحها، ثم نشرها وتوزيعها<sup>2</sup> كما يوسع الباحثان مفهوم "المعلومات" ليشمل ليس فقط الأخبار، بل أيضًا الترفيه والمحتويات الثقافية، بما في ذلك الدراما التي تدعم العادات الاجتماعية. يشمل هذا النوع من المعلومات جميع الرسائل الإعلامية التي تؤثر على تفكير الأفراد ومشاعرهم وسلوكهم<sup>3</sup>

### فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تزداد قدرة وسائل الإعلام على التأثير المعرفي، والعاطفي، والسلوكي كلما قامت بوظيفة نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، خصوصًا في أوقات عدم الاستقرار الاجتماعي الناتج عن الصراعات أو التغييرات.

-يرتبط تأثير وسائل الإعلام بمدى اعتماد الأفراد عليها؛ فكلما أصبحت الوسيلة مركزية في حياة الفرد، زاد تأثيرها فيه.

-يوجد ترابط ثلاثي بين وسائل الاتصال، الجمهور، والمجتمع، حيث يمكن لتغير أحدها أن يؤدي إلى تغير في البقية.<sup>4</sup>

### النموذج التكاملي بين نظرية الاستخدامات والإشباع ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تتقاطع كل من نظرية الاستخدامات والإشباع ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في تركيزهما على العلاقة التفاعلية بين الأفراد ووسائل الإعلام، إلا أن الجمع بينهما يُنتج نموذجًا تكامليًا غنيًا يصلح لتفسير الظواهر الاتصالية في بيئة الإعلام الرقمي. ففي حين تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى فهم الدوافع الفردية لاستخدام وسائل الإعلام من أجل تحقيق إشباع محددة، تركز نظرية الاعتماد على مدى اعتماد الأفراد والمجتمع على وسائل الإعلام كمصادر أساسية للمعلومات، خاصة في ظل الأزمات والتغيرات المجتمعية.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير عام 2004 ط1، القاهرة عالم الكتب، ص298

<sup>2</sup> كمال الحاج، عام 2020، المرجع نفسه ص 145

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد، نفس المرجع، ص299

<sup>4</sup> يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال عام 2015 ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع عمان، ص226

هذا الدمج يسمح بتحليل شامل يجمع بين:

- الاحتياجات الفردية والإشباع المحققة (كما في نظرية الاستخدامات والإشباع)،
- درجة الاعتماد والتأثيرات الناتجة عنه (كما في نظرية الاعتماد)،
- إلى جانب فهم العلاقة الديناميكية بين وسائل الإعلام، والجمهور، والمجتمع<sup>1</sup>

### تطبيق النظرية في الدراسة

- اعتماد النظريتين في بناء محاور الدراسة التطبيقية، من خلال التركيز على دوافع الاستخدام، الإشباع المتحققة، درجة الاعتماد، ومستوى التأثير المعرفي والثقافي.
- الاستناد إلى مبادئ النظريتين في صياغة الفرضيات التي تربط بين استخدام المجموعة وتحقيق الإشباع الثقافي.
- توظيف النظريتين في تحليل وتفسير النتائج، من خلال فهم العلاقة بين استخدام الأفراد للمجموعة وتحقيق حاجاتهم المعرفية والهوياتية.

---

<sup>1</sup> عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، ط1 عام 2016 عمان: دار اليازوري، ص 245-246

الفصل الثاني: الهوية الثقافية

الجزائرية في سياق الميديا الجديدة

## تمهيد

يشهد العالم اليوم تطورًا تكنولوجيًا سريعًا أثر بشكل عميق على جميع جوانب الحياة، بما في ذلك الثقافة والهوية. تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز الظواهر الرقمية التي غيرت من طرق التواصل والتفاعل بين الأفراد والمجتمعات، وأصبحت تؤثر بشكل مباشر على الهويات الثقافية والاجتماعية. في هذا الفصل، سنناقش بشكل عام شبكات التواصل الاجتماعي من حيث تعريفها، نشأتها، وتصنيفها، كما سنسلط الضوء على أبرز المنصات الرقمية مثل فيسبوك وتحولاته المتسارعة في عصر الميتافيرس. إضافة إلى ذلك، سنستعرض مفهوم الهوية الثقافية الجزائرية، وعلاقتها بالتحولات المعاصرة، وكيفية تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل هذه الهوية وتحدياتها في ظل العولمة والتغيرات الرقمية.

## المبحث الاول: الإطار العام لشبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الاول: شبكات التواصل الاجتماعي: تعريفها، نشأتها وتصنيفها حسب الاستخدام

### أولاً: تعريف شبكات التواصل الاجتماعي

مقولة ديكارت "أنا أفكر إذن أنا موجود" أشعلت الإلهام لدى مخترعي التكنولوجيا ليبتكروا لبشرية ألوانا شتى من وسائل الاتصال والتواصل مخلصين بذلك الشطر الثاني من تلك المقولة لتصبح، "أنا أتصل إذاً أنا موجود"<sup>1</sup> فهذه المقولة أصبحت النسخة الجديدة لنوع جديد من الإنسان لم يعد الأساسي عنده هو الاستقلال الشخصي بل تعددية العلاقات وتشابكها وإن كانت افتراضية.

على امتداد التاريخ، شهد الإنسان اختراعات قلبت نمط حياته جذرياً؛ فقد أدخلت السيارة والتلفزيون والراديو والحاسوب تغييرات كبيرة، لكنَّ الإنترنت تفوَّق عليها جميعاً بفضل سرعته في الانتشار وعمق تأثيره وإمكاناته الواسعة التي لم تُستكشف بعد. من خلال الشبكات الرقمية، انتقل الأفراد من عزلة اجتماعية إلى مشاركة فعّالة في تجارب جماعية تعزز الروابط فيما بينهم. إذ يرى خبراء المستقبل أن ثورة المعلومات وشبكات التواصل الاجتماعي ستحدث تغييرات عميقة في الإعلام، والحكم، والأمن، على المستويين المحلي والعالمي، وستُعِد تشكيل العلاقات بين الدول. كما يُتوقع أن تؤثر هذه التقنيات الحديثة على نمط الحياة اليومية واتخاذ القرارات، من خلال إعادة تعريف مفاهيم الاتصال وتوزيع المعرفة بطرق غير تقليدية. وقد ساهمت منصات مثل فيسبوك وتويتر في تغيير أساليب التفاعل الاجتماعي، والتسويق، والعلاقات بين الحكومات والمواطنين، مما أدى إلى نشوء نماذج جديدة في مختلف المجالات<sup>2</sup>

### ثانياً: نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي

تم صياغة مصطلح "الشبكات الاجتماعية" لأول مرة في عام 1954 من قبل الباحث جون بارنز. في السبعينات، بدأت بعض الوسائل الإلكترونية الاجتماعية في الظهور، مثل البريد الإلكتروني الذي

<sup>1</sup>محمود، الفطافطة، مستقبل الإعلام الجديد، مركز رام الله لدراسات حقوق الإنسان "تسامح"، العدد 36، السنة 10، 2012م، مارس، ص 65.  
<sup>2</sup> عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر متوجهة نظر الصحفيين الأردنيين، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص14.

سهل التواصل وبناء علاقات مستدامة بين الأفراد باستخدام أسماء مستعارة. في منتصف التسعينات، بدأ شكل الشبكات الاجتماعية الحديثة بالظهور مع مواقع مثل CLASSMATES.COM في 1995 و SixDegrees.com في 1997، التي سمحت للمستخدمين بالتواصل والبحث عن زملاء الدراسة. في بداية الألفية، ظهرت عدة شبكات اجتماعية لم تحقق نجاحًا كبيرًا بين 1999 و 2001. ثم في 2002، تم إطلاق Friendster في كاليفورنيا والذي كان يعتمد على دائرة الأصدقاء. في 2003، ظهر MySpace الذي سمح بتخصيص الصفحات الشخصية ومشاركة الموسيقى.<sup>1</sup>

مع إطلاق فيسبوك في 2004، بدأت الشبكات الاجتماعية تأخذ شكلها الحالي، حيث توسع ليشمل الجميع بعد أن كان مخصصًا لطلاب جامعة هارفارد. تلاه يوتيوب في 2005 وتويتر في 2006، ليحولا طريقة مشاركة المحتوى والنقاشات العامة. استمرت الشبكات الاجتماعية في التطور مع إطلاق إنستغرام في 2010 وسناب شات في 2011، الذي ابتكر فكرة الرسائل والصور ذاتية الاختفاء. وأخيرًا، تيك توك في 2016، الذي ركز على مقاطع الفيديو القصيرة والإبداعية<sup>2</sup>

### ثالثًا: تصنيف شبكات التواصل الاجتماعي حسب الاستخدام

#### النوع الأول: الشبكات الشخصية (الأكثر شهرة)

هذا النوع هو الأكثر شيوعًا، حيث يُنشئ المستخدمون حسابات شخصية تتيح لهم إرسال الرسائل، ومشاركة الصور والفيديوهات والروابط، مما يعزز من التواصل والتفاعل الاجتماعي عبر المنصات المختلفة.

#### النوع الثاني: الشبكات العامة

<sup>1</sup> عبد الله ممدوح مبارك الرعود، مرجع نفسه، ص33  
<sup>2</sup> ميمي محمد عبد المنعم توفيق، شبكات التواصل الاجتماعي... (النشأة والتأثير)، مقالة أصلية، مجلة كلية التربية في العلوم الإنسانية والأدبية، أبريل 2018 صفحة 193-237

تركز على ربط الأفراد في المجالات المهنية وقطاعات الأعمال. تُمكن المستخدمين من عرض سيرهم الذاتية وخبراتهم وإنجازاتهم، مما يسهل فرص التوظيف والتعاون المهني.<sup>1</sup>

ويمكن تبسيط تصنيف أنواع مواقع التواصل الاجتماعي كما يلي:

### 1-مواقع الاتصالات وتبادل المعلومات

-المدونات (Blogs): تسمح بنشر محتويات شخصية أو متخصصة.

-مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي: مثل "فيسبوك" و"لينكدإن"، وتوفر ميزات للتفاعل والانضمام لمجموعات ذات اهتمام مشترك.

-مواقع الفعاليات (Events): تنظم الفعاليات وتدير قوائم الحضور باستخدام أدوات مثل تحديد المواقع الجغرافية وتحديثات الحدث الفورية.

### 2-مواقع التعاون وبناء فرق العمل

مثل "ويكيبيديا"، التي تعتمد على مساهمات المستخدمين لبناء محتوى معرفي جماعي وتفاعلي.

### 3-مواقع الوسائط المتعددة

-منصات الفيديو: مثل "يوتيوب" لنشر المحتوى المرئي المتنوع.

-مواقع الموسيقى: لعرض الأعمال الموسيقية والتفاعل مع الجمهور، بما يُتيح فرصًا فنية جديدة.

### 4-مواقع الرأي والاستعراض (Opinions & Reviews)

تتيح للمستخدمين تقييم المنتجات والخدمات، مما يساعد الآخرين في اتخاذ قرارات مستنيرة.

<sup>1</sup> بوشعالة أمال، اتجاهات استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة ماستر، جامعة المسيلة، الجزائر، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، 2013، ص54.

## 5-المواقع الترفيهية والاجتماعية

تشمل العوالم الافتراضية ثلاثية الأبعاد والألعاب التفاعلية، وتوفر تجارب اجتماعية وترفيهية تحاكي الواقع<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: أبرز المنصات الرائدة في مجال التواصل الاجتماعي

- 1- فيسبوك يتصدر بـ3.1 مليار مستخدم، كأكبر منصة للتواصل الاجتماعي عالمياً.
- 2- يوتيوب يحل ثانياً بـ2.5 مليار مستخدم، ويُعد منصة الفيديوهات الأوسع انتشاراً.
- 3- واتساب وإنستغرام يتساويان بـ2 مليار مستخدم، الأول يُستخدم للمراسلة الفورية، والثاني لمشاركة الصور والفيديوهات.
- 4- تيك توك يواصل جذب الشباب بـ1.6 مليار مستخدم عبر فيديوهات قصيرة مبتكرة.
- 5- وي تشات يخدم 1.3 مليار مستخدم، ويجمع بين المراسلة والتواصل والخدمات الرقمية.
- 6- تيليجرام لديه 800 مليون مستخدم بفضل تركيزه على الخصوصية والأمان.
- 7- سناب شات يستخدمه 750 مليون شخص، ويتميز بالمحتوى الزائل والعدسات التفاعلية.
- 8- إكس (تويتر سابقاً) يبلغ مستخدموه 619 مليون، ويُعرف بالتدوين المصغر ومتابعة الأخبار.
- 9- ويبو منصة صينية مماثلة لتويتر، تضم 605 مليون مستخدم

شكل رقم 01: وثيقة تمثل أكثر منصات التواصل الاجتماعي شهرةً في العالم في عام 2024<sup>2</sup>

<sup>1</sup> علي محمد بن فتح محمد "مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الأخلاقية والقيمية" مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية، 2011، ص10-11.  
<sup>2</sup> أكثر منصات التواصل الاجتماعي شهرةً في العالم في عام 2024، بواسطة توثيق ON نوفمبر 5، 2024، متاح على <https://ehsaeyat.com/post/hsyyt-wsyt-ltwsl-lkthr-shaaby-khll-aam-2024/> تم الاطلاع عليه يوم 12 ديسمبر 2024 على الساعة 12:00

# وسائل التواصل

## الأكثر شعبية خلال عام 2024

3.05	مليار مستخدم	فيسبوك	1
2.50	مليار مستخدم	يوتيوب	2
2.00	مليار مستخدم	واتساب	3
2.00	مليار مستخدم	إنستجرام	4
1.60	مليار مستخدم	تيك توك	5
1.30	مليار مستخدم	وي تشات	6
800	مليون مستخدم	تليجرام	7
750	مليون مستخدم	سناب شات	8
619	مليون مستخدم	إكس	9
605	مليون مستخدم	ويبو	10

المطلب الثالث: فيسبوك: تعريف، النشأة والخصائص

أولاً: التعريف بالفيسبوك

مصطلح فيسبوك في أوروبا يشير إلى دفتر ورقي يحتوي على صور ومعلومات لأشخاص داخل جامعة معينة، يُستخدم لتعريف المنتسبين ببعضهم البعض. ومن هذا المفهوم جاءت تسمية الموقع<sup>1</sup>. ويُعرف أيضًا كموقع إلكتروني يُمكن المستخدمين من تكوين علاقات وتبادل المعلومات، الصور، الفيديوهات، والآراء داخل فضاء افتراضي يتجاوز حدود الزمان والمكان. وقد أصبح منبرًا واسعًا للتعبير والتواصل، حيث يُعد من أشهر المواقع عالميًا، ويُشبهه من حيث عدد المشتركين "دولة" ضخمة<sup>2</sup>

<sup>1</sup> وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، فهرسة المكتبة الوطنية أثناء النشر، الخرطوم، السودان، 2011، ص12  
<sup>2</sup> Laurie, Charnigo, and Paula Barnett(2007): checking out facebook.com:the Impact of a digital trendon academic libraries (information Technology and libraries,vol.26,No.1,) p.23

## ثانياً: نشأة وتطور موقع فيسبوك

أسس مارك زوكربيرغ موقع "فيسبوك" بمساعدة داستين موسكوفيتش وكريس هيوز، وكانوا جميعاً طلاباً بجامعة هارفارد. بدأت الفكرة بموقع "فيس ماتش" في 28 أكتوبر 2003، الذي اعتمد على نموذج "Hot or Not"، حيث استخدم زوكربيرغ صور الطلبة دون إذن عبر اختراق شبكة الجامعة، مما أدى إلى جدل واسع واتهامات بانتهاك الخصوصية وحقوق النشر، لكنها أُسقطت لاحقاً.<sup>1</sup> قال زوكربيرغ في مدونته إنه ارتكب حماقة، لكنه رأى أن أحدًا غيره كان سيقوم بذلك في النهاية، بعدها أطلق "thefacebook.com" في 4 فبراير 2004 كموقع مخصص لطلاب "هارفارد كوليدج"، وسرعان ما انتشر في الجامعة، حيث سجّل فيه أكثر من نصف الطلاب خلال الشهر الأول. شاركه في المشروع إدواردو سافرين (المدير التنفيذي الأول)، داستين موسكوفيتش (مبرمج)، أندرو ماكولام (رسام جرافيك)، وكريس هيوز (مساعد إعلامي).

في مارس 2004، توسع الموقع ليشمل جامعات أخرى مثل ستانفورد وكولومبيا، ثم جميع جامعات "آيفي ليغ"، ومنها إلى جامعات الولايات المتحدة وكندا. بحلول يونيو 2004، انتقل المقر الرئيسي إلى بالو ألتو، كاليفورنيا. وفي عام 2005، اشترت الشركة النطاق "facebook.com" مقابل 200,000 دولار، وأزيلت كلمة "the" من الاسم الرسمي<sup>2</sup>

## ثالثاً: خصائص فيسبوك

### 1/ الخصائص الأولية

-الدوام: تظل معلومات الصفحة متاحة لفترة طويلة (قد تصل إلى ستة أشهر)، مما يسهّل الاتصال غير المتزامن والرجوع إلى المنشورات والتعليقات لاحقاً.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> مزري تش، بن. قصة فيسبوك: ثورة وثروة. ترجمة: الهلالي، وائل محمود محمد. القاهرة: إصدارات سطور الجديدة، الطبعة العربية الأولى، 2011، ص 133.

<sup>2</sup> بسمّة نصيف. "موقع الفيس بوك ودوره في تطوير مجال النحت والتعلم عبر الإنترنت في ضوء متطلبات عصر المعرفة"، كلية التربية النوعية، المنصورة، جمهورية مصر العربية، 2011 م، ص 703

<sup>3</sup> سالم بن عبد المجيد البيض، الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية، دون ذكر البلد، 2012، ص 6.

-العضوية المحدودة (2004): اقتصر في البداية على طلاب هارفارد، ثم توسعت تدريجياً لطلاب جامعات أميركية وكندية، قبل فتحها للعام عام 2006.

-الملفات الشخصية (2004): بسّطت في البداية لتشمل الاسم والجامعة والصورة والمجموعة الجامعية، كافية للتعرف ضمن البيئة الحرمية.

-الحائط (2004): أطلقت ميزة "Wall" لكتابة الرسائل العلنية على صفحات الأصدقاء، في أول تفاعلٍ علني من نوعه ضمن الشبكة.

-المجموعات (2005): سمحت بإنشاء مساحات نقاش حول اهتمامات مشتركة (فرق رياضية، نشاطات طلابية)، كأول شكل من أشكال المنتدى على المنصة.

-الصفحات (2007): أُضيفت لمنح الأفراد والشركات والشخصيات العامة مساحة للتواصل مع جمهورها عبر صفحة مفتوحة للإعجاب والمتابعة.<sup>1</sup>

## 2 / الخصائص الجديدة لـ فيسبوك

-Reels (2020): مقاطع فيديو قصيرة (15-30 ثانية) مع نصوص وموسيقى وفلاتر، لمنافسة تيك توك والاستفادة من المحتوى المرئي السريع.

-Horizon Workrooms (2021): بيئة اجتماعات افتراضية عبر نظارات الواقع الافتراضي (Oculus)، لتعزيز تجربة العمل عن بُعد (Meta).

-التفاعل الصوتي مع Meta AI (2022): إمكانية التحدث إلى ذكاء اصطناعي داخلي لطرح أسئلة أو طلب مساعدة فورية عبر الصوت.

<sup>1</sup> بسمة نصيف. "موقع الفيس بوك ودوره في تطوير مجال النحت والتعلم عبر الإنترنت في ضوء متطلبات عصر المعرفة"، كلية التربية النوعية، المنصورة، جمهورية مصر العربية، 2011 م، ص 703.

-تحديثات صفحات فيسبوك (2022-2024): أدوات إدارة محسنة للشركات والأفراد (رسائل خاصة مباشرة، خيارات إعلانية أكثر تخصيصًا).

-تحديث عرض الملفات الشخصية (2023): تصميم ديناميكي قابل للتخصيص، مع ترتيب أسهل للأصدقاء والمجموعات والصفحات، وعرض محتوى أكثر تفاعلية.<sup>1</sup>

### المطلب الرابع: من فيسبوك إلى ميتا: تحول رقمي نحو عالم الميتافيرس

في 28 أكتوبر 2021، أعلنت شركة فيسبوك، تحت قيادة مؤسسها ومديرها التنفيذي مارك زوكربيرغ، عن تغيير اسمها إلى "ميتا" (Meta)، وهو مصطلح مستوحى من اللغة اليونانية القديمة ويعني "ما بعد". لم يكن هذا التغيير مجرد تحديث في الهوية البصرية للشركة، بل كان يعكس تحولاً استراتيجياً كبيراً في توجهها المستقبلي.

يرتبط الاسم الجديد برؤية زوكربيرغ الطموحة حول بناء "الميتافيرس" (Metaverse)، وهو مفهوم يهدف إلى إنشاء عالم رقمي موازٍ يمزج بين تقنيات الواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز (AR)، حيث يمكن للأفراد التفاعل والعمل والتواصل في بيئة افتراضية غامرة. يطمح زوكربيرغ إلى جعل الإنترنت أكثر تطوراً من مجرد منصات تواصل اجتماعي، ليصبح فضاءً رقمياً متكاملًا يوفر للمستخدمين تجارب جديدة في مجالات الترفيه، العمل، والتعلم.

جاء هذا التغيير بعد سلسلة من التحديات التي واجهتها الشركة، بما في ذلك الانتقادات المتعلقة بالخصوصية، وانتشار الأخبار الزائفة، والضغط التنظيمية المتزايدة. ومن خلال التركيز على الميتافيرس، تحاول ميتا إعادة تعريف وجودها الرقمي، وتوسيع نطاق تأثيرها إلى ما هو أبعد من منصات التواصل التقليدية، استعداداً لمستقبل تكون فيه التجارب الافتراضية جزءاً أساسياً من الحياة اليومية.<sup>2</sup>

### المطلب الخامس: مجموعات فيسبوك: أنواعها، أهميتها وميزاتها

<sup>1</sup> مقال "Enabbaladi، ستة خصائص مفيدة في Facebook قد لا تعرفها"، 18 فبراير 2024، متاح على <https://www.enabbaladi.net> تم الاطلاع عليه يوم 10 فيفري 2025 على الساعة 10:00  
<sup>2</sup> 20 عاماً على ميلاد فيسبوك. تذكر تجربتك الخاصة مع بداية مواقع التواصل، الصفحة الرسمية العربية. نت، 5 فيفري 2024، متاح على <https://www.alarabiya.net>، تم الاطلاع عليه في 22 مارس 2025 على الساعة 20:00

تُعد المجموعات على فيسبوك فضاءات رقمية تفاعلية تجمع الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة داخل بيئة مرنة تُحفّز على التواصل وتبادل المعرفة. بدأت هذه الميزة كوسيلة بسيطة لتواصل زملاء الدراسة والعمل، ثم تطورت لتُصبح أداة فعّالة في إدارة المجتمعات الافتراضية، مدعومة بخصائص مثل البث المباشر، وحدات التعلم، وأدوات الإشراف. وتُسهّم هذه المجموعات في تعزيز الانتماء الرقمي، وتنظيم الفعاليات، ومشاركة المحتوى المتخصص، مما يجعلها ركيزة أساسية في التفاعل الاجتماعي الحديث عبر الإنترنت<sup>1</sup>

### أولاً: أنواع المجموعات:

تتنقسم مجموعات فيسبوك إلى أنواع مختلفة بناءً على معيارين أساسيين:

#### أولاً: الخصوصية

قام فيسبوك بتحديث نظام المجموعات، ليصبح هناك نوعان فقط بعدما كانت 3 أنواع (مجموعات عامة، خاصة وسرية):

**المجموعات العامة:** لا تزال بنفس الخصائص السابقة، حيث يمكن لأي شخص رؤية المنشورات والمحتوى.

**المجموعات الخاصة:** تقتصر رؤية المنشورات والمحتوى على الأعضاء فقط، كما يمكن لمسؤولي المجموعة ضبط إعدادات الانضمام بحيث يكون عبر دعوة من أحد الأعضاء، وهو ما كان يميز المجموعات المغلقة سابقاً.

#### تحديث هام:

في مايو 2020، أجرى فيسبوك تعديلاً على إعدادات الخصوصية للمجموعات، حيث أصبح من غير الممكن تغيير خصوصية مجموعة من "خاصة" إلى "عامة". كذلك، إذا تم تحويل مجموعة عامة إلى خاصة، فلا يمكن إعادة تعيينها كعامة مرة أخرى. جاء هذا التعديل لتعزيز خصوصية الأعضاء وحمايتهم.<sup>2</sup>

### ثانياً: محتوى المجموعات

<sup>1</sup> ماهي مجموعات فيسبوك؟ وكيف نستخدمها؟، مدونة يوميات الإسكندرية، 19 سبتمبر 2019، متاح على <https://www.youmeyatalex.com>، تم الاطلاع عليه في 10 مارس 2025 على الساعة 20:09

<sup>2</sup> المجموعات السرية في فيسبوك، سلامتك ويكي، 12 أكتوبر 2020، متاح على <https://salamatechwiki.org> تم الاطلاع عليه في 15 مارس 2025 على الساعة 22:00

صنّف فيسبوك المجموعات ضمن خمسة أنواع رئيسية:

- 1-المجموعات العامة: وهي النوع الافتراضي، حيث تتوفر جميع أدوات وطرق النشر المعتادة.
- 2-مجموعات البيع والشراء: يتيح هذا النوع إمكانية نشر عروض البيع، حيث يمكن للبائع وصف المنتج وتحديد سعره وموقعه لتسهيل تواصله مع المشتريين المحتملين.
- 3-مجموعات التعلم الاجتماعي: تحتوي على ميزات خاصة مثل إمكانية إنشاء دروس واختبارات تعليمية، مع تتبع تقدم الأعضاء.
- 4-مجموعات ألعاب الفيديو: يمكن ربط هذه المجموعات بألعاب معينة وتنظيم المنافسات بين الأعضاء.
- 5-مجموعات الوظائف: توفر نماذج جاهزة لنشر تفاصيل الوظائف، بما في ذلك الراتب، الموقع، وساعات العمل.<sup>1</sup>

ثانياً: أهمية ومميزات مجموعات الفيسبوك

تتمثل أهمية مجموعات فيسبوك في قدرتها على تحقيق أعلى معدل وصول للمنشورات مقارنةً بالصفحات والحسابات الشخصية، مما يجعلها أداة فعالة للتفاعل والتواصل، نظراً لطبيعتها القائمة على التفاعل الجماعي المستمر بين الأعضاء، الذين يتشاركون اهتمامات وأهدافاً موحدة، على عكس الصفحات التي يغلب عليها الطابع الأحادي في النشر.<sup>2</sup> وتتميز هذه المجموعات بعدة خصائص، أبرزها: إمكانية التحكم في خصوصية المجموعة وتحديد من يمكنه رؤية المحتوى، أدوات إدارة دقيقة مثل تعيين الأدوار والموافقة على المنشورات، بالإضافة إلى دعم التفاعل المتنوع عبر التعليقات، البث المباشر، مشاركة الملفات، وتنظيم المحتوى من خلال الوسوم والوحدات التعليمية، مما يعزز من فعالية التواصل ويخلق بيئة رقمية منظمة<sup>3</sup>

**المطلب السادس: أنواع الأعضاء والمنشورات، والفروق بين المجموعات والصفحات**

<sup>1</sup> ماهي مجموعات فيسبوك؟ وكيف نستخدمها؟، مدونة يوميات الإسكندرية، 19 سبتمبر 2019، متاح على

<https://www.youmeyatalex.com>، تم الاطلاع عليه في 10 مارس 2025 على الساعة 10:00

<sup>2</sup> محمد مصطفى، أسباب وفوائد انشاء مجموعة على فيسبوك، مدونة إكسباند كارت، 30 جوان 2019، متاح على

<https://expandcart.com>، تم الاطلاع عليه في 20 مارس 2025 على الساعة 13:00

<sup>3</sup> أكرم العديني، أكثر من ٢٠ ميزة تهتمك عن مجموعات فيسبوك، مدونة أكرم العديني للنمو الرقمي، 14 اوت 2017، متاح على

<https://www.akramalodini.com>، تم الاطلاع عليه يوم 20 مارس 2025 على الساعة 15:00

أولاً: أنواع الأعضاء والمنشورات

## 1-أنواع الأعضاء

**المسؤول (Admin):** أعلى سلطة داخل المجموعة، يتحكّم في كل الإعدادات، مثل إدارة الأعضاء والخصوصية، وتعيين أو إزالة المشرفين والمسؤولين الآخرين. عادةً يكون مؤسس المجموعة هو أول مسؤول

**المشرف (Moderator):** يمتلك صلاحيات واسعة لإدارة المحتوى داخل المجموعة، كالموافقة على المنشورات وإزالة غير اللائقة، ومعالجة طلبات الانضمام، لكنه لا يملك حق تغيير إعدادات المجموعة أو تعيين/عزل المسؤولين والمشرفين.

شكل رقم 02: وثيقة تمثل صلاحيات المسؤولين والمشرف<sup>1</sup>

المشرف	المسؤول	الصلاحيات
✗	✓	تعيين وإزالة المسؤولين والمشرفين
✗	✓	إدارة إعدادات المجموعة (تغيير اسم المجموعة وصورة الغلاف والخصوصية)
✓	✓	الموافقة على طلبات العضوية أو رفضها
✓	✓	الموافقة على منشورات الأعضاء أو رفضها
✓	✓	إزالة المنشورات والتعليقات
✓	✓	إزالة الأشخاص أو حذفهم من المجموعة
✓	✓	تثبيت منشور أو إلغاء تثبيته

**العضو (Member):** منضم ليتفاعل مع بقية الأعضاء عبر المناقشات والمشاركات وتبادل الخبرات. وفي بعض المجموعات قد يُمنح صلاحية قبول أعضاء جدد حسب إعدادات المشرفين.

**الزائر (Visitor):** ليس عضوًا رسميًا، لكنه قد يُسمح له بالنشر والتعليق دون موافقة مسبقة إذا لم تُفعل خاصية "موافقة المشاركين". يبقى الزائر محدودًا في المميزات الحصرية للأعضاء، ولا يشارك في المناقشات الخاصة بالمجتمع<sup>2</sup>

## 2- أنواع المنشورات على فيسبوك

-المنشور النصي: كتابة تدوينة تصل إلى 63,206 حرفًا (ما يعادل 157 صفحة في Word).

<sup>1</sup> ماهي مجموعات فيسبوك؟ وكيف نستخدمها؟ متاح على <https://www.youmeyatalex.com> تم الاطلاع عليه يوم 02 فيفري 2025 على الساعة 13:00

<sup>2</sup> الصفحة الرسمية لفيسبوك <https://ar-ar.facebook.com>

-منشور الصور/الفيديو: إضافة صور أو مقاطع فيديو لزيادة الجاذبية وتوضيح الفكرة بصرياً.

-منشور استطلاع الرأي: طرح سؤال مع اختيارات محددة، وإتاحة إضافة إجابات أخرى؛ من أكثر المنشورات تفاعليةً.

-حفلة مشاهدة جماعية: تنظيم عرض جماعي لفيديو أو بث حي، مع قائمة انتظار للفيديوهات ودعوة الأعضاء، وظهور صورهم عند انضمامهم.

-طلب توصيات: سؤال الأعضاء للحصول على تجاربهم وخبراتهم لاتخاذ قرار أمثل حول اختيار معين.

شكل رقم 03: وثيقة أعلاه تمثل أنواع أخرى مثل إشارة إلى الأصدقاء، شعور/نشاط، صور GIF،



إشارة إلى حدث.<sup>1</sup>

ثانياً: الفروق بين المجموعات والصفحات

المجموعات:

<sup>1</sup> أسامة أحمد، أنواع المحتوى في فيسبوك، دراسات عليا في الإعلام الاجتماعي جامعة نورث ويسترن الأمريكية، متاح على <https://osama4855.me>، تم الاطلاع عليه في 21مارس 2015 على الساعة 15:00

• توفر وصولًا عضويًا أعلى مقارنة بالصفحات، حيث يتلقى الأعضاء إشعارات مباشرة عند نشر أي محتوى جديد.

• تعزز التفاعل والمشاركة بين الأعضاء، مما يجعلها أكثر حيوية ونشاطًا.

• تُعتبر مجتمعًا مغلقًا أو مفتوحًا حسب إعدادات الخصوصية، مما يتيح إنشاء بيئة تواصل أكثر تخصيصًا.

• لا تتطلب ميزانيات إعلانية للوصول إلى الأعضاء، بعكس الصفحات التي تحتاج غالبًا إلى ترويج مدفوع.

• تُستخدم عادةً لمشاركة الاهتمامات المشتركة، تبادل المعلومات، وإجراء النقاشات بشكل أكثر حميمية<sup>1</sup>

#### الصفحات:

• تعتمد بشكل أساسي على الوصول المدفوع، حيث تقلل خوارزميات فيسبوك من ظهور منشوراتها دون إعلانات.

• تُستخدم بشكل شائع من قبل الشركات، العلامات التجارية، والمشاهير لربط المحتوى إلى جمهور واسع.

• توفر إحصائيات وتحليلات تفصيلية حول أداء المنشورات، مما يسهل تتبع تفاعل الجمهور.

• تكون مرئية للجميع، مما يسمح بزيادة الوعي العام حول مؤسسة أو علامة تجارية، لكنها لا تضمن التفاعل الكبير بدون استراتيجيات تسويقية فعالة<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Vahe Arabian, State Of digital publishing, 6 fév 2018, disponible sur <https://www.stateofdigitalpublishing.com/> /consulté le 21mars 2025.

<sup>2</sup> Jenna Notarfrancesco, Facebook Page vs. Group: Which One Should You Use? June 1, 2021, disponible sur <https://www.causevox.com/blog/facebook-page-vs-group/> Consulté le 21mars 2025.

## تجربة ريان ستيوارت حول تأثير مجموعات فيسبوك مقارنةً بالصفحات

قام الباحث ريان ستيوارت بإجراء اختبار لقياس مدى تأثير المنشورات في مجموعات فيسبوك مقارنةً بالصفحات. في تجربته، كانت لديه صفحة تحتوي على 660 إعجابًا، ومجموعة تضم 660 عضوًا. أولاً أخذ رابطًا من مدونته وقام بوضع علامتين مختلفتين (CIDs) لتمييز مصدر الزيارات. ثانيًا أطلق على الرابط الأول اسم "اختبار المجموعة" (Group Test) وعلى الرابط الثاني "اختبار الصفحة" (Page Test).

ثالثًا نشر الرابط الأول داخل مجموعته والرابط الثاني في صفحته في نفس الوقت تمامًا. -بعد تحليل النتائج، تبين أن المنشور في المجموعة حصل على 122 زيارة، بينما المنشور في الصفحة لم يجذب سوى 8 زيارات، أي أن معدل التفاعل في المجموعة كان أكثر من 15 ضعفًا مقارنةً بالصفحة.

وفي تحليل إضافي، وجد ستيوارت أن مجموعته، عندما وصلت إلى 660 عضوًا، كانت تحقق معدل زيارة بنسبة 18% لكل منشور، وعندما زاد عدد الأعضاء إلى 2700، ارتفع معدل الزيارة إلى 22%. مما يدل على أن إدارة مجموعة ذات جودة عالية يمكن أن تكون وسيلة فعالة جدًا لجذب التفاعل، أكثر بكثير من الصفحات العادية على فيسبوك.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Ryan Stewart, **How [and Why] to Build a Booming Facebook Group**, available on <https://moz.com/blog/how-to-build-a-facebook-group> accessed on 22mars 2025 at 23:10

# Groups have more organic "reach" than Pages

A while back I ran a test:

- My page had 660 likes; My Group had 660 members
- I took a link from my blog and tagged it with 2 different CIDs in the [URL Builder](#)
- I called tagged the first URL as "Group Test" and the second as "Page Test"
- I took both appended URLs and posted "Group Test" to my Group and "Page Test" to my Page at *the exact same time*
- Results: Group = 122 visits, Page = 8 visits
- That's over 15 times the traffic!

شكل رقم 04 و05: وثيقتان يمثلان مقارنة معدل تفاعل بين المجموعة و الصفحة <sup>1</sup>

Campaign ?	Acquisition			Behavior
	Sessions ? ↓	% New Sessions ?	New Users ?	Bounce Rate ?
	295 <small>(% of Total: 0.97%)</small>	27.80% <small>(Avg. for 14 days: 25.00%)</small>	82 <small>(% of Total: 0.16%)</small>	68.81% <small>(Avg. for 14 days: 75.07%)</small>
<b>My Group CRUSHED my page.</b>				
2. Group Test	122 (41.36%)	13.11%	16 (19.51%)	61.48%
3. Page Test	8 (2.71%)	25.00%	2 (2.44%)	87.50%

المبحث الثاني: الهوية، الثقافة والهوية الثقافية الجزائرية

المطلب الاول: الهوية: نشأتها، أهميتها وسياقاتها

<sup>1</sup> Ryan Stewart, **How [and Why] to Build a Booming Facebook Group**, available at <https://moz.com/blog/how-to-build-a-facebook-group> accessed on 22mars 2025 at 23:00.

## أولاً: مفهوم الهوية

وفقاً للمعجم الوسيط الصادر عن مجمع اللغة العربية، تُعرّف الهوية من منظور فلسفي على أنها: “جوهر الشيء أو الفرد الذي يميزه عن غيره، أو وثيقة رسمية تتضمن اسم الشخص، جنسيته، تاريخ ميلاده، ومهنته، وتُعرف أيضاً بالبطاقة الشخصية”<sup>1</sup>.

في اللغة الإنجليزية، يُقصد بالهوية “تماثل الخصائص الأساسية في ظروف مختلفة، مما يعكس البنية الكلية لمجموعة من السمات التي تحدد الحقيقة الموضوعية لشيء ما، وتمكّن من تمييزه عن غيره بدقة”<sup>2</sup>. فيما يتعلق بتعريف المفكرين لمفهوم الهوية، فقد عرّفها سعيد إسماعيل علي بأنها: “مجموعة السمات الفريدة التي تجعل الشيء متميزاً عن غيره، بحيث لا يمكن الخلط بينهما. وتمتد الهوية إلى الفرد من خلال منظومته القيمية، معتقداته، عاداته، ميوله، واتجاهاته الفكرية، وكذلك الأمر بالنسبة للأمم والشعوب”<sup>3</sup>.

أما محمد عمارة عرفها أنها تمثل الثوابت الجوهرية للكيان، والتي لا تتغير ولا تتبدل، بل تظل قائمة وتعبّر عن ذاتها دون أن تفقد مكانتها أو تحل محلها نقيضها، طالما بقيت الذات موجودة. ويشبهها ببصمة الإنسان التي تميزه عن غيره، حيث تستعيد تأثيرها وتظهر ملامحها كلما زالت العوامل التي تحجبها. فالهوية بمثابة شفرة تحدد وعي الفرد بذاته في علاقته بالمجتمع الذي ينتمي إليه، ومن خلالها يتعرف عليه الآخرون باعتباره جزءاً من تلك الجماعة.<sup>4</sup>

تناول الفلاسفة مفهوم الهوية من زوايا متعددة؛ فابن رشد اشتقها من أداة الربط “هو”، لربط المحمول بالموضوع في جوهره، بينما عرّفها الفارابي بأنها تماهي الشيء مع ذاته وتميزه بوجوده ووحدته<sup>5</sup>. ويرى الفارابي أن الهوية تقابل فعل الوجود أو الكينونة في اللغات الهند وأوروبية، وتعني الارتباط بين

<sup>1</sup> مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، 17 ديسمبر 2005، ص 998.

<sup>2</sup> رشدي أحمد طعيمة، الثقافة العربية الإسلامية بين التأليف والتدريس، دار الفكر العربي، 1998، ص 35.

<sup>3</sup> سعيد إسماعيل علي، التربية الإسلامية وتحديات القرن الحادي والعشرين، مجلة المسلم المعاصر، 1997، متاح على

<https://almuslimalmuaser.org>، تم الاطلاع عليه يوم 27 مارس 2025 على الساعة 17:30

<sup>4</sup> محمد عمارة، مخاطر العولمة على الهوية الثقافية، دار نهضة مصر للطباعة والنشر، 12 أبريل 2009، ص 6.

<sup>5</sup> Noel Baraquai et al: *Dictionnaire de la philosophie*, Armand colin, paris, 2005, p171

الموضوع والمحمول. ومع تطور الفلسفة، استُبدل مصطلح "الهوية" بمفهوم "الوجود"، لكن الهوية بقيت تعبر عن مطابقة الشيء لذاته<sup>1</sup>

## ثانياً: تاريخ نشأة الهوية

نشأ مفهوم الهوية في الفكر الفلسفي القديم، حيث ناقش الفلاسفة مثل بارميندس وسقراط وأرسطو مسألة الثبات والتغير، وربطوا الهوية بماهية الإنسان ووعيه الذاتي<sup>2</sup>. لاحقاً، قدم ديكرت رؤيته من خلال مقولته "أنا أفكر، إذن أنا موجود"، وتوسع النقاش مع لوك وهيوم في ربط الهوية بالذاكرة واستمرارية الوعي<sup>3</sup>. في علم النفس، رأى فرويد أن الهوية تتشكل من الصراعات النفسية، بينما ركز إريكسون على دور المجتمع والمراحل العمرية، خاصة مرحلة المراهقة. لاحقاً، ظهر اهتمام متزايد بمفهوم الهوية في علم الاجتماع من خلال التفاعلية الرمزية، حيث درس دوبار، كولي، وميد الذات من منظور التفاعل الاجتماعي، وتوسع جوفمان وبرجر في تحليل الهوية من خلال الأدوار الاجتماعية<sup>4</sup>. مع نهاية القرن العشرين، أصبح مفهوم الهوية أكثر تعقيداً نتيجة العولمة وتأثير الثقافة الغربية، ما أدى إلى بروز نقاشات حول الهوية القومية والإثنية. وأكد الباحثون، مثل رشيد حمدوش، أن الاهتمام بالهوية يعكس محاولة لفهم تأثير التغيرات الثقافية والاجتماعية على الفرد والمجتمع. كما ساهمت مؤسسات مثل التعليم، ودور العبادة، ومراكز الشباب في بناء الهوية من خلال التنشئة الاجتماعية<sup>5</sup>

## ثالثاً: أهمية الهوية

أصبح مفهوم الهوية أكثر بروزاً في علم الاجتماع، رغم أن الباحثين الأوائل لم يستخدموه بشكل مباشر، إلا أنهم تناولوا أبعاده من خلال دراساتهم، خاصة حول الطبقات الاجتماعية التي اعتُبرت محددًا أساسيًا للهوية، مع إغفال نسبي للجنس والعرق كمكونات لها. كانت الهوية سابقاً تُبنى على

<sup>1</sup> زينب شنوف، تشكل الهوية الجماعية عند المقاومين الشباب، جامعة محمد خيضر - بسكرة تخصص علم اجتماع الإدارة والعمل، أطروحة نهاية الدراسة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث، 2017.

<sup>2</sup> Claude Dubar: *Identité collective et individuelle dans le champ professionnel*, 2<sup>e</sup> édition, in Michel de Coster et al: *Traité de sociologie du travail*, De Boeck université, Paris-Bruxelles, 1998, p385

<sup>3</sup> كاترين هالبيرن، مفهوم الهوية: تاريخه وإشكالاته، مجلة الكلمة للدراسات والأبحاث، عام 2005، متاح على <https://kalema.net>، تم الإطلاع عليه يوم 25 مارس 2025 على الساعة 00:00

<sup>4</sup> سعيد إسماعيل علي: *الهوية والتعليم*، عالم الكتب، القاهرة، 2005م، ص24.

<sup>5</sup> كاترين هالبيرن: مرجع سبق ذكره.

متغيرات مستقرة مثل الطبقة أو القومية. لكن مع ظهور نظريات ما بعد البنيوية والحدثة، تغيرت الرؤية تمامًا، وأصبحت الهوية تُفهم كعملية مرنة، متعددة الأبعاد، وقابلة للتغير. لم يعد الأفراد محكومين بانتماءاتهم الاجتماعية فقط، بل أصبحوا يصنعون هوياتهم بأنفسهم من خلال اختياراتهم، وحتى استهلاكهم. ووفقًا لهذه النظريات، لم تعد الهوية مستقرة، بل باتت عرضة للتشطي والتحول المستمر.<sup>1</sup>

#### رابعاً: سياقات الهوية

الهوية هي جوهر الشيء الذي يمنحه تميزه، بحيث إذا فقدته لم يعد هو ذاته، بل أصبح شيئاً مختلفاً. وهي ليست كياناً ثابتاً ظهر دفعة واحدة، بل تشكلت تدريجياً تحت تأثير ثلاثة سياقات رئيسية:

**1- السياق الاجتماعي:** تتشكل الهوية من خلال العلاقات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والدينية والأخلاقية داخل المجتمع. فالناس هم من يصنعون هويتهم، وفي الوقت ذاته هم نتاج لهذا التكوين المستمر عبر الزمن، مما يؤدي إلى تبلور هوية جماعية تتطور مع تطور المجتمع نفسه.

**2- السياق التاريخي:** الهوية ليست ثابتة، بل تخضع للتحويلات بمرور الزمن. لكل هوية وطنية، قومية، دينية، أو أخلاقية تاريخها الخاص الذي يتشكل عبر الأحداث والتغيرات، ومع ذلك فإن هذه التحويلات تظل ضمن إطار يحافظ على جوهر الهوية ولا يبدلها جذرياً.

**3- السياق التراثي:** لا تقتصر هويتنا، كعرب معاصرين، على المرحلة الراهنة أو على تطورات التاريخ القريب، بل تمتد جذورها إلى تراثنا العريق، مما يجعلها نتاجاً لمزيج من البعدين الاجتماعي والتاريخي والتراثي معاً.<sup>2</sup>

**المطلب الثاني: أزمة الهوية الجزائرية بعد الاستقلال: الأسباب والتداعيات**

#### أولاً: الأسباب

#### 1- الإرث الاستعماري وتأثيره العميق

<sup>1</sup> هارلميس وهولبورن، سبسيولوجيا الثقافة والهوية، ترجمة حاتم حميد محسن، ط1. (دمشق: دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، 2010)، ص 13، 14.

<sup>2</sup> Dr. Mahdi Mohammad El-Kassas, **Cultural Identity and Globalization**, lecturer of Sociology, Faculty of Arts – Mansoura University Egypt, 14-16 March 2005

خلف الاستعمار الفرنسي آثارًا ثقافية وفكرية عقدت من مسألة الهوية، حيث تبنى بعض الجزائريين مفاهيم المستعمر وتخلوا عن ثقافتهم الأصلية، مما تسبب في اغترابهم عن ماضيهم وهويتهم.

## 2- ضعف الحس الوطني وتسلسل الأفكار اللاوطنية

ساهم غياب الوعي الوطني في خلق فراغ سمح بعودة الطروحات التي تهدد وحدة الجزائر، كتلك التي ظهرت في "الأزمة البربرية" عام 1946، والتي حاولت التشكيك في عروبة وإسلامية الجزائر والسعي لتقسيمها على أساس لغوي وعرقي.<sup>1</sup>

## 3- التغلغل الفرنكفوني ومحاولات طمس الهوية

يعمل تيار فرنكفوني داخل الجزائر على تقويض مقومات الهوية الوطنية بالترويج لهوية ثلاثية (عربية، أمازيغية، فرنكفونية)، مدعومًا بمؤسسات فكرية فرنسية. يستخدم بعض الأدباء هذه الطروحات لتحقيق الشهرة عبر انتقاد الثقافة الوطنية.<sup>2</sup>

### ثانيًا: التدايعات

## 1- محاولات إدخال البعد الفرنكفوني ضمن الهوية الوطنية

إدراج البعد الفرنكفوني ضمن هوية الجزائر يهدد الوحدة الوطنية ويخالف مبادئ الثورة الجزائرية، التي دافعت بشدة عن مقومات الهوية الوطنية واعتبرتها خطأً أحمرًا.

## 2- إثارة النعرات الطائفية والقبلية

رغم تاريخ طويل من التعايش، ظهرت في السنوات الأخيرة توترات عرقية وطائفية تهدد استقرار الجزائر، نتيجة محاولات خارجية لإحياء النزعات الانفصالية، خصوصًا في مناطق الشرق والجنوب.

<sup>1</sup> عمار بوحوش، التاريخ السياسي للجزائر من البداية ولغاية 1962، بيروت، دار الغرب الإسلامي، ط2005، ص318.  
<sup>2</sup> مولود بن زادي، "أزمة اللغة والهوية في الجزائر وخطر اندلاع حرب الجزائر الأهلية الثانية؟"، جريدة رأي اليوم، 8 نوفمبر 2017، ص1.

### 3- الغزو الثقافي الغربي

تواجه الجزائر غزوًا ثقافيًا خطيرًا يتغلغل في المجتمع ويُضعف الهوية الوطنية، خاصة مع التأثيرات المستمرة للعولمة، ما يستدعي وعيًا وطنيًا لمواجهة هذه التحديات.<sup>1</sup>

#### المطلب الثالث: الثقافة: أهميتها، خصائصها وعناصرها

##### أولاً: ماهية الثقافة

تعرف الثقافة في المعاجم العربية بأنها "خبر يُجمع ويُحافظ عليه وتتناقله المجتمعات الإنسانية"، و"علم أنماط الكودات التي تحدد عينة ثقافية معينة"، وقد تكون نسبية لمجتمع لغوي مستقل أو كونية إنسانية تخترق الحدود اللسانية.<sup>2</sup> كما تصوّرها بعض المعاجم بأنها "رياضة الملكات البشرية" و"ترقية العقل والأخلاق وتنمية الذوق السليم في الأدب والفنون"، وهي إحدى مراحل التقدم الحضاري التي تميّز أمة عن أخرى.<sup>3</sup>

يربط ابن خلدون بين الثقافة والحضارة بقوله: "هي العمران الذي هو من صنع الإنسان بما قام به من جهد وفكر ونشاط..."، فيسعى الإنسان بها لسدّ نقصه وتحقيق عيشة عامرة.<sup>4</sup> ويؤكد محمد عابد الجابري أن الثقافة ظاهرة تراكمية تشمل "الذكريات والتصورات والقيم والرموز والتغييرات والإبداعات والتطلعات" التي تحتفظ بها الجماعة عبر الأجيال. في حين يركّز مالك بن نبي على البعد المعنوي، معتبراً الثقافة "مجموعة الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية" التي يكتسبها الفرد منذ ولادته وتشكل شخصيته وسلوكه<sup>5</sup>

#### ماهية الثقافة عند التراث الغربي

1. رضوان شافو، إشكالية مفهوم الهوية الجزائرية عند الجزائريين، المركز الجامعي بالوادي، 31 ديسمبر 2011، ص72، 73.  
2. سعيد علوش، معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة المجلد 1، لبنان: دار الكتاب اللبناني، 1985.  
3. مجدي وهبة وكامل المهندس، معجم المصطلحات العربية في اللغة والأدب المجلد 2، بيروت: مكتبة لبنان، 1984.  
4. خالد محمد أبو شعيرة وثاني أحمد غباري، الثقافة وعناصرها المجلد 1، عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، 2015، ص18.  
5. مالك بن نبي، عمر كامل مسقاوي وعبد الصبور شاهين، مشكلات الحضارة (شروط النهضة)، دمشق: دار الفكر للطباعة والتوزيع والنشر، 1986.

الثقافة في جذورها تعود إلى كلمة Cultura اللاتينية التي تعني التهذيب والرعاية، بدايةً في العناية بالنباتات والحيوانات. توسع المفهوم ليشمل تطوير الأفراد لأنفسهم بدءًا من القرن الثامن عشر، حيث صارت الثقافة تمثل عملية من التنمية الاجتماعية تتبادل المواقع مع مفهوم الحضارة، التي تركز على التقدم المادي<sup>1</sup>. منذ القرن السادس عشر، استخدمت الثقافة لتدل على تطوير الكفاءات الفكرية والعلمية، حتى أصبحت تشير إلى تكوين الفكر وتنميته. الثقافة في التراث الغربي شملت الممارسات المادية والمعنوية<sup>2</sup>، وأصبحت تمثل مجموعة من المعايير العليا تهدف إلى تحسين وتوجيه سلوك الأفراد. لقد لخص "كريستوفر جينز" أربعة معانٍ أساسية لمفهوم "الثقافة"، مستمدة من التعريفات السابقة، وهي:<sup>3</sup>

**حالة فكرية:** الثقافة تُفهم كحالة فكرية حيث يسعى الفرد نحو الكمال أو تحقيق أهداف عليا وطموحات إنسانية.

**مرتبطة بالحضارة:** الثقافة ترتبط بفكرة الحضارة، حيث يُنظر إلى بعض المجتمعات على أنها أكثر ثقافة وتحضرًا من غيرها.

**إطار جماعي للفنون والإنتاج الفكري:** تُعرف الثقافة على أنها مجموعة من الفنون والإنتاج الفكري في المجتمع، وتُسمى أحيانًا بـ "الثقافة الراقية".

**نمط حياة متكامل:** الثقافة تمثل نمط حياة للأفراد، وتشمل أفكارهم وعاداتهم التي يتم نقلها عبر الأجيال.

### مميزات الثقافة:

خاصية إنسانية: الثقافة خاصة بالبشر وحدهم.

<sup>1</sup> طوني بنيت وسعيد الغانمي، مفاتيح اصطلاحية جديدة (معجم مصطلحات الثقافة والمجتمع)، المجلد 1، بيروت: المنظمة العربية للترجمة، 2010.

<sup>2</sup> دنيس كوش ومنير السعيداني، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية المجلد 1، بيروت: المنظمة العربية للترجمة، 2007.

<sup>3</sup> هولبرن هارلمبس وحמיד محسن، سوسولوجيا الثقافة المجلد 1، دمشق: دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، 2010.

مزيج مادي ومعنوي: تشمل الأشياء الملموسة (المادي) والقيم والمعارف (المعنوي).

شاملة ومتراصة: تتكون من عناصر متعددة تتفاعل بشكل متماسك.

مكتسبة: يحصل عليها الإنسان عبر بيئته الاجتماعية.

تراكمية: تُنقل من جيل إلى آخر، مما يسهم في تطورها.

قابلة للتطور: تتأثر بالتغيرات الزمنية وتؤثر في سلوك الأفراد<sup>1</sup>

### ثانياً: أهمية الثقافة

أثار مفهوم "الثقافة" جدلاً كبيراً بسبب غموضه وتشعبه، حيث اعتبره باحثون مثل ريموند ويليامز وأدم كوبر مصطلحاً معقداً يصعب تحليله، مفضلين تفكيكه إلى مكوناته الأساسية كالمعتقدات والفن والتقاليد. وأكد جيمس كليفورد أنه مصطلح مشكوك فيه لكنه ضروري. رغم الجدل، تُستخدم الكلمة في سياقات متعددة ومتنوعة مثل: الثقافة العليا، الشعبية، القومية، المضادة، وثقافات الشوارع والإعلام والرياضة وغيرها، حتى أصبحت كل فروع المعرفة توصف بأنها "ثقافية"، خاصة مع صعود مجالات مثل الدراسات والنقد وعلم النفس الثقافي.<sup>2</sup> فالثقافة تلعب دوراً محورياً في المجتمع، تكمن أهميتها في

-تشكيل المجتمع: تسهم في بنائه وتوجيه تفاعل أفرادهِ.<sup>3</sup>

-تحقيق الانتماء: تمنح الفرد شعوراً بالانتماء، خصوصاً عبر اللغة المشتركة.

-الشعور بالأمان: توفر الاستقرار وتعزز التواصل بين أفراد المجتمع.

-الرعاية والمحبة: تقوي الألفة والوحدة من خلال التاريخ والمعتقدات المشتركة.

<sup>1</sup> الجلي وأ. م، دراسات في الثقافة الإسلامية المصادر، الأسس، الخصائص، التحديات، (الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، 2010.  
<sup>2</sup> طوني بنيت وسعيد الغانمي، مفاتيح اصطلاحية جديدة (معجم مصطلحات الثقافة والمجتمع)، المجلد 1، بيروت: المنظمة العربية للترجمة، 2010، ص 225-227.

<sup>3</sup> Sally Painter, **Why Is Culture Important?** Impact 1.1 on People & Society, retrieved 10-02-2025, <https://family.lovetoknow.com>

-فهم العادات الاجتماعية: تسهّل على الفرد فهم الآخرين والتعامل معهم وفق معايير المجتمع<sup>1</sup>

### ثالثاً: خصائص الثقافة

بالرغم من اختلاف الثقافات وتنوعها، فإن هناك مجموعة من الخصائص العامة التي تميزها، والتي تستند إلى المفهوم الشامل للثقافة، ومن أهم هذه الخصائص:

-الثقافة مادية ومعنوية: تجمع بين الأدوات والمباني، وبين القيم والعادات.

-نظام مترابط: عناصرها متداخلة، يؤثر كل منها في الآخر. فمثلاً، تتأثر العادات والتقاليد بالنظام الاقتصادي والسياسي، كما أن تغير أي عنصر من عناصر الثقافة يؤدي بالضرورة إلى تغييرات في باقي العناصر.

-مكتسبة: لا يولد بها الإنسان، بل يكتسبها من المجتمع عبر التعلم والتقليد.

-تراكمية: تنتقل وتتطور بين الأجيال، وتتغير عبر الزمن.

-قابلة للانتقال: تنتشر بين المجتمعات بالتواصل والاحتكاك، وتتأثر بالثقافات الأقوى<sup>2</sup>.

-إنسانية: من صنع الإنسان دون غيره من الكائنات، بل يكتسبها الأفراد من خلال التعلم والتفاعل الاجتماعي.

-قابلة للانتشار: تنتقل عبر اللغة والتعليم ووسائل الاتصال.

-متطورة: أي تغيير فيها يؤثر على باقي عناصرها.

-شاملة: تغطي الجوانب المادية والمعنوية لحياة الإنسان<sup>3</sup>.

-تراكمية: تنتقل عبر الزمن، حيث يبني كل جيل على ما ورثه من الجيل السابق، مما يؤدي إلى ظهور أنساق ثقافية جديدة.

### رابعاً: عناصر الثقافة

#### 1- العموميات:

<sup>1</sup> Cole Nicki Lisa, **So What Is Culture Exactly?**, retrieved 04-06-2024, <https://www.thoughtco.com/>

<sup>2</sup> د. طارق عبدالرؤوف عامر، محاضرات في أصول التربية الثقافية، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، 2008.

<sup>3</sup> خليفة حسين العسال: بحوث في الثقافة الإسلامية -الدوحة - دار الحكمة للنشر، 1993.

وفقاً لرأي "لنتون"، تشمل العناصر التي يشترك فيها جميع أفراد المجتمع، مثل اللغة، الملابس، العادات والتقاليد، القيم، والدين. هذه العموميات تشكل الأساس الثقافي للمجتمع وتساهم في توحيد النمط الثقافي وتعزيز تقارب طرق التفكير واتجاهات الأفراد.

### أهمية العموميات:

- توحيد النمط الثقافي داخل المجتمع.
- تعزيز تقارب طرق التفكير واتجاهات الأفراد.
- تكوين اهتمامات مشتركة وروابط بين أفراد المجتمع.
- تعزيز روح الجماعة والتماسك الاجتماعي.

### 2- الخصوصيات:

هذه العناصر تميز فئات معينة داخل المجتمع بناءً على مهنتهم أو وضعهم الاجتماعي، مثل الأطباء، المهندسين، أو المعلمين، الذين يتبنون أنماط سلوكية ومعارف محددة تميزهم عن غيرهم. هذه الخصوصيات لا تلغي اشتراك الأفراد في العموميات الثقافية.

### 3- البدائل والمتغيرات:

تتضمن الأفكار الحديثة، أساليب العمل المبتكرة، والعادات الجديدة التي تظهر لأول مرة في المجتمع. هذه المتغيرات قد تصبح جزءاً من العموميات أو الخصوصيات مع مرور الوقت. تتميز بأنها مضطربة في البداية، ثم تتحول إلى جزء من الثقافة بمرور الزمن.<sup>1</sup>

تصنيفات أخرى لعناصر الثقافة:

<sup>1</sup> مالك بن نبي، مشكلة الثقافة، دار الفكر المعاصر السلسلة: مشكلات الحضارة، 09 سبتمبر 2006.

-عناصر مادية: تشمل الأدوات والمعدات والمسكن ووسائل النقل التي ينتجها الإنسان.

-عناصر غير مادية (معنوية): تضم القيم، القواعد الأخلاقية، العادات والتقاليد، اللغة، الفنون، والمعتقدات التي تؤثر في سلوك الأفراد.<sup>1</sup>

مكونات الثقافة وفقاً لبعض الباحثين:

-المكونات المادية: الأدوات، المباني، والأثاث التي يستخدمها الإنسان.

-المكونات الفكرية: اللغة، الفنون، العلم، والدين.

-المكونات الاجتماعية: تشمل البناء الاجتماعي والتكوين الهيكلي للمجموعة الاجتماعية.<sup>2</sup>

#### المطلب الرابع: العلاقة بين الثقافة والهوية

تُعد العلاقة بين الثقافة والهوية علاقة تكاملية تقوم على التأثير المتبادل، فلا يمكن الجزم بأن الثقافة مجرد نتاج للهوية، كما لا يمكن اعتبار الهوية حصيلة مطلقة للثقافة<sup>3</sup>. بل يؤثر كل منهما في الآخر بدرجات متفاوتة، ما يجعل الفصل بينهما أمراً بالغ الصعوبة. فكل هوية تحمل في طياتها ثقافة معينة، وقد تضم الهوية الواحدة عناصر من ثقافات متعددة، تماماً كما قد تحتوي الثقافة الواحدة على هويات متنوعة. وهذا ما يُعرف بالتنوع ضمن الوحدة، حيث قد تنتمي هوية شعب ما إلى ثقافات مختلفة تتفاعل وتتلاحق فيما بينها لتشكل هوية متكاملة. على سبيل المثال، تتألف الهوية الإسلامية من مزيج من ثقافات الشعوب التي دخلها الإسلام، سواء تبنته كدين أو احتفظت بمعتقداتها الأصلية. وقد اندمجت هذه الثقافات مع الثقافة العربية الإسلامية، مما جعل الهوية الإسلامية تمثل كياناً واسعاً يضم هويات متعددة تحت مظلة الحضارة الإسلامية، وهو ما يجعلها هوية إنسانية متفتحة وغير منغلقة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> نبيل علي: الثقافة وعصر المعلومات، عالم المعرفة، الكويت، المجلس الوطني، للثقافة والفنون والآداب، العدد 184 لسنة 1994.

<sup>2</sup> محمد الضبع، الثقافة والهوية والتكنولوجيا، مكتبة الإسكندرية، 08 أوت 2016.

<sup>3</sup> سليمة فيلاي، بنية الهوية الجزائرية في ظل العولمة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، أطروحة الدكتوراه، 2013/2014، ص126.

<sup>4</sup> ناصر بن سعيد بن سيف السيف، كتاب الهوية والثقافة، 16 جانفي 2016، متاح على <https://www.noor-book.com>، تم الاطلاع عليه

يوم 25 مارس 2025 على الساعة 00: 12

## المطلب الخامس: الهوية الثقافية: عناصرها، مقوماتها ومستوياتها

### أولاً: مفهوم الهوية الثقافية

ظهر مفهوم "الهوية الثقافية" بعد الثورة الفرنسية ارتباطاً بانتماء الجماعة، ولا يوجد له تعريف واحد بسبب تعدد المدارس الفكرية وشمولية متغيراته الاجتماعية<sup>1</sup>. يتفق معظم التخصصات على أنه يعني الخصوصية والتميز عن الآخرين، أي السمات الفريدة لمجموعة بشرية من حيث العيش المشترك والعقيدة واللغة والتاريخ والمصير.

عرفها أحمد بن نعمان بأنها "مجموع الصفات أو السمات الثقافية العامة التي تمثل الحد الأدنى المشترك بين جميع الأفراد..."<sup>2</sup>، والناقاة والسعيد كـ "مجموعة الخصائص العقائدية واللغوية والمفاهيمية والأخلاقية والثقافية والعرقية والتاريخية..."<sup>3</sup>. ويرى محمد إبراهيم أنها "الرمز أو القاسم المشترك الذي يميز فرداً أو مجموعة..."<sup>4</sup>.

فيما تعتبرها كريمة كريمة "مجموعة المقومات والخصائص: اللغة، والدين، والتاريخ، والجغرافيا، والعادات، والتقاليد، والأعراف"<sup>5</sup>. وتعرفها ثناء الضبع بأنها "جميع السمات المميزة للأمة أو المجتمع... كاللغة والعقيدة والدين والتاريخ والعادات والتقاليد والقيم وطرائق التفكير والسلوك"<sup>6</sup>. وفي الخطة الشاملة للثقافة العربية تُعدُّ "النواة الحية للشخصية الفردية والجماعية... والعنصر المحرك للتطور والإبداع مع الاحتفاظ بالمكونات الثقافية الخاصة"<sup>7</sup>، ويعرفها موسى الشرقاوي بأنها "مجموعة الصفات الجوهرية والثابتة... ثوابت جغرافية وتاريخية وموروثات ثقافية"<sup>8</sup>، ومحمد نصر بأنها "تمسك المواطن بالأخلاقيات والسلوكيات والقيم... وجدان المجتمع وضميره"<sup>9</sup>. كما عرفها آخرون بأنها

1 أحمد الربعاني، اتجاهات طلبة التعليم ما بعد الأساسي بسلطنة عمان نحو الهوية الوطنية، مجلة الدراسات التربوية والنفسية، جامعة السلطان قابوس، مج (11)، ع (1)، يناير 2017، ص 2.

2 خالد حامد، النسق المجتمعي وأزمة الهوية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بيسة، الجزائر، دت، ص 339.

3 سعيد السعيد & محمود الناقاة، مناهج التعليم والهوية الثقافية، المؤتمر العلمي العشرون: التعليم والهوية، القاهرة، دار الضيافة، 2008، ص 128.

4 محمد إبراهيم عبيد، الهوية الثقافية العربية في عالم متغير، مجلة الطفولة والتنمية، مج (1)، ع (3)، 2001، ص ص 120.

5 كريمة محمد كريمة، اللغة والهوية، مجلة الآداب، جامعة الملك سعود، مج (27)، ع (1)، يناير 2015، ص ص 70.

6 ثناء الضبع، تعزيز الهوية لدى طلاب المدارس في ضوء تداعيات العولمة، دار الضيافة، جامعة عين شمس، في الفترة من 30-31 يوليو 2008، ص 1138.

7 المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الخطة الشاملة للثقافة العربية، ط (3)، تونس، 1996.

8 موسى علي الشرقاوي، الهوية الثقافية لطلاب كليات التربية في ضوء التحديات المعاصرة، مجلة كلية التربية بالزقازيق، مج (47)، ع (1)، 2004، ص 24.

9 محمد علي نصر، رؤية مستقبلية لتفعيل دور مناهج التعليم في الحفاظ على الهوية الثقافية في مواجهة العولمة، دار الضيافة، جامعة عين شمس، في الفترة من 30-31 يوليو 2008، ص 1158.

“مجموعة السمات والخصائص التي تميز جماعة اجتماعية... في اللغة والعادات والدين والتقاليد”<sup>1</sup>، وفي السياق الغربي نُقارِبها “السمات المميزة لجماعة تعيش في منطقة لها تقاليد ودين ولغة ونسب وهياكل اجتماعية”<sup>2</sup>

## ثانياً: عناصر الهوية الثقافية

يرى الجابري أن الهوية الثقافية تستمد مرجعياتها الأساسية من الوطن، الأمة، والدولة، حيث يؤكد أن الهوية لا تكتمل ولا تبرز بوضوح إلا إذا تجسدت هذه المرجعيات الثلاث في كيان موحد. فالهوية الثقافية ليست مجرد مفهوم نظري، بل هي نتاج التفاعل بين هذه العناصر التي تمنحها الاستقرار والقوة.<sup>3</sup>

### 1- الوطن

ليس الوطن مجرد إقليم جغرافي، بل كيان وجداني روحي يحمل ذاكرة الأجداد وروابط التاريخ والجغرافيا<sup>4</sup>. فالجغرافيا ليست موقعاً فقط، بل سجلّ حي للذاكرة الجماعية، والتاريخ يمنح الأرض بُعداً رمزياً يتجاوز كونها مساحة للمعيشة، فتنبثق من العلاقة بين الأرض والتاريخ هوية انتمائية عميقة.<sup>5</sup>

### 2- الأمة

الأمة تجمع أفراداً بوحدة ثقافية وسياسية راسخة في اللغة والتاريخ والقيم والعادات. هي “نسيج اجتماعي وثقافي”<sup>6</sup> تتجسد فيه الذاكرة المشتركة والطموحات الجماعية، فتمنح الهوية الثقافية تماسكاً يستند إلى تجربة جماعية وروح وطنية متجذرة.<sup>7</sup>

### 3- الدولة

<sup>1</sup> هاني محمد بونس، دور التربية في الحفاظ على الهوية الثقافية في المجتمع العربي، مجلة كلية التربية، جامعة بنها، مج (19)، ع (7)، 2009، ص 13.

<sup>2</sup> دعاء محمد أحمد إبراهيم، التوزيع الاجتماعي للتعليم وتشكيل الهوية الثقافية، مجلة العلوم التربوية، القاهرة، ع (4)، ج (2)، أكتوبر 2017.

<sup>3</sup> سارة عياش، انعكاسات العولمة على الهوية الثقافية عند محمد عابد الجابري، مذكرة ماستر، جامعة 8 ماي 1945، 2017، صفحة 51.

<sup>4</sup> جميل صليبا، المعجم الفلسفي، بيروت: دار الكتاب اللبناني، 1982، ص 580.

<sup>5</sup> أليكس ميكشيللي، الهوية ترجمة، على وطفة، دمشق: دار النشر الفرنسية، 1993، ص 23.

<sup>6</sup> إبراهيم مذكور، المعجم الفلسفي، القاهرة: الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، 1983، ص 23.

<sup>7</sup> سارة عياش، انعكاسات العولمة على الهوية الثقافية عند "محمد عابد الجابري، نفس المرجع، ص 52.

الدولة تمثل البُعد القانوني والسياسي لوحدة الوطن والأمة، وتعمل على حماية الهوية الثقافية من التهديدات الداخلية والخارجية عبر الحفاظ على التراث والتقاليد وضمان الاستقلال. وهي كيان ثابت يظل حامياً للهوية حتى مع تغيّر الحكومات، فتضمن استمرارية الانتماء والاستقرار الاجتماعي • لذلك فإن الجابري يرى الهوية الثقافية لا يمكن أن تكون مستقرة وقوية إلا إذا تجسد الوطن، الأمة، والدولة في كيان واحد. فالمساس بأي من هذه العناصر هو تهديد مباشر للهوية الثقافية، والعكس صحيح، إذ إن أي اعتداء على الهوية الثقافية يمثل خطراً على الوطن والأمة والدولة. فالوطن هو الأرض التي تنشأ عليها الهوية، الأمة هي الروح التي تمنحها الحياة، والدولة هي الحارس الذي يحميها. وبذلك، فإن الهوية الثقافية ليست مفهوماً مجرداً، بل هي كيان متكامل يعكس العلاقة العضوية بين التاريخ، الجغرافيا، والمجتمع. وكلما كان هذا التكامل قوياً، كانت الهوية الثقافية أكثر قدرة على الاستمرار والتطور في مواجهة التحديات.<sup>1</sup>

### ثالثاً: مقومات الهوية الثقافية:

#### 01-اللغة

اللغة ركيزة أساسية للهوية الثقافية، فهي الرابط المشترك الذي يجمع الشعوب ويدعم تماسكها، خاصة اللغة العربية المعبرة عن هويتهم الثقافية والتاريخية<sup>2</sup>، وهي لغة القرآن: «إِنَّا جَعَلْنَاهُ قُرْآنًا عَرَبِيًّا لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ»<sup>3</sup>. تمثل اللغة وسيلة التواصل والتفاهم وتعزيز الانتماء والرمز للدولة، وقد عرفها ابن جني بأنها "أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم"، وأكد أحمد بركاي على أهميتها لهوية الشعوب وقدرتها على تشكيل الوعي السياسي والاقتصادي والثقافي<sup>4</sup>. استهدفتها القوى الاستعمارية لتهميشها وأضعاف هوية الشعوب، ففرضت لغاتها الخاصة مثل الفرنكفونية والأنجلوفونية لإضعاف الروابط الثقافية وتعزيز التبعية الفكرية والحضارية<sup>5</sup>

<sup>1</sup> سارة عياش، انعكاسات العولمة على الهوية الثقافية عند "محمد عبد الجابري، نفس المرجع، ص 53.  
<sup>2</sup> هواري محمد، العولمة الثقافية وآثرها على الهوية العربية الإسلامية، مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، مؤسسة كنوز الحكمة، رقم 141،

سنة 2013، ص 163

<sup>3</sup> سورة الزخرف الآية 03

<sup>4</sup> عهد كمال شلغين، الهوية العربية صراع فكري وأزمة واقع، دار الثقافة، دمشق، 2015، ص 48

<sup>5</sup> حسن حنفي، الهوية، المجلس العالي للثقافة، ط2012، القاهرة، ص 69

## 02- الدين، العقيدة:

يمثل الدين ركيزة أساسية في الهوية الثقافية؛ فقد عرفه ابن خلدون بأنه "الشرع المفروض من عند الله... المتميز بما يودعه الله فيه من هداية" ويرى دوركايم دوره في تعزيز وحدة المجتمع وترسيخ القيم المشتركة<sup>1</sup>. وهو ظاهرة اجتماعية وثقافية متجذرة عبر التاريخ، فلم يخلُ من الديانة أي مجتمع أو حضارة، حتى الأديان الوثنية تعكس حاجة الإنسان للإيمان والتفسير الروحي للوجود<sup>2</sup>. ولأن الدين مصدر قوة للمجتمعات، سعت القوى الغربية والصليبية والصهيونية إلى محاربته عبر الغزو الثقافي وتشويه العقيدة لزعزعة الانتماء الديني والهوية الثقافية<sup>3</sup>

## 03- التاريخ المشترك:

يُعتبر التاريخ الوعي الجمعي للأمة وأحد أبرز العوامل التي تساهم في تشكيل هويتها، إذ يربط أفراد المجتمع الواحد ويمنحهم شعورًا بالانتماء. فهو يمثل ذاكرة الأمة التي تحفظ ماضيها وتؤسس لمستقبلها، مما يجعل الافتخار به ضرورة للحفاظ على الهوية. وقد سعى الاستعمار إلى طمس تاريخ الشعوب التي خضعت له، محاولاً محوه من الأذهان، لأن غياب الوعي التاريخي يؤدي إلى فقدان الشعور بالانتماء، وهو ما يجعل استعادته أمراً صعباً ما لم يتم الرجوع إلى الجذور الأصلية. كما يُعد التاريخ منطلقاً أساسياً لتحديد الهوية، ويتجلى في صور متعددة، منها السجلات المكتوبة، والعادات والتقاليد، والأساطير والحكايات الشعبية. فالأمة التي تفتقر إلى تاريخها تفقد رموزها وذاكرتها، مما يؤدي إلى ضياع هويتها، إذ إن هذه العناصر تُشكل جزءاً لا يتجزأ من خصوصيتها وتميزها عن غيرها من الأمم<sup>4</sup>

## 04- العادات والتقاليد والأعراف:

تُعد العادات والأعراف ركيزة أساسية للهوية الثقافية، إذ تعكس نمط حياة الأفراد وتوجهاتهم المتوارثة عبر الأجيال. تشمل السلوكيات اليومية، وآداب التعامل، وطرق التعبير عن المشاعر، والاحتفالات

<sup>1</sup> علي ليلة، الامن القومي في عصر العولمة. اختراق الثقافة وتبيد الهوية مكتبة الانجلو مصرية القاهرة، سنة 2012، ص 256

<sup>2</sup> عهد كمال شلغين، الهوية العربية صراع فكري وأزمة واقع، الهيئة العامة السورية للكتاب، سنة 2015، ص 49

<sup>3</sup> زغو محمد، أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب، جامعة حسبية بن بو علي - الشلف سنة 2010، ص 5

<sup>4</sup> خليل نوري مسهر العاني، الهوية الإسلامية في زمن العولمة الثقافية، ديوان الوقف للنشر، بغداد، ط1، سنة 2009، ص 50 49

الاجتماعية والدينية، إضافةً إلى عادات الضيافة والزواج والمناسبات. تحدد هذه الأعراف أدوار الأفراد داخل المجتمع وقواعد التفاعل الاجتماعي غير المكتوبة. وبفضل التوارث والالتزام الجماعي، تعمل كخط دفاع أول يحفظ التماسك الثقافي والاجتماعي ويصون المجتمع من تأثيرات العولمة والانفتاح الإعلامي.<sup>1</sup>

## 05- الأدب والفنون:

الأدب والفنون ركيزتان أساسيتان للهوية الثقافية، إذ يعكس الأدب بمختلف أنواعه (شعر، سرد، مسرح) تجارب المجتمع وأفكار أفرادِهِ عبر الزمن، بينما تعكس الفنون البصرية (رسم، نحت، عمارة) الذوق الجمالي والابتكار الثقافي. كذلك تساهم الفنون الأدائية (تمثيل، موسيقى، رقص) في نقل الموروث الثقافي ورسائل ذات بعد فكري وإنساني، مما يجعل الأدب والفن وسيلتين حيويتين للحفاظ على الهوية الثقافية وتعزيزها ضد التأثيرات الخارجية<sup>2</sup>

### رابعاً: مستويات الهوية الثقافية

يرى الجابري أن الهوية الثقافية ليست كياناً جامداً، بل هي بنية متحركة تتأثر بالسياق الذي تتواجد فيه، وتتحدد وفق مستويات ثلاثية: فردية، جموعية، وقومية. وهذه المستويات تتفاعل فيما بينها وفقاً "لآخر" الذي تواجهه، بحيث تتغير طبيعة الهوية تبعاً لنوع التحدي أو التفاعل مع المحيط.

**1- المستوى الفردي:** يمتلك كل شخص هويته الخاصة داخل الجماعة التي ينتمي إليها، فيبرز "أنا" الفرد مقابل "الأخر" داخلها. الهوية الفردية تتشكل ضمن الجماعة لكنها تحتفظ بسماتها وتوضح ذات الفرد في التفاعل الاجتماعي.

**2- المستوى الجمعي:** تتصافر هويات الجماعات الفرعية (مهنية، دينية، عرقية...) داخل الأمة لتكوّن هويات جزئية متميزة، لكنها جميعاً تنتمي إلى هوية وطنية أوسع. وكل جماعة تترك خصوصيتها من خلال التفاعل مع باقي الجماعات "الأخر" ضمن الأمة.

<sup>1</sup> زغو محمد، أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب، جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف سنة 2010، ص 5

<sup>2</sup> زغو محمد، نفس المرجع ص 9

**3-المستوى القومي (الوطني):** هو مستوى الهوية الجامعة للأمة بأكملها، حيث يتحد الأفراد والجماعات تحت هويتهم الوطنية في مواجهة "الآخر" الخارجي (سياسي، ثقافي أو اقتصادي) <sup>1</sup>

• يؤكد الجابري أن الهوية ليست ثابتة، بل هي متغيرة حسب الظروف والسياقات التاريخية. فقد تضيق أو تتسع، تنتشر أو تتكتمش، تبعاً لقدرتها على التأثير في الواقع. فإذا كانت الهوية قوية، فإنها تتسع وتفرض نفسها، أما إذا كانت ضعيفة، فإنها تتراجع أمام الهويات الأخرى، مما يؤدي إلى تآكلها أو اندماجها في منظومات ثقافية مختلفة. وهكذا، فالهوية الثقافية ليست مستقلة عن التفاعلات الاجتماعية والسياسية، بل تتأثر بها وتؤثر فيها. فإذا كان التأثير الخارجي عليها قوياً، فقد تضعف وتصبح مجرد عنصر هامشي في المشهد الثقافي، بينما إذا كانت فاعلة وقوية، فإنها تحافظ على وجودها وتؤثر في محيطها، مما يمنحها القدرة على مقاومة الاختراقات الثقافية. <sup>2</sup>

#### المطلب السادس: أبعاد الهوية الثقافية الجزائرية وتحدياتها

##### أولاً: أبعاد الهوية الثقافية الجزائرية:

##### البعد العربي-الإسلامي:

يُعتبر الإسلام والعروبة ركيزتين أساسيتين في تشكّل الهوية الجزائرية، فرغم تعدد الديانات التي عرفتتها منطقة شمال إفريقيا، فإن الإسلام وحده نجح في غرس جذوره فيها، "واستطاع هذا الدين القادم من شبه الجزيرة العربية التغلغل في أعماق مجتمعات شمال إفريقيا، وهي المجتمعات المعروفة برفضها الدائم والمستمر للأجنبي، فمنذ أن دخلها العرب ووجدوها في صراع مع البيزنطيين والإفرنج أو بين سكان المدن وسكان الريف، <sup>3</sup> هذه البنية ساعدت الإسلام ربما على الانتشار السريع والتمكن من قلوب وعقول أفراد المجتمع وخاصة البربر منهم". وعندما تعرّفت هذه المجتمعات على مبادئ الإسلام وقيمه، تحول إلى جزء لا يتجزأ من هويتها الوطنية، مما مهّد لانتشار اللغة العربية، إذ لم تكن لتنتشر لولا ارتباطها بهذا الدين، فصارت اللغة العربية قيمة ثقافية أساسية ضمن الهوية الجزائرية.

##### البعد الأمازيغي:

<sup>1</sup> محمد عبد الجابري، الهوية الثقافية والعمومية: عشر أطروحات، مجلة الحكمة متاح على <https://hekma.org>، تم الاطلاع عليه يوم 29 مارس 2025.

<sup>2</sup> شريف رضا، الهوية العربية الإسلامية وإشكالية العمومية عند الجابري (الجزائر: كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، 2011)، ص 19-20.

<sup>3</sup> زينب زموري، دور المؤسسات الثقافية في التنمية الثقافية، أطروحة دكتوراه، (الجزائر: جامعة محمد خيضر 2017) ص 57، 56.

يشكل الأمازيغ الأغلبية الساحقة من سكان الجزائر، وهو ما يبرره المسار التاريخي والسمات السوسيو-أنثروبولوجية واللغوية للشعب الجزائري، "حيث كونوا خلال فترة طويلة عدة حضارات ودول كان لها باع طويل، ونالت حيزًا كبيرًا من تاريخ شمال إفريقيا"<sup>1</sup>. وقد اعتنق الأمازيغ ديانات متنوعة—من المسيحية واليهودية إلى المعتقدات المحلية—قبل بزوغ فجر الإسلام، مما جعل لبعدهم أثرًا جوهريًا في بناء الهوية الجزائرية.

### البعد الإفريقي:

ينبثق هذا البعد من انتماء الجزائر لإفريقيا، وهو عامل له أبعاد سياسية ودبلوماسية واقتصادية واستراتيجية وأمنية، إذ "أدركت الجزائر أهمية الدائرة الإفريقية لحركتها الجيوسياسية منذ الثورة التحريرية، حيث شكّلت القارة الإفريقية قاعدة خلفية لها في سياق التضامن الثوري الذي ساد بين دولها"<sup>2</sup>. ورغم أن هذا البعد قد يكون أقل حضورًا في الثقافة اليومية مقارنةً بالبعدين العربي والإسلامي والأمازيغي، فإنه لا ينفك عن الهوية الجزائرية كجزء من الفضاء الإفريقي الأوسع.

### البعد المتوسطي:

يتصل هذا البعد بموقع الجزائر على حوض البحر المتوسط، إذ شهدت المنطقة "لقرون طويلة احتكاكًا كبيرًا وعلاقة تأثير وتأثر خاصة إذا عرفنا أن هذه المنطقة عرفت كبرى الحضارات في التاريخ"<sup>3</sup>. ومن ثم، فإن الانتماء المتوسطي يضيف للهوية الثقافية الجزائرية بعدًا تعدديًا يعزز التواصل مع شعوب الضفة الأخرى.

### ثانياً: إشكالات وتحديات الهوية الثقافية متعددة الأبعاد في الجزائر:

#### -الإشكال اللغوي:

يتسم المشهد اللغوي الجزائري بتعقيد ناتج عن تداخل أصول الأمازيغ والرومان والعرب والأتراك والفرنسيين، إضافة إلى افتتاح البلاد على البحر المتوسط الذي عزز من تعدد اللغات. وتتوزع الاستخدامات بين العربية الفصيحة والعامية والأمازيغية بلهجاتها المتنوعة، فضلاً عن الفرنسية كلغة

<sup>1</sup> ناصر جابي، الحركات الأمازيغية في شمال إفريقيا، (الجزائر: منشورات الشهاب، 2018)، ص98.

<sup>2</sup> سمير قط، البعد الإفريقي في سياسة الأمن والدفاع الوطني الجزائري، اطروحة دكتوراه، (بسكرة: جامعة محمد خيضر بسكرة، 2017)، ص33.

<sup>3</sup> كمال بوقرة، المسألة الثقافية وعلاقتها بالمشكلات التنظيمية في المؤسسة الجزائرية، باتنة: جامعة الحاج لخضر باتنة، سنة 2008، ص205.

أجنبية أولى، "مما يجعل خريطة التنوع اللغوي في الجزائر واضحة الشكل وجليّة"<sup>1</sup>. ورغم أنّ هذا التنوع ينبغي أن يمثل عامل قوة للهوية الثقافية، فإنّه أفرز إشكالات في القطاعين التعليمي والإداري، وأخفق مشروع التعريب الذي أُطلق منذ عقود في تحقيق أهدافه. ولا تزال الأمازيغية، رغم اعتراف الدستور بها لغة رسمية، تواجه "مشاكل تتعلق بالحرف والرسم؛ إذ أنها تجمع ثقافات مختلفة (الشاوية، القبائلية، الميزابية، الطارقية، الشناوية بتيبازة، البوسمغونية، الشلوح بالبيض)، مما يضع الجزائر أمام تحدي كبير، إذ بأية لغة ستكتب الجزائر، وما هو دور الترجمة في كل هذا. ومن هنا وجب تحديد استراتيجية واضحة من كل هذا"<sup>2</sup>. كما أدى تسييس بعض الأطراف لقضية اللغة إلى تحويلها من مسألة ثقافية قابلة للحل إلى مطلب إثني وانفصالي عند بعضهم<sup>3</sup>.

#### -مشكل الاستغلال السياسي لمسائل الهوية:

أصبحت قضايا الهوية أدوات استقطاب في فترات التوتر، كما ظهر في "الأزمة البربرية" حين استُخدمت مطالب الهوية ضد اللجنة المركزية، وفي فترة الأحادية الحزبية بعد الاستقلال حيث دُعمت الهوية العربية-الإسلامية على حساب أبعاد أخرى<sup>4</sup>

#### -المشكل الإثني والجهوي:

على الرغم من ندرة النزاعات الإثنية المباشرة في التاريخ الجزائري، برزت بعد الاستقلال حركات أمازيغية اتهمت الدولة بالتعنّت في الاستجابة لمطالبها اللغوية والثقافية، فظهرت دعوات تُصوّر الأمر كاضطهاد ضد جماعة إثنية معيّنة، "في حين أنّ تعنت الدول الحديثة تجاه الأقليات جاء كرد فعل على سياسات القوى الاستعمارية السابقة التي كانت تلجأ إلى فرق تسد"<sup>5</sup>. ويعمل بعض الفاعلين الخارجيين على دعم هذه المجموعات تحت ذرائع حقوق الأقليات، ما يهدد الوحدة الوطنية وخاصة على المستوى اللغوي.<sup>6</sup>

1 الحواس بورمة، الازدواجية اللغوية في الجزائر. بجاية، مذكرة ماستر، (بجاية: جامعة عبد الرحمان ميرة، 2016)، ص26.

2 خيرة سحابة، الترجمة والتنوع الثقافي في الجزائر، ALTRALANG Journal، المجلد 01، العدد 2019، 01، ص129.

3 محمد ابن شماني، تطوير العربية والأمازيغية سبيل إلى الوحدة والامن اللغويين، سنة 2018، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، ص81.

4 عمار بوحوش، التاريخ السياسي للجزائر، (بيروت: دار الغرب الإسلامي، 1997)، ص318.

5 عبد الناصر بن بناجي، السياسات اللغوية الكولونيالية وما بعد الكولونيالية في افريقي، مجلة معالم، المجلد 09، العدد 2019، 12، ص212.

6 محمد ابن شماني، نفس المرجع ص81.

يرى الدكتور "حامي حسان" أنّ "عناصر الهوية كانت حاسمة في أشكال التنازع والانقسام التي عرفها المجتمع، إلى جانب شرعيات تاريخية ورعوية وأمنية"<sup>1</sup>. وقد تجلّت هذه الانقسامات في أحداث منطقة القبائل 2001 وأحداث غرداية 2013، بينما تبقى الفوارق الجهوية مستمرة رغم النصوص الدستورية المؤكدة على التوازن الإقليمي<sup>2</sup>.

### المبحث الثالث: واقع الهوية الثقافية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي

#### المطلب الأول: تجليات الهوية الثقافية في شبكات التواصل الاجتماعي:

في عالم يتزايد فيه الترابط الرقمي، أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي ساحة حيوية لتجليات الهوية الثقافية، حيث تتنازع فيها قوى الحفظ والتجديد. تبرز هذه المنصات كأرشيف حيوي للموروث الثقافي غير المادي، حيث تنبض الحياة مجدداً في الحرف التقليدية كالنقش على الخشب وصناعة الفخار، وتستعيد الفنون الأدائية كالرقصات الشعبية والأغاني التراثية حضورها، بينما تحفظ الطقوس والعادات الاجتماعية من الاندثار. لكن هذا الفضاء الرقمي لا يكفي بالتوثيق، بل يعيد تشكيل الهوية الثقافية عبر عمليات تحويل خلاق، تظهر في اندماج الرموز التراثية مع لغة العصر الرقمية، فتولد ميمز ثقافية وريلز تراثية، وتتطور أنماط لغوية هجينة تزوج بين الأصالة والمعاصرة. كما تخلق هذه المنصات فضاءات تفاعلية غير مسبوقة، تدوب فيها الحدود الجغرافية، فتتشكل حوارات ثقافية عابرة للقارات، وتنشأ أشكال تعبيرية هجينة، لكنها تثير في الوقت ذاته صراعات حول ملكية الرموز الثقافية<sup>3</sup>. وفي هذا السياق، تتحول العناصر الثقافية إلى رأس مال رمزي، حيث يبرز "المؤثرون الثقافيون" كوسطاء جدد، وتكتسب الممارسات التراثية قيمة اقتصادية جديدة. غير أن هذا المشهد لا يخلو من تحديات جسيمة، حيث يواجه الحفاظ على الأصالة مخاطر التبسيط والتسطيح، ويصبح التراث عرضة للاستيلاء خارج سياقه الأصلي، بينما تزداد تعقيدات عملية نقل الثقافة بين الأجيال في هذا الفضاء المتسارع. وهكذا، تتحول شبكات التواصل الاجتماعي من مجرد وسائط نقل إلى فضاءات نشطة لإنتاج الثقافة وإعادة إنتاجها، تحمل في طياتها فرصاً غير مسبوقة للحفظ والانتشار،

<sup>1</sup> حسان حامي، الأزمة الهويةية في المجتمع الجزائري بين التنازع الإيديولوجي والتوظيف السياسي، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج 09، العدد 2017، 29، ص 57.

<sup>2</sup> فاتح حاجي، الهوية في الجزائر الواقع والافاق، مجلة الاداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 15، العدد 2018، 26، ص 119.

<sup>3</sup> Dita Ayu Lestari, Meme Culture: A Study of Humor and Satire in Digital Media, International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies, 29/06/2024

لكنها تطرح في الوقت نفسه أسئلة عميقة حول حدود التكيف والتجديد في ظل الحفاظ على الجوهر الثقافي الأصيل<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: قيم الحداثة وتأثيرها على الهوية الثقافية:

تقوم الهوية الثقافية الجزائرية على مقومات متعددة مثل اللغة، القيم الاجتماعية، الموروث التاريخي، والعقلية الجماعية، وتتأثر هذه العناصر بتغيرات الواقع السياسي والاقتصادي. في ظل الحداثة، أصبحت هذه الهوية تواجه تحديًا واضحًا يتمثل في تراجع حضورها لصالح أنماط سلوكية عالمية تذيب الفوارق الثقافية، خصوصًا في بيئات تعاني من الفقر والتهميش<sup>2</sup>.

تعددت مواقف الباحثين تجاه الحداثة، فهناك من يرى فيها ضرورة تاريخية ينبغي استيعابها، وآخرون يعتبرونها خطرًا على الهوية الأصيلة، بينما يدعو فريق ثالث إلى التوفيق بين القيم المحلية والحديثة بطريقة متوازنة. وتعود قوة الحضور الجديد للهوية الثقافية الجزائرية إلى إخفاق الأيديولوجيات المستوردة في بناء نموذج تنموي متجذر في الواقع الثقافي والاجتماعي المحلي<sup>3</sup>. ويحذر بعض الباحثين من اختزال الهوية في بعدها السياسي فقط، مؤكدين أن الهوية الثقافية تعبر عن امتداد تاريخي ومعرفي يتكامل مع الحاضر والمستقبل، ولا يمكن فهمها في إطار السياسة وحدها<sup>4</sup>. الانفتاح على ثقافات الآخرين لا يعني التخلي عن الأصالة، بل يدعو إلى إعادة بناء الثقافة الوطنية على أساس الموروث القيمي، مع الاستفادة مما تقدمه الحضارات الأخرى في ميادين الفكر والفن والتكنولوجيا. فالمجتمع الجزائري يمتلك تراثًا غنيًا يمكن تكييفه مع مستجدات العصر دون فقدان خصوصيته<sup>5</sup>.

### المطلب الثالث: التحديات الرقمية التي تواجه الهوية الثقافية على فيسبوك

بات واضحاً أن الفضاء الرقمي يشكل اليوم فرصة ذهبية لإعادة اكتشاف ونشر مكونات الهوية الثقافية الجزائرية، لكنه في الوقت نفسه يفرض تحديات جسيمة تهدد عمق هذه الهوية واستمراريتها.

<sup>1</sup> Erasmus+, **The use of social media in Intangible Cultural Heritage presentation**, Universidade Portucalense, Portugal, october 2022

<sup>2</sup> عماد علي، الحداثة وتأثيراتها على الهوية الثقافية في منطقتنا، الحوار المتمدن، 10/04/2010، العدد 1370  
<sup>3</sup> محمد حسن برغثي: الثقافة العربية والعولمة دراسة سوسولوجية لأراء المثقفين العرب، بيروت، المؤسسة العربية للنشر، 2007، ص115-117.

<sup>4</sup> فرحان السليم، الثقافة العربية بين الأصالة والمعاصرة، متاح على <https://saaid.org> تم الاطلاع عليه يوم 20 جانفي 2025 على الساعة 14:00

<sup>5</sup> ولد أباه، مشروع النهوض العربي وسؤال الحداثة، 17/07/2022 متاح على <https://ardd-jo.org> تم الاطلاع عليه يوم 20 جانفي 2025 على الساعة 16:30

فمن جهة، يتيح فيسبوك وغيره من المنصات مساحات واسعة لتوثيق الحرف التقليدية والفنون الشعبية والطبوس الاجتماعية، ولنشوء حوارات ثقافية عابرة للحدود الجغرافية. لكن من جهة أخرى، تطغى على هذه المساحات موجات هائلة من المحتوى الأجنبي الذي يستهلكه الشباب بشكل أسرع وأسهل من المحتوى المحلي، مما يحدّ من انتشار قيمنا وتقاليدنا. وتتفاقم مشكلة التمثيل المحلي الضعيف عندما تفتقر المؤسسات الثقافية إلى خطط رقمية استراتيجية واضحة، فتترك الفرصة للمؤثرين غير المتخصصين لنشر صور منحرفة أو مشوهة لرموزنا الأمازيغية وأغانينا الشعبية، وتتحول هذه الرموز أحياناً إلى «ميمز» أو مقاطع قصيرة تفقدها عمقها ودلالاتها. وفي المقابل، يعاني منتجو المحتوى الجزائريون من نقص التدريب على المهارات التقنية والإنتاجية الرقمية، إضافة إلى ضعف البنية التحتية للإنترنت في بعض المناطق، مما يضيق هوامش تواجدهم ويقلل من تنافسيتهم. لمواجهة هذه الإشكاليات<sup>1</sup>، لا يكفي مجرد النذب والتذمر، بل يتطلب تبني استراتيجية شاملة تجمع بين دعم الصناعات الإبداعية المحلية وتهيئة منصات رقمية وطنية، وتدريب المبدعين على التقنيات الحديثة، وضمان وصول خدمات الإنترنت ذات الجودة العالية إلى كل ربوع البلاد، مع إدراج محتوى الهوية الثقافية في المناهج التعليمية لتعزيز وعي الأجيال المقبلة بأهمية صون تراثهم في العصر الرقمي

**المطلب الرابع: كيف نحافظ على الهوية الثقافية في ظل قيم الحداثة:**

تقرض التحولات المتسارعة في العالم تحديات كبيرة على الهوية الثقافية الجزائرية، ما يستدعي التحول من ردود الأفعال السلبية كالخوف والانغلاق، إلى مراجعة ذاتية واعية وابتكار آليات فعّالة لحماية هذه الهوية وتعزيز حضورها. إن الانغلاق أو التثبيت الصلب بالهوية قد يؤدي إلى نتائج عكسية، لذلك لا بد من فهم نقدي لقيمنا الثقافية، والتفريق بين الأصيل والمتجاوز منها، بما ينسجم مع تطلعاتنا للتقدم والتنمية.

الحفاظ على الهوية لا يكون برفض الحداثة بالكامل، بل في التعامل معها بوعي وانتقاء ما ينسجم مع هويتنا ويخدم تطورنا. فنحن لا نستطيع تجاهل ما قدمته الحداثة من منجزات علمية وتقنية، لكن في الوقت ذاته لا يمكن تبني منظومتها القيمية كاملة، خاصة ما يتنافى مع القيم الاجتماعية والأخلاقية لمجتمعنا. من هنا، تبرز ضرورة تأسيس حداثة جزائرية منفتحة، مبنية على نقد الذات

<sup>1</sup> باقوت زهرة القدس بن عبد الله، الرقمنة وتحدي الهوية الثقافية، كيف نواجه خطر التهميش؟ متاح على <https://elbadilabc-ar.dz> تم الاطلاع عليه يوم 21 جانفي 2025 على الساعة 15:30

والتراث، تستوعب المفيد من التجربة الغربية دون ذوبان فيها. وذلك وفقاً لقاعدة: "الحكمة ضالة المؤمن، أنى وجدها فهو أحق بها"، مع الاستلهام من النموذج النبوي الذي احتفظ من الجاهلية بما كان أخلاقياً وألغى ما يخالف قيم الرسالة، بقوله: "إنما بُعثت لأتمم مكارم الأخلاق" <sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> محمد حسن برغثي: الثقافة العربية والعولمة دراسة سوسيولوجية لأراء المثقفين العرب، بيروت، المؤسسة العربية للنشر، 2007، ص129.

## الفصل الثالث:

### الدراسة التطبيقية

## 1- عرض نتائج الدراسة

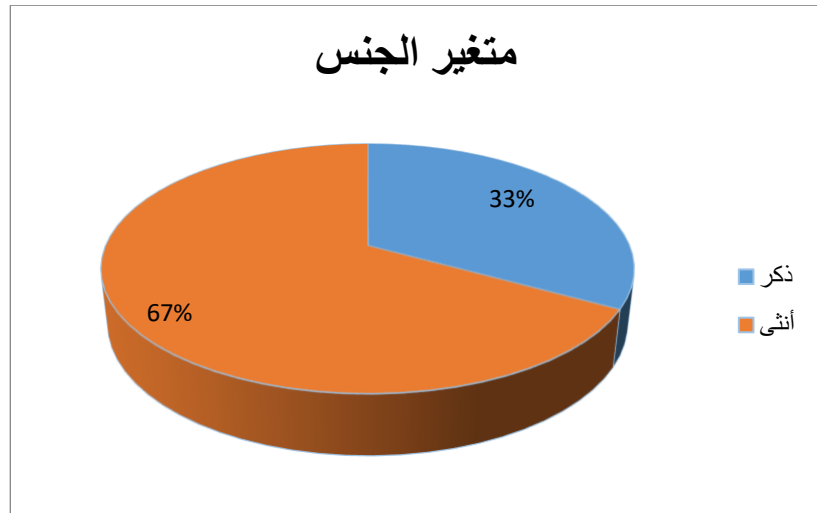
### البيانات الشخصية

#### 1: تفرغ البيانات الشخصية

الجدول رقم (01): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

المتغير	التكرار	النسبة %
ذكر	33	33.0
أنثى	67	67.0
Total	100	100.0

الشكل رقم (01): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

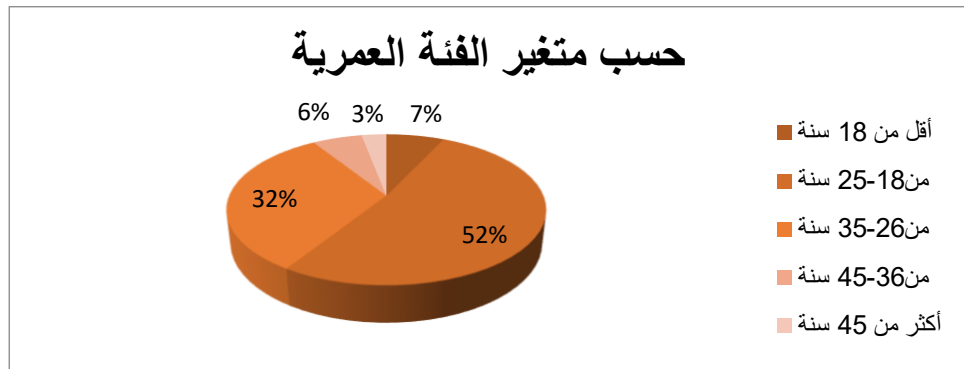


من خلال الجدول (01) الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس نجد نسبة الإناث بلغت 67% أما نسبة الذكور قدرت ب 33%، وهذا يدل على أن معظم أفراد مجتمع البحث إناث.

الجدول رقم (02): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الفئة العمرية

المتغير	التكرار	النسبة %
أقل من 18 سنة	7	7.0
من 18-25 سنة	52	52.0
من 26-35 سنة	32	32.0
من 36-45 سنة	6	6.0
أكثر من 45 سنة	3	3.0
المجموع	100	100.0

الشكل رقم (02): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الفئة العمرية



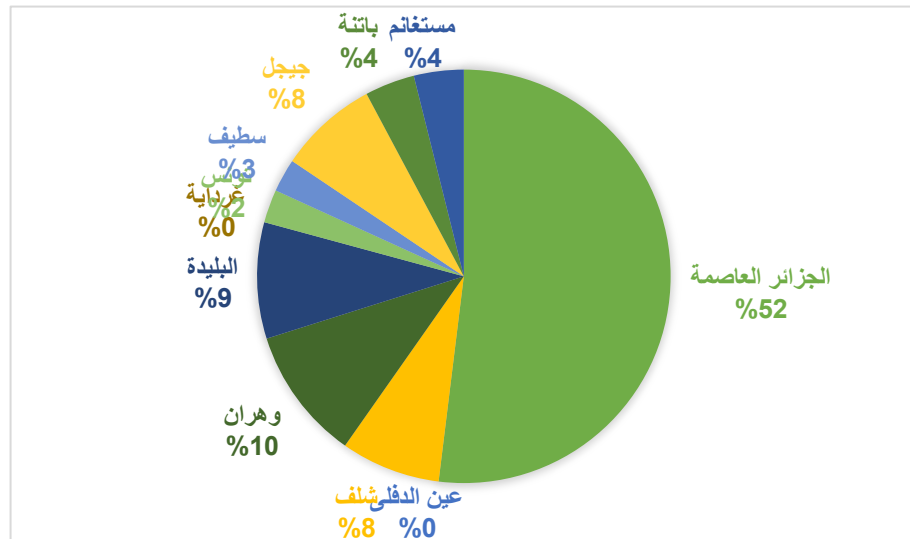
من خلال الجدول (02) الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الفئة العمرية نجد في المرتبة الأولى الفئة العمرية (من 18-25 سنة) بنسبة 52%، تلتها في المرتبة الثانية الفئة العمرية (من 26-35 سنة) بنسبة 32%، وتلتها في المرتبة الثالثة الفئة العمرية (أقل من 18 سنة) بنسبة 7%، ثم نجد في المرتبة الرابعة الفئة العمرية (من 36-45 سنة) بنسبة 6%، بينما نجد في

المرتبة الخامسة الفئة العمرية (أكثر من 45 سنة) بنسبة 3% كأصغر نسبة، مما سبق نستنتج أن معظم أفراد العينة يتراوح سنهم من 18 إلى 25 سنة.

الجدول رقم (03): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الموقع الجغرافي

المتغير	التكرار	النسبة %
الجزائر العاصمة	40	40.0
عين الدفلى	16	16.0
شلف	6	6.0
وهران	8	8.0
البلدية	7	7.0
غرداية	3	3.0
تونس	2	2.0
سطيف	2	2.0
جيجل	6	6.0
باتنة	3	3.0
مستغانم	3	3.0
بجاية	4	4.0
المجموع	100	100.0

الشكل رقم (03): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الموقع الجغرافي

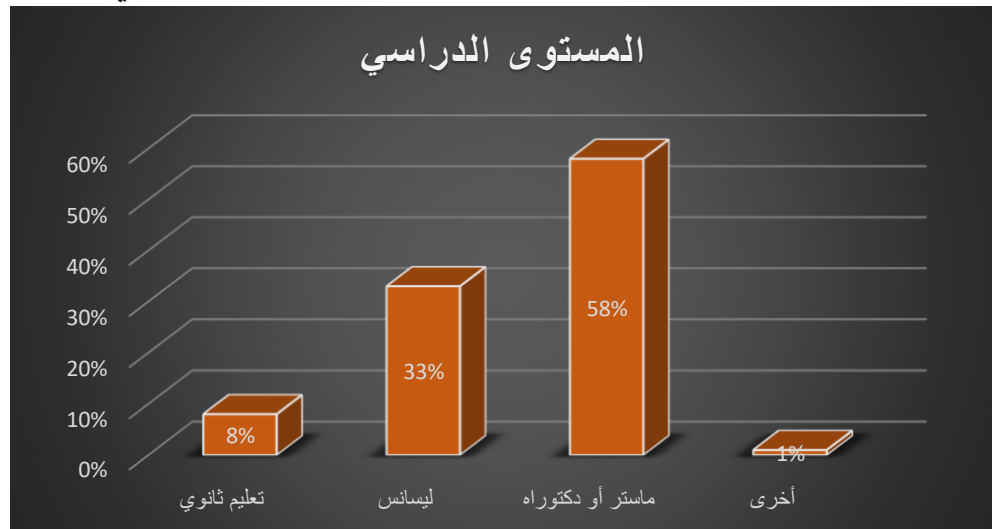


من خلال الجدول (03) الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الولاية نجد في المرتبة الأولى (الجزائر العاصمة) بنسبة 40%، تلتها في المرتبة الثانية (عين الدفلى) بنسبة 16%، وتلتها في المرتبة الثالثة (وهران) بنسبة 8%، ثم نجد في المرتبة الرابعة (البليدة) بنسبة 7%، أما في المرتبة الخامسة نجد كل من (شلف) و(جيجل) بنسبة 6% متساوية بينهما، بينما سجلت في المرتبة السادسة (بجاية) بنسبة 4%، ثم نجد في المرتبة السابعة (غرداية)، (باتنة)، (مستغانم) بنسبة متساوية قدرت ب 3% لكل منهم، في حين سجلت في المرتبة الثامنة كل من (تونس) و(سطيف) بنسبة متساوية بينهما قدرت ب 2% وهي اقل نسبة، مما سبق نستنتج أن معظم أفراد العينة من ولاية الجزائر العاصمة و 2% خارج الوطن

الجدول رقم (04): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي

المتغير	التكرار	النسبة %
تعليم ثانوي	8	8.0
ليسانس	33	33.0
ماستر أو دكتوراه	58	58.0
أخرى	1	1.0
المجموع	100	100.0

الشكل رقم (04): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي



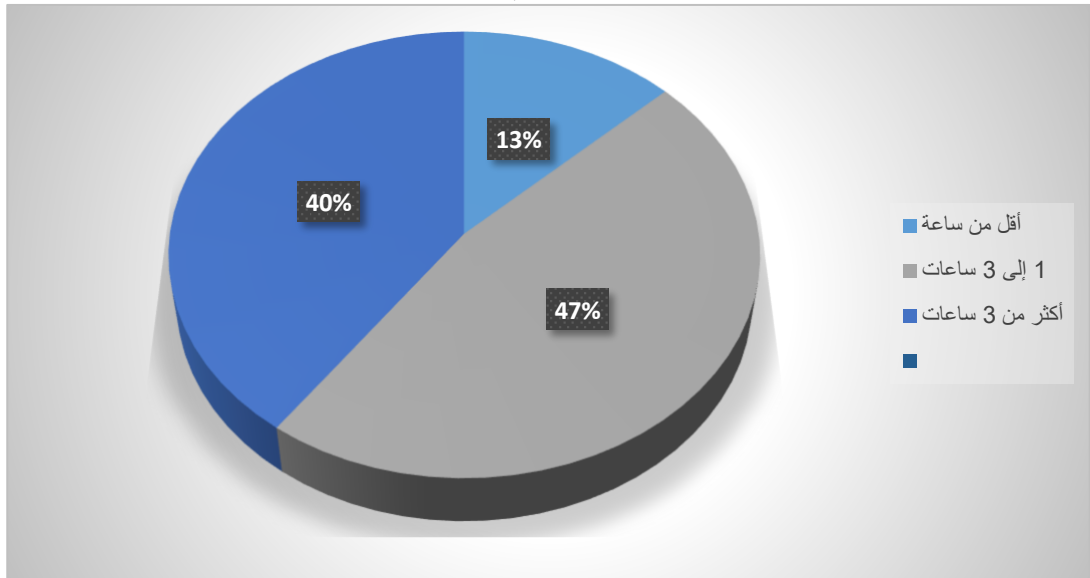
من خلال الجدول (04) الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي نجد في المرتبة الأولى مستوى) ماجستير أو دكتوراه) بنسبة 58%، تلتها في المرتبة الثانية مستوى (ليسانس) بنسبة 33%، بينما في المرتبة الثالثة نجد مستوى (تعليم ثانوي) بنسبة 8%، في حين سجلت في المرتبة الرابعة (أخرى) بنسبة 1% كأصغر نسبة، مما سبق نستنتج أن معظم أفراد العينة مستواهم الدراسي مستوى ماجستير أو دكتوراه.

#### المحور الاول: متابعة فيسبوك والمجموعات الثقافية

الجدول رقم (50): يبين كم من الوقت يقضي أفراد العينة على فيسبوك يوميا

المتغير	التكرار	النسبة %
أقل من ساعة	13	13.0
1 إلى 3 ساعات	47	47.0
أكثر من 3 ساعات	40	40.0
المجموع	100	100.0

الشكل رقم (05): يبين كم من الوقت يقضي أفراد العينة على فيسبوك يوميا

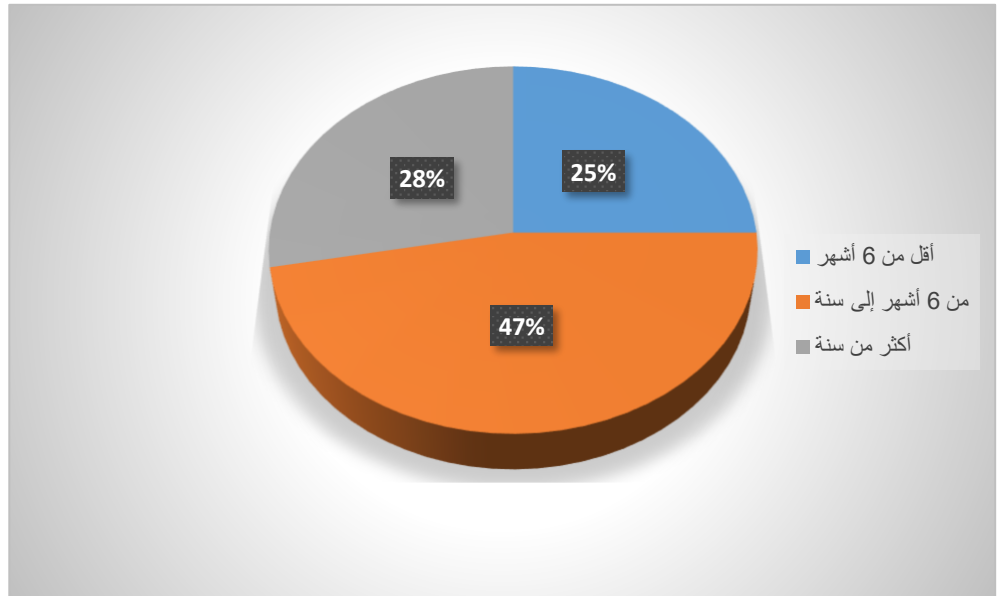


من خلال الجدول (05) الذي يبين كم من الوقت يقضي أفراد العينة على فيسبوك يوميا نجد في المرتبة الأولى (1 إلى 3 ساعات) بنسبة 47%، تلتها في المرتبة الثانية (أكثر من 3 ساعات) بنسبة 40%، بينما في المرتبة الثالثة نجد (اقل من ساعة) بنسبة 13% وهي أقل نسبة، مما سبق نستنتج أن النسبة الأعلى من أفراد العينة يقضون من ساعة إلى 3 ساعات على فيسبوك يوميا.

الجدول رقم (06): يبين منذ متى وأفراد العينة يتابعون مجموعة Algeria History and Culture

المتغير	التكرار	النسبة %
أقل من 6 أشهر	25	25.0
من 6 أشهر إلى سنة	47	47.0
أكثر من سنة	28	28.0
المجموع	100	100.0

الشكل رقم (06): يبين منذ متى وأفراد العينة يتابعون مجموعة Algeria History and Culture

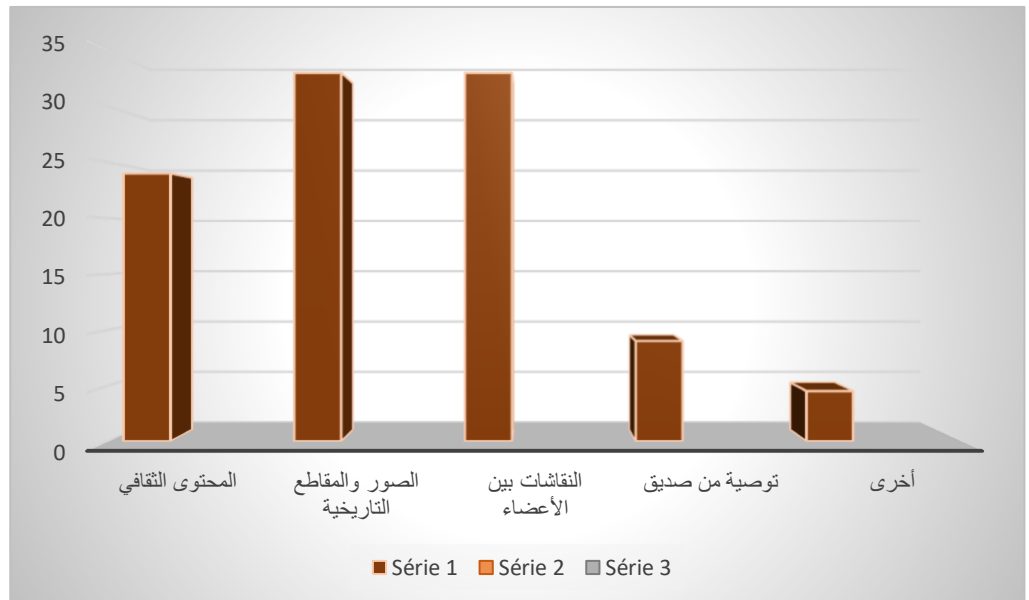


من خلال الجدول (06) الذي يبين منذ متى وأفراد العينة يتابعون مجموعة Algeria History and Culture نجد في المرتبة الأولى (من 6 أشهر إلى سنة) بنسبة 47%، تلتها في المرتبة الثانية (أكثر من سنة) بنسبة 28%، بينما في المرتبة الثالثة نجد (أقل من 6 أشهر) بنسبة 25% كأدنى نسبة، مما سبق نستنتج أن النسبة الأعلى من أفراد العينة يتابعون مجموعة Algeria History and Culture من 6 أشهر إلى سنة.

الجدول رقم (07): يبين ما الذي يجذب أفراد العينة للاشتراك في المجموعة

المتغير	التكرار	النسبة %
المحتوى الثقافي	24	24.0
الصور والمقاطع التاريخية	33	33.0
النقاشات بين الأعضاء	33	33.0
توصية من صديق	9	9.0
أخرى	1	1.0
المجموع	100	100.0

الشكل رقم (07): يبين ما الذي يجذب أفراد العينة للاشتراك في المجموعة

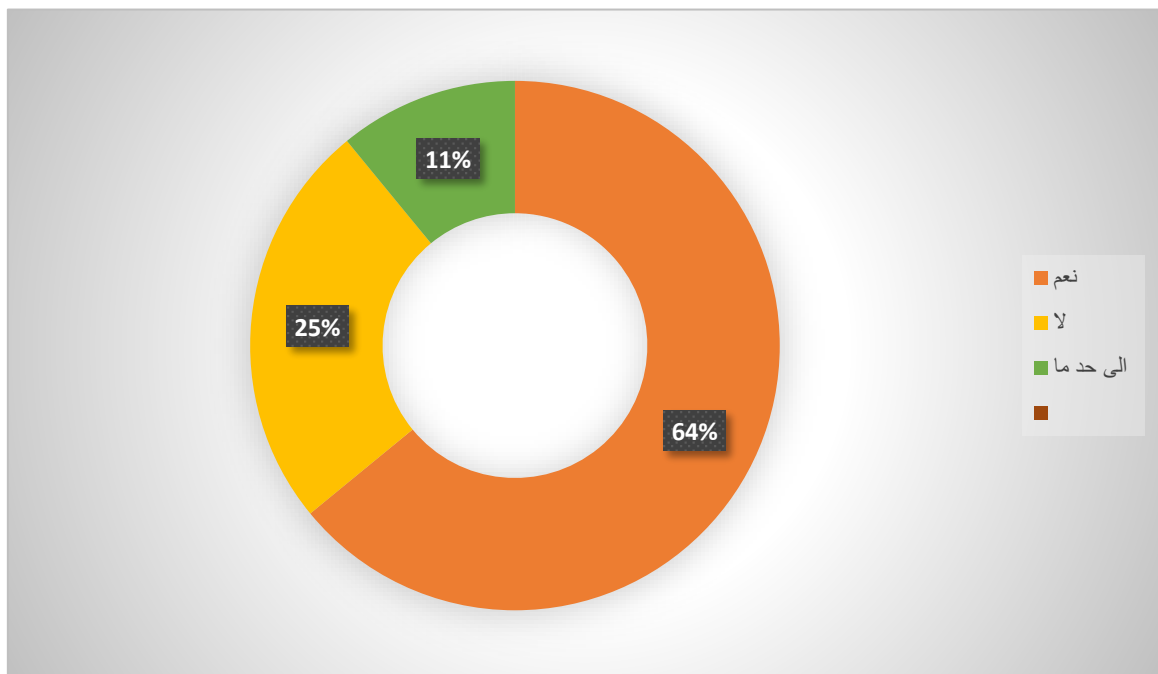


من خلال الجدول (07) الذي يبين ما الذي يجذب أفراد العينة للاشتراك في المجموعة نجد في المرتبة الأولى كل من (الصور والمقاطع التاريخية) و(النقاشات بين الأعضاء) بنسبة متساوية بينهما بلغت 33% لكل منهما، تلتها في المرتبة الثانية (المحتوى الثقافي) بنسبة 24 %، بينما في المرتبة الثالثة نجد (توصية من صديق) بنسبة 9%، في حين سجلت في المرتبة الرابعة (أخرى) بنسبة 1% كأصغر نسبة، مما سبق نستنتج أن معظم أفراد العينة يجذبهم كل من الصور والمقاطع التاريخية والنقاشات بين الأعضاء بشكل متساوي للاشتراك في المجموعة.

**الجدول رقم (08):** يبين برأي أفراد العينة ما إن كانت تساهم هذه المجموعة في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	83	83.0
لا	4	4.0
الى حد ما	13	13.0
المجموع	100	100.0

**الشكل رقم (08):** يبين برأي أفراد العينة ما إن كانت تساهم هذه المجموعة في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية



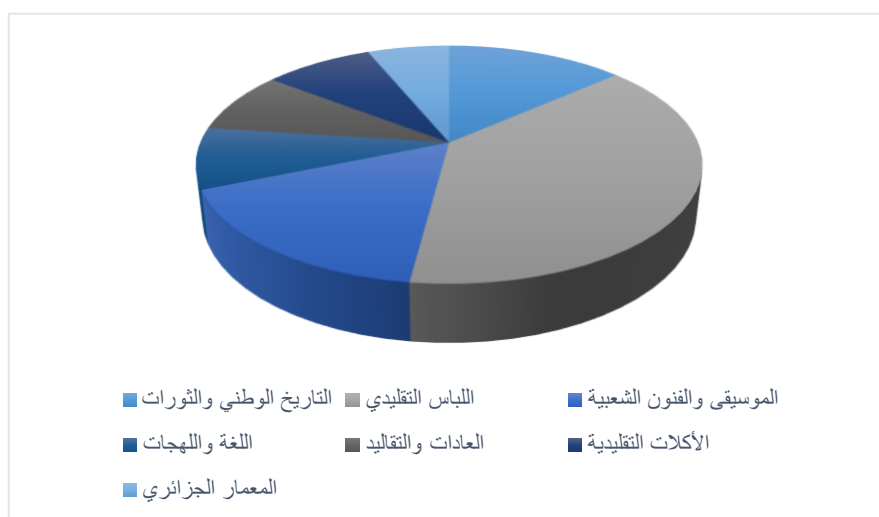
من خلال الجدول (08) الذي يبين برأي أفراد العينة ما إن كانت تساهم هذه المجموعة في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية نجد نسبة 83% منهم أجابوا ب (نعم) وهي أعلى نسبة، تلتها نسبة 13% منهم أجابوا ب (إلى حد ما)، ثم نسبة 4% منهم أجابوا (لا)، مما سبق نستنتج أن هذه المجموعة تساهم في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية برأي اغلب أفراد العينة.

### المحور الثاني: خصائص مجموعة Algeria History and Culture

الجدول رقم (09): يبين أبرز عناصر الهوية الثقافية التي يراها أفراد العينة حاضرة في منشورات المجموعة

المتغير	التكرار	النسبة %
التاريخ الوطني والثورات	17	13.4%
اللباس التقليدي	47	37.0%
الموسيقى والفنون الشعبية	20	15.7%
اللغة واللهجات	11	8.7%
العادات والتقاليد	15	11.8%
الأكلات التقليدية	10	7.9%
المعمار الجزائري	7	5.5%
المجموع	127	100.0%

الشكل رقم (09): يبين أبرز عناصر الهوية الثقافية التي يراها أفراد العينة حاضرة في منشورات المجموعة

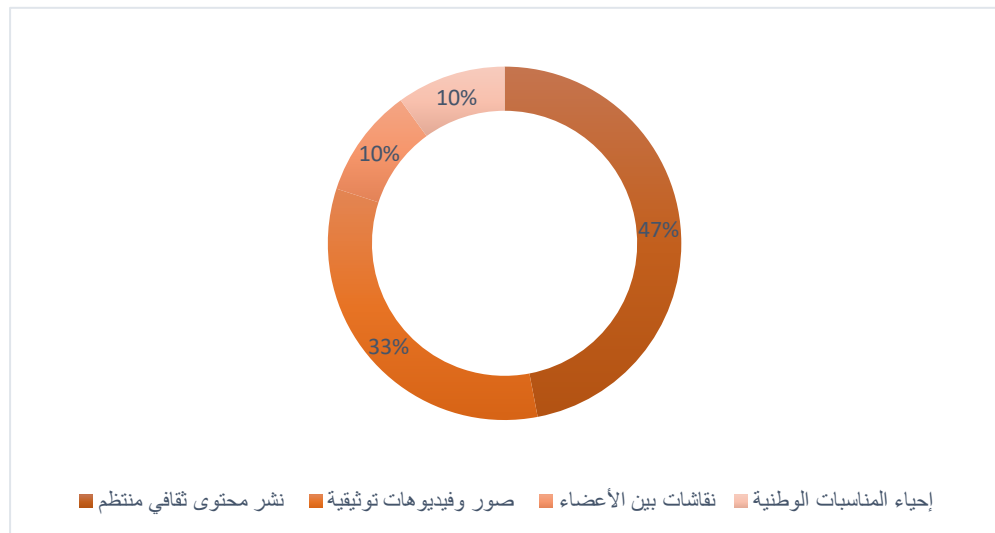


من خلال الجدول (09) الذي يبين أبرز عناصر الهوية الثقافية التي يراها أفراد العينة حاضرة في منشورات المجموعة نجد في المرتبة الأولى (اللباس التقليدي) بنسبة 37%، تلتها في المرتبة الثانية (الموسيقى والفنون الشعبية) بنسبة 15,7 %، وتلتها في المرتبة الثالثة (التاريخ الوطني والثورات) بنسبة 13,4%، ثم نجد في المرتبة الرابعة (العادات والتقاليد) بنسبة 11,8%، أما في المرتبة الخامسة نجد (اللغة واللهجات) بنسبة 8,7%، بينما سجلت في المرتبة السادسة (الأكلات التقليدية) بنسبة 7,9%، في حين نجد في المرتبة السابعة (المعمار الجزائري) بنسبة 5,5% وهي أقل نسبة، مما سبق نستنتج أن النسبة الأعلى من أفراد العينة يرون أن أبرز عناصر الهوية الثقافية الحاضرة في منشورات المجموعة تتمثل في عنصر اللباس التقليدي.

**الجدول رقم (10):** يبين الاستراتيجيات التي تستخدمها المجموعة في ترويج الهوية الثقافية

المتغير	التكرار	النسبة %
نشر محتوى ثقافي منظم	51	47.7%
صور وفيديوهات توثيقية	36	33.6%
نقاشات بين الأعضاء	10	9.3%
إحياء المناسبات الوطنية	10	9.3%
المجموع	107	100.0%

**الشكل رقم (10):** يبين الاستراتيجيات التي تستخدمها المجموعة في ترويج الهوية الثقافية

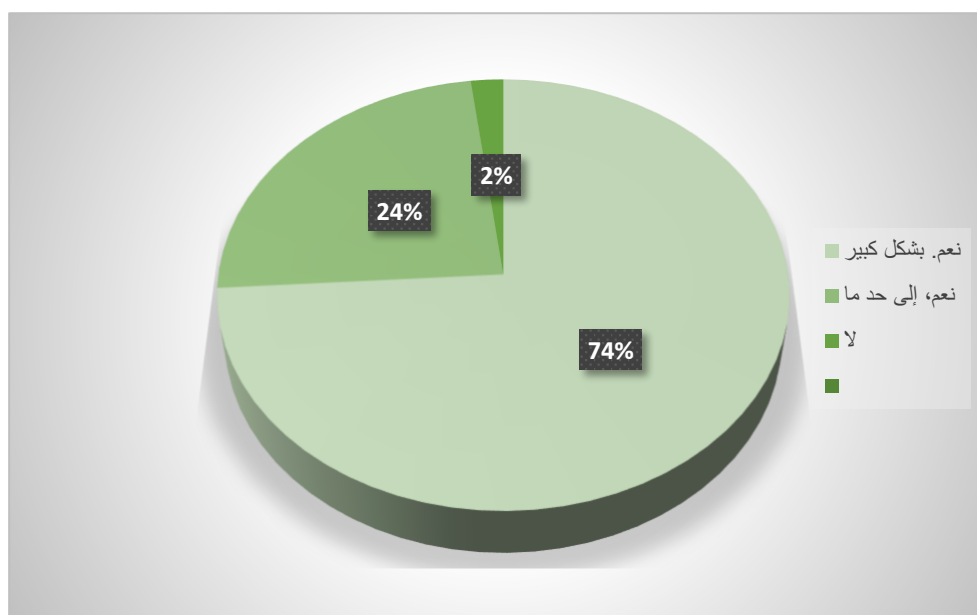


من خلال الجدول (10) الذي يبين الاستراتيجيات التي تستخدمها المجموعة في ترويج الهوية الثقافية نجد في المرتبة الأولى (نشر محتوى ثقافي منتظم) بنسبة 47,7%، تلتها في المرتبة الثانية (صور وفيديوهات توثيقية) بنسبة 33,6%، بينما في المرتبة الثالثة نجد كل من (نقاشات بين الأعضاء) و(إحياء المناسبات الوطنية) بنسبة 9,3% كنسبة متساوية بينهما وهي أدنى نسبة، مما سبق نستنتج أن الاستراتيجيات التي تستخدمها المجموعة في ترويج الهوية الثقافية تتمثل بشكل أكبر في نشر محتوى ثقافي منتظم حسب النسبة الأعلى من أفراد البحث.

**الجدول رقم (11):** يبين ما إن ساهمت منشورات المجموعة في تعزيز وعي أفراد العينة بالهوية الثقافية الجزائرية

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم . بشكل كبير	74	74.0
نعم، إلى حد ما	24	24.0
لا	2	2.0
المجموع	100	100.0

**الشكل رقم (11):** يبين ما إن ساهمت منشورات المجموعة في تعزيز وعي أفراد العينة بالهوية الثقافية الجزائرية

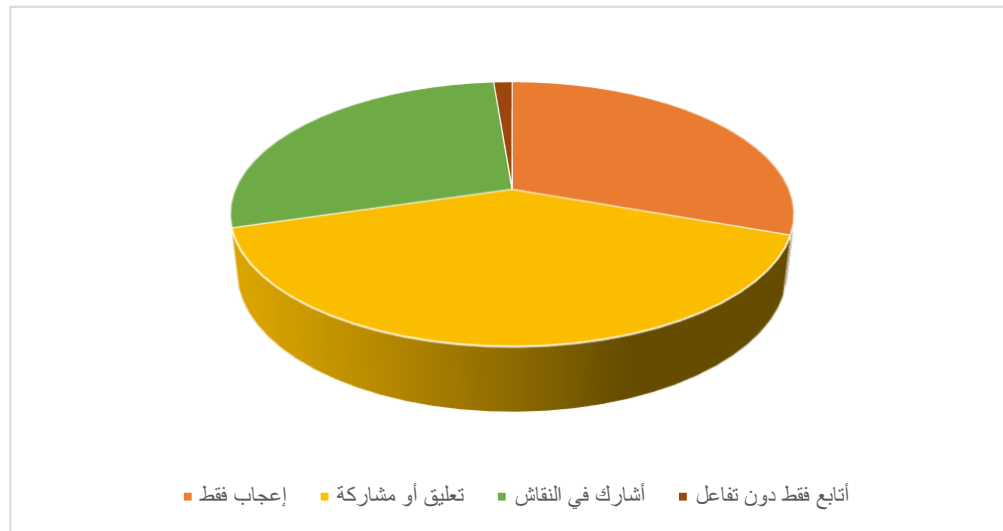


من خلال الجدول (11) الذي يبين ما إن ساهمت منشورات المجموعة في تعزيز وعي أفراد العينة بالهوية الثقافية الجزائرية نجد نسبة 74% منهم أجابوا ب (نعم، بشكل كبير) وهي أعلى نسبة، تلتها نسبة 24% منهم أجابوا ب (نعم، إلى حد ما)، ثم نسبة 2% منهم أجابوا (لا)، مما سبق نستنتج أن منشورات المجموعة ساهمت بشكل كبير في تعزيز وعي اغلب أفراد العينة بالهوية الثقافية الجزائرية.

الجدول رقم (12): يبين كيف يتفاعل عادة أفراد العينة مع منشورات المجموعة

المتغير	التكرار	النسبة %
إعجاب فقط	36	29.5%
تعليق أو مشاركة	47	38.5%
أشارك في النقاش	32	26.2%
أتابع فقط دون تفاعل	7	5.7%
المجموع	122	100.0%

الشكل رقم (12): يبين كيف يتفاعل عادة أفراد العينة مع منشورات المجموعة

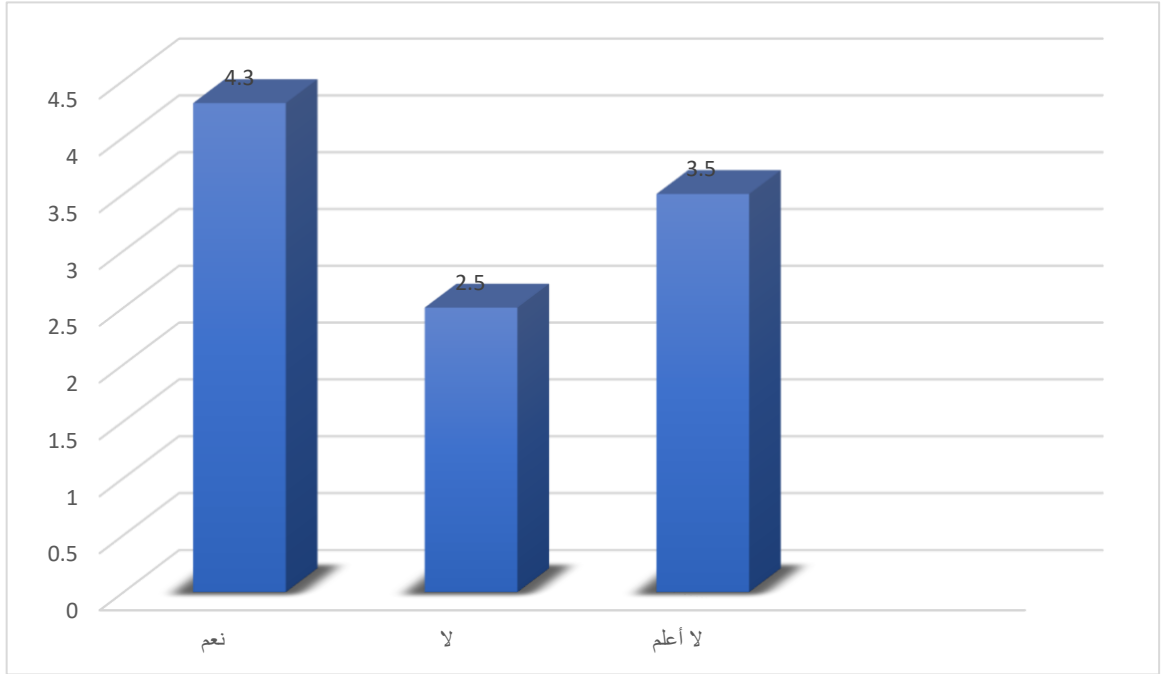


من خلال الجدول (12) الذي نجد في المرتبة الأولى (تعليق أو مشاركة) بنسبة 38,5%، تلتها في المرتبة الثانية (إعجاب فقط) بنسبة 29,5%، بينما في المرتبة الثالثة نجد (أشارك في النقاش) بنسبة 26,2%، في حين سجلت في المرتبة الرابعة (أتابع فقط دون تفاعل) بنسبة 5,7% كأصغر نسبة.

الجدول رقم (13): يبين ما إن كان يرى أفراد العينة أن هذه المجموعة عززت شعورهم بالفخر والانتماء للهوية الجزائرية

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	89	89.0
لا	2	2.0
لا أعلم	9	9.0
المجموع	100	100.0

الشكل رقم (13): يبين ما إن كان يرى أفراد العينة أن هذه المجموعة عززت شعورهم بالفخر والانتماء للهوية الجزائرية

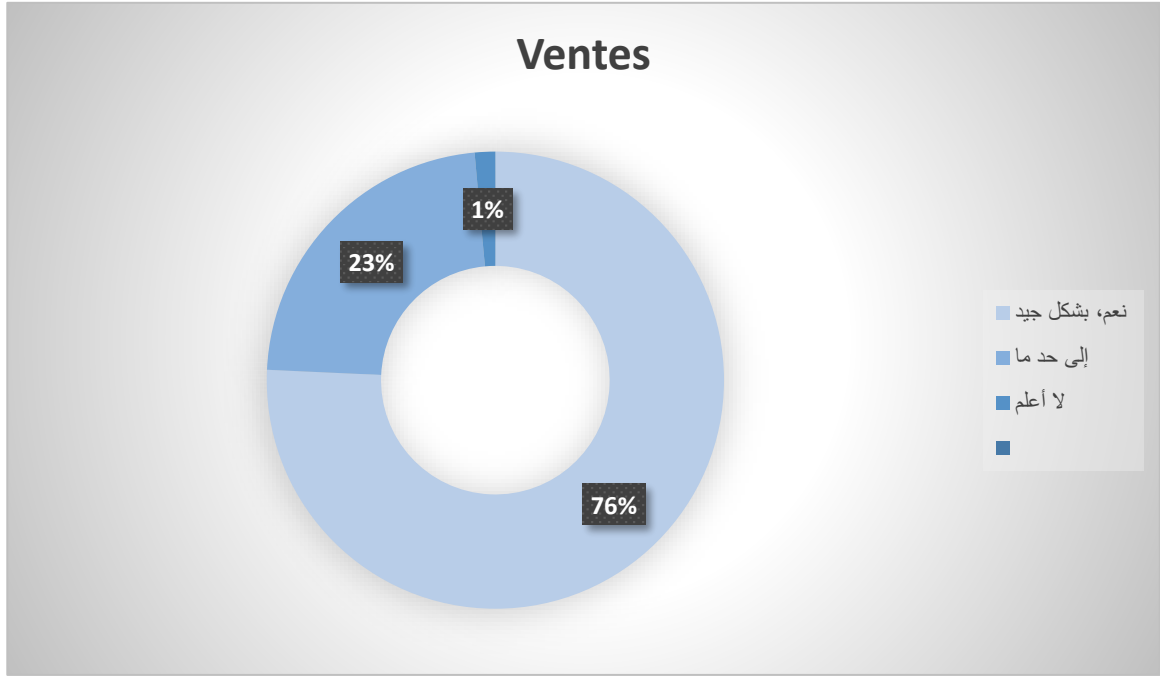


من خلال الجدول (13) الذي يبين ما إن كان يرى أفراد العينة أن هذه المجموعة عززت شعورهم بالفخر والانتماء للهوية الجزائرية نجد نسبة 89% منهم أجابوا ب (نعم) وهي أعلى نسبة، تلتها نسبة 9% منهم أجابوا ب (لا أعلم)، ثم نسبة 2% منهم أجابوا ب (لا)، مما سبق نستنتج أن اغلب أفراد العينة يرون أن هذه المجموعة عززت شعورهم بالفخر والانتماء للهوية الجزائرية.

الجدول رقم (14): يبين ما إن كان يعتقد أفراد العينة أن محتوى المجموعة يعكس تنوع الثقافة الجزائرية بين المناطق (امازيغية، عربية، صحراوية ... الخ)

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم، بشكل جيد	73	73.0
إلى حد ما	22	22.0
لا أعلم	5	5.0
المجموع	100	100.0

الشكل رقم (14): يبين ما إن كان يعتقد أفراد العينة أن محتوى المجموعة يعكس تنوع الثقافة الجزائرية بين المناطق (امازيغية، عربية، صحراوية ... الخ)

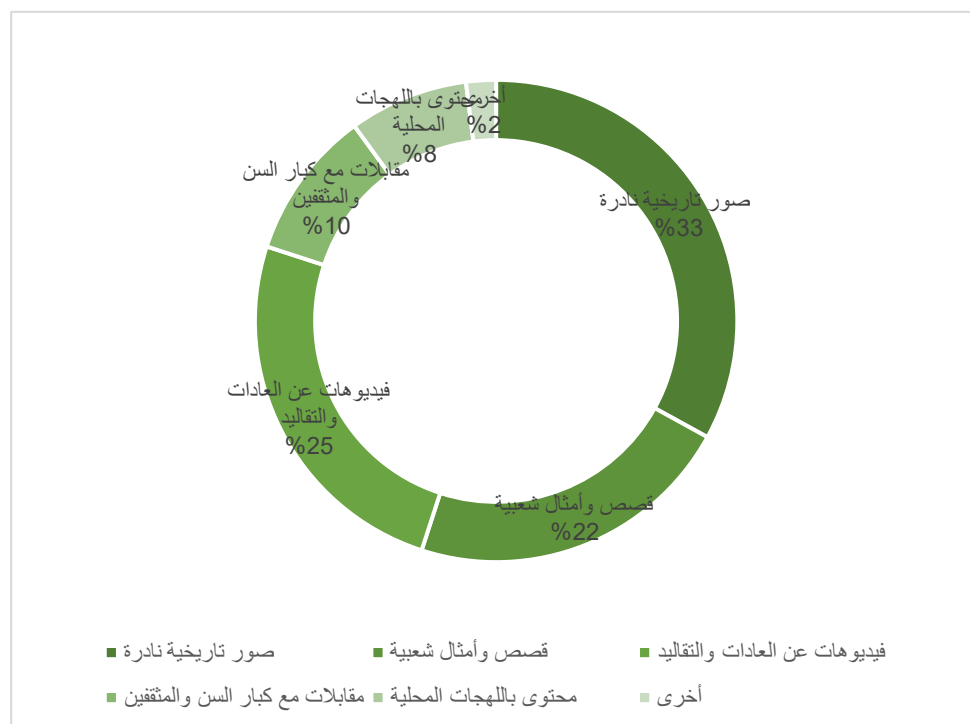


من خلال الجدول (14) الذي يبين ما إن كان يعتقد أفراد العينة أن محتوى المجموعة يعكس تنوع الثقافة الجزائرية بين المناطق (امازيغية، عربية، صحراوية ... الخ) نجد نسبة 73% منهم أجابوا ب (نعم، بشكل جيد) وهي أعلى نسبة، تلتها نسبة 22% منهم أجابوا ب (إلى حد ما)، ثم نسبة 5% منهم أجابوا (لا أعلم)، مما سبق نستنتج أن اغلب أفراد العينة يعتقدون أن محتوى المجموعة يعكس تنوع الثقافة الجزائرية بين المناطق (امازيغية، عربية، صحراوية ... الخ) بشكل جيد.

الجدول رقم (15): يبين نوع المحتوى الذي يود أفراد العينة أن يرونه أكثر في المجموعة لتعزيز الهوية الثقافية الجزائرية

المتغير	التكرار	النسبة %
صور تاريخية نادرة	33	33.0
قصص وأمثال شعبية	22	22.0
فيديوهات عن العادات والتقاليد	25	25.0
مقابلات مع كبار السن والمتقنين	10	10.0
محتوى باللهجات المحلية	8	8.0
أخرى	2	2.0
المجموع	100	100.0

الشكل رقم (15): يبين نوع المحتوى الذي يود أفراد العينة أن يرونه أكثر في المجموعة لتعزيز الهوية الثقافية الجزائرية



من خلال الجدول (15) الذي يبين نوع المحتوى الذي يود أفراد العينة أن يرونه أكثر في المجموعة لتعزيز الهوية الثقافية الجزائرية نجد في المرتبة الأولى (صورة تاريخية نادرة) بنسبة 33%، تلتها في المرتبة الثانية (فيديوهات عن العادات والتقاليد) بنسبة 25%، وتلتها في المرتبة الثالثة (قصص وأمثال شعبية) بنسبة 22%، ثم نجد في المرتبة الرابعة (مقابلات مع كبار السن والمتقنين) بنسبة 10%، أما في المرتبة الخامسة نجد (محتوى باللغات المحلية) بنسبة 8%، بينما سجلت في المرتبة السادسة (أخرى) بنسبة 2% وهي أقل نسبة، مما سبق نستنتج أن نوع المحتوى الذي تود النسبة الأعلى من أفراد العينة رؤيته أكثر في المجموعة لتعزيز الهوية الثقافية الجزائرية تمثل في صور تاريخية نادرة.

## تحليل نتائج الدراسة حسب متغير الجنس

الجدول رقم (16): يبين منذ متى وافراد العينة يتابعون مجموعة Algerian History and Culture حسب متغير الجنس

المجموع ع	الجنس		التكرار	أقل من 6 أشهر	منذ متى وأنت تتابع مجموعة Algeria History and Culture
	أنثى	ذكر			
25	17	8	التكرار	أقل من 6 أشهر	منذ متى وأنت تتابع مجموعة Algeria History and Culture
25.0 %	25.4 %	24.2 %	النسبة %		
47	29	18	التكرار	من 6 أشهر إلى سنة	منذ متى وأنت تتابع مجموعة Algeria History and Culture
47.0 %	43.3 %	54.5 %	النسبة %		
28	21	7	التكرار	أكثر من سنة	منذ متى وأنت تتابع مجموعة Algeria History and Culture
28.0 %	31.3 %	21.2 %	النسبة %		
100	67	33	التكرار	المجموع	
100.0 %	100.0 %	100.0 %	النسبة %		

من خلال الجدول (16) الذي يبين منذ متى وافراد العينة يتابعون مجموعة Algerian History and Culture حسب متغير الجنس نجد الإجابة أقل من 6 أشهر سجلت نسبة 25,4% لصالح الإناث بعدها نسبة 24,2% لصالح الذكور، بينما الإجابة من 6 أشهر إلى سنة تصدرتها نسبة 54,5% لصالح الذكور تلتها نسبة 43,3% لصالح الإناث، في حين أن الإجابة أكثر من سنة جاءت بنسبة 31,3% لصالح الإناث ونسبة 21,2% لصالح الذكور، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من افراد العينة يتابعون مجموعة Algerian History and Culture منذ 6 أشهر إلى سنة و قد مثل الذكور النسبة الأعلى على الإناث.

الجدول رقم (17): يبين ما الذي يجذب افراد العينة للاشتراك في المجموعة؟ المحتوى الثقافي؟

حسب متغير الجنس

المجموع ع	الجنس				
	أنثى	ذكر			
24	21	3	التكرار	المحتوى الثقافي	ما الذي جذبك للاشتراك في المجموعة؟ المحتوى الثقافي
24.0 %	31.3 %	9.1%	النسبة %		
33	20	13	التكرار	الصور والمقاطع التاريخية	
33.0 %	29.9 %	39.4 %	النسبة %		
33	19	14	التكرار	النقاشات بين الأعضاء	
33.0 %	28.4 %	42.4 %	النسبة %		
9	6	3	التكرار	توصية من صديق	
9.0%	9.0%	9.1%	النسبة %		
1	1	0	التكرار	أخرى	
1.0%	1.5%	0.0%	النسبة %		
100	67	33	التكرار	المجموع	
100.0%	100.0%	100.0%	النسبة %		

من خلال الجدول (17) الذي يبين ما الذي يجذب افراد العينة للاشتراك في المجموعة؟ المحتوى الثقافي؟ حسب متغير الجنس نجد الإجابة المحتوى الثقافي سجلت نسبة 31,3% لصالح الإناث بعدها نسبة 9,1% لصالح الذكور، أما الإجابة الصور و المقاطع التاريخية جاءت بنسبة 39,4% لصالح الذكور و نسبة 29,9% لصالح الإناث، و أما الإجابة النقاشات بين الأعضاء تصدرتها نسبة 42,4% لصالح الذكور تلتها نسبة 28,4% لصالح الإناث، بينما الإجابة توصية من صديق سجلت نسبة 9,1% لصالح الذكور ثم نسبة 9% لصالح الإناث، في حين أن إجابة أخرى جاءت بنسبة 1,5% لصالح الإناث و نسبة معدومة لصالح الذكور، و منه نستنتج أن العدد

الأكبر من افراد العينة يجذبهم النقاشات بين الأعضاء للاشتراك في المجموعة في المحتوى الثقافي و قد مثل الذكور النسبة الأعلى على الإناث.

**الجدول رقم (18):** يبين برأي افراد العينة هل تساهم هذه المجموعة في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية حسب متغير الجنس

المجموع	الجنس				
	أنثى	ذكر			
83	54	29	التكرار	نعم	برأيك، هل تساهم هذه المجموعة في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية؟
83.0	80.6	87.9	النسبة %		
%	%	%			
4	3	1	التكرار	لا	
4.0%	4.5%	3.0%	النسبة %		
%	%	%			
13	10	3	التكرار	الى حد ما	
13.0	14.9	9.1%	النسبة %		
%	%				
100	67	33	التكرار	المجموع	
100.	100.	100.	النسبة %		
0%	0%	0%			

من خلال الجدول (18) الذي يبين برأي افراد العينة هل تساهم هذه المجموعة في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية حسب متغير الجنس نلاحظ أن الإجابة نعم تصدرتها نسبة 87,9% لصالح الذكور تلتها نسبة 80,6% لصالح الإناث، بينما الإجابة لا سجلت نسبة 4,5% لصالح الإناث بعدها نسبة 3% لصالح الذكور، في حين أن الإجابة إلى حد ما جاءت بنسبة 14,9% لصالح الإناث و نسبة 9,1% لصالح الذكور، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من افراد العينة أكدوا بالإيجاب على أن هذه المجموعة تساهم في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية و قد مثل الذكور النسبة الأعلى على الإناث.

الجدول رقم (19): يبين ما هي أبرز عناصر الهوية الثقافية التي يراها افراد العينة حاضرة في منشورات المجموعة حسب متغير الجنس

المجموع ع	الجنس				
	أنثى	ذكر			
17	10	7	التكرار	التاريخ الوطني والثورات	
13.4 %	7.9%	5.5%	النسبة %		
47	31	16	التكرار	اللباس التقليدي	
37.0 %	24.4 %	12.6 %	النسبة %		
20	13	7	التكرار	الموسيقى والفنون الشعبية	
15.7 %	10.2 %	5.5%	النسبة %		
11	9	2	التكرار	اللغة واللهجات	
8.7%	7.1%	1.6%	النسبة %		
15	12	3	التكرار	العادات والتقاليد	
11.8 %	9.4%	2.4%	النسبة %		
10	7	3	التكرار	الأكلات التقليدية	
7.9%	5.5%	2.4%	النسبة %		
7	6	1	التكرار	المعمار الجزائري	
5.5%	4.7%	0.8%	النسبة %		
127	88	39	التكرار	المجموع	

100.	69.3	30.7	النسبة	
0%	%	%	%	

من خلال الجدول (19) الذي يبين ما هي أبرز عناصر الهوية الثقافية التي يراها افراد العينة حاضرة في منشورات المجموعة حسب متغير الجنس نجد الإجابة التاريخ الوطني و الثورات سجلت نسبة 7,9% لصالح الإناث بعدها نسبة 5,5% لصالح الذكور، أما الإجابة اللباس التقليدي تصدرتها نسبة 24,4% لصالح الإناث تلتها نسبة 12,6% لصالح الذكور، و أما الإجابة الموسيقى و الفنون الشعبية جاءت بنسبة 10,2% لصالح الإناث و نسبة 5,5% لصالح الذكور، و أما الإجابة اللغة و اللهجات سجلت نسبة 7,1% لصالح الإناث بعدها نسبة 1,6% لصالح الذكور، بينما الإجابة العادات و التقاليد جاءت بنسبة 9,4% لصالح الإناث و نسبة 2,4% لصالح الذكور، في حين أن الإجابة الأكلات التقليدية سجلت نسبة 5,5% لصالح الإناث ثم نسبة 2,4% لصالح الذكور، و في الأخير الإجابة المعمار الجزائري جاءت بنسبة 4,7% لصالح الإناث و نسبة 0,8% لصالح الذكور، و منه نستنتج أن افراد العينة يرون أن هناك عدة عناصر للهوية الثقافية حاضرة في منشورات المجموعة حيث أنها متعددة و مختلفة.

**الجدول رقم (20):** يبين ما هي الاستراتيجيات التي تستخدمها المجموعة في ترويج الهوية الثقافية حسب متغير الجنس

المجموع	الجنس		التكرار	النسبة	نشر محتوى ثقافي منتظم
	أنثى	ذكر			
51	30	21	التكرار		نشر محتوى ثقافي منتظم
47.7	28.0	19.6	النسبة		
%	%	%	%		
36	27	9	التكرار		صور وفيديوهات توثيقية
33.6	25.2	8.4%	النسبة		
%	%	%	%		
10	7	3	التكرار		نقاشات بين الأعضاء
9.3%	6.5%	2.8%	النسبة		
%	%	%	%		
10	8	2	التكرار		

9.3%	7.5%	1.9%	النسبة %	إحياء المناسبات الوطنية	
107	72	35	التكرار	المجموع	
100.0%	67.3%	32.7%	النسبة %		

من خلال الجدول (20) الذي يبين ما هي الاستراتيجيات التي تستخدمها المجموعة في ترويج الهوية الثقافية حسب متغير الجنس نجد الإجابة نشر محتوى ثقافي منتظم تصدرتها نسبة 28% لصالح الإناث تلتها نسبة 19,6% لصالح الذكور، أما الإجابة صور و فيديوهات توثيقية سجلت نسبة 25,2% لصالح الإناث بعدها نسبة 8,4% لصالح الذكور، بينما الإجابة نقاشات بين الأعضاء جاءت بنسبة 6,5% لصالح الإناث و نسبة 2,8% لصالح الذكور، في حين أن الإجابة إحياء المناسبات الوطنية سجلت نسبة 7,5% لصالح الإناث ثم نسبة 1,9% لصالح الذكور، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من افراد العينة يرون أن الاستراتيجيات التي تستخدمها المجموعة في ترويج الهوية الثقافية هي نشر محتوى ثقافي منتظم و قد مثلت الإناث النسبة الأعلى على الذكور.

**الجدول رقم (21):** يبين هل يرى افراد العينة أن هذه المجموعة عززت شعورهم بالفخر بالانتماء للهوية الجزائرية حسب متغير الجنس

المجموع	الجنس		التكرار	نعم	هل ترى أن هذه المجموعة عززت شعورك بالفخر بالانتماء للهوية الجزائرية؟
	أنثى	ذكر			
89	61	28	التكرار		
89.0%	91.0%	84.8%	النسبة %		
2	1	1	التكرار	لا	
2.0%	1.5%	3.0%	النسبة %		
9	5	4	التكرار	لا	
9.0%	7.5%	12.1%	النسبة %	أعلم	

من خلال الجدول (21) الذي يبين هل يرى افراد العينة أن هذه المجموعة عززت شعورهم بالفخر بالانتماء للهوية الجزائرية حسب متغير الجنس نلاحظ أن الإجابة نعم تصدرتها نسبة 91%

لصالح الإناث تلتها نسبة 84,8% لصالح الذكور، بينما الإجابة لا سجلت نسبة 3% لصالح الذكور بعدها نسبة 1,5% لصالح الإناث، في حين أن الإجابة لا أعلم جاءت بنسبة 12,1% لصالح الذكور و نسبة 7,5% لصالح الإناث، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من افراد العينة أكدوا بالإيجاب على أن هذه المجموعة عززت شعورهم بالفخر بالانتماء للهوية الجزائرية و قد مثلت الإناث النسبة الأعلى على الذكور.

**الجدول رقم (22):** يبين هل يعتقد افراد العينة أن محتوى المجموعة يعكس تنوع الثقافة الجزائرية بين المناطق (أمازيغية، عربية، صحراوية...) حسب متغير الجنس

المجموع ع	الجنس				
	أنثى	ذكر			
33	19	14	التكرار	صور تاريخية نادرة	ما هو نوع المحتوى الذي تود أن تراه أكثر في المجموعة لتعزيز الهوية الثقافية الجزائرية؟
33.0 %	28.4 %	42.4 %	النسبة %		
22	16	6	التكرار	قصص وأمثال شعبية	
22.0 %	23.9 %	18.2 %	النسبة %		
25	17	8	التكرار	فيديوهات عن العادات والتقاليد	
25.0 %	25.4 %	24.2 %	النسبة %		
10	9	1	التكرار	مقابلات مع كبار السن والمتقنين	
10.0 %	13.4 %	3.0%	النسبة %		
8	4	4	التكرار	محتوى باللهجات المحلية	
8.0%	6.0%	12.1 %	النسبة %		
2	2	0	التكرار	أخرى	
2.0%	3.0%	0.0%	النسبة %		
100	67	33	التكرار	المجموع	
100.0%	100.0%	100.0%	النسبة %		

من خلال الجدول (22) الذي يبين هل يعتقد افراد العينة أن محتوى المجموعة يعكس تنوع الثقافة الجزائرية بين المناطق (أمازيغية، عربية، صحراوية...) حسب متغير الجنس نلاحظ أن الإجابة نعم، بشكل جيد تصدرتها نسبة 76,1% لصالح الإناث تلتها نسبة 66,7% لصالح الذكور، بينما الإجابة إلى حد ما سجلت نسبة 30,3% لصالح الذكور بعدها نسبة 17,9% لصالح الإناث، في حين أن الإجابة لا أعلم جاءت بنسبة 6% لصالح الإناث و نسبة 3% لصالح الذكور، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من افراد العينة أكدوا بالإيجاب على أن محتوى المجموعة يعكس بشكل

جيد تنوع الثقافة الجزائرية بين المناطق (أمازيغية، عربية، صحراوية...) و قد مثلت الإناث النسبة الأعلى على الذكور.

المجموع ع	الجنس				
	أنثى	ذكر			
33	19	14	التكرار	صور تاريخية نادرة	ما هو نوع المحتوى الذي تود أن تراه أكثر في المجموعة لتعزيز الهوية الثقافية الجزائرية؟
33.0 %	28.4 %	42.4 %	النسبة %		
22	16	6	التكرار	قصص وأمثال شعبية	
22.0 %	23.9 %	18.2 %	النسبة %		
25	17	8	التكرار	فيديوهات عن العادات والتقاليد	
25.0 %	25.4 %	24.2 %	النسبة %		
10	9	1	التكرار	مقابلات مع كبار السن والمتقنين	
10.0 %	13.4 %	3.0%	النسبة %		
8	4	4	التكرار	محتوى باللغات المحلية	
8.0%	6.0%	12.1 %	النسبة %		
2	2	0	التكرار	أخرى	
2.0%	3.0%	0.0%	النسبة %		
100	67	33	التكرار	المجموع	
100.0%	100.0%	100.0%	النسبة %		

من خلال الجدول (23) الذي يبين ما هو نوع المحتوى الذي يود افراد العينة أن يروه أكثر في المجموعة لتعزيز الهوية الثقافية الجزائرية حسب متغير الجنس نجد الإجابة صور تاريخية نادرة

تصدرتها نسبة 42,4% لصالح الذكور تلتها نسبة 28,4% لصالح الإناث، أما الإجابة قصص و أمثال شعبية سجلت نسبة 23,9% لصالح الإناث بعدها نسبة 18,2% لصالح الذكور، و أما الإجابة فيديوهات عن العادات و التقاليد جاءت بنسبة 25,4% لصالح الإناث و نسبة 24,2% لصالح الذكور، بينما الإجابة مقابلات مع كبار السن و المثقفين سجلت نسبة 13,4% لصالح الإناث ثم نسبة 3% لصالح الذكور، في حين أن الإجابة محتوى باللغات المحلية جاءت بنسبة 12,1% لصالح الذكور و نسبة 6% لصالح الإناث، و في الأخير إجابة أخرى سجلت نسبة 3% لصالح الإناث فيما انعدمت النسبة لدى الذكور، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من افراد العينة يودون أن يروا في المجموعة محتوى صور تاريخية نادرة لتعزيز الهوية الثقافية الجزائرية و قد مثل الذكور النسبة الأعلى على الإناث.

### تحليل نتائج الدراسة حسب متغير السن

المجموع	الفئة العمرية						
	أقل من 18 سنة	18-25 سنة	26-35 سنة	36-45 سنة	أكثر من 45 سنة		
25	1	0	3	19	2	التكرار	أقل من 6 أشهر
25.0%	33.3%	0.0%	9.4%	36.5%	28.6%	النسبة %	
47	1	3	17	22	4	التكرار	من 6 أشهر إلى سنة
47.0%	33.3%	50.0%	53.1%	42.3%	57.1%	النسبة %	
28	1	3	12	11	1	التكرار	أكثر من سنة
28.0%	33.3%	50.0%	37.5%	21.2%	14.3%	النسبة %	
100	3	6	32	52	7	التكرار	المجموع
100.0%	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	النسبة %	

الجدول رقم (24): يبين منذ متى افراد العينة يتابعون مجموعة Algerian History and Culture

Culture حسب متغير الفئة العمرية

من خلال الجدول (24) الذي يبين منذ متى و افراد العينة يتابعون مجموعة Algerian History and Culture

and Culture حسب متغير الفئة العمرية نجد الإجابة أقل من 6 أشهر سجلت نسبة 36,5%

للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة بعدها نسبة 33,3% للفئة العمرية أكثر من 45 سنة ثم نسبة

28,6% للفئة العمرية أقل من 18 سنة ثم نسبة 9,4% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة و نسبة

معدومة للفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة، بينما الإجابة من 6 أشهر إلى سنة تصدرتها نسبة

57,1% للفئة من العمرية أقل من 18 سنة تلتها نسبة 53,1% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة ثم نسبة 50% للفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة ثم نسبة 42,3% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة و نسبة 33,3% للفئة العمرية أكثر من 45 سنة، في حين أن الإجابة أكثر من سنة جاءت بنسبة 50% للفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة ثم نسبة 37,5% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة ثم نسبة 33,3% للفئة العمرية أكثر من 45 سنة و نسبة 21,2% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة و نسبة 14,3% للفئة العمرية أقل من 18 سنة، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من افراد العينة يتابعون مجموعة Algerian History and Culture منذ 6 أشهر إلى سنة و قد مثل الأفراد الذين أعمارهم أقل من 18 سنة النسبة الأعلى.

**الجدول رقم (25):** يبين ما الذي يجذب افراد العينة للاشتراك في المجموعة؟ المحتوى الثقافي؟ حسب متغير الفئة العمرية

المجموع	الفئة العمرية					التكرار	المحتوى الثقافي
	أكثر من 45 سنة	من-36 إلى 45 سنة	من-26 إلى 35 سنة	من-18 إلى 25 سنة	أقل من 18 سنة		
24	2	3	6	12	1	التكرار	المحتوى الثقافي
24.0%	66.7%	50.0%	18.8%	23.1%	14.3%	النسبة %	
33	1	1	9	21	1	التكرار	الصور والمقاطع التاريخية
33.0%	33.3%	16.7%	28.1%	40.4%	14.3%	النسبة %	
33	0	1	15	15	2	التكرار	النقاشات بين الأعضاء
33.0%	0.0%	16.7%	46.9%	28.8%	28.6%	النسبة %	
9	0	1	2	4	2	التكرار	توصية من صديق
9.0%	0.0%	16.7%	6.2%	7.7%	28.6%	النسبة %	
1	0	0	0	0	1	التكرار	أخرى
1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	النسبة %	
100	3	6	32	52	7	التكرار	المجموع
100.0 %	100.0%	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	النسبة %	

من خلال الجدول (25) الذي يبين ما الذي يجذب افراد العينة للاشتراك في المجموعة؟ المحتوى الثقافي؟ حسب متغير الفئة العمرية نجد الإجابة المحتوى الثقافي سجلت نسبة 66,7% للفئة العمرية

أكثر من 45 سنة بعدها نسبة 50% للفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة ثم نسبة 23,1% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة ثم نسبة 18,8% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة و نسبة 14,3% للفئة العمرية أقل من 18 سنة، أما الإجابة الصور و المقاطع التاريخية جاءت بنسبة 40,4% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة ثم نسبة 33,3% للفئة العمرية أكثر من 45 سنة ثم نسبة 28,1% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة ثم نسبة 16,7% للفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة و نسبة 14,3% للفئة العمرية أقل من 18 سنة، و أما الإجابة النقاشات بين الأعضاء تصدرتها نسبة 46,9% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة تلتها نسبة 28,8% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة ثم نسبة 28,6% للفئة العمرية أقل من 18 سنة و نسبة 16,7% للفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة فيما انعدمت النسبة لدى الفئة العمرية أكثر من 45 سنة، بينما الإجابة توصية من صديق سجلت نسبة 28,6% للفئة العمرية أقل من 18 سنة ثم نسبة 16,7% للفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة ثم نسبة 7,7% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة ثم نسبة 6,2% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة و نسبة معدومة للفئة العمرية أكثر من 45 سنة، في حين أن إجابة أخرى جاءت بنسبة 14,3% للفئة العمرية أقل من 18 سنة و نسبة معدومة لكل من الفئات العمرية الباقية، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من افراد العينة يجذبهم النقاشات بين الأعضاء للاشتراك في المجموعة في المحتوى الثقافي و قد مثل الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 26 و 35 سنة النسبة الأعلى.

**الجدول رقم (26):** يبين برأي افراد العينة هل تساهم هذه المجموعة في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية حسب متغير الفئة العمرية

المجموع	الفئة العمرية						
	أكثر من 45 سنة	من 36-45 سنة	من 26-35 سنة	من 18-25 سنة	أقل من 18 سنة		
83	2	5	28	43	5	التكرار	نعم
83.0%	66.7%	83.3%	87.5%	82.7%	71.4%	النسبة %	
4	1	1	1	1	0	التكرار	لا
4.0%	33.3%	16.7%	3.1%	1.9%	0.0%	النسبة %	
13	0	0	3	8	2	التكرار	الى حد ما
13.0%	0.0%	0.0%	9.4%	15.4%	28.6%	النسبة %	
100	3	6	32	52	7	التكرار	المجموع
100.0 %	100.0%	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0%	النسبة %	

من خلال الجدول (26) الذي يبين برأي افراد العينة هل تساهم هذه المجموعة في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية حسب متغير الفئة العمرية نلاحظ أن الإجابة نعم تصدرتها نسبة 87,5%

للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة تلتها نسبة 83,3% للفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة ثم نسبة 82,7% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة ثم نسبة 71,4% للفئة العمرية أقل من 18 سنة و نسبة 66,7% للفئة العمرية أكثر من 45 سنة، بينما الإجابة لا سجلت نسبة 33,3% للفئة العمرية أكثر من 45 سنة بعدها نسبة 16,7% للفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة ثم نسبة 3,1% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة و نسبة 1,9% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة فيما انعدمت النسبة لدى الفئة العمرية أقل من 18 سنة، في حين أن الإجابة إلى حد ما جاءت بنسبة 28,6% للفئة العمرية أقل من 18 سنة ثم نسبة 15,4% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة و نسبة 9,4% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة و نسبة معدومة للفئتين العمريتين من 36 إلى 45 سنة و أكثر من 45 سنة، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من افراد العينة أكدوا بالإيجاب على أن هذه المجموعة تساهم في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية و قد مثل الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 26 و 35 سنة النسبة الأعلى.

**الجدول رقم (27):** يبين ما هي أبرز عناصر الهوية الثقافية التي يراها افراد العينة حاضرة في منشورات المجموعة حسب متغير الفئة العمرية

المجموع	الفئة العمرية						
	أكثر من 45 سنة	من 36-45 سنة	من 26-35 سنة	من 18-25 سنة	أقل من 18 سنة		
17	1	1	4	8	3	التكرار	التاريخ الوطني والثورات
13.4 %	0.8%	0.8%	3.1%	6.3%	2.4%	النسبة %	
47	3	4	13	24	3	التكرار	اللباس التقليدي
37.0 %	2.4%	3.1%	10.2%	18.9%	2.4%	النسبة %	
20	1	0	4	15	0	التكرار	الموسيقى والفنون الشعبية
15.7 %	0.8%	0.0%	3.1%	11.8%	0.0%	النسبة %	
11	0	0	4	7	0	التكرار	اللغة واللهجات
8.7%	0.0%	0.0%	3.1%	5.5%	0.0%	النسبة %	
15	1	0	4	10	0	التكرار	العادات والتقاليد
11.8 %	0.8%	0.0%	3.1%	7.9%	0.0%	النسبة %	
10	1	1	2	5	1	التكرار	الأكلات التقليدية
7.9%	0.8%	0.8%	1.6%	3.9%	0.8%	النسبة %	
7	1	0	2	4	0	التكرار	المعمار الجزائري

5.5%	0.8%	0.0%	1.6%	3.1%	0.0%	النسبة %	
127	8	6	33	73	7	التكرار	المجموع
100.0%	6.3%	4.7%	26.0%	57.5%	5.5%	النسبة %	

من خلال الجدول (27) الذي يبين ما هي أبرز عناصر الهوية الثقافية التي يراها افراد العينة حاضرة في منشورات المجموعة حسب متغير الفئة العمرية نجد الإجابة التاريخ الوطني و الثورات سجلت نسبة 6,3% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة بعدها نسبة 3,1% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة ثم نسبة 2,4% للفئة العمرية أقل من 18 سنة ثم نسبة 0,8% بتساوي بين الفئتين العمريتين من 36 إلى 45 سنة و أكثر من 45 سنة، أما الإجابة اللباس التقليدي تصدرتها نسبة 18,9% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة تلتها نسبة 10,2% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة ثم نسبة 3,1% للفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة و نسبة 2,4% بتساوي بين الفئتين العمريتين أقل من 18 سنة و أكثر من 45 سنة، و أما الإجابة الموسيقى و الفنون الشعبية جاءت بنسبة 11,8% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة ثم نسبة 3,1% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة و نسبة 0,8% للفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة و نسبة معدومة للفئتين العمريتين أقل من 18 سنة و من 36 إلى 45 سنة، و أما الإجابة اللغة و اللهجات سجلت نسبة 5,5% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة بعدها نسبة 3,1% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة و نسبة معدومة لكل من الفئات العمرية الباقية، بينما الإجابة العادات و التقاليد جاءت بنسبة 7,9% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة ثم نسبة 3,1% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة و نسبة 0,8% للفئة العمرية أكثر من 45 سنة فيما انعدمت النسبة لدى الفئتين العمريتين أقل من 18 سنة و من 36 إلى 45 سنة، في حين أن الإجابة الأكلات التقليدية سجلت نسبة 3,9% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة ثم نسبة 1,6% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة و نسبة 0,8% بتساوي بين الفئات العمرية أقل من 18 سنة و من 36 إلى 45 سنة و أكثر من 45 سنة، و في الأخير الإجابة المعمار الجزائري جاءت بنسبة 3,1% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة ثم نسبة 1,6% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة و نسبة 0,8% للفئة العمرية أكثر من 45 سنة فيما انعدمت النسبة لدى الفئتين العمريتين أقل من 18 سنة و من 36 إلى 45 سنة، و منه نستنتج أن افراد العينة يرون أن هناك عدة عناصر للهوية الثقافية حاضرة في منشورات المجموعة حيث أنها متعددة و مختلفة.

**الجدول رقم (28):** يبين ما هي الاستراتيجيات التي تستخدمها المجموعة في ترويج الهوية الثقافية حسب متغير الفئة العمرية

المجموع	الفئة العمرية					التكرار	نشر محتوى ثقافي منتظم
	أقل من 18 سنة	من 18-25 سنة	من 26-35 سنة	من 36-45 سنة	أكثر من 45 سنة		
51	5	26	17	1	2		
47.7%	4.7%	24.3%	15.9%	0.9%	1.9%		

36	1	5	9	19	2	التكرار	صور وفيدوهات توثيقية
33.6%	0.9%	4.7%	8.4%	17.8%	1.9%	النسبة %	
10	0	0	2	8	0	التكرار	نقاشات بين الأعضاء
9.3%	0.0%	0.0%	1.9%	7.5%	0.0%	النسبة %	
10	1	0	4	5	0	التكرار	إحياء المناسبات الوطنية
9.3%	0.9%	0.0%	3.7%	4.7%	0.0%	النسبة %	
107	4	6	32	58	7	التكرار	المجموع
100.0 %	3.7%	5.6%	29.9%	54.2%	6.5%	النسبة %	

من خلال الجدول (28) الذي يبين ما هي الاستراتيجيات التي تستخدمها المجموعة في ترويج الهوية الثقافية حسب متغير الفئة العمرية نجد الإجابة نشر محتوى ثقافي منتظم تصدرتها نسبة 24,3% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة تلتها نسبة 15,9% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة ثم نسبة 4,7% للفئة العمرية أقل من 18 سنة ثم نسبة 1,9% للفئة العمرية أكثر من 45 سنة و نسبة 0,9% للفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة، أما الإجابة صور و فيديوهات توثيقية سجلت نسبة 17,8% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة بعدها نسبة 8,4% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة ثم نسبة 4,7% للفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة ثم نسبة 1,9% للفئة العمرية أقل من 18 سنة و نسبة 1,9% للفئة العمرية أكثر من 45 سنة، بينما الإجابة نقاشات بين الأعضاء جاءت بنسبة 7,5% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة ثم نسبة 1,9% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة و نسبة معدومة للفئات العمرية أقل من 18 سنة و من 36 إلى 45 سنة و أكثر من 45 سنة، في حين أن الإجابة إحياء المناسبات الوطنية سجلت نسبة 4,7% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة ثم نسبة 3,7% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة و نسبة 0,9% للفئة العمرية أكثر من 45 سنة فيما انعدمت النسبة لدى الفئتين العمريتين أقل من 18 سنة و من 36 إلى 45 سنة، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من افراد العينة يرون أن الاستراتيجيات التي تستخدمها المجموعة في ترويج الهوية الثقافية هي نشر محتوى ثقافي منتظم و قد مثل الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 25 سنة النسبة الأعلى.

**الجدول رقم (29):** يبين هل يرى افراد العينة أن هذه المجموعة عززت شعورهم بالفخر بالانتماء للهوية الجزائرية حسب متغير الفئة العمرية

المجموع	الفئة العمرية					التكرار	نعم
	أقل من 18 سنة	من-18 25 سنة	من-26 35 سنة	من-36 45 سنة	أكثر من 45 سنة		
89	4	47	30	6	2	التكرار	نعم
89.0%	57.1%	90.4%	93.8%	100.0 %	66.7%	النسبة %	
2	1	1	0	0	0	التكرار	لا

2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.9%	14.3%	النسبة %	لا أعلم
9	1	0	2	4	2	التكرار	
9.0%	33.3%	0.0%	6.2%	7.7%	28.6%	النسبة %	المجموع
100	3	6	32	52	7	التكرار	
100.0 %	100.0%	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	النسبة %	

من خلال الجدول (29) الذي يبين هل يرى افراد العينة أن هذه المجموعة عززت شعورهم بالفخر بالانتماء للهوية الجزائرية حسب متغير الفئة العمرية نلاحظ أن الإجابة نعم تصدرتها نسبة 100% للفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة تلتها نسبة 93,8% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة ثم نسبة 90,4% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة ثم نسبة 66,7% للفئة العمرية أكثر من 45 سنة و نسبة 57,1% للفئة العمرية أقل من 18 سنة، بينما الإجابة لا سجلت نسبة 14,3% للفئة العمرية أقل من 18 سنة بعدها نسبة 1,9% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة و نسبة معدومة لكل من الفئات العمرية من 26 إلى 35 سنة و من 36 إلى 45 سنة و أكثر من 45 سنة، في حين أن الإجابة لا أعلم جاءت بنسبة 33,3% للفئة العمرية أكثر من 45 سنة ثم نسبة 28,6% للفئة العمرية أقل من 18 سنة ثم نسبة 7,7% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة و نسبة 6,2% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة فيما انعدمت النسبة لدى الفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من افراد العينة أكدوا بالإيجاب على أن هذه المجموعة عززت شعورهم بالفخر بالانتماء للهوية الجزائرية و قد مثل الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 36 و 45 سنة النسبة الأعلى.

**الجدول رقم (30):** يبين هل يعتقد افراد العينة أن محتوى المجموعة يعكس تنوع الثقافة الجزائرية بين المناطق (أمازيغية، عربية، صحراوية...) حسب متغير الفئة العمرية

المجموع	الفئة العمرية					التكرار	نعم، بشكل جيد
	أكثر من 45 سنة	من 36-45 سنة	من 26-35 سنة	من 18-25 سنة	أقل من 18 سنة		
73	2	6	21	39	5	التكرار	جيد
73.0%	66.7%	100.0 %	65.6%	75.0%	71.4%	النسبة %	
22	1	0	9	11	1	التكرار	إلى حد ما
22.0%	33.3%	0.0%	28.1%	21.2%	14.3%	النسبة %	
5	0	0	2	2	1	التكرار	لا أعلم
5.0%	0.0%	0.0%	6.2%	3.8%	14.3%	النسبة %	
100	3	6	32	52	7	التكرار	المجموع
100.0 %	100.0%	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	النسبة %	

من خلال الجدول (30) الذي يبين هل يعتقد افراد العينة أن محتوى المجموعة يعكس تنوع الثقافة الجزائرية بين المناطق (أمازيغية، عربية، صحراوية...) حسب متغير الفئة العمرية نلاحظ أن الإجابة نعم، بشكل جيد تصدرتها نسبة 100% للفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة تلتها نسبة 75% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة ثم نسبة 71,4% للفئة العمرية أقل من 18 سنة ثم نسبة 66,7% للفئة العمرية أكثر من 45 سنة و نسبة 65,6% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة، بينما الإجابة إلى حد ما سجلت نسبة 33,3% للفئة العمرية أكثر من 45 سنة بعدها نسبة 28,1% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة ثم نسبة 21,2% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة ثم نسبة 14,3% للفئة العمرية أقل من 18 سنة و نسبة معدومة للفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة، في حين أن الإجابة لا أعلم جاءت بنسبة 14,3% للفئة العمرية أقل من 18 سنة ثم نسبة 6,2% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة و نسبة 3,8% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة فيما انعدمت النسبة لدى الفئتين العمريتين من 36 إلى 45 سنة و أكثر من 45 سنة، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من افراد العينة أكدوا بالإيجاب على أن محتوى المجموعة يعكس بشكل جيد تنوع الثقافة الجزائرية بين المناطق (أمازيغية، عربية، صحراوية...) و قد مثل الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 36 و 45 سنة النسبة الأعلى.

**الجدول رقم (31):** يبين ما هو نوع المحتوى الذي يود افراد العينة أن يروه أكثر في المجموعة لتعزيز الهوية الثقافية الجزائرية حسب متغير الفئة العمرية

المجموع	الفئة العمرية					التكرار	
	أكثر من 45 سنة	من-36 إلى 45 سنة	من-26 إلى 35 سنة	من-18 إلى 25 سنة	أقل من 18 سنة		
33	1	1	13	14	4	التكرار	صور تاريخية نادرة
33.0%	33.3%	16.7%	40.6%	26.9%	57.1%	النسبة %	
22	0	1	4	15	2	التكرار	قصص وأمثال شعبية
22.0%	0.0%	16.7%	12.5%	28.8%	28.6%	النسبة %	
25	2	4	7	11	1	التكرار	فيديوهات عن العادات والتقاليد
25.0%	66.7%	66.7%	21.9%	21.2%	14.3%	النسبة %	
10	0	0	6	4	0	التكرار	مقابلات مع كبار السن والمتقنين
10.0%	0.0%	0.0%	18.8%	7.7%	0.0%	النسبة %	
8	0	0	2	6	0	التكرار	محتوى باللهجات المحلية
8.0%	0.0%	0.0%	6.2%	11.5%	0.0%	النسبة %	
2	0	0	0	2	0	التكرار	أخرى
2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.8%	0.0%	النسبة %	
100	3	6	32	52	7	التكرار	المجموع
100.0 %	100.0%	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	النسبة %	

من خلال الجدول (31) الذي يبين ما هو نوع المحتوى الذي يود افراد العينة أن يروه أكثر في المجموعة لتعزيز الهوية الثقافية الجزائرية حسب متغير الفئة العمرية نجد الإجابة صور تاريخية نادرة تصدرتها نسبة 57,1% للفئة العمرية أقل من 25 سنة تلتها نسبة 40,6% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة ثم نسبة 33,3% للفئة العمرية أكثر من 45 سنة ثم نسبة 26,9% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة و نسبة 16,7% للفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة، أما الإجابة قصص و أمثال شعبية سجلت نسبة 28,8% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة بعدها نسبة 28,6% للفئة العمرية أقل من 18 سنة ثم نسبة 16,7% للفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة و نسبة 12,5% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة و نسبة معدومة للفئة العمرية أكثر من 45 سنة، و أما الإجابة فيديوهات عن العادات و التقاليد جاءت بنسبة 66,7% بتساوي بين الفئتين العمريتين من 36 إلى 45 سنة و أكثر من 45 سنة ثم نسبة 21,9% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة ثم نسبة 21,2% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة و نسبة 14,3% للفئة العمرية أقل من 18 سنة، بينما الإجابة مقابلات مع كبار السن و المثقفين سجلت نسبة 18,8% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة ثم نسبة 7,7% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة فيما انعدمت النسبة لدى الفئات العمرية أقل من 18 سنة و من 36 إلى 45 سنة و أكثر من 45 سنة، في حين أن الإجابة محتوى باللغات المحلية جاءت بنسبة 11,5% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة و نسبة 6,2% للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة فيما انعدمت النسبة لدى الفئات العمرية أقل من 18 سنة و من 36 إلى 45 سنة و أكثر من 45 سنة، و في الأخير إجابة أخرى سجلت نسبة 3,8% للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة و نسبة معدومة لكل من الفئات العمرية الباقية، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من افراد العينة يودون أن يروا في المجموعة محتوى صور تاريخية نادرة لتعزيز الهوية الثقافية الجزائرية و قد مثل الأفراد الذين أعمارهم أقل من 18 سنة النسبة الأعلى.

### تحليل نتائج الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي

الجدول رقم (32): يبين منذ متى وافراد العينة يتابعون مجموعة Algerian History and Culture حسب متغير المستوى الدراسي

المجموع	المستوى الدراسي				التكرار
	أخرى	ماستر أو دكتوراه	ليسانس	تعليم ثانوي	
25	1	6	17	1	

25.0%	100.0%	10.3%	51.5%	12.5%	النسبة %	أقل من 6 أشهر
47	0	36	7	4	التكرار	من 6 أشهر إلى سنة
47.0%	0.0%	62.1%	21.2%	50.0%	النسبة %	
28	0	16	9	3	التكرار	أكثر من سنة
28.0%	0.0%	27.6%	27.3%	37.5%	النسبة %	
100	1	58	33	8	التكرار	المجموع
100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	النسبة %	

من خلال الجدول (32) الذي يبين منذ متى و افراد العينة يتابعون مجموعة Algerian History and Culture حسب متغير المستوى الدراسي نجد الإجابة أقل من 6 أشهر سجلت نسبة 100% لمستوى آخر بعدها نسبة 51,5% لمستوى ليسانس ثم نسبة 12,5% لمستوى تعليم ثانوي ثم نسبة 10,3% لمستوى ماستر أو دكتوراه، بينما الإجابة من 6 أشهر إلى سنة تصدرتها نسبة 62,1% لمستوى ماستر أو دكتوراه تلتها نسبة 50% لمستوى تعليم ثانوي ثم نسبة 21,2% لمستوى ليسانس و نسبة معدومة لمستوى آخر، في حين أن الإجابة أكثر من سنة جاءت بنسبة 37,5% لمستوى تعليم ثانوي ثم نسبة 27,6% لمستوى ماستر أو دكتوراه ثم نسبة 27,3% لمستوى ليسانس و نسبة معدومة لمستوى آخر، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من افراد العينة يتابعون مجموعة Algerian History and Culture منذ 6 أشهر إلى سنة و قد مثل أصحاب مستوى آخر النسبة الأعلى.

**الجدول رقم (33):** يبين ما الذي يجذب افراد العينة للاشتراك في المجموعة؟ المحتوى الثقافي؟ حسب متغير المستوى الدراسي

المجموع	المستوى الدراسي				التكرار	المحتوى الثقافي
	أخرى	ماستر أو دكتوراه	ليسانس	تعليم ثانوي		
24	1	11	9	3	التكرار	المحتوى الثقافي
24.0%	100.0%	19.0%	27.3%	37.5%	النسبة %	
33	0	21	10	2	التكرار	الصور والمقاطع التاريخية
33.0%	0.0%	36.2%	30.3%	25.0%	النسبة %	
33	0	23	9	1	التكرار	

33.0%	0.0%	39.7%	27.3%	12.5%	النسبة %	الناقشات بين الأعضاء
9	0	3	5	1	التكرار	توصية من صديق
9.0%	0.0%	5.2%	15.2%	12.5%	النسبة %	
1	0	0	0	1	التكرار	أخرى
1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	النسبة %	
100	1	58	33	8	التكرار	المجموع
100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	النسبة %	

من خلال الجدول (33) الذي يبين ما الذي يجذب افراد العينة للاشتراك في المجموعة؟ المحتوى الثقافي؟ حسب متغير المستوى الدراسي نجد الإجابة المحتوى الثقافي سجلت نسبة 100% لمستوى آخر بعدها نسبة 37,5% لمستوى تعليم ثانوي ثم نسبة 27,3% لمستوى ليسانس و نسبة 19% لمستوى ماستر أو دكتوراه، أما الإجابة الصور و المقاطع التاريخية جاءت بنسبة 36,2% لمستوى ماستر أو دكتوراه ثم نسبة 30,3% لمستوى ليسانس ثم نسبة 25% لمستوى تعليم ثانوي و نسبة معدومة لمستوى آخر، و أما الإجابة النقاشات بين الأعضاء تصدرتها نسبة 39,7% لمستوى ماستر أو دكتوراه تلتها نسبة 27,3% لمستوى ليسانس ثم نسبة 12,5% لمستوى تعليم ثانوي فيما انعدمت النسبة لدى مستوى آخر، بينما الإجابة توصية من صديق سجلت نسبة 15,2% لمستوى ليسانس ثم نسبة 12,5% لمستوى تعليم ثانوي ثم نسبة 5,2% لمستوى ماستر أو دكتوراه و نسبة معدومة لمستوى آخر، في حين أن إجابة أخرى جاءت بنسبة 12,5% لمستوى تعليم ثانوي و نسبة معدومة لكل من مستوى ليسانس و ماستر أو دكتوراه و مستوى آخر، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من افراد العينة يجذبهم النقاشات بين الأعضاء للاشتراك في المجموعة في المحتوى الثقافي و قد مثل أصحاب مستويات أخرى النسبة الأعلى.

**الجدول رقم (34):** يبين برأي افراد العينة هل تساهم هذه المجموعة في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية حسب متغير المستوى الدراسي

المجموع	المستوى الدراسي				التكرار	نعم
	أخرى	ماستر أو دكتوراه	ليسانس	تعليم ثانوي		
83	1	51	24	7		
83.0%	100.0%	87.9%	72.7%	87.5%	النسبة %	

4	0	2	2	0	التكرار	لا
4.0%	0.0%	3.4%	6.1%	0.0%	النسبة %	
13	0	5	7	1	التكرار	الى حد ما
13.0%	0.0%	8.6%	21.2 %	12.5 %	النسبة %	
100	1	58	33	8	التكرار	المجموع
100.0 %	100.0 %	100.0%	100.0 %	100.0 %	النسبة %	

من خلال الجدول (34) الذي يبين برأي أفراد العينة هل تساهم هذه المجموعة في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية حسب متغير المستوى الدراسي نلاحظ أن الإجابة نعم تصدرتها نسبة 100% لمستوى آخر تلتها نسبة 87,9% لمستوى ماستر أو دكتوراه ثم نسبة 87,5% لمستوى تعليم ثانوي و نسبة 72,7% لمستوى ليسانس، بينما الإجابة لا سجلت نسبة 6,1% لمستوى ليسانس بعدها نسبة 3,4% لمستوى ماستر أو دكتوراه فيما انعدمت النسبة لدى مستوى تعليم ثانوي و مستوى آخر، في حين أن الإجابة إلى حد ما جاءت بنسبة 21,2% لمستوى ليسانس ثم نسبة 12,5% لمستوى تعليم ثانوي و نسبة 8,6% لمستوى ماستر أو دكتوراه فيما انعدمت النسبة لدى مستوى آخر، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من أفراد العينة أكدوا بالإيجاب على أن هذه المجموعة تساهم في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية و قد مثل أصحاب المستويات الأخرى النسبة الأعلى.

**الجدول رقم (35):** يبين ما هي أبرز عناصر الهوية الثقافية التي يراها أفراد العينة حاضرة في منشورات المجموعة حسب متغير المستوى الدراسي

المجموع	المستوى الدراسي				التكرار	النسبة %	التاريخ الوطني والثورات
	أخرى	ماستر أو دكتوراه	ليسانس	تعليم ثانوي			
17	0	5	9	3	التكرار	التاريخ الوطني والثورات	
13.4 %	0.0 %	3.9%	7.1 %	2.4 %	النسبة %		
47	1	30	12	4	التكرار	اللباس التقليدي	
37.0 %	0.8 %	23.6%	9.4 %	3.1 %	النسبة %		
20	0	12	8	0	التكرار	الموسيقى والفنون الشعبية	
15.7 %	0.0 %	9.4%	6.3 %	0.0 %	النسبة %		
11	0	7	4	0	التكرار	اللغة واللهجات	

8.7%	0.0%	5.5%	3.1%	0.0%	النسبة %	
15	0	8	7	0	التكرار	العادات والتقاليد
11.8%	0.0%	6.3%	5.5%	0.0%	النسبة %	
10	0	6	3	1	التكرار	الأكلات التقليدية
7.9%	0.0%	4.7%	2.4%	0.8%	النسبة %	
7	0	3	4	0	التكرار	المعمار الجزائري
5.5%	0.0%	2.4%	3.1%	0.0%	النسبة %	
127	1	71	47	8	التكرار	المجموع
100.0%	0.8%	55.9%	37.0%	6.3%	النسبة %	

من خلال الجدول (35) الذي يبين ما هي أبرز عناصر الهوية الثقافية التي يراها افراد العينة حاضرة في منشورات المجموعة حسب متغير المستوى الدراسي نجد الإجابة التاريخ الوطني و الثورات سجلت نسبة 7,1% لمستوى ليسانس بعدها نسبة 3,9% لمستوى ماستر أو دكتوراه ثم نسبة 2,4% لمستوى تعليم ثانوي و نسبة معدومة لمستوى آخر، أما الإجابة اللباس التقليدي تصدرتها نسبة 23,6% لمستوى ماستر أو دكتوراه تلتها نسبة 9,4% لمستوى ليسانس ثم نسبة 3,1% لمستوى تعليم ثانوي و نسبة معدومة لمستوى آخر، و أما الإجابة الموسيقى و الفنون الشعبية جاءت بنسبة 9,4% لمستوى ماستر أو دكتوراه ثم نسبة 6,3% لمستوى ليسانس و نسبة معدومة لكل من مستوى تعليم ثانوي و مستوى آخر، و أما الإجابة اللغة و اللهجات سجلت نسبة 5,5% لمستوى ماستر أو دكتوراه بعدها نسبة 3,1% لمستوى ليسانس و نسبة معدومة لكل من مستوى تعليم ثانوي و مستوى آخر، بينما الإجابة العادات و التقاليد جاءت بنسبة 6,3% لمستوى ماستر أو دكتوراه ثم نسبة 5,5% لمستوى ليسانس فيما انعدمت النسبة لدى كل من مستوى تعليم ثانوي و مستوى آخر، في حين أن الإجابة الأكلات التقليدية سجلت نسبة 4,7% لمستوى ماستر أو دكتوراه ثم نسبة 2,4% لمستوى ليسانس و نسبة 0,8% لمستوى تعليم ثانوي فيما انعدمت النسبة لدى مستوى آخر، و في الأخير الإجابة المعمار الجزائري جاءت بنسبة 3,1% لمستوى ليسانس ثم نسبة 2,4% لمستوى ماستر أو دكتوراه و نسبة معدومة لكل من مستوى تعليم ثانوي و مستوى آخر، و منه نستنتج أن افراد العينة يرون أن هناك عدة عناصر للهوية الثقافية حاضرة في منشورات المجموعة حيث أنها متعددة و مختلفة.

الجدول رقم (36): يبين ما هي الاستراتيجيات التي تستخدمها المجموعة في ترويج الهوية الثقافية حسب متغير المستوى الدراسي

المجموع	المستوى الدراسي					
	أخرى	ماستر أو دكتوراه	ليسانس	تعليم ثانوي		
51	1	29	18	3	التكرار	نشر محتوى ثقافي منتظم
47.7%	0.9%	27.1%	16.8%	2.8%	النسبة %	
36	0	20	11	5	التكرار	صور وفيديوهات توثيقية
33.6%	0.0%	18.7%	10.3%	4.7%	النسبة %	
10	0	6	4	0	التكرار	نقاشات بين الأعضاء
9.3%	0.0%	5.6%	3.7%	0.0%	النسبة %	
10	0	6	4	0	التكرار	إحياء المناسبات الوطنية
9.3%	0.0%	5.6%	3.7%	0.0%	النسبة %	
107	1	61	37	8	التكرار	المجموع
100.0%	0.9%	57.0%	34.6%	7.5%	النسبة %	

من خلال الجدول (36) الذي يبين ما هي الاستراتيجيات التي تستخدمها المجموعة في ترويج الهوية الثقافية حسب متغير المستوى الدراسي نجد الإجابة نشر محتوى ثقافي منتظم تصدرتها نسبة 27,1% لمستوى ماستر أو دكتوراه تلتها نسبة 16,8% لمستوى ليسانس ثم نسبة 2,8% لمستوى تعليم ثانوي و نسبة معدومة لمستوى آخر، أما الإجابة صور و فيديوهات توثيقية سجلت نسبة 18,7% لمستوى ماستر أو دكتوراه بعدها نسبة 10,3% لمستوى ليسانس ثم نسبة 4,7% لمستوى تعليم ثانوي و نسبة معدومة لمستوى آخر، بينما الإجابة نقاشات بين الأعضاء جاءت بنسبة 5,6% لمستوى ماستر أو دكتوراه و نسبة 3,7% لمستوى ليسانس فيما انعدمت النسبة لدى كل من مستوى تعليين ثانوي و مستوى آخر، في حين أن الإجابة إحياء المناسبات الوطنية سجلت نسبة 5,6% لمستوى ماستر أو دكتوراه ثم نسبة 3,7% لمستوى ليسانس و نسبة معدومة لمستوى تعليم ثانوي و مستوى آخر، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من افراد العينة يرون أن الاستراتيجيات التي تستخدمها المجموعة في ترويج الهوية الثقافية هي نشر محتوى ثقافي منتظم و قد مثل أصحاب مستوى ماستر أو دكتوراه النسبة الأعلى.

**الجدول رقم (37):** يبين هل يرى افراد العينة أن هذه المجموعة عززت شعورهم بالفخر بالانتماء للهوية الجزائرية حسب متغير المستوى الدراسي

المجموع	المستوى الدراسي				التكرار	نعم
	أخرى	ماستر أو دكتوراه	ليسانس	تعليم ثانوي		
89	1	53	30	5	التكرار	النسبة %
89.0%	100.0 %	91.4%	90.9 %	62.5 %		
2	0	0	1	1	التكرار	لا
2.0%	0.0%	0.0%	3.0%	12.5 %		
9	0	5	2	2	التكرار	لا أعلم
9.0%	0.0%	8.6%	6.1%	25.0 %		
100	1	58	33	8	التكرار	المجموع
100.0 %	100.0 %	100.0%	100.0 %	100.0 %		

من خلال الجدول (37) الذي يبين هل يرى افراد العينة أن هذه المجموعة عززت شعورهم بالفخر بالانتماء للهوية الجزائرية حسب متغير المستوى الدراسي نلاحظ أن الإجابة نعم تصدرتها نسبة 100% لمستوى آخر تلتها نسبة 91,4% لمستوى ماستر أو دكتوراه ثم نسبة 90,9% لمستوى ليسانس و نسبة 62,5% لمستوى تعليم ثانوي، بينما الإجابة لا سجلت نسبة 12,5% لمستوى تعليم ثانوي بعدها نسبة 3% لمستوى ليسانس و نسبة معدومة لكل من مستوى ماستر أو دكتوراه و مستوى آخر، في حين أن الإجابة لا أعلم جاءت بنسبة 25% لمستوى تعليم ثانوي ثم نسبة 8,6% لمستوى ماستر أو دكتوراه ثم نسبة 6,1% لمستوى ليسانس فيما انعدمت النسبة لدى مستوى آخر، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من افراد العينة أكدوا بالإيجاب على أن هذه المجموعة عززت شعورهم بالفخر بالانتماء للهوية الجزائرية و قد مثل أصحاب مستويات أخرى النسبة الأعلى.

**الجدول رقم (38):** يبين هل يعتقد افراد العينة أن محتوى المجموعة يعكس تنوع الثقافة الجزائرية بين المناطق (أمازيغية، عربية، صحراوية..) حسب متغير المستوى الدراسي

المجموع	المستوى الدراسي				التكرار
	أخرى	ماستر أو دكتوراه	ليسانس	تعليم ثانوي	
73	1	41	26	5	التكرار

73.0%	100.0 %	70.7%	78.8 %	62.5 %	النسبة %	نعم، بشكل جيد
22	0	15	5	2	التكرار	إلى حد ما
22.0%	0.0%	25.9%	15.2 %	25.0 %	النسبة %	
5	0	2	2	1	التكرار	لا أعلم
5.0%	0.0%	3.4%	6.1%	12.5 %	النسبة %	
100	1	58	33	8	التكرار	المجموع
100.0%	100.0 %	100.0%	100.0 %	100.0 %	النسبة %	

من خلال الجدول (38) الذي يبين هل يعتقد افراد العينة أن محتوى المجموعة يعكس تنوع الثقافة الجزائرية بين المناطق (أمازيغية، عربية، صحراوية...) حسب متغير المستوى الدراسي نلاحظ أن الإجابة نعم، بشكل جيد تصدرتها نسبة 100% لمستوى آخر تلتها نسبة 78,8% لمستوى ليسانس ثم نسبة 70,7% لمستوى ماستر أو دكتوراه و نسبة 62,5% لمستوى تعليم ثانوي، بينما الإجابة إلى حد ما سجلت نسبة 25,9% لمستوى ماستر أو دكتوراه بعدها نسبة 25% لمستوى تعليم ثانوي ثم نسبة 15,2% لمستوى ليسانس و نسبة معدومة لمستوى آخر، في حين أن الإجابة لا أعلم جاءت بنسبة 12,5% لمستوى تعليم ثانوي ثم نسبة 6,1% لمستوى ليسانس و نسبة 3,4% لمستوى ماستر أو دكتوراه فيما انعدمت النسبة لدى مستوى آخر، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من افراد العينة أكدوا بالإيجاب على أن محتوى المجموعة يعكس بشكل جيد تنوع الثقافة الجزائرية بين المناطق (أمازيغية، عربية، صحراوية...) و قد مثل أصحاب المستويات الأخرى النسبة الأعلى.

**الجدول رقم (39):** يبين ما نوع المحتوى الذي يود افراد العينة أن يروه أكثر في المجموعة لتعزيز الهوية الثقافية الجزائرية حسب متغير المستوى الدراسي

المجموع	المستوى الدراسي
---------	-----------------

	أخرى	ماستر أو دكتوراه	ليسانس	تعليم ثانوي		
33	0	20	9	4	التكرار	صور تاريخية نادرة
33.0%	0.0%	34.5%	27.3%	50.0%	النسبة %	
22	0	11	9	2	التكرار	قصص وأمثال شعبية
22.0%	0.0%	19.0%	27.3%	25.0%	النسبة %	
25	1	15	7	2	التكرار	فيديوهات عن العادات والتقاليد
25.0%	100.0%	25.9%	21.2%	25.0%	النسبة %	
10	0	8	2	0	التكرار	مقابلات مع كبار السن والمتقنين
10.0%	0.0%	13.8%	6.1%	0.0%	النسبة %	
8	0	3	5	0	التكرار	محتوى باللهجات المحلية
8.0%	0.0%	5.2%	15.2%	0.0%	النسبة %	
2	0	1	1	0	التكرار	أخرى
2.0%	0.0%	1.7%	3.0%	0.0%	النسبة %	
100	1	58	33	8	التكرار	المجموع
100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	النسبة %	

من خلال الجدول (39) الذي يبين ما هو نوع المحتوى الذي يود افراد العينة أن يروه أكثر في المجموعة لتعزيز الهوية الثقافية الجزائرية حسب متغير المستوى الدراسي نجد الإجابة صور تاريخية نادرة تصدرتها نسبة 50% لمستوى تعليم ثانوي تلتها نسبة 34,5% لمستوى ماستر أو دكتوراه ثم نسبة 27,3% لمستوى ليسانس و نسبة معدومة لمستوى آخر، أما الإجابة قصص و أمثال شعبية سجلت نسبة 25% لمستوى تعليم ثانوي بعدها نسبة 27,3% لمستوى ليسانس ثم نسبة 19% لمستوى ماستر أو دكتوراه و نسبة معدومة لمستوى آخر، و أما الإجابة فيديوهات عن العادات و التقاليد جاءت بنسبة 100% لمستوى آخر ثم نسبة 25,9% لمستوى ماستر أو دكتوراه ثم نسبة 25% لمستوى تعليم ثانوي و نسبة 21,2% لمستوى ليسانس، بينما الإجابة مقابلات مع كبار السن و المتقنين سجلت نسبة 13,8% لمستوى ماستر أو دكتوراه ثم نسبة 6,1% لمستوى ليسانس فيما انعدمت النسبة لدى كل من مستوى تعليم ثانوي و مستوى آخر، في حين أن الإجابة محتوى باللهجات المحلية جاءت بنسبة 15,2% لمستوى ليسانس و نسبة 5,2% لمستوى ماستر

أو دكتوراه فيما انعدمت النسبة لدى مستوى تعليم ثانوي و مستوى آخر، و في الأخير إجابة أخرى سجلت نسبة 3% لمستوى ليسانس ثم نسبة 1,7% لمستوى ماستر أو دكتوراه و نسبة معدومة لكل من مستوى تعليم ثانوي و مستوى آخر، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من افراد العينة يودون أن يروا في المجموعة محتوى صور تاريخية نادرة لعزير الهوية الثقافية الجزائرية و قد مثل أصحاب مستوى تعليم ثانوي النسبة الأعلى

## 2-مناقشة نتائج الدراسة وفقا للفرضيات

الجدول رقم (40): يبين الإحصاءات الوصفية للمتغيرات

Statistiques descriptives			
N	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
100	1.70856	7.9000	استخدام فيسبوك والمجموعات الثقافية
100	2.61455	9.8500	الهوية الثقافية الجزائرية

من خلال الجدول (40) الذي يبين الإحصاءات الوصفية للمتغيرات نلاحظ المتوسط الحسابي المرتفع (7.90 و 9.85) يدل على أن المبحوثين يوافقون بدرجة كبيرة على أن فيسبوك والمجموعات الثقافية لها دور، وأن لديهم وعياً بهويتهم الثقافية.

### الانحراف المعياري:

- أعلى في الهوية الثقافية (2.61)، مما يدل على تفاوت أكبر في آراء الأفراد حول هذا المحور.
- أقل في استخدام فيسبوك (1.70)، ما يعني أن المبحوثين متقاربون أكثر في سلوكهم تجاه استخدام فيسبوك والمجموعات الثقافية.

الجدول رقم (41): يمثل جدول معامل الارتباط بيرسون بين متغيري الدراسة

معامل الارتباط			
الهوية الثقافية الجزائرية	استخدام فيسبوك والمجموعات الثقافية		
.123	1	Corrélacion de Pearson	استخدام فيسبوك والمجموعات الثقافية
.222		Sig. (bilatérale)	
54.500	289.000	Somme des carrés et produits croisés	
.551	2.919	Covariance	
100	100	N	
1	.123	Corrélacion de Pearson	الهوية الثقافية الجزائرية
	.222	Sig. (bilatérale)	
676.750	54.500	Somme des carrés et produits croisés	
6.836	.551	Covariance	
100	100	N	

من خلال الجدول (41) الذي يمثل جدول معامل الارتباط بيرسون بين متغيري الدراسة نلاحظ ان معامل بيرسون ( $r = 0.123$ ) يشير إلى وجود علاقة ضعيفة جدًا ومباشرة (طردية) بين المتغيرين.

قيمة الدلالة ( $Sig = 0.222$ ) أكبر من 0.05، مما يعني أن العلاقة ليست دالة إحصائياً، أي لا يمكن التأكد علمياً من وجود علاقة حقيقية بين استخدام المجموعات الثقافية والوعي بالهوية الثقافية ضمن هذه العينة.

الجدول رقم (42): يمثل اختبار (T) لعينة واحدة لكل من متغيري الدراسة

t- Test sur échantillon unique						
Valeur du test = 0						
Intervalle de confiance 95% de la différence		Différence moyenne	Sig. (bilatérale)	dtdl	T	
Supérieure	Inférieure					
8.2390	7.5610	7.90000	.000	99	46.2	استخدام فيسبوك والمجموعات الثقافية
10.3688	9.3312	9.85000	.000	99	37.6	الهوية الثقافية الجزائرية

من خلال جدول (42) الذي يمثل اختبار (T) لعينة واحدة لكل من متغيري الدراسة نلاحظ كلا المتغيرين لديهما متوسط أعلى بكثير من الصفر، وقيمة Sig = .000 تعني أن النتائج دالة إحصائياً بدرجة عالية. هذا يُشير إلى أن:

المستخدمين يستعملون فيسبوك والمجموعات الثقافية بكثافة. ويمتلكون وعياً قوياً بهويتهم الثقافية. لكن رغم هذا، لا يوجد ارتباط قوي بين الاثنين كما أظهر جدول الارتباط.

### 3- النتائج العامة للدراسة:

- أظهرت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد العينة من الإناث بنسبة 67%، مقابل 33% من الذكور، وهو ما يدل على حضور نسوي ملحوظ في متابعة النشاط الثقافي عبر مجموعة **Algeria History and Culture** على موقع فيسبوك.
- كشفت النتائج أن الفئة العمرية الأكثر مشاركة في المجموعة تتراوح أعمارهم بين 18 و25 سنة بنسبة 52%، تليها الفئة من 26 إلى 35 سنة بنسبة 32%، ما يؤكد أن الشباب هم الفئة الأكثر تفاعلاً واهتماماً بالمحتوى الثقافي الرقمي.
- أظهرت المعطيات أن أغلب المشاركين يتابعون المجموعة منذ أكثر من ستة أشهر، بنسبة 75%، مما يدل على ارتباطهم المستمر بالمجموعة، ويعكس جاذبية واستمرارية المحتوى الثقافي المنشور فيها.
- أوضحت النتائج أن أكثر ما جذب أفراد العينة للاشتراك في المجموعة هو الصور والمقاطع التاريخية، والنقاشات الثقافية بين الأعضاء، بنسبة 33% لكل منهما، تليها المحتويات الثقافية بنسبة 24%. وهذا يُشير إلى أن التفاعل البصري والنقاشي داخل مجموعات فيسبوك يُعد من المحركات الأساسية للترويج للهوية الثقافية الجزائرية بطريقة غير تقليدية.
- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة 83% من أفراد العينة يرون أن المجموعة تساهم بدرجات متفاوتة في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية، بينما أجاب 13% بـ"إلى حد ما". إلا أن هذه النتائج تبقى في إطار توصيفي يستند إلى آراء وتقديرات المبحوثين، ولا تعكس بالضرورة فاعلية موضوعية أو قياساً دقيقاً لدور المجموعة، بل تعبر عن مدى إدراك المتابعين لأهمية المحتوى الثقافي الرقمي ضمن بيئة تفاعلية مثل فيسبوك.
- بينت الدراسة أن أبرز عناصر الهوية الثقافية الجزائرية الحاضرة في محتوى المجموعة هي "اللباس التقليدي" بنسبة 37%، يليه "الموسيقى والفنون الشعبية"، ثم "العادات والتقاليد"، وهو ما يعكس حرص المجموعة على تقديم محتوى متنوع يمثل مختلف أوجه الثقافة الوطنية.
- أظهرت نتائج الدراسة أن من أهم الاستراتيجيات المعتمدة من طرف المجموعة في نشر الهوية الثقافية هي نشر محتوى ثقافي منظم بنسبة 47.7%، يليه استخدام الفيديوهات والصور التوثيقية بنسبة 33.6%، ما يعكس استغلال فيسبوك كمنصة مرئية تُمكن من نقل وتمثيل الثقافة الجزائرية بطريقة جذابة وسهلة الوصول.

- أفاد 89% من المشاركين أن المجموعة عززت شعورهم بالفخر والانتماء للهوية الجزائرية، وهو ما يؤكد أن فيسبوك، عبر هذه المجموعات، لا يساهم فقط في الترويج للمعلومة الثقافية، بل يرسخ أيضاً الشعور بالانتماء ويقوي الصلة بالهوية.
- صرح 73% من المشاركين بأن محتوى المجموعة يُعبّر عن التنوع الثقافي الجزائري، من خلال تمثيل مختلف المناطق (الأمازيغية، العربية، الصحراوية...)، وهو ما يُبرز قدرة المنصة الرقمية على جمع روافد الثقافة الوطنية في فضاء واحد مشترك يعزز التواصل بين فئات المجتمع المختلفة.
- أظهرت النتائج أن أغلب أفراد العينة يفضلون رؤية "صور تاريخية نادرة" بنسبة 33%، تليها "فيديوهات حول العادات والتقاليد" بنسبة 25%، ثم "القصص والأمثال الشعبية" بنسبة 22%، ما يؤكد أن المحتوى البصري والشفهي من أهم الأدوات التي يُمكن استثمارها على فيسبوك للترويج للهوية الثقافية.
- كشفت المعطيات أن الفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة تمثل الشريحة الأكثر وفاءً للمجموعة ومتابعة طويلة الأمد، كما أظهرت تفاعلاً أكبر مع المضامين التاريخية، ما يدل على أن فيسبوك ليس حكراً على الفئات العمرية الصغيرة، بل يجذب أيضاً فئات أكثر نضجاً ووعياً بالثقافة الوطنية.
- بينت الدراسة أن حملة شهادات الماستر والدكتوراه يُمثلون النسبة الأكبر من أفراد العينة بنسبة 58%، وهم الأكثر تفاعلاً مع المحتوى الثقافي والنقاشات.
- تبين أن الذكور يميلون أكثر إلى التفاعل مع النقاشات الفكرية داخل المجموعة، بينما تفضّل الإناث التفاعل مع الصور والمحتوى البصري، ما يعكس اختلافاً نسبياً في طرق التفاعل، ويبرز مرونة فيسبوك في توفير مساحة تناسب أفراد العينة.
- خلصت الدراسة إلى أن مجموعة *Algeria History and Culture* على فيسبوك تمثل نموذجاً حياً لاستثمار الوسائط الرقمية في نقل الثقافة، توثيق التراث، وتعزيز الهوية الجزائرية، مما يؤكد أن المجموعات الثقافية على فيسبوك لم تُعد فقط وسيلة تواصل، بل أصبحت وسيلة فعّالة في الترويج الفعلي والمستمر للهوية الثقافية الجزائرية في ظل التحولات الرقمية المعاصرة.

### الفرضية الرئيسية:

“توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعنوية 0.05 بين مجموعة *Algeria History and Culture* والترويج للهوية الثقافية الجزائرية.”

أظهرت نتائج معامل الارتباط بيرسون أن العلاقة بين “استخدام فيسبوك والمجموعات الثقافية” و”الهوية الثقافية الجزائرية” كانت ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً، حيث بلغ معامل الارتباط (  $r = 0.123$  ) وكانت قيمة الدلالة (  $\text{Sig} = 0.222 < 0.05$  ). اي رغم وجود تقييم إيجابي من طرف العينة، إلا أن العلاقة لم تثبت إحصائياً عند مستوى الدلالة المطلوب، مما يدل على غياب علاقة كمية قوية ومباشرة يمكن تعميمها.

### الفرضية الفرعية الأولى:

“توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام فيسبوك وتعزيز الهويات الثقافية في الجزائر.”

إحصائياً، لم تُسجَل علاقة دالة بين “استخدام فيسبوك” و”الهوية الثقافية الجزائرية” وفق معامل الارتباط (  $r = 0.123, \text{Sig} = 0.222$  )، مما يعني أن التأثير غير مؤكد من الناحية الكمية. اي الاستخدام الثقافي لفيسبوك له وجود فعلي وفقاً للآراء، لكنه لا يرتبط إحصائياً بشكل مؤكد بتعزيز الهوية الثقافية.

### الفرضية الفرعية الثانية:

“توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام فيسبوك لدى متابعين مجموعة *Algeria History and Culture* ومتغيرات الجنس، السن، المستوى التعليمي والموقع الجغرافي”

أظهرت هذه النتائج أن استخدام مجموعة *Algeria History and Culture* لا يتم بشكل عشوائي أو متساوٍ بين كل فئات المجتمع، بل يبدو مرتبطاً بمتغيرات ديموغرافية محددة، على رأسها الجنس، السن، المستوى التعليمي، والموقع الجغرافي. وهو ما يبرز تأثير هذه المتغيرات في تشكيل أنماط الاهتمام بالمحتوى الثقافي داخل شبكات التواصل الاجتماعي.

### الفرضية الفرعية الثالثة:

“توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام فيسبوك وخصائص مجموعة *Algeria History and Culture*”

- تنوع المحتوى، الاعتماد على الصور والمقاطع التوثيقية والتركيز على رموز الهوية الوطنية (كاللباس التقليدي والتاريخ)، كانت من بين العوامل التي جذبت اهتمام المتابعين. كما بين المشاركون أن هذه الخصائص تشجع على التفاعل والاستمرارية في المتابعة. أي ان هذه المؤشرات تدل على وجود علاقة إدراكية بين استخدام المجموعة وخصائصها، حيث يزداد التفاعل مع المحتوى كلما كان موثقًا وجاذبًا، ما يعكس دورًا فعليًا لهذه الخصائص في تعزيز الاستخدام الثقافي للمنصة.

• وبالرغم ما أظهرته النتائج من ارتفاع ملحوظ في المتوسطات الحسابية لكل من "استخدام فيسبوك والمجموعات الثقافية" و"الهوية الثقافية الجزائرية"، إلا أن تحليل معاملات الارتباط كشف عن وجود علاقة طردية ضعيفة جدًا وغير دالة إحصائيًا بين المتغيرين، حيث بلغ معامل بيرسون ( $r = 0.123$ ) وكانت قيمة الدلالة ( $\text{Sig} = 0.222$ )، وهي أعلى من مستوى الدلالة المعتمد ( $0.05$ ). وعليه، فإن العلاقة بين استخدام مجموعة *Algeria History and Culture* والوعي بالهوية الثقافية الجزائرية لا يمكن اعتبارها علاقة قوية أو قابلة للتعميم في هذا السياق البحثي. ويُعزى ضعف هذه العلاقة إلى جملة من العوامل، أبرزها:

- أن المجموعة محل الدراسة، على الرغم من عدد متابعيها الكبير الذي يتجاوز 517 ألف مشترك، لا تمثل بالضرورة عينة شاملة لمختلف شرائح المجتمع الجزائري من حيث التركيبة الجغرافية، والثقافية، والتعليمية.

- أن مجرد الانضمام إلى مجموعة ثقافية على فيسبوك لا يعني بالضرورة التفاعل النشط أو التعرض المركز والدائم للمحتوى المنشور، ما يجعل من التأثير الفعلي محدودًا وغير منتظم.

- أنماط الاستخدام تختلف من فرد إلى آخر؛ إذ قد يستخدم العديد من الأفراد المنصة لأغراض ترفيهية أو اجتماعية، وهو ما قد يُضعف من الدور المعرفي والثقافي للمجموعة في تعزيز الهوية.

- كما أن طبيعة المحتوى المنشور داخل المجموعة قد تقتصر أحيانًا إلى التأطير المنهجي أو الأكاديمي، وتتفاوت من حيث الدقة والمصداقية، مما يحد من قدرتها على إحداث أثر ثقافي واضح و متماسك.

- وتجدر الإشارة إلى أن الهوية الثقافية لا تتشكل فقط عبر الاستهلاك الرقمي، بل تتبلور من خلال عملية اجتماعية مركبة تتداخل فيها الأسرة، والمؤسسات التعليمية، والخبرات المجتمعية، والإعلام التقليدي، وهو ما يُضعف من تأثير المنصات الرقمية عند غياب التكامل مع هذه العوامل.

- كما يجب التنبيه إلى أن العديد من المجموعات والمدونات على فيسبوك لا تسهم، للأسف، في ترسيخ الهوية الثقافية أو تعزيزها، بل قد تنشر محتوىً سطحيًا أو غير موثق، ما يجعل أثرها في هذا المجال محدودًا أو حتى سلبيًا أحيانًا.

## خاتمة:

في ختام هذه الدراسة، يمكن القول إن موقع فيسبوك لم يعد مجرد وسيلة ترفيه وتواصل اجتماعي، بل تحول إلى فضاء رقمي حيوي يتيح للمجتمعات إعادة إنتاج وترويج ثقافتها، والتفاعل مع هويتها بطريقة حرة ومباشرة. فقد كشفت هذه الدراسة عن الأهمية المتزايدة لفيسبوك، لا سيما المجموعات ذات الطابع الثقافي، في نشر قيم الانتماء والافتخار بالهوية الوطنية، وفي بناء وعي جماعي يربط الأفراد بتاريخهم وتراثهم.

حاولت الدراسة تسليط الضوء على الكيفية التي تساهم بها مجموعة " *Algeria History and Culture* " عبر فيسبوك في الترويج للهوية الثقافية الجزائرية، وذلك عبر دراسة ميدانية تم الاعتماد فيها على أداة الاستبيان كوسيلة رئيسية لجمع المعطيات، من خلال ثلاث محاور رئيسية تمثلت في المعلومات الشخصية، استخدام فيسبوك والمجموعات الثقافية، وأخيرًا خصائص المجموعة وطبيعة المحتوى المقدم فيها.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن المتابعين ينجذبون بشكل كبير إلى المحتويات الثقافية المصورة والمعلومات التاريخية النادرة والنقاشات التفاعلية، مما يعكس حاجة ملحة لدى الأفراد إلى استعادة العلاقة بالهوية والانغماس في مكوناتها عبر أدوات عصرية مثل فيسبوك. كما أكدت الدراسة أن هذه المجموعة تلعب دورًا فعالاً في تعزيز الشعور بالفخر والانتماء الوطني، وأنها تمثل نموذجًا ناجحًا لإعادة إحياء الثقافة الجزائرية من خلال الوسائط الرقمية.

وفي ضوء هذه المعطيات، تبين أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت آلية فعالة في خدمة الهوية الثقافية، وفضاءً مفتوحًا للتعريف بالمرورث الشعبي والتنوع الثقافي الجزائري، بشرط أن يتم توظيفها بوعي واحترافية. وتبقى هذه الدراسة لبنة أولى في سبيل فهم أعمق لهذا الدور، حيث تُفتح أمام الباحثين مستقبلًا آفاقًا أوسع لدراسة التأثيرات المتبادلة بين الإعلام الرقمي والهوية، وتحليل التجارب الأخرى المشابهة في مختلف المنصات والمجتمعات الافتراضية.

الملاحق

## دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج للهوية الثقافية الجزائرية

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر من المدرسة العليا للصحافة، والتي تحمل عنوان:

“دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج للهوية الثقافية الجزائرية - دراسة مسحية على عينة من متابعي مجموعة: ”Algeria History and Culture“

أقوم بإجراء هذا الاستبيان الموجّه لعينة من متابعي هذه المجموعة، بهدف فهم مدى تأثير المحتوى الثقافي المنشور على وعي الجمهور بالهوية الجزائرية، واستكشاف الأدوار التي تلعبها المجموعات الثقافية في ترويج للهوية الثقافية الجزائرية.

أؤكد لكم أن جميع المعلومات التي ستقدمونها ستستخدم لأغراض علمية فقط، في إطار أكاديمي بحث، وستُعامل بكل سرية وخصوصية.

مساهمتم محل تقدير كبير، وشكرًا مقدمًا على وقتكم وثقتكم

### المعلومات الشخصية

\*الجنس

ذكر  
أنثى

\*الفئة العمرية

أقل من 18 سنة  
18 - 25 سنة  
26 - 35 سنة  
36 - 45 سنة  
أكثر من 45 سنة

\*الولاية

الجزائر العاصمة  
أخرى

\*المستوى الدراسي

تعليم ثانوي  
ليسانس  
ماستر أو دكتوراه  
اخرى

### استخدام فيسبوك والمجموعات الثقافية

\* كم من الوقت تقضي على فيسبوك يوميًا؟

أقل من ساعة  
1 إلى 3 ساعات  
أكثر من 3 ساعات

\* Algeria History and Culture؟ وأنت تتابع مجموعة

أقل من 6 أشهر  
من 6 أشهر إلى سنة  
أكثر من سنة

\* ما الذي جذبك للاشتراك في المجموعة؟ (يمكن اختيار أكثر من خيار)

المحتوى الثقافي  
الصور والمقاطع التاريخية  
النقاشات بين الأعضاء  
توصية من صديق  
اخرى

\* برأيك، هل تساهم هذه المجموعة في الحفاظ على الهوية الثقافية الجزائرية؟

نعم  
لا  
إلى حد ما

### الهوية الثقافية الجزائرية

\* ما هي أبرز عناصر الهوية الثقافية التي تراها حاضرة في منشورات المجموعة؟ (اختر ما تراه مناسبًا)

التاريخ الوطني والثورات  
اللباس التقليدي  
الموسيقى والفنون الشعبية  
اللغة واللهجات  
العادات والتقاليد  
الأكلات التقليدية  
المعمار الجزائري

\* ما هي الاستراتيجيات التي تستخدمها المجموعة في ترويج الهوية الثقافية؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

نشر محتوى ثقافي منتظم  
صور وفيديوهات توثيقية  
نقاشات بين الأعضاء  
إحياء المناسبات الوطنية  
أخرى

\* هل ساهمت منشورات المجموعة في تعزيز وعيك بالهوية الثقافية الجزائرية؟

نعم، بشكل كبير  
نعم، إلى حد ما  
لا

\* كيف تتفاعل عادةً مع منشورات المجموعة؟

إعجاب فقط  
تعليق أو مشاركة  
أشارك في النقاش  
أتابع فقط دون تفاعل

\* هل ترى أن هذه المجموعة عززت شعورك بالفخر بالانتماء للهوية الجزائرية؟

نعم  
لا  
لا أعلم

\* هل تعتقد أن محتوى المجموعة يعكس تنوع الثقافة الجزائرية بين المناطق (أمازيغية، عربية، صحراوية... إلخ)؟

نعم، بشكل جيد  
إلى حد ما  
لا  
لا أعلم

ما هو نوع المحتوى الذي تود أن تراه أكثر في المجموعة لتعزيز الهوية الثقافية الجزائرية؟  
(يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

\*

صور تاريخية نادرة  
قصص وأمثال شعبية  
فيديوهات عن العادات والتقاليد  
مقابلات مع كبار السن والمتقنين  
محتوى باللهجات المحلية  
أخرى

الملحق 02 : صور توضيحية لمجموعة " *Algeria History and culture* " على موقع

فيسبوك



🇩🇪 🌸 **الْجَزَائِرُ الْعَظْمَى تَارِيخٌ وَثَقَافَةٌ**  
> **Algeria History and Cultur**

🌐 Groupe (Public) · 157,3 K membres

👤 Utiliser un pseudo

👥 Inviter

## صور توضيحية للباس التقليدي الجزائري



Sofiane William Sofiane

Admin 2 j · 🌐

عندما يرتدي صاحب التراث تراثه 🇩🇪 ✨

... Afficher la suite #استرجع\_تراثك

Voir la traduction



👍❤️👏 223

33 commentaires 8 partages



Algeria 🇩🇪 ✨ ...  
ALJAZAIR AL'AZEM TARIKH W THAQAFAT  
History and Cultur

Admin Sara Ben · 30 avr. · 🌐

الى متى يتم التطفل على تراث الجزائر وصنع تراث وهمي على ظهر الجزائر!!!! الى متى يتم نهب كل ماهو جزائري من الجارة الشرقية والجارة الغربية!!!! تقليد فراش الذهب العنابي صباط المجبود وتقليد الارفطان وقفطان المجبود من طرف الجارة الغربية الي هوما زوج من أنواع القفاطن التقليدية الجزائرية الموثقة في اليونيسكو ومؤخرا بعدما كانوا يضحكو على ان القفطان كان لباس تقليدي رجالي راهم يلبسوا في رجالهم قفطان نسائي جزائري!!!!

Voir la traduction



👍❤️👏 146

41 commentaires 6 partages

## صور توضيحية للأكل التقليدي الجزائري



Algeria 🌟 أَلْجَزَائِرُ أَلْعَظْمَةُ تَارِيخٌ وَثَقَافَةٌ ...  
History and Culture

Mi Lissa · 3 sept. 2023 · 🌐

الدويذة الجيجلية طبق تقليدي قديم يقدم في المناسبات رغم ان تحضير الدويذة يدويا مهمة صعبة فإن بنتها لا تقاوم 🇩🇪 🇩🇪

Voir la traduction



History and Culture

Admin

Sara Ben · 8 sept. 2023 · 🌐

🇩🇪 🤔 🍷 طاجين الحلو طبق تقليدي جزائري فقط

Voir la traduction



👍❤️ 188

97 commentaires 5 partages



🤔👍❤️ 1883

460 commentaires 9 partages

## صور توضيحية للمعمار التقليدي الجزائري

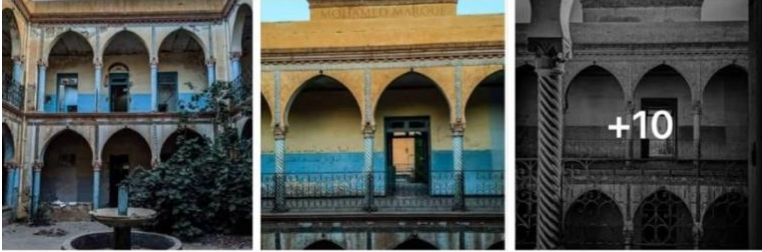


Messaad Mohamed Ali

17 mai • 🌐

✨ أحد أقدم فنادق مدينة بوسعادة (1908) و ربما الجزائر (فندق الصحراء) ، أين شهد تصوير العديد من الأفلام العالمية مثل فيلم tartarin العام (1934) ، نتمنى ...  
Afficher la suite...

Voir la traduction



👍❤️😄 48

11 commentaires 1 partage



Algeria 🌸 الجزائر العظمى تاريخ وثقافة

History and Cultur

Meilleur(e) contributeur(ice) Chaima Ghazali ·

29 avr. • 🌐

فن العمارة الإسلامية الجزائرية ، إرث من الجمال والروحانية  
#العمارة\_الجزائرية 🇩🇪

Voir la traduction



1. Oran. — Mosquée du Pacha - Porte d'Entrée

👍❤️😄 45

26 commentaires 4 partages

## صورة توضيحية حول الجدل المتعلق بسرقة الأغاني التراثية الجزائري



Algeria 🇩🇿 أَلْجَزَائِرُ الْعَظْمَى تَارِيخٌ وَتَقَالِفٌ ...

History and Cultur

Meilleur(e) contributeur(ice) Flissa Dzair · 24

août 2023 · 🌐

- ♦ بالتواطئ مع القنوات المروكية الرسمية 🇲🇦
- ♦ يتم سرقة أغاني جزائرية تراثية 🇩🇿 بدون حياء و لا خجل من
- ♦ طرف مغنيين المغرب ( الاقصى ) 🇲🇦
- ♦ على الرغم أن الأغنية معروفة أنها جزائرية و باللهجة الجزائرية

Voir la traduction



1289

580 commentaires 109 partages

## قائمة المصادر والمراجع

## قواميس ومعاجم:

- المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، مكتبة الشروق الدولية، 17 ديسمبر 2005.
- بنيت، طوني وسعيد الغانمي، مفاتيح اصطلاحية جديدة (معجم مصطلحات الثقافة والمجتمع)، المجلد 1، بيروت: المنظمة العربية للترجمة، 2010.
- علوش، سعيد، معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، المجلد 1، لبنان: دار الكتاب اللبناني، 1985.
- وهبة، مجدي وكامل المهندس، معجم المصطلحات العربية في اللغة والأدب، المجلد 2، بيروت: مكتبة لبنان، 1984.

## قاموس باللغة الأجنبية:

— Noel Baraquai et al: Dictionnaire de la philosophie, Armand colin, paris, 2005, p171.

## كتب:

- ألبكس ميكشيللي، الهوية، ترجمة: علي وطفة، دمشق: دار النشر الفرنسية، 1993.
- أسامة بن مساعد المحيا، نظريات التأثير الإعلامي، سلسلة الإعلام، 2012، ب.ط.
- إبراهيم مذكور، المعجم الفلسفي، القاهرة: الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، 1983.
- الجلي، أم، دراسات في الثقافة الإسلامية (المصادر، الأسس، الخصائص، التحديات)، الإمارات: دار الكتاب الجامعي، 2010.
- الحاج، كمال، نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، ط1، 2020.
- حجازي، رامي، الإعلام الجديد والتواصل الافتراضي: الأثر والتحديات، دار الفكر العربي، القاهرة، 2018.
- حسن حنفي، الهوية، المجلس الأعلى للثقافة، ط2012، القاهرة.
- حسين أحمد زين الدين، وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها في المجتمعات، دار الفكر العربي، 2015.
- خالد محمد أبو شعيرة، وثائق أحمد غباري، الثقافة وعناصرها، مجلد 1، عمان: مكتبة المجتمع العربي، 2015.
- خليفة حسين العسال، بحوث في الثقافة الإسلامية، الدوحة: دار الحكمة للنشر، 1993.

- خليل نوري مسهر العاني، الهوية الإسلامية في زمن العولمة الثقافية، ديوان الوقف للنشر، بغداد، ط1، 2009.
- دنيس كوش، منير السعيداني، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، مجلد 1، بيروت: المنظمة العربية للترجمة، 2007.
- رشدي أحمد طعيمة، الثقافة العربية الإسلامية بين التأليف والتدريس، دار الفكر العربي، 1998.
- رشتي جيهان أحمد، الأسس العلمية لنظرية الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978.
- سعيد السعيد، محمود الناقا، مناهج التعليم والهوية الثقافية، المؤتمر العلمي العشرون: التعليم والهوية، القاهرة: دار الضيافة، 2008.
- سعيد إسماعيل علي، الهوية والتعليم، عالم الكتب، القاهرة، 2005.
- سالم بن عبد المجيد البيض، الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية، دون ذكر البلد، 2012.
- سهيل رزق دياب، مناهج البحث العلمي، مركز التطوير التربوي، غزة-فلسطين، مارس 2003.
- شريف رضا، الهوية العربية الإسلامية وإشكالية العولمة عند الجابري، الجزائر: كنوز الحكمة، 2011.
- عاطف عدلي العبد، نهى عاطف، نظريات الاتصال وتطبيقاتها، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008.
- عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، ط1، عمان: دار اليازوري، 2016.
- عبد الرزاق التليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، ط1، عمان: دار اليازوري، 2016.
- عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، جامعة الشرق الأوسط، 2012.
- علي ليلة، الأمن القومي في عصر العولمة: اختراق الثقافة وتبديد الهوية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2012.
- عماد علي، الحداثة وتأثيراتها على الهوية الثقافية في منطقتنا، الحوار المتمدن، 2010/04/10.
- عمار بوحوش، التاريخ السياسي للجزائر من البداية ولغاية 1962، بيروت: دار الغرب الإسلامي، ط1، 2005.
- عهد كمال شلغين، الهوية العربية صراع فكري وأزمة واقع، دار الثقافة، دمشق، 2015.
- عهد كمال شلغين، الهوية العربية صراع فكري وأزمة واقع، الهيئة العامة السورية للكتاب، 2015.
- علوش، سعيد، معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، المجلد 1، لبنان: دار الكتاب اللبناني، 1985.
- كريمة محمد كربية، اللغة والهوية، مجلة الآداب، جامعة الملك سعود، مج 27، عدد 1، يناير 2015.
- مالك بن نبي، مشكلة الثقافة، دار الفكر المعاصر، سلسلة مشكلات الحضارة، 09 سبتمبر 2006.
- مالك بن نبي، عمر كامل مسقاوي، عبد الصبور شاهين، مشكلات الحضارة (شروط النهضة)، دمشق: دار الفكر للطباعة والتوزيع والنشر، 1986.
- محمد إبراهيم عيد، الهوية الثقافية العربية في عالم متغير، مجلة الطفولة والتنمية، مج 1، عدد 3، 2001.
- محمد ابن شماني، تطوير العربية والأمازيغية سبيل إلى الوحدة والأمن اللغويين، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، 2018.

- محمد الضبع، الثقافة والهوية والتكنولوجيا، مكتبة الإسكندرية، 08 أوت 2016.
  - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 2004.
  - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 2004، ص. 299.
  - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، القاهرة: عالم الكتب، 2004.
  - محمد عمارة، مخاطر العولمة على الهوية الثقافية، دار نهضة مصر للطباعة والنشر، 12 أبريل 2009.
  - محمد حسن برغثي، الثقافة العربية والعولمة: دراسة سوسيولوجية لآراء المثقفين العرب، بيروت: المؤسسة العربية للنشر، 2007.
  - محمود الفطافطة، مستقبل الإعلام الجديد، مركز رام الله لدراسات حقوق الإنسان "تسامح"، العدد 36، مارس 2012.
  - مزري بن تش، قصة فيسبوك: ثورة وثروة، ترجمة: وائل محمود محمد الهاللي، القاهرة: إصدارات سطور الجديدة، الطبعة العربية الأولى، 2011.
  - المنعم الصاوي، عن الثقافة، دار القلم، دون ذكر البلد، 1966.
  - المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، مكتبة الشروق الدولية، 17 ديسمبر 2005.
  - ميلفين ديفلر، ساندر بول روكيتش، نظريات وسائل الاتصال، ترجمة كمال عبد الرؤوف، ط1، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1992.
  - نبيل علي، الثقافة وعصر المعلومات، عالم المعرفة، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد 184، 1994.
  - ناصر جابي، الحركات الأمازيغية في شمال إفريقيا، الجزائر: منشورات الشهاب، 2018.
  - هارلمبس وهولبورن، سوسيولوجيا الثقافة والهوية، ترجمة: حاتم حميد محسن، ط1، دمشق: دار كيوان، 2010.
  - وهبة، مجدي، كامل المهندس، معجم المصطلحات العربية في اللغة والأدب، المجلد 2، بيروت: مكتبة لبنان، 1984.
  - وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، فهرسة المكتبة الوطنية أثناء النشر، الخرطوم، السودان، 2011.
  - يسرى خالد إبراهيم، فاطمة عبد الكاظم حمد، نظريات الاتصال، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، 2012، ب.ط.
  - يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- كتب باللغة الأجنبية:**

- Claude Dubar: Identité collective et individuelle dans le champ professionnel, 2<sup>m</sup> édition, in Michel de Coster et al: Traité de sociologie du travail, De Boeck université, Paris-Bruxelles, 1998, p385.

## مجالات:

- أحمد الربيعاني، اتجاهات طلبة التعليم ما بعد الأساسي بسلطنة عمان نحو الهوية الوطنية، مجلة الدراسات التربوية والنفسية، جامعة السلطان قابوس، مج (11)، ع (1)، يناير 2017.
- أيسم سعد محمدي محمود، تعزيز الهوية الثقافية العربية في مدارس التعليم الأجنبي، مجلة العلوم التربوية، كلية الدراسات العليا للتربية، جامعة القاهرة، العدد 4، 2017.
- حاجي، الجهوية في الجزائر: الواقع والآفاق، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 15، العدد 26، 2018.
- حسان حامي، الأزمة الهوياتية في المجتمع الجزائري بين التنازع الإيديولوجي والتوظيف السياسي، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج 09، العدد 29، 2017.
- خالد حامد، النسق المجتمعي وأزمة الهوية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بيصة، الجزائر، د.ت.
- دعاء محمد أحمد إبراهيم، التوزيع الاجتماعي للتعليم وتشكيل الهوية الثقافية، مجلة العلوم التربوية، القاهرة، ع (4)، ج (2)، أكتوبر 2017.
- زهير عابد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، فلسطين، 2012.
- عبد الناصر بن بناجي، السياسات اللغوية الكولونيالية وما بعد الكولونيالية في إفريقيا، مجلة معالم، المجلد 09، العدد 12، 2019.
- محمد عابد الجابري، إشكالية الهوية الثقافية في العالم العربي، مجلة الفكر العربي، العدد 23، 1999.
- ميمي محمد عبد المنعم توفيق، شبكات التواصل الاجتماعي... (النشأة والتأثير)، مقالة أصلية، مجلة كلية التربية في العلوم الإنسانية والأدبية، أبريل 2018.
- موسى علي الشرقاوي، الهوية الثقافية لطلاب كليات التربية في ضوء التحديات المعاصرة، مجلة كلية التربية بالزقازيق، مج (47)، ع (1)، 2004.
- مولود بن زادي، أزمة اللغة والهوية في الجزائر وخطر اندلاع حرب الجزائر الأهلية الثانية؟، مقالة في جريدة رأي اليوم، 8 نوفمبر 2017.

- هوارى محمد، العولمة الثقافية وأثرها على الهوية العربية الإسلامية، مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، مؤسسة كنوز الحكمة، رقم 141، سنة 2013.
- هانى محمد يونس، دور التربية فى الحفاظ على الهوية الثقافية فى المجتمع العربى، مجلة كلية التربية، جامعة بنها، مج (19)، ع (7)، 2008.

#### مجالات باللغة الأجنبية:

- Dita Ayu Lestari, Meme Culture: A Study of Humor and Satire in Digital Media, International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies, 29/06/2024.
- Laurie, Charnigo, and Paula Barnett (2007): checkingout facebook.com the Impact of a digital trendon academic libraries (information Technology and libraries, vol.26, No.1,) p.23

#### محاضرات:

- محمد عبد مطشر اللامى، محاضرات المنهج التجريبي، الجامعة المستنصرية، 1 سبتمبر 2020،
- طارق عبد الرؤوف عامر، محاضرات فى أصول التربية الثقافية، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، 2008.
- هبة محسن محمود، المحاضرة الخامسة البحث العلمى: المنهج الوصفى، جامعة الموصل/الدراسات العليا، سنة 2021.

#### محاضرة باللغة الأجنبية:

Dr. Mahdi Mohammad El-Kassas, Cultural Identity and Globalization, lecturer of Sociology, Faculty of Arts – Mansoura University Egypt, 14-16 March 2005.

#### رسائل وأطروحات جامعية:

- الحواس بورمة، الازدواجية اللغوية في الجزائر. بجاية، مذكرة ماستر، (بجاية: جامعة عبد الرحمان ميرة، 2016).
- بوشعالة أمال، اتجاهات استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة ماستر، جامعة المسيلة، الجزائر، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، 2013.
- بسمة نصيف. "موقع الفيس بوك ودوره في تطوير مجال النحت والتعلم عبر الإنترنت في ضوء متطلبات عصر المعرفة."، مذكرة ماجستير، كلية التربية النوعية، المنصورة، جمهورية مصر العربية، 2011 م.
- خيرة سحابة، الترجمة والتنوع الثقافي في الجزائر، دراسة بحثية، جامعة وهران أحمد بن بلة 01، 2019
- رضوان شافو، إشكالية مفهوم الهوية الجزائرية عند الجزائريين، مذكرة ماستر المركز الجامعي بالوادي، 31 ديسمبر 2011.
- سليمة فيلاي، بنية الهوية الجزائرية في ظل العولمة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، أطروحة الدكتوراه، 2014/2013.
- محمد علي نصر، رؤية مستقبلية لتفعيل دور مناهج التعليم في الحفاظ على الهوية الثقافية في مواجهة العولمة، مذكرة ماجستير، دار الضيافة، جامعة عين شمس، في الفترة من 30-31 يوليو 2008.
- سارة عياش، انعكاسات العولمة على الهوية الثقافية عند محمد عابد الجابري، مذكرة ماستر، جامعة 8 ماي 2017، 1945.
- علي محمد بن فتح محمد "مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها الأخلاقية والقيمية" مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية.
- سمير قط، البعد الأفريقي في سياسة الأمن والدفاع الوطني الجزائري، اطروحة دكتوراه، (بسكرة: جامعة محمد خيضر بسكرة، 2017).
- كمال بوقرة، المسألة الثقافية وعلاقتها بالمشكلات التنظيمية في المؤسسة الجزائرية، أطروحة دكتوراه، باتنة: جامعة الحاج لخضر باتنة، سنة 2008.
- زينب زموري، دور المؤسسات الثقافية في التنمية الثقافية، اطروحة دكتوراه، (الجزائر: جامعة محمد خيضر 2017).
- زغو محمد، أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب، دراسة بحثية، جامعة حسبية بن بوعلي - الشلف سنة 2010.

- زينب شنوف، تشكل الهوية الجماعية عند المقاولين الشباب، جامعة محمد خيضر - بسكرة تخصص علم اجتماع الإدارة والعمل، أطروحة نهاية الدراسة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث، 2017.

### أطروحة علمية باللغة الأجنبية:

- Erasmust, The use of social media in Intangible Cultural Heritage presentation, Universidade Portucalense, Portugal, october 2022.

### مواقع إلكترونية:

- 20 عاماً على ميلاد فيسبوك. تذكر تجربتك الخاصة مع بداية مواقع التواصل، الصفحة تم <https://www.alarabiya.net> الرسمية العربية. نت، 5 فيفري 2024، متاح على: الاطلاع عليه يوم 22 مارس 2025.
- ، 5 نوفمبر ON - أكثر منصات التواصل الاجتماعي شهرةً في العالم في عام 2024، توثيق تم الاطلاع عليه يوم 12 ديسمبر 2024 <https://ehsaeyat.com>، متاح على:
- أكرم العديني، أكثر من 20 ميزة تهكم عن مجموعات فيسبوك، مدونة أكرم العديني للنمو تم الاطلاع عليه يوم <https://www.akramalodino> الرقمي، 14 أوت 2017، متاح على: 20 مارس 2025.
- أسامة أحمد، أنواع المحتوى في فيسبوك، دراسات عليا في الإعلام الاجتماعي، جامعة نورث تم الاطلاع عليه يوم 21 مارس <https://osama485me> ويسترن الأمريكية، متاح على: 2025.
- أنور العزام، مجتمع الدراسة في البحث العلمي، أبريل 2022، متاح على: تم الاطلاع عليه يوم 23 مارس 2025 <https://mawdoo3.com>
- المجموعات السرية في فيسبوك، سلامتك ويكي، 12 أكتوبر 2020، متاح على: تم الاطلاع عليه يوم 15 مارس 2025 <https://salamatechwiki.org>
- المنهج المسحي: تعريفه وتطبيقاته، المدونة العربية، 12 فبراير 2024، متاح على: تم الاطلاع عليه يوم 12 مارس 2025 <https://blog.ajsrp.com>

- تعريف العينة القصدية، المدونة العربية، فبراير 2024، متاح على:  
تم الاطلاع عليه يوم 10 مارس 2025 <https://blog.ajsrp.com>.
- رافد عجيل فليح، نظريات الاتصال وصناعة القرار، البوابة العربية، 2012، متاح على:  
تم الاطلاع عليه يوم 11 مارس 2025 <https://fsic.univ-alger3.dz>.
- سعيد إسماعيل علي، التربية الإسلامية وتحديات القرن الحادي والعشرين، مجلة المسلم  
تم الاطلاع عليه يوم 27 <https://almuslimalmuaser> المعاصر، 1997، متاح على:  
مارس 2025.
- تم <https://saaid.org> - فرحان السليم، الثقافة العربية بين الأصالة والمعاصرة، متاح على:  
الاطلاع عليه يوم 20 جانفي 2025.
- كاترين هالبيرن، مفهوم الهوية: تاريخه وإشكالاته، مجلة الكلمة للدراسات والأبحاث، 2005،  
تم الاطلاع عليه يوم 25 مارس 2025 <https://kalema.net> متاح على:
- خليل سمير، الاستبيان الإلكتروني وكيفية إنشائه ومكوناته، بوابة زامن، 19 جانفي 2024،  
تم الاطلاع عليه يوم 12 مارس 2025 <https://zamn.app> متاح على:
- محمد عابد الجابري، الهوية الثقافية والعمولة: عشر أطروحات، مجلة الحكمة، متاح على:  
تم الاطلاع عليه يوم 29 مارس 2025 <https://hekmah.org>.
- محمد مصطفى، أسباب وفوائد إنشاء مجموعة على فيسبوك، مدونة إكسباند كارت، 30 جوان  
تم الاطلاع عليه يوم 20 مارس 2025 <https://expandcart.com> متاح على:
- ناصر بن سعيد بن سيف السيف، كتاب الهوية والثقافة، 16 جانفي 2016، متاح على:  
تم الاطلاع عليه يوم 25 مارس 2025 <https://www.noor-book.com>.
- ندى حمدي، الصدق والثبات في البحث العلمي، شركة سنديك للاستشارات الأكاديمية والترجمة،  
تم الاطلاع عليه يوم 22 أبريل 2025 <https://www.sanadkk.com> متاح على:
- ولد أباه، مشروع النهوض العربي وسؤال الحداثة، 17 جويلية 2022، متاح على:  
تم الاطلاع عليه يوم 20 جانفي 2025 <https://ardd-jo.org>.
- ياقوت زهرة القدس بن عبد الله، الرقمنة وتحدي الهوية الثقافية: كيف نواجه خطر التهميش؟،  
تم الاطلاع عليه يوم 21 جانفي 2025 <https://elbadilabc-ar.dz> متاح على:
- قد لا تعرفها، 18 فبراير (Facebook)، ستة خصائص مفيدة في enabbaladi - عنب بلدي )  
تم الاطلاع عليه يوم 10 فيفري <https://www.enabbaladi.net> 2024، متاح على:  
2025.

– ماهي مجموعات فيسبوك؟ وكيف نستخدمها؟، مدونة يوميات الإسكندرية، 19 سبتمبر 2019،  
تم الاطلاع عليه يوم 10 مارس 2025 <https://www.youmeyatalex.2025> متاح على:

### مواقع إلكترونية باللغة الأجنبية :

- Ryan Stewart, How [and Why] to Build a Booming Facebook Group, available at <https://moz.com/blog/how-to-build-a-facebook-group> retrieved on 22 march 2025.
- Sally Painter, Why Is Culture Important? Impact 1.1 on People & Society, available at <https://family.lovetoknow.com> retrieved on 10 February 2025
- Cole Nicki Lisa, So What Is Culture Exactly?, 2024 available at <https://www.thoughtco.com/> retrieved on 23 march 2025 at 00 :00
- Oxford University Press. (n.d.). Identity. In Oxford English Dictionary. available on [https://www.oed.com/dictionary/identity\\_n](https://www.oed.com/dictionary/identity_n) retrieved on 22 April 2025.
- Sheryl Sandberg, Facebook: A History of the Social Network, Harvard Business Review, 2018 available at <https://www.britannica.com/money/Sheryl-Sandberg> retrieved on 12 December 2024.