

جامعة قاصدي مرباح ورقلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة للحصول على شهادة ماستر أكاديمي

ميدان : العلوم الإنسانية والاجتماعية

فرع : العلوم الإنسانية

تخصص : اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

من إعداد الطالبين : مريم بن سعيد

عبد الكريم البار

بعنوان :

## دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الانتماء الثقافي

### الفيسبوك أنموذجا-

دراسة علمية، عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ : ...../...../2020

أمام اللجنة المكونة من السادة:

د.كاوجة محمد الصغير	(أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا
د. زياني لغوثي	(أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا
د.قندوز عبد القادر	(أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية 2020/2019



جامعة قاصدي مرباح ورقلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة للحصول على شهادة ماستر أكاديمي

ميدان : العلوم الإنسانية والاجتماعية

فرع : العلوم الإنسانية

تخصص : اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

من إعداد الطالبين : مريم بن سعيد

عبد الكريم البار

بعنوان :

## دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الانتماء الثقافي

### الفيسبوك أنموذجا

دراسة علمية، عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ : ...../...../2020

أمام اللجنة المكونة من السادة:

د.كاوجة محمد الصغير	(أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا
د. زياني لغوثي	(أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا
د.قندوز عبد القادر	(أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية 2020/2019

# شكر وتقدير

قال تعالى : ﴿ وَلئن شكرتم لأزيدنكم ﴾

أولا وقبل كل شيء،

الشكر لله عز وجل على منه وكرمه لإتمام هذا العمل، ونتقدم بخالص عبارات الشكر

والتقدير والامتنان لأستاذنا الفاضل "الغوثي زيانى" على توجيهاته ونصائحه و الذي

كان له الفضل بعد الله عز وجل في إتمام هذا العمل.

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأساتذة الذين تفضلوا بتكريمهم استمارة الاستبيان وهم

كل من الأستاذ "قندوز عبد القادر"، "حمایمی محرز"، "الزاوي محمد الطيب"،

"ثابت مصطفى"

وإلى كل أساتذتنا الذين تكرموا بتقديم نصائحهم ومساعدتهم لنا.

لهم جميعا جزيل الشكر على مساعدتهم وكل التقدير والإحترام.



# الإهداء

الحمد لله رب العالمين، حمدا كثيرا طيبا يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه،  
الحمد لله الذي وقفتني لإنجاز هذا العمل المتواضع فالله الشكر والحمد.  
إلى من تعلمت فيهم روح الجهد والنزاهة والعمل، إلى رمز الحب والوقار،  
أطال الله في عمرهما، أئمن لؤلؤتين أملكهما في الوجود الوالدين  
الكريمين أبي وأمي.

إلى من كانوا لي في الحياة بهجة ونعمة، إلى إخوتي حفظهم الله  
لي (عيسى، نور الهدى، سندس، وعبد الحاكم - رحمه الله - )  
إلى كل صديقاتي في مسيرتي الجامعية، و إلى من لم تسعهم مذكري  
وتسعم ذكري

## مريم

إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما الذين بدعائهما استنار  
دربي، و إلى أم أولادي، إلى الصامدين في مواجهة الوباء القاتل  
كورونا.

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة سنوات طوال من الكد والجهد. ونسأل الله  
العلي التقدير أن ينفعنا بما علمنا وأن يعلمنا ما ينفعنا إنه على كل شيء  
قدير

عبد الكريم

## ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الانتماء الثقافي من خلال دراسة على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، وتم استخدام المنهج الوصفي باستخدام العينة الحصصية، وتم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين ، حيث تم تقسيم الاستبيان إلى أربعة محاور : المحور الأول يتعلق بالبيانات الشخصية للمبحوثين، المحور الثاني يتعلق بالاستخدامات العامة للفيسبوك، والمحور الثالث بعنوان استخدام الفيسبوك للتعبير عن الانتماء الثقافي لدى أفراد العينة، أما المحور الرابع بعنوان دور الفيسبوك في زيادة الروابط الاجتماعية والثقافية لدى الطلبة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

توصلت الدراسة إلى أن أغلب أفراد العينة يقضون مدة أكثر من ساعتين لتصفح الفيسبوك، يدفعهم عامل الاطلاع على المعلومات بالدرجة الأولى يليه عامل التواصل مع الأهل أو الأقارب ثم عامل الترفيه والتسلية، ويدخل أغلب أفراد العينة للفيسبوك من الهاتف المحمول.

توصلت الدراسة أيضا إلى أن أغلب أفراد العينة يستخدمون التعليقات والمشاركة بصورة كمحتويات للتعبير عن انتمائهم الثقافي ويتفاعلون معها عن طريق الرموز التعبيرية الحديثة، وينشط أغلب أفراد العينة بهويتهم الحقيقية، كما توصلت أيضا إلى أن المشاركة في المواضيع الثقافية هي الأكثر تفاعلا لإبراز الانتماء الثقافي، وأن أغلب أفراد العينة استطاع استخدام الفيسبوك أن يعزز من انتمائهم الثقافي لبيئتهم الاجتماعية.

**الكلمات المفتاحية:** الدور، التعزيز، الانتماء الثقافي، الفيسبوك، الطلبة.

## **Résumé de l'étude:**

Cette étude vise à découvrir le rôle de renforcement de l'appartenance culturelle à travers une étude sur un échantillon d'étudiants du Département des sciences de l'information et de la communication de l'Université de Kasdi Merbah de Ouargla, en utilisant la méthode descriptive sur un échantillon de quotas, et l'outil du questionnaire a été utilisé pour collecter les données des réponses des médias sociaux dans les années. Le questionnaire était divisé en quatre axes: le premier axe concernait les données personnelles des répondants, le deuxième axe lié aux usages généraux de Facebook, et le troisième axe est l'usage de Facebook pour s'exprimer sur l'appartenance culturelle des membres de l'échantillon, et le quatrième axe était intitulé le rôle de Facebook dans le renforcement des liens sociaux et culturels entre les étudiants, et l'étude a été conclue sur un ensemble de résultats, dont les plus importants sont :

L'étude a révélé que la majorité des membres de l'échantillon passent plus de deux heures à naviguer sur Facebook, dont le but de s'informer en premier lieu, et de communiquer avec la famille et les proches, puis pour le divertissement et la distraction, et la plupart des interviewés accèdent à Facebook à partir de leurs téléphones mobiles.

L'étude a également révélé que la plupart des membres de l'échantillon utilisent des commentaires et partagent des photos de manière à s'exprimer sur leur appartenance culturelle et interagissent avec eux à travers des symboles expressifs modernes, et que la plupart des membres utilisent leurs identités réelles, et elle a également conclu que la participation à des sujets culturels est la plus dominante pour mettre en évidence l'appartenance culturelle, et que pour la plupart des interviewés l'usage de Facebook a pu renforcer leur appartenance culturelle avec leur environnement social.

**Mots clés:** rôle, renforcement, appartenance culturelle, Facebook,

Etudiants.



فهرس الموضوعات	
الصفحة	العنوان
	شكر وعرهان
	إهداء
	ملخص الدراسة
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
أ	مقدمة
<b>الإطار المنهجي</b>	
<b>الفصل الأول : الإطار المنهجي</b>	
17	إشكالية الدراسة
18	تساؤلات الدراسة
18	أهداف الدراسة
18	أهمية الدراسة
19	أسباب اختيار الموضوع
19	تحديد المفاهيم
23	الدراسات السابقة
29	نوع الدراسة ومنهجها
30	أداة الدراسة
31	مجتمع البحث وعينته
32	حدود الدراسة
32	صعوبات الدراسة
33	مقاربة النظرية
38	خلاصة الفصل



## الإطار التطبيقي

### الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

41	تمهيد
42	تحليل البيانات وعرض النتائج
72	الاستنتاجات العامة للدراسة
75	خاتمة
78	قائمة المراجع
82	ملاحق

## قائمة الجداول

الصفحة	عناوين الجداول	الرقم
42	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	الجدول (01)
43	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	الجدول (02)
44	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	الجدول (03)
45	يوضح الأوقات المفضلة لدى أفراد العينة لاستخدام الفيسبوك	الجدول (04)
46	يوضح الأوقات المفضلة لدى أفراد العينة لاستخدام الفيسبوك وعلاقتها بمتغير الجنس	الجدول (05)
47	يوضح الأوقات المفضلة لدى أفراد العينة لاستخدام الفيسبوك وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي	الجدول (06)
48	يوضح الأوقات المفضلة لدى أفراد العينة لاستخدام الفيسبوك وعلاقتها بمتغير السن	الجدول (07)
49	يوضح المدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة على الفيسبوك	الجدول (08)
50	يوضح المدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة على الفيسبوك وعلاقتها بمتغير الجنس	الجدول (09)
51	يوضح المدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة على الفيسبوك وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي	الجدول (10)
52	يوضح المدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة على الفيسبوك وعلاقتها بمتغير السن	الجدول (11)
53	يوضح المكان المفضل لدى أفراد العينة في استخدام الفيسبوك	الجدول (12)
54	يوضح العوامل التي تدفع أفراد العينة لاستخدام الفيسبوك	الجدول (13)
55	يوضح الجهاز الذي يستخدم أفراد العينة من خلاله الفيسبوك	الجدول (14)
56	يوضح المواضيع التي تثير اهتمام أفراد العينة عبر الفيسبوك	الجدول (15)
57	يوضح نوع المحتويات التي يستخدمها أفراد العينة للتعبير عن انتمائهم الثقافي	الجدول (16)

58	يوضح كيف يتفاعل أفراد العينة مع المحتويات التي يستخدمونها للتعبير عن انتمائهم الثقافي	الجدول (17)
59	يوضح الهوية التي ينشط من خلالها أفراد العينة عبر الفيسبوك	الجدول (18)
60	يوضح الهوية التي ينشط من خلالها أفراد العينة عبر الفيسبوك وعلاقتها بمتغير الجنس	الجدول (19)
61	يوضح اللغة أو اللهجة التي يفضل أفراد العينة استخدامها للتواصل عبر الفيسبوك	الجدول (20)
62	يوضح أين يعبر أفراد العينة عن ممارساتهم الثقافية	الجدول (21)
63	يوضح شعور الانتماء الأقوى لدى أفراد العينة	الجدول (22)
64	يوضح شعور الانتماء الأقوى لدى أفراد العينة وعلاقته بمتغير الجنس	الجدول (23)
64	يوضح النشاطات الثقافية التي يقوم بها أفراد العينة عبر الفيسبوك	الجدول (24)
65	يوضح التفاعلات المؤدية إلى إبراز الانتماء الثقافي عبر الفيسبوك	الجدول (25)
66	يوضح التفاعلات المؤدية إلى إبراز الانتماء الثقافي وعلاقته بمتغير الجنس	الجدول (26)
67	يوضح التفاعلات المؤدية إلى إبراز الانتماء الثقافي وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي	الجدول (27)
68	يوضح التفاعلات المؤدية إلى إبراز الانتماء الثقافي وعلاقته بمتغير السن	الجدول (28)
69	يوضح ما إذا كان الفيسبوك استطاع أن يعزز من الانتماء الثقافي لدى أفراد العينة لبيئتهم الاجتماعية	الجدول (29)
70	يوضح ما إذا كان الفيسبوك استطاع أن يعزز من الانتماء الثقافي لدى أفراد العينة لبيئتهم الاجتماعية وعلاقته بمتغير الجنس	الجدول (30)
71	يوضح ما إذا كان الفيسبوك استطاع أن يعزز من الانتماء الثقافي لدى أفراد العينة لبيئتهم الاجتماعية وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي	الجدول (31)

## قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
42	دائرة نسبية توضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	(01)
43	دائرة نسبية توضح أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	(02)
44	دائرة نسبية توضح أفراد العينة حسب متغير الجنس	(03)
45	دائرة نسبية توضح الأوقات المفضلة لدى أفراد العينة لاستخدام الفيسبوك	(04)
49	دائرة نسبية توضح المدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة على الفيسبوك	(08)
53	دائرة نسبية توضح المكان المفضل لدى أفراد العينة لاستخدام الفيسبوك	(12)
54	أعمدة بيانية توضح العوامل التي تدفع أفراد العينة لاستخدام الفيسبوك	(13)
55	دائرة نسبية توضح الجهاز الذي يستخدم أفراد العينة من خلاله الفيسبوك	(14)
56	أعمدة بيانية توضح المواضيع التي تثير اهتمام أفراد العينة عبر الفيسبوك	(15)
57	أعمدة بيانية توضح نوع المحتويات التي يستخدمها أفراد العينة للتعبير عن انتمائهم الثقافي	(16)
58	أعمدة بيانية توضح كيف يتم تفاعل أفراد العينة مع المحتويات التي يستخدمونها للتعبير عن انتمائهم الثقافي	(17)
59	دائرة نسبية توضح الهوية التي ينشط من خلالها أفراد العينة	(18)
61	دائرة نسبية توضح اللغة أو اللهجة التي يفضل أفراد العينة استخدامها للتواصل عبر الفيسبوك	(20)
62	أعمدة بيانية توضح أين يعبر أفراد العينة عن ممارساتهم الثقافية	(21)
63	دائرة نسبية توضح شعور الانتماء الأقوى لدى أفراد العينة	(22)

65	أعمدة بيانية توضح النشاطات التي يقوم بها أفراد العينة عبر الفيسبوك	(24)
66	دائرة نسبية توضح التفاعلات المؤدية إلى إبراز الانتماء الثقافي	(25)
69	دائرة نسبية توضح ما إذا كان الفيسبوك استطاع أن يعزز من الانتماء الثقافي لدى أفراد العينة لبيئتهم الاجتماعية	(29)

# مقدمة

## مقدمة

شهد العالم ثورة علمية وتكنولوجية حقيقية في عالم الاتصال، ارتبطت بها تغيرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية، حيث أدت إلى ظهور نوع آخر من الصراعات وهو الصراع الثقافي وإثبات الوجود من خلال ما يتم إنتاجه من ثقافة والمحافظة عليها وتوريثها للأجيال المتعاقبة.

ومع ظهور شبكة الانترنت التي تعتبر من بين أكثر مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة جلياً وما توفره من خدمات مختلفة ومتنوعة جعلت من العالم أشبه بالقرية الصغيرة، ومن بين ما تحتويه هذه الشبكة نجد مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف أنواعها كالتويتر، اليوتوب، الفيسبوك، هذا الأخير الذي أصبح مستخدميه يتبادلون مقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات والمحادثات الفورية وغيرها.

الفيسبوك كموقع حاز في الآونة الأخيرة على اهتمام كبير بين مستخدمي الانترنت بشكل متسارع، حيث يوفر هذا الموقع العديد من الخدمات لكل من يلجأ إليه كالأخبار والمعلومات المختلفة والمتنوعة، ونظرًا لبساطته وسهولة استخدامه أصبح يستعمل من طرف العديد من فئات المجتمع خصوصاً طلبة الجامعة لإبراز كل ما يملكونه من ثقافة وعادات وتقاليد بهدف الاعتزاز والافتخار بها وتعريف باقي الشعوب بما لديها من موروث ثقافي يستحق البقاء والاهتمام.

ومن هنا جاء اهتمام الطالب الجامعي بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح ورقلة بما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي -الفيسبوك- من خدمات لإبراز ثقافته وتعزيزها، هذا ما جعله يعبر عن انتمائه من خلال ما يتم نشره والتفاعل عبر الفيسبوك بطرق وأشكال مختلفة، وهذا ما لمسناه من خلال دراستنا هذه التي تم تقسيمها إلى فصلين :

الفصل الأول وهو فصل يضم الإطار المنهجي للدراسة، والفصل الثاني تطبيقي، حيث تطرقنا في الإطار المنهجي إلى إشكالية الدراسة وتساؤلات الدراسة ثم أهمية الدراسة وأهداف الدراسة تليها أسباب اختيار الموضوع ثم منهج الدراسة وأداة الدراسة إضافة إلى





مجتمع الدراسة وعينتها، كما تضمن حدود الدراسة وتحديد المفاهيم وكذا الدراسات السابقة وصعوبات الدراسة وأخيرا المقاربة النظرية للدراسة.

أما الفصل الثاني ضم الإطار التطبيقي وتم التطرق فيه إلى عرض وتحليل ما تم جمعه من بيانات ثم عرض الاستنتاجات العامة للدراسة وفي الأخير خاتمة لموضوع الدراسة.



# الجانب المنهجي

# الفصل الأول: الإطار المنهجي

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- أهداف الدراسة
- 4- أهمية الدراسة
- 5- أسباب اختيار الموضوع
- 6- تحديد المفاهيم
- 7- الدراسات السابقة
- 8- نوع الدراسة ومنهجها
- 9- أداة الدراسة
- 10- مجتمع البحث وعينته
- 11- حدود الدراسة (الحدود الموضوعاتية، الحدود الزمانية، الحدود المكانية)
- 12- صعوبات الدراسة
- 13- مقارنة النظرية (نظرية سوسيولوجيا الاستخدام)

## 1- إشكالية الدراسة

إن التطور العلمي وما قدمته التكنولوجيا من خدمات جليلة للإنسانية حيث ساهمت و بقدر كبير في تطور الحياة البشرية وتوفير الكثير من الجهد والمال، فقد قربت المسافات ووفرت المعلومات وجعلت ما كان مستحيلا بالأمس ممكنا اليوم .

و ما قدمته التكنولوجيا للبشرية هو التنوع في وسائل الاتصال المستعملة في عملية تبادل المعلومات والمعارف والخبرات بين أفراد المجتمع الواحد وكذلك بين المجتمعات الأخرى، فظهور شبكة الانترنت و ما توفره من خدمات ساهمت في تقليص الأمية و الجهل بالمعلومة و دون اقتصارها على فئة دون أخرى، و هذا ما جعل الإنسانية تتأثر بهذا التطور التكنولوجي خاصة فئة الشباب الذي أبدى قابلية كبيرة لما تقدمه الشبكة العنكبوتية التي تنوعت وتعددت فيها مواقع التواصل الاجتماعي التي تسمح بنقل وتبادل المعلومات، سواء أكانت مرئية أو مسموعة أو مكتوبة.

من بين هذه المواقع نجد موقع الفيسبوك "حيث يعتبر هذا الموقع الذي أسسه مارك زوكربيرغ Mark zuckerberg واحدا من أهم مواقع التواصل الاجتماعي وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط و إنما أيضا قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء".<sup>1</sup>

"وتطور هذا الموقع و خصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيسبوك التي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة لاستدراك 21 مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام، ليتحدى أي موقع للتواصل الاجتماعي ويصبح الأول على صعيد العالم ، وبلغ عددهم حسب إحصائيات 2011- 800 مليون مشترك".<sup>2</sup>

ومن خلال موقع الفيسبوك يعبر الطالب الجامعي عن انتمائه الثقافي داخل مجتمعه و الاعتزاز بأصالته و موروته الثقافي من عادات و تقاليد عن طريق النشر المستمر لهويته

<sup>1</sup> إبراهيم اسماعيل: الإعلام المعاصر ووسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، ط1، وزارة الثقافة والفنون والتراث، قطر، 2014، ص178.

<sup>2</sup> مجلة سوسولوجيا للدراسات والبحوث الاجتماعية: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الثقافية للمجتمع (دراسة ميدانية لعينة من الطلبة بجامعة زيان عاشور-الجلفة-)، مجلة علمية دولية محكمة نصف سنوية، العدد1-أفريل 2017، ص25.

الثقافية عبر الفيسبوك سواء أكانت تخص اللباس التقليدي أو الأكل أو إقامة احتفالات تخص مجتمعه مثل الاحتفال بيناير.

ومن هنا يمكننا طرح التساؤل الرئيسي التالي :

ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي - الفيسبوك - في تعزيز الانتماء الثقافي لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة؟.

## 2- تساؤلات الدراسة :

1- ما هي الاستخدامات العامة للفيسبوك لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة؟

2- ما هي أهم التفاعلات الاجتماعية عبر الفيسبوك لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة؟

3- كيف يعبر طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال عن انتمائهم الثقافي عبر الفيسبوك ؟

4- كيف يساهم استخدام الفيسبوك في زيادة الروابط الاجتماعية والثقافية لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة؟

## 3- أهداف الدراسة:

1- التعرف على الاستخدامات العامة للفيسبوك لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة.

2- التعرف على أهم التفاعلات الاجتماعية عبر الفيسبوك لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة.

3- التعرف على كيفية تعبير طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال عن انتماءهم الثقافي عبر الفيسبوك.

4- التعرف على استخدام الفيسبوك ومساهمته في زيادة الروابط الاجتماعية والثقافية لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة.

## 4- أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في محاولة التعرف على دور الفيسبوك كموقع للتواصل الاجتماعي ذو استخدام مكثف و دائم من قبل العديد من شرائح المجتمع على غرار فئة

الطلبة الجامعيين و حدود الاستفادة من هذا الموقع في تعزيز الانتماء الثقافي من خلال ما يتم تداوله من منشورات متنوعة.

## 5- أسباب اختيار الموضوع

تعد مرحلة اختيار الموضوع والإشكالية المرتبطة به من أهم وأدق مراحل البحث العلمي ويكون اختيار الباحث لموضوعه لعدة أسباب وتكمن فيما يلي :

أ- أسباب ذاتية

- الاهتمام الشخصي بموضوع الانتماء الثقافي

- الحصول على درجة علمية عليا.

### ب- أسباب موضوعية

- تدعيم مجال البحث العلمي بمواضيع ودراسات جديدة .

- تطبيق مهارات البحث العلمي ميدانيا .

## 6- تحديد المفاهيم :

إن خطوة تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة تعتبر من أهم الخطوات المنهجية للبحث ومن أهم المفاهيم التي نجدها في هذه الدراسة هي :

### 6-1 الدور :

**لغة :** "دور دار الشيء يدور دورا ودوراناً ودؤورا واستدار وأدرته أنا ودورته وأداره غيره ودور به ودرت به وأدرت واستدرت وداوره مداوره ودوارا :دار معه".<sup>1</sup>

**اصطلاحا :** "هو مجموعة الحقوق والواجبات التي يلتزم بها الفرد داخل المنظمة من خلال موقعه ، ويتحدد الدور من خلال السلطة والمسؤولية والمساءلة". وفي تعريف آخر هو "مجموع الأفعال المتوقعة من قبل أي شخص داخل المنظمة، له مكانة معينة في الهيكل التنظيمي من خلال المهام التي يؤديها".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ابن منظور :لسان العرب المحيط،المصطلحات العلمية والفنية،(د،ط)، دار لسان العرب ، بيروت، لبنان،(د،س،ن)،ص1031.

<sup>2</sup> ناصر قاسمي :مصطلحات أساسية في علم اجتماع الإعلام والاتصال،(د،ط)، ديوان المطبوعات الجامعية ، (د،ب،ن) 2017،

إجرائيا : هو تلك الأنشطة والمهام التي يمارسها الطلبة في حياتهم اليومية من أجل قضاء حوائجهم المختلفة، كما يمكن أن يكون للفيسبوك دور ومهام في إتاحة الفرص للتواصل بين مستخدميه.

## 6-2- مواقع التواصل الاجتماعي :

- اصطلاحا : يعرفها الدكتور راضي زاهر "بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين بهذا الموقع، ويشترك هؤلاء الأفراد في الاهتمامات والهوايات".<sup>1</sup>

- "تعد مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها استخداما لدى جميع مستويات الطبقات الاجتماعية المختلفة، وبالرغم من أن هذه الشبكات أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد إلا أن حدودها اتسعت للنشاط الثقافي والأكاديمي والرياضي والترفيهي وغير ذلك من الأنشطة".<sup>2</sup>

- إجرائيا :

بالنسبة لدانيال بيرايا الجهاز هو «هيئة، مكان اجتماعي للتفاعل و التعاون مع نواياه (أهداف)، وظائفه المادية و أخيرا رمزية ، طرق التفاعل الخاصة بها. اقتصاد الجهاز - و آدائه - تحدده النوايا ، وتعتمد على التنظيم المنظم للموارد المادية والتكنولوجية والرمزية والعلائقية التي تشكل انطلاقا من الخصائص، السلوكيات والتصرفات الاجتماعية المحددة (العاطفية والعلائقية) ، المعرفية و التواصلية»<sup>3</sup>.

## 6-3- التعزيز :

- لغة : "عزز (فعل). عزز، يعزز، تعريزا، فهو معزز، عزز فلانا أو غيره : قواه، دعمه، شددته، جعله عزيزا، أمدّه، أيده".<sup>4</sup>

<sup>1</sup> نهى بلعيد : تطور استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، مجلة الإذاعات العربية (د،س، ن)، ص10.

<sup>2</sup> حامد سعيد جابر وآخرون : واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت ، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد186، ج2 ديسمبر 2017، ص78.

<sup>3</sup>Peraya D, « **Médiation et médiatisation : Campus virtuel** », *Hermès*, 25, [en ligne], <http://documents.irevues.inist.fr/handle/2042/14983>, pp.153-167.

<sup>4</sup> أحمد مختار عمر : معجم اللغة العربية المعاصرة، 1، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص1493.



**اصطلاحاً:** جاء في معجم المصطلحات التربوية بأنه : "ما يعقب الاستجابة أو السلوك من آثار، منها ما هو مرض، مريح، مقنع، إيجابي، فيقال : أثر طيب أو مكافأة أو تعزيز موجه، ومنها ما هو غير مرض، مؤلم، منفر أو سالب فيقال له أثر غير طيب أو عقاب أو تعزيز سالب".<sup>1</sup>

- إجرائياً :

يقصد به في هذه الدراسة تقوية الروابط الاجتماعية بين أفراد المجتمع من خلال انتمائهم الثقافي.

#### 6-4- الانتماء الثقافي :

-**الانتماء لغة :** "نَمَى يَنْمِي نَمِيًا وَنُمِيًا وَنَمَاءً وَنَمِيَةً، والحديث ارتفع، ونميته : رفعته، وعزوته. وانتمى إليه : انتسب، والبازي : ارتفع من موضعه إلى آخر، كنتمى".<sup>2</sup>

-**الثقافة لغة :** "أصل الثقافة في اللغة العربية مأخوذة من الفعل ثقف بضم القاف وكسرهما، وللعل ثقف معان كثيرة منها الحذق والفتنة، نقول ثقف الرجل ، أي أصبح حذقا وفتنا".<sup>3</sup>

- **الانتماء الثقافي اصطلاحاً :** "الانتماء هو الانتساب الذي يجسد خيوط الولاء التي تشد الإنسان المنتسب إلى ما ينسب إليه، فيرتبط به، وينجذب إليه، ويخلص له الولاء والانتماء. والثقافي نسبة إلى الثقافة التي هي جماع المهارات التي تثمر عمران النفس الإنسانية وتسهم في تهذيبها ، تنقيفها وارتقائها على درب المثل والمقاصد والنماذج التي صاغتها وتصوغها العقائد والفلسفات التي يؤمن بها هذا الإنسان".<sup>4</sup>

- **الانتماء الثقافي Cultural affiliation:** "هو قيمة كبرى تعبر عن شعور الإنسان بالألفة والفخر والاعتزاز بالانتماء لثقافته وهويته، مما يدفعه إلى المشاركة الايجابية الاندماج فيها باستيعاب انجازاتها ، وحمايتها والدفاع عنها من محاولات الهيمنة والاختراق، وإضافة إلى ما

<sup>1</sup> عناية حسن القبلي: **التعزيز في الفكر التربوي الحديث**، ط1، شركة أمان للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2014، ص10.

<sup>2</sup> مجد الدين الفيروزآبادي: **القاموس المحيط**، ط2، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 2007، ص1346.

<sup>3</sup> خالد محمد أبو شعيرة، تآثر أحمد غباري: **الثقافة وعناصرها**، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان،

الأردن، 2009، ص17.

<sup>4</sup> محمد عمارة: **الانتماء الثقافي في التنوير الإسلامي**، (د، ط)، دار نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1997، ص8.

يستجد من ايجابيات وانجازات العصر إليها في إطار الانفتاح الواعي على الثقافات الأخرى".<sup>1</sup>

- إجرائيا :

في هذه الدراسة نقصد بالانتماء الثقافي كل ما يميز طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال ومحيطهم الاجتماعي بما يحملونه من قيم وعادات وسلوكيات حيث يعرف الطالب عن نفسه من خلال ثقافته التي ينتمي إليها.

5-6- الفيسبوك :

لغة : "هي كلمة أعجمية، مكونة من جزأين : فيس Face، وبوك Book وهي تعني كتاب الوجوه، مثلما أراد بها مؤسس الموقع".<sup>2</sup>

وتتطق الكلمة في الأصل Feisbuk، وكفعل يقال Facebooking ومعناه أنه قضى وقته يتصفح شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.<sup>3</sup>

اصطلاحا : "هو موقع اجتماعي تم إنشاؤه في فبراير 2004 على يد مارك زوكربيرغ بالتعاون مع رفيقيه داستين موسكو فيتز و كريس هيز المتخصصين في علوم الحاسب أثناء دراستهما بجامعة هارفارد الأمريكية حيث كان الموقع في البداية مقتصرًا على طلبة الجامعة، الآن يضم أكثر من 845 مليون مستخدم على مستوى العالم و الاشتراك بالفيسبوك عن طريق إنشاء حساب خاص بك بشرط أن لا يقل عمرك عن 13 عاما"<sup>4</sup>.

- "يحتل موقع الفيسبوك حاليا من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي (قوقل ومايكروسوفت)، وبلغ عدد المشتركين فيه أكثر من 800 مليون شخص"<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> أميرة عبد السلام زايد: قيم الانتماء الثقافي والعلمي لدى طلبة الجامعات في ضوء متغيرات العصر "دراسة ميدانية"، مجلة العلوم التربوية، جامعة كفر الشيخ، العدد الثالث، يوليو 2013، ص12.

<sup>2</sup> حسان أحمد قمحية: الفيسبوك تحت المجهر، ط1، دار النخبة، مصر، 2017، ص58.

<sup>3</sup> Oxford dictionary : **facebook definition**,

[http://www.oxforddictionaries.com/definition/american\\_english/Facebook](http://www.oxforddictionaries.com/definition/american_english/Facebook), 30/08/2020, 20:30.

<sup>4</sup> اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي :شبكات التواصل والانترنت على الأمن القومي، ط1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، مصر، 2016، ص27.

<sup>5</sup> عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر :مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، (د،ط)، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، (د، س، ن) ص64.

## 6-6- الطلبة :

**لغة:** "ج طلاب وطلبة، وهو الذي يطلب العلم ويطلق عرفا على التلميذ في مرحلتي التعليم الثانوية والعالية"<sup>1</sup>.

**اصطلاحا:** "هم شريحة من المثقفين في المجتمع بصفة عامة إذ يتركز المئات والآلاف من الشباب في نطاق المؤسسات التعليمية"<sup>2</sup>.

## - إجرائيا :

الطلبة هم الطبقة المثقفة في المجتمع يتوفر فيهم مستوى علمي معين يؤهلهم لمزاولة دراساتهم الجامعية بمختلف درجاتها العلمية وما زالوا على اتصال بالجامعة.

## 7- الدراسات السابقة

## 7-1- تلخيص الدراسات السابقة :

**الدراسة الأولى:** دراسة سعاد بالعربي بعنوان "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية"<sup>3</sup>.

طرحت هذه الدراسة إشكالية حول : ما أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية الجزائرية؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية أسئلة فرعية تتمثل في :

1- ما مدى استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في حياته اليومية من حيث العادات والأنماط؟

2- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيسبوك؟

3- ما أثر موقع الفيسبوك على الأنساق القيمية لدى الشباب؟

<sup>1</sup> مجمع اللغة العربية :معجم الوسيط، ط4، مكتبة الشروق الدولية، مصر، (د، س، ن)، ص571.

<sup>2</sup> حفيفة مخنفر :خطاب الحياة اليومية لدى الطالب الجامعي (دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة سطيف 1و2)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة سطيف2، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، تخصص علم اجتماع التربية، 2012-2013، ص35.

<sup>3</sup> سعاد بالعربي :أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية(دراسة ميدانية على عينة من طلبة مستخدمي موقع الفيسبوك بجامعة مستغانم)، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، 2014-2015.

4- ما هي مجالات تأثير موقع الفيسبوك على العرف والمنظومة الاجتماعية التي تنعكس على الهوية الثقافية في المجتمع الجزائري؟

5- هل موقع الفيسبوك يؤثر على سلوكيات الطالب الجامعي؟

الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو محاولة فهم وظائف مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الإيجابية والسلبية على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي الجزائري في ظل موجة الغزو الثقافي والانفتاح على الغير.

تمثلت عينتها في اختيار العينة القصدية من الطلبة المستخدمين لشبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك بجامعة مستغانم والمكونة من 100 مفردة من قسم علوم الإعلام والاتصال، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات وفق منهج المسح الوصفي وكانت من أبرز نتائجها :

- أن أغلب أفراد العينة يستخدمون موقع الفيسبوك على إنفراد، ويفضلون خدمة الدردشة ومشاركة الصور وخدمة التعليقات، ويستخدمونه بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء ومن أجل التعرف على الخبر ومواكبة الأحداث الجارية، ثم بدافع التثقيف وكذا الترفيه والتسلية.

- أن أغلب المبحوثين يدخلون لموقع الفيسبوك بهوية مستعارة ويرجع السبب في رغبة منهم في التصرف بكل حرية في الموقع دون أن يتعرف عليهم أحد، كما يلبي الفيسبوك لأفراد العينة العديد من الحاجات تتقدمها حاجة التواصل والتفاعل مع الآخرين ثم إشباع الفضول والحصول على المعلومات والتنفيس والتعبير بكل حرية وكانت آخر حاجة هي الهروب من الواقع.

- أن للفيسبوك آثار إيجابية وسلبية معا على الهوية الثقافية وتمثلت الآثار الإيجابية في مساهمته في الحرية والانفتاح على مختلف ثقافات ويساعد بالتعريف بالثقافة العربية والإسلامية، وتمثلت الآثار السلبية في أنه يسهم في إثارة الغرائز الجنسية لدى الشباب ويؤدي إلى اكتساب قيم وعادات منافية وإضعاف مكانة اللغة العربية.

## الدراسة الثانية: دراسة نجاة ريغي و دلال شاعة بعنوان "دور الشبكات الاجتماعية في ترسيخ قيم المواطنة"<sup>1</sup>.

طرحنا هذه الدراسة إشكالية حول: إلى أي مدى يساهم الفيسبوك في ترسيخ وغرس قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي في ولاية المسيلة؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية أسئلة فرعية تتمثل في :

- 1- ما مدى استخدام الطالب الجامعي للفيسبوك؟
- 2- ما هي إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي على الطلبة؟ وما الآثار المترتبة عليها؟

3- ما هو الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي قصد تعزيز قيم المواطنة؟

ويمكن إيجاز أهداف هذه الدراسة فيما يأتي :

- 1- تحديد مفهوم المواطنة والقيم.
- 2- الوقوف على العلاقة بين الإعلام الجديد والمواطنة.
- 3- معرفة مدى استخدام الطالب الجامعي للفيسبوك.
- 4- معرفة مدى وعي الشباب الجامعي بسلبيات وإيجابيات الفيسبوك وتأثيره على زعزعة قيم المواطنة لديهم.

تم الاعتماد على الأسلوب العشوائي الذي يقوم على عامل الصدفة في اختيار مفردات العينة من مجتمع البحث المكون من 120 طالب في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، استخدمت أداة الاستمارة لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي القائم على المسح، ومن أبرز نتائجها نذكر :

- كشفت الدراسة أن هنالك إيجابيات وسلبيات لمواقع التواصل الاجتماعي ترتب عليها آثار ومن بين إيجابياتها التعرف على ثقافة الآخر ما يزيد من الروابط الاجتماعية إلى اتساع شبكة العلاقات الاجتماعية للأفراد في أماكن بعيدة جغرافيا فتكون مجموعات وصدقات، تعزيز قيم مرتبطة بمفاهيم المواطنة والمسؤولية الوطنية إلى الكشف عن سلبياتها وآثارها

<sup>1</sup> نجاة ريغي، دلال شاعة: دور الشبكات الاجتماعية في ترسيخ قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي الفيسبوك نموذجا لطلبة جامعة محمد بوضياف المسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، 2016-2017.

كونها تكون أفكار أو قيم لدى الشباب نتيجة لامتزاج الثقافات وفيها ما يزرع كيان ومقومات الدولة.

- اتضح من نتائج الدراسة المتعلقة بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة من خلال توظيف الشبكات الاجتماعية في المشاركة في الفعاليات والاحتفالات الوطنية لنشر صور الشخصيات، وأعلام فعالة تبرز معنى الوطنية وحب الوطن فتوعيه للطلبة الجامعيين بأهمية تعزيز المواطنة والانتماء للوطن وبالتالي بث روح المسؤولية لديهم. الدراسة الثالثة: دراسة عالية غضبان بعنوان "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية"<sup>1</sup> طرحت هذه الدراسة إشكالية حول: ما هو أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في بعض عناصر الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية؟ وتتفرع عن هذه الإشكالية أسئلة فرعية تتمثل في :

1- ما هي عادات وأنماط مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك؟

2- ما هي دوافع تعرض أفراد العينة لشبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك؟

3- ما هي الآثار الإيجابية الناجمة عن استخدام الفيسبوك على الهوية الثقافية؟

4- ما هي الآثار السلبية الناجمة عن استخدام الفيسبوك على الهوية الثقافية؟

ويمكن إيجاز أهداف هذه الدراسة فيما يأتي :

1- معرفة عادات وأنماط استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك من طرف الطلبة الجامعيين الجزائريين.

2- معرفة دوافع تعرض الطلبة الجامعيين الجزائريين لموقع الفيسبوك.

3- معرفة أهم الخدمات التي توفرها شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك لمستخدميها من الطلبة الجامعيين الجزائريين.

<sup>1</sup> عالية غضبان: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية (دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك بجامعة باتنة 1 انموذجا)، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، 2017-2018.

4- معرفة الآثار الناجمة عن استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في الهوية الثقافية في ظل موجة الغزو الثقافي الغربي.

تمثلت عينتها في اختيار عينة متعددة المراحل (العنقودية) من طلبة جامعة باتنة 1 والمكونة من 520 طالب، واستخدمت أداتين هما الاستبيان والملاحظة لجمع البيانات وفق منهج المسح الوصفي، ومن أبرز نتائجها نكر :

- تبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك منذ (4 سنوات إلى 5 سنوات)، يدخل أغلب أفراد العينة على شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك من الهاتف الذكي، يقضي أفراد العينة من ساعة إلى ساعتين في استخدامهم للفيسبوك.

- كما توصلت نتائج الدراسة إلى أن أفراد العينة يدخلون إلى الفيسبوك باسم مستعار.

- أوضحت الدراسة أن أهم دوافع استخدام أفراد العينة للفيسبوك هي الإطلاع على آخر الأخبار ومواكبة الأحداث المحلية والوطنية والعالمية، كما أسفرت الدراسة أن استخدام الموقع لم يؤثر في الدين الإسلامي للطلبة، وفي قيامهم بمختلف شعائرهم الدينية كالصلاة.

#### 7-2- أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات السابقة :

- استخدمت الدراسات السابقة أداة الاستبيان لجمع البيانات باستثناء دراسة عالية غضبان بعنوان "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية" التي استخدمت أداة الاستبيان بالإضافة إلى الملاحظة.

- الدراسات السابقة : دراسة سعاد بالعربي بعنوان أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية، ودراسة عالية غضبان بعنوان "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية منهج المسحي الوصفي، أما دراسة نجاه ريغي و دلالة شاعة بعنوان دور الشبكات الاجتماعية في ترسيخ قيم المواطنة استخدمت المنهج الوصفي.

- اختلفت الدراسات السابقة في عينتها : حيث اعتمدت دراسة سعاد بالعربي أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية على العينة القصدية، أما دراسة نجاه ريغي ودلالة شاعة بعنوان دور الشبكات الاجتماعية في ترسيخ قيم المواطنة اعتمدت على الأسلوب العشوائي ، ودراسة عالية غضبان بعنوان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي



على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية التي اعتمدت على العينة العنقودية.

### 7-3- الفجوة العلمية التي تعالجها الدراسة الحالية :

من خلال استعراض أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات السابقة نشير إلى أن هذه الدراسة تتفق مع الدراسات السابقة في موضوعها الرئيسي وهدفها العام إلا أنها تختلف عنها في عدة جوانب تمثل الفجوة العلمية التي تعالجها هذه الدراسة وهي :

- 1- تضمنت هذه الدراسة ربط للمشكلة البحثية بالمتغيرات المعاصرة.
  - 2- استخدمت هذه الدراسة مدخلين بحثيين (المدخل الكمي والمدخل الكيفي) وذلك لتكوين فكرة دقيقة عن مشكلة الدراسة. واستخدامها للمنهج الوصفي.
  - 3- اقتصرت هذه الدراسة على عينة واحدة فقط لضمان تشخيص الواقع بدقة.
- اعتمدت هذه الدراسة على أداة واحدة فقط وذلك من أجل جمع البيانات بدقة أكبر.
- ومن العرض السابق يتضح أن هذه الدراسة عالجت فجوة علمية متعددة الجوانب لتطرقها لموضوع دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الانتماء الثقافي وشمول عينتها للعينة الحصصية باعتمادها على أداة الاستبيان واستخدامها للمنهج الوصفي.
- ### 7-4- الاستفادة من الدراسات السابقة :

مما لا شك فيه أن الدراسة الحالية استفادت كثيرا مما سبقتها من دراسات، حيث حاولت أن توظف كثيرا من الجهود السابقة للوصول إلى تشخيص دقيق للمشكلة ومعالجتها بشكل شمولي، ومن جوانب الاستفادة العلمية للدراسات السابقة ما يلي :

استفادت الدراسة الحالية من جميع الدراسات السابقة في الوصول إلى صياغة دقيقة للعنوان البحثي الموسوم بدور "مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الانتماء الثقافي الفيسبوك أنموذجا دراسة على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة"، كما استفادت أيضا في الوصول للمنهج الملائم بالإضافة إلى الأداة المناسبة لهذه الدراسة والمتمثلة في أداة الاستبيان.

## 8- نوع الدراسة ومنهجها :

## 8-1- نوع الدراسة :

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية "التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفا دقيقا وتحديد خصائصها تحديدا كيميا أو كمي، كما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما تكون عليه في المستقبل وباختصار فهي تهتم بماضي الظواهر وحاضرها ومستقبلها".<sup>1</sup>

## 8-2- منهج الدراسة :

للقيام بأي دراسة علمية تستدعي الاعتماد على منهج محدد للدراسة حيث يعرف المنهج على أنه : "تلك المجموعة من الإجراءات والقواعد والضوابط التي يتم وضعها بغية الوصول إلى الحقائق واكتشافها، فهو بمثابة برنامج محدد لمختلف السبل للإجابة عن الأسئلة والاستفسارات التي يثيرها موضوع البحث".<sup>2</sup>

- ويعرفه حمدان بأنه "هو طريق إجرائي مركب ومتكامل يعتمد الباحث للوصول إلى حقيقة جديدة ينشدها للتغلب على مشكلة غامضة عليه".<sup>3</sup>

ومنه فالمنهج الملائم لهذه الدراسة هو "المنهج الوصفي حيث يعد أكثر مناهج البحث ملائمة للواقع الاجتماعي كسبيل لفهم ظواهره واستخلاص سماته".<sup>4</sup>

- يعتبر طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية أو مشكلة أو سكان معينين.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> مروان عبد المجيد ابراهيم :أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ،ط1،مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان،الأردن،2000،ص40.

<sup>2</sup> منور أوسرير، رشيد بوعافية :أسس منهجية البحث العلمي في العلوم الاقتصادية وإدارة الأعمال، ط1،المكتبة الجزائرية بوداود، الجزائر، 2011، ص155.

<sup>3</sup> عمار الطيب كشرود :البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والسلوكية ،ط1،دار المناهج للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن،2007،ص217.

<sup>4</sup> محمد محمد قاسم :المدخل إلى مناهج البحث العلمي،ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 1999،ص60.

<sup>5</sup> عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات :مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط6، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر،(د،س،ن)، ص139.

- هو أحد مناهج البحث العلمي الذي يدرس الواقع والظاهرة موضوع البحث كما هي في الواقع ويتم البحث فيها بوصفها وصفا دقيقا من أجل الوصول إلى استنتاجات تسهم في التطوير والتغيير وهذه الظواهر تكون طبيعية، اجتماعية أو سياسية.<sup>1</sup>

## 9- أداة جمع البيانات :

اعتمدنا في دراستنا هذه على أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات بطرح بعض الأسئلة الفرعية لمجموعة من المحاور ، فيعرف الاستبيان على أنه :

- "هو كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر بمعنى وضحه وعرفه والاستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف لهذا الأمر".<sup>2</sup>

- "هو وسيلة لجمع البيانات تتكون من عدة أسئلة ترسل بواسطة البريد أو تسلم إلى الأشخاص الذين تم اختيارهم لموضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل إجاباتهم عن الأسئلة الواردة فيه وإعادته مرة ثانية".<sup>3</sup>

ومن التعريفات السابقة نستخلص أن مفهوم الاستبيان يعني مجموعة أسئلة تطرح لأفراد عينة البحث والتي تعطينا إجابات قابلة للتحليل والتفسير وصولا إلى نتائج تجيب عن تساؤلات الإشكالية.

وقد اعتمدنا على الاستبيان كأداة لجمع المعلومات المتعلقة بالقسم الميداني للبحث وتم توزيع هذه البيانات على أربع محاور وهي :

- 1- المحور الأول : البيانات الشخصية.
- 2- المحور الثاني : الاستخدامات العامة للفيديو.
- 3- المحور الثالث : استخدام الفيديو للتعبير عن الانتماء الثقافي لدى أفراد العينة.
- 4- المحور الرابع: دور الفيديو في زيادة الروابط الاجتماعية والثقافية لدى الطلبة.

## 10-مجتمع البحث وعينته :

### 10-1- مجتمع البحث :

<sup>1</sup> عبد الغني محمد اسماعيل العمراني :مناهج البحث العلمي،(د،ط)، جامعة العلوم والتكنولوجيا،(د، ب، ن)، 2013،ص68.

<sup>2</sup> أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال،ط1،ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،(د،س،ن)،ص220.

<sup>3</sup>عبدالله محمد الشريف :مناهج البحث العلمي دليل الطالب في كتابة الأبحاث والرسائل الجامعية،(د،ط)،مطبعة الإشعاع للطباعة

والنشر، الإسكندرية ، مصر ،1996،ص123.

ويعرف على أنه "يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة"<sup>1</sup> وعليه فإن مجتمع هذه الدراسة هم طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة والبالغ عددهم 1253 طالب.

### 10-2- عينة البحث :

بعد أن ينتهي الباحث من اختيار مشكلة البحث وتحديد أهم أبعادها واختيار المنهج المتبع لا بد عليه من اختيار إحدى الطرق لجمع تلك البيانات، إما المسح بالعينات أو طريقة الحصر الشامل .

- فتعرف العينة بأنها "عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة، يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي"<sup>2</sup>.

- "هي مجموعة من الملاحظات توفر لنا البيانات عن الظواهر التي ندرسها"<sup>3</sup>. حيث قمنا في دراستنا هذه باختيار العينة الحصصية "التي تعتبر ذات أهمية في بحوث الرأي العام إذ أنها تتم بسرعة أكبر وتكاليف أقل، وتعتمد العينة الحصصية على اختيار أفراد العينة من بين الجماعات أو الفئات ذات الخصائص المعينة، وذلك بنسبة الحجم العددي لهذه الجماعات و لا بد للقائم بالبحث أن ينفذ تعليمات معطاة له مسبقا طبقا لدراسة المجتمع المراد بحثه"<sup>4</sup>.

-تعتمد المعاينة الحصصية على بعض مميزات مجتمع البحث التي تسعى لإعادة إنتاجها في صورة نسب العينة<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> مصطفى رحي عليان، عثمان محمد غنيم: مناهج وأساليب البحث العلمي، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص137.

<sup>2</sup> محمد عبيدات وآخرون : البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 1999، ص84.

<sup>3</sup> حسن بركات حمزة : مناهج البحث في علم النفس، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2008، ص104.

<sup>4</sup> فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة : أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، 2002، ص195.

<sup>5</sup> موريس أنجرس : منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، ت : بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004، ص312.

وتتكون عينتنا من 54 طالب من قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح ورقلة.

### 11- حدود الدراسة :

**11-1- الحدود الموضوعاتية :** يقتصر موضوع دراستنا حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الانتماء الثقافي لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح ورقلة.

**11-2- الحدود الزمانية :** أجريت الدراسة خلال السنة الجامعية 2019/2020 حيث بدأت الدراسة المنهجية في شهري فيفري ومارس 2020، أما البناء التقني للأداة فقد تم تصميم استمارة الاستبيان في شهر أبريل 2020 وتصحيحها وقد عرضت على أربعة محكمين وبعد الاستناد على ملاحظاتهم وأخذها بعين الاعتبار، تم توزيع استمارة الاستبيان في شكلها النهائي يوم 1 جوان 2020، وبعد استعادتها بدأنا في الجانب التطبيقي مباشرة في عملية التفريغ والجدولة وتحليل البيانات والتعليق وعرض النتائج.

**11-3- الحدود المكانية :** تقتصر دراستنا بجامعة قاصدي مرياح القطب 2 التي تقع تحديدا بحي النصر ورقلة (الجزائر)، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، حيث تضم قسمين : قسم العلوم الإنسانية وقسم العلوم الاجتماعية.

### 12- صعوبات الدراسة :

إن أي دراسة لا تخلو من الصعوبات، ونحن في إنجاز هذه الدراسة واجهتنا جملة منها وهي :

- في البداية قمنا باختيار الجمعيات النشطة في المجال الثقافي عبر الفيسبوك إلا أنه تعذر الوصول إليها وذلك بعد عدم موافقة طلب الإنضمام من طرف المسؤولين، هذا ما جعلنا نلجأ إلى تغيير مجتمع الدراسة إلى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال.
- جائحة كورونا كوفيد19 هذا الوباء العالمي الذي وصل إلى الجزائر وأخذ في الانتشار، بسببه تم تعليق الدراسة وتسريح الطلبة من الجامعات والإقامات وهو ما شكل عائقا آخرأمامنا، خاصة من ناحية توزيع الاستبيان على عينة الدراسة.

- تأخر بعض الأساتذة في تحكيم الاستمارة هذا ما جعلنا ننتظر فترة طويلة، بالإضافة إلى ذلك لجأنا إلى توزيع الاستمارة إلكترونياً إلا أنه وجدنا تأخر في الردود على الاستمارة من قبل المبحوثين كما أنه لم نتلقى العدد الكافي منها.

### 13- مقارنة النظرية :

بالنسبة لدراستنا فقد اعتمدنا على نظرية سوسيولوجيا الاستخدام والتي لها علاقة بموضوع دراستنا، كونها نظرية جديدة فحواها العلاقة بين وسائل الاتصال ومستخدميها، والتي بإمكانها أن تخدم دراستنا لنخرج في الأخير بنتائج ذات صلة بركائز النظرية.

#### نظرية سوسيولوجيا الاستخدام :

##### 1- إشكالية المفهوم :

إن مفهوم الاستخدام قد اتخذ عدة اتجاهات مشكلاً محورا مهما في سوسيولوجيا الاستخدام، حيث يؤكد بيار شومبار **pierre chambat** أنه من الصعب الوصول إلى تعريف محدد للاستخدام نظراً لتداخل التخصصات التي ساهمت في تشكيل المفهوم وتعدد التيارات النظرية التي بقدر ما ساهمت في إثراءه فقد أدت إلى تشتته بين تناقضات على مستوى الفاعل والمتلقي، الماكرو اجتماعي والميكرو اجتماعي، التكنولوجي والاجتماعي، الامبريالية والنظرية النقدية، ليصل في الأخير إلى أن الاستخدام يشمل مختلف هذه الأبعاد مؤكداً أن الاستخدام كمفهوم يختلف من وجهة نظر هذا الباحث حسب المتغيرات التالية: حسب وضعية الاستخدام (الاستخدام المنزلي أو المهني)، حسب نوعية التكنولوجيا (الوسائط، الهاتف، البث النصي... إلخ)، حسب نوع الممارسة (لعب، عمل، تسيير منزلي، اتصال شخصي)، حسب أشكال الاتصال (فرد- فرد أو فرد- آلة).<sup>1</sup>

"يتضمن مفهوم الاستخدام عند **Serge Proulx** على الصعيد الاصطلاحي معنيين أساسيين وهما: المعنى الأول يحيل إلى الممارسة الاجتماعية التي تجعلها الأقدمية والتكرار شيئاً مألوفاً وعادياً في ثقافة ما، وبهذا فهي تقترب من العادات والطقوس، أما المعنى الثاني

<sup>1</sup> صبرينة سنوسي، فاطمة الشيخ دحمان: استخدام المؤسسات الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي (دراسة حالة صفحة قناة

الجزائرية الثالثة على الفيسبوك)، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، علوم إنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة، 2018-2019، ص 32-33.

فإنه يحيلنا إلى استعمال شيء ما سواء كان ماديا أو رمزيا لغايات خاصة، وهذا ما يدفع إلى التفكير في الاستخدام الاجتماعي للعدة التكنولوجية الذي يحفز على التفكير في دلالاته الثقافية المعقدة في الحياة اليومية.<sup>1</sup>

## 2- نشأة وتطور مقاربة سوسولوجيا الاستخدام

يعتبر كل من **Josiane Jouet** و **Pierre Chambat** و **Serge Proulx** من أهم الرواد المؤرخين والمنتظرين لسوسولوجيا الاستخدامات، حيث يركزون على ميزة التعدد وتنوع الإشكاليات في التيار، والاعتراف المؤسسي التدريجي بها، وعلى التنوع في البحوث التي تشملها.

وبالتركيز على النصوص التلخيصية نصح بحاجة إلى تتبع الخطوط المؤدية إلى نشأة هذه المقاربة، فضلا عن الجوانب المتعدد لتطورها.

تشدد **Jouet Jousiane** على صفة تزامن الأبحاث الفرنسية الأولى المتعلقة بأدوات ووسائل الاتصال، مع الأبحاث الأولى لسوسولوجيا الاستخدامات، فحسبها فإن الأبحاث الأولى أنجزت في قسم الأبحاث الاستقلالية **DRP** لـ **INA** : تزامنت مع صدور أول نشرية ساهمت في تداول "شعبية" مفهوم الاستخدام، وكذا دراسة **Badoulin, Gaudin, et malle** المعنونة بـ « **Le Magnéscope au quotidien un demi puce de liberté** » سنة 1983، والتي أكدت بصورة كبيرة على أن الأبحاث الأولى والمتعلقة بأدوات و وسائل الاتصال، لم يشرف عليها باحثون مختصون في الاتصال، أو وسائل الاتصال الجماهيري، حيث تطورت خارج النماذج الكلاسيكية لعلوم الإعلام والاتصال (وسائل الإعلام، السيميولوجيا...)، فسوسولوجيا استخدامات تكنولوجيات الإعلام والاتصال **Tic**، نستطيع أن نقول أنها ظهورها كان سري نسبيا، وكان متأثرا بالمناقصات التي أطلقتها المديرية العامة للاتصالات **D.G.T**، والمركز الوطني لدراسات الاتصال **CENT** الفرنسي، ووزارة البحث والتي ساهمت في تطوير الأعمال المنجزة من هذا المنظور.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نصر الدين العياضي : الرهانات الاستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، العدد 107، 2010، ص20.

<sup>2</sup> سهيلة زوار : الإعلام الجديد والهوية الثقافية، مقاربة نقدية لاستخدام موقع الفيسبوك (الشباب الجامعي نموذجا)، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، تخصص دراسات جمهور، ص ص 73-74.



ينطلق تيار سوسيولوجيا الاستخدامات الذي ركزت عليه عدة بحوث إعلامية تناولت خلاله بداية أنماط استخدامات هذه التكنولوجيات في فضاء الحياة اليومية من منظور اجتماعي، والذي عكف على البحث في ما يفعله الأفراد بتقنيات الاتصال أي استخدامات وسيلة معينة مع الأخذ بعين الاعتبار السياق الاجتماعي والثقافي الذي يحيط بالمستخدم، هذا التيار شكل مجالا خصبا للبحث في طبيعة العلاقة التي تجمع بين الإنسان المستخدم والوسائط الاتصالية الجديدة، الذي يعتبر أن المستخدم فاعلا مستقلا يتمتع بقدرة الإبداع.

تم توظيف مفهوم "الاستخدام" في حقل سوسيولوجيا الاستخدامات الذي يعرف كتيار بحث يبتعد عن تيار الحتمية التكنولوجية الذي يقوم على فكرة القوة الكبيرة والخرافية للتكنولوجيات وترى بأنها قادرة على إحداث التغيير الاجتماعي إذ يمكن التفكير بأن تكنولوجيات معينة تولد استخداما واحدا فقط. ويسعى إلى دراسة ظواهر الاستخدام حيث اهتم بدراسة العلاقات الاجتماعية والتقنية التي تنشأ بين الأفراد والأشياء التقنية.<sup>1</sup>

### 3- إسهامات سوسيولوجيا الاستخدام في فهم الظاهرة الاتصالية :

لقد قدم **جوسيان جوي Josiane jouet** نموذجا حاول من خلاله تقديم إسهامات سوسيولوجيا الاستخدام في فهم الظاهرة من خلال المحاور التالية :

**المحور الأول :تناسل الاستخدام (La généalogie des usages) :** تمدنا مقارنة سوسيولوجيا الاستخدام في فهم الظاهرة الاتصالية في بعدها التاريخي بعناصر الفهم التالية :

- هناك تسلسل موجود في استعمال الأدوات الاتصالية الحديثة والتقليدية.

- تسجيل التكنولوجيا الاتصالية يمر بأربع مراحل :الاختيار، الاكتشاف، التعلم، الإهمال.

**المحور الثاني : التملك (Appropriation) :** التملك الاجتماعي يقصي فكرة أن المستخدمين عبارة عن كتلة من المستهلكين ويحمل بعد معرفي وامبريقي ويقدم في مقارنته للظاهرة الاتصالية عناصر التالية :

-تشكيل الاستخدام مرتبط أساسا باكتساب مهارات وخبرات استخدام تكنولوجيا الاتصال.

<sup>1</sup> سامية مهدي :مواقع الشبكات الاجتماعية قراءة في سوسيولوجيا الاستخدام،مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، العدد 20، ديسمبر 2016، ص167.

-التملك هو السيرورة التي من خلالها تتحول الوسيلة التقنية إلى أداة اجتماعية يجمع أحيانا البعد الذاتي المتمثل في بناء الذات والبعد الاجتماعي.

**المحور الثالث: الروابط الاجتماعية (Les liens sociaux) :** هو تهيئة الروابط الاجتماعية من خلال كل ما هو جمعي وإعادة التعريف بأشكال التبادلات الاجتماعية، أين تتقاطع استراتيجيات التميز والبروز الاجتماعي أو التخفي الاجتماعي.

**المحور الرابع: الاستخدام والعلاقات الاجتماعية (L'usage et les rapports sociaux) :** استخراج علاقة سوسيولوجيا الاستخدام بحقل الاتصال.<sup>1</sup>

#### 4-المقاربة المنهجية لسوسيولوجيا الاستخدام :

إن بحوث سوسيولوجيا الاستخدام تنطلق من النموذج التفسيري الذي تجسده المقاربة البنائية التي تسمح ببناء سياقات لوصف الظواهر الاتصالية وفهمها، فالحقائق التي يتم التوصل إليها حسب ALEX MUCCHIELLI احتمالية، غير تامة، وإنما هي في طور التشكل، ومحددة بغايات تتمثل في فهم الظواهر واستعراض أشكال استيعابها عبر عمليات التأويل هي بذلك على خلاف النموذج التفسيري الوضعي الذي يرى أن الحقيقة الاجتماعية لا توجد سوى في حالتها الملموسة والمستقلة عن كل رأي أو موقف، وتتشكل من عناصر قابلة للقياس، وبالتالي تكون مناهج الكمية أصلح لهذا النوع من البحوث الذي يرى في الاستخدام فعل منعزل واعي عقلائي.

وبالتالي فإن بحوث الاستخدام حسب هذا النموذج البنائي تنقلت عن النمطية المعممة في الفضاءات الاجتماعية والثقافية المختلفة معتمدة على المناهج الكيفية في سعيها لفهم الفعل الإعلامي والاتصالي.

<sup>1</sup> فاطمة بخوش، إيمان سوقال: مقترح سوسيولوجيا الاستخدام في بحوث علوم الإعلام والاتصال، مجلة العلوم الاجتماعية دورية دولية علمية محكمة، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، العدد الثاني(2)، ديسمبر 2017، ص 194-196.

كما أن البحوث النوعية لاستخدامات تكنولوجيا الاتصال تنطلق من فكرة أن ما هو تقني لا يوجد في حالته النهائية والجاهزة، وأن البنى الاجتماعية ليست منتهية البناء، فالمنهج النوعي يسمح بالملاحظة الدقيقة لكيفية ولوج ما هو تقني في الحياة الاجتماعية.<sup>1</sup>

**5- البناء الاجتماعي للاستخدام : نموذج تحليل سوسيولوجيا استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال المقترح من طرف Serge Proulx**

**المستوى الأول : التفاعل المحوري بين المستخدم والأداة التقنية :** هذا المستوى يتعلق بوحدة التفاعل، أي علاقة الشخص بالآلة.

**المستوى الثاني :التنسيق بين المستخدم والمصمم للأداة التقنية :** بالنسبة لافتراضية المصمم نجد جملة التصورات التي يضعها المصمم للمستخدم المنتظر ويترجم في الأداة التقنية، بينما افتراضية المستخدم فتظهر في جملة الممارسات التي يقوم بها أثناء عملية الاستخدام.

**المستوى الثالث : وضعية الاستخدام ضمن سياق الممارسة :** فالاستخدامات ونماذج الاستخدامات لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، تتموقع ضمن سياق خاص من الممارسة الاجتماعية، فالمستخدم يحيط الأداة التقنية بدلالات ذاتية.

**المستوى الرابع :تسجيل البعد السياسي والأخلاقي في تصميم الأداة التقنية وفي هيئة المستخدم.**

**المستوى الخامس :الغرس الاجتماعي والتاريخي للاستخدام ضمن الهياكل الكبرى.<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> فاطمة بخوش، إيمان سوكال :مرجع نفسه، ص ص 196، 197.

<sup>2</sup> صبرينة سنوسي، فاطمة الشيخ دحمان : 36 37.

## خلاصة الفصل

تناولنا في هذا الفصل كل من موضوع الدراسة حيث تم التطرق فيه إلى مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، وأهداف الدراسة، بالإضافة إلى أسباب اختيار الموضوع، وأهمية الدراسة، كما تم التطرق فيه إلى تحديد المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بالدراسة وعرض الدراسات السابقة والاستفادة منها.

أيضا تناولنا فيه نوع الدراسة ومنهجها، بالإضافة إلى أداة جمع البيانات وعينة الدراسة حيث اعتمدنا على العينة الحصصية، كما تم تحديد مجالات الدراسة وصعوباتها. أما بالنسبة للإطار النظري للدراسة اعتمدنا على مقارنة سوسيولوجيا الاستخدام حيث ساعدتنا في فهم الموضوع أكثر، كما أنها تعد نظرية جديدة بالنسبة لهذا الموضوع عكس النظريات التقليدية كنظرية الاستخدامات والإشباع.

# الجانب التطبيقي

# الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

1- تمهيد

2- تحليل البيانات وعرض النتائج

3- الاستنتاجات العامة للدراسة

**1- تمهيد**

تعتبر الدراسات الميدانية مكملّة للدراسات النظرية في إجراء البحوث الاجتماعية بحيث تساعد الباحث للوصول إلى نتائج الدراسة وتكشف عن تساؤلات البحث.

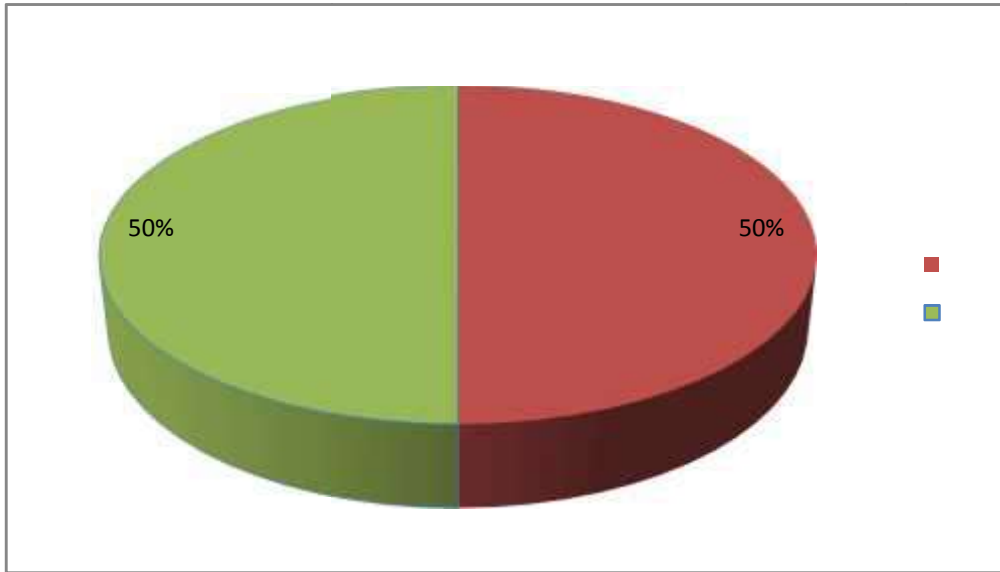
يتم في هذا الفصل عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية استناداً للمعلومات المتحصل عليها من استمارة الاستبيان بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الانتماء الثقافي - الفيسبوك انموذجاً - دراسة على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة، حيث قمنا بتفريغ البيانات والمعلومات الموجودة بها برنامج SPSS، ثم استخلاص النتائج لهذه الدراسة ومقارنتها مع نتائج الدراسات السابقة.

## 2- تحليل البيانات وعرض النتائج

المحور الأول : البيانات الشخصية

جدول رقم(01) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة	الجنس
50%	27		ذكر
50%	27		أنثى
100%	54		المجموع



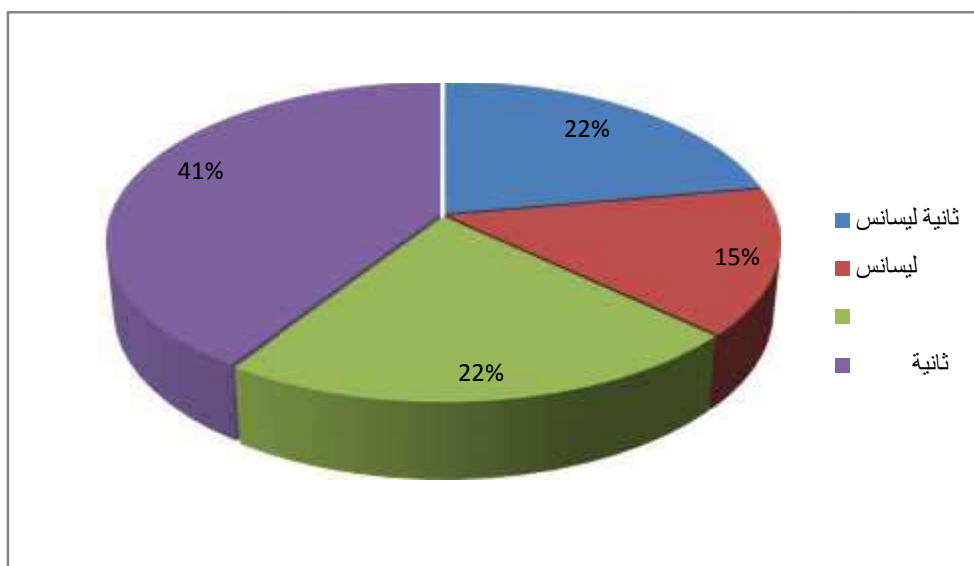
شكل رقم(01) دائرة نسبية توضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

من خلال الجدول رقم(01) نلاحظ أن نسبة الذكور متساوية و نسبة الإناث فنسبة الذكور تقدر ب50% أي بتكرار 27 مفردة، والإناث أيضا بنسبة50% بتكرار 27 مفردة، وهذا نظرا لطبيعة توزيع العينة على مفردات البحث .



جدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
%22.2	12	المستوى التعليمي
%14.8	8	ثانية ليسانس
%22.2	12	ثالثة ليسانس
%40.8	22	أولى ماستر
%100	54	ثانية ماستر
		المجموع

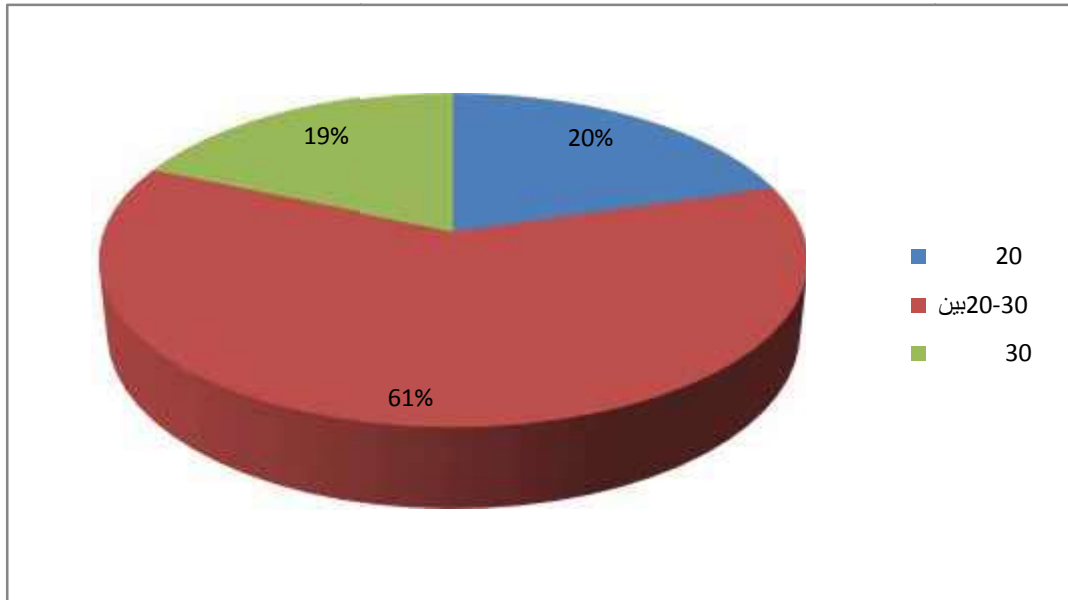


شكل رقم (02) دائرة نسبية توضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

من خلال الجدول رقم (02) الذي يمثل أفراد العينة حسب المستوى الجامعي يتضح لنا أن المستوى الجامعي ثانية ماستر هم الأكثر تواجدا في العينة بنسبة %40.8 ما بتكرار 22 مفردة، يليه كلا من المستوى الجامعي ثانية ليسانس بنسبة %22.2 بتكرار 12 مفردة، و تليه أولى ماستر بنفس النسبة حيث قدرت بـ %22.2 بتكرار 12 مفردة، بينما نجد في الأخير طلبة سنة ثالثة ليسانس بنسبة %14.8 بتكرار 8 مفردات.

جدول رقم (03) يوضح أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة	السن
20.4%	11		أقل من 20 سنة
61.1%	33		بين 20-30
18.5%	10		أكثر من 30
100%	54		المجموع



شكل رقم (03) دائرة نسبية توضح أفراد العينة حسب متغير الجنس

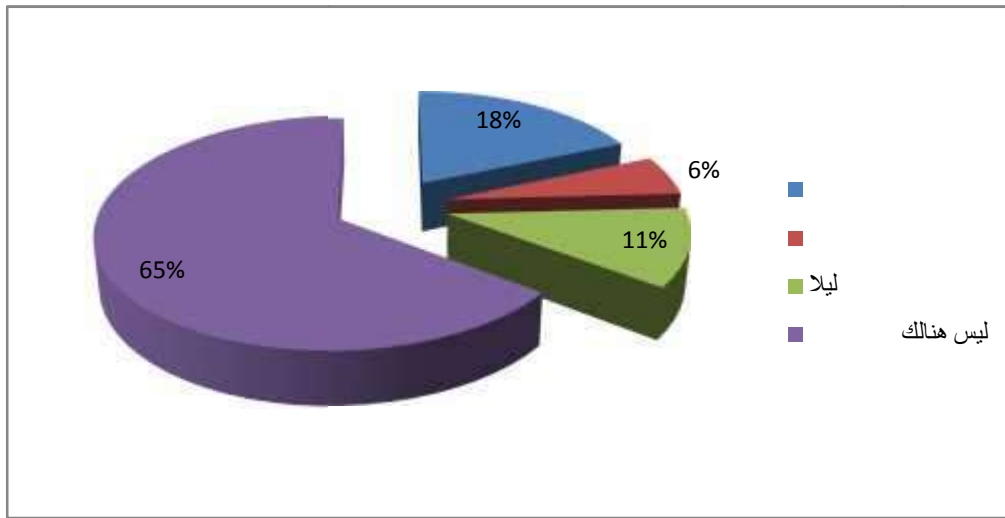
من خلال الجدول رقم (03) الذي يمثل أفراد العينة حسب متغير السن، يتضح لنا أن الفئة العمرية المنحصرة بين 20-30 تمثل النسبة الأكبر في هذه الدراسة بنسبة 61.1% بتكرار 33 مفردة، ثم تليها الفئة العمرية الأقل من 20 سنة بنسبة 20.4% بتكرار 11 مفردة، في حين سجلت نسبة 18.5% أي بتكرار 10 مفردات للفئة العمرية الأكثر من 30 سنة.

ومنه نستنتج أن الفئة العمرية المنحصرة بين 20-30 سنة هي الأكثر استخداما للفيسبوك، حيث نجد أن الطالب في هذه المرحلة العمرية يبحث عن فضاءات للتعبير عن آرائه وأفكاره وثقافته في بيئته الاجتماعية.

### المحور الثاني: الاستخدامات العامة للفيسبوك

جدول رقم (04) يوضح الأوقات المفضلة لدى أفراد العينة لاستخدام الفيسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
18.5%	10	الأوقات المفضلة صباحا
5.67%	3	مساء
11.1%	6	ليلا
64.8%	35	ليس هنالك وقت محدد
100%	54	المجموع



شكل رقم (04) دائرة نسبية توضح الأوقات المفضلة لدى أفراد العينة لاستخدام الفيسبوك يوضح الجدول رقم (04) الأوقات التي يفضلها أفراد العينة لاستخدام الفيسبوك، حيث تبين نتائجه أن أغلب أفراد العينة والتي تقدر نسبتهم 64.8% بتكرار 35 مفردة ليس لديهم وقت محدد للولوج إلى الفيسبوك بينما نجد أن نسبة 18.5% بتكرار 10 مفردات يفضلون

استخدامه في الفترة الصباحية، وتليه الفترة الليلية بنسبة 11.1% أي بتكرار 6 مفردات ، وفي الأخير الفترة المسائية بنسبة 5.67% ما يعادل 3 مفردات.

ومن النتائج السابقة نجد أن أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك كلما سمحت لهم الفرصة بذلك، فهم لا يملكون وقت محدد لتصفحه، بينما توجد فئة أخرى تفضل استخدامه صباحا عندما يكون لدى المبحوثين فراغ، بينما نجد الفترة المسائية هي الأقل نسبة بحكم وجود ارتباطات وانشغالات تمنع المبحوثين من ذلك.

جدول رقم(05) يوضح الأوقات المفضلة لدى أفراد العينة لاستخدام الفيسبوك وعلاقتها بمتغير الجنس.

المجموع		انثى		ذكر		الجنس
6	التكرار	6	التكرار	6	التكرار	الأوقات المفضلة
18.5	10	0.0	0	18.5	10	صباحا
5.6	3	3.7	2	1.9	1	مساء
11.1	6	3.7	2	7.4	4	ليلا
64.8	35	42.6	23	22.2	12	ليس هنالك وقت محدد
100	54	50	27	50	27	المجموع

يبين الجدول أعلاه الأوقات المفضلة لاستخدام الفيسبوك لكل من الذكور والإناث محل الدراسة، حيث توضح النتائج أن نسبة الإناث اللواتي ليس لديهن وقت محدد لاستخدام الفيسبوك أكبر من نسبة الذكور، حيث بلغت النسبة 42.6% بتكرار 35 مفردة مقارنة مع نسبة الذكور التي قدرت ب 22.2% ما يعادل 12 مفردة.

بينما نجد أن الذكور يفضلون استخدام الفيسبوك صباحا بنسبة 18.5% ما يعادل 10 مفردات عكس الإناث بنسبة 0.0%.

ومن جهة أخرى نجد أن الذكور محل الدراسة يفضلون استخدام الفيسبوك ليلا بنسبة 7.4% بتكرار 4 مفردات مقارنة مع الإناث اللواتي يستخدمنه في نفس الفترة ولكن بنسبة 3.7%، بتكرار 6 مفردات.

وفي الأخير نجد أن كلا الجنسين ذكورا وإناثا لا يفضلون استخدام الفيسبوك في الفترة المسائية، حيث بلغت نسبة الذكور 1.9% بتكرار 1 مفردة في المقابل نسبة 3.7% بالنسبة للإناث بتكرار 3 مفردات.

ومنه نستنتج مما سبق أنه لا توجد هناك فروق إحصائية كبيرة بين الذكور والإناث بالنسبة للأوقات التي يفضلونها لاستخدام الفيسبوك، حيث نجد أن كلا من الجنسين ليس لديهم وقت محدد لاستخدامه، ويمكن تفسير ذلك بأنه راجع إلى مزاوله نشاطاتهم الدراسية في أغلب الأوقات.

**جدول رقم(06) يوضح الأوقات المفضلة لدى أفراد العينة لاستخدام الفيسبوك وعلاقتها بمتغير المستوى الجامعي.**

المجموع		ثانية ماستر		اولى ماستر		ثالثة ليسانس		ثانية ليسانس		المستوى التعليمي
التكرار	6	التكرار	6	التكرار	6	التكرار	6	التكرار	6	الأوقات المفضلة
10	18.5	0	0.0	10	18.5	0	0.0	0	0.0	صباحا
3	5.6	1	1.8	2	3.7	0	0.0	0	0.0	مساء
6	11.1	3	5.6	0	0.0	0	0.0	3	5.6	ليلا
35	64.8	18	33.3	0	0.0	8	14.8	9	16.7	ليس هناك وقت محدد
54	100	22	40.7	12	22.2	8	14.8	12	22.2	المجموع

يوضح الجدول رقم(06) الأوقات المفضلة لدى أفراد العينة لاستخدام الفيسبوك وعلاقتها بمتغير المستوى الجامعي، حيث يتضح لنا أن طلبة المستوى الجامعي ثانية ماستر يفضلون أوقاتا غير محددة لاستخدام الفيسبوك فبلغت نسبتهم 33.3% بتكرار 18 مفردة، ثم يليه المستوى الجامعي ثانية ليسانس بنسبة 16.7% بتكرار 9 مفردات ، يليه بعد ذلك المستوى الجامعي ثالثة ليسانس بنسبة 14.8% بتكرار 8 مفردات مقارنة مع طلبة مستوى أولى ماستر فهم لا يفضلون هذا التوقيت.

بينما نجد طلبة مستوى أولى ماستر يفضلون الفترة الصباحية مقارنة مع المستويات الأخرى بنسبة 18.5% بتكرار 10 مفردات.

ومن جهة أخرى نجد كلا من طلبة ثانية ليسانس وثانية ماستر يفضلون الفترة الليلية لاستخدام الفيسبوك بنسب متساوية، حيث قدرت النسبة 5.6% ويتكرر 3 مفردات لكل من المستويين مقارنة مع طلبة المستويين الثالثة ليسانس وأولى ماستر فهم لا يفضلون هذه الفترة. وفي الأخير نجد كلا من طلبة المستويات سالفه الذكر لا يفضلون الفترة المسائية لاستخدام الفيسبوك، حيث بلغت نسبة طلبة أولى ماستر 3.7% بتكرار 2 مفردة في المقابل نسبة 1.8% لطلبة ثانية ماستر بتكرار 1 مفردة مقارنة مع طلبة ثانية وثالثة ليسانس بنسبة 0.0%.

ومما نستنتجه من القراءات السابقة أنه توجد فروق إحصائية كبيرة بالنسبة للأوقات التي يفضلونها لاستخدام الفيسبوك، حيث نجد أن المستويات الثلاث (ثانية ليسانس/ثالثة ليسانس/ ثانية ماستر) ليس لديهم وقت محدد لاستخدامه، ويمكن تفسير ذلك بأن الطلبة لديهم أوقات دراسية في بعض الأحيان مما يدفعهم إلى اللجوء لهذه الفترة.

جدول رقم (07) يوضح الأوقات المفضلة لدى أفراد العينة لاستخدام الفيسبوك وعلاقتها بمتغير السن.

المجموع	اكثر من 30		بين 20-30		اقل من 20 سنة		السن
	التكرار	6	التكرار	6	التكرار	6	
6	10	0.0	0	0.0	0	18.5	10
18.5	3	3.7	2	1.8	1	0.0	0
5.6	6	3.7	2	5.6	3	1.9	1
11.1	35	11.1	6	53.7	29	0.0	0
64.8	54	18.5	10	33.3	33	20.4	11

يبين الجدول أعلاه الأوقات المفضلة لاستخدام الفيسبوك حسب متغير السن، حيث نلاحظ أن أفراد العينة ليس لديهم وقت محدد يفضلونه لاستخدام الفيسبوك، حيث نجد أن الفئة العمرية (بين 20-30 سنة) مثلت بأعلى نسبة قدرت بـ 53.7% تليها الفئة العمرية (أكثر من 30 سنة) بنسبة 11.1%، بينما نجد في الأخير الفئة العمرية (أقل من 20 سنة) لا تفضل هذه الفترة بنسبة 0.0%.

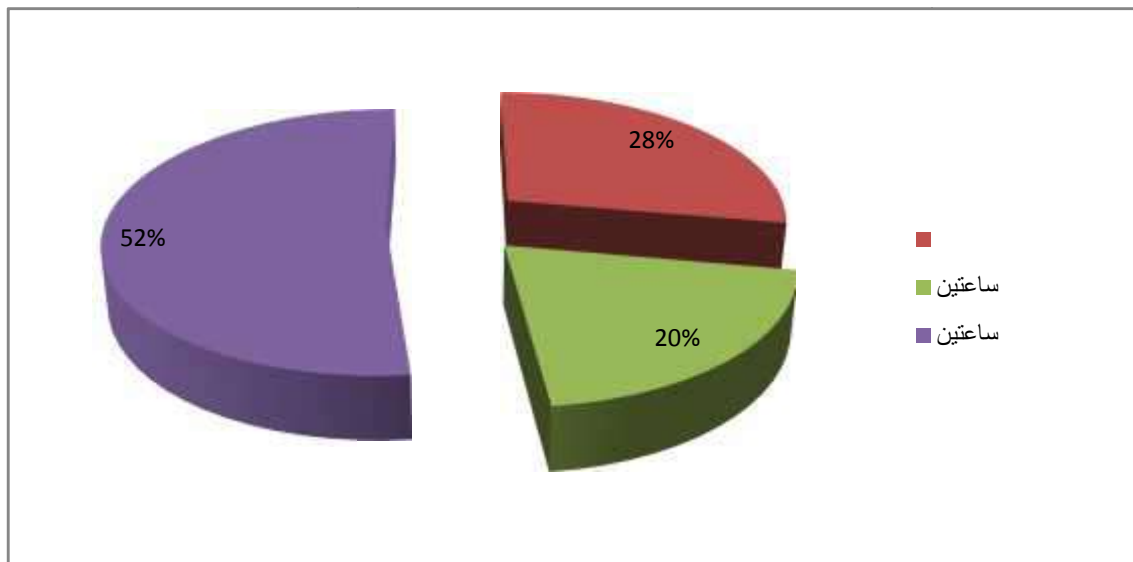
وتأتي الفترة الصباحية في المرتبة الثانية من حيث تفضيلات أفراد العينة، حيث نجد أعلى نسبة عند الفئة العمرية (أقل من 20 سنة) حيث بلغت 18.5% مقارنة مع الفئات العمرية الأخرى.

بينما تأتي الفترة الليلية في المرتبة الثالثة من حيث تفضيلات أفراد العينة، حيث نجد أن الفئة العمرية (بين 20-30 سنة) حيث بلغت 5.6% تليها الفئة العمرية (أكثر من 30 سنة) بنسبة 3.7% وفي الأخير نجد الفئة العمرية (أقل من 20 سنة) بنسبة بلغت 1.9%.

بينما تأتي الفترة المسائية في المرتبة الأخيرة من حيث التفضيلات الخاصة بالفئات العمرية لاستخدام الفيسبوك.

جدول رقم (08) يوضح المدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة على الفيسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	العينة
27.8%	15	المدة الزمنية أقل من ساعة
20.4%	11	من ساعة إلى ساعتين
51.8%	28	أكثر من ساعتين
100%	54	المجموع



شكل رقم (08) دائرة نسبية توضح المدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة على الفيسبوك

يبين الجدول رقم (08) والمتعلق بالمدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة على الفيسبوك، حيث نلاحظ أن هناك 28 مفردة تتصفح الفيسبوك في المدة الزمنية (أكثر من ساعتين) بنسبة 51.8%، في حين يقضي 15 مفردة أي بنسبة 27.8% (أقل من ساعة) في استخدام الفيسبوك، تليه 11 مفردة يستخدمون الفيسبوك من (ساعة إلى ساعتين) بنسبة 20.4%.

ويمكن تفسير ذلك بأن أفراد العينة بدؤوا في الإدمان على استخدام الفيسبوك، نتيجة للمتعة التي يشعرون بها نتيجة تواصلهم مع أصدقائهم والتعبير عن أفكارهم وآرائهم وغيرها من الأمور.

جدول رقم (09) يوضح المدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة على الفيسبوك وعلاقتها بمتغير الجنس

المجموع		ثانية ماستر		اولى ماستر		ثالثة ليسانس		ثانية ليسانس		المستوى التعليمي
6	التكرار	6	التكرار	6	التكرار	6	التكرار	6	التكرار	المدة الزمنية
27.8	15	7.4	4	18.5	10	0.0	0	1.9	1	اقل من ساعة
20.4	11	11.1	6	3.7	2	1.9	1	3.7	2	من ساعة إلى ساعتين
51.9	28	22.2	12	0.0	0	13	7	16.7	9	أكثر من ساعتين
100	54	40.7	22	22.2	12	14.8	8	22.2	12	المجموع

يوضح الجدول أعلاه المدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة في استخدام الفيسبوك حسب متغير الجنس، حيث نلاحظ من خلال النتائج الموضحة أعلاه أن الإناث يستخدمون الفيسبوك في مدة (أكثر من ساعتين) بنسبة 37%، في حين تقضي نسبة 14.8% من الذكور في نفس المدة، ثم تأتي نسبة 24.1% من الذكور يقضون مدة (أقل من ساعة)، تقابلها نسبة 3.7% من الإناث تقضي نفس المدة، بينما نجد نسبة 11.1% من الذكور يستغرقون مدة (من ساعة إلى ساعتين) في استخدام الفيسبوك مقارنة مع نسبة 9.3% من الإناث تستخدم الفيسبوك في نفس المدة.



جدول رقم(10) يوضح المدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة على الفيسبوك وعلاقتها  
بمتغير المستوى الجامعي

المجموع		ثانية ماستر		اولى ماستر		ثالثة ليسانس		ثانية ليسانس		المستوى التعليمي
6	التكرار	6	التكرار	6	التكرار	6	التكرار	6	التكرار	المدة الزمنية
27.8	15	7.4	4	18.5	10	0.0	0	1.9	1	اقل من ساعة
20.4	11	11.1	6	3.7	2	1.9	1	3.7	2	من ساعة إلى ساعتين
51.9	28	22.2	12	0.0	0	13	7	16.7	9	أكثر من ساعتين
100	54	40.7	22	22.2	12	14.8	8	22.2	12	المجموع

يوضح الجدول أعلاه المدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة على الفيسبوك وعلاقتها بمتغير المستوى الجامعي، حيث يتضح لنا أن طلبة مستوى ثانية ماستر يقضون مدة أكثر من ساعتين في استخدام الفيسبوك بنسبة 40.7%، ثم يليه كلا من طلبة مستوى ثانية ليسانس و أولى ماستر بنسبة متساوية قدرت بـ 22.2% في نفس المدة، ويليه طلبة مستوى ثالثة ليسانس بنسبة 14.8%.

بينما نجد طلبة ثانية ماستر يقضون مدة من ساعة إلى ساعتين بنسبة 22.2%، ثم يليه طلبة مستوى ثانية ليسانس بنسبة 16.7%، ثم طلبة ثالثة ليسانس بنسبة 13% في نفس المدة، في الأخير نسبة 0.0% بالنسبة لطلبة أولى ماستر.

وفي الأخير نجد طلبة ثانية ماستر يقضون مدة أقل من ساعة بنسبة 11.1% في استخدام الفيسبوك، في حين قدرت نسبة 3.7% لكل من طلبة ثانية ليسانس و أولى ماستر، بينما نسبة 1.9% لطلبة ثالثة ليسانس في نفس المدة.

جدول رقم (11) يوضح المدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة على الفيسبوك وعلاقتها بمتغير السن.

المجموع		اكثر من 30		بين 20-30		اقل من 20 سنة		السن
التكرار	6	التكرار	6	التكرار	6	التكرار	6	المدة الزمنية
27.8	15	3.7	2	5.6	3	18.5	10	اقل من ساعة
20.4	11	7.4	4	13	7	0.0	0	من ساعة الى ساعتين
51.9	28	7.4	4	42.6	23	1.9	1	اكثر من ساعتين
100	54	18.5	10	33.3	33	20.4	11	المجموع

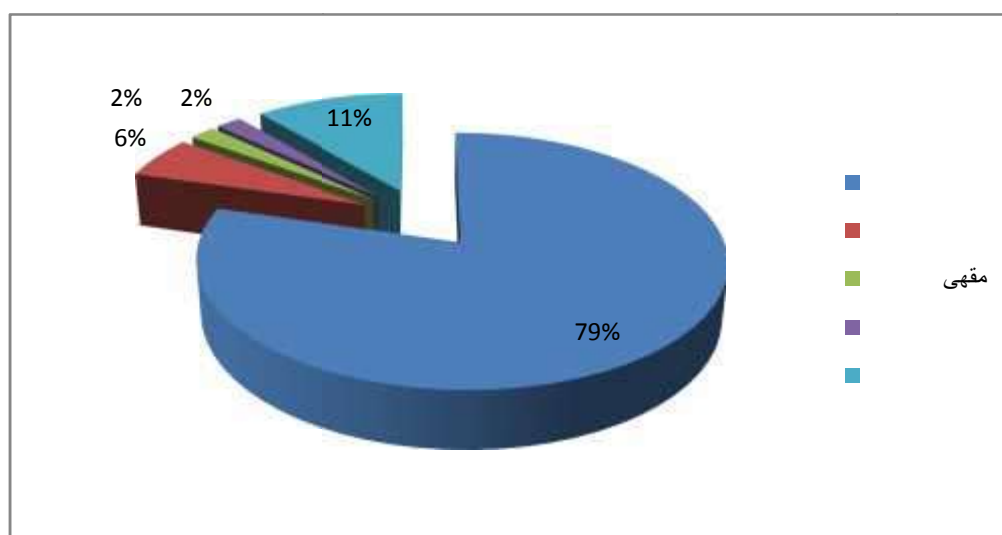
نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) أن هناك اختلافا واضحا في المدة الزمنية بين مختلف الفئات العمرية محل الدراسة على الفيسبوك، حيث تبين لنا النتائج أن أفراد العينة (بين 20-30 سنة) يقضون مدة أكثر من ساعتين بنسبة 42.6%، و(أكثر من 30 سنة) بنسبة 18.5% في نفس المدة، ثم (أقل من 20 سنة) بنسبة 1.9%. في حين أن الفئة العمرية (أقل من 20 سنة) بنسبة 18.5%، و(بين 20-30 سنة) بنسبة 5.6% تليها فئة (أكثر من 30 سنة) بنسبة 3.7% يقضون أقل من ساعة في استخدام الفيسبوك.

بينما الفئة العمرية (بين 20-30 سنة) بنسبة 13%، وفئة (أكثر من 30 سنة) بنسبة 7.4% يقضون مدة من ساعة إلى ساعتين في استخدام الفيسبوك عكس فئة (أقل من 20 سنة).

ويمكن تفسير ذلك بأن الفئة العمرية (بين 20-30 سنة) أكثر إيمانا على موقع فيسبوك نظرا لجلوس أغلبهم لأكثر من ساعتين في استخدامه مقارنة ببقية الفئات العمرية الأخرى.

جدول رقم (12) يوضح المكان المفضل لدى أفراد العينة في استخدام الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة المكان المفضل
79.6%	43	المنزل
5.6%	3	الجامعة
1.9%	1	مقهى الانترنت
1.9%	1	الشارع
11.1%	6	وسائل النقل
100%	54	المجموع

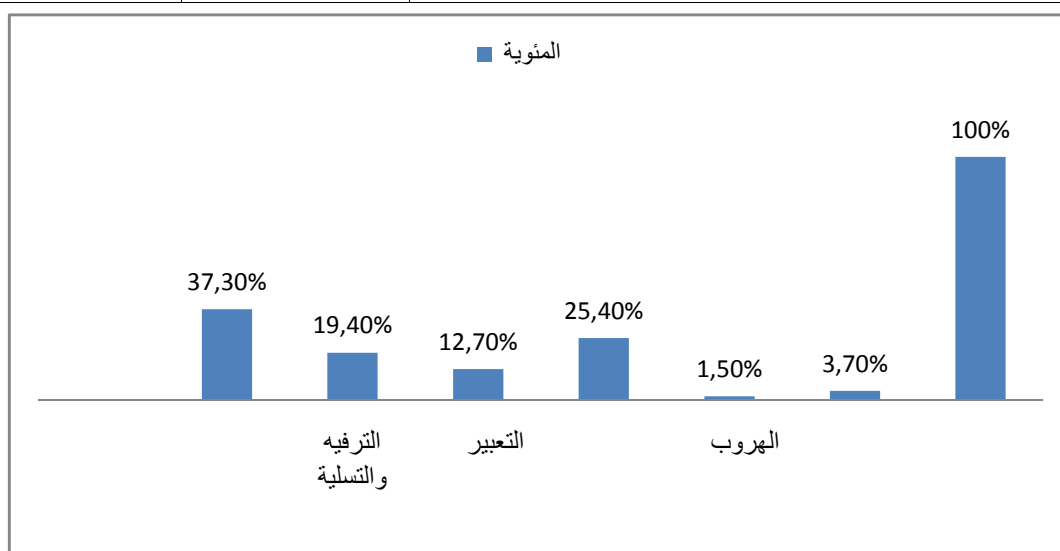


شكل رقم (12) دائرة نسبية يوضح المكان المفضل لدى أفراد العينة لاستخدام الفيسبوك من خلال الجدول رقم (12) الذي يمثل المكان المفضل لدى أفراد العينة في استخدام الفيسبوك، يتضح لنا أن أفراد العينة يفضلون المنزل في استخدام الفيسبوك وذلك بنسبة 79.6%، تليه وسائل النقل بنسبة 11.1%، مقارنة مع الجامعة بنسبة 5.6%، بعد ذلك نجد مقهى الانترنت والشارع في المرتبة الأخيرة بنسبة 1.9%.

نستنتج بأن أفراد العينة في هذه الدراسة يفضلون المنزل بشكل كبير في استخدام الفيسبوك نظرا لكثرة الفراغ لديهم، على عكس الأماكن الأخرى التي تختلف في درجة النسبة.

جدول رقم (13) يوضح العوامل التي تدفع أفراد العينة لاستخدام الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة	العوامل المؤثرة
37.3%	50		الإطلاع على المعلومات
19.4%	26		الترفيه والتسلية
12.7%	17		التعبير عن الأفكار والآراء
25.4%	34		التواصل مع الأصدقاء أو الأقارب
1.5%	2		الهروب من الواقع
3.7%	5		العمل
100%	134		المجموع

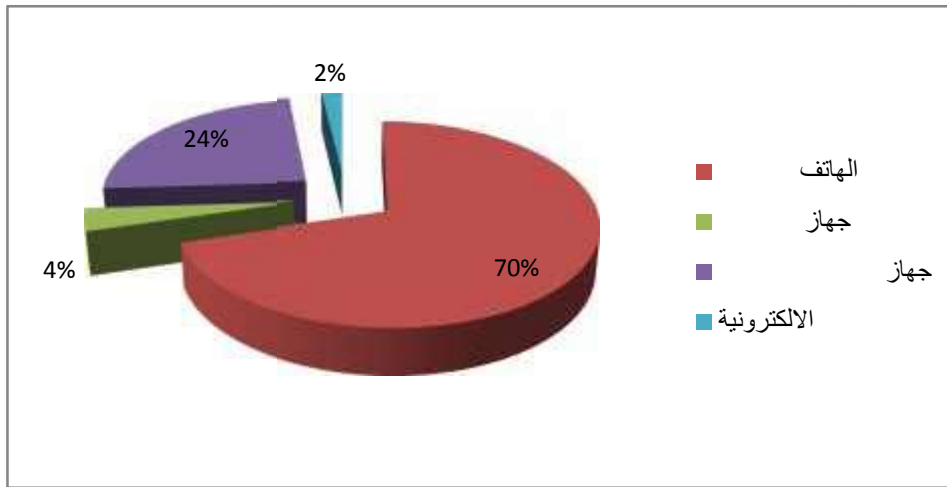


شكل رقم (13) أعمدة بيانية توضح العوامل التي تدفع أفراد العينة لاستخدام الفيسبوك يوضح الجدول رقم (13) العوامل التي تدفع أفراد العينة لاستخدام الفيسبوك، حيث نجد أن 50 طالب يستخدم الفيسبوك من أجل الاطلاع على المعلومات وذلك بنسبة 37.3%، ثم يأتي عامل التواصل مع الأصدقاء أو الأقارب بنسبة 25.4% بتكرار 34 طالب، ثم نجد عامل الترفيه والتسلية بنسبة 19.4% بتكرار 26 طالب، ثم التعبير عن الأفكار والآراء 12.7% بتكرار 17 طالب، ثم العمل بنسبة 3.7% بتكرار 5 طلاب، وفي الأخير نجد عامل الهروب من الواقع 1.5% بتكرار طالبين.

وتأتي هذه النتائج لتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك من أجل الاطلاع على المعلومات بالدرجة الأولى، والتواصل مع الأصدقاء أو الأقارب بالدرجة الثانية، بعدها الترفيه والتسلية.

جدول رقم (14) يوضح الجهاز الذي يستخدم أفراد العينة من خلاله الفيسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة نوع الجهاز
70.4%	38	الهاتف المحمول
3.7%	2	جهاز الحاسوب
24.1%	13	جهاز الحاسوب المحمول
1.9%	1	اللوحة الالكترونية
100%	54	المجموع

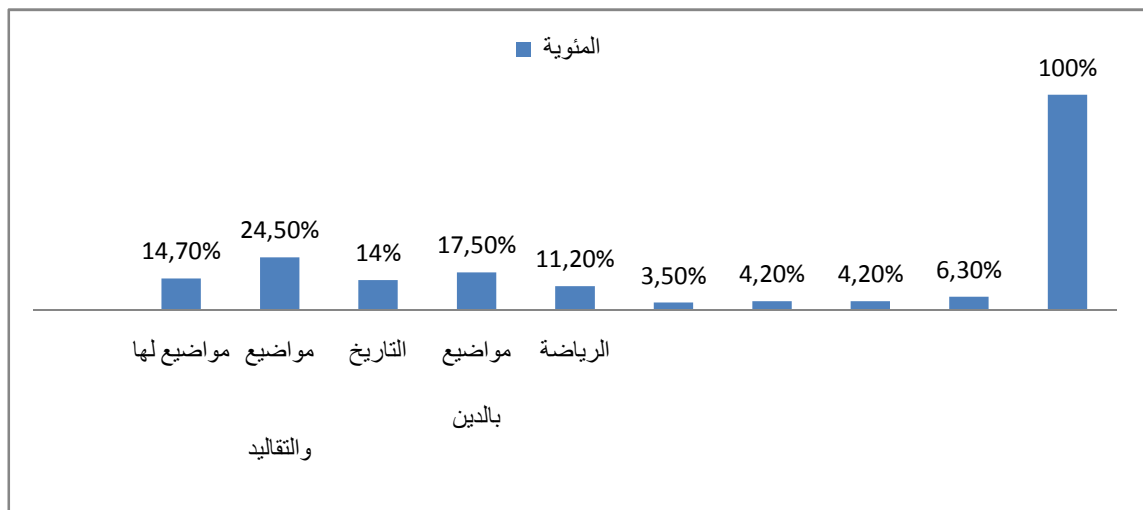


شكل رقم (14) دائرة نسبية توضح الجهاز الذي يستخدم أفراد العينة من خلاله الفيسبوك يوضح الجدول أعلاه أن أكثر أفراد العينة يدخلون الفيسبوك باستخدام الهاتف المحمول بنسبة 70.4% تليها نسبة 24.1% يدخلون للفيسبوك باستخدام جهاز الحاسوب المحمول، ثم نسبة 3.7% عن طريق جهاز الحاسوب، ونسبة 1.9% باستخدام اللوحة الالكترونية.

ويمكن تفسير ذلك بالتطور الكبير الذي تعرفه الهواتف المحمولة في عصرنا هذا، بالإضافة إلى سهولة الدخول للفيديو عن طريق استخدام الهواتف المحمولة من طرف أفراد العينة.

**المحور الثالث: استخدام الفيديو للتعبير عن الانتماء الثقافي لدى أفراد العينة**  
جدول رقم (15) يوضح المواضيع التي تثير اهتمام أفراد العينة عبر الفيديو.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
14.7%	21	مواضيع لها علاقة باللغة
24.5%	35	مواضيع متعلقة بالعادات والتقاليد
14%	20	التاريخ
17.5%	25	مواضيع متعلقة بالدين الإسلامي
11.2%	16	الرياضة
3.5%	5	الأدب الشعبي
4.2%	6	الشعر
4.2%	6	الغناء
6.3%	9	الرسم
100%	143	المجموع

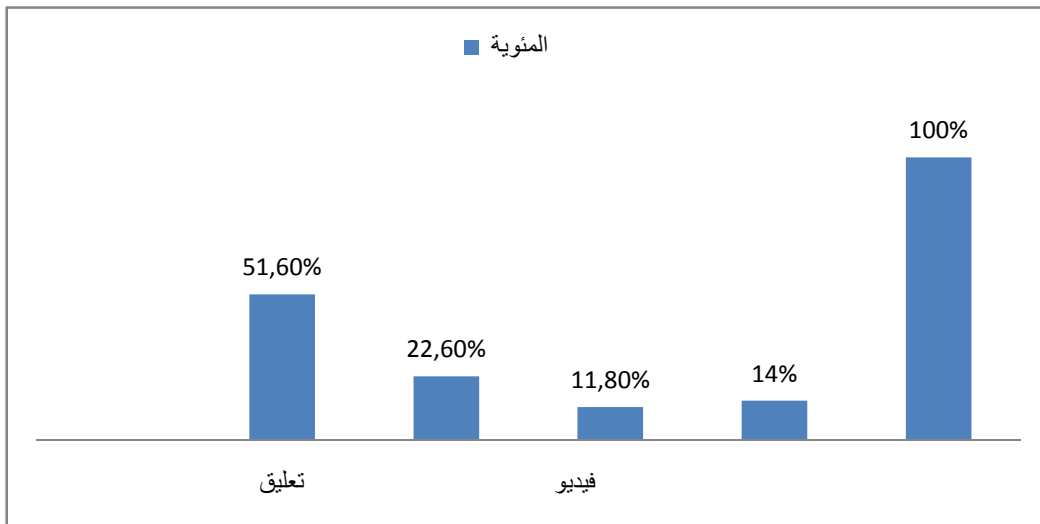


شكل رقم (15) أعمدة بيانية توضح المواضيع التي تثير اهتمام أفراد العينة عبر الفيديو.

يوضح الجدول أعلاه المواضيع التي تثير اهتمام أفراد العينة عبر الفيسبوك، حيث نجد أفراد العينة يهتمون بالمواضيع المتعلقة بالعادات والتقاليد بنسبة 24.5%، تليها مباشرة المواضيع المتعلقة بالدين الإسلامي بنسبة 17.5%، ثم المواضيع التي لها علاقة باللغة بنسبة 14.7%، ثم ما يهتم بالتاريخ بنسبة 14%، تليه الرياضة بنسبة 11.2%، ثم الرسم بنسبة 6.3%، بعد ذلك ما يهتم بالشعر والغناء بنسبة 4.2%، وفي الأخير ما يهتم بالأدب الشعبي بنسبة 3.5%.

جدول رقم (16) يوضح نوع المحتويات التي يستخدمها أفراد العينة للتعبير عن انتمائهم الثقافي.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة	نوع المحتويات
51.6%	48		تعليق
22.6%	21		مشاركة صورة
11.8%	11		مشاركة فيديو
14%	13		كتابة نص
100%	93		المجموع

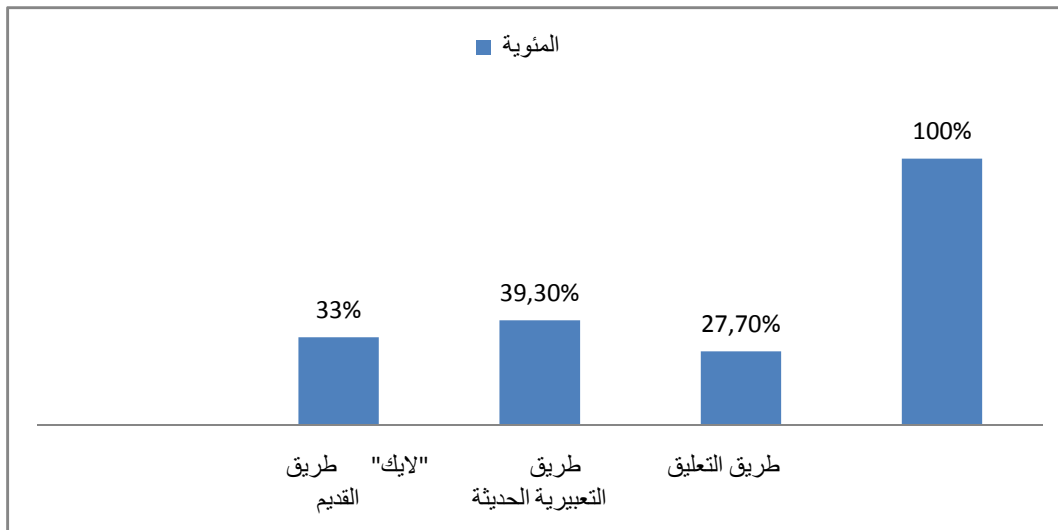


شكل رقم (16) أعمدة بيانية توضح نوع المحتويات التي يستخدمها أفراد العينة للتعبير عن انتمائهم الثقافي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح نوع المحتويات التي يستخدمها أفراد العينة للتعبير عن انتمائهم الثقافي، أن 48 طالب يقوم بالتعليق وذلك بنسبة 51.6%، ثم مشاركة صورة بنسبة 22.6%، تليها كتابة نص بنسبة 14%، وتأتي مشاركة فيديو كأخر نوع من المحتويات بنسبة 11.8%.

ويمكن تفسير ذلك بأن الطلبة يميلون للتعبير عن انتمائهم الثقافي من خلال التعليقات ومشاركة صورة بشكل كبير سواء أكانت على صفحتهم الشخصية أو في المجموعات. جدول رقم (17) يوضح كيف يتم تفاعل أفراد العينة مع المحتويات التي يستخدمونها للتعبير عن انتمائهم الثقافي

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
33%	31	عن طريق زر "لايك" القديم
39.3%	37	عن طريق الرموز التعبيرية الحديثة
27.7%	26	عن طريق التعليق
100%	94	المجموع



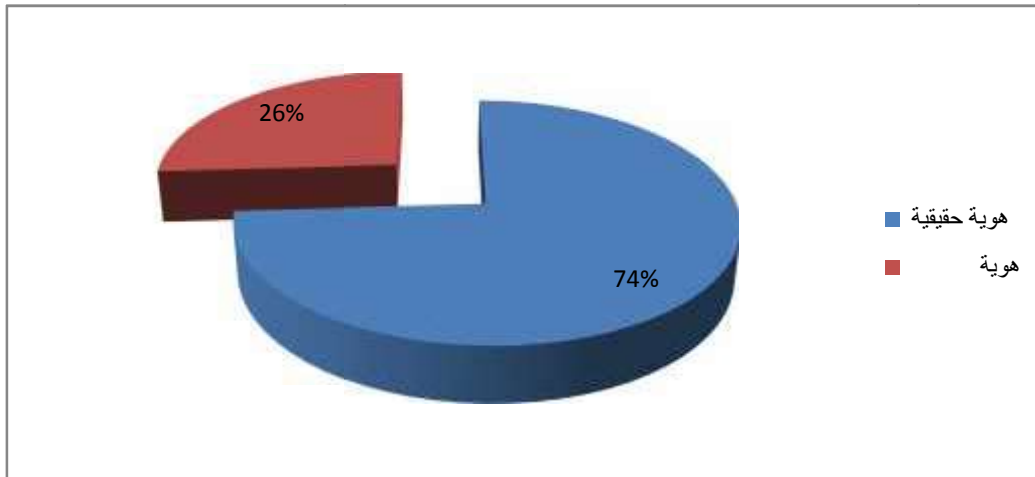
شكل رقم (17) أعمدة بيانية توضح كيف يتم تفاعل أفراد العينة مع المحتويات التي يستخدمونها للتعبير عن انتمائهم الثقافي



يبين الجدول رقم (17) كيفية تفاعل أفراد العينة مع تلك المحتويات، حيث نجد أنهم يتفاعلون بنسبة 39.3% عن طريق الرموز التعبيرية الحديثة، ثم التفاعل عن طريق زر لايك القديم بنسبة 33%، يليه التفاعل عن طريق التعليق بنسبة 27.7%. ويمكن تفسير ذلك بأن التغيرات التقنية التي حدثت وعلاقتها بالمستخدم هذا الأخير الذي أصبح يتفاعل مع تلك المحتويات كما يشاء من خلال الرموز التعبيرية الجديدة التي تظهر له بألوان مختلفة، على عكس زر لايك القديم الذي كان يتفاعل من خلاله المستخدم أو اللجوء إلى خانة التعليق للتعبير عن عدم إعجابه.

جدول رقم (18) يوضح الهوية التي ينشط من خلالها أفراد العينة عبر فيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
		نوع الهوية
74.1%	40	هوية حقيقية
25.9%	14	هوية مستعارة
100%	54	المجموع



شكل رقم (18) دائرة نسبية توضح الهوية التي ينشط من خلالها أفراد العينة الملاحظ من الجدول أعلاه والذي يبين الهوية التي ينشط من خلالها أفراد العينة عبر الفيسبوك، أن أغلبهم ينشطون بهويتهم الحقيقية وذلك بنسبة 74.1%، في حين ينشط ما نسبته 25.9% بالهوية المستعارة .

نستنتج من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة يختارون الهوية الحقيقية، ويمكن تفسير ذلك بأن هوية الفرد تلعب دورا هاما حيث تعبر عن خصوصيته ومن أجل التفاعل مع المحتويات الثقافية.

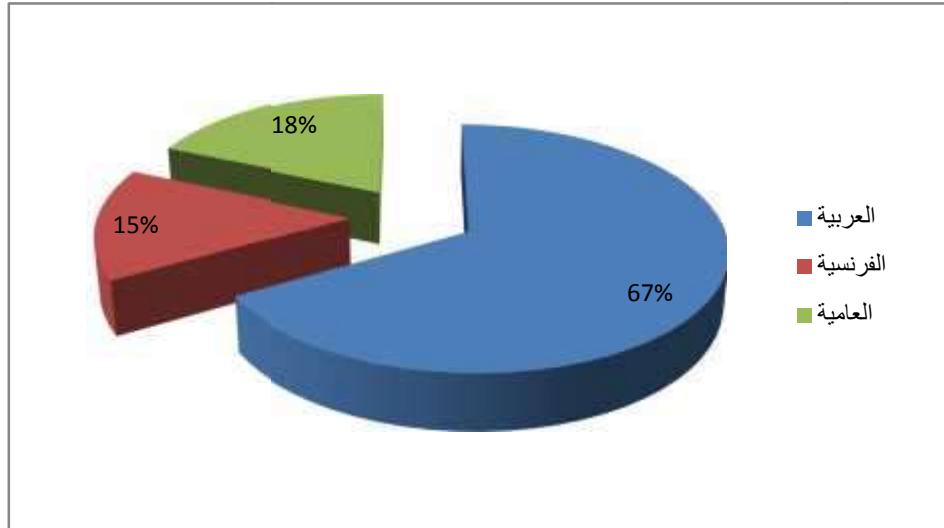
جدول رقم(19) يوضح الهوية التي ينشط من خلالها أفراد العينة عبر فيسبوك وعلاقتها بمتغير الجنس.

المجموع		انثى		ذكر		الجنس
التكرار	6	التكرار	6	التكرار	6	نوع الهوية
40	74.1	15	27.8	25	46.3	هوية حقيقية
14	25.9	12	22.2	2	3.7	هوية مستعارة
54	100	27	50	27	50	المجموع

تبين نتائج الجدول رقم(19) الهوية التي ينشط من خلالها أفراد العينة عبر الفيسبوك وعلاقتها بمتغير الجنس بأن الذكور ينشطون بهويتهم الحقيقية بنسبة 46.3% بينما الإناث بنسبة 27.8%، وربما يرجع الكشف عن الهوية الحقيقية من طرف الذكور لأنهم يتعاملون مع الأشخاص الذين يعرفونهم ، ومن أجل . أن يكونوا صريحين لأن ليس لديهم ما يخفوه. في حين أن الإناث يفضلن الهوية المستعارة أكثر من الذكور بنسبة 22.2%، بينما الذكور بنسبة 3.7% وربما يرجع السبب لإخفاء هويتهم الحقيقية فمن خلال تعليقاتهم أثناء توزيع الاستمارة: لا أريد أن اظهر معلوماتي لعامة الناس، لأن الأمر لا يستدعي معلوماتي الحقيقية وكذلك بسبب عدم انتهاك ذاتيتي من منطلق أن الفيسبوك يستخدمه عامة الناس وكل الفئات، لأنه عالم افتراضي. نستنتج من خلال الجدول أن الذكور ينشطون بالهوية الحقيقية لأن ذلك لا يشعرهم بالخوف من هذا الموقع، بينما الإناث يفضلن الهوية المستعارة لكي لا يتعرف عليهن الآخرون ويتصرفن بأريحية.

جدول رقم(20) يوضح اللغة أو اللهجة التي يفضل أفراد العينة استخدامها للتواصل عبر الفيسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة نوع اللغة
%66.7	36	اللغة العربية
%14.8	8	اللغة الفرنسية
%18.5	10	العامية
%100	54	المجموع



شكل رقم(20) دائرة نسبية توضح اللغة أو اللهجة التي يفضل أفراد العينة استخدامها للتواصل عبر الفيسبوك.

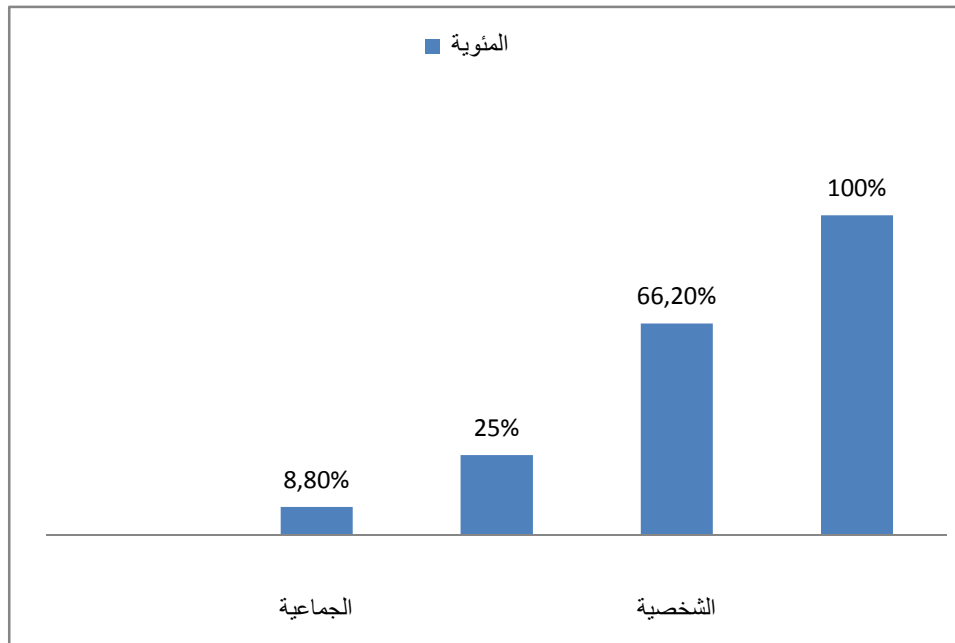
يوضح الجدول أعلاه اللغة أو اللهجة التي يفضل أفراد العينة استخدامها للتواصل عبر الفيسبوك، حيث النتائج أن اللغة الغالبة على موقع التواصل الاجتماعي -فيسبوك- هي اللغة العربية باعتبارها اللغة الرسمية الأولى في الجزائر بنسبة 66.7 %، تليها اللهجة العامية بنسبة 18.5%، ثم تأتي اللغة الفرنسية بنسبة 14.8%.

من خلال هذه النتائج نستنتج أن أفراد العينة محل الدراسة يفضلون اللغة العربية كونها اللغة الأم للتعبير عن آرائهم وثقافتهم وغيرها من الأمور، ويرجع هذا لطبيعة المجتمع الذي يعيشون فيه.

في حين يفضل الطلبة أيضا استخدام اللهجة العامية في تواصلهم عبر الفيسبوك، كما نجد بروز اللغة الفرنسية التي يفضلها أفراد العينة بنسبة قليلة للتواصل مع غيرهم . وعليه فاللغة هي العنصر الأساسي لتعبير الطلبة عن ممارساتهم الثقافية .

جدول رقم(21) يوضح أين يعبر أفراد العينة عن ممارساتهم الثقافية.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
%8.8	6	مكان التعبير في غرف الدردشة الجماعية
%25	17	في المجموعات
%66.2	45	على صفحاتك الشخصية
%100	68	المجموع



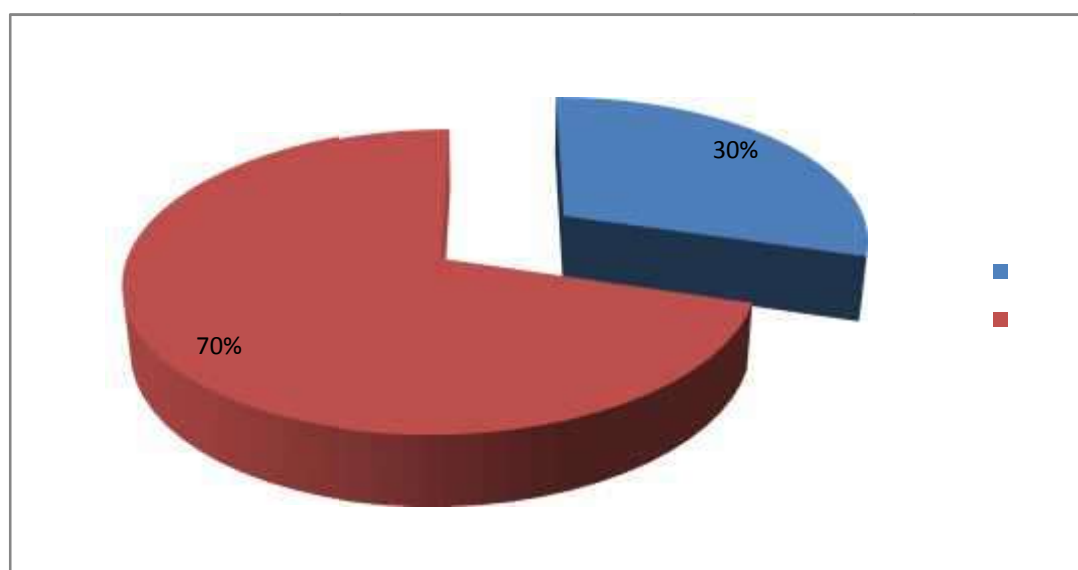
شكل رقم(21) أعمدة بيانية توضح أين يعبر أفراد العينة عن ممارساتهم الثقافية.

يتضح لنا من نتائج الجدول أعلاه أن أفراد العينة يعبرون عن ممارساتهم الثقافية على صفحاتهم الشخصية بنسبة 66.2%، تليها المجموعات بنسبة 25%، ثم غرف الدردشة الجماعية بنسبة 8.8%.

ويمكن تفسير ذلك بأن الطلبة لديهم الحرية للتعبير عن ممارساتهم الثقافية في أي وقت يشاءون، مقارنة بالمجموعات وغرف الدردشة الجماعية التي تسير وفق قوانين وضوابط من طرف المسؤولين.

جدول رقم (22) يوضح شعور الانتماء الأقوى لدى أفراد العينة.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة شعور الانتماء
29.6%	16	محلي
70.4%	38	وطني
100%	54	المجموع



شكل رقم (22) دائرة نسبية توضح شعور الانتماء الأقوى لدى أفراد العينة.

من خلال الجدول رقم (22) الذي يوضح شعور الانتماء الأقوى لدى أفراد العينة، حيث نلاحظ أن غالبية الطلبة لديهم شعور قوي بالانتماء للوطن وذلك بنسبة 70.4%، في حين أن نسبة 29.6% لديهم شعور بالانتماء المحلي.

## جدول رقم (23) يوضح شعور الانتماء الأقوى لدى أفراد العينة وعلاقته بمتغير الجنس

شعور الانتماء	الجنس		المجموع	
	ذكر	انثى	التكرار	النسبة المئوية
محلي	7	9	16	29.6
وطني	20	18	38	70.4
المجموع	27	27	54	100

يوضح الجدول أعلاه شعور الانتماء الأقوى لدى أفراد العينة وعلاقته بمتغير الجنس، حيث توضح النتائج أن 37% من الذكور لديهم شعور بالانتماء وطني، بينما الإناث بنسبة 33.3%.

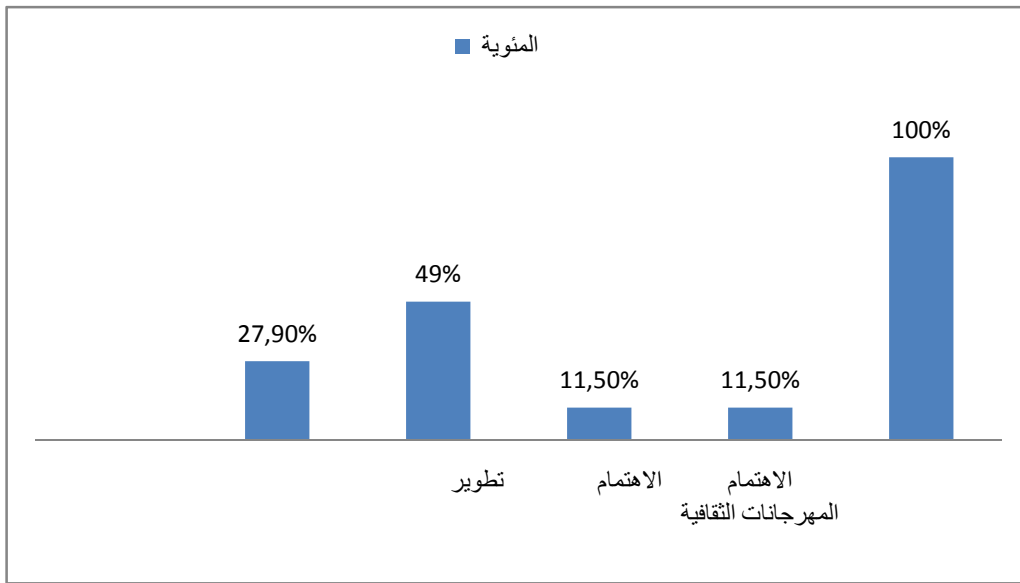
في حين نجد أن الإناث لديهن شعور بالانتماء المحلي بنسبة 16.7%، بينما الذكور بنسبة 13%.

ويمكن القول بأن الذكور لديهم شعور قوي بالانتماء للوطن، عكس الإناث.

المحور الرابع: دور الفيسبوك في زيادة الروابط الاجتماعية والثقافية لدى الطلبة.

جدول رقم (24) يوضح النشاطات الثقافية التي يقوم بها أفراد العينة عبر الفيسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
		النشاطات
27.9%	29	تعلم اللغة
49%	51	تطوير المعارف
11.5%	12	الاهتمام بالشعر
11.5%	12	الاهتمام بالمهرجانات الثقافية
100%	104	المجموع



شكل رقم (24) أعمدة بيانية توضح النشاطات الثقافية التي يقوم بها أفراد العينة عبر الفيسبوك.

يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أعلاه أن أفراد العينة يقومون بتطوير معارفهم كنشاط ثقافي بنسبة 49%، يليه تعلم اللغة بنسبة 27.9%، ثم القيام بالشعر والمهرجانات الثقافية بنسبة 11.5%.

نستنتج من ذلك أن أفراد العينة كونهم طلبة جامعيين يميلون إلى تطوير معارفهم وتعلم اللغة عن طريق استخدامهم للفيسبوك.

جدول رقم (25) يوضح التفاعلات المؤدية إلى إبراز الانتماء الثقافي عبر الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة	التفاعلات
66.7%	36	المشاركة في المواضيع الثقافية	
33.3%	18	الدفاع عن كل ما له علاقة بالثقافة	
100%	54	المجموع	



### شكل رقم (25) دائرة نسبية توضح التفاعلات المؤدية إلى إبراز الانتماء الثقافي

من خلال الجدول رقم (25) الذي يوضح التفاعلات المؤدية إلى إبراز الانتماء الثقافي عبر الفيسبوك للعينة محل الدراسة، يتضح لنا أن المشاركة في المواضيع الثقافية هي الأكثر تفاعلاً لإبراز الانتماء الثقافي بنسبة 66.7%، بينما الدفاع عن كل ماله علاقة بالثقافة بنسبة 33.3%.

جدول رقم (26) يوضح التفاعلات المؤدية إلى إبراز الانتماء الثقافي عبر الفيسبوك وعلاقتها بمتغير الجنس.

المجموع		انثى		ذكر		الجنس
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التفاعلات
36	66.7	21	38.9	15	27.8	المشاركة في المواضيع الثقافية
18	33.3	6	11.1	12	22.2	الدفاع عن كل ما له علاقة بالثقافة
54	100	27	50	27	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح التفاعلات المؤدية إلى إبراز الانتماء الثقافي عبر الفيسبوك وعلاقتها بمتغير الجنس، حيث يبدو من النتائج الموضحة في الجدول أن



الإناث لديهن تفاعل كبير من خلال المشاركة في المواضيع الثقافية وذلك بنسبة 38.9%، مقارنة مع الذكور بنسبة 27.8%.

في حين أن الذكور لديهم تفاعلا كبيرا من خلال الدفاع عن كل ما له علاقة بالثقافة بنسبة 22.2%، بينما الإناث بنسبة 11.1%.

ومنه نستنتج أن الجنس يلعب دورا في التفاعل المؤدي لإبراز الانتماء الثقافي حيث أن الإناث يشاركن في المواضيع الثقافية بشكل كبير، بينما الذكور يدافعون عن كل ماله علاقة بالثقافة.

جدول رقم (27) يوضح التفاعلات المؤدية إلى إبراز الانتماء الثقافي عبر الفيسبوك وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي.

المجموع		ثانية ماستر		اولى ماستر		ثالثة ليسانس		ثانية ليسانس		المستوى
التكرار	6	التكرار	6	التكرار	6	التكرار	6	التكرار	6	التعليمي التفاعلات
36	66.7	11	20.4	7	13	7	13	11	20.4	المشاركة في المواضيع الثقافية
18	33.3	11	20.4	5	9.3	1	1.9	1	1.9	الدفاع عن كل ما له علاقة بالثقافة
54	100	22	40.7	12	22.2	8	14.8	12	22.2	المجموع

يوضح الجدول أعلاه التفاعلات المؤدية إلى إبراز الانتماء الثقافي عبر الفيسبوك وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي، أن أفراد العينة المدروسة لديهم تفاعل كبير من خلال المشاركة في المواضيع الثقافية، حيث كانت أعلى نسبة لطلبة ثانية ليسانس وثانية ماستر بنسب متساوية قدرت بـ 20.4%، بعدها يأتي طلبة ثالثة ليسانس وأولى ماستر بنسبة 13% لكلا المستويين.

بينما الدفاع عن كل ماله علاقة بالثقافة قدرت أعلى نسبة لطلبة ثانية ماستر 20.4%، ثم يأتي طلبة أولى ماستر بنسبة 9.3%، وفي الأخير نجد كلا من طلبة ثانية ليسانس وثالثة ليسانس بنسبة 1.9%.

ومنه نستنتج أن طلبة ثانية ماستر هم الأكثر تفاعلا لإبراز الانتماء الثقافي عبر الفيسبوك وذلك من خلال المشاركة في المواضيع الثقافية، وأيضا الدفاع عن كل ما له علاقة بالثقافة.

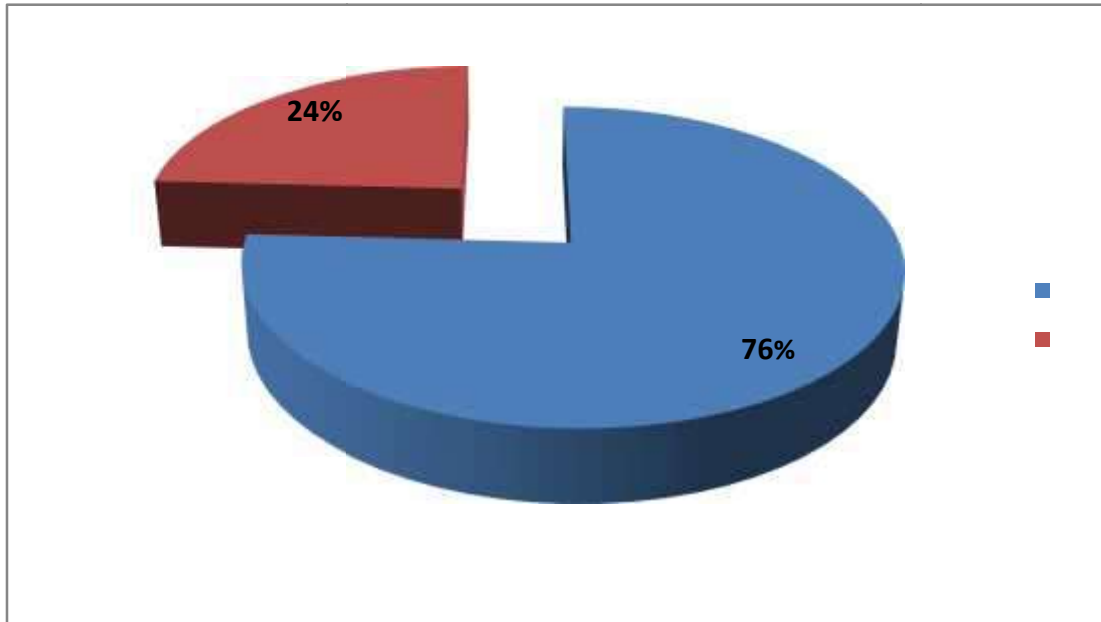
جدول رقم (28) يوضح التفاعلات المؤدية إلى إبراز الانتماء الثقافي عبر الفيسبوك وعلاقتها بمتغير السن.

المجموع		اكثر من 30		بين 20-30		اقل من 20 سنة		السن
التكرار	6	التكرار	6	التكرار	6	التكرار	6	المدة الزمنية
66.7	36	11.1	6	44.4	24	27.8	6	المشاركة في المواضيع الثقافية
33.3	18	7.4	4	16.7	9	22.2	5	الدفاع عن كل ما له علاقة بالثقافة
100	54	18.5	10	61.1	33	20.4	11	المجموع

يوضح الجدول أعلاه التفاعلات المؤدية إلى إبراز الانتماء الثقافي عبر الفيسبوك وعلاقتها بمتغير السن، حيث نلاحظ أن الفئة العمرية (بين 20-30 سنة) يشاركون في المواضيع الثقافية بنسبة كبيرة قدرت بـ 44.4%، تليها الفئة العمرية (أقل من 20 سنة) بنسبة 27.8%، ثم الفئة العمرية (أكثر من 30 سنة) بنسبة 11.1% في حين نجد الفئة العمرية (أقل من 20 سنة) يدافعون عن كل ما له علاقة بالثقافة بنسبة 22.2%، ثم تليها الفئة العمرية (بين 20-30 سنة) بنسبة 16.7%، وفي الأخير نجد نسبة 7.4% للفئة العمرية (أكثر من 30 سنة). ومنه نستنتج أن الفئة العمرية (بين 20-30 سنة) لديها عدة تفاعلات كالمشاركة في المواضيع الثقافية والدفاع عن كل ما له علاقة بالثقافة من أجل إبراز الانتماء الثقافي كونهم طلبة جامعيين مثقفين.

جدول رقم(29) يوضح ما إذا كان الفيسبوك استطاع أن يعزز من الانتماء الثقافي لدى أفراد العينة لبيئتهم الاجتماعية.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة تعزيز	الانتماء
%75.9	41	نعم	
%24.1	13	لا	
%100	54	المجموع	



شكل رقم(29) دائرة نسبية توضح ما إذا كان الفيسبوك استطاع أن يعزز من الانتماء الثقافي لدى أفراد العينة لبيئتهم الاجتماعية.

يوضح الجدول رقم(29) ما إذا كان الفيسبوك استطاع أن يعزز من الانتماء الثقافي لدى أفراد العينة لبيئتهم الاجتماعية، حيث أن أغلب الإجابات كانت "بنعم" وذلك بنسبة %75.9، في حين الإجابات ب "لا" كانت نسبتها %24.1.

جدول رقم(30) يوضح ما إذا كان الفيسبوك استطاع أن يعزز من الانتماء الثقافي لدى أفراد العينة لبيئتهم الاجتماعية حسب متغير الجنس.

المجموع		انثى		ذكر		الجنس
6	التكرار	6	التكرار	6	التكرار	تعزيز الانتماء
75.9	41	38.9	21	37	20	نعم
24.1	13	11.1	6	13	7	لا
100	54	50	27	50	27	المجموع

يوضح الجدول أعلاه ما إذا كان الفيسبوك استطاع أن يعزز من الانتماء الثقافي لدى أفراد العينة لبيئتهم الاجتماعية حسب متغير الجنس، حيث لدينا 21 أنثى استطاع استخدام الفيسبوك أن يعزز من انتمائهن الثقافي لبيئتهن الاجتماعية بنسبة 38.9%، بينما 20 ذكرا يمثلون نسبة 37%.

في حين أن 7 ذكور لم يعزز استخدام الفيسبوك من انتمائهم الثقافي لبيئتهم الاجتماعية وذلك بنسبة 13%، بينما 6 إناث يمثلن نسبة 11.1%.

ومنه نستنتج أن كلا الجنسين استطاع استخدام الفيسبوك أن يعزز من انتمائهم الثقافي لبيئتهم الاجتماعية من خلال إبراز الموروث الثقافي والاهتمام به ، أيضا عن طريق التفاعل مع المنشورات التي تحتوي على فيديوهات توضيحية لعادات وتقاليد منطقة معينة على سبيل المثال، أو عندما يقوم أحد الجنسين بنشر محتوى ثقافي معين كاللباس المشهور في مدينة ما.

جدول رقم(31) يوضح ما إذا كان الفيسبوك استطاع أن يعزز من الانتماء الثقافي لدى أفراد العينة لبيئتهم الاجتماعية حسب متغير المستوى التعليمي.

المجموع		ثانية ماستر		أولى ماستر		ثالثة ليسانس		ثانية ليسانس		المستوى التعليمي
التكرار	6	التكرار	6	التكرار	6	التكرار	6	التكرار	6	تعزيز الانتماء
75.9	41	20.4	11	20.4	11	14.8	8	20.4	11	نعم
24.1	13	20.4	11	1.8	1	0.0	0	1.8	1	لا
100	54	40.7	22	22.2	12	14.8	8	22.2	12	المجموع

يوضح الجدول أعلاه ما إذا كان استخدام الفيسبوك استطاع أن يعزز من الانتماء الثقافي لدى أفراد العينة لبيئتهم الاجتماعية حسب متغير المستوى التعليمي، أن طلبة كلا من مستوى ثانية ليسانس وثانية ماستر استطاع استخدام الفيسبوك أن يعزز من انتمائهم الثقافي بنسبة 20.4% لكلا المستويين، في حين أن طلبة مستوى ثالثة ليسانس وطلبة أولى ماستر بلغت النسبة 13% لكلا المستويين لاستخدام الفيسبوك في تعزيز انتمائهم الثقافي، ويرجع هذا إلى إبراز واختلاف الثقافات من منطقة لأخرى، وأيضاً لنشره العديد من المعلومات الثقافية المحيطة بالبيئة الاجتماعية.

بينما بقية الطلبة في نفس المستويات لم يستطيع استخدام الفيسبوك أن يعزز من انتمائهم الثقافي، حيث كانت نسبة طلبة ثانية ماستر 20.4%، يليها كلا من طلبة ثانية ليسانس وأولى ماستر بنسبة 1.8% لكلا المستويين، ويمكن تفسير ذلك من خلال آراء الطلبة أنهم ليسوا بحاجة إلى موقع تواصل اجتماعي افتراضي ليزيد من انتمائهم الثقافي، بالإضافة إلى أن الفيسبوك لم يستوفي المواضيع وأنه وجد من أجل طمس الثقافات في ثقافة عالمية واحدة لا تأخذ أي اعتبار للدين والثقافة.

## الاستنتاجات العامة للدراسة :

- بينت الدراسة أن أغلب أفراد العينة ليس لديهم وقت محدد للولوج إلى الفيسبوك بنسبة 64.8%.
- يقضي أفراد العينة (أكثر من ساعتين) في استخدامهم للفيسبوك بنسبة 51.8%.
- بينت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يفضلون المنزل بشكل كبير في استخدام الفيسبوك بنسبة 79.6%.
- بينت النتائج أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك من أجل الاطلاع على المعلومات بالدرجة الأولى بنسبة 37.3% ثم من أجل التواصل مع الأهل أو الأقارب بنسبة 25.4%، بعد ذلك الترفيه والتسلية بنسبة 19.4%.
- يدخل أغلب أفراد العينة للفيسبوك من الهاتف المحمول بنسبة 70.4%.
- توصلت النتائج إلى أن أفراد العينة يهتمون بالمواضيع المتعلقة بالعادات والتقاليد بنسبة 24.5%.
- يستخدم أغلب أفراد العينة التعليقات بنسبة 51.6%، ومشاركة صور للتعبير عن انتمائهم الثقافي بنسبة 22.6%، ويتفاعلون معها عن طريق الرموز التعبيرية الحديثة بنسبة 39.3%.
- توصلت النتائج أن أغلب أفراد العينة ينشطون بالهوية الحقيقية بنسبة 74.1%، كما أن للجنس علاقة بالهوية للفرد حيث أن الإناث هن الأكثر استخداماً للهوية المستعارة بنسبة 22.2% وذلك من أجل عدم التعرف عليهن ويتصرفن بأريحية، في حين يستخدم الذكور الهوية الحقيقية بنسبة 46.3% لأنهم يتعاملون مع أشخاص يعرفونهم.
- أما عن اللغة فإن أفراد العينة يفضلون استخدام اللغة العربية للتواصل عبر الفيسبوك بنسبة 66.7%، فيما يفضل ما نسبته 18.5% اللهجة العامية.
- يعبر أفراد العينة عن ممارساتهم الثقافية على صفحاتهم الشخصية بنسبة 66.2%، فيما يعبر ما نسبته 25% على المجموعات.
- توصلت النتائج أن غالبية الطلبة لديهم شعور قوي بالانتماء للوطن بنسبة 70.4%.

-وفيما يخص النشاطات التي يقوم بها أفراد العينة عبر الفيسبوك اتضح لنا أن نسبة 49% يقومون بتطوير معارفهم كنشاط ثقافي، فيما يقوم ما نسبته 27.9% تعلم اللغة ثم القيام بالشعر والمهرجانات بنسبة 11.5%.

- توصلت النتائج إلى أن المشاركة في المواضيع الثقافية هي الأكثر تفاعلا لإبراز الانتماء الثقافي بنسبة 66.7% بينما الدفاع عن كل ما له علاقة بالثقافة بنسبة 33.3%.

- توصلت النتائج إلى أن استخدام الفيسبوك استطاع أن يعزز من الانتماء الثقافي لدى أفراد العينة لبيئتهم الاجتماعية بنسبة 75.9%، وتلعب متغيرات الدراسة دورا في ذلك بالنسبة للجنس فقد تبين أن 38.9% إناث و 37% ذكورا عزز استخدام الفيسبوك من انتمائهم الثقافي من خلال إبراز الموروث الثقافي والاهتمام به وعن طريق التفاعل مع المنشورات التي تحتوي على فيديوهات تتعلق بالعادات والتقاليد، أما بالنسبة للمستوى التعليمي نجد كلا من طلبة ثانية ليسانس وثانية ماستر استطاع استخدام الفيسبوك أن يعزز من انتمائهم الثقافي بنسبة 20.4%، أما طلبة مستوى ثلاثة ليسانس و أولى ماستر فكانت النسبة 13% ويرجع ذلك لنشره العديد من المعلومات الثقافية المحيطة بالبيئة الاجتماعية.

وفي الأخير نستنتج أن نتائج الدراسة قد أكدت وأجابت على التساؤلات التي طرحناها سلفا وعلى التساؤل الرئيسي، حيث تبين لنا أن موقع الفيسبوك من أهم المواقع التي تساهم بدورها في تعزيز الانتماء الثقافي بين طلبة الجامعة الذين يستخدمونه بشكل كبير، وما يقدمه هذا الموقع من مواضيع تخص الثقافة بالنسبة للفرد والمجتمع.

خاتمة



## خاتمة

لقد سعينا من خلال هذه الدراسة إلى تناول موضوع دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الانتماء الثقافي - الفيسبوك انموذجا- دراسة على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، بالاعتماد المنهج الوصفي وأداة جمع البيانات المتمثلة في أداة استمارة الاستبيان التي تم توزيعها على المبحوثين من أجل الإجابة على الأسئلة المتعلقة بموضوع الدراسة، كما تم أيضا الاعتماد على مقارنة سوسيولوجيا الاستخدام كونها مناسبة لدراسة استخدام وسائل الإعلام والاتصال TIC من خلال ما يعرف بالوساطة المزدوجة - اجتماعية ثقافية- وذلك من خلال طريقة العمل الاجتماعي في تعاطيه مع تقنيات الاتصال.

فقد أصبح استخدام الفيسبوك جزءا مهما في الحياة اليومية للطلبة باعتباره متنفسا لهم، كون هذا الموقع يساهم في الانفتاح الفكري والثقافي لدى الطلبة.

وقد حاولنا في هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي يلعبه استخدام الفيسبوك في تعزيز الانتماء الثقافي لدى طلبة الجامعة، حيث خلصت الدراسة إلى أن الاستخدامات العامة للفيسبوك لهاته الشريحة من المجتمع تمثلت في أنهم يستخدمون الفيسبوك من أجل الاطلاع على المعلومات والتواصل مع الأهل أو الأقارب عن طريق الهاتف المحمول، بالإضافة إلى أهم التفاعلات الاجتماعية عبر الفيسبوك للطلبة حيث أنهم يستخدمون التعليقات ومشاركة الصور ويتفاعلون معها عن طريق الرموز التعبيرية الحديثة، أما فيما يخص تعبير الطلبة عن انتمائهم الثقافي تبين لنا أن أفراد العينة ينشطون من خلال هويتهم الحقيقية كونهم يتعاملون مع أشخاص يعرفونهم ويتواصلون معهم باللغة العربية، كما أن استخدام الفيسبوك يساهم في زيادة الروابط الاجتماعية والثقافية لدى الطلبة وذلك من خلال تطوير معارفهم كنشاط ثقافي وتعلم اللغة بالإضافة إلى المشاركة في المواضيع الثقافية.

وقد خلصت الدراسة إلى أن استخدام الفيسبوك استطاع أن يعزز من الانتماء الثقافي لدى أفراد العينة لبيئتهم الاجتماعية.

وتبقى هذه الدراسة في الختام حلقة من حلقات البحث المتواصلة لاستكشاف العلاقة بين المواقع التواصل الاجتماعي والمواضيع الثقافية ممهدين السبيل لباحثين آخرين في

التوجه نحو مقارنة بديلة لدراسات مستخدمي وسائل الإعلام والاتصال ألا وهي مقارنة  
سوسيولوجيا الاستخدام.

# قائمة المصادر والمراجع

## قائمة المصادر و المراجع

### أ/ القواميس والمعاجم

- 1- ابن منظور : لسان العرب المحيط، المصطلحات العلمية والفنية،(د،ط)، دار لسان العرب، بيروت، لبنان،(د،س،ن).
- 2- عمر أحمد مختار : معجم اللغة العربية المعاصرة، ط1، عالم الكتب، القاهرة،2008.
- 3- الفيروز أبادي مجد الدين : القاموس المحيط، ط2، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 2007.
- 4- مجمع اللغة العربية: معجم الوسيط، ط4، مكتبة الشروق الدولية، مصر،(د، س،ن).

### 5-Oxford dictionary : facebook definition

[http://www.oxforddictionaries.com/definition/american\\_english/Facebook](http://www.oxforddictionaries.com/definition/american_english/Facebook)

### ب/ الكتب

- 6- إبراهيم عبد المجيد مروان : أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ،ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ،عمان، الأردن،2000.
- 7- أبو شعيرة خالد محمد، غباري ثائر أحمد : الثقافة وعناصرها، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع،عمان، الأردن، 2009.
- 8- إسماعيل إبراهيم : الإعلام المعاصر وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، ط1، وزارة الثقافة والفنون والتراث، قطر، 2014.
- 9- أنجريس موريس : منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر والتوزيع للنشر، الجزائر 2004.
- 10- أوسرير منور، بوعافية رشيد : أسس منهجية البحث العلمي في العلوم الاقتصادية وإدارة الأعمال ،ط1،المكتبة الجزائرية بوداود ،الجزائر، 2011.
- 11- بركات حمزة حسن : مناهج البحث في علم النفس ،ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، 2008.
- 12- بوحوش عمار ،الذنيبات محمود محمد : مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث ط6، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،(د،س،ن).

- 13- بن مرسلّي أحمد : **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال** ، ط4، ديوان المطبوعات، الجزائر،.، (د،س،ن).
- 14- الشاعر عبد الرحمان بن إبراهيم : **مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني**، دار صفاء للنشر والتوزيع،(د،ط)، عمان، الأردن،(د،س،ن).
- 15- الشريف محمد عبد الله : **مناهج البحث العلمي دليل الطالب في كتابة الأبحاث والرسائل الجامعية**، (د،ط)، مطبعة الإشعاع للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 1996.
- 16- صابر عوض فاطمة خفاجة ميرفت علي : **أسس ومبادئ البحث العلمي**، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، 2002.
- 17- عبد الكافي إسماعيل عبد الفتاح : **شبكات التواصل والانترنت على الأمن القومي**، ط1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، مصر، 2016.
- 18- عبيدات محمد وآخرون : **منهجية البحث العلمي - القواعد والمراحل والتطبيقات-**، ط2، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 1999.
- 19- عليان مصطفى رحي، غنيم عثمان محمد: **مناهج وأساليب البحث العلمي**، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000.
- 20- عمارة محمد: **الانتماء الثقافي في التنوير الإسلامي**، (د،ط)، دار نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1997.
- 21- العمراني عبد الغني محمد إسماعيل : **مناهج البحث العلمي**، (د،ط)، جامعة العلوم والتكنولوجيا، (د،ب،ن)، 2013.
- 22- قاسم محمد محمد : **المدخل إلى مناهج البحث العلمي**، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 1999.
- 23- القبلي عناية حسن : **التعزيز في الفكر التربوي الحديث**، ط1، شركة أمان للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2014.
- 24- قمجية حسان أحمد : **الفيسبوك تحت المجهر**، ط1، دار النخبة، مصر، 2017.
- 25- كشروود عمار الطيب : **البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والسلوكية**، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.

26- ناصر قاسيمي : مصطلحات أساسية في علم اجتماع الإعلام والاتصال،(د،ط)، ديوان المطبوعات الجامعية،(د،ب،ن)،2017.

### ج/المجلات

27- العياضي نصر الدين : الرهانات الابستمولوجية و الفلسفية للمنهج الكيفي نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، العدد107، 2010.

28 -بخوش فاطمة، سوقال إيمان : مقترح سوسيولوجيا الاستخدام في بحوث علوم الإعلام والاتصال، مجلة العلوم الاجتماعية دورية دولية علمية محكمة، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية،العدد الثاني(2)، ديسمبر2017.

29- بلعيد نهى: تطور استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة الإذاعات العربية،(د، ع)،(د،س،ن).

30- جابر حميد سعيد وآخرون: واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، العدد186،ج2، جامعة الأزهر، ديسمبر2017.

31-زايد أميرة عبد السلام: قيم الانتماء الثقافي والعلمي لدى طلبة الجامعات في ضوء متغيرات العصر(دراسة ميدانية)، مجلة العلوم التربوية، العدد3،جامعة كفر الشيخ،يوليو2013.

32- مجلة سوسيولوجيا للدراسات والبحوث الاجتماعية: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الثقافية للمجتمع (دراسة ميدانية لعينة من الطلبة بجامعة زيان عاشور-الجلفة-)، مجلة علمية دولية محكمة نصف سنوية، جامعة الجلفة، العدد1، أبريل2017.

33- مهدي سامية : مواقع الشبكات الاجتماعية قراءة في سوسيولوجيا الاستخدام، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، العدد20، ديسمبر2016.

د/الرسائل والأطروحات

34- بلعربي سعاد : أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية (دراسة ميدانية على عينة من طلبة مستخدمي موقع الفيسبوك بجامعة مستغانم)، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، 2014-2015.

35- ريغي نجاة، شاعة دلال : دور الشبكات الاجتماعية في ترسيخ قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي الفيسبوك نموذج -طلبة جامعة محمد بوضياف المسيلة- ، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، 2016-2017.

36- زوار سهيلة : الإعلام الجديد والهوية الثقافية-مقاربة نقدية لاستخدام موقع الفيسبوك- (الشباب الجامعي نموذجا)، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه ، جامعة الجزائر، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، تخصص دراسات الجمهور .

37- سنوسي صبرينة، الشيخ دحمان فاطمة : استخدام المؤسسات الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي - دراسة حالة صفحة قناة الجزائرية الثالثة على الفيسبوك- ، مذكرة مقدمة لاستكمال شهادة ماستر أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، علوم إنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة، 2018-2019.

38- غضبان غالية : أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية (دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك بجامعة باتنة نموذجا)، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، 2017-2018.

39- مخنفر حفيظة : خطاب الحياة اليومية لدى الطالب الجامعي (دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة سطيف2)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة سطيف1و2، كلية العلوم الإنسانية، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، تخصص علم اجتماع التربية، 2012-2013.

و/مقالات على الأنترنت :

40- Peraya D., « Médiation et médiatisation : Campus virtuel », *Hermès*, 25, [en ligne], <http://documents.irevues.inist.fr/handle/2042/14983>, 1999.

الملاحق



## ملحق رقم 01



جامعة قاصدي مرباح-ورقلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال  
تخصص : اتصال جماهيري والوسائط الجديدة  
استمارة الاستبيان

إشراف الأستاذ :

زياني لغوثي

من إعداد الطالبين :

بن سعيد مريم

البار عبد الكريم

أخي الكريم، أختي الكريمة

نحن بصدد إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة، ويتمحور موضوع دراستنا حول "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الانتماء الثقافي الفيسبوك انموذجا" ونرجوا من سيادتكم التعاون معنا وذلك بوضع علامة (X) في المكان الذي تراه مناسباً، ونحيطك علماً بأن إجاباتكم ستحاط بالسرية التامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي. وفي الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير وشكراً.

السنة الجامعية 2019-2020

## المحور الأول البيانات الشخصية

- 1- الجنس : أنثى  ذكر
- 2- المستوى الجامعي : ثانية ليسانس  ثالثة ليسانس
- أولى ماستر  ثانية ماستر
- 3- السن : أقل من 20 سنة  بين 20-30 سنة  أكثر من 30 سنة

## المحور الثاني : الاستخدامات العامة للفيسبوك

- 4- ما هي الأوقات المفضلة لديك لاستخدام للفيسبوك ؟
- صباحا  مساء  ليلا  ليس هناك وقت محدد
- 5- ما هي المدة الزمنية التي تقضيها على الفيسبوك؟
- أقل من ساعة  من ساعة إلى ساعتين  أكثر من ساعتين
- 6- ما هو المكان المفضل لديك لاستخدام الفيسبوك؟
- المنزل  الجامعة  مقهى الانترنت  الشارع  وسائل النقل
- 7- ما هي العوامل التي تدفعك لاستخدام الفيسبوك؟(يمكن الاختيار أكثر من إجابة)
- الإطلاع على المعلومات  الترفيه والتسلية  التواصل مع الأصدقاء أو الأقارب  التعبير عن الأفكار والآراء  الهروب من الواقع  العمل
- 8- ما هو الجهاز الذي تستخدم من خلاله الفيسبوك؟
- الهاتف المحمول  جهاز الحاسوب  جهاز الحاسوب المحمول
- اللوحه الالكترونية

المحور الثاني: استخدام الفيسبوك للتعبير عن الانتماء الثقافي لدى أفراد العينة.

9- ما هي المواضيع التي تثير اهتمامك عبر الفيسبوك؟

- مواضيع لها علاقة باللغة  مواضيع متعلقة بالعادات والتقاليد  التاريخ   
مواضيع متعلقة بالدين الإسلامي  الرياضة  الأدب الشعبي  الشعر   
الغناء  الرسم

10- ما هو نوع المحتويات التي تستخدمها للتعبير عن انتمائك الثقافي ؟

- تعليق  مشاركة صورة  مشاركة فيديو  كتابة نص

11- كيف يتم التفاعل مع تلك المحتويات؟

- عن طريق زر "لايك" القديم  عن طريق الرموز التعبيرية الحديثة   
عن طريق التعليق

12- ما هي الهوية التي تنشط من خلالها عبر الفيسبوك؟

- هوية حقيقية  هوية مستعارة

- لماذا؟.....

13- ما هي اللغة أو اللهجة التي تفضل استخدامها للتواصل عبر الفيسبوك؟

- اللغة العربية  اللغة الفرنسية  العامية

14- أين تعبر عن ممارساتك الثقافية ؟

- في غرف الدردشة الجماعية  في المجموعات  على صفحتك الشخصية

15- ما هو شعور الانتماء الأقوى لديك؟

- محلي  وطني

### المحور الثالث دور الفيسبوك في زيادة الروابط الاجتماعية والثقافية لدى الطلبة.

16- ما هي النشاطات التي تقوم بها عن طريق الفيسبوك؟ (يمكن الاختيار أكثر من إجابة)

- تعلم اللغة  تطوير المعارف  الاهتمام بالشعر   
 الاهتمام بالمهرجانات الثقافية

17- برأيك ما هي التفاعلات المؤدية إلى إبراز الانتماء الثقافي عبر الفيسبوك؟

- المشاركة في المواضيع الثقافية  الدفاع عن كل ما له علاقة بالثقافة

18- هل تعتقد بأن استخدام الفيسبوك استطاع أن يعزز من انتمائك الثقافي لبيئتك الاجتماعية؟

- نعم  لا

كيف ذلك؟

.....  
 .....  
 .....  
 .....

## الملحق رقم 2

الرقم	الاسم واللقب	الدرجة العلمية	التخصص
01	عبد القادر قندوز	أستاذ محاضر	علوم الإعلام والاتصال
02	محرز حمايمي	أستاذ مساعد قسم "أ"	تخصص سيميولوجيا الاتصال
03	محمد الطيب الزاوي	أستاذ مساعد قسم "أ"	علوم الإعلام والاتصال
04	مصطفى ثابت	أستاذ محاضر قسم "أ"	علوم الإعلام والاتصال

## الملحق رقم 03

