

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة



مقدمة من طرف:

جعفور الزهرة

عموم نجاة

مذكرة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي بعنوان:

أثر الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك على زيادة الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي
بورقلة

(دراسة ميدانية على عينة من طلبة الإعلام واتصال بجامعة - ورقلة-)

نوقشت علنا بتاريخ: /09/2020 من طرف أعضاء اللجنة:

رئيسا	أستاذ محاضر (أ)	قانة مسعود
مشرفا	أستاذ مساعد (د)	زياني غوتي
مناقشا	أستاذ محاضر (د)	تومي فضيلة

السنة الجامعية: 2019-2020

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة



مقدمة من طرف:

جعفور الزهرة

عموم نجاة

مذكرة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي بعنوان:

أثر الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك على زيادة الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي
بورقلة

(دراسة ميدانية على عينة من طلبة الإعلام واتصال بجامعة - ورقلة-)

نوقشت علنا بتاريخ: /09/2020 من طرف أعضاء اللجنة:

رئيسا	أستاذ (أ)	قانة مسعود
مشرفا	أستاذ (د)	زياني غوتي
مناقشا	أستاذ (د)	تومي فضيلة

السنة الجامعية: 2019-2020

فهرس المحتويات:

العنوان	الصفحة
شكر وعران
الإهداء 1
الاهداء 2
ملخص الدراسة
فهرس المحتويات
فهرس الجداول
فهرس الأشكال
فهرس الملاحق
مقدمة أ- ب

الفصل الأول: الجانب المنهجي

إشكالية الدراسة 4-5
تساؤلات الدراسة 5
أهمية الدراسة 5-6
أهداف الدراسة 6
أسباب اختيار الموضوع 7
تحديد مصطلحات الدراسة ومفاهيمها 8-15
الدراسات السابقة 15-21
منهج الدراسة 21-22

25-24.....	مجتمع الدراسة وعينته.....
24-22.....	أدوات جمع البيانات.....
26.....	مجالات الدراسة.....
32 -26.....	المقاربة النظرية.....

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي

المبحث الأول: عرض بيانات الدراسة الميدانية

76-74 المبحث الثاني: النتائج العامة للدراسة

77 خاتمة

..... قائمة والمراجع

..... الملاحق

شكرتكم

الحمد لله والصلاة والسلام على أشرف المرسلين النبي الأمين .

بداية الحمد والشكر لله عزوجل الذي وفقنا لانجاز هذا البحث ، ومن ثم فإننا نتقدم بوافر الشكر والتقدير والعرفان للدكتور والمشرف " زياني غوتي " لما بذله معنا من جهد ونصح وإرشاد ومتابعة متواصلة منذ بداية البحث وحيث إنتهائه ومراجعته في صورته النهائية كما نقدر له رحاب صدره وصبره اللامحدود طيلة فترة إشرافه على هذه الدراسة فله منا كل الشكر والعرفان أن يجعل هذا الجهد في ميزان حسناته وخالص الدعاء الله عزوجل .

كما نتقدم بخالص الشكر وفائق التقدير والإمتنان إلى من مهد لنا طريق العلم والمعرفة الأستاذ " الزاوي محمد طيب " و " أستاذ قندوز عبد القادر " وكل أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال كل واحد بإسمه .

كما لايفوتنا أن نتقدم بخالص الشكر والعرفان إلى ابنة عمي " جعفر خيرة " وقاجة جهيدة " اللتان رافقتان وساندتنا طيلة مشوارنا الدراسي ، ولم تبخلا علينا ولو بحرف أتمنى لهما التوفيق في حياتها .

وفي الختام نشكر كل من ساندنا و أعاننا في بحثنا من بعيد أو قريب نهديهم عظم الشكر والإمتنان .

الزهرة و نجاة



إهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات وبتوفيقه تذلل الصعوبات واعتبارا من هذا إلى أن
أتقدم بجزيل الشكر إلى سندي وقوتي وملأذي بعد الله.....
إلى من أثروني على أنفسهم.....

إلى من غرسوا في حب العلم وذلوا الصعاب التي واجهتني

أمي نبع الحنان رحمها الله و إلى القلب الكبير أبي قرة عيني حفظه الله ورعاه

وإلى إخوتي وأخواتي حفظهم الله وإلى من جعلهم الله أخواتي في درب حياتي صديقاتي

من كانوا برفقتي ومصاحبتني أثناء دراستي في الجامعة كل واحدة بإسمها "مهديّة

ومروة ونجاة" وإلى صديقاتي وإلى كل أفراد أسرة عائلة "جعفور" وإلى أعمامي

وعماتي وبنات العم والعمّة وإلى خالاتي وأخوالي وأبنائهم وبناتهم .

و إلى كل من دعمني وشجعني في حياتي وأعطاني دفعة نحو الأمام وكل من ساهم في

مساعدتي في تلقيني ولو بحرف في حياتي الدراسية .

الزهرة

Designed by pngtree



الإهداء

الحمد لله على نعمته التي أنعمها علي والذي بفضلته تتم
النعم والصالحات

أما بعد أهدي ثمرة جهدي هذا إلى الوالدين الكريمين
أطال الله لي في عمرهما

وإلى إخوانتي وأخواتي وكل أزواجهم و أبنائهم وكل من
عائلة عمومن وزنخري وكل صديقاتي في مشواري
الدراسي كل من " الزهرة " و " مروة " و " مهدية " و
" جهيدة " نجاة

ملخص الدراسة باللغة العربية :

جاءت هذه الدراسة بعنوان " أثر الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك في زيادة الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي بورقلة " .

حيث تهدف إلى الكشف والتعرف عن أثر الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك في زيادة الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي واعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي وأدوات جمع البيانات المتمثلة في استمارة الاستبيان الموزعة على مجتمع مكون من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال ، وعينته " عينة القصدية " قدرت ب 49 مفردة .

لمحاولة الإجابة على التساؤلات التالية :

- 1- ما هي عادات و أنماط استخدام الطلبة الجامعين لموقع الفيسبوك؟
- 2- ماهي دوافع إستخدام الشباب الجامعي لموقع الفيسبوك ؟
- 3- ما طبيعة المواضيع الثقافية التي يلجأ إليها الشباب الجامعي في موقع الفيسبوك ؟
- 4- ماذا تعنى الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك من وجهة نظر الشباب الجامعي بورقلة ؟
- 5- هل تساهم الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك على زيادة الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي بورقلة ؟

من خلال عرض وتحليل البيانات المتحصل عليها تم التوصيل إلى مجموعة نتائج أهمها:

- أن أغلب الشباب الجامعي يستخدمون موقع الفيسبوك في فترات إنتهاء إنشغالهم الدراسية والعملية.
- يستخدم معظم الشباب الجامعي موقع الفيسبوك بدافع اكتساب ثقافات جديدة من أجل زيادة وتنمية مستواهم الثقافي .
- يلجأ الشباب الجامعي إلى المواضيع المتعلقة بالقضايا الثقافية والفنية والتراث من مختلف العادات والتقاليد .
- تعنى الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك اكتشاف لثقافة من خلال تقريبها للجماهير .

- الوساطة الثقافية تساهم في زيادة الوعي الثقافي للشباب الجامعي من خلال مختلف الأنشطة الثقافية التي تسهل لهم التعبير عن أفكارهم .

الكلمات المفتاحية : الأثر ، الوساطة الثقافية ، موقع الفيسبوك ، الوعي الثقافي ، الشباب الجامعي .

RESUME DE L'ETUDE :

Cette étude était intitulée «**L'effet de la médiation culturelle via Facebook sur la sensibilisation culturelle des jeunes universitaires de Ouargla**». Où elle vise à découvrir et à identifier l'impact de la médiation culturelle via Facebook sur la sensibilisation culturelle des jeunes universitaires. Dans cette étude, nous avons adopté l'approche descriptive et le questionnaire comme outil de collecte de données sur un échantillon composé d'étudiants du Département des sciences de l'information et de la communication, et son échantillon «d'intentionnalité» a été estimé à 49 jeunes étudiants. Afin de répondre aux questions suivantes:

- 1- Quelles sont les habitudes et les modes d'usage de Facebook par les étudiants universitaires?
- 2- Quels sont les raisons d'usage de Facebook par les jeunes universitaires?
- 3- Quelle est la nature des thématiques culturelles auxquelles les jeunes universitaires ont recours sur Facebook?
- 4- Que signifie la médiation culturelle via Facebook du point de vue des étudiants universitaires d'Ouargla?
- 5- La médiation culturelle via Facebook contribue-t-elle à accroître la sensibilisation culturelle des étudiants universitaires de Ouargla?

A travers la présentation et à l'analyse des données obtenues, un ensemble de résultats a été obtenu, dont les plus importants sont:

- La majorité des jeunes universitaires font usage de Facebook en fin de leurs travaux scolaires.
- La majorité des jeunes universitaires font usage de Facebook dans le but d'acquérir de nouvelles cultures afin d'augmenter et de développer leur niveau culturel. Les jeunes universitaires font recours à des sujets liés aux questions culturelles, artistiques et patrimoniales de diverses coutumes et traditions.
- La signification de la médiation culturelle via Facebook, est d'explorer une culture en la rapprochant à des publics.

La médiation culturelle contribue à accroître la sensibilisation culturelle des jeunes universitaires à travers diverses activités culturelles qui facilitent l'expression de leurs idées.

MOTS CLES: impact, médiation culturelle, Facebook, sensibilisation culturelle, jeunesse universitaire.

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
(1)	جدول يوضح توزيع العينة حسب متغير الجنس	33
(2)	جدول يوضح توزيع العينة حسب متغير السن	34
(3)	جدول يوضح توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي	35
(4)	جدول يوضح توزيع العينة حسب متغير التخصص	36
(5)	جدول يوضح توزيع العينة حسب استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك.	38
(6)	جدول يوضح توزيع العينة حسب الفترة المفضلة لدخول لموقع الفيسبوك	39
(7)	جدول يوضح توزيع العينة حسب المدة المقضات في استخدام الفيسبوك يوميا	40
(8)	جدول يوضح توزيع العينة حسب الأيام المفضلة لاستخدام الفيسبوك لدي لأفراد العينة	41
(9)	جدول يوضح توزيع العينة حسب الأماكن المفضلة لإستخدام الفيسبوك	42
(10)	جدول يوضح توزيع العينة حسب الجهاز المستعمل في استخدام الفيسبوك	43
(11)	جدول يوضح توزيع العينة حسب عدد الأشخاص الذين تتابع معهم محتوى الفيسبوك	44

45	جدول يوضح توزيع العينة حسب اللغة التي يستعملها الطالب الجامعي أثناء استخدامه للفيسبوك	(12)
46	جدول يوضح توزيع العينة حسب الدخول ضمن مجموعات على مستوى الفيسبوك	(13)
47	جدول يوضح توزيع العينة حسب أسباب استخدام الجامعي لموقع الفيسبوك	(14)
48	جدول يوضح توزيع العينة حسب مايفعله الطالب الجامعي بموقع الفيسبوك	(15)
49	جدول يوضح توزيع العينة حسب لجوء الطلبة لإستخدام الفيسبوك من أجل زيادة مستواه الثقافي	(16)
50	جدول يوضح توزيع العينة حسب إهتمام الطالب الجامعي بالمواضيع الثقافية عبر موقع الفيسبوك.	(17)
51	جدول يوضح توزيع العينة حسب تداول المواضيع المتعلقة بالثقافة عبر موقع الفيسبوك	(18)
52	جدول يوضح توزيع العينة حسب تشجيع استخدام الفيسبوك على استهلاك المنتجات الفنية والثقافية.	(19)
53	جدول يوضح توزيع العينة حسب تمكين موقع الفيسبوك من التقريب من القضايا الثقافية	(20)
54	جدول يوضح توزيع العينة حسب مساهمة الفيسبوك في الحد من الحواجز الثقافية بين الشباب الجامعي والمجتمع.	(21)
55	جدول يوضح توزيع العينة حسب تأثير الفيسبوك في زيادة المستوى الثقافي لدي لشباب الجامعي	(22)

56	جدول يوضح توزيع العينة حسب مساهمة الفيسبوك في نشر الثقافات بين الشباب الجامعي.	(23)
57	جدول يوضح توزيع العينة حسب إظهار الوجه الحقيقي لثقافة المجتمع من خلال النشر والتفاعل عبر موقع الفيسبوك	(24)
58	جدول يوضح توزيع العينة حسب التعريف بتراث بلد إلى بلد آخر	(25)
59	جدول يوضح توزيع العينة حسب العادات والتقاليد المعرف بها للبلدان الأخرى	(26)
60	جدول يوضح توزيع العينة حسب موقع الفيسبوك في اكتشاف ثقافات أخرى	(27)
61	جدول يوضح توزيع العينة حسب الشعور بتغير ايجابي في مستوى الثقافي بعد استخدام الفيسبوك	(28)
62	جدول يوضح توزيع العينة حسب الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك بالنسبة لطالب الجامعي	(29)
64	جدول يوضح توزيع العينة حسب عمل الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك من وجهة نظر الطالب الجامعي	(30)
66	جدول يوضح توزيع العينة حسب فيما إذا كان الطالب الجامعي يجيد دور الوسيط الثقافي في تنشيط دورة تثقيفية ما عبر الفيسبوك	(31)
67	جدول يوضح توزيع العينة حسب مساهمة الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك في زيادة الوعي الثقافي	(32)
68	جدول يوضح توزيع العينة حسب الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك تسهل لك التعبير من خلال الأنشطة الثقافية	(33)

69 (34) جدول يوضح توزيع العينة حسب الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك

تمكن من تحسين مستواك وتجربتك الثقافية

70 (35) جدول يوضح توزيع العينة حسب نسبة تشكيل الوساطة الثقافية عبر

الفيسبوك حلقة وصل بينك وبين الثقافات الأخرى

71 (36) جدول يوضح توزيع العينة حسب مساهمة الوساطة الثقافية عبر

الفيسبوك في زيادة تأثير الثقافة في حياتك اليومية

72 (37) جدول يوضح توزيع العينة حسب إمكانية الوساطة الثقافية عبر

الفيسبوك من تعزيز الإعراف بالثقافة

73 (38) جدول يوضح توزيع العينة حسب تقييم المعلومات و الأفكار الثقافية

في الفيسبوك

فهرس الأشكال

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
(1)	شكل يوضح توزيع العينة حسب متغير الجنس	33
(2)	شكل يوضح توزيع العينة حسب متغير السن	34
(3)	شكل يوضح توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي	35
(4)	شكل يوضح توزيع العينة حسب متغير التخصص	37
(5)	شكل يوضح توزيع العينة حسب استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك.	38
(6)	شكل يوضح توزيع العينة حسب الفترة المفضلة لدخول لموقع الفيسبوك	39
(7)	شكل يوضح توزيع العينة حسب المدة المقضات في استخدام الفيسبوك يوميا	40
(8)	شكل يوضح توزيع العينة حسب الأيام المفضلة لاستخدام الفيسبوك لدي لأفراد العينة	41
(9)	شكل يوضح توزيع العينة حسب الأماكن المفضلة لإستخدام الفيسبوك	42
(10)	شكل يوضح توزيع العينة حسب الجهاز المستعمل في استخدام الفيسبوك	43
(11)	شكل يوضح توزيع العينة حسب عدد الأشخاص الذين تتابع معهم محتوى الفيسبوك	44

45	شكل يوضح توزيع العينة حسب اللغة التي يستعملها الطالب الجامعي أثناء استخدامه للفيسبوك	(12)
46	شكل يوضح توزيع العينة حسب الدخول ضمن مجموعات على مستوى الفيسبوك	(13)
47	شكل يوضح توزيع العينة حسب أسباب استخدام الجامعي لموقع الفيسبوك	(14)
48	شكل يوضح توزيع العينة حسب مايفعله الطالب الجامعي بموقع الفيسبوك	(15)
49	شكل يوضح توزيع العينة حسب لجوء الطلبة لإستخدام الفيسبوك من أجل زيادة مستواه الثقافي	(16)
50	شكل يوضح توزيع العينة حسب إهتمام الطالب الجامعي بالمواضيع الثقافية عبر موقع الفيسبوك.	(17)
51	شكل يوضح توزيع العينة حسب تداول المواضيع المتعلقة بالثقافة عبر موقع الفيسبوك	(18)
52	شكل يوضح توزيع العينة حسب تشجيع استخدام الفيسبوك على استهلاك المنتجات الفنية والثقافية.	(19)
53	شكل يوضح توزيع العينة حسب تمكين موقع الفيسبوك من التقريب من القضايا الثقافية	(20)
54	شكل يوضح توزيع العينة حسب مساهمة الفيسبوك في الحد من الحواجز الثقافية بين الشباب الجامعي والمجتمع.	(21)
55	شكل يوضح توزيع العينة حسب تأثير الفيسبوك في زيادة المستوى الثقافي لدي لشباب الجامعي	(22)

56	شكل يوضح توزيع العينة حسب مساهمة الفيسبوك في نشر الثقافات بين الشباب الجامعي.	(23)
57	شكل يوضح توزيع العينة حسب إظهار الوجه الحقيقي لثقافة المجتمع من خلال النشر والتفاعل عبر موقع الفيسبوك	(24)
58	شكل يوضح توزيع العينة حسب التعريف بتراث بلد إلى بلد آخر	(25)
59	شكل يوضح توزيع العينة حسب العادات والتقاليد المعرف بها للبلدان الأخرى	(26)
60	شكل يوضح توزيع العينة حسب موقع الفيسبوك في اكتشاف ثقافات أخرى	(27)
61	شكل يوضح توزيع العينة حسب الشعور بتغير ايجابي في مستوى الثقافي بعد استخدام الفيسبوك	(28)
63	شكل يوضح توزيع العينة حسب الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك بالنسبة لطالب الجامعي	(29)
65	شكل يوضح توزيع العينة حسب عمل الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك من وجهة نظر الطالب الجامعي	(30)
66	شكل يوضح توزيع العينة حسب فيما إذا كان الطالب الجامعي يجيد دور الوسيط الثقافي في تنشيط دورة تثقيفية ما عبر الفيسبوك	(31)
67	شكل يوضح توزيع العينة حسب مساهمة الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك في زيادة الوعي الثقافي	(32)
68	شكل يوضح توزيع العينة حسب الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك تسهل لك التعبير من خلال الأنشطة الثقافية	(33)

69 (34) شكل يوضح توزيع العينة حسب الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك

تمكن من تحسين مستواك وتجربتك الثقافية

70 (35) شكل يوضح توزيع العينة حسب نسبة تشكيل الوساطة الثقافية عبر

الفيسبوك حلقة وصل بينك وبين الثقافات الأخرى

71 (36) شكل يوضح توزيع العينة حسب مساهمة الوساطة الثقافية عبر

الفيسبوك في زيادة تأثير الثقافة في حياتك اليومية

72 (37) شكل يوضح توزيع العينة حسب إمكانية الوساطة الثقافية عبر

الفيسبوك من تعزيز الإعراف بالثقافة

73 (38) شكل يوضح توزيع العينة حسب تقييم المعلومات و الأفكار الثقافية

في الفيسبوك

فهرس الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق
(1)	استمارة استبيان
(2)	الأساتذة المحكمين

مقدمة:

يعد الاتصال ضرورة إنسانية وعنصرًا هامًا لا غنى عنه في الحياة، وذلك من منطلق أن البشر يتواصلون مع بعضهم البعض باستمرار وخاصة بعد التطور الذي أحدثته تكنولوجيات الإعلام والاتصال ازدادت أهميته وفاعليته نتيجة النمو المتسارع في الابتكارات والتقنيات الحديثة، مما ساهم في نقل المجتمعات عبر الزمن إلى عصر المعلومات الذي يعتمد على إنتاج المعلومات وإيصالها لأكبر شريحة من الجماهير المتفاعل فيما بينه في تبادل الأفكار ومختلف الأنشطة والثقافات المتنوعة باستخدام وسيلة أو أكثر من وسائل الإتصال الجماهيرية الذي يعمل على تقديم معاني مشتركة لملايين من الأشخاص الذين لا يعرفون بعضهم البعض.

ونتيجة لإنشار تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة و برز ما يعرف بالانترنت هذه الشبكة العنكبوتية العالمية ، فتحت أفاقًا جديدة لتوسيع واكتساب المعرفة، وأصبح العالم قرية إلكترونية صغيرة تسمح للفرد بالإبحار فيها كيف يشاء، وقدمت لمستخدميها فرص سهولة التواصل والتقارب والتعارف بين الأفراد والجماعات ومكنت من مشاركة وتبادل الأفكار والآراء والخبرات بينهم.

فقد ساهم هذا التقدم في بروز أنماط جديدة من الاتصالات منها مواقع التواصل الاجتماعي التي تعد من أحدث المنتجات التكنولوجية وأكثرها شعبية وانتشارًا على الإنترنت لما تملكه من مميزات تميزها عن غيرها من المواقع التي أدخلت الكثير من المصطلحات لثقافتنا، ومن خلال ما نلاحظه في الأونة الأخيرة الإنتشار أحد تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي الكبير " موقع الفيسبوك " الذي بات نجما صاعدا يتنافس مع التطبيقات الأخرى في إستخداماته المميزة والكثيرة.

ونظرا لإنشار والرواج الذي عرفه موقع الفيسبوك والذي جعله أحد الوسائل الاتصالية للحصول على الثقافة بشكل مستمر، بحيث تمر هذه الثقافة عبر جسر حتى تعرف وتنتشر في المجتمع والمجتمعات الأخرى على كافة الأصعدة، ويعرف هذا الجسر " بالوساطة الثقافية " التي أصبحت النموذج الذي يسمح بربط الجمهور عن طريق وسيلة اتصالية بالفن والثقافات المجتمعات الأخرى ، ويشجع المشاركة الثقافية، كما انتشرت الوساطة الثقافية في جميع مجالات الحياة المهنية والتعليمية

والعامة والخاصة في مفتاح ووسيلة للبلوغ إلى الجمهور التي غالبا ما تكون بعيدة عن الثقافة، فقد شكلت الوساطة الثقافية عمل اتصالي بين المواطنين والنشاط الثقافي، من خلال التقليل الفجوة بين الجماهير ومختلف الفنون بسبب الحواجز الثقافية (مهارات، تعليم، لغة، عادات، تقاليد، طقوس) بهدف حماية الثقافة من الإندثار والتلاشي والحفاظ على الهوية الثقافية لمجتمع ما وهي الأداة الاجتماعية والتقنية التي يتم من خلالها استهداف المواطنين في الأماكن العامة، وتعتبر ظاهرة تمكن من فهم ونشر الإشكال اللغوية أو رمزية في المكان والزمان للإنتاج معنى مشترك في المجتمع وحل شيفرة الكثير من الرموز المبهمة، كما تجمع الوساطة الثقافية بين عدة أهداف منها إتاحة الوصول إلى الثقافة وجعلها في متناول أكبر عدد من الجماهير، وتقديم تنوع في أشكال التعبير وتشجيع مشاركة المواطنين وبناء روابط داخل المجتمعات والمساهمة في التنمية الشخصية للأفراد وربط البيئة الثقافية بالجماهير.

وتشكل الوساطة الثقافية أحدث النشاطات التي انتشرت عبر موقع الفيسبوك الذي شكل حلقة تلاقي ونشر الثقافات، ويمثل مرآة تعكس ثقافة مجتمع ما بالإضافة إلى انه يمثل وجهة الكثيرين من صغار وكبار بمختلف مستوياتهم الاجتماعية والثقافية، حيث تجاوز استخدام هذا الموقع إلى مهنة الوسيط كوسيلة اتصالية داخل المحيط الاجتماعي.

وعليه نلاحظ أن الإستخدام المتزايد على موقع الفيسبوك في التواصل واستقاء الأخبار والمعلومات وتبادل مختلف الثقافات بين الأفراد يترك أثرا في تنمية مهارات وزيادة وعي وفكر الطالب الجامعي وباعتبار أن الجامعة محل استقطاب وتلاقي العديد من الطلاب على إختلاف مستوياتهم وأجناسهم وأفكارهم وثقافتهم تعتبر حلقة وصل لتجميع العديد من الثقافات المتنوعة ، وهذا ما نريد إبرازه ومعالجته في هذه الدراسة وهو تسليط الضوء على أثر الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك على زيادة الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي ، ولإجابة على هذا التساؤل قمنا بتقسيم الدراسة إلى فصلين، حيث خصص الفصل الأول للجانب المنهجي وتم تطرق فيه إلى مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، أهميتها (العلمية والعملية) ، وأهدافها و أسباب اختيار الموضوع، وتحديد المصطلحات والمفاهيم، والدراسات المرتبطة، ومجتمع الدراسة وعينته ، ونوع الدراسة ومنهجها وأدوات جمع البيانات وأخيرا المقترح النظري.

أما الفصل الثاني فقد خصص للجانب التطبيقي ، وعرض بيانات استمارة الاستبيان بالإضافة إلى مناقشة النتائج في ضوء التساؤلات.

الفصل الأول:

الجانب المنهجي

الجانب المنهجي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- أهمية الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- أهمية الموضوع
- 6- أسباب الدراسة
- 7- الدراسات السابقة
- 8- منهج الدراسة
- 9- ادوات الدراسة
- 10- مجتمع وعينة البحث
- 11- مجالات الدراسة
- 12- المقاربة النظرية

1- إشكالية الدراسة:

تعتبر الوساطة الثقافية حاجة ضرورية للإستمرار وبقاء الهوية الثقافية في المجتمعات، فهي المؤمنة لعملية التواصل القائمة بين الفرد والمجتمع، ومن خلالها يتم رسم الهوية الإجتماعية وتعزيزها وبواسطتها تتأسس ثقافة الإنتماء لترسيخ جذورها بشكل أعمق في نفوس أفراد المجتمع الواحد، وبها تتوثق أواصر الإرتباطات فيما بينهم، لا كأفراد تربطهم قرابة الدم أو عرق بل كأفراد تجمع بينهم قرابة الوحدة الثقافية والتشابه أو التداخل الثقافي اللذان لايتحصل لهما النمو والتطور ككيان فكري أو مؤسستي هادف يسعى لتمتين حضور الثقافة بين أفراد المجتمع الحاضن لقيمها إلا عبر الوسائط الثقافية المتنوعة تلك التي يساهم الأفراد أنفسهم في صناعتها وإنتاجها.¹

فأصبحت الوساطة موجودة في العديد من المجالات، لكن القطاع الثقافي يحتفظ بمكان خاص له لأن هذا يشكل عمله، وترتبط الوساطة الثقافية بالرغبة في توسيع مساحة الديمقراطية ومشاركة أكبر عدد من الأعمال الفنية والمعرفة التي تنتجها العلوم وبالتالي يتم وضع الجمهور في قلب جميع المجالات الثقافية والفنون المسرحية والمتاحف، وكذلك مجال التراث من خلال تقليص الفجوة بين الناس والعمل الفني.

وتهدف الوساطة الثقافية التي تعد محورا رئيسيا وألية فعالة في تحقيق التنمية والوعي الثقافي، وإنعاش الحياة الثقافية وتنمية القدرات الثقافية لتثقيف الجمهور وتوعيته من خلال تمكين المواطنين من الولوج إلى وسائل الإعلام والإتصال، التي تمتهن مهنة الوسيط من خلال نشر الثقافة رقمية عبر الوسائط الحديثة وترويج للمحتويات والمضامين الثقافية والتي نجحت إلا حد كبير في فتح الطريق للتقارب والتعارف بين المجتمعات وتبادل الآراء والأفكار بين أفرادها ونقل الثقافات بينهم من خلال بناء علاقات إجتماعية إفتراضية عن طريق شبكات إلكترونية أصبحت وسيلة فعالة للتواصل الإجتماعي، حيث سعت لتوفير قدر مناسب من المواقع التي تدعم التواصل ومن أبرزها الفيسبوك.

¹ - مريم الحسن : صدام الحضارات وحراس الثقافات ، الحوار المتمدن ، 29/4/6215 ، 23:30
على الرابط <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=635704&r=0>

فأصبح الفيسبوك أحد المصادر الأساسية التي تهتم بالثقافة أو الوعي الثقافي، فحياة الإنسان تتأثر بوعيه وثقافته فكلما كان أكثر ثقافة ووعي كانت حياته أفضل فالوعي الثقافي يمكن من بناء المعارف واكتساب ثروة معلوماتية جديدة تمكن من الإرتقاء الثقافي والإجتماعي خاصة بين أوساط الشباب الجامعي الذي يسعى لزيادة رصيده المعرفي وتنمية قدراته الفكرية .

وإنطلاقا مما تطرقنا إليه بات من الضروري إبراز مدى مساهمة الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك في تشكيل الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي ، وعليه نطرح التساؤل العام كالتالي:

ما هو أثر الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك على زيادة الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي ؟

2-التساؤلات الفرعية:

- 1- ما هي عادات و أنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك؟
- 2- ماهي دوافع إستخدام الشباب الجامعي لموقع الفيسبوك ؟
- 3- ما طبيعة المواضيع الثقافية التي يلجأ إليها الشباب الجامعي في موقع الفيسبوك ؟
- 4- ماذا تعنى الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك من وجهة نظر الشباب الجامعي بورقلة ؟
- 5- هل تساهم الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك على زيادة الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي بورقلة ؟

3- أهمية الدراسة:

إن أهمية الدراسة في بحثنا تكمن في أهمية الموضوع في حد ذاته وكونها تعالج موضوع حديثا متمثل في أثر الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك على زيادة الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي بورقلة وبالتالي فإن أهمية دراستنا تتمثل في:

الأهمية العلمية:

تكتسب دراستنا أهميتها العلمية من الموضوع الذي تعالجه من خلال تسليط الضوء على الأثر الذي تحدثه الوساطة الثقافية عبر الشبكات التواصل الإجتماعي، وخاصة موقع الفيسبوك الذي تنعكس

صورتته على الطالب الجامعي المستخدم له، نظرا لأهمية هذا الموقع وإنتشاره بكثرة في الوسط الطلابي، بالإضافة أيضا الكشف عن الدور الذي يؤديه موقع الفيسبوك كوسيلة إعلامية في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعيين، وكذلك في البحث على الأثر الذي يحدثه موقع الفيسبوك لدى الشباب الجامعي من خلال التعرف والإطلاع على الثقافات الأخرى، وهذا ما نسعى إليه في دراستنا هذه وهو إظهار والوقوف على الأهمية التي تساهم فيها الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك في تشكيل وتنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي، بإضافة إلى ما ستضيفه هذه الدراسة من معرفة جديدة للبحث العلمي.

وكذلك تنظر دراستنا في البحث في الأهمية العملية

من خلال ممارسة مفهوم الوساطة الثقافية بين أوساط الشباب والجماهير وتوسيع دائرتها في عدة مجالات والقطاعات كالتعليم، الصحة، والمحاكم والإدارات من أجل تحقيق التنمية الثقافية شاملة وكذلك التشجيع على إستهلاك المنتجات الثقافية والفنية لتسهيل نشر الوساطة الثقافية.

4- أهداف الدراسة:

لكل دراسة أو بحث علمي هدف يسعى الباحث لبلوغه وتحقيقه، وعليه يمكن حصر الأهداف التي تسعى هذه الدراسة إلى تحقيقها في النقاط التالية:

- التعرف على المعنى الذي تحمله الوساطة الثقافية عبر موقع لفيسبوك بالنسبة لشباب الجامعي.
- إبراز دور الوساطة الثقافية في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي.
- الوقوف والتعرف على مختلف الأنماط الاستخدام الفيسبوك من طرف الشباب الجامعي.
- الكشف عن الدوافع استخدام الشباب الجامعيين للفيسبوك.
- التعرف على طبيعة المواضيع التي يلجأ إليها الشباب الجامعي.

5- أسباب إختيار الموضوع:

لأي بحث علمي أسباب تدفع بالباحث لاختيار موضوع الذي هو قيد دراسته، ويمكن تلخيصها في جملة من الدوافع منها دوافع ذاتية ودوافع موضوعية.

1/ الأسباب الذاتية:

- الإهتمام الشخصي بالمواضيع ذات الطابع الثقافي.
- الميل الشخصي لمعرفة مساهمة موقع الفايسبوك في نشر وتشكيل مختلف الثقافات بين الشباب الجامعين.
- الملاحظة الشخصية لإنتشار الوساطة الثقافية في العديد من المجالات وعدم إعطائها أهمية.
- العمل على توسيع دائرة مفهوم الوساطة الثقافية وإنشاء قسم لها داخل المؤسسات بمختلف أنواعها.

2/ الأسباب الموضوعية:

- قلة الدراسات المتعلقة بالوساطة الثقافية.
- إثراء وتزويد المكتبة الجامعية ببحث علمي جديد.
- محاولة تسليط الضوء على الوساطة الثقافية وإبراز أهميتها في أوساط الشباب الجامعين.
- فتح هذه الدراسة لأفاق وتطلعات جديدة للبحث في مجال علوم الإعلام والاتصال.
- توضيح كيفية إستغلال الشباب الجامعي لموقع الفايسبوك في تدعيم هويته الثقافية، وزيادة وعيه الثقافي.
- محاولة التعرف على دور الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي .

6- تحديد مصطلحات ومفاهيم الدراسة :

الأثر:

لغة: الأثر ما بقي من رسم الشيء و التأثير، إبقاء الأثر في الشيء ، وأثر في الشيء، ترك فيه أثرا.¹

إصطلاحا :

تعرفه موسوعة علوم الإعلام والاتصال بأنه نتيجة الفعل الذي ظهر جراء مؤثر ما.²

وكذلك يقصد بالأثر تلك العلاقة بين أفراد الجمهور ووسائل الإعلام وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه بهدف إستمالتهم لكي يتعرضوا لمحتواها.³

إجرائيا:

في هذه الدراسة يقصد بالأثر هو مايمكن أن يحدث من تغير في المواقف والسلوكيات والأراء والمعلومات من خلال إنتقال رسالة إعلامية للمتلقي وهو الطالب الجامعي الذي يتفاعل مع تقنية الفيسبوك من خلال تلقيه لمعلومات جديدة منه.

¹ ابن منظور : لسان العرب ، ط 1 دار المعارف ، مصر ، 2007 ، ص 25
² سهام بوقلوف : إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والإجتماعية ، دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفيس بوك ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال ، دراسات جمهور ، كلية علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر 3 ، الجزائر ، 2017 / 2018 ، ص 34
³ السعيد بومعيرة : أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب ، دراسة إستطلاعية بمنطقة البلدية ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، جامعة الجزائر ، الجزائر ، 2005 / 2006 ، ص 29

الوساطة:

لغة:

في قاموس أكس فورد نجد الوساطة: بمعنى توسط، حل النزاع: médiation¹.
وفي (القانون الدولي العام): محاولة دولة أو أكثر فض نزاع قائم بين دولتين أو أكثر، عن طريق التفاوض الذي تشترك هي أيضا فيه.²

إصطلاحا:

تعرف (Hellène vuerec et les belle fabre) :

الوساطة" بأنها مجموعة من النشاطات والفاعلين والأماكن والأزمنة" أي أنها تتمثل في الممارسات الأفراد باستخدام مجموعة من الوسائل والأدوات لتفعيل العلاقة بين طرفين، إما شخص وشخص وآخر أو شخص ومعلومة . الخ. وبالتالي فإنها تعمل على تنظيم العلاقات الإنسانية.³
وتعرف الوساطة الثقافية أيضا : هي شكل معين من أشكال الوساطة يجمع بين جميع الإجراءات التي تهدف إلى جعل الناس _ الجمهور والمشاركين _ على إتصال بعمل فني (الرسم، التركيب، اللعب، الأداء الفني، العمل الأدبي أو السينمائي والعمل الموسيقي) وما إلى ذلك.⁴
وتعرف أيضا: على أنه إستخدام مصطلح "الوساطة الثقافية " في كيبك منذ عام 2000 لتحديد إستراتيجيات للعمل الثقافي في تركيز على حالات التبادل والإلتقاء بين المواطنين والدوائر الثقافية والفنية، يتميز ب:

¹ محمد بدوي : قاموس أكس فورد المحيط ، أكاديمية أنتر ناشيونال ، بيروت ، 2003 ، ص 658

² شوقي ضيف : معجم الوسيط ، ط4 ، مكتبة الشروق الدولية ، مصر ، 2004 ، ص 1031

³ ديموش أسامة : الوساطة في المكتبات العمومية في الجزائر ، مجلة علمية تصدر عن مختبر المعلومات والأرشيف ، الجزائر ،

العدد رقم 07 ، 2016

⁴ : La médiation culturelle

على الرابط https://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9diation_culturelle : 2020/06/05

1- تنفيذ موارد الدعم والإبداع والتدخل المخصصة للسكان المحليين والجمهور في الوسط الثقافي.

2- هدف تعزيز تنوع أشكال التعبير وأشكال المشاركة في الحياة الثقافية.¹

وكذلك أيضا يتم تعريف "الوساطة الثقافية" هي مجموعة من الإجراءات التي تهدف، من خلال وسيط

- الوسيط الذي يمكن أن يكون محترفا ولكن أيضا فنانا أو ميسرا أوقريبا إلى وضع فرد أو مجموعة

على إتصال بإقتراح ثقافي أو فني من أجل تعزيز فهمهم ومعرفتهم وتقديرهم.²

ويعرفها أيضا " جان فرانسوا سيك" إنها العلاقة بين إثنين، المساحة الفارغة التي نلتقي حولها، الجدل

الذي يفصل ويقلل، المصطلح الثالث الذي يربط ، مما يسمح للإثنين بإيجاد معنى واحد تلو الآخر.³

وكذلك يعرفها " فرانسيس جينزون " : الوساطة بين ماذا وماذا ؟ بين من ومن ؟ (...). ماهو إستخدام

قيم المشاركة التي عفا عليها الزمن ؟ يجب ألا ننسى أن القيم لم تكن موجودة أبدا على النحو، بل

يجب تقديرها (...). كل واحد موجود فقط كمنتج للمعني، بقدر ماهو قادر على مشاركة المعنى مع

الأخرين.⁴

¹ الوساطة الثقافية في مدينة مونتريال ، جدول أعمال القرن 21 للثقافة في كيبك ، فبراير 2008 ، ص 14 (pdf)
على الرابط <http://montreal.mediationculturelle.org/quest-ce-que-la-mediation-culturelle> : 2020/06/05

² أبو درار ، برونو نسيم وفرانسوا ميريسس : الوساطة الثقافية ، تاريخ النشر 2016/10/25
على الرابط <https://www.nonfiction.fr/article-8564-quest-ce-que-la-mediation-culturelle.htm> : 2020/06/05

³ **Definition de la mediatin culturelle** على الرابط :

https://fr.wikibooks.org/wiki/La_m%C3%A9diation_culturelle على ، 2020/06/05

⁴ **Marie-Christine Bordeaux et Élisabeth Caillet** La médiation culturelle : Pratiques et enjeux théoriques

على الرابط : <https://journals.openedition.org/culturemusees/749>

إجراءات:

في دراستنا هذه تعني الوساطة الثقافية هي تلك الأداة أوالتقنية الغير المباشرة ،التي يستخدم فيها الشباب الجامعي موقع الفايسبوك كبيئة ووسيط رقمي لنشر واكتشاف ثقافات مختلفة، تسمح بتقليل من الفجوة بين الفن وال جماهير بسبب حواجز الثقافية. وكذلك تنمية وعيه الثقافي في شتى المجالات.

موقع الفيسبوك:

لغة:

"الفيس بوك بالانجليزية facebook واختصار (fb) أو (FB)

هو موقع الكتروني تم إطلاقه رسميا 4 شباط فبراير 2004م وهو يستخدم لتواصل الإجتماعي ويعتبر الشبكة الأكثر شعبية وشهرة على الأنترنت.¹

إصطلاحا:

"هو موقع الكتروني للتواصل بين المستخدمين حول العالم، ويمكن لأي شخص قادر إنشاء موقع له في حساب الفايسبوك بسهولة وبدون مقابل مادي،ويهدف الموقع الربط بين الأصدقاء والتعرف على أصدقاء جدد أو البحث على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب، ويمكن للمشاركين في الموقع الاشتراك في شبكة أو أكثر.²

ويعرف على أنه " هو شبكة إجتماعية إستأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لاتتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها عام (2004)،في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى (مارك زوكر بيرج)

¹ محمد مروان : تعريف الفيسبوك ، مواقع التواصل الإجتماعي ،2019/01/25

² حميدة خولة وقاسم مريم : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي ، دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفايسبوك - لجمعية ناس الخير - مذكرة لنيل شهادة الماستر ، قسم علوم الاعلام والاتصال ، تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، 2014 - 2015 ، ص 8

وكانت مدونته (الغيس بوك) محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحود أصدقاء (زوكبيرج) الطالب المهوس في برمجة الكمبيوتر.¹

ويعرف أيضا على أنه " تعد شبكة فيس بوك من أفضل الشبكات الإجتماعية إستخداما في لعام كما أنها هي سبب الرئيسي للنمو في هذا القطاع، حيث تشهد نمو سريعا في دول مثل البرازيل والهند وإندونيسيا لدرجة أن هناك نحو 837 مليون شخص سوف يستخدمون فيس بوك العام 2012 بزيادة 27،4/ على العام 2011".²

ويعرف موقع الفيسبوك أيضا " هو موقع إلكتروني للتواصل الإجتماعي، وقد عرف موقع الويب أوبيديا الموقع الإلكتروني الإجتماعي على أنه: التعبير المستخدم لوصف أي موقع إلكتروني يخول مستخدميه إنشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية.³

إجرائيا:

هو أحد المواقع التي تنشأ على شبكة الانترنت والتي يمكن من خلاله للأفراد التواصل فيما بينهم عبر تبادل الأفكار والمعلومات والثقافات المختلفة. ونقصد بالفيسبوك في دراستنا هو "موقع الكتروني لتواصل الاجتماعي، يتيح لطلاب الجامعيين تبادل المعلومات و تعلم لغات وثقافات المختلفة والتفاعل فيما بينهم ويتيح للأفراد فرصة تبادل المعلومات والمنتجات والسلع والأخبار والآراء ونشر مختلف الثقافات المجتمعات الأخرى."

¹ نسرين حسونة : الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص و (الوظائف) ، شبكة الألوكة ، ص 4

² ياسين خضير البياتي : الإعلام الجديد ، الدولة الافتراضية الجديدة ، ط1 ، دار البداية للنشر ، عمان ، 2014 ، ص

³ ليلى أحمد جرار : الفيسبوك والشباب العربي ، ط 1 ، مكتبة الفلاح للنشر ، الكويت ، 2012 ، ص 51

الوعي:

لغة:

الوعي: الحفظ والتقدير، الفهم والسلامة و (الإدراك) .¹

إصطلاحاً:

يعرف الوعي على أنه معرفة للفرد بالشيء أو الأمر حيث يسمع عنه ولكنه تنقصه المعلومات التفصيلية الكاملة عنه، أما العلامة محمد بن أبي بكر الرازي فقدم الوعي: " أنه الحفظ والمعرفة فعندما يقال أن الفرد قد وعي الحديث أي حفظه.²

إجرائياً:

يقصد بالوعي في هذه الدراسة على أنه حالة من التنبه و اليقظة في الشعور و العقل لمواقف النقص للإنسان، والغفلة على مستوى الذات و الآخرين والمحيط المعاش والعلاقات وكل مايتعلق بالجانب الاجتماعي والثقافي والعمل على تميته .

الثقافة:

لغة:

ثقّف، ككرم وفرح، وثقفاً وثقفاً وثقافة: صار حاذقاً، خفيفاً، فطناً، فهو ثقّف.³

¹ شوقي ضيف ، مرجع سبق ذكره ، ص 1045

² عبد الرحمن مجدي : دور الصحافة الإلكترونية في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالب الجامعي ، دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم العلوم الإنسانية بالجامعة ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم الإنسانية

والاجتماعية ، صحافة مطبوعة و إلكترونية ، جامعة أحمد دراية ، أدرار ، 2019 ، ص 14

³ مجد الدين محمد الفيروز أبادي : قاموس المحيط ، دار الحديث ، القاهرة ، 2008 ، ص 218

إِصْطِلاَحًا:

إن أول تعرف أنثروبولوجي للثقافة هو ذلك الذي إقترحه الإنجليزي تايلور (taylor) في كتابه للثقافة البدائية الصادر سنة 1871م، والذي عرف فيه الثقافة بأنها " ذلك الكل المركب الذي يشمل المعارف والمعتقدات والفن والقانون والأخلاق والعرف وغيرها من القدرات والعادات التي يكتسبها الإنسان بصفته عضوا في المجتمع.¹

الوعي الثقافي:

إِصْطِلاَحًا:

يعرف بأنه " حالة من اليقظة الوجدانية الانفعالية ترتبط بالمعرفة والفهم مما يمكن الفرد من التعامل مع القضايا والمشكلات بشكل إيجابي حيث يقدم الحلول والبدائل التي تتم عن إدراكه السليم لتلك القضايا والمشكلات.²

إِجْرَائِيًا:

يقصد بالوعي الثقافي في هذه الدراسة المستوى المعرفي والثقافي للشباب الجامعي ومدى إدراكه للأهمية الثقافية في حياته اليومية، مما يجعله يتميز عن الأشخاص الآخرين بالإطلاع الدائم على كل ما هو جديد في شتى المجالات الثقافية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية.

¹ عبد الغاني حميد : سوسيولوجيا الثقافة ، المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة ، ط 1 ، بيت النهضة للنشر ، بيروت ، 2002 ، ص 31

² حامد سعيد الجبر : واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت ، مجلة كلية التربية ، جامعة الأزهر / العدد 172 ، جزء الثاني ، ديسمبر 2017 ، ص 83

الشباب الجامعي:

اصطلاحا:

يقصد بالشباب الجامعي مرحلة تقع ما بين 19 و 24 سنة، وهي الفترة التي يكون فيها الشباب قادرا على القيام بأدوار اجتماعية و يستطيع المشاركة الفعالة في شتى مناحي الحياة المختلفة، ويكون قادرا على الممارسة الناضجة لحقوق الراشدين، والإلتزام الواعي بواجباتهم.¹

إجرائيا:

يقصد بالشباب الجامعي في هذه الدراسة بأنهم النخبة والفئة الجامعية المتمكنة ولهم القدرة على التكيف و التغيير مستقبلا، ويزاولون دراستهم في جامعة قاصدي مرباح بورقلة بكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية ، قسم علوم الاعلام والاتصال ويستخدمون موقع الفيسبوك وينشطون فيه بكثرة، من خلال نشر ونقل مختلف نشاطاتهم الثقافية كونهم كوسيط لنقل الثقافة بين مختلف أفراد العالم.

7- الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تطرقت لموضوع الوساطة الثقافية وتناولته من عدة زوايا مختلفة، ولكن أغلب الدراسات التي وجدناها هي دراسات أجنبية، وقد بحثنا كثيرا ولم نجد دراسات بالعربية أو محلية فجل الدراسات التي عثرنا عليها أجنبية وسوف تستعرض هذه الدراسة بعض الدراسات التي تم الإستفادة منها بعد ترجمتها إلى لغة العربية.

الدراسات الأجنبية:

الدراسة الأولى:

1 – Présentée par Ferdaous Louhichi : "La communication numérique

¹ عبد الحليم مهور باشة : اتجاهات فئة الشباب الجامعي نحو المشاركة في الإنتخابات الرئاسية في الجزائر ، مداخلة ودراسة وأوراق تحليلية ، سياسات عربية ، جامعة سطيف 2 / العدد 13 ، مارس 2015 ، الجزائر ، ص 108

des institutions culturelle "، le musée d'éthnologie et la médiation de la mémoire sociale vie facebook ، (2018) ، thèse en vue de l'obtention du grade de docteur ، en sciences de l'information et de la communication. d Aix-Marseille universités .

- التواصل الرقمي للمؤسسات الثقافية وتركز بشكل خاص على وساطة الذاكرة الاجتماعية لمتاحف علم الأعراف عبر شبكات التواصل الاجتماعي، فيسبوك على وجه الخصوص.
- كان هدفها هو التشكيك في الطريقة التي تنتج بها المتاحف الوساطة الثقافية على الشبكات الاجتماعية، وفهم عملية البناء المشترك للذاكرة الاجتماعية النابعة من ديناميكيات التفاعلات الرقمية بين المنتجين والمستقبلين.
- استخدمت عينة لحالة من ثلاث متاحف الاعراق (متحف الحضارات في أوروبا والبحر الابيض المتوسط في مرسيليا، Mucem ومتحف حضارة كيبك (MCQ) ، والمتحف الفلسطيني في بيرزيت، والمتحف الفلسطيني (PM)، واستخدمت أداة ملاحظة بالمشاركة والبحث والتحليل الوثائقي والمقابلات شبيهة المنظمة لجمع البيانات .
- وكان من أبرز نتائجها في خطابات متاحف الإثنولوجيا حول سياستهم الثقافية، يبدو أن المنتجين يعتبرون متحف الإثنولوجيا مكانا للمعرفة والافكار المفتوحة ويخلق لقاء في خطاباتهم على الشبكات الاجتماعية.
- تتناول المتاحف الثلاثة مواضيع أساسية مشتركة تميز الاستراتيجية الثقافية لمتحف علم الأعراف وبذلك تتم الإشارة إلى أربعة عشر موضوعا منها الوقت، والفنون والثقافات والاتصالات والاعلام والاطار الجغرافي والاشخاصالخ.
- يمكن توسيع هذه المواضيع إلى أي عمل ثقافي للوساطة عبر الشبكات الاجتماعية ، يظهر تحليل العلامات الخطابية أن هذه المتاحف تقدم واقعا يجب تأكيده وعالم حقيقي، إنهم يشركون مستخدمي الأنترنت في عمل المتحف و يتحدثونهم و يحدثونهم على الاجراء المقترح، من خلال الإشارة إلى المعرفة التي يمتلكها الأشخاص حول العالم.

- كشفت دراسة الوساطة الثقافية من خلال التحليلات المتقاطعة لخطب المتاحف ومستخدمي الأنترنت حول حدث خاص بكل متحف، عن نتائج تظهر التحليلات المعرفية الخطابية لخطابات المتاحف حول الأحداث المحددة التي تمت دراستها أن أسلوبها هو السرد إلى حد ما.¹

- الدراسة الثانية:

2- Aline Gohard :radenkovic ,university of friboug Denis lussier
,McGill University
Hermine penz ,University of Griaz. Cultural
.mediation in language learning and teaching

جنيف زاراتي: المعهد الوطني للغات وحضارات الشرقيون، أول بحث متوسط لأجل الأنشطة
(2000-2003)

- دراسة على عينة من المعلمين من أربع دول وهي: يوغوسلافيا 32 معلم، كرواتيا 70 من أصل 550 معلم، مالطا 30 من أصل 100 معلم ، سلوفينيا 25 18 من أصل معلما. بالإعتماد على الأدوات البحثية التالية:

- الاستبيان (الاستفتاء)، المقابلات شبه موجهة، الفلم الإثنوغرافي، الملاحظة التشاركية، نهج السيرة الذاتية.

1 Présentée par Ferdaous Louhichi : "La communication numérique

des institutions culturelle "، le musée d ethnologie et la médiation de la mémoire sociale
vie facebook ، (2018) ، thèse en vue de lobtention du grade de docteur ، en sciences de
linformation et de la communication. d Aix-Marseille universités .

- الممثلين الوطنيين من 1,2,2 في إطار مشروع كرواتيا ومالطا وسلوفينيا وجمهورية مقدونيا اليوغوسلافية السابقة عبر عن الاهتمام مشترك بالتعاون في التركيز كانوا على العمل الجماعي على الأهداف العامة التالية :

- ايجاد عناصر الوعي الثقافي في الوثائق الرسمية مثل الوطنية في كل من الدول المشاركة
 - معرفة ما إذا يشجعون الوعي بين الثقافات وقبول الآخر.
 - معرف ما إذا كان هناك ارتباط بين متطلبات المناهج ومتطلبات الكتب المدرسية المعتمدة رسميا.
 - معرفة ما إذا كان المعلمون لديهم كفاءات اللازمة للعمل الوسيط الثقافيون بين الكتب والطلاب
- الأهداف المحددة لهذه المجموعة الفرعية هي :

- تحديد أنواع التمثيلات الثقافية - تحديد كفاءات المعلمين بناء على خبراتهم وممارساتهم - تحليل فهم المعلمين واستخدامهم للمواد فيما يتعلق بثقافتهم وتحديد كفاءات الوساطة¹.
- تمثلت إشكالية البحث في : هل معلمين اللغة قادرين نظرا لتدريسهم وخبراتهم ليكونوا فاعلين اجتماعيين في تطوير الكفاءة بين الثقافات للعمل كوسيط ثقافي أو حتى إسناد مثل هذا الدور إلى أنفسهم في الطريقة التي يعملون بها في اللغات الحديثة ؟.

حيث قاموا بطرح التساؤلات التالية :

- 1- ما هي المواقع والممارسات اللغوية والثقافية للمعلمين ؟
 - 2- ما هي تصورات ومواقف المعلمين فيما يتعلق بالثقافات الأخرى ؟
- ما هي الخبرات الوساطة التي يستطيع المعلمون الاستفادة منها ؟

1 : بعنوان Aline Gohard ,radenkovic ,university of friboug Denis lussier ,McGill University

Hermine penz ,University of Griaz. Cultural mediation in language learning and teaching.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أن المواقع ولغات والممارسات الثقافية للمعلمين تتلخص في اختيار المعلمين السلوفاكية والانجليزية كلغتين للتواصل ويميلون إلى الكلام باللغة المستخدمة في البلد المضيف إذا كانت لديهم الإمكانية ويقول المعلمين أنهم يستخدمون الأدلة والكتب لتنظيم سفرهم ويقرؤون بشكل عام بالأجنبية.

- أن تصورات المعلمين واتجاهاتهم فيما يتعلق بالثقافات الأخرى بميل لرؤية مواطنيهم والترحيب والعمل الجاد حيث يتحول التفسير على التصورات وجه لوجه في اللغة السلوفاكية والفرنسية والانجليزية والألمانية

- نصف المدرسين يقولون أن السلوفاكية تمثل لغتهم الأم ويقولون أن المجرى يمثل شيئاً آخر غير لغة ثانية مرتبطة بالمدرسة والحياة المهنية بما في ذلك كونها لغة يتحدثون بها مع الأصدقاء وهم أكثر وأقل في اتفاق على تكييف محتوى برنامجهم ليأخذوا في الاعتبار أصول الطلاب الثقافية . وأنهم منفتحون لتحدث بأكبر عدد ممكن من اللغات لديهم تصورات ايجابية إلى حد ما فيما يتعلق بالاختلافات الثقافية ويتفقون على أن معرفة السلوفاكية تمنح المتعة في قراءة المؤلفين .

- الفرنسية والانجليزية والألمانية : ينظر المعلمين إلى أنها تمثل انفتاحاً على الأخر والثقافات كذلك متعة القراءة والكتب وتوفير امكانية أن تكون قادرة على المنافسة مهنياً.

- تخضع تجارب الوساطة التي يمكن للمعلمين الاعتماد عليها لعدة تجارب وقيود بما في ذلك تصوراتهم الخاصة فيما يتعلق بسلامة الأساسية لبعض مناهج التدريس فضلاً عن الإستراتيجية المستخدمة .

- المعلمين متفقون حول خلق مناخ من الثقة والرفاه واحترام الثقافات الأخرى واحترام التنوع الثقافي .

- الدراسة الثالثة :

3- par : rafaël peregrina : Instagram comme forme de médiation culturelle ?
mémoire étude de cas : la stratégie du musée des beaux-arts de Montréal ,

présente comme exigence partielle de la maitrise en communication ,
universités du québec à montréal , avril , 2019.

instagram حيث كانت تحديد سؤال بحثهم : استراتيجية الحساب وكذلك محتوى منشورات
لمتحف مونتريال للفنون الجميلة تشارك في شكل الوساطة يمكننا تحديدها في منشورات
المتحف ؟

ينقسم هذا السؤال الرئيسي هذا السؤال الرئيسي إلى ثلاث أسئلة فرعية:

1- ماهي الوظائف المختلفة (اتصالات المعلومات أو الوساطة) التي يمكننا تحديدها في
منشورات المتحف ؟

2- كيف يتصور المتحف علاقته مع المشتركين ؟

3- هل تعد عملية نشر محتوى المتحف جزء منه في وظيفة الوساطة ؟

يتكون المشروع البحثي من:

دراسة حالة لمتحف مونتريال للفنون الجميلة MMFA ، تحشد نوع النهج نوعي ، وقاموا

بتحليل محتوى المنشورات على عينة من 173 منشور من المتحف وكذلك المعلومات

التي تم جمعها من خلال مقابلة مع مدير المحتوى الرقمي.

- تهدف أبحاثهم الوصفية الاستكشافية إلى توليد أفكار جديدة و إلى صياغة أسئلة جديدة للبحث
في المستقبل.¹

- أيضا تقديم صورة مفصلة ووصف للظاهرة.

- إختاروا في هذه الدراسة الإنستغرام و RSN الذي يسمح لك مشاركة صورة ومقاطع الفيديو
والخاصة بك مع الشبكة الخاصة بك.

وتوصلوا إلى عدة نتائج منها:

- تشكل الألبومات ثلث المنشورات في عينتنا .

1 : par : rafael peregrina : Instagram comme forme de médiatin culturelle ? etude de cas : la
statégie du musée des beaux-arts de montréal , mémoire présente comme exigence partielle de
la maitrise en communication , universités du québec à montréal , avril , 2019

- المحتويات هي في الغالب صور لأعمال في السياق وكذلك صور مع زوا.
- تستخدم بشكل رئيسي للترويج للمعارض، المجموعات والأنشطة أو لتوثيق الأحداث داخل المتحف.
- الأعمال المنشورة هي أولاً وقبل كل شيء الحجج للزوار لإنتقال إلى المتحف.
- أبعد من الجانب الترويجي، فهو الرابط بين الزوار والمتحف المطلوب.

التعقيب على الدراسات السابقة:

- تمت الاستفادة من الدراسة الأولى في تحديد وظبط المفاهيم وكذلك فهم موضوع الوساطة الثقافية في الدراسة، كما تتشابه الدراسة مع دراستنا في متغيرات الدراسة الوساطة الثقافية و موقع الفيسبوك ونوع العينة، كما تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في أداة جمع البيانات ومنهج الدراسة.
- تمت الاستفادة من الدراسة الثانية في فهم الموضوع، حيث تتشابه مع دراستنا في المتغير التابع (الوساطة الثقافية)، والمنهج المتبع وأداة جمع البيانات (استمارة الاستبيان) ونوع العينة و تختلف عن دراستنا في مجتمع البحث دراستنا كانت على الطلبة ومجتمعهم على المعلمين.
- تمت الاستفادة من الدراسة الثالثة في فهم الموضوع ، تتشابه الدراسة مع الدراسة الحالية في متغير الوساطة الثقافية، كما تختلف في موقع استخدمت الانستغرام ودراستنا في موقع الفيسبوك في طبيعة المنهج حيث اعتمدت الدراسة على نهج النوعي ودراستنا على المنهج الوصفي وكذلك في أداة جمع البيانات استخدمت تحليل محتوى ومقابلة ودراستنا استمارة استبيان.

8 - منهج الدراسة وأدواتها:

عند القيام بأي دراسة لابد من إتباع خطوات فكرية منظمة وهادفة إلى بلوغ نتيجة ما يسعى إليها الباحث.

تعريف المنهج:

المنهج مجموعة من القواعد العلمية والمنطقية بها يتمكن الباحث من تفكيك وتركيب وربط المعلومات بموضوعية وبه تتسج الأفكار وتعرض التصورات المجسدة لها في السلوك والفعل.¹

ويعرف المنهج في البحث العلمي كما عرفه "موريس أنجلس" هو مجموع الإجراءات وخطوات الدقيقة المتبناة من أجل إلى نتيجة ما.²

حيث إعتدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي من أجل تحليل ووصف الظاهرة المدروسة.

وعليه يعرف **المنهج الوصفي** على أنه: يعتبر الطريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها لدراسة دقيقة.³

يرتكز هذا المنهج على وصف دقيق وتفصيلي للظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية رقمية، وقد يقتصر على وضع قائم في فترة زمنية محددة أو تطوير يشمل فترات زمنية عدة.⁴

كما يهدف المنهج الوصفي أنه يهتم بوصف الخصائص الدقيقة للظاهرة أو مجموعة الظواهر التي يقوم الباحث بدراستها مستهدفا التعرف على طبيعتها العامة وأوصافها وإنعكاساتها في المجال الذي تظهر فيه.⁵

وقد تم توظيف المنهج الوصفي في الدراسة من خلال الدراسة الميدانية على طلبة جامعة قاصدي مرباح بورقلة لمعرفة والإجابة على إشكالية بحثنا التي تدور حول مساهمة إستخدام موقع الفيسبوك

¹ عقيل حسين عقيل : قواعد المنهج وطرق البحث العلمي ، دار إبن كثير ، ص 6

² أحمد بن مرسل : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال ، ط4 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2010 ، ص 282

³ عمار بوحوش : مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث ، ط 4 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2007 ، ص 139

⁴ محمد عبيدات وآخرون : منهجية البحث العلمي ، القواعد والمراحل والتطبيقات ، ط2 ، دار وائل للطباعة ، عمان ، 1999 ، ص 42

⁵ مصطفى حميد الطائي : مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية ، ط1 ، دار الوفاء لندنيا للطباعة ، الاسكندرية ، 2007 ، ص 104

في الوساطة الثقافية ونشرها بين الطلاب وطبيعة العلاقة التي تربط الوسيلة بالطالب ومدى التفاعل والعمل بها، وقد إعتدنا على المنهج الوصفي حتى نضبط مجال دراستنا في حيز يمكننا دراسة جوانبه وتعرف على طبيعتها والخروج بنتائج يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة من خلال جمع المعلومات عن الموضوع وتحليل ماتم جمعه من بيانات بطريقة موضوعية تؤدي إلى نتائج خاصة بالموضوع المدروس من خلال الإعتدال على إستمارة الإستبيان.

9- أدوات الدراسة:

تعتبر أدوات جمع البيانات من الأساسيات والمتطلبات الواجب توفرها في أي بحث علمي، فهي تسمح له بإثراء دراسته خاصة فيما يتعلق بالجانب الميداني ويتم اختياره أو الإعتدال على أداة ما في أي دراسة علمية وفقا لطبيعة الموضوع المراد دراسة وكذا نوع المنهج المعتمد من الموضوع المراد دراسته وكذا نوع المنهج المعتمد من قبل الباحثين وعليه إعتدنا في دراستنا هذه على أداة لجمع البيانات وهي أداة الاستبيان.

1- الاستبيان:

لطبيعة المنهج الوصفي في الدراسة، وأيضا لجمع المعلومات حول الموضوع المدروس، والحصول على المعلومات حول أثر الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك على زيادة الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي، فإننا نجد العديد من الأدوات جمع البيانات، وقد إختارنا أداة إستمارة الإستبيان لمعالجة موضوعنا هذا ونعرفها كالآتي:

ويعرف الإستبيان على أنه " أداة لجمع المعلومات المتعلقة بالموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدة أسئلة، مرتبة بأسلوب منطقي مناسب يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها.¹

¹ ربحي مصطفى عليان وآخرون : مناهج وأساليب البحث العلمي (النظرية والتطبيقات) ، ط1 ، دار الصفاء للنشر ، عمان ،

وكذلك يعرف على هو مجموعة من الأسئلة المكتوبة والتي تعد قصد الحصول على معلومات أو التعرف على آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين، أو هو وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع بحثي معين عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد.¹

ويعتبر (الإستقصاء) أو الإسبيان من أكثر وسائل أو أدوات جمع البيانات شيوعا واستخداما في منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين، من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد.²

ويعرف بعض الباحثين الاستبيان بأنه وسيلة قائمة بذاتها وتستخدم البيانات بطريقة سريعة وعن موضوعات محددة ومن مجموعة كبيرة من الأفراد.³

وقد صممت أسئلة الاستبيان إلى خمس محاور:

- 1- المحور الأول: عادات و أنماط استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيسبوك.
- 2- المحور الثاني: دوافع استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك.
- 3- المحور الثالث: طبيعة المواضيع الثقافية التي يلجأ إليها الشباب الجامعي في موقع الفيسبوك.
- 4- المحور الرابع: الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك من وجهة نظر الشباب الجامعي.
- 5- المحور الخامس: مساهمة الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي.

10- مجتمع وعينة الدراسة:

1- مجتمع الدراسة :

¹ عبد الحكيم صحراوي : تصميم البحوث الكمية ، محاضرات وتطبيقات ، الجزء 1 و2 ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة محمد لمين دباغين ، 2015 ، ص 100

² محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، ط 1 ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2000 ، ص 353

³ طه عبد العاطي نجم : مناهج البحث الإعلامي ، ط 1 ، الكلمة للنشر ، الاسكندرية ، 2010 ، ص 335

يعتبر تحديد مجتمع البحث الخطوة الرئيسية التي يجب اتباعها قبل تحديد نوع العينة لوجود فرق بين مجتمع البحث والعينة ، فمجتمع البحث يشمل جميع الوحدات أو المفردات التي تتوفر فيهم خصائص لدراستها وهناك من يطلق عليه المجتمع الأصلي.

ويعرف مجتمع البحث على أنه جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها، سواء كانت هذه المفردات بشرا، أم مؤسس، أم أنظمة تربوية وغير ذلك.¹

وبالتالي فإن مجتمع دراستنا يتمثل في طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لجامعة قاصدي مرباح بورقلة .
2- عينة الدراسة:

تعد العينة من أهم إجراءات المنهجية المعتمدة في معظم البحوث والدراسات، وهي التي يستعين بها الباحث عند مقابلته أو دراسته لمجتمع يضم عدد كبير من المفردات وبالتالي فالعينة تسمح للباحث من إجراء دراسته على جزء معين من مجتمع دراسة.

وتعرف العينة أنها " هي مجموعة جزئية من المفردات المجتمع ويعرف عدد المفردات التي تتكون منها العينة بحجم ، ولحجم العينة أهمية كبيرة في دراسة العلاقة بين العينة والمجتمع الذي تمثله حيث أن توزيع المعاينة للوسط الحسابي يقرب من التوزيع الطبيعي كلما زاد حجم العينة.²

والعينة هي " عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم إختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.³

وبالتالي يمكن القول أن العينة هي ذلك الجزء المختار من مجتمع البحث الكلي المراد دراسته، بحيث تكون ممثلة له والتي يتم انتقاؤها وفق إجراءات علمية محددة .

وموضوع بحثنا يتعلق " بأثر الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك على زيادة الوعي الثقافي لدى الطالب الجامعي بورقلة . وعليه فإننا لجأنا إلى اختيار العينة " القصدية " ويعرف هذا النوع من العينات على

¹ سعد سلمان المشهداني : مناهج البحث الاعلامي ، ط 1 ، دار الكتاب الجامعي ، الامارات ، 2017 ، ص 43

² طه عبد العاطي نجم : مناهج البحث الإعلامي ، مرجع نفسه ، ص 124

³ محمد عبيدات واخرون : مرجع سبق ذكره ، ص 84

أنها: " العينات التي يتم إنتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم ولكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة.¹

ونظر لاتساع مجتمع الدراسة ولربح الوقت والجهد فإننا سوف نعتمد في هذه الدراسة على العينة القصدية بأسلوب " كرة الثلج " حيث يعرف هذا النوع من العينة بأنها " تقوم هذه الطريقة على اختيار فرد معين وبناء على ما يقدمه هذا الفرد من معلومات تهتم بموضوع دراسة الباحث، حيث يقرر الباحث من هو الشخص الثاني الذي سيقوم باختياره لاستكمال المعلومات والمشاهدات المطلوبة، لذلك سميت بعينة الكرة الثلجية حيث يعتبر الفرد الأول النقطة التي سيبدأ حولها التكتيف لاكتمال الكرة أي اكتمال العينة"² ، حيث تم توزيع الإستمارة الإلكترونية على طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال على صفحتي الشخصية على موقع الفيسبوك وإسترجعت 49 إستمارة.

11- مجالات الدراسة:

- 1- الحدود الزمنية: تم إجراء الدراسة منذ بداية اختيار الموضوع وخضوعه لبعض التغيرات من أكتوبر 2019 إلى غاية سبتمبر 2020.
- 2- الحدود المكانية: جامعة قاصدي مرباح بورقلة كلية العلوم الاجتماعية والانسانية قسم علوم الاعلام والاتصال.
- 3- الحدود الموضوعاتية: هذه الدراسة تعالج وتبحث عن أثر الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك على زيادة الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي بورقلة .
- 4- الحدود البشرية: يتمثل المجتمع الأصلي لهذه الدراسة في طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة خلال الموسم الجامعي 2019 - 2021.

12- المقاربة النظرية:

¹ محمد عبيدات واخرون : نفس المرجع ، ص 96
² -نادية سعيد عيشور : منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، ط1 ، دار حسين راس الجبل ، الجزائر ، 2017 ، ص

تعريف النظرية: هي وصف لتجربة معينة بناء على ملاحظة منظمة، فهي تشير إلى التراكمات النظرية التي تساعد على فهم العملية الإتصالية.¹

يعتبر المدخل النظري والمنهجي الإطار العام الذي يتبناه الباحث خلال مسيرة بحثه ولقد تعددت المداخل حسب طبيعة وأهداف ومجالات الدراسة، وبما أن "دراستنا حول الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك" فأردنا أن نهتم بنظريات جديدة تخدم الموضوع بحثنا وهي "مقترح سوسيولوجيا الإستخدام" التي لها علاقة بموضوع الدراسة ونصل في الأخير بنتائج ذات صلة بركائز النظرية.

نظرية سوسيولوجيا الإستخدام:

1- إشكالية مفهوم:

إن مفهوم الإستخدام قد اتخذ عدة اتجاهات مشكلا محورا مهما في سوسيولوجيا الإستخدام، حيث يؤكد بيار شومبار "pierre chambat" أنه من الصعب الوصول إلى تعريف محدد للإستخدام نظرا لتداخل التخصصات التي ساهمت في تشكيل المفهوم وتعددت التيارات النظرية التي بقدر مساهمت في إثراءه ، فقد أدت إلى تشتته بين تناقضات على مستوى الفاعل والمتلقي، الماكر والإجتماعي، والميكرو إجتماعي، التكنولوجي والإجتماعي، الإمبريالية والنظرية النقدية ليصل في الأخير إلى أن الإستخدام يشمل هذه الأبعاد مؤكداً أن الإستخدام هو تنظيم لممارسة الإتصال والتصورات التي تضمها، كما أن الإستخدام كمفهوم يختلف من وجهة نظر هذا الباحث حسب المتغيرات التالية: حسب نوعية الإستخدام (إستخدام منزلي أو مهني)، حسب نوعية التكنولوجيا، حسب نوعية الممارسة (لعب، عمل، تسيير منزلي، إتصال شخصي) ، حسب أشكال الإتصال (فرد، فرد أو فرد آلة).²

أما من وجهة نظر "سيراج برولكس" serag proulx يتضمن مفهوم الإستخدام على صعيد الإصطلاحي معنيين أساسيين: المعنى الأول يحيل إلى الممارسة الإجتماعية التي تجعلها الأقدمية والتكرار شيئا مؤلوا وعاديا في ثقافة ما، وبهذا فإنها تقرب من العادات والطقوس، أما المعنى الثاني

¹ - مي عبد الله : نظريات الإتصال ، ط1 ، دار النهضة العربية ، بيروت ، 2006 ، ص 14

² - بخوش فاطمة وإيمان سوكال : مقترح سوسيولوجيا الإستخدام في بحوث الإعلام والإتصال ، مجلة العلوم الإجتماعية، المركز الديمقراطي العربي ، برلين ، العدد الثاني 02 ديسمبر 2017 ، ص 185

فإنه يحيلنا إلى استعمال شئ ما سواء كان ماديا أو رمزيا لغايات خاصة وهذا ما يدفع إلى تفكير في الإستخدام الإجتماعي للعدة التكنولوجية الذي يحفز على التفكير في دلالاته الثقافية المعقدة في الحياة اليومية.¹

2 - النشأة والتطور:

ينطلق تيار سوسيولوجيا الإستخدامات الذي ركزت عليه عدة بحوث إعلامية تناولت خلاله بداية أنماط استخدامات هذه التكنولوجيات في فضاء الحياة اليومية، من منظور اجتماعي ما طرح لنا العديد الدراسات التي تم إدراجها ضمن تيار "سيولوجيا الإستخدام" والذي عكف على البحث في ما يفعله الأفراد بتقنيات الإتصال أي استخدام وسيلة معينة مع الأخذ بعين الإعتبار السياق الإجتماعي والثقافي الذي يحيط بالمستخدم .

هذا التيار شكل مجال خصبا للبحث في طبيعة العلاقة التي تجمع بين الإنسان المستخدم والوسائط الإتصالية الجديدة. الذي يعتبر أن المستخدم فاعلا مستقلا يتمتع بقدرة الإبداع و يمكننا القول أن المقاربات التقليدية مثال " الإستخدامات الإشباعية" غير كافية ومؤهلة لفهم طبيعة الإستخدام الإجتماعي لتكنولوجيا الإعلام والإتصال والتي تحاول سوسيولوجيا الإستخدام أن تتعمق في فعل الإستخدام" هذا، محاولة الإبتعاد عن النظرة السطحية في فهم هذا النشاط وما يحيط به من علاقات ومتغيرات .

تم توظيف مفهوم " الإستخدام " في حقل سوسيولوجيا الإستخدامات الذي يعرف كتيار بحث يبتعد عن تيار الحتمية التكنولوجية الذي يقوم على فكرة القوة الكبيرة والخرافية للتكنولوجيات وترى بأنها قادرة على إحداث التغيير الإجتماعي إذ يمكن التفكير بأن تكنولوجيات معينة تولد استخداما واحدا فقط. و يسعى إلى دراسة ظواهر الإستخدام حيث اهتم هذا التيار بدراسة العلاقات الإجتماعية والتقنية التي تنشأ بين الأفراد والأشياء التقنية .²

¹ نصر الدين لعياضي : الرهانات الإستراتيجية والفلسفية للمنهج الكيفي : نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والإتصال في المنطقة العربية ، جامعة الشارقة ، الإمارات العربية المتحدة ، العدد 107 ، 2010 ، ص 20

² مهدي سامية : مواقع الشبكات الإجتماعية ، قراءة في سوسيولوجيا الإستخدام ، 2016 /03/31 ، الجزائر ، ص 167

في هذا المجال تبين الباحثة Jouet Josiane مسار دراسات الإستخدام في فرنسا مع بداية الثمانينيات مع العديد من دراسات الإستخدامات اليومية للتقنيات (الهاتف، المينيتال، الكومبيوتر...) وغيرها من التقنيات، حيث شكل تيار بحث يطرح مجموعة من الأسئلة والتي تتناقض مع الأعمال الأنجلوساكسونية المنجزة حول وسائل الإعلام .بعد ذلك تسير الدراسات إلى دعم الإستخدامات وتجاوز المصممين وتشير إلى انه ذات الوقت الذي نشر فيه الباحث ميشال دو سيرتو *certeau dr Michel* مؤلفه ابتكار الحياة اليومية، فنون الأداء العملي لتسليط الضوء على الحيل والتكتيكات التي يقوم بها المستخدمون في كيفية استخدام التقنيات، ويرى في كتابه " أن مسائلة الممارسات اليومية التي من المفترض أنها سلبية، أم ايجابية... لإستخراج نماذج أفعال المستخدمين في حالة يهemin عليها المتلقي والتي تعني أنها ليس سلبية وتتصاع للواقع الثقافي والإجتماعي كما أن الممارسات اليومية يتخللها الإبداع .

حيث قام ميشال دو سيرتو *certeau dr Michel* ، بتحليل الفارق بين الإستخدامات المبتكرة والإستخدامات الملاحظة طارحة لفكرة وجود عالمين.عالم الإنتاج وعالم الإستهلاك والإستخدام، يعتبر إعادة تأهيل الدور النشط للمستخدم في البحث في سنوات الثمانينيات هو بالتأكيد عمل ميشال ديسرتو الذي لم يستخدم مصطلح " المستخدم " لإشارة إلى الشخص الذي يستخدم وسائل الإعلام ولكنه يعمل بمصطلح " الإستخدامات " التي تشير إلى " فن الأداء العملي " و طرق الأداء العملي . ثم بعد 1985 اهتمت الدراسات على تأثير المستخدمين في بناء الإستخدامات، حيث أن إستخدام التقنية يتطلب الحصول على عدد من المعارف والمهارت، مع تسليط الضوء على ذهاب وايباب المستخدم و المصمم أو التضامن بين الإنسان والألة، لتنتقل دراسات استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال بعد 1990 في تطوير المجال المهني ¹.

3 - إسهامات مقرب سوسيولوجيا الإستخدام في فهم الظاهرة الإتصالية :

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

¹ مهدي سامية : مرجع سبق ذكره ، ص 168

المحور الأول: تناسل الإستخدام (la généalogie des usage)

تمدنا مقارنة سوسيولوجيا الاستخدام في فهم الظاهرة الاتصالية في بعدها التاريخي بعناصر الفهم التالية :

هناك تسلسل موجود في استعمال الأدوات الاتصالية الحديثة و التقليدية، الاستخدام يتغذى من الماضي وتكون امتداد للممارسات الاجتماعية السابقة، النتيجة الطبيعية لهذه الملاحظات أن هناك تسلسل وتهجين داخلي لوسائل الاتصال، ويقدم الباحث في ذلك مثال البريد الالكتروني كتهجين بين الكتابة في التبادلات التراسلية ولغة المتحدثة على الهاتف، ولا يمكن بذلك تحليل الخيارات التكنولوجية خارج إطارها التاريخي.¹

المحور الثاني: التملك (Appropriation)

التملك الإجتماعي يقصي فكرة أن المستخدمين عبارة عن كتلة من المستهلكين ويحمل بعد معرفي وامبريقي ويقدم في مقارنته للظاهرة الاتصالية عناصر الفهم التالية:

- تشكيل الاستخدام مرتبط أساسا باكتساب مهارات وخبرات استخدام تكنولوجيا الاتصال، حيث تعمل عمليات التملك الاجتماعي على بلورة طرائق استخدام التقنية.
- التملك هو السيرورة التي من خلالها تتحول الوسيلة التقنية إلى أداة اجتماعية يجمع أحيانا البعد الذاتي المتمثل في بناء والبعد الجماعي.

المحور الثالث: الروابط الاجتماعية (les liens sociales)

ثالث محور للتحليل الاستخدام هو تهيئة الروابط الاجتماعية من خلال كل ما هو جمعي وإعادة التعريف بأشكال التبادلات الاجتماعية.

المحور الرابع : الاستخدام والعلاقات الاجتماعية (l'usage et les rapports sociaux)

آخر مدخل مقترح من طرفه من أجل استخراج علاقة سوسيولوجيا الاستخدام بحقل الاتصال من خلال العناصر التالية:

¹ بخوش فاطمة وإيمان سوكال : المرجع السابق، ص 193

- الباحث يذكر أن الاستخدام تم تناوله من طرف الباحثين كبناء اجتماعي وعلاقته مع تطور أنماط الحياة العائلية والمؤسسة.
- حضور تكنولوجيا الاعلام والاتصال ليست حيادية وتجعل النظام السائد محل مساءلة في مختلف المجالات سواء مهنية عائلية جماهيرية، لأن العلاقات الاجتماعية يتم تشكيلها من خلال ممارسة الاتصال.
- الدراسات تحلل تكوين الاستخدام في العلاقة مع تطور أنماط الحياة والعائلة والمؤسسة، التحولات الاقتصادية والاجتماعية.
- التكنولوجيا هي في الحقيقة هي موضوعات رمزية ، تشكل رهانات السلطة والتراتبية وتوزيع الأدوار ، فإنشغال المرأة في الأعمال المنزلية والاهتمام بالأطفال يجعلها أقل تحكم في التكنولوجيا.¹

4 - البناء الاجتماعي للإستخدام:

يقترح serge prouhle خمس مستويات لنموذج تحليل سوسيولوجيا استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الذي يتكون من خمس مستويات للتحليل عرضها على النحو التالي:

1- المستوى الأول: التفاعل الحواري بين المستخدم والجهاز التقني (الأداة التقنية):

يتعلق هذا المستوى بتسلسل التفاعلات التي تميز العلاقة (الإنسان_ الآلة عندما يتعامل مستخدم بشري مع جهاز تقني).

1- المستوى الثاني: التنسيق بين المستخدم ومصمم الجهاز (الأداة التقنية):

فكرة المزوجة بين افتراضية المصمم وافتراضية المستخدم.

2- المستوى الثالث: حالة الإستخدام في سياق الممارسات :

توجد نماذج استخدامات ونماذج استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في سياق محدد للممارسات الاجتماعية (العمل، أوقات الفراغ، الأسرة) في هذا السياق المعطى للحياة يوميا، ويستمد المستخدم الكائن الفني بمعاني ذاتية.

¹ بخوش فاطمة وإيمان سوكال ، المرجع السابق ، ص195

3- المستوى الرابع: الإرساء الاجتماعي والتاريخي للاستخدام ضمن هياكل كبرى:

ترتكز الاستخدامات في مجموعة من الهياكل الكلية (التدريب، المصفوفات الاستطلاعية و الثقافية وأنظمة العلاقات الاجتماعية) التي تشكل الأشكال والأنماط والروتين.

4- المستوى الخامس: إدراج الأبعاد السياسية و الأخلاقية في تكوين المستخدم.¹

إسقاط مقارنة سوسيولوجيا الاستخدام على الدراسة الحالية:

ساهمت مقارنة سوسيولوجيا الاستخدام في تفسير ماتقوم به الوسائل التكنولوجية من خلال تفاعل الفرد مع الوسيلة التكنولوجية وكيفية العمل بها، فأصبحت الوسائط الجديدة والوسائل التكنولوجية محل اهتمام الكثير من الأفراد الذين يستخدمونها في الحصول على المعلومات، حيث تحاول الدراسة الحالية الكشف عن " أثر الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك على زيادة الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي " وذلك بإعتبار أن الشباب أكثر عرضة للوسائل التكنولوجية بحيث يتفاعلون ويتلقون ماتبتئه مواقع التواصل الإجتماعي خاصة موقع الفيسبوك الذي يلقي إقبالا كبيرا في الوقت الحالي من مضامين وأخبار في شتى المجالات باحثين عن ماينمي فكرهم ويغذي ثقافتهم ويزيدهم وعيا.

1 Serge proulx : **penser les usages des tic aujourd'hui : enjeux ، modéles ، tendances** :

presses universités de bordeaux ، 2005, pp 9-11

على الرابط : <https://sergeproulx.uqam.ca/wp-content/uploads/2010/12/2005-proulx-penser-les-usa-43.pdf>

الفصل الثاني:
الجانب التطبيقي

تمهيد:

يعتبر الجانب الميداني للدراسة ركن مهم في إعداد البحوث العلمية والأكاديمية لما له من مصداقية في النتائج المتوصل إليها عن طريقه ، فهو يقوم بجمع المعلومات من أرض الواقع ففي إطار موضوع دراستنا المتمثل في أثر الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك على زيادة الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي بورقلة ، سنقوم بتوزيع إستمارة الإستبيان إلكترونيا على عينة مكونة من 60 شخص والتي استرجعت 49 استمارة ، ومن ثم عرض البيانات المتحصل عليها وتفريغها والتعليق عليها بحيث قمنا بتقسيم الاستمارة إلى خمس محاور أساسية وهي:

★ محور البيانات الشخصية

- 1- محور عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعين لموقع الفيسبوك
- 2- محور دوافع استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك
- 3- محور المواضيع الثقافية التي يلجأ إليها الشباب الجامعي عبر موقع الفيسبوك
- 4- محور الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك من وجهة نظر الشباب الجامعي
- 5- محور مساهمة الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك في زيادة الوعي الثقافي

★ صدق وثبات الأداة:

تم جمع بيانات الدراسة الميدانية من خلال إستمارة الإستبيان، بعد تحكيمها من طرف أساتذة جامعة قاصدي مرباح بورقلة كلية علوم الإنسانية والإجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال وقد تم تحكيم الإستبيان من حيث:

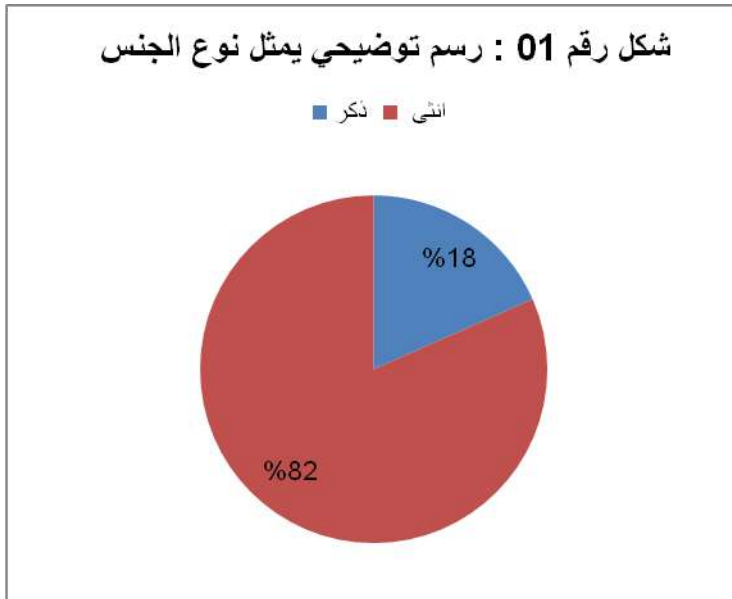
- السلامة اللغوية
- تنسيق فقرات الموضوع
- تنسيق أسئلة الاستبيان

المبحث الأول: عرض بيانات الدراسة الميدانية

محور البيانات الشخصية

أ - الجداول البسيطة

الجدول رقم 01: يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس:



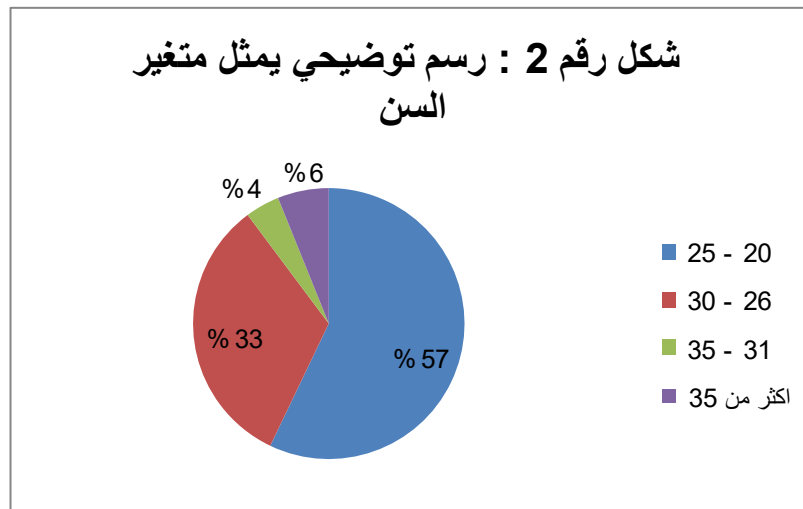
النسبة المئوية	التكرار	الجنس
18,4%	9	ذكر
81,6%	40	انثى
100%	49	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول الموضح أعلاه بأن الفئة المستهدفة من الدراسة قد طغى عليها جنس الإناث حيث قدرت النسبة بـ 81,6%، بتكرار 40 من أفراد العينة، في حين بلغت نسبة الذكور بـ 18,4% بتكرار. ونلاحظ أن إرتفاع نسبة الإناث يرجع إلى وجودهم أكثر في المحيط الجامعي، والذي بلغت نسبته حسب الإحصائيات في قسم علوم الإعلام والاتصال بـ 855 ونسبة الذكور قدرت بـ 434%.

جدول رقم (02): يوضح توزيع العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
57,1%	28	25-20
32,7%	16	30 -26
4,1%	2	35-31
6,1%	3	أكثر من 35
100%	49	المجموع

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن الفئة المنحصرة بين 20 - 25 هي الفئة الغالبة في الدراسة بنسبة 57,1 % من العينة وتليها الفئة المنحصرة ما بين 26 - 30 بنسبة 32,7% وتليها فئة أكثر من 35 سنة بنسبة 6,1 % ثم تأتي في الأخير فئة من 31 - 35 بنسبة 4,1 % وهي الفئة الضئيلة بالنسبة للفئات الأخرى، ونستنتج أن إرتفاع عدد الطلبة في فئة 20 - 25 كونهم الأكثر فئة تواجد في مجموعات التخصص وتنشط أكثر على موقع " الفيسبوك " على خلاف الفئات الأخرى ممن لديهم إنشغالات أخرى.

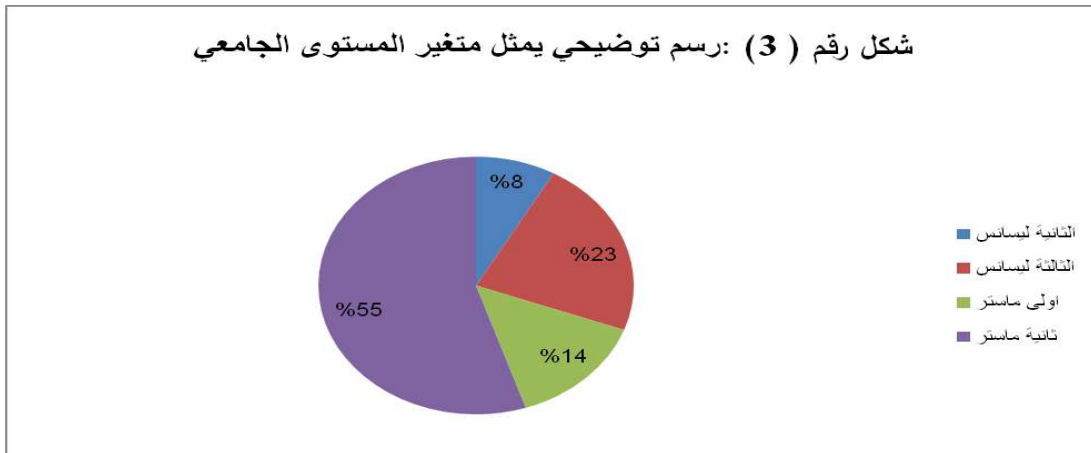


الجدول رقم (3): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الجامعي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الجامعي
8,2%	4	الثانية ليسانس
22,4%	11	الثالثة ليسانس
14,3%	7	اولى ماستر
55,1%	27	ثانية ماستر
100%	49	المجموع

يبين الجدول رقم (3) توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي ومن خلال النتائج نلاحظ أن نسبة مستوى الثانية ليسانس بلغت 8,2% أي مايعادل 4 تكرار، بينما بلغت نسبة مستوى الثالثة ليسانس 22,3% أي ما يعادل 11 تكرار، أما نسبة المستوى اولى ماستر 14,3% مايقارب 7 تكرار ، أما بالنسبة لمستوى الثانية ماستر بلغت 55,1% أي مايعادل 27 تكرار، ومن هنا نستنتج أن مستوى الثانية ماستر هم الأغلبية من أفراد العينة يستعملون موقع " الفيسبوك " ومنتشر بكثرة بين أوساط الطلبة وكذلك يعود لإختيارنا العينة القصدية بأسلوب كرة الثلج حيث وزعنا الاستمارة الالكترونية في مجموعة طلابية في الفيسبوك بإضافة إلى توزيعها على معارفنا من الطالبات وطلاب في مختلف المستويات .

شكل رقم (3) :رسم توضيحي يمثل متغير المستوى الجامعي

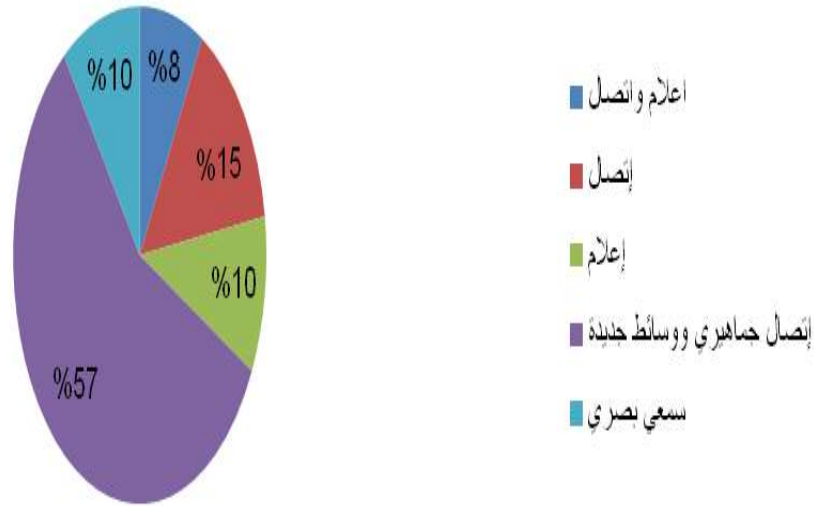


جدول رقم (4): يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
إعلام وإتصال	4	8,2%
إتصال	7	14,3%
إعلام	5	10,2%
اتصال جماهيري ووسائط جديدة	28	57,1%
سمعي بصري	5	10,1%
المجموع	49	99,9%

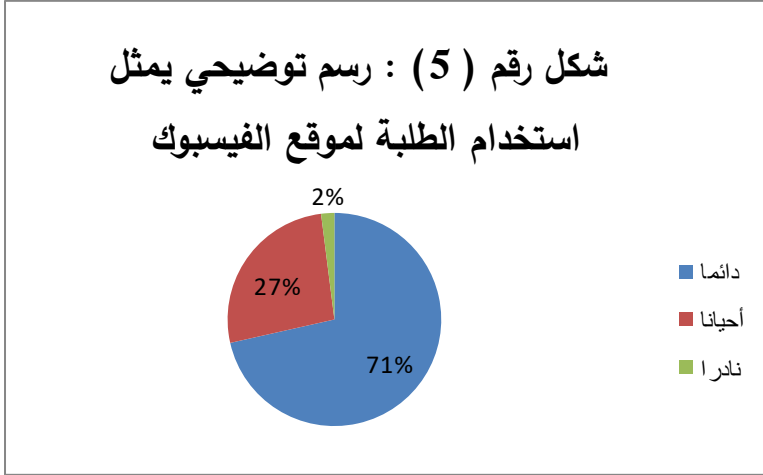
يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن فئة طلبة إتصال جماهيري ووسائط جديدة الأكثر استهدافا في هذه الدراسة وذلك بالنسبة 57,1% وتليها فئة طلبة إتصال بنسبة 14,3% لتليها فئة طلبة إعلام بنسبة 10,2% ثم تليها فئة طلبة سمعي بصري بنسبة 10,2% ثم تأتي في الأخير فئة طلبة إعلام وإتصال بنسبة 8,2% وهي أقل فئة في دراسة وهذا يرجع إلا أننا لم نخترهم عمدا لأن العينة من فرضت ذلك وليست ممثلة لكل الفئات وكانت بأسلوب كرة الثلج . ووزعنا الإستمارة الإلكترونية في مجموعات في إطار التخصص ثم وزعوا الطلبة على معارفهم وزملائهم وأصدقائنا من طلبة تخصصات الأخرى لتتفرع وتشكل عينة كرة الثلج .

شكل رقم 4 : رسم توضيحي لمتغير أفراد العينة حسب التخصص



المحور الأول : عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيسبوك.

جدول رقم (05) : يبين استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك.



المتغير	التكرار	النسبة المئوية
دائما	35	71,4 %
أحيانا	13	26,5 %
نادرا	1	2 %
المجموع	49	100 %

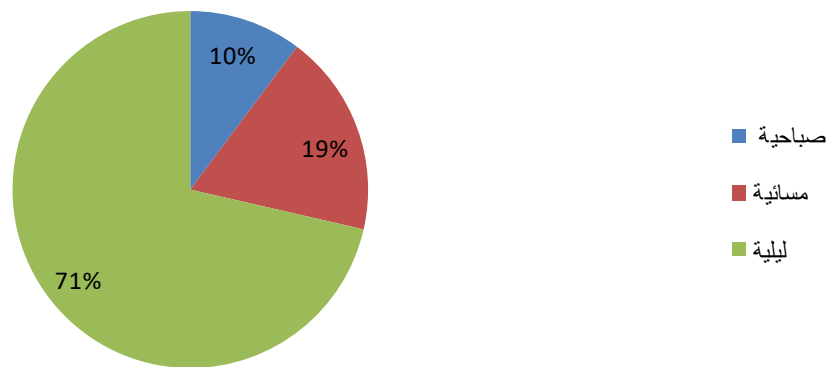
من خلال الجدول يتضح لنا استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك ، حيث أجاب أفراد العينة بأنهم دائما يستخدمون موقع الفيسبوك، وبلغت نسبتهم 71,4 % بتكرار 35 وهي النسبة الغالبة لاستخدام موقع الفيسبوك، بينما أجاب معظمهم ب أحيانا ما يستخدمون موقع الفيسبوك بلغ 13 تكرار بنسبة 26,5 % وهي القيمة الثانية ، أما البعض الآخر أجاب ب نادرا ما يستخدمون موقع الفيسبوك بنسبة 2 % بتكرار 01 . ومن هنا نستنتج أن أغلب عينة الدراسة دائما يستخدمون موقع الفيسبوك وهذا يرجع لسهولة استعماله وكونه موقع متاح لجميع أفراد المجتمع ومنتشر عالميا، وأيضا إلى إيمانهم على موقع الفيسبوك.

جدول رقم (6): جدول يبين الفترة المفضلة لدخول لموقع الفيسبوك

الفترة	التكرار	النسبة المئوية
صباحية	5	10,2%
مسائية	9	18,4%
ليلية	35	71,4%
المجموع	49	100%

يتبين لنا من خلال الجدول الفترات المفضلة لدخول لموقع الفيسبوك، حيث حددت الفترة الليلية بأفضل فترة للدخول لموقع الفيسبوك بلغت نسبتها 71,4 % وهي النسبة الغالبة، وتليها الفترة المسائية حيث بلغت نسبتها 18,4% أما البعض الآخر حدد الفترة الصباحية بنسبة 10,2% وهي أقل نسبة. وهو ما يفسر أن أغلب أفراد عينة الدراسة يفضلون استخدام موقع الفيسبوك في الفترة الليلية باعتبارها فترة راحة وانتهاء انشغالاتهم فيها.

شكل رقم 06 : رسم توضيحي يمثل الفترة المفضلة للدخول لموقع الفيسبوك

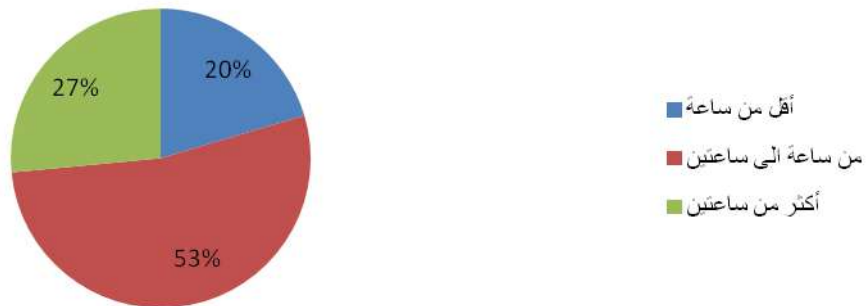


جدول رقم (7): يبين المدة المقضات في استخدام الفيسبوك يوميا.

النسبة المئوية	التكرار	المدة
20,4%	10	أقل من ساعة
53,1%	26	من ساعة الى ساعتين
26,5%	13	أكثر من ساعتين
100%	49	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أن أغلب أفراد العينة يقضون من ساعة إلى ساعتين في استخدام موقع الفيسبوك، حيث حددت كأعلى متوسط استخدام بنسبة 53,1% بتكرار 26 وهي النسبة الغالبة، ثم تليها أكثر من ساعتين بنسبة 26,5% بتكرار 13، وتليها أقل من ساعة بنسبة 20,4% بتكرار 10 كأقل نسبة .

شكل رقم (7) : رسم توضيحي يمثل المدة المقضات في استخدام الفيسبوك



جدول رقم (8): جدول يمثل الأيام المفضلة لاستخدام الفيسبوك لدي لأفراد العينة

الأيام	التكرار	النسبة المئوية
بداية الأسبوع	10	20,4%
الأيام	12	24,5%
نهاية الأسبوع	27	55,1%
المجموع	49	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أن الأيام المفضلة لاستخدام موقع الفيسبوك هي أيام نهاية الأسبوع بنسبة 55,1%، بتكرار 27، وتليها أيام وسط الأسبوع بنسبة 24,5% بتكرار 12 ثم تليها أيام بداية الأسبوع بنسبة 20,4% بتكرار 10. ونستنتج أن أفراد عينة الدراسة يفضلون أيام نهاية الأسبوع لاستخدام موقع الفيسبوك بسبب كثرة انشغالاتهم اليومية.

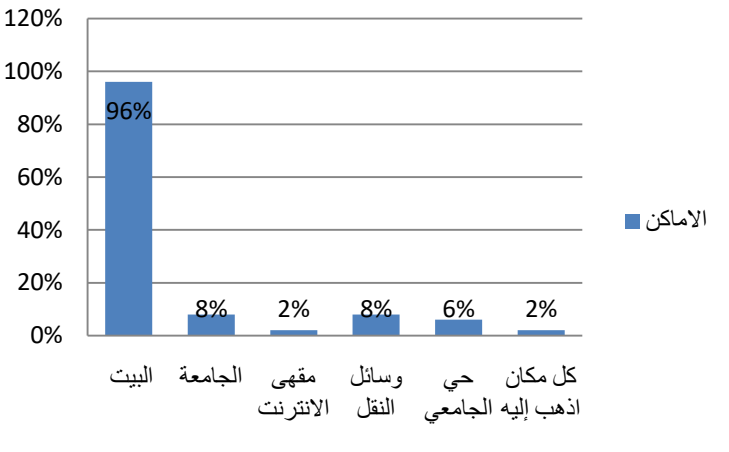
شكل رقم (8) : رسم توضيحي يمثل الأيام المفضلة لإستخدام موقع الفيسبوك



جدول رقم (09) : جدول يمثل الأماكن المفضلة لإستخدام الفيسبوك

شكل رقم (9) : رسم بياني يوضح الأماكن المفضلة لاستخدام الفيسبوك

الأماكن	التكرار	النسبة %
البيت	47	96%
الجامعة	4	8%
مقهى الانترنت	1	2%
وسائل النقل	4	8%
حي الجامعي	3	6%
كل مكان اذهب إليه	1	2%
المجموع	60	122%

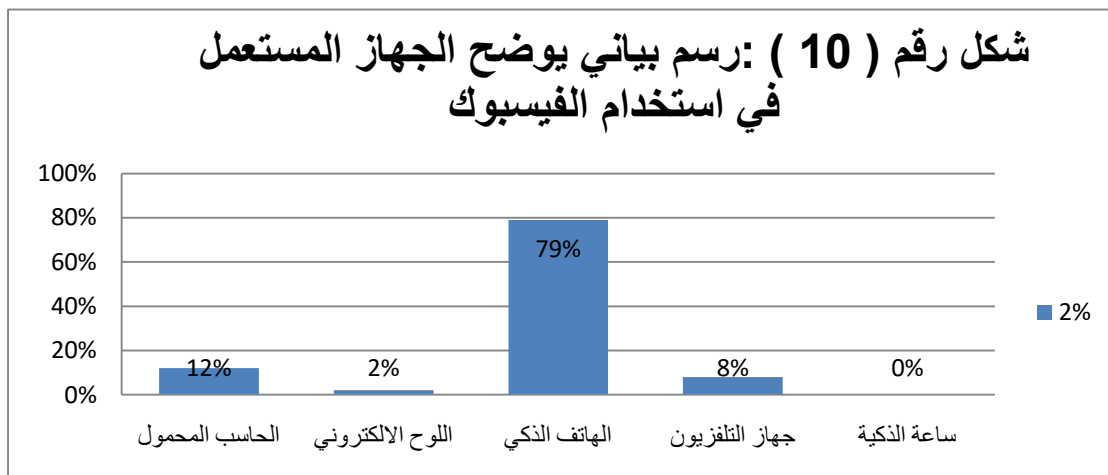


يوضح لنا الجدول الأماكن المفضلة لاستخدام الفيسبوك، حيث 95,9% يفضل استخدام الفيسبوك في البيت وهي أعلى نسبة في الجدول، تليها 8% في الجامعة ووسائل النقل، تليها 6% في الحي الجامعي، ثم تليها 2% في مقهى الانترنت وكل مكان أذهب إليه. ومنه نستنتج بأن أغلب أفراد عينة الدراسة يجدون البيت مكانهم المفضل لاستخدام وتصفح الفيسبوك لأنهم كانوا منشغلين بدراسة والعمل ولا يجدون فرصة للاستخدام والتصفح.

جدول رقم (10) : يبين الجهاز المستعمل في استخدام الفيسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الجهاز المستعمل
2%	1	الحاسب الثابت
12%	6	الحاسب المحمول
2%	1	اللوحة الإلكترونية
79%	34	الهاتف الذكي
4%	4	جهاز التلفزيون
0%	0	ساعة الذكية
99%	46	المجموع

يوضح لنا الجدول رقم الجهاز المفضل لاستخدام الفيسبوك، حيث 78,8% من أفراد العينة يفضلون الهاتف الذكي، تليها 12,6% الحاسب المحمول و 8,2% جهاز التلفزيون و 2% الحاسب الثابت واللوحة الإلكترونية و 0% ساعة ذكية ، ويفسر استعمال أغلبية أفراد عينة الدراسة الهاتف الذكي في استخدام الفيسبوك إلى توفره لدى أغليتهم والى سهولة استعماله كما أنه الوسيلة الأكثر شعبية .

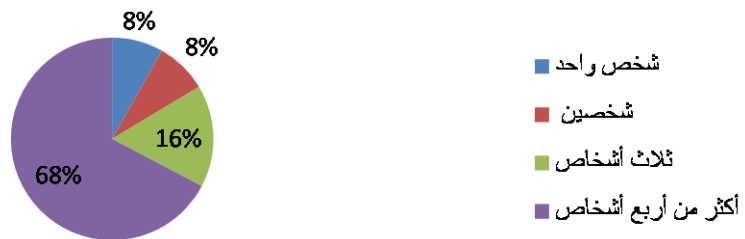


جدول رقم (11) : جدول يبين عدد الأشخاص اذنين تتابع معهم محتوى الفيسبوك .

الأشخاص	التكرار	النسبة المئوية
شخص واحد	4	8,2%
شخصين	4	8,2%
ثلاث أشخاص	8	16,3%
أكثر من أربعة أشخاص	33	67,3%
المجموع	49	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أن أفراد العينة يفضلون متابعة محتوى موقع الفيسبوك مع أكثر من أربعة أشخاص بنسبة 67,3%، في حين يفضل البعض متابعة هذه المحتويات مع ثلاث أشخاص بنسبة 16,3%، أما البعض الآخر يفضل متابعتها مع شخص واحد وشخصين بنسبة 8,2%، ومنه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يفضل تتبع ما يطرح على موقع الفيسبوك بأكثر من شخصين من أجل التفاعل معه .

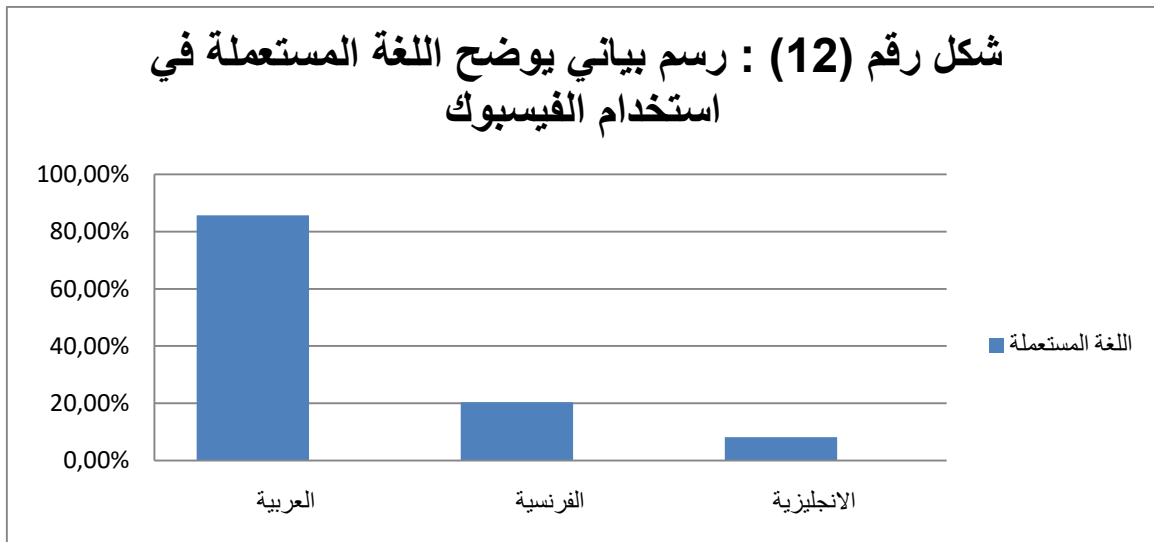
شكل رقم (11) : رسم توضيحي يمثل عدد الأشخاص الذين يتابعون محتوى الفيسبوك



الجدول رقم (12) : اللغة التي يستعملها الطالب الجامعي أثناء استخدامه للفيسبوك.

اللغة المستعملة	التكرار	النسبة المئوية
العربية	42	86,7%
الفرنسية	10	20,4%
الانجليزية	4	8,2%
المجموع	56	115,3%

يوضح لنا الجدول اللغة المستعملة أثناء استخدام الفيسبوك 86,7% من أفراد العينة يستعملون اللغة العربية 20,4 % ويستعملون اللغة الفرنسية و8,2% اللغة الانجليزية. ومنه نفسر أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يستعملون اللغة العربية أثناء استخدامهم للفيسبوك لسهولة اللغة وأيضا ضعف أغلبهم في اللغات الأخرى.



جدول رقم (13) : جدول يوضح الدخول ضمن مجموعات على مستوى الفيسبوك.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
دائما	18	36,7%
أحيانا	25	51%
نادرا	6	12,2%
المجموع	49	100%

يتضح لنا من خلال الجدول الدخول ضمن مجموعات أن أفراد العينة الدراسة "أحيانا" ما يدخلون في مجموعات ضمن موقع الفيسبوك بنسبة 51% بتكرار 25 ، وتليها بأنهم "دائما" ما يدخلون في مجموعات ضمن موقع الفيسبوك وذلك بنسبة 36,7% بتكرار 18، في حين البعض الآخر "فنادرا" ما يدخل ضمن مجموعات وذلك بنسبة 12,2% بتكرار 6 .

شكل رقم (13) : رسم توضيحي يمثل عدد الأفراد الذين يدخلون ضمن مجموعات على الفيسبوك

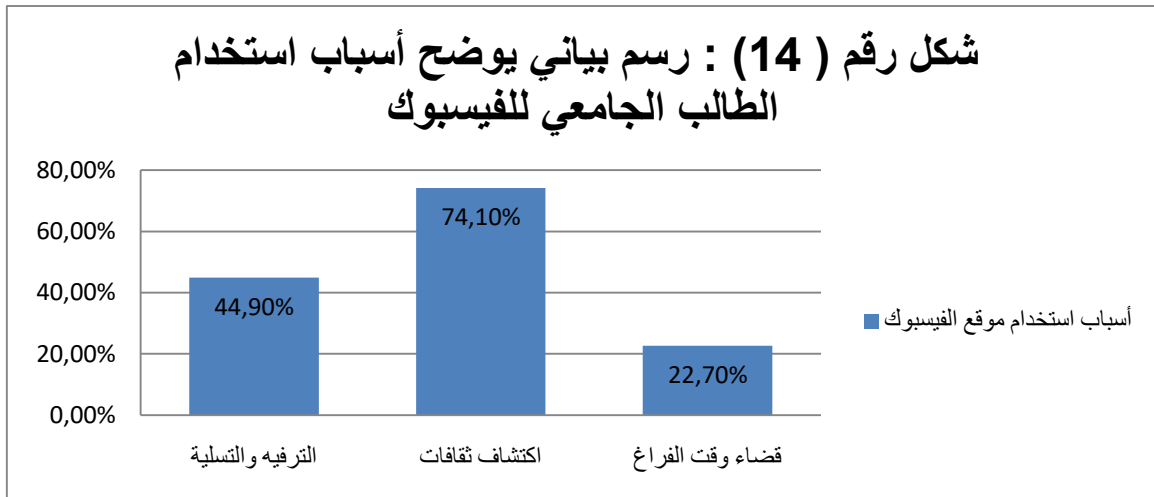


المحور الثاني : دوافع استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك

جدول رقم (14) : يبين الجدول أسباب استخدام الطالب الجامعي لموقع الفيسبوك.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الترفيه والتسلية	22	44,9%
اكتساب ثقافة	35	71,4%
قضاء وقت الفراغ	16	22,7%
المجموع	73	139

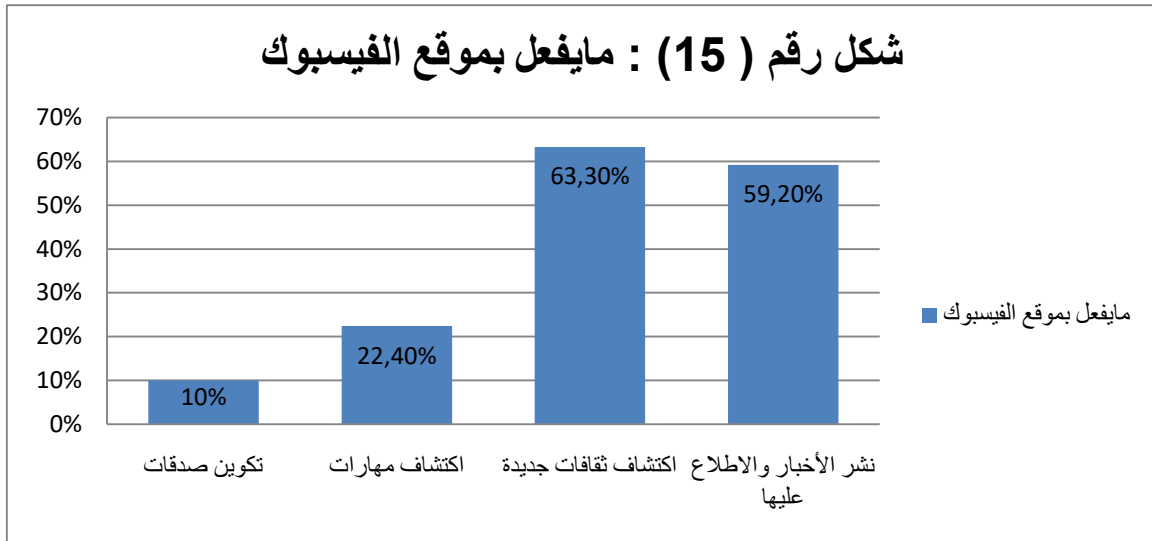
يوضح الجدول أعلاه أسباب استخدام الفيسبوك أن 71,4% لاكتساب الثقافة و44,9% لترفيهه والتسليه و22,7% لقضاء وقت الفراغ ، ومنه نفسر أن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك من أجل اكتساب ثقافة لزيادة رصديهم المعرفي وتنمية مستواتهم الثقافي.



جدول رقم (15) : جدول يبين مايفعله الطالب الجامعي بموقع الفيسبوك

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
تكوين صدقات جديدة	5	10%
اكتساب مهارات	11	22,4%
اكتساب ثقافات جديدة	31	63,3%
نشر الأخبار والاطلاع عليها	29	52,2%

يوضح الجدول أعلاه ما يفعله أفراد عينة الدراسة بموقع الفيسبوك ، حيث 63,3% لاكتساب ثقافات جديدة و 22,4% لاكتساب مهارات جديدة وأخيرا 10% لتكوين صدقات جديدة ، ومنه نفسر أن أغلب أفراد العينة يستخدمون موقع الفيسبوك للبحث عن ثقافات جديدة لاكتسابها لتنمية مستواهم الثقافي.



جدول رقم (16) : جدول يبين لجوء الطلبة لإستخدام الفيسبوك من أجل زيادة مستواه

الثقافي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	40	81,6%
لا	7	14,3%
أخرى	2	4%
المجموع	49	100%

يوضح الجدول أن 81,6% أجابوا ب " نعم" يلجؤون لإستخدام الفيسبوك من أجل زيادة مستواهم الثقافي و14,3% أجابوا ب " لا " يلجؤون لإستخدام الفيسبوك في حين 4% أجابوا ب " أخرى" يلجؤون إليه لتواصل مع الآخرين وتكوين ثقافات ، ومن نفسر أن أغلب أفراد عينة الدراسة يلجؤون لإستخدام الفيسبوك للبحث عن المعلومات والمعارف الثقافية التي تنمي وتزيد من مستواهم الثقافي

شكل رقم (16) : يبين لجوء الطلبة لإستخدام الفيسبوك

لزيادة المستوى الثقافي



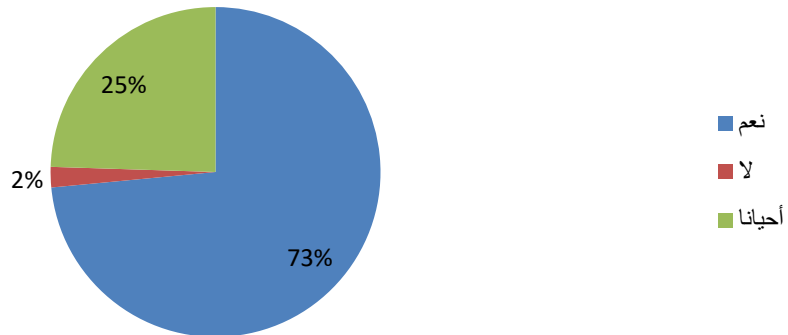
المحور الثالث : المواضيع الثقافية التي يلجأ لها الشباب الجامعي عبر موقع الفيسبوك

جدول رقم (17) : جدول يبين إهتمام الطالب الجامعي بالمواضيع الثقافية عبر موقع الفيسبوك.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	36	73,5%
لا	1	2%
أحيانا	12	24,5%
المجموع	49	100%

يتضح لنا من خلال الجدول بأن أغلب أفراد عينة الدراسة أجابوا ب " نعم " يهتمون بالمواضيع الثقافية التي تنشر عبر موقع الفيسبوك وذلك بنسبة 73,5% ، أما معظم أفراد عينة الدراسة أجاب بأنه أحيانا ما يهتم بالمواضيع الثقافية وبلغت نسبتهم 24,5%، في حين البعض الآخر " لا " تشير المواضيع الثقافية اهتمامه وبلغت نسبتهم 2% ، ومن نخلص بأن هذا التباين في الاهتمام بالمواضيع الثقافية يعود إلى الطبيعة الفكرية للفرد والمواضيع التي تثير اهتمامه .

شكل رقم (17) : رسم توضيحي يمثل اهتمام الطالب الجامعي بالمواضيع الثقافية عبر الفيسبوك



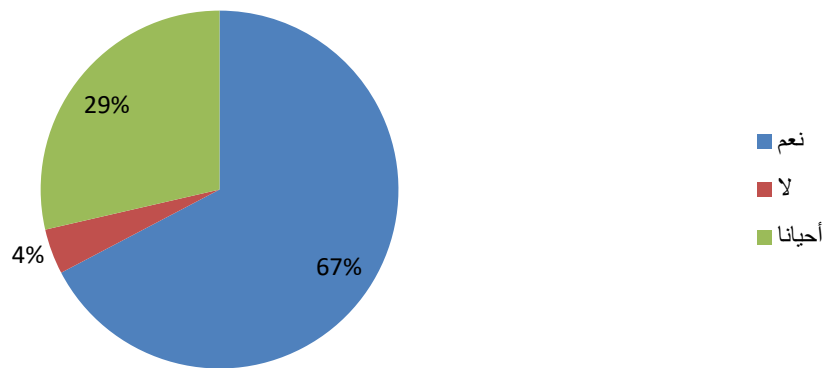
جدول رقم (18) : يبين تداول المواضيع المتعلقة بالثقافة عبر موقع الفيسبوك.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	33	67,3%
لا	2	4,1%
أحيانا	14	28,6%
المجموع	49	100%

يتضح لنا من خلال الجدول بأنهم " نعم " يتداولون المواضيع المتعلقة بالثقافة عبر موقع الفيسبوك حسب رأي الأغلبية من أفراد العينة بنسبة 67.3% ، وتليها بأنه " أحيانا " ما يتداولونها بنسبة 28,6% ونسبة قليلة من أفراد العينة ممن " لا " يتداولون المواضيع الثقافية عبر موقع الفيسبوك بنسبة 4,1% ، ويفسر هذا بأن غالبية الشباب الجامعي يتداولون المواضيع المتعلقة بالثقافة مما يدل على اهتمامهم بما بالثقافة ويتداولونها بكثرة فيما بينهم .

شكل رقم (18) : يبين تداول أفراد العينة المواضيع الثقافية عبر

الفيسبوك



جدول رقم (19) : يبين تشجيع استخدام الفيسبوك على استهلاك المنتجات الفنية والثقافية.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	33	67,3%
لا	16	32,7%
المجموع	49	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أفراد عينة الدراسة " بنعم " شجعهم استخدام الفيسبوك على استهلاك المنتجات الفنية والثقافية التي بلغت نسبتها 67,3%، في حين البعض الآخر أجاب ب " لا " بأن الفيسبوك لم يشجعهم على استهلاك تلك المنتجات وهي فئة معتبرة بلغ نسبتها 32,7%، مما يفسر لنا أن اغلب أفراد العينة أن استخدام موقع الفيسبوك قدم لهم ما يحتاجونه من منتجات فنية وثقافية مما شجعهم على استهلاكها ، باعتبار أن الفيسبوك أصبح يقوم بدور الوسيط لهذه للمنتجات .

شكل رقم (19): رسم توضيحي يمثل نسبة تشجيع استخدام لإستهلاك المنتجات الفنية والثقافية الفيسبوك



جدول رقم (20) : يبين تمكين موقع الفيسبوك من التقريب من القضايا الثقافية.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	41	%83,7
لا	8	%16,3
المجموع	49	%100

يتضح لنا من خلال الجدول بأن أفراد عينة الدراسة أجابوا " بنعم " موقع الفيسبوك مكنهم من التقرب من القضايا الثقافية التي تنشر وتتداول فيه بنسبة %83,7 بتكرار 41، في حين فئة من العينة أجابوا ب " لا " تمكن موقع الفيسبوك من تقريبهم من القضايا الثقافية التي تنشر عبره بنسبة %16,3 بتكرار 8، ونستنتج أن موقع الفيسبوك يمكن مستخدميه من الإحاطة بكل ما يخص القضايا الثقافية مما يجعلهم على اطلاع بها والتقرب منها.

شكل رقم (20) : رسم توضيحي يمثل نسبة تمكين موقع الفيسبوك من التقريب من القضايا الثقافية



جدول رقم (21) : يبين مساهمة الفيسبوك في الحد من الحواجز الثقافية بين الشباب الجامعي والمجتمع.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	39	79,6%
لا	10	20,4%
المجموع	49	100%

يتضح لن من خلال الجدول أعلاه أن أغلب أفراد عينة الدراسة أجابوا بـ " نعم " يساهم الفيسبوك في الحد من الحواجز الثقافية بين الشباب الجامعي والمجتمع بنسبة 79,6% بتكرار 39 ، في حين أجاب البعض بـ " لا " يساهم في تقليص الحواجز الثقافية بنسبة 20,4% بتكرار 10، ومنه نستنتج أن موقع الفيسبوك يساهم في تقليص الفجوة والحواجز الثقافية بينهم وبين المجتمع ويمكنهم من التقرب والإطلاع على مختلف الثقافات.

شكل رقم (21): يبين نسبة مساهمة الفيسبوك في الحد من الحواجز الثقافية بين الشباب الجامعي والمجتمع



جدول رقم (22) : يبين تأثير الفيسبوك في زيادة المستوى الثقافي لدى لشباب الجامعي.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	44	%89.8
لا	5	%10,2
المجموع	49	100

يتضح لنا من خلال الجدول أن أفراد عينة الدراسة أجابوا "بنعم" الفيسبوك يؤثر في زيادة المستوى الثقافي لدى الشباب الجامعي الثقافات بنسبة %89,8 بتكرار 44 و كانت النسبة الغالبة في هذا الجدول، أما البعض الآخر من أفراد العينة أجابوا ب "لا" يؤثر في زيادة المستوى الثقافي بنسبة %10,2 بتكرار 5، ومنه نستنتج بأن موقع الفيسبوك يؤثر بشكل ايجابي وكبير في المستوى الثقافي لدى أغلب فئة الشباب.

شكل (22) : يبين تأثير الفيسبوك على زيادة المستوى الثقافي لدى الشباب الجامعي



جدول رقم (23) : يبين مساهمة الفيسبوك في نشر الثقافات بين الشباب الجامعي .

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	47	95,9%
لا	2	4,1%
المجموع	49	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية عينة الدراسة أجابوا بـ " نعم " يساهم موقع الفيسبوك في نشر الثقافات بين الشباب الجامعي بنسبة 95,9%، في حين أجاب أقلية عينة الدراسة بأن موقع الفيسبوك " لا " يساهم في نشر الثقافات بين الشباب الجامعي بنسبة 4,1%، ومنه نستنتج أن الفيسبوك موقع يتم فيه نشر مختلف الثقافات مما يمكن الشباب الجامعي من الاطلاع عليه والتعرف على ثقافات لم يكن يعرفها عبر مختلف العلاقات التي تتشأ مع الأشخاص من مختلف شباب العالم .

شكل رقم (23) : يبين نسبة مساهمة الفيسبوك في نشر الثقافات

بين الشباب الجامعي

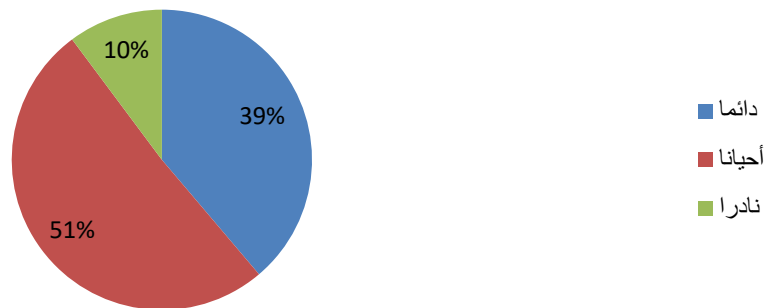


جدول رقم (24) : يبين إظهار الوجه الحقيقي لثقافة مجتمع من خلال النشر والتفاعل عبر موقع الفيسبوك.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
دائما	19	38.8%
أحيانا	25	51%
نادرا	5	10.2%
المجموع	49	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أن 25 من أفراد عينة الدراسة أنهم " أحيانا " يظهرون الوجه الحقيقي لثقافة مجتمعهم عبر موقع الفيسبوك من خلال النشر والتفاعل لتعريف بها بنسبة 51%، تليها 19 من أفراد العينة أجاب بـ "دائما" يظهرون عبر موقع الفيسبوك بنسبة 38,8% ، ثم نليها الأقلية 05 بنسبة 10,2% أجابت بـ " نادرا " ما يظهرون الوجه الحقيقي للثقافة مجتمعهم عبر موقع الفيسبوك ، مما يفسر لنا أن إظهار الوجه الحقيقي لثقافة مجتمع ما عبر موقع الفيسبوك يعكس ثقافة الفرد والمجتمع.

شكل رقم (24) : يبين إظهار الوجه الحقيقي لثقافة مجتمع من خلال النشر والتفاعل عبر موقع الفيسبوك

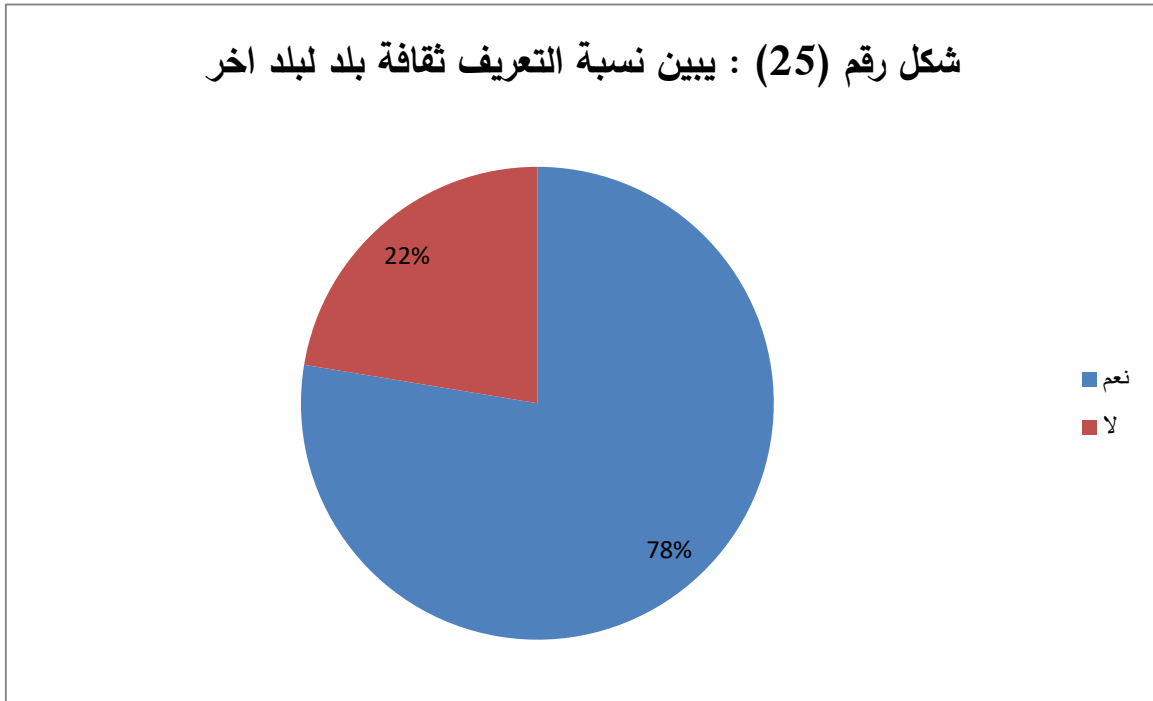


جدول رقم (25) : يبين التعريف بتراث بلد إلى بلد آخر .

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	38	77,6%
لا	11	22,4%
المجموع	49	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أن أغلب أفراد عينة الدراسة أجابوا بـ " نعم" يعرفون بتراث بلدهم للبلدان الأخرى بنسبة 77,6% بتكرار، فحين أجابت الأقلية بـ " لا " يعرفون بتراث بلدهم للبلدان الأخرى عبر موقع الفيسبوك بنسبة 22.4% بتكرار 11، ومنه نستنتج أن أغلبية أفراد العينة يهتمون بتراث بلدهم ويعملون على تعريف و اطلاع البلدان الأخرى من مختلف أنحاء العالم عليه عبر نشره على موقع الفيسبوك ، و حماية التراث الثقافي من الاندثار.

شكل رقم (25) : يبين نسبة التعريف ثقافة بلد لبلد اخر

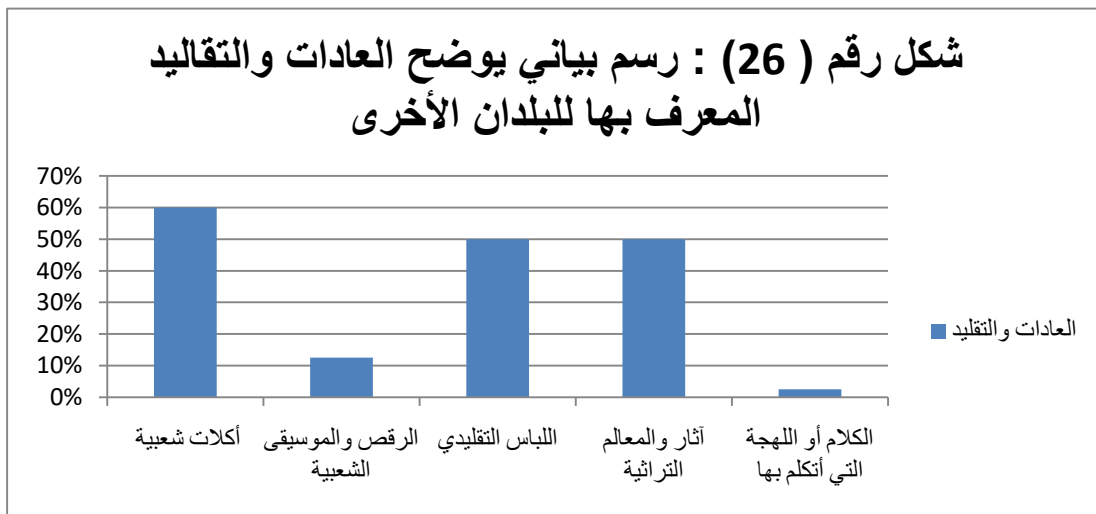


جدول رقم (26) : يبين العادات والتقاليد المعرف بها للبلدان الأخرى.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
أكلات شعبية	24	60%
الرقص والموسيقى شعبية	5	12%
اللباس التقليدي	20	50%
آثار والمعالم التراثية	20	50%
الكلام أو اللهجة التي أتكلم بها	1	2,6%
المجموع	70	174,6%

يوضح لنا الجدول العادات والتقاليد التي يعرف بها أفراد عينة الدراسة بتراث بلدهم للبلدان الأخرى أن 60% أكلات شعبية وهي النسبة الغالبة في الجدول، تليها 50% اللباس التقليدي وآثار ومعالم تراثية ، ثم تليها 12,5% الرقص والموسيقى شعبية ، وأخيرا 2,6% الكلام واللهجة التي أتكلم بها. ومنه نفسر أن أغلبية أفراد العينة يعرفون بتراث بلدهم للبلدان الأخرى من مختلف العادات والتقاليد مما يدل على تمسكهم به وحمايته من الزوال وحرصهم على اطلاع البلدان الأخرى عليه.

شكل رقم (26) : رسم بياني يوضح العادات والتقاليد المعرف بها للبلدان الأخرى

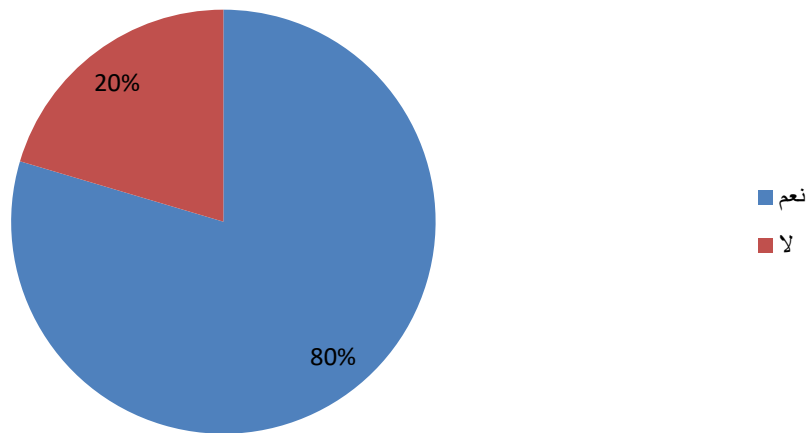


جدول رقم (27) : يبين مساهمة موقع الفيسبوك في اكتشاف ثقافات أخرى.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	39	79.6%
لا	10	20.4%
المجموع	49	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أن أغلب أفراد عينة الدراسة أجابوا " بنعم " يساهم موقع الفيسبوك في اكتشاف ثقافات أخرى عبر موقع الفيسبوك بنسبة 79,6% بتكرار 39 ، في حين أجاب أقلية ب " لا " يساهم في اكتشاف ثقافات أخرى بنسبة 20,4% بتكرار 10 ، ومنه نستنتج بأن موقع الفيسبوك يساهم في التعرف على ثقافات جديدة لمجتمعات أخرى من عادات وتقاليد.

شكل رقم (27) : يبين نسبة مساهمة موقع الفيسبوك في اكتشاف الثقافات الأخرى

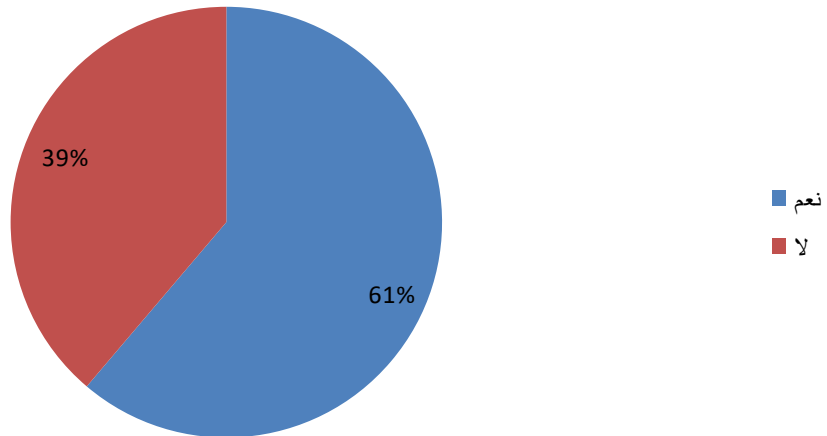


جدول رقم (28) : يبين الشعور بتغير ايجابي في مستوى الثقافي بعد استخدام الفيسبوك.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	30	61,2%
لا	19	38.8%
المجموع	49	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب الإجابات كانت بـ " بنعم" أي 61,2% أجاب بأنهم يشعرون بتغير ايجابي في مستواهم الثقافي بعد استخدامهم لموقع الفيسبوك بتكرار 30 ، في حين أجاب البعض الآخر بـ " لا " يشعر بتغير ايجابي في مستواه الثقافي ، وهذا ما يفسر لنا أن موقع الفيسبوك له أثر بالغ في تنمية المستوى الثقافي لدى أفراد العينة الدراسة ، إذا يؤثر ايجابيا فيهم لما يقدمه من معلومات ومعارف مفيدة يستفاد منها لزيادة الرصيد المعرفي لديهم .

شكل رقم (28): يبين الشعور بتغير الايجابي في المستوى الثقافي

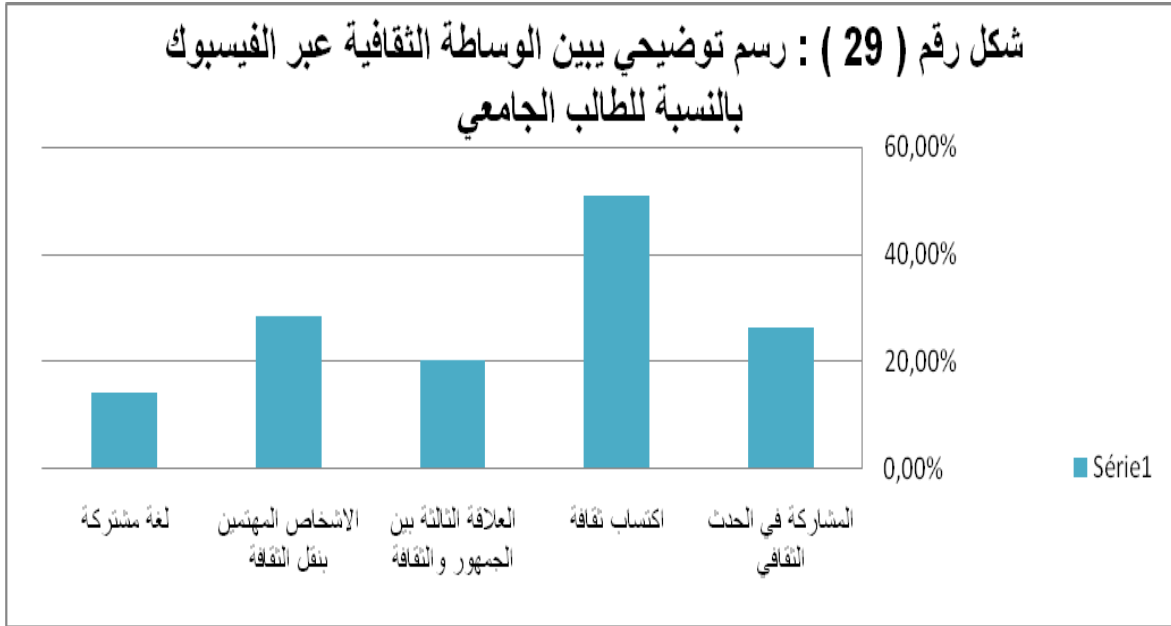


المحور الرابع : الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك من وجهة نظر الشباب الجامعي بورقلة

الجدول رقم (29) : جدول يوضح الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك بالنسبة لك هي :

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
المشاركة في الحدث الثقافي	13	26,5%
اكتساب ثقافة	25	51%
العلاقة الثالثة بين الجمهور والثقافة	10	20,4%
الأشخاص المهتمين بنقل الثقافة	14	28,6%
لغة مشتركة	7	14,3%
المجموع	69	140,8%

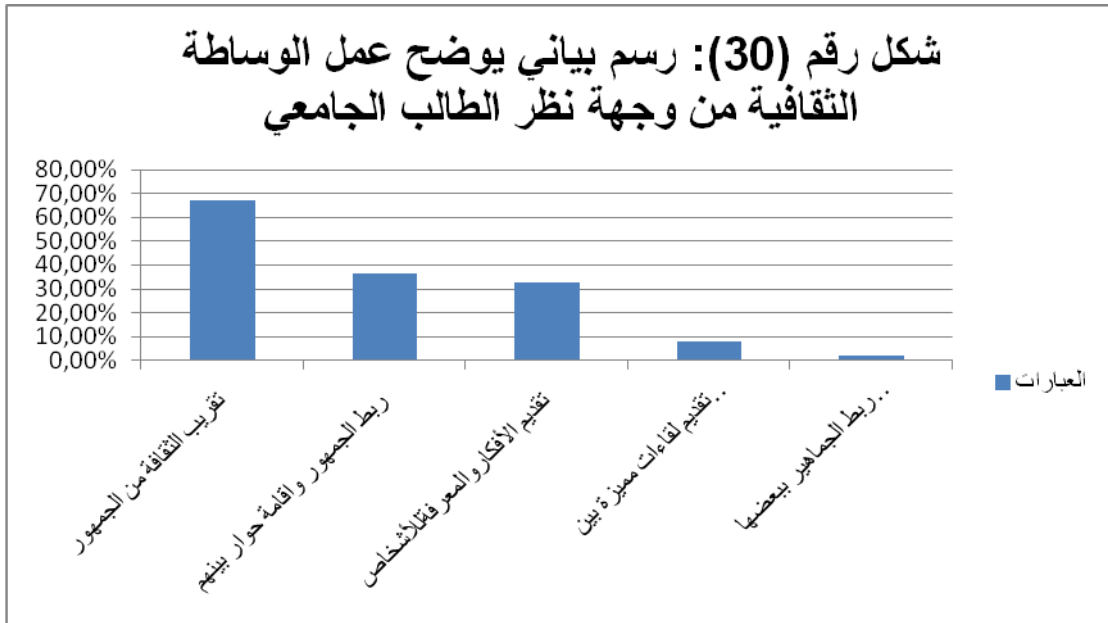
يوضح لنا الجدول أن فئة أفراد عينة الدراسة أن نسبة إكتساب الثقافة بلغت 51% كأعلى نسبة ، بينما من يرون أنها الأشخاص المهتمين بنقل الثقافة بلغت نسبة 28,6% ، أما بالنسبة للذين يرون أنها مشاركة في الحدث الثقافي 26,5% ، وتليها العلاقة الثالثة بين الجمهور والثقافة حيث بلغت نسبتها 24,4% ، ثم تليها لغة مشتركة كنسبة ضعيفة بلغت 14,3% . ونلخص من هذا أن الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك أنها تعتبر اكتساب للثقافة في نظر الطالب الجامعي كونه طالب للعلم في بحث مستمر ودائم في ما ينمي ويغذي فكره وثقافته من مختلف مصادر المعرفة والعلوم .



جدول رقم (30) : يتمثل عمل الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك من وجهة نظر الطالب

العبرة	التكرار	النسبة المئوية%
تقريب الثقافة من الجمهور	33	67,3%
ربط الجمهور واقامة حوار بينهم	18	36,7%
تقديم الأفكار والمعرفة لأشخاص	16	32,7%
تقديم لقاءات مميزة بين الفنانين والمواطنين	4	8,2%
ربط الجماهير المختلفة ببعضها وربطهم بالثقافات الأخرى	1	2%
المجموع	72	146,9%

يبين الجدول المبين أعلاه أن أغلب أفراد عينة الدراسة يعتبرون أن عمل الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك من وجهة نظرهم أنها تقريب الثقافة من الجمهور وذلك بنسبة 67,3% ثم تليها ربط الجمهور واقامة حوار بينهم بنسبة 36,7% وتليها تقديم الأفكار والمعرفة لأشخاص بنسبة 32,7% ، وتليها تقديم لقاءات مميزة بين الفنانين والمواطنين بنسبة 8,2% ، ثم تأتي في الأخير ربط الجماهير المختلفة ببعضها وربطهم بالثقافات الأخرى بلغت نسبتها 2% . ونستخلص من ذلك أن عمل الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك من وجهة نظر أغلب أفراد عينة الدراسة هي تقريب الثقافة من الجمهور بإعتبارهم الأقرب للبحث عن الثقافة وتنوعها .

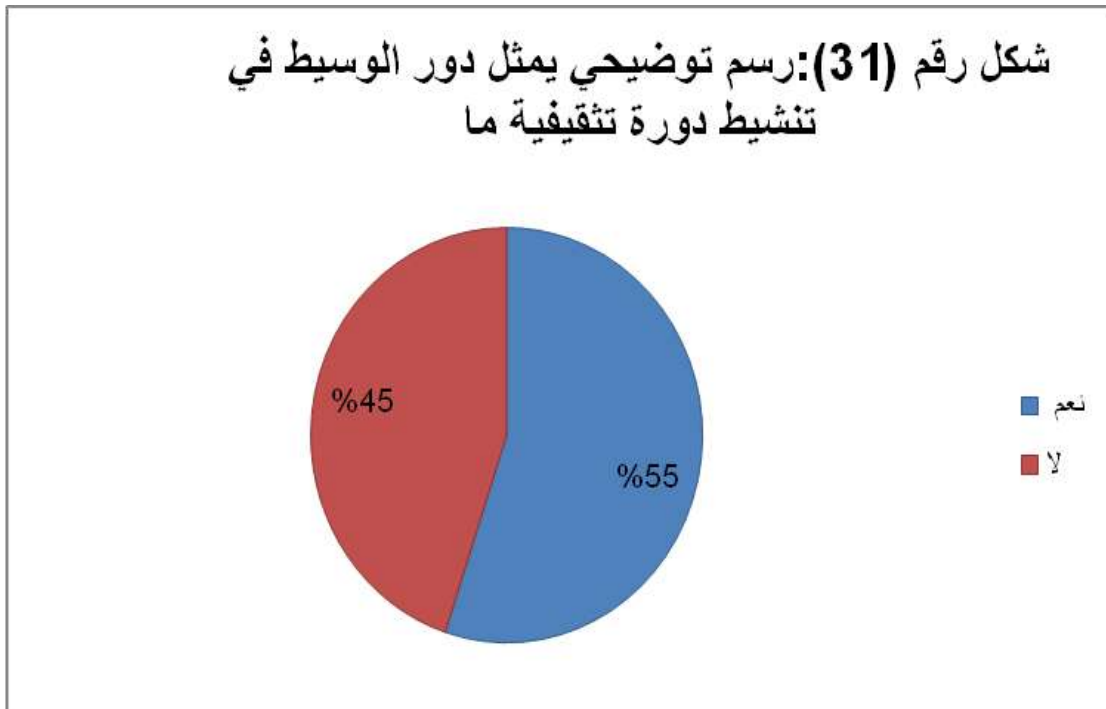


الجدول رقم (31) : جدول يوضح فيما إذا كان الطالب الجامعي يجيد دور الوسيط الثقافي في تنشيط دورة تثقيفية ما عبر الفيسبوك

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	27	55,1%
لا	22	44,9%
المجموع	49	100%

نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه يوضح فيما إذا كان الطالب الجامعي يجيد دور الوسيط الثقافي في تنشيط دورة تثقيفية ما عبر الفيسبوك حيث نجد أن جزء كبير من العينة أجابوا بـ "نعم" بنسبة 55,1% ، ثم تليها الذين أجابوا بـ "لا" بنسبة 44,9% . ويتبين لنا من خلال هذا أن الطالب الجامعي يجيد دور الوسيط الثقافي في تنشيط دورة تثقيفية ما عبر الفيسبوك .

شكل رقم (31):رسم توضيحي يمثل دور الوسيط في تنشيط دورة تثقيفية ما



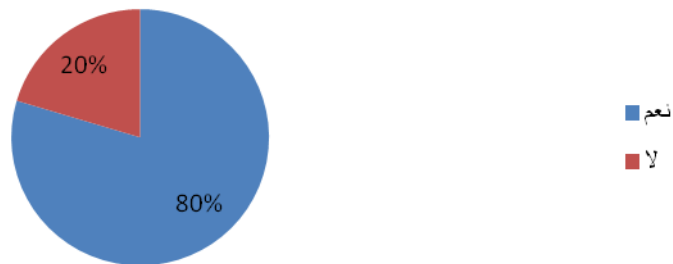
المحور الخامس : مساهمة الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك في زيادة الوعي الثقافي

الجدول رقم (32) : جدول يوضح مساهمة الأنشطة الثقافية عبر الفيسبوك في تنمية الوعي الثقافي في نظر الطالب الجامعي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	39	79,6%
لا	10	20,4%
المجموع	49	100%

نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن أغلب أفراد عينة الدراسة أجابوا بـ " بنعم " بنسبة 79,6% وتليها الفئة الذين أجابوا بـ " لا " بنسبة 20,4% . ونستنتج من هذا أن الأنشطة الثقافية عبر الفيسبوك تساهم بنسبة كبيرة في تنمية الوعي الثقافي في نظر الطالب الجامعي وأنه هناك إهتمام كبير بالمجال الثقافي على موقع الفيسبوك .

شكل رقم (32): رسم توضيحي يمثل مساهمة الأنشطة الثقافية عبر الفيسبوك في تنمية الوعي الثقافي لطالب الجامعي

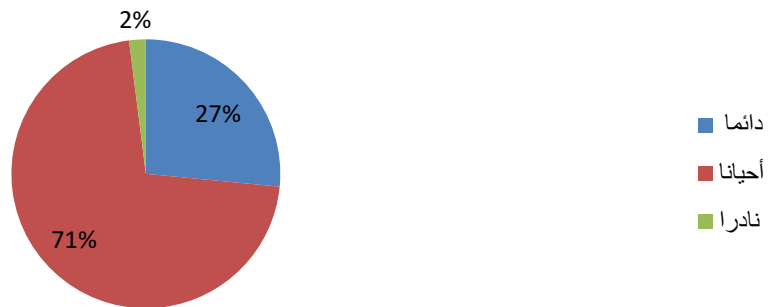


جدول رقم (33) : جدول يبين الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك تسهل لك التعبير من خلال الأنشطة الثقافية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
دائما	13	26,5%
أحيانا	35	71,4%
أبدا	1	2%
المجموع	49	100%

نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أن الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك تسهل لك التعبير من خلال الأنشطة الثقافية حيث أجاب معظمهم بـ " أحيانا " بنسبة 71,4% ، وتليها فئة من أجابوا بـ " دائما " بنسبة 26,5% ، وتليها أيضا الفئة الأخيرة من أجابوا بـ " أبدا " بنسبة 2% . ونستخلص من هذا أن الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك تنمي المستوى الثقافي لدى الطالب الجامعي من خلال مختلف الأنشطة الثقافية التي تنشر على موقع الفيسبوك .

شكل رقم(33):رسم توضيحي يمثل الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك تسهل للطالب التعبير من الأنشطة الثقافية

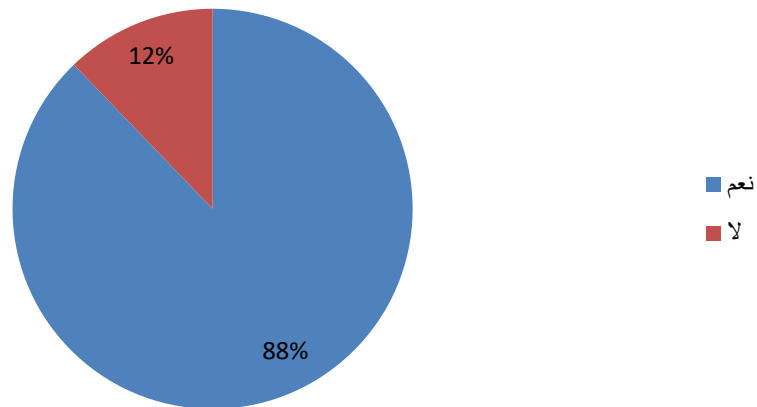


جدول رقم (34) : جدول يبين الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك تمكن من تحسين مستواك وتجربتك الثقافية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	43	87,8%
لا	6	12,2%
المجموع	49	100%

نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن أغلب أفراد عينة الدراسة الذين أجابوا بـ " نعم " بنسبة 87,8% ، وتليها الفئة الأقل نسبة من أجابوا بـ " لا " بنسبة 12,2% ونفسر من هذا أن الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك تمكن بنسبة كبيرة للطالب الجامعي من تحسين مستواه وتجربته الثقافية .

شكل رقم(34): رسم توضيحي يمثل الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك تمكن من تحسين مستوى وتجربة الطالب الثقافية

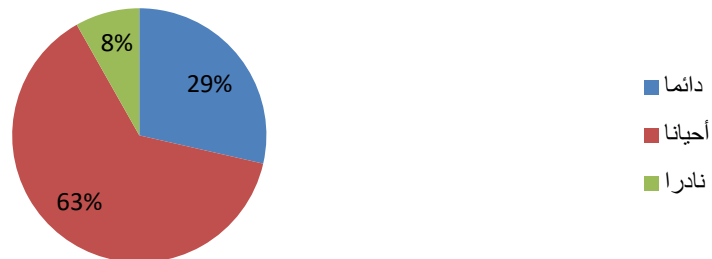


جدول رقم (35) : جدول يبين نسبة تشكيل الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك حلقة وصل بينك وبين الثقافات الأخرى

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	14	28,6%
أحيانا	31	63,3%
نادرا	4	8,2%
المجموع	49	100%

نلاحظ من خلال أعلاه أن أغلب أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بـ " أحيانا"تشكل الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك حلقة وصل بينك وبين الثقافات الأخرى وذلك بنسبة 63,3% ، ثم تليها فئة بنسبة 28,6% تشكل " دائما " ، وتليها فئة من أجابوا بـ " نادرا " بنسبة 8,2% ونستخلص مما سبق أن أغلب أفراد الدراسة تشكل لديهم أحيانا الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك حلقة بينهم وبين الثقافات الأخرى وأنه هناك إهتمام كبير بثقافات الأخرى لتنمية وزيادة مستواهم الثقافي .

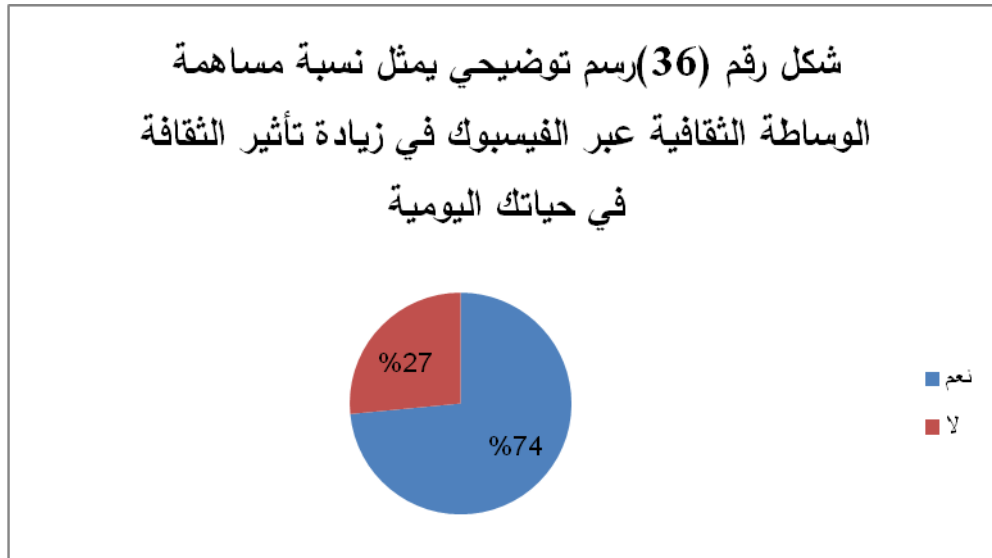
شكل رقم (35): رسم توضيحي يبين نسبة تشكيل الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك حلقة وصل بين الطالب وبين الثقافات الأخرى



جدول رقم (36) : جدول يبين نسبة مساهمة الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك في زيادة تأثير الثقافة في حياتك اليومية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	36	73,5%
لا	13	26,5%
المجموع	49	100%

نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن نسبة 73,5 % من أفراد عينة أجابوا بـ " نعم " ، وتليها فئة من أجابوا بـ " لا " بنسبة 26,5% . ونفسر من ذلك أن نسبة كبيرة من أفراد عينة الدراسة ساهمت الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك في زيادة تأثير الثقافة في حياتهم اليومية بشكل إيجابي وكبير وذلك بسبب تقديم مختلف المزايا الثقافية من أفكار وخبرات والمعرفة .

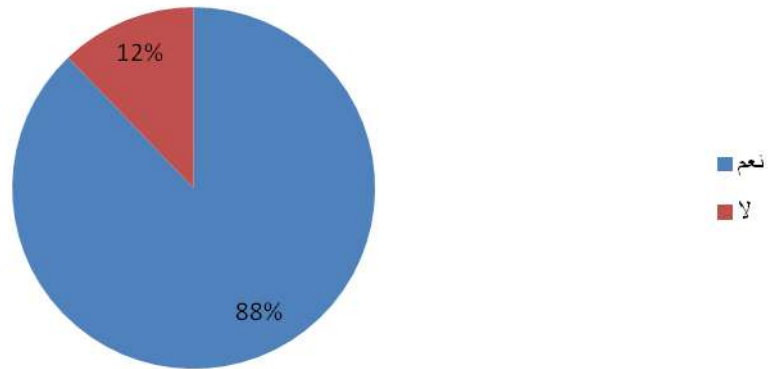


جدول رقم (37) : جدول يبين نسبة إمكانية الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك من تعزيز الإعراف بالثقافة

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	43	87,8%
لا	6	12,2%
المجموع	49	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب أفراد عينة الدراسة أجابوا بـ " نعم " بنسبة 87,8% ، وتليها فئة من أجابوا بـ " لا " بنسبة 12,2% . وهذا ما يفسر أن نسبة كبيرة من يجدون أن الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك تمكنهم من تعزيز الإعراف بالثقافة وهذا يرجع إلى الدور الكبير الذي تلعبه الثقافة في حياة الأفراد وتحظى بإهتمام زائد من قبل الطلاب الباحثين عن الثقافة .

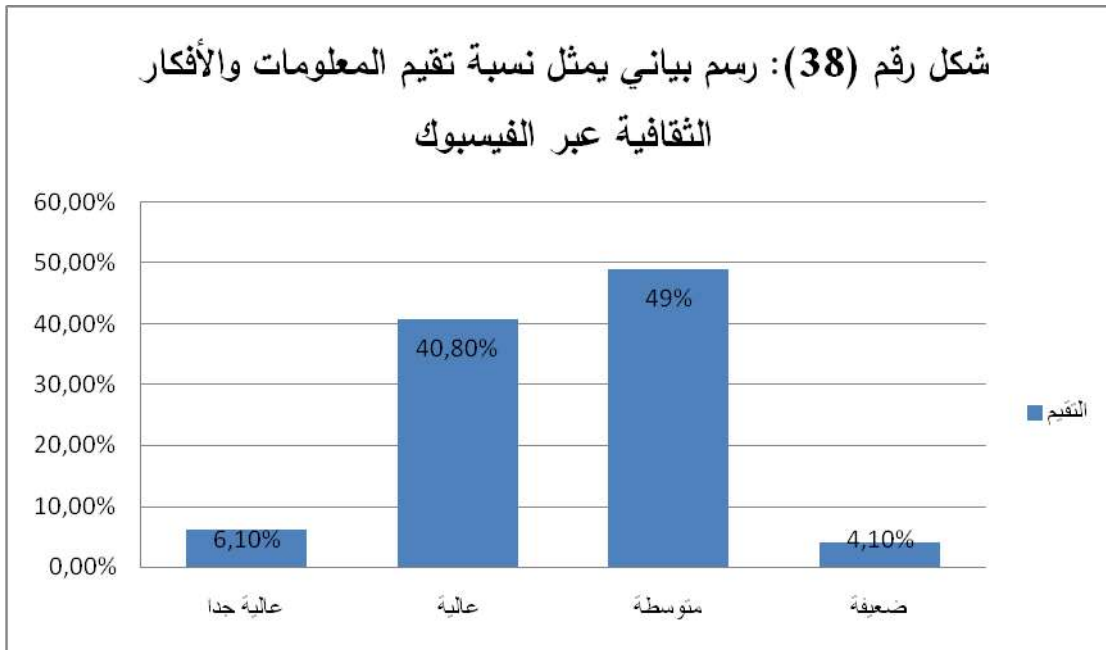
شكل رقم (37) رسم توضيحي يمثل نسبة إمكانية الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك من تعزيز الاعتراف بالثقافة



جدول رقم (38) : جدول يبين نسبة تقييم المعلومات و الأفكار الثقافية في الفيسبوك

التقييم	التكرار	النسبة المئوية
عالية جدا	3	6,1%
عالية	20	40,8%
متوسطة	24	49%
ضعيفة	2	4,1%
المجموع	49	100%

نلاحظ من خلال المبين أعلاه أن المعلومات والأفكار الثقافية في الفيسبوك حسب رأي أغلبية أفراد العينة بنسبة 49% في المستوى المتوسط ، وتليها عينة بنسبة 40,8% ممن أجابوا على أنها في المستوى العالية ، في حين نسبة قليلة من أجابوا على أنها في مستوى عالية جدا بنسبة 6,1% ، وتأتي في الأخير من يرون أنها المستوى الضعيفة بنسبة 4,1% . ونستخلص من هذا أن المعلومات والأفكار الثقافية في الفيسبوك تحظى بنوع من الإهتمام .



المبحث الثاني: النتائج العامة لدراسة

2 - نتائج العامة للدراسة :

لقد تم التوصيل من خلال هاته الدراسة المتمثلة في أثر الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك في زيادة الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي الى مجموعة من النتائج وهي :

نتائج المحور الأول : عادات وأنماط استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك.

- توصلت الدراسة أن أغلب أفراد الدراسة " دائما " يستخدمون موقع الفيسبوك لسهولة استخدامه وكونه موقع الأكثر شعبية وانتشار خاصة في الوقت الحالي .
- أظهرت الدراسة أن أغلب أفراد العينة يفضلون الفترة الليلية في استخدام الفيسبوك ويقضون فيه من ساعة إلى ساعتين ، ويتصفحونه في البيت خاصة أيام نهاية الأسبوع .
- توصلت الدراسة أن أغلب الطلبة يفضلون جهاز الهاتف الذكي بنسبة 78,8% أثناء استخدام موقع الفيسبوك كونه يتميز بسهولة الاستخدام وسهل الحمل ويمنح أصحابه جانب من الخصوصية.
- بينت الدراسة أن أغلب أفراد العينة يستعملون اللغة العربية بنسبة 85,7% أثناء استخدامهم لموقع الفيسبوك كونها أكثر تداولاً بين الأفراد والأكثر استعمالاً مقارنة بجميع اللغات .

نتائج المحور الثاني : دوافع استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك

- أكدت الدراسة أن أغلب أفراد العينة يستخدمون موقع الفيسبوك إكتساب ثقافة جديدة ومن أجل زيادة وتنمية مستواهم الثقافي من مختلف المعارف التي تنمي الفكر .
- أكدت الدراسة أن أغلب أفراد العينة يلجؤون لإستخدام الفيسبوك لزيادة مستواهم الثقافي من خلال البحث عن معلومات ومعارف تثقيفية .

نتائج المحور الثالث : المواضيع الثقافية التي يتفاعل معها الشباب الجامعي عبر

موقع الفيسبوك

- توصلت الدراسة أغلب أفراد الدراسة يهتمون بالمواضيع المتعلقة بالثقافية ويتداولونها عبر موقع الفيسبوك مما شجعهم على استهلاك المنتجات الفنية والثقافية التي تنشر فيه .
- توصلت الدراسة أغلب أفراد العينة مكنهم الفيسبوك من التقرب من القضايا الثقافية مما ساهم من الحد من الحواجز الثقافية وتقليصها بينهم.
- أكدت الدراسة بأن الفيسبوك يساهم في نشر الثقافات بين الشباب الجامعي مما يساهم في زيادة وعيهم الثقافي والتعرف على مختلف الثقافات.
- أكدت الدراسة أغلب أفراد العينة يعرفون بتراث بلدهم للبلد آخر بنسبة 77,6% من مختلف العادات والتقاليد عبر موقع الفيسبوك .
- أكدت الدراسة أن 61,2% من أفراد العينة يشعرون بتغير ايجابي في مستواهم الثقافي بعد استخدامهم لموقع الفيسبوك .

نتائج المحور الرابع : الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك من وجهة نظر الشباب الجامعي

بورقلة.

- توصلت الدراسة أن معظم أفراد العينة تعني لهم الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك هي اكتشاف ثقافة وذلك بنسبة 51%.
- أوضحت الدراسة أن عمل الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك يتمثل في تقريب الثقافة من الجماهير من وجهة نظر الطلبة وذلك بنسبة 67,3%.
- توصلت الدراسة أن 55,1% من أفراد العينة يجيدون دور الوسيط الثقافي في تنشيط دورة تثقيفية .

نتائج المحور الخامس : مساهمة الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك في زيادة

الوعي الثقافي

- توصلت الدراسة الأنشطة الثقافية عبر الفيسبوك تساهم في تنمية الوعي الثقافي ، حيث " أحيانا " تسهل التعبير من خلال مختلف الأنشطة الثقافية وذلك من وجهة نظر أغلب أفراد عينة الدراسة.
- بينت الدراسة أن الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك مكنت من تحسين مستواهم وتجربتهم الثقافية وذلك بنسبة 87,8%.
- كما أوضحت الدراسة أن الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك " أحيانا " شكلت حلقة وصل بينك وبين الثقافات الأخرى وذلك بنسبة 63,3%.
- بينت الدراسة أن الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك ساهمت في تأثير الثقافة في الحياة اليومية بنسبة 73,5%.
- كما بينت الدراسة أن الوساطة الثقافية مكنت من تعزيز الاعتراف بالثقافة وذلك بنسبة 87,8%.
- أظهرت الدراسة أن نسبة تقييم المعلومات والأفكار الثقافية في الفيسبوك في المستوى متوسط وذلك بنسبة 49% .

خاتمة:

تتناول دراستنا موضوع من المواضيع الحديثة المتمثل في " أثر الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك في زيادة الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي، حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفيسبوك من بين المواقع الأكثر شهرة وإستخداما خاصة من قبل الشباب في وقتنا الحالي لما له دور فعال في التأثير على ثقافة وتفكير الأفراد، كونه يلعب دور الوسيط الثقافي في نقل المعلومات واكتشاف الثقافات ويساهم في نشرها وتعريف بها.

وعليه فإن الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك تؤثر بشكل إيجابي على الشباب الجامعي من خلال ممارستهم لمختلف الأنشطة الثقافية والفكرية التي تتعلق بعدة مجالات منها ما هو فني وثقافي حيث تتيح الربط واللقاء بينها وبين الجماهير لتنمية وزيادة مستوى الثقافي لديه .

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً : المعاجم والقواميس

- 1- ابن منظور : لسان العرب ، ط 1 دار المعارف ، مصر ، 2007م
- 2- شوقي ضيف : معجم الوسيط ، ط4 ، مكتبة الشروق الدولية ، مصر ، 2004م
- 3- محمد بدوي : قاموس أكس فورد المحيط ، أكاديمية أنتر ناشيونال ، بيروت ، 2003م
- 4- مجد الدين محمد الفيروزآبادي : قاموس المحيط ، دار الحديث ، القاهرة ، 2008م

ثانياً : الكتب :

- 5- أحمد بن مرسللي : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال ، ط4 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2010م
- 6- ربحي مصطفى عليان وآخرون : مناهج وأساليب البحث العلمي (النظرية والتطبيقات) ، ط1 ، دار الصفاء للنشر ، عمان ، 2000م
- 7- سعد سلمان المشهداني : مناهج البحث الاعلامي ، ط 1 ، دار الكتاب الجامعي ، الامارات ، 2017م
- 8- عبد الغاني حميد : سوسيولوجيا الثقافة ، المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة ، ط 1 ، بيت النهضة للنشر ، بيروت ، 2002
- 9- عقيل حسين عقيل : قواعد المنهج وطرق البحث العلمي ، دار ابن كثير
- 10- عمار بوحوش : مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث ، ط 4 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2007
- 11- ليلي أحمد جرار : الفيسبوك والشباب العربي ، ط 1 ، مكتبة الفلاح للنشر ، الكويت ، 2012
- 12- محمد مروان : تعريف الفيسبوك ، مواقع التواصل الإجتماعي ، 2019/01/25
- 13- محمد عبيدات وآخرون : منهجية البحث العلمي ، القواعد والمراحل والتطبيقات ، ط2 ، دار وائل للطباعة ، عمان ، 1999

- 14- مصطفى حميد الطائي : مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية ، ط1 ، دار الوفاء لدنيا الطباعة ، الاسكندرية ، 2007
- 15- محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، ط1 ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2000
- 16- نسرین حسونة : الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص و (الوظائف) ، شبكة الألوكة
- 17- نادية سعيد عيشور : منهجية البحث العلمي في العلوم الإجتماعية ، ط1 ، دار حسين راس الجبل ، الجزائر ، 2017
- 18- ياسين خضير البياتي : الإعلام الجديد ، الدولة الافتراضية الجديدة ، ط1 ، دار البداية للنشر ، عمان ، 2014

ثالثا : الرسائل الجامعية :

- 19 - السعيد بومعيزة : أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب ، دراسة إستطلاعية بمنطقة البليدة ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، جامعة الجزائر ، الجزائر
- 20 - حمايدية خولة وقاسم مريم : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي ، دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفايسبوك - لجمعية ناس الخير - مذكرة لنيل شهادة الماستر ، قسم علوم الاعلام والاتصال ، تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، 2014 - 2015
- 21 - عبد الرحمن محبي : دور الصحافة الإلكترونية في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالب الجامعي ، دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم العلوم الإنسانية بالجامعة ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية ، صحافة مطبوعة و إلكترونية ، جامعة أحمد دراية ، أدرار ، 2019
- 22 - سهام بوقلوف : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والإجتماعية ، دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفيس بوك ، أطروحة مقدمة

لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والإتصال ، دراسات جمهور ، كلية علوم الإعلام والإتصال ، جامعة الجزائر 3 ، الجزائر ، 2017 / 2018

رابعاً : المجالات العلمية:

23 - بخوش فاطمة وإيمان سوقال : مقتررب سوسيوولوجيا الإستخدام في بحوث الإعلام والإتصال ، مجلة العلوم الإجتماعية ، المركز الديمقراطي العربي ، برلين ، العدد الثاني 02 ديسمبر 2017

24 - حامد سعيد الجبر : واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت ، مجلة كلية التربية ، جامعة الأزهر / العدد 172 ، جزء الثاني ، ديسمبر 2017

25 - دموش أسامة : الوساطة في المكتبات العمومية في الجزائر ، مجلة علمية تصدر عن مختبر المعلومات والأرشيف ، الجزائر ، العدد رقم 07 ، 2016

26- نصر الدين لعياضي : الرهانات الإستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي : نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والإتصال في المنطقة العربية ، جامعة الشارقة ، الإمارات العربية المتحدة ، العدد 107 ، 2010

27 - عبد الحليم مهور باشة : اتجاهات فئة الشباب الجامعي نحو المشاركة في الإنتخابات الرئاسية في الجزائر ، مداخلة ودراسة وأوراق تحليلية ، سياسات عربية ، جامعة سطيف 2 / العدد 13 ، مارس 2015 ، الجزائر

خامساً : المراجع بالغة الأجنبية :

28- communication numérique des institutions culturelle "

le musée d ethnologie et la médiation de la mémoire sociale vie facebook ، en sciences de ، thèse en vue de lobtention du grade de docteur ، (2018) ، d Aix-Marseille universités linformation et de la communication.

29 - Présentée par Ferdaous Louhichi : "La communication numérique

" le musée d'éthnologie et la médiation de la , des institutions culturelle "

thèse en vue de l'obtention du , (2018) ، **mémoire** sociale vie facebook
d en sciences de l'information et de la communication. ، grade de docteur
Aix-Marseille universités

30 – Aline Gohard :radenkovic ,university of friboug Denis lussier

,McGill University

Hermine penz ,University of Griaz. Cultural mediation in language learning
and teaching.

جنيف زاراتي : المعهد الوطني للغات وحضارات الشرقيون ، أول بحث متوسط لأجل الأنشطة
(2000-2003)

سادسا : المواقع الإلكترونية :

31- La médiation culturelle

على الرابط

2020/06/05 https://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9diation_culturelle

32 - الوساطة الثقافية في مدينة مونتريال ، جدول أعمال القرن 21 للثقافة في كيبك ، فبراير pdf
على الرابط 2020/06/05 :

<http://montreal.mediationculturelle.org/quest-ce-que-la-mediation-culturelle>

33 - أبو درار ، برونو نسيم وفرانسوا ميريسس : الوساطة الثقافية ، تاريخ النشر 2016/10/25

على الرابط 2020/06/05 : [https://www.nonfiction.fr/article-8564-quest-ce-que-](https://www.nonfiction.fr/article-8564-quest-ce-que-la-mediation-culturelle.htm)

[la-mediation-culturelle.htm](https://www.nonfiction.fr/article-8564-quest-ce-que-la-mediation-culturelle.htm)

34- **Definition de la mediatin culturelle** : على الرابط

https://fr.wikibooks.org/wiki/La_m%C3%A9diation_culturelle ، على

2020/06/05

35- **Marie-Christine Bordeaux et Élisabeth Caillet** La médiation culturelle :

Pratiques et enjeux théoriques

على الرابط : <https://journals.openedition.org/culturemusees/749>

36 - مريم الحسن : صدام الحضارات وحراس الثقافات ، الحوار المتمدن ، 29/4/6215 ،

23:30

على الرابط <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=635704&r=0>

37 - Serge proulx : **penser les usages des tic aujourd'hui : enjeux**

tendances : presses universités de bordeaux ، 2005, pp 9-11 ، **modèles**

على الرابط : <https://sergeproulx.uqam.ca/wp->

[content/uploads/2010/12/2005-proulx-penser-les-usa-43.pdf](https://sergeproulx.uqam.ca/wp-content/uploads/2010/12/2005-proulx-penser-les-usa-43.pdf)

الملاحق

ملحق رقم (01)



جامعة قاصدي مرباح _ ورقلة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص : الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة



استمارة استبيان حول

أثر الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك على زيادة الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي
بورقلة

(دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح – ورقلة)

أخي الطالب /أختي الطالبة - السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يرجى منكم التكرم بالإجابة على الأسئلة الواردة في هذا الاستبيان بكل نزاهة وموضوعية ، ونؤكد لكم أن إجاباتكم لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط ، وستحظى الإجابات بالسرية التامة ، أمليين منكم العمل على قراءة الاستبيان بتمعن قبل الإجابة عليه ، وإحاطته بالجدية والمصداقية والإهتمام بغرض الوصول إلى نتائج حقيقية وواقعية معبرة عن الواقع

ولكم جزيل الشكر على تعاونكم

تحت إشراف الدكتور :

زياني الغوتي

من إعداد الطلبة

جعفور الزهرة

عمومن نجاة

محور البيانات الشخصية:

***الجنس:**

- ذكر

- أنثى

***السن:**

- من 20 إلى 25

- من 26 إلى 30

- من 31 إلى 35

- أكثر من 35 سنة

*** المستوى الجامعي:**

- الثانية ليسانس

- الثالثة ليسانس

- الأولى ماستر

- الثانية ماستر

*** التخصص:**

- إعلام واتصال

- اتصال

- إعلام

- الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

- سمعي بصري

المحور الاول : عادات و أنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك.

1- هل تستخدم / تستخدمين موقع الفيسبوك ؟

دائما أحيانا نادرا

2- ما هي الفترة المفضلة لديك للدخول للفيسبوك؟

صباحية مسائية ليلية

3- في المتوسط ، ماهي المدة التي تقضيها / تقضيها في استخدام الفيسبوك يوميا ؟

أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين أكثر من ساعتين

4- ما هي الأيام المفضلة لديك لاستخدام الفيسبوك فيها ؟

بداية الأسبوع وسط الاسبوع نهاية الاسبوع

5- ما هي الأماكن المفضلة لديك لاستخدام الفيسبوك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

البيت الجامعة مقاهي الانترنت

وسائل النقل الحي الجامعي

..... مكان آخر أذكره

6- في العادة ما هو الجهاز الذي تستعمله / تستعملينه في الدخول للفيسبوك؟

الحاسب الثابت الحاسب المحمول اللوح الالكتروني الهاتف

الذكي

جهاز تلفزيون الذكي الساعات الذكية

7- كم عدد الأشخاص الذين تتابع أو / تتابعين معهم محتوى الفيسبوك ؟

- شخص واحد شخصين ثلاثة أشخاص
 أكثر من أربعة أشخاص

8 - ماهي اللغة التي تستعملها / تستعملينها أثناء استخدامك للفيسبوك ؟

- العربية الفرنسية الانجليزية
 اخرى اذكرها

9 - هل تدخل / تدخلين ضمن مجموعات على مستوى الفايسبوك ؟

- نعم لا احيانا

المحور الثاني : دوافع استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك

10 - ما هي أسباب استخدامك لموقع الفيسبوك؟

- الترفيه والتسلية اكتساب ثقافة قضاء وقت الفراغ

11 = ماذا تفعل / تفعلين بموقع الفيسبوك؟

- تكوين صداقات جديدة اكتساب مهارات اكتساب ثقافة
 جديدة نشر الأخبار والاطلاع عليها

12 - هل تلجأ إلى استخدام الفيسبوك من أجل زيادة مستواك الثقافي ؟

- موافق غير موافق محايد

..... أخرى أذكرها

المحور الثالث : المواضيع الثقافية التي يتفاعل معها الشباب الجامعي عبر موقع الفيسبوك

14 - هل تهتم / تهتمين بالمواضيع الثقافية عبر الفيسبوك ؟

- نعم لا أحيانا

15- هل تتداول / تتداولين المواضيع متعلقة بالثقافية في الفيسبوك ؟

نعم لا أحيانا

16- هل شجعك استخدامك لموقع الفيسبوك على استهلاك المنتجات الفنية والثقافية ؟

نعم لا

17- هل ممكنك موقع الفيسبوك من التقرب من قضايا الثقافية ؟

نعم لا

18- هل ساهم الفيسبوك في الحد من الحواجز الثقافية بينك وبين مجتمعك ؟

نعم لا

19- هل يؤثر الفيسبوك في زيادة المستوى الثقافي لدى الشباب الجامعي ؟

نعم لا

20- هل يساهم الفيسبوك في نشر الثقافات بين الشباب الجامعي ؟

نعم لا

21- هل تعمل / تعملين على إظهار الوجه الحقيقي لثقافة مجتمعك من خلال النشر والتعليق وتفاعل

بأي شكل من الأشكال في موقع الفيسبوك ؟

نعم لا أحيانا

22- هل تقوم بالتعريف بتراث بلدك لبلد آخر عبر موقع الفيسبوك ؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة نعم فما هي العادات والتقاليد التي تعرف بها ؟

الأكلات الشعبية الرقص والموسيقى الشعبية اللباس التقليدي

الأثار والمعالم التراثية

..... أخرى أذكرها.....

23- هل ساهم استخدامك لموقع الفيسبوك في اكتشاف ثقافات أخرى؟

نعم لا

إذا كانت إجابتك "نعم" أنكر/ أنكري أهم هذه الثقافات:

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

24- هل شعرت بتغير ايجابي في مستواك الثقافي بعد استخدام الفايسبوك؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة ب " نعم " انكر/ انكري مجالات التغير الثقافي التي اكتسبتها من الفايسبوك :

.....

المحور الرابع : الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك من وجهة نظر الشباب الجامعي بورقلة .

26- الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك بالنسبة لك هي :

العلاقة	<input type="checkbox"/>	اكتشاف الثقافة	<input type="checkbox"/>	المشاركة في الحدث الثقافي	<input type="checkbox"/>
لغة	<input type="checkbox"/>	الأشخاص المهتمين بنقل الثقافة	<input type="checkbox"/>	الثالثة بين الجمهور والثقافة	<input type="checkbox"/>
				مشتركة	<input type="checkbox"/>

أخرى أذكرها :

.....

27 - يتمثل عمل الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك من وجهة نظرك هي :

- تقديم تقريب الثقافة من الجماهير ربط الجمهور وإقامة حوار بينهم
- الأفكار والمعرفة للأشخاص تقديم لقاءات مميزة بين الفنانين والمواطنين

28- هل تجد دور الوسيط الثقافي في تنشيط دورة تثقيفية ما عبر الفيسبوك ؟ .

- نعم لا

المحور الخامس : مساهمة الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك في زيادة الوعي الثقافي .

29- في نظرك هل الأنشطة الثقافية عبر الفيسبوك تساهم في تنمية الوعي الثقافي؟

- نعم لا

إذا كان الاجابة ب نعم ماهي هذه الأنشطة الثقافية ؟

أذكر البعض منها.....

30- هل الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك تسهل لك التعبير من خلال الأنشطة الثقافية ؟

- دائما أحيانا أبدا

31- هل مكنت الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك من تحسين مستواك وتجربتك الثقافية ؟

- نعم لا

32- هل شكلت الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك حلقة وصل بينك وبين الثقافات الأخرى ؟

- نعم لا أحيانا

33- هل ساهمت الوساطة الثقافية عبر الفيسبوك في زيادة تأثير الثقافة في حياتك اليومية ؟

- نعم لا أحيانا

34- هل مكنت الوساطة الثقافية من تعزيز الاعتراف بالثقافة ؟

نعم لا

35- كيف تقيم / تقيمين المعلومات والأفكار الثقافية في موقع الفيسبوك ؟

عالية جدا عالية متوسطة ضعيفة

ملحق رقم 02 : ملحق يوضح الأساتذة المحكمين

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	التخصص
ثابت مصطفى	أستاذ محاضر (أ)	علوم الإعلام والاتصال
الزاوي محمد الطيب	أستاذ مساعد (أ)	علوم الإعلام والاتصال
قندوز عبد القادر	أستاذ محاضر (ب)	علوم الإعلام والاتصال
حمایمی محرز	أستاذ مساعد (ب)	علوم الإعلام والاتصال

