

عنوان البحث

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلاب جامعة شندي

د. المعز أبكر أحمد عبد الله¹

¹ أستاذ مساعد جامعة شندي، السودان.

HNSJ, 2022, 3(12); <https://doi.org/10.53796/hnsj31235>

تاريخ القبول: 2022/11/20م

تاريخ النشر: 2022/12/01م

المستخلص

هدفت الدراسة للتعرف على درجة إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلاب جامعة شندي بولاية نهر النيل السودان ، وبلغت حجم العينة (174) طالب وطالبة . استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي واستبيان معد لهذا الغرض ، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج ومن أهمها : تعد شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً مهماً للمعلومات الثقافية ، كما تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعديل قنوات الفرد الثقافية بصورة إيجابية . وأوصت الدراسة بعدد من التوصيات وفي مقدمتها ، ضرورة تفعيل دور وسائل الإعلام المحلية ، وتفعيل دور المؤسسات الاجتماعية (الأسرة ، المدرسة ، المسجد) .

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، التنمية، الوعي الثقافي.

RESEARCH TITLE**THE ROLE OF SOCIAL NETWORKS IN DEVELOPING CULTURAL AWARENESS
AMONG SHENDI UNIVERSITY STUDENTS****Dr. Al-Moez Abbakar Ahmed Abdullah¹**¹ Assistant Professor, Shendi University, Sudan.HNSJ, 2022, 3(12); <https://doi.org/10.53796/hnsj31235>**Published at 01/12/2022****Accepted at 20/11/2021****Abstract**

The study aimed to identify the degree of contribution of social networks to the development of cultural awareness among students of Shendi University in River Nile State, Sudan. The sample size was (174) male and female students.

The study used the descriptive analytical method and a questionnaire prepared for this purpose. The study reached a number of results, the most important of which are: Social networks are an important source of cultural information, and social networks contribute to positively modifying the individual's cultural convictions. The study recommended a number of recommendations, foremost of which is the necessity of activating the role of local media, and activating the role of social institutions (family, school, mosque) .

Key Words: Social networks, development, cultural awareness

مقدمة :

إن التكنولوجيا الحديثة جعلت الإنسان قادراً على الاتصال بكل أنحاء العالم في لحظات ، حيث جعلت للإنسان القدرة على جمع المعلومات والأبحاث .

لقد أضحت مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت ، تعرف بالإعلام الاجتماعي الجديد ، الذي يشهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار ، وقد تميزت طرق الاتصال بميزات عديدة منها سهولة الاتصال ، وقلة التكلفة ، إلا أنها على الجانب الآخر لها سلبياتها فالإنترنت يعد نظاماً عالمياً مفتوحاً يربط حوالي (230) دولة حول العالم تختلف في قوانينها ، وأنظمتها الثقافية والاجتماعية بل وحتى ما هو أخلاقي في مجتمع ما قد ينظر إليه في مجتمع آخر على أنه غير أخلاقي .

أصبح الفرد في أي مجتمع باستطاعته أن يرسل ويستقبل ويتفاعل ويعقب ويستفسر ويعلق بكل حرية وبسرعة فائقة باستخدام أشكال تعبيرية مختلفة كالمدونات Blogs ، يوتيوب YouTube ، الفيسبوك Face book ، وغيرها من الأشكال الاجتماعية على شبكة الانترنت .

وقد وجدت شبكات التواصل الاجتماعي إقبالاً كبيراً من جميع فئات المجتمع خاصة الشباب ، حيث أنها تسمح بخدمات تبادل الآراء والأفكار مع الآخرين وأيضاً لمناقشة القضايا الاجتماعية ، وتسمح للأفراد بالتعامل مع الآخرين وهذه المزايا لا يمكن توفيرها من خلال وسائل الاتصال التقليدية .

ولذا يفرض التحدي الذي نعيشه اليوم ضرورة بلورة خاصية نستطيع من خلالها أن نحقق طرفي المعادلة وهما ، كيفية الحفاظ على هويتنا من ناحية وكيفية الانفتاح في نفس الوقت على العالم من حولنا لنستفيد من ثمرات المعرفة الإنسانية دون أن نغامر بفقد هويتنا . وهذا الوضع هو ما قد يكون عليه حال شبابنا وطلابنا ، إذ هم أكثر فئة في المجتمع تتعرض للتقنيات الحديثة وللغزو الثقافي بوسائله المختلفة ، مما قد يؤثر على هويتهم وقيمهم في إطار عدم التوازن بين ما هو أصيل ومدرك بوعي وبين ما هو عصري ومدرك بشكل انبساطي .

مشكلة الدراسة :

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية تشكل حيزاً كبيراً ومهاً بحياة أفراد المجتمع من حيث التسارع المعلوماتي والسرعة في نقل الأحداث مما جعل العالم قرية صغيرة ، مما جعلها منهجاً ومصدراً لتلقي الأفكار الجديدة والغريبة بكل يسر وسهولة دون الحاجة لوسيط . مما سبق يمكن تلخيص مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي :

ما هو دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلاب جامعة شندي ؟

أهمية الدراسة :

الأهمية النظرية :

- 1-الوقوف على بعض الجوانب والنقاط المهمة والمؤثرة في وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي ؟
- 2-زيادة التراكم المعرفي والبحثي .

الأهمية العلمية والتطبيقية :

- 1-محاولة التعرف على نوع العلاقة وطبيعة الدور الذي يمكن أن تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية

الوعي الثقافي لدى طلاب جامعة شندي .

2-تكشف الدراسة الواقع الحالي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لطلاب جامعة شندي .

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة للتحقق من الآتي :

1-تحديد درجة إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلاب جامعة شندي .

2-التعرف على درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي تفاعل على طلاب جامعة شندي مع الأحداث المجتمعية.

3-الكشف عن مبررات استخدام طلاب جامعة شندي لشبكات التواصل الاجتماعي .

فرضيات الدراسة :

2-تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلاب جامعة شندي .

1-شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على تفاعل الطلاب مع الأحداث المجتمعية .

مفهوم شبكة التواصل الاجتماعي :

تمهيد :

إذا كان العصر الحالي ، يشهد اتصالات ومعلومات في كافة المجالات وبوتيرة متسارعة ، فليس من الغريب أن يمتد تأثيرها إلى مجال التواصل من حيث عملية نقل واستقبال المعلومات بين طرفين أو أكثر تدور عبر قنوات غير مباشرة ، وضمن شبكات اجتماعية للتواصل الإلكتروني .

ويرى أبو العطا (2010م) أن ثورة الكمبيوترات الكبيرة انطلقت مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين ، ثم ظهرت الحاسبات الشخصية في بداية الثمانينات من نفس القرن وكانت تلك ثورة الكمبيوترات الثانية وظهر الانترنت في بداية التسعينيات ، وأعتبرها البعض ثورة ثالثة . أما الثورة الرابعة فكان ظهور مواقع التواصل الاجتماعي . وكانت الشبكات الاجتماعية قد بدأت في الظهور في أواخر التسعينيات مثل : Classmates.com عام (1995م) والتي أسسها رانوي كونرانز للربط بين زملاء الدراسة ، ثم تلاه موقع SixDegrees.com عام (1997م) وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص ، لكن هذه المواقع لم تنجح بالقدر الكافي رغم أنها كانت تتيح عرض الملفات الشخصية ، وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعات الأصدقاء ، فأغلقت . ثم تبعها شبكات اجتماعية بين عامي (1999م - 2001م) لم تستطع تحقيق النجاح والشهرة أيضا ، ومع بداية عام (2005م) حصلت نقلة نوعية في شبكات التواصل حيث تنافس موقعان ناشئان على استقطاب وجذب الجماهير هما موقع سبيس الأمريكي الشهير ، ومنافسه ذائع الصيت اليوم فيسبوك ، الذي تضاعفت أعداد مستخدميه بشكل كبير (محمود ، 2011م ،) .

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي :

لقد عرف العالم شبكات التواصل الاجتماعي بعد تطور الجيل الثاني للانترنت (web2.0) عام 2004م ، وظهرت شبكات تواصل اجتماعية جماهيرية مثل ماي سبيس وفيسبوك ويوتيوب ، وتعددت تعريفات شبكات التواصل الاجتماعي كما تتعدد المفاهيم المرتبطة بها ، وفيما يلي عرض لعدد من التعريفات الخاصة بها للوصول

إلى تعريف إجرائي تتبناه الدراسة .

هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك بإنشاء موقع خاص به ، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات (العلي ، 2011م ، 10) . ويعرفها زاهر راضي " هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها (زاهر ، 2003م ، 23) .

ويعرف نصر (2013م) شبكات التواصل الاجتماعي بأنها مواقع تستهدف جمع الأصدقاء والمعارف والأقارب وزملاء الدراسة في مكان واحد على الانترنت ، والتشارك في الآراء والاهتمامات والتعليقات والأخبار وتكوين صداقات جديدة ، وهي بديل افتراضي للجماعات الاجتماعية الحقيقية (نصر ، 2013م ، 133) . أما غربي (2011م) فقد عرفها بأنها ظاهرة رمزية يتعامل الفرد عن طريقها مع المحتوى من خلال رمزية النص والصورة والفيديو ، ويطلق عليها الإعلام الاجتماعي (غربي ، 2011م ، 171) . ويعرفه سلطان (2012م) بأنها مواقع على الانترنت ذات صبغة اجتماعية وتشاركية ، وهي إعلام اجتماعي ، يهدف إلى تزويد الناس بالإخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعه أو مشكلة ما ، وهذه الشبكات تعكس عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم (سلطان ، 2012م ، 354) .

وشبكات التواصل الاجتماعي هي شبكات تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون ، وفي أي مكان من العالم ، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين البشر ، والتي تتشكل من خلال الانترنت ، وتسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة ، إتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال ، تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر (حمودة ، 2013م ، 43-44) .

أنها إحدى وسائل الإعلام الحديثة ، وهي مجتمعات إلكترونية افتراضية تسمح للمشاركين فيها من كافة الأعمار والأجناس بإنشاء حساب خاص بهم ، وتقدم لهم مجموعة من الخدمات من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بينهم في أي وقت يشاءون ، وفي أي مكان في العالم من خلال مجموعة من الطرق ، مثل المحادثة والبريد الإلكتروني والرسائل والفيديو وتبادل الملفات والمدونات والمحادثات الصوتية وغيرها (أبو يعقوب ، 2015م ، 31) ، والهدف من هذه الشبكات هو تبادل الآراء والأفكار والتقدم بمقترحات وحلول للمشكلات التي تواجه المشاركين في الحوار ، فهي عبارة عن شبكات إلكترونية تجمع مجموعة من الأفراد ذوي ميول واتجاهات متقاربة ، للتواصل وتبادل الأفكار والآراء والمقترحات ، في عصر يموج بالتغيرات العالمية المعاصرة ، عصر العولمة المعلوماتية الذي أثر تأثيراً كبيراً في المجتمعات الإنسانية وثقافتها وأساقها القيمية السائدة (الطيبار ، 2014م ، 197) .

ويعرف الباحث شبكات التواصل الاجتماعية في هذا البحث بأنها " المواقع الموجودة على الانترنت والتي تتيح لمستخدميها التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور والملفات والرسائل والمحادثات والدرشة وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم .

فلسفة التواصل الاجتماعي :

كان لحضور التواصل في كل ما يحيط بحياة الإنسان ، أمراً في غاية الأهمية في الفلسفة التي يقوم عليها مفهوم التواصل ومنطلقاته الفكرية ، والتي مهدت بعد ذلك ليتطور إلى الشبكات الاجتماعية المعاصرة .

وقد أحدثت الشبكات الاجتماعية ثورة في عملية الاتصال حيث أن الفرد في المجتمع أصبح باستطاعته أن يرسل ويستقبل ليس هذا فحسب بل مكنته هذه الوسائل أيضا من أن يتفاعل ويعقب ويستفسر ويعلق بكل حرية ، وبسرعة فائقة أتاحت الفرصة للمستخدم لإنتاج المضمون والبيانات والرسائل باستخدام أشكال تعبيرية كالبريد الإلكتروني ، اليوتيوب ، الفيسبوك ، التويتر ، الواتساب ، وغيرها من الأشكال الاجتماعية على شبكة الانترنت التي أتاحت مساحة كبيرة للتعبير عن الرأي(رضوان ، ورمضان ، وعبد الوهاب ، 2010م ، 297) .

تقوم فكرة شبكات التواصل الاجتماعي على بناء وتفعيل المجتمعات الحية على الانترنت ، حيث يتشارك الناس اهتماماتهم وأنشطتهم من خلال برمجيات تحقق صفة الاجتماعية ، وهي تحقق اتصالات تفاعلية باتجاهين .

فالتطبيقات الموجودة عليها تتيح نقل البيانات الالكترونية وتبادلها بسهولة ، وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على آخرين يشتركون في نفس المصالح ، وبناءً عليه ينتج عن ذلك ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية حيث يستطيع المستخدمون التجمع في كيانات اجتماعية تشبه الكيانات الواقعية (جابر ، 2013م ، 23) .

أهمية شبكات التواصل الاجتماعي :

برزت في الآونة الأخيرة شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت ، وحظيت بانتشار كبير على الصعيد العالمي ، بل وقد أصبح بعضها من أكثر الشبكات زيارة في العالم ، حتى أنها أصبحت تغطي على ما كان يُعرف في علم الاجتماع (المكان الثالث) ، أي المكان الذي يلجأ إليه الإنسان بعد مكانه الأول (البيت) ومكانه الثاني (العمل ، أو المدرسة ، أو الجامعة) ، لقد أصبح واضحاً أن المكان الثالث مكاناً إلكترونياً بامتياز(sean PHagerty.2008.93) .

إن انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل مؤسسات عديدة عملت على تشكيل الاتجاهات بشكل عام ، ومن هذه المؤسسات التي عملت على تشكيل هذه الاتجاهات السياسية لدى الفرد سابقاً (الأسرة ، المدرسة ، الجامعة ، المؤسسات الدينية ، والمؤسسات الإعلامية.... الخ) ، ولكن مع ظهور العنصر القوي في تغيير هذه الاتجاهات والمقصود بها شبكات التواصل الاجتماعي ، برزت الحاجة إلى تحليل ودراسة عوامل استقطاب وتأثر الشباب الجامعي ، ولا سيما الجانب الكبير منه في الاعتماد على ما تتناوله الشبكات والصحف على الشبكة العنكبوتية ، وعلى ما يتم تداوله من خلال شبكات التواصل الاجتماعي ، مثل فيسبوك ، ويوتيوب ، تويتر ، وتأثيرها على المواطن (عبد الرازق ، 2013م ، 3) .

فقد برز دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم بالنسبة للحقيقة بالإضافة إلى تزويد الأفراد بالخبرات السياسية التي من خلالها يتشكل الرأي في المجتمع ، كما أنها تلعب دوراً مهماً في خلق التماسك بين جميع أفراد المجتمع في المواقف السياسية المهمة (عبد الرازق ، 2013م ، 51) .

كما لعبت دوراً كبيراً في صنع صحوة حرية التعبير التي دخلت في الجسم السياسي والاجتماعي ، وخلقت ساحة مفتوحة للمطالبات الشعبية المستمرة بالإصلاحات المجتمعية ، وكسرت القبضة الخانقة على وسائل الإعلام من

قبل الدولة(حمودة ،2013م ، 2) .

" أنا أتصل إذن أنا موجود" هذه المقولة أصبحت النسخة الجديدة لنوع جديد من الإنسان لم يعد الأساس عنده هو الاستقلال الشخصي بل تعددية العلاقات وتشابكها ، وإن كانت افتراضية(الفطافطة ، 2012م ، 65) .

لقد أحدثت شبكات التواصل الاجتماعي انعكاسات كبيرة على قواعد حرية النشر والتعبير وتدعيم الفكر الديمقراطي وحقوق الإنسان ، وغيرها من مفاهيم سياسية واجتماعية وتجارية انتشرت وتكونت حولها الجماعات مستفيدة من سهولة استخدامها والمشاركة فيها دون خبرات تقنية أو تكاليف مادية، يرى البعض أنها ستؤدي إلى بزوغ فكر كوكبي يعمل على تغيير العالم (الفطافطة ، 2012م ، 20) .

مفهوم الوعي الثقافي

تمهيد :

تتأثر حياة الإنسان بثقافته ووعيه ، والتي غالبا ما يكتسبها من خلال وسائل الإعلام فكلما كان أكثر ثقافة ووعيا كانت حياته أرقى وأفضل ، فالثقافة لها تأثير كبير على حياة الإنسان في مختلف المجالات فهي ليست أمرا ترفيا كماليا ، إذ أن الإنسان تنطلق ممارسته ومواقفه من قناعاته وأفكاره ، والثقافة الأفضل تنتج قناعات ورأيا أفضل ينعكس على سلوك الإنسان وتصرفاته مما يجعله عنصرا فعالا في مجتمعه .

لقد أعطى التطور التكنولوجي الذي تحقق في النصف الثاني من القرن العشرين قفزة قوية في مجال التواصل الاجتماعي الالكتروني خصوصا والتي تقوم بنشر كم هائل من المعلومات والتي تساهم في تنمية الثقافة في مختلف المجالات .

مفهوم الوعي

لغة : وتعني الفهم وسلامة الإدراك ، كما تشير كلمة وعي إلى إدراكه لذاته ولما يحيط به إدراكا مباشرا وهو أساس كل معرفة(حسين ، 2011م ، 213) .

اصطلاحاً : ويعرف على أنه معرفة للفرد بالشئ 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 وعى الحديث أي حفظه(أبوخلال ، 2012م ، 14) .

إجرائيا : حالة من التنبه واليقظة في الشعور والعقل لمواقف النقص والغفلة على مستوى الذات والآخرين والمحيط المعاش والعلاقات وكل ما يتعلق بالمعارف الراهنة والمستقبلية بتكوين آراء واتجاهات نحو الدعاية .

مفهوم الثقافة

تعتبر الثقافة كلمة عريقة في اللغة العربية بما في معانيها من منطق ، ورزانة ، وصقل للشخصية والنفس والفطنة ، والشخص المثقف هو الذي يعلم نفسه أمورا جديدة باستمرار ، وتستخدم كلمة الثقافة في هذا العصر لتدل على رقي فكري وأدبي واجتماعي للجماعات والأفراد . فالثقافة نظرية في السلوك تساعدنا على خط حياتنا بالشكل اللائق ، وتستخدم كلمة الثقافة أيضا لتدل على الذوق المتميز في الفن والعلوم الإنسانية بما يعرف بالثقافة ذات المستوى العالي .

تطلق الثقافة بالمعنى المجرد العام بمقابل كلمة طبيعية ، فهي العبقورية الإنسانية مضافة إلى الطبيعة بغية تحرير

عطاءاتها وغناها وتنميتها .

والثقافة تدل أيضا على انكباب الإنسان بصورة منهجية على تنمية ملكاته الفطرية بدراسة الآداب والعلوم والفنون وكذلك من خلال الملاحظة والتفكير . ومن الممكن النظر إلى المجال الذي تمارس فيه هذه الفاعلية فمن الممكن الحديث عن ثقافة الذكاء وثقافة الحكم ، وثقافة السياسة ، وتطلق عبارة الثقافة الجسدية (التربية البدنية) على التدريب المرتبط بالتمارين الجسدية(بيومي ، 2009م ، 12) .

تعتبر الثقافة المعبر الحقيقي لما وصلت إليه البشرية من تقدم فكري فمن خلالها يتم رسم المفاهيم والتصورات كما يتم رسم القيم والسلوك ، وقد ارتبطت الثقافة بالوجود الإنساني ارتباطا ملازما مع تطور الحياة الإنسانية من خلال ما يقدمه الإنسان من إبداع وإنتاج في مختلف المجالات ، فالثقافة هي المنظومة المتعددة والمتشابكة تتضمن اللغات والمعتقدات والمعارف والفنون والقيم والأعراف والعادات والتقاليد الاجتماعية والمهارات التي يمتلكها أفراد مجتمع معين .في حين تعرف الثقافة بأنها "المضامين الثقافية التي يتلقاها الفرد والجماعة من المصادر الإعلامية والتربوية فتشكل معتقداتهم وتصوراتهم ومفاهيمهم التي تؤثر في تكوين سلوكهم وعاداتهم وتقاليدهم وأنماط حياتهم . وقد عرفها بن نبي على أنها "مجموعة من الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته وتصبح لا شعوريا ، وهي العلاقة التي تربط سلوكه بأسلوب الحياة في الوسط الذي ولد فيه . ويعرف الوعي الثقافي أيضا " إدراك الفرد ووعيه بدوره في المحافظة على تراثه الثقافي ومبادئه الأصيلة مع حمايتها من الشوائب ، لتبقى خالية من أي تأثيرات وافدة ، فهو مشروع ثقافي نهضوي واسع لإحياء الفكر وتعميق الرؤية الأصلية في مختلف مجالات المعرفة والحياة(زيد ، 2014 ، 105) .

خصائص الثقافة :

-أنها تكتسب عن طريق التعلم ، فليست الثقافة غريزية أو فطرية ولكنها تتكون من عادات وميول مكتسبة تجاه الفعل يتعلمها كل فرد من خلال تجربته الحياتية بعد مولده .

-أنها عرضة للتواصل بين الأجيال وتلك الخاصية قاصرة على الإنسان وحده ، فكل الحيوانات قادرة على التعلم ، ولكن الإنسان وحده هو الذي يستطيع أن ينقل ما تعلمه إلى غيره .

أنها تكون موضع مشاركة من جانب الكائنات البشرية التي تعيش في تجمعات منظمة أو في مجتمعات وتصبح ملزمة من خلال الضغوط الاجتماعية والعادات الجماعية التي يشترك فيها أعضاء جماعة اجتماعية معينة تشكل ثقافة هذه الجماعة سواء كانت تلك الجماعة عبارة عن أسرة أو قرية أو طبقة أو قبيلة .

-تمييزها بالطابع الفكري حيث تتميز عادات الجماعة التي تتشكل منها الثقافة بأنها مصوغة في تغيرات أو ألفاظ باعتبارها معايير مثالية للسلوك أو نموذج له ، وتبعاً لذلك فإن أغلب الناس يكشفون بدرجة ملحوظة عن وعيهم بمعايير ثقافتهم الخاصة وبقدرتهم على تمييزها عن العادات الفردية الخالصة .

-الاستمرار وهي خاصية نابعة من تصور الثقافة على أنها التراث الاجتماعي الذي يرثه أعضاء المجتمع من الأجيال السابقة .

-تمايزها واستقلالها عن الأفراد الذين يحملونها ويمارسونها في حياتهم اليومية بمعنى أن عناصر الثقافة أمور يكتسبها الإنسان بالتعليم في المجتمع الذي يعيش فيه .

-التكامل وهو الانتقال والتحول إلى الأفضل فعملية الانتقال هي الناتج الطبيعي لعملية تفاعل المرء مع المفردات المحيطة به في مجتمعه وبالتالي فإن هذه التفاعلات ستؤدي إلى عملية تهذيب للمعارف والأعراف التي تعيش مع أفراد المجتمع ، فالثقافة الحقيقية هي التي تخلق حضارة حقيقية تقوم على احترام الفرد وحفظ كرامة المجتمع ، وأية ثقافة لا تعمل من أجل ذلك فهي ثقافة مزيفة وغير متكاملة(طلب ، 2009م ، 20-21) .

مفهوم الوعي الثقافي

الوعي والثقافة مصطلحان مرنان يرتبطان بطبيعة الإنسان الاجتماعية وتطورها ونشاطاته الإبداعية والعلمية منذ الأزل ، فالوعي يتطور بممارسة الإنسان لحياته الاجتماعية وطريقة تفاعله مع من حوله من الأفراد ومدى معرفته وتعامله مع طبيعة الأشياء التي تحيطه ، وما يميز وعي الفرد الذاتي هو قدرته على اتخاذ أي قرار ، ومعرفته في سلوكه الخاص والعام ، حيث إن أغلب أفكار الناس هي نتاج تقدمهم في إنتاج كل ما هو مادي فإن هناك صراع قائم بين الوجود الاجتماعي والوعي الاجتماعي حيث إن الوجود مادي والوعي فكري

الوعي الثقافي نعني به "المستوى الملائم الذي يجب أن يصل إليه الإنسان بتوسيع دائرة معارفه ، حتى يقف على أحداث التطورات المحلية والعالمية في الاقتصاد والقانون والعلوم المختلفة والفنون إلى جانب تعمقه في نوع المعرفة التي تخصص فيها أو يعمل في مجالها(صابر ، 2009م ، 29) .

سمات الوعي الثقافي :

للوعي الثقافي مميزات كثيرة وعديدة ترجع إلى السمات التالية :

أولاً : الأصالة :

وهي نتيجة طبيعية لانتماء ، إذا روعيت ضرورته والتزم أصحاب ورواد هذا الوعي بالأصول النظرية والعلمية ، والأصالة لا تعني الغياب عن إنسان العصر وهمومه بل تقرض عليه الانخراط في المجتمع وتحمل مسؤوليته بشكل واع وفعال بحيث يصبح عرضة للتهميش والتعليق على تراث السابقين وكتابة الحواشي على تصنيفهم ، إن المؤسسة الثقافية بما تختزنه من عمق أدبي وإحاطة بالنصوص الأصيلة والعدالة الأخلاقية العالية قادرة بالانضمام إلى جملة شروط على أن تصون هذا الوعي الثقافي المعاصر من كل انحراف أو جمود أو أي حالة ذوبان في الأخر .

ثانياً : الشمولية :

ربما يوحي مفهوم الوعي الثقافي العقل الواعي المنفتح على الآخر وإهمال الجوانب الأخرى وكأن أزمنا فعلاً هي أزمة في الفكر والمنهج والمعرفة فحسب ، أن هذا التفسير للظواهر تفسيراً أحادياً يدور مدار عامل فريد قد تجاوزته القراءات الثقافية الرصينة التي تفهم أن وضعنا في أحد أسبابه يرجع إلى أزمة في الوعي الثقافي ولكن نعاني أيضاً أزمة شعورية نفسية ونعاني أزمة أكبر في الفعل والسلوك فالنقد البناء المبني على التوجيه والإرشاد يجب أن ينطلق ليغطي كل الفروع .

ثالثاً : الجرأة والشجاعة :

نقد العقل ونقد المحتوى النفسي ونقد الفعل يتطلب ممن يجعل الوعي الثقافي عاملاً له أن يمتلك الجرأة والشجاعة وروح الاقتحام لاختراق المحظور والجهر بالخطأ المسكوت عنه ، وإيقاظ الوعي لأنه ليس من السهل التخلص من

إرث نفسي وفكري ظل عالقا بالأذهان مدة طويلة من الزمن فالواقع القديم دائما يتحول في العقلية المحافظة إلى مقدس ممنوع نقده وتجاوزه أو فتح حوار عنه .

رابعا : الإيمان بالحوار :

طغى على تراثنا الفكري طابعا جدليا انسدت معه فترات مظلمة من التخلف الثقافي والحضاري ، كل قنوات التواصل ليترك مكانه لمنطلق التعصب الأعمى الذي أغنى قاموس الشتم والقذف والتفكير والتفسيق ، فالوعي الثقافي المعاصر لابد أن ينوء بنفسه عن هذه المتابعات ويؤسس لتوسيع حالات اللقاء الثقافية لتطوير الفكرة وتعميق الأطروحة ومن يمتلك البرهان لا يخاف ومن يستشعر الثقة فيما يؤمن به لا يخشى المناقشة(بن داؤود ، 2014م ، 22-24) .

أهمية الوعي الثقافي :

قد وعى الإنسان أهمية الثقافة في تكوين ذلك الوعي "الوعي الثقافي" فأسس وجودها عبر السنين من خلال التراكم النوعي والكمي للفعل الثقافي والإنساني ، وقد ختمت الرسائل برسالة المصطفى عليه السلام لبعض تلك الثقافة وبعدها الروحي فتعيدها إلى مكنونها الأخلاقي وتنقيتها مما لحق بها من شوائب ، فالوعي الثقافي يرقى بالفرد إلى مستوى اجتماعي أفضل يعني الوعي بالحياة اليومية بما يشمل من عادات وتقاليد وأعراف وتدين وأحكام وتفاعل وصور النشاط العام التلقائي المنظم .

إن الجانبين المادي والمعنوي يتفاعلان بشكل وثيق في الممارسة الاجتماعية وحينما نبذل جهدا لتنمية الأساس المادي ينبغي أن يوازي ذلك جهد مصاحب لتشكيل الوعي الثقافي وترقيته ، فذلك مطلب ضروري من أجل التنمية بل هو أحد مكونات عملية إعادة بناء المجتمعات المتخلفة ، ومصطلح الوعي الثقافي مستخدم في هذا الصدد للإشارة إلى كل القيم الإيجابية التي تشمل إلغاء استغلال الإنسان للإنسان ، إقامة علاقات اجتماعية إنتاجية عادلة وتدعيم ممارسة الديمقراطية وزيادة معدلات المشاركة الاجتماعية والسياسية وحفز الدافعية للإنجاز ، وعماد الوعي الثقافي هو محور الأمية الوظيفية بين مختلف فئات الشعب ، وخاصة في المجتمعات التي ترفع فيها معدلات الأمية . ولا يتحقق ذلك إلا من خلال برنامج محدد للعمل الإيديولوجي والسياسي والتربوية الثقافية ، على نحو يجعل المجتمعات مدركة تماما وبوضوح ، أهداف التقدم الاجتماعي كما أن هذه التربية الثقافية ينبغي أن تجعل كل امرئ قادرا على فهم القوانين والقواعد العليا للمجتمع وتاريخه والمشاركة بوعي في تشكيل مصير تقدم المجتمع إلى مراحل جديدة(عبد الرازق ، 1984م ، 155) .

ويمكن إجمال أهمية الوعي الثقافي في النقاط التالية :

-الثقافة هي إدراك الفرد والمجتمع للعلوم والمعرفة في شتى مجالات الحياة فكما زاد نشاط الفرد ومطالعته واكتسابه الخبرة في الحياة زاد معدل الوعي الثقافي لديه وأصبح عنصرا بناء في المجتمع .
-حياة الإنسان تتأثر بثقافته ووعيه وكلما كان أكثر ثقافة ووعيا كانت حياته أفضل وأرقى ، وانخفاض المستوى الثقافي يقابله التدني في المستوى الحياتي العام(زيد ، 2014م ، 106) .

نظريات الدراسة

تمهيد :

لم يبذل الباحثون الاجتماعيون نظرية خاصة بالتواصل عبر الانترنت ، فالغالبية العظمى من المحاولات التي تمت بهذا الشأن كانت قد عالجت التأثيرات ضمن الفهم الذي قدمته نظريات وسائل الاتصال الجماهيري لهذه المسألة ، فقد تعاملت هذه المحاولات مع الانترنت باعتباره وسيلة الاتصال الجماهيري ينطبق عليها ما ينطبق على وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى وعليه فقد معالجة موضوع الدراسة في ضوء كل من النظرية التفاعلية الرمزية ، ونظرية انتشار المستحدثات ، ومدخل الاستخدام والإشباع ، وسوف يتم تناول كل نظرية وفقاً لمدى تقاربها وارتباطها بموضوع الدراسة .

1- النظرية التفاعلية الرمزية :

تعتقد النظرية التفاعلية الرمزية بأن الحياة الاجتماعية وما يكتنفها من عمليات وظواهر وحوادث ما هي إلا شبكة من نسيج التفاعلات والعلاقات بين الأفراد والجماعات التي يتكون منها المجتمع ، فالحياة الاجتماعية يمكن فهمها واستيعاب مظاهرها الحقيقية عن طريق النظر إلى التفاعلات التي تقع بين الأفراد وأن لهذه التفاعلات دوافعها الموضوعية والذاتية وآثارها على الأفراد والجماعات ، وهذه النظرية يمكن أن تفهم نموذج الإنسان عبر الدور الذي يحتله والسلوك الذي يقوم به نحو الفرد الآخر الذي كَوّن علاقة معه خلال مدة زمنية محددة ، لذا تفترض النظرية الرمزية وجود شخصين متفاعلين عبر الأدوار الوظيفية التي يحتلونها ، فكل منهما يحاول أن يتعرف على سمات الفرد الآخر وخواصه عبر العلاقة التفاعلية التي تنشأ بينهما ، وبعد فترة من الزمن على نشوء مثل هذه العلاقة التفاعلية بين الشخصين الشاغلين لدورين اجتماعيين متساويين أو مختلفين يقوم كل فرد بتقويم الآخر إلا أن التقويم يعتمد على اللغة والاتصال الذي يحدث بينهما (الحسن ، 2005م ، 86).

وتدور فكرة التفاعلية الرمزية حول مفهومين أساسيين هما: الرموز والمعاني في ضوء صورة معينة للمجتمع المتفاعل ، وتشير إلى معنى الرموز على اعتبار أنها القدرة التي تمتلكها الكائنات الإنسانية للتعبير عن الأفكار باستخدام الرموز في تعاملاتهم مع بعضهم البعض ، ويتم تحديد معنى الرموز عن طريق الاتفاق بين أعضاء الجماعة . وتعد اللغة من أهم مجموعة الرموز اللازمة للتفاعل الاجتماعي ، ويعد استخدام الرموز ثورة في قدرة الإنسان على التواصل مع غيره من أفراد المجتمع ووسيلة لزيادة المقدرة على نقل المشاعر والميول والاتجاهات بين أعضاء المجتمع ، كما تهتم النظرية الرمزية بالمعاني التي يعطيها الناس لسلوكهم وسلوك الآخرين في المجتمع إذ أن الكائنات البشرية فريدة من حيث أن أفعالها لها معاني تتجاوز حدود الفعل المحسوس . وبالتالي يعتبر الإنسان قادر على تحسين ذاته وبناء شخصيته بالإضافة إلى قدرته على تشكيل وصياغة وتغيير الواقع الاجتماعي الذي يعيش فيه من خلال عملية التفاعل بين الأشخاص والجماعات داخل المجتمع الإنساني (لطي ، 1999م ، 120-122) . ومن أهم شروط تكوين العلاقة التفاعلية كما حددها (كينزبيرك) هي وجود شخصين فأكثر يكونوا العلاقة الإنسانية ، تنطوي هذه العلاقة على مجموعة رموز سلوكية وكلامية ولغوية يفهمها أطرافها ، أما أسباب العلاقات الاجتماعية فهي الدوافع التي تدفع الفرد إلى الدخول في علاقات مع الغير ، وهذه الأسباب قد تكون اقتصادية أو تربوية أو عائلية وغيرها من العلاقات الاجتماعية ، وهناك آثار أو نتائج للعلاقات

الاجتماعية وهذه الآثار قد تكون إيجابية أو سلبية اعتمادا على طبيعة العلاقة الإنسانية القائمة بين الأفراد (الحسن ، 2005م ، 74) .

وتتعلق التفاعلية الرمزية من عدة مرتكزات لتحليل عملية التفاعل الاجتماعي متمثلة في القواعد الاجتماعية وهي ما اعتاد المعدل العام من الناس على ممارسته من سلوك فالقواعد تعتبر أحد منظمات السلوك الإنساني وهي أحد الظواهر الاجتماعية التي تحدد سلوك الفرد وتوجهه في ارتباطه مع الآخرين ومع الجماعات الاجتماعية الأخرى ، وكذلك العامل الزمني حيث تقع عمليات التفاعل الاجتماعي ضمن التوقيت الزمني ومن خلاله يقاس مدى الفائدة أو الربح أو التوفير والتبذير للأشياء المادية والمعنوية للأفراد المتفاعلين ، وتؤثر القيم الاجتماعية على درجة فاعلية التفاعل الاجتماعي وتوجيهه الوجهة التي تريدها (العمر ، 1997م ، 183) .

انطلاقا مما سبق ، يمكن إسقاط هذه النظرية على موضوع الدراسة كونها تفسر لنا طبيعة التفاعل الاجتماعي للفرد مع غيره عن طريق شبكات التواصل الإلكترونية وموقعه والدور الذي يؤديه من خلال اندماجه في المجتمع الافتراضي وباستخدام الفرد لهذه الشبكات الإلكترونية فإنها تملي عليه معاني وقيم ورموز جديدة .

نظرية انتشار المستحدثات (روجرز) :

هي إحدى النظريات الأساسية في العصر الحديث لظاهرة تبني المجتمعات للمخترعات الجديدة ، ويمكن تعريف الانتشار بأنه العملية التي يتم من خلالها المعرفة بابتكار أو اختراع ما من خلال عدة قنوات اتصالية بين أفراد النسق الاجتماعي ووجدت النظرية أن هناك علاقة بين انتشار المستحدثات وحدث التغيير الاجتماعي . وتعتمد درجة انتشار المستحدثات على فعالية الاتصال داخل النسق الاجتماعي بحيث يتم انتشار الفكرة الجديدة وهنا يظهر دور عامل الوقت وبه تتم مراحل حتى يتم اتخاذ قرار ما بشأن تبني التكنولوجيا الجديدة ، والمرحلة الأولى هي المعرفة حيث يدرك الأفراد وجود فكرة جديدة بشأن اختراع ما ويحاولوا التعرف على وظائف ذلك الشيء ، أما المرحلة الثانية تتعلق بالاقتناع حيث تتكون لدى الفرد شعور مع أو ضد استخدام المستحدثات الجديدة ، أما المرحلة الثالثة فهي مرحلة اتخاذ القرار بتبني استخدام الشيء الجديد أو رفضه ، والمرحلة الأخيرة يقوم فيها الفرد المستخدم بدعم استخدام الابتكارات الجديدة وتأكيد أهميتها ، وتتأتى هذه المراحل من خلال الوعي بتطبيقات الابتكار الجديد ثم الاهتمام باختباره مما يؤدي إلى محاولة تقييم جدوى تبني مثل هذا الشيء وبذلك يدخل حيز التجريب للوقوف على الفوائد المكتسبة حتى إذا وصل الفرد إلى درجة الاقتناع فإن ذلك يقود إلى مرحلة التبني (عماد وحسين ، 1998م ، 258) .

ويرتبط بنظرية انتشار المستحدثات دراسة عدة عوامل تساعد في الإجابة عن تساؤلات بحثية هامة مثل هل تتغير أنماط استخدام تكنولوجيا الاتصال عبر فترات زمنية مختلفة وما هي سمات وخصائص الأفراد المستخدمين لهذه التكنولوجيا ؟ وهل هناك تفاوت في درجات الاستخدام وهذه العوامل هي المكانة الاجتماعية ، خصائص وسمات الأفراد ، الخلفية الاجتماعية والثقافية للمستخدمين ، وتؤثر هذه العوامل على تبني استخدام تكنولوجيا المعلومات والأبعاد الاجتماعية المقترنة بذلك الاستخدام (خالد ، 2009م ، 8) .

وبناء على السابق ، أشارت دراسات بحوث انتشار المستحدثات إلى أهمية مفهوم الشبكات الاجتماعية في فهم كيفية انتشار المبتكرات داخل النسق الاجتماعي ، وفي ضوء ذلك قام روجرز بدراسة قنوات الاتصال لأنها هي

التي تعمل على خلق وعي وإقناع للفرد باستخدام أدوات تكنولوجيا الاتصال ، إضافة إلى ذلك أشارت الدراسات إلى أهمية تناول عملية الانتشار من خلال بعد تنظيمي وذلك لتأثير البيئة الاجتماعية على عملية تبني استخدام التكنولوجيا .

مدخل الاستخدامات والإشباعات :

قدم هذا المدخل عالم الاتصال (كاتز) ويعني هذا المدخل الاستخدامات والإشباعات في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته وتلبي حاجاته الكامنة في داخله ، ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبياً يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل الإعلام ، بل يمتلك غاية محددة من تعرضه يسعى إلى تحقيقها ، فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعاً لهم ، وكلما كان مضمون معين قادراً على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له (فكري ، 2008م ، 82) .

وجمهور المتلقين يعتبر طرف فاعل ونشط في العملية الاتصالية ، لذلك فهو يقوم بدور بمجرد اشتراكه فيها كمظهر للذات الاجتماعية ، وكطرفي في هذه العملية يسهم في حركتها واستمرارها ، ومن هنا يأتي الدور النقدي الذي يقوم به كل عضو من أعضاء الجمهور فيما يتعلق بعناصر العملية كلها ، وهذا الدور يؤثر في استمرار عملية التعرض ، أو الانسحاب منها بناءً على الممارسة التي يقوم بها العضو كطرف في العملية الإعلامية ، فمن خلال تأثير الحاجات والدوافع والأطر المرجعية يبدأ الفرد بصفته قارئاً أو مشاهداً أو مستمعاً في تقويم ما يحصل عليه من معلومات وتقويم مصدر هذه المعلومات حتى يطمئن إلى تأمين حاجاته من التعرض متأثراً في ذلك بالعوامل الوسيطة في عملية التعرض (عبد الحميد ، 1997م ، 220) .

ويقوم مدخل الاستخدامات والإشباعات على مجموعة من الفرضيات التي تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال والإشباع التي يسعون إلى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام وهي :

- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم .
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية .

- إن أعضاء الجمهور هم يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم ، وأن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات .

- إن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيةها ، لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات .

- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال ، وليس من خلال محتواها فقط (الشامي ، 2002م ، 72) .

الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدامات وسائل الاتصال :

يعود الفضل في اكتشاف العلاقة بين الأصول الاجتماعية والنفسية ودوافع التعرض لوسائل الاتصال إلى الباحثة (ماتيلدا رابلي) حيث تناولت هذه الأصول من حيث :

-الأصول الاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال : لا يتعامل أفراد الجمهور مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراداً معزولين عن واقعهم الاجتماعي وإنما (باعتبارهم أعضاء في جماعات منظمة) ، وعليه فإن العوامل الديموغرافية والاجتماعية مثل النوع ، السن ، المستوى العلمي ، المستوى الاجتماعي والاقتصادي ، لها تأثيرها في استخدام الجمهور لوسائل الاتصال(مكاوي ، 2000 ، 250) .

-الأصول النفسية لاستخدامات وسائل الاتصال : تؤدي الاستخدامات في بعض الأحيان إلى وجود حوافز أو دوافع معينة بحاجة إلى إشباع وبالتالي تحدد العديد من الاستخدامات لوسائل الإعلام ، حيث يقوم مدخل الاستخدامات والإشباع على افتراض أن الأفراد المختلفين يختارون لأنفسهم مضامين إعلامية مختلفة وفقاً للظروف النفسية بينهم ، حيث تعد الظروف النفسية لأفراد الجمهور مشكلات تواجههم (ويحقق التعرض لوسائل الاتصال العلاج الأمثل لمثل هذه المشكلات)(شاهين ، 2000 ، 239)

دوافع الاستخدامات :

صنف كل من كاتز وجيرفتش وهاس الحاجات المرتبطة بوسائل الإعلام إلى خمسة فئات :

-الحاجات المعرفية : وهي المرتبطة بالمعلومات والمعارف ومراقبة البيئة .

-الحاجات الوجدانية : وهي المرتبطة بالنواحي العاطفية والمشاعر .

-حاجات التكامل النفسي : وهي المرتبطة بتدعيم المصداقية والتقدير الذاتي وتحقيق الاستقرار الشخصي

-حاجات التكامل الاجتماعي : وهي المرتبطة بالتواصل مع العائلة والأصدقاء والعالم وتقوم على رغبة في التقارب مع الآخرين .

-حاجات الهروب : وتعكس كل ما هو مرتبط بالترفيه والتسلية(عثمان ، 2009 ، 29) .

توقعات الجمهور من وسائل الإعلام :

تشير بحوث الاستخدامات والإشباع إلى أن استخدام وسائل الإعلام يحقق مكافآت يمكن توقعها أو التنبؤ بها من جانب أعضاء الجمهور على أساس تجاربهم الماضية مع هذه الوسائل ، وهذه المكافآت يمكن اعتبارها تأثيرات نفسية قام الأفراد بتقييمها ، وقد قام (ورايبيرن) بصياغة نظرية الاستخدامات والإشباع على أساس أن الإشباع المتحققة لها صلة بتوقع أصلي ، فيما سمي بنظرية القيمة المتوقعة لإشباع وسائل الإعلام(عثمان ، 2009 ، 30) .

الإشباع المتحققة من التعرض لوسائل الإعلام :

لقد قسمها (لورانس وينر) إلى نوعين :

1-إشباع المحتوى : وتمثل الإشباع التي تتحقق من التعرض لمضمون الوسائل الإعلامية ، فهي ترتبط بالرسالة أكثر من الوسيلة وتنقسم إلى نوعين هما : الإشباع التوجيهية وتمثل في إشباع الحاجة إلى زيادة المعلومات والمعارف وتنمية المهارات الشخصية وتأكيد الذات واكتشاف الواقع وهذا ينطبق على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث أنها تشبع رغبات مستخدميها من خلال ابداء آرائهم أو حرياتهم التي يشعرون أنهم غير قادرين على إيصالها والاستفادة من تجارب الآخرين وعمل علاقات مع من هم أصحاب خبرة ، والنوع الثاني الإشباع الاجتماعية وتمثل في إشباع الحاجة إلى التواصل مع الآخرين والتحدث معهم ، من خلال الربط بين

المعلومات التي يحصل عليها الفرد من وسائل الاتصال وشبكة علاقته الاجتماعية .
 إشباع عملية الاتصال : وتحدث نتيجة لعملية الاتصال واختيار الفرد لوسيلة معينة دون سواها ، فهي تتعلق بالوسيلة أكثر منها بالمضمون ، وتنقسم إلى نوعين هما : الإشباع التوجيهية وهي إشباع مكملة للإشباع التوجيهية وتتعلق بإشباع الحاجة إلى الراحة والاسترخاء والمتعة والدفاع عن الذات ، والإشباع الاجتماعية وهي إشباع مكملة للإشباع الاجتماعية وتتعلق بإشباع الحاجة إلى التخلص من العزلة والإحساس بالضيق والملل وعدم الشعور بالوحدة(المشمشي ، 2002م ، 32) .
 وفي ضوء ما سبق نجد أن مدخل الاستخدامات والإشباع يقدم مجموعة من المفاهيم والشواهد بالنسبة لشبكات التواصل الاجتماعي التي تؤكد أسلوب الأفراد أمام تلك الوسائل من خلال تعليقاتهم وآرائهم وتوجهاتهم ويرى هذا المدخل أن الأفراد يوظفون بفاعلية مضامين الرسائل الإعلامية التي يتم تدوينها في وسائل التواصل الاجتماعي بدلا من أن يتصرفوا سلبيا تجاهها علاوة على أن هذا المدخل يوفر لنا مجالا رحبا لتفسير السلوك الاتصالي ، وهذا المدخل يفترض بأن إشباع الحاجات يتم ليس فقط من خلال التعرض لأي وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري ولكن يتم أيضا من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة بالإضافة إلى السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة .

مجل النظريات السابقة التي تم عرضها من حقلي علم الاجتماع والاتصال سواء كانت تقليدية أو اتجاهات حديثة قدمت مفاهيم مختلفة لموضوع الدراسة من زوايا متنوعة كما تساهم من خلال المفاهيم والتحليلات المتعلقة بها في تفسير نتائج الدراسة .

4. مناقشة وتحليل نتائج البحث

4-1 منهجية الدراسة :

4-1-1 منهج البحث :

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي من أجل الوصول إلى تحقيق أهدافه والتحقق من صحة فرضياته متبعاً الأسلوب الميداني في جمع المعلومات والمعطيات حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلاب جامعة شندي ولاية نهر النيل .

4-1-2 مجتمع البحث وعينه:

اشتمل مجتمع البحث على طلاب بجامعة شندي ولاية نهر النيل السودان وتم تطبيق الدراسة على طلاب كلية الدراسات التنموية البالغ عددهم ()

وقد تم إرسال (185) استبانته ، تم تعبئتها و استبعاد (11) استبانته لعدم صلاحيتها . وتم اعتماد (174) استبانته كعينة للبحث مقسمة على النحو التالي :

31 استبانته	المستوى الدراسي الأول
59 استبانته	المستوى الدراسي الثاني
61 استبانته	المستوى الدراسي الثالث
23 استبانته	المستوى الدراسي الرابع

وقد تم إدخال بياناتها في الحاسب الآلي من أجل التحليل الإحصائي على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss .

4-1-3 الصدق والثبات للأداة:

تمت معرفة الصدق الظاهري للأداة من خلال عرضها علي مجموعة من الخبراء والمختصين وإعادة صياغة وحذف بعض الفقرات ودمج بعضها بناءً علي توجيهاتهم وخروج الاستلانة في شكلها النهائي، كما يعرف الثبات علي أنه اتساق المقياس أي إذا تم إعادة توزيع الاستبيان علي عينة الدراسة تظل النتيجة ثابتة كما هي، كما تم قياس الصدق الداخلي من خلال مقياس الفا كرونباخ الموضح بالجدول (1):

جدول (1): يوضح قياس الصدق والثبات من خلال مقياس الفا كرونباخ

المعامل	القيمة	التفسير
الثبات	0.91	عبارات الاستبيان تمتاز بدرجة ثبات عالية
الصدق	0.87	عبارات الاستبيان تمتاز بدرجة صدق عالية

إعداد الباحث ، من الدراسة الميدانية ، 2022م

الجدول (1) يوضح أن قيمة معامل الفا كرونباخ للثبات هي 0.91 وهي أكبر من 0.5 مما يعني أن عبارات الإستبانة تمتاز بدرجة ثبات عالية جداً، أي أن النتائج التي تم الحصول عليها تظل كما هي أو قريبة جداً اذا ما اعيد تطبيق الإستبانة على نفس أفراد العينة، كما نلاحظ أن قيمة معامل الفا كرونباخ للصدق 0.87 وهي عبارة عن الجزر التربيعي لمعامل الثبات أيضاً هي أكبر من 0.5 مما يعني ان عبارات الاستبيان تمتاز بدرجة صدق عالية، أي أن عبارات الدراسة تقيس ما يفترض البحث قياسه بالفعل.

4-1-4 تحديد مستوي الموافقة:

تم تحديد مستوي الموافقة لإجابات المبحوثين بناءً علي قيمة الوسط الحسابي من خلال مقياس ليكارت الخماسي، وكذلك تحديد النسبة المئوية لمستوي الموافقة علي كل عبارة من عبارات محاور الدراسة بناءً علي قيمة الوسط الحسابي كما هو موضح بالجدول (2) والجدول (3).

جدول (2): يوضح مستوي الموافقة بناءً علي مقياس ليكارت الخماسي

مستوي الموافقة	قيمة الوسط الحسابي
لا أوافق بشدة	1 - 1.79
لا أوافق	1.8 - 2.59
غير متأكد	2.6 - 3.39
أوافق	3.4 - 4.19
أوافق بشدة	4.2 - 5

جدول (3): يوضح النسبة المئوية لعبارات الدراسة بناءً على قيمة الوسط الحسابي

النسبة المئوية	نسبة الموافقة
80% - 100%	عالية جداً
65% - 79%	عالية
50% - 64%	متوسطة
35% - 49%	منخفضة
20% - 34%	منخفضة جداً

4-2 عرض وتحليل النتائج

إن هذه الدراسة تتناول موضوع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلاب جامعة شندي ، بالتطبيق على طلاب كلية الدراسات التنموية . وبناء على فرضيات الدراسة والبيانات التي تم جمعها وتحليلها ، سيتم عرض أهم النتائج وتفسيرها ومناقشتها في ضوء الإطار النظري .

4-2-1 البيانات الأساسية:

2-1-2 جدول رقم (4) النوع

النوع	التكرار	النسبة %
نكر	120	69.0
أنثى	54	31.0
المجموع	174	100%

المصدر : إعداد الباحث ، من الدراسة الميدانية ، 2022م.

من الجدول أعلاه يلاحظ بأن أكثر المبحوثين من أفراد العينة من فئة المتزوجات حيث بلغت نسبتهم 89% ، وبلغت نسبة المطلقات 9.4% ، وتأتي في المرتبة الأخيرة الأرامل بنسبة بلغت 1.6% .

4-2-1-1 جدول رقم (5) يوضح العمر

الفئات العمرية	التكرار	النسبة %
أقل من 20 سنة	25	14.4
من 20 سنة وأقل من 25 سنة	121	69.5
من 25 سنة فأكثر	28	16.1
المجموع	174	100%

المصدر : إعداد الباحث ، من الدراسة الميدانية ، 2022م.

من الجدول أعلاه يلاحظ بأن أكثر المبحوثين من أفراد العينة ينتمون إلى الفئة العمرية من 20 سنة وأقل من 25 سنة بنسبة بلغت 69.5% وقد يعود ذلك إلى أن هذا العمر هو المتوسط الطبيعي لعمر الطالب الجامعي ، وبلغت نسبة الفئات العمرية من 25 سنة فأكثر 16.1% . ويأتي في المرتبة الأخير الفئات العمرية أقل من 20 سنة بنسبة بلغت 14.4% ، وعليه فإن الإجابات تم الحصول عليها من فئات عمرية مختلفة وهو مؤشر إيجابي تفيد الدراسة .

-2-1-3 جدول رقم (6) المستوى الدراسي

النسبة %	التكرار	المستوى الدراسي
17.8	31	المستوى الأول
33.9	59	المستوى الثاني
35.1	61	المستوى الثالث
13.2	23	المستوى الرابع
%100	174	المجموع

المصدر : إعداد الباحث ، من الدراسة الميدانية ، 2022م.

من الجدول أعلاه يلاحظ بأن أكثر المبحوثين من أفراد عينة الدراسة لديهم أطفال ما بين طفلين إلى ثلاثة أطفال بنسبة بلغت 44.9% وقد يعزى ذلك إلى ميل العاملات تكوين أسر صغيرة الحجم ، ثم اللاتي لديهن أكثر من ثلاثة أطفال بنسبة بلغت 33.9% ، ثم اللاتي لديهن أقل من طفلين بلغت نسبتهم 16.5% ، وبأتي في المرتبة الأخيرة اللاتي لا يوجد لديهن أطفال بنسبة بلغت 4.7% من جملة عينة البحث

-4-2-1-2 جدول رقم (7) الحالة الاجتماعية

النسبة %	التكرار	الحالة الاجتماعية
82.8	144	عازب
14.4	25	متروجة
2.9	5	مطلقة
%100	174	المجموع

المصدر : إعداد الباحث ، من الدراسة الميدانية ، 2022م.

من الجدول أعلاه يلاحظ بأن أكثر المبحوثين من أفراد العينة من فئة العزاب حيث بلغت نسبتهم 82.8% ، وقد يعود سبب ارتفاع نسبة الغير متزوجين إلى تأخر سن الزواج لدي الطالب الجامعي حيث أن أغلب الطلاب يفضلون الزواج بعد إكمال الدراسة ، ويأتي في المرتبة الثانية نسبة المتزوجين بنسبة بلغت 14.4% ، وتأتي في المرتبة الأخيرة المطلقين بنسبة بلغت 2.9% .

-4-2-1-4 جدول رقم (8) كم تقضي من وقتك في وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	أقضي وقتي في وسائل التواصل
24.7	43	أقل من ساعة في اليوم
44.3	77	من ساعة إلى ساعتين في اليوم
31.0	54	ثلاثة ساعات فما فوق
%100	174	المجموع

المصدر : إعداد الباحث ، من الدراسة الميدانية ، 2022م.

من الجدول أعلاه يلاحظ بأن أكثر المبحوثين من أفراد عينة الدراسة يتابعون وسائل التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ساعتين في اليوم بنسبة بلغت 44.3% وهذا يدل على أن عينة الدراسة غير مفرطة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ، ويأتي في المرتبة الثانية الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي ثلاثة ساعات فما فوق بنسبة بلغت 31.0% ، ويأتي في المرتبة الأخيرة الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي أقل من ساعة في اليوم بنسبة بلغت 24.7% من جملة عينة الدراسة .

4-2-1-5 جدول رقم (9) منذ متى وأنت تتابع وسائل التواصل الاجتماعي

أتابع وسائل التواصل منذ	التكرار	النسبة %
أقل من سنة	14	8.0
من سنة إلى ثلاثة سنوات	29	16.7
أكثر من ثلاثة سنوات	131	75.3
المجموع	174	100%

المصدر : إعداد الباحث ، من الدراسة الميدانية ، 2022م.

من الجدول أعلاه يلاحظ بأن أكثر المبحوثين من أفراد عينة الدراسة يتابعون وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاثة ساعات بنسبة بلغت 46.5% وهذا يدل على أن هناك إفراط في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ، ويأتي في المرتبة الثانية الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي 27.5% مما يؤكد على وعي المرأة بأهمية مواصلة التعليم ، بينما بلغ نسبة العاملات 26% من جملة عينة الدراسة .

4-1-3 جدول رقم (10) أي من وسائل التواصل الاجتماعي تفضل متابعتها

وسائل التواصل المفضلة	التكرار	النسبة %
الفيسبوك	98	56.3
التويتير	16	9.2
الواتساب	42	24.1
أخرى أذكرها	18	10.3
المجموع	174	100%

المصدر : إعداد الباحث ، من الدراسة الميدانية ، 2022م.

من الجدول أعلاه يلاحظ بأن أكثر المبحوثين من أفراد عينة الدراسة يفضلون استخدام موقع الفيسبوك بنسبة بلغت 56.3% وقد يعزى ذلك إلى أن الفيسبوك هو نظام حياة شامل فيه الجد والمرح والفيديو والتجمعات وغيرها من الخصائص التي يفضلها طلاب الجامعة ، وتتفق هذه النتيجة مع مدخل الاستخدامات والإشباع من ناحية وجود انتقائية في اختيار الجمهور لوسيلة اتصالية معينة والتعرض لمضمون معين فيها ، ثم يأتي في المرتبة الثانية الواتساب بنسبة بلغت 24.1% ، ثم الذين يفضلون وسائل أخرى بلغت نسبتهم 10.3% والتي تتمثل في اليوتيوب والانستجرام وغيرها ، وبأتي في المرتبة الأخيرة الذين يفضلون التويتير بنسبة بلغت 9.2% من جملة عينة البحث

2-2-جدول رقم (11) يوضح نتائج إتجاه المحور الأول (تفاعل الطلاب مع الأحداث المجتمعية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي):

الرقم	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	غير متأكد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه	ترتيب العبارة	لا					
												العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	العدد
												%	%	%	%	%	%
1	أتفاعل مع الصفحات التي تهتم بنقل الأخبار الثقافية	58	85	11	9	11	174	4.00	1.085	موافق	3	33.3	48.9	6.3	5.2	6.3	
		46	62	16	38	12	174	3.52	1.279			25.4	35.6	9.2	21.8	9.2	
2	قمت بإنشاء صفحة خاصة مهتمة بالجوانب الثقافية والأحداث الثقافية	62	84	8	11	9	174	4.02	1.061	موافق	2	35.6	48.3	4.6	6.3	5.2	
		60	77	6	8	13	174	3.87	1.208			34.5	44.3	3.4	4.6	7.5	
3	أشارك في المجموعات الثقافية الموجودة في المجتمع	73	66	9	9	9	174	4.00	1.251	موافق	4	42.0	37.9	5.2	5.2	5.2	
		66	59	16	21	17	174	3.72	1.326			37.9	33.9	9.2	12.1	9.8	
4	دائما ما أقوم بنشر مشاركات أو أخبار أو صور تتعلق بالجوانب الثقافية في المجتمع	19	50	20	54	31	174	2.83	1.315	غير متأكد	8	10.9	28.7	11.5	31.0	17.8	
		80	69	5	8	12	174	4.13	1.132			46.0	39.7	2.9	4.6	6.9	
نتيجة المحور الكلية												3.8	موافق				

المصدر : إعداد الباحث ، من الدراسة الميدانية ، 2022م.

من الجدول (11) نلاحظ ما يلي:

1. بلغت قيمة الوسط الحسابي (المُرجح) للعبارة الأولى بالنسبة للمحور الثاني هي (4.00) بانحراف معياري (1.085) وبناء على مقياس ليكرت الخماسي فإن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أنهم يتفاعلون مع الصفحات التي تهتم بنقل الأخبار الثقافية ، كما نجد أن نسبة الموافقة على هذه العبارة بلغت 48.9% وترتيبها العبارة الثالثة من جملة عبارات المحور الثاني .
2. بلغت قيمة الوسط الحسابي (المُرجح) للعبارة الثانية بالنسبة للمحور الثاني هي (3.52) بانحراف معياري (1.279) وبناء على مقياس ليكرت الخماسي فإن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أنهم قاموا بإنشاء صفحات خاصة بهم مهتمة بالجوانب الثقافية والأحداث الثقافية ، كما نجد أن نسبة الموافقة على هذه العبارة بلغت 35.6% وترتيبها العبارة السابعة من جملة عبارات المحور الثاني .

3. بلغت قيمة الوسط الحسابي (المُرجح) للعبارة الثالثة بالنسبة للمحور الثاني هي (4.02) بانحراف معياري (1.061) وبناء على مقياس ليكارت الخماسي فإن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أنهم يشاركون في المجموعات الثقافية الموجودة في المجتمع ، كما نجد أن نسبة الموافقة على هذه العبارة بلغت 48.3% وترتيبها العبارة الثانية من جملة عبارات المحور الثاني .

4. بلغت قيمة الوسط الحسابي (المُرجح) للعبارة الرابعة بالنسبة للمحور الثاني هي (3.87) بانحراف معياري (1.208) وبناء على مقياس ليكارت الخماسي فإن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أنهم دائماً ما يقومون بنشر مشاركاتهم أو أخبارهم أو صور تتعلق بالجوانب الثقافية في المجتمع ، كما نجد أن نسبة الموافقة على هذه العبارة بلغت 44.3% وترتيبها العبارة الخامسة من جملة عبارات المحور الثاني .

5. بلغت قيمة الوسط الحسابي (المُرجح) للعبارة الخامسة بالنسبة للمحور الأول هي (4.00) بانحراف معياري (1.251) وبناء على مقياس ليكارت الخماسي فإن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن وسائل التواصل الاجتماعي جعلتهم يتعرفون على تراث وطنهم ، كما نجد أن نسبة الموافقة على هذه العبارة بلغت 50.4% وترتيبها العبارة الثانية من جملة عبارات المحور الثاني .

6. بلغت قيمة الوسط الحسابي (المُرجح) للعبارة السادسة بالنسبة للمحور الأول هي (3.72) بانحراف معياري (1.326) وبناء على مقياس ليكارت الخماسي فإن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على الأمن الثقافي والفكري لدى الطلاب ، كما نجد أن نسبة الموافقة على هذه العبارة بلغت 33.9% وترتيبها العبارة السادسة من جملة عبارات المحور الثاني .

7. بلغت قيمة الوسط الحسابي (المُرجح) للعبارة السابعة بالنسبة للمحور الثاني هي (3.79) بانحراف معياري (0.931) وبناء على مقياس ليكارت الخماسي فإن أفراد عينة الدراسة غير متأكدين على أن وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر مصدر أولي لثقافتهم ، كما نجد أن نسبة عدم التأكد على هذه العبارة بلغت 11.5% وترتيبها العبارة الثامنة من جملة عبارات المحور الثاني .

8. بلغت قيمة الوسط الحسابي (المُرجح) للعبارة الثامنة بالنسبة للمحور الثاني هي (3.79) بانحراف معياري (0.931) وبناء على مقياس ليكارت الخماسي فإن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن شبكات التواصل الاجتماعي تمكنني من معرفة مختلف القيم الثقافية والاجتماعية السائدة في المجتمع ، كما نجد أن نسبة الموافقة على هذه العبارة بلغت 52% وترتيبها العبارة السادسة من جملة عبارات المحور الثاني .

يتضح من الجدول أعلاه بأن محور الحقوق الاقتصادية حصل على متوسط نسبة موافقة ب 3.8 حسب مقياس ليكارت الخماسي.

4-2-2 جدول رقم (12) يوضح نتائج إتجاه المحور الأول (إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي):

الرقم	العقارة	أوافق بشدة	أوافق	غير متأكد	لا أوافق بشدة	لا أوافق	المجموع	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه	ترتيب العبارة	نتيجة المحور الكلية	
												العدد	النسبة %
												العدد	النسبة %
1	شبكات التواصل الاجتماعي تعد مصدراً مهماً للمعلومات الثقافية	65	88	2	3	16	174	4.1	1.134	موافق	1	37.4	50.6
2	شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في تعديل قناعات الفرد الثقافية بصورة إيجابية	26	85	22	31	10	174	3.5	1.121	موافق	8	14.9	48.9
3	شبكات التواصل الاجتماعي تعمل بشكل مباشر في تشكيل الوعي الثقافي	56	72	15	13	18	174	3.77	1.263	موافق	7	32.2	41.4
4	شبكات التواصل الاجتماعي تعمل على رفع مستوى الثقافة العامة لدى أفراد المجتمع	57	74	11	12	20	174	3.78	1.289	موافق	6	32.8	42.5
5	تساعد في تكوين الآراء والأفكار حول القضايا والمشكلات الثقافية التي تهم المجتمع	46	62	16	38	12	174	3.86	1.101	موافق	4	26.4	35.6
6	توفر للفرد فرصة الحوار والمناقشة مع الآخرين من أجل حل المشكلات الثقافية في المجتمع	55	82	14	11	12	174	3.90	1.125	موافق	2	31.6	47.1
7	تنمي رغبة الفرد في المشاركة الثقافية في المجتمع	57	77	11	13	16	174	3.83	1.224	موافق	5	32.8	44.3
8	تنمي لدى الفرد جرية التعبير عن الأوضاع الثقافية في المجتمع	56	78	13	17	10	174	3.87	1.139	موافق	3	32.2	44.8
موافق											3.8		

المصدر : إعداد الباحث ، من الدراسة الميدانية ، 2021م.

من الجدول (12) نلاحظ ما يلي:

1. بلغت قيمة الوسط الحسابي (المُرَجح) للعبارة الأولى بالنسبة للمحور الأول هي (4.1) بانحراف معياري (1.134) وبناء على مقياس ليكارت الخماسي فإن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد مصدراً مهماً للمعلومات الثقافية ، كما نجد أن نسبة الموافقة على هذه العبارة بلغت 50.6% وترتيبها العبارة الأولى من جملة عبارات المحور الأول.
2. بلغت قيمة الوسط الحسابي (المُرَجح) للعبارة الثانية بالنسبة للمحور الأول هي (3.5) بانحراف معياري (1.121) وبناء على مقياس ليكارت الخماسي فإن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في تعديل قناعات الفرد الثقافية بصورة إيجابية ، كما نجد أن نسبة الموافقة على هذه العبارة بلغت 48.9% وترتيبها العبارة الثامنة من جملة عبارات المحور الأول .

3. بلغت قيمة الوسط الحسابي (المُرجح) للعبارة الثالثة بالنسبة للمحور الأول هي (3.77) بانحراف معياري (1.263) وبناء على مقياس ليكارت الخماسي فإن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن شبكات التواصل الاجتماعي تعمل بشكل مباشر في تشكيل الوعي الثقافي ، كما نجد أن نسبة الموافقة على هذه العبارة بلغت 41.4% وترتيبها العبارة السابعة من جملة عبارات المحور الأول .

4. بلغت قيمة الوسط الحسابي (المُرجح) للعبارة الرابعة بالنسبة للمحور الأول هي (3.78) بانحراف معياري (1.289) وبناء على مقياس ليكارت الخماسي فإن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن شبكات التواصل الاجتماعي تعمل على رفع مستوى الثقافة العامة لدى أفراد المجتمع ، كما نجد أن نسبة الموافقة على هذه العبارة بلغت 42.5% وترتيبها العبارة السادسة من جملة عبارات المحور الأول .

5. بلغت قيمة الوسط الحسابي (المُرجح) للعبارة الخامسة بالنسبة للمحور الأول هي (3.86) بانحراف معياري (1.101) وبناء على مقياس ليكارت الخماسي فإن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن وسائل التواصل الاجتماعي تساعد في تكوين الآراء والأفكار حول القضايا والمشكلات الثقافية التي تهم المجتمع ، كما نجد أن نسبة الموافقة على هذه العبارة بلغت 35.6% وترتيبها العبارة الرابعة من جملة عبارات المحور الأول .

6. بلغت قيمة الوسط الحسابي (المُرجح) للعبارة السادسة بالنسبة للمحور الأول هي (3.9) بانحراف معياري (1.125) وبناء على مقياس ليكارت الخماسي فإن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر للفرد فرصة الحوار والمناقشة مع الآخرين من أجل حل المشكلات الثقافية في المجتمع ، كما نجد أن نسبة الموافقة على هذه العبارة بلغت 47.1% وترتيبها العبارة الثانية من جملة عبارات المحور الأول .

7. بلغت قيمة الوسط الحسابي (المُرجح) للعبارة السادسة بالنسبة للمحور الأول هي (3.8) بانحراف معياري (1.224) وبناء على مقياس ليكارت الخماسي فإن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن وسائل التواصل الاجتماعي تنمي رغبة الفرد في المشاركة الثقافية في المجتمع ، كما نجد أن نسبة الموافقة على هذه العبارة بلغت 44.3% وترتيبها العبارة الخامسة من جملة عبارات المحور الأول .

8. بلغت قيمة الوسط الحسابي (المُرجح) للعبارة السادسة بالنسبة للمحور الأول هي (3.9) بانحراف معياري (1.139) وبناء على مقياس ليكارت الخماسي فإن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن وسائل التواصل الاجتماعي تنمي لدى الفرد جرية التعبير عن الأوضاع الثقافية في المجتمع ، كما نجد أن نسبة الموافقة على هذه العبارة بلغت 44.8% وترتيبها العبارة الثالثة من جملة عبارات المحور الأول .

يتضح من الجدول أعلاه بأن محور الحقوق الاقتصادية حصل على متوسط نسبة موافقة بـ 3.8 حسب مقياس ليكارت الخماسي.

3- إختبار فرضيات الدراسة

تم استخدام اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات .

4-3-1 جدول رقم (13) الفرضية الأولى: . تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلاب جامعة شندي

الرقم	العبرة	قيمة كاي 2 المحسوبة	درجات الحرية	القيمة الجدولية	القيمة المعنوية	لصالح
1	شبكات التواصل الاجتماعي تعد مصدراً مهماً للمعلومات الثقافية	177.667	4	9.488	0.000	الموافقين
2	شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في تعديل قنوات الفرد الثقافية بصورة إيجابية	97.437	4	9.488	0.000	الموافقين
3	شبكات التواصل الاجتماعي تعمل بشكل مباشر في تشكيل الوعي الثقافي	85.713	4	9.488	0.000	الموافقين
4	شبكات التواصل الاجتماعي تعمل على رفع مستوى الثقافة العامة لدى أفراد المجتمع	95.828	4	9.488	0.000	الموافقين
5	تساعد في تكوين الآراء والأفكار حول القضايا والمشكلات الثقافية التي تهم المجتمع	117.437	4	9.488	0.000	الموافقين
6	توفر للفرد فرصة الحوار والمناقشة مع الآخرين من أجل حل المشكلات الثقافية في المجتمع	119.391	4	9.488	0.000	الموافقين
7	تتمى رغبة الفرد في المشاركة الثقافية في المجتمع	105.425	4	9.488	0.000	الموافقين
8	تتمى لدى الفرد حرية التعبير عن الأوضاع الثقافية في المجتمع	106.977	4	9.488	0.000	الموافقين

المصدر : إعداد الباحث ، من الدراسة الميدانية ، 2022م.

يتضح من الجدول أعلاه أن كل قيم مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة لعبارات الفرضية أعلاه أكبر من القيم الجدولية عند درجات الحرية ومستوى معنوية أقل من 0.05 ، عليه فإن ذلك يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة لصالح الموافقة ، وتم رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل (شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على تفاعل الطلاب مع الأحداث المجتمعية).

4-3-2 جدول رقم (14) الفرضية الثانية: شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على تفاعل الطلاب مع الأحداث

المجتمعية بجامعة شندي

الرقم	العبرة	قيمة كاي 2	درجات الحرية	القيمة الجدولية	القيمة المعنوية	لصالح
1	اتفاعل مع الصفحات التي تهتم بنقل الأخبار الثقافية	139.563	4	9.488	0.000	الموافقين
2	قمت بإنشاء صفحة خاصة مهمة بالجوانب الثقافية والأحداث الثقافية	50.253	4	9.488	0.000	الموافقين
3	أشارك في المجموعات الثقافية الموجودة في المجتمع	146.862	4	9.488	0.000	الموافقين
4	دائماً ما أقوم بنشر مشاركات أو أخبار أو صور تتعلق بالجوانب الثقافية في المجتمع	115.023	4	9.488	0.000	الموافقين
5	وسائل التواصل الاجتماعي جعلتني أعرف على تراث وطني	117.264	4	9.488	0.000	الموافقين
6	تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي على الأمن الثقافي والفكري لدى الطلاب	104.207	4	9.488	0.000	الموافقين
7	وسائل التواصل الاجتماعي اعتبرها مصدر أولي لثقافتي	31.115	4	9.488	0.000	عدم التأكد
8	شبكات التواصل الاجتماعي تمكنني من معرفة مختلف القيم الثقافية والاجتماعية السائدة في المجتمع	153.414	4	9.488	0.000	الموافقين

المصدر : إعداد الباحث ، من الدراسة الميدانية ، 2022م.

يتضح من الجدول أعلاه أن كل قيم مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة لعبارات الفرضية أعلاه أكبر من القيم الجدولية عند درجات الحرية ومستوى معنوية أقل من 0.05 ، عليه فإن ذلك يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة لصالح الموافقة ، وتم رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل (تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلاب جامعة شندي).

النتائج

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج ومن أهمها

- 1-تعد شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً مهماً للمعلومات الثقافية .
- 2-تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعديل قنوات الفرد الثقافية بصورة إيجابية .
- 3-تنمي شبكات التواصل الاجتماعي الرغبة في المشاركة الثقافية في المجتمع .
- 4-شبكات التواصل الاجتماعي تنمي لدى الفرد حرية التعبير عن الأوضاع الثقافية في المجتمع .
- 5-تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في التعرف على التراث الوطني .
- 6-تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الثقافي والفكري لدى الطلاب .
- 7-تسهم شبكات التواصل الاجتماعي من معرفة القيم الثقافية والاجتماعية السائدة في المجتمع .

التوصيات

- 1- ضرورة تفعيل دور وسائل الإعلام المحلية .
- 2- لابد من تفعيل دور المؤسسات الاجتماعية (الأسرة ، المدرسة ، المسجد) من خلال قيامها بمراقبة ما يشاهده الشباب من برامج عبر شبكات التواصل الاجتماعي .
- 3- ضرورة نشر الوعي لدى فئة الشباب حول دور وأثر شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية شخصيتهم وإرشادهم للاستخدام الأمثل .

قائمة المصادر والمراجع

أولاً : المراجع باللغة العربية :

- 1- أبو حلال ، إسماعيل سمان (2012م) . الإذاعة ودورها في الوعي الأمني . دار أسامة للنشر والتوزيع .
 - 2- بيومي ، محمد أحمد (2009م) . علم الاجتماع الثقافي . الإسكندرية . دار المعرفة الجامعية .
 - 3- حسين ، شفيق (2011م) . الإعلام الجديد (تكنولوجيا حديثة في عصر ما بعد النفاغلية) . القاهرة . دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع .
 - 4- الحسن ، إحسان (2005م) . النظريات المتقدمة . عمان . دار وائل للنشر .
 - 5- طلب ، محمد نبيل (2009م) . البرامج التعليمية والثقافية بالإذاعة والتلفزيون . القاهرة . الدار العربية للنشر والتوزيع .
 - 6- لطفي ، كمال (1999م) . النظرية المعاصرة في علم الاجتماع . القاهرة . دار غريب .
 - 7- محمود ، خالد وليد (2011م) . شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي . بيروت . مدارك إبداع للنشر والترجمة والتعريب
 - 8- مكايوي ، حسن عماد (2000م) . نظريات الإعلام . القاهرة . مركز جامعة القاهرة .
 - 9- نصر ، حسني محمد (2013م) . وسائل الإعلام الجديدة "أسس التغطية والكتابة والتصميم والإخراج في الصحافة الإلكترونية" . الكويت . مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع .
 - 10- سلطان ، محمد صاحب (2012م) . وسائل الإعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور . عمان . دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة
 - 11- عبد الحميد ، محمد (1997م) . دراسة الجمهور في بحوث الإعلام . القاهرة . عالم الكتب .
 - 12- عمار ، حسن وحسين ، ليلي (1998م) . الاتصال ونظرياته المعاصرة . القاهرة . الدار المصرية اللبنانية .
 - 13- العمر ، معن خليل (1997م) . نظريات معاصرة في علم الاجتماع . عمان . دار الشروق .
- ثانياً : الرسائل العلمية :
- 1- أبو يعقوب ، شدان يعقوب خليل (2015م) . أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلاب جامعة الوطنية رسالة ماجستير منشورة . جامعة النجاح الوطنية .
 - 2- بن داوود (2014م) . دور الإذاعة المحلية في تشكيل الوعي الثقافي دراسة حالة المرأة الماكثة بالبيت . رسالة ماجستير منشورة . قسم علوم الإعلام والاتصال . جامعة قاصدي مرباح ورقلة .

- 3-زيد ، مليكة (2015م) . دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة بالبيت . رسالة ماجستير منشورة . كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية . الجزائر .
- 4-حمودة ، أحمد يونس محمد (2013م) . دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية . رسالة ماجستير منشورة . جامعة الدول العربية . المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم . معهد البحوث والدراسات العربية .
- 5-المشمسي ، محمود (2002م) . دوافع تعرض المشاهد المصري للقنوا الفضائية . رسالة دكتوراه منشورة . المنيا . جامعة المنيا .
- 6-عبد الرازق ، رأفت مهند (2013م) . دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي "دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والانبار وتكريت للفترة من 1-3-2013 وحتى 1-6-2013 . رسالة ماجستير منشورة . جامعة البترا الاردنية . كلية الآداب والإعلام .
- 7-العلي ،لينا (2011م) . العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلاب جامعة النجاح الوطنية . كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية . فلسطين . نابلس .
- 8-صابر ، لامية (2009م) . الحملات الإعلانية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب . دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف . رسالة ماجستير منشورة . كلية الحقوق . جامعة الحاج لخضر باننة .
- 9-شاهين ، هبة (2000م) . استخدام الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية . رسالة دكتوراه منشورة . القاهرة . جامعة القاهرة .
- 10-الشامي ، عبد الرحمن محمد (2002م) . استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية : الدوافع والإشباع . رسالة دكتوراه منشورة . مصر . جامعة الأزهر .
- ثالثاً : الأوراق العلمية :
- 1-زايهر ، رياضي (2003م) . استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي . مجلة التربية . العدد (15) . جامعة عمان الأهلية . عمان
- 2-الطيار ، فهد بن علي (2014م) . شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتير نموذجاً" دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود . المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب . المجلد (3) العدد (6) . الرياض .
- 3-عثمان ، عزه عبد العزيز (2009م) . العوامل المؤثرة على استخدامات الفتيات في السعودية ومصر للإنترنت دراسة مقارنة . المؤتمر الدولي الأول لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي في الفترة من 15-17 مارس . قسم الإعلام . كلية الآداب . جامعة الملك سعود .
- 4-الفظافطة ، محمود (2012م) . مستقبل الإعلام الجديد . مركز رام الله لدراسات حقوق الإنسان (تسامح) . العدد السادس والثلاثون . السنة العاشرة . آذار .
- 5-رضوان ، حنان . رمضان صلاح . عبد الوهاب ، إيمان جمعه (2010م) . دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تنمية حرية التعبير عن الرأي لدى طلاب الجامعة في ضوء مجتمع ما بعد الحداثة . بحث مقدم للمؤتمر العلمي الأول لقسم أصول التربية . كلية التربية . جامعة بنما .

6- خالد ، محمد بن سعود (2009م) . تقنية الاتصال الحديثة بين القبول والمقاومة المملكة العربية السعودية نموذجاً . المؤتمر الدولي الأول لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي في الفترة من 15-17 مارس . قسم الإعلام . كلية الآداب . جامعة الملك سعود .

رابعاً : المراجع باللغة الأجنبية :

1-Sean P Hagerty(2008) . An Examination of uses and Graduations of YOUTUBE , Unpublished Master thesis Department of Communication , Villanova University .

خامساً : الشبكة العنكبوتية :

1-جابر ، محمد (2013م) . مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي . مقال منشور على الانترنت . متاح على

www.kenonaonline.com

2-فكري ، عثمان (2008م) . المتلقي في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع . طيبة للدراسات الإنسانية . متاح على

<http://www.toyyebah.org/DeFault.aspx>