

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي عند الشباب
"دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات في سوريا"
**The role of social media in developing cultural
awareness among young people**
"A field study on a sample of university students in Syria"

* الدكتور عاهد عايش العاسمي

Dr. Ahed Alasemi

Community College of Qatar كلية المجتمع في قطر (قطر)

dr.ahed72@gmail.com

تاريخ النشر: 2022/07/28

تاريخ القبول: 2022/07/21

تاريخ الإرسال: 2022/07/02

مُلَخَّصُ البَحْثِ

هدفت الدراسة لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي السوري، ومعرفة درجة المتابعة لهذه المواقع.

استخدم الباحث منهج المسح الوصفي، لتحقيق ما تسعى إليه الدراسة، عبر "أداة الاستبانة" تم تنفيذها على عينة عمدية غير احتمالية مكونة من (400) مفردة من طلاب الجامعات في دمشق، وكان من أهم النتائج ما يلي:

- 1- ارتفاع نسبة المبحوثين ممن يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي دائماً، ومن يتابعها أحياناً جاءت بالمرتبة الثانية.
- 2- ارتفاع نسبة المتابعين من أفراد العينة للقضايا السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي، تليها الاقتصادية، ومتابعة القضايا الدينية بالمرتبة الثالثة.
- 3- كان الفيس بوك من أكثر المواقع متابعة لأفراد العينة، يليه "الواتس، وجاء "انستغرام" بالمرتبة الثالثة.
- 4- تفوقت الدوافع النفعية لدى المبحوثين في متابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي على الطقوسية.
- 5- ارتفاع مستوى دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي.

* عاهد عايش العاسمي: dr.ahed72@gmail.com

الكلمات المفتاحية : (وسائل تواصل اجتماعي، وعي ثقافي، دوافع متابعة)

Summery :

The study aimed to find out the role of social networking sites in developing cultural awareness among Syrian university youth, and to know the degree of follow-up of these sites.

The researcher used the descriptive survey method, to achieve the aim of the study, through a "questionnaire tool" that was implemented on an intentional non-probability sample consisting of (400) single university students in Damascus, and among the most important results were the following:

1- The high percentage of respondents who always follow social media, and those who follow them sometimes came second.

2- An increase in the percentage of people who follow political issues on social media, followed by economic issues, and religious issues are followed up in third place.

3- Facebook was one of the most follow-up sites for the sample, followed by “WhatsApp,” and “Instagram” came third.

The utilitarian motives of the respondents in following up on social networking sites outweighed the ritual motives.

5- The high level of the role of social media in developing cultural awareness among Syrian university youth.

Keywords: (Social media, Cultural awareness, Motives follow up).



● مقدمة الدراسة:

تعد تكنولوجيا الاتصالات من أهم سمات القرن الواحد والعشرين ، حيث ربطت العالم وجعلت منه قرية صغيرة تلاشى أمامها الحواجز الجغرافية ، فروق التوقيت واختلاف اللغات . وقد أجمع العديد من الباحثين على أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة وفي مقدمتها شبكة الإنترنت ، قد فتحت عصراً جديداً من الاتصال والتواصل بين البشر .

وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها استخداماً لدى جميع مستويات الطبقات الاجتماعية المختلفة، وبالرغم من أن هذه الشبكات أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، إلا أن حدودها اتسعت للنشاط الثقافي والأكاديمي والرياضي والترفيهي والاقتصادي وغير ذلك من الأنشطة.

ويعيش الشباب العربي مجموعة من التحولات في طرق العيش، وأساليب التفكير وأنماط السلوك يمكن توصيفها بأنها مرحلة انتقالية تنطوي على تداخل التقليدي والحديث، سواء على صعيد العلاقات الاجتماعية أو الثقافية والقيم السائدة، فالتداخل بين المحلي والعالمي بفعل التأثير المتعاظم لثورة الاتصالات والمعلومات قد انعكس على مختلف الشرائح الاجتماعية، ويعد الشباب هم أكثر فئات المجتمع تأثراً بهذه التغييرات وما نجم عنها من تأثيرات سلبية أو إيجابية على السواء، وبناءً على ذلك سيتم خلال هذه الدراسة معرفة مدى دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي السوري، ومعرفة درجة التعرض لهذه المواقع ودوافع استخدامه لها، باعتبار أن الشباب الجامعي ينتمي إلى مختلف فئات المجتمع الاجتماعية والاقتصادية ويتميز بنشاط فكري وثقافي ولهم تأثير في مجتمعاتهم.

المحور الأول: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً- مشكلة الدراسة:

لقد أصبح واضحاً للجميع مدى التأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المعرفة والوعي الثقافي ، وفي التحكم في دينامية الجماعات وتوجيه سلوك أفرادها، الأمر الذي يوفر لمن يملك هذه المواقع، أو يتحكم في برامجها ومضمونها القوة على التأثير في الاتجاهات وتنمية الثقافات، وخاصة فئة الشباب الذين هم أكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي، لذا أراد الباحث معرفة الدور الذي تقوم به هذه المواقع في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي السوري، كون طلاب الجامعات يمثلون مختلف فئات المجتمع وهم الأكثر عرضة لهذه المواقع، من خلال دراسة ميدانية باستخدام أداة الاستبانة.

لذلك يمكننا تلخيص مشكلة الدراسة من خلال السؤال التالي: "ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي السوري، وما دوافع استخدامه لها"؟.

ثانياً: أهمية الدراسة: تتبع أهمية هذه الدراسة من الاعتبارات التالية:

1- أنها تلقي الضوء على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي السوري.

2- التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي السوري لمواقع التواصل الاجتماعي.

3- التعرف على أكثر المواقع التي يقوم بزيارتها أفراد العينة.

ثالثاً: أهداف الدراسة: يحاول الباحث من خلال هذه الدراسة تحقيق الأهداف التالية:

1- التعرف على حجم التعرض عينة الدراسة من الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي.

2- معرفة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التنمية الثقافية لدى عينة الدراسة.

3- تحليل آراء الجمهور المستهدف حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي

الثقافي لدى الشباب الجامعي السوري.

رابعاً: تساؤلات الدراسة: في ضوء إشكالية الدراسة وأهدافها، تم وضع التساؤلات الآتية:

- 1- ما مدى انتظام عينة الدراسة في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما مدى التعرض ودرجة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لأفراد العينة؟
- 3- ما مدى اهتمام أفراد العينة بالموضوعات والقضايا الثقافية؟
- 4- ما هي أهم المواقع الأكثر متابعا بالنسبة لأفراد العينة؟
- 5- ما هي دوافع استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 6- ما مستوى دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى أفراد العينة؟

خامساً: الدراسات السابقة:

1- دراسة رنا مروان العيسى (2020): " دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة

الرياضية لدى الشباب الأردني من وجهة نظر المدربين الرياضيين¹.

هدفت الدراسة إلى تقصي دور مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المدربين الرياضيين في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي من خلال أداة الاستبانة والتي تم توزيعها إلكترونياً على عينة عشوائية منتظمة من المدربين الرياضيين والبالغ عددهم (328) مدرباً من الذكور والإناث، في مدينة عمان.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن مواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني، وأن الفيسبوك والانستغرام واليوتيوب هم أكثر المواقع استخداماً من قبل المدربين الرياضيين حيث يشجعوا الشباب الأردني على ممارسة الرياضة عبر هذه المواقع وتغير المفاهيم الخاطئة المنتشرة حول بعض التمارين الرياضية وتوضيح طرق اللعب

الصحيحة للتمارين داخل النادي الرياضي، كما اكتسب الشباب بدرجة متوسطة وعباً جيداً بأهمية الرياضة في حياتنا والمعرفة الجيدة لطريقة اللعب في النادي الرياضي.

2- دراسة عدنان القرعان (2018): "دور قناة البحرين الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لشباب مملكة البحرين"².

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى دور قناة البحرين الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى شباب مملكة البحرين، والتعرف إلى مستوى رضا الشباب البحريني عن مستوى الثقافة الرياضية التي تقدمها قناة البحرين الرياضية، وأيضاً التعرف إلى الفروق بين مستوى الثقافة الرياضية لدى الشباب تبعاً لمتغير العمر، المحافظة، الدرجة العلمية، والممارسة الرياضية، الجنس، وعدد المشاهدات.

استخدم الباحث المنهج الوصفي بأسلوبه المسحي ملائمة لطبيعة الدراسة وأهدافها، وتكون مجتمع الدراسة من مشاهدي قناة البحرين الرياضية من فئة الشباب (18-35) سنة، حيث جرى اختيار العينة العشوائية الطبقية البالغ عددها (366) فرداً، وصمم الباحث استبياناً لجمع بيانات الدراسة، وأظهرت نتائج الدراسة أن هناك دوراً متوسطاً لقناة البحرين الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب، وأن رضا الشباب البحريني عن الدور الثقافي لقناة البحرين الرياضية لم يكن كبيراً، وجاء متوسطاً، كما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور قناة البحرين الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية تبعاً لمتغير الجنس والعمر والمحافظة، وأوضحت النتائج أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور قناة البحرين الرياضية لدى شباب مملكة البحرين تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، والممارسة الرياضية وعدد مرات المشاهدة.

3- دراسة حامد الجبر، ابتسام عقيل، منى حسن (2017): "واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت"³.

هدفت الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، ودرجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على تفاعل

طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت مع الأحداث المجتمعية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي لتحقيق أهدافها، من خلال أداة الاستبانة التي طبقت عينة مكونة من (200) طلبة من كلية التربية الأساسية في الكويت مناصفة بين التخصص العلمي والأدبي.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها: ارتفاع مستوى التفاعل مع الأحداث الثقافية في المجتمع من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وارتفاع نسبة إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية وعي طالبات كلية التربية الأساسية فيما يتعلق بالأهداف التي يستخدمون تلك الشبكات من أجلها، وجاءت الدوافع النفعية بالمرتبة الأولى بينما جاءت الدوافع الطقوسية بالمرتبة الثانية.

سادساً: صلة الدراسة الحالية بالبحوث والدراسات السابقة:

إن معظم الدراسات السابقة تناولت موضوع دور مواقع التواصل الاجتماعي من جانب معين، أو تطبيقها علمياً عينة في مجتمعات أخرى، وكلاً منها قدم إضافة علمية جديدة، إذ كان لها أهمية كبيرة في تسليط الضوء على عدة قضايا كانت تخفى عن الكثيرين، وجميعها خرجت بنتائج وإحصائيات تخدم أهداف الأبحاث والدراسات التي قاموا بها، إضافة إلى أن كل من هذه الدراسات فتحت آفاقاً جديدة لدراسات وأبحاث أخرى، ولا شك في أن هناك ارتباطاً وثيقاً بين تلك الدراسات السابقة وبين الدراسة الحالية؛ حيث استفاد منها الباحث في: إعداد أدوات الدراسة سواءً في استمارة الاستبيان، أو إثراء الإطار النظري للدراسة، وساعدت الباحث في إعداد مقياس الدوافع وإعداد مقياس مستوى تنمية الوعي الثقافي لدى أفراد العينة، وبعض المقاييس الأخرى التي تم تطبيقها في هذه الدراسة.

أما ميزة الدراسة الحالية: مما سبق نلاحظ أن معظم الدراسات السابقة ركزت على جوانب معينة تختلف عن موضوع الدراسة الحالية، وأن معظم الدراسات السابقة لم تتطرق لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب السوري، إذ تبين من الدراسات السابقة ندرة وجود دراسات تتناول هذا الجانب، لذلك فإن الباحث في الدراسة الحالية يحاول دراسة الدور الذي تقوم

به مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي السوري ودوافع استخدامه لهذه المواقع.

سابعاً: مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

1- وسائل التواصل الاجتماعي: شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الانترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر، وتعدت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية وثقافية واحتجاجية⁴.

2- الوعي الثقافي: من اليقظة الوجدانية الانفعالية ترتبط بالمعرفة والفهم مما يمكن الفرد من التعامل مع القضايا والمشكلات بشكل إيجابي حيث يقدم الحلول والبدائل التي تنم عن إدراكه السليم لتلك القضايا والمشكلات⁵.

ويمكن تعريفه إجرائياً في هذه الدراسة ، بأنه إدراك الشباب الجامعي للمعارف والمعلومات والقيم والقضايا المتصلة بالجوانب الثقافية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية والدينية والفنية وتبني سلوكيات وقيم واتجاهات إيجابية نحو القضايا والمشكلات المختلفة في المجتمع.

3- مستوى المتابعة: ويقصد به عدد ساعات المتابعة اليومية وعدد أيام المتابعة لمواقع التواصل الاجتماعي في الأسبوع، والذي تم الوصول إليه من خلال السؤالين س1 ، وس2 من أسئلة الاستبيان.

4- دوافع الاستخدام: تنتج عن الحاجات النفسية والاجتماعية وتؤدي إلى توقعات معينة يتم إشباعها من خلال مواقع الاتصال وترتبط مضامينها بمتغيرات ديموغرافية متعددة كالجنس والعمر والنوع والتعليم والمستوى الاقتصادي والاجتماعي وغيرها⁶ ، وتنقسم إلى قسمين، **الدوافع النفسية**: وتستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعارف والخبرات والمعلومات وجميع

أشكال التعلم التي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية، والدوافع الطقوسية، التي تستهدف المساعدة على تفضية الوقت والاسترخاء، والهروب من المشكلات، والألفة مع الوسيلة.

المحور الثاني: الإطار النظري للدراسة:

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي

أصبحت الغالبية العظمى الآن على مستوى العالم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها، فأشهر تلك المواقع وأبرزها على مستوى العالم الفيس بوك وتويتر وإنستجرام والتليجرام واليوتيوب ولينكدان وواتساب وسكايب وفاير وغيرهم كثير، فكل المواقع تلك يتم استخدامها للتواصل ومعرفة أحدث الأخبار عن بعضنا البعض أو عن العالم الخارجي والداخلي لنا.

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي: يشير مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي إلى منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الهوايات أو الاهتمامات نفسها أو جمعه مع أصدقاء المدرسة أو الجامعة⁷.

ويقدم اندرياس كابلان (Andreas Kaplan) تعريفاً لمواقع التواصل الاجتماعي بأنها: مجموعة من تطبيقات الانترنت التي تبنى على أسس أيديولوجية وتكنولوجية من الويب وتسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي يتم إنشائه بواسطة الأفراد⁸.

وعرف السون (Ellison) وبويد (Boyd) الشبكات الاجتماعية على أنها "مواقع تتشكل من خلال الانترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر"⁹.

ويمكن تعريفها على أنها أدوات اتصال تعتمد بشكل كلي على شبكة الإنترنت مما يتيح لكثير من الأشخاص التفاعل والتحدث مع بعضهم البعض عن طريق مشاركة بعض المعلومات عنهم أو أحدث الصور أو أبرز التسجيلات المسموعة أو المرئية.

2- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي: بدايةً كان الهدف من إنشاء مواقع التواصل الاجتماعي أن تكون أداة يستخدمها الأشخاص للتفاعل مع الأصدقاء لهم أو عائلاتهم، فأصبح الأمر أكثر اهتماما به ويتم استخدامه في الشركات التي لديها رغبة كبيرة في الاستفادة من تلك الوسائل الاجتماعية حتى تصل إلى أكبر قدر من العملاء الذين يرغبون في التعامل معهم وتنمية أعمالهم وتحقيق الشهرة والربح الوفير.

وتوفر مواقع التواصل الاجتماعي القدرة على الاتصال وتبادل المعلومات مع شخص آخر في أي مكان آخر أو مع الكثير من الأشخاص الآخرين في أي مكان بالعالم، ويمكن استخدام مواقع التواصل بهدف البحث عن العمل الذي يرغب به الشخص في ممارسته والبحث عن أشخاص يهتمون بالمجال الذي يهتم ويعمل به وتبادل الخبرات معهم.

ومواقع التواصل من الأدوات الضرورية للأعمال التجارية من أجل العثور على العملاء وبدء التفاعل معهم وزيادة المبيعات وتكبير الحملات الإعلانية، والعمل على ترويج المنتجات الجديدة ليعرفها أكبر قدر ممكن من الأشخاص وترويج الشركات أو الأعمال الخاصة والاهتمام بتقديم خدمة جيدة للعملاء.

وتساعد مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على اهتمامات بعض الأشخاص بمنتجات محددة فمن خلال الإعلانات الترويجية يتم اختيار الفئة التي تهتم بالمنتج ويظهر لها الإعلان المرغوب به وبدء التفاعل مع الشركة والتواصل للحصول على المنتج وكثير من الشركات والمؤسسات يعملون على هذا ¹⁰.

3- سمات ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

- 1- تسمح وسائل التواصل الاجتماعي بامتلاك حسابات شخصية للمستخدم من خلال بعض الخطوات التي يقوم فيها بتسجيل بعض البيانات والمعلومات الخاصة بعملية التسجيل، ويمكن الأشخاص من تسجيل الدخول في أي وقت يشاء وله كلمة مرور واحدة خاصة به لا يمكن لأحد غيره أن يستخدمها على نفس البريد الإلكتروني الخاص به.
- 2- تحتوي وسائل التواصل الاجتماعي على صفحات الملف الشخصي فهي تساعد على تقديم الفرد لنفسه من خلال المهارات التي يكتسبها والأعمال التي يمارسها ويقوم بها وتعيين صورة شخصية له، وتدوين بعض المواقع المشترك بها أو المعجب بها والصفحات والمجموعات التي يتابعها ويهتم بها وآخر الأنشطة التي يقوم بها.
- 3- كما تتيح وسائل التواصل الاجتماعي التواصل مع المتابعين والمجموعات والأصدقاء والهاشتاج والإشارات وغيرهم، ويتم التواصل معهم بهدف نشر بعض المعلومات الجديدة أو الهامة العاجلة أو الشيء الجديد في حياة بعض الأشخاص.
- 4- توفر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر الطرق انتشارًا للتعبير عن الإعجاب أو الاهتمام أو الغضب أو الحزن أو الدعم من خلال توافر بعض الأزرار في وسائل التواصل الاجتماعي مع اختلاف الشكل بين كل موقع وآخر، ووجود قسم التعليقات التي يمكنك كتابة رأيك في ذلك المكان بكل حرية، وأيضًا قسم المشاركة للقيام بمشاركة المنشورات على صفحتك الشخصية ويتفاعل معها الآخرون.
- 5- تسمح وسائل التواصل الاجتماعي بنشر المعلومات وحفظها وتحديثها من خلال دخولك للمواقع والقيام بذلك في كل مرة تريد ذلك، فيمكنك كتابة منشور قصير ويتفاعل معه الكثير من الأشخاص، أو نشر بعض الصور أو مقاطع الفيديو خاص بك أو من اليوتيوب وغيرهم.
- 6- والخاصية الأبرز التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي هي الإشعارات التي من خلالها يصلك الإشعار على الهاتف الذكي أو الجهاز اللوحي أو الحاسب الشخصي مثل الرسالة وبها ما حدث

في المنشورات الخاصة بك سواء الإعجاب أو التعليق عليها أو المشاركة أو إشعار بالإشارة لك من شخص آخر على شيء هام أو خبر جديد وحصري.

4- أبرز مواقع التواصل الاجتماعي:

1- **الفيس بوك Facebook** : يعد الشبكة الأكبر على مستوى العالم والأنجح والأكثر استخداما على شبكة الإنترنت في العالم كله، فيتم استخدامه من قبل عدد كبير يصل إلى أكثر من مليار شخص، فيتم من خلاله البحث عن الأصدقاء القدامى أو أصدقاء جدد أو البحث عن كل شيء يتعلق بمهام عملك، والفيس بوك يعمل على تسهيل التواصل بين الناس وبعضها ويتيح لك المشاركة الكثيرة للأحداث والقصص الحصرية والمباشرة.

2- **تويتر Twitter** : هو من وسائل التواصل الاجتماعي ذات الطابع الإخباري بعض الشيء على شبكة الإنترنت من خلال نشر نصوص قصيرة وهي ما تسمى تغريدة أو tweets ويمكنك من مشاركة بعض المنشورات القصيرة مع قليل من الصور ومقاطع الفيديو القصيرة جداً، فهو يختلف بنسبة كبيرة عن الفيس بوك فهو أقل اجتماعياً من الفيس بوك ولكنه يستخدم كثيراً من بعض الشخصيات فهو يعد أكثر هدوءاً من الفيس بوك.

3- **إنستغرام Instagram** : وهو من وسائل التواصل التي يتم من خلاله نشر الصور ومقاطع الفيديو القصيرة فقط، وهو مثل الفيس بوك في تسجيل الحساب والدخول ومشاركة الصور ومقاطع الفيديو، ولكنه يختلف في أنه لا يمكنك كتابة منشور فيه ليتم التفاعل معه، فهو للصور ومقاطع الفيديو والتواصل مع الأشخاص من خلال بعض الرسائل.

4- **يوتيوب Youtube** : هو من وسائل التواصل الاجتماعي الذي يتم من خلال نشر مقاطع الفيديو الكبيرة والقصيرة وتسجيل الاشتراك ببعض القنوات التي تعجبك، والتعليق على المقاطع

التي تجذبك لذلك، وتقوم بمشاركة الفيديو في مواقع الفيس بوك أو تويتر وغيرهم، كما يمكنك إنشاء قناة خاصة بك وتقديم المحتوى الذي تتميز به ويتفاعل مع الأشخاص الآخرين.

وأخيراً فإن مواقع التواصل الاجتماعي كثيرة غير الذي تم ذكرها منذ قليل فمنهما أيضاً: موقع في كي VK ، وفليكر، وفين Vine ، وواتساب، ومانسجر، ووي تشات، كيو كيو، وسناب شات، كيو زون، وتيك توك، ولينكد إن، وبايدو تيبا، وسكايب، وفاير، وبنترست، ولاين، وتليجرام، فينبغي استخدام تلك المواقع فيما يفيد.

ثانياً- الثقافة:

تعتبر الثقافة كلمة عريقة جداً في اللغة العربية بما في معانيها من منطق، وريانة، وصل للخصبة، والنفس، والفتنة، والشخص المثقف هو الذي يعلم نفسه أموراً جديدة باستمرار، وتستخدم كلمة الثقافة في هذا العصر لتدل على رقيّ فكريّ وأدبيّ واجتماعي للجماعات والأفراد، فالثقافة نظرية في السلوك تساعدنا على خط حياتنا بالشكل اللائق، وتستخدم كلمة الثقافة أيضاً لتدل على الذوق المتميز في الفن والعلوم الإنسانية بما يُعرف بالثقافة ذات المستوى العالي¹¹.

1- 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 إنّ أغلب أفكار الناس هي نتاج تقدمهم في إنتاج كل ما هو ماديّ، فإنّ هناك صراع قائم بين الوجود الاجتماعي والوعي الاجتماعي حيث إنّ الوجود ماديّ والوعي فكريّ.

2- الوعي الثقافي والتكنولوجيا:

إنّ التكنولوجيا العصرية وثورة الاتصالات السريعة والراقية وسّعت نظرة الإنسان ورفعت مستوى الوعي لديه، فالبحث الدائم عن كل ما هو جديد هو الطريق الصحيح لرفع مستوى الوعي لدى الإنسان في شتى المجالات وعلى رأسها وعيه الثقافي، فالفن واللّغة لا ينتقلان بشكل ميكانيكيّ للجيل القادم، حيث إنّهما من أهم عوامل تعميق وزيادة الوعي الثقافي ونشره خاصة عبر الوسائل المتطورة المواكبة لتكنولوجيا العصر الحديث، حينها يكون الإنسان صانعاً مبدعاً للثقافة، ويتجسد عنصر الوعي لديه في خلق وابتكار كلّ ما هو جديد. ومما لا شك فيه أن تقدماً هائلاً في تكنولوجيا المعلومات قد تحقّق في البلدان المتقدمة، حيث تستخدم أنواع مختلفة من الوسائط الإلكترونية الحديثة في التعليم على مستويات عدة. إن حلول عصر المعلومات قد شهد إدخال سلسلة من الوسائل الإلكترونية الحديثة في حقل التعليم العالي ألغيت بموجبها حواجز الزمان والمكان، ودفعت بالتعليم إلى مناطق وأجزاء واسعة من الكرة الأرضية فأمكن ربط الطلبة بالمدرسين عن بعد بطريقة إلكترونية

12

3- مظاهر انتشار الوعي الثقافي: الاهتمام بالقراءة والتشجيع عليها لدى طلاب العلم على مختلف مراحلهم الدراسية بإقامة حلقات القراءة الجماعية وحملات تبادل الكتب وتوفير الكتب بالنسخة الإلكترونية، الأمر الذي يعزز الوعي الثقافي ويرفع حصيلة المفردات اللغوية للقارئ. قيام العديد من المسابقات الثقافية على مستوى الأقاليم والعالم ولفئات عمرية مختلفة في المدارس والجامعات. الحصول السريع على المعلومة في ظلّ التطور التكنولوجي والشبكة العنكبوتية الإنترنت. انتشار المجالات الثقافية والزوايا الخاصة بالجانب التثقيفي في العديد من الصحف اليومية. ظهور المخططات الفضائية التي تعنى بنشر الثقافة وبث البرامج ذات الأهداف النبيلة. الاهتمام بالمبدعين وإنشاء العديد من الأندية التي تُعنى بالمحافظة عليهم ودعمهم وصقل شخصياتهم حتى يبدعوا أكثر فيما يقدّمون. انتشار ثقافة العمل التطوعي على الصعيد المحليّ أو الدوليّ، حيث انتشرت في الآونة الأخيرة حملات التبادل الشبائيّ الثقافيّ بين الدول في المجالات التطوعية والكشفية وغيرها، مما يعزز قدرة الفئات الشابة على التعرف على ثقافات الشعوب الأخرى والاستفادة منها. انتشار المؤسسات التعليمية التي تُعنى بتعليم اللّغات ومهارات القيادة والاتصال.

المحور الثالث: الإطار العملي للدراسة: نتائج الدراسة الميدانية

أولاً: إجراءات الدراسة الميدانية:

- 1- **منهج الدراسة:** استخدم الباحث المنهج الوصفي لجمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها، ومعرفة مدى دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي.
- 2- **المجتمع الأصلي للدراسة الميدانية:** يتحدد المجتمع الأصلي للدراسة الميدانية بطلاب المرحلة الجامعية في سوريا، ممن يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- **عينة الدراسة الميدانية:** اعتمد الباحث في تنفيذ الاستبانة على عينة عمدية غير احتمالية، وتتألف هذه العينة من / 400 / مفردة من الشباب الجامعي السوري في جامعة دمشق، من مختلف السنوات والاختصاصات. واختار الباحث طلاب المرحلة الجامعية لهذه الدراسة للأسباب التالية: معرفة درجة الوعي الثقافي التي يتميز بها طلاب الجامعة، لأهمية قطاع الشباب وخصوصاً الجامعي ودوره الفاعل في المجتمع لما يتمتع به من نشاط عام وفكري، وأن مجتمع الشباب أكثر الفئات حماساً واستجابة للتغيير وأكثر الفئات قدرة على الأخذ بالجديد وتقبله وأيضاً بوصفه مجتمعاً إعلامياً يتميز بالخصوصية التي تتمثل في الأبعاد التالية¹³:

- يمثل الشباب إحدى أهم الشرائح العمرية الواسعة.

- يمثل الشباب الشريحة العمرية التي تمر في مرحلة التشكل والتكوين على المستوى الثقافي والروحي، وتتميز هذه الشريحة بوصفها أكثر استهلاكاً للمادة الإعلامية.

- 4- **أداة الدراسة الميدانية:** استخدم الباحث الاستبانة عن طريق المقابلة كأداة لجمع البيانات والمعلومات، والتي تضمنت مجموعة من الأسئلة مرتبطة بتساؤلات وأهدافها ومتغيراتها، موجهة لعينة من الطلاب السوريين في جامعة دمشق، لمعرفة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لديهم، وما مدى اهتمامهم بالموضوعات والقضايا الثقافية،

وما هي دوافع استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال الإجابة عن أسئلة الاستبانة، ودراسة هذه الإجابات وتحليلها وتفسيرها بهدف الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها.

5- **صدق الأداة:** تم عرض استمارة الاستبانة على عدد من المحكمين والأساتذة في مجال الإعلام ومناهج البحث العلمي والإحصاء، مع ملخص يتضمن أهداف الدراسة وتسؤلاتها، وهم أساتذة ومدرسون في كليات الإعلام والتربية في جامعة، حيث بلغ عددهم (3) ثلاثة محكمين، وتم الأخذ بتوجيهاتهم ومقترحاتهم، وبعد إجراء ما يلزم من تعديل تم عرض الاستبانة مرة ثانية على المحكمين، وأخذت الاستبانة شكلها النهائي.

6- المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها - بعد ترميزها - إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " والمعروف باسم *SPSS* اختصاراً ل: *Statistical Package for the Social Sciences*، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية المناسبة للإجابة على تساؤلات الدراسة وبما يتوافق مع أهداف ومتغيرات هذه الدراسة.

ثانياً: نتائج تحليل الدراسة الميدانية:

1-مدى الانتظام في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لأفراد العينة: جدول رقم (1)

مدي الانتظام في متابعة مواقع التواصل	ك	%
دائماً	257	64.3
أحياناً	116	29.0
نادراً	27	6.7
المجموع	400	100.0

يتضح من الجدول السابق ارتفاع نسبة المبحوثين ممن يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم حيث وصلت نسبتهم إلى (64.3%)، بينما من يتابعونها أحياناً جاءت بالمرتبة الثانية وكانت نسبتهم (29.0%)، في حين من يتابع مواقع التواصل الاجتماعي بشكل نادر جاءت بالمرتبة الأخيرة ونسبة (6.7%).

2- عدد الساعات التي تقضيها يومياً على مواقع التواصل الاجتماعي/جدول رقم (2)

ساعات المتابعة	ك	%
أقل من ساعة	32	8.0
من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات	112	28.0
من ثلاث إلى أقل من أربع ساعات	92	23.0
أربع ساعات فأكثر	164	41.0
المجموع	400	100.0

تبين نتائج الجدول السابق عدد الساعات اليومية التي يقضيها عينة الدراسة من الشباب الجامعي السوري على مواقع التواصل الاجتماعي، وكان واضحاً ارتفاع نسبة ساعات المتابعة حيث وصلت نسبة المتابعين للمواقع من أربع ساعات فأكثر إلى (41.0%)، بينما جاءت نسبة من يتابعها من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات (28.0%)، في حين نسبة المتابعة من ثلاث إلى أقل من أربع

ساعات جاءت بالمرتبة الثالثة بنسبة (23.0%)، أما نسبة من يتابع مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب الجامعي أقل من ساعة كانت منخفضة حيث كانت (8.0%).

3- القضايا الأكثر متابعة على مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة: جدول رقم (3)

الموضوعات والقضايا الأكثر متابعة	ك	%
السياسية	280	70.0
الاجتماعية	180	45.0
الدينية	175	43.7
الرياضية	164	41.0
الفنية (أفلام وأغاني)	160	40.5
الاقتصادية	243	60.7
العلمية	170	42.5
المجموع	400	

يوضح الجدول السابق الموضوعات والقضايا الأكثر متابعة على مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة، وجاءت متابعة القضايا السياسية بالمرتبة الاولى حيث وصلت نسبتها إلى (70.0%)، في حين جاءت متابعة القضايا الاقتصادية بالمرتبة الثانية بنسبة (60.7%)، وجاءت متابعة القضايا الاجتماعية بالمرتبة الثالثة بنسبة (45.0%)، بينما نسبة متابعة القضايا الدينية والعلمية والرياضية والفنية جاءت بنسب متقاربة ولكن لسيت منخفضة إذ تراوحت ما بين (40.5% و43.7%). ويعود ارتفاع متابعة القضايا السياسية والاقتصادية بالنسبة للشباب الجامعي السوري هو عدم الاستقرار السياسي والاقتصادي والظروف التي تمر فيها سوريا، إضافة إلى طبيعة الشباب الجامعي بشكل عام لديه رغبة في متابعة القضايا السياسية، وهذا ما أكدته نتائج بعض الدراسات السابقة، حيث أثبتت أن القضايا السياسية تحظى بتفضيل كبير لدى الشباب الجامعي من حيث المتابعة¹⁴.

4- مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر متابعة واستخداماً بالنسبة لأفراد العينة: جدول رقم (4)

مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر متابعة واستخداما	ك	%
فيس بوك	320	80.0
انستغرام	131	32.7
تويتر	112	28.0
سناپ شات	87	21.8
واتس أب	280	70.0
لنكد ان	10	2.7
تك توك	52	12.3
المجموع	400	

توضح نتائج الجدول السابق نسبة المواقع الأكثر متابعة لدى أفراد العينة، وجاء "الفيس بوك" بالمرتبة الأولى ونسبة (80.0%)، يليه "الواتس أب" بنسبة (70.0%)، في حين جاء "انستغرام" بالمرتبة الثالثة بنسبة (32.7%)، و "تويتر" بالمرتبة الرابعة بنسبة (28.0%)، و "سناپ شات" بنسبة (21.8%)، أما "تك توك" جاء بنسبة منخفضة نوعاً ما وهي (12.3%)، بينما "لنكد ان" جاء بالمرتبة الأخيرة ونسبة شبه معدومة وكانت (2.7%).

5- مدى اهتمام أفراد العينة بالقضايا والنشاطات الثقافية: جدول رقم (5)

مدى الاهتمام	ك	%
1 مهتم جداً	172	43.0
2 مهتم إلى حد ما	187	46.7
3 قليل الاهتمام	41	10.2
المجموع	400	100.0

يوضح الجدول السابق مدى اهتمام الباحثين بالقضايا والنشاطات الثقافية وتطوراتها ، ومن خلال النتائج الموضحة في الجدول يتبين ارتفاع نسبة مهتم إلى حد ما، حيث بلغت نسبة الباحثين من مستوى مهتم إلى حد ما (46.7%)، ويليهم الباحثين من مستوى المهتم جداً، حيث كانت نسبتهم (43.0%)، بينما جاءت نسبة الباحثين قليلي الاهتمام في المرتبة الأخيرة حيث كانت نسبتهم (10.2%). وإرتفاع نسبة أفراد العينة من المهتم إلى حد ما والمهتم جداً بالقضايا الثقافية

وتطوراتها يعود حسب رأي الباحث إلى إهتمام الشباب الجامعي بمعرفة ما يدور حولهم من تطورات نشاطات ثقافية ومتابعة هذه التطورات التي تفيدهم بحياتهم الدراسية والعملية.

6- دوافع الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي: جدول رقم (6)

م	العبارة	غير موافق		غير موافق بشدة		محايد		موافق		موافق بشدة		المتوسط الحسابي
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
1	تساعدني في التعرف على أصدقاء جدد	46	11.5	37	9.3	87	21.8	131	32.8	99	24.8	3.50
2	أشعر بنوع من الارتياح عند متابعتي لمواقع التواصل الاجتماعي	84	21.0	128	32.0	124	31.0	49	12.3	15	3.8	2.45
3	أتابعها لمعرفة وجهات النظر المختلفة حول القضايا التي تهمني.	17	4.3	51	12.8	74	18.5	181	45.3	77	19.3	3.63
4	أتابعها للتخلص من الملل وتقسية وقت الفراغ.	99	24.8	136	34.0	88	22.0	59	14.8	18	4.5	2.40
5	أتابع مواقع التواصل الاجتماعي للإطلاع على آخر مستجدات الأحداث	25	6.3	13	3.3	82	2.5	182	45.5	98	24.5	3.79
6	أتابع مواقع التواصل الاجتماعي لمجرد التعود على زيارتها	149	37.3	66	16.5	98	24.5	64	16.0	23	5.8	2.36
400												المجموع

يوضح الجدول السابق رقم (6) دوافع استخدام ومتابعة أفراد العينة من طلاب الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي، ويبين مستوى الدوافع الطقوسية والنفعية، حيث كانت العبارات رقم (1،3،5) من الجدول تقيس مستوى الدوافع النفعية، بينما عبارات رقم (2، 4، 6) تقيس مستوى الدوافع الطقوسية، ومن خلال نتائج الإجابات على هذه العبارات، كان من الواضح من

النسب المئوية للمتوسط الحسابي ارتفاع نسبة الدوافع النفعية لدى المبحوثين في استخدامهم ومتابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي، بينما جاءت الدوافع الطقوسية بنسب منخفضة.

7- دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى أفراد العينة: جدول رقم (7)

م	العبارة	غير موافق		غير موافق بشدة		محايد		موافق		موافق بشدة		المتوسط الحسابي
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
1	زادت من إدراكي لتطورات القضايا والنشاطات الثقافية والاجتماعية .	21	5.3	12	3.0	78	19.5	182	45.5	107	26.8	3.86
2	تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على نشر حقائق ومعلومات عن الواقع الثقافي المحيط بي	26	6.5	25	6.3	55	13.8	212	53.0	82	20.5	3.75
3	الاحظ أن هناك تبسيط في تفسير بعض الحقائق والمعلومات الثقافية	53	13.3	38	9.5	104	23.0	136	34.0	69	17.3	3.33
4	ساعدت على التحفيز للقيام بمبادرات وأنشطة ثقافية	36	9.0	17	4.3	78	19.5	181	45.3	88	22.0	3.67
5	ناقش موضوعات مختلفة مع الآخرين ومختصين	34	8.5	17	4.3	94	23.5	167	41.8	88	22.0	3.65
6	أتاحت لي فرصة حرية التعبير عن الرأي حول النشاطات الثقافية في المجتمع.	30	7.5	24	6.5	72	18.0	214	53.5	60	15.0	3.63
7	زادت ثقافتى الشخصية وساعدت على تنمية مهاراتي	41	10.3	28	7.0	110	27.5	164	41.0	57	14.3	3.42
8	أتواصل مع شخصيات ثقافية مهمة بشكل مباشر.	113	28.3	99	24.8	132	33.0	44	11.0	12	3.0	3.35
400												المجموع

ويوضح الجدول السابق رقم (7) مدى دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى أفراد العينة، حيث تم قياس مستوى دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي من خلال الإجابة على العبارات الموجودة في الجدول ، والتي توضح تأثير هذه المواقع على سلوك واتجاهات أفراد العينة ومدى استفادتهم منها معرفياً وسلوكياً، حيث أن العبارات رقم (1، 2، 3، 7) تقيس مستوى الفائدة المعرفية التي يكتسبها أفراد العينة من خلال متابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي، بينما العبارات رقم (4، 5، 6، 8) تقيس تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على سلوكيات واتجاهات أفراد العينة.

ومن خلال نتائج الإجابات الموضحة في الجدول السابق، تبين ارتفاع مستوى دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي السوري، حيث كانت نسبة المتوسط الحسابي مرتفعة لجميع العبارات حيث تراوحت ما بين (3.86 و 3.33).

ثالثاً- أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- 6- ارتفاع نسبة المبحوثين من الشباب الجامعي السوري ممن يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم ، بينما من يتابعونها أحياناً جاءت بالمرتبة الثانية، في حين من يتابعها بشكل نادر جاءت بالمرتبة الأخيرة وبنسبة منخفضة.
- 7- كانت نسبة عدد ساعات المتابعة اليومية لمواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة مرتفعة، حيث أن غالبية المبحوثين يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي من أربع ساعات فأكثر، بينما جاءت نسبة من يتابعها من ساعة إلى أقل من ثلاث في المرتبة الثانية تليها نسبة المتابعين من ثلاث إلى أقل من أربع ساعات، في حين أن نسبة من يتابعها أقل من ساعة جاءت بالمرتبة الأخيرة.
- 8- ارتفاع نسبة المتابعين من أفراد العينة للقضايا السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي، في حين جاءت متابعة القضايا الاقتصادية بالمرتبة الثانية، وجاءت متابعة القضايا الاجتماعية بالمرتبة الثالثة وبنسبة (45.0%) ، بينما نسبة متابعة القضايا الدينية والعلمية والرياضية

والفنية جاءت بنسب متقاربة ولكن لسيت منخفضة إذ تراوحت ما بين (40.5% و 43.7%).

9- كان الفيس بوك من أكثر المواقع متابعة بالنسبة لأفراد العينة وكانت نسبته مرتفعة جداً وصلت إلى (80.0%)، يليه "الواتس أب" بنسبة (70.0%)، في حين جاء "انستغرام" بالمرتبة الثالثة بنسبة (32.7%) و "تويتر" بالمرتبة الرابعة بنسبة (28.0%)، و "سناب شات" بنسبة (21.8%)، أما "تك توك" جاء بنسبة منخفضة نوعاً ما، بينما "النكد ان" جاء بالمرتبة الأخيرة بنسبة شبه معدومة.

10- إرتفاع نسبة أفراد العينة من المهتم إلى حد ما بالقضايا والنشاطات الثقافية وتطوراتها، في حين جاءت نسبة المهتمين جداً بالمرتبة الثانية وبفارق بسيط، بينما جاءت نسبة الباحثين قليلي الاهتمام في المرتبة الأخيرة بنسبة منخفضة.

11- إرتفاع نسبة الدوافع النفعية لدى الباحثين في استخدامهم ومتابعتهم مواقع التواصل الاجتماعي، بينما جاءت الدوافع الطقوسية بنسب منخفضة.

12- إرتفاع مستوى دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي السوري، وتأثيره على السلوك والاتجاهات والمعرفة لديهم.

1- رنا مروان العيسى: دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني من وجهة نظر المدرسين الرياضيين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2020.

2- عدنان القرعان: "دور قناة البحرين الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى شباب مملكة البحرين"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، الجامعة الأردنية، الأردن، 2018.

3- حامد الجبر، ابتسام عقيل، منى حسن: واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 176، الجزء الثاني، القاهرة، 2017، ص 83.

- 5- حسن السوداني، محمد المنصور: شبكات التواصل وتأثيرها على جمهور المتلقين، ط1، عمان، مركز الكتاب الأكاديمي، 2016، ص25.
- 6- عبد الرحمن رمضان: فاعلية فاعلية برنامج مقترح قائم على منظومة المعتقدات الفلسفية في تنمية الوعي ببعض القضايا المعاصرة والأداء التدريسي والاتجاه نحو مادة الفلسفة لدى طلاب كلية التربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة طنطا، 2006، ص49.
- 7- حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط(5)، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2004، ص240.
- 8- راضي زاهر: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، جامعة عمان الاهلية، الاردن، مجلة التربية، العدد15، 2003، ص23.
- 9- فيصل محمد عبدالغفار: شبكات التواصل الاجتماعي، ط 1، عمان، الجنادرية للنشر والتوزيع، 2015، ص9.
- 10- وسائل - تواصل - اجتماعي: <https://ar.wikipedia.org/wiki>.
- 11- أسماء منصور ، <https://mqaall.com/define-social-networking-sites-language-convention>، 2020.
- 12- آية ياسر نجار، مفهوم الوعي الثقافي، <https://mawdoo3.com>، 2017.
- 13- تيسير الكيلاني: أساسيات نظام التعليم المفتوح والتعليم عن بعد وجودته النوعية، القاهرة، الشركة المصرية العالمية للنشر، 2001، ص153.
- 14- علي وطفة: مواقف الشباب من وسائل الإعلام في سورية، مجلة شئون اجتماعية، القاهرة، جمعية الاجتماعيين، العدد 49، 1994، ص88.
- 15- مفتاح محمد بلعيد: "دور الصحافة الليبية في إمداد الشباب الجامعي في ليبيا بالمعلومات حول القضايا السياسية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. 2009، ص35.