



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علم الاجتماع

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص: علم الاجتماع التربوي



كا
علي
الملك
3

الثقافة الوافدة وعلاقتها بمواقع التواصل الاجتماعي
دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة عبد الحميد ابن
باديس (2023-2024)

تحت إشراف الأستاذة:

❖ د بقدوري حورية

من إعداد الطالبة:

❖ بوزيد سنية

❖ لجنة المناقشة

رئيسا	استاذة محاضرة أ	د كرابية امنة	01
مؤظرا	أستاذة محاضرة أ	د بقدوري حورية	02
مناقشا	استاذة محاضرة ب	د عمارية بوجحفة	03

السنة الجامعية: 2023/2024م



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علم الاجتماع

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص: علم الاجتماع التربوي

الثقافة الوافدة وعلاقتها بمواقع التواصل الاجتماعي
دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة عبد الحميد ابن
باديس (2023-2024)

تحت إشراف الأستاذة:

❖ د بقدوري حورية

من إعداد الطالبة:

❖ بوزيد سنية

❖ لجنة المناقشة

01	د كرابية امنة	استاذة محاضرة أ	رئيسا
02	د بقدوري حورية	أستاذة محاضرة أ	مؤطرا
03	د عمارية بوجحفة	استاذة محاضرة ب	مناقشا

السنة الجامعية: 2023م / 2024م

الفهرس

	الإهداء
	الشكر والعرفان
	ملخص الدراسة باللغة العربية
	ملخص الدراسة باللغة الأجنبية
	مقدمة
الإطار المنهجي للدراسة	
15	1) دوافع اختيار الموضوع:
15	2) أهمية الدراسة:
16	3) أهداف الدراسة:
16	4) الإشكالية:
18	5) الفرضيات:
18	6) المفاهيم الأساسية للدراسة:
19	7) منهج الدراسة:
20	8) الدراسات السابقة:
23	9) النظرية المفسرة.
الإطار النظري للدراسة	
الفصل الاول: مواقع التواصل الاجتماعي	
27	تمهيد:
27	1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.
28	2. نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:
29	3. تصنيفات مواقع التواصل الاجتماعي:
32	4. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

33	5. دور التواصل الاجتماعي:
34	6. مواقع التواصل الاجتماعي بين الإيجابية والسلبية:
36	7. النظريات المفسرة لمواقع التواصل الاجتماعي:
39	ملخص:
	الفصل الثاني: ماهية الثقافة
42	تمهيد:
42	1) مفهوم الثقافة:
43	2) التطور التاريخي للثقافة:
43	الفكر اليوناني القديم:
45	في الفكر الروماني القديم:
45	في العصور الوسطى:
46	في التراث الإسلامي:
46	في العصور الحديثة:
47	3) مكونات الثقافة:
50	4) وظائف الثقافة:
51	5) أنواع الثقافات:
52	6) العولمة الثقافية:
56	الملخص:
	الإطار الميداني للدراسة
59	تمهيد:
59	1. الإطار الميداني للدراسة :
59	1.1. المجال الزمني والمكاني للدراسة:

60	1.2. المجال البشري: عينة الدراسة:
61	2. الإجراءات العملية :
62	3. تحليل ومناقشة المعطيات
110	خلاصة عامة
112	خاتمة
114	المصادر والمراجع
118	الملاحق

الإهداء

إلى صاحب السيرة العطرة، والذي كان له الفضل في بلوغي التعليم العالي والذي " بوزيد
عمار "أطال الله في عمره

وإلى من وضعتني على طريق الحياة، ولم تدخر جهدا في سبيل إسعادي على الدوام، الحبيبة
أمي "جزيري خديجة "

إلى من نسير في دروب الحياة معا، صديقاتي " سارة، يسرى، ملاك، هاجر، خديجة " شكرا
على دعمكن الدائم لي

إلى جميع الأستاذة في مشواري الدراسي

وأخيرا إلى كل طلبة علم الاجتماع، السنة الثانية ماستر علم الاجتماع التربوي

الحمد لله على كل شيء

الشكر والعرفان

الحمد لله الذي منحني هذه الفرصة لاستكمل دراستي

وانجاز هذا العمل البحثي

أتقدم بخالص الشكر والامتنان الى الأستاذ الدكتورة "بقدوري حورية" لإرشادها

القيم ودعمها المستمر طوال فترة إعداد المذكرة

كذلك أتوجه العرفان لوالدي العزيزين وإخوتي لدعمهم اللامحدود وتحفيزهم الدائم

لدي دوما

وكل الشكر والتقدير الى السادة أعضاء لجنة المناقشة

ملخص الدراسة باللغة العربية

تعتبر هذه الدراسة محاولة علمية لإيجاد التوافق والتفاعل بين الثقافة الوافدة ومواقع التواصل الاجتماعي عند الطلبة الجامعيين، والذين يعتبرون أهم فئة فعالة ونشطة في المجتمع باعتباره بذرة المستقبل، وتهدف الدراسة إلى معرفة العلاقة المتواجدة بين الثقافات الوافدة ووسائل التواصل الاجتماعي عند الشباب الجامعي وكذا تسليط الضوء على الجانب الاستهلاكي عند الطالب الجامعي للثقافة الخارجية.

لقد تمت هذه الدراسة على عينة ممتثلة في طلبة قسم علم الاجتماع بكلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة عبد الحميد ابن باديس -مستغانم-، واستعملنا المنهج الوصفي مع تقنية الاستمارة، وكذا الملاحظة بالمشاركة مع أفراد عينة البحث، وكذلك التدرّب على إنجاز بحوث ميدانية من أجل التمكن من معالجة المشكلات المختلفة والقابلة للدراسة وكيفية استعمال الإجراءات المنهجية بطريقة علمية

كل هذا أدى بنا إلى طرح تساؤل رئيسي وهو: ما مدى تأثير الثقافات الوافدة على الشباب الجامعي في ظل ولوجها مع مواقع التواصل الاجتماعي؟

الكلمات المفتاحية: الثقافة، الثقافة الوافدة، مواقع التواصل الاجتماعي.

ABSTRACT:

This study is considered a scientific attempt to find compatibility and interaction between foreign culture and social media among university students, who are considered the most important effective and active group in society as the seed of the future. The study aims to know the relationship that exists between foreign cultures and social media among university youth, as well as to shed light on the consumer side of foreign culture among university students.

This study was conducted on a sample of students from the Department of Sociology at the Faculty of Social and Human Sciences, Abdelhamid Ibn Badis University – Mostaganem. We used the descriptive approach with the questionnaire technique, as well as observation by participating with members of the research sample, as well as training in conducting field research in order to Being able to address various problems that can be studied and how to use methodological procedures in a scientific manner

All of this led us to ask a main question: To what extent is the influence of foreign cultures on university youth in light of their access to social networking sites?

Keywords : culture, expatriate culture, social networking sites.

مقدمة

مقدمة

تلعب الثقافة دورا هاما في تشكيل هوية المجتمعات وكذا توجهات الأفراد وسلوكهم، الثقافات حول العالم بناء على العوامل الجغرافية والتاريخية والاجتماعية والاقتصادية والدينية وكذلك اللغوية.

تعد الثقافة وسيلة لنقل المعرفة والتعليم من جيل الى جيل، وتتضمن العديد من العناصر مثل الأدب، الفن، الموسيقى، الرقص، الطعام، الملابس، العمارة، التصاميم والعادة والتقاليد، وهي تشكل مصدر فخر للأفراد وتعزز الانتماء والهوية الجماعية لديهم.

إن التفاعل بين الثقافات يعتبر فرصة للتعلم والتفاهم المتبادل بين مختلف الأجناس، ومن خلال التبادل الثقافي يمكن التعرف على ثقافات جديدة قادرة على توسيع آفاق الأفراد فيما بينهم وتعزيز التسامح والاحترام وكذا زيادة فرص التعاون والتفاهم الدولي. ومن المثير للاهتمام أن الثقافة قابلة للتغير والتطور، وهي حياة الشعوب.

اليوم في عصر العولمة أصبحت الثقافات تتداخل مع بعضها وتتبادل الخبرات بشكل لم يسبق له مثيل، وفي ظل التطورات التكنولوجية الحديثة والمتقدمة أصبحت الثقافة متصلة ومثبتة مع مواقع التواصل الاجتماعي، والتي لها علاقة مباشرة مع الشباب وعلى وجه أخص الطلاب الجامعيين، والتي صارت عنصر حيوي وفعال يرافقهم بحياتهم اليومية، حيث تشكل محورا أساسيا في تفاعلهم داخل المجتمع وتأثيراتهم الثقافية، حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تمثل دور فعال وبارز في تشكيل الثقافات المختلفة على تجربة الطلاب الجامعيين.

إن التعرض للثقافات الأجنبية يعتبر أمر مهم جدا، فمن خلاله يمكن للشباب الجامعي الاستفادة بشكل كبير من التواصل مع طلاب من ثقافات مختلفة وتبادل الخبرات والمعرفة، وهذا سيساعدهم على توسيع آفاقهم وتعزيز فهمهم للعالم المحيط بهم.

والثقافة الخارجية ستعطي الفرصة للطالب الجامعي في إثراء الجانب المعرفي والثقافي لديه، وكذلك تنمية الفضول والتفهم للعادات والقيم المختلفة، وتوفير لهم إمكانية المشاركة في فعاليات وأنشطة ثقافية مختلفة عنه أجل إكتساب الخبرات والمعرفة مع الآخرين.

من خلال هذه الدراسة حاولنا التركيز على العلاقة الموجودة بين الثقافات الخارجية أو الوافدة ومواقع التواصل الاجتماعي عند الطالبة الجامعيين.

ومن اجل فهم أعمق ودقيق حول الموضوع، قسمنا هذه الدراسة الى ثلاثة جوانب اساسية: يتمثل الأول في الجانب المنهجي للدراسة الذي تناولنا فيه الخطوات المنهجية المتبعة من دوافع إختيار الموضوع، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، الإشكالية والفرضيات، مروراً إلى المفاهيم الأساسية، ومنهج الدراسة الذي تضمن المنهج المتبع بالدراسة وكذا مجتمع البحث، عينة الدراسة والأداة المستخدمة، ثم طرحنا الدراسات السابقة والتعقيب عليها، وصولاً الى النظرية المفسرة.

أما الثاني فهو الإطار النظري وجاء في فصلين: الفصل الاول تحت عنوان مواقع التواصل الاجتماعي، تطرقنا فيه الى كل من مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها. تصنيفاتها وخصائصها، ثم ذكرنا دور هذه المواقع وكذا ايجابياتها وسلبياتها وأخيراً طرحنا النظرية المفسر لها.

وبالنسبة للفصل الثاني المعنون بالثقافة. فقد قدمنا فيه مفهوم الثقافة والمراحل التاريخية التي مرت بها لتتشكل، ثم مكوناتها، وظائفها وأنواعها، بعدها انتقلنا إلى العولمة الثقافية، وصولاً في الأخير الى الثقافة الوافدة.

وأخيراً الجانب الميداني الذي تضمن الإطار الميداني للدراسة والذي فيه المجال الزماني والمكاني وكذا البشري والإجراءات العملية، ثم نصل لجمع البيانات والمعلومات الميدانية، بعدها تفرغ الاستمارات وتحليل المعطيات وترجمتها إلى جداول والتعليق عليها مع وضع الرسوم البيانية لها، وصولاً إلى نتائج الدراسة، ثم الخاتمة، الملاحق والمراجع.

الإطار المنهجي للدراسة

1. دوافع إختيار الموضوع
2. أهمية الدراسة
3. أهداف الدراسة
4. الإشكالية
5. الفرضيات
6. المفاهيم الأساسية للدراسة
7. منهج الدراسة
8. الدراسات السابقة
9. التعقيب على الدراسات
10. النظرية المفسرة

1) دوافع اختيار الموضوع:

إن اختيار موضوع الثقافة الوافدة مع مواقع التواصل الاجتماعي وارتباطها الشديد مع الشباب الجامعيين لم يأتي عشوائيا او محض الصدفة، فمهمها كانت طبيعة العمل في البحث الاجتماعي لابد من وجود أسباب لهذا الموضوع.

أهم هذه الدوافع هي:

➤ وضع كل التغيرات والمستجدات التي تحدث في المجتمع بصفة عامة وعماد الأمة وقوتها تحت المجهر السوسيولوجي، وذلك للكشف على جانب من جوانب الحياة الاجتماعية من حفظة وإثراء البحث العلمي من جهة أخرى.

➤ التعرف على مدى تأخر الشباب الجامعي بالثقافات الوافدة، ومعرفة النتائج المترتبة عن ذلك.

➤ أهمية الموضوع وحيويته داخل المجتمع الجزائري.

➤ التعرف على مدى انتشار وتوسع الثقافات الوافدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

➤ قلة الدراسات التي تجمع بين الثقافة الوافدة ومواقع التواصل الاجتماعي.

2) أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة بشكل عام تبعا لأهمية الفئة المدروسة، وهي فئة الشباب عامة والشباب الجامعي خاصة الذي يمثل نسبة كبيرة من المجتمع الجزائري. وبناء على أهمية هذه الشريحة في تحديد مجموعة من الأنماط الاستهلاكية على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي، إذ أن الدراسة تلتمس معرفة دور هذه المواقع في نقل الثقافات من مجتمع إلى آخر ومن مجتمع غربي إلى آخر عربي محلي، وكذا تفاعل الشباب الجامعي كفئة مثقفة مع هذا النوع من الثقافة الخارجية التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي وتنقلها.

كذلك تستمد هذه الدراسة أهميتها من معرفة الصورة الذهنية التي يحملها الشباب الجامعي نحو الثقافة الوافدة وخاصة عند دخولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

(3) أهداف الدراسة:

إن اختيار الباحث الاجتماعي لمشكلة اجتماعية واعتبارها تستحق الدراسة، هذا معناه أن هنالك مجموعة أهداف يسعى للوصول لها.

وباعتبار الدراسة متمحورة حول علاقة الثقافة الوافدة بالشباب الجامعي وذلك عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي سنوضح أهم الأهداف المرجو تحقيقها، وتتمثل في:

➤ معرفة مدى تأثيرات الثقافة الوافدة على الشباب وبوجه أخص الطلاب الجامعيين في ظل دخولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

➤ التعرف على مدى نقل مواقع التواصل الاجتماعي للثقافة الوافدة وترويجها الى الطلاب الجامعيين.

➤ تسليط الضوء على الطابع الاستهلاكي للثقافة الوافدة عند الشباب الجامعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

(4) الإشكالية:

أصبح موضوع الثقافة محل اهتمام الكثير من المنظرين والمفكرين خصوصا في مجال العلوم الانسانية والاجتماعية، وعند حديثنا عنها نرى أنها ذلك الكل المركب الذي يشتمل على المعرفة والعقائد والفنون والقيم والعادات التي يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع، وتساعد على تنظيم مظاهر وأفعال وأفكار ومشاعر الفرد عن طريق الرموز أو اللغة التي يتعامل بها مع الآخرين.

والثقافة بهذا المعنى لا توجد بدون مجتمع، ولا يمكن لأي مجتمع القيام بدون ثقافة، فكل منهما يعتمد في إدراك معناه عن طريق الأخر. والثقافات تختلف من مجتمع الى آخر وتتباين ما بين الفترات الزمنية فالظروف والأحوال التي تطرأ على المجتمع كثيرا ما تدفع الناس الى أن يعدلوا من افكارهم ومعتقداتهم ووسائل معيشتهم وأساليبهم العلمية وحتى أنواع المعرفة لديهم ونظمهم السياسية والاقتصادية، ويعني هذا أن عناصر الثقافة تختلف وتتغير معالمها.

يتسع محتوى الثقافة ليشمل كل أنشطة الإنسان المنظمة، فالنظام السياسي جزء منها وذلك بتمييزه للمجتمع عن غيره، وهي بذلك تنظم القوة والسلطة والإدارة والحكم في مجتمعات معنية، أما النظام الاقتصادي كجزء من الثقافة يتمحور حول تنظيم وسائل الإنتاج وأساليب توزيع الثروة وما يستتبعه ذلك من إنتاج واستهلاك وادخار، والنظام التعليمي جزء من الثقافة باعتباره مسؤول عن إعداد الأجيال المستقبلية.

إن الاحتكاك والتعامل بين مجتمع وآخر يسهل انتقال الثقافة، وبهذا تريد درجة الانتقال الثقافي بين المجتمعات. لكن المجتمع ذو الثقافة الأقوى والأفضل يؤثر على المجتمع ذو الثقافة الأقل نجاحا وتطورا.

وعليه الثقافة نظام عام وكبير تتميز بالوحدة والشكلية والتكامل في نفس الوقت وهي مفتوحة لتأثيرات الثقافات الأخرى، أي أنها تؤثر وتتأثر ليتشكل لنا التغير الثقافي، والذي شاع خصوصا في عصر وسائل الاتصال الحديثة والتقدم الذي تعيشه الدول. فالتطور السريع للتكنولوجيا المتقدمة قد أدى حقيقة التغيرات جوهرية في مجالات عديدة وعلى رأس هذه الوسائل مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت تعد مصدر إلهام للشباب والذين يعتبرون أهم فئة فعالة داخل المجتمع، فالشباب هو الذي يمثل الركيزة الأساسية التي تقوم بها المجتمعات وهنا نرى أن الثقافة الخارجية قد وجدت السبيل السهل للولوج داخل المجتمع المحلي، وأصبح الشباب أول مستقبل لهذه الثقافات الدخيلة أو ما نسميها ثقافة وافدة خاصة بالمجتمع الجزائري.

وبالتالي فإن كل ما سبق يستدعي ضرورة القيام بإجراء دراسة للكشف عن أفاق الواقع الثقافي الجديد لدى الشباب والذي ظهر مع مواقع التواصل الاجتماعي، وهنا يبرز:

التساؤل الرئيسي: ما مدى تأثير الثقافات الوافدة على الشباب الجزائري في ظل ولوجها مع مواقع التواصل الاجتماعي.

التساؤلات الفرعية:

- كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الثقافة الوافدة؟
- ما هو التصور الذي يحمله الطالب الجامعي عن الثقافة الوافدة عندما تدخل إليه عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- كيف تأثر الثقافة الوافدة على الطلبة الجامعيين؟

(5) الفرضيات:

الفرضية الأولى: مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على ثقافة الشباب الجامعي.

الفرضية الثانية: الثقافات الوافدة تساهم في إثراء الجانب الثقافي والمعرفي لدى الطالب الجامعي.

(6) المفاهيم الأساسية للدراسة:

1.6 الثقافة:

لغة: يشتق هذا المصطلح من كلمة (Cultura) اللاتينية والمشتقة بدورها من محل (Colère) وهو ينطوي على أعلى مستوى من التعبير عن الإنسانية¹.

اصطلاحاً: إن الثقافة في مفهومها الاصطلاحي أوسع من اللغوي، وعرفت بأنها مجموعة العلوم والفنون والمعارف النظرية التي تؤلف الفكر الشامل للإنسان فتكسبه أسباب الرقي والتقدم والوعي عن طريق التهذيب العقلي والتربية النفسية والخلقية².

التعريف الإجرائي: مما سبق ذكره نتوصل الى أن: الثقافة هي مجموعة القيم والعادات والأخلاق وكذا طرق التفكير المميز للمجتمع عن باقي المجتمعات، وهي منظومة متنوعة متكاملة ترسم معالم هوية المجتمع عن طريق قيمها وصورتها الحضارية لتحدد مكانتها من بين الأمم.

¹ جبل فيريول، ترجمة: أنسام محمد الأسعد، مراجعة وإشراف: أ.د. بسام بركة، معجم مصطلحات، دار مكتبة الهلال، بيروت، ط1، 2011، ص 66.

² خضر احمد عطاء الله، دراسات في آفاق الفكر الإسلامي، دار الفكر للنشر والتوزيع، دبي، 1990، ص 12.

6. 2 الثقافة الوافدة:

هي تلك الثقافة التي تروج لقيم ومعايير اجتماعية وأنماط حياته قد لا تتلاءم مع الواقع الاجتماعي، ولها القدرة العالية على اختراق المنطقة وعقول الناس.¹

التعريف الاجرائي: هي عبارة عن ثقافة جديدة وغير اعتيادية بالنسبة لأفراد المجتمع المحلي، وتكون مغايرة تماما لعادات وتقاليد وقيم وكذا أعراف ذلك المجتمع.

6. 3. مواقع التواصل الاجتماعي: هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح

للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.²

➤ التعريف الإجرائي:

هي عبارة عن مجموعة مواقع داخل شبكة الانترنت، يستطيع من خلاله الفرد إنشاء حساب خاص يسمح له بالتواصل مع غيره سواء محليا أو دوليا بكل سهولة، وهي توفر الجهد والوقت في نقل المعلومات وتخزينها.

(7) منهج الدراسة:

إن المنهج الذي يعتمد عليه اي باحث في دراسته لا ينبع من اختياراته الذاتية بل يأتي من مقتضيات البحث، وبما أن طبيعة الدراسة هي التي تفرض نوع المنهج الذي يستخدم خلال البحث. هنا قد اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي كمنهج يليق بطبيعة موضوع دراستنا، وهو الأكثر استعمالا وتوظيفا في الحقل السوسيولوجي، وكذا عنايته برصد الحقائق المتعلقة بالظاهرة رسدا واقعيا دقيقا، وذلك بجمع المعلومات والبيانات وتحليلها وتفسيرها وإصدار تعليمات بشأنها.

¹ياس خضر البياتي، الفضائيات، الثقافة الوافدة وسلطة الصورة، مجلة المستقبل العربي، العدد 267، بيروت، 2001، ص 112.

²راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، عدد 15، جامعة عمان، 2005، ص 23.

أما بالنسبة إلى مجتمع البحث فهو الوسط الجامعي "جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم-" وبالتحديد كلية العلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، والعينة المتبعة هي طلبة هذا القسم من الكلية.

أداة البحث المستخدمة في الدراسة هي الاستمارة مع الملاحظة وذلك من أجل تجميعا لمعلومات من الأشخاص الذين هم موضع البحث والمتمثلين في طلبة قسم على الاجتماع.

8) الدراسات السابقة:

1.8 دراسة " واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت " من مجلة كلية التربية جامعة الأزهر، العدد 176 الجزء الثاني. إعداد د/ حامد سعيد الجبر، د/ ابتسام محمد رشيد عقيل، د/ منى عبد الحميد حسن " : هذه الدراسة الهدف منها الوصول لمعرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، وقد اتبعت المنهج الوصفي ووظفت مفهومي هما "الوعي الثقافي" و "شبكات التواصل الاجتماعي" أما فيما يتعلق الدراسة في الاستبانة والتي تكونت من جزأين أولهما تضمن البيانات العامة بينما الثانية شمل (24) عبارة، بهدف تحديد مدى تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي الثقافي لعينة الدراسة، وفي الأخير حملت الدراسة توصيات من بينها ضرورة تفعيل دور الرقابة على شبكات التواصل الاجتماعي عمل دورات تدريبية لتأهيل الشباب للتعامل مع إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي وتلاشي سلبياتها.

2.8 دراسة " استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي (المكان الثالث) وعلاقته بالعفة والهوية والخصوصية - دراسة ميدانية لأثر هذه المواقع على القيم الاجتماعية لطلبة الجامعات العراقية"، إعداد د/علاء الدين أحمد خليفة " الجامعة العراقية، كلية العلوم: أتت هذه الدراسة بعدما أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي فضاءا واسعا تتضارب فيه القيم الإيجابية مع القيم السلبية، وصارت الحرية كقيمة إعلامية خطر على المجتمعات لما تنتجه من أشكال التعابير غير المسؤولة فأدت في كثير من الأحيان التجرد من كل القيم الأخلاقية عبر

تشويه ومسحا لشخصية الإنسانية، اعتمدت الدراسة في إطارها الميداني على استمارة الاستمارة، وهي من الدراسات الوصفية واتبعت المنهج المسحي، أما بالنسبة إلى مجتمع البحث وهو يتكون من طلبة عدد من الجامعات العراقية وهي "بغداد، بابل، البصرة، كربلاء، ديالا..."، والنظرية المستخدمة هي نظرية الاستخدامات والإشباع.

3.8 دراسة " استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الهوية الثقافية لدى الطالب

الجامعي 2019/2020، إعداد " أوصالح صبرينة ، سعود صبرينة " :تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر وانعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خصوصا موقع الفايسبوك على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي بجامعة برج بوعريج- الجزائر - تمثلت إشكالية الدراسة في السؤال التالي: " هل تؤثر استخدامات الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي على عناصر الهوية الثقافية"، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي كمنهج للدراسة، أما فيما يخص الفرضيات وقد اعتمدت فرضية رئيسية: "تؤثر استخدامات الطالب الجامعي الموقع الفايسبوك على عناصر هويته الثقافية"، وأخيرا من خلال نتائج هذه الدراسة توصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي قد استطاعت أن تثبت وجودها وأصبحت تمارس تأثيرا مزدوجا سلبي وإيجابي، وفي نفس الوقت وانه يجب توظيفها وفق طرق عقلانية مثلى، وخصوصا موقع فايسبوك الذي يساهم في الانفتاح الفكري والثقافي وأصبح وسيلة الشباب في التعبير عن اهتماماتهم.

4.8 دراسة " تأثير الإعلام الجديد على الانتماء الثقافي للشباب الجزائري، دراسة ميدانية

على عينة من شباب ولاية الشلف، جسور المعرفة - المجلد رقم 05، العدد 02، 2019/06/03، هدفت الدراسة الى معرفة تأثير الإعلام الجديد على الانتماء الثقافية للشباب الجزائري، وقد طرحت الإشكالية التالية " ما مدى تأثير الإعلام الجديد على الانتماءات الثقافية للشباب الجزائري"، واتبعت المنهج الوصفي وكذلك المسحي الميداني الذي يستخدم في البحوث العلمية الكمية. واعتمدت على أداة الاستمارة، أما العينة وهي القصديّة ومجتمع الدراسة هو شباب عينة الشلف الذي يستخدمون وسائل الإعلام الجديد.

وخلاصة هذه الدراسة هي أن الإعلام الجديد أصبح يشكل تهديد خطير للهوية الثقافية والإسلامية والفراغ النفسي والمعنوية والطموح لدى هذا الشباب المسلم وعدم وجود الشخصية النموذجية التي يأمل دائما أن يتشبه بها، وبالتالي فهذه الوسائل نجحت في تكوين جيل من الشباب قائما يهتم بالقيم الثقافية والأخلاقية وأصبح يعاني من العزلة والوحدة حتى داخل الأسرة، وتأثرهم بالثقافات المروجة عبر فضاءات الأنترنت وهذا رغم أن قيمهم تتنافى مع قيمنا المستمدة من الدين الإسلامي.

❖ التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال عرض الدراسات السابقة التي أجريت في هذا الموضوع استعرضنا من الدراسات العربية والمحلية الجزائرية. رغم أن هذا الدراسات أعدت في بيئات وأنظمة تعليمية مختلفة إلى أنها متشابهة مع مجتمع دراسة بحثنا الحالي، ومن خلال تحليل هذه الدراسات والتي كان لها أثر في بناء الدراسة الحالية ثم رصد ما يلي:

❖ أوجه الشبه بين البحث الحالي والدراسات السابقة:

اتفقت دراستنا الحالية مع الدراسات السابقة في عدة نقاط متمثلة في إثراء البحث العلمي وكذا التركيز على فئة مهمة داخل المجتمع وهي فئة الشباب وبالأخص الطلاب الجامعيين، وكذلك الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت مجال اهتمام الشباب واتصالهم المباشر ولربما الدائم بها.

❖ أوجه الاختلاف بين البحث الحالي والدراسة السابقة:

يتضح لنا من العرض السابق وتنوع الدراسات السابقة واهتمامها بفئة الشباب، وكذا تناول مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على بعض المتغيرات، لكن البحث الحالي سيقوم بدراسة الموضوع بزوايا مختلفة وتوجه مغاير وهذا بالنسبة الى علاقة الشباب بمواقع التواصل الاجتماعي وهو دور هذه الأخيرة في دخول الثقافة الوافدة الى الجزائريين على وجه الخصوص الطلبة الجامعيين ومدى تأثيرها عليهم.

❖ أوجه التمييز بين البحث والدراسات السابقة:

يظهر لنا التميز من خلال تسليط الضوء على علاقة الشباب الجامعيين بالثقافات الوافدة التي تدرجت

شيئاً فشيئاً من طريق مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصاً داخل الوسط الجامعي.

❖ أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

رقد استقدينا من تلك الدراسات في بناء طريق البحث وكذلك رسم التوجه الصحيح من أجل اتمام الأبحاث السابقة حول الشباب الجامعي وعلاقته بمواقع التواصل الاجتماعي، ودراسة تأثير الثقافة الوافدة على الانتماء الثقافي لدى هؤلاء الشباب، وكذلك ساعدت الدراسات السابقة عند عرض الإطار النظري لها وكذا الإجراءات المنهجية فيها ساعدت على تقديم الفائدة لنا.

(9) النظرية المفسرة.

إن أفضل البحوث التي تعتبر إضافة جديدة لميدان التخصص هي التي يقوم الباحث فيها بالاعتماد أو الانطلاق من إحدى النظريات المفسرة لبحثه العلمي ودراسته الميدانية، وهذا للوقوف على الموضوعات التي تحتاج دراسة معمقة.

وعلى ضوء ما سبق فإن البحث الحالي قد اعتمدنا فيه نظرية البنائية الوظيفية، وهذا لأنها تسعى إلى فهم الوظيفة التي يلعبها كل فرد داخل المجتمع وأبرز هؤلاء الأفراد هم فئة الشباب والتي هي أساس موضوع دراستنا، وكذلك إستعنا بهذه النظرية لأنها تقوم في أحد مبادئها الأساسية على فكرة أن الأفراد والثقافة يعملان من أجل دعم بنية مجتمعهم.

الإطار النظري للدراسة

فصل الاول:

مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
2. نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
3. تصنيفات مواقع التواصل الاجتماعي
4. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
5. دور مواقع التواصل الاجتماعي
6. مواقع التواصل الاجتماعي بين الإيجابية والسلبية
7. النظريات المفسرة لمواقع التواصل الاجتماعي

الملخص

تمهيد

تحتل مواقع التواصل الاجتماعي مرتبة عالية ومهمة في حياة الأفراد والجماعات، حيث أصبحت تمثل العنصر الأساسي الذي يحسم القرارات، ومع التطور التكنولوجي الحاصل في العالم خلال السنوات الماضية الأخيرة تضاعفت أهمية هذه المواقع وبرز دورها كثيرا.

وتوجه سلوك الفرد وطريقة تعامله مع الآخرين أصبح معتمدا على طريقة استخدامه لهذه المواقع ومدى تعلقه بها، وعلى هذا الأساس نشير إلى فئة مهمة داخل المجتمع ألا وهي فئة الشباب التي نلاحظ التعلق الشديد لها بمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك على مدار الساعة سواء ليلا أو نهارا واستحوذت على وقتهم وحياتهم اليومية خصوصا الطلبة الجامعيين وأصبحت لها القدرة على خدمتهم وتسهيل مهامهم أكثر من وسائل الإعلام التقليدية.

لذلك من خلال هذا الفصل سنتعرف أكثر وبشكل أدق على مواقع التواصل الاجتماعي.

1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.

هي مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها بسهولة¹.

هي مواقع تسمح لمستخدميها بمشاركة المعلومات عالميا، وتزيل المسافات الافتراضية بين المشاركين للتجمع وطرح ومشاركة المعلومات².

¹د. خالد غسان، يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية الاجتماعية الاقتصادية الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 1ط، 2013، ص 2
²رافي جويتا هوج بروكس، ترجمة: عاصم سيد عبد الفتاح، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2017، ص 56.

هي مواقع تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر فضاء افتراضي، وتوفر إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وكذلك تمكن مستخدميها من إنشاء المدونات الإلكترونية وإجراء المحادثات الفورية وارسال الرسائل¹.

2. نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور مع أواخر التسعينات مثل (كلاسميتس) عام، 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع (دجريزس) عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص وكانت تقوم فكرته أساساً على فكرة بسيطة عليه - الدرجة الست الانفصال - وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء وظهر أيضاً عدة مواقع أخرى مثل " لايف جورنال " وموقع " كايوورد " الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء. قد شهد تطور الشبكات الاجتماعية إقبال متزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم².

إن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002، حيث ظهر موقع " فريدر Friender " الذي حقق نجاحاً دفع " غوغل " المحاوله شرائه سنة 2003، لكن لم التوافق على الشروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع "سكايروك" تحقيق "skyrock" كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل الى شبكة اجتماعية سنة 2007 وقد استطاع موقع موقع "سكايروك" تحقيق انتشار واسع ليصل في جانفي 2008 الى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقاً لعدد المشاركين ومع بداية 2005 ظهر موقع "ماي سبايس" الأمريكي الشهير الذي تفوق على " غوغل " في عدد مشاهدات

¹ عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صغاء للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2015، ص 18.

² علي حجازي إبراهيم، التكامل بين الإعلامي التقليدي والجديد، دار المعزز للنشر والتوزيع، 2017م/1438هـ، ط1، ص71.

صفحاته، ويعتبر هذا الموقع من أوائل الشكل الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير "فيسبوك" "Facebook". والذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع "ماي سبايس" حتى قام فيسبوك في 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، وهذا أدى الى زيادة أعداد مستخدميها بشكل كبير وعلى مستوى العالم، ونجح بالتفوق على منافسه اللدود "ماي سبايس" عام 2008، أيضا ظهرت عدة مواقع اخرى "YouTube Twitter" لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع والتطور.

3. تصنيفات مواقع التواصل الاجتماعي

تنقسم مواقع التواصل الاجتماعي إلى عدة أصناف نذكر منها:

1.3 الفيسبوك "Facebook"

الفيسبوك هي كلمة أعجمية مكونة من جزأين: "فايس Face" و"بوك Book" وهي تعني كتاب الوجوه مثلما أراد بها مؤسس هذا الموقع "مارك زوكربيرغ"، قد أسس مارك الفيسبوك خلال دراسته في جامعة هارفارد عام 2003 بالتعاون مع زميليه "هيوز" و"موسكوفتيز" حيث اقتصر استخدام هذا الموقع في البداية طلاب هارفارد فقط، بعدها انتشر في جميع كليات وجامعات بوسطن، ثم انتقل لاستضافت جميع طلاب المدارس والجامعات الذين يزيد سنهم عن 13 عاما، وانتشر بشكل واسع حول العالم ليشمل جميع الفئات والأجناس (فوق 13 سنة)¹.

2.3 تويتر Twitter:

هو موقع يقدم خدمة تدوين مصغر تسمح لمستخدميه بإرسال تغريدات (Tweets) عن حالتهم بحد أقصى (140) حرفا للرسالة الواحدة وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر، أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة (SMS) أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفيسبوك و (TwitBird و Twiterrifio و Twirl و Twitterfox) وتظهر

¹حسان أحمد قمحية، الفيسبوك تحت المجهر، دار النخبة، مصر، ط1، 2017، ص 58.

تلك التحديثات الرئيسية، أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني¹.

ظهر موقع تويتر في أوائل عام (2006) كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة (Odeo) الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسمياً للاستخدام العام في أكتوبر (2006)، وفي أبريل (2007) قامت شركة (Odeo) بفصل الخدمة وتكوين شركة جديدة باسم (Twitter)، وبدأ المواقع في الانتشار عالمياً كخدمة جديدة من حيث تقديم التدوينات المصغرة، ومنذ مارس 2012 أصبح موقع تويتر متوفر باللغة العربية.

3.3 يوتيوب YouTube:

هو موقع إلكتروني يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية ومشاهدتها ومشاركتها والتعليق عليها وغير ذلك، وقد أسس هذا الموقع في 14 فبراير 2005 من قبل ثلاثة موظفين سابقين من شركة (باي بال) هم "تشاد هيرلي"، "ستيف تشين"، "جاود كريم" في مدينة "سان بورنو" مقاطعة "سان ماتيو" بولاية كاليفورنيا الأمريكية، هو منتشر ب (54) لغة، وفي أكتوبر عام 2006 أعلنت شركة "Google" عن الوصول لاتفاقية من أجل شراء الموقع مقابل 1.65 مليار دون أمريكي، ويعد الفيديو المرفوع من قبل "جاود كريم" بعنوان "انا في حديقة الحيوان" أول فيديو يتم رفعه على موقع يوتيوب، بتاريخ 23 أبريل 2005، وتبلغ مدته 18 ثانية وحسب موقع أليكسا فإن هذا الموقع هو ثالث أكثر موقع شعبية بعد الفيسبوك وجوجل².

4.3 سناپ شات Snapchat:

هو تطبيق رسائل مصورة وضعه "إيفان شبيغل" و"روبرت مورفي" يمكن لمستخدميه التقاط الصور، تسجيل الفيديو، إضافة نص رسومات وإرسالها الى قائمة التحكم من أحد المتلقين، ويعين المستخدم مهلة زمنية مقدارها (10) ثواني للقطته وبعد إرسالها تبقى مدة (24) ساعة فقط ثم

¹مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب "تويتر نموذجاً"، دار المحتسب للنشر والتوزيع، الرياض، 1، 1438هـ، ص 41-42.

²مركز المحتسب للاستشارات، مرجع سبق ذكره، ص 35.

تحتفي من الجهاز المستخدم وتحذف من الخوادم الخاصة بالتطبيق، تلقى مؤسس الموقع عرضاً من شركة جوجل للاستحواذ على تطبيقه بقيمة (4) مليار دولار أمريكي، بعد تلقيه لنفس العرض من شركة فايسبوك بقيمة (3) مليار دولار أمريكي. لكنه رفض العرضين إيماناً منه أن تطبيقه سترتفع قيمته في المستقبل نتيجة النمو المتزايد الذي يحققه التطبيق¹.

5.3 واتس آب WhatsApp:

هو تطبيق مراسلات فورية، يمكن بالإضافة إلى الرسائل الأساسية للمستخدمين إرسال الصور، الرسائل الصوتية وكذلك الفيديو والوسائط، تأسس عام (2009) من طرف الأمريكي "بريان أكتون" و الاكراني "جان كوم" (الرئيس التنفيذي أيضاً)، وكلاهما موظفين سابقين في موقع ياهو، ويتنافس هذا التطبيق مع عدد من خدمات الرسائل الأسيوية مثل (wechat, Line, kokatalk) وهو يتزامن مع جهات الاتصال بالهاتف لذلك لا يحتاج المستخدم لإضافة الأسماء في سجل منفصل ، ثم استحوذت شركة الفاييسبوك عليه في 19 فبراير 2014 بمبلغ 19 مليار دولار امريكي².

6.3 تيك توك Tik Tok:

هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي على الأنترنت، يمكن استخدامه لإنشاء مقاطع فيديو قصيرة ومشاركتها، مثل مقاطع الرقص والكوميديا والتعليم ونحوها، والتي تتراوح مدتها غالباً من ثلاث ثواني إلى دقيقة واحدة أو ثلاث دقائق لبعض المستخدمين.

وهو معروف في الصين باسم دوين "Douyin" بالصينية والشركة المالكة له شركة "بايت دانس" الصينية، وهذا التطبيق يعمل على أجهزة أي أو أس (ios) وأندرويد (Android).

ويعد تيك توك نسخة دولية من دوين "Douyin" ، والتي تم طرحها في الأصل بالسوق الصينية في سبتمبر 2016، وفي وقت لاحق تم إطلاق "Tik Tok"، في عام 2018 لنظامي أي أو أس" و "أندرويد" في معظم الأسواق الصين القارية، ثم أصبح متاحاً في جميع أنحاء العالم.

¹نفس المرجع، ص 38.

²مركز المحتسب للاستشارات، نفس المرجع، ص 40.

عبر متحر التطبيقات "أبستور" أو "جوجل بلاي" بعد اندماجه مع خدمة وسائط اجتماعية صينية أخرى، وهي ميوزكلي في 02 أغسطس 2018¹.

4. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتمتع مواقع التواصل الاجتماعي بمزايا وخصائص متنوعة وهي:

المشاركة: Participation

وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث إنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الاعلام والجمهور.

الانفتاح: Oppiennes

معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة. أو الإنشاء والتعديل على الصفحات حيث إنها تشجع التصويت والتعليقات وكذا تبادل المعلومات، ولا يوجد حاجز أمام الاستفادة من المحتوى.

المحادثة: Conversation

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي عن وسائل الإعلام التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر والمعلومة المعروضة.

المجتمع: Community

وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها العالمية الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحتوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا.

¹ أبو هنا عبد الله السواح الجددي الازهري، فتح ملك الملوك في معرفة حكم التيك توك، بروكلين، نيويورك أمريكا، 2021، ص 03.

الترباطConnectées:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا¹.

5. دور التواصل الاجتماعي:

تلعب شبكات التواصل الاجتماعي أدوارا عديدة أهمها سياسية واقتصادية واجتماعية في حياة الشعوب في كافة انحاء العالم، وبات تأثيرها يتصدر أحداث الساعة، نظرا لارتباط قطاع كبير من الأفراد بتلك الشبكات، وأصبح تأثير تلك الشبكات الاجتماعية على النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية واضحا، فلقد أصبح بإمكان أي فرد أن ينشأ موقعه الخاص على هذه الشبكات بسهولة ويسر والالتقاء بالأصدقاء القدامى وزملاء الدراسة ويأتي هذا من إدراك الناس الأهمية هذه الشبكات².

لم يقتصر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الأقران أو المؤسسات بأشكالها المختلفة فقط، ولا استخدامها من قبل بعض المسؤولين والسياسيين فيدل عديده في العالم فحسب، وإنما أصبحت الكثير من الجامعات والمعاهد العالمية في العالم أجمع تتواصل مع طلابها مع الشبكات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية ونتيجة لإقبال الناس على التسوق الإلكتروني، فقد زادت نسبة الإعلانات على المواقع الإلكترونية، مما حقق بالتالي ارتفاعا خياليا في أرباحها³.

¹د خالد غسان، يوسف المقداد، مرجع سبق ذكره ص 26-27.

²المرجع السابق ذكره، ص 72.

³د. محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، مصر، ط1، 2015، ص479.

6. مواقع التواصل الاجتماعي بين الإيجابية والسلبية:

1.6. الجانب الإيجابي:

الاستخدامات الشخصية: يمكن استخدام خدمات شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الأقارب، الأصدقاء، الطلاب، المدرسين، يمكنك من خلال هذه الشبكات الاتصال هاتفيا أو إرسال رسالة نصية أو صور أو فيديو.

الاستخدامات التعليمية: إن من ضروريات الحياة اليومية استخدام ومواكبة التكنولوجيا الحديثة والمعاصرة، حيث أن جيل الشباب اليوم أصبح ميالا لاستخدام العالم الافتراضي وشبكات التواصل الاجتماعي أكثر من نشاطه على أرض الواقع، فلذلك أصبح التعليم الإلكتروني ضروريا وليس اختياريا، وجيل الشباب اليوم لا يحب التعليم التقليدي ولكن إذا تم دمج التعليم وشبكات التواصل الاجتماعي معا فهذا قد يعطي نتائج أعلى بكثير ويزيد من فرص مشاركة الطلاب مع المعلم.

الاستخدامات الحكومية: اليوم أقصر طريق للوصول إلى الشباب بشكل خاص وللناس بشكل عام هو شبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك أضيف معيار جديد لتقييم الدوائر الحكومية ألا وهو التواصل الاجتماعي عبر هذه الشبكات مع الجمهور، فلذلك تسعى الدوائر الحكومية لمواكبة التكنولوجيا والتطوير من طرق تواصلها مع المواطنين وبذلك تقلل الدوائر الحكومية من المصاريف والوقت والجهد وتحسين سهولة وصول المستخدمين لخدماتها.

الاستخدامات الإخبارية: أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي اليوم من المصادر الأولى بل حتى المصدر الأول للأخبار، يكتبها الفرص بصيغة حرة بدون شروط ولا حاجة لكتابتها بصيغة دعائية أو صيغة أخرى رسمية وغيرها، وهذه الوسائل تقوم بالتأثير على الرأي العام بشكل قوي جدا.

مشاركة الأفكار الخاصة: يمكن لجميع المستخدمين بدون النظر الى انتماءاتهم أو دينهم أو لغاتهم أو جنسياتهم أو بلدانهم التواصل مع الجميع وهذا يتيح إمكانية استخدام هذه الشبكات

للدعوة للإسلام مثلا أو للنصرانية وغيرها، فهذا يتيح كسر حاجز الوقت والزمان والمكان والسهولة في الاستخدام¹.

2.6. الجانب السلبي:

الإدمان: عندما يعتاد الشخص على استعمال هذه الشبكات عندها يصاب بالإدمان، وبالتالي يسبب في وقت آخر "أمراض نفسية، عصرية، وقلق عدم استقرار"، وتبني عادات ومعتقدات غريبة عن مجتمعنا العربي الإسلامي.

الانعزال عن العالم الواقعي: مع تزايد استخدام الشبكات الاجتماعية قلت الحاجة للتعامل مع الناس على أرض الواقع، وهذا قد يفقد المستخدمين الكثير من المهارات في التواصل مع المجتمع ومع الناس حولهم.

التحريض على الغير والشجار: ربما يعارضك شخص ما من الناحة الايديولوجية أو السياسية أو الاقتصادية وغيرها، من الممكن أن يؤدي هذا التحريض والشجار الى خلافات ونزاعات بين الاشخاص على أرض الواقع وربما يتسع النطاق ويصبح على صعيد عائلات وقد يؤدي الى تهديد وقتل.

انتشار الفساد وزرع القيم الفاسدة والإباحية: هناك أناس يريدون نشر القيم الفاسدة والأفكار الخاطئة وغيرها، لذلك يجب أن نربي أبنائنا على القيم النبيلة وتحصينهم فكريا وروحيا وسياسيا ودينيا، ولا بد من مقاومة المحتوى الإباحي للأنترنت ولجميع شبكات التواصل الاجتماعي، كما قامت بذلك كل دول العالم الغربي والشرقي المتقدم والنامي.

هدر الوقت: في هذه الأيام يقضي معظم الأبناء جل وقتهم على شبكات التواصل الاجتماعي بدون أي فائدة وبالتالي هذا الوقت المهدور يحل محل المهمات التي يجب عليهم تنفيذها (واجبات مدرسية، واجبات جامعية، طاعة الوالدين، واجبات تتبع للعمل وغيرها).

¹ د. إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، شبكات التواصل والأنترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، مصر 2016، ط1، ص 87.

مشاكل زوجية: بعض الأمهات أو الآباء هذه الأيام أصبح لديهم حساب على شبكات التواصل الاجتماعي وبالتالي قد يؤدي إلى محادثات لا ضرورة لها وقد يتطور لأمر تهدد الحياة الزوجية، وهذا قد يؤدي إلى مشاكل بينهما (لا قدر الله) وبالتالي قد يفقد بعض الأطفال مستقبلهم بسبب انفصال ذويهم أو خلافهم وشجارهم¹.

7. النظريات المفسرة لمواقع التواصل الاجتماعي:

1.7. نظرية الاستخدامات والإشباع:

تهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال على رؤيتها على أنها فعال في انتقاء أفرادها لوسائل ومضمون مفصل من وسائل الإعلام. ويقوم نموذج الاستخدامات والإشباع مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد على أن أسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية، فمن خلال منظور هذه النظرية لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض إليها ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة.

كما تركز هذه النظرية على تحقيق أهداف رئيسية ثلاث وهي:

- ✓ السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- ✓ شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

¹د/إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، مرجع السابق ذكره، ص 92.

✓ التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري¹.

2.7. نظرية الإنماء الثقافي.

ظهرت هذه النظرية في الولايات المتحدة الأمريكية خلال عقد السبعينيات كمنظور جديد لدراسة أثر وسائل الإعلام، وتذهب هذه النظرية إلى القول " بأن مداومة التعرض التلفزيون ولفترات طويلة ومنتظمة تنمي لدى المشاهد اعتقادا بأن العالم الذي يراه على شاشة التلفزيون، وما هو إلا صورة من العالم الواقعي الذي يحياه"، وترتبط هذه الأخيرة بالجهود التي طورها الباحث الأمريكي " جورج جربنر " من خلال مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية «culturalIndicator» ويهدف هذا المشروع إلى إقامة الدليل الإمبريقي على تأثير وسائل الإعلام على البنية الثقافية، واهتمت بحوث المؤشرات الثقافية بثلاث قضايا متداخلة هي:

✓ دراسة الهياكل والضغوط والعمليات التي تؤثر على إنتاج الرسائل الإعلامية.

✓ دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وائل الاعلام.

✓ دراسة الإسهام المستقل للرسائل الجماهيرية على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي.

ويرى " جورج جربنر " أن الإنماء هو ما تفعله الثقافة في مجتمع ما، فالثقافة هي الوسيلة الأساسية التي تعيش فيها الإنسانية وتتعلم وتتيح الصورة الذهنية التي يعكسها التلفزيون تعميمات لدى الأفراد عن البيئة الإنسانية من خلال بناء رمزي².

3.7. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

من الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحيانا أثارا قوية ومباشرة وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما، ويمكن القول بأن هذه النظرية هي نظرية بيئية أي أنها تنظر للمجتمع على أنه تركيبا عضويا، وهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها

¹د. حسن عماد مكاي، د. ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 239.

²د. حسن عماد مكاي، د. ليلي حسين السيد، مرجع السابق ذكره، ص 299.

بالآخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات، ومن المفروض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءا هاما من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى، و تتم هذه العلاقات بالتعاون أو الصراع وقد تكون ديناميكية متغيرة أو ساكنة ثابتة، و تكون مباشرة وقوية أو غير مباشرة وضعيفة.

كما يوحي اسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد أجزاءها مثلا لصحف، المجلات، الراديو، التلفزيون، السينما¹.

¹د. حسن عماد مكاوي، د. ليلي حسين السيد، المرجع السابق ذكره ص 314.

ملخص:

وفي الأخير نتوصل إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تتدرج للأفراد في المجتمع بشكل عام وللشباب على وجه الخصوص إمكانية التواصل بشكل أفضل وأسهل مع الآخرين، وهي أيضا توفر المساعدة بالنسبة للذين يعانون من الإقصاء والانعزال عن العالم، فهي تعتبر أيضا وسيلة للترفيه والتعبير عن الذات، وهنا تكمن أهميتها بالنسبة للمجتمعات.

الفصل الثاني:

ماهية الثقافة

تمهيد

1. مفهوم الثقافة.
2. التطور التاريخي للثقافة.
3. مكونات الثقافة.
4. وظائف الثقافة.
5. أنواع الثقافة.
6. العولمة الثقافية
7. الثقافة الوافدة

الملخص

تمهيد

إن موضوع الثقافة أصبح رائجا في الآونة الأخيرة خصوصا بتعلقه بأنشط فئة من فئات المجتمع ألا وهي الشباب، وهناك عدة تخصصات حاولت ولا زالت تحاول فهم الفئة العمرية للشباب وعلاقتها خصوصا بالجانب الثقافي، إلا أنها تبقى صعبة الفهم لا سيما تماشيها مع التجدد المستمر والتغييرات المختلفة التي يمر بها أي مجتمع، وأهم تداخلات هذه التغييرات هو الثقافات المكتسبة واختلاطها مع الثقافة المحلية وأول مستقبل بطبيعة الحال هو العنصر الفعال والنشط الشاب يكونه يمتلك حسن الفصول المتماشي مع فترته العمرية.

1) مفهوم الثقافة:

تعني الثقافة في نظر علماء الاجتماع جوانب الحياة الإنسانية التي يكتسبها الإنسان بالتعلم لا بالوراثة، ويشترك أعضاء المجتمع بعناصر الثقافة تلك التي تتيح لهم مجالات التعاون والتواصل، وتمثل هذه العناصر السياق الذي يعيش فيه أفراد المجتمع وتتألف ثقافة المجتمع من جوانب مضمرة غير عيانية مثل المعتقدات والآراء، والقيم التي تشكل المضمون الجوهري للثقافة، ومن جواب عيانية ملموسة مثل الأشياء، الرموز، أو الثقافة التي تجسد هذا المضمون¹.

والثقافة تشير إلى سلوك ومعتقدات متعلمة ومشاركة، متعلمة أي ليست غريزية ومشاركة فهي ليست فردية وتشير إلى المشاركة المجتمعية، فالتعليم عملية مستمرة دائما كنتيجة لظروف متغيرة ومن ثم فإن الثقافة مفتوحة دائما، أما بالنسبة إلى المشاركة فليست هناك حدود ثابتة خلافا لذلك المرتبطة بالتجربة الاجتماعية المشتركة، ومن ثم لا وجود لحدود إقليمية للثقافة، وهنا تشير الثقافة وفقا لذلك إلى القواسم المشتركة أكثر من إشارتها إلى التنوع².

ويعرف "ريموند وليامز" الثقافة بأنها واحد من الكلمتين أو الثلاث كلمات الأكثر تعقيدا في الإنجليزية، وهو يقترح ثلاث تعريفات عريضة لها وهي:

¹ أنثوي غدنز، ترجمة: د. فايز الصياغ، علم الاجتماع، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، لبنان، 2005، ط1، ص 82.

² جان نيدرلين، ترجمة: خالد كسروي، العولمة والثقافة والمزيج الكوني، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2015، ط1، ص

- ✓ "عملية عامة للتطور الفكري والروحي والجمالي".
 - ✓ "تستخدم للإيحاء بطريقة محددة للحياة سواء أكانت لشعب، أم فترة أم مجموعة".
 - ✓ "هي الأعمال والممارسات التي تكون وظيفتها الرئيسية الدلالة على المعنى، أو إنتاجه أو أن تكون المناسبة لإنتاجه¹.
- وتعرف أيضا أنها القيم والمعايير والعادات والأفكار التي يشترك فيها الناس وتحدد سلوكهم، وتتكون من الجانب المادي والمعنوي².

(2) التطور التاريخي للثقافة:

يمكن تلخيص التصور التاريخي التقاعد في الآتي:

الفكر اليوناني القديم:

استخدم اليونان القدامى بعض الكلمات التي تقترب من معنى الثقافة فكلمة **Tropos** أو **Empide** تعني حرفيا الطرز وتعني كلمة **أثوس Ethos** الوراثة البيولوجية وهي تدل في الأصل على معنى بيت وعادات أخلاقية، ومعنى الروح أو الفكر.

واستخدمت كلمة **نوموس Nomos** لتدل على الشروط الاجتماعية وإمكانية تغييرها وهي تعني مطابقة للطبيعة التي لا تتغير أما كلمت **بايديا Paideia** فصل أقرب الكلمات الإغريقية إلى المفهوم الحديث للثقافة ومنها انشق اللفظ الفرنسي الذي يشير إلى بقاء التربية العملية، والتي لا تستهدف الطفل من حيث هو طفل، ولكن تستهدف الإنسان الراشد، وتستمر هذه التربية طول الحياة بحث عن الكمال³.

¹ جون ستوري، ترجمة: د. صالح خليل أبو أصعب، د. فارون منصور، النظرية الثقافية والثقافة الشعبية، هيئة أبوظبي للسياحة والثقافة، كلمة، 2014، ط1، ص16.

² د. محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 124.

³ حسين عبد الحميد أحمد رشوان، الثقافة دراسة في علم الاجتماع الثقافي، مؤسسة شباب الجامعة. الإسكندرية 2006 ص 103 المرجع السابق ذكره ص 104.

وأبرز أفلاطون Platon (427-347 ق.م) العلاقة بين المجتمع والثقافة، فقد كان شاغل باله كيف يمكن تجذب الإضطراب لبلاده؟ ويجيب: يجب أن تنظم المدينة تنظيمًا عقليًا وبطريقة تضمن الاستقرار، وذهب إلى القول بأن الإنسان يحقق ذاته في حياة المجتمع أو حياة المدنية وهي التي تقوم على أساس الحاجة الاقتصادية، إذ لا يوجد فرد يستطيع جميع حاجاته بنفسه لأن لكل منا حاجات كثيرة تستلزم عدة أشخاص لكي يمدونا بها، وافتقار كل فرد إلى الآخرين هو سبب نشأة الدولة أو دولة المدينة¹.

أما أرسطو Aristotele (374-222 ق.م) فيقوم فكره أساسًا على قضيته المشهورة الإنسان حيوان سياسي أي كائن اجتماعي، فطبيعته هي التي تدفعه إلى أن يعيش في وسط جماعة، ولا يمكن فصله عن الحياة في المجتمع، فالإنسان لا يفسر وحده ولا يكتفي بذاته، لا من ناحية استمرار النوع، ولا من ناحية الدافع الدائم للحياة وصياغتها، ولا من ناحية نمو الأفكار والقوى الأخلاقية التي على غاية الحياة العليا.

واستمد أرسطو من هذه القضية ضرورة وجود العلاقات الاجتماعية ليتكّن للشخصية أن تنمو وأن تأخذ الطابع الإنساني، وأشار كذلك إلى شذوذ الشخصية التي تتجه إتجاهًا غير اجتماعي، وعلى ذلك فإن المجتمع وثقافته هي التي تعطي الإنسان إنسانيته².

وقد ذهب هيبوقراط Hipocrate إلى أن الفوارق بين أخلاقيات الأمم إنما ترجع إلى التنظيم التربوي والتدريبي والأخلاق والأعراف.

وهكذا يتسبب مدى إسهام اليونان في تعميق التفكير في جميع الأنواع الأدبية وجميع مجالات الفكر المتصلة بالثقافة، كذلك فإن المسرح القديم عمل على الاتصال بين الشعب والممثلين، مما جعل الناس يشعرون بأن الثقافة مشاركة بالمعنى الحديث³.

¹المرجع السابق ذكره، ص 104.

²المرجع السابق ذكره، ص 105.

³المرجع السابق ذكره، ص 105.

في الفكر الروماني القديم:

انقضى عهد الفكر الاجتماعي منذ انقضاء كتابات أرسطو، ذلك أن الرومان لم يكن لهم ابتكارات كبرى في علم الاجتماع، واقتصر دورها على تطبيق المبادئ القانونية والسياسية والإدارية تطبيقاً عملياً في الشعوب التي أخضعوها فأقاموا أنساقاً من القوانين كانت تعتبر مقاييساً للتنظيم الاجتماعي في العالم الذي عرفوه. وقد اقتصر مفهوم الثقافة في الفكر الروماني على التربية، فهي إرهاب متميز وامتياز خاص بأقلية من الناس، وقد تحدث **ماركوس توليوس شيشرون (106 - 43 ق.م)** عن ثقافة الفكر، وقد شارك الرومان في لفظة الثقافة، فهي مشتقة من اللاتينية (**Colere**) بمعنى زرع، وتشير إلى استصلاح الحقول والأراضي لحصد حبوبها ونباتها وثمارها، وقد اشتق من كلمة **Colere** لفظة أخرى وهي **Culto،Culte** وتعني عبادة الآلهة، ونلاحظ هنا انصهار الدين والثقافة في التراث الرماني¹.

في العصور الوسطى:

جاءت المسيحية بفكرة المساواة بين الأفراد، فليس هناك أغنياء وفقراء، سادة وعبيد، أحرار وأرقاء، وقد عرف القديس **أوغسطين (353 - 430م)** المجتمع بأنه ليس حشداً من الأفراد ولكنه جماعة من الأفراد يشتركون في الأفكار والعواطف ويؤلفون وحدة معنوية تقوم على الرضا والمحبة، ويهدفون إلى غايات مشتركة.

ويرى **أوغسطين** أن الثقافة الحقيقية هي التي تدرك الوحدة بين العلوم، إلا أنه لم تخف عليه أخطار الثقافة من إعجاب بالنفس وابتعاد عن الواقع واستسلام للشك، لذلك تبقى الثقافة عقيمة ما لم تنضم إليها الإرادة الأخلاقية والعقيدة الدينية.

وقد شهد مفهوم الثقافة في العصور الوسطى المسيحية تأويلاً متميزاً للثقافة والدين وطبقاً للتعاليم المسيحية خاصة الكاثوليكية كان الاهتمام بحياة التأمل أكثر من حياة العمل، وكانت حياة التأمل تتيح بلوغ ما كان يعد ثقافة في ذلك الوقت، وهو معرفة ما وراء الحياة، وكانت الثقافة شيء

¹المرجع السابق ذكره، ص 106.

مشترك في الأديرة، وشيء شعبي في الأسرار وفي المعجزات وقد بقيت كلمة الثقافة بدلائلها الزراعية وتعني عبادة تلك الدلالة الزراعية.

في التراث الإسلامي:

إن كلمة الثقافة كلمة عربية أصيلة ولفظة قرآنية، وفي معناها اللغوي يقصد بها الفهم والإدراك والخدمة والمهارة، ورد في معجم لسان العرب تقف الرجل ثقافة أي صار حاذقا خفيفا في حديث الهجرة وهو غلام لئن تقف أي ذو فطنة وذكاء، والمراد أنه ثابت المعرفة بما يحتاج إليه، ويقال تقف الشيء وهو سرعة التعلم¹.

في العصور الحديثة:

مع تقدم المذهب الإنساني في عصر النهضة انتقل مفهوم الثقافة من كونه مفهوما شخصيا الى ثقافة شخصية، وفي القرن السابع عشر استخدمت صفة المثقف. في عام 1632 - 1694 استخدم **صموئيل بوقندروف S. Pufendorf** في كتابه الدليل المضاد (1686) المصطلح على النحو التالي أن الثقافة تتيح لكل إنسان بلوغ حياة إنسانية.

حقا بفضل الجهد البشري والتفكير الشخصي لكل امرئ وأيضا بفضل الإلهام الإلهي.

وفي القرن الثامن عشر **بعن فولتير Voltaire** في المصطلح الحياة، وطرح مفهوم ثقافة الفكر، ودعا الى توسيع المفهوم وحاول **جان جاك روسو J.J. Rousseau** في مقاله الشهير: " إسهام تقوم العلوم والآداب في إفساد الأخلاق أم في تنقيتها (1751) " حاول إقامة علاقة مباشرة بين تكامل الانسان وبين تكامل معلوماته.

وقد عرض **إسحاق واط Walt**. الإنجليزي خمسة وسائل لتثقيف الفكر: الملاحظة القراءة. تعلم الأساتذة، المحاضرات والتأمل، وكان كتابه انحطاط الإمبراطورية الرومانية وسقوطها (1770).

¹المرجع السابق ذكره، ص 106.

ونشر إدوارد، تايلور E.B. Taylor كتابه " الثقافة البدائية"، وفيه عرف الثقافة بأنها ذلك الكل المعقد الذي يشمل المفاهيم والمعلومات والعقائد والفنون والقوانين والاخلاق والأعراف وجميع القدرات والعادات التي اكتسبها الإنسان بوصفة عضوا في المجتمع، وطبقا لهذا التعريف فإن الإنسان ليس معزولا عن المجتمع الذي يعيش فيه بل يتلقى تأثيراته بصورة مباشرة أو غير مباشرة، وبصورة شعورية أو غير شعورية، وبدون ان يطالب الإنسان ذلك¹.

3) مكونات الثقافة:

يمكن تقسيم الثقافة في أي مجتمع إلى ما يلي:

أ. العموميات " Universals "

تشمل الأفكار والسلوك وطرق التفكير التي يشترك فيها أفراد المجتمع العاملين جميعهم، وتوجد بصفة عامة عند أعضاء المجتمع كله، وتختلف العموميات من ثقافة إلى أخرى، وهي التي تكون الأساس العام للثقافة التي تتميز به ثقافة عن ثقافة أخرى. وتتضمن العموميات طرق اللبس واللغة والشعائر الدينية وطقوس الأفراح والعلاقات بين الأفراد ومعاملة الناس في البيئة الواحدة ومعاملات الجماعة فيما بينها.

ويمكن أن تسود العموميات هذه في مرحلة زمنية معينة وعن طريقها يستطيع الفرد أن يميز الشخص الذي ينتمي إليه إذا ما عرف هذه العموميات².

ب. الخصوصيات " specialities "

هي تلك العناصر من الثقافة التي تشترك فيها مجموعة معينة من الأفراد لها تنظيمها الاجتماعي الخاص، لا يشترك فيها أفراد المجتمع جميعهم، ففي المجتمعات كلها نجد أن هناك

¹ نفس المرجع، ص 109.

² د. خالد محمد أبو شعيرة، د. نائر احمد غباري، الثقافة وعناصرها، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،

2009، ط1، ص 21.

أشياء يعرفها أو يقوم بها جزء معين من السكان، وتؤدي إلى الصالح العام للجماعة، وتنقسم هذه الخصوصيات إلى:

1) **الخصوصيات الطبقيّة:** هي السلوكات الثقافية التي تسلكها فئة من المجتمع دون غيرها ويتضح ذلك في طريقة المعاملات والعلاقات بين أفراد تلك الطبقة وطريقة لباسهم وتصفهم حيال المشكلات وطريقة حياتهم العامة وسلوكهم.

2) **الخصوصيات المهنية:** هي العناصر الثقافية أو الممارسات الخاصة بأصحاب مهنة معينة دون غيرهم، فهناك سلوكات ثقافية خاصة بالأطباء مثلاً، وسلوكات أخرى خاصة بالمحامين والحرفيين.

3) **الخصوصيات العقائدية:** لكل عقيدة عناصرها الخاصة بها، وتظهر من خلال الطقوس الدينية الخاصة بكل فئة.

4) **الخصوصيات العنصرية:** وتظهر في ممارسات بعض الأقليات الموجودة في المجتمع لأسلوب الحياة التي يعيشونها وممارساتهم لتقاليد وعادات وقيم خاصة بهم دون غيرهم في المجتمع الواحد الذي يعيشون فيه¹.

ج) المتغيرات أو البدائل **alternatives**:

هي تلك العناصر الثقافية التي نجدها لدى فراد معينين، ولكنها لا تكون مشتركة بين أفراد الثقافة جميعهم، بل إنها لا تكون سائدة بين طبقات لها تنظيم اجتماعي معين، أي ان هذه العناصر من العموميات يشترك فيها أفراد طبقة اجتماعية او افراد مهنة او حرفة، تشمل مجالات واسعة مختلفة من الأفكار والعادات والأنماط السلوكية وطرق التفكير، وتظل هذه المتغيرات حائرة على سطح الثقافة حتى تتحول الى خصوصيات وعموميات فتنبت².

¹د. خالد محمد أبو شعيرة، د. نائر أحمد غباري، مرجع سبق ذكره، ص22.

²نفس المرجع، ص23.

خصائص الثقافة:

تحمل الثقافة مجموعة سمات جعلتها تتميز عن غيرها وهي متمثلة فيما يلي:

أولاً: الاستقلالية: "Dépendent": حيث تتميز الثقافة بأنها شيء مستقل تماما عن الأفراد الذين يكتسبونها عن طريق الخبرة أو التعليم، نظرا لأنها جزء من التراث الاجتماعي الذي يورث من جيل إلى آخر، وهي أيضا حصيلة النشاط الإنساني وأنماط السلوك والتفاعل بين الأفراد والجماعات والمجتمعات.

ثانيا: الاستمرارية: "Continuos": الثقافة لا ترتبط بالأفراد بقدر ما يحتفظ بكيانها لأجيال عدة، فهذه الأخيرة على غرار ما تشمله من عادات، وتقاليد، أساطير، طقوس، مبان، منشأة وتكنولوجيا سوف تبقى مستمرة لفترة طويلة على الرغم من حدوث تعديلات وتطورات على مضمون عناصرها العامة.

ثالثا، الانتقالية "Sélection": الثقافة لا تتوارث للأجيال بصورة كاملة، فهي تعتبر من الأشياء الموروثة التي ظل جزء منها له طابع مستمر، هذا يعني أن هناك عدة عناصر ثقافية تم اختفاؤها أو طمس معالمها أو نسيانها، فالثقافة تختلف عن العناصر البيولوجية التي لا تنتقل أيضا بالكامل عبر الأجيال، فقد يحدث نوع من الانتقاء لهذه العناصر دون الأخرى.

رابعا: التكيف "Adaptation": تمتاز الثقافة بأن لديها خاصية التكيف مع الظروف البيئية المختلفة، فاستعارة سمات ثقافية معينة وانتقالها إلى مجتمعات أخرى أو إلى شعوب أخرى تجعلها في موضوع يجب أن تتلاءم فيه مع نوعية العادات والتقاليد والوضع الاجتماعي والاقتصادي الذي انتقلت إليه مع حدوث نوع من التعديل والتطور على بعض جوانبها أو عناصرها المختلفة.

خامسا: التكامل "Intégration": تعد خاصية التكامل من الخصائص العامة للعناصر الثقافية، ويحدث هذا التكامل نتيجة التكيف بين الأجزاء الثقافية ونوعية الظروف الاجتماعية، فإذا حدث نوع من التغيير في القيم والعادات أو النظم أو القوانين، فإنها ما تلبث حتى تتكامل مرة أخرى حتى تضمن لذاتها الاستمرارية.

سادسا: الإشباع " **satisfaction** ": للثقافة مجموعة من الوظائف الاجتماعية والاقتصادية والبيولوجية فهي تركز لإشباع الحاجات الإنسانية الأساسية، والعمل على رفاهيته وتلبية احتياجاته المستمرة والمتغيرة بمرور الوقت أو الزمن. فحاجات الإنسان من المأكل والملبس والسكن، والتعليم والتنشئة والرفاهية، جميعها تستلزم من الإنسان العمل على إشباع تلك الحاجات بصورة أساسية.

4) وظائف الثقافة:

الإنسان يكيف الطبيعة ويتكيف معها، يغيرها ويتغير معها، وهذا يعني ان الثقافة هي أداة في عملية التواصل والتكيف في الحياة، ومن أهم وظائف الثقافة:
تمد الأفراد بمجموعة من الأنماط السلوكية لتحقيق حاجاتهم في البيولوجية وضمان استقرارهم.

تتيح للأفراد التعاون من خلال مجموعة من القوانين والنظم.

تساعد الأفراد على تحقيق التكيف والتفاعل وتحقيق لهم الوحدة الثقافية والتجانس.

تؤدي الى ظهور حاجات جديدة وتبث وسائل إشباع هذه الاحتياجات كالاهتمامات الثقافية الجمالية والدينية.

تمكن الانسان من التنبؤ بالأحداث المتوقعة والمواقف الاجتماعية المحتملة، ومن التنبؤ بسلوك الآخرين في مواقف محددة.

ويقول مالفينوسكي في هذا الصدد، أن الثقافة تلبى نظاما متكامل من الاحتياجات الإنسانية البيولوجية والروحية، وتضمن له غطاء وظيفيا يسعى الى حماية الانسان من المخاطر والكوارث الطبيعية والبيئية. والثقافة هي أداة الانسان في حل مشكلاته الحية والخاصة التي يواجهها في إطار البيئة وبالتالي فان لكل عنصر من عناصرها غاية ووظيفة محددة¹.

¹د صالح محمد علي أبو جادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 125.

5) أنواع الثقافات:

في العصر الحالي تعددت وتنوعت الثقافة وأصبحت متمثلة في:

1.4. ثقافة الجماهير:

هي عبارة عن ثقافة ناتجة عن إفراز للمجتمعات الصناعية. وهي بالضرورة إفراز للإعلام الواسع وهي تستهلك من جانب الأفراد، ويمكننا تقديم مثال على هذه الثقافة ألا هو الأفلام ذات الطابع الشعبي المسلسلات التلفزيونية المحلية فهذه الأخيرة هي مقدمة للجمهور.

2.4. ثقافة الشعبية:

هي تستعمل بطريقة مشابهة للثقافة الجماهيرية، وتتضمن أي منتج ثقافي ينال أعجاب الناس العاديين ودون ان يستهدف إنجاز خبرات ثقافية، مثال على ذلك برامج الـ TV وأفلام الأسواق الكبيرة مثل تايتانيك وحرب النجوم والروايات الشعبية مثل القصص البوليسية.

3.4. ثقافة الفئوية:

هذا المصطلح للثقافة أستعمل بشكل واسع في علم الاجتماع وهو يشير الى مجموعة من الناس تشترك مع بعضها في مسألة ما، مثلا كأنه تكون مصلحة مشتركة او مشكلة يوجهها جميع أفراد المجموعة، أو ممارسة أسلوب مشترك، وتتميز أفراد المجموعة بشكل واضح عن باقي افراد المجتمع، ومصطلح الفئوية أستعمل كثيرا لدى العديد من الجماعات، وبين الجاليات التي تعيش قريبة من بعضها ولها أسلوب حياة مشترك، وكذلك بالنسبة إلى مجموعة الشباب الذين لديهم ذوق موسيقي مشترك ويتمتعون بنفس التسلية ، والجماعات الاثنية، والأفراد الذين يمارسون نفس الطقوس الدينية وغيرها¹.

¹هارلمبسهولبورن، ترجمة: حاتم حميد محسن، سوسيولوجيا الثقافة والهوية، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2010، ص 10.

4.4. ثقافة الشباب:

ظهرت فكرة ثقافة الشباب في علم الاجتماع إبان خمسينيات وستينيات القرن العشرين. وذلك اعترافاً بأن ثقافة الأفراد من الشباب تتميز عن والديهم، فالشباب لهم قيم اتجاهات وانماط سلوك، مختلفة عن نظائرها الشائعة في الثقافة السائدة في مجتمعهم، وهي ظهرت في ظروف معينة والمتمثلة في أنه لا بد أن يشكل هؤلاء الشباب جماعة كبيرة لحد كاف، وكذلك التغير الاجتماعي السريع الذي يحول دون اندماج الشباب في عالم الكبار، وايضا تزايد التعددية في المجتمع مع توفر دافعا لظهور أفكار جديدة وأساليب معيشية جديد¹.

6) العولمة الثقافية:

1.5. مفهوم العولمة الثقافية:

تعددت مفاهيم العولمة الثقافية بتعدد العولمة في إطارها العالم، ومن بين هذه المفاهيم هي تنقل المنتجات الثقافية عبر العالم، وما يحدثه التلقي من ردود واستنتاجات متباين، وذلك في إطار ثقافة كونية بلا حدود ولا سدود ليصبح العالم قرية كونية واحدة، وينطلق مفهومها ايضا مما يسمى بـ " التهجين " والذي يندرج تحت مسميات مستعارة، مثل التوفيق بين المعتقدات، المزج اللغوي، تمازج الأجناس والتشابك، ونتيجة لذلك يشير التهجين الى امتزاج الثقافة الآسيوية والإفريقية والأمريكية والأوروبية، فهو صناعة ثقافة كونية كمريح كوني².

2.5. آثار العولمة الثقافية:

تحمل العولمة الثقافية جانبين من الآثار وهي على النحو التالي:

أ) الجانب الإيجابي:

✓ جعلت الأفكار والمعلومات والقيم تنتشر عالميا.

¹ أندرو إدجار، بتير سيدجويك، ترجمة: هناء الجوهري، موسوعة النظرية الثقافية المفاهيم والمصطلحات الأساسية، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2014، ط2، ص 239.

² د. رندي محمد، بلحاج كريمة، العولمة والعالمية وسلطة المركز في الثقافة العربية، المجلة العالمية الدولية ASJP، مخبر الدراسات النقدية والأدبية المعاصرة، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، المجلد 07، العدد 01، 2013.

✓ الانفتاح الفكري والثقافي للمجتمع العربي واعتماد أنماط ثقافية جديدة يمكن استيعابها ضمن البيئة المحلية.

✓ توفر إمكانية الوصول الى منتجات ثقافية جديدة من فن : تعليم وترفيه، فروج تكنولوجيا المعلومات والاتصال ساعد كذلك في تعمق فهم القيم والمبادئ الخاصة بثقافات أخرى ومحو التصورات السيئة عن هذه الثقافات.

ب) الجانب السلبي:

✓ نشر ثقافة الاستهلاك القائمة على السلع.

✓ خطر التجانس الثقافي على الثقافات المحلية وفقدان الثقافات المحلية سماتها الفريدة، فهي غزو ثقافي فكري ليس تحضر.

✓ سحق الهوية والشخصية الوطنية المحلية وإعادة تشكيلها، حيث أصبح الفرد يتخلى عن مرجعيته وانتماءه.

✓ انتشار ثقافات العنف وتغريب الفرد وعزله من قضاياه.

✓ الغزو الثقافي يعمد المحاولة مسح القيم الخلقية خاصة مع سيطرة نمط الصورة.

✓ إضعاف دور الأسرة في التنشئة الاجتماعية لاعتماد كل شرائح المجتمع الفضائيات الوافدة¹.

3.5. أساليب مواجهة مخاطر العولمة الثقافية.

خطر العولمة الثقافية يظهر بوضوح أكثر في المعركة الحاصلة بين القيم الإسلامية واللغة العربية من جهة وبين الثقافات الغربية من جهة أخرى، وقد حاول بعض المفكرين طرح بعض الأساليب لمواجهة العولمة والثقافة الغربية، ويمكن تلخيص طرق مواجهة مخاطر العولمة الثقافية في الوطن العربي في النقاط التالية:

✓ التركيز على الجانب التربوي والديني وتغيير المناهج وتطويرها بما يتماشى مع قضايا العصر.

¹ عقبة سعيدة، هادف خديجة، تطور الثقافة في الجزائر وإسهام الاعلام فيه من الاستقلال الى عصر العولمة الثقافية، مجلة هيرودون للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 07، العدد 04، 2023، ص 397.

- ✓ محاربة الصورة النمطية عن العرب والمسلمين في وسائل الإعلام.
- ✓ فضح البرامج التلفزيونية التي تسوق للأفكار الغربية المتعلقة بالإباحية وثقافة الجريمة والمخدرات، ودعم إنتاج البرامج الحاملة للطابع التسامحي والتشجيع على القيم العائلية.
- ✓ الابتعاد عن أنماط التفكير التقليدي والجهل والتعصب ونشر التآزر الحضاري¹.

الثقافة الوافدة:

مفهوم كلمة الوافدة: إن الوافد هو الذي ينقل ثقافته مستفيدا من خصائصه في الانتشار والسرعة والإشراف والعلو بتقدمه على الغير².

تعريف الثقافة الوافدة:

تعني تفوق ثقافة بواسطة الاحتكاك ثقافة أخرى نتيجة لاستعمال القوة والقهر (الاستعمار) أو بسبب الغلبة العدد وضرورات الحياة (الهجرة).

عناصر الثقافة الوافدة:

تعددت عناصر الثقافة الوافدة بعدد نواحي الحياة الاجتماعية في المجتمع الناقل سواء كانت هذه المناحي مادية أو معنوية، ولا يتم انتقال الثقافة نفس الطريقة وجود فقد تكون أسباب الانتقال أو وفود الثقافة من مجتمع إلى آخر واحدة، وسنتناول فيما يلي بعض الأشكال الرئيسية للثقافة الوافدة:

أ. الثقافة الدينية

تعني بها اساليب ممارسة الطقوس الدينية وليست الأديان في حد ذاتها، فإن الاحتكاك الثقافي من خلال السياحة ووسائل الإعلام، أدى الى ورود العديد من الثقافات وطرق ممارسة الطقوس الدينية سواء كان ذلك في ثوب عقائد أو ثوب ثقافي، هذا في حالة المعاشية، أما حالة

¹ نفس الرجوع، ص 398.

² نجوى بنت أحمد عبد العزيز مرزا، أثر الثقافة الوافدة على العلاقة الزوجية في المجتمع المسلم وسبل مواجهتها - رسالة علمية لاستكمال متطلبات درجة الماجستير في الدعوة والثقافة، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2012، ص 34.

الاندماج تتمثل في تقريب حال المسلمين في الغرب وما يواجهونه من مشكلات مع الثقافة السائدة فيه، وهي ثقافة مختلفة عن معتقداتهم، سلوكهم دينهم وعاداتهم، وحيث يذهبون الى الغرب و يعيشون فيه يرون أنهم يعيشون في ثقافة تستمد عناصرها ومظاهرها من ثقافة ودين مختلفين ولا يستطيعون التكيف معها بسهولة، هنا يحدث عدم الانسجام بين القادمين للحياة في الغرب الذي تسوده قيم ثقافية مختلفة عن ثقافتهم وعاداتهم وتقاليد حياتهم ويلاقون مشقة في التكيف¹.

ب. الثقافة الصحية:

هي عملية ترجمة الحقائق الصحية المعروفة إلى أنماط سلوكية صحية سليمة على مستوى الفرد والمجتمع، بهدف تغيير الاتجاهات والعادات السلوكية غير السوية، وكذلك مساعدة الفرد على اكتساب الخبرات وممارسة العادات الصحية الصحيحة².

ج. الثقافة الاستهلاكية:

إن ثقافة الاستهلاك التي يتم تصنيعها والترويج لها بذكاء، هي ثقافة تقوم على قاعدة ترى الناس في كل مكان قادرين على الاستهلاك، ومن ثم فإن ثقافة الاستهلاك تعني مجموعة من الرموز والأفكار والقيم الكفيلة بتبرير النزعة الاستهلاكية والبحث عن السلع المتداولة في الأسواق، وهي تشير الى مركب ثقافي يستخدم أساليب متنوعة عملية وعقلانية في إنتاجها وتعميمها، أو هي نظام ثقافي يهدف لتغيير الواقع الثقافي لنقبل مخرجات السوق ومنتجاتها بالاعتماد على وسائل عدة من أهمها تكنولوجيا المعلومات ووسائل الاعلام وتكنولوجيا الاتصالات³.

¹منار أحمد السيد بو عوض، الثقافة الوافدة وعلاقتها بالتغيير البنائي والوظيفي للأسرة، دراسة ميدانية، المجلة العلمية لكلية الادب، المجلة 11، العدد 04، 2022، ص 202.

²أحمد محمد بدح، د. أيمن سليمان مزاهرة، زين حسين بدران، الثقافة الصحية، دار للنشر والتوزيع والطباعة، عماد، الأردن، ط1، 2009، ص 14.

³الخنساء توهي، دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، نموذجاً، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الاتصال، 2016-2017، ص 140.

الملخص:

وفي آخر هذا الفصل نستخلص بأن الثقافة هي أحد أعمدة وركائز المجتمعات، فمن خلالها تتبنى شخصية الفرد وتتكون ثقته بمجتمعه وتكون علاقته بمحيطة مترابطة ومتماسكة، وقد تتجلى هذه الثقة والرابطة من خلال معرفته لثقافة مجتمعه، أما بالنسبة للثقافات الخارجية فإنها قد تثير فضول الشباب في بعض الأحيان، وهي محكمة وأساسية من أجل تنمية أفكارهم وقيمهم، فكلما زاد التفاعل بين الثقافات والاختلاف ساهم ذلك في إثراء الوعي الثقافي والاجتماعي العام للأفراد وعلى وجه الخصوص الشباب والطلاب الجامعيين.

الإطار الميداني للدراسة

تمهيد

1. الإطار الميداني للدراسة:

1.1 المجال الزمني والمكاني للدراسة.

1.2 المجال البشري: عينة الدراسة.

2. الإجراءات العملية

3. تحليل البيانات الإحصائية

خلاصة عامة

خاتمة

تمهيد:

إن الجانب الميداني في المذكرة يمثل جوانب عدة من الأهمية. إنه ليس فقط وسيلة لجمع البيانات والمعلومات اللازمة للبحث، بل يعد فرصة لتوسيع فهم الباحث للموضوع من خلال تجربة مباشرة للظواهر أو الظروف المرتبطة به. كما يمكن للإطار الميداني أن يساعد في التحقق من النتائج والاستنتاجات التي تم التوصل إليها، وتطبيق المهارات والأساليب البحثية التي اكتسبها الباحث، بالإضافة إلى ذلك يساهم العمل الميداني في إثراء وتنويع البيانات، مما يعزز جودة البحث وقيمه.

تعتبر الدراسات العلمية والبحوث الشاهد على أن مواقع التواصل الاجتماعي قد صنعت مكانتها وأصبحت لها علاقة بجميع النواحي والمجالات منها الاجتماعية، الاقتصادية والسياسية، وأهمها هو الجانب الثقافي. وتعرف هذه المواقع إقبالا واسع من أنشط فئة داخل المجتمع وهي الشباب، ولكن أدق بقليل المقصود هنا هم الطلاب الجامعيين وصارت هذه الأخيرة لها المكانة الأساسية في حياتهم.

ومع ارتباط الشباب الجامعي بمواقع التواصل الاجتماعي أصبح علينا تسليط الضوء على العلاقة التي نتجت حديثا بين هذي المواقع والثقافات خصوصا الجزء المتعلق بالثقافة الخارجية، فالطالب الجامعي كونه فردا نشطا في المجتمع وحسب قدرته المعرفية فإنه ينجذب تلقائيا الى هذه الثقافات عبر أسهل وسيلة يجدها ألا وهي مواقع التواصل الاجتماعي.

1. الإطار الميداني للدراسة:

1.1. المجال الزمني والمكاني للدراسة:

لقد تمت الدراسة الميدانية في الفترة الممتدة ما بين (2024/04/15) الى (2024/05/07)، إذ أجريت هذه الدراسة وتم تطبيقها على عينة من طلبة قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم.

1.2. المجال البشري: عينة الدراسة:

إن دراستنا الوضعية قد اعتمدنا فيها على العينة غير الاحتمالية ونوعها. العينة الحصصية، وكثيرا ما تستخدم العينات غير الاحتمالية في مجال الدراسات الوصفية أو النوعية، كما أنهذه العينة المختارة تمثل جزءا من المجتمع الكلي. وهذا الاختيار حسب موضوع الدراسة والعينة تتمثل في طلبة قسم علم الاجتماع المتمثلين في السنوات التالية:

- ✓ سنة ثانية علم الاجتماع.
- ✓ سنة ثالثة علم الاجتماع.
- ✓ علم الاجتماع التربوي (ماستر 1، 2).
- ✓ علم الاجتماع الحضري (ماستر 1، 2).
- ✓ علم الاجتماع تنظيم وعمل (ماستر 1، 2)

وتمثلت العينة الكلية لطلبة قسم علم الاجتماع في (280) طالب، وقد اتخذنا ربع العينة أي (70) طالب، وذلك لضيق الوقت والعدد الإجمالي الكبير للعينة الأصلية، هذا من أجل الحصول على نتائج أدق وأصدق للدراسة.

وهذا الجدول أدناه يمثل تقسيم عدد الطلبة وعينة كل تخصص من تخصصات قسم علم الاجتماع -كلية العلوم الاجتماعية والانسانية:

الجدول (1): العينة الجزئية للدراسة.

العينة	ذكور	النسبة المئوية	إناث	النسبة المئوية
سنة 2 علم الاجتماع	7	9.64	16	22.5
سنة 2 علم الاجتماع	5	6.79	14	19.3
علم الاجتماع تربوي ماستر 1	1	1.07	3	3.6
علم الاجتماع تربوي ماستر 2	1	0.71	3	3.9
علم الاجتماع تنظيم وعمل ماستر 1	1	1.07	6	8.6
علم الاجتماع تنظيم وعمل ماستر 2	1	1.43	6	8.2
علم الاجتماع حضري وعمل ماستر 1	2	3.21	3	3.9
علم الاجتماع حضري وعمل ماستر 2	2	3.21	2	2.9
	19		51	70
	70			
				100%

الجدول (2): لمجال البشري: العينة الكلية الدراسة.

العينة	نكور	النسبة المئوية	إناث	النسبة المئوية
سنة 2 علم الاجتماع	27	9.64	63	22.5
سنة 2 علم الاجتماع	19	6.79	54	19.3
علم الاجتماع تربوي ماستر 1	3	1.07	10	3.6
علم الاجتماع تربوي ماستر 2	2	0.71	11	3.9
علم الاجتماع تنظيم وعمل ماستر 1	3	1.07	24	8.6
علم الاجتماع تنظيم وعمل ماستر 2	4	1.43	23	8.2
علم الاجتماع حضري وعمل ماستر 1	9	3.21	11	3.9
علم الاجتماع حضري وعمل ماستر 2	9	3.21	8	2.9
				100%
			280	

2. الإجراءات العملية:

كان من السهل الاتصال بالميدان، كوني طالبة ماستر (2)، لذلك المرحلة الاستطلاعية للميدان لم أجد فيها أي صعوبات، وكذلك الاتصال بأفراد العينة قد يسيره علينا أساتذة القسم، الذين لهم كل الشكر والتقدير، لأنهم قدموا المساعدة كونهم يدرسون الطلبة، وقد تم النزول إلى الميدان في مرحلة ثانية مزودة بأدوات أكثر وضوحاً وأكثر فاعلية، فقد تمت الاستمارة وتوزيعه على عينة البحث التي تمثلت في الطلبة واسترجاعه في وقت لاحق من أجل استكمال الدراسة والإجراءات المنهجية.

والمرحلة الأخيرة كانت قد تمثلت في التعامل مع معطيات الاستمارة والتي تطلبت جهداً كبيراً، وذلك كونها متعلقة بمراجعة المعطيات وتصنيفها مع أخذ الحذر الشديد وكذا التركيز لأن كل جزء منها مهم في الوصول إلى النتائج المطلوبة بكل مصداقية علمية.

3. تحليل البيانات الإحصائية:

أولاً / تحليل البيانات الشخصية:

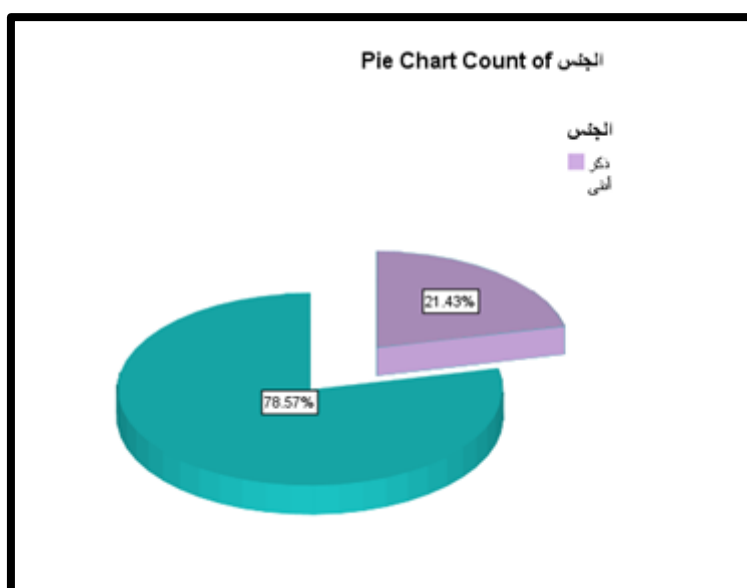
الجدول (3): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
21.4%	15	ذكر
78.6%	55	أنثى
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج الـSPSS

نلاحظ من خلال نتائج الجدول (3) أنّ عدد الذكور المستجيبين قد بلغ (15) ذكراً من العدد الإجمالي لأفراد عينة الدراسة والمقدّر بـ70 فرداً، بنسبة قُدّرت بـ(21.4%) من النسبة المئوية الإجمالية لأفراد العينة، بينما بلغ عدد الإناث (55) أنثى، بنسبة (78,6%). والشكل الموالي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

الشكل (1): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.



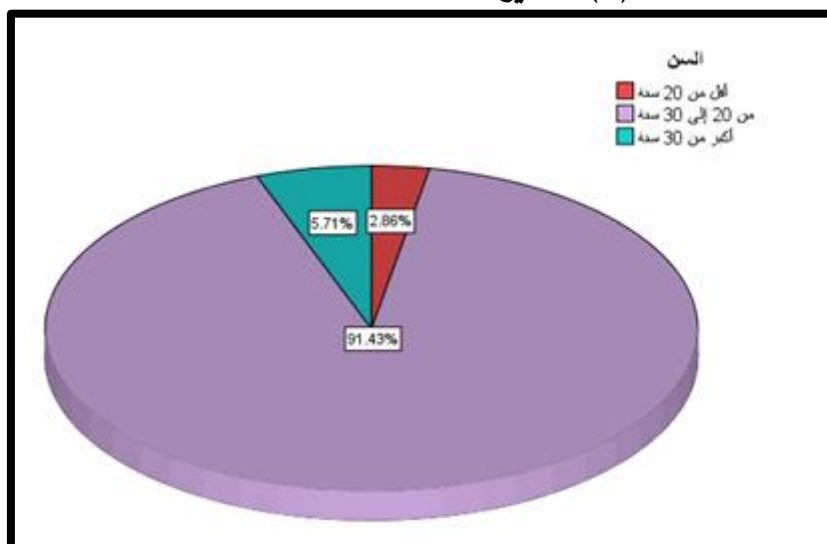
الجدول (4): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

النسبة المئوية	العدد	الفئات العمرية
02.9%	02	أقل من 20 سنة
91,4%	64	من 20 إلى 30 سنة
5,7%	04	30 سنة فما فوق
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج الـSPSS

يُظهر الجدول أعلاه توزيع العينة حسب الفئات العمرية. تتكون العينة من إجمالي 70 فردًا. وتبين الأرقام أنما نسبته 91,4% من العينة تتراوح أعمارهم بين 20 و 30 سنة، في حين أنّ ما نسبته 5,7% تتراوح أعمارهم الـ30 سنة. بينما يشكل الأفراد الذين تقلّ أعمارهم عن 20 سنة فما فوق 02.9%. ويعكس هذا التوزيع التفاوت في الأعمار بين الأفراد المشمولين في الدراسة. وهذا ما يوضحه الشكل الموالي:

الشكل (2): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.



• مكان الإقامة:

الجدول (5): توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة.

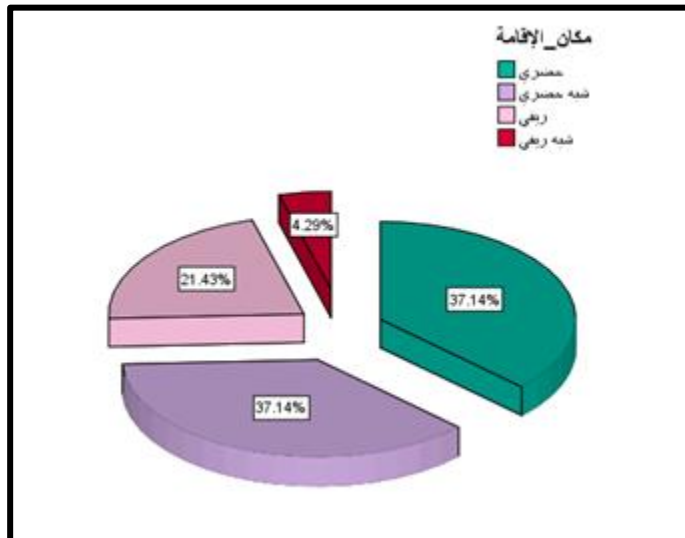
مكان الإقامة	العدد	النسبة المئوية
حضري	26	37,1%
شبه حضري	26	37,1%
ريفي	15	21,4%
شبه ريفي	03	4,4%
المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج ال-SPSS

يقدم الجدول أعلاه توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مكان الإقامة. حيث يُظهر أنّ أكبر نسبة من أفراد العينة تقع في فئتي الحضري والشبه حضري، حيث تشكل كل منهما 37,1% من العينة. بينما تشكل الفئتين الريفي والشبه ريفي نسبة أقل بواقع 21,4% و 4,4% على التوالي.

وتجدر الإشارة إلى أنّه قد يكون لهذا التوزيع تأثيرًا على نتائج الدراسة، حيث قد تكون هناك اختلافات في السلوكيات والمعتقدات والظروف الاقتصادية بين الفئات المختلفة، مما قد يتطلب مراعاتها خاصة عند تحليل البيانات واستنتاج النتائج. والشكل الموالي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مكان الإقامة.

الشكل (3): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مكان الإقامة.



الجدول (6): توزيع أفراد العينة حسب متغير نوع السكن.

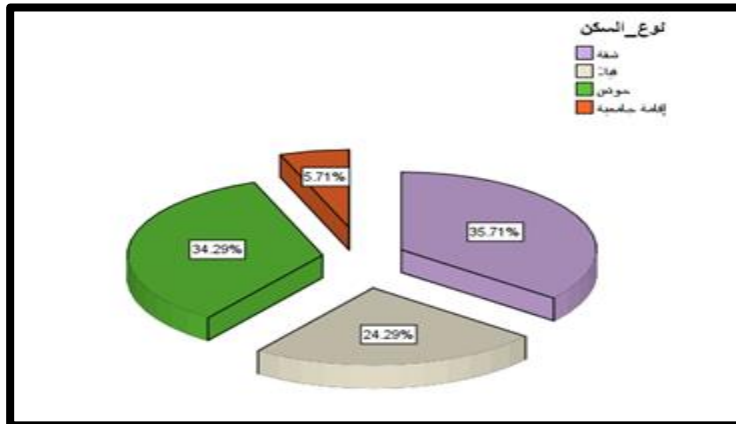
نوع السكن	العدد	النسبة المئوية
شقة	25	35,7%
فيلا	17	24,3%
حوش	24	34,3%
إقامة جامعية	04	5,7%
المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج ال-SPSS

هذا الجدول يوضح توزيع عينة الدراسة حسب نوع السكن. حيث يظهر الجدول أنّ ما نسبته 35,7% من أفراد العينة يسكنون في شقق، في حين يسكن ما نسبته 24,3% في فيلات، و 34,3% في حوش، و 5,7% في إقامات جامعية.

ويمكن تفسير هذا التوزيع بأنه يعكس تنوعًا في أنماط السكن بين الفئات المختلفة من العينة. فمن الممكن أن يكون للفئات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة تفضيلات مختلفة لأنماط السكن، حيث قد يختار الأفراد الذين يعيشون في الأحياء الحضرية الكثيفة الشقق بسبب الاقتران بالحياة الحضرية والقرب من الخدمات ووسائل النقل، في حين قد يختار البعض الآخر السكن في فيلات أو حوش بسبب رغبتهم في المزيد من الخصوصية والمساحة. والشكل الموالي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير نوع السكن.

الشكل (4): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير نوع السكن.



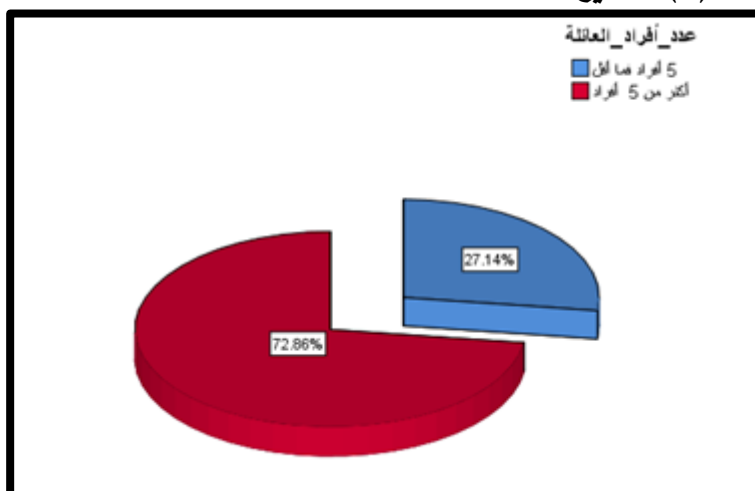
الجدول (7): توزيع أفراد العينة حسب متغير عدد أفراد العائلة.

عدد أفراد العائلة	العدد	النسبة المئوية
5 أفراد فما أقل	19	27,1%
أكثر من 5 أفراد	51	72,9%
المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج ال-SPSS

يوضح الجدول أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب متغير عدد أفراد العائلة. ووفقًا للجدول فإن ما نسبته 27,1% من أفراد العينة تتألف من عائلات تتكون من 5 أفراد فما أقل. بينما يشكل العائلات التي تتألف من أكثر من 5 أفراد نسبة أكبر بكثير، حيث تبلغ 72,9% من العينة. ويتضح من هذا التوزيع أن العائلات التي تتألف من أكثر من 5 أفراد هي الأكثر شيوعًا في العينة المدروسة. وهذا ما يعبر عن خصوصية المجتمع الجزائري الذي يمتاز بشيوع الأسر الكبيرة والمتعددة الأفراد. وفيما يلي شكل توضيحي لكيفية توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير عدد أفراد العائلة.

الشكل (5): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير عدد أفراد العائلة.



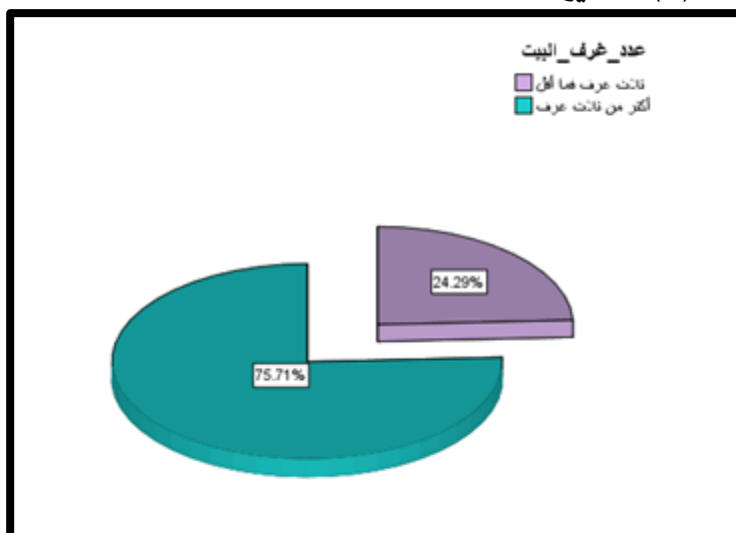
الجدول (8): توزيع أفراد العينة حسب متغير عدد غرف البيت.

عدد غرف البيت	العدد	النسبة المئوية
3 غرف فما أقل	17	24,3%
أكثر من 3 غرف	53	75,7%
المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج الـSPSS

الجدول رقم () يوضح خصائص عينة الدراسة بناءً على عدد غرف البيت. حيث يبدو أنّ 24,3% من أفراد العينة يقطنون في بيوت مكوّنة من 3 غرف. بينما تشير النسبة المتبقية إلى أنّ ما نسبته 75,7% من أفراد العينة يسكنون في بيوت عدد غرفها يتجاوز الثلاث غرف. وهذا ما يتناسب ويتفق مع النتائج السالفة الذكر والمتعلقة بعدد أفراد الأسرة، حيث تبين أنّ أغلبية أفراد العينة ينتمون إلى الأسر الكبيرة وهذا ما يتطلب عدد غرف أكثر. والشكل الموالي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير عدد غرف البيت.

الشكل (6): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير عدد غرف البيت.



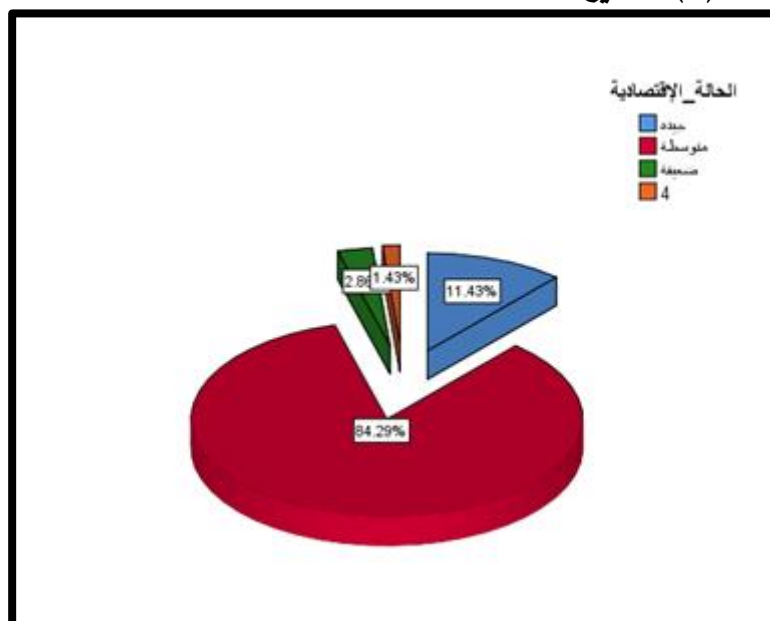
الجدول (9): توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاقتصادية.

النسبة المئوية	العدد	الحالة الاقتصادية
11.4%	08	جيدة
84,3%	59	متوسطة
2.9%	02	ضعيفة
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج الـSPSS

الجدول أعلاه يبين خصائص عينة الدراسة وفقًا للحالة الاقتصادية. حيث يظهر أن أغلبية أفراد العينة الدراسة يتمتعون بمستوى اقتصادي متوسط حيث بلغت نسبتهم 84,3%، فيما يتمتع ما نسبته 11.4% من أفراد العينة بحالة اقتصادية جيدة. وتبلغ نسبة الحالة الاقتصادية الضعيفة 2.9% من العينة. وهذا ما يوحي بأن الأغلبية العظمى من العينة تتمتع بحالة اقتصادية متوسطة.

الشكل (7): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاقتصادية.



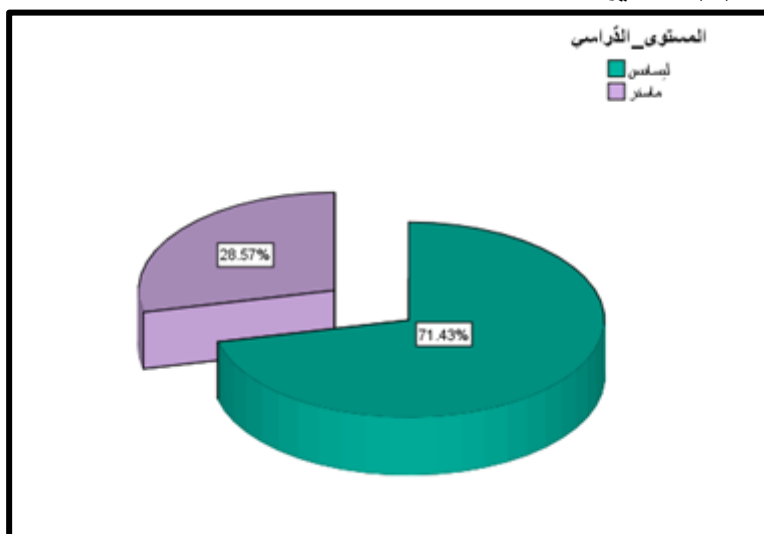
الجدول (10): توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي.

النسبة المئوية	العدد	المستوى الدراسي
71.4%	50	ليسانس
28.6%	20	ماستر
00%	00	دكتوراه
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج ال-SPSS

الجدول أعلاه يوضح خصائص عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي. حيث يُظهر أنّ ما نسبته 71.4% من أفراد العينة طلبة ضمن مستوى الليسانس، في حين أنّ ما نسبته 28.6% من الطلبة يتمدرسون في مستوى الماستر. بينما لا يوجد أي طالب لديه درجة الدكتوراه ضمن هذه العينة.

الشكل (8): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاقتصادية.



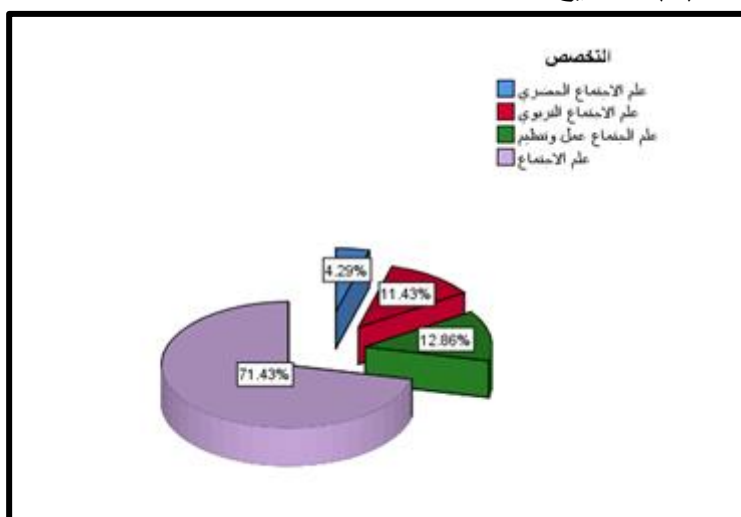
الجدول (11): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص.

النسبة المئوية	العدد	التخصص
71.4%	50	علم الاجتماع
4,3%	03	علم الاجتماع الحضري
11.4%	08	علم الاجتماع التربوي
12,9%	09	علم الاجتماع عمل وتنظيم
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج الـSPSS

الجدول أعلاه يوضح خصائص عينة الدراسة حسب متغير التخصص. حيث يظهر أن 71.4% من أفراد عينة الدراسة تخصصوا في علم الاجتماع (مستوى الليسانس). بينما يمثل علم الاجتماع عمل وتنظيم التخصص الذي أختاره 12,9% أفراد عينة الدراسة، أما في المرتبة الثالثة نجد تخصص علم الاجتماع التربوي بنسبة 11.4% من العينة، بينما يمثل علم الاجتماع الحضري نسبة صغيرة جدًا من العينة بنسبة 4.3%.

الشكل (9): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص.



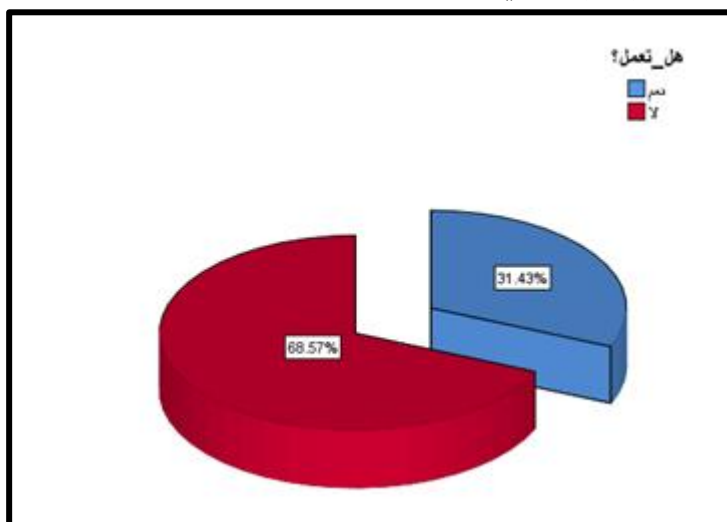
الشكل (12): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمل.

النسبة المئوية	العدد	العمل
31.4%	22	نعم
68,6%	48	لا
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج الـSPSS

البيانات الموضحة في الجدول أعلاه، تُظهر توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمل. فوفقاً للجدول، يبدو أن 31.4% من الطلبة ضمن عينة الدراسة يعملون، بينما لا يعمل 68.6% منهم. والشكل الموالي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمل.

الشكل (10): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمل.



ثانياً/ - تحليل الفرضية الأولى:

- مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على ثقافة الشباب الجامعي.

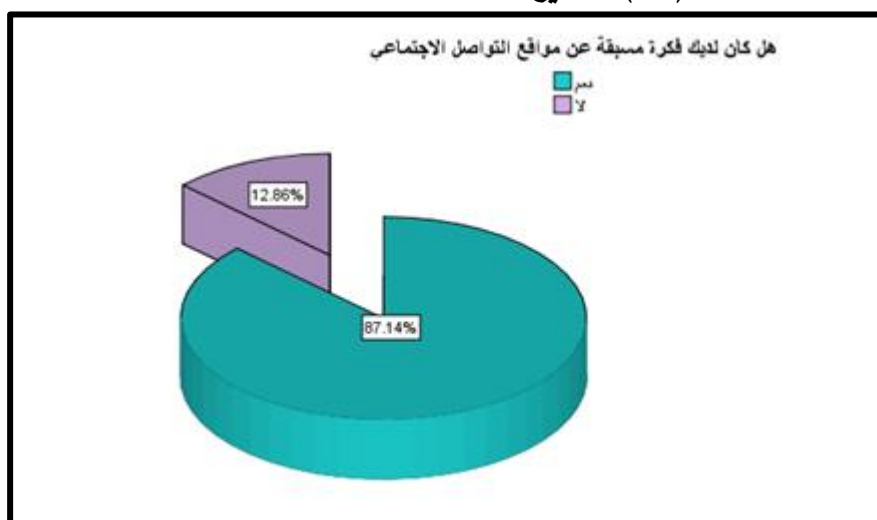
الجدول (13): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول إذا ما كانت لهم فكرة مسبقة على مواقع التواصل الاجتماعي.

س. 1	العدد	النسبة المئوية
نعم	61	87.1%
لا	09	12.9%
المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج الـSPSS

تبين بيانات الجدول رقم () أن غالبية الطلبة الجامعيين ضمن عينة الدراسة لديهم فكرة مسبقة عن مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أجاب 87.1% منهم بنعم، بينما أجاب 12.9% بلا. حيث يعكس هذا التوزيع الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي بين الطلاب الجامعيين، ويشير إلى دورها المهم في تشكيل تجربتهم الجامعية وتواصلهم مع العالم الخارجي، سواء كان ذلك من خلال التواصل مع الأصدقاء والعائلة أو استخدامها كأداة للتعليم والتواصل الاجتماعي. والشكل الموالي يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الأول.

الشكل (11): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول .



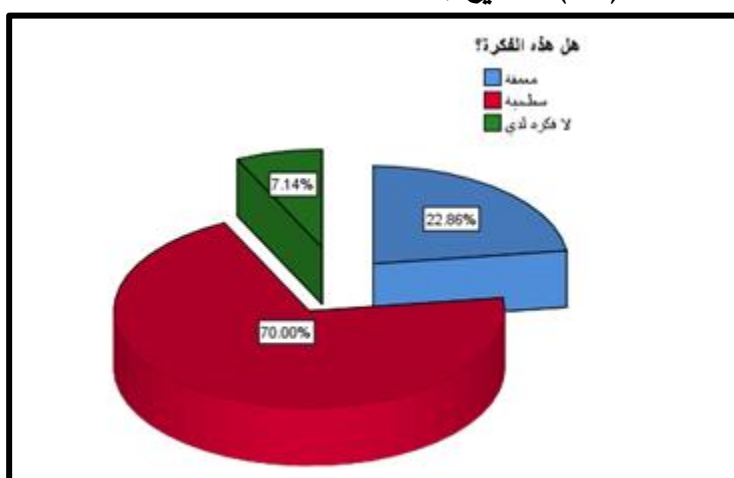
الجدول (14): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول نوع فكرة التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي

س. 2	العدد	النسبة المئوية
معمقة	16	22.9%
سطحية	49	70%
ليس لدي فكرة	05	7.1%
المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج الـSPSS

توضح نتائج الجدول أعلاه أنّ 70% من الطلبة الجامعيين ضمن عينة الدراسة يرون أنّ تفاعلهم مع مواقع التواصل الاجتماعي هو تفاعل سطحي، في حين يعتبر 22.9% منهم أنّ تفاعلهم معمّق، بينما أشارت نسبة 7.1% إلى عدم وجود فكرة مسبقة عن مواقع التواصل الاجتماعي. ويُظهر هذا التوزيع الاختلاف في مستوى الفهم والتفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي بين الأفراد في العينة، حيث يمكن أن يكون التفاعل السطحي ناتجاً عن الاستخدام العابر أو الانخراط الأساسي، بينما قد يشير التفاعل العميق إلى مشاركة نشطة واندماج في محتوى وتفاعلات المنصات الاجتماعية. والشكل الموالي يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الثاني.

الشكل (12): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة



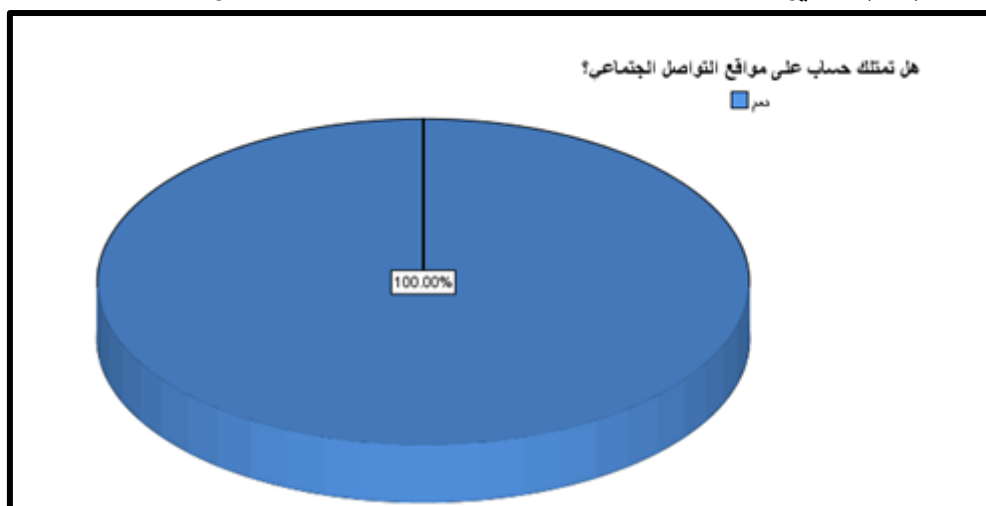
الجدول (15): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول امتلاك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي.

س. 3	العدد	النسبة المئوية
نعم	70	100%
لا	00	00%
المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج الـSPSS

تُظهر البيانات التي تمّ تقديمها في الجدول أعلاه أنّ ما نسبته 100% من الطلاب الجامعيين قد أجابوا بأنّ لديهم حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، دون وجود أي طالب لا يمتلك حسابًا على هذه المنصات. وتعكس هذه البيانات انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الطلاب الجامعيين، وتوضح أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تشكل جزءًا أساسيًا من حياتهم اليومية وتجربتهم الجامعية.

الشكل (13): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول امتلاك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي راسة



الجدول (16): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول تسجيلهم بياناتهم الشخصية

س. 4	العدد	النسبة المئوية
نعم	46	65.7%
لا	24	34.3%
المجموع	70	100%

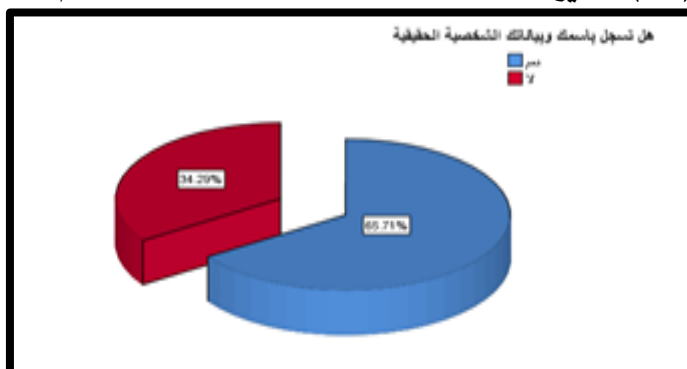
المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج الـSPSS

توضح نتائج الجدول أعلاه أنّ الطلبة الجامعيين في عينة الدراسة يُظهرون انفتاحًا متباينًا تجاه استخدام أسمائهم وبياناتهم الشخصية الحقيقية عند التسجيل في مواقع التواصل الاجتماعي. حيث يقوم 65.7% منهم بالتسجيل باستخدام أسمائهم الحقيقية، بينما يُظهر 34.3% منهم تفضيلًا لعدم الكشف عن بياناتهم الشخصية.

هذا الانفتاح المختلف يمكن أن يعكس مجموعة متنوعة من العوامل، بما في ذلك مدى رغبة الطلاب في الحفاظ على خصوصيتهم والتحكم في البيانات التي يتم مشاركتها عبر الإنترنت، وكذلك مدى اعتقادهم بأهمية استخدام أسمائهم الحقيقية لبناء هويات رقمية أكثر شفافية ومصداقية.

بشكل عام، تعكس هذه البيانات تفضيلات الطلبة الجامعيين بشأن الخصوصية والشفافية على الإنترنت، وتسلط الضوء على أهمية توفير خيارات للتسجيل بشكل يحترم خصوصية المستخدمين ويوفر لهم حرية الاختيار في كيفية مشاركة معلوماتهم الشخصية عبر المنصات الرقمية (وسنورد لاحقًا بعض التبريرات من وجهة نظر الطلبة). والشكل الموالي يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الرابع.

الشكل (14): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول تسجيلهم ببيناتهم الشخصية



الجدول (17): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول سبب عدم كشفهم لهوياتهم

النسبة المئوية	العدد	س 1.4
2.9%	02	لا أدري
15.7%	11	للتعبير عن الشخصية الحقيقية
11.4%	08	ليس لديا مانع في ذلك
18.6%	13	للتواصل مع الآخرين بأريحية
12.9%	09	لأنها معلومات شخصية لا داعي لكشفها
18.6%	13	حرية شخصية
4.3%	3	للسرية
15.7%	11	تسهيل التعرف عليا
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج الـSPSS

تُظهر البيانات في الجدول أعلاه، أسبابًا متنوعة ومتعددة لتفضيل بعض الأفراد في عينة الدراسة عدم الكشف عن هوياتهم الحقيقية عند التسجيل في مواقع التواصل الاجتماعي. حيث أظهر ما نسبته (2.9%) من أفراد عينة الدراسة عدم الوضوح أو القدرة على تحديد سبب محدد لعدم كشف هويتهم الحقيقية وذلك من خلال إجاباتهم بلا أدري. بينما يُفضل ما نسبته (15.7%) من الطلبة الجامعيين استخدام أسمائهم الحقيقية للتعبير عن شخصيتهم وهويتهم الحقيقية عبر المنصات الاجتماعية. وأيضاً من أجل تسهيل التعرف عليهم.

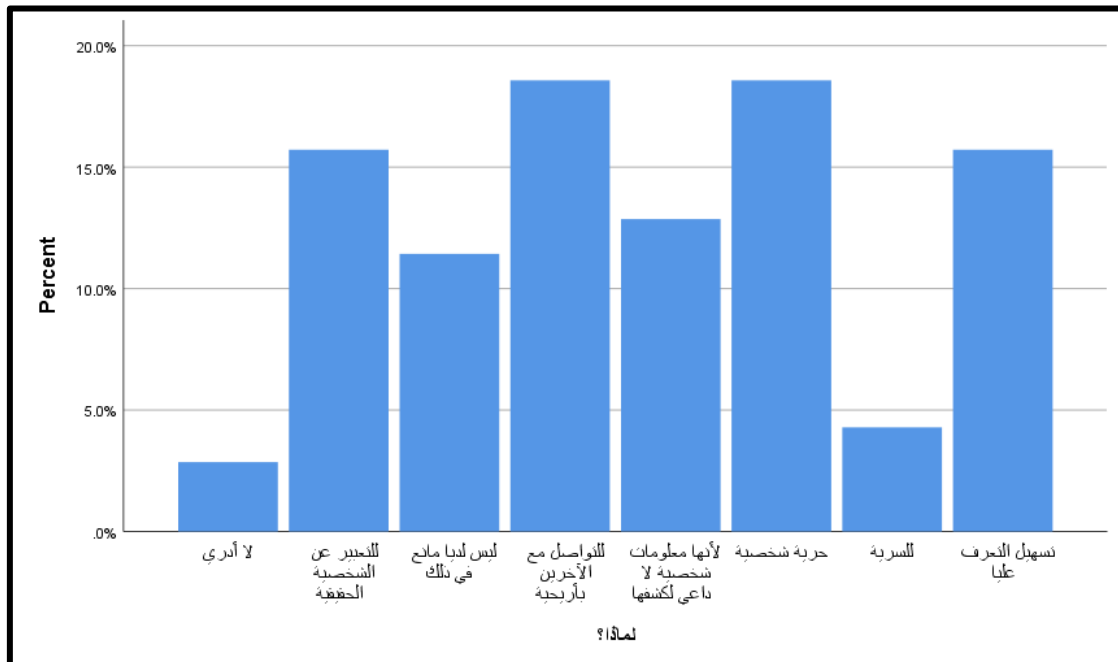
أما ما نسبته (18.6%) من الطلبة ضمن عينة الدراسة يستخدمون أسمائهم الحقيقية لتسهيل التواصل مع الآخرين وإقامة علاقات أكثر وضوحًا وسهولة. وذلك من أجل التواصل مع الآخرين بأريحية.

أما بالنسبة للطلبة الذين يرفضون الإفصاح عن أسمائهم وبياناتهم الحقيقية، فقد عبر ما نسبته (12.9%) منهم على أنها معلومات شخصية لا داعي لكشفها. في حين يُظهر بعض الأفراد رفضًا لكشف معلوماتهم الشخصية لأنه ليس لها علاقة بالغرض الرئيسي للتواصل الاجتماعي.

كما أشار ما نسبته (18.6%) من الطلبة إلى حرصهم على حرمتهم الشخصية، ورغبتهم في اتخاذ قرار بشأن كيفية الكشف عن هويتهم. كما أشار ما نسبته (4.3%) منهم إلى عدم رغبتهم في كشف هويتهم راجع إلى رغبتهم في الحفاظ على السرية والخصوصية.

هذه الأسباب المختلفة تعكس تنوع وتعقيدات العوامل التي قد تؤثر على قرار الطالب الجامعي بكشف أو عدم كشف هويته الحقيقية على مواقع التواصل الاجتماعي.

الشكل (15): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة



الجدول (18): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول مدة إستعمال مواقع التواصل الاجتماعي

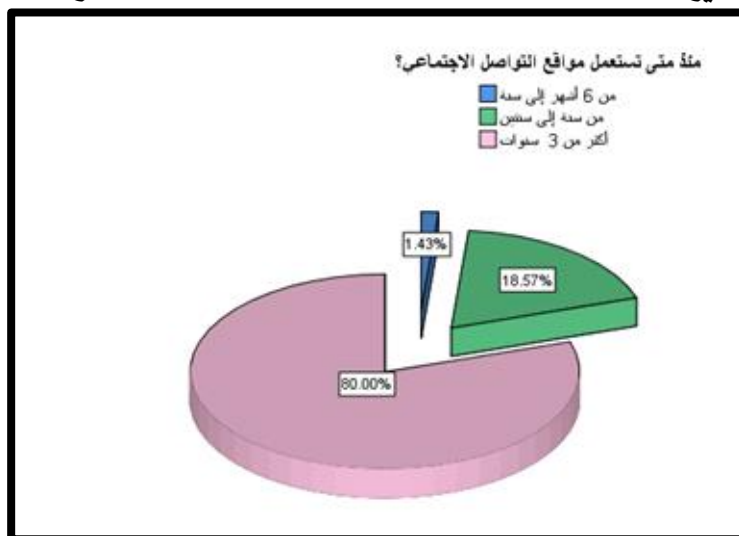
النسبة المئوية	العدد	س. 5
1.4%	01	من ستة أشهر إلى سنة
18.6%	13	من سنة إلى سنتين
80%	56	أكثر من 3 سنوات
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يعرض الجدول أعلاه نتائج استطلاع حول مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة من الطلبة الجامعيين. حيث يتضح أنّ الغالبية العظمى من الطلبة (80%) الذين شملهم الاستطلاع يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من 3 سنوات، مما يشير إلى انتشار واستمرارية استخدام هذه المنصات على المدى الطويل. كما أنّ نسبة صغيرة من أفراد عينة الدراسة (18.6%) تستخدمها لمدة تتراوح بين سنة وسنتين، وهو ما يعكس أن هناك جزء من الأشخاص الذين انضموا إلى هذه المنصات في السنوات الأخيرة. في حين نجد أنّ إجابة وحيدة أشارت إلى استخدام هذه المواقع لمدة لم تتجاوز سنة.

بشكلٍ عام، يوضح هذا الجدول أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أصبحت جزءاً أساسياً من حياة الكثيرين، وأنّ الأشخاص يميلون إلى استخدامها على مدى سنوات عدة.

الشكل (16): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول مدة إستعمال مواقع التواصل الاجتماعي



الجدول (19): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول تشجيع الشباب خصوصا الجامعي على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

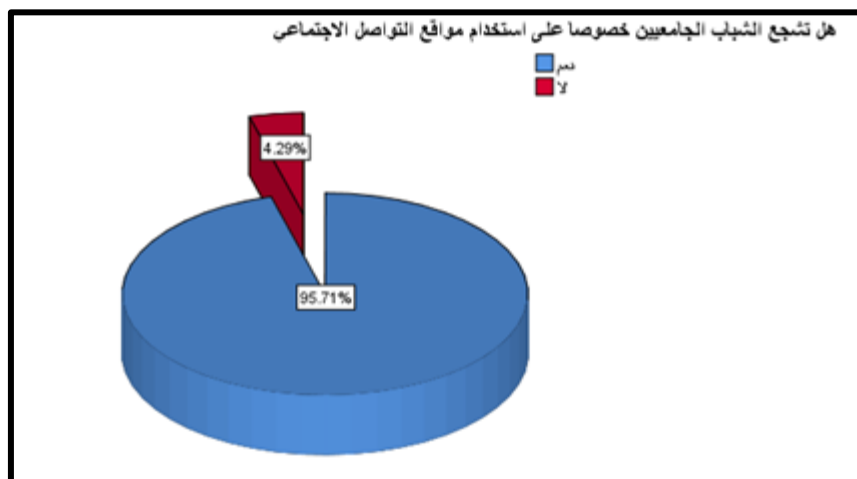
س. 6	العدد	النسبة المئوية
نعم	67	95.7%
لا	03	4.3%
المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج SPSS

الجدول أعلاه يوضح توزيع إجابات الأفراد على سؤال إذا ما كانوا يشجعون الشباب، خصوصا الجامعيين، على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. حيث يبدو أنّ الغالبية العظمى من الأفراد في العينة يشجعون الشباب، خاصة الجامعيين، على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أنّ 95.7% من العينة أجابوا بنعم. بينما عدد قليل جداً من الأفراد يعارضون هذا الاستخدام، حيث أنّ 4.3% من العينة أجابوا بلا.

بناءً على هذه النتائج، يمكن القول إنّ معظم الأفراد في العينة يرون الاستفادة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ويرى القليل منهم أنه قد يكون هناك آثار سلبية تستحق الاهتمام.

الشكل (17): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول تشجيع الشباب خصوصا الجامعي على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.



الجدول (20): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول الهدف من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية		العدد		س 7
لا	نعم	لا	نعم	
38.6%	61.4%	27	43	هدف اجتماعي
52.9%	47.1%	37	33	هدف دراسي
72.9%	27.1%	51	19	هدف ثقافي
94.3%	5.7%	66	04	هدف تجاري
90%	10%	63	07	أهداف أخرى
100%		70		المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج SPSS

هذا الجدول يوضح نتائج استطلاع حول أهداف استخدام طلاب الجامعة لوسائل التواصل الاجتماعي. حيث يمكن ملاحظة أنّ الهدف الاجتماعي يأتي في المرتبة الأولى بنسبة 61.4%، مما يشير إلى أنّ الطلاب يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل رئيسي لأغراض اجتماعية. أما الهدف الدراسي فيأتي في المرتبة الثانية بنسبة 47.1%، مما يعني أنّ هناك بعض الطلاب يستخدمونها لأغراض أكاديمية. بينما الأهداف الثقافية والتجارية تأتي بنسب متدنية، مما يعني أنّ عددًا أقل من الطلاب يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لهذه الأغراض. هناك أيضًا نسبة صغيرة من الطلاب يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لأهداف أخرى غير المذكورة.

الجدول (21): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول أكثر المواقع تصفحاً .

النسبة المئوية		العدد		س 8
لا	نعم	لا	نعم	
25.7%	74.3%	18	52	الفيسبوك (FaceBook)
74.3%	25.7%	52	18	تيك توك (TikTok)
91.4%	8.6%	64	06	سناب شات (Snapchat)
72.7%	25.7%	51	18	انستغرام (Instagram)
90%	10%	63	07	موقع آخر
100%		70		المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج الـSPSS

يبين الجدول أعلاه الأنماط الأكثر شيوعاً لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الطلاب. حيث يتضح أنّ الفيسبوك هو التطبيق الأكثر استخداماً بنسبة 74.3%، يليه كل من تطبيق تيك توك وتطبيق انستغرام بنسبة قدرها 25.7%، بينما يأتي سناب شات في المرتبة الأخيرة بنسبة 8.6%. كما أظهرت نتائج الجدول أنّ هناك أيضاً نسبة قليلة من الطلاب يستخدمون مواقع أخرى غير المذكورة، والتي تبلغ 10% من العينة.

الجدول (22): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول كيفية الدخول لهذه المواقع.

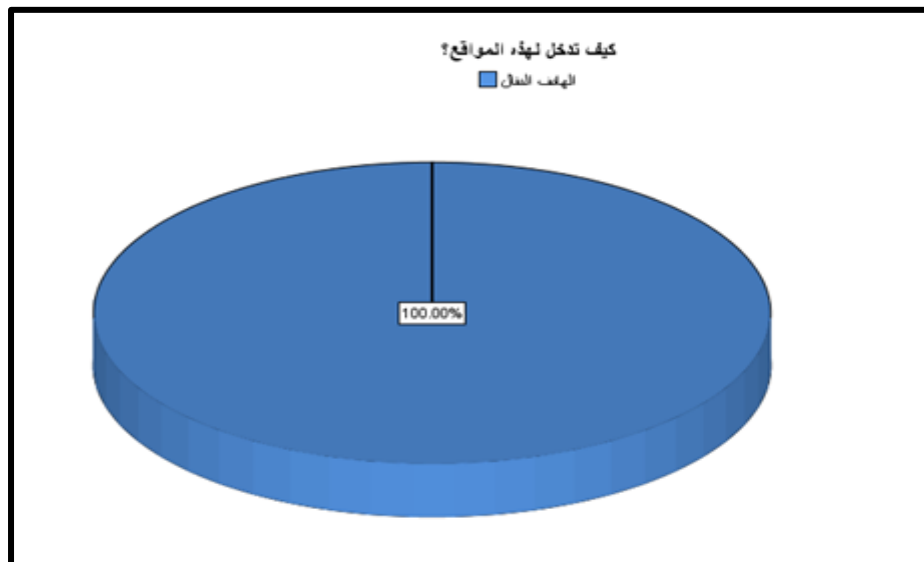
النسبة المئوية	العدد	س 9
100%	70	الهاتف النقال
00%	00	الحاسب المحمول، المكتبي..
00%	00	اللوحات الرقمية مثل الايباد، تابلات
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج الـSPSS

تكشف نتائج الجدول أعلاه أنّ جميع الطلبة ضمن عينة الدراسة يفضلون استخدام الهواتف النقالة للوصول إلى هذه المواقع، حيث أنّ 100% من الأفراد يستخدمون الهواتف النقالة بهذه الغاية. بينما لم يُسجل أي شخص يستخدم الحواسيب المحمولة أو الحواسيب المكتبية أو اللوحات

الرقمية مثل الآيباد أو التابلت للوصول إلى هذه المواقع. وهذا ما يُظهر تحديداً لاستخدام الهواتف النقالة كوسيلة رئيسية للوصول إلى المواقع الاجتماعية على الإنترنت. والشكل الموالي يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال التاسع.

الشكل (18): توزيع إجابات أفراد عينة حول كيفية الدخول لهذه المواقع.



الجدول (23): توزيع إجابات أفراد عينة حول رأي الطلبة في أكثر موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في إثراء الجانب المعرفي والثقافي للطلبة الجامعيين

النسبة المئوية	العدد	س 10
41.4%	29	الفيسبوك (FaceBook)
11.4%	08	تيك توك (TikTok)
22.9%	16	التلغرام (Telegram)
2.9%	02	الواتس آب (WhatsApp)
21.4%	15	انستغرام (Instagram)
100%	70	المجموع

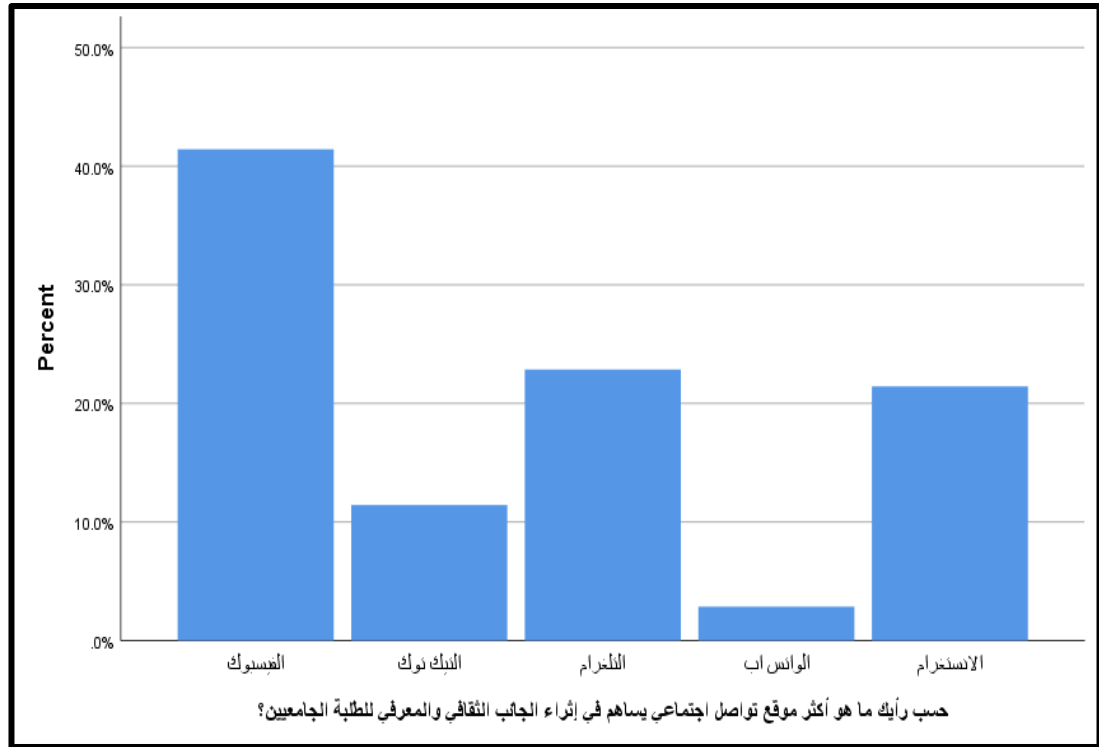
المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج الـSPSS

بناءً على توزيع إجابات عينة الدراسة، يُظهر الجدول أن 41.4% من الأفراد يرون أنّ تطبيق Facebook هو الأكثر إسهاماً في إثراء الجانب الثقافي والمعرفي للطلاب الجامعيين. بينما

يرى 22.9% منهم أنّ تطبيق Telegram مساهم آخر مهم، و21.4% يرون أنّ تطبيق Instagram له دور في ذلك. ويأتي TikTok في المرتبة الأخيرة بنسبة 11.4%.

وكما يبدو من النتائج المعروضة فإنّ تطبيق Facebook يظل الأكثر استخدامًا وإفادةً في السياق الجامعي، ربما بسبب المحتوى الثقافي والتفاعلات الجماعي الذي يوفره. في حين يبدو أنّ منصات أخرى مثل TikTok تتبنى نهجًا أكثر ترفيهية، وتركز بشكل أقلّ على المحتوى الثقافي والتعليمي.

الشكل (19): توزيع إجابات أفراد عينة حول رأي الطلبة في أكثر موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في إثراء الجانب المعرفي والثقافي للطلبة الجامعيين .



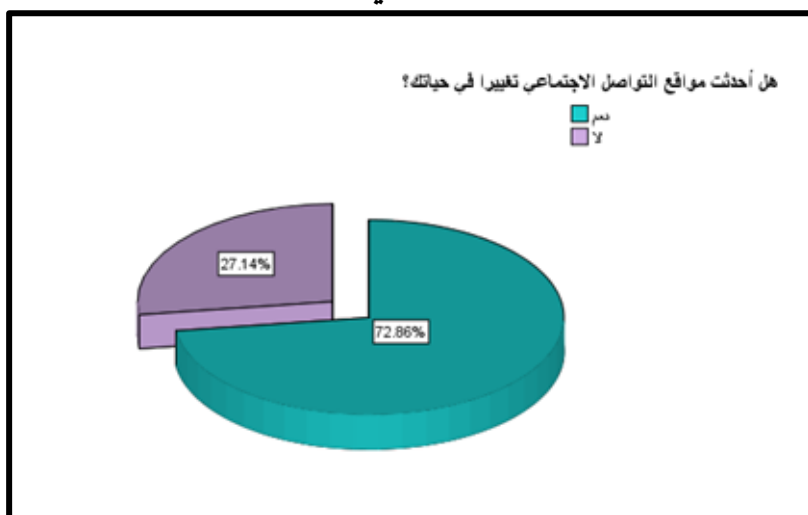
الجدول (24): توزيع إجابات أفراد العينة حول حقيقة قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على تغيير حياة الطالب الجامعي.

س 11.	العدد	النسبة المئوية
نعم	51	72.9%
لا	19	27.1%
المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج الـSPSS

تكشف نتائج الجدول أعلاه أنّ غالبية الأفراد ضمن عينة الدراسة أكدوا أنّ مواقع التواصل الاجتماعي أحدثت تغييرًا في حياتهم، حيث أجاب 72.9% بنعم، بينما أجاب 27.1% بلا. وهذا ما يشير إلى أنّ مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير على الحياة اليومية لهؤلاء الطلاب.

الشكل (20): توزيع إجابات أفراد عينة حول حقيقة قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على تغيير حياة الطالب الجامعي



الجدول (25): توزيع إجابات أفراد عينة حول كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الطالب الجامعي.

النسبة المئوية	العدد	س 1.11
20%	14	الانفتاح على أحداث وثقافات وأخبار العالم
15.7%	11	استغلالها في الدراسة
14.3%	10	تحسين مهاراتي وتطوير لغتي
2.9%	02	التعرف على أشخاص آخرين
1.4%	01	لم أحقق أي استفادة
8.6%	06	إضاعة للوقت
4.3%	03	رواج الموضوعات والنقاشات السطحية
8.6%	06	زيادة الوعي والمعرفة
2.9%	02	تؤدي إلى الإدمان عليها
4.3%	03	التبادل الثقافي
8.6%	06	بناء علاقات إيجابية
1.4%	01	استغلالها في التجارة الإلكترونية
1.4%	01	زيادة الإبداع والابتكار
1.4%	01	التعرض للاحتيال
4.3%	03	لا أدري
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج SPSS

يشير توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الحادي عشر، والذي يستفسر عن كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على حياتهم. والموضحة في الجدول أعلاه. إلى أنّ هذه المواقع تؤثر بشكل كبير على حياة الأفراد، ويمكن أن يكون هذا التأثير إيجابيًا أو سلبيًا، حسب الاستخدام والتوجيه الذي يختاره الطالب. حيث أجاب ما نسبته 20% من أفراد العينة بأنّ مواقع التواصل الاجتماعي ساعدتهم في زيادة انفتاحهم على الأحداث والثقافات والأخبار العالمية. كما أشار 15.7% منهم إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الدراسة والاستفادة منها بهذا

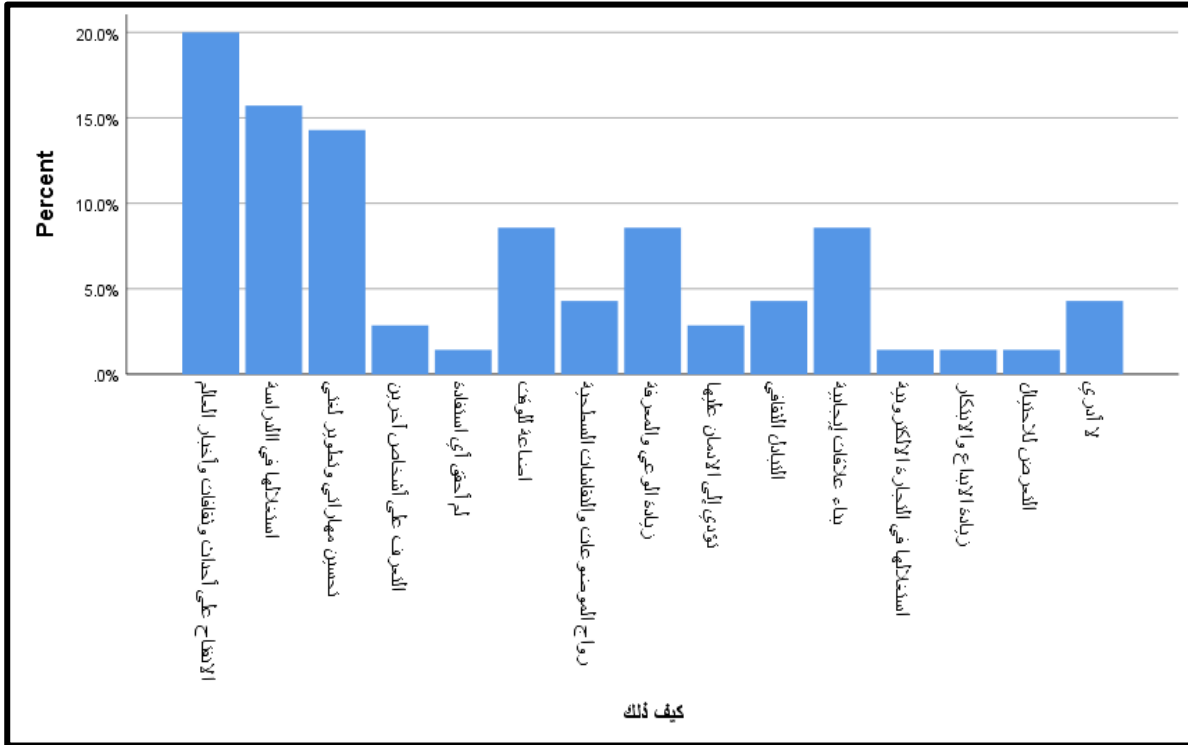
الشكل. بينما أوضح 14.3% أنهم استفادوا من مواقع التواصل في تطوير مهاراتهم وتعلم لغات جديدة.

أما فيما يخص العلاقات الاجتماعية، فقد صرح ما نسبته 4.3% من الطلبة بأنهم يستغلون مواقع التواصل الاجتماعي في التبادل الثقافي، وأن 2.9% يستغلون هذه المواقع للتعرف على أشخاص جدد، كما صرح 8.6% منهم إلى أنهم يستغلونها في بناء علاقات إيجابية. وبنفس النسبة نجد من صرح بأنهم يستعينون بهذه المواقع لزيادة الوعي والمعرفة.

كما أشار ما نسبته 1.4% من الطلبة إلى استغلالهم لمواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الابداع والابتكار، وأيضاً توظيفها في التجارة الإلكترونية.

من جهةٍ أخرى أشار بعض أفراد عينة الدراسة إلى أنّ هذه المواقع أحدثت تغييراً سلبياً في حياتهم، حيث صرح 8.6% منهم بأنها مضيعة للوقت فقط، بينما صرح 4.3% منهم بأنّ هذه المواقع تسببت في رواج الموضوعات والنقاشات السطحية. كما عبر ما نسبته 2.9% على أنّ التعرض لمثل هذه المواقع قد يؤدي بصاحبه إلى الإدمان. زيادةً على ذلك صرح أحد أفراد عينة الدراسة إلى إمكانية التعرض للاحتيال والنصب من خلال هكذا مواقع. في حين أجاب 4.3% من أفراد عينة الدراسة بأنهم لا يدرون عن كيفية تأثير هذه المواقع على حياتهم. والشكل الموالي يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الحادي عشر.

الشكل (21): توزيع إجابات أفراد عينة حول كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الطالب الجامعي .



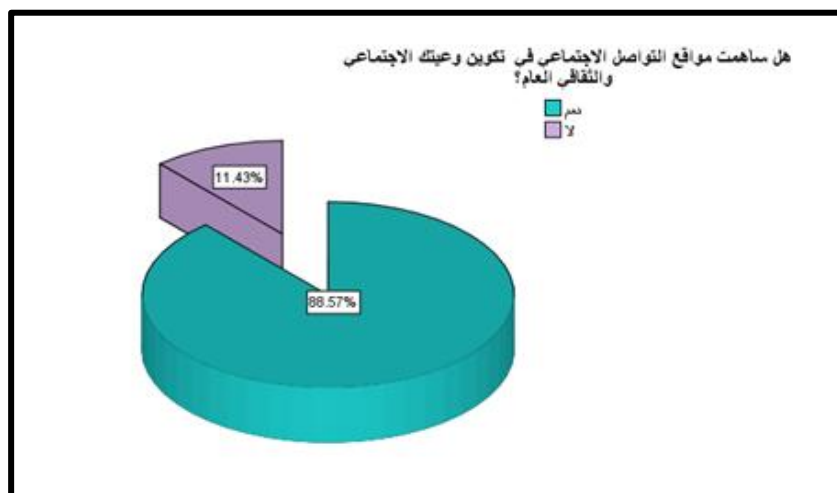
الجدول (26): توزيع إجابات أفراد عينة حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الوعي الاجتماعي والثقافي العام للطلاب الجامعي

س 12.	العدد	النسبة المئوية
نعم	62	88.6%
لا	08	11.4%
المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يبدو من خلال البيانات المعروضة في الجدول أعلاه أنّ معظم الأفراد في الدراسة يرون أنّ مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تكوين وعيهم الاجتماعي والثقافي العام بنسبة 88.6%، في حين أنّ نسبة صغيرة تبلغ 11.4% لا يظنون ذلك. وتشير هذه النتائج إلى الدور الهام الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في نقل المعرفة وتشكيل الوعي الاجتماعي والثقافي.

الشكل (22): توزيع إجابات أفراد عينة حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الوعي الاجتماعي و الثقافي العام للطلاب الجامعي



الجدول (27): توزيع إجابات أفراد عينة حول كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على وعي الاجتماعي للطلاب الجامعي

النسبة المئوية	العدد	س 1.12
10%	07	الانفتاح على العالم
22.9%	16	من خلال الاطلاع على المنشورات المفيدة
27.1%	19	متابعة الصفحات التثقيفية والتوعوية
12.9%	09	متابعة صفحات للدراسة
12.9%	09	اكتساب معارف جديدة
1.4%	01	من الناحية الثقافية
1.4%	01	اختراق الحسابات
4.3%	03	الانسلاخ عن الثقافة المحلية
1.4%	01	عدم وجود معلومات مفيدة
5.7%	04	لا أدري
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج SPSS

تشير نتائج الجدول أعلاه إلى أنّ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد أثر بشكل مختلف على تكوين الوعي الاجتماعي والثقافي العام لأفراد الدراسة، حيث أشار 27.1% من أفراد عينة

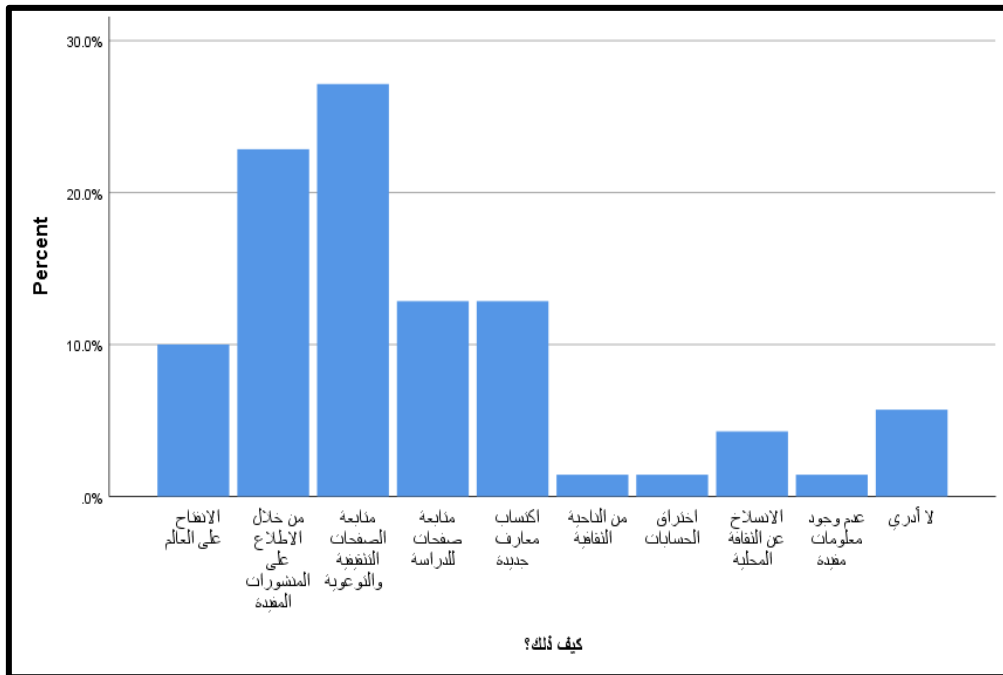
الدراسة إلى أن هذه المساهمة كانت من خلال متابعة الصفحات التي تقدم محتوى تثقيفي وتوعوي. في حين أشار 22.9% منهم إلى أن هذه المساهمة كانت من خلال الاطلاع على المنشورات المفيدة.

بنفس نسبة الإجابة، نجد أن 12.9% من الطلبة قد أشاروا إلى مواقع التواصل الاجتماعي قد ساعدت على تكوين وعيهم الاجتماعي والثقافي من خلال متابعتهم لصفحات خاصة بالدراسة ما أدى إلى اكتساب مهارات جديدة. كما يبدو أن ما نسبته 10% من الأفراد استخدموا مواقع التواصل الاجتماعي للانفتاح على العالم الخارجي.

أما بالنسبة للطلبة الذين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تساهم في تكوين وعيهم الاجتماعي والثقافي العام، فقد أرجع ما نسبته 4.3% منهم ذلك، إلى فكرة أن هذه المواقع قد تتسبب في انسلاخ الأفراد عن ثقافتهم المحلية، كما برر ما نسبته 1.4% إجاباتهم بأن هذه المواقع لا تقدم معلومات مفيدة، أو أنها تتسبب في اختراق خصوصية الأفراد. بينما عبّر 5.7% من الأفراد عن عدم معرفتهم بكيفية تأثير مواقع التواصل على تكوين الوعي الاجتماعي والثقافي.

الشكل (23): توزيع إجابات أفراد عينة حول كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على وعي

الاجتماعي للطلاب الجامعي



الجدول (28): توزيع إجابات أفراد عينة حول جلب مواقع التواصل الاجتماعي و نشرها لأفكار غربية للطلبة الجامعيين

س. 13	العدد	النسبة المئوية
نعم	63	90%
لا	07	10%
المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج الـSPSS

يبدو من خلال النتائج المعروضة في الجدول أعلاه إلى أنّ غالبية الأفراد في الدراسة يرون أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تجلب أو تنشر أفكارًا غربية للطلاب الجامعيين، حيث أنّ 90% منهم يوافقون على ذلك، بينما يختلف 10% منهم. وهذا ما يشير إلى الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الثقافة والأفكار، وكذلك تأثير الثقافة الغربية على الشباب والطلاب الجامعيين من خلال هذه المنصات.

الشكل (24): توزيع إجابات أفراد عينة



الجدول (29): توزيع إجابات أفراد عينة حول رأي الطالبة. في افكار الثقافات الوافدة

النسبة المئوية	العدد	س 1.13
20%	14	التقليد الأعمى للغرب
14.3%	10	إلهاء الطلبة عن الدراسة
22.9%	16	من خلال نشر أفكار غريبة تتعلق باللباس، طريقة الكلام، الأكل.
11.4%	08	الانحلال الاخلاقي (العنف، الجريمة...)
5.7%	04	لتشجيع على السرقة العلمية والاتكالية في الدراسة
12.9%	09	تغيير أسلوب الحياة
1.4%	01	الترويج للأفكار الكاذبة أو المنحرفة
2.9%	02	التنمر
8.6%	06	لا أدري
100%	70	المجموع

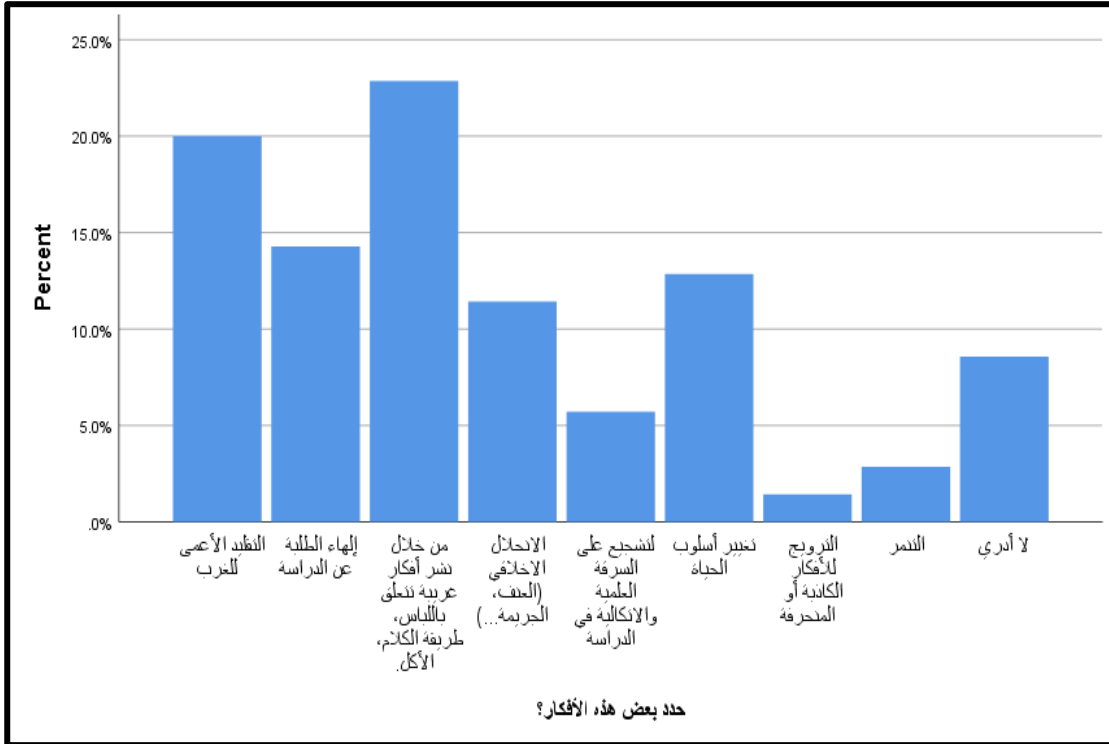
المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج الـSPSS

يعرض الجدول أعلاه بعض الأفكار التي يعتبرها الطلبة من أفراد عينة الدراسة، على أنها ناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تسببت في تعريضهم للثقافة الغربية أو تغيير أنماط حياتهم وسلوكهم. فمثلاً نجد أنّ ما نسبته 22.9% من الإجابات أشارت إلى أنّ مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في نشر أفكار غريبة تعلقت باللباس، طريقة الكلام، الأكل. وأنّ 20% منهم يرى أنّ هذه الأفكار الغربية قد تسببت في التقليد الأعمى للغرب. بينما يرى 14.3% أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تلهي الطلاب عن الدراسة. كما يعتقد ما نسبته 12.9% من الأفراد أنّ هذه المواقع أسهمت في تغيير أسلوب الحياة. في حين يعتقد 11.4% منهم أنّ هذه المواقع أسهمت في الانحلال الأخلاقي مثل العنف والجريمة. وهذا مقارب لما أشار إليه 2.9% من أفراد العينة والذين اعتبروا أنّ هاته المواقع أسهمت في تفشي ظاهرة التنمر.

أيضاً أشار 5.7% من الأفراد إلى فكرة مفادها أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تشجع على السرقة العلمية والاتكالية في الدراسة. في حين صرح فرد وحيد من أفراد العينة إلى أنّ هذه المواقع

تروج للأفكار الكاذبة أو المنحرفة. بينما عبّر 8.6% من الأفراد عن عدم معرفتهم لنوعية هذه الأفكار الغربية التي تسببت المواقع التواصل الاجتماعي في نشرها بين صفوف الطلبة.

الشكل (25): توزيع إجابات أفراد عينة حول رأي الطلبة. في افكار الثقافات الوافدة



الجدول (30): توزيع إجابات أفراد عينة حول رأي الطالب الجامعي في الافكار التي تجلبها الثقافات الوافدة

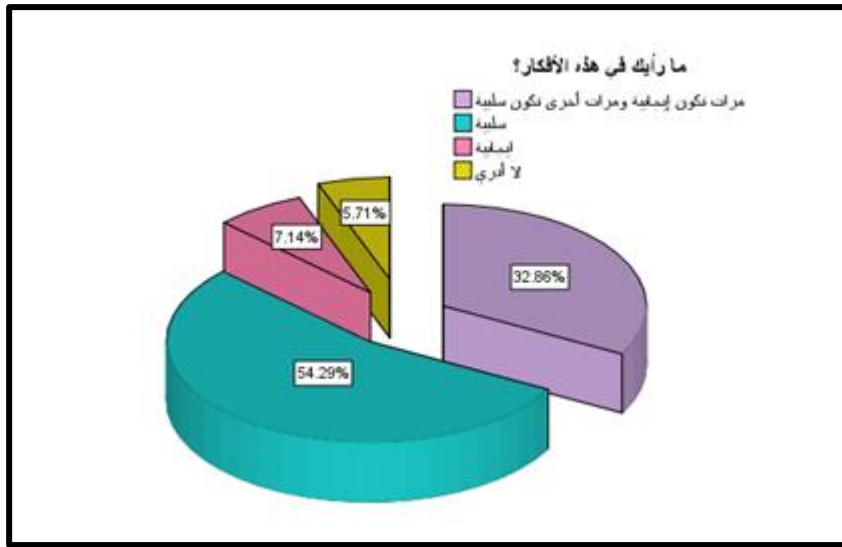
النسبة المئوية	العدد	س 14
32.9%	23	مرات تكون إيجابية ومرات تكون سلبية
54.3%	38	سلبية
7.1%	05	إيجابية
5.7%	04	لا أدري
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادًا على مخرجات برنامج SPSS

يستعرض الجدول أعلاه آراء أفراد عينة الدراسة بشأن هذه الأفكار الغربية، والتي تسبب مواقع التواصل الاجتماعي في جلبها أو نشرها، حيث أنّ 32.9% منهم يرون أنّ هذه الأفكار تتنوع بين الإيجابية والسلبية، مما يعني أنّهم يعترفون بوجود جوانب إيجابية وسلبية لتأثير مواقع

التواصل الاجتماعي على الطلاب الجامعيين. بينما يرى 54.3% أنّ هذه الأفكار سلبية، مما يعكس استياءهم أو قلقهم من الآثار السلبية المحتملة لمواقع التواصل الاجتماعي على الطلاب. بينما نجد أنّ 7.1% فقط ينظرون إلى هذه الأفكار بشكل إيجابي، وهو عدد صغير مقارنة بالنسب الأخرى، في حين لم يبدي ما نسبته 5.7% بالضبط رأيهم بخصوص هذه الأفكار.

الشكل (26): توزيع إجابات أفراد عينة حول رأي الطالب الجامعي في الأفكار التي تجلبها الثقافات الوافدة



الجدول (31): توزيع إجابات أفراد عينة حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى التعليمي للطلبة الجامعيين.

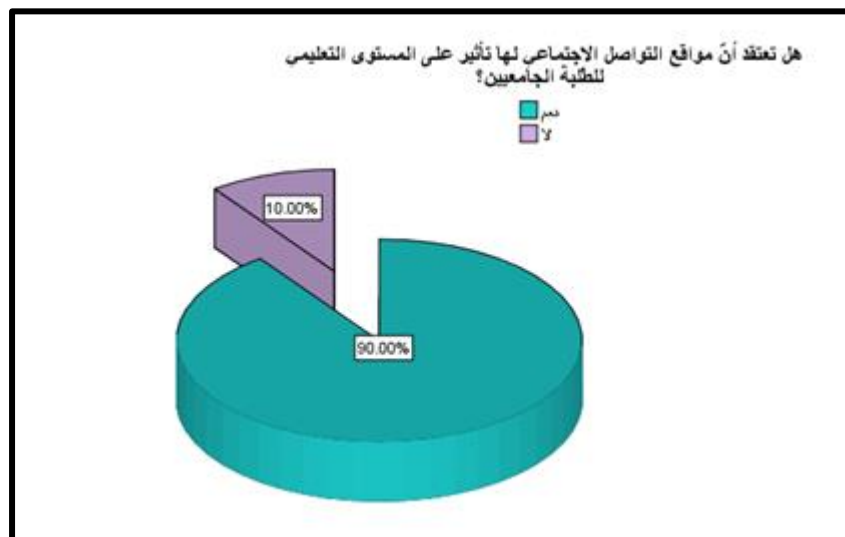
س 15.	العدد	النسبة المئوية
نعم	63	90%
لا	07	10%
المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج SPSS

يبدو من خلال بيانات الجدول أعلاه أنّ غالبية الأفراد في الدراسة يرون أنّ مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير على المستوى التعليمي للطلاب الجامعيين، حيث أنّ 90% منهم يؤكدون ذلك، بينما يختلف 10% منهم في رأيهم. وهذا ما يشير إلى الاعتقاد الشائع بأنّ استخدام مواقع

التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤثر بشكل كبير على أداء وتحصيل الطلاب الجامعيين وعلى تجربتهم التعليمية بشكل عام.

الشكل (27): توزيع إجابات أفراد عينة حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى التعليمي للطلبة الجامعيين.



ثالثاً/ تحليل الفرضية الثانية :

- الثقافات الوافدة تساهم في إثراء الجانب الثقافي والمعرفي لدى الطالب الجامعي.

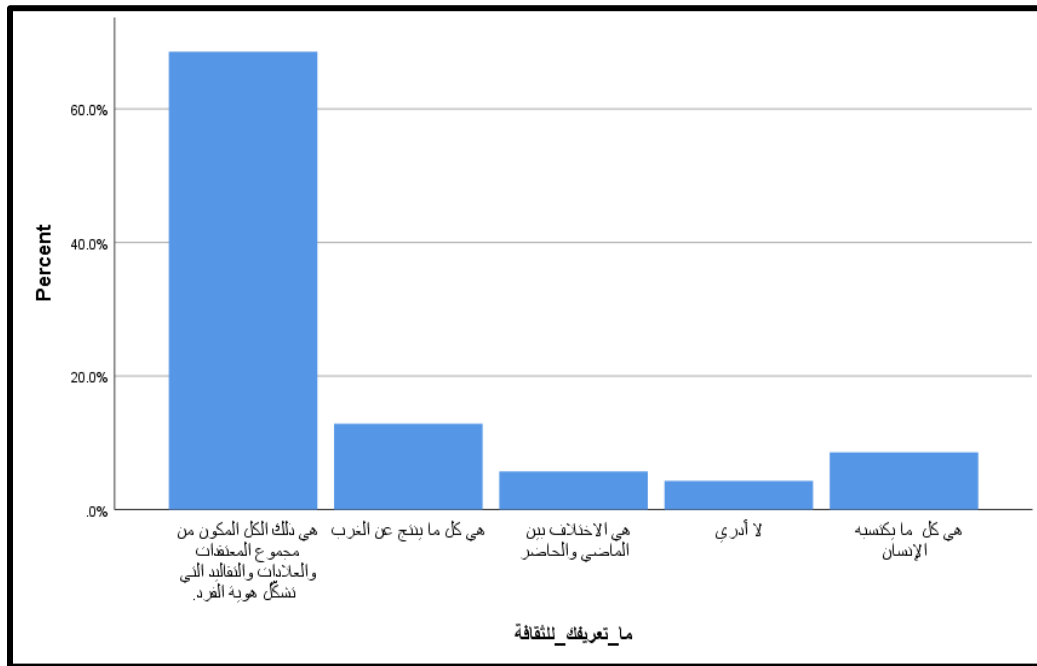
الجدول (32): توزيع إجابات أفراد عينة حول مفهوم الثقافة.

النسبة المئوية	العدد	س. 1
68.6%	48	هي ذلك الكل المكون من مجموع المعتقدات والعادات والتقاليد التي تشكل هوية الفرد.
12.9%	09	هي كل ما ينتج عن الغرب
5.7%	04	هي الاختلاف بين الماضي والحاضر
4.3%	03	لا أدري
8.6%	06	هي كل ما يكتسبه الإنسان
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يعرض الجدول أعلاه توزيع إجابات أفراد العينة على السؤال الأول المتعلق بتعريف الثقافة. حيث يُظهر أن الغالبية العظمى من الأفراد في العينة 68.6% يرون أن الثقافة هل تلك "الكل المكون من مجموع المعتقدات والعادات والتقاليد التي تشكل هوية الفرد". في حين يعتقد 12.9% من العينة أن الثقافة تنتج فقط عن الغرب. وهناك أيضًا نسب صغيرة ترى الثقافة على أنها الاختلاف بين الماضي والحاضر 5.7%، وهناك من يرى (8.6% من العينة) أن الثقافة هي كل ما يكتسبه الإنسان. بينما نجد أن ما نسبته (4.3%) لا يعرفون بالضبط ماهية الثقافة. والشكل الموالي يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الأول.

الشكل (28): توزيع إجابات أفراد عينة.



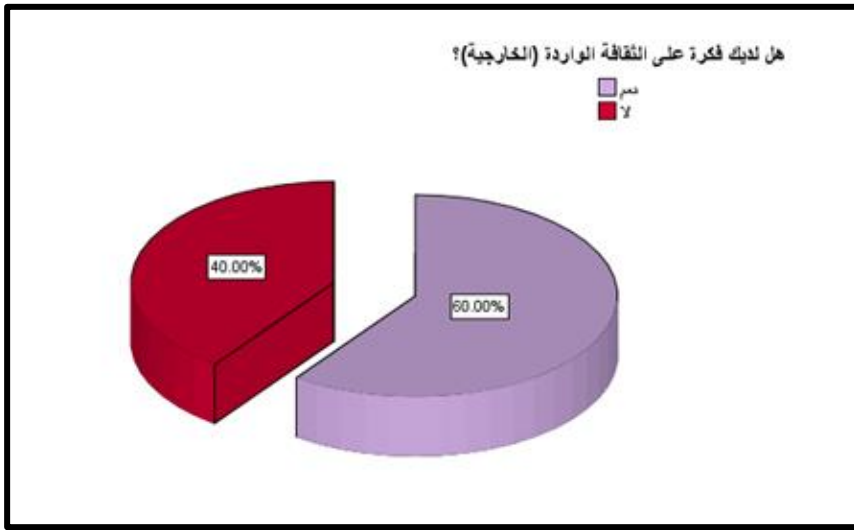
الجدول (33): توزيع إجابات أفراد عينة حول ماهية الثقافة الوافدة .

س. 2	العدد	النسبة المئوية
نعم	42	60%
لا	28	40%
المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج الـSPSS

يظهر الجدول أنّ 60% من أفراد العينة يعلمون بوجود الثقافة الواردة (الخارجية)، بينما 40% لا يعلمون عنها. هذه النتائج تشير إلى أنّ هناك نسبة كبيرة من الأفراد الذين يدركون وجود تأثير للثقافات الخارجية على ثقافتهم الشخصية أو المحلية. ويمكن أن يكون تفاعلهم مع هذه الثقافات الخارجية مفتاحاً في فهم كيفية تطور وتشكل الثقافات في المجتمعات المختلفة.

الشكل (29): توزيع إجابات أفراد عينة حول ماهية الثقافة الوافدة .



الجدول (34): توزيع إجابات أفراد عينة حول مفهوم الثقافة الوافدة لدى الطالب الجامعي.

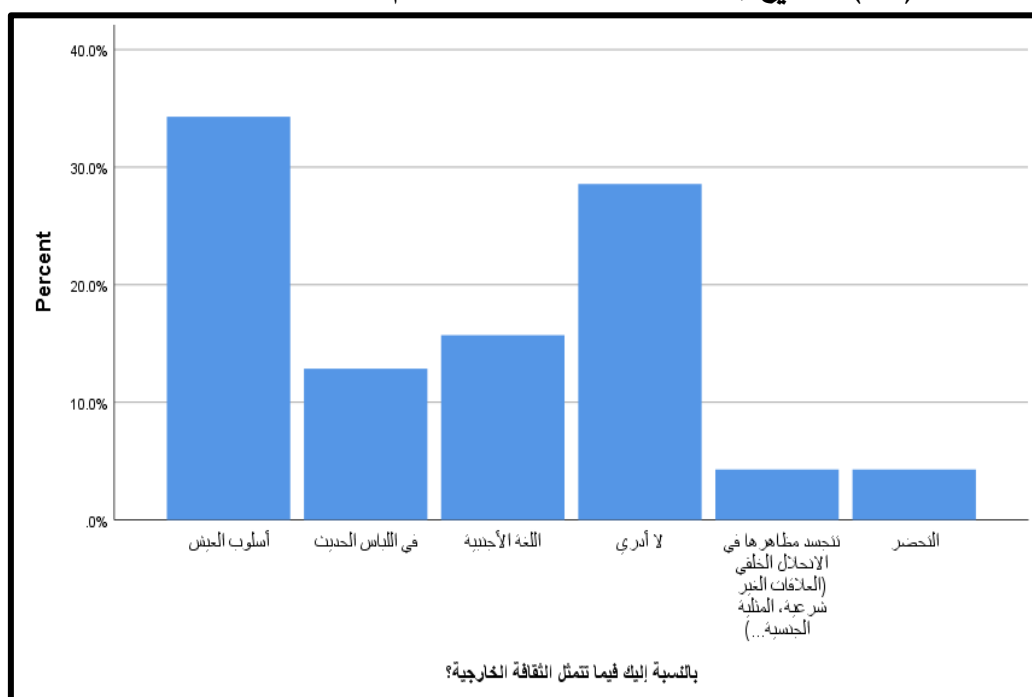
س. 3	العدد	النسبة المئوية
أسلوب العيش	24	34.3%
في اللباس الحديث	09	12.9%
اللغة الأجنبية	11	15.7%
لا أدري	20	28.6%
تتجسد مظاهرها في الانحلال الخلقي (العلاقات ...الغير شرعية، المثلية الجنسية)	03	4.3%
التحضر	03	4.3%
المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

تبين نتائج الجدول أعلاه أنّ هناك تنوعاً في تفسير الأفراد لما تمثله الثقافة الخارجية. حيث يعتقد 34.3% من العينة أنّها تتجلى في أسلوب العيش، في حين اعتبر 15.7% أنّ اللغة

الأجنبية هي الجزء الرئيسي منها. وهناك نسبة قليلة 12.9% تعتبر الثقافة على أنها تتجسد في اللباس الحديث. بينما ذهب 28.6% إلى تصريحهم بعدم معرفتهم تماما للمظاهر التي تمثل وتجسد الثقافة الخارجية. وهناك رأي أقل (4.3%) شيوعاً يعتبر الانحلال الخلقي والمثلية الجنسية والتحضر من المظاهر المعبرة عن الثقافة الخارجية. هذه التفسيرات المتنوعة تعكس مدى تعقيد وتنوع الثقافة وكيفية تأثيرها على مختلف جوانب الحياة اليومية والتفاعلات الاجتماعية والثقافية. والشكل الموالي يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الثالث.

الشكل (30): توزيع إجابات أفراد عينة حول مفهوم الثقافة الوافدة لدى الطالب الجامعي.



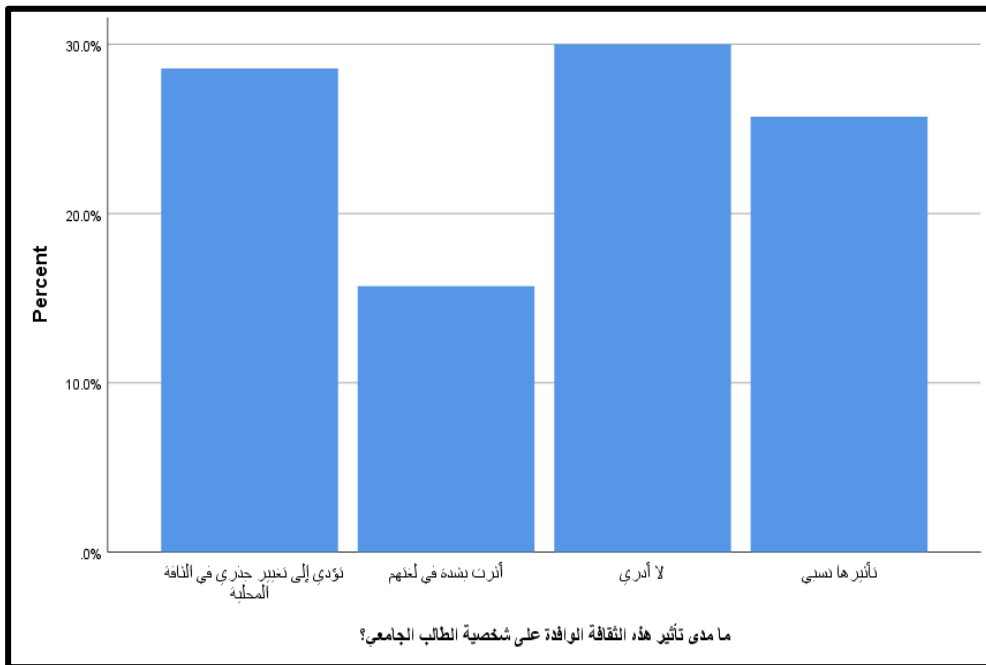
الجدول (35): توزيع إجابات أفراد عينة حول مدى تأثير الثقافة الوافدة على شخصية الطالب الجامعي.

النسبة المئوية	العدد	س. 4
28.6%	20	تؤدي إلى تغيير جذري في الثقافة المحلية
15.7%	11	أثرت بشدة في اللغة
30%	21	لا أدري
25.7%	18	تأثيرها نسبي
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول أن هناك تبايناً في وجهات نظر أفراد العينة حول تأثير الثقافة الوافدة على شخصية الطالب الجامعي. حيث يعتقد 28.6% منهم أنها تؤدي إلى تغيير جذري في الثقافة المحلية، بينما يشعر 15.7% بأنها أثرت بشكل كبير في لغتهم. كما أن هناك 25.7% يرون أن تأثيرها نسبي ويرجع ذلك إلى شخصية كل طالب، في حين صرّح ما نسبته 30% بأنهم لا يعرفون بالضبط مدى تأثيرها على الطالب الجامعي. وتعكس هذه النتائج تفاعلات الطلبة المختلفة مع التغيرات الثقافية التي قد تواجههم في بيئة الجامعة.

الشكل (31): توزيع إجابات أفراد عينة حول مدى تأثير الثقافة الوافدة على شخصية الطالب الجامعي



1. تساعد هذه الثقافة الوافدة في نشر الانفتاح الثقافي لدى الشباب الجامعي.

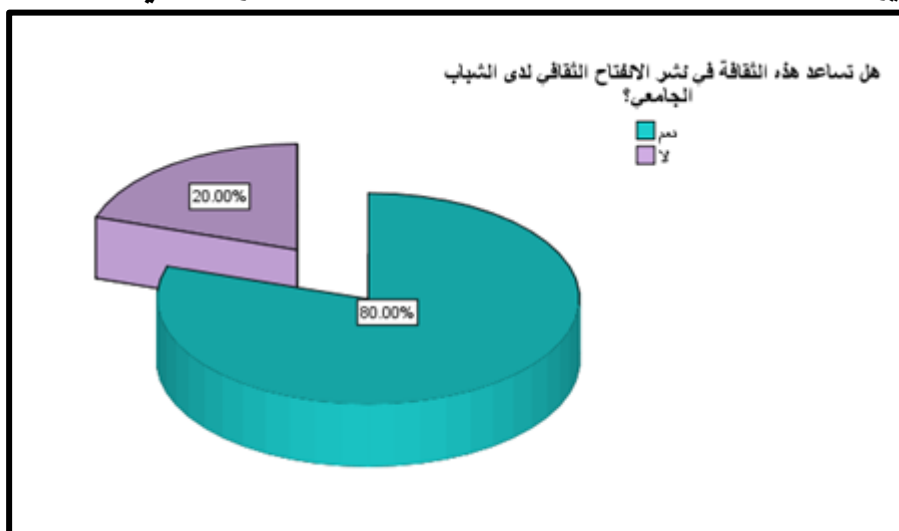
الجدول (36): توزيع إجابات أفراد عينة حول نشر الثقافات الوافدة للانفتاح الثقافي لدى الطالب الجامعي.

س. 5	العدد	النسبة المئوية
نعم	56	80%
لا	14	20%
المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

تبيّن نتائج الجدول أنّ 80% من أفراد العينة يرون أنّ الثقافة الوافدة تساعد في نشر الانفتاح الثقافي لدى الشباب الجامعي، بينما يعتقد 20% منهم أنّها لا تساعد في ذلك. وهذه النتيجة تشير إلى أنّ الأغلبية العظمى من الأفراد يعتقدون بأنّ التفاعل مع الثقافات الوافدة يمكن أن يساهم في توسيع آفاق الشباب الجامعي وتعزيز فهمهم واحترامهم للثقافات المختلفة. والشكل الموالي يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الخامس.

الشكل (32): توزيع إجابات أفراد عينة حول نشر الثقافات الوافدة للانفتاح الثقافي لدى الطالب الجامعي



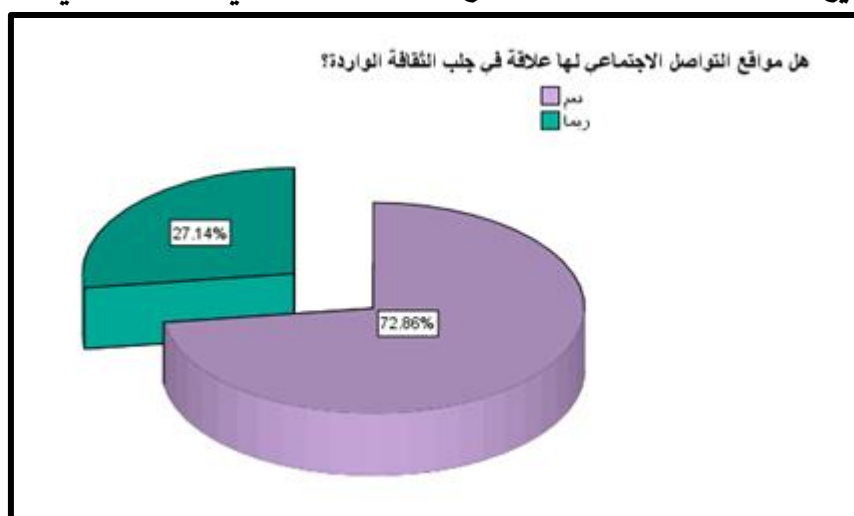
الجدول (37): توزيع إجابات أفراد عينة حول مواقع التواصل الاجتماعي لها علاقة في جلب الثقافة الوافدة

س. 6	العدد	النسبة المئوية
نعم	51	72.9%
لا	00	00%
ربما	19	27.1%
المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يظهر الجدول أعلاه أنّ 72.9% من أفراد العينة يرون أنّ مواقع التواصل الاجتماعي لها علاقة في جلب الثقافة الواردة، بينما يحتمل 27.1% منهم هذا دون التأكيد على ذلك. بينما نلاحظ عدم وجود أي إجابة نفت تماماً الدور التي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في جلب الثقافات الواردة. وهذه النتيجة تشير إلى أنّ الأغلبية العظمى من الأفراد يربطون بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في جلب الثقافة الواردة. وهذا يظهر الدور المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز التفاعل الثقافي ونقل الثقافة بين المجتمعات المختلفة.

الشكل (33): توزيع إجابات أفراد عينة حول مواقع التواصل الاجتماعي لها علاقة في جلب الثقافة الوافدة



الجدول (38): توزيع إجابات أفراد عينة حول طريقة جلب الثقافة الوافدة

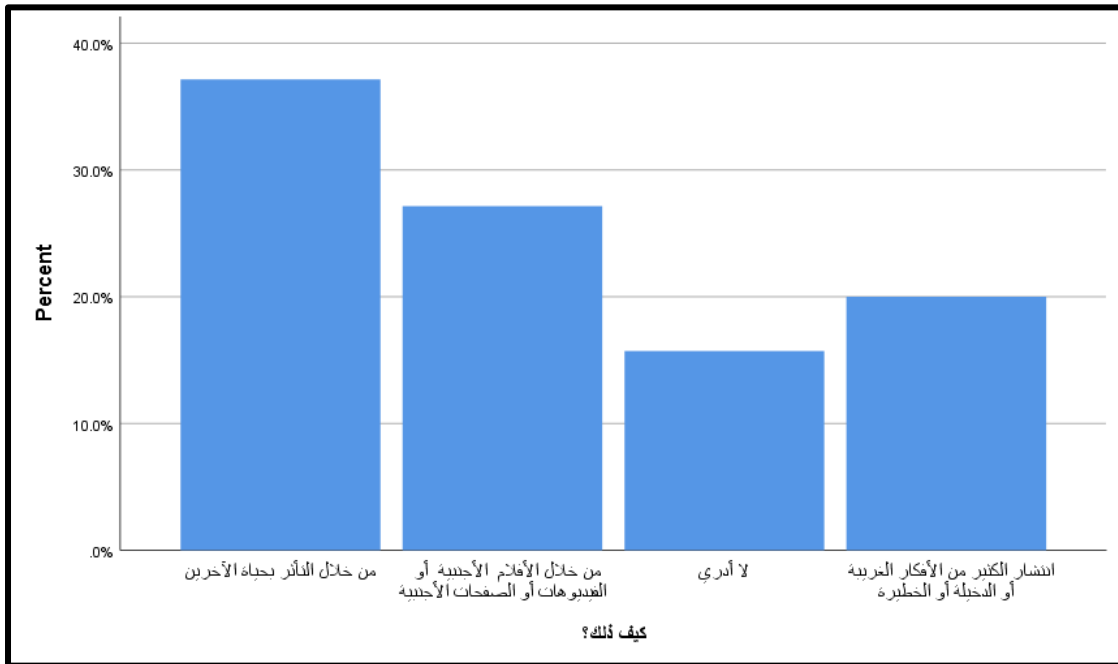
النسبة المئوية	العدد	س. 1.6
37.1%	26	من خلال التأثير بحياة الآخرين
27.1%	19	من خلال الأفلام الأجنبية أو الفيديوهات أو الصفحات الأجنبية
15.7%	11	لا أدري
20%	14	انتشار الكثير من الأفكار الغربية أو الدخيلة أو الخطيرة
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد طالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج SPSS

الجدول أعلاه يبيّن كيف يرى أفراد العينة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في جلب الثقافة الواردة. حيث أشار 37.1% منهم أنّ هذا التأثير يأتي من خلال التأثير بحياة الآخرين، مما يعني أنهم يستوعبون ويتأثرون بما يشاهدونه من تفاعلات ونمط حياة الأشخاص الآخرين على هذه المنصات. في حين ربط 27.1% منهم هذا التأثير بالأفلام الأجنبية أو الفيديوهات أو الصفحات الأجنبية التي يتفاعلون معها على مواقع التواصل الاجتماعي، مما يظهر أهمية الثقافة الرقمية في نقل الثقافة وتشكيل آراء الأفراد.

كما اعتبر من نسبته 20% أنّ انتشار الكثير من الأفكار الغريبة أو الدخيلة أو الخطيرة يمكن أن يكون له تأثير في جلب الثقافة الواردة. في حين صرح 15.7% منهم بأنهم لا يعرفون بالضبط كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في جلب الثقافة الواردة.

الشكل (34): توزيع إجابات أفراد عينة حول طريقة جلب الثقافة الوافدة



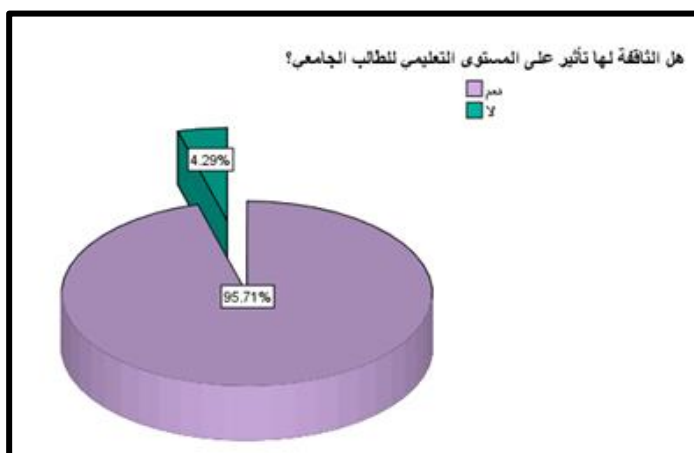
الجدول (39): توزيع إجابات أفراد عينة حول تأثير الثقافة الوافدة على المستوى التعليمي للطلاب الجامعي

س 7.	العدد	النسبة المئوية
نعم	67	95.7%
لا	03	4.3%
المجموع	70	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج الـSPSS

يوضح الجدول أعلاه أن 95.7% من أفراد العينة يرون أن الثقافة لها تأثير على المستوى التعليمي للطلاب الجامعي، بينما يعتقد 4.3% فقط أن لا تأثير لها. هذه النتيجة تظهر الاعتقاد القوي بأن الثقافة تلعب دورًا هامًا في تشكيل والتأثير على مستوى التعليم والتعلم للطلاب الجامعيين. ويمكن أن يكون هذا التأثير على مستوى التعليم متعدد الجوانب، بما في ذلك القيم والمعتقدات والأساليب التعليمية والتفاعلات الاجتماعية داخل البيئة الجامعية..

الشكل (35): توزيع إجابات أفراد عينة حول تأثير الثقافة الوافدة على المستوى التعليمي للطلاب الجامعي



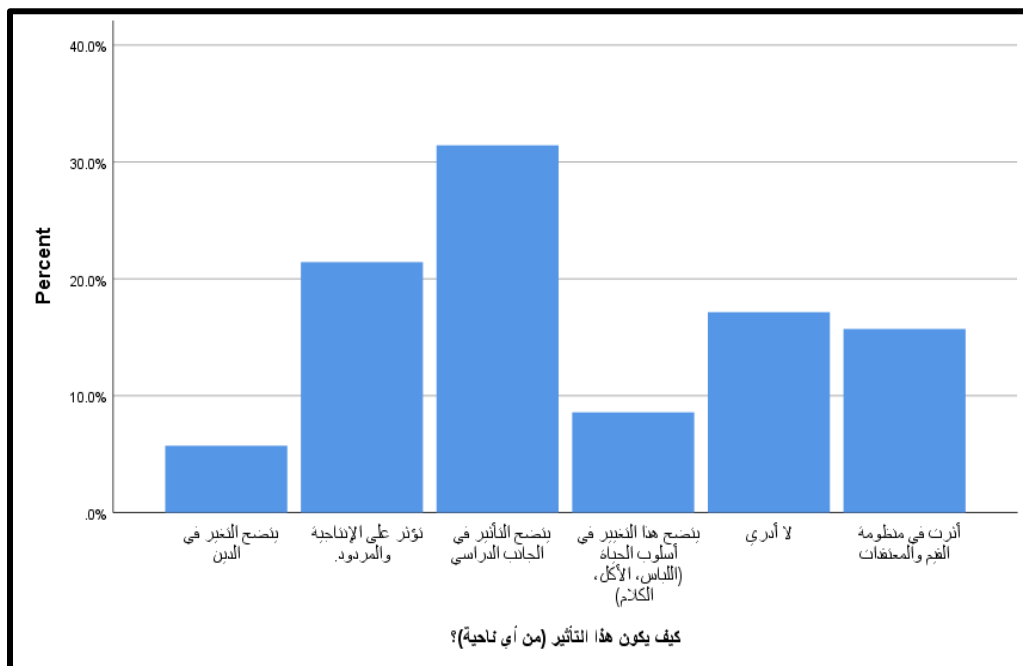
الجدول (40): توزيع إجابات أفراد عينة حول نواحي التأثير.

النسبة المئوية	العدد	س. 8
5.7%	4	يتضح التغير في الدين
21.4%	15	تؤثر على الإنتاجية والمردود.
31.4%	22	يتضح التأثير في الجانب الدراسي
8.6%	6	يتضح هذا التغيير في أسلوب الحياة (اللباس، الأكل، الكلام)
17.1%	12	لا أدري
15.7%	11	أثرت في منظومة القيم والمعتقدات
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجدول أعلاه منظورات أفراد عينة الدراسة حول كيفية تأثير الثقافة على المستوى التعليمي للطالب الجامعي. حيث يرى 31.4% أنّ هذا التأثير يتضح في الجانب الدراسي، مما يعني أنّ الثقافة يمكن أن تؤثر في نهج وأساليب التعلم والتدريس وفهم المواد الدراسية. كما يعتقد ما نسبته 21.4% أنّ الثقافة تؤثر على الإنتاجية والمردود في الدراسة، مما يشير إلى كيفية تأثير القيم والتوجهات الثقافية على أداء الطلاب. بينما يعتقد 15.7% أنّ الثقافة تؤثر في منظومة القيم والمعتقدات. في حين يرى 8.6% منهم يرون أنّ التغيير في أسلوب الحياة مثل اللباس، الأكل، الكلام يمكن أن يكون تأثيرًا للثقافة. كما يتضح من نتائج الجدول اعتقاد 5.7% من أفراد عينة الدراسة هذا التأثير الذي تحدثه الثقافة الواردة يتضح في تغيير الدين أو الاعتقادات والممارسات الدينية لدى الأفراد، في حين صرح 17.1% منهم بأنهم لا يعرفون بالضبط كيف يكون تأثير هذه الثقافة ولا النواحي والجوانب التي يمسه هذا التأثير.

الشكل (36): توزيع إجابات أفراد عينة حول نواحي التأثير.



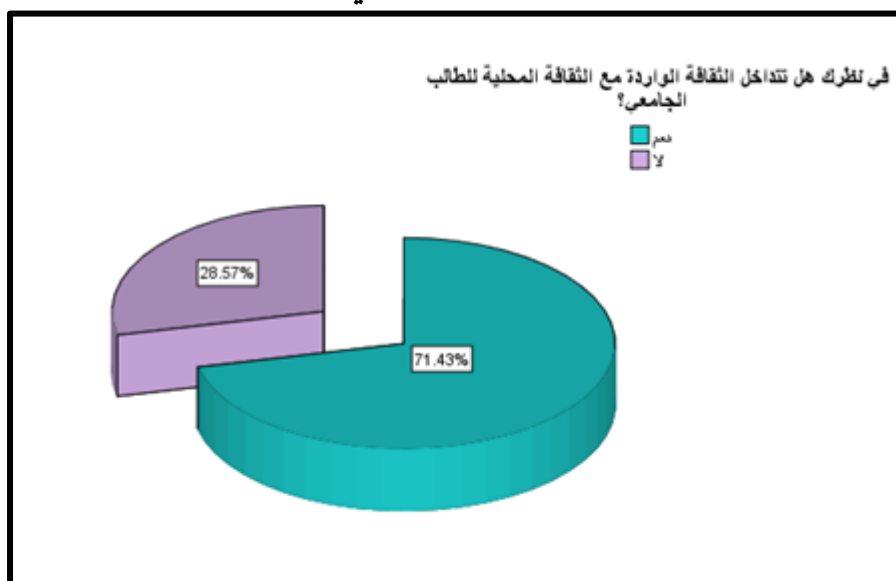
الجدول (41): توزيع إجابات أفراد عينة حول مدى تداخل الثقافة الوافدة مع الثقافة المحلية للطلاب الجامعي..

س. 9	العدد	النسبة المئوية
نعم	50	71.4%
لا	20	28.6%
المجموع	80	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج الـSPSS

الجدول أعلاه يُظهر أنّ 71.4% من أفراد العينة يرون أنّ الثقافة الواردة تتداخل مع الثقافة المحلية للطلاب الجامعي، بينما يعتقد 28.6% أنّها لا تتداخل. يمكن أن يكون هذا التداخل مفيداً في تثقيف الطلاب وتوسيع آفاقهم، ولكنه قد يواجه أيضاً تحديات في تحفيز التكامل الثقافي وفهم الهوية الشخصية والثقافية.

الشكل (37): توزيع إجابات أفراد عينة حول مدى تداخل الثقافة الوافدة مع الثقافة المحلية للطلاب الجامعي..



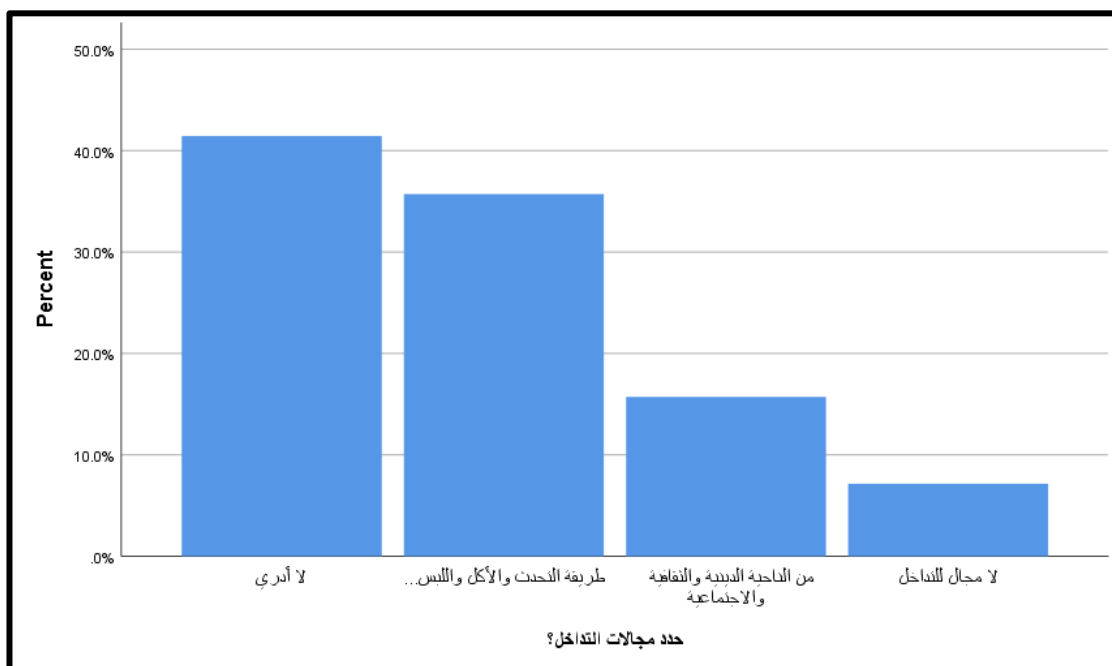
الجدول (42): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول مجال التداخل

النسبة المئوية	العدد	س 10
41.4%	29	لا أدري
35.7%	25	طريقة التحدث والأكل واللبس...
15.7%	11	من الناحية الدينية والثقافية والاجتماعية
7.1%	5	لا مجال للتداخل
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج SPSS

تُظهر نتائج الجدول أعلاه أنّ هناك تنوعًا في وجهات نظر أفراد العينة حول مجالات التداخل بين الثقافة الواردة والثقافة المحلية للطلاب الجامعيين. حيث يرى ما نسبته 35.7% أنّ مجالات التداخل تشمل طريقة التحدث والأكل واللبس، وهذا يشير إلى كيفية تأثير الثقافة الواردة على عادات وتقاليد الحياة اليومية للطلاب الجامعيين. بينما يرى 15.7% منهم أنّ التداخل يحدث من الناحية الدينية والثقافية والاجتماعية، في حين نلاحظ أنّ الأغلبية العظمى من أفراد عينة الدراسة يعترفون بعدم معرفتهم بالمجالات التي يحدث فيها التداخل. بينما أشار 7.1% منهم إلى عدم وجود أي مجال للتداخل بين الثقافة الواردة والثقافة المحلية للطلاب الجامعيين.

الشكل (38): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول مجال التداخل



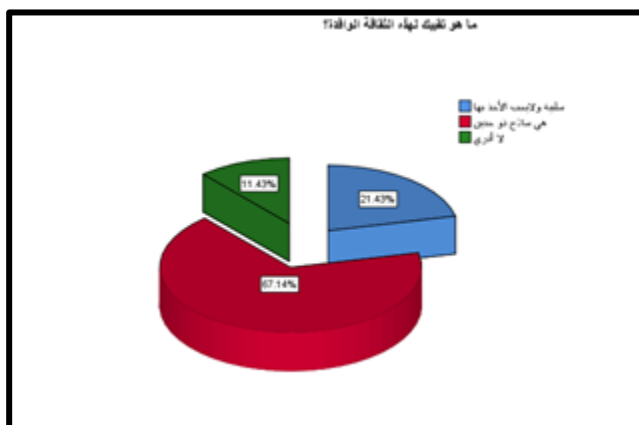
الجدول (43): توزيع إجابات أفراد عينة حول تقييمهم للثقافة..

النسبة المئوية	العدد	س 11
21.4%	15	سلبية ولا يجب الأخذ بها
67.1%	47	هي سلاح ذو حدين
11.4%	8	لا أدري
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادًا على مخرجات برنامج SPSS

تعكس نتائج الجدول أعلاه تقييم الطلبة الجامعيين ضمن عينة الدراسة للثقافة الوافدة. حيث أشارت الغالبية العظمى من الإجابات 67.1% إلى أنّ هذه الثقافة الواردة تعدّ سلاح ذو حدين، مما يعني أنهم يعترفون بالآثار الإيجابية والسلبية لهذه الثقافة والتأثيرات المتعددة التي قد تكون لها على المجتمع والفرد. في حين يرى 21.4% منهم الثقافة بصورة سلبية ويعتقدون أنه لا يجب بينما اعترف ما نسبته 11.4% منهم بعدم معرفتهم بالتأثير الكامل للثقافة الوافدة..الأخذ بها

الشكل (39): توزيع إجابات أفراد عينة حول تقييمهم للثقافة



الخلاصة العامة

خلاصة عامة:

من خلال تفرغ الاستمارة ومناقشه وتحليل الجداول المتحصل عليها، نتوصل إلى أن الثقافة الوافدة لها علاقة بمواقع التواصل الاجتماعي، وهنا كذلك يظهر لنا تفاعل الطلبة الجامعيين مع الثقافة الخارجية من خلال استخدامهم لهذه المواقع، وتعتبر وسائل التواصل الاجتماعي أحد أهم الوسائل التي تسمح للطلاب الجامعيين بتبادل الثقافات والأفكار الجديدة، وتمكنت هذه المواقع من توسيع دائرة الثقافة لدى الشباب الجامعي خصوصا فيما يتعلق بالثقافة الوافدة، فقد استفادوا من مواقع التواصل الاجتماعي كونها العامل الرئيسي في جلب هذه الثقافة إلى الشباب الجامعي، وكذلك ساعدتهم على التعرف على ثقافات الشعوب الأخرى واكتساب قيم مغايرة ومخالفة لقيمهم الأساسية والأصلية، ويكون تقبل هذه الثقافة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عند الطلبة الجامعيين على حسب وعيهم ومستواهم الثقافي والمعرفي، فهناك من يرجح أن هذه الثقافة يمكن الاستفادة منها وبالتالي هي من الناحية الإيجابية، بينما فئه أخرى تميل إلى أنها غير مفيدة بالنسبة إلى فئه الشباب وهنا يرجحونها أنها سلبية داخل المجتمع، وفي الاخير نصل إلى نتيجة مفادها أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير على الطالب الجامعي، لكن هذا التأثير يكون على حسب الوعي الثقافي والمعرفي للشباب الجامعي، أي درجة التأثير تكون على حسب عند الطالب الجامعي.

الخاتمة

وفي الختام نصل إلى أن هذه الدراسة قد حاولنا من خلالها معالجه قضية مهمه تلامس أنشط وأكثر فئة هامة داخل المجتمع الجزائري والمتمثلة في الشباب الجامعي، الذي يعتبر أمل المجتمع في تحقيق التقدم والازدهار، وتتمثل هذه القضية في علاقة الشباب الجامعي وعلاقتهم بالثقافة الوافدة والتي تدخل إليهم عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.

إن تأثير الثقافة الخارجية مع مواقع التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين له أهمية كبيرة من خلال التفاعل مع ثقافات مختلفة عبر هذه المواقع، بحيث تمكن الطالب من توسيع آفاقه وفهم العالم بشكل أعمق، ويمكن لهذا التفاعل تعزيز العلاقات الثقافية وكذا التعرف على ثقافات جديدة ومغايرة للثقافة المحلية، وهنا تظهر العلاقة المتكاملة بين الثقافة الوافدة ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن الطالب يستخدم هذه المواقع بشكل يومي ودائم ومن خلالها يتعرف أكثر على ثقافة الغير، وهذا عن طريق الخدمات المتوفرة لتلك المواقع والتي أحدثت قفزه نوعيه وقامت بتحديد نمط جديد للعيش داخل المجتمعات نظرا لانتشارها الواسع في العالم، وهي تحمل كم ثقافي واسع وجيد بالنسبة لمن أحسن استخدامها، وبرز دورها خصوصا في إطلاع الشباب على الثقافة الخارجية وتعريفه بها، وكذا الاستفادة منها من خلال اكتساب عادات وقيم و سلوكيات جيدة وجديدة للتفاعل داخل المجتمع.

المصادر والمراجع

أولاً: الكتب

- ✓ أبو هناء عبد الله السواح الجندي الأزهري، فتح ملك الملوك في معرفة حكماالتيك توك، بروكلين، نيويورك. أمريكا، 2021.
- ✓ أحمد محمد بدح، أيمن سليمان مزاهرة، زيد حسين بدران، الثقافة الصحية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، ط1، 2017.
- ✓ اسماعل عبد الفتاح عبد الكافي، شبكات التواصل والأنترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، مصر، ط1، 2016.
- ✓ أنتونيغندنز، ترجمة: د فايز الصباغ، علم الاجتماع المنظمة العربية للترجمة، بيروت، لبنان، 2016.
- ✓ أندر وإدجار، بيتر سيدجويك، ترجمة: هناء الجوهري، موسوعة النظرية الثقافية المفاهيم والاصطلاحات الأساسية، المركز القومي للترجمة: القاهرة، ط2، 2014.
- ✓ جان نيدرلين، ترجمة: خالد كسرون، العولمة والثقافة والمزيج الكوني، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط1، 2015.
- ✓ جون ستوري، ترجمة: د. صانع خليل أبو أصبع، د. فارون منصور النظرية الثقافية والثقافة الشعبية، هيئة أبو ظبي للسياحة والثقافة، كلمة، ط1، 2014.
- ✓ حسان احمد قمحية، الفايستوك تحت المجهر دار النخبة، مصر، ط1، 2017، مركز المحتسب للاستشارات، مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب توتير نموذجاً، دار المحتسب للنشر والتوزيع، الرياض، ط1، 1438هـ.
- ✓ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
- ✓ حسين عبد الحميد أحمد رشوان، الثقافة دراسة في علم الاجتماع الثقافي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006.

- ✓ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية: الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2013.
- ✓ خالد محمد أبو شعيرة ثائر أحمد غباري، الثقافة وعناصرها، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2009.
- ✓ خضر أحمد عطاء الله، دراسات في آفاق الفكر الإسلامي، دار الفكر للنشر والتوزيع، دبي 1990.
- ✓ رافي جوبتا، هوج بروكس، ترجمة: عاصم سيد عبد الفتاح، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2017.
- ✓ صالح محمد علي أبو جادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن.
- ✓ عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع عمان، ط1، 2015.
- ✓ علي حجازي إبراهيم، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، دار المعترف للنشر والتوزيع، ط1، 1438/2017 هـ.
- ✓ محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، مصر، ط1، 2017.
- ✓ هارلمبسهولبورن، ترجمة: حاتم محسن، سوسيلوجيا الثقافة والهوية، دار كيولن للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2010.
- ثانياً: الرسائل العلمية والأطروحات.
- ✓ الخنساء تومي، دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي، جامعة محمد خيضر بسكرة نموذجاً، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع الاتصال، 2016/2017.

- ✓ نجوى أحمد عبر العزيز مرزا، أثر الثقافة الوافدة على العلاقة الزوجية في المجتمع المسلم وسبل مواجهتها، رسالة علمية لاستكمال متطلبات الماجستير في الدعوة والثقافة، جامعة ام القرى المملكة العربية السعودية، 2012.

ثالثا: المجلات العالمية.

- ✓ راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2023.
- ✓ رندي محمد، بلحاج كريمة، العولمة والعالمية وسلطة المركز في الثقافة العربية، المجلة العلمية الدولية ASJP، مخبر الدراسات النقدية والأدبية المعاصرة، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، المجلد 07، العدد 01، 2013.
- ✓ عقبة سعيدة، هادف خديجة، تطور الثقافة في الجزائر واسهام الإعلام فيه من الاستقلال إلى عصر العولمة الثقافية، مجلة هيردوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 07، العدد 04، 2023.
- ✓ منار أحمد السيد أبو عوض، الثقافة الوافدة وعلاقتها لا تتغير البنائي والوظيفي للأسرة، دراسة ميدانية المجلة العلمية لكلية الأدب، المجلد 11، العدد 04، 2022.
- ✓ ياس خضر البياتي، الفضائيات، الثقافة الوافدة وسلطة الصورة، مجلة المستقبل العربي، العدد 267، بيروت، 2001.

رابعا: المعاجم:

- ✓ جيل فيريول، ترجمة: أنسام محمد الأسعد، مراجعة وإشراف: أ.د. بسام البركة، معجم مصطلحات علم الاجتماع، دار ومكتبة الهلال، بيروت، ط1، 2011.
- ✓ محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن.

الملاحق

استمارة خاص بدراسة ميدانية

السلام عليكم.

أنا طالبة سنة ثانية ماستر أقوم بإنجاز مذكرة بحث حول: موضوع " العلاقة بين الثقافة الوافدة ومواقع التواصل الاجتماعي عند الطلبة الجامعيين "

يرجى منكم الإجابة عن أسئلة هذا الاستمارة مع أخذ الوقت الكافي لذلك، علما أن إجابتك ستكون سرية ومجهولة المصدر.

ملاحظة: ضع (ي) علامة (x) على الإجابة المناسبة.

إعداد: بوزيد سنية - بالتوفيق

المحور الأول: البيانات الشخصية:

(1) الجنس:

❖ ذكر أنثى

(2) السن:

(3) مكان الإقامة

❖ حضري

❖ شبه حضري

❖ ريفي

❖ شبه ريفي

(4) نوع السكن

❖ شقة

❖ فيلا

❖ حوش

❖ إقامة جامعية

❖ أخرى

..... (5) عدد أفراد العائلة:

..... (6) عدد أفراد غرف البيت:

(7) الحالة الاقتصادية:

جيدة ❖

متوسطة ❖

ضعيفة ❖

(8) المستوى الدراسي:

.....

(9) التخصص المدروس:

.....

(10) هل تعمل؟

لا * ❖ نعم *

المحور الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي:

(1) هل كان لديك فكرة مسبقة عن مواقع التواصل الاجتماعي؟

لا * نعم *

(2) هل هذه الفكرة؟

معمقة ❖

سطحية ❖

لا فكرة لدي ❖

(3) هل تمتلك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي؟

لا * نعم *

(4) هل تسجل باسمك وبياناتك الشخصية الحقيقية؟

لا * نعم *

- لماذا؟

5) منذ متى تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي؟

❖ من (6) أشهر الى سنة

❖ من سنة (1) سنتين

❖ أكثر من ثلاث سنوات

6) هل تشجع الشباب الجامعيين خصوصا على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

* نعم * لا

ولماذا؟

7) ما الهدف من استخداماتك لمواقع التواصل الاجتماعي أنت كطالب جامعي؟

❖ اجتماعي

❖ دراسي

❖ ثقافي

❖ تجاري

❖ أخرى

8) ما هو أكثر موقع تتصفحه؟

❖ فايسبوك

❖ تيك توك

❖ سناب شات

❖ إنستغرام

❖ موقع آخر

9) كيف تدخل لهذه المواقع؟

❖ الهاتف النقال

❖ الحاسوب المحمول / المكتبي

❖ اللوحات الرقمية مثل التابلت / الأيباد:

10) حسب رأيك ما هو أكثر موقع من مواقع التواصل الاجتماعي التي تساهم في إثراء الجانب الثقافي والمعرفي للطلبة الجامعيين؟

11) هل أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي تغييرا على حياتك؟

نعم * لا *

كيف ذلك؟

12) هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين وعيك الاجتماعي والثقافي العام؟

نعم * لا *

- كيف ذلك؟

13) هل ترى ان مواقع التواصل الاجتماعي تجلب أو تنشر أفكار غريبة للطلبة الجامعيين؟

- حدد بعض الأفكار:

14) ما رأيك في هذه الأفكار؟

15) هل تعتقد ان مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير على المستوى التعليمي للطلبة

الجامعيين؟

نعم * لا *

المحور الثالث: الثقافة

1) ما هو تعريفك للثقافة؟

2) هل لديك فكرة عن الثقافة الوافدة (الخارجية)؟

نعم * لا *

3) بالنسبة إليك فيما تتمثل الثقافة الخارجية (مظاهرها)؟

4) ما هو مدى تأثير هذه الثقافة الوافدة على شخصية الطلبة الجامعيين؟

5) هل تساعد هذه الثقافة في نشر الانفتاح الثقافي لدى الشباب الجامعي؟

نعم * لا *

6) هل مواقع التواصل الاجتماعي لها علاقة في جلب الثقافة الوافدة؟

نعم * لا * ربما *

- كيف ذلك؟

7) هل الثقافة الوافدة لها تأثير على المستوى التعليمي للطلاب الجامعي؟

نعم * لا *

8) كيف يكون هذا التأثير (من أي ناحية)؟

9) في نظرك هل تتداخل الثقافة الوافدة مع الثقافة المحلية للطلبة الجامعيين؟

نعم * لا *

10) حدد مجالات التداخل؟

11) ما هو تقييمك لهذه الثقافة الوافدة؟

شكرا على المشاركة

Université Abdelhamid Ibn Badis – Mostaganem –

Domaine : Sciences Humaines et Sociales

Filière : Sciences Sociales

Année Université : 2023/2024

Etudiants inscrits			
Filière Spécialité	F	M	Total
S.S/ L01	310	51	361
Orthophonie L02	117	12	129
Orthophonie L03	74	2	76
Philosophie L02	27	4	31
Philosophie L03	22		22
Psychologie L02	122	18	140
Psychologie clinique L03	77	7	84
Psychologie scolaire L03	48	7	55
Sciences de l'éducation L02	79	8	87
Sciences de l'éducation L03	91	4	95
Sociologie L02	63	27	90
Sociologie L03	54	19	73
Total	1084	159	1243

Etudiants inscrits			
Spécialité	F	M	Total
Pathologie du langage et de la communication m01	58	15	73
Pathologie du langage et de la communication m02	63	2	65
Philosophie générale m01	6	4	10
Philosophie générale m02	9	3	12
Psychologie clinique m01	63	8	71
Psychologie des organisations et gestion des ressources humaines m01			0
Psychologie scolaire m01	34	11	45
Psychologie clinique m02	52	6	58
Psychologie des organisations et gestion des ressources humaines m02	1		1
Psychologie scolaire m02	23	6	29

Counseling et orientation m01	46	7	53
Counseling et orientation m02	29	5	34
Sociologie de l'Education m01	10	3	13
Sociologie de l'organisation et du travail m1	24	3	27
Sociologie urbaine m01	11	9	20
Sociologie de l'Education m02	11	2	13
Sociologie urbaine m02	8	9	17
Sociologie de l'organisation et du travail m02	23	4	27
Total	471	97	568

قائمة الجداول

60	الجدول (1): العينة الجزئية للدراسة
61	الجدول (2): العينة الكلية للدراسة.
62	الجدول (3): خصائص عينة الدراسة حسب متغير الجنس.
63	الجدول (4): خصائص عينة الدراسة حسب متغير السن.
64	الجدول (5): خصائص عينة الدراسة حسب متغير مكان الإقامة.
65	الجدول (6): خصائص عينة الدراسة حسب متغير نوع السكن.
66	الجدول (7): خصائص عينة الدراسة حسب متغير عدد أفراد العائلة.
67	الجدول (8): خصائص عينة الدراسة حسب متغير عدد غرف البيت.
68	الجدول (9): خصائص عينة الدراسة حسب متغير الحالة الإقتصادية.
69	الجدول (10): خصائص عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي.
70	الجدول (11): خصائص عينة الدراسة حسب متغير التخصص.
71	الشكل (12): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمل.
72	الجدول (13): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول إذا ما كانت لهم فكرة مسبقة على مواقع التواصل الاجتماعي.
73	الجدول (14): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول نوع فكرة التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي
74	الجدول (15): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول امتلاك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي.
75	الجدول (16): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول تسجيلهم ببياناتهم الشخصية
76	الجدول (17): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول سبب عدم كشفهم لهوياتهم
78	الجدول (18): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول مدة إستعمال مواقع التواصل الاجتماعي
79	الجدول (19): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول تشجيع الشباب خصوصا الجامعي على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
80	الجدول (20): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول الهدف من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
81	الجدول (21): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول أكثر المواقع تصفحا.
81	الجدول (22): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول كيفية الدخول لهذه المواقع.
82	الجدول (23): توزيع إجابات أفراد عينة حول رأي الطلبة في أكثر موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في إثراء الجانب المعرفي والثقافي للطلبة الجامعيين
84	الجدول (24): توزيع إجابات أفراد العينة حول حقيقة قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على تغيير حياة الطالب الجامعي.

85	الجدول (25): توزيع إجابات أفراد عينة حول كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الطالب الجامعي.
87	الجدول (26): توزيع إجابات أفراد عينة حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الوعي الاجتماعي والثقافي العام للطالب الجامعي
88	الجدول (27): توزيع إجابات أفراد عينة حول كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على وعي الاجتماعي للطالب الجامعي
90	الجدول (28): توزيع إجابات أفراد عينة حول جلب مواقع التواصل الاجتماعي ونشرها لأفكار غريبة للطلبة الجامعيين
91	الجدول (29): توزيع إجابات أفراد عينة حول رأي الطالبة. في افكار الثقافات الوافدة
92	الجدول (30): توزيع إجابات أفراد عينة حول رأي الطالب الجامعي في الافكار التي تجلبها الثقافات الوافدة
93	الجدول (31): توزيع إجابات أفراد عينة حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى التعليمي للطلبة الجامعيين.
94	الجدول (32): توزيع إجابات أفراد عينة حول مفهوم الثقافة.
95	الجدول (33): توزيع إجابات أفراد عينة حول ماهية الثقافة الوافدة.
96	الجدول (34): توزيع إجابات أفراد عينة حول مفهوم الثقافة الوافدة لدى الطالب الجامعي.
97	الجدول (35): توزيع إجابات أفراد عينة حول مدى تأثير الثقافة الوافدة على شخصية الطالب الجامعي.
98	الجدول (36): توزيع إجابات أفراد عينة حول نشر الثقافات الوافدة للانفتاح الثقافي لدى الطالب الجامعي.
99	الجدول (37): توزيع إجابات أفراد عينة حول مواقع التواصل الاجتماعي لها علاقة في جلب الثقافة الوافدة
100	الجدول (38): توزيع إجابات أفراد عينة حول طريقة جلب الثقافة الوافدة
102	الجدول (39): توزيع إجابات أفراد عينة حول تأثير الثقافة الوافدة على المستوى التعليمي للطالب الجامعي
103	الجدول (40): توزيع إجابات أفراد عينة حول نواحي التأثير.
104	الجدول (41): توزيع إجابات أفراد عينة حول مدى تداخل الثقافة الوافدة مع الثقافة المحلية للطالب الجامعي.
105	الجدول (42): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول مجال التداخل
106	الجدول (43): توزيع إجابات أفراد عينة حول تقييمهم للثقافة.

قائمة الاشكال

62	الشكل (1): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.
63	الشكل (2): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.
64	الشكل (3): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مكان الإقامة.
65	الشكل (4): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير نوع السكن.
66	الشكل (5): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير عدد أفراد العائلة.
67	الشكل (6): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير عدد غرف البيت.
68	الشكل (7): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاقتصادية.
69	الشكل (8): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاقتصادية.
70	الشكل (9): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص.
71	الشكل (10): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمل.
72	الشكل (11): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول .
73	الشكل (12): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة
74	الشكل (13): توزيع إجابات أفراد عينة الدّ امتلاك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي راسة
76	الشكل (14): توزيع إجابات أفراد عينة الدّراسة حول تسجيلهم ببياناتهم الشخصية
77	الشكل (15): توزيع إجابات أفراد عينة الدّراسة
79	الشكل (16): توزيع إجابات أفراد عينة الدّراسة حول مدة إستعمال مواقع التواصل الاجتماعي
80	الشكل (17): توزيع إجابات أفراد عينة الدّراسة حول تشجيع الشباب خصوصا الجامعي على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
82	الشكل (18): توزيع إجابات أفراد عينة حول كيفية الدخول لهذه المواقع.
83	الشكل (19): توزيع إجابات أفراد عينة حول راي الطلبة في أكثر موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في إثراء الجانب المعرفي والثقافي للطلبة الجامعيين .
84	الشكل (20): توزيع إجابات أفراد عينة حول حقيقة قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على تغيير حياة الطالب الجامعي
87	الشكل (21): توزيع إجابات أفراد عينة حول كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الطالب الجامعي .
88	الشكل (22): توزيع إجابات أفراد عينة حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الوعي الاجتماعي والثقافي العام للطالب الجامعي
89	الشكل (23): توزيع إجابات أفراد عينة حول كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على وعي الاجتماعي للطالب الجامعي

90	الشكل (24): توزيع إجابات أفراد عينة
92	الشكل (25): توزيع إجابات أفراد عينة حول رأي الطالبة. في افكار الثقافات الوافدة
93	الشكل (26): توزيع إجابات أفراد عينة حول رأي الطالب الجامعي في الافكار التي تجلبها الثقافات الوافدة
94	الشكل (27): توزيع إجابات أفراد عينة حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى التعليمي للطلبة الجامعيين.
95	الشكل (28): توزيع إجابات أفراد عينة.
96	الشكل (29): توزيع إجابات أفراد عينة حول ماهية الثقافة الوافدة .
97	الشكل (30): توزيع إجابات أفراد عينة حول مفهوم الثقافة الوافدة لدى الطالب الجامعي.
98	الشكل (31): توزيع إجابات أفراد عينة حول مدى تأثير الثقافة الوافدة على شخصية الطالب الجامعي
99	الشكل (32): توزيع إجابات أفراد عينة حول نشر الثقافات الوافدة للانفتاح الثقافي لدى الطالب الجامعي
100	الشكل (33): توزيع إجابات أفراد عينة حول مواقع التواصل الاجتماعي لها علاقة في جلب الثقافة الوافدة
101	الشكل (34): توزيع إجابات أفراد عينة حول طريقة جلب الثقافة الوافدة
102	الشكل (35): توزيع إجابات أفراد عينة حول تأثير الثقافة الوافدة على المستوى التعليمي للطالب الجامعي
104	الشكل (36): توزيع إجابات أفراد عينة حول نواحي التأثير.
105	الشكل (37): توزيع إجابات أفراد عينة حول مدى تداخل الثقافة الوافدة مع الثقافة المحلية للطالب الجامعي..
106	الشكل (38): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول مجال التداخل
107	الشكل (39): توزيع إجابات أفراد عينة حول تقييمهم للثقافة