



بسكرة في 2024/06/04

الاسم واللقب الأستاذ المشرف : الخنساء تومي
الرتبة : أستاذ تعليم عالي
المؤسسة الأصلية : جامعة محمد خيضر بسكرة

الموضوع: الإذن بالإيداع

أنا الممضي أسفله الأستاذة (ة) الخنساء تومي وبصفتي مشرفا على مذكرة الماستر للطلالين: (ة)

1- هند عاشور

2- عمري يسرى غفران

في تخصص: اتصال وعلاقات عامة

والموسومة: انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة الجماهيرية لدى الشباب
الجامعي دراسة ميدانية لطلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة بسكرة

والمسجل بقسم العلوم الإنسانية، شعبة إعلام واتصال أقربان المذكرة قد استوفت مقتضيات

البحث العلمي من حيث الشكل والمضمون، ومن ثمة أعطي الإذن بإيداعها.

إمضاء المشرف

الدكتورة
الخنساء تومي

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم العلوم الانسانية



مذكرة ماستر

العلوم الانسانية والاجتماعية
علوم الإعلام والاتصال
اتصال وعلاقات عامة

رقم: أدخل رقم تسلسل المذكرة

إعداد الطالبتان:

عاشور هند

عمري يسرى غفران

يوم: 2024/06/11

انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة الجماهيرية لدى الشباب الجامعي
دراسة ميدانية لطلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة بسكرة

لجنة المناقشة:

مشرفا ومقررا
رئيسا
مناقشا

جامعة محمد خيضر بسكرة
جامعة محمد خيضر بسكرة
جامعة محمد خيضر بسكرة

أستاذ تعليم عالي
محاضر أ
محاضر أ

الحنساء تومي
صونيا قوراري
سعاد سراي

السنة الجامعية: 2024/2023



مذكرة ماستر

العلوم الانسانية والاجتماعية
علوم الإعلام والاتصال
اتصال وعلاقات عامة

رقم: أدخل رقم تسلسل المذكرة

إعداد الطالبان:

عاشور هند

عمري يسرى غفران

يوم: 2024/06/11

انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة الجماهيرية لدى الشباب الجامعي
دراسة ميدانية لطلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة بسكرة

لجنة المناقشة:

مشرفا ومقررا
رئيسا
مناقشا

جامعة محمد خيضر بسكرة
جامعة محمد خيضر بسكرة
جامعة محمد خيضر بسكرة

أستاذ تعليم عالي
محاضر أ
محاضر أ

الجنساء تومي
صونيا قوراري
سعاد سراي



شُكْرٌ وَعِرْفَانٌ

الحمد لله رب العالمين

والصلاة والسلام على سيدنا محمد الصادق الوعد الأمين
اللهم لا علم لنا إلا ما علمتنا، إنك أنت العليم الحكيم.
أولا وقبل كل شيء نشكر الله على فضله حيث أتاح لنا إنجاز هذا العمل
فله الحمد أولا وآخرا، نتقدم بالشكر وخالص التقدير الى
الأستاذة المشرفة "تومي خنساء"

التي لم تبخل علينا بتقديم النصائح والتوجيهات القيمة والثمينة
التي ساعدتنا على إنجاز هذا العمل، نشكرها على طيبتها وصبرها معنا بابتسامتها
الدائمة فجزاها الله ألف خير.
كما نتقدم بالشكر الجزيل الى الأساتذة الأفاضل أعضاء اللجنة المناقشة على
تكرمهم وقراءة هذا الموضوع ومناقشته، وإلى كل أساتذتنا في تخصص علوم الاعلام
 والاتصال، على نصحتهم وتوجيهاتهم السديدة.
وفي الختام نسأل الله العلي القدير أن يجعل هذا العمل خالص.

شكر الجزيل



من قال أنا لها "نالها"

لم تكن الرحلة قصيرة ولا ينبغي لها ان تكون،

لكني فعلتها ونلتها.

الحمد لله حبا وشكرا وامتنانا على البدء وانختم، الذي بفضلها ها أنا اليوم
أنظر إلى حلما طال انتظاره وقد أصبح واقعا افتخر به.

الى ملاكي الطاهر، وقوتي بعد الله، داعمتي الأولى والأبدية "أمي"
أهديك هذا الانجاز الذي لولا تضحياتك لما كان له وجود، ممتنة لأن
الله قد اصطفاك لي من البشر أما يا خير سند وعوض.
إلى من دعمني بلا حدود وأعطاني بلا مقابل، من علمني أن الدنيا
كفاح وسلاحها العلم والمعرفة، داعمي في مسيرتي وسندي وقوتي وملاذي
بعد الله "أبي"

إلى من قيل فيهم

[سنشد عضدك بأخيك]

الى إخوتي "أدامكم الله ضلعا ثابتا لي"

إلى من آمنت بقدراتي وأمان أيامي "أختي"

الطالبة: عاشور هند

إِهْدَاءً

أهدي ثمرة جهدي هذا إلى:
أغلى وأثمن جوهرتين في هذا الوجود قرة عيني والدي العزيزين
اللذان أوصى بهما الله تعالى في محكم تنزيله
قال فيهما: ((واحفظ لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما
كما ربياني صغيراً)) سورة الإسراء الآية -24-
إلى التي ضحت من أجلي وسهرت على خدمتي
إلى صاحبة القلب الحنون والتي كانت يدا للعون
إليك أمي
إلى الذي كان سندا وضحي طيلة دربي الدراسي
ورباني على مكارم الأخلاق، مثلي الأعلى وقودوتي الحسنة
إليك أبي.

الطالبة: عمري يسرى غفران

الفهارس

فهرس المحتويات

الصفحة

شكر وعرافان

الإهداء

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

أ-ت مقدمة

الإطار المنهجي

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

- 1- الإشكالية 6
- 2- أسباب اختيار الموضوع: 8
- 1-2 الأسباب الذاتية: 8
- 2-2 الأسباب الموضوعية: 9
- 3- أهمية الدراسة: 9
- 4 - أهداف الدراسة: 10
- 5- ضبط المفاهيم والمصطلحات: 11
- 6- منهج الدراسة: 15
- 7- الدراسات السابقة: 17
- 8- المقاربة السوسولوجية: 36

الإطار النظري

الفصل الثاني: مواقع التواصل الإجتماعي

- أولاً. أهمية مواقع التواصل الاجتماعي: 44
- ثانياً. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي: 45
- ثالثاً. نماذج من مواقع التواصل الاجتماعي: 47
- رابعاً. آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: 52
- 1- السلبيات: 52
- 2- الإيجابيات: 55
- خامساً. دوافع استخدام منتسبي الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي: 56
- سادساً. تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب: 58
- 1- التأثيرات المعرفية: 58
- 2- التأثيرات الوجدانية: 59
- 3- التأثيرات السلوكية: 60

الفصل الثالث: الثقافة الجماهيرية والشباب الجامعي

- أولاً. الثقافة الجماهيرية..... 62
- 1- الثقافة الجماهيرية من التحليل الماركسي إلى الاتجاه النقدي: 62
- 2- خصائص الثقافة الجماهيرية: 64
- 3- تأثيرات الثقافة الجماهيرية: 65
- 4- أبعاد الثقافة الجماهيرية: 69
- 1-4 الأبعاد الإيجابية للثقافة الجماهيرية: 70
- 2-4 الأبعاد السلبية للثقافة الجماهيرية: 75
- 5- وسائل الثقافة الجماهيرية: 79

86	6- الثقافة الجماهيرية والميديا الجديدة:
88	7- الثقافة الاستهلاكية:
88	1-7 مفهوم الثقافة الاستهلاكية:
88	2-7 خصائص الثقافة الاستهلاكية:
89	8- الثقافة الشعبية:
89	1-8 مفهوم الثقافة الشعبية:
90	2-8 خصائص الثقافة الشعبية:
91	ثانيا. الشباب الجامعي:
91	1- خصائص الشباب الجامعي:
93	2- مشكلات الشباب الجامعي:
93	1-2 مشكلات اجتماعية:
95	2-2 المشكلات الصحية والنفسية:
96	3-2 المشكلات التعليمية والثقافية:
97	4-2 المشكلات الاقتصادية:
98	3- ثقافة الشباب:
99	4- الثقافة الجماهيرية لدى الشباب:
101	5- آثار الثقافة الجماهيرية على الشباب:
103	6- المواقع وقضايا الشباب الجامعي:
103	1-6 المواقع والتناقض فيما يتعلق بالشباب الجامعي:
103	2-6 المواقع والغزو الفكري:
104	3-6 المواقع والحفاظ على البيئة:
104	4-6 مواقع التواصل وتأثير البيت الساخن:
104	5-6 المواقع والتوعية السياسية:
105	6-6 المواقع والتنمية:

105.....	6-7 المواقع وثبيت وتأهيل الانتماء:
105.....	6-8 المواقع ومسؤوليتها في علاج ظاهرة الزواج العرفي:
106.....	6-9 المواقع ووظيفة العلاج النفسي والوجداني:
106.....	6-10 المواقع والسيطرة على المعلومات:
107.....	7- الآثار الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجامعي وسبل علاجها:

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع: الإجراءات الميدانية ونتائج الدراسة

112.....	أولاً: الإجراءات الميدانية للدراسة.....
112.....	1- مجالات الدراسة:
112.....	1-1 المجال المكاني:
112.....	1-2 المجال الزمني:
113.....	1-3 المجال البشري (مجتمع البحث):
113.....	أ- مجتمع البحث:
114.....	ب- عينة الدراسة:
115.....	2- أدوات الدراسة:
118.....	2- خصائص العينة بناء على تحليل وتفسير نتائج المحور الأول:
118.....	1-2 من حيث الجنس:
120.....	2-2 من حيث السن:
121.....	2-3 من حيث المستوى الجامعي:
123.....	2-4 من حيث الحالة الاجتماعية:
124.....	2-5 من حيث الوضعية المادية:
126.....	ثانياً: تفريغ وتحليل بيانات الدراسة.....

1- تفريغ وتحليل بيانات نتائج المحور الثاني من الاستبيان:	126
2- تفريغ وتحليل بيانات نتائج المحور الثالث من الاستبيان:	143
3- تفريغ وتحليل بيانات المحور الرابع من الاستبيان:	156
ثالثا: نتائج الدراسة:	172
1- نتائج خصائص العينة:	172
2- نتائج التساؤل الأول:	173
3- نتائج التساؤل الثاني:	176
4- نتائج التساؤل الثالث:	178
خاتمة:	182
قائمة المصادر والمراجع:	186
الملاحق:	186

قائمة الجداول

رقم الصفحة	
118	جدول 1: يوضح توزيع العينة حسب الجنس
120	جدول 2: يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن
121	جدول 3: يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي
123	جدول 4: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية
124	جدول 5: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوضعية المادية
126	جدول 6: يبين توزيع أفراد العينة حسب الاستهلاك الثقافي
128	جدول 7: يوضح مواقع التواصل الأكثر استخداما
129	جدول 8: يوضح عدد ساعات استهلاك الطالب
131	جدول 9: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اللغة المستخدمة
133	جدول 10: يوضح توزيع عينة دراسة حسب صيحات الاستهلاك الثقافي
135	جدول 11: يوضح توزيع عينة دراسة حسب فهم الثقافات المختلفة
136	جدول 12: يوضح توزيع عينة دراسة الاجابة بنعم
138	جدول 13: يوضح شراء منتجات ثقافية بناء على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي
140	جدول 14: يوضح توزيع عينة دراسة حسب الاجابة بنعم
141	جدول 15: يوضح التفاعل مع أنواع المحتوى الثقافي
143	جدول 16: يوضح تأثير قصص الآخرين
145	جدول 17: يوضح توزيع عينة دراسة حسب أثرها على الطالب
147	جدول 18 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب تغيير أو تعزيز قيم الطالب
148	جدول 19: يوضح تعارض قيم ومعتقدات الطالب
149	جدول 20: يوضح تواصل الطالب مع أشخاص من نفس القيم والمعتقدات
151	جدول 21: يوضح توزيع أفراد العينة حسب شخصيات دينية

152	جدول 22: يوضح القيم المتراجعة
154	جدول 23: يوضح تأثيرها اتجاه الثقافة السائدة
156	جدول 24: يوضح تأثير المواقع على سلوكيات الطالب
158	جدول 25: يوضح أكثر الأنشطة تأثيراً على الطالب
159	جدول 26: يوضح تأثير على مستوى الثقة بالنفس أو الصورة الذاتية
161	جدول 27: يوضح رضا الطالب عن حياته بسبب ما يراه على المواقع
162	جدول 28: يوضح التقاليد الغربية أفضل من تقاليدنا
164	جدول 29: يوضح استخدام الطالب المواقع للقيام بأشياء إيجابية:
165	جدول 30: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الاجابة بنعم
167	جدول 31: يوضح تفضيل الطالب لمواقع التواصل على اللقاءات الحقيقية
169	جدول 32: يوضح اضافة مواقع التواصل على المستوى الشخصي للطالب
171	جدول 33: يبين السلوكيات الأكثر انتشاراً

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	
119	الشكل رقم 1: يوضح توزيع العينة حسب الجنس
120	الشكل رقم 2: يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن
122	الشكل رقم 3: يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي
123	الشكل رقم 4: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية
125	الشكل رقم 5: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوضعية المادية
126	الشكل رقم 6 : يبين توزيع أفراد العينة حسب الاستهلاك الثقافي
128	الشكل رقم 7: يوضح مواقع التواصل الأكثر استخداما
130	الشكل رقم 8 : يوضح عدد ساعات استهلاك الطالب
131	الشكل رقم 9: يوضح توزيع عينة دراسة حسب اللغة المستخدمة
133	الشكل رقم 10: يوضح توزيع عينة دراسة حسب صيحات الاستهلاك الثقافي
135	الشكل رقم 11: يوضح توزيع عينة دراسة حسب فهم الثقافات المختلفة
137	الشكل رقم 12: يوضح توزيع عينة دراسة الاجابة بنعم
139	الشكل رقم 13: يوضح شراء منتجات ثقافية بناء على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي
140	الشكل رقم 14: يوضح توزيع عينة دراسة حسب الاجابة بنعم
142	الشكل رقم 15: يوضح تفاعل مع أنواع المحتوى الثقافي
144	الشكل رقم 16: يوضح تأثير قصص الآخرين
145	الشكل رقم 17: يوضح عينة دراسة حسب أثرها على الطالب
147	الشكل رقم 18: يوضح توزيع أفراد العينة حسب تغيير أو تعزيز قيم الطالب

148	الشكل رقم 19: يوضح تعارض قيم ومعتقدات الطالب
150	الشكل رقم 20 : يوضح تواصل الطالب مع أشخاص من نفس القيم والمعتقدات
151	الشكل رقم 21: يوضح توزيع أفراد العينة حسب شخصيات دينية
153	الشكل رقم 22: يوضح القيم المتراجعة
155	الشكل رقم 23: يوضح تأثيرها إتجاه الثقافة السائدة
157	الشكل رقم 24 : يوضح تأثير المواقع على سلوكيات الطالب
158	الشكل رقم 25: يوضح أكثر الأنشطة تأثيراً على الطالب
160	الشكل رقم 26: يوضح تأثير على مستوى الثقة بالنفس أو الصورة الذاتية
161	الشكل رقم 27: رضا الطالب عن حياته بسبب ما يراه على المواقع
163	الشكل رقم 28: يوضح التقاليد الغربية أفضل من تقاليدنا
164	الشكل رقم 29: يوضح استخدام الطالب المواقع للقيام بأشياء إيجابية
166	الشكل رقم 30: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الاجابة بنعم
167	الشكل رقم 31 : يوضح تفضيل الطالب لمواقع التواصل على اللقاءات الحقيقية
169	الشكل رقم 32: يوضح اضافة مواقع التواصل على المستوى الشخصي للطالب
171	الشكل رقم 33 : يبين السلوكيات الأكثر إنتشاراً

مقدمة

مقدمة

مرت المجتمعات الانسانية العديد من المراحل المختلفة، فكان لكل مرحلة خصائص ومميزات معينة، ومن بين هذه المراحل مرحلة التكنولوجيا والاتصال المعاصرة، هذا الأخير الذي يعد من بين أكبر الاكتشافات التي ساهمت في تغيير حياة البشرية جمعاء. فمن خلال التطورات السائدة في وسائل الإعلام والاتصال نشأت توجهات حديثة لها علاقة بالتأثير على الجانب المادي والفكري للمجتمعات المعاصرة، ذلك أن وسائل الاتصال الجماهيرية تعتبر همزة وصل في التغيير الثقافي والاجتماعي، من خلال ما تنقله من أفكار واتجاهات التي تساهم في ترسيخ الافناع الاجتماعي لمختلف القضايا. عن طريق العديد من الأنشطة الاتصالية المختلفة والمواد الاعلامية المتنوعة، كما لا ننسى مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر من أبرز التقنيات الحديثة في الوقت الراهن بدورها أحدثت تغييرات كبيرة في مسارات الاتصالات من جهة وطبيعة الحياة الافتراضية الاستهلاكية من جهة أخرى التي تفرسها على الجماهير.

وما يميز مواقع التواصل الاجتماعي هي سرعة الاستخدام والانتشار، فأصبحت أغلب المجتمعات تقضي معظم أوقاتها في استخدامها دون الشعور بذلك، ولا شك أنها تمتاز بالعديد من الإيجابيات والسلبيات على حد سواء، ومع كثرة انتشار وسائل الاعلام الجماهيرية واستخدام هاته المواقع، استطاعت هذه الوسائل أن تجمع العديد من الجماهير في وقت وجيز. أدى هذا التطور الى ظهور مفاهيم جديدة من بينها الثقافة الجماهيرية، هذه الثقافة خاصة بالمجتمعات وترتبط بوسائل الاعلام والاتصال التي لها تأثير قوي ومباشر على الأفراد والمجتمعات، نتيجة استعمال مكثف لهذه الوسائل كالتلفزيون والاذاعة ومواقع التواصل الاجتماعي والاعلانات وغيرها، التي لها تغيير في اتجاهات ومواقف الأفراد، فهناك

مجموعة من العوامل التي تعمل على تصنيع الثقافة بمكوناتها و من مخرجاتها الثقافة الاستهلاكية، بحيث تتميز بإيصال المحتوى الجماهيري الى شرائح واسعة من المجتمع، مما يؤدي الى احداث تأثير كبير على مستوى النمط الثقافي والعقائد والسلوكيات، ويجدر الاشارة أن الثقافة الجماهيرية تتغير باستمرار خاصة في ظل التطورات الراهنة فهي ليست ثابتة تتأثر بتفاعلات متعددة وفي نفس الوقت تنتقد لكونها تركز على القضايا السطحية وتقلل من اهتمام بالقيم الأخلاقية، وتشجع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي والسلوكيات الاستهلاكية والمقلدة، فهي تعزز من ثقافة الاستهلاك وهذا ما ينتج لنا ثقافة استهلاكية التي تتجلى في كل ما يتم عرضه واقتنائه على مختلف الجماهير والشعوب خاصة الشباب، فهي توفر امكانية التعبير عن أنفسهم وتلبية احتياجاتهم ورغباتهم بشكل أفضل.

فالثقافة الجماهيرية تلعب دورا بارزا في حياة الشباب الجامعي، من خلال تأثيرها على قيمهم ومعتقداتهم خاصة إذا كان هناك ترويج للعنف أو السلوكيات المنحرفة، فهي تمكنهم من التفاعل مع المواضيع المختلفة، وكذا تبادل المحتويات الثقافية التي يتم ترويجها فمع الانفتاح الحاصل للشباب الجامعي واتباعهم للثقافة الغربية، نتج عنها طغيان في العادات والتقاليد الوافدة لهم فيقعون في مفترق طرق بين ما هو موجود في مجتمعهم وطبيعته العربية وبين ما هو وافد صادر لهم من ثقافات غربية غريبة عن قيمنا وعاداتنا. فمن المهم أن يكون الشباب الجامعي على درجة من الوعي دراية بالتأثيرات الايجابية والسلبية للثقافة الجماهيرية.

تأسيسا لما سبق، جاءت هذه الدراسة للتعرف على انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة الجماهيرية لدى الشباب الجامعي لعينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة بسكرة.

وقد تناول الموضوع الخطة التالية التي قسمت إلى أربعة فصول، حيث تطرق الفصل الأول للإطار العام للدراسة، متضمنا الإشكالية، أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة والأهداف المرجو تحقيقها، مفاهيم الدراسة، منهج الدراسة، الدراسات السابقة والمقاربة السوسيولوجية.

بينما تناول الفصل الثاني مواقع التواصل الاجتماعي من خلال أهمية مواقع التواصل الاجتماعي، خصائصها، نماذج من مواقع التواصل الاجتماعي، وآثار استخدامها واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، دوافع استخدام منتسبي الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي، وتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب.

في حين تضمن الفصل الثالث الثقافة الجماهيرية والشباب الجامعي من خلال التطرق أولا إلى الثقافة الجماهيرية من التحليل الماركسي إلى الاتجاه النقدي، خصائص الثقافة الجماهيرية، تأثيرات الثقافة الجماهيرية، وأبعادها الإيجابية والسلبية، وسائل الثقافة الجماهيرية، الثقافة الجماهيرية والميديا الجديدة، الثقافة الاستهلاكية وخصائصها، الثقافة الشعبية وخصائصها، وثانيا إلى خصائص الشباب الجامعي، مشكلات الشباب الجامعي، ثقافة الشباب الثقافية الجماهيرية لدى الشباب، آثار الثقافة الجماهيرية على الشباب، المواقع وقضايا الشباب الجامعي.

يليه الفصل الرابع كانطلاقة للجانب التطبيقي ونتائج الدراسة الذي عالجه مجالات الدراسة (الزمني والمكاني والبشري)، ثم العينة، والأدوات الأساسية والثانوية لجمع البيانات ليأتي في الأخير أهم النتائج ومدى تحقيقها لأهداف الدراسة، لنصل بعدها إلى جملة من التوصيات والاقتراحات وخاتمة الدراسة.

الإطار المنهجي

الفصل الأول:

الإطار العام للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع

ثالثاً: أهمية الدراسة

رابعاً: أهداف الدراسة

خامساً: مفاهيم الدراسة

سادساً: الدراسات السابقة

سابعاً: المقاربة السوسيولوجية

1- الإشكالية

حظي التطور التكنولوجي في مجال الاعلام والاتصال الى احداث قفزة نوعية في عالم الاتصالات والشبكات ما أدى الى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، لكونها منصات جعلت العالم أكثر ارتباطا وتفاعلا من أي وقت مضى، بدأت كأدوات ب سيطرة للتواصل وتطورت لتصبح مجتمعات افتراضية تجمع بين الأفراد، وتوفر فرص التواصل كما تلعب دورا حيويا في نقل الأخبار والمعلومات، انها تجربة تفاعلية ترتبط بحياتنا اليومية بشكل لم يكن ممكنا في الماضي وتعكس تطور العصر الرقمي الذي نعيشه التي تتضمن الكثير من المعايير والمبادئ خاصة فيما يخص التعدد الثقافي بفعل أن الثقافة بوتقة التي من خلالها تتضح الملامح الثقافية للمجتمعات.

حيث فتح هذا الفضاء الافتراضي مجالا لخلق العلاقات والتفاعلات الاجتماعية الذي يعتبر من أهم الركائز التي تبنى عليها المجتمعات، بفعل ما أحدثته وسائل الاتصال المتقدمة وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي التي تميزت بإقبال متزايد من فئات عمرية مختلفة، الأمر الذي جعلهم يعيشون في ظل عالم تقني ومجتمع افتراضي يسيطر على اهتماماتهم، فالتحولات التي طرأت خلال العقود الماضية أحدثت ثورة ثقافية التي تستهلكها المجتمعات وبالأخص فئة الشباب فهذا النوع من الثقافة فرض على الجماهير دون إدراك أو وعي منهم فقد أتاحت الثقافة الجماهيرية الوصول الى مختلف أنواع الفنون والترفيه ومشاركة الثقافة بين الأفراد والمجتمعات دون مراعاة لمستوياتهم الثقافية والاجتماعية.

ان الدارس لمواقع التواصل الاجتماعي سيجد ان هناك تأثيرات مباشرة على العديد من الجوانب ابرزها الجانب الثقافي في ظل عدة متغيرات كالتراث الثقافي والقيم

والإخلاقيات وثورة المعلومات التي تعد من أهم التحديات التي تقف أمام بناء الثقافة بغض النظر عن الفرد المتعرض للمحتوى الافتراضي لكون تلك الحدود تعتبر ملغية في هذا العالم الرقمي وأكبر فئة متأثرة هنا هي فئة الشباب لأن هذا التأثير يمس ثقافتهم الجماهيرية بصفة دقيقة، علاوة على ذلك يترافق هذا التأثير بتحديات وإشكاليات تتطلب التفكير والوعي الرقمي لدى الشباب مما يساهم في تشكيل ثقافتهم الجماهيرية بطريقة تعبر عن تنوعهم، ولا شك في أن مواقع التواصل الاجتماعي قد كشفت معنى التغلغل الثقافي الاستهلاكي بين الشباب ووضحت طبيعة الوعي الذي تشكله الثقافة الجماهيرية من خلال ما تقدمه من أحزمة ثقافية متنوعة، محاولة خلق ثقافة غربية متجذرة وإشباعهم ب مواد إعلامية واتصالية وهمية أن تجعل هذه الأخيرة في حالة وعي مزيف التي ينظر إليها من منظورين مختلفين ، منها ما هو سلبي والآخر إيجابي.

وقد بينت بعض الدراسات أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير مباشر على الثقافة الجماهيرية للمستخدمين خاصة الشباب منهم، وذلك إما بتعزيز بعض الأفكار أو تغيير بعض القنوات السائدة مسبقاً من نظم سابقة ومن ناحية أخرى قد تعمل هاته المواقع على توحيد الأذواق والمواضيع الثقافية بين الشباب، فالثقافة الجماهيرية أرضية خصبة للتبادل الثقافي وهذا يعني أن الأفكار الغربية المهيمنة عليها هي التي تنتشر على نطاق واسع مما يؤدي إلى تهميش الثقافات الأخرى فالتواصل المكثف عبر هذه المنصات يشكل من صفة للتعرف على ثقافات مختلفة ولكنه في نفس الوقت قد يؤدي إلى الانغلاق داخل بيئة ثقافة رقمية مما يؤثر على التنوع الثقافي، ومن هنا يتمحور سؤال إشكاليتنا كالاتي :

- فيما تتمثل انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة الجماهيرية لدى الشباب الجامعي؟

تدرج ضمن هذه الاشكالية اسئلة فرعية:

الأسئلة الفرعية:

- كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط الاستهلاك لدى الشباب الجامعي؟
- كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم والمعتقدات لدى الشباب الجامعي؟
- كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوكيات الشباب الجامعي؟

2- أسباب اختيار الموضوع:

يمكن ان يكون اختيارنا لهذا الموضوع مستندا الى نتائج متزايدة لمواقع التواصل الاجتماعي على سلوكيات الشباب، وكيف يؤثر ذلك في تشكيل وجدان الشباب الجامعي وتطويرهم الثقافي، فمهما كانت طبيعة العمل البحثي الأكاديمي لا بد من وجود أسباب واعتبارات لهذا الموضوع ومن بين الاسباب التي جعلتنا نختار هذا الموضوع منها الذاتية والموضوعية:

1-2 الأسباب الذاتية:

- ✓ ينبثق هذا الموضوع ضمن الإطار العام لاهتماماتنا العلمية والبحثية، إضافة لكون الشباب بحاجة ماسة للتعرف على الثقافات المختلفة.
- ✓ الرغبة في الاستفادة من المفاهيم والمصطلحات لتحصيل أكبر قدر ممكن من المعارف حول مواقع التواصل الاجتماعي والثقافة الجماهيرية
- ✓ الفضول والشغف لدراسة هذا الموضوع والتعرف على واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
- ✓ اهتمامنا بهذه الدراسة كونها ظاهرة تمس المجتمع وبالأخص فئة الشباب الجامعي.

2-2 الأسباب الموضوعية:

✓ يعتبر الموضوع حيوي ومتجدد، فمواقع التواصل الاجتماعي تشجع على تشكيل مجتمعات افتراضية تنتشر فيها الآراء والمعتقدات، مما يخلق أنماط جديدة من التفاعل الاجتماعي بين الشباب.

✓ التطرق لدراسة الثقافة الجماهيرية، كون أن الشباب الجامعي بحاجة ماسة للتدبير على معارف وأفكار المجتمع الثقافية وذلك لتعزيز الحوار والتبادل الثقافي فيما بينهم

✓ علاقة موضوع الدراسة مع مجال تخصصنا، بحيث يرتبط ارتباطا وثيقا بمجال الاعلام والاتصال وهذا يرجع لكون مواقع التواصل الاجتماعي تستخدم للترويج لبعض الأفكار والثقافات المختلفة بناء على اهتماماتهم، مما يؤثر على خياراتهم في استهلاك المحتوى الثقافي.

3-أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من قيمة الموضوع المدروس في طبيعة متغيرات البحث المرتبطة بالثقافة الجماهيرية ومواقع التواصل الاجتماعي والشباب الجامعي، فمن المعلوم أن لكل دراسة أهمية معينة تتطوي عليها، والدراسة التي بين أيدينا لها ميزة كبيرة كونها تعالج الثقافة الجماهيرية وما تلعبه من دور واضح وجلي على متلقيها والتي تشكل إطار معرفي يعكس الإطار المعرفي للشباب الجامعي التي تظهر في تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط سلوكهم الذي أصبح معظم الشباب وخاصة الجامعي يفضلون

التواصل عبرها بدلا من التواصل المباشر والتي ساعدت على ظهور ثقافات جديدة وتبادل القيم والمعتقدات فيما بينهم.

كذلك نرى الأهمية البالغة التي تشير إليها دراستنا على أن الثقافة الجماهيرية قد قضت على الانغلاق وحطمت جميع الحواجز التي تعيق الوصول إلى المعارف ورفعت من مستوى التواصل والحوار حيث فرضت الفضاءات المشاركة والاندماج فيما بين الثقافات المختلفة ومساهمتها في تعزيز الوعي حول قضايا ثقافية والاجتماعية الهامة، حيث باتت هذه الأخيرة تتيح لهم اختيارات متعددة سواء أكانت معرفية أو شرائية، مما يستدعي وجود ثقافة ووعي استهلاكي لدى الشباب الجامعي من أجل الاختيار الأفضل.

4 - أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة كيفية تشكل الثقافة الجماهيرية وذلك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي لدى فئة المستخدمين وهم الشباب الجامعي وكيف ساهمت في أحداث التغيير الثقافي لديهم إضافة إلى هدف لا يقل عن باقي الأهداف يوضح المضمين والقيم التي نتجت عن حجم الوعي الذي شكلته، هذا ما سنوضحه من خلال اعتمادنا على الأهداف المرجو تحقيقها كالتالي:

- معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط الاستهلاك الثقافي لدى الشباب الجامعي.
- الكشف عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم والمعتقدات لدى الشباب الجامعي.
- معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على سلوكيات الشباب الجامعي

5- ضبط المفاهيم والمصطلحات:

5-1 الثقافة:

- لغة:

تقف، تقف الشيء تقفاً، وتقافاً وتقوفة: حذقه، وتقف الرجل ثقافة أي صار حاذقاً خفيفاً، مثل ضخم فهو ضخم، ومنه المثاقفة، وتقف أيضاً تقفاً، مثل تعب تعباً، أي صار حاذقاً فطناً، فهو تقف وتقف مثل حذر وحذر وندس وندس¹

- اصطلاحاً:

✓ تعريف تايلور: (tylor) هي ذلك الكل المركب الذي يتضمن المعرفة والعقيدة والفن والقانون والأخلاق والعادات والتقاليد، وغيرها من القدرات التي يتصل عليها المرء كعضو في الجماعة

✓ مجموعة القيم والمعتقدات والتقاليد والعادات والأخلاق والنظم والمهارات وطرق التفكير وأسلوب الحياة والعرف والفن والنحت والتصوير والرقص الشعبي والأدب والرواية والأساطير والفلسفة والتاريخ ووسائل الاتصال وكل ما صنعه يد الإنسان ونتاج مادي فكري أو توارثه من الأجيال السابقة، أو إضافة إلى تراثه نتيجة عيشه في مجتمع معين....²

1 - ابن منظور: لسان العرب، دار المعارف، القاهرة، 1119، ص492.

2 - د. خالد محمد أبو شعيرة، د. ثائر أحمد غباري: الثقافة وعناصرها، دار الأعصار للدراسات والنشر والتوزيع، الجامعة الأردنية، الأردن (عمان)، 2015/1436، ص18.

- المفهوم الاجرائي:

هي النمط الشامل للسلوك والقيم والعقائد والمبادئ التي تكتسبها وتتبنها مجموعة من الأفراد أو المجتمعات من خلال التعلم والتجارب والتفاعلات الاجتماعية، كما أنها النظام الشامل للمعتقدات والعادات والتقاليد والممارسات الفنية والأدبية والاجتماعية التي يتبناها مجتمع معين، وتعكس تاريخه وتراثه وطريقة تفكيره وتصوره للعالم وتؤثر في تصرفات وسلوك أفرادها وتشكل جوهر التفاعلات الاجتماعية والثقافية داخل المجتمع.

2-5 الثقافة الجماهيرية

هي ثقافة الجميع التي تتيحها مؤسسات تجارية "مؤسسات اعلامية _ صحافية _ اذاعية وتلفزيونية _ سينمائية _ شركات انتاج مختلفة"، وهي منتج من منتجات وسائل الاتصال الجماهيري الراديو والافلام وكتب التسلية والقصص التلفزيونية والسينما وهي معدة للاستهلاك الجماهيري، فالثقافة الجماهيرية هي الرسالة الاتصالية التي تبثها وسائل الاعلام الجماهيرية غير موجهة الى طبقة محددة ولا الى مستوى ثقافي او تعليمي محدد...¹

- المفهوم الاجرائي:

هي الثقافة الشائعة بين الجماهير والشعوب، التي تعرف ضحاياها مختلف المؤسسات وتشمل هذه الثقافة مختلف وسائل الاتصال الجماهيري من عادات الاستهلاك الشائعة والترفيه الشعبي كالأفلام الكوميديّة والمسلسلات التلفزيونية والموسيقى الشعبية وغيرها

1 - د. صالح أبو أصعب: الثقافة الجماهيرية والتنوير، ورقة أولية (الندوة الفكرية: مهرجان جان جرش)، جامعة فيلانديا، 2012، ص6.

من العناصر التي تبثها وسائل الاعلام الجماهيرية بحيث تكون متاحة ومشاركة بين كافة الناس في المجتمع.

3-5 مواقع التواصل الاجتماعي:

ومواقع التواصل الاجتماعي هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، وقد ظهرت هذه المواقع مع الجيل الثاني للويب، لتساعد الأفراد على التواصل والتفاعل في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو انتماء أو مشاركة في قضية بعينها¹

وهي حلقات اجتماعية كما في الحياة اليومية انما الفرق انها عبر الانترنت و هي تضم مواقع خاصة وعامة من كتابات وصور وأفلام ودرشات وتعارف²

- المفهوم الاجرائي:

هي مجموعة من منصات للتفاعل عبر الانترنت تتيح تبادل المعلومات والأفكار والمحتوى بمختلف أشكاله بين الأفراد، فهي عبارة عن شبكات افتراضية تربط بين الأفراد عبر الانترنت تسمح لهم بمشاركة الأفكار والرسائل وغيرها من المحتوى المكتوب أو المرئي أو الصوتي.

1 - د. محمد العوض محمد وداعة الله: مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي، دار الخليج للدراسات والتوزيع، الأردن(عمان)، 2020، ص22.

2 - د. ماهر عودة الشمالطة، د. محمود عزت اللحام، د. مصطفى يوسف كافي: الاعلام الرقمي الجديد، دار الاعصار للتوزيع، عمان(الأردن)، 2015، ص200.

4-5 الشباب

- لغة:

يرد في قاموس محيط المحيط للمعلم بطرس البستاني والمبني اصلا على قاموس لسان العرب ما يلي في مادة الشباب، شب النار أوقدها، وشب الشيء ارتفع ونما، و شب الغلام يشب شابا صار فتيا...¹

- اصطلاحا:

قدمه محمد سيد فهمي على انه "فترة العمر التي تقع بين الخامسة عشرة و بين الثلاثين ، حيث أن هذه الفترة تتسم بكثير من الخصائص كالقابلية للنمو والتعليم والقدرة على الانتاج والابتكار والرغبة في احداث التغيير والتطوير في المجتمع...²

- المفهوم الاجرائي:

هم فئة عمرية تتراوح عادة بين سن المراهقة وبداية النضج الكامل، وتشمل هذه الفترة العمرية الشبان والشابات الذين يعيشون تجارب مختلفة من النمو الجسمي والعقلي والاجتماعي والمهني وتطوير المهارات والقدرة على التغيير والابتكار في مجتمعاتهم ومحيطهم.

1 - ابن منظور: لسان العرب، بيروت، دراسات الربيع، ص 257.

2 - أ. حسبية لولي: الشباب قراءة في مقارنته وخصائصه، مجلة المربي، المعهد الوطني للتكوين العالي لإطارات الشباب، 2016، العدد 19 ص 54.

5-5 الشباب الجامعي:

يعرف الشباب الجامعي بأنهم "هم الذين يدرسون مقرر دراسي في الجامعة أو في أي مؤسسة للتعليم العالي، كما يعرف على أنه كل طالب أو طالبة ذكر أو أنثى يمر بمرحلة التعليم الجامعي...¹

- المفهوم الاجرائي:

هم الطلاب الذين يتابعون دراستهم في مؤسسات التعليم العالي، مثل الجامعات والكليات والمشاركة الطلابية والمجتمعية داخل الحرم الجامعي.

6- منهج الدراسة:

يتعين على كل باحث عند البدء في دراسته العلمية ان يتبع العديد من الخطوات المنهجية التي تكون عقلانية ومحكمة، ما تمكن الباحث من الوصول الى أهم النتائج، من خلال الاعتماد على منهج مناسب يتماشى مع طبيعة الدراسة، فهو كفيل بقيادة الباحث في تحقيق مراحل بحثه، لقوله تعالى: {ولو شاء الله لجعلكم أمة واحدة} "سورة الذحل الآية 93"²...

والمقصود بهذه الآية الكريمة أي على منهج واحد.

1 د. أبو بكر علي ضو عبد العزيز: برنامج مقترح لتنمية وعي الشباب الجامعي، مجلة العلوم الانسانية، مارس 2021، العدد 22، ص22.

2 - سعد سلمان المشهداني: منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن(عمان)، 2019، ص115.

ويعرف المنهج على أنه الطريق المؤدي الى الكشف عن الحقائق في العلوم المختلفة بواسطة مجموعة أو طائفة من القواعد والتي تهيمن على العقل وتحدد عملياته من أجل الوصول عن طريق ذلك الى نتائج معلومة...¹

وذلك بحكم طبيعة دراستنا التي تسعى لمعرفة انعكاسات مواقع التوافق الاجتماعي على الثقافة الجماهيرية لدى الشباب الجامعي وجدنا انه المنهج المناسب لدراستنا هو المنهج الوصفي،

الذي يعرف بأنه: الطريق أو مجموعة الطرق التي يتمكن الباحثون من خلالها، وصف الظواهر العلمية والظروف المحيطة بها في بيئتها والمجال العلمي الذي تنتمي اليه وتصور العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى المؤثرة والمتأثرة فيها، كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها، باستخدام أساليب وأدوات البحث العلمي، التي تلائم الأهداف التي يسعى الباحثون الى تحقيقها من وراء استخدام هذا المنهج...²

وقد اعتمدنا على المنهج الوصفي لكونه يصف الظاهرة بدقة وموضوعية الذي يساعد على تحديد الانماط الاستهلاكية الثقافية لدى الشباب كما أنه يقوم بتحليل وجمع بيانات شاملة التي تم جمعها لفهم أهم التغيرات في السلوكيات والعلاقات الاجتماعية فيما بينهم، باعتباره سهل التطبيق ولا يتطلب أدوات ومهارات معقدة وبالتالي فهو المنهج الذي يساهم في إثراء البحث العلمي في حقل الاعلام والاتصال لفهم الظواهر بشكل عام ، على الرغم من أنها لا تعد قاطعة.

1-القرآن الكريم، سورة النحل، الآية 93.

2- د. مصطفى حميد الطائي: أ. خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الاعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2002، ص95.

7- الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة عنصرا أساسيا في أي بحث علمي، فمن خلالها يمكن للباحث تكوين فهم أفضل لموضوع الدراسة وتجنب الأخطاء التي وقع فيها الباحثون السابقون وتجنب تكرارها في الدراسة الحالية، والتي تساعد الباحث من تطوير أفكار جديدة للدراسة وتحسين تصميمه ومنهجه.

والتي يعرفها "ابراهيم تهامي" على أنها: الدراسات التي تتدخل ضمن الاثرات النظري أو أدبيات الموضوع من أوجه كثيرة، والمقصود باستعراض هذه الدراسات في البحث العلمي هو تقديم ملخصات لمناهجها ونتائجها أو نتائجها فقط، دون أية محاولة تقييمية لبعض مناهجها الظاهرة الوهن، ودون مناقشة لتلك النتائج أو الربط بينها...¹

أ- دراسة الأولى:

دراسة: " الخنساء تومي" (2016/2017) الموسومة ب: دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي، جامعة محمد خيضر بسكرة -نموجا، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم الاجتماع تخصص علم اجتماع اتصال.

عالجت في اشكالياتها جانبيين وهما الثقافة الجماهيرية والجانب الآخر هوية الشباب الجامعي، فالثقافة الجماهيرية تسعى لتشكيل هوية الشباب لكونه بحاجة ماسة للتعرف على أهم مكونات مجتمعه وتأثيرات الاعلام ووسائله عليها، وبطبيعة الحال فكل من الثقافة والهوية يعتمدون بشكل فعلي على العملية الاتصالية الذي تحول الى اتصال جماهيري في

1- طواهر عبد الجليل، ميدون عبد الباسط: الدراسات السابقة في البحوث العلمية، مجلة القبس للدراسات النفسية والاجتماعية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2022، المجلد(13)، العدد(04)، ص105.

معظمه ينقل الثقافات برموزها ومعانيها الحديثة الى آلاف الجماهير و كان الت ساؤل الرئيسي كالتالي: كيف تعمل الثقافة الجماهيرية على تشكيل هوية الشباب الجامعي؟

التي تدرج ضمنها أسئلة فرعية كما يلي:

كيف تؤثر الثقافة الجماهيرية على العناصر الدينية المكونة لهوية الشباب الجامعي؟

كيف تؤثر الثقافة الجماهيرية على اللغة والعناصر الوطنية المكونة لهوية الشباب

الجامعي؟

كيف تؤثر الثقافة الجماهيرية على العناصر الاجتماعية المكونة لهوية الشباب

الجامعي؟

اعتمدت الباحثة على مجتمع البحث لهذه الدراسة وهم "الشباب الجامعي" بجامعة محمد خيضر بسكرة- (2016-2017) بالكليات السبع (7) الموجودة بالجامعة ككل، والذين بلغ عددهم 31689 طالب ولصعوبة تغطية هذا العدد الضخم اعتمدت الباحثة على عينة متعددة المراحل والتي يبدأ الباحث في دراسته لهذه العينة بتقسيم البحث الى وحدات أولية، بأخذ عينة من الكليات الموجودة ومن ثم أخذ عينة من طلبة الماستر الم سجلين ضمن هذه الكليات.

وكمثال لعينة متعددة المراحل للمرحلة الثانية: التي اختارت فيها الباحثة عينة من طلبة الماستر بطريقة عشوائية بسيطة بنسبة (10%) والعمليات الآتية ستوضح عدد الطلبة ضمن كل كلية:

الكلية رقم (1): كلية العلوم والتكنولوجيا عددهم $(10 \times 1709) = 17090$ % $100 \div 171 = 171$ طالب

الكلية رقم (4): كلية الاقتصاد عددهم $(10 \times 1214) = 12140$ % $100 \div 166 = 166$ طالب

وبمجموع عدد الطلبة من الكليات المنتقاة يكون العدد الاجمالي للطلبة كالاتي:

$$4584 = 1661 + 1214 + 1709$$

$$458 = 100 \div (100 \times 4584)$$

$$458 = 166 + 121 + 171$$

- اما ادوات جمع البيانات فقد وظفت الباحثة كل من الملاحظة وذلك من خلال ملاحظة الشباب الجامعي بوسط جامعة محمد خيضر -بسكرة- خاصة في فترة الدخول الجامعي والمناسبات التي تلي العطل، وأداة المقابلة من خلال اجراء مقابلة حرة مع بعض الطلبة من خلال طرح بعض الأسئلة حول الجانب التاريخي المكون للهوية الجزائرية، وأداة الاستبيان دراسة لأهم الممارسات والمظاهر الاستهلاكية على هوية الشباب والتي توفر بيانات ومعطيات كمية وكيفية.

وفيما يخص المنهج المعتمد، اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي أكثر ملائمة للدراسة النظرية والميدانية معا، لما يقدمه من ادوات معينة تسهل جمع المعطيات لتف سير كل تصنعه الثقافة الجماهيرية بهوية الشباب الجامعي

ومن هنا نستخلص أهم النتائج التي تحصلت عليها الباحثة في دراستها:

- ✓ بينت مدى التزام الشباب الجامعي بركيزة الدين والهوية الجزائرية ألا وهي الصلاة
- ✓ ان معظم الطلبة يحفظون النشيد الوطني
- ✓ أوضحت أن الشباب الجامعي لا يفضل المواد المعلن عنها ضمن القنوات الفضائية لأنها غير مجربة بالنسبة لهم، بل يفضلون تقليد الفنانين والممثلين والاعلاميين في اشكالهم ومظهرهم وطريقة حديثهم

أن معظم الشباب يميل لشرب المشروبات الغازية وكأنها متنفسهم الحقيقي على جانبيين العضوي والمعنوي من المكبوتات الداخلية لمرحلة المراهقة التي يعيشونها تتوافق هذه الدراسة مع الموضوع الذي نحن بصدد البحث فيه من حيث الجانب المنهجي وذلك باستخدام كل من ادوات جمع البيانات (الملاحظة، المقابلة، الاستبيان) الموظفة في دراستنا والمنهج الوصفي كذلك

أما الجانب النظري من خلال اشتراكهما في كل من المتغيرين الثقافة الجماهيرية والشباب الجامعي

ومن ناحية الاختلاف فتختلف هذه الدراسة مع موضوع دراستنا في توظيف الباحثة عينة متعددة المراحل اي تشمل دراسة عدة عينات في آن واحد، في حين ان دراستنا تعتمد على العينة القصدية، تناولت ايضا في الجانب النظري في دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي اما دراستنا فتمحور حول انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة الجماهيرية لدى الشباب الجامعي

ب- دراسة الثانية:

دراسة: "د. عقبة عبد النافع العلي" الموسومة بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقافة الشباب، تم نشره ضمن مجلة العلوم الانسانية والطبيعية- (دراسة تحليلية على عينة عشوائية من طلاب جامعة دمشق (يناير 2023-مارس 2023) - مجلة العلوم الانسانية والطبيعية المجلد(4) العدد(5).

أشار في اشكاليته الى الاهمية الكبيرة التي تحظى بها المنصة الالكترونية وتأثيرها على المستخدمين كونها تتناول مواقع التواصل الاجتماعي التي تنشر بين أوساط الشباب

وخاصة طلاب المداري وطلاب الجامعات لكونهم يعتبرون أكثر استخداما لهذه المنصات، حيث تسعى هذه الدراسة للوقوف على مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الشباب، فقام الباحث بهذه الدراسة التي تعالج الاشكالية الآتية: ما هو الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الشباب؟

وتتدرج ضمن هذه الاشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

✓ ما مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي؟

✓ ماهي أقسام مواقع التواصل الاجتماعي؟

✓ ما هي خصائص مواقع التواصل الاجتماعي؟

✓ ما هي أهم مواقع التواصل الاجتماعي واستخداماتها؟

✓ ما هو مفهوم الثقافة؟

✓ ما هو الوعي والثقافي لدى الشباب؟

✓ ما هي مظاهر انتشار الوعي الثقافي لدى الشباب؟

-أما بالنسبة لمجتمع البحث فقد اعتمد على مجتمع البحث المتمثل في فئة الشباب الجامعي، متمثلة في العينة العشوائية المتعددة المراحل التي تشمل طلاب جامعة دمشق وتم ادارة الحوار والجلسة باستخدام أسلوب المناقشة في كل جلسة بهدف تقديم نتائج تساعد في رصد واقع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على ثقافة الشباب أو الطلاب

- وقد اختار المنهج الوصفي التحليلي، وذلك بوصف الظاهرة موضوع الدراسة من خلال النظر في خصائصها وجمع بيانات عنها وتحليلها لكون أن هذا المنهج يقوم

بدراسة الظواهر والتعبير عنها بشكل كمي أو كيفي أو الاثنين معاً، وتستهدف هنا تطبيقات عن علاقة الشباب بالوسائل الرقمية والالكترونية والذي يتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي وفعاليتها وتأثيرها على الشباب

- كما اعتمد على كل من الملاحظة والاستبيان كأداتين لجمع المعلومات وزعت على عينة من طلاب جامعة دمشق من تخصصات المبحوثين المختلفة من تخصص اقتصاد 30% وتخصص آداب 40% وحقوق وعلوم الحاسوب 15%، وكذلك من حيث نوعهم فكانت نسبة الذكور 35% بينما الاناث 65%، ويعزى ذلك الى نسبة الاناث العالية في الجامعات السورية يتضح ان اغلب المبحوثين في تخصص الآداب لأنه يمثل مجمع بذاته عكس التخصصات الأخرى.

- كما قام الباحث أيضاً برصد مدى متابعة الطلاب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي فوجد أن الطلاب الذين غالباً ما يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي نسبة 60% بينما الذين يتابعون غالباً فنسبهم 30%، أما الذين يتابعون نادراً فنسبهم 3% ومنه يتضح أن الطلاب دائماً ما يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي، وأيضاً أعد كمية الوقت الذي يقضيه الطالب على مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع التي يفضلها وأسباب متابعتهم لها ورصد كذلك حجم تناول مواقع التواصل الاجتماعي للثقافة ووضع مضمون المتناول في مواقع التواصل الاجتماعي (ترفيهي، ثقافي، اجتماعي...) ومعرفة ان كانت هنا المواقع كمصدر للمعلومات أو لا

- ومن هنا يمكننا اجمال أهم النتائج المتحصل عليها في هذه الدراسة كالآتي:

بينت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في توفير المعلومات لدى المجتمعات عامة ومجتمع الشباب خاصة

تثبتت الدراسة أن الشباب وعن طريق مواقع التواصل الاجتماعي يتبادلون الأفكار والتجارب مما يساهم في تشكيل ثقافتهم ووعيهم

أظهرت الدراسة أن فئة الشباب استفادت من مواقع التواصل الاجتماعي في بناء اتجاهاتهم وميولهم وفي نفس الوقت تعكس اهتماماتهم

أكدت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل ثقافة الشباب لديها من إمكانيات ومعلومات يسهل الحصول عليها عن طريق المجموعات والأفراد أو المجالات ذات الصلة بالوعي الثقافي.

تتداخل هذه الدراسة مع موضوعنا حيث اعتمد الباحث على نفس الأداة في جمع البيانات والتمثلة في كل من الملاحظة واستمارة الاستبيان، واشترآكه كذلك مع موضوعنا وهي مواقع التواصل الاجتماعي.

وتختلف هذه الدراسة مع موضوعنا في الجوانب المنهجية في مجتمع وعينة البحث حيث أن دراستنا اعتمدت على العينة القصدية لطلبة تخصص علوم الاعلام والاتصال، أما العينة التي اعتمد عليها الباحث فكانت عشوائية تشمل مختلف التخصصات، ولم تعتمد على أداة المقابلة كذلك

-كما تتقاطع في كون هذه الدراسة تبحث عن مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في تشكيل ثقافة الشباب، في حين دراستنا تبحث عن انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة الجماهيرية لدى الشباب الجامعي.

ج- دراسة الثالثة:

دراسة " نبيلة جعفري" جاءت بعنوان (انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري) - شبكة فيس بوك نموذجاً - نشرت هذه الدراسة "بمجلة العلوم الانسانية والاجتماعية"، العدد (31) - ديسمبر، 2017.

اهتمت الدراسة بمفاهيم أساسية للعمل وهي: (شبكات التواصل الاجتماعي، موقع فيس بوك، الهوية الثقافية)

تهدف الباحثة الى التعرف على آثار شبكة التواصل الاجتماعي على معالم الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري وأنماط استخدامه والإشاعات المتحققة منه، التي من خلالها ساعدت على نشر التراث الثقافي الجزائري والحفاظ عليه من الاندثار، حيث أصبح الشباب الجامعي ينشر من خلالها أعماله الفنية والأدبية، ومن هنا اعتمدت الباحثة على الاشكالية التالية: ماهي آثار مواقع التواصل الاجتماعي -فيس بوك- على بعض معالم الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين الجزائريين كاللغة، الدين والتاريخ؟ وتحت هذه الاشكالية تدرج ضمنها أسئلة فرعية:

- ✓ ما المقصود بالشبكات الاجتماعية الالكترونية؟ وما هو موقع فيس بوك؟
- ✓ ما مدى استخدام الشباب الجامعي لهذا الموقع وما أنماط هذا الاستخدام؟
- ✓ ما دوافع استخدام الشباب الجامعي الجزائري لهذا الموقع؟
- ✓ ما تأثيرات هذا الاستخدام على بعض معالم هويته الثقافية اللغوية العربية للطلبة والتاريخ؟

✓ كيف يمكن للشباب الجزائري أن يستغل خصائص وامكانيات هذا الموقع في تدعيم

معالم هويته الثقافية؟

- وقد اعتمدت في دراستها على مجتمع البحث المتمثل في الشباب الجامعي بجامعة أم البواقي، ونظرا لكون أن حجم مجتمع البحث كبير (كل طلبة جامعة أم البواقي)، فقد لجأت الباحثة الى أسلوب المسح بالعينة، والتي حاولت في دراستها هذه اختيار مفردات العينة بشكل قصدي، معتمدة على العينة القصدية (العمدية) على المستخدمين الفعليين لموقع فيس بوك، والتي ترى بأن مفرداتها ستخدمها في جمع بيانات الدراسة بغية الوصول لأهدافها، وعليه فقد قدر عدد المبحوثين ب147 مبحوثا موزعين حسب الجنس وتخصصات دراستهم.

أما المنهج المعتمد فقد اعتمدت على المنهج المسحي الذي يعتبر الأكثر شيوعا واستخداما في هذا النوع من الدراسات، لكون أن هذه الدراسة تهدف الى التعرف على آثار استخدام موقع فيس بوك كنموذج عن شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي الجزائري على معالم هويته الثقافية فإن استخدام هذا المنهج (المسح) يعد الأنسب لهذه الدراسة.

- وفيما يخص أدوات جمع البيانات وظفت استمارة الاستبيان الأداة الرئيسية لجمع البيانات في هذه الدراسة، حيث ركزت على هاته الاستمارة لأنها تناسب هدف دراستها، ولما تتميز به من خصائص تسهل على الباحث والمبحوث اختصار الوقت والجهد.

- ومن هنا يمكن اجمال أهم النتائج المتحصل عليها في هذه الدراسة كالآتي:

✓ أثبتت أن أغلبية الشباب الجامعي (عينة الدراسة) يستخدم موقع فيس بوك بغية الدردشة

✓ تحرص أغلبية الشباب الجامعي على نشر أمور متعلقة بالدين على جدار صفحاتهم

✓ بينت أن أغلبية المبحوثين يفضلون استخدام اللهجة العامية في موقع فيس بوك الذي يعتبر الموقع المفضل لهم ويفضلون كتابتها بحروف اجنبية أكثر من الكتابة بالعامية بحروف عربية

✓ تعتبر زيادة المعلومات التاريخية من أهم ما استفاد منه الشباب الجامعي منذ استخدامه هذا الموقع

-تتداخل هذه الدراسة مع الموضوع الذي نحن بصدد البحث فيه من خلال عدة نقاط أولها: اعتمدت على محوري في دراستها وهي مواقع التواصل الاجتماعي والشباب الجامعي أيضا ، اما بالنسبة للجوانب المنهجية فقد وظفت الباحثة في دراستها استمارة الاستبيان المعتمدة في دراستنا والعينة القصدية (العمدية) كذلك.

- اختلفت هذه الدراسة وتقاطعت مع موضوع بحثنا كونها تهتم بدراسة الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري على غرار دراستنا تناولت الثقافة الجماهيرية للشباب الجامعي، ايضا بالنسبة للمنهج اعتمدت المنهج المسحي بدل المنهج الوصفي كما انها لم تلم بأدوات جمع البيانات، وتركيزها على خصائص وإيجابيات تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري

د- دراسة الرابعة:

دراسة: الباحث شتوي الأخضر، الموسومة ب: الثقافة الجماهيرية والشكالية الاستهلاكية الثقافي لدى المثقف الجامعي، (دراسة ميدانية لعينة من أساتذة جامعة الدكتور يحي فارس بالمدينة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في تخصص علم الاجتماع

الثقافي، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر (2)، أبو القاسم سعد الله، سنة 2016/2015

حيث أشار في اشكاليته الى دور الثقافة الجماهيرية في التأثير على متلقيها وبشكل كبير على المثقف الجامعي (الأستاذ)، نحو تأثيرها في اتجاهه وسلوكه وتبيان محاولة جعل الثقافة الجماهيرية تأخذ البعد الاجتماعي في تأثيراتها بصورة عامة لكون أن الثقافة الجماهيرية مرتبطة بوسائل الإعلام بدرجة أولى، وتوعية المثقف الجامعي بظورة الاستهلاك الثقافي غير الواعي، وتشجيع المثقفين على تطوير أساليب جديدة للتواصل مع الجمهور والمساهمة في نشر الثقافة والمعرفة، وعلى هذا الأساس اعتمد الباحث تسائل منهجيا مؤداه: إلى أين يتجه موقف الأستاذ الجامعي من الثقافة الجماهيرية؟

وماذا عن درجة استعمال الأستاذ الجامعي لوسائل الثقافة الجماهيرية؟- وهل السلوك الثقافي للأستاذ مرتبط بتأثير وسائل الثقافة الجماهيرية عليه؟

الفرضيات: اعتمد الباحث على الفرضيات التالية لمعالجة موضوعه وهي:

الفرضية الأولى: " ان موقف الأستاذ الجامعي من الثقافة الجماهيرية يرتبط بمدى تأثير وسائلها عليه"

الفرضية الثانية: " يرتبط استعمال الأستاذ الجامعي لوسائل الثقافة الجماهيرية من منطلق درجة تأثيرها عليه"

الفرضية الثالثة: " ان السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي مرتبط أساسا بعملية تأثير وسائل الثقافة الجماهيرية"

-وظف المنهج الوصفي والذي يعتمد على التحليل الكمي لكونه يركز أساسا على التحصيل الرقمي للمعطيات والذي يحاول من خلاله اختيار متغير الثقافة الجماهيرية بمتغير الاستهلاك الثقافي، وهذه المتغيرات بعد تصنيفها في أبعاد عادية حاول استخراج مؤشرات الواقعية والميدانية التي تظهر من خلال الجانب التطبيقي في شكل جداول احصائية

- أما مجتمع البحث فنظرا لطبيعة الدراسة كان المجتمع الذي عليه من فئة الأساتذة الجامعيين بكل تصنيفاتهم المهنية، بجامعة يحي فارس بالمدينة، وعليه أشار أن العدد الكلي للأساتذة هو 431 أستاذ، وهذا العدد يمثل مجتمع البحث الذي أخذ منها نسبة سبر تقدر ب(3/1)، وعليه أصبحت العينة هي "143 أما عينة الدراسة فتنتمثل في العينة العشوائية البسيطة، بحيث تم اختيار المبحوثين عشوائيا من منطلق الخصائص الإحصائية للعينة مراعاة في ذلك تخصصاتهم وفروقهم الجنسية، وقد تم تمثيل جداول توضح كل من خصائص العينة من منطلق الفروق الجنسية والتخصص الدقيق والانتماء للكلية إضافة الى السكن الجغرافي، وأخيرا الحالة العائلية ففي الفروق الجنسية مثلا: أن الاتجاه العام يتمثل في نسبة 3,42% من المبحوثين ذكور، بالمقابل 26,58% من المبحوثين إناث وغيرها من الجداول الموضحة الأخرى.

في حين الأداة المستعملة فقد وظف الباحث استمارة الاستبيان لاعتمادها على التحليل الكمي للحصول على المعلومات الموجهة للأستاذ الجامعي الذي يزاو عمله بصفة منتظمة داخل الجامعة أي الاستاذ يكون دائم داخل المؤسسة، وأوضح أن أسئلة الاستمارة تكون حول مؤشرات المتغيرات والملا يكون عن طريق المبحوث نفسه وتم تقسيمها الى 5 محاور

-نتائج الدراسة:

جاءت النتائج التي تحصل عليها الباحث شتوي لخضر في هذه الدراسة كما يلي:
من وسائل الثقافة الجماهيرية يتجه الى القبول أكثر من الرفض، ومهما كان تحديد هذا الموقف (قبول، رفض) فإن التأثير يبقى واضح وجلي
ثبت أن استعمالات الأستاذ الجامعي لوسائل الثقافة الجماهيرية ليس مرتبط بالضرورة بدرجة التأثير عليه فنجد أن الاستاذ الجامعي لا يتجه الى تبني الوسيلة ولا يكن لديه اتجاه الى امتلاكها

أن السلوك الثقافي الجماهيري للأستاذ الجامعي هو نتيجة واضحة لتأثير وسائل الثقافة الجماهيرية وفق الاتجاه الاجتماعي لمؤشرات السلوك الاتصالي
-تتداخل هذه الدراسة مع موضوعنا من جوانب النظرية انها تناولت متغير بالنسبة لدراستنا الا وهي "الثقافة الجماهيرية"، ومن الجانب المنهجي استمارة الاستبيان التي هي احد الادوات المستعملة في دراستنا

- تقاطعت هذه الاطروحة مع موضوع الدراسة كونها موجهة للمثقف ال جامعي (الاستاذ بالتحديد)، في حين ان دراستنا موجهة نحو الشباب الجامعي بصفة عامة.
أما الاختلاف من العينة نجد بأنه اعتمد على العينة العشوائية البسيطة في حين أن دراستنا تعتمد على العينة القصدية، وعدم توظيفه لأدوات جمع البيانات الاخرى من (المقابلة والملاحظة) التي مثلت منعطفات مهمة لكل من الدراستين

و- دراسة الخامسة:

دراسة: -يونس لعوبي، بوسا لم زينة، تحت عنوان: شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي الجزائري [دراسة ميدانية بالقطب

الجامعي تاسوست جامعة جيجل] المنشورة بمجلة المعيار، مجلد:24، ال عدد51، سنة 2020

أشار في اشكاليتهما أن معظم فئة الشباب من أكثر فئات المجتمع تقبلا للجديد، كونهم يمرون بمرحلة تتميز بالقابلية للدمو في مختلف النواحي النفسية والعقلية والاجتماعية وهذا ما يجعل الشباب أكثر عرضة للتأثيرات المختلفة، وقد لوحظ اغلب الدراسات التي أجريت لقضايا شبكات التواصل الاجتماعي وجدت أن فئة الشباب هي الأكثر تعرضا واستخداما لهاته الشبكات في مختلف انحاء العالم بما فيها الشباب الجزائري، وعلى هذا الأساس اعتمد الباحثان على طرح التساؤل الرئيسي التالي: ما هو تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي الجزائري؟

ومن أجل تمكنهم بالإلمام أكثر بمختلف جوانب الموضوع، قاموا ب طرح أسئلة فرعية تمثلت في:

✓ ماهي أنواع شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف الشباب الجامعي الجزائري؟

✓ ما هي عادات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي الجزائري؟

✓ ماهي دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي الجزائري؟

✓ كيف تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي؟

أما فرضيات الدراسة فهي كالتالي:

الفرضية الرئيسية: يؤدي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إلى ضعف العلاقات الاجتماعية القائمة لدى مستخدميها من الشباب الجامعي الجزائري

الفرضيات الفرعية:

فرضية 1: تتعدد شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف الشباب الجامعي الجزائري

فرضية 2: يستخدم شباب الجامعي الجزائري شبكات التواصل الاجتماعي بطرق مختلفة

فرضية 3: يلجأ الشباب الجامعي الجزائري إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من أجل ملئ الفراغ العاطفي والاجتماعي

فرضية 4: يؤدي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي الجزائري إلى عزلهم تدريجياً عن مجتمعهم المحيط بهم

وبالنسبة للمنهج فقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي كون أن هذه الدراسة تسعى إلى كشف طبيعة العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية لدى مستخدميها من الشباب الجامعي الجزائري

أما مجتمع البحث لهذه الدراسة فهو يمثل مجموع طلبة السنة اولى علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير بجامعة تاسوست بجيجل، والبالغ عددهم حوالي 1200 طالب وطالبة مسجلين في السنة الجامعية 2018-2019، وبما أن جميع مفردات مجتمع البحث متجانسة في الخاصية المراد دراستها، فقد ارتأى الباحثان أن العينة العشوائية البسيطة مناسبة لإعداد هذه الدراسة

حيث تم اختيار عينة مكونة من 80 طالب وطالبة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي وزعت عليهم استمارات البحث بتاريخ 19 و 20 نوفمبر 2018، استرجع منها الباحثان 76 استمارة فكان العدد النهائي للعينة هو 76 طالب وطالبة مسجلون بالنسبة اولى جذع مشترك علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير، مثال ذلك عرض جدول يوضح أنواع شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف أفراد العينة وبقراءة للبيانات يتضح أن أفراد العينة يستخدمون مجموعة من شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة متفاوتة، حيث تستخدم الغالبية العظمى من مفردات العينة "الفيس بوك" نسبة 94,74% ثم يليها اليوتيوب بنسبة 31,58% ثم تويتر بنسبة 5,78% وإضافات ما نسبته 0,21% من مفردات العينة أنها تستخدم كل من الاسكايب و"جي مايل" وخلصت النتائج والبيانات أن موقع "الفيس بوك" يحتل الصدارة من حيث الاستخدام في العالم ككل.

وقد ارتأى أن أنسب أداة لجمع البيانات من المبحوثين هي الاستمارة التي اشتملت على ثلاثة محاور أساسية، إضافة لمحور البيانات الشخصية
ومن أهم النتائج التي تحصلا عليها فيما يلي:

الدافع الأول لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي الجزائري هو التواصل مع الأهل والأصدقاء، ثم يليه المعلومات والمعارف تتصدر قائمة الاشباع التي تحققها شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة ربط علاقات صداقة بنسبة 69,74% الذين يقضون أكثر وقتهم مع أفراد أسرهم أكثر من الذين يقضون وقتهم مع أصدقائهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي تساعد شبكات التواصل الاجتماعي على الحفاظ على العلاقات الاجتماعية القديمة والقائمة للمبحوثين

تتشابه هذه الدراسة مع موضوعنا في الجوانب المنهجية لا استخدامهم لا استمارة الاستبيان واعتمادهم على المنهج الوصفي، اما من حيث الجانب النظري فيشتركان في كل من متغيري الدراسة وهي مواقع التواصل الاجتماعي والشباب الجامعي. أما التقاطع فيمكن في جوانب عديدة من حيث العينة لا استخدامهم على العينة العشوائية البسيطة أما عينتنا فتمثلة في العينة القصدية، كذلك غياب المفاهيم الاجرائية لمفاهيم الدراسة ولم يلموا بقية أدوات جمع البيانات الأخرى في دراستهم، ولم يلحظ تفريغ وتبويب البيانات لاستمارة الاستبيان.

ي- دراسة السادسة:

دراسة: علي عون، فاطمة عميرات، (ديسمبر 2017)، جاءت هذه الدراسة بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي (facebook) وأثرها على تنمية القيم الاجتماعية لدى الطالب

الجامعي، تم نشرها "بمجلة الابراهيمية للعلوم الاجتماعية والاندسانية بجامعة بروج بوغريبيج، العدد 01.

بين في اشكاليتهما الى دور شبكات التواصل الاجتماعي في الكشف عن القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة وضرورة ترسيخ هاته القيم لديهم والعناية بها من أجل التكيف مع المجتمع والقدرة على مواجهة المشكلات والضغوطات التي تواجههم بكل كفاءة واقتدار، ومن هنا جاءت التساؤلات التالية:

ما أثر شبكات التواصل الاجتماعي (facebook) على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة؟

هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير شبكات التواصل الاجتماعي (facebook) على القيم الاجتماعية باختلاف الجنس؟

هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير شبكات التواصل الاجتماعي (facebook) على القيم الاجتماعية باختلاف المستوى الجامعي (ليسانس - ماستر)؟

وتتمثل فرضيات الدراسة في:

فرضية 1: نتوقع ايجابية لشبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لطلبة الجامعة

فرضية 2: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير شبكات التواصل الاجتماعي (facebook) على القيم الاجتماعية باختلاف الجنس

فرضية 3: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير شبكات التواصل الاجتماعي (facebook) على القيم الاجتماعية باختلاف المستوى الجامعي (ليسانس - ماستر)

قاما بالاعتماد على المنهج الوصفي في هذه الدراسة الذي يهدف الى الكشف عن الأثر الذي تخلفه شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية

أما بالنسبة للعينة فقد تم إجراء الدراسة على عينة قوامها 146 طالب (ذكور واناث) من الطور التعليمي الجامعي (ليسانس- ماستر) بجامعة قاصدي مرباح بورقلة يوم 2016/04/10، وقد تم اختيار العينة بطريقة عشوائية، مع ضمان تمثيل المجتمع الأصلي في حين ادوات جمع البيانات فقد استعانا في دراستهم على استبيان لقياس أثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية يحوي 20 فقرة لها بعدين:

البعد النفسي: يتعلق هذا البعد بكل ما تؤثر به شبكات التواصل في شخصية الطالب سواء تعلق بالمشاعر أو اتجاهات الطالب

البعد الاجتماعي: ويتعلق هذا البعد بكل ما تؤثر به شبكات التواصل في محيط الطالب اجتماعيا سواء تعلق الامر بالأسرة أو المجتمع بحد ذاته

ومن هنا يمكن استخلاص أهم النتائج التي جاء بها في هذه الدراسة:

بينت استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لها آثار سلبية من وجهة نظر الطلاب، تمثلت في: الشعائر الدينية مثل: تأثر الصلاة، وضعف الصلة بالله...

أكدت أنه لا توجد فروق في تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية باختلاف الجنس بالنسبة لطلبة الجامعة

رفض الفرض الذي يقر بوجود فروق ذات دلالة احصائية في تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية باختلاف المستوى الجامعي (ليسانس- ماستر)

تتداخل هذه الدراسة مع موضوعنا في عدة نقاط، حيث ان كلاهما يهدفان فئة الشباب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي واشتركا في متغيري مواقع التواصل الاجتماعي والشباب الجامعي، أما الجانب المنهجي فوظفا كل من المنهج الوصفي وأداة الاستبيان المعتمدين فيها في دراستنا

تقاطعت هذه الدراسة مع الموضوع الذي نحن بصدد البحث فيه، حيث ان دراستهم متمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على تنمية القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي، في حين أن دراستنا تتناول انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة الجماهيرية لدى الشباب الجامعي، كما يوجد منعطفات في الجانب المنهجي حيث اعتمدنا على العينة العشوائية على عكس دراستنا ولم يوظفوا بقية أدوات جمع البيانات اكتفوا باستمارة الاستبيان فقط ولم يوضحوا مجتمع البحث بشكل دقيق.

8- المقاربة السوسيولوجية:

تقدم المقاربة السوسيولوجية إطارا نظريا غنيا لفهم انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة الجماهيرية لدى الشباب الجامعي، حيث لا يمكن الوصول الى نتائج دقيقة فيها إلا من خلال الاستناد على مدخل نظري من نظريات الاعلام والاتصال، التي من شأنها أن تقدم لنا نسبيا صفة العمق لدراستنا، وذلك من خلال الاستفادة مما توصلت اليه هذه النظرية وتتبع فرضياتها، وقد ارتأينا أنه من الأذسب أن نعتد على النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت وذلك من أجل الوصول الى نتائج أكثر دقة وشمولا، وتخدم موضوع دراستنا.

انطلقت النظرية النقدية (لمدرسة فرانكفورت) بقيادة قدماء مدرسة فرانكفورت الألمانية، من أمثال هوركايمر، أدورنو، ماركيور، فروم... بدأت مرجعيات هذه النظرية من الفكر الماركسي، حيث ركز أتباعها ومنظريها قبل ذلك على المحيط الاقتصادي والسياسي والثقافي والاجتماعي للبلد الذي تمت فيه عملية الاتصال، لها اتجاهات مختلفة منها أصحاب اتجاه الاقتصاد السياسي والاتجاه الشمولي والاتجاه الثقافي النقدي والاتجاه الامبرالي الثقافي...¹

ومن نماذج النظريات النقدية: مدرسة فرانكفورت التي ترى أن الثقافة الجماهيرية ذات الطابع التجاري كانت الوسيلة الأساسية التي مكنت الاحتكارات الرأسمالية من تحقيق النجاح في هذا المجال، تكون آراء هذه المدرسة العديد من المداخل والنظريات الاجتماعية مثل نظرية الاقتصاد السياسي والهيمنة والمدخل الاجتماعي الثقافي وهناك كذلك النظرية الثقافية النقدية التي تهتم بالتحليل الثقافي لتسجيل مدى ارتباط ما تقدمه وسائل الإعلام بحياة الناس...²

تهتم معظم الدراسات النقدية بدراسة علاقات وسائل الإعلام من خلال مخرجاتها، والنظر إلى المحتوى كبناء لغوي من الرموز التي يتم اختيارها بعناية من بين الإطار المرجعي لفكرة الصفوة المهيمنة وأهدافها، فمن خلال التجارة العالمية والثقافة الجماهيرية ينجح الاحتكار الرأسمالي في تحقيق أهدافه، وحيث تكون السلعة هي الأساس فإن الثقافة

1 - بسام عبد الرحمان مشاقبة: نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2015، ص 184-185
2- د. نضال فلاح الضلاعين وآخرون: نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، دار الإضاءات، ص 195، عمان (الأردن)، 2016، ص 195

يمكن تسويقها أيضا لتحقيق الربح، وتعمل من خلال مفهوم صناعة الثقافة على ترسيخ الأفكار الخاصة بسيطرة الطبقة المالكة أو المهيمنة على المجتمع بمفهومه الرأسمالي...¹

ولقد اعتقدت السوسيولوجية الوظيفية أن وسائل الإعلام هي الأدوات الجديدة للديمقراطية الحديثة، حيث تلعب دورا حاسما في ضبط المجتمع وتنظيمه، فهي تستطيع أن تدافع عن النظرية التي يمكن بواسطتها إعادة إنتاج قيم النظام الاجتماعي وتثبيت الوضع الراهن، على عكس هذه الرؤية فإن النظريات النقدية ترى أن وظيفة وسائل الإعلام هي مساعدة أصحاب السلطة في المجتمع على فرض نفوذهم والعمل على دعم الوضع القائم، لذلك كانت دراستهم النقدية للأوضاع الإعلامية وانتشار الثقافة الجماهيرية بديلا عن الثقافة الراقية أو الرفيعة التي ترتقي بأذواق الجماهير، لوضع تفسيرات خاصة بانتهاب صور المحتوى الذي تنتشره وسائل الإعلام للترويج لمصالح الفئات أو الطبقات المسيطرة على المجتمع...²

إن أجهزة الدعاية والاتصال التي تعمل على "صناعة الثقافة" تصدر من خلالها للإنسان مفهوما عن الحياة اليومية وهي ثقافة مصطنعة لا تمثل حاجات البشر الحقيقية، وإنما هي من إنتاج المجتمع الصناعي والتكنولوجي المتقدم، الذي تغدو الثقافة فيه ثقافة آلية، تمثل الواقع الصناعي المغترب وهي ثقافة تخديرية للجماهير، تحاول صياغة وجدان الجماهير في سياق يتفق مع مصالح المؤسسات السائدة ولهذا لا تمثل هذه الثقافة المصنعة المحتويات الجذرية للثقافة الجماهيرية وإنما تحاول اقتلاع الجذور الثقافية التي لا تتفق مع

1- د. حسن عماد مكاوي، د. ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 121
 2- كزراوي محمد فوزي: براديجم مدرسة فرانكفورت على المحك: منظور اتصالي، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، العدد 9، جامعة 01 اوت، سكيكدة، 2014، ص 107-108

مشروعها الثقافي الذي ينزع نحو تنمية "الاستهلاك" وهذا ما نلاحظه في الاعلانات التي تكرر وتروج لمنتجات قد لا يكون الانسان بحاجة إليها، ولكن مع مرور الوقت تصبح هذه المنتجات بشكل أوتوماتيكي جزء لا يتجزأ من حياة الانسان اليومية، ان الصناعة الثقافية هي علامة واضحة على افلاس الثقافة أي سقوطها في السلعة (التسليع) ذلك أن تحويل الفعل الثقافي الى قيمة تبادلية يقضي على قوته النقدية، ويحرمه من أن يكون أثر لتجربة أصلية، فالصناعة الثقافية هي العلامة الفاصلة على تراجع الدور الفلسفي الوجودي للثقافة...¹

وتجتمع الدراسات النقدية كلها في إطار واحد يتميز بالسمات من بينها:
تهدف الدراسات النقدية الى الارتقاء بالفرد وتأكيد حقه في الحرية والاختيار، ورفض الصور المختلفة لفرض أنواع أو أنماط معينة من الثقافات أو الافكار التي تفرض عليه من أعلى -البنية الفوقية-

كما انها تهدف الى تشكيل الحقائق في أذهان المتلقين بما يتفق مع هذا الفكر وأهدافه من خلال هذه الرموز اللغوية المختارة. ولذلك كانت البدايات الأكثر اثارة في دراستهم هي دراسة الثقافة الجماهيرية وتحليلها والنظر اليها كأداة رمزية تفرض الرموز والأفكار الخاصة بأهداف الصفوة، وفرض سيطرتها على المجتمع، أو تخدير الأفراد من خلال الأعمال الدرامية والتسلية والترفيه حتى لا يفكروا في واقعهم ومشكلاتهم وذلك بدلا من بذل الجهد للارتقاء بالأفراد وأذواقهم من خلال نشر واذاعة الأعمال الثقافية الرفيعة،

1 - خولة بوجنوي، العربي حجام: نقد الثقافة الجماهيرية وانسان البعد الواحد لدى مدرسة فرانكفورت: أدورنو نموذجا، مجلة الحوار الثقافي، الجزائر، 2023، المجلد12، العدد2، ص11-12.

التي اقتصرت على الصفة فقط، واكتفت بعرض الاعمال الجماهيرية المتدنية التي يمكن تسويقها وترويجها في المجتمع الجماهيري وتحقيق الكسب والربح من خلال نشر هذه الاعمال وتوزيعها...¹

حيث تجدر الاشارة الى أن أعضاء مدرسة فرانكفورت أثناء تواجدهم بالولايات المتحدة الأمريكية، قاموا على دراسة ونقد الثقافة الجماهيرية بأمريكا، ووصفوها بأنها ثقافة مؤدلجة أو ذات طابع ايديولوجي يتم صياغتها لتدعيم وتشجيع المصالح الأمريكية الرأسمالية، ويتم الخلط بين مصالح الناس ومصالح الطبقة المسيطرة ويحددها الباحث الأمريكي تشارلز رايت ميلز في قوى ثلاث أساسية: المركب العسكري، والطبقة المالية، والطبقة السياسية...²

وقد عرفت مدرسة فرانكفورت بنشاطها النقدي ضد الثقافة الجماهيرية، ترى أن وسائل الاعلام الجماهيرية قد فرضت على الواقع ميزات التكرارية والتطابق مع الذاتية والانتشار الكلي للثقافة الجماهيرية التي جعلت ردود الأفعال آلية، وقد ازدهرت الصناعات الثقافية حسب المدرسة النقدية بفضل الاستخدام المكثف للتكنولوجيات الحديثة، اذ شككت ظاهرة اقتصادية

لهذه الاسباب اعتبرت الثقافة الجماهيرية ثقافة ناقصة وظيفتها الترويج لـنوع من التسلية والاستهلاك والمتعة الى حد الانزلاق أحيانا الى مستوى إثارة الغرائز ونزعات العنف وغيرها من السلوكات النمطية الدخيلة على الثقافة المتقفة الأصيلة، وفي هذا

1- د. محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط3، القاهرة، 2004، ص219-220.
2 - قرش السعدية: الثقافة الجماهيرية من منظوري نقدي (مدرسة فرانكفورت)، دراسات وأبحاث المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2020، مجلد12، عدد1، ص818.

الاتجاه التشاؤمي انتقدت المدرسة النقدية البنية الفوقية الرأسمالية، اعتبرت وسائل الاتصال الجماهيرية أدوات أساسية للهيمنة الايديولوجية والثقافية.

وعليه يبدو أن وسائل الاتصال الجماهيرية قد تحملت م مسؤولية تكوين ثقافة جوهرها ممارسة السيطرة من طرف السلطة والمؤسسات الحكومية والشركات الخاصة التي تعمل على عزل الأفراد عن بعضهم البعض اجتماعيا، لهذا كان منظور الجدل في مدرسة فرانكفورت اتصالي، اذ رأى أدورنو أن وسائل الاتصال الحديثة تقيم التماثل بين الناس.. هكذا ساهمت النظرية النقدية التي تعددت اتجاهاتها في تحليل طبيعة التقارب والتداخل بين وسائل الاتصال الحديثة والثقافة والقوى السياسية والاجتماعية والشكال الدلالات والظواهر المرتبطة بها، ففي الوقت الذي اكدت فيه على القوة الفكرية والثقافية لوسائل الاتصال الجماهيرية، بينت اهمية رؤية الثقافة الجماهيرية من منظور شامل...¹

1- فتيحة معتوق: ميديا الثقافات ورهانات التكامل بين الثقافة والميديا(قراءة انثروبولوجية)، حوليات جامعة الجزائر، 1، 2021
المجلد:35، العدد:4، ص378

الإطار النظري

الفصل الثاني:

مواقع التواصل الاجتماعي

- أولاً: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
- ثانياً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
- ثالثاً: نماذج من مواقع التواصل الاجتماعي
- رابعاً: آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (إيجابيات - سلبيات)
- خامساً: دوافع استخدام منتسبي الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي
- سادساً: تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب (المعرفية- الوجدانية- السلوكية)

أولاً. أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

تكمن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في إتاحة المجال واسعا أمام الإنسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين، خاصة وأن هناك حقيقة علمية وهي أن الإنسان اجتماعي بطبعه وبفطرته يتواصل مع الآخرين ولا يمكن له أن يعيش في عزلة عن أخيه الإنسان، وقد أثبتت كثير من الدراسات والبحوث العلمية أن الإنسان لا يستطيع إشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية دون التواصل مع الآخرين فحاجته هذه تفرض عليه العيش مع الآخرين لإشباع هذه الحاجات، أما الاحتياجات الاجتماعية فلا يمكن أن تقوم أساساً دون تواصل إنساني مع المحيط الاجتماعي...¹

كما أنها ساعدت الكثير في التواصل مع أكبر عدد ممكن من الأصدقاء والأصحاب بل بالأخص بين أفراد الأسرة الواحدة، وأهمية هذه المواقع تنعكس كذلك على مستخدميها فالمستخدم هو من يسيرها، فإن أحسن المستخدم أحسنت وإن أساءت فلن يضرها شيء ولا أحد يستطيع أن يفرض رأيه على الآخر فيما يدور داخل هذه المواقع، فمن أراد تواعلا فله، ومن أراد تعليماً فله، ومن أراد لهوا فله، والموفق من يحسن الاختيار وهناك الكثير من انغمس في ظل وجود هذه المواقع الاجتماعية فهي تأخذ منه الوقت الطويل وأصبحت بمثابة الماء لدى بعضهم، فلا يمكن أن يمر يوم كامل من دون أن يأخذ نظرة عامة على هذه المواقع، وفي هذه الموجة الكبيرة من المواقع تجد الكثير يريد أن يجرب كل ما هو جديد منها...²

1 - مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد: (169 الجزء الثالث)، جولية سنة 2016، 336-337

2 - جامع الشبان: الشبكات الاجتماعية، حلقة ثالث ثانوي، مجمع الشبان المسائي لتحفيظ القرآن الكريم، 2012، ص12

ومع دخول الانترنت وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي وجد فيها الشباب منصة جديدة للتفاعل مع القضايا المستجدة، نقاشا وتحليلا ومشاركة، والتي فتحت الابواب على مصراعيه أمام الشباب بما أضافته من نجاح في الدمج بين الهويات الافتراضية عبر شبكة الانترنت والهوية الحقيقية للمستخدمين، واصبحت وسائل التواصل الاجتماعي من الأدوات المهمة التي أولع بها الشباب، ودخل عالمهم الخاص عالم الفيس بوك والتويتر واليوتيوب وغيرها...¹

ثانيا. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

نجد لهذه المواقع خصائص محددة منها...²

شاملة: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، تلغى من خلالها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، من خلال الشبكة بسهولة

التفاعلية: فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك فهي تلغي السلبية المقيتة في الاعلام القديم - التلفاز والصحف الورقية وتعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ

تعدد الاستعمالات: مواقع التواصل سهلة ومرنة ويمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء، وأفراد المجتمع للتواصل وهكذا

1 - د. حامد سعيد الجبر وآخرون: واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، ديسمبر 2017، العدد: (176 الجزء الثاني، ص90

2 - عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص67

المشاركة: تشجع هذه الشبكات كل الأفراد المهتمين بموضوع ما على المساهمة في التبادل والتغذية الراجعة، حيث تسقط الحواجز وتمد جسور التواصل ما بين الوسائط والجمهور

الانفتاح: إن معظم خدمات الشبكات الاجتماعية منفتحة من خلال رجوع الـ صدى والمشاركة، حيث أن الشبكات الاجتماعية تشجع عمليات التعليق، وتقاسم المعلومات بين الأفراد

التحاور: إذا كانت الوسائط التقليدية قائمة على بث مضامين إلى جمهور ما، فإن هذه الشبكات تعتبر اتصالاً ذو اتجاهين، يعطي من فكرة الجماعية في إنتاج وتقييم المضامين، ويرى أن التحاور هو أفضل السبل للوصول إلى الحقيقة...¹

الترباط: تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربط بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي مما يسهل ويسرع عملية انتقال المعلومات، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي تسعى إلى تحقيق الترابط والاتصال والاجتماعي باستعمال الروابط أو بعض المواقع أو المصادر الشخصية

الحضور الدائم غير المادي: لا تتطلب عملية الاتصال بالمتنوع في مواقع التواصل الاجتماعي الحضور الدائم المادي، إذ يمكن للمستخدم الاتصال بالمتنوع باستخدام الآخر عن طريق ترك رسالة نصية أو صور أو معلومات عن أفلام أو موسيقى...¹

1 - سهيلة بوعمر: نصر الدين جابر، محمد العادل، شبكات التواصل الاجتماعي: أدوات تواصل متنوع وتأثيرات نفسية واجتماعية متعددة، مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2021، ص184

الكونية أو التدويل: فبيئة شبكات التواصل الاجتماعي هي بيئة عالمية نظراً لما تتسم به من مزايا تجعلها متاحة من أقصى الأرض إلى أذناها إلى جانب ميزة الفورية والسرعة، هذه الأخيرة -السرعة- التي جعلت هذا العصر يسمى بعصر السرعة...²

الاستقلالية: وهي درجة إحساس المستخدم بالتحكم والسيطرة على المحتوى وأنماط الاستخدام بعيداً عن تحكم وسيطرة المصدر

الشخصنة: عندما يكون المحتوى مخصصاً لفرد ومتوافقاً مع احتياجاته على سبيل المثال، يمكن للمستخدم تخصيص نوع محدد من الأخبار أو أصناف محددة من برامج الترفيه، يستقبلها بشكل شخصي يتناسب مع ميوله الذاتية، وكذلك مع ظروفه المكانية والزمنية...³

البومات الصور: تتيح لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور عليها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها...⁴

ثالثاً. نماذج من مواقع التواصل الاجتماعي:

من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي:

- 1 - حسين بيرق: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياسية للنخب الإعلامية العراقية (الفيسبوك نموذجاً)، الاتصال الرقمي في زمن المكافحة- جامعة اليرموك/ اربد- الاردن، 2014، ص5
- 2- د.دليلة صالح: شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري، الفيسبوك - نموذجاً دراسة ميدانية على عينة من الشباب، مجلة الاعلام والمجتمع، جامعة الشهيد حمه- الوادي- الجزائر، جوان، 2022، المجلد(06)، العدد(01)، ص268
- 3 - سمير سالمي: مراد بومنقار، أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين أداء الخدمات المقدمة، دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من طلبة قسم علم النفس بجامعة باجي مختار بعنابة، مجلة العلوم الادسانية، ديسمبر 2022 المجلد 33، العدد3، ص287-288
- 4 - ليلي احمد جزار: الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012، ص42

1- فيسبوك (facebook) ...¹

يعد فيسبوك واحدا من أوائل شبكات التواصل الاجتماعي ويزيد عمره على عشرين سنوات، وله شهرة واستخدام وتأثير على مستوى العالم. تم انشاء موقع فيسبوك عام (2004م) بواسطة مارك زوكربيرغ في جامعة هارفارد، وكان الموقع في البداية متاحا لطلاب جامعة هارفارد فقط، ثم افتتح لطلبة الجامعات، وبعدها لطلبة الثانوية ولعدد محدود من الشركات، ثم أخيرا تمت إتاحتها لأي شخص يرغب في فتح حساب به، يرى مؤسس الموقع أن فيسبوك حركة اجتماعية (Social Movement)، وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، ويوصف الموقع بأنه "دليل سكان العالم".

خصائص ومميزات الفيس بوك:

- لقد صنفت الشبكات الاجتماعية من ضمن تطبيقات الويب 2.0، لما بها من تقنية عالمية وتفاعل مع المستخدمين...²

- هي منصة تقوم على تفاعل والتشارك بين الأعضاء

- تدفع العضو لاستعمالها ودعوة أصدقائه لها

- لا يحتاج المستخدم إلى تدريب أو تعلم لغة البرمجة لتطوير أداء هذه الشبكات

الاجتماعية

1 - مركز المحاسب للاستشارات: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب -تويتر نموذجاً، دار المحاسب للنشر والتوزيع،

المملكة العربية السعودية-الرياض، 1438، ص27

2مصطفى بن طيفور: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيس بوك بجامعة مستغانم ووهران، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث(ل م د) في علوم الاعلام والاتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، شعبة علوم الاعلام والاتصال، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم، 2016/2017، ص112

2- انستغرام (Instagram):

انستغرام تطبيق مجاني لتبادل الصور، وشبكة اجتماعية أيضا أطلق عام (2010م) ويتيح للمستخدمين التقاط صورة، وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية. في البداية كان دعم انستغرام على الآي فون، والآي باد، والآي بود، وفي (2012) أضيف انستغرام لمنصة الأندرويد، ثم تطور في (2013م) ليوضع في تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين.

3- تويتر (twitter):

فهو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات 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 الفيس بوك و TwitBird، تظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحاتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني وخلاصة الأحداث RSS، وقد ظهر الموقع في أوائل عام (2006) كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Obvious الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو..

وبعد ذلك أطلقت الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في (2006) وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل (2007) قامت شركة Obvious بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم twitter، ومع ازدياد أعداد من يستخدمه لتدوين أحداثهم اليومية، فقد قرر محرك

جوجل للبحث أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات التويتر كم صدر للبحث اعتبار من (2009)...¹

مميزات التويتر التقنية:

سهل وسريع: فبمجرد ادخالك لبريدك الالكتروني وتسجيل اسمك واسم الا استخدام وكلمة السر الخاصة بك، تصبح مشتركا بالموقع

محمول ومتحرك: أي من المواقع تدعم وتتيح أدوات للتدوين أو لإرسال الرسائل والصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة ومن أي مكان في العالم

مجاني: إرسال التدوينات القصيرة عبر تويتر هو مجاني

الفورية: فمن أي مكان تستطيع ان تراقب الحدث وتبدي رأيك فيه فوراً

شعار مميز: "Unique badge" يوفر التويتر امكانية تحميل صور خاصة لشعار

يميزك عن الآخرين عند التدوين

4- اليوتيوب (youtube):

موقع الكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني، وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من افلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها الى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها. وقد تأسس موقع اليوتيوب سنة (2005)... ويعد الفيديو المرفوع من قبل جاود كريم بعنوان (انا في حديقة الحيوان) (بالإنجليزية: Me at the zoo)، يعد أول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتيوب.

1 - د. 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، 2014، ص38

وقد اصبح اليوتيوب اليوم موقعا رئيسيا للفنانين والسياسيين والهواة على حد سواء لبت مقاطع الأفلام الخاصة بترويج أفلامهم أو أغانيهم أو منتجاتهم للعامة ومجانا، بل تطور اليوتيوب لتستخدمه الجامعات والحكومات لبت برامج التوعية او الد صص الالكترونية عبره.

ومن مميزاته:

عام ومجاني: فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء وتحتاج من الأفلام سواء اكانت تعليمية أم ترويجية، وكل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط

سهل المشاهدة: فبمجرد ضغطك على وصلة الفلم فإنك تستطيع مشاهدة بثه حيا ومباشرة من الموقع

أداة رائعة للترويج: فأفلام يوتيوب المجانية هي خير وسيلة لترويج أفكارك الخاصة وشرحها للمهتمين من العامة، فهو لا يكلفك شيئا مثل الحملات الترويجية التقليدية

5- واتس آب (What App):

لا يخلو هاتف من الهواتف الذكية من تطبيق واتس آب What App الذي أحدث انقلابا سريعا في الحياة البشرية خاصة في منطقتنا العربية، وهو تطبيق للتراسل الفوري متعدد المنصات يستخدم على منصات أجهزة الآيفون والأندرويد والويندوز فون، ويتيح لمستخدمه التواصل الفوري بالرسائل والصور والفيديوهات والتسجيلات الصوتية، دون حد أقصى ولكن بشرط الاتصال بشبكة الانترنت، تم تأسيس واتس آب في (2009). ويرجع تسميته بهذا الاسم نسبة الى العبارة الأمريكية الشهيرة What App ومعناها "

كيف الحال"، ويعمل البرنامج فقط على الهواتف المحمولة المتصلة بشبكة الانترنت، و قد حقق شهرة كبيرة واجتذب ملايين المستخدمين حول العالم لينفوق على تويتر...¹

6- سناب شات (Snapchat):

هو موقع يسمح للأفراد بمشاركة الصور ومقاطع الفيديو الحية بشكل مجاني وبها خصية فريدة ألا وهي إمكانية عرض الصور والمقاطع لأربعة وعشرون ساعة فقط ومن ثم تخفي، ويمكن للشخص ان يحتفظ بالصور والمقاطع التي تم تداولها وهناك تنبيهات تبين للمشارك ما إذا تم النقاظ صورة للشاشة للو سائط التي تم نشرها، وان عدد المستخدمين النشطين تجاوز الـ 100 مليون يوميا في سنة (2014م) وانه يتم ارسال حوالي 700 مليون صورة وفيديو يوميا على هذا التطبيق...²

رابعاً. آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

1- السلبيات:

إضعاف الذاكرة اللغوية العربية: ان كثرة استخدام وسائل التواصل الالكتروني عبر الكتابات النصية، والوامر الالكترونية، تؤدي الى زعزعة منظومة المفردات اللغوية للفرد، بسبب عدم التواصل الطبيعي وقلة النطق باللغة العربية، فالتواصل الاجتماعي

1- ميمي محمد عبد المنعم توفيق: شبكات التواصل الاجتماعي..(النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، 2018 ، العدد الرابع والعشرون(الجزء الثاني)، ص26.

2 - منى ابراهيم يوسف محمد: دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتفاعل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية بالمرحلة الابتدائية في مملكة البحرين، رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام والعلاقات العامة، منصة الأبحاث والدراسات الجامعية، معهد البحرين للتنمية السياسية، كلية الآداب، الجامعة الأهلية، المنامة، مملكة البحرين، 2018، ص46

الإلكتروني تنقصه الكثير من العناصر المهمة في تكوين عملية الاتصال، كإغارة الجسد واللمس والحركة...¹

إدمان وسائل التواصل يؤدي إلى تلف الخلايا الدماغية: يؤدي الإدمان إلى إرهاق العين الباصرة، كما قد يؤدي إلى تلف جزئي للخلايا الدماغية، يرتبط الإدمان على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي بتغيرات في الدماغ مشابهة لتلك التي تحدث عند الأشخاص المدمنين على الخمر والكوكايين والحشيش.

مواقع التواصل الاجتماعي تضعف الذكاء: أظهرت دراسة أن سرعة انتشار المعلومات وسهولة الحصول عليها في مواقع التواصل الاجتماعي، قد تؤثر سلباً على القدرات التحليلية عند الأشخاص الذين يستخدمونها بكثرة..

وما يترك أثراً سلبياً من الشبكات الاجتماعية هو اعتياد المستخدم على الوصول السهل إلى المعلومات المطلوبة، وذلك يجعل الذاكرة تتركز على أسلوب الحصول على المعلومة.

الاختلاط الإلكتروني بين الجنسين: إن اختلاط الذكور والإناث بطريقة منافية للضوابط الدينية والشرعية من أهم سلبيات وسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما قد ينجم عنها من انحلال بطيء للقيم الروحية والمعنوية

1 - مركز الحرب الناعمة للدراسات: شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الأمريكية الناعمة، مكتبة مؤمن قريش، بيروت (لبنان)، 2016، ص 33

التزوير الذي يعتبر من أكثر جرائم نظم المعلومات انتشاراً، ويكون في عدة أشكال وأنواع كإدخال بيانات خاطئة أو تعديل البيانات الموجودة، ومنه تزوير البيانات الخاصة للشخص مثلاً الجنس أو العمر أو وضع صورة غير متطابقة مع الواقع...¹

انتهاك الخصوصية: حيث يوجد ملف شخصي لكل طالب يحتوي على معلومات عنه وعن مكان وجوده ونشاطاته وميوله، وقد يساء استعمال هذه المعلومات في حالة كشفها لأشخاص غير موثوق بهم، ربما يكون هناك مجال للغش إذا تم استعمال الملف الشخصي لأحد الطلاب من قبل طالب آخر.

عرض المواد الإباحية: هنالك المواقع أو التي تدعو إلى الرذيلة ونزبذ الاخلاق والقيم الدينية التي تستهوي المستخدم وتدخله في متاهات تتنافى مع المبادئ والاخلاق العامة للمجتمع...²

انتشار الشائعات: نتيجة لعدم وجود آلية دقيقة للتأكد من مصادر الأخبار والمعلومات على شبكات التواصل الاجتماعي انتشرت الشائعات بصورة كبيرة، ويلاحظ في كثير من الأحيان أن متصفحها يعتقدون أن هذه المعلومات دائماً صحيحة ويمكن الأخذ بها دون التأكد من صحتها وصحة مصدرها...³

عبد الكريم تفرقنيت: مواقع التواصل الاجتماعي الايجابيات والسلبيات دراسة وصفية ترصد أهم الملامح في الدول العربية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، 2016/06/01، ص7

2- أحمد كاظم حنتوش: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في قطاع التعليم الجامعي، كلية الطب البيطري: جامعة القادسية، الخضراء انموذجا، مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية، 2017، المجلد7، العدد4، ص207

3- ميمى محمد عبد المنعم توفيق: مرجع سبق ذكره، ص37

2- الإيجابيات:

تلبية حاجة إنسانية واجتماعية طبيعية وفطرية للتواصل: حيث دخلت شبكات التواصل الإلكتروني مشكلة ضعف التواصل الاجتماعي والمدني والانساني في المدن، والتجمعات السكنية المكتظة.

إتاحة الفرصة أمام الشباب للتعبير: أتاحت وسائل التواصل الاجتماعي الفرصة للشباب للتعبير عن ذواتهم وأنفسهم، وتنمية ثقفتهم بأنفسهم...¹

الاستخدامات التعليمية: تلعب الشبكات الاجتماعية دورا في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني، حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي والمشاركة في كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر

الاستخدامات الدعوية: أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين، وانشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، وهو انتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام والتواصل، والتوفير في الجهد والتكاليف...²

- أداة فعالة في التعبير عن الهموم الشخصية والعامة ووسيلة تعمل على كشف المسكوت عنه

1 - مركز الحرب الناعمة: مرجع سبق ذكره، ص62

2 - عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر: مرجع سبق ذكره، ص68-69

- سريعة الانتشار بين الشباب، ويمكن من خلالها تقديم خدمات جديدة للمجتمع لأدائها تتحدث بلغة الشباب التي يعرفها، الى جانب أنها مجانية فهي مترابطة حيث تحتوي على وصلات الى مواقع أخرى...¹
- التعبير عن الذات، حيث أن وسائط التواصل الاجتماعي تعكس رأي صاحبها وتعبّر عن رغباته واهتماماته وافكاره وطموحاته
- فتح مجال الحرية أكثر في بث أو ارسال أي محتوى مكتوب أو مسموع أو مرئي دون قيود قانونية أو مجتمعية أو أخلاقية
- توفير التسلية والترفيه، نظرا لتنوع وثراء ما تبثه وسائل التواصل الاجتماعي من أفلام وفيديوهات...²

خامسا. دوافع استخدام منتسبي الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي:

يمكن القول ان استخدامات شبكة التواصل الاجتماعي قد أدت إلى ظهور المجتمعات الافتراضية التي تسعى الى غرس الوطنية وتحقيق الانتماء والولاء وحب الوطن لدى منتسبي الجامعة، ويتم ذلك من خلال استثمار غايات ودوافع استخدام منتسبي الجامعات لها والتي تتمثل فيما يلي:

✓ غايات دينية أخلاقية: وتتحقق هذه الغايات من خلال المناهج الدراسية والأدشطة المتنوعة للدعوة وتبادل النصيحة والمواد الدينية المسموعة والمرئية والمكتوبة

1 - بلقاسم زغود، سعدي وحيدة: الاعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب، مجلة آفاق للعلوم، العدد الثامن-ج1، جامعة عنابة، جوان 2017، ص354.

2 - عبد الكريم نقرقنيت: مرجع سبق ذكره، ص6-7

- ✓ غايات تعليمية: وتتضح هذه الغايات من خلال تبادل الأفكار والمواد التعليمية وتبادل الأخبار والمعلومات والخبرات
- ✓ غايات تجارية: وتتضح هذه الغايات من خلال التسويق والإعلان والترويج للبرامج الأكاديمية والإدارية والأنشطة
- ✓ غايات سياحية: وتتضح هذه الغايات من خلال الدعاية والتوجيه، وقد عاين العالم العربي ما كان لمواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر من تأثير بالغ في انتقال الثورات من بلد عربي إلى آخر ومن مدينة إلى أخرى
- ✓ غايات ترفيهية: وتتضح هذه الغايات من خلال تبادل الموسيقى والصور والمقاطع المصورة وما إلى ذلك...¹
- ✓ غايات أدبية: وتتضح هذه الغايات من خلال تبادل الكتابات الأدبية وتبادل الآراء حولها
- ✓ غايات نفسية واجتماعية: خروجاً من العزلة وسعيًا إلى بناء علاقات اجتماعية تشبع حاجات البشر بوصفهم كائنات اجتماعية...²

1 - عيشة علة، نوري الود، الإشباع المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، فعاليات ملتقى الوطني حول: تشخيص واقع الطالب الجامعي، مجلة الوقاية والأرغوميا، جامعة الجزائر 2، 2016، العدد 6، ص 176

2 - عيشة علة، احمد بلول، تنمية الوعي الاجتماعي المحقق من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، مجلة سوسولوجيا، 2017/06/01، ص 193

سادسا. تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب: ...¹

1- التأثيرات المعرفية:

والتي تتمثل في مجالات عديدة أهمها:

- ✓ تجاوز مشكلة الغموض Ambiguite الناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد، أو نقص المعلومات وعدم كفايتها لفهم ما عاني الأحداث أو تحديد التفسيرات الممكنة والصحيحة لهذه الأحداث، وهذا ما يحدث بالنسبة للشباب أيضا عندما يعلم بوقوع الأحداث ولا يعرف مغزى الحدث أو تفسيراته.. والغموض الناتج عن نقص المعلومات أو تعارض آراء المستخدمين في هذه الشبكات يتم حله سواء كان صحيحا أو خاطئا، غالبا من خلال الاطلاع على مختلف الرؤى في هذا الفضاء، وبهذا يصبغ من السهل تصور مسؤولية شبكات التواصل الاجتماعي على غموض المعلومات
- ✓ هناك تأثيرات معرفية أخرى توضح الأدوار التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات، حيث تقوم هذه الشبكات بدفع غير محدود للآراء والموضوعات والشخصيات التي تثير اهتمام الشاب
- ✓ بالإضافة الى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تحديد ترتيب اهتمامات الشباب بالنسبة للأفكار والموضوعات التي تنتشرها شبكات التواصل الاجتماعي أي ترتيب

1 - تقي الدين يحيى: القيم الثقافية المكتسبة من خلال استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم الاتصال والعلاقات العامة، كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة صالح بوبنيدر، قسنطينة3، 2018/2017، ص231.

أجندة الشباب بالنسبة لهذه الموضوعات أو الافكار اعتمادا على الترتيب الشائع لها في الاستخدام الافتراضي

✓ بجانب التأثير على نظم معتقدات الشباب بزيادتها سواء كان بزيادة الفئات التي يمكن تنظيم هذه المعتقدات في إطارها أو زيادة المعتقدات في كل فئة، وذلك يؤدي الى اتساع نظام المعتقدات بالنسبة للشباب

2- التأثيرات الوجدانية:

وذلك مثل مشاعر الحب والكراهية... وغيرها التي تقوم بأشكال مختلفة و في سياقات متعددة، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة في الفضاء الافتراضي، تؤثر على مشاعر الشباب واستجاباتهم في الاتجاه الذي تستهدفه هذه الرسائل ومن أمثلة هذه التأثيرات:

الفتور العاطفي: وهناك فرض يرى بأن الاستخدام المكثف لموضوعات العنف في شبكات التواصل الاجتماعي يؤدي الى الفتور العاطفي، وهذا ما يؤكد نقص الرغبة في مساعدة الآخرين نتيجة كثافة الاستخدام الافتراضي لأعمال العنف، وبالتالي فإن الشباب يتصرف كما لو كان العنف هو الحياة الحقيقية

القلق والخوف: فالاستخدام المكثف للرسائل الجديدة، والانطباعات التي يواجهها المستخدمون في مجالهم الافتراضي عن الأشياء، تجعل الكثير من هؤلاء الشباب في حالة من الخوف والقلق خاصة في ظل تعدد الرؤى وتباين التفسيرات

التأثيرات الأخلاقية والمعنوية: وهذه تحدث نتيجة الرسائل وطبيعة المعلومات التي يكون لها تأثيرات على معنويات الشباب ومستوى الأخلاق، فالدعم المعنوي والأخلاقي لا يمكن تطويره دون تأثيرات نظم الاتصال

3- التأثيرات السلوكية:

ومن اهم التأثيرات في هذا المجال الفعالية وعد الفعالية، أو تجنب القيام بالفعل ومفهوم الفعالية يظهر عندما يقوم الشاب بعمل ما كان يعمل له لولا استخدامه لهذه الشبكات، والتأثيرات السلوكية هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية أو الوجدانية، وعلى سبيل المثال نجد أن الشباب يمكن ان يرتبطوا بوجهة نظر أو حل لمشكلة نتيجة لاتجاهات تكونت لديهم بالمعرفة والمشاعر التي طورتها من خلال الرسائل في الفضاء الشبكاتي.. وعلى العكس من ذلك نجد أن الرسائل المستخدمة عندما تثير الخوف من شيء ما فإنها تجعل الشاب يتجنب القيام بعمل ما، وهو المقصود بالامتناع عن الفعل...¹

1 - تقي الدين يحيى: مرجع سبق ذكره، ص 232.

الفصل الثالث:

الثقافة الجماهيرية والشباب الجامعي

أولاً: الثقافة الجماهيرية

ثانياً: الشباب الجامعي

أولاً. الثقافة الجماهيرية

1- الثقافة الجماهيرية من التحليل الماركسي إلى الاتجاه النقدي:

تبقى الثقافة الجماهيرية محل نقد انطلاقاً من التيار الماركسي وفي الاتجاه النقدي، ولعل رؤية مدرسة فرانكفورت للثقافة الجماهيرية تبقى أحد سن رؤية تتبنى الاتجاه الماركسي والاتجاهات النقدية ككل، ويبرز هذا أكثر في إسهامات "تيودور أدورنو" حول الصناعات الثقافية والوضع الاعتباري للفن داخل المجتمعات الرأسمالية المتقدمة...¹

ان الفكرة الرئيسية لكتاب جدل التنوير تبدأ من مقولة " تفرق البشرية في نوع جديد من البربرية بدل أن ندخل الى حالة إنسانية حقيقية ولكن أهمية الكتاب تبدأ مع المقال الثاني المخصص لمفهوم "صناعة الثقافة" أو ما يعرف ب" التنوير كخداع للجماهير" وكل هذا يرتبط بفرضية ماركس القائلة { الأفكار السائدة في كل عصر هي أفكار الطبقة السائدة، وأن التكنولوجيا الحديثة يجب النظر إليها على أنها زادت التأثير الذي غرست به هذه الأفكار في المجتمع ككل}، ففي مقابل هذه النظرية الماركسية يرى أدورنو ان التكنولوجيا والوعي التكنولوجي قد أنتجتها ذاتها ظاهرة جديدة في شكل ثقافة جماهيرية نمطية ومنحطة، تجهض النزعة النقدية وتخرسها، ويتناقض مفهوم أدورنو عن هذه الثقافة الجماهيرية بشكل لافت مع رأي بنياسين الذي أثرت أعماله بعمق على نظرية علم الجمال في مرحلة أسبق، كما نشير أن الفصل المعنون ب" الثقافة باعتبارها صناعة، التنوير كخداع جماهيري" في كتاب جدلية التنوير يرى أن الثقافة الجماهيرية حجر أساس في اي دراسة، وهذه الثقافة مرتبطة بالمجتمع الحديث، وعلى هذا الأساس هي صناعة مثل

1- بيرنار ميبيج: الفكر الإتصالي، (تر) أحمد القصور، دار توبقال للنشر، المغرب، ط1، 2011، ص34

الأفلام وبرامج الراديو الصحف والمجلات وبالتالي هي صناعة إحتكارية للحياة الثقافية، أكرمت بقوتها المادية والإدارية الأشكال الثقافية الأخرى والانتاج الثقافي مثل الثقافات الفولكلورية الأصلية من الصورة...¹

ان الثقافة باعتبارها صناعة جزء من عملية القمع الشمولية في المجتمع الرأسمالي الحديث ومع القرن العشرين أصبحت الثقافة جزءا من شمولية متكاملة زجدها متلازمة بشكل شبه كامل مع الاقتصاد الرأسمالي، وهذا يعني أمرين أولهما: أن الثقافة أصبحت الآن عبارة عن آلية تعمل لخدمة الوضع الراهن فحسب، وثانيهما ما ان الثقافة أصبحت عبارة عن سلعة ليس إلا وبالرجوع إلى فكرة "ضمنية السلع الماركسية"، تتكيف الثقافة باعتبارها صناعة، خصوصا الجزء الذي يتعلق بالإعلانات مع الأنماط الفنية في العصور السابقة وتوظيفها لغايات تجارية، فلا مقدس في هذه العملية وكل شيء معرض للاستغلال، إنه في هذا الصدد يقول هربرت ماركيز في مقاله عن فيبر: " ليس تطبيق التكنولوجيا فحسب بل التكنولوجيا نفسها، هي التي تمثل تسلطا على الطبيعة والانسان، بطريقة منهجية علمية ومحسوبة وماكرة، وأن الأهداف والمصالح المحددة لهذا التسلط لا يتم دسها على التكنولوجيا فيما بعد، ومن الخارج وإنما يدخل في تصميم بناء الجهاز التقني...²

إضافة إلى هذا يرى هربرت ماركيز: " لم يعد الفيلم والإذاعة في حاجة إلى تمرير نفسيهما كفن، لقد أصبح مجرد عمل تجاري، هنا تكمن حقيقتها ما وإيديولوجيتهما

1 - ديفيد انغليز وجون هيوسون: مدخل إلى سوسيولوجيا الثقافة، (تر) لما نصير، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، ط1، 2013، ص73

2 - توم بوتومور: مدرسة فرانكفورت، (تر) سعد هجرس، دار أوياء، ليبيا، ط2، 1999، ص79

التي يستعملانها من أجل لإضفاء الشرعية على البضاعة الرديئة التي ينتجانها عمداً، إنهما يعرفان نفسيهما باعتبارهما صناعة، كما يبطلان جميع الشكوك حول ال ضرورة الاجتماعية لنتاجاتهما من خلال نشر مجموع عائداتهما

كما يضيف أن تكنولوجيات الصناعة الثقافية لم تنجح سوى في التقنيين والانتاج الغزير وهذا نتيجة لوظيفتها في الاقتصاد الراهن، وعليه فالحقيقة الكامنة وراء كل ذلك هي أن سلطة الصناعة الثقافية نابعة من كونها تتماهى مع الحاجة المنتجة ولا تتصدى لها فقط، على الرغم من أن هذا التصدي كان يدل على أنها قوية جداً أو عاجزة...¹

2- خصائص الثقافة الجماهيرية:

✓ النمطية أو المعيارية: فهذه الثقافة تمثل ما هو عام ومشترك في المجتمع ومنها فهي تزيج الخصوصيات الثقافية المحلية، وهي من جانب آخر تعتمد على معايير انتاجية موحدة مثل بقية الصناعات الأخرى

✓ ترسيخ قيم الامتثالية: أي ان هذه الثقافة تعمل على تثبيت الانحاط الاجتماعي والثقافية السائدة، وقد تحدث ادورنو و(هوركايمر) عن الافراد الذين تنتجهم الثقافة الجماهيرية بالجملة مثل رتاج الأمان (قفالة) من ماركة حيث لا تختلف احدهما عن الأخرى إلا بجزء من المليمتر

✓ تنمية النزعة الاستهلاكية: ويتم ذلك بالاعتماد على الاشهار لتسويق البضاعة المادية، وهذا ما ينمي ثقافة الاستهلاك الواسع وفقاً لنمط محدد، قد لا يكون هو الاحسن

1 - بيرنار ميبيج: مرجع سبق ذكره، ص 35

بقدر ما هو الاكثر شيوعا خاصة في اوساط الفئات الشبانية نتيجة للتأثر بشخصيات سينمائية أو تلفزيونية أو رياضية، تعتبر النموذج بالنسبة للكثير من الشباب...¹

- ✓ ثقافة مصطنعة تخضع لمقاييس السوق وفق مبدأ العرض والطلب
- ✓ نمط من الثقافة اللحظية، الوقتية، المتشظية والسلعية القائمة على التسلية وتستخدم تكنولوجيا الاتصال الحديثة في توجيه الثقافة الانسانية عموما على الطابع التجاري
- ✓ منتج من منتجات وسائل الاتصال الجماهيري كالراديو والافلام وكتب التسلية والقصص التلفزيونية والسينما

- ✓ غير موجهة إلى طبقة محددة ولا إلى مستوى ثقافي أو تعليمي محدد
- ✓ يعتمد مضمونها على الترفيه، فهو معد للاستهلاك ويخضع لقانون السوق التجاري
- تتسم رسائله الاتصالية بالتمائل والسطحية لإرضاء أذواق الجماهير بهدف ترميها
- ✓ تحتوي على نظام خاص هو جزء من تركيبها الخاضعة لمقاييس الانتاج الصناعي
- ✓ تقوم على مبدأ التحديث الذي يستخدم وسائل الاعلام لتمهيد الطريق أمام أذواق اجتماعية استهلاكية يراها أكثر عقلانية...²

3- تأثيرات الثقافة الجماهيرية:

وهذا ما يؤكد "أوليفير بيرغولان" في حديثه عن تأثير وسائل الاعلام على الأفراد الذين يصيبهم الخمول والكسل، فمستهلك المادة الثقافية يفقد تدريجيا المعنى والذوق

1 - مدونة بسكرة للصحافة: ماهية الثقافة الجماهيرية، [com.https://biskraforpressbiogspot00:25/2024/04/06](https://biskraforpressbiogspot00:25/2024/04/06)

2 - حنان بوطورة: منصورى سميرة: الاغتراب الثقافي بالمجتمعات المعاصرة وعلاقته بالثقافة الجماهيرية من منظور نظرية الثقافة الجماهيرية لماكدونالد، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس، م سغانم، 2021، المجلد 08، العدد 04، ص 195

والقدرة على المبادرة والنشاط، بفعل المداومة المستمرة على مشاهدة الأفلام السينمائية والاستماع للإذاعة وقراءة الشريط المرسوم ومشاهدة التلفزيون...¹

ويرتبط تأثير الثقافة الجماهيرية في قول مبدع الموسيقى "موتسارت في إحدى رسائله: انه عندما يصور المشاعر والعواطف في أعماله الموسيقية، فهو لا يمارسها بالفعل، بل يستخدم ذكاه ومهارته فقط في تأكيدها ولا يمكن لنا دون معرفة إدراك عظمة الموسيقى وتلك التأثيرات النفسية التي توقظها بداخلنا، ولن يرقى المتلقي بتذوقه الموسيقى، الا اذا تجاوز المتعة الفورية السطحية الى المتعة الذهنية الاعماق، وذلك بتدريب نفسه على تعليق الاشباع الفوري المباشر...²

وقد يؤدي أي تغيير "درامي" في سلوك الجمهور إلى حدوث انقسام شديد في نظام أي وسيلة إعلامية، وهذا الانقسام غير شائع ولكنه يحدث فعلا، ويكمن مفتاح التخلص من التغيرات الدرامية في سلوك الجمهور في تقديم المحتوى الترفيهي الذي يشبع ويثير أكبر عدد ممكن من أفراد الجمهور لكي يقوموا بدورهم وفقا لاحتياجات النظام، والمحتوى الترفيهي الذي يبدو أنه قادر على إثارة أكبر عدد من أفراد الجمهور هو المحتوى الهابط الأكثر درامية الذي يشكل جزءا كبيرا من ثقافتنا الشعبية، ونظرا لأن الهدف الأساسي لنظام وسائل الاعلام هو الربح الاقتصادي، فإن الجنس والعنف أو أي محتوى آخر يثير الاهتمام أو يبقى عليه، حتى لو كان متسما بالذوق الهابط، كلها تسعى إلى زيادة عدد الجمهور الذي يشاهد الاعلانات. وبصفة عامة، فكلما زاد عدد الجمهور زاد دخل الموزع

1 - نصر الدين العياضي: وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع، دار القصبه للنشر، الجزائر، 1999، ص 85

2- نبيل علي: الثقافة العربية وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001،

والمنتج المسؤولين عن الاعلان، وعلى سبيل المثال: تكلف الاعلانات في أوقات ذروة المشاهدة الجماهيرية للتلفزيون أكثر بكثير من تلك الفترة التي يقل فيها العدد نسبيًا مثل ساعات الصباح الباكر...¹

وهناك عامل آخر، يكمن في أن الطبقات الأدنى والوسطى هي التي تهتم جدا بوسائل الاعلام الجماهيري ككل، وهناك دليل كبير يبين أن غير المتعلمين نسبيًا يقضون وقتًا أطول من المتعلمين في متابعة وسائل الاعلام. وقد يكون من الخطأ أن نستنتج أنهم يفعلون ذلك فقط لأنهم يستسيغون محتوى الذوق الهابط، فالفرد ذو الذوق الراقى يرى أن هناك أمورًا كثيرة في الإعلانات يمكن أن تثير الأسف والاشمئزاز، فأى فرد يجلس على مائدة العشاء أمام التلفزيون لمعرفة أخبار المساء يشاهد التجاربيين النشطين وهم يشيدون بمزايا المستحضرات الطبية الخاصة بأمراض البواسير والإمساك والإسهال وروائح "الإبط" والأمراض البشرية الأخرى، هذا الفرد عادة ما يصدر عنه رد فعل مماثل، وهذا هو ثمن اقتناء جهاز إعلام جماهيري يقوم أساسًا على الاعلانات وأن الأغلبية غير المتعلمة نسبيًا دخولها منخفضة نسبيًا مما يعنى ان فرصتهم أقل من المتعلمين، فإنه كما أوضح بيكر وبول، يعتبر من الأمور السطحية أن نعتقد أن المبرر الوحيد الذي يدفع الناس بصفة عامة لقضاء وقتهم مع وسائل الاعلام يرجع الى الاستجابة لإغراء محتواها، وقد يجد النقاد الذين يثيرون اهتمام الجمهور بانتقاد محتوى وسائل الاعلام أو يدعون بوجود علاقة سببية بين المحتوى الاعلامي والسلوك الاجتماعي غير المرغوب وقد يغيرون شكلًا معينًا من محتوى الذوق الهابط لو تابروا على انتقاداتهم بشكل كاف،

1 - ملفين ديفلر وساندرا بول روكيتش: نظريات وسائل الاعلام، (تر) كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993، ص 203-204

ونضرب أمثلة على ذلك من الماضي فنذكر برامج المسابقات والأسئلة ذات الجوائز التي وجد أنها "معدة سابقا أو مزيفة" ومقدمي اسطوانات الأغاني والموسيقى الشعبية في الاذاعة الذين كانوا يتلقون "رشوة" أو اجرا مقابل العزف المتكرر لأغنية حتى تزداد شعبيتها وتوزيعها...¹

ان التلفزيون وسيلة تكاد تسيطر على حياة الفرد في توجهاته ومواقفه وسلوكاته الى درجة لا يكاد الفرد يحس بذلك، وكان في الأمر شيء طبيعي وذلك ما تؤكد الدراسات الميدانية الخاصة بالتأثير، والمنفق عليه أن هذه الوسيلة المرئية هي الاداة الأكثر بروزا في النشاط الترفيهي اليومي، وهذا النشاط لا يتم دون إحداث اهتزازات بنوعية على مستوى القيم والمشاهد، ان مثل هذه التأثيرات على مختلف البضائع اليومية التي تقدمها وسيلة التلفزيون اضافة الى الصور الاشهارية والسياسية، فالاوبرا الصابونية والدراما أو الكوميديا وغيرها تقدم أشكالاً من الصور المادية التي تتحول إلى نماذج اقتداء بحكم جاذبية الصور المزخرفة المزينة بصفة الاصطناع، والحاصل أنه وفي غياب القيمة ينبهر المشاهد بهذه القوالب ويأتيه الظن أن حياة هؤلاء الذين هم على الصورة أكثر أهمية من حياته في الواقع المعاش، فيحيا من خلال تجاربهم ويتقمص شخصيات وأدوار فيصبح مستهلكا لتجارب الآخرين الوهمية بعيدا عن تجربته الداعية في عالم الحياة، وإذا فإن التلفزيون يبيع صور مادية مصنعة عن جسم الانسان وازيائه وممتلكاته، وهذه الاخيرة تتحول الى مؤشرات يتبناها المشاهد (اذا غابت عنه القيمة) ويسعى جاهدا ان يمتثلها من خلال المرئي في التلفزيون، وما نجده في وسيلة التلفزيون وخاصة القنوات الاجنبية تلك البرامج من المرئيات كالحوار حول مائدة او جلسات الكلام أو مناقشات أو حصص

1 - ملفين ديفلر وساندرا بول روكيتش: مرجع سبق ذكره، ص204-206

ترفيهية والتي تجعل القضايا الشخصية الخاصة محل مزايدة علنية معروضة للجمهور الواسع، ويلاحظ أنه لم يعد هناك مجال سر في حياة الفرد الخاصة كجسمه وعائلته وممتلكاته وقيمه وتمت تعريته من جل ما يميزه كفرد له سره وكشوفه في الحياة، وقد تحولت قيمة الإنسان في خضم ذلك إلى وضعيات من المرئيات المكشوفة على شاشة التلفزيون...¹

4- أبعاد الثقافة الجماهيرية:

إن علماء الاجتماع أخذوا يتجهون وبشكل متزايد إلى الاعتقاد أن الثقافة الجماهيرية ليست سيئة بالدرجة التي يصورها المعارضون لها، بل واعتقدوا أيضا بعدم صواب فكرة تقييم الثقافات ووصفها بالأعلى والأدنى، وهم يؤكدون عدم إمكانية التمييز بين ثقافتين اثنتين فقط: "ثقافة عليا وثقافة الجماهير"..²

وتبقى هذه الثقافة تحظى بمؤيديها ومعارضيهما، وحيث تشكل رهان النقاشات المحتدة التي تتصادم فيها تنديدات الأنتليجنسيا الليبرالية وديمقراطية المنتجين، وأصبحنا نتحدث عن الثقافة الجماهيرية في الصحف والمجلات، وننشر عنها المقالات المتناقضة، ونخصص لها الملتقيات والندوات. لقد هدأ اليوم، إلى حد ما هدير النقاش عنها، ودخل مفهوم الثقافة الجماهيرية إلى التداول العام. حيث أصبحت هذه الأخيرة موضع الحديث في الصالونات، وفي الحديث الجاد عن وسائل الاتصال الجماهيري، إننا نتحدث عنها باعتدال

1 - عزي عبد الرحمن: الإعلام والبعد الثقافي: من القيمي إلى المرئي، المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الإعلام والاتصال، جانفي 1996، العدد 13، ص 28-29

2 - هارلمبس وهولبورن: سوسولوجيا الثقافة والهوية، (تر) حاتم حميد محسن، ط1، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2010، ص 52

وحذر، لقد ولى ذلك الزمان الذي كان باستطاعة برنار رزونبرغ (bernard roznberg) أن يكتب بجديّة في المقدمة التي وضعها للنصوص التي تدعى عنوان: (مع الثقافة الجماهيرية وضدها)، (لا تقوم الثقافة الجماهيرية، في أسوأ الأحوال، يجعل أذواقنا سقيمة وغيبية، لأنها تجعل حواسنا فظة وخشنة في ذات الوقت الذي تعبد فيه الطريق نحو الأنظمة الاستبدادية).

ومهما كان الموقف من الثقافة الجماهيرية، سواء مهاجمتها أو تقديم دعم لها شروط لها، يظل الاتفاق الضمني حول ما يغطيه مفهومها قائماً، فالطريقة التي نتحدث بها عن الثقافة الجماهيرية أو وجهة النظر التي نعالجها بها هما وحدهما اللتان تختلفان، لكن المفهوم المذكور يبقى مع ذلك هو ذاته، لا يطعن فيه ولا يكون موضع شك، بالطبع هناك بعض الكتاب انشغلوا بعدم دقة هذا المفهوم، وفيه من صرح بالتناقض الحاصل بين ضم المصطلحين (الثقافة) و(الجماهيرية)، لكن نقدهم للمفهوم يستهدف طابعه الإجرائي أكثر من مشروعية الموضوع الأمبريقي الذي يعينه، هناك خطب في الثقافة الجماهيرية، وهناك وجهات نظر في الثقافة الجماهيرية، وهذا ما يبين وجود موضوع "الثقافة الجماهيرية"...

4-1 الأبعاد الإيجابية للثقافة الجماهيرية:

يختلف النقد الموجه لهذه الثقافة حسب الفرضيات المقدمة من قبل النقاد الفذيون والأدبيون، أمثال ماكدونالد، إذ رأى السوسيولوجيون أن مثل هذه الأفكار حول الثقافة الجماهيرية كانت تعتمد على آراء وتخمينات شخصية أكثر من اعتمادها على دراسات

1- نصر الدين العياضي: عن مفهوم الثقافة الجماهيرية، المجلة الجزائرية للاتصال، دار الحكمة، الجزائر، ديسمبر 1996 العدد، ص 226-228

تجريبية، فمن وجهة نظر سوسيولوجية استندت أفكار نقاد الثقافة الجماهيرية إلى فرضيات باطلة، لذلك يمكن القول أنه لا توجد ثقافة أكثر موضوعية من غيرها، إذ إن تحديد القيم ما هو إلا نتاج الأوضاع الاجتماعية، هذا هو الموقف السوسيولوجي المتعارف عليه في ما يتعلق بالقيمة الثقافية، وهو موقف مناقض للأفكار التي تبناها المفكرون الأدبيون أمثال غرينبرغ وماكدونالد...

"إن هذا لا يعني أن السوسيولوجيين لا يستخدمون في الكثير من الأحيان تقويمهم الخاص بهم للحكم على ما يبدو أنه تحليلات حيادية للثقافة، ولكن يبدو أن السوسيولوجيين بخلاف نقاد الثقافة الجماهيرية لا يعرفون الثقافة وفقا لمفهوم الفن والجماليات الضيق، ولكن وفقا لمفهوم أنثروبولوجي أي تلك المجموعة والأفكار والمشاعر التي يتم التعبير عنها بواسطة رموز خاصة بذلك المجتمع

ونجد من بين علماء الاجتماع الذين يعطون تحليلا إيجابيا للثقافة الجماهيرية هو "تالكوت بارسونز" بحيث يفتح المجال لرؤية الثقافة في أمريكا على أنها أكثر من مجرد صراع عظيم بين الثقافة العليا والدنيا وهذا المفهوم أوسع وأكثر "أنثروبولوجية" من تعريف الثقافة الجماهيرية التي هاجمها النقاد، فهو ينظر في ثقافة الأمة كلها عوضا من تقسيم الثقافة إلى معسكرين (ثقافة جماهيرية) و(فن). وهي كذلك من وجهة نظر نقاد الثقافة أكثر نفعا لفهم الحياة الثقافية في أمريكا، ومن هذا المنطلق فإن القيم ليست مهددة كما يعتقد بعض المفكرين لأنها أدركت مرحلة المسلم به، ونسبيا لا تمسها تطورات معينة مثل تطور وسائل الاعلام وخاصة ذلك أن الثقافة الوطنية لا تقتصر على الثقافة الجماهيرية، وأشار روبرت ميرتون (robert merton) إلى أن من الممكن امتلاك مجموعات معينة - مثل الشباب والذكور الذين ينتمون إلى الطبقة العاملة ويعيشون في المدن الكبرى -

مجموعة من القيم تختلف عن قيم الثقافة المسيطرة، أي قيم الطبقات الواسطة الثرية نسبياً...¹

وقدم هنا عالما الاجتماع "مانتر" و"سايكس" اللذان طرحا نظرية الانحراف وهي تعبر عن أسلوب آخر لدراسة العلاقة بين الثقافة السائدة والمنحرفة، إذ رفض الفكرة القائلة إن قيم المجموعات الثقافية الفرعية منفصلة تماما عن قيم الطبقة الأمريكية الوسطى، وعوضا عن ذلك رأيا أن النشاطات المنحرفة تعبير عن قيم خفية وهذا يدخل تحت نظام القيم الاجتماعية الشرعية لأي مجتمع، وتشمل القيم الخفية البحث عن المغامرة والتشويق والاثارة، فالمشكلة التي تواجه الشباب هي أنهم يفتقرون إلى الفرص المؤسسية والترفيهية وعليه شكلت كل من فكرة المستوى الخفي للثقافة وفكرة الثقافات المتعددة بدلا من ثقافة أمريكية واحدة تحديا سوسيولوجيا للرأي الذي يقول إن أمريكا تتميز بثقافة جماهيرية منفردة وموحدة ومتجانسة، وفي هذا الصدد نجد "إدوارد شيلز" أحد السوسيولوجيين الذين تحدوا نقاد الثقافة الجماهيرية معتمدا على أساس تقويم إيجابي لطبيعة ما يسمى {بالمجتمع الجماهيري} الذي هو نظام اجتماعي أكثر شمولية من أشكال التنظيم الاجتماعي السابقة، وعليه وسائل الاعلام أصبحت وسائل جديدة للتعبير عن الذات في المجالين السياسي والفني وذلك بين الطبقات العاملة والوسطى والدنيا، وبالتالي زادت قدرات الفرد في التفكير كما تطور حس المجتمع أي أن الثقافة الجماهيرية في الحقيقة تعبير عن الفرد أساسا لمزيد من التطور أصبح وضع الجميع في مثل هذا المجتمع يتحسن باستمرار، وأخذت الطبقة العاملة والوسطى والدنيا تكتسب تجارب جديدة تم اختيار بعضها من الثقافة العليا من خلال التعرض لتلفاز ووسائل الاعلام الجماهيرية الأخرى، و كان

1 - ديفيد انغليز: مرجع سبق ذكره، ص 110-111

الأفراد الذين ظلوا يعيشون في حالة من الخمول التام على حد تعبير "شيلز" وليس الأغلبية في المجتمع الجماهيري...¹

ويرى "ماكلوهان" أنه ما دامت الوسيلة جيدة فالرسالة حتما ستكون كذلك جيدة وتسمح للمشاهد بالمشاركة والتفاعل العميق مع جهاز التلفزيون، كما نجد "دانيال بال" يرى أن الثقافة الجماهيرية التي تروج لها وسائل الاعلام قد قدمت خدمة كبيرة للمجتمعات الحديثة أو متعددة الأعراف والأجناس إذ أنها وحدت قيمهم وقربت بين معتقداتهم ومواقفه ونجد "دانيال بال" يؤكد على وظيفة الدمج الثقافي

ونجد كذلك "هربرت غانز" درس التنوع الثقافي في المجتمع الأمريكي الذي وجد به لكل عرق ذوقه الثقافي وبالتالي الثقافة الوطنية الأمريكية كانت مجزأة وعلايه الثقافة الجماهيرية قبلت بتهور دون أي تمحيص، وطور "غانز" هذه الفكرة بتقسيم الثقافة الجماهيرية الى ستة تصنيفات مختلفة على أساس طبقي ناسبت كل واحدة منها طبقة معينة...²

- ✓ ثقافة عليا: أساسها الإبداع (مثل إنتاج الثقافة العليا ونشرها مثل الفنانين وأصحاب المعارض الفنية)
- ✓ الثقافة الوسطى العليا (مثل إنتاج الأفلام الفنية)
- ✓ الثقافة المتوسطة الدنيا (مثل إنتاج الروايات التي بها بعض الطموح الفني)
- ✓ الثقافة العليا أساسها الاستهلاك (مثل إنتاج المجلات وعرض الكتاب)

1 - المرجع السابق، ص 112-114

2 - المرجع نفسه، ص 117

✓ ثقافة دنيا (تشمل منتجات تستهدف المستوى الأدنى للطبقة الواسطة والمستوى الأعلى للطبقة العاملة مثل أفلام هوليوود النمطية)

✓ ثقافة دنيا متدنية (تشمل منتجات لاستهلاك الطبقة العاملة الدنيا مثل أفلام الإشارة البسيطة والصحف الشعبية وكتب الكاريكاتيرية)

إنه من خلال هذا التصنيف للثقافة الجماهيرية نجد كل تصنيف له جمهوره المعين كتحديد النوع الثقافي الذي تستمتع به مجموعة ما يعتمد على متغيرات متعددة، بما فيها الخلفية...، ولكن الأهم من ذلك أم مستوى الأفراد التعليمي لا يوجههم نحو شغل موقع محدد في الهيكل الطبقي فحسب، بل يوجه كذلك نحو الرغبة في أنواع محددة من الثقافة والنفور من أنواع أخرى، فالذوق إذا مسألة يحددها الوضع الاجتماعي ولا تعني خلافاً في الذوق الجمالي.

إنه في نهاية هذا التحليل يرى الكثير من السوسيولوجيين أن نقاد الثقافة الجماهيرية ارتكبوا خمسة أخطاء رئيسية:...

✓ قسموا المنتجات الثقافية كلها إلى تقسيمات مبدئية بين الثقافة العليا والجماهيرية

✓ لم يفكروا مطلقاً في إمكانية وجود مستويات مختلفة ضمن الثقافة الجماهيرية

✓ فشلوا في أن يحسبوا حساب حقيقة أن كل مستوى ثقافي ينسجم مع مستوى

اجتماعي في الهيكلية الثقافية

✓ كل مستوى ثقافي يعبر عن ثقافات مختلفة أساسها النظام الطبقي، بـ صرف النظر على أن الثقافة باعتبارها صناعة هي المسؤولة عن إنتاج المنتجات الثقافية بدلا من المستهلكين أنفسهم

✓ يتم اختيار المنتجات الثقافية واستخدامها على أسس ناتجة من الذوق الثقافي للمجموعة وباختصار كانت الثقافة الجماهيرية متنوعة بدلا من أن تكون متجانسة كما كان الحال في المشهد الاجتماعي في المدن الأمريكية الكبيرة، حيث تمت صناعة منتجات الثقافة وعرضه

4-2 الأبعاد السلبية للثقافة الجماهيرية:

إن النقد الموجه إلى الثقافة الجماهيرية جاء من الإسهامات والدرا سات الميدانية التي قامت في المجتمع الأمريكي، إضافة إلى إسهامات علماء الاجتماع المهتمين بالثقافة، وهما نشير أن النقاد انقسموا إلى تيارين: تيار النقد النخبوي للثقافة الجماهيرية وتيار النقد الثقافي الديمقراطي، وقبل التعرض إلى هذين التيارين يجدر بنا التعرض إلى نقد نظرية الثقافة الجماهيرية خارج مجال هذين التيارين وعليه نشير أن " سترانتي " strinati قام بتقييم نظرية الثقافة الجماهيرية، وأعطى النقاط التالية:...

✓ يعتقد strinati أن نظرية الثقافة الجماهيرية ترتبط بنظرية النخبة ر غم أن النخبة لا تحترم هذه الثقافة وهو يرى أن هذه النظرية تعتمد على افتراضات زائفة باعتبار الجماهير مغلقة ثقافيا تستهلك أي شيء من النفايات القديمة حيث تطرح أمامها بواسطة الإعلام الواسع

1 - هارلمبس وهولبورن: مرجع سبق ذكره، ص 57-58

✓ ان نظرية الثقافة الجماهيرية ترى جميع الثقافات الشعبية متجانسة و هي ذاتها دائما، وهذا يعتبره في نظر strinati بعيدا عن الحقيقة، فهناك تنوع واسع في الأساليب والأشكال، وكمثال على ذلك الموسيقى الشعبية التي يصعب اعتبارها متجانسة حيث تتضمن ال jazz أو ال soul الأغاني الجديدة.

✓ لم يقبل strinati بالرأي القائل (مثل آراء ماك دونالد) بإمكانية التمييز بين ثقافة فلكلورية أصيلة ومتعالية وثقافة جماهيرية وضيعة، ومثال على ذلك الموسيقى التي يراها تتأثر دائما بالتقاليد الموسيقية

✓ إن نظرية الثقافة الجماهيرية تفترض وجود حدود فاصلة بين الثقافة العليا وثقافة الجماهير ولكن ذلك لن يثبت في الواقع، حيث هناك دائما تداخل وإعادة رسم لتلك الحدود ولا يوجد ثبات موضوعي أو تاريخي لهما

✓ وهذه النظرية هي عمل سياسي بدلا من أن تكون تقييما موضوعيا لمختلف الثقافات، حيث أنها تمثل رد فعل النخبويين حين شعروا بالتهديد من جانب الذمو المتزايد في الثقافة الشعبية، فالثقافة الجماهيرية تهدد الترتيب الهيكلي للأذواق لأنها تعطي لكل شخص فرصة اختيار ما يراه الأفضل بين الكتب أو الأفلام أو الموسيقى أو اللوحات الفنية ومثل هذا العمل يضعف القوة الرمزية للمبدعين والمتقنين تجاه معايير الأذواق التي تطبق على استهلاك المنتجات الثقافية...

" لقد تعرضت أغلب المضامين الإعلامية والثقافية التي تبنتها وسائل الاعلام الحديثة إلى انتقادات عديدة من قبل العديد من المفكرين الأكاديميين الباحثين من منطلق أن لهذه المضامين آثار سلبية على الفرد وعلى المجتمع وعلى سيرورة الحياة اليومية، وقد تركز النقد في أغلبه على مدرسة فرانكفورت وروادها الذين حاولوا بكل الطرق والوسائل

التصدي لهذا النوع من الثقافة إلى جانب بعض المفكرين الفرديين وحتى الـ شرقيين وعرف هؤلاء جميعهم بنقاد الثقافة الجماهيرية "

وقد أضاف علماء الاجتماع مثل هيربرت جانس وإدوارد شيلي خبرتهم إلى هذه الشكوك، ولم يكن نقاد وسائل الاتصال الجماهيرية نخبيين فقط، بل كانوا نخبيين يفقدون مكانتهم في المجتمع الأمريكي السيل، إن هؤلاء النقاد كانوا ينتمون إلى نظام سابق على البرجوازية، لقد واجه النقاد "حراكا اجتماعيا هابطا بقسوة" وبالتالي عملوا على "انتاج ايديولوجية" للمقاومة تعبر عن نفسها في صيغة نقد ثقافة الجماهير، وفي نص مقتبس في الغالب يؤكد شيلي أن نقد ثقافة الجماهير إنما يصدر عن "ميلول سياسية محبطة" ونوع من الامتعاض تجاه المجتمع الأمريكي، ويرى أحد المؤرخين أن تلك الهجمات المتخفية والمنتسرة في الغالب التي يقوم بها المثقفون القدامى على ثقافة الجماهير، إذ ما يجب النظر إليها باعتبارها أفعالا هادفة إلى الاقصاء وتحديد الذات انهم يستعرضون سلطتهم عن طريق استنكار ثقافة الجماهير، ولكي تكون متقفا جادا في أمرها يجب أن تكون معارضا لقوى الاغواء والتسطيح في ثقافة الجماهير، أما إبداء مزيد من الاحترام لهذه الثقافة فهو يمكن حتى ان يثير الشكوك حول جدارة الإنسان الثقافية، هذا ما يراه " جورج كوركين". هذا القلق يعمي المراقبين عن رؤية "ثراء الثقافة الشعبية الجماهيرية" و"جيل كوركين" المتحرر من هذا القلق يحتضن ثقافة الجماهير...¹

ويذكر ت. س. إليوت في كتابه "ملاحظات نحو تعريف الثقافة"، لقد رأيت من الضروري أن أستطرد هذا الاستطراد الموجز إلى الأنماط المتعددة للعلاقة الثقافية بين أمة

1 - راسل جاكوبي: نهاية اليوتوبيا: السياسة والثقافة في زمن اللامبالاة، (تر) فاروق عبد القادر، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001، ص94-95

واحدة وبين الأنواع المختلفة، فتحسين الثقافة ونقلها لا يمكن أبداً أن يكون هو الهدف المباشر لأي من مناشطنا العملية، وكل ما يمكننا عمله هو أن نحاول أن نبقي على ذكر من أن كل ما نفعله سوف يؤثر في ثقافتنا أو في ثقافة شعب آخر...¹

في حين ماكدونالد اليساري المنشق على جماعته، يلعب ثقافة الجماهير من حيث أنها هابطة واستغلالية، وهو لا يحاول أن يشكم نقده خشيّة أن يلوّث أوراق اعتداده الديموقراطية، حيث يوجه النقد إلى سيد من سادة ثقافة الجماهير لانخفاض قيمة ما يقدمه، وفي تعبيراته الأولى والأكثر ماركسية قد كتب: "ان ثقافة الجماهير مفروضة من فوق، يضعها الفنيون المستأجرون لرجال الأعمال وجمهورها مستهلك سلبي، تنحصر مشاركتهم في الاختيار بين أن يشتروا أو يشتروا- ان سادة "الكيتش" باختصار يستغلون الاحتياجات الثقافية للجماهير من اجل تحقيق الأرباح/ او استمرار سيطرة طبقتهم، و كان ماكدونا لد واعيا كل الوعي للاتهامات بالنخبوية: "لسبب من الأسباب، فإن الاعتراضات على خط أن نقدم للعامة ما تريده، تهاجم غالبا باعتبارها غير ديموقراطية، ولكن لأنني أو من إيما نا حقيقيا بإمكانات الناس العاديين، فإنني أهاجم ثقافة الجماهير..."²

وفي هذا الصدد نجد "بورديو" في كتاب "العنف الرمزي"، بعكس ما يتصوره الذين يفكرون مفهوم العنف الرمزي، الذي تمارسه طبقة معينة تجاه طبقة أخرى، من خلال التربية (تصور شائع، بشكل مفارق، وسط هؤلاء الذين ينتقدون السيطرة الايديولوجية بما هي تلقين بالقوة أو الذين يتباكون معترضين على إخضاع الأولاد من "الأوساط الشعبية" لثقافة لم تعد لهم)، فإن النشاط التربوي الغالب لا يرسخ المعلومات التي تكون الثقافة

1 - ت. س. إيوت: ملاحظات نحو تعريف الثقافة، (تر) شكري محمد عياد، المؤسسة العامة للتأليف والنشر، 1975، ص86

2 - راسل جاكوبي: مرجع سابق، ص95-96

الغالبية (لسبب وحيد وهو أن للعمل التربوي إنتاجية مخصصة وديمومة معينة تتناقضان بقدر ما يتوجه إلى جماعات أو طبقات متدنية في السلم الاجتماعي) بقدر ما يرسخ شرعية الثقافة الغالبة كأمر واقع...¹

5- وسائل الثقافة الجماهيرية:

ترتبط وسائل الثقافة الجماهيرية بوسائل الاعلام والاتصال التي تجسد بالدرجة الأولى في المؤسسات الاعلامية بأنواعها كالصحف والتلفزيون والاذاعة وحتى الانترنت، وهنا نشير إلى أن وسائل الاعلام الجماهيري أطلقت على وسائل الاعلام الحديثة والمؤثرة أكثر من غيرها، وتتمثل الجماهيرية في عملية نشر المعلومات والمعارف والأحداث والقيم الروحية والأخلاقية بواسطة الوسائل التقنية كالصحافة والسينما، والإذاعة والتلفزيون، على أعداد كبيرة من الناس في العالم...²

وقبل عرض وسائل الثقافة الجماهيرية التي تتمثل أساساً في وسائل الاعلام، يجدر بنا التعرض، يجدر بنا التعرض إلى خصائص جمهور وسائل الاتصال والذي نجده يتميز بأربعة سمات:

✓ غير متجانس الترتيب، لأن أعضاه يحدرون من جميع الطبقات

الاجتماعية

✓ يتكون من أفراد لا يعرفون بعضهم البعض

1- بيبير بورديو: العنف الرمزي، (تر) نظير جامل، المركز الثقافي العربي، بيروت، 1994، ص 57-58

2 - شتوي الأخضر: الثقافة الجماهيرية واشكالية الاستهلاك الثقافي لدى المتقف الجامعي (دراسة ميدانية لعينة من أساتذة جامعة الدكتور يحيى فارس بالمدينة)، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في تخصص علم الاجتماع الثقافي، قسم علم الاجتماع والديمقراطية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر-2، أبو القاسم سعد الله، 2016/2015، ص 99-100.

✓ أعضاء الجمهور تفصل بينهم مسافة، وذلك من حيث التجارب المتبادلة

✓ الجمهور ليس له قيادة معروفة، إذ يتميز بالتنظيم شديد التفكك إذ لم تقل

المنعدم

إن مؤسسات الاعلام هي وساطة للانتماء الاجتماعي، ووسائل الاعلام مؤسسات تدرج الاعلام الذي تنقله في منطقتي الانتماء السياسي أو الثقافي أو الايديولوجي، وعليه فالمؤسسة الإعلامية تعنى بإنتاج المعلومة ونشرها في الفضاء العمومي وبهذا فهي وساطة بين البعد الجماعي للمجتمع وبين البعد الفردي.

إن وسائل الثقافة الجماهيرية ترتبط بوسائل الاعلام القديمة كما ترتبط بالوسائل السمعية البصرية، وعليه فوسائل الاعلام القديمة هي الوسائل الاعلامية المكتوبة والتي تتمثل في الكتب والرسائل والصحافة وهذه الأخيرة يمكن أن نطلق عليها الوسيلة الأولى للثقافة الجماهيرية، وتكمن أهميتها في أنها عبارة عن اتصال يومي مباشر بالجمهور، هدفها نقل الخبرة والرأي مع التحليل والصورة للقارئ، أما الوسائل السمعية البصرية فتنلخص في المسرح والاذاعة والتلفزيون والسينما...¹

- الصحافة المكتوبة:

تمتد الملامح الثقافية الأساسية المرتبطة بالصحافة الجماهيرية في أنه أعماق التاريخ، والصحافة الحديثة تمثل تجمعا لعناصر من مجتمعات وفترات زمنية عديدة، أما أول صحيفة شعبية ظهرت في نيويورك أسسها "بنيامين داي" وهو أحد رجال الصناعة

1 - - المرجع نفسه: ص 104.

المغمورين في نيويورك وذلك في 03 ديسمبر 1833 تحت شعار "إنها تشع وتضيء للجميع" وكانت تهتم بالأخبار المحلية والقصص الإنسانية وغيرها...

وقد استمرت الصحف في تحقيق شعبية متزايدة خلال العقود الأخيرة بفضل تنوع مضامينها واهتماماتها وحادثة الطرق الفنية في الأعداد والإخراج والطباعة، وعن مختلف الطرق والحيل التي تستعملها الصحف الشعبية وغير الشعبية في تضليل الرأي العام والتأثير عليه كتب "أورنو" دراسة طويلة عن عمود النجوم في "لوس انجلس تايمز" (اجعل مظهرك أكثر جاذبية مبكرا ثم اتصل بالعاملين معك وضع خط طا أكثر كفاءة وترتيبات أكثر انسجاما لعملك الروتيني في المستقبل) هذا ما اقتبسه عن التدبير لبرج الحمل في 1953...¹

وقد أصبح الترفيه يمثل جوهر المادة الصحفية المنشورة في أغلب الصحف، فقد توصلت لجنة "هاتشر" الشهيرة في الأربعينيات من القرن الماضي في تقرير لها حول تقييم وسائل الاعلام: "أن الصحيفة الأمريكية هي الآن و سيلة للترفيه والمعلومات المتخصصة والإعلان بقدر ما هي إخبارية، ومن ثمة فإن كلمة أخبار باتت تعني شيئا مختلفا كثيرا عن المعلومات الجديدة المهمة،

ان توسع الصحف والمجلات على وجه التحديد هو الذي يمثل خلق ثقافة جماهيرية من خلال الجمع لأول مرة بين القراء الذين ينتمون الى جميع طبقات المجتمع حول وسيلة اعلام معينة، بمجرد الوصول الى هذه النقطة، من الممكن اعتبار ان بنية الثقافة التجارية

1- شنوي الأخضر: مرجع سبق ذكره، ص106.

والموزعة على نطاق واسع موجودة، وان هيمنة هذه الوسائط أو تلك أو تطور الجم هور داخل هذه البنية لا يكون مجرد ظاهرة ثانوية...¹

- التلفزيون:

إن للتلفزيون مكانة خاصة في حياتنا المعاصرة، فقد دخل كل بيت وأصبحنا مدمنين على مشاهدة البرامج التي تعرضها القنوات الفضائية، والتلفزيون اليوم أصبح وسيلة إعلامية لها مميزات وخصائص كثيرة منها انتشاره الواسع إضافة لما يقوم به من تقديم المتعة والترفيه وإمكانيته على التأثير على الجميع

فلم يعد التلفزيون وسيلة للترفيه واللهو وقضاء الوقت فقط، فالיום التلفزيون وسيلة لا غنى عنها تستخدم للإيصال ما نريده إيصاله للجماهير ذات الثقافة المحدودة أو المنعدمة من قيم ثقافية جمالية جديدة سواء من خلال الترفيه أو من خلال برامج جادة بأسلوب يسهل عليهم متابعته، فالتلفزيون من أكثر أدوات التثقيف فعالية

لقد ارتبط مضمون التلفزيون بثقافة الصورة، التي لا تملأ علينا دنيانا فقط، بل هي تصنعها شكل متزايد في يسره ونفاذه وشموله، ولن يمضي وقت طويل قبل أن يلتقط جهاز تلفزيون العادي عدة مئات من البرامج من محطات تبني كي تبث دفعة واحدة ما يزيد عن 1000 برنامج من كل فن ولون وذوق. بصدد حالة فعلية من إغراق إعلامي يعبر عن مدى تزايد قوة ثقافة الصورة ونفاذها...²

1 nicolas labarre, du kitsch au camps: Théories de la culture de masse aux Etats- Unis, 1944-1964, thèse de Doctorat, présentée par nicolas labarre ,directeur de thèse= bernad Gention, Université remmes 2- haute bretagne A C E ecole doctorale- humanités et sciences de l'homme, 22 nov 2007, p 28

2 - مصطفى حجازي: حصار الثقافة بين القنوات والدعوة الأصولية، المركز الثقافي العربي، بيروت، 1998، ص29-30

حيث تعمل المواد المصورة على نقل وتكوين قيم ثقافية للمشاهدين، وقد عرف محمد الجابري ثقافة الصورة بأنها "ثقافة إشهارية إعلامية سمعية وبصرية تصنع الذوق الاستهلاكي - الأشهار التجاري-، والرأي السياسي- الدعاية الانتخابية-، وتزيد رؤية خاصة للإنسان، والمجتمع، والتاريخ، إنها ثقافة الاختراق، التي تقدمها العولمة بديلا من الصراع الأيديولوجي... إنها تسعى إلى تسطيح الوعي بهدف تكريس نوع معين من الاستهلاك، لنوع معين من المعارف والسلع والبضائع...

ولا يقتصر الأمر في التلفزيون على الأخبار بل أن الدراما التلفزيونية أضحت لها مصداقية عالية لدى الكثيرين، ويمكن أن تصبح مصدرا هاما لمعلوماتهم ورا فدا أسا سيا لتقافتهم العامة، فكثير من المشاهدين مثلا لم يدخلوا طوال حياتهم قاعة محكمة أو غرفة عمليات في مستشفى أو قسما للشرطة، وتكون معلومات محدودة جدا إن لم تكن معدمة حول هذه المواضيع المختلفة التي لها علاقة بحياتهم اليومية فمسلا سلات مثل الطبيب "كويذ سي QUENCY" أو مسلا سل الم فنتش "كو جاك KOJAK" أو "كولومبو COLOMBO" ستكون مصدر معلوماتهم الأساسية و سيعتبرون أن أغلب الأفكار والنماذج والتصرفات التي تقدم لهم في هذا الإطار تعكس بأمانة الواقع المعيش...¹

ويذهب مارشال ماكلوهان ضمن المدافعين عن هذه الوسائل بحد ذاتها معتبرا أنها ساهمت في تقريب المباشر من بعضهم البعض، ومقابل ذلك هناك من دافع بقوة عن

1 - جمال العيفة: الثقافة الجماهيرية عندما تخضع وسائل الاعلام للسوق، مديرية النشر، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2003، ص63

مضامين هذه الوسائل معتبرا أن لا فرق بينها وبين الثقافة الراقية، بل ولا يرى مانعا في خلط الترفيه والتسلية بالأخبار والمعلومات...

- القنوات الفضائية:

إزاء هذه التطورات المتواصلة في تكنولوجيا الاتصالات، بدأت العديد من القنوات الفضائية العامة والخاصة تلعب في أوتار المكبوت العاطفي، ونجحت في اجتذاب نسبة عالية من الجمهور من خلال البرامج الترفيهية وأخرى تعمل على صر المكبوت السياسي من خلال برامج تستخدم الإثارة في العرض والتقديم، في الوقت الذي تفتقد في القنوات الفضائية العربية الرسمية قدرتها على المنافسة...

اعتادت العديد من القنوات الفضائية العربية أن تقدم برامج ثقافية خالصة موجهة إلى الصفوة المثقفة التي قد لا تناسبها البرامج الثقافية التي تقدمها المدطات العامة، إن أبرز المضامين التي تؤكد عليها البرامج الثقافية هي الأدب وفنونه والقضايا والذ شاطات الأدبية من شعر وقصة ورواية ونثر ومسرح ومناهج النقد والترات الأدبي، كما أن لدراسة تجارب الشعوب الأخرى في مجال الأدب حصة ضمن العديد من البرامج الثقافية وقد تضمنت مواضيع متنوعة، بدء من المواضيع المعنية بالثقافة الرفيعة إلى الثقافة الخفيفة عبر مختلف أشكالها كالسينما والمسرح والموسيقى والغناء... الخ، كما ساهمت بعض البرامج المتنوعة إلى نقل القيم وأنماط السلوك الايجابية وبأشكال فنية مختلفة

إن نجاح البرامج الثقافية يتطلب تخليصها من الطابع الاخباري ومعالجة نوعيتها، وأن تطويرها يرتبط بتطوير مضمونها وتحقيق التكامل بين الشكل والمضمون، ويحتاج من مخرج ومعد البرامج أن يحدد بدقة الأفكار التي يراد توصيلها للمتلقى وتحديد الأهداف وبالتالي تعيين المصادر التي يمكن أن يستخدمها ويستفاد منها معدو البرنامج الثقافي،

ويمكن القول أن ثقافة الجماهير قد استمدت أساسياتها من ثقافة الصفوة التي كانت هي الأساس في بناء صرح الثقافة المعاصرة، والخوف أن تبتعد الثقافة الجماهيرية عن ثقافة وإشراف الصفوة وبالتالي تعم الثقافة السطحية والسادجة والتي تحرم المتلقي من التفكير أو البحث أو الاستنتاج، وغالبية المضمون الثقافي تنقله اليوم وسائل الاتصال الحديثة وخاصة الفضائيات، وتترك هذه البرامج أثرها الثقافي في المشاهد بطرق مباشرة وغير مباشرة

- البعد الثقافي للإنترنت:

تعتبر الإنترنت كوسيلة لنشر قيم العولمة بجدارة، وتحقيق غاياتها الخاصة في المجال الثقافي، فلا توجد وسيلة إعلامية في عصرنا الحالي أهم وأذفع للعولمة بكل أشكالها - ولا سيما الثقافي والإعلامي - فهي العربية التي تنقل عدة ثقافات وقيم وأحوال سلوكية ومضامين لعدة متلقين في كل أنحاء العالم...¹

من بين الأمور التي تزيد حدة سلبية وسائل الإعلام الجديدة وخطورة مضمونها، قضية التدفق الأحادي للمعلومات وهو يساعد على تحقيق أهداف الإعلام الغربي فيما يخص الغزو الفكري والاختراق الثقافي، وهو التدفق الذي يصدر من الدول الغربية المالكة لأغلبية أو أهم وأكبر وسائل الإعلام على المستوى الدولي، ولذلك فإن تنامي استعمال تكنولوجيا الاتصال جعل المطالبة بنظام إعلامي دولي جديد ضرورة أكثر، خاصة إذا علمنا أن معظم هذه الوسائل والتقنيات مملوكة من طرف الدول الكبرى أو مسيرة من قبلها عبر مؤسساتها وشركاتها الضخمة، مما يجعل عامل التدفق الأحادي

1 - شتوي الأخضر: مرجع سبق ذكره، ص 114

عاملا جوهريا في تحديد طبيعة التأثير الثقافي وحدته، فمن الطبيعي أن يكون التأثير الثقافي من طرف منتج الوسيلة الاعلامية ومضمونها معا، وبالتالي سيتبع ذلك اختراقا ثقافيا لصالح القوى الاعلامية الكبرى المالكة لوسائل الاتصال جديدها وقد يمها

تعتبر الاتصالات التي تتم عبر الانترنت ذات آثار وانعكاسات على عدة مستويات، وعلى مختلف الجوانب (الاجتماعية، النفسية، المعرفية، والسلوكية...) وهي إما انعكاسات سلبية أو ايجابية، وهذا شيء طبيعي لأن الانترنت كغيرها من وسائل الاعلام والاتصال، لا بد وأن تحدث أثرا على مستعملها وتغييرا، سواء كان في الجانب الثقافي، الاجتماعي، السلوكي، اللغوي، أو السيكولوجي... ، وتختلف الانعكاسات على المستعملين من انعكاسات اجتماعية والانعكاسات المختلفة على السلوكات والمواقف، والانعكاسات على الجانب الديني والأخلاقي، والانعكاسات النفسية والثقافية، حيث يمكن القول أن الانعكاسات الثقافية لوسائل الاتصال الجديدة على المستعملين هي الانعكاسات الأهم والأخطر في نفس الوقت، فالشخص الذي يتحدث ويتفاعل مع شخص آخر مختلف عن ثقافته ومجتمعه لا بد وأن ينقل كل واحد منهما أفكارا للآخر، ويد سوق له ثقافته وقيم مجتمعه...¹

6- الثقافة الجماهيرية والميديا الجديدة:

بروز الميديا الجديدة قلل من حدة التأثير بفضل ما تتميز به الميديا من مميزات نذكر منها:

✓ جمهور عريض وغير محدود بزمان ولا مكان ولا بحدود جغرافية

1 - شتوي الأخضر: مرجع سبق ذكره، ص 121

✓ ليس هناك أجنادات ولا حراس بوابة يتحكمون في مضمين الثقافة

الجماهيرية

✓ مجهولية هوية كاتب المقال أو المنشور، وإن كان معروف فهو غير مقيد

بسياسات إعلامية

إلا أن الميديا الجديدة لم تتخلص من هذه الثقافات الغربية وذلك بفضل خا صية العالمية التي تحدث عنها كثيرا مارشال ماكلوهان، فما زلنا نرى تحكم الغرب في الترويج لتقافتهم على حساب الثقافة العربية وهذا بفضل عامل الذمول أو ما اصطاح عليه بالجمهور المستهلك

فسوف تقودنا شبكة الانترنت وشبكات الاتصال الدولية الأخرى في القرن الـ حادي والعشرين إلى تعزيز امتيازات الثقافة الأرستقراطية لمن يملك مقابل ثقافة المـ حرومين وهو مناقض لما اقترحه هربرت ماركوز بقوله: "غن المجتمع المعاصر يميل إلى إلغاء امتيازات الثقافة الإقطاعية والاستقراطية وإلى إلغاء مضمونها في آن واحد، تلك الامتيازات التي تعبر عن كون الحرية مجحفة تعبر عن التناقض بين الأيديولوجية والواقع، تعبر عن وجود هوة بين الإنتاج الفكري والمادي ولكنها كانت تقيم أيضا مـيدانا مغلقا مسورا يمكن فيه للحقائق أن تعيش وتحافظ على كمالها، أما اليوم فقد تلاشى هذا الانفصال وتلاشى معه التجاوز والوضع في قفص الاتهام، وصحيح أن النص واللهجة ما يزالان موجودين ولكن المسافة الفاصلة التي كانت تجعل منها ريبا آتية من الكواكب الأخرى سوف تختفي...¹

1 - حنان حاجي: الثقافة الجماهيرية بين الإعلام التقليدي والميديا الجديدة، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة1، جوان 2023، المجلد(24)، العدد(01)، ص430.

7- الثقافة الاستهلاكية:

7-1 مفهوم الثقافة الاستهلاكية:

هي تلك الجوانب الثقافية المصاحبة للعملية الاستهلاكية، انها مجموعة الم عاني والرموز والصور التي تصاحب العملية الاستهلاكية والتي تضي على هذه العملية معناه وتحقق دلالتها الحياة اليومية...¹

وتعني أيضا: بأنها الطريقة التي يتحدد من خلالها قضاء الناس لحاجاتهم وإشباع رغباتهم سواء كانت هذه الحاجات مادية (كالمأكل والملبس والمشرب) أو رمزية (كسماع الموسيقى والأغاني والقراءة والمشاهدة) أو ان كانت هذه الحاجات حقيقية أو زائفة، وتشمل كذلك القيم والاتجاهات التي تدفع الانسان وتوجهه لانتقاء أساليب استهلاكية معينة أو المصاحبة للعملية الاستهلاكية أو اللاحقة لعملية الاستهلاك...²

7-2 خصائص الثقافة الاستهلاكية...³

- ✓ أنها من صنع قوى تملك وسائل التأثير والترويج والترغيب
- ✓ أنها تقوم على خلق وإيراز جوانب المتعة في الشراء، فتحول الاستهلاك إلى هدف في حد ذاته حيث أصبح يعبر عن رمز لمكانة الشخص ومن هنا تزايد الطموح الاستهلاكي الذي يرتبط بالتفاخر

1 - بن جلون خالد، بعلي حمزة: أثر الثقافة الاستهلاكية في تحقيق أهداف حماية المستهلك، دراسة تحليلية استقصائية لعينة من مستهلكي ولاية قالمه، مجلة العلوم الادارية والمالية، جامعة 8 ماي 1945، قالمه، 2019، المجلد(03)، العدد(02)، ص80

2 - د. طايبي رتيبة، الثقافة الاستهلاكية وانتشارها في المجتمع الجزائري في عصر العولمة، مجلة الأبحاث الاقتصادية لجامعة البليدة 2، ديسمبر، 2014، العدد(11)، ص174

3 - فطومة بن مكي: الخطاب الاشعاري التلفزيوني والثقافة الاستهلاكية، دراسة ميدانية لعينة من أطفال الجزائر العاصمة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال، قسم الاتصال، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2015/2014، ص44-45

- ✓ أنها تستخدم المعاني والصور والرموز وتتجاوز البعد الاقدي صادي للمعنى الاقديم للتسويق لتدعيم تلك الثقافة بعد نشرها
- ✓ أنها تخدم حضارة السوق والقوى الرأسمالية العملاقة، فأصبح الفن الاستهلاكي أي صناعة ثقافة الاستهلاك هو الإطار الحاكم لاختراق الشعوب ومن الطبيعي أن يكون الأقوى في عالم اليوم هو صنع تلك الثقافة ومروجها
- ✓ أنها تخلق تطلعات ونزعة الاستهلاك وتعمل من أجل تسهيل عملية الاشباع للمستهلك
- ✓ أنها تعمل على تقديم نوع من التميز والتفوق للمستهلك فيصبح الهدف هو امتلاك السلعة والهرولة في البحث عنها

8- الثقافة الشعبية:

1-8 مفهوم الثقافة الشعبية:

يمكن القول بأن الثقافة الشعبية هي ببساطة الثقافة التي يرغب فيها، أو يحبها كثير من الناس، ومثل هذا المؤشر الكمي سينال موافقة الكثير من الناس دون شك، كما يمكن تعريفها بأنها فئة متبقية موجودة لاستيعاب النصوص والممارسات التي أخفقت في تحقيق المعايير المطلوبة للتأهل كتقافة رقيقة...¹

فالثقافة الشعبية هي المنتج الثقافي الذي تنتجه وتصنعه العامة، ولا يمكن بأي حال من الأحوال النظر إليه بعين الاستخفاف والتشكيك، لأنها معرفة قائمة بذاتها، لها أسسها وقواعدها، وكانت تشكل في مرحلة ما من تاريخ المجتمع أو الجماعة الإنسانية قامة

1 - جون ستوري: النظرية الثقافية والثقافة الشعبية، (تر) صالح خليل أبو اصبع، فاروق منصور، هيئة أبوظبي للسياحة والثقافة، 2014، ص22

التفكير البشري لحاجة ملحة... فهي الثقافة العادية لأناس عاديين، أي أنها ثقافة تتشكل تبعاً للواقع اليومي...¹

8-2 خصائص الثقافة الشعبية:

✓ تعبير عن الثقافة المحلية: تعكس الثقافة الشعبية العادات والتقاليد والقيم التي تنتمي إليها المجتمعات الشعبية، تتجلى هذه العناصر في الموسيقى والفن والأدب والأزياء والرقص والعادات الشعبية الأخرى...²

✓ الانتشار العالمي: يمكن أن تتطور الثقافة الشعبية وتنتشر على مستوى عالمي، يتم تبادل العناصر الشعبية بين المجتمعات المختلفة وتأثيرها على بعضها البعض، يستهم التواصل العالمي ووسائل الإعلام الحديثة في انتشار العناصر الثقافية الشعبية

✓ التغير والتطور المستمر: تتغير الثقافة الشعبية بمرور الوقت وتتطور لتلبية احتياجات المجتمع وتطلعاته، ينعكس ذلك في التغيرات في الموسيقى والفن والأزياء والتقاليد الشعبية الأخرى

✓ ان طبيعة الموسيقى وخصوصا الموسيقى ذات الطابع الشعبي تقوم بإظهار قصي وأمور تخص المجتمع...³

✓ يتميز الفلكلور الشعبي بانتشارها الواسع والشديد داخل المجتمعات المختلفة

1 - عميرات محمد أمين: الممارسات الثقافية والاجتماعية بين الثقافة الشعبية والثقافة العالمية، مجلة أنثروبولوجيا، 2022، مجلد(08)، العدد(01)، ص381.

2 - خصائص الثقافة الشعبية، موقع ع مون، 18:01/2024/04/18، <https://www.ammonnews.net/mobile/article/753022>

3 - رحاب: خصائص الثقافة الشعبية ومفهومها وأنواعها ومصادرها ومكوناتها، موقع المفاهيم، 21:39 /2024/04/19، <https://mafahem.com/sl-16389>

✓ كما أنها غير ثابتة فإنها تتميز بمقدرتها الكبيرة على التطور والا استمرار والتغيير

ثانيا. الشباب الجامعي:

1- خصائص الشباب الجامعي:

من أهم الخصائص المميزة للشباب الجامعي ما يلي:...

-الفاعلية والدينامية: وتتولد هذه الفاعلية لما يصل إليه الشاب الجامعي من نمو واكتمال للتكوين البيولوجي والفسولوجي من ناحية، وما يؤدي إليه النمو النفسي والاجتماعي من ناحية أخرى، فالمرحلة الجامعية تجمع بين خاتمة المراهقة واستهلاك الشباب وتتجلى فيها بشكل واضح مظاهر التعبير عن الاقتراب الشديد من الرجولة او الأنوثة الكاملة.

-القلق والتوتر: يرجع لطبيعة المرحلة الفاصلة بين إعدادة للدور الاجتماعي، ونقله لهذا الدور والقيام به، وما يصاحب ذلك خيارات تفرض عليه و قد لا تلائمها، ويبدو ذلك بوضوح في اختيار نوع التعليم ووجهته، فكثيرا ما يقع الشباب الجامعي تحت وطأة القلق والتوتر نتيجة لفرض تطلعات أبوية غير الواقعية في تحديد وجهته التعليمية، وينشأ القلق والتوتر من مصدر آخر أيضا يتمثل في غموض المستقبل المهني الذي ينتظر شباب الجامعات

-النظرة المستقبلية: شباب الجامعات بحكم المرحلة العمرية وما يتعرضون له من خبرات تعليمية يكونون أكثر ميلا للنظر إلى مستقبل مجتمعهم على اعتبار أنهم أصحابه

1- عبد الله بن فائز الحقباني: مشكلات الشباب الجامعي وكيفية معالجتها، دراسة ميدانية في جامعة دمشق، رسالة ماجستير، ص 18-19

الحقيقيون، ومن ثم يكونون أكثر حرصاً على تغيير الواقع المائل، وأكثر حساسية تجاه متغيراته، وهذا ما يجعلهم في صراع مع الجيل الأكبر، فالشباب الجامعي يتسمون بقدر كبير من الميل للمثالية في توجهاتهم، وآمالهم الذاتية والاجتماعية، فهم يتعلمون من خلال دراستهم الجامعية أن القيم التي تعلموها مع والديهم لم تعد كافية ومنا سبة للتفا عل مع معطيات الواقع المحيط بهم

-ميلهم للاستقلال: ومحاولة التخلص من الضغوط وألوان التسلط الاجتماعي المختلفة، إن محاولة التخلص من كافة ألوان الضغوط المسلطة لتأكيد التعبير عن الذات والرغبة في التحرر تعد من الخصائص المميزة للشباب الجامعي، والذي تبدو صورته أكثر قلقاً واضطراباً عند مقارنة أنفسهم بغيرهم من فئات الشباب الأخرى خارج المرحلة الجامعية

- البحث عن الميول المهنية الهادفة
- تقبل الفرد للتغيرات الجسمية واستخدامها بكفاءة (الذكاء الجسمي)
- اختيار مهنة والاستعداد لها
- تكوين السلوك الاجتماعي المناسب
- القدرة على الاسهام في حل مشكلات البيئة المحلية...¹

-وجود ثقافة شبابية: تسود بين الشريحة الشبابية وخاصة شباب الجامعات، حيث ساعد على تخليق هذه الثقافة عدة عناصر ذات طبيعة عالمية منها تضخم حجم الشريحة الشبابية في العالم

1 - د. احمد حسن القواسمة، د. عيد بن علي البلوي: منظومة القيم الجامعية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص

-القابلية للتشكيل: فحماس الشباب الـ جامعي ومثاليتهم وحسب سبتهم الـ شديدة للواقع الاجتماعي تجعلهم أكثر تقبلا للأفكار الجديدة وأكثر تمثلا لها، وهذا ما يفسر النمو والانتشار السريع للتيارات الفكرية والايديولوجية بين الشباب الجامعي...¹

2- مشكلات الشباب الجامعي:

يمكن تقسيم المشكلات التي تواجه الشباب الجامعي الى مجموعة من الأصناف

وفق ما يلي:

2-1 مشكلات اجتماعية:

أ- ضعف الانتماءات وفقدان الهوية: فالشباب يشعر بالغربة على أرضه و عدم الانتماء، فلا يشعر هؤلاء الشباب بالتوحد والاتحاد في كيان واحد وسدوا حد مع مجتمعاتهم، أما عدم الانتماء فيولد الفتور والسلبية واللامبالاة وعدم تحمل المسؤولية ولا على موجات الهجرة الدائمة أو المؤقتة التي تشهدها بعض مجتمعاتنا إحدى الظواهر الناجمة عن ضعف الشعور بالانتماء، ومن أسباب ضعف الشعور بالانتماء:

أجهزة الاعلام والثقافة الجماهيرية المسؤولة ولو جزئيا عن نشأة هذا الشعور وذلك

بما تقدمه من مظاهر للحياة الغربية مما قد يبعث على الانبهار بها والرغبة في تقليدها

ب- مشكلة قضاء وقت الفراغ: لكون الشباب بطبعه مليء بالحياة والنشاط

والقوة والطاقة، فإذا لم يجد الشباب سبيلا لإفراغ هذه الطاقات بشكل إيجابي يعود عليه

1 - عبد الله بن فائز القحطاني: مرجع سبق ذكره، ص 34-38

بالفائدة فربما لا يجد ابدا ممارسة بعض التصرفات والسلوكيات غير المقبولة اجتماعيا والتي تسيء للشباب ولأسرته، وتزداد هذه المشكلة بارتفاع مستوى المعيشة

ومن أضرارها:

يؤدي وجود وقت متسع من الفراغ لدى أعداد كبيرة من الشباب الى الانخراط في اللهو والعبث والجلوس على المقاهي أو التسكع في الشوارع والطرق، أما عن أسباب هذه المشكلة، فيتمثل فانتظار الالتحاق بالوظيفة بعد التخرج في بعض البلدان العربية يعرض الشباب للمعاناة من البطالة والفراغ حتى يصيبه الدور في التعيين والالتحاق بعمل ما

ج- مشكلة التعصب: من الامراض الاجتماعية التي تنتشر بين عدد قليل من شبابنا في الوقت الحاضر ويظهر أكثر ما يظهر التحيز الذي يبلغ حد الهوس والنوبات الهستيرية في تشجيع الاندية الرياضية حيث يتحمس الشباب معين ويعجب به ويعتبر انت صاراته وهزائمه انتصارات له شخصيا

وقد يبلغ الأمر الى حد مناصبة الأندية الأخرى العدا، والتعصب ضدها ومحاربتها بالقول أو بالفعل، وكثيرا ما تؤدي نوبات الحماسة الزائدة إلى حد الاشتباك والشجار بين الشباب بسبب التعصب.

د- مشكلات عدم قبول الشباب النصح والإرشاد وإتباع التعليمات: الشباب يميل إلى التمرد ومقاومة السلطة سواء كانت في البيت أو الجامعة وخاصة إذا كانت هذه

التوجيهات والتعليمات لا تتفق مع آرائه وأفكاره، وقد تصل الى حد يدخل الشاب في جدال ونقاش حاد مع والديه وينتقد طريقة تفكيرهما وأسلوب حياتهما...¹

2-2 المشكلات الصحية والنفسية:

أ- ظاهرة القلق عند الشباب المعاصر: القلق من أخطر أمراض العصر النفسية ومن أكثرها شيوعا وانتشارا بل ان القلق كمرض يصاحب غيره من الأمراض النفسية كالقوبيا والاكتئاب والهستيريا والوسواس وما الى ذلك، ومن أسباب القلق:

✓ شباب اليوم لم يقنع بالحصول على وظيفة عادية ذات مرتب طبيعي وإن ما يتطلع إلى شركات الانفتاح أو الى الهجرة

✓ دخول الشباب في منافسة قوية حادة في الامتحانات وقد ينتج القلق أيضا من الشعور بالخوف من المستقبل ومجاهله

✓ كذلك التحاق الشباب بوظيفة ما مغايرة للتخصص العلمي الذي درسه إلى شعوره بالقلق والتوتر

ب- مشكلة الشعور بالاكتئاب: ينتشر الاكتئاب بين كثير من شبابنا رغم تحسن الظروف المادية وارتفاع مستوى المعيشة للفرد المعاصر عشرات الأضعاف عن المستوى الذي كان يعيشه أجدادنا، وربما كان ذلك راجعا إلى الظروف النفسية التي يعيشها الفرد

ج- مشكلة فقدان الثقة بالنفس: ومن المظاهر السلوكية لفقدان الثقة بالذات حيث يجد الشاب صعوبة في الثبات على سلوك معين او الاستمرار في اتجاه خاص فتراه يقدم

1 - عبد الله بن فائز القحباني: مرجع سبق ذكره، ص 41-46

خطوة ويؤخر أخرى، كذلك من يفتقر إلى الشعور بالثقة تجده يميل إلى الدياء والذل الزائد ولذلك يجد صعوبة في مواجهة الناس أو التحدث امام مجموعة او في م صاحبة الغرباء، ومن أسباب فقدان الثقة بالنفس:

✓ تكرر مرور الشاب بخيبات الاخفاق فإنه قد تولد هذه المواقف شعورا عاما بفقدان الثقة في الذات

✓ قد يوزع الشاب انتباهه وطاقته على عدد كبير من الأهداف في وقت واحد ومن ثم يكون مصيره الاخفاق فيها جميعا أو معظمها

د- مشكلا ادمان المخدرات: معظم الشباب الذين يتعاطون الم خدرات من فئة الشباب والمراهقين والمتعاطين الذين يتراوح اعمارهم بين 15-24 سنة هم أكثر الفئات ادمانا على المخدرات، مما ينتج عنه الكثير من جرائم العنف والقتل والتعدي والسرقة وغيرها من المخالفات والانحرافات التي تؤثر على سلامة الفرد والمجتمع، ومن العوامل المؤدية الى الادمان منها : العوامل الاجتماعية كضعف الوازع الديني والمشكلات العائلية أو غياب الوالدين، والعوامل النفسية كمعاناة الشباب من بعض المشكلات بسبب الظروف الشخصية وغيرها...

2-3 المشكلات التعليمية والثقافية:

أ- مشكلة الحرية: كثيرا ما يشكو الشباب من كبت حرياتهم وتقييد قدراتهم على التعبير، إلا أن أحدا لم يستطيع أن يحدد مثلا عمليا واحدا على هذا الكبت، لذا وجدت أن الشباب يخلط وبشكل واضح وكبير بين مفهومين مختلفين، مفهوم الحرية من جهة ومفهوم وسيلة التعبير عن الرأي من جهة أخرى

ب- عدم احترام الوقت واستغلاله: لابد من تدريب شبابنا على احترام الوقت، ومعرفة كيفية إدارته واستثماره، فالوقت هو الحياة اننا نعاني جميعا من هذه المشكلة وهي متعمقة في أساليب تربيتنا فنحن لا نربي أبنائنا على احترام الوقت وندرسنا إدارة الوقت واستثماره، بل على العكس إذ أصبحت كل السلوكيات التي تحيط بنا تدفعنا نحو عدم احترام الوقت وتقديره

ج- مشكلة الغزو الثقافي: والذي يتمثل في تشويه أخلاقية الشباب العربي، وحبس روح اليأس في ثقافته والتخطيط لهذه الحملات التي تستهدف الشباب عامة والشباب الجامعي على وجه الخصوص، من خلال وسائل أكثر احكاما وأكثر بريقا وأمتع استقبالاً لدى نفوس كثير من الشباب...¹

4-2 المشكلات الاقتصادية:

أ- مشكلة انخفاض الدخل: مهما ارتفع دخل الافراد في معظم الدول العربية إلا أن هناك بعض الأفراد الذين يعانون من وطأة الفقر وتقد كشف كثير من الدراسات الميدانية التي أجراها الباحثون من العلماء على الشباب الجامعي أن هناك نسبة كبيرة من مجموع الطلبة اقرروا انهم يعانون من المشكلة الاقتصادية، ومعظم الشباب يفكر في الوظيفة والزواج فالوظيفة هي مجرد مصدر دخل اقتصادي ونادرا ما نجد شابا يفكر في العمل ،

ب- مشكلات المصروف الدراسي: في الغالب الشباب الجامعي يعاني من حالة عدم وجود مصدر ثابت يعتمد عليه في الحياة الجامعية، حيث تحتاج هذه المرحلة للمزيد

1 - عبد الله بن فائز القحطاني: مرجع سبق ذكره، ص 50-58

من الانفاق، وبالتالي فإن الشاب لا يستطيع إشباع رغباته وحاجاته وتحقيق مطالبه وأمانيه، خاصة إذا كانت أسرته فقيرة ولا تقدر على مصروفاته

ج- رغبة الشاب بالحصول على سيارة: حصول الشاب الجامعي على سيارة ليس في حد ذاته مشكلة، ولكن المشكلة تكمن في العواقب الوخيمة التي تحدث عند وصوله على السيارة من والده، وفكرة حصول الشاب على السيارة هي غاية في حد ذاتها، فقط ليكون مثل زملائه الآخرين الذين لديهم سيارات...

3- ثقافة الشباب:

يمكن القول أن النشاطات والأفعال المشتركة لفئة الشباب هي تجسيد للقيم المشتركة فيما بينهم، ووظيفة الباحث الاجتماعي هي كشف هذه القيم وتفسير معنى السلوك والفعل الملاحظ وهذا ما جسده أعمال علماء الاجتماع البريطانيين في دراسة ثقافة الشباب أما الزاوية الثانية فيمكن من خلالها تناول ثقافة الشباب بطريقة أخرى هي كشف الجوانب الوظيفية لثقافة الشباب، والآلية المتبعة هنا هي المشاركة الشبابية بمعنى مشاركة الشباب في إطار مؤسسي معين خلال تعرضهم لمشكلات اجتماعية مشتركة وثقافة الشباب وفق هذا المنحنى هي دليل على طريقة التعامل في حل المشكلات في الممارسات اليومية ووصف القيم والأنشطة التي يتبناها الشباب في فهم تجاربهم المشتركة والتعامل معها، وعليه فثقافة الشباب وفق هذا المنحنى وظيفة ذات أهمية بالغة هي وظيفة حل المشكلات...¹

1 د. عبد العالي دبله، يزيد عباسي، ثقافة الشباب بين التأطير المعرفي والواقع الاجتماعي، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمزة لخضر، الوادي، جوان 2015، العدد 11، ص 126.

عرفها أحمد زكي بدوي أنها: الثقافة التي تتكون داخل المجتمع الواحد، فتكون بعض الفئات لنفسها ثقافة خاصة تختلف عن العامة للمجتمع الذي تعيش فيه تلك الثقافة الفرعية رغم تميزها عن الخط الثقافي العام للمجتمع، إلا أنها ليست منفصلة عنه تماماً، بل تستمد أصولها منه وترتبط به ارتباطاً عاماً...¹

إن الوظيفة التي تؤديها ثقافة الشباب كما يعتقد الوظيفيون، تتمثل في تخفيف حدة التوتر المصاحبة لعملية الانتقال من الطفولة إلى الرشد وإلى البلوغ، فيمكن تعريفها على أنها: منظومة التساؤلات والاجابات المفتوحة المتعلقة بالكون والسلوك والحياة وأنها بالتالي تمثل الجهود الشبابية المبذولة من أجل تقديم الاجابات المناسبة لمواجهة الوضعيات الجديدة التي تواجه الشباب في عصر متغير...²

4- الثقافة الجماهيرية لدى الشباب:

تنامت وتزايدت حاجات الشباب بصورة متلاحقة بالتزامن مع التغيرات التكنولوجية الحديثة، مما أدى إلى بروز منظومة من القيم وأنماط سلوكية جديدة لم تكن من قبل، ساهمت فيها وسائل الاتصال الحديثة ومن بينها مواقع التواصل الاجتماعي، إذ أنها تشكل نظاماً ثقافياً ينتج عناصر ثقافية تستخدم في تطوير واكتساب هوية أخرى خارج الهوية الموروثة التي يكتسبها الفرد سواء في الإطار الأسري أو في بيئة العمل، كما أنها تعمل

1 - د. حسبية لولي: الثقافة الرقمية في وسط الشباب، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 29، المدرسة العليا للعلوم الرياضية وتكنولوجياها، الجزائر، جوان، 2017، ص 65.

2 - عاززة ليندة: ثقافة الشباب في عصر العولمة (دراسة ميدانية على عينة من شباب جامعة -باتنة 1-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علم الاجتماع، قسم علم الاجتماع وديموغرافيا، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، 2021/2020، ص 139.

على تشكيل طريقة وأسلوب الحياة الذي تتميز به فئة الشباب عن غير ها من الفئات الاجتماعية.

يعتبر التربويون أن وسائل الاعلام هي الرديف الاساسي للتنشئة الاجتماعية في حياة البشر، بل انها باتت تنافس الأسرة والمدرسة في هذا الدور، وتلعب وسائل الاعلام عموما دورا في التأثير على الثقافة وتشكيلها وخلق أنماط جديدة منها،

حيث يفرق الباحثون في مجال الثقافة بين ثلاثة أنواع من الثقافة: الثقافة الراقية والثقافة الشعبية والثقافة الجماهيرية، والثقافة الراقية هي ثقافة الصفاة، أما الثقافة الشعبية فهي تتسم بالتلقائية التي يصنعها الشعب، اما الثقافة الجماهيرية فهي التي تستمد مضمونها من الثقافة الراقية والثقافة الشعبية، وهي منتج من منتجات وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة، وهي معدة للاستهلاك الجماهيري وتتسم بالتماثل والنمطية وتعمل على ارضاء أذواق الجماهير وتعمل على توحيدها، وهي ثقافة مصطنعة مفروضة على الجماهير، فالثقافة الجماهيرية هي الرسائل الاتصالية التي تنبثها وسائل الاعلام الجماهيري غير موجهة الى طبقة محددة، ولا الى مستوى ثقافي أو تعليمي محدد.

يعتمد مضمون الثقافة الجماهيرية على الأغنية التمثيلية والفيلم، غنمه مضمون ترفيهي مسيطر يخضع لقانون السوق التجاري، ويستدعي تبسيطا وتسطيحا للثقافة ويهدف الى اقتناص اكبر عدد ممكن من الجمهور عن طريق هذا المضمون الترفيهي...¹

1 - مرتضى البشير عثمان الأمين: أثر اعلانات المواقع الاجتماعية في صناعة الثقافة الجماهيرية لدى الشباب العربي(الاعلانات في موقع اليوتيوب انموذجا)، مجلة النيل للآداب والعلوم الانسانية، قسم دراسات الاتصال، كلية العلوم الاسلامية والعربية، جامعة وادي النيل، 2021، المجلد الثاني، العدد الأول، ص102.

5- آثار الثقافة الجماهيرية على الشباب: ...¹

يجدر الإشارة أولاً إلى مصطلح الذي له علاقة بعمل هذه الوسائل في أثرها على الفرد، وهو مفهوم (الاغتراب) والذي يعرف في قاموس اليونسكو للعلوم الاجتماعية بأنه: الاغتراب الذي يشير إلى انفصال بين أجزاء من الشخصية أو الشخصية برمتها وبين الجوانب الهامة من عالم التجربة...بتصرف

وقد حدد سيمان خمس طرق أساسية يستخدم بواسطتها مفهوم الاغتراب، حيث قام بتحديد الظروف الاجتماعية التي تنتج المتغيرات الخمسة للاغتراب ونتائجها السلوكية، وقد أخذ سيمان أن الفرد بفعل الاغتراب يفقد خمس عناصر هامة متعلقة بشخصيته كـ فرد وهي:

أ- **فقدان القوة:** أي الاحساس بفقدان القوة على ضبط الحوادث ونتائجها وقد عبر عنها علماء آخرون في مجال الاتصال بالشروود والخمول

ب- **فقدان المعنى:** يشير إلى عدم احساس الفرد بفهم الأحداث التي يرتبط بها ويصبح غير قادر على الاختيار بين البدائل، هذا يظهر جلياً في طغيان الثقافة الاستهلاكية لكل القيم المادية والغير المادية، الفكرية والغير الفكرية لكل ما هو إنتاج.

ج- **فقدان معيار العزلة:** حيث أصبحت المعايير الاجتماعية التي تنظم السلوك الفردي متصدعة أو غير فعالة كقواعد للسلوك وبالتالي يؤثر على الحقيقة وبالتالي عزلتهم وتشتتهم

1 - د. عبد العالي دبله، د. خنساء تومي: دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي، مجلة علوم الانسان والمجتمع، جامعة بسكرة، الجزائر، مارس 2017، العدد 22، ص 44-45

فمنو كبير للثقافة الجماهيرية والتي تتصف بالسطحية والظرفية والتي أخذت تنثر
لنفسها، حيث اصبحت في مركز اهتمام المستثمرين، في حين أخذت الثقافة المدرسية
والعلمية، والتي كانت وراء تقدم تتراجع ليقصر انتشارها على نوادي ضيقة يعاني
أصحابها من الشعور بالعزلة

تسعى الثقافة الجماهيرية لجعل الناس في جميع أنحاء العالم على حد سواء من
ناحية لباس، والاستماع الى الموسيقى نفسها، وتناول نفس الطعام، من أجل السعي لتحقيق
نفس الأهداف، الرغبات والأحلام لديهم لا يهمهم يمتلكون دين أو لا دين لهم على حد
سواء، لديهم نفس الآداب العامة أو الأخلاق، ايضا انتشرت بينهم المثلية الجنسية والدعارة
لديها نظام بنفس القيمة "السعي لتحقيق السعادة الوقتية الاستهلاكية"

وبالتالي وحدث الثقافة الجماهيرية الأزياء، والذوق والخصائص الجنسية الثانوية،
والأزياء هنا نوضح سقوط الثقافة الشعبية التي تلعب دورا حاسما في خوض غمار
مواجهة هذا النوع من الثقافة

وفي هذا الاطار أثار إياد البكري بعض المضامين الإعلامية الغربية وتأثيرها على
الشباب من بينها: الغلو في اللامنطقية وإلغاء العقل في فهم الأشياء والعلاقات والأحداث،
ويتمثل ذلك في مجموعة كبيرة من الأفلام العلمية والخيالية مثل أفلام الفضاء، إضافة الى
تمجيد المغامرة الفردية والشعور بالعظمة الذاتية وقتل الاحساس بالجماعية، ولا ندرسي
الترويج للعنف والوحشية والقتل، كما في معظم أفلام الغرب التي تمتلئ بها دور السينما
ومحطات التلفزيون في العالم الثالث...¹

1 - د. عبد العالي دبله، د. خنساء تومي: مرجع نفسه، ص46

6- المواقع وقضايا الشباب الجامعي:

تتناول مواقع التواصل جملة من قضايا الشباب الجامعي التي تحتاج الى دراسة متعمقة وتحليل بصورة أشمل، نذكر بعض منها:...¹

6-1 المواقع والتناقض فيما يتعلق بالشباب الجامعي:

يتلقى الطلاب في مختلف مراحل التعليم، أمشاجا من الآراء المتناقضة المتنافرة من أساتذة متناقضون فكرا ومنهجا وسلوكا، فالطلاب يتلقون من مدرس الفلسفة والأخلاق نقيض ما يدرسون على يد مدرس الدين، ومن مدرس العلوم عكس ما درسوه من كليهما

6-2 المواقع والغزو الفكري:

فالعزو الفكري أشد وأقسى لأن الأمة المهزومة فكريا تسير إلى غايتها عن طواعية والى جزاها عن رضا واقتناع وحب لا تحاول التمرد أو الخلاص، من أسباب العزو الفكري:- كره الاسلام والمسلمين- تقدم الغرب العلمي- الا ضعف الفكري لدى المسلمين

ومن مظاهره: - حملات التشويه- التعليم والثقافة- الخدمات الجامعية...

1 - محمد العوض محمد وداعة الله، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تناول قضايا الشباب الجامعي، دراسة تطبيقية على عينة من طلاب الجامعات السودانية، بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه في علوم الاتصال "علاقات عامة وعلان"، قسم العلاقات العامة والاعلان، كلية علوم الاتصال، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، الخرطوم، 1435-2014، ص138

3-6 المواقع والحفاظ على البيئة:

يعتبر الحفاظ على البيئة وتتميتها من القضايا الحيوية الملحة التي لا بد من أن تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بدور فاعل حيالها، من أجل رفع الوعي البيئي لدى الجماهير كما يلي:

- ✓ تعريف الشباب الجامعي بالمشكلات البيئية
- ✓ تعريف الشباب الجامعي بالأنشطة الخاطئة التي تؤدي إلى التلوث
- ✓ تشجيع مساهمة الشباب الجامعي، في الجهود التطوعية لحماية البيئة من التلوث
- ✓ تنمية وعي الشباب الجامعي بالحفاظ على تنفيذ القوانين التي تنعكس على البيئة وسلامتها
- ✓ تنفيذ حملات إعلامية عبر المواقع مكثفة ومستمرة

4-6 مواقع التواصل وتأثير البيت الساخن:

وهو يعني زج الشباب في عالم الكبار، وهذا ينعكس سلباً في تفكيرهم وتصرفاتهم، وهذا بدوره يجعل الحياة صعبة بالنسبة للمجتمع

5-6 المواقع والتوعية السياسية:

مطلوب أن تقوم المواقع بدور فاعل في مجال التوعية السياسية ولذلك من خلال استثمارها من أجل

التوعية السياسية وذلك بتعريف الشباب الجامعي بحقوقهم وواجباتهم السياسية

6-6 المواقع والتنمية:

تلعب مواقع التواصل دورا أساسيا في المساعدة في إنجاز خطط التنمية، إن ما يقدم من خلال المواقع ربما يصبح عامل جذب للشباب الجامعي، إذ إن المواقع تستطيع أن تسرق جهد الوسائل الأخرى، وتقدم رسائل تكون معيقة للتنمية، أو تتعارض مع أهداف الاتصال التنموي أو تحول دون وصول رسالة التنمية إلى جمهورها المستهدف

6-7 المواقع وتثبيت وتأهيل الانتماء:

إن المواقع الغير اسلامية تقود الشباب الجامعي إلى الانحراف والتيارات الإلحادية، ومن ثم تمزق الروابط الإيمانية في داخلها. لذا فإن مواقع التواصل تستطيع أن تسهم في تثبيت أركان العقيدة إضافة إلى تأصيل الانتماء للأمة الاسلامية من خلال ما تنتج حه من إمكانيات للاتصال مع الآخرين، كما يمكنها من إبراز المثل العليا والقدوة الصالحة وكذلك تستطيع المواقع تحقيق الاستقرار النفسي والعاطفي، كما يمكن أن تقدم بالتثقيف العام للشباب الجامعي وتنمية مواهبهم

6-8 المواقع ومسؤوليتها في علاج ظاهرة الزواج العرفي:

ليس ثمة شك في أن التبعية ثقيلة على عائق وسائل الاعلام في علاج هذه الظاهرة، ولعل سبيلها الى ذلك يكون بالبد في ازالة الأثر السيئ لها في نفسي هذه الظاهرة، والذي يمكن تحقيقه من خلال تطهير الجامعة من كل المثيرات الجذسية التي يتعرض لها الشباب الجامعي يوميا ويكون ذلك من خلال التوعية الاجتماعية والثقافية

والاسلامية كذلك الحد من ظواهر الاختلاط والاغتراب، ومهرجانات الملابس في الجامعات...¹

وتيسير سبل الزواج وفتح المجالات أمام الشباب الجامعي، لمزاولة الأنشطة الرياضية وغيرها، لتفريغ طاقاتهم فيما ينفعهم...

6-9 المواقع ووظيفة العلاج النفسي والوجداني:

اذ أن المواقع تساعد على الاسترخاء مستعينة بالحلم والتخيل أو بالسخط والحنق أن يقدم لهم مواضيع شتى من محادثة مع الغير.

6-10 المواقع والسيطرة على المعلومات:

نجد ان السيطرة على مواقع التواصل من الصعوبة بمكان، لذلك لا يمكن السيطرة على تدفق المعلومات وتداولها من خلال هذه المواقع. فالمسؤولية الملقاة على عاتق الشباب الجامعي مسؤولية هائلة في نوعية المعلومات وكميتها التي يتم تناولها بكثافة عبر هذه المواقع سواء كانت خيرا أم شرا، ذلك عليهم عدم نقل الثقافة ، ونشرها دون انتقاء محتواها.

1 - محمد العوض محمد وداعة الله: مرجع سبق ذكره، ص142

7- الآثار الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجامعي

وسبل علاجها:

هناك العديد من الآثار السلبية التي تسببها مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الأفراد وقيمهم لاسيما الشباب الجامعي، لذا سيقصر الباحث على تلك الآثار الشائعة والأكثر تأثيراً وانتشاراً ومن هذه الآثار هي:

✓ إذ تتمثل هذه الآثار بالانحرافات السلوكية والثقافية والمعرفية لديهم فيذهب الشباب من دون وعي منهم وبهدف الترفيه والتسلية أو الفضول إلى استخدام هذه بشكل لا أخلاقي وبتكرار هذه العملية يصبح من الممكن فك الارتباط بينهم وبين هذه المواقع الأمر الذي يدفعهم إلى ما يعرف بالإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ لقد أثرت مواقع التواصل الاجتماعي على واحدة من أهم مرتكزات الثقافة وترسيخ الهوية لدى الشباب العربي عامة والشباب العراقي خاصة لا سيما الشباب الجامعي، ألا وهي اللغة العربية التي تعد الوسيلة الرئيسية للاتصال والتواصل ونقل الإرث الثقافي عبر الأجيال، فابتدع هؤلاء المتواصلون لغة خاصة بهم بعيدة كل البعد عن اللغة العربية عبر المزج بين الحروف والأرقام والرموز التي لا يعرفها إلا المتمعنين بهذا العالم الافتراضي وهم على وفق ذلك يؤسسون لثقافة خاصة بهم من دون وعي منهم...¹

1 - أحمد جاسم مطرود، مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على سلوك الشباب الجامعي: دراسة اجتماعية ميدانية في جامعة بابل، مجلة جامعة بابل للعلوم الانسانية، المجلد 28، العدد5، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة بابل، جمهورية العراق، 2020، ص12

✓ الإدمان على استخدام هذه المواقع من شأنه أن يكون سببا رئيسا في ظهور الانحرافات السلوكية والأخلاقية نظرا لوجود العديد من المواقع الإباحية على شبكة الانترنت التي تدفع بالشباب بعيدا عن هدفهم الرئيس ألا وهو المذاكرة والدراسة وممارسة هواياتهم الفنية والرياضية والابداع فيها، لقد دفعت ظاهرة الإدمان هذه عددا كبيرا من الباحثين الى دراسة هذه الظاهرة ذات الخفايا الهدامة لبنى المجتمع وما آلت إليه من سلبيات على مستوى الفرد الأسرة والجماعة والمجتمع، فقد لوحظ أن أغلب الشباب يقضون وقتا طويلا أمام شاشات الكمبيوتر والهواتف الذكية في تصفح واستخدام هذه المواقع نتيجة لتوفر المغريات التي تتناسب وميولهم وغرائزهم وهو ما يؤثر سلبا على مستواهم الدراسي/ الأكاديمي

✓ يعيش شبابنا اليوم في حالة من الاغتراب والفوضى ومجهولية المستقبل نتيجة الأوضاع والظروف الاجتماعية التي تسببت بشعورهم بحالات من الإحباط وفقدان المعايير، وفي ذات الوقت انتشار المظاهر العولمية الأمر الذي دفعهم الى استخدام مواقع التواصل هذه مما جعلهم يعيشون حالة من الهامشية وعدم الاستقرار الاجتماعي والنفسي والذهني والعاطفي والمزاجي

فإنهماك شبابنا اليوم بمواقع التواصل الاجتماعي وانبهارهم بما تعرضه شبكة الانترنت (متشيين) بمعنى أن هؤلاء الشباب خاضعون إلى الأشياء للأشياء بحسب قيمتها السوقية من جهة وبحسب انتشارها وتداولها وقوة تأثيرها في أنفسهم من جهة أخرى، مما ينمي لديهم فكرة الدراسة الحالية...، وبهذا المعنى فإن التشيؤ هو انسلااب الفرد لخواصه الروحية والانسانية واستبدالها بخواص مادية مزيفة، وما لذلك من تداعيات أبرزها تدمير شخصية الفرد اجتماعيا وثقافيا..

أما سبل العلاج المقترحة التي من شأنها التقليل من حدة الآثار التي تخلفها هذه الظواهر، فإن أصعب مراحلها هو إقناع المدمن بأن استخدامه للشبكة قد وصل حد ما الإدمان، والواقع أن هناك عدة طرق لعلاج إدمان الانترنت منها ما يعتد به على إدارة الوقت ويمكن في حالة الإدمان الشديد لا تكفي إدارة الوقت بل يجب على المريض استخدام أكثر من فعالية مثل:....¹

- ✓ العمل على إيجاد مواقع بديلة تتميز بالواقعية
- ✓ تحديد وقت الاستخدام
- ✓ الاقتناع التام
- ✓ إعداد بطاقات من أجل التذكير
- ✓ إعادة توزيع الوقت بشكل مناسب
- ✓ الانتظام إلى مجموعات أو منظمات اجتماعية لتأييد التقليل من استخدام الانترنت
- ✓ المعالجة الأسرية وكذلك النفسية.

1 - احمد جاسم مطرود: مرجع سبق ذكره، ص 13

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع:

الاجراءات الميدانية ونتائج الدراسة

أولاً: الإجراءات الميدانية للدراسة

ثانياً: تفرغ وتحليل بيانات الدراسة

ثالثاً: نتائج الدراسة

أولاً: الإجراءات الميدانية للدراسة

1- مجالات الدراسة:

تعتبر مجالات الدراسة نقطة أساسية في البحث العلمي، حيث يتفق كل من المنشغلين بمناهج البحث العلمي أن لكل دراسة ثلاث مجالات معروفة ذات البعد المكاني، البعد الزمني والبعد البشري، ويمكن تفصيلها فيما يأتي:

1-1 المجال المكاني:

والذي يقصد به " النطاق المكاني لإجراء الدراسة حيث أجريت هذه الدراسة بجامعة محمد خيضر - بسكرة- بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية قطب (شتمة)

2-1 المجال الزمني:

يمثل الموسم الجامعي 2023/2024، الحدود الزمنية للدراسة، بالضبط من تاريخ ديسمبر 2023 و 31 ماي 2024، قمنا بتقسيم العمل إلى ثلاث أجزاء: الجانب المنهجي والجانب النظري والجانب التطبيقي على النحو التالي:

✓ الفترة الممتدة من ديسمبر 2023 الى غاية جانفي 2024، قمنا بضبط عنوان دراستنا ومحاولة صياغة اشكالية الدراسة واستئنتها الفرعية واعداد الاطار المنهجي ✓ في الفترة الممتدة من فيفري 2024 الى غاية أفريل 2024، انتقلنا للجانب النظري بوضع خطة بحث الدراسة، والبحث عن مراجع وكتب نظرية تخدم دراستنا بجميع فصولها

✓ الفترة الممتدة من أبريل 2024 الى غاية ماي 2024، قمنا بتوزيع الاستمارة الكترونيا بالضبط يوم 28 أبريل 2024 على طلبة علوم الاعلام والاتصال على جميع الأطوار (ليسانس، ماستر، دكتوراه)

1-3 المجال البشري (مجتمع البحث):

يتمثل في تحديد مجتمع البحث ومميزاته، وكذا عينة البحث وحجمها ونوعيتها.

أ- مجتمع البحث:

تعتبر عملية اختيار مجتمع الدراسة من الخطوات الهامة للبحث العلمي، فهو المجتمع الذي ستطبق عليه الدراسة التي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليها اجراءات البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه

ويعرف مجتمع البحث في لغو العلوم الانسانية بأنه: مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تتركز عليها الملاحظات، أي هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي...¹

كما عرفه أحمد بن مرسلني: على أنه جميع مفردات الظاهرة، التي يدرسها

الباحث...²

1 - موريس أنجرس : منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2008، ص298.

2 - د. أحمد بن مرسلني: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، كلية الآداب واللغات، جامعة الجزائر، 2010، ص166.

وقد تم تمثيل مجتمع البحث الذي اخترناه على طلبة جامعة محمد خيضر -بسكرة- القطب الجامعي (شتمة)، شعبة علوم الاعلام والاتصال، ونظرا لصعوبة دراسة مجتمع البحث ككل كونه يتطلب الكثير من الوقت، تم اختيارنا لجزء من هذا المجتمع والذي نعبر عنه "بعينة الدراسة" مما يسمح لنا بتحديد نطاق الدراسة

ب- عينة الدراسة:

يواجه الباحث عند دراسته لموضوع بحثه صعوبة خاصة عندما يكون مجتمع البحث واسع، ما يصعب عليه دراسة كل الوحدات وهذا ما يدفعه الى استخدام أسلوب العينة، حيث يحددها بحسب ما يتماشى ويتناسب مع طبيعة دراسته من خلال تقسيم هذا المجتمع الى جزء صغير من الوحدات، ونظرا لضخامة عدد مفردات مجتمع الدراسة توجب علينا استخدام أسلوب العينة

ويمكن تعريف العينة كالتالي: هي مجموعة من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة، واجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج، وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي...¹

ومن خلال التعريف السابق يتضح الآتي:

- ✓ تمثل العينة جزءا من مجتمع الدراسة من حيث الخصائص والصفات
- ✓ يتم اللجوء الى العينة عندما تغني الباحث عن دراسة كافة وحدات المجتمع
- ✓ يتم اختيار العينة عادة وفق أسس وأساليب علمية متعارف عليها

1 - محمد سرحان علي المحمودي: مناهج البحث العلمي، مكتبة الوسطية للنشر والتوزيع، ط3، صنعاء، 2019، ص160

وعليه فإن العينة التي تناسب دراستنا هي العينة القصدية، فهي تساعد على دراسة المجتمعات التي يصعب تحديدها كمياً وكيفياً، حيث يختار فيها الباحث مفرداته شخصياً وتقتصر هاته الدراسة على الشباب الجامعي "طلبة علوم الاعلام والاتصال" بجامعة محمد خيضر - بسكرة - المكونة من (70 مفردة) مقسمة على كل من طلبة ليسانس والماجستير والدكتوراه.

وتعرف العينة القصدية بأنها: العينة التي يعتمد الباحث فيها أن تتكون من وحدات معينة اعتقاداً منه أنها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل، فالباحث في هذه الحالة قد يختار مناطق محددة تتميز بخصائص ومزايا إحصائية تمثيلية للمجتمع وهذه تعطى نتائج أقرب ما تكون الى النتائج التي يمكن أن يصل إليها الباحث بسمح المجتمع كله...¹

2- أدوات الدراسة:

تتيح أدوات جمع البيانات للباحث الفرصة للقيام بجمع البيانات والمعطيات من أرض الواقع، وفي مجال علوم الاعلام والاتصال يوجد العديد من الوسائل التي يعتد بها الباحث في عملية التقصي وجمع المعلومات والحقائق وذلك بعد ضبط المنهج المناسب، حيث تم توظيف أدوات رئيسية بغية دراسة كافة جوانب الظاهرة، التي يتوقف نجاح أو فشل أي بحث علمي على صحة البيانات المتحصل عليها في دراسة الموضوع ألا وهي: [الملاحظة والمقابلة والاستبيان] والتي اعتمدنا عليها في دراستنا.

1- فاطمة عوض صابر، ميرفت على خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، الاسكندرية، 2002، ص196.

- الملاحظة والتي تعرف بأنها: العملية لتسجيل الأنماط السلوكية للأفراد، والأشياء، والأحداث بدون سؤالهم أو الاتصال بهم، والباحث الذي يستخدم طريقة الملاحظة لتجميع البيانات يقوم بمشاهدة الأحداث حين وقوعها، ثم يسجل المعلومات عنها، أو قد يقوم الباحث بتجميع المعلومات والأدلة من خلال فحص، ودراسة ومراجعة السجلات الخاصة بأحداث وقعت في الماضي، وملاحظة أنماط معينة بها...¹

ولقد اعتمدنا على الملاحظة كونها تقنية تعتمد على براعة في التحليل حيث تستخدم بكثرة في الدراسات الوصفية كما هو حال دراستنا لأنها تمنح صورة شاملة عن المجتمع المبحوث وتدرس مجموعة من الظواهر والسلوكيات، فهي تساعد على كشف جوانب جديدة للظاهرة كالكشف عن أهم سلوكيات الشباب الجامعي وأنماطهم الاستهلاكية وذلك من خلال مراقبة وتحليل السلوكيات والتفاعلات الاجتماعية، وهي تمكن من الحصول على معلومات كيفية وهذا ما يتماشى مع طبيعة موضوعنا بحيث لا يجب الاكتفاء بالملاحظة السطحية فقط.

- المقابلة فهي: اتصال شخصي وحوار بين شخصين أحدهما الباحث الذي يحاول الحصول على البيانات والمعلومات والحقائق والآراء والأفكار والتقييمات من الشخص الآخر، وقد يتصل القائم بالمقابلة بالمبحوثين وجها لوجه، أو عبر الهاتف، أو البريد الإلكتروني، أو يمكن تناول كل أسلوب لمزايا وعيوب...²

والتي تعتبر أداة ثانوية مساعدة للاستبيان، أي المقابلة الغير مقدنة، من خلال إجراء مقابلة حرة مع الطلبة وطرح بعض الأسئلة عليهم حول الانماط الاستهلاكية الثقافية

1 - د. محمد جلال الغندور: البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، دار الجوهرة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص340

2 - د. كمال الحاج : مناهج البحث الاعلامي، الجامعة الافتراضية السورية، 2020، ص58

لديهم وتناقشنا حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في نقل القيم والمعتقدات الثقافية ثم تطرقنا الى تفكيرهم في اتخاذ خطوات لتحسين نوعية الاستهلاك الثقافي على المنصات في المستقبل وقد افادتنا هذه المواضيع الواسعة كثيرا في الحصول على معطيات لم نتح لنا فرصة الحصول عليها من الملاحظة والاستبيان

- الاستبيان يعرف بأنه: أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة مرتبة بأسلوب منطقي مناسب، يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها... كما يعرف على أنه مجموعة من الأسئلة المعدة والمصاغة لمتغيرات الموضوع أو معطيات الحالة وفقا لفروض موضوعية، وقد ت طرح الأسئلة على المبحوث أثناء إجراء مقابلات مهنية معه، أو توزع مباشرة في استمارة من الباحث على المبحوثين أو عن طريق فريقا من المساعدين أو عن طريق وسائل الاتصال المتعددة...²

اعتمدنا على الاستمارة الالكترونية كأداة أساسية في جمع معطيات الدراسة، حيث حاولنا أن تكون أسئلتها مفهومة وتحقق الغرض من الدراسة وملمة بالجانب النظري، وقبل توزيعها في صورتها النهائية، قمنا بإعداد استمارة تجريبية حيث تم عرضها على الأستاذة المشرفة وقدمت لنا ملاحظتها التي تم اخذها بعين الاعتبار، وللتأكد من صدق الاستمارة ومطابقتها للمعايير المنهجية، قمنا بعرضها على المحكمين وهم اساتذة في ميدان العلوم الانسانية بجامعة محمد خيضر بسكرة، حيث لم قاموا بتوجيهنا بملاحظاتهم حول

1 - ريجي مصطفى عليان: البحث العلمي أسسه-مناهجه وأساليبه-إجراءاته، بيت الأفكار الدولية، جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن (عمان)، 2001/12/1، ص9

2 - د. عقيل حسين عقيل: خطوات البحث العلمي (من تحديد المشكلة الى تفسير النتيجة)، دار ابن الكثير، ص208.

الاستمارة وتعديل ما يجب تعديله للخروج في الأخير باستمارة في شكلها و صورتها النهائية، وقد اشتملت استمارة بحثنا على 4 محاور رئيسية قسمت كالتالي:

المحور الأول: متعلق بالبيانات الشخصية للمبحوثين وقد اشتمل على 5 أسئلة : (من

1 الى 5) الجنس، السن، المستوى الجامعي، الحالة الاجتماعية، الوضعية المادية

المحور الثاني: اشتمل على 8 أسئلة : (من 6 الى 13) حول تأثير مواقع التواصل

الاجتماعي على الانماط الاستهلاك الثقافي لدى الشباب الجامعي.

المحور الثالث: اشتمل على 6 أسئلة : (من 14 الى 19) حول تأثير مواقع التواصل

الاجتماعي على القيم والمعتقدات لدى الشباب الجامعي.

المحور الرابع: اشتمل على 9 أسئلة : (من 20 الى 28) تدور حول تأثير مواقع

التواصل الاجتماعي على سلوكيات الشباب الجامعي.

2- خصائص العينة بناء على تحليل وتفسير نتائج المحور الأول:

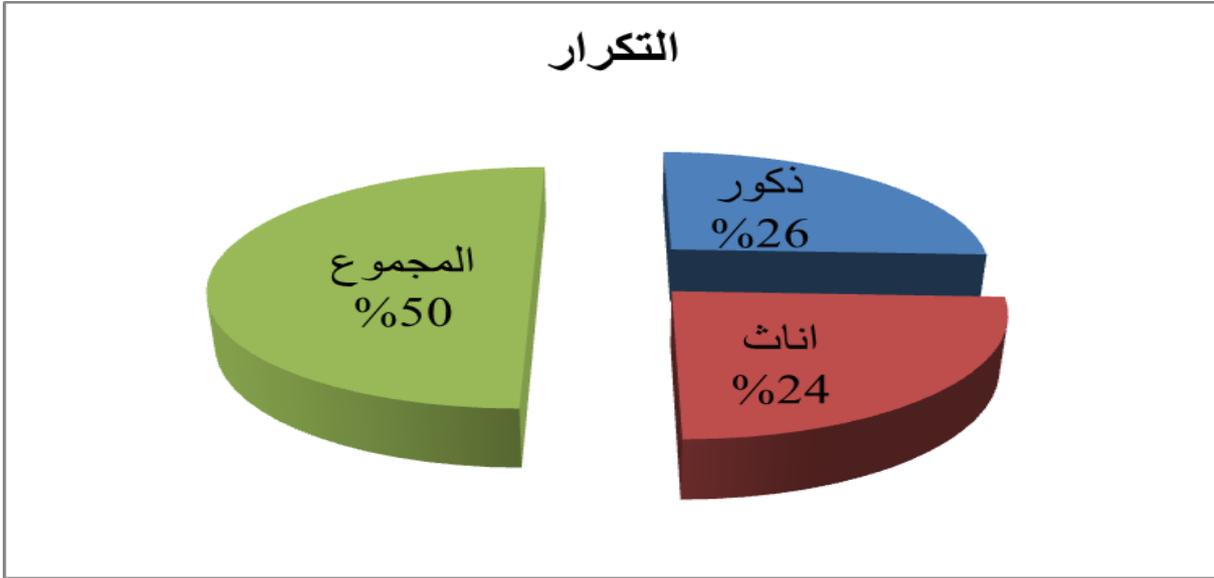
2-1 من حيث الجنس:

جدول 01: يوضح توزيع العينة حسب الجنس

النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
51,4%	36	ذكور
48,6%	34	اناث
100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 01: يوضح توزيع العينة حسب الجنس



المصدر: إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

شملت الدراسة (70) مفردة ذكورا وإناثا، كما يوضحه الجدول أ علاه ر قم (1)، الذي نلاحظ من خلاله أن العينة موزعة بين كلا الجنسين، مع ارتفاع في جنس الذكور بتكرار (36) بنسبة (1,4%)، في مقابل (34) إناث، أي بنسبة (8,6%)

ويرجع ارتفاع نسبة الذكور لكون تخصص علوم الاعلام والاتصال يغلب على فئة الذكور، حيث نجد أغليبيتهم يفضلون اختيار مجال هذا التخصص ويميلون الى مهنة الصحافة والاذاعة والتلفزيون، وغالبا ما نجد أنهم أكثر اقبالا عليه مقارنة بغيره من التخصصات، والتي كما نلاحظ ازدياد عدد المشاريع الاعلامية التي يؤسسها الشباب كالمواقع الالكترونية وقنوات اليوتيوب والصفحات الأخرى، حيث تعد نتائج هذه الدراسة مختلفة عن نتائج الدراسة السابقة للباحثة "خناء تومي"، حيث استنتجت أن تواجد الاناث أصبح بقوة في جل الأطوار التعليمية، وأن نسبة تواجد الاناث بالجامعة في تزايد مستمر.

2-2 من حيث السن:

جدول 02: يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن:

النسبة المئوية %	التكرار	السن
67,2%	47	من 18 الى 25
25,7%	18	من 25 الى 30
7,1%	5	أكثر من 30
100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 02: يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن:



المصدر: إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يتضح من خلال الجدول رقم (2) أن أكبر نسبة تقدر ب: (67,2%) للفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم ما بين (18 - 25 سنة) وهم 46 شخص، في حين سجلت نسبة (25,7%) للذين يتراوح سنهم بين (25 - 30 سنة) وهم 19 شخص، أما أصغر نسبة للذين بلغ سنهم (30 فما أكثر) بنسبة (7,1%) وهم 5 أشخاص.

يتضح أن الفئة العمرية من (18_ 25 سنة) هي الفئة الغالبة، فمن الطبيعي أن أغلب الطلبة الدارسين الجامعيين سواء ليسانس أو ماستر تتراوح أعمارهم بين 18-25 سنة، خاصة بعد حصولهم على شهادة البكالوريا ما بين 18 و 19 وتسجيلهم ل سنوات ليسانس و ماستر، ضف الى ذلك أن معدل السن الذي يتراوح بين (18- 25 سنة) هو السن ملائم، حيث أن أغلبهم الذين استوفوا (30 فما أكثر) يف ضلون الحياة العملية لا العلمية ، أم الفئة التي يتراوح معدل سنهم بين (25-18 سنة) هو ال سن الملائم لظهور تأثيرات الثقافة الجماهيرية على الشباب.

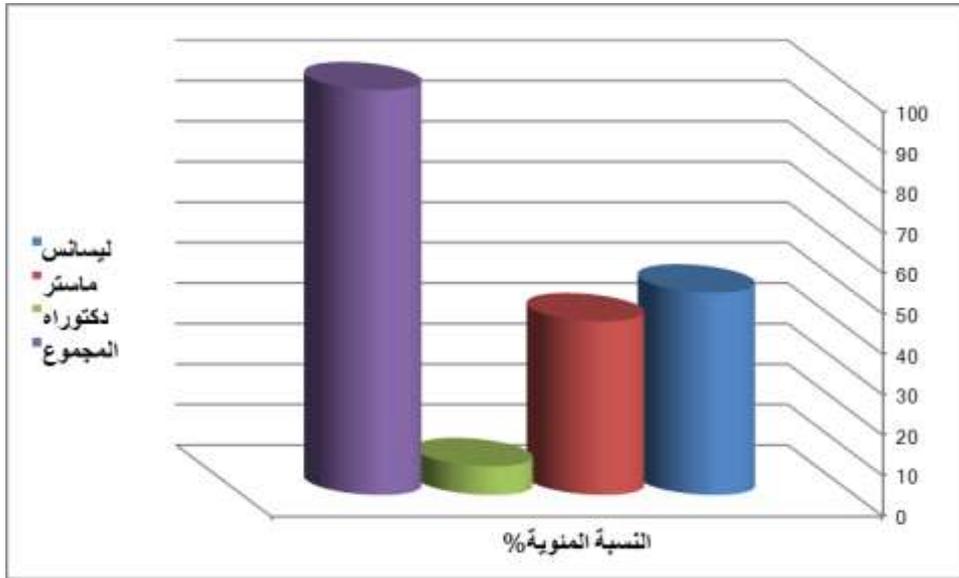
2-3 من حيث المستوى الجامعي:

جدول 03: يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي:

مستوى الطالب	التكرار	النسبة المئوية %	الوسيط الحسابي	الانحراف المعياري
ليسانس	35	50%	1,57	0,63
ماستر	30	42,9%		
دكتوراه	5	7,1%		
المجموع	70	100%		

المصدر: إعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 03: يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي:



المصدر: إعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن أغلبية الطلبة الجامعيين مستواهم الجامعي ليسانس بنسبة قدرت ب (50%) بتكرار (35)، يليها مستوى الماستر بنسبة (42,9%) بتكرار (30)، ومن ثم مستوى الدكتوراه بنسبة قليلة (7,1%) بتكرار (5).

يتضح، أن أغلبية الطلبة الجامعيين الذين يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي مستواهم الجامعي ليسانس، وبطبيعة الحال هي الفئة الأكثر استخداما للتكنولوجيا ومواقع التواصل الاجتماعي، وكما لاحظنا أنهم مع بداية دراستهم بالجامعة يحاولون اطلاع بكامل الفعاليات التي تجرى في الكلية، ومعرفة كيفية اجراء البحوث والتقييمات المبنية، بحيث يكون لهم الشغف في معرفة كيف تتجز المذكرات وماهي المراحل المتعبة ومنهجية كل أستاذ.

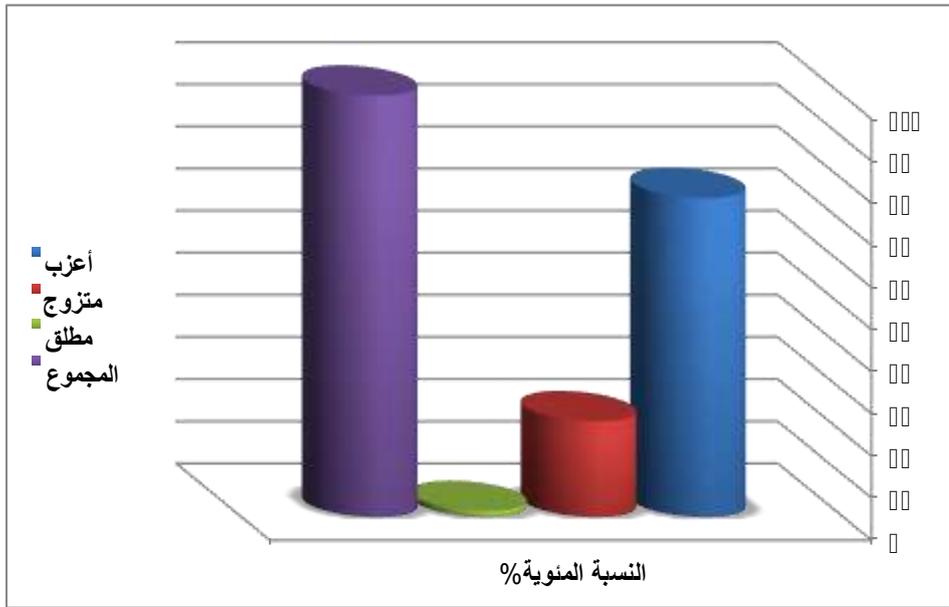
4-2 من حيث الحالة الاجتماعية:

جدول 04: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	الحالة الاجتماعية للطالب
0,47	1,26	75,7%	53	أعزب
		22,9%	16	متزوج
		1,4%	1	مطلق
		100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 04: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية:



المصدر: إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يوضح الجدول أعلاه إضافة للشكل المرفق له، أن أغلب الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي غير متزوجين يمثلون نسبة (75,7%)، في حين أن المتزوجين قدرت نسبتهم ب(22,9%)، أما المطلقين بنسبة (1,4%).

ما نستخلصه، يتبين لنا أن غالبية الطلبة الجامعيين عزاب، هذا حسب ما يو ضحه الجدول رقم (4) حيث لاحظنا أن أغليبتهم يرون بأنهم غير قادرين على التوفيق بين الدراسة والالتزامات التي تأتي بعد الزواج ومسؤولياتها، وبعضهم لا يزال لم يجد منصب شغل مناسب له، حيث أن أغليبتهم لم تتجاوز أعمارهم 30 سنة، وعادة ما يكون الشباب في هذه المرحلة العمرية منشغلين بإكمال دراستهم وتكوين نواتهم اجتماعيا واقتصاديا، من أجل ضمان مستقبلهم ثم التفكير في الزواج والاستقرار فيما بعد، ومعظمهم يرى أنه غير مهياً للزواج في لكونه لم يتجاوز السن 25 اي حتى بلوغه سن 30 سنة بعدها يفكر في الاستقرار.

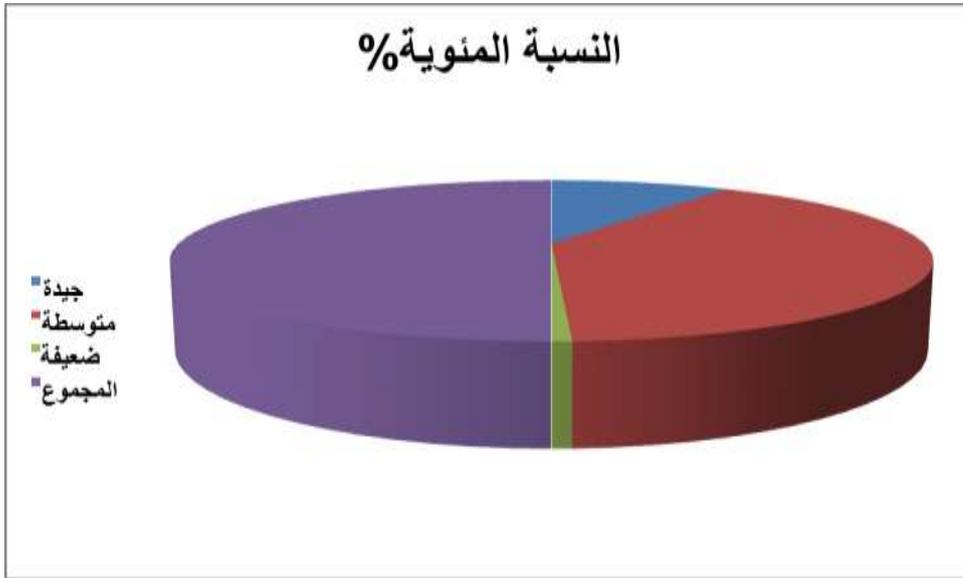
2-5 من حيث الوضعية المادية:

جدول 05: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوضعية المادية:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	الوضعية المادية للطالب
0,79	2,61	18,6%	13	جيدة
		80%	56	متوسطة
		1,4%	1	ضعيفة
		100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 05: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوضعية المادية:



المصدر: إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه، أن أغلبية الـ شباب الـ جامعي و ضعيتهم المادية متوسطة، والتي قدرت نسبتها بـ(80%)، تليها نسبة الطلبة ذوي الوضعية المادية جيدة بنسبة (18,6%)، بينما الطلبة الذين وضعيتهم المادية ضعيفة بنسبة (1,4%)

من خلال نتائج الجدول أعلاه، نستخلص أن أغلبية الطلبة الـ جامعيين و ضعيتهم المادية متوسطة، وهذا ما لاحظناه أن معظمهم منهم غير الـ قادرين على توفير كل احتياجاتهم ولاسيما الطلبة المقيمين في الجامعة، ويرون بأنهم من الصعب عليهم انفاق المال على متطلبات دراستهم وأكلهم وشربهم عند الحاجة، حيث أن هناك أسر تعاني من انخفاض مستوى الدخل، وبالتالي يؤثر على قدرتهم في تلبية متطلبات أبنائهم الـ طلاب، وهناك منهم كذلك من لديه قلة الوعي المالي وذلك من خلال إنفاقهم للأموال دون تخطيط لها وإنفاقها في أشياء غير مفيدة ولا أهمية لها، ومنهم من يركز فقط على الدراسة مما قد

لا يمنحه الوقت الكافي للبحث عن فرص عمل أو مصادر دخل إضافية، ورغم كل ذلك يحب الشباب الجامعي تتبع كل مستجدات التي تفرزها الثقافة الجماهيرية الاستهلاكية.

ثانيا: تفريغ وتحليل بيانات الدراسة

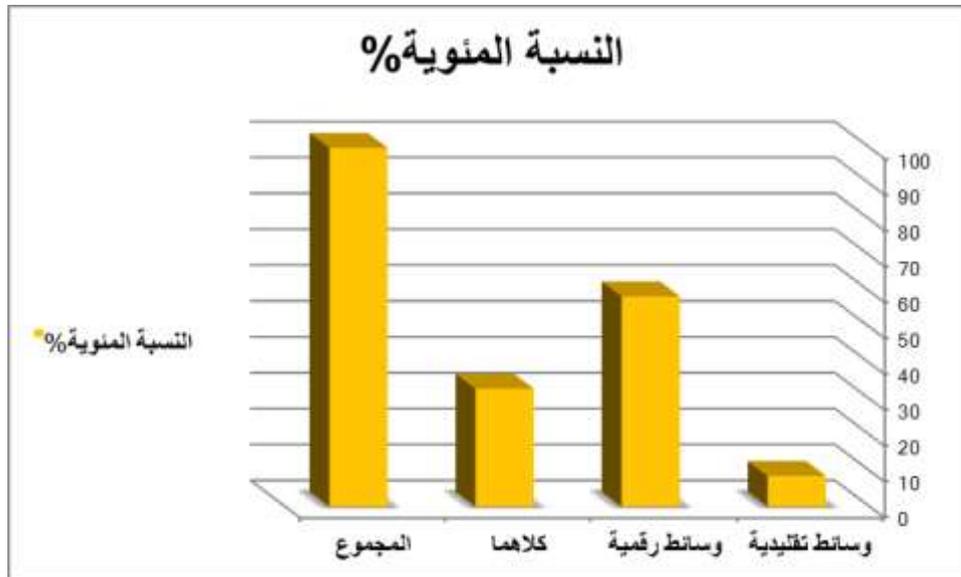
1- تفريغ وتحليل بيانات نتائج المحور الثاني من الاستبيان:

جدول 06: يبين توزيع أفراد العينة حسب الاستهلاك الثقافي:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	الاستهلاك الثقافي للطالب
0,60	2,24	8,6%	6	وسائط تقليدية
		58,6%	41	وسائط رقمية
		32,8%	23	كلاهما
		100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 06 : يبين توزيع أفراد العينة حسب الاستهلاك الثقافي



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يتضح من خلال الجدول أعلاه، أن معظم الطلبة الجامعيين يفضلون الاستهلاك عبر الوسائط الرقمية، حيث قدرت نسبتها ب(58,6%) بتكرار (41)، وهناك طلبة من يفضل الاستهلاك عبر كلاهما بنسبة (32,8%) بتكرار (23)، أما الاستهلاك عبر الوسائط التقليدية فقدرت نسبتها ب(8,6%) بتكرار (6).

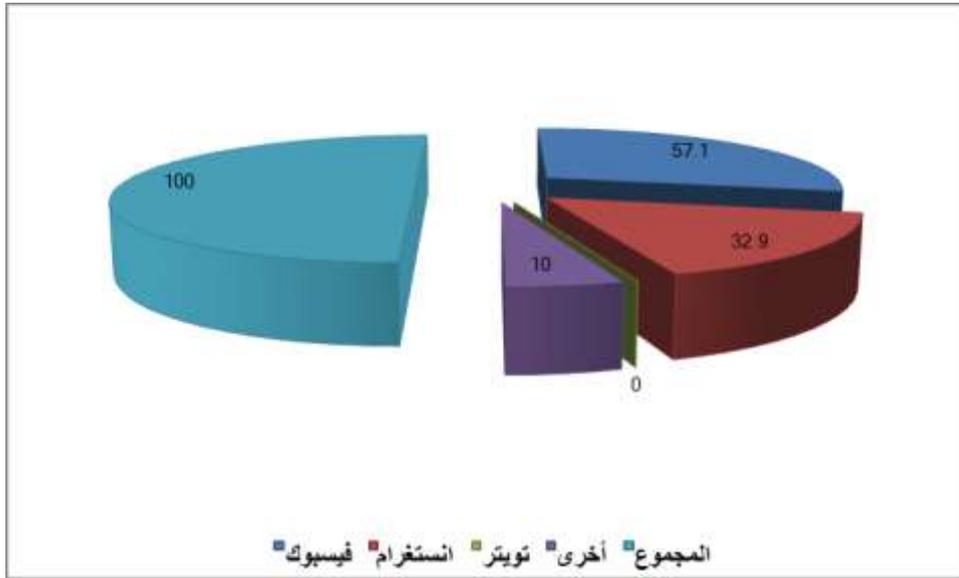
ما نستشفه، معظم الطلبة الجامعيين يفضلون الاستهلاك عبر الوسائط الرقمية لأنها سهلة الوصول إليها ومتنوعة، حيث نجد أن أغلب الطلبة يستخدمون تطبيقات هواتفهم الذكية وأجهزتهم اللوحية للتواصل الدائم بهذه المواقع، بحيث توفر له الوسائط الرقمية تنوعاً هائلاً من المنتجات والخدمات من مختلف الماركات والأسعار وبالتالي تتيح لهم فرصة اختيار ما يناسبهم على حسب احتياجاتهم وميزانيتهم، وبطريقة سريعة دون تعب في الخروج والبحث، كما تتيح لهم التواصل مع العلامات التجارية من خلال التعليقات والرسائل الخاصة، وهناك من يستهلك بناء على تأثير من منتجات يروج لها المؤثرون، وهناك من يطلب وجبات الأكل التي يريدونها في أي وقت كان دون الذهاب والشراء، فمن خلال المقابلة التي أجريت مع العديد من الطلبة أجابوا أن الوسائط الرقمية لها دوراً في تثقيفهم وتزويدهم بكل المعلومات اللازمة وأيضاً التسلية والترفيه، وتعد نتائج هذه الدراسة مشتركة مع نتائج الدراسة السابقة للباحث "عقبة عبد النافع العلي" الذي بين أن هاتاه المواقع تساهم في توفير المعلومات لدى المجتمعات عامة ومجتمع الشباب خاصة.

جدول 07: يوضح مواقع التواصل الأكثر استخداما:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	مواقع التواصل الأكثر استخداما
1,06	1,67	57,1	40	فيسبوك
		32,9	23	انستغرام
		0	0	تويتر
		10	7	أخرى
		100	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 07: يوضح مواقع التواصل الأكثر استخداما



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

ما نستخلصه من الجدول اعلاه، أن أغلبية الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، يفضلون استخدام موقع فيس بوك بنسبة قدرت ب(57,1%) بتكرار (40%)، يليها انستغرام بنسبة (32,9%) بتكرار (23)، أما بالنسبة لموقع تويتر فهي من

المواقع التي تزال في بداية الانتشار مقارنة مع الفيس بوك، أما المواقع الأخرى كاليوتيوب والتلغرام قدرت نسبتها ب (10%) بتكرار (7).

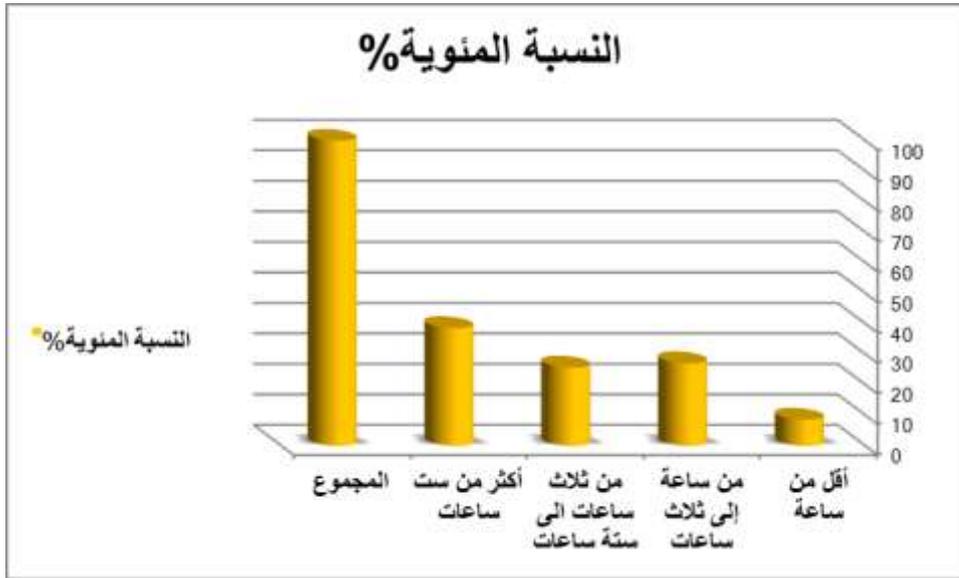
من خلال نتائج الجدول نستنتج أن أغلبية الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع فيس بوك باعتباره أكثر المواقع استخداما وتفضيلا لانتشاره الواسع وبصفة خاصة في السنوات الأخيرة، وكما لاحظنا أن الطلبة يرون بأنه يلبي اشباعاتهم في متابعة ورصد الأحداث الجارية وخاصة سمة الفيس بوك المجاني (Lite)، التي جعلت مواكبة الأحداث والحصول على المعلومات أمر سهل وبسيط، وتنتشر نتائج هذه الدراسة مع الدراسة السابقة للباحثة "نبيلة جعفري" حيث اثبتت أن أغلبية الشباب الجامعي يستخدم موقع الفيس بوك بغية الدردشة الذي يعتبر الموقع المفضل لديهم، كما نراه مع طلبة أغلبهم يتابعون صفحة جامعة على facebook، التي "تعرف بمصلحة التدريس" قسم العلوم الانسانية - للحصول على أخبار الجامعة والاطلاع على الفعاليات القادمة ونشر الحصص التعويضية للأساتذة أو فقدان أحد الطلبة لبطاقة طالب واعلانات تخص الطلبة وغيرها، والتواصل مع الطلاب وأعضاء الهيئة، وهناك منهم كذلك من يفضل موقع انستغرام من ترفيه من خلال مشاهدة فيديوهات التي تعرف ب(ريل) (Reel)، والقصص المباشرة والفلتر مما يجعله منصة ممتعة لقضاء وقت الفراغ.

جدول 08: يوضح عدد ساعات استهلاك الطالب:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	ساعات استهلاك الطالب
1,01	2,94	8,6%	6	أقل من ساعة
		27,1%	19	من ساعة إلى ثلاث ساعات
		25,7%	18	من ثلاث ساعات إلى ستة ساعات
		38,6%	27	أكثر من ست ساعات
		100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 08 : يوضح عدد ساعات استهلاك الطالب:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يوضح الجدول أعلاه يتبين أن عدد الساعات التي يقضيها الطلبة الجامعيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة هي، أكثر من ست ساعات بنسبة قدرت ب (38,6%)، تليها من ساعة الى ثلاث ساعات بنسبة (27,1%)، ثم من ثلاث ساعات الى ستة ساعات بنسبة (25,7%)، وبعدها فئة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأقل من ساعة بنسبة (8,6%).

ما نستخلصه أن معظم الطلبة الجامعيين يقضون اغلب وقتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الترفيه كمشاهدة مقاطع الفيديو او المحتويات الترفيهية أو من خلال المشاركة في التحديات والترندات الشائعة عبر هاته المواقع، وهناك من يقضيها عبر التواصل والدرشة مع الأصدقاء والأقارب والعائلة خاصة الذين يعيشون بعيدا، أو الذين لا يمكن رؤيتهم بشكل منتظم، وهناك من يقضيها عبر تطبيقات التواصل الفوري واد شاء حسابات على (Linkedin) لعرض سيرتهم الذاتية ومهاراتهم للتقدم لو وظائف العمل،

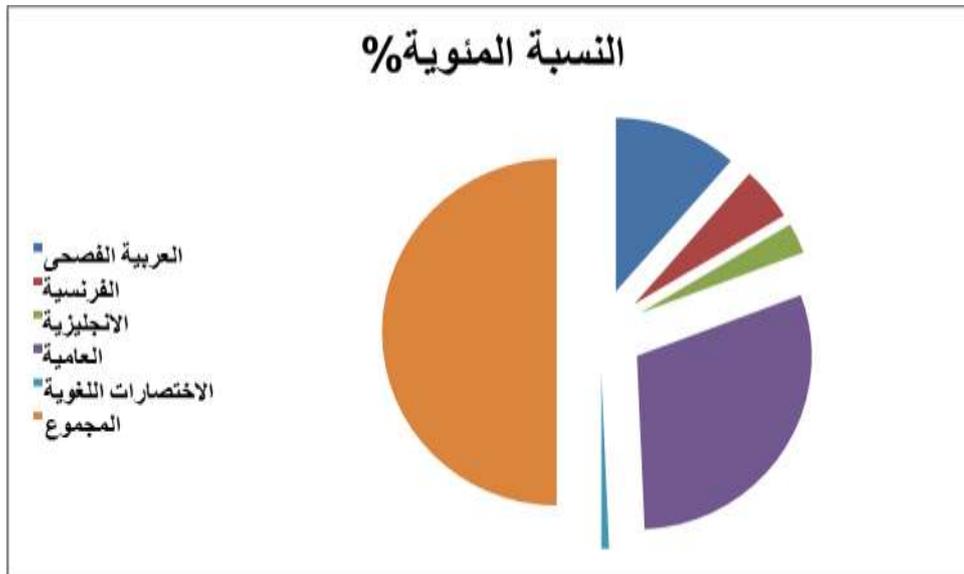
واغلبيتهم يقول من يقضيها خاصة وقت الدراسة في البحث عن المراجع وجمع المعلومات حيا ل موضوع ما أو لإعداد بحثه.

جدول 0934: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب اللغة المستخدمة:

اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية %	الوسيط الحسابي	الانحراف المعياري
العربية الفصحى	16	22,9%	3,07	1,30
الفرنسية	7	10%		
الإنجليزية	4	5,7%		
العامية	42	60%		
الاختصارات اللغوية	1	1,4%		
المجموع	70	100%		

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 09: يوضح توزيع عينة دراسة حسب اللغة المستخدمة:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

اعتمادا على الجدول أعلاه، ان معظم الشباب الجامعي يستخدمون اللغة العامية في التواصل مع بعضهم، التي قدرت نسبتها ب (60%) بتكرار (42)، تليها اللغة العربية

الفصحى بنسبة (22,9%) بتكرار (16%)، ثم اللغة الفرنسية بنسبة (10%) بتكرار (7)، وبعدها اللغة الانجليزية بنسبة (5,7%) بتكرار (4)، واخيرا الاختصارات اللغوية بنسبة (1,4%).

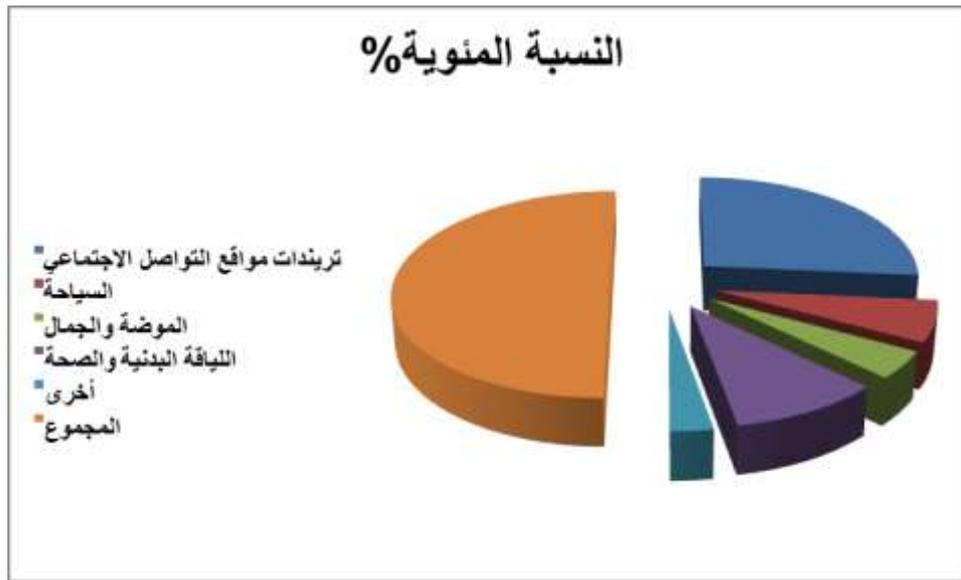
ما نستنتجه يبين لنا أنه من الطبيعي أن يفضل الشباب الجامعي اللغة العامية فهم يستخدمونها في حواراتهم اليومية وخاصة خلال تواصلهم مع العائلة والأقارب، مما يتيح لهم التعبير عن أفكارهم بشكل سهل وسريع دون التقيد بقواعد اللغة الفصحى المعقدة والقلق من ارتكاب الأخطاء، التي يعتبرونها لغة للتواصل مع الأستاذة أو مع زملاء العمل فقط، حيث لاحظنا أثناء إجرائنا للمقابلة معهم، تعبيراتهم العامية أثناء محادثتهم فبدلاً من استخدام "مرحبا كيف حالك" يستخدم "أهلا واش راك"، وبدلاً من استخدام "أنا متعب جدا" يستخدم "راني ميت بتعب"، أو بدلاً من استخدام "انتهى الأمر" يستخدم "خلاص" والعديد من التعبيرات العامية الأخرى وهناك من يعبر باستخدام اليموجي للتعبير عن مشاعره وأفكاره، كذلك بالنسبة للغة الفرنسية أو الاختصارات اللغوية والمضمون العربي: كـ "سلام عليكم" salam 3alikom وتختصر بـ bns أو slt وان شاء الله بـ inchallah او inch، كما نجد حروف عربية بمضمون فرنسي مثل cava "صفا"، وتشارك نتائج هذه الدراسة مع الدراسة السابقة للباحثة "نبيلة جعفري" بينت أن أغلبية الشباب الجامعي يفضلون استخدام اللهجة العامية في موقع الفيس بوك ويفضلون كتابتها بحروف اجنبية أكثر من الكتابة بالحروف العربية.

جدول 10: يوضح توزيع عينة دراسة حسب صيحات الاستهلاك الثقافي:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	صيحات الاستهلاك الثقافي
1,62	2,21	52,9%	37	تربينات مواقع التواصل الاجتماعي
		12,9%	9	السياحة
		8,6%	6	الموضة والجمال
		20%	14	اللياقة البدنية والصحة
		5,6%	4	أخرى
		100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 1: يوضح توزيع عينة دراسة حسب صيحات الاستهلاك الثقافي



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يتضح من خلال الجدول اعلاه، ان معظم الطلبة ال جامعيين يتبعون صيحات الاستهلاك الثقافي السائدة حاليا عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال متابعة تربينات مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة قدرت ب (52,9%)، تليها اللياقة البدنية والصحة بنسبة

(20%)، ثم تأتي السياحة بنسبة قدرت ب (12,9%)، وبعدها الموضة والجمال بنسبة قدرت ب (8,6%)، أما البدائل الأخرى فقدرت نسبتها ب (5,6%).

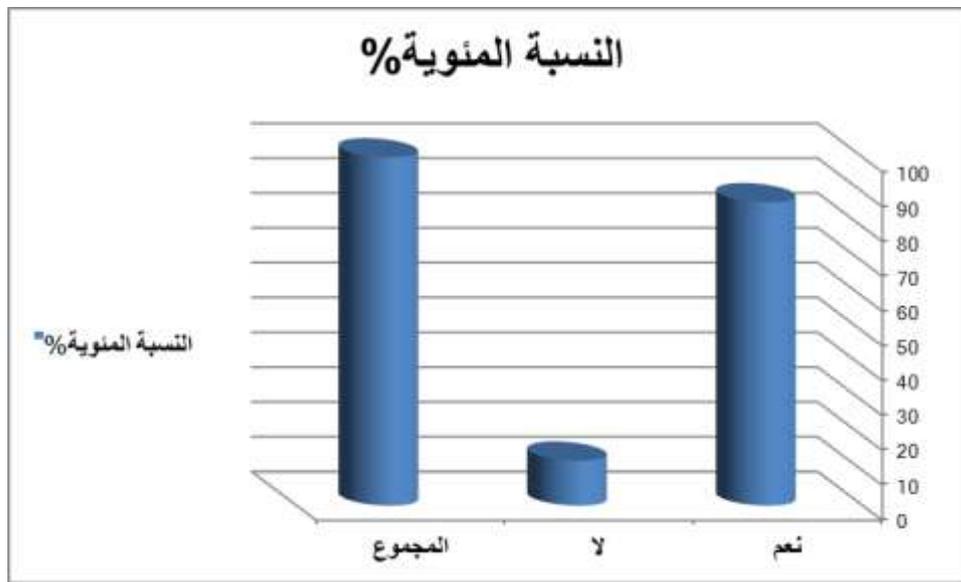
ما نستشفه، أن معظم الطلبة الجامعيين يفضلون متابعة صيحات الاستهلاك الثقافي من خلال متابعة تريندات مواقع التواصل الاجتماعي، فهي تظهر لآخريين أنهم على اطلاع على أحدث الاتجاهات ومشاركون فيها، حيث لاحظنا أنهم يشعرون بأنهم يفوتون على تجارب مهمة أو معلومات قيمة، فهي تعرض بشكل بارز في المنشورات والاعلانات ومقاطع الفيديو (reel) من خلال متابعة تحديثات الرقص على "tik tok"، أو الترندي "الهندي" الشائع بكثرة في الآونة الأخيرة، ويشاركون فيها، ومتابعتهم كذلك لللياقة البدنية والصحة للعثور على نصائح حول التمارين الرياضية والتغذية وفقدان الوزن وبناء العضلات من مدربين وخبراء في اللياقة البدنية، أما فيما يخص الموضة والجمال كما وقد قمنا بمقابلة معهم حول الاستهلاك وشراء الملابس من العلامات التجارية الشهيرة ومنهم من يفضل السياحة وقد لاحظنا أنهم ينفقون أموالهم على شراء ملابس من العلامات التجارية التي يتم عرضها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للناث كان استهلاكهم للماركات (zara- chanel- dior -prada)، أما الذكور فيفضلون ماركات (- وغير ها... (nike- adidas- Gucci)، وتشارك نتائج هذه الدراسة مع الدراسة السابقة للباحثة "خندساء تومي" أوضحت أن الشباب الجامعي يفضلون متابعة وتقليد الفنانين والممثلين والاعلاميين في أشكالهم ومظهرهم وطريقة حديثهم.

جدول 11: يوضح توزيع عينة دراسة حسب فهم الثقافات المختلفة:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	فهم الثقافات المختلفة
0,34	1,13	87,1%	61	نعم
		12,9%	9	لا
		100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 35: يوضح توزيع عينة دراسة حسب فهم الثقافات المختلفة:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

اعتمادا على الجدول أعلاه، يتضح أن أغلب الشباب الجامعي قد ساعدتهم مواقع التواصل الاجتماعي على فهم قيم الثقافات المختلفة بشكل أفضل حيث كانت نسبة الاجابة بنعم ب(87,1%) بتكرار (61)، أما الطلبة الذين لم تساعدهم مواقع التواصل الاجتماعي على فهم قيم الثقافات المختلفة بشكل أفضل فقدرت نسبة اجابتهم ب لا (12,9%) بتكرار (9)، ويقدر الوسيط الحسابي ب(1,13) أما الانحراف المعياري ب(0,34).

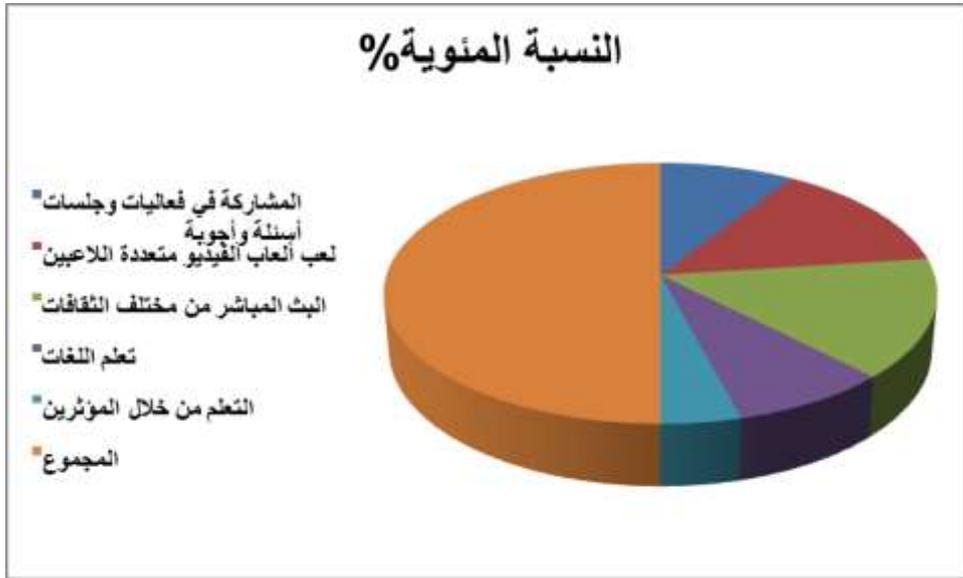
ما نستخلصه ان أغلبية الشباب الجامعي يرى أن مواقع التواصل الاجتماعي قد ساعدتهم بشكل كبير على فهم قيم الثقافات المختلفة بشكل أفضل وذلك كما لاحظنا من انفتاحهم على وجهات نظر جديدة وتعلم اللغات المختلفة عبر التواصل مع أشخاص من ثقافات مختلفة، مما يمكنهم من ممارسة مهاراتهم اللغوية وتعلم لغات جديدة، حيث هناك منهم من ينضم إلى مجموعة حوارات ثقافية على فيسبوك التي تهدف الى مناقشة القضايا الثقافية والاجتماعية المختلفة التي تواجهها الدول، فينضمون مجموعة نقاشات ومشاركة مقاطع الفيديو المتعلقة بالموضوعات الثقافية، فهي تتيح لهم فرصة التواصل مع أشخاص من جميع انحاء العالم دون الحاجة للسفر، وهناك من خلال تعرضه للمحتويات الثقافية المتنوعة عبر مقاطع الفيديو والصور والمقالات والمنشورات مما يساعدهم على فهم عادات وتقاليد وقيم الثقافات المختلفة.

جدول 12: يوضح توزيع عينة دراسة الاجابة بنعم:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	الاجابة بنعم
1,19	2,69	18%	11	المشاركة في فعاليات وجلسات أسئلة وأجوبة
		27,9%	17	لعب ألعاب الفيديو متعددة اللاعبين
		29,5%	18	البحث المباشر من مختلف الثقافات
		16,4%	10	تعلم اللغات
		8,2%	5	التعلم من خلال المؤثرين
		100%	61	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 12: يوضح توزيع عينة دراسة الاجابة بنعم:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يتضح من خلال الجدول أعلاه، أن الطلبة الذين كانت اجابتهم بنعم يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي، قد ساعدتهم على فهم قيم الثقافات المختلفة بشكل أفضل وذلك من خلال البحث المباشر من مختلف الثقافات والتي قدرت نسبتها ب (29,5%)، تليها لعب ألعاب الفيديو متعددة اللاعبين بنسبة قدرت ب (27,9%) وبعدها المشاركة في فعاليات وجلسات أسئلة وأجوبة بنسبة (18%)، ثم تأتي تعلم اللغات بنسبة قدرت ب (16,4%)، وأخيرا التعلم من خلال المؤثرين بنسبة (8,2%).

ما نستخلصه أن معظم الطلبة الجامعيين الذين كانت اجابتهم بنعم يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي قد ساعدتهم على فهم قيم الثقافات المختلفة بشكل أفضل وذلك من خلال البحث المباشر من مختلف الثقافات فيفضلون مشاهدة البحث المباشر الذي يعرض ضونه مختلف المناسبات الثقافية من احتفالات ومهرجانات عبر الدول المختلفة، كمهرجانات " هولي" في الهند وذلك بالتعرف على عاداتهم وتقاليدهم والتفاعل مع الم شاهدهين أو من

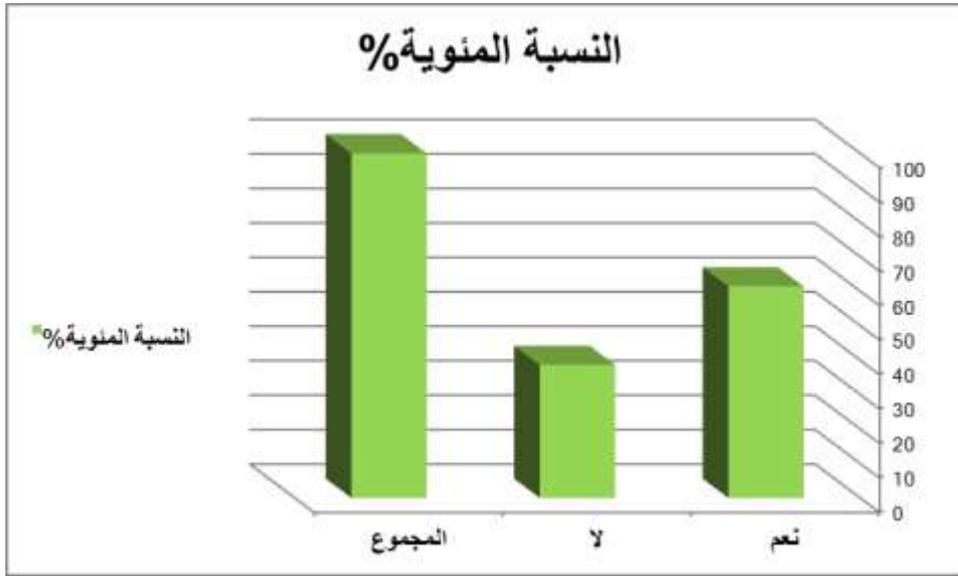
خلال متابعة القنوات الاخبارية والمواقع التي تنقل البث المباشر من مناطق مختلفة في العالم كقناة الجزيرة" أو من خلال لعب ألعاب الفيديو متعددة اللاعبين مثل ألعاب "البابجي" أو " فري فاير"، وهناك من يستخدم تطبيقات تعليم اللغة مثل تطبيق "دولينجو"، "ميمرايز" وغيرها من تطبيقات وهناك من يفضل مشاهدة فيديوهات تعليمية على منصات كاليوتيوب وبلور أو متابعة حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي لأشخاص من البلاد الذين يرغبون بزيارته أو تعلم لغته، والتي تشترك مع الدراسة السابقة للباحث " عقبة عبد النافع العلي"، حيث بين ان الشباب وعن طريق مواقع التواصل الاجتماعي يتبادلون الافكار والتجارب مما يساهم في تشكيل ثقافتهم ووعيهم.

جدول 13: يوضح شراء منتجات ثقافية بناء على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	شراء منتجات ثقافية بناء على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي
		61,4%	43	نعم
0,49	1,39	38,6%	27	لا
		100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 13: يوضح شراء منتجات ثقافية بناء على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

اعتمادا على الجدول، يتبين أن معظم الطلبة الجامعيين يقومون بشراء منتجات ثقافية بناء على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت اجابة الطلبة الذين أجابوا بنعم بنسبة (61,4%) بتكرار (43)، أما الذين كانت اجابتهم ب لا فقدت نسبتهم ب (38,6%) بتكرار (27).

ما نستنتجه، أن معظم الطلبة الجامعيين يفضلون القيام بشراء منتجات ثقافية بناء على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما لاحظناه أثناء مقابلتنا معهم فهناك من يرجع الى توصيات من أصدقائهم أو متابعيهم أي الأشخاص الذين يرونهم مصدر ثقة عبر هاته المواقع وتكون منتجاتهم مضمونة وموثوقة أي مجربة بالشواهد من خلال قراءة تعليقات وتقييمات المستخدمين الآخرين على مختلف المنتجات الثقافية، مع توفير لهم امكانية شراء هذه المنتجات بسهولة دون الحاجة الى مغادرة المنزل، وبمقارنتها مع الأسعار الأخرى التي تسهل عليهم عملية مقارنة الأسعار بين مختلف المتاجر، وهناك من

يرى على أنها تفتح له المجال لاكتشاف منتجات جديدة اخرى لأول مرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول 14: يوضح توزيع عينة دراسة حسب الاجابة بنعم:

الاجابة بنعم	التكرار	النسبة المئوية %	الوسيط الحسابي	الانحراف المعياري
التطبيقات	18	41,9%	2,7	1,08
الكتب الالكترونية	15	34,9%		
الدروس عبر الانترنت	5	11,6%		
العروض الحية	5	11,6%		
المجموع	43	100%		

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 14: يوضح توزيع عينة دراسة حسب الاجابة بنعم:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يتضح من خلال الجدول أن الطلبة الجامعيين الذين اجابوا بنعم، كانت طبيعة منتجاتهم الثقافية بالمرتبة الأولى هي التطبيقات بنسبة قدرت ب(41,9%)، ثم تليها الكتب

الإلكترونية بنسبة قدرت ب(34,9%)، وبعدها الدروس عبر الانترنت بنسبة (11,6%)، وأخيرا العروض الحية بنسبة (11,6%).

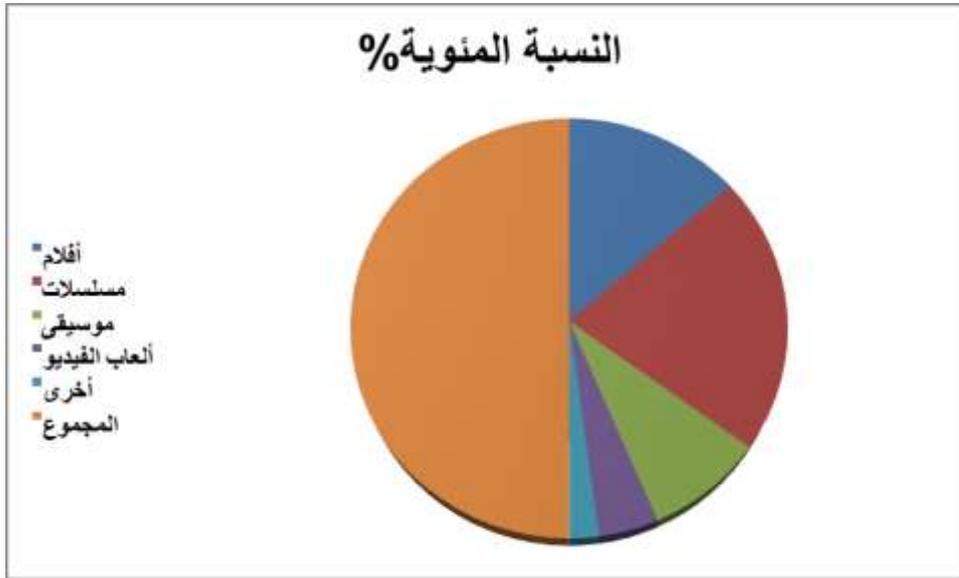
ما نستخلصه، يتضح أن أغلبية الطلبة الجامعيين الذين أجابوا بنعم كانت طيبة منتجاتهم الثقافية هي التطبيقات تساعد في الاستعانة بها في الدروس الأكاديمية وأدوات البحث عن المصادر، كتطبيق "bing" للبحث عن المعلومات التي يحتاجونها التي توفر لها لهم وتطبيق "scanner" والذي يقوم بتحويل المستندات والصور إلى pdf، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي كذلك التي لاحظنا أنهم يعتمدون عليها بشكل كبير جدا، وهناك تطبيقات من يستخدمها في توفير معلومات عن وسائل النقل عام من خرائط الطرق وجدول زمنية الحافلات وتطبيقات أخرى تساعد على إمكانية الوصول إلى المساعدة والدعم من خبراء ومدربين في مختلف المجالات، كما أن هناك من يقوم بتنزيل كتب إلكترونية على أجهزتهم بصيغة بيدياف "pdf" في أي وقت وفي أي مكان، مما يوفر عليهم الوقت والجهد في البحث عن الكتب المطلوبة في المكتبات، لكونها لا تشغل مساحة مادية على عكس الكتب الورقية.

جدول 15: يوضح التفاعل مع أنواع المحتوى الثقافي:

التفاعل مع أنواع المحتوى الثقافي	التكرار	النسبة المئوية %	الوسيط الحسابي	الانحراف المعياري
أفلام	19	27,1%	2,24	1,21
مسلسلات	30	42,9%		
موسيقى	12	17,1%		
ألعاب الفيديو	6	8,6%		
أخرى	3	4,3%		
المجموع	70	100%		

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 15: يوضح تفاعل مع أنواع المحتوى الثقافي:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يتضح من خلال الجدول أعلاه، أن أغلب الطلبة الجامعيين من أكثر محتوى ثقافي جماهيري يتفاعلون معه بشكل أساسي على مواقع التواصل الاجتماعي، هي المسلسلات بنسبة (42,9%)، تليها الأفلام بنسبة قدرت ب (27,1%)، ثم الموسيقى بنسبة (17,1%) بعدها ألعاب الفيديو بنسبة (8,6%)، أما أنواع المحتوى الثقافي الجماهيري الأخرى فقد قدرت نسبتها ب (4,3%).

ما نستشفه، يتبين أن أغلب الطلبة الجامعيين يفضلون متابعة المسلسلات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة لدى الإناث وهذا ما لاحظناه أثناء إجراء المقابلة يتابعن المسلسلات وبعد ذلك يلتقون مع بعضهم لمناقشة الشخصيات المفضلة لديهم وتحليل أفعالهم والتكهن بما سيحدث لهم في الأحداث القادمة، ومناقشة الأحداث الرئيسية في المسلسل كالتشويق والنهايات الغير متوقعة، والتي وجدنا أغلبيتهم يتابعن المسلسلات التركيبية من بينها مسلسل "اسمي فرح" ومسلسل "فريد" اللذان نالا أعلى نسبة مشاهدة، أما

المسلسلات الجزائرية وخاصة التي يتم عرضها في شهر رمضان و منهم من احدى المتزوجات التي اجابت أنها (ليس لها متسع من الوقت لتشاهدها في رمضان فتقوم بإعادة مشاهدة المسلسل بعد انتهاء الشهر)، منها مسلسل "دموع لولدية"، ومسلسل "البراني"، ومسلسل "انقاص الزمن" التي حققت نسبة متابعات كبيرة، أما بالنسبة للأفلام فأغلبيتهم يفضلون مشاهدة أفلام الأكشن والرعب ك فيلم "47 Meters Down"، و فيلم رعب ANNABELLE... كما تطرقنا في الجانب النظري لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها التي تضم مادتين أساسيتان بالنسبة للثقافة الجماهيرية الاستهلاكية من خلال مجموعة من الاحزمة الثقافية المتنوعة كالمسلسلات والاغاني وغيرها خلقت نزعة استهلاكية لديهم، التي جعلت من عملية الانفتاح سهلة لدى فئة الشباب، حيث نتاج هذه الدراسة مختلفة عن نتائج الدراسة السابقة للباحثة "خناء تومي" والتي بين أن أغلبهم يفضل متابعة البرامج الرياضية خاصة التظاهرات والانشطة المتنوعة على المستويين المحلي والعالمي معا، إلا أنها بينت أنه من بين المسلسلات التي يفضلون متابعتها هي المسلسلات التركية التي احتلت الصدارة وازاحتها نوعا ما.

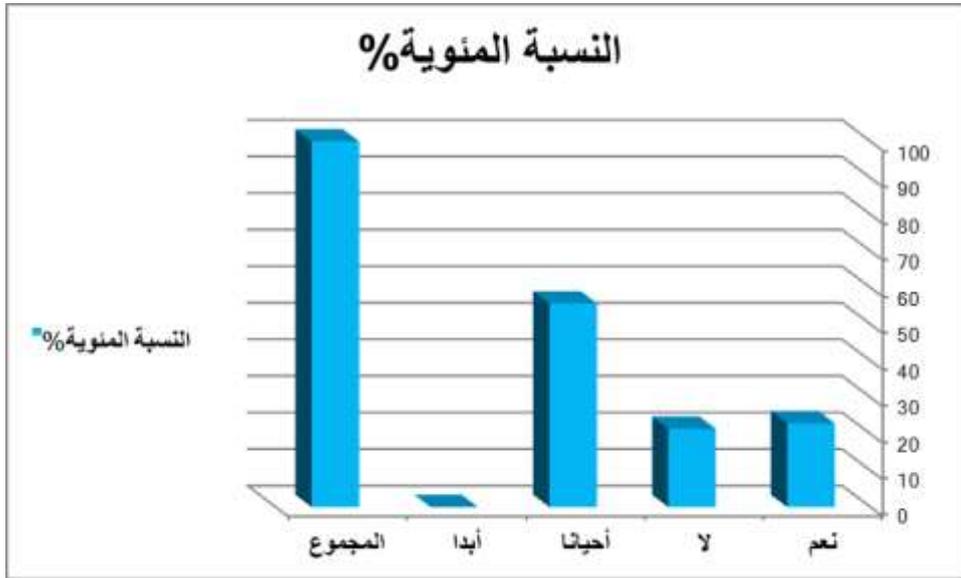
2- تفرغ وتحليل بيانات نتائج المحور الثالث من الاستبيان:

جدول 16: يوضح تأثير قصص الآخرين:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	تأثير قصص الآخرين
0,83	2,33	22,9%	16	نعم
		21,4%	15	لا
		55,7%	39	أحيانا
		0%	0	أبدا
		100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 16: يوضح تأثير قصص الآخرين:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

ما نلاحظه في الجدول أعلاه، أن معظم الشباب الجامعي كانت اجابتهم حول تأثير قصص الأشخاص الآخرين وتجاربهم الشخصية التي تتم مشاركتها على مواقع التواصل الاجتماعي في قيمهم ومعتقداتهم ب أحيانا بنسبة قدرت ب (55,7%)، تليها الاجابة بنعم بنسبة (22,9%)، ثم الاجابة ب لا بنسبة (21,4%) والو سيط الح سابي ب(2,33) والانحراف المعياري (0,83).

ما نستنتجه، أن أغلب الشباب الجامعي أحيانا ما يتأثر بقصص الأشخاص الآخرين وتجاربهم الشخصية التي تتم مشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في قيمهم ومعتقداتهم، أي انهم غالبا ما يتأثرون بمختلف القصص التي يتعرضون لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بل يتأثرون بنجاح ووصول الأشخاص لأهدافهم ولكن دون المساس بقيمهم ومعتقداتهم، كقصة الرياضية "ايمان خليف" الرياضية الجزائرية التي حققت العديد من الانجازات الرياضية على المستوى الدولي وهي أول امرأة جزائرية تفوز بميدالية

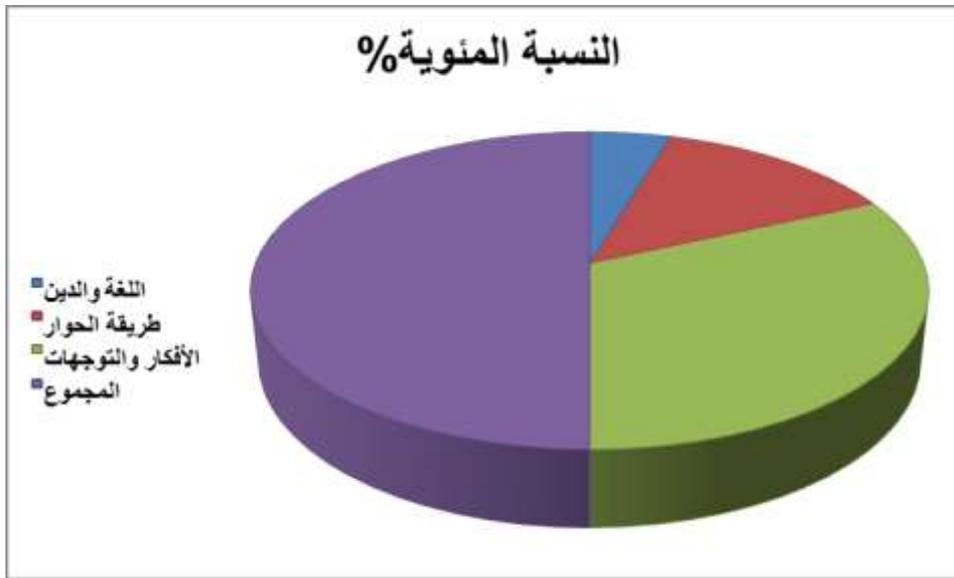
ذهبية في بطولة العالم للملاكمة والتي ألهمت العديد من الشباب الجامعي خاصة الفتيات لممارسة الرياضة وكسر الحدود، أو صانع المحتوى الجزائري المصور "خبيب" المتخصص في مجال السياحة.

جدول 17: يوضح توزيع عينة دراسة حسب أثرها على الطالب:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	أثرها على الطالب
0,66	2,55	9,1%	5	اللغة والدين
		27,3%	15	طريقة الحوار
		63,6%	35	الأفكار والتوجهات
		100%	55	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 17: يوضح عينة دراسة حسب أثرها على الطالب



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن أغلب الطلبة الجامعيين الذين كانت اجابتهم بنعم وأحيانا حول تأثير قصص الأشخاص الاخرين على قيمهم ومعتقداتهم، والتي كانت

من حيث الأفكار والتوجهات بنسبة (63,6 %) تليها من طريقة الحوار بنسبة (27,3%) ثم اللغة والدين بنسبة (9,1%).

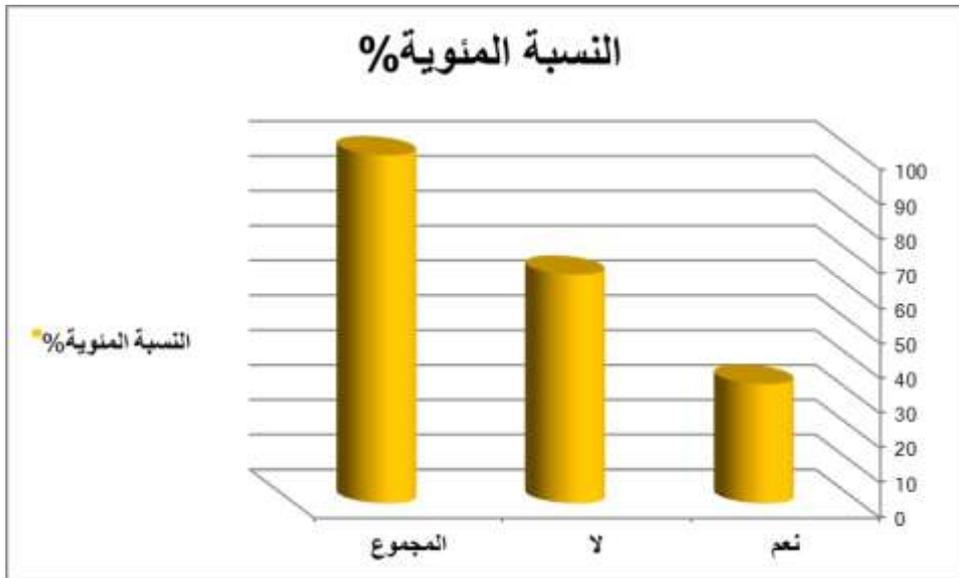
ما نستخلصه أن أغلبية الطلبة الجامعيين الذين كانت اجابتهم ب أحيانا ونعم حول تأثرهم بقصص الأشخاص الآخرين على قيمهم ومعتقداتهم، بالتأثير على الأفكار والتوجهات حيث لاحظنا ان أغليبيتهم عند مشاهدتهم لقصص الآخرين ونمط حياتهم المثالي أو انجازاتهم العظيمة يولد لديهم الشعور بتجربة مثلهم واتباع احلامهم لتحقيق أهدافهم، حيث هناك من يتأثر من أقرب الناس إليه يكون مصدر ثقة له، حيث أثناء اجراءنا للمقابلة، وجدنا أن هناك طالبة قد استمعت لصديقتها وهي تروي لها قصتها كيف واجهت الصعوبات في حياتها وفقدان عائلتها وكيف تغلبت على كلام وقذف الناس لها، حتى وصلت لما كانت تطمح وتحلم به ، والتي كما تطرقنا اليها سابقا في الاطار النظري من بين المواقع وقضايا الشباب الجامعي، وهنا الطالبة قد تأثرت بقوة شخصية صديقتها وأدركت النعمة التي هي عليها وقيمة والديها معها، وتحاول أن تكون اكثر امتنانا لما لديها وتساعد الآخرين، وهناك بعضهم من قال أنهم يتعرضون للقصاص والمحتويات التي تتوافق مع آرائهم ومعتقداتهم الموجودة فحسب، وذلك عن طريق الخوارزميات التي تخلقها مواقع التواصل الاجتماعي، وهناك من تأثر من خلال مشاهدته لقصص ومشاكل عائلية وزوجية، مما يولد لدى البعض الخوف من الوقوع في مشاكل مثلهم والتراجع في قراراتهم.

جدول 18 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب تغيير أو تعزيز قيم الطالب:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	تغيير أو تعزيز قيم الطالب
0,48	1,66	34,3%	24	نعم
		65,7%	46	لا
		100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 18: يوضح توزيع أفراد العينة حسب تغيير أو تعزيز قيم الطالب:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن معظم الطلبة الجامعيين لم تغير ق صص الأشخاص الآخرين وتجاربهم على قيمهم ومعتقداتهم، حيث كانت اجابتهم ب لا بنسبة (65,7%) بتكرار (46) والذين اجابوا بنعم بنسبة (34,3%) بتكرار (24).

ما نستنتجه ، أن معظم الطلبة الجامعيين كانت اجابتهم ب لا وبالغالب لم تغير قصص الأشخاص الآخرين على قيمهم ومعتقداتهم، حيث لاحظنا أن أغلبهم يشعرون

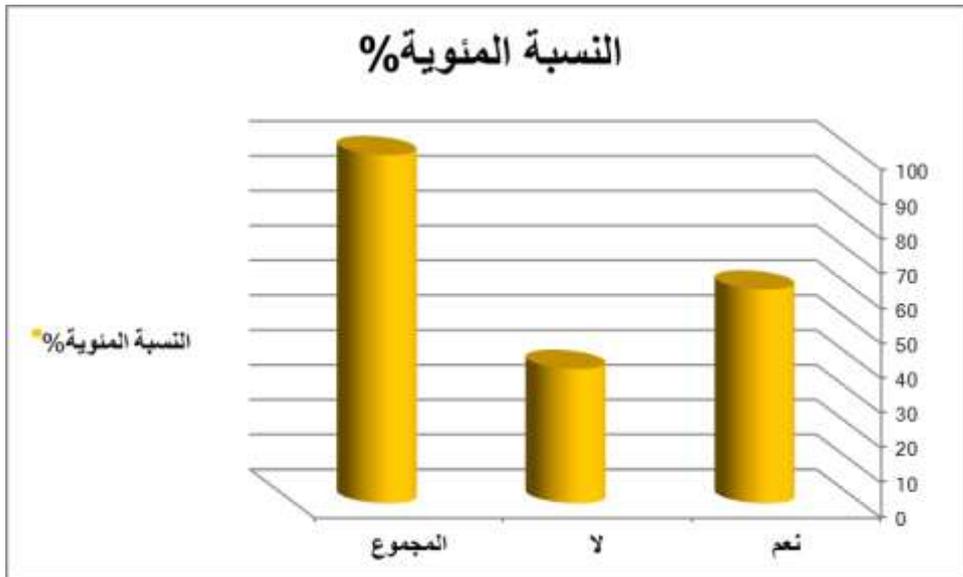
بالرضا بالنفس عن قيمهم ومعتقداتهم الحالية وليسوا بحاجة الى تغييرها، ويرون بأنهم في أحسن حال لما هم عليه حتى ولو لم تكن القيم السائدة الآن غير متوافقة مع قيمهم ومعتقداتهم، وهناك من ينفي بأنه لا توجد أي صلة بهم ولا يمثلون مجتمعهم قاصداً الأشخاص الآخرين وحياتهم الخاصة، بحيث لا تنطبق على تجاربهم أو سياقاتهم، وهناك من يشك في صحة القصص التي يرونها على مواقع التواصل الاجتماعي ويروا أن بعض القصص مبالغ فيها أو مزيفة.

جدول 19: يوضح تعارض قيم ومعتقدات الطالب:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	تعارض قيم ومعتقدات الطالب
0,49	1,39	61,4%	43	نعم
		38,6%	26	لا
		100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 19: يوضح تعارض قيم ومعتقدات الطالب:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يوضح الجدول أعلاه، أن أغلب الطلبة الجامعيين يرون أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى تعارض في قيمهم ومعتقداتهم، فكانت الإجابة بنعم بنسبة (61,4%) بتكرار (43) أما الذين كانت اجابتهم ب لا بنسبة (38,6%) بتكرار (26).

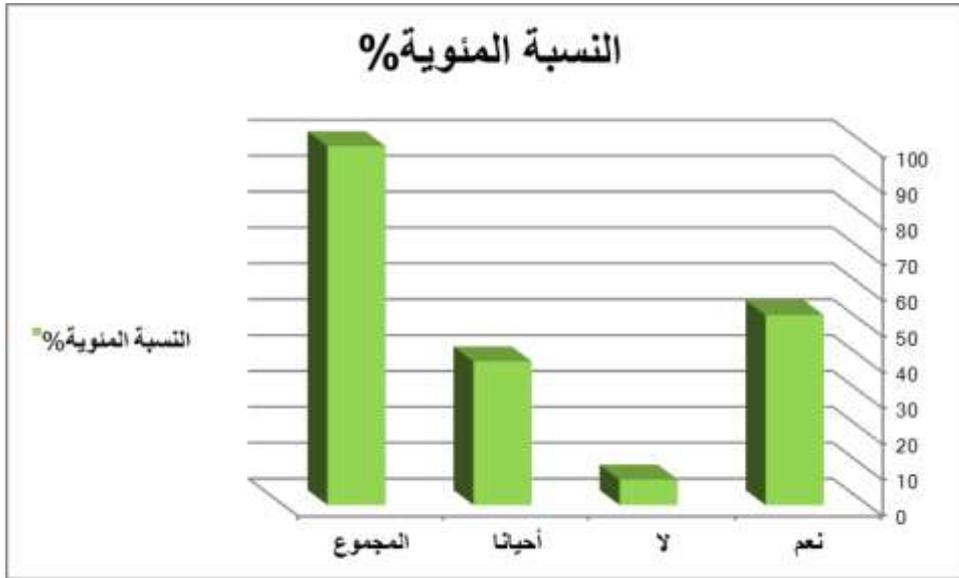
ما نستشفه ، أن أغلب الطلبة الجامعيين يرون أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى تعارض في قيمهم ومعتقداتهم، وذلك أن أغليبتهم يقارنون أنفسهم بالآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي والذي أدى إلى شعورهم بالدونية وعدم الرضا بالنفس، حيث ما نراه حاليا ان معظمهم أصبحوا يركزون الماديات و عيشة الرفاهية، والتي لاحظناها أثناء اجرائنا للمقابلة أن نعظم الاناث يشترطون عند تقدر رجل لها أن يكون ذو منصب عالي ولديه المال لضمان عيشة كما يحلمون بها، مثل ما يشاهدونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخوفهم من العيش كما يقولونه ب "الميزيرية"، وكما لاحظنا كذلك ادمانهم بقضاء أغلب وقتهم في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لساعات على هواتفهم واهمالهم للواجبات الأخرى، فبدلا من قضائهم لأشياء تفيدهم أو الجلوس مع الأهل والأصدقاء وتبادل الأحاديث يبقون حاملين هواتفهم مما يؤدي إلى الشعور بالانزعاج سواء الأهل أو الأشخاص الآخرين وعدم الاكتراث لهم ولسماع حديثهم.

جدول 20: يوضح تواصل الطالب مع أشخاص من نفس القيم والمعتقدات:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	تواصل الطالب مع اشخاص من نفس القيم والمعتقدات
0,96	1,87	52,9%	37	نعم
		7,1%	5	لا
		40,0%	28	أحيانا
		100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 20 : يوضح تواصل الطالب مع أشخاص من نفس القيم والمعتقدات:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يتضح من خلال الجدول أعلاه، أن أغلبية الطلبة الجامعيين قد ساعدتهم مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع أشخاص من نفس القيم والمعتقدات، حيث كانت اجابتهم بنعم بنسبة (52,9%) بتكرار (37) تليها من أجابوا ب أحيانا بنسبة (40,0%) بتكرار (28) وبعدها الذين أجابوا ب لا بنسبة (7,1%) بتكرار (5).

ما نستخلصه، ان اغلبية الطلبة الجامعيين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي قد ساعدتهم في التواصل مع أشخاص من نفس القيم والمعتقدات، حيث هناك منهم من طالبات من انضمت الى مجموعة على فيسبوك التي يناقشون فيها القضايا النسوية لكونها كانت مهتمة بالقضايا النسوية من قبل، وبدأت في التواصل مع أعضاء المجموعة من جميع أنحاء العالم مما ولد لديها الشعور بالانتماء الى مجتمع من الأشخاص الذين يشاركونها نفس القيم والمعتقدات، كذلك منهم من لم يجدوا محيطا يشجعهم على الفن، فاکتشفوا حسابات على يوتيوب لفنانين أعجبوا بأعمالهم وتواصلوا معهم وقاموا بمتابعة

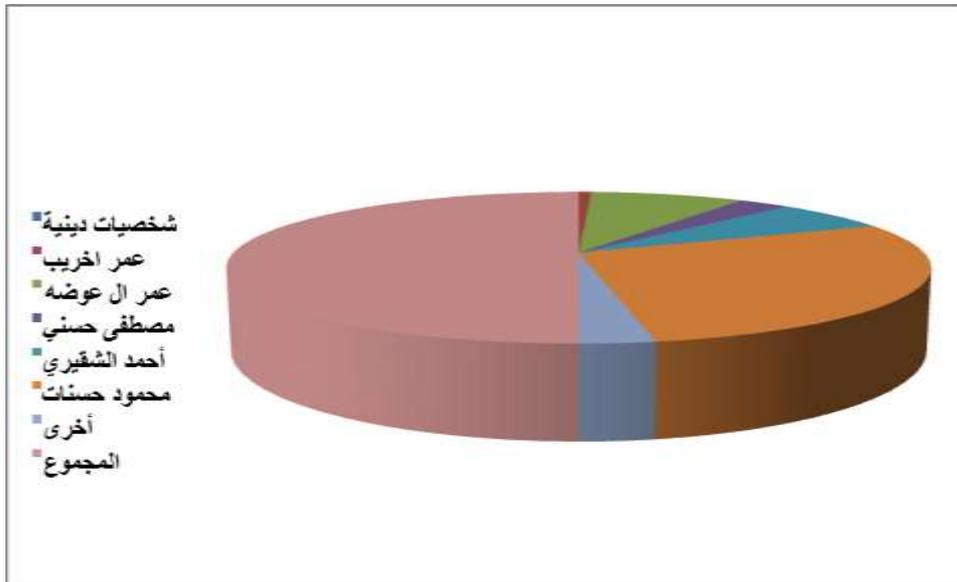
عملهم عن كتب، حيث شعروا بالإلهام وبدأوا في انشاء أعمالهم الفنية الخاصة وان شأوا حسابات وصفحات على المنصات للترويج لمشاريعهم.

جدول 21: يوضح توزيع أفراد العينة حسب شخصيات دينية:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	شخصيات دينية
0,26	1,07	1,4%	1	عمر اكريب
		17,1%	12	عمر ال عوضه
		5,7%	4	مصطفى حسني
		12,9%	9	أحمد الشقيري
		57,1%	40	محمود حسنات
		5,8%	4	أخرى
		100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 21: يوضح توزيع أفراد العينة حسب شخصيات دينية:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

نلاحظ الجدول أعلاه، أن أغلبية الطلبة الجامعيين، من بين الشخصيات الدينية التي يفضلون متابعتها هو الداعية محمود حسنات بنسبة (57,1%) تليها شخصية ال عوضه

عوضه بنسبة (17,1%) م أحمد الشقيري بنسبة (12,9%) وبعدها مصطفى حسني بنسبة (5,7%) وأخيرا عمر اcriب بنسبة (1,4%). أما الشخصيات الأخرى فكانت بنسبة (5,8%) ، وهذا ما أثبتته المتوسط الحسابي ب: (1,07) بانحراف المعياري (0,26).

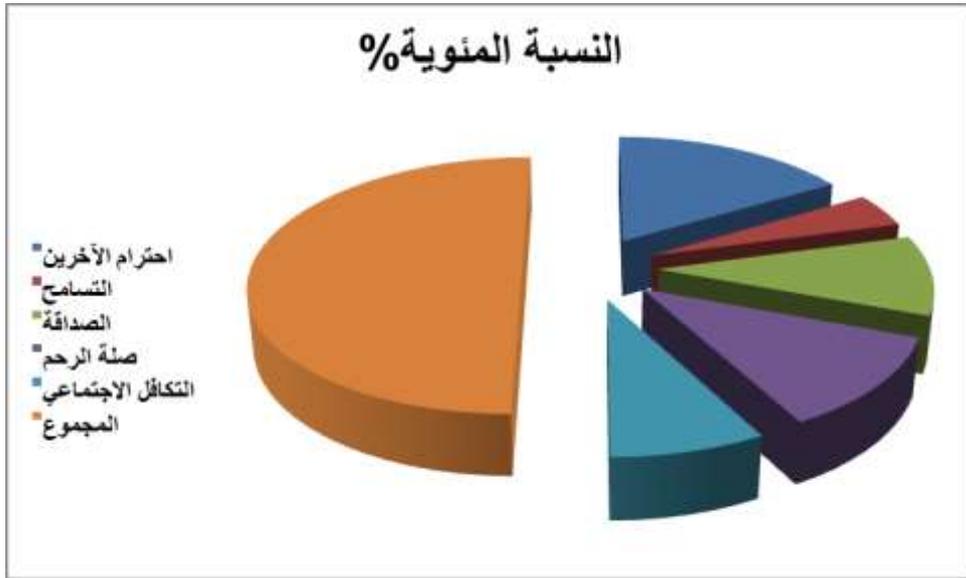
ما نستنتجه ، أن معظم الطلبة الجامعيين يفضلون متابعة محمود د سنوات، الذي يعطي رأيه حول الأحداث الجارية في العالم الاسلامي وخاصة بلده "غزة"، ويمد ن صائح خاصة لفئة الشباب بأسلوب يجعلهم يتأثرون من سماع خطابه بسرعة، وما لاحظناه ان كثيرا من مقاطع التي تم نشرها عن خطابه نالت نسب مشاهدة كبيرة حيث تتأثر بها الشباب بكلماته المبكية وكان سببا في توبة الكثيرين، وبر الوالدين وقيامهم في الدنيا، وكذلك في ظل الأحداث الواقعة في فلسطين كما نلاحظ ان أغليبيتهم متأثرين بما يحدث مع أهل غزة، حيث نشر مؤخرا فيديو له يخاطب الأمة الاسلامية العربية للنهوض وم سائدة غزة ولومه للحكام وسكوت العرب مخاطبا في ذلك " يا أصحاب الحكام اما ترون أن غزة تعاني" والتي تؤثر بها كافة المشاهدين والشباب وما يعانيه اهله من قتل للأطفال والجوع واضطهاد من الكيان الصهيوني.

جدول 22: يوضح القيم المتراجعة:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	القيم المتراجعة
1,50	2,80	32,9%	23	احترام الآخرين
		8,6%	6	التسامح
		20,0%	14	الصدقة
		22,9%	16	صلة الرحم
		15,6%	11	التكافل الاجتماعي
		100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 22: يوضح القيم المترجمة:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يوضح الجدول اعلاه، أن اغلب الطلبة الجامعيين يرون أنه من بين القيم المترجمة لاستخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي، هي احترام الآخرين بنسبة (32,9%) تليها صلة الرحم بنسبة (22,9%) ثم الصدقة بنسبة (20,0%) وبعدها التكافل الاجتماعي بنسبة (15,6%) وأخيرا التسامح بنسبة (8,6%).

ما نستخلصه، أن معظم الطلبة الجامعيين يرون أنه من بين القيم المترجمة لاستخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي هي احترام الآخرين، وذلك كما لاحظناه من خلال اجابة بعض الطلبة حول ما يرونه من تنمر عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين المستخدمين ونشر التعاليق السلبية مما يشعرهم بالتعرض للإهانات والمضايقات ودتى التهديدات أيضا، مما يخلق بيئة سلبية وغير آمنة والتي كما ذكرناها في الاطار النظري حول مشكلات الشباب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أنها منتشرة حاليا بكثرة من استخدامهم لألفاظ مهينة ونشرهم تعليقات ورسائل سخرية على أشخاص،

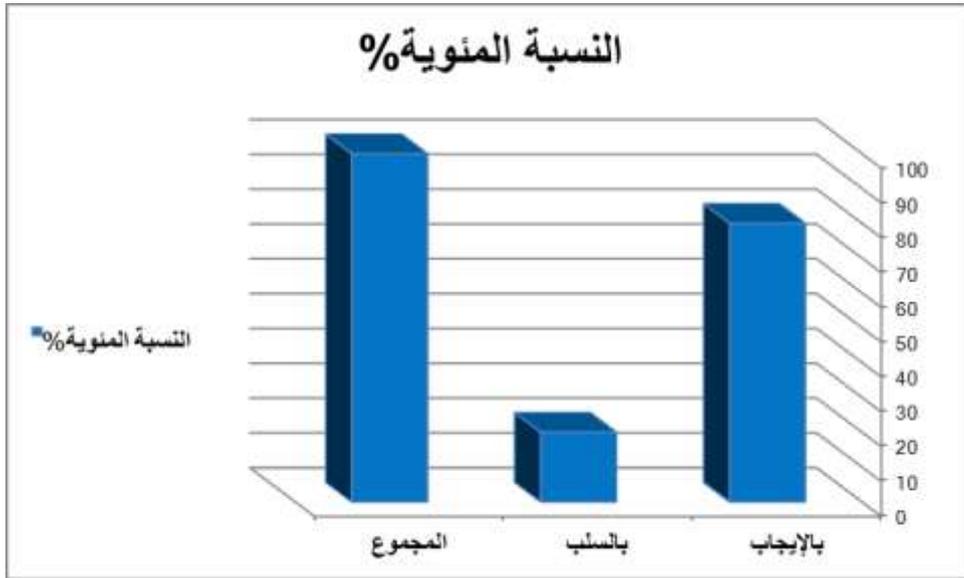
وإطلاقهم لأحكام سلبية على أشخاص لا يعرفون ما يعيشونه أو ما يمرون به وتعليقات جارحة دون محاولة فهم وجهة نظرهم، فهناك من لديه أسلوب الحوار مع الناس الآخرين عند تواصله معهم بحيث يستخدم لغات وألفاظ غير لائقة أو غير محترمة في تعامله، وفيهم من قال أن هناك أشخاص يتباهون بالإنجازات والنجاحات الشخصية بطريقة مغرورة، دون مراعاة مشاعر وظروف الآخرين، وهناك من يرى ما يعرض في الأونة الأخيرة بكثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين المؤثرين من مشاركتهم لمعلومات شخصية أو صور خاصة بالأشخاص الآخرين دون موافقتهم ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي دون معرفتهم بذلك أو التشهير بشخص ومهاجمته دون وجه حق، حيث تختلف نتائج هذه الدراسة مع الدراسة السابقة للباحثة "خنساء تومي" التي بينت أنه من بين الـ 70 المتراجعة هي صلة الرحم.

جدول 23: يوضح تأثير اتجاه الثقافة السائدة:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	تأثيرها اتجاه الثقافة السائدة
0,40	1,20	80%	56	بالإيجاب
		20%	14	بالسلب
		100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثتان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 23: يوضح تأثيرها إتجاه الثقافة السائدة:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

ما يوضحه لنا الجدول أعلاه، معظم الشباب الجامعي أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي يؤثر في تشكيل آرائهم واتجاهاتهم اتجاه الثقافة السائدة بالإيجاب وذلك بنسبة (80%) بتكرار (56) وهناك من يروا أنها تتأثر بالسلب بنسبة (20%) بتكرار (14).

ما نستشفه أن أغلبية الشباب الجامعي يرى بأن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي يؤثر في تشكيل آرائهم واتجاهاتهم اتجاه الثقافة السائدة بالإيجاب، كما لاحظناه من خلال متابعتهم للقضايا الاجتماعية والثقافية من حملات التوعية حول القضايا والمساواة بين المرأة والرجل أو حقوق الإنسان، ومناقشتهم للأفكار مع الأشخاص من خلفيات متنوعة مما يساعدهم على فهم وجهات نظر مختلفة بشكل أفضل وتعلم ثقافات جديدة عبر التواصل مع أشخاص من تلك الثقافات أو عبر مشاهدتهم مقاطع فيديو حول تلك الثقافات، فهناك من ينضمون للمنتديات عبر المواقع لمناقشة مواضيع مختلفة سواء

تتعلق بالدين أو السياسة وغيرها من المواضيع الأخرى التي يهتمون بها، كما تمكنهم من تعلم كيفية تكوين الحجج بشكل فعال ودعم آرائهم بالأدلة خاصة في أوقات العمل، و منهم من يتطوع في مشاريع اجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بطبيعة الحال يساعد على أحداث تغيير ايجابي في المجتمع. والتي تتشارك ضمن الدراسة السابقة للباحث "عقبة عبد النافع العلي" الذي أكد ان مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل ثقافة الشباب بما لديها من امكانيات ومعلومات يسهل الحصول عليها عن طريق المجموعات والافراد أو المجالات ذات الصلة بالوعي الثقافي.

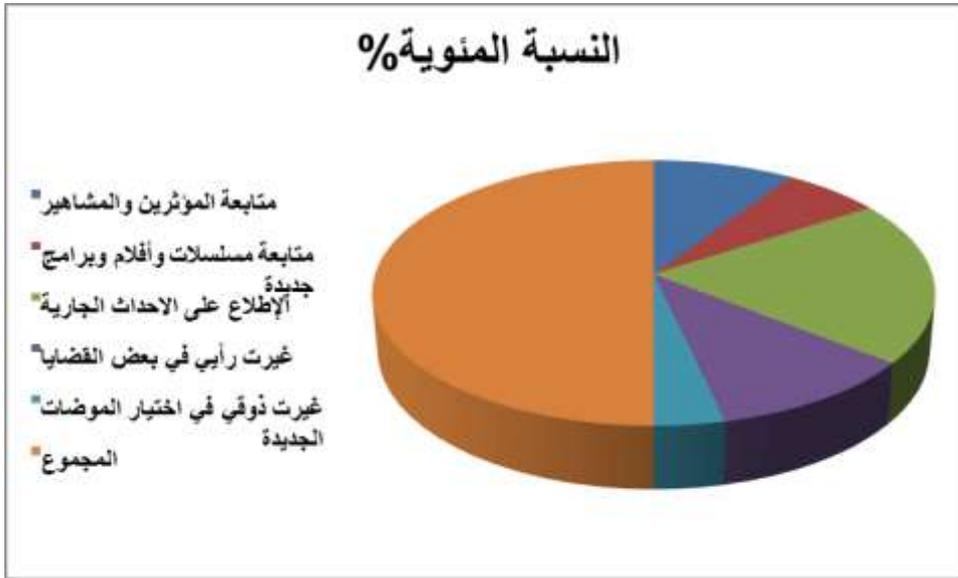
3- تفرغ وتحليل بيانات المحور الرابع من الاستبيان:

جدول 24: يوضح تأثير المواقع على سلوكيات الطالب:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	تأثير المواقع على سلوكيات الطالب
1,17	2,86	18,6%	13	متابعة المؤثرين والمشاهير
		12,9%	9	متابعة مسلسلات وأفلام وبرامج جديدة
		40,0%	28	الإطلاع على الاحداث الجارية
		21,4%	15	غيرت رأيي في بعض القضايا
		7,1%	5	غيرت ذوقي في اختيار الموضات الجديدة
		100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 24 : يوضح تأثير المواقع على سلوكيات الطالب:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يوضح لنا الجدول أعلاه، أن أغلب الطلبة الجامعيين قد أثرت مواقع التواصل الاجتماعي على طريقة استهلاكهم وذلك من خلال الاطلاع على الأحداث الجارية بنسبة (40,0%) تليها غيرت رأيهم في بعض القضايا بنسبة (21,4%) ثم متابعة المؤثرين والمشاهير بنسبة (18,6%) وبعدها متابعة مسلسلات وأفلام وبرامج جديدة بنسبة (12,9%) وفي الأخير غيرت نوقهم في اختيار الموضوعات الجديدة بنسبة (7,1%).

ما نستشفه، أن معظم الطلبة الجامعيين قد أثرت مواقع التواصل الاجتماعي على طريقة استهلاكهم وذلك من خلال الاطلاع على الأحداث الجارية بسهولة وسرعة الوصول الى المعلومات والتعرف على أحدث وادق التفاصيل والمستجدات حول الأحداث والقضايا، ولاسيما المنتشرة حاليا حول "أحداث غزة" وقصة الشاب المختفي منذ 26 سنة، وغيرها من الأحداث مما يمكنهم من مشاركة آرائهم وطرح الأسئلة والرد على تعليقات الآخرين، وذلك عبر متابعتهم بطبيعة الحال لمصادر موثوقة كالأحداث التي تعرضها قناة

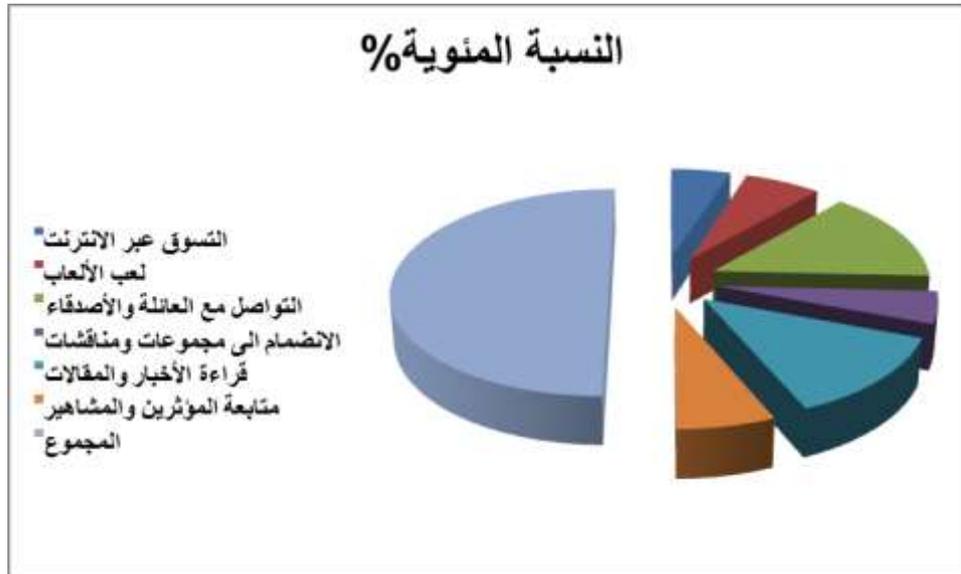
"الجزيرة" مثلا يرى البعض بأنها تفضل وجهات نظر مؤيدة للديمقراطية وحقوق الانسان، على عكس قناة "العربية" والصفحات الأخرى التي يرون بأنها تميل الى وجهات النظر المؤيدة للحكومة العربية وينظرون على أن مصادرها غير موثوقة، فهناك صفحات تشر أخبار وإشاعات كاذبة حول مختلف الأحداث.

جدول 25: يوضح أكثر الأنشطة تأثيرا على الطالب:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	أكثر الأنشطة تأثيرا على الطالب
1,55	3,67	10,0%	7	التسوق عبر الانترنت
		12,9%	9	لعب الألعاب
		28,6%	20	التواصل مع العائلة والأصدقاء
		10,0%	7	الانضمام الى مجموعات ومناقشات
		25,7%	18	قراءة الأخبار والمقالات
		12,8%	9	متابعة المؤثرين والمشاهير
		100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 25: يوضح أكثر الأنشطة تأثيرا على الطالب:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يوضح الجدول أعلاه، أنه من أكثر الأنشطة التي تؤثر على الطلبة الجامعيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هي التواصل مع العائلة والأصدقاء بنسبة (28,6%) تليها قراءة الأخبار والمقالات بنسبة (25,7%) ثم لعب الألعاب بنسبة (12,9%) ومتابعة المؤثرين والمشاهير بنسبة (12,8%) بعدها التسوق عبر الانترنت بنسبة (10,0%) والانضمام الى مجموعات ومناقشات بنسبة كذلك (10,0%).

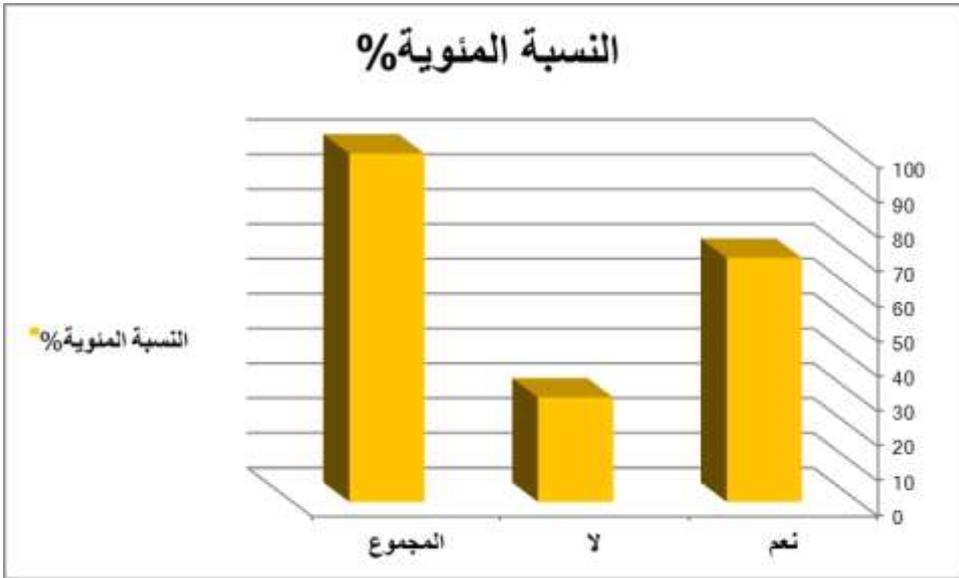
ما نستنتجه أن من أكثر الأنشطة التي تؤثر على الطلبة الجامعيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي التواصل مع العائلة والأصدقاء، بحكم أنها تتوفر لهم بسهولة التواصل مع عائلاتهم بغض النظر عن مكان تواجدهم خاصة المقيمين بالجامعة والبعيدين عن أهلهم، والتواصل معهم عبر المنصات المتاحة سواء عبر فيس بوك او واتس اب وغيرها من المنصات الأخرى، وبالتالي مشاركة يومياتهم واخبارهم التي يمرون بها كلها، مما يشعرهم بأنهم ليسوا وحيدين ومشاركتهم لمشاكلهم ومخاوفهم للحصول على الدعم من صائحيهم والدعم منهم، وهناك من لديه أهله أو احد من اقاربه يعيد شون خارج ارض الوطن ويتواصلون معهم من خلال دردشات الفيديو ومشاركة الصور معهم عبر محادثات سواء "مسنجر" أو غيرها...، والتي تتوافق نتائج هذه الدراسة مع الدراسة السابقة للباحثتين "يونس لعوبي، بوسا لم زينة" حيث أكدتا أن الدافع الاول لا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي هو التواصل مع الاهل والاصدقاء ثم يليه المعلومات والمعارف.

جدول 26: يوضح تأثير على مستوى الثقة بالنفس أو الصورة الذاتية:

تأثير على مستوى الثقة بالنفس أو الصورة الذاتية	التكرار	النسبة المئوية %	الوسيط الحسابي	الانحراف المعياري
نعم	49	70,0%	1,30	0,46
لا	21	30,0%		
المجموع	70	100%		

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 26: يوضح تأثير على مستوى الثقة بالنفس أو الصورة الذاتية:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يبين الجدول أعلاه، أن معظم الطلبة الجامعيين قد لاحظوا تأثير على مستوى الثقة بالنفس أو الصورة الذاتية بسبب تفاعلهم مع منشورات أو الصور على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت اجابتهم بنعم بنسبة (70%) بتكرار (49)، تليها الذين اجابوا ب لا بنسبة (30%) بتكرار (21).

ما نستخلصه أن معظم الطلبة الجامعيين الذين لاحظوا تأثير على مستوى الثقة بالنفس أو الصورة الذاتية بسبب تفاعلهم مع منشورات أو الصور على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لاحظناه عند مقارنتهم بأنفسهم باستمرار سواء بالصور المنمقة والحياة المثالية التي يرونها على مواقع التواصل الاجتماعي مما يؤدي بهم الى الشعور بعدم الرضا عن انفسهم وشعورهم بأنهم ليسوا جيدين بما فيه الكفاية، كما نجد من بين هذه الأسباب التمر الالكتروني الذي يعاني منه أغلب الشباب الذي له أثر سلبي على ثقتهم بأنفسهم وشعورهم بالقيمة الذاتية، وهناك صفحات تروج عبر مواقع التواصل الاجتماعي

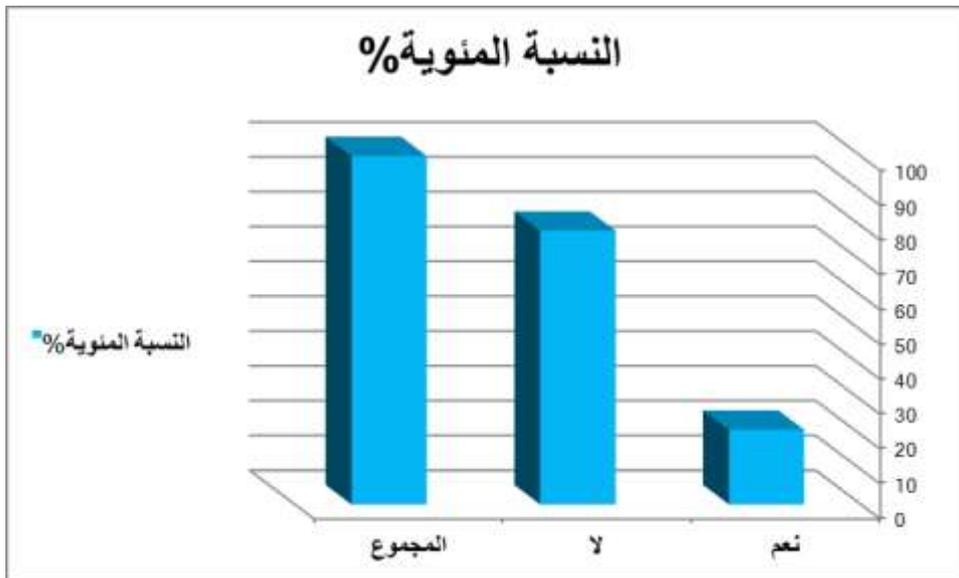
لمعايير جمال غير واقعية خاصة لفئة الاناث مما يشعرهم بأنهم غير جذابين أو غير مقبولين ويلزم أن يقوموا باتباع كل ما ينشر لهم ليصبحوا مثلهم، وهناك من يقارنون أنفسهم بالآخرين الذين يبدو أنهم يمتلكون حياة اجتماعية فاخرة، مما يؤدي بهم الى الشعور بالاكنتاب والإحباط، وهناك من اعتادوا على الحصول على الإعجابات والتعليقات على منشوراتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأصبحوا مدمنين على ذلك، في شعرهم بعدم القيمة الذاتية إذا لم يحصلوا على ما يكفي من التفاعل.

جدول 27: يوضح رضا الطالب عن حياته بسبب ما يراه على المواقع:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	رضا الطالب عن حياته بسبب ما يراه على المواقع
0,41	1,79	21,4%	15	نعم
		78,6%	55	لا
		100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 27: رضا الطالب عن حياته بسبب ما يراه على المواقع:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يوضح الجدول اعلاه، أن أغلب الطلبة الجامعيين لا يشعرون بعدم الرضا عن حياتهم بسبب ما يرونه على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت اجابتهم ب لا بنسبة (78,6%) بتكرار (55)، أما الذين أجابوا بنعم بنسبة (21,4%) بتكرار (15).

ما نستخلصه من نتائج الجدول يتبين لنا أن معظم الطلبة الـ جامعيين لا يشعرون بعدم الرضا عن حياتهم بسبب ما يرونه على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث لاحظنا أن اغليبتهم راضين ومقتنعين بحياتهم وأن كل ما يتعرضون له وي شاهدونه عبر مواقع التواصل الاجتماعي لا يؤثر فيهم أبداً، ويرونها على العكس بأذها لا تاسب قيمهم ومعتقداتهم، وأنه اذا شاهدوا أشخاص سواء كانوا يعرفونهم أو لا محققين أهدافهم فإنهم يتمنون لهم الأفضل في حياتهم وليس كما بعض الأشخاص يحسدونهم على ما هم عليه، ويشجعون أنفسهم لتحقيق اهدافهم للوصول الى ما يطمحون إليه ويحلمون به، وبالمقابل للدراسة السابقة للباحث "عقبة عبد النافع العلي" الذي أظهر ان فئة الشباب استفادت من مواقع التواصل الاجتماعي في بناء اتجاهاتهم وميولهم وفي نفس الوقت تعكس اهتماماتهم.

جدول 28: يوضح التقاليد الغربية أفضل من تقاليدنا:

التقاليد الغربية أفضل من تقاليدنا	التكرار	النسبة المئوية %	الوسيط الحسابي	الانحراف المعياري
نعم	10	14,3%		
لا	60	85,7%	1,86	0,35
المجموع	70	100%		

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 28: يوضح التقاليد الغربية أفضل من تقاليدنا:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يوضح الجدول أعلاه، أن أغلب الطلبة الجامعيين يرون بأن التقاليد الغربية ليست أفضل وأحسن من عاداتنا وتقاليدنا، حيث عدد الطلبة الذين أجابوا ب لا هم (60) طالب بنسبة (85,7%)، أما الطلبة الذين أجابوا بنعم هم (10) بنسبة (14,3%).

ما نستنتجه، أن معظم الطلبة الجامعيين لا يجدون بأن التقاليد الغربية أحسن من عاداتنا وتقاليدنا، بحيث لاحظنا أن أغليتهم يرون بأن هناك عادات وتقاليد في بلادهم تخالف قيمنا "كحفلة رأس السنة" وما يسمى "بعيد الحب" وغيرها على عكس عاداتنا وتقاليدنا احتفالنا بالسنة الهجرية والمولد النبوي الشريف، كذلك "بيوم عاشوراء" وغيرها من العادات والتقاليد الأخرى، كما هناك من يرى لباسنا التقليدي الذي يتميز عن بقية لباسات الأخرى كالفطان الجزائري والكراتكو "والحايك...، ومنهم من يميز الأغاني الجزائرية والرقص الجزائري من نايلي والشاوي والقبائلي وغيرها التي تعد من أهم مظاهر الثقافة الجماهيرية والتي كما ذكرنا في الإطار النظري لخصائص الثقافة الشعبية

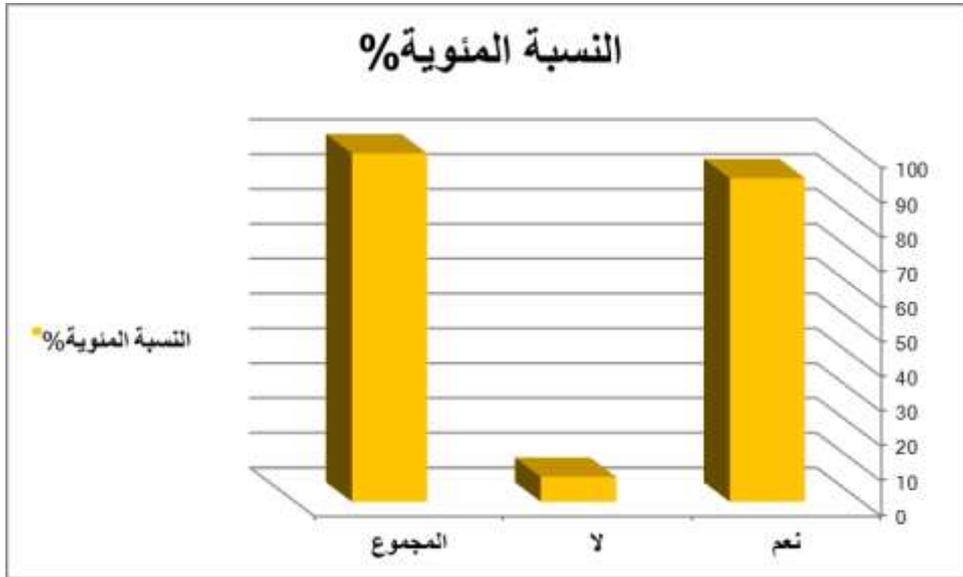
من إحياء للتراث والعادات والتقاليد المختلفة، وافتخارهم لكونهم من أبناء الجزائر المتعاونين فيما بينهم ومساعدة الجيران المتبادلة في كل الظروف، وغيرها من العادات والتقاليد الأخرى السائدة في مجتمعنا، والتي اكدت فيها الباحثة "خناء تومي" في الدراسة السابقة أن عاداتنا وتقاليدنا تتميز بروح الجماعة، روح المواطنة وحب الانتماء للوطن، عادات تتسم بالتعاون والتفاعل والاتصال المجتمعي بين الأفراد.

جدول 29: يوضح استخدام الطالب المواقع للقيام بأشياء إيجابية:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	استخدام الطالب المواقع للقيام بأشياء إيجابية
0,26	1,07	92,9%	65	نعم
		7,1%	5	لا
		100%	70	المجموع

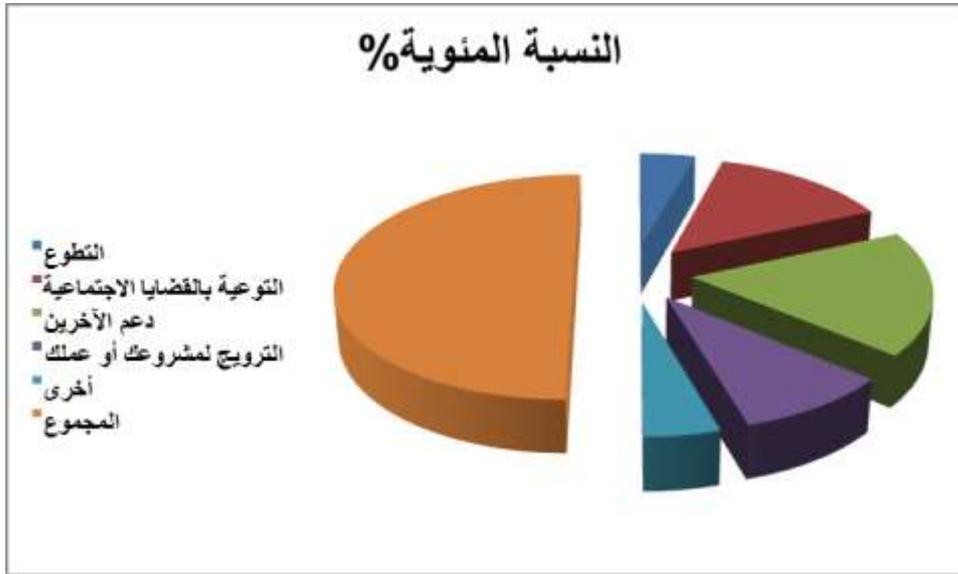
المصدر: إعداد الباحثتان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 29: يوضح استخدام الطالب المواقع للقيام بأشياء إيجابية:



المصدر: إعداد الباحثتان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 30: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الاجابة بنعم:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يوضح الجدول أعلاه، أن معظم الطلبة الجامعيين الذين كانت اجابتهم بنعم يرون انه من الأشياء الايجابية التي استخدموها عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي دعم الآخرين وذلك بنسبة (35,7 %)، تليها التوعية بالقضايا الاجتماعية بنسبة (28,1 %) ثم الترويج لمشروعك أو عملك بنسبة (18,6%)، بعدها التطوع بنسبة (8,6%) أما الأشياء الأخرى بنسبة (9,0%)

ما نستشفه، هو أن معظم الطلبة الجامعيين من أكثر الأشياء الايجابية التي استخدموها على مواقع التواصل الاجتماعي كانت دعم الآخرين، سواء كان ذلك من خلال دعم بعضهم البعض كطلبة في الجامعة وتشجيع بعضهم على مواصلة الدراسة وعدم التراجع والفتل، وتقديم المساعدة لبعضهم وقت إجراء الامتحانات وفتح مجموعة فيما بينهم لمساعدة بعضهم البعض وشرح كل منهم للمعلومات التي لم يفهمها زملائه، كذلك هناك من يرى أنها من خلال انشاء مجموعات دعم على منصات التواصل

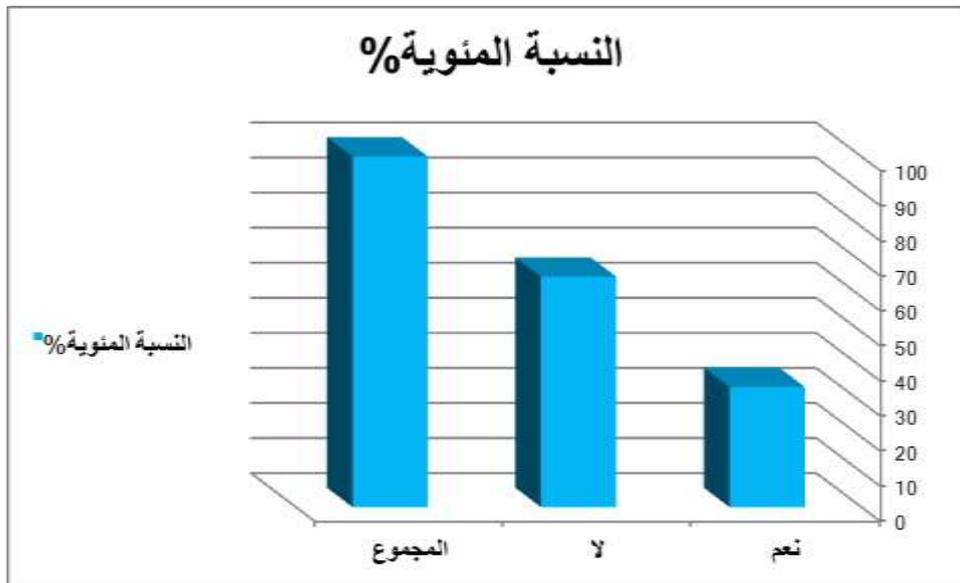
الاجتماعي لدعم بعضهم البعض في مواجهة تحديات الحياة الجامعية من التوتر والقلق، ومشاركة مقاطع فيديو وروابط تقدم معلومات ونصائح حول مختلف جوانب الدراسة الجامعية، ونشر رسائل محفزة ايجابية بحيث تكون ملهمة لدعم بعضهم البعض، والتعاطف والعمل الجماعي ودعم مختلف الحملات الاجتماعية.

جدول 31: يوضح تفضيل الطالب لمواقع التواصل على اللقاءات الحقيقية:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	تفضيل الطالب لمواقع التواصل على اللقاءات الحقيقية
0,48	1,66	34,3%	24	نعم
		65,7%	46	لا
		100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 31 : يوضح تفضيل الطالب لمواقع التواصل على اللقاءات الحقيقية:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يوضح الجدول اعلاه، أن أغلبية الطلبة الجامعيين لا يفضلون التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اللقاءات الحقيقية مع الأقارب، حيث كان عدد الطلبة الذين كانت اجابتهم ب لا (46) طالب بنسبة (65,7%)، اما الطلبة الذين أجابوا بنعم فهم (24) طالب بنسبة (34,3%).

ما نستخلصه، أن معظم الطلبة الجامعيين يفضلون اللقاءات الحقيقية مع الأقارب على التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث لاحظنا أنهم يرون بأنها توفر لهم الفرصة لفهم بعضهم البعض بشكل أفضل من خلال الانتباه الى الاشارات الغير لفظية، بحيث يكون التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي غامضا فمن الصعب تفسير معنى الرسائل أو نوايا المرسل، فاللقاءات الحقيقية أكثر فعالية في بناء العلاقات فعندما يتواجد الأشخاص معا في نفس المكان يمكنهم مشاركة تجاربهم وايصال أفكارهم بشكل أفضل، مما تخلق لهم ذكريات تدوم مدى الحياة ويبقون متذكرين كل حدث منها، وهناك من يشعر بالراحة أكثر عندما يتواصل مع أقربائه وأصدقائه وهم بجانبه حيث يستمتع بقضاء الوقت معهم وجها لوجه، والتي يرى أغليبيتها أن هاته مواقع قد فرقت الكثير من الأقارب على بعضهم البعض وقللت من صلة الرحم، حيث أصبحوا يهتئون بعضهم في المناسبات او الأعياد عبر المواقع فقط دون الذهاب اليهم، حيث تعد نتائج هذه الدراسة مشتركة مع الدراسة السابقة للباحثان "يونس لعوبي وبوسا لم زينة" بينوا أن الذين يقضون أكثر وقتهم مع أفراد أسرهم أكثر من الذين يقضون وقتهم مع أصدقائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول 32: يوضح اضافة مواقع التواصل على المستوى الشخصي للطالب:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	اضافة مواقع التواصل على المستوى الشخصي للطالب
0,82	2.13	25,7%	18	القدرة على التعبير عن الذات بحرية أمام الآخرين
		37,1%	26	الجرأة في مناقشة مختلف المواضيع
		35,8%	25	القدرة على ضبط الانفعالات في التفاعل مع الآخرين
		1,4%	1	لا شيء
		100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 32: يوضح اضافة مواقع التواصل على المستوى الشخصي للطالب:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يبين الجدول أعلاه، أن أغلب الطلبة الجامعيين يرون أن ما أضافته لهم مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي في علاقتهم بالآخرين هي الجرأة في مناقشة مختلف المواضيع بنسبة (37,1%)، تليها القدرة على ضبط الانفعالات في التفاعل مع الآخرين بنسبة (35,8%)، ثم القدرة على التعبير عن الذات بحرية أمام الآخرين بنسبة (25,7%)، أما البدائل الأخرى بنسبة (1,4%).

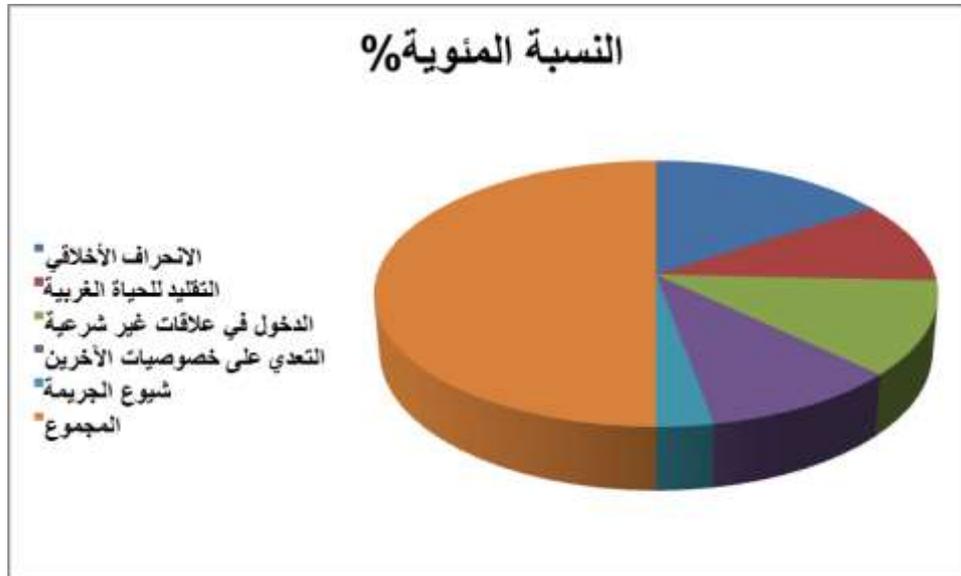
ما نستشفه، أن أغلبية الطلبة الجامعيين يرون أن ما أضافته لهم مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي في علاقتهم بالآخرين هي الجرأة في مناقشة مختلف المواضيع، وذلك من خلال ما لاحظناه من عدة اعتبارات كأنه فتح لهم باب المجال للمناقشة والاطلاع على آرائهم المختلفة ومشاركة أفكارهم واكتساب التعليقات والتغذية الراجعة على عملهم، كالتفاعل مع أصحاب الخبرة في مجال اهتماماتهم مما يساعدهم في تعلم أشياء جديدة وتطوير مهاراتهم، ومنهم من يرى من خلال بناء علاقات جديدة مع أشخاص من جميع أنحاء العالم وتعلم ثقافات جديدة، والتعبير عن آرائهم حول القضايا الاجتماعية كانت أو السياسية أو غيرها، والتشجيع على استخدام أصواتهم كذلك للتحديث عن القضايا التي يهتمون بها دون خوف مع القدرة على ضبط الانفعال أثناء مناقشتهم لقضية ما، ما يمنحهم الشعور بالإنجاز والرضا عن الذات، وهناك منهم يشعر براحة أكبر في التعبير عن نفسه عبر المواقع لأنه لا يخاف من التعرض للسخرية أو الحكم من قبل الآخرين.

جدول 33: يبين السلوكيات الأكثر انتشارا:

الانحراف المعياري	الوسيط الحسابي	النسبة المئوية %	التكرار	السلوكيات الأكثر انتشارا
1,28	2,42	31,4%	22	الانحراف الأخلاقي
		20,0%	14	التقليد للحياة الغربية
		22,9%	16	الدخول في علاقات غير شرعية
		20,0%	14	التعدي على خصوصيات الآخرين
		5,7%	4	شيوع الجريمة
		100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

الشكل رقم 33 : يبين السلوكيات الأكثر إنتشارا:



المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

يبين الجدول أعلاه، أن معظم الطلبة الجامعيين يرون أن أغلب السلوكيات التي انتشرت بكثرة نتيجة لاستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، هي الانحراف الأخلاقي بنسبة (31,4%)، تليها الدخول في علاقات غير شرعية بنسبة (22,9%)، ثم التقليد للحياة الغربية بنسبة (20,0%)، والتعدي على خصوصيات الآخرين كذلك بنسبة (20,0%)، أما شيوع الجريمة بنسبة (5,7%).

ما نستنتجه أن أغلب الطلبة الجامعيين يرون أن بين السلوكيات الأكثر انتشاراً نتيجة لاستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي هي الانحراف الأخلاقي، والذي لاحظنا أن أغلبيتهم يرى ما يحدث في الآونة الأخيرة من استغلال للأطفال من أجل الحصول على المال أو المتعة أو الجنس، بحيث يؤدي إلى إيذائهم جسدياً ونفسياً وهناك من يرسل رسائل غير مرغوب فيها أو مسيئة ذات طبيعة جنسية أو عنيفة وملاحقة للآخرين والتهديد بإيذائهم خاصة فئة الإناث ونشر صورهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتعرضهم للابتزاز بهدف دفع لهم مبلغ مالي معين، وهناك من يشارك محتوى مسيء أو جنسي صريح دون موافقة الآخرين ونشرهم لمحتويات إباحية ويستغلونها في عرضها للأطفال في شكل ألعاب أو رسوم متحركة، وهناك من يرى العلاقات الغير الشرعية المنتشرة بكثرة كذلك واتباعهم لحياة الغرب، حيث أصبحوا يرونه بشكل عادي.

ثالثاً: نتائج الدراسة

1- نتائج خصائص العينة:

يعد الشباب الجامعي (طلبة علوم الاعلام والاتصال) هم العينة المختارة التي أنجز عليها هذا البحث العلمي، الذي يتمتع بخصائص فريدة من نوعها، وتفاعله مع مختلف الثقافات بما في ذلك الثقافة الجماهيرية، وتأثيرات وسائل الاعلام الجماهيري عليهم.

بينت الدراسة مدى نسبة اجابة الذكور وتمثيلها ب(51,4%)، الاناث ب(48,6%)، أي أن نسبة وجد الذكور الجامعي أو الشباب الجامعي أكثر على غرار تواجد الاناث أو الشابات الجامعيات، فالذكور يفضلون اختيار هذا التخصص ويميلون اليه.

باعتبار أن العينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال، تتراوح أعمارهم ما بين (18-25 سنة) بنسبة (67,2%)، وهي المرحلة التي يتسم بها الشباب بالذ شاط والحيوية، بمعنى تكون لديهم تطلعات مستقبلية لبناء ما يحلمون بتحقيقه أي مستقبل يختلف عن المرحلة التي يمرون بها، ما يجعلهم يعيشون شعور واحساس بالتغيير.

تبين أن نسبة (50%) من مستوى ليسانس، و(42,9%) من مستوى ماستر، وهم أكثر الفئة متعرضة أو المستخدمة لمواقع التواصل الاجتماعي والتي يكون لديهم نوعا ما من الحماس وحب التطلع لكل ما هو جديد.

وضحت نسبة (75,7%) أغلب الشباب الجامعي عزاب، لكون أن معظمهم جدد لالتحاقهم بالجامعة، بحكم أنهم لم يتجاوزوا سن 25 وبالتالي تكون هاذي الفئة غير قادرة على تأسيس وتكوين أسرة والتوفيق بين الدراسة والمسؤولية.

الوضعية المادية للشباب الجامعي أغلبها متوسطة بنسبة (80%) وخاصة بالذ نسبة للمقيمين الغير قادرين على توفير كل احتياجاتهم، نظرا للمستوى الدخل المنخفض لدى بعض الأسر.

2- نتائج التساؤل الأول:

كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط الاستهلاك الثقافي لدى الشباب الجامعي؟

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بكونها تقدم وفرة هائلة من المحتوى الثقافي، والتي تلعب دور في مختلف جوانب الحياة بما في ذلك أنماط الاستهلاك الثقافي لدى الشباب الجامعي، حيث تعد هذه الفئة العمرية من أكثر الفئات استهلاكاً للمحتوى الثقافي عبر هاتاه المواقع.

أولى التساؤلات وثاني محور الاستبيان هي الاستهلاك الثقافي للطلاب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أي ما يفضل الطلبة الاستهلاك عبر الوسائط التقليدية أو الوسائط الرقمية أو كلاهما، فمثلت الوسائط الرقمية نسبة (58,6%) لأن معظم الطلبة يميلون لاستخدام الوسائط والطرق الأسهل التي توفر لهم الوقت ولا تكلفهم التعب والجهد، لاختيار ما يودون الحصول عليه من مختلف المنتجات والماركات بطريقة سريعة وسهلة، فتفضيلهم لهاته الوسائط دليل على الهروب من الواقع، ما يؤكد على أهمية هذه الوسائط بالنسبة للشباب الجامعي.

كذلك، من بين المواقع الأكثر استخداماً بالنسبة للشباب الجامعي ألا وهي الفيس بوك بنسبة (57,1%)، فالنتيجة الأولى وهذه النتيجة تدل على مدى استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي بكثرة، لكونها تلبي احتياجاتهم وخاصة الفيس بوك الذي يتيح لهم التعرف على الأحداث والمعلومات خاصة سمة الفيس بوك المجاني (lite)، وذلك لاهم نماذج مواقع التواصل الاجتماعي وانواعها من بينها الفيس بوك واهم مميزاته.

وبالموازاة مع ذلك واستكمالاً لباقي النتائج، يمكن استخلاص ثالث نتيجة وهي عدد ساعات استهلاك الشباب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي ما يؤكد على أن معظمها يقضيها في تصفح هذه المواقع لأكثر من ست ساعات بنسبة (38,6%)، بمشاهدة مقاطع الفيديو أو المحتويات الترفيهية أو التواصل مع الأصدقاء والعائلة أو البحث عن

المعلومات في مجال دراستهم، كلها تدل على ما تطرقنا اليه سابقا تأثير مواقع التواصل الاجتماعي الاجتماعي الايجابية والسلبية على الشباب الجامعي

وفي السياق نفسه، وهو توضيح اللغة المستخدمة لدى الشباب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تحصلنا على ما يعادل (60%) من استخدامه للعامة عند تواصله مع الآخرين في حواراتهم اليومية والتي يرونها توصل بطريقة أفضل لأفكارهم بشكل سهل وسريع.

تمثل صيحات الاستهلاك الثقافي السائدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي يتبعها الشباب الجامعي، والمستمدة من تريندات مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (52,9%) كونها تظهر للآخرين أنهم على اطلاع على أحدث الاتجاهات والتريندات الجديدة المختلفة، وهذه تدخل ضمن التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي.

تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على توضيح القيم والثقافات المختلفة الوافدة للشباب، وهذا ما وضحه الجدول رقم 11، بانفتاحهم على وجهات نظر جديدة، كذلك تعلم اللغات المختلفة عبر مواقع التواصل مع أشخاص من ثقافات مختلفة

من خلال الاجابة بنعم، كانت نسبة البث المباشر من مختلف الثقافات بنسبة (29,5%)، ما يؤكد على مشاهدتهم لمختلف المناسبات الثقافية التي يتم عرضها في احتفالات ومهرجانات من مختلف الدول، والذي كما تعرفنا عليها من ثقافة الشباب الجامعي سابقا حول القيم والمعتقدات

تعد مواقع التواصل الاجتماعي جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية، لكونها تؤثر على فئة الشباب الجامعي بشكل كبير الذي يقضي معظم وقته عبر هاتاه المواقع، وهذا ما جسده نسبة (61,4%) من اجابة الطلبة حول شرائهم لمنتجات ثقافية بناء على تأثير

مواقع التواصل الاجتماعي التي تبين أنها فتحت لهم المجال لاكتشاف منتجات جديدة ومتنوعة لأول مرة، كلها من خلال تأثيرات اقتصادية واجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب التي سبق ذكرها في الاطار النظري.

الطلبة الذين أجابوا بنعم بنوع المنتجات الثقافية التي يشترونها بناء على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (41,9%) وهي التطبيقات التي يختارها الشباب الجامعي من بين المنتجات الثقافية الأخرى لاستعانتها بها في البحوث الأكاديمية والبحث عن المعلومات كتطبيق "bing"، كل هاته تدل على الخصائص والميزات التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي.

الذي يبين انواع المحتوى الثقافي التي يتفاعل معها الطلبة الجامعيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بينت نسبة (42,9%) أن المسلسلات خاصة لفئة الإناث اللواتي يتابعنها وخاصة في فصل الصيف، وقت الفراغ لديهم، وهذا ما يدل على تأثيرات الثقافية الجماهيرية على الشباب الجامعي.

3- نتائج التساؤل الثاني:

كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم والمعتقدات لدى الشباب الجامعي؟

يتأثر الشباب الجامعي بقصص الأشخاص الآخرين وتجاربهم الشخصية التي تتم مشاركتها على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (55,7%) ما يبين على أنهم يتفاعلون مع قصص الأشخاص ويتأثرون غالبا بنجاح ووصول الأشخاص لأهدافهم ولاكن دون المساس بقيمهم ومعتقدات، وهذه تدخل ضمن مواقع وقضايا الشباب الجامعي المختلفة.

يتأثر الشباب الجامعي بقصص الأشخاص الآخرين وتجاربهم الشخصية التي تتم مشاركتها على مواقع التواصل الاجتماعي فإن تأثيرها على الطالب يكون من خلال

الأفكار والتوجهات بنسبة (63,6%) وهذا ما يدل على انه من خلال مشاهدتهم لقصص الآخرين يولد لديهم الشعور بالتجربة مثلهم واتباع احلامهم لتحقيق أهدافهم، وهذه تعد من بين كذلك قضايا الشباب الجامعي.

تبين أن الشباب الجامعي لم تغير قصص الأشخاص الآخرين وتجاربهم على قيمهم ومعتقداتهم التي أغلبيتهم اجابوا بلا بنسبة (65,7%) ما يدل على أنهم يشعرون بالرضا عن قيمهم ومعتقداتهم وليسوا بحاجة الى تغييرها. وهذه من بين خصائص التي يتميز بها الشباب الجامعي.

أن الشباب الجامعي يرى من خلال استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي فإنه يؤدي ذلك الى تعارض في قيمه ومعتقداته، حيث أجابوا اغلبيتهم بنعم بنسبة (61,4%) والذي يدل على أن معظمهم يقارنون أنفسهم بالآخرين وهذا ما أدى الى الشعور بالدونية وعدم الرضا بالنفس وتركيزهم على الماديات فقط، والتي تعتبر هذه من بين مشكلات الشباب الجامعي.

أن مواقع التواصل الاجتماعي قد ساعدت الشباب الجامعي في التواصل مع أشخاص من نفس القيم والمعتقدات بنسبة (52,9%) ما يؤكد ان منهم من اذ ضموا الى مجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي لكي يناقشوا فيها قضايا تثير اهتماماتهم والتي كما ذكرنا سابقا من خصائص التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي، ويتواصلون مع أعضاء تلك المجموعة من جميع أنحاء العالم مما يولد لديهم الشعور بالانتماء الى مجتمعات من أشخاص يشاركونهم نفس القيم والمعتقدات.

تبين أنه من بين الشخصيات الدينية التي يفضل الشباب الجامعي متابعتها الداعية محمود حسنة بنسبة (57,1%) الذين يتأثرون بخطاباته ونصائحه التي يبثها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بأسلوب يجعلهم يبكون من شدة تأثرهم.

ومن النتائج المتحصلة عليها ضمن محور تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم ومعتقدات الشباب الجامعي، من بين القيم المتراجعة لا استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (32,9%) هي احترام الآخرين فمنهم من يتواصل مع الأشخاص الآخرين بألفاظ غير لائقة وغير محترمة، كذلك التمرر الإلكتروني المنتشر بكثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ونشر التعليقات السلبية والاهانات والمضايقات، فإذا كانت هذه النتيجة فإنها تدل مستقبلاً على تراجع أهم رابطة اجتماعية بين الجماعات المشكلة للشباب والمجتمع.

أن استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي فإنه يؤثر في تشكيل آرائهم واتجاهاتهم اتجاه الثقافة السائدة بالإيجاب بنسبة (80%) ما يؤكد على متابعتهم لمختلف القضايا الاجتماعية والثقافية من حملات التوعية كقضايا المساواة بين الرجل والمرأة، كلها توحى لأهم الخصائص التي يتمتع بها الشباب الجامعي.

4- نتائج التساؤل الثالث:

كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوكيات الشباب الجامعي؟

عالج هذا المحور مواقع التواصل الاجتماعي والسلوكيات التي تحدث وتتغير للشباب الجامعي، فتم التعرف على تأثير هاته المواقع على سلوكياته، من خلال الجدول رقم (24)، أوضح أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أثرت على طريقة استهلاك الشباب الجامعي وذلك من خلال الاطلاع على الأحداث الجارية بنسبة (40%)، ذلك نظراً

لسهولة وسرعة وصولهم للمعلومات والتعرف على أحدث وأدق التفاصيل والم استجدات حول الأحداث والقضايا والتي لها علاقة بثقافة الاستهلاك لديهم.

من أكثر الأنشطة التي تؤثر على الشباب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي التواصل مع العائلة والأصدقاء بنسبة (28,6%) بحكم ما توفره لهم من سهولة التواصل مع عائلتهم بغض النظر عن مكان تواجدهم.

أن الشباب الجامعي قد لاحظ تأثيرا على مستوى الثقة بالنفس بسبب تفاعله مع منشورات أو الصور على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (70%) وذلك عبر مقارنة انفسهم باستمرار من عدة جوانب كالحياة المثالية مثلا التي يرونها على المواقع مما يوحد لديهم الشعور بعدم الرضا عن انفسهم وشعورهم بالاكئاب والاحباط مجرد ما شاهدتهم لأشخاص يمتلكون حياة اجتماعية فاخرة. وهذا ما يرجع لتأثيرات والأبعاد السلبية للثقافة الجماهيرية.

معظم الشباب الجامعي لا يشعر بعدم الرضا عن حياته بسبب ما يراه على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (78,6%) حيث أنهم راضون ومقتنعين بحياتهم وأن كل ما يتعرضون له ويشاهدونه عبر المواقع لا يؤثر عليهم أبدا.

معظم الشباب الجامعي لا يجد بأن التقاليد الغربية أحسن من عاداتنا وتقاليدنا بنسبة (85,7%) وهذا ما يؤكد على مدى افتخارهم لانتسابهم لعاداتهم وتقاليدهم التي تعد من أهم مظاهر الثقافة الجماهيرية ولاسيما الثقافة الشعبية وخصائصها.

اغلبية الشباب الجامعي قد استخدموا مواقع التواصل الاجتماعي للقيام بأشياء ايجابية بنسبة (92,9%) سواء اكان ذلك من جانب الانسانية بمساعدة الأشخاص

والمشاركة في التبرعات والتطوع أو من خلال مساعدة بعضهم البعض بالشرح أو إمدادهم بمعلومة قد تفيد زملائه الطلبة.

من الأشياء الإيجابية التي يستخدمها الشباب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهي دعم الآخرين، من خلال مساعدة بعضهم البعض مادياً أو معنوياً، كتشجيع بعضهم على مواصلة الدراسة وتقديم المعلومات خاصة أوقات إجراء الامتحانات، أو تقديم مساعدات مالية والتعاطف والعمل الجماعي.

يفضل معظم الشباب الجامعي اللقاءات الحقيقية مع الأقارب والأصدقاء على التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي توفر لهم الفرصة لفهم بعضهم البعض بشكل أفضل ما يؤكد أنه عند تواجد الأشخاص معا في نفس المكان يمكنهم مشاركة وإيصال أفكارهم بشكل أسرع.

ما أضافته مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي للشباب الجامعي بنسبة (37,1%) تبين من خلال الجراءة في مناقشة مختلف المواضيع، ما يدل على أنها فتحت لهم باب للمناقشة والإطلاع على آرائهم ومشاركة أفكارهم كالتفاعل مع أصحاب الخبرة في مجال اهتماماتهم.

تبين السلوكيات الأكثر انتشاراً نتيجة لاستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وهي الانحراف الأخلاقي بنسبة (31,4%) ما يوضح من ملابحة الآخرين وتهديدهم بإيذائهم وغيرها كلها تدل على الأبعاد السلبية المترتبة عن الثقافة الجماهيرية وما يصاحبها من آثار أخرى.

خاتمة

خاتمة

تحظى مواقع التواصل الاجتماعي بشعبية كبيرة في أوساط الشباب عامة وال شباب الجامعي خاصة، حيث أثرت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عميق و جذري على مختلف جوانب الحياة تاركة بصماتها واضحة على طريقة تفكير الشباب وتواصلهم وتشاركهم للمعلومات والأفكار، التي اتاحت مشاركة أفكارهم وآرائهم بشكل فوري مع الآخرين، وأثرت بشكل كبير على ظهور ثقافات فرعية جديدة قائمة على اهتمامات مشتركة ما أدى الى تنوع ثقافي غني.

فمن خلال هذه الدراسة يظهر وجود الثقافة الجماهيرية التي تعد ظاهرة اجتماعية حديثة ذات تأثير كبير بحيث تتميز بالتغير المستمر وذلك نتاجا للتفاعل الحاصل بين الشباب ووسائل الاعلام والاتصال الجماهيري، وقد أظهرت الدراسة أن هذه الثقافة تلقي بظلالها على سلوكيات الشباب الجامعي في قيمهم ومعتقداتهم وذلك من خلال تأثيراتها وأبعادها السلبية التي تدعو للاستهلاك المادي والترويج لنمط الحياة الذي لا يتوافق مع قيم ومعتقدات هذا الشباب، وممارسة السلوكيات الاستهلاكية والسلوكيات المحاكية للمشاهير.

كما يرتبط مفهوم الثقافة بمفهوم الجماهير، وذلك نتاجا لتأثير وسائل الاعلام الجماهيري التي تساهم في تعزيز ثقافة الاستهلاك الثقافي من خلال الاعلانات والترويج للمنتجات الثقافية، وعبر انتشار الثقافة الشعبية من العادات والتقاليد والأفلام والموسيقى وغيرها التي تحظى بشعبية بين الجماهير، حيث فتحت المجال للشباب الجامعي للتعرف على ثقافات مختلفة وتوسع مداركهم والتعبير عن أنفسهم وابداعهم من خلال مختلف الوسائط الثقافية.

فمن المهم أن يكون الشباب الجامعي منتقدين للثقافة الجماهيرية حتى يتمكنوا من تقييم المعلومات التي يتعرضون لها من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية بشكل موضوعي، وما يعاب عليه هذا الشباب ادراكه مدى خطورة هذه التأثيرات عليه ونقله عن الحياة الغربية التي يعيشوها الآخرين ومقارنة أنفسهم بها وبالتالي عدم الرضا عن مستواهم الشخصي واتباعهم للسلوكيات المنافية لقيمهم ومعتقداتهم والاستسلام للتأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، خاصة في الفترة العمرية التي يمرون بها.

توصيات الدراسة:

- ✓ توعية الشباب الجامعي بالتأثيرات المحتملة لمواقع التواصل الاجتماعي لاسيما حول مخاطر التمرر الإلكتروني والإدمان على استخدامهم لهاته المواقع.
- ✓ تعزيز استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل إيجابي لدى الشباب الجامعي.
- ✓ مساعدة الشباب الجامعي على تمييز الأخبار المزيفة من الأخبار الحقيقية، وفهم أعياب التضليل الاعلامي.
- ✓ تدريب الشباب الجامعي على التعرف على التحيزات الشخصية الموجودة في المحتوى الذي يستهلكونه.
- ✓ اعطاء الشباب الجامعي مجال للحوار والنقاش وذلك من خلال غرس الثقة بالنفس، واثبات فاعليتهم في المجتمع.
- ✓ ضرورة ممارسة الشباب الجامعي للغة العربية في حياته اليومية عبر ابراز اهميتها ونصحهم على تعلم مختلف اللغات الأجنبية الأخرى.

- ✓ تشجيع الشباب على القيام بأنشطة أخرى غير مرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي كالرياضة والقراءة والتواصل مع الأصدقاء والأقارب وجها لوجه.
- ✓ متابعة التطورات الجديدة في مجال مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الثقافة الجماهيرية.
- ✓ دعم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للتسامح والحد من الانحراف الأخلاقي والاحترام بين الأشخاص الآخرين.
- ✓ تشجيع الشباب الجامعي على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن ابداعهم ومشاركة مواهبهم الثقافية.
- ✓ دعم المبادرات التي تهدف الى تعزيز القيم الايجابية من خلال الثقافة.
- ✓ معالجة ظاهرة الاستهلاك المفرط للمحتوى الثقافي ال سلبي على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ تشجيع الشباب الجامعي على اكتشاف ثقافات مختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً/ المراجع باللغة العربية:

المعاجم والقواميس:

1- ابن منظور، لسان العرب، دار المعارف، القاهرة، 1119

2- ابن منظور، لسان العرب، دراسات الربيعي د- ت، بيروت.

الكتب:

3- احمد حسن القواسمة، عيد بن علي البلوي: منظومة القيم الجامعية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

4- احمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، كلية الآداب واللغات، جامعة الجزائر، 2010.

5- بيرنار رمبيج: الفكر الاتصالي، (تر) احمد القصور، دار توبقال للنشر، المغرب، ط1، 2011

6- بيير بورديو: العنف الرمزي، (تر) نظير جامل، المركز الثقافي العربي، بيروت، 1994.

7- بسام عبد الرحمان مشاقبة، نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2015.

8- توم بوتومور: مدرسة فرانكفورت، (تر) سعد هجرس، دار أوياء، ليبيا، ط2، 1999.

9- ت.س. إليوت: ملاحظات نحو تعريف الثقافة، (تر) شكري محمد عياد، المؤسسة العامة للتأليف والنشر، 1975.

- 10- جامع الثنيان: الشبكات الاجتماعية، حلقة ثالث ثانوي، مجمع الثنيان الم سائي لتحفيظ القرآن، 2012.
- 11- جون ستوري: النظرية الثقافية والثقافة الشعبية، (تر) صالح ابو ا صبع، فاروق منصور، هيئة أبوظبي للسياحة والثقافة، 2014.
- 12- جمال العيفة: الثقافة الجماهيرية عندما تخضع وسائل الاعلام لا سوق، مديرية النشر، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2003.
- 13- حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
- 14- خالد محمد أبو شعيرة، نائر أحمد غباري: الثقافة وعناصرها، دار الاغصان للنشر والتوزيع، الجامعة الأردنية، الأردن (عمان)، 2015/1436.
- 15- 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، 2014.
- 16- ديفيد انغليز وجون هيوسون: مدخل الى سوسيولوجيا الثقافة، (تر) لمان صير، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، ط1، 2013.
- 17- راسل جاكوبي: نهاية اليوتوبيا، السياسة والثقافة في زمن اللامبالاة، (تر) فاروق عبد القادر، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001.
- 18- ربحي مصطفى عليان: البحث العلمي أسسه-مناهجه-وأساليبه- إجراءاته، بيت الأفكار الدولية، جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن (عمان)، 2001/12/1.

- 19- سعد سلمان المشهداني: منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن (عمان)، 2019.
- 20- عقيل حسين عقيل: خطوات البحث العلمي (من تحديد المشكلة الى تفسير النتيجة)، دار ابن الكثير
- 21- عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 22- فاطمة عوض صابر، ميرفت على خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، الاسكندرية، 2002.
- 23- كمال الحاج : مناهج البحث الاعلامي، الجامعة الافتراضية السورية، 2020.
- 24- ليلى احمد جرار: الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الافلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012.
- 25- موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2008.
- 26- محمد سرحان علي المحمودي: مناهج البحث العلمي، مكتبة الو سطية للنشر والتوزيع، ط3، صنعاء، 2019.
- 27- محمد جلال الغندور: البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، دار ال جوهرة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.
- 28- مصطفى حجازي: حصار الثقافة بين القنوات والدعوة الأصولية، المركز الثقافي العربي، بيروت، 1998.
- 29- ملفين ديفلر وساندرا بول روكيتش: نظريات وسائل الاعلام، (تر) ك مال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993.

- 30- مركز المحتسب للاستشارات: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب، دار المحتسب للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، الرياض، 1438.
- 31- مركز الحرب الناعمة للدراسات: شبكات التواصل الاجتماعي منذ صلات للحرب الأمريكية الناعمة، مكتبة مؤمن قريش، بيروت (لبنان)، 2016.
- 32- محمد العوض محمد وداعة الله: مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي، دار الخليج للنشر والتوزيع، الأردن (عمان)، 2020.
- 33- ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي: الاعلام الرقمي الجديد، دار الاعصار للنشر والتوزيع، الاردن (عمان)، 2015.
- 34- مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر: مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الاعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2002.
- 35- محمد عبد الحميد : نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط3، القاهرة، 2004.
- 36- نصر الدين العياضي: وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع، دار القصة للنشر، الجزائر، 1999.
- 37- نبيل علي: الثقافة العربية وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001.
- 38- نضال فلاح الضالعين وآخرون، نظريات الاتصال والاعلام الجماهيري، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2016.
- 39- هارلمبس وهولبورن: سوسيولوجيا الثقافة والهوية، (تر) حاتم حميد مد سن، ط1، دار ديوان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2010.

الرسائل والأطروحات:

40- الأخضر شتوي: الثقافة الجماهيرية واشكالية الاستهلاك الثقافي لدى المثقف الجامعي، (دراسة ميدانية لعينة من أساتذة جامعة الدكتور يحي فارس بالمدينة)، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في تخصص علم الاجتماع الثقافي، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر-2- أبو قاسم سعد الله، 2016/2015.

41- تقي الدين يحي: القيم الثقافية المكتسبة من خلال استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم تخصص اتصالات وعلاقات عامة، قسم الاتصال والعلاقات العامة، كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة صالح بوبندير، قسنطينة3، 2018/2017.

42- عبد الله بن فائز الحقباني: مشكلات الشباب الجامعي وكيفية معالجتها، دراسة ميدانية في جامعة دمشق، رسالة أعدت لنيل درجة الماجستير في علم الاجتماع، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب والعلوم الانسانية، جامعة دمشق، 2010/2009.

43- فطومة بن مكي: الخطاب الاشهاري التلفزيوني والثقافة الاستهلاكية، دراسة ميدانية لعينة من أطفال الجزائر العاصمة، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال، قسم الاتصال، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2015/2014.

44- ليندة عزازة: ثقافة الشباب في عصر العولمة(دراسة ميدانية على عينة من شباب جامعة باتنة1-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علم الاجتماع، قسم الاجتماع والديمغرافيا، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة1، 2021/2020.

45- منى ابراهيم يوسف محمد: دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتفاعل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية بالمرحلة الابتدائية في مملكة البحرين، رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام والعلاقات العامة، منصة الابحاث والدراسات الجامعية، معهد البحرين للتنمية السياسية، كلية الآداب، الجامعة الأهلية، المنامة، مملكة البحرين، 2018.

46- محمد العوض محمد وداعة الله، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تناول قضايا الشباب الجامعي، دراسة تطبيقية على عينة من طلاب الجامعات السودانية، بحث مقدم لنيل درجة دكتوراه في علوم الاتصال، "علاقات عامة واطلاق"، قسم العلاقات العامة والاطلاق، كلية علوم الاتصال، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، الخرطوم، 1435/2015.

47- مصطفى بن طيفور: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيس بوك، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث (ل م د) في علوم الاعلام والاتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، شعبة علوم الاعلام والاتصال، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الحميد بن باديس، مستغانم، 2017/2016.

المجلات والدوريات:

48- أبو بكر علي ضو عبد العزيز: برنامج مقترح لتنمية وعي الشباب الجامعي، مجلة العلوم الانسانية، مارس 2021، العدد 22.

- 49- أحمد كاظم حنتوش: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في قطاع التعليم الجامعي، كلية الطب البيطري، جامعة القاسم الخضراء، مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية، 2017، المجلد 7، العدد 4.
- 50- السعدية قرش: الثقافة الجماهيرية من منظور نقدي (مدرسة فرانكفورت)، دراسات وأبحاث المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2020، مجلد 12، العدد 1.
- 51- أحمد جاسم مطرود: مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على سلوك الشباب الجامعي، دراسة ميدانية في جامعة بابل، مجلة بابل للعلوم الانسانية، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة بابل، جمهورية العراق، 2020، المجلد 28، العدد 5.
- 52- بلقاسم زغود، سعدي وحيدة: الاعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب، مجلة آفاق للعلوم، جامعة عنابة، جوان 2017، العدد الثامن-ج1.
- 53- حسيبة لولي: الثقافة الرقمية في وسط الشباب، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، المدرسة العليا لعلوم الرياضة وتكنولوجياها، الجزائر، جوان 2017، العدد 29.
- 54- حنان بوطورة، منصور سميرة: الاغتراب الثقافي بالمجتمعات المعاصرة وعلاقته بالثقافة الجماهيرية من منظور نظرية الثقافة الجماهيرية لماكدونالد، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2021، المجلد 08، العدد 04.
- 55- حسين بيرق: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياحية للذخيرة الاعلامية العراقية (الفيسبوك نموذجا)، الاتصال الرقمي في زمن المكافحة، جامعة اليرموك/ اربد- الاردن، 2014.

- 56- حنان حاجي: الثقافة الجماهيرية بين الاعلام التقليدي والميديا الجديدة، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة باتنة 1، جوان 2023، المجلد 24، العدد 01.
- 57- حسيبة لولي: الشباب قراءة في مقارنته وخصائصه، مجلة المربي، المعهد الوطني للتكوين العالي لإطارات الشباب، 2016، العدد 19.
- 58- حامد سعيد الجبر وآخرون: واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، ديسمبر 2017، العدد: (176 الجزء الثاني).
- 59- خالد بن جلول، بعلي حمزة: أثر الثقافة الاستهلاكية في تحقيق أهداف حماية المستهلك، دراسة تحليلية استقصائية لعينة من مستهلكي ولاية قالمة، مجلة العلوم الادارية والمالية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2019، المجلد 03، العدد 02.
- 60- خولة بوجنوي، العربي حجام: نقد الثقافة الجماهيرية وانسان البعد الواحد لدى مدرسة فرانكفورت : ادورنو نموذجاً، مجلة الحوار الثقافي، الجزائر، 2023، المجلد 12، العدد 2.
- 61- دليلة صالح: شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري الفيسبوك-نموذجاً، دراسة ميدانية على عينة من الشباب، مجلة الاعلام والمجتمع، جامعة الشهيد حمه-الوادي، الجزائر، جوان 2022، المجلد 06، العدد 01.
- 62- رتيبة طايبي: الثقافة الاستهلاكية وانتشارها في المجتمع الجزائري في عصر العولمة، مجلة الأبحاث الاقتصادية لجامعة البليدة 2، ديسمبر 2014، العدد 11.
- 63- سهيلة بوعمر، نصر الدين جابر، محمد العادل: شبكات التواصل الاجتماعي، ادوات تواصل متنوعة وتأثيرات نفسية واجتماعية متعددة، مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2021.

- 64- سمير سالمى، مراد بومنقار: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تدسين أداء الخدمات المقدمة، دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من طلبة قسم علم النفس، مجلة العلوم الانسانية، جامعة باجي مختار، عنابة، ديسمبر 2022، المجلد 33، العدد 3.
- 65- صالح أبو اصبع: الثقافة الجماهيرية والتتوير، ورقة أولية (الندوة الفكرية: مهرجان جان جرش)، جامعة فيلادلفيا، 2012.
- 66- عبد الجليل طواهرير، ميدون عبد الباسط: الدراسات السابقة في البحوث العلمية، مجلة القبس للدراسات النفسية والاجتماعية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2022، المجلد 13، العدد 04.
- 67- عبد الكريم تفرقنيت: مواقع التواصل الاجتماعي الايجابيات وال سلبيات، دراسة وصفية ترصد أهم الملامح في الدول العربية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، 2016/06/01.
- 68- عيشة علة، أحمد بلول: تنمية الوعي الاجتماعي المحقق من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، مجلو سوسولوجيا، 2017/06/01.
- 69- عبد العالي دبله، خنساء تومي: دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي، مجلة علوم الانسان والمجتمع، جامعة بسكرة، الجزائر، مارس 2017، العدد 22.
- 70- عبد العالي دبله، يزيد عباسي: ثقافة الشباب بين التآطير المعرفي والواقع الاجتماعي، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، جوان 2015، العدد 11.

- 71- عبد الرحمن عزي: الاعلام والبعد الثقافي: من القيمي الى المرئي، المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الاعلام والاتصال، جانفي 1996، العدد 13.
- 72- عيشة علة، نوري الود: الاشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، فعاليات الملتقى الوطني حول: تشخيص واقع الطالب الجامعي، مجلة الوقاية والأرغنوميا، جامعة الجزائر2، 2016، العدد 2.
- 73- فتيحة معتوق: ميديا الثقافات ورهانات التكامل بين الثقافة والميديا (قراءة انثروبولوجية)، حوليات جامعة الجزائر1، 2021، المجلد 35، العدد 4.
- 74- كنزاوي محمد فوزي: براديجم مدرسة فرانكفورت على المحك، منظور اتصالي، مجلة البحوث والدراسات الانسانية، جامعة 01 اوت، سكيكدة، 2014، العدد 9.
- 75- مرتضى البشير، عثمان الأمين: اثر اعلانات المواقع الاجتماعية في صناعة الثقافة الجماهيرية لدى الشباب العربي (الاعلانات في موقع اليوتيوب نموذجا)، مجلة النيل للآداب والعلوم الانسانية، قسم دراسات الاتصال، كلية العلوم الاسلامية والعربية، جامعة وادي النيل، 2021، المجلد الثاني، العدد الأول.
- 76- محمد أمين عميرات: الممارسات الثقافية والاجتماعية بين الثقافة الشعبية والثقافة العالمية، مجلة انثروبولوجيا، 2022، مجلد 08، العدد 01.
- 77- مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، جويلية سنة 2016، العدد: (169) الجزء الثالث).
- 78- ميمي محمد عبد المنعم توفيق: شبكات التواصل الاجتماعي..(الذشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، 2018، العدد الرابع والعشرون (الجزء الثاني).

79- نصر الدين العياضي: عن مفهوم الثقافة الجماهيرية، المجلة الجزائرية للاثصال، دار الحكمة، الجزائر، ديسمبر 1996، العدد 14.

ثانيا/ المراجع باللغة الأجنبية:

80- NICOLAS Labarre, du kitsch au camps: theories de la culture de masse aux etats- unis, 1944-1964, these de doctorat, presentee par nicolas labarre ,directeur de these= bernad gention, universite remmes 2- haute bretagne a c e ecole doctorale- humanites et sciences de l'homme, 22 nov 2007

ثالثا/ المواقع الالكترونية:

81- خصائص الثقافة الشعبية، موقع عمون، 18/04/2024/01:18،
<https://www.net.ammonnews.com/article/mobile/753022>

82- رحاب : خصائص الثقافة الشعبية ومفهومها وأنواعها ومصادرها ومكوناتها، موقع المفاهيم،
19/04/2024/21:39، <https://com.mafahem.com/16389>

83- مدونة بسكرة للصحافة: ماهية الثقافة الجماهيرية، 06/04/2024/00:25،
<https://com.biskraforpressbiogspot>

الملاحق

(ملحق رقم 1): جدول المحكمين

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة
قوراري صونيا	أستاذ محاضر أ	قسم اعلام واتصال-بسكرة
حدروش فطيمة	أستاذ مساعد أ	قسم اعلام واتصال- بسكرة
قسمة منوبية	أستاذ محاضر أ	قسم اعلام واتصال- بسكرة

(ملحق رقم 2): الاستبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - قطب شتمه-

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الاعلام والاتصال

انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة الجماهيرية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

✓ من إعداد:

عاشور هند

عمري يسرى غفران

✓ إشراف الأستاذة:

د. الخنساء تومي

السلام عليكم

في إطار اعداد مذكرة التخرج لنيل شهادة الماجستير تخصصات صال وعلاقات عامة حول موضوع دراستنا هذه يشرفني أن أضع بين أيديكم هذا الاستبيان بهدف مشاركتكم في هذه الدراسة من أجل الاجابة على الأسئلة المطروحة في الاستمارة ، ونعدكم أن تحظ معلوماتكم بالسرية التامة وأن تستخدم في إطار البحث العلمي، نشكركم مسبقا على تعاونكم ومساهمتمكم في هذا العمل.

2024/2023

➤ المحور الأول: البيانات الشخصية:

نوع الجنس: ذكر / أنثى

1- السن: من 18 إلى 25 / من 25 إلى 30 / أكثر من 30

2- المستوى الجامعي: ليسانس / ماجستير / دكتوراه

3- الحالة الاجتماعية: أعزب / متزوج / مطلق

4- الوضعية المادية: متوسطة / ضعيفة / جيدة

➤ المحور الثاني: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط الاستهلاك

الثقافي لدى الشباب الجامعي:

5- هل تفضل الاستهلاك عبر الوسائط التقليدية أم عبر الوسائط الرقمية؟

(اختر إجابة واحدة):

الوسائط التقليدية

الوسائط الرقمية

كلاهما بنفس الدرجة

6- ماهي المواقع التي تفضل استخدامها للوصول إلى المحتوى الثقافي؟

فيسبوك انستغرام تويتر

مواقع أخرى أذكرها:

.....

7- ما هو عدد الساعات التي تقضيها عبر هذه المواقع؟

أقل من ساعة من ساعة الى ثلاث ساعات من ثلاث الى ستة ساعات

أكثر من ستة ساعات

8- ماهي اللغة التي تستخدمها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

العربية الفصحى الفرنسية الانجليزية العامية

الاختصارات اللغوية

9- ما هي صيحات الاستهلاك الثقافي السائدة التي تتبعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

في الآونة الأخيرة؟

1- تريندات مواقع التواصل الاجتماعي

2- التسويق بالمؤثرين

3- السياحة

4- الموضة والجمال

5- اللياقة البدنية والصحية

6- أخرى أذكرها:.....

10- هل ساعدتك مواقع التواصل الاجتماعي على فهم الثقافات المختلفة بشكل أفضل؟

نعم / لا

7- إذا كانت اجابتك بنعم ، هل كانت من خلال:

8- المشاركة في الفعاليات وجلسات أسئلة وأجوبة

9- لعب ألعاب الفيديو متعددة اللاعبين

10- البث المباشر من مختلف الثقافات

11- تعلم اللغات

12- التعلم من خلال المؤثرين

11- هل تقوم بشراء منتجات ثقافية بناء على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم لا أحيانا

إذا نعم، ما طبيعة المنتجات:

13- الكتب الالكترونية

14- الدروس عبر الانترنت

15- التطبيقات

16- العروض الحية

17- أخرى اذكرها:

12- ماهي أنواع المحتوى الثقافي الجماهيري التي تتفاعل معها بشكل أساسي على مواقع التواصل الاجتماعي؟

افلام مسلسلات موسيقى ألعاب الفيديو أخرى

➤ المحور الثالث: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم والمعتقدات

لدى الشباب الجامعي

13- هل تؤثر قصص الأشخاص الآخرين وتجاربهم الشخصية التي تتم مشاركتها

على مواقع التواصل الاجتماعي في قيمك ومعتقداتك؟

نعم لا أحيانا ابدا

إذا كانت اجابتك بنعم، كيف ذلك:

- اللغة والدين

- اللباس

- طريقة الحوار

- الافكار والتوجهات

- اخرى اذكرها:.....

- وهل تعتبر هذه القصص مصدر إلهام لتغيير أو تعزيز قيمك الشخصية؟

نعم لا

14- هل تعتقد أن استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤدي الى

تعارض في القيم والمعتقدات؟

نعم لا

15- هل ساعدتك مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع اشخاص يشاركونك

نفس القيم والمعتقدات؟

نعم لا أحيانا

16- هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة شخصيات دينية؟

نعم لا

- إذا كانت إجابتك بنعم ، من أكثر شخصية تتابعها؟

- عمر اخريب

- عمر ال العوضه
- مصطفى حسني
- عمر عبد الكافي
- احمد الشقيري
- محمود حسنات
- أخرى أذكرها.....

17- ما هي القيم التي تراها في تراجع باستخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- احترام الآخرين
- التسامح
- الصداقة
- صلة الرحم
- التكافل الاجتماعي

18- كيف يؤثر استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل آراءك

واتجاهاتك اتجاه الثقافة السائدة؟

- بالسلب بالإيجاب

➤ **المحور الرابع: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على سلوكيات الشباب**

الجامعي

19- كيف أثرت مواقع التواصل الاجتماعي على طريقة استهلاكك؟ (اختر اجابة

منها)

- متابعة المؤثرين والمشاهير
- متابعة مسلسلات وأفلام وبرامج جديدة
- أصبحت أكثر اطلاعا على الأحداث الجارية
- غيرت رأيي في بعض القضايا
- غيرت نوقي في اختيار الموضوعات الجديدة
- تأثيرات أخرى
- أذكرها:.....

20- ماهي أكثر الأنشطة التي تؤثر فيك عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- التسوق عبر الانترنت
- لعب الألعاب
- متابعة المؤثرين والمشاهير
- التواصل مع العائلة والأصدقاء
- الانضمام إلى مجموعات ومناقشات
- مشاهدة الفيديوهات
- قراءة الأخبار والمقالات
- لأغراض أخرى

.....:

21- هل لاحظت أي تأثير على مستوى الثقة بالنفس أو الصورة الذاتية بسبب التفاعل مع منشورات أو صور على مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم / لا

22- هل تشعر بعدم الرضا عن حياتك بسبب ما تراه على مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم / لا

23- هل تجد أن التقاليد الغربية التي تراها عبر مواقع التواصل الاجتماعي أحسن من عاداتنا وتقاليدنا؟

نعم / لا

24- هل استخدمت مواقع التواصل الاجتماعي للقيام بأشياء إيجابية؟

نعم / لا

- إذا كانت اجابتك بنعم اختر أحد الاجابات:

- التطوع
- التوعية بالقضايا الاجتماعية
- دعم الآخرين
- الترويج لمشروعك أو عملك
- أخرى أذكرها:
- 25** هل تجد نفسك تفضل التواصل مع الأصدقاء والأقارب عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدلا من اللقاءات الحقيقية؟
- نعم / لا
- 26** ما الذي أضافته لك مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي في علاقتك بالآخرين؟
- القدرة على التعبير عن الذات بحرية أمام الآخرين
- الجرأة في مناقشة مختلف المواضيع معهم
- القدرة على ضبط الانفعالات في مواقف التفاعل مع الآخرين
- 27** في رأيك، ماهي السلوكيات التي انتشرت بكثرة نتيجة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- الانحراف الأخلاقي
- التقليد للحياة الغربية
- الدخول في علاقات غير شرعية
- التعدي على خصوصيات الآخرين
- شيوع الجريمة
- أخرى أذكرها:

ملخص الدراسة:

تناولت هذه الدراسة محاولة علمية، حول معرفة انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة الجماهيرية لدى الشباب الجامعي، دراسة ميدانية لطلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة بسكرة، حيث استخدمنا المنهج الوصفي، وقمنا بالاعتماد على الاستبيان كأداة رئيسية والمقابلة والملاحظة كأدوات ثانوية، موظفين العينة القصدية، التي أخذنا منها 70 مفردة، من اجل الوصول الى الأهداف المسطرة وتحقيق أهم النتائج، أما الجانب النظري لدراستنا فيضم فصل حول مواقع التواصل الاجتماعي وفصل للثقافة الجماهيرية، والفصل الآخر يتناول الشباب الجامعي.

وبعد توزيع الاستبيان الالكتروني على المبحوثين والحصول على الاجابات توصلت الدراسة ان لمواقع التواصل الاجتماعي انعكاسات على الثقافة الجماهيرية للشباب الجامعي وذلك من خلال تأثيرها على أفكارهم وتوجهاتهم وفي تشكيل آرائهم واتجاهاتهم حيال الثقافة السائدة، كما أنها أثرت على سلوكياتهم وفي طريقة استهلاكهم، حيث فتحت لهم باب للمناقشة والاطلاع على مختلف الأحداث، ومشاركة أفكارهم مع أشخاص من مختلف الثقافات حول العالم.

اذن سعت هذه الدراسة على الاجابة على التساؤل الرئيسي:

فيما تتمثل انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة الجماهيرية لدى الشباب

الجامعي؟

اضافة إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط الاستهلاك الثقافي لدى الشباب الجامعي، والكشف عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم والمعتقدات لدى الشباب الجامعي، ومعرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على سلوكيات الشباب الجامعي.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الثقافة الجماهيرية، الشباب الجامعي

Summary of the study

This study dealt with a scientific attempt ; on knowing the effects of social networking sites on mass culture among university youth ; a field study for students of media and communication sciences at the university of biskra ; where we used the descriptive method ; and we relied in the questionnaire as the main tool and the interview and observation as sceondary tools ; from which we took 70 ; individuals in order to reach the set goals and achieve the most important results while the theoretical aspect of our study includes a chapter on social networking sites and mass culture chapter and the other chapter deals with university youth.

After distributing the electronic questionnaire to the respondents and obtaining the answers ; the study found that social networking sites have implications for the mass culture of university youth; through their influence on their ideas and orientations in shaping thier opinions and attitudes towards the prevailing culture and; they have influenced their behaviors and the way they consume as they opened a door for them to discuss and learn about various events from different cultures around the world.

This study sought to answer the main question:

What are the implications of social media on the mass culture of university youth?

In addition to achieving a number of objectives ; the most important of which are:

Knowing the impact of social networking sites on the cultural consumption patterns of university youth ; revealing the impact of social networking sites on the values and belifs of university youth ; and knowing the impact of social networking sites on the behaviors of university youth.

Keywords : social media ; mass culture ; university youth.

