

تعرض الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالوعي الثقافي لديهم "دراسة ميدانية"

أ/ أسماء ربيع عبدالستار، باحثة ماجستير، قسم الإعلام التربوي - كلية التربية النوعية -
جامعة المنيا

أ.د/ محمود حسن إسماعيل، أستاذ الإعلام وثقافة الطفل جامعة عين شمس
أ.م.د/ وائل صلاح نجيب، أستاذ مساعد الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام التربوي
بكلية التربية النوعية جامعة المنيا .



مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية

معرف البحث الرقمي DOI: 10.21608/jedu.2022.162477.1747

المجلد التاسع العدد 44 . يناير 2023

الترقيم الدولي

P-ISSN: 1687-3424

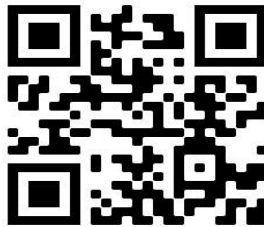
E- ISSN: 2735-3346

<https://jedu.journals.ekb.eg/>

موقع المجلة عبر بنك المعرفة المصري

<http://jrfse.minia.edu.eg/Hom>

موقع المجلة



تعرض الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالوعي الثقافي لديهم "دراسة ميدانية

ملخص البحث

هدف البحث الحالي إلي التعرف على تعرض الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالوعي الثقافي لديهم، وتتمثل أهمية البحث الحالي في انتشار ظاهرة تعرض الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث سعت الباحثة لمعرفة علاقة ذلك بزيادة الوعي الثقافي لديهم حيث يخرج البحث بمقترحات وتوصيات من خلال نتائج الدراسة في تحسين الاستخدام الإيجابي والصحيح لمواقع التواصل الاجتماعي، والحد من آثاره السلبية، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي حيث قامت بقياس أثر المتغير المستقل "مواقع التواصل الاجتماعي" علي المتغير التابع "الوعي الثقافي" لديهم، وطُبقت الباحثة أدوات الدراسة علي عينة قوامها (200) من طلاب جامعة المنيا كلية التربية النوعية، حيث تمثلت أدوات الدراسة في (استمارة الاستبيان)، توصلت الدراسة إلي النتائج التالية: وجود علاقة ارتباطيه طردية موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.001 بين درجة تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بزيادة الوعي الثقافي لديهم، وكذلك وجود علاقة ارتباطيه طردية دالة إحصائياً بين درجة تعرض الشباب لموقع الفيس بوك واليوتوب وزيادة الوعي الثقافي لديهم، كما تُبَت صحة الفرض الذي ينص علي وجود علاقة ارتباطيه طردية دالة إحصائياً بين درجة تعرض الشباب لموقع تويتر وزيادة الوعي الثقافي لديهم. بينما تتلخص أهم نتائج الدراسة في: ارتفاع درجة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، إلي جانب ارتفاع نسبة الوقت المُخصص لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من جانب العينة يومياً. الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي / الوعي الثقافي.

Youth exposure to social networking sites and its relationship to their cultural awareness: a field study

Abstract:

The aim of the current research is to identify the exposure of young people to social networking sites and its relationship to their cultural awareness. The importance of the research is the spread of the phenomenon of youth exposure to social networking sites; Where the researcher sought to find out the relationship of this to increasing their cultural awareness, as the research comes out with suggestions and recommendations through the results of the study in improving the positive use of the social networking site, and reducing its negative effects. The researcher used the descriptive approach to measure the impact of the independent variable "social media" on the dependent variable "awareness." cultural" The study tools were applied to a sample of (200) students from Minya University, Faculty of Specific Education, where the study tools were represented in the (questionnaire form). By increasing their cultural awareness, as well as the existence of a direct and statistically significant correlation between the degree of exposure of young people to Facebook and YouTube and the increase in their cultural awareness. The hypothesis that states that there is a direct and statistically significant correlation between the degree of exposure of young people to Twitter and the increase in their cultural awareness has been proven correct. The most important results of the study :the high degree of respondents' use of social networking sites, the high percentage of time allocated to using social networking sites by the sample daily.

Keywords: social networking sites / cultural awareness

مُقدمه:

لقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينيات من القرن الماضي نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال؛ حيث انتشرت شبكة الانترنت في كل أجزاء العالم، وربطت أجزاء العالم المترامية بفضائها الواسع، ومهدت الطريق للمجتمعات كافةً للتقارب والتعارف، وتبادل الأفكار. وقد ظهر شكل جديد من الإعلام سُمي بالإعلام الجديد، الذي تميز بعدد من الخصائص جعلته يحتل مكانةً كبيرةً لدى مُستخدميه، وتُعد مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز وسائله حيث تُعرّف بأنها مواقع الكترونية تسمح للأفراد بالتعريف بأنفسهم والمشاركة في الشبكات الاجتماعية، و من خلالها يقومون بإنشاء علاقات اجتماعية ، حيث شهدت حركة ديناميكية من التطور والانتشار، فقد ادي التوافر المتزايد للويب الي كسر قيود الاتصال في المجتمع وتمكين تجاوز الحدود المادية بسهولة .

الإطار المعرفي للبحث والدراسات السابقة:

• مواقع التواصل الاجتماعي.

تُعدّ مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة مجموعة من البرامج المبنية على تكنولوجيا الويب 2 التي تدعم العلاقات الاجتماعية لبناء مجتمعات افتراضية، كما أنها تساعد على التعاون والحوار والنقاش بين الأفراد؛ مما يؤدي إلى تبادل المعلومات والخبرات والآراء فيما بينهم من أجل بناء المعرفة، من خلال إنشاء صفحات ومساحات خاصة ضمن الموقع نفسه ، ومن ثم التواصل مع الأصدقاء ومشاركة المحتويات والاتصالات وأشهر هذه الشبكات facebook,my space,bebo (صالح العلى، 2015) ، وهى اماكن للتجمع على الخط المباشر تشجع أعضائها على بناء شبكات من أصدقائهم ومعارفهم (ياس خضير البياتي ، 2014 ، 377).

فقد اظهرت الاستطلاعات ان 90 بالمائه من المراهقين الذين تتراوح اعمارهم بين 13 و17 عاما قد استخدموا وسائل التواصل الاجتماعي، وافاد 75 بالمائه ان لديهم ملفا شخصيا نشطا واحدا علي الاقل علي وسائل التواصل الاجتماعي ، وفقا للاكاديميه الامريكه للطب النفسي للاطفال والمراهقين في

عام 2018. في عام 2021 ، ابلغ instagram عن 71 بالمائة من الاشخاص الذين يستخدمون تطبيق مشاركة الصور يوميا ، تقل اعمارهم عن 35 عاما (statistics you need to know in 2020).

1- أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية.

برزت شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت وحظيت بانتشار كبير على الصعيد العالمي، بل وقد بات بعضها من أكثر المواقع زيارة في العالم، حتى إنها أصبحت تغطي على ما كان يعرف في علم الاجتماع بـ (المكان الثالث) أي المكان الذي يلجأ إليه الإنسان بعد مكانه الأول (البيت) ومكانه الثاني (العمل أو المدرسة أو الجامعة)، حيث يشير مصطلح اجتماعي إلى إحدى الاحتياجات الغريزية التي لا غنى للناس عنها في بناء حياتهم، فطبيعة الحياة البشرية تقتضى تواصل الناس مع بعضهم بعضًا. وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي، بأنها: "منصات على شبكة الإنترنت تسمح للمستخدمين من إيصال رسائل محددة إلى زملائهم سواء أكانوا في العمل أم الشركة أم المدرسة، وتوفر لهم مشاركة وتحرير النصوص والصور والملفات الخاصة بهم أو بالآخرين وفضلاً عن عرض ونشر الصور والنصوص والدرشة بين المستخدمين ولذا؛ فإن ظهور وسائل التواصل الاجتماعي مثل المنتديات والمدونات والويكي والبودكاست وما الي ذلك ، يجعل التكنولوجيا اقرب الي الاشخاص وقد كان في بداياته مجتمعاً افتراضياً على نطاق ضيق ومحدود، ثم ما لبثت أن ازداد مع الوقت ليتحول من أداة إعلامية نصية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية أسهمت في تفعيل المشاركة لتحقيق رغبة كل فئة مشتركة في الاهتمامات والأنشطة نفسها؛ حيث ساعدت على تطوير منظومة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، والجماعات، والشعوب دون التقيد بالحوجز المكانية والزمنية، وأتاحت كذلك التواصل الفوري المباشر وتداول المعلومات بأقل جهد وتكاليف ممكنة، كما تميزت هذه الشبكات بالتفاعلية كما طرحت مساحة كبيرة للمستخدمين للتعبير عن آرائهم بحرية دون قيد، وهي تجعلهم

يكتسبوا الوعي الثقافي من خلال تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي (2011،
Tatjana Welzer, others). ومن أبرز هذه المواقع، ما يلي:

● **موقع "facebook face book":**

انطلق الموقع في 28 أكتوبر 2003 ، عندما قام مارك زوكربيرج وهو طالب في الثانية عشر بجامعة هارفارد الأمريكية بابتكار ((الفيس ماش)) مع زميليه في غرفه سكنه موسكوفيتز وهيوز ، وفي 4 نوفمبر 2004 قام زوكربيرج بتأسيس موقع الفيس على نطاق جامعة هارفرد تحت مسمى the facebook.com وكانت عضوية الموقع قاصرة على طلبة هارفرد ثم تدريجيا فتح الموقع ابوابه امام العديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الامريكية وانتقل الى الثانوية ثم اتاح الموقع اشتراك الموظفين في العديد من الشركات ، وفي 26 سبتمبر 2006 فتح الموقع ابوابه أمام جميع الافراد البالغين من العمر 13 عاما (ليلي احمد جرار، 2013، 35)
ولا يزال facebook اكثر مواقع التواصل الاجتماعي شهرة مع اكثر من مليار مستخدم حول العالم

● **اليوتيوب "YouTube":**

ونشأت فكرة موقع اليوتيوب عندما كان الأصدقاء الثلاثة في حفلة لأحد الأصدقاء والتقطوا مقاطع فيديو وأرادوا أن ينشروها بين زملائهم، ولم يتمكنوا من إرسالها عبر الإيميل لأنه لا يقبل الملفات الكبيرة في ذلك الوقت، ومن هنا تبلورت فكرة موقع لرفع مقاطع الفيديو عليه (رضا عبد الواحد أمين، 2009، ص152)

● **موقع تويتر "Twitter":**

● انطلق موقع تويتر في مارس 2006 بشكل رسمي ، ويقع المبنى الرئيسي له في سان فرانسيسكو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية، ويحتل المركز حاليا المركز التاسع عالميا من حيث قوته الاقتصادية، إذ تبلغ أرباح الشركة التي تملك الموقع أكثر من 8 بلايين دولار، أما عدد الاعضاء المسجلين في تويتر 300 مليون عضو ، وعدد الاعضاء الفاعلين 100 مليون عضو ، كما يبلغ عدد الزوار

شهريا أكثر من 200 مليون تغريدة تُكتب يوميا ، وقد وصل عدد التغريدات في الثانية الواحدة 8,900 تغريدة (حارث عبود ، مزهر العاني، 2015، 148).

2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

لقد قدمت شبكات التواصل الاجتماعي بكل خصائصها ومميزاتها العديد من الخدمات التي ساعدت في شتي المجالات نظراً لسهولة استخدامها والوصول إليها، وفيما يلي أهم خصائصها:

- التفاعلية والتشاركية: أي انها تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المتهمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الاعلام والجمهور
- التلقائية: فليس هناك تخطيط للتواصل وليس هناك لوائح او قيود تنظيمية تحكم هذا التواصل فهو يتسم بالتلقائية بين طرفي الاتصال".
- قلة التكلفة: حيث أن التسجيل مجاني
- سهولة الاستخدام: حيث لا يحتاج المستخدم إلى مهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومعظم الشبكات توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع.
- الحضور الدائم غير المادي : حيث تلغى التزامن
- الانفتاح : حيث يمثل المحتوى المرسل من جانب المستخدمين أغلبية المحتوى المنشور ، وذلك يزيد الرغبة لدى الاعضاء بالمزيد من التواصل والتفاعل والمشاركة لانهم هم من يقومون بعملية انتاج المحتوى
- دعم التجمعات: حيث توفر خدمة تتيح للأشخاص بإنشاء مجموعات تشترك بالإختصاص أو الانتماء الديني أو الاجتماعي مثل الفيس بوك. (حسين محمود هنتيمى، 2015 ، 85:86).

الدراسات السابقة:

تعرضت الباحثة لعدد من الدراسات المرتبطة حول مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها علي الوعي الثقافي لدي الطلاب، وقد سعت الباحثة الي الاطلاع علي الادبيات والدراسات المرتبطة بالموضوع لتصل الي اهم ما توصل اليه الباحثين الآخريين وقد تم تناول الدراسات السابقه علي النحو التالي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي:

1. دراسة هبه محمد إسماعيل (2021)؛ مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي الديني لدى طلاب الجامعات السودانية : الفيس بوك أنموذجاً. هدفت الدراسة إلى التعرف على إسهام الفيس بوك في نشر الوعي الديني بين الطلاب وتوضيح المضامين الدينية التي يتم تناولها عبر صفحات الفيس بوك ودوافع هذا النشر وكيفية تلقي المواد الدينية. أتبعت الدراسة المنهج الوصفي. تم استخدام أداة الاستبانة لعينة عشوائية من طلاب كلية الإعلام جامعة أم درمان الإسلامية قوامها 206 مبحوث وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: أكد المبحوثين تعرضهم لصفحات الفيس بوك في فترات مختلفة كل ما أتيحت لهم فرصة لذلك، و أثبتت أن الفيس بوك أسهم في تعريف الطلاب بتعاليم الدين الإسلامي وأكسبهم معلومات دينية جديدة كما أسهم في تعزيز قيمهم الدينية وتصحيح بعض المفاهيم المغلوطة لديهم.

2. دراسة منال بنت عمار مزيو (2020)؛ هدفت الدراسة الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الثقافي لدى بعض الشباب السعودي ومدى تأثير المنطقة التعليمية في ذلك، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتكون مجتمع الدراسة من بعض الشباب بالمملكة العربية السعودية، وقد تكونت العينة من 426، بستة مناطق بالمملكة (الرياض - مكة - المدينة المنورة - المنطقة الشرقية - حائل - القصيم)، بالتساوي، وتم تطبيق استبانة مكونة من (30) فقرة موزعة على مجالين، وخلصت النتائج إلي: أن معدل النسبة المئوية لدور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الثقافي المرتبط بالمفاهيم قد بلغت (66.36%)، كما أن معدل النسبة المئوية على المجال الثاني والمرتبط بالسلوكيات قد بلغت (69.80%). وأكدت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات استجابة أفراد العينة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الثقافي من وجهة نظرهم تعزى إلى عامل المنطقة.

3. دراسة أحمد محمد مغازي (2019)؛ هدفت الدراسة إلي التعرف إلى التأثيرات السلبية: الاجتماعية، الثقافية، النفسية، والصحية الواقعة على طلبة المرحلة الثانوية، جراء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي؛ وذلك من خلال دراسة وصفية ميدانية

استخدم فيها الباحث منهج المسح، حيث طبق البحث على عينة قوامها (300) طالب وطالبة في مدينة غزة. وقد خلص البحث إلى عدة نتائج أبرزها: الطلبة الذكور والإناث يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بمعدلات عالية، ويستخدمونها جميعها، والنسبة الغالبة 91% تستخدم الفيسبوك، ومعظم العينة 73% يستخدمون تلك الشبكات يوميا، و23.6% يستخدمونها لأكثر من 5 ساعات، وأهم أسباب الاستخدام هي التواصل مع الآخرين والترفيه والتسلية. وأظهرت أيضا أن هذا الاستخدام كان له تأثير سلبي متوسط على المراهقين في الجوانب الاجتماعية والنفسية والثقافية والصحية.

4. دراسة أيمن محمد عبد الغني (2019)؛ هدفت الدراسة التعرف على تأثير مواقع للتواصل الاجتماعي على النسق القيمي لشباب الجامعات في مصر، وقد تم استخدام المنهج الوصفي الارتباطي واستخدام أداة المسح بالعينة. واعتمدت الدراسة على جمع البيانات من العينة العمدية، حيث تم توزيع الاستمارات على الشباب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتم جمع البيانات الأولية من طلاب الجامعات المصرية (400) طالب وطالبة من "جامعة القاهرة" كجامعة حكومية، و(200) طالب وطالبة من "جامعة المستقبل" كجامعة خاصة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى حدوث فجوة بين الشباب وأسرهم، كما أنها أدت إلى إهمال الشباب للشعائر الدينية وقد أدت أيضا إلى العزلة بين الشباب وزيادة حدة الاختلاف بينهم، وحدثت بلبلة فكرية وانشقاق في رأي الشباب. وأدى إلى وجود صداقات وهمية. إلا أنها ساعدت على زيادة اهتمام الشباب بمعرفة أخبار بلادهم (مصر) باستمرار لحظة بلحظة. كما أكدت على حرية التعبير .

5. دراسة إحسان محمود الحلبي وآخرون (2015)؛ سعت هذه الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف وهي: دراسة العلاقة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية، ودراسة العلاقة بين معدل دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقع الفيس بوك وبين تنمية القيم الاجتماعية، واستخدمت الدراسة المنهج شبه التجريبي ذوي المجموعة الواحدة على عينة قوامها (30) طالب وطالبة من طلاب كلية التربية النوعية جامعة المنصورة، وتكونت أدوات الدراسة من مقياس استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي، ومقياس القيم الاجتماعية، ومقياس الصداقة، وخلصت الدراسة إلى: وجود ارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01) بين كل من استخدام موقع الفيس بوك من حيث الميول والاتجاهات بمقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومقياس القيم الاجتماعية ككل، بعد استخدام موقع فيس بوك من حيث الوظائف والإمكانات بمقياس مواقع التواصل الاجتماعي وقيم (تحمل المسؤولية، الانتماء، ومقياس القيم الاجتماعية ككل).

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الوعي الثقافي:

1. دراسة رانيا ايناس نهاد، جبيلي حمايدية(2021)؛هدفت الدراسة الى معرفة وتحديد دور مواقع التواصل الاجتماعي -فيسبوك خاصة- في نشر الوعي الثقافي وذلك من خلال مدى مساهمته في نشر حملة مقاطعة المنتجات الفرنسية لذلك من قبل بدراسة ميدانية بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال والمتكونة من 40 مفردة. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المعتمد على التحليل للتعلم في هذه الدراسة بغية الوصول الى نتائج معينة، أما عينة الدراسة فقد كانت عينة عشوائية قصدية مستعنين بأداة جمع البيانات المتمثلة في الاستبيان الالكتروني، وخلصت الدراسة الى أن: مواقع التواصل الاجتماعي عامة والفيسبوك خاصة يساهم في بناء وعي ثقافي وبضرورة الاطلاع ومتابعة المضامين الثقافية والتأكد من صحتها، كما استنتجنا أن الفيسبوك احتل الصدارة في كونه أكثر المواقع اهتماما بحملة مقاطعة المنتجات الفرنسية، وقد كان له دور بارز في نشر مضمون الحملة وتعرف الناس عليها واكتسابها لشعبية كبيرة.

2. دراسة دبة عقيلة (2019)؛هدفت الدراسة للكشف عن عادات وأنماط الطلبة لموقع اليوتيوب ومحاولة رصد إسهام اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال والكشف عن استفادة الطلبة من مضامين الموقع في تنمية الوعي الثقافي، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي بالتطبيق علي جميع طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة أم البواقي، وتوصلت الدراسة إلي أن الشباب الجامعي يستخدم اليوتيوب بدرجة كثيفة لتحقيق إشباعات تتعلق بالمعرفة، وأن شبكات التواصل الاجتماعي يتم استخدامها بدرجة مرتفعة في تنمية الوعي الثقافي لديهم.

3. دراسة فاتن عبد السلام بيومي (2018)؛ هدفت الدراسة إلي التعرف علي دور مواقع

الافلام التسجيلية بالانترنت في تنمية الوعي الثقافي لدى المراهقين وكذلك التعرف علي أنماط تعرضهم لها، ومحتوي هذه الافلام علي الانترنت، تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية حيث اعتمدت علي منهج المسح علي عينة عشوائية قوامها (400) مفردة من المراهقين المستخدمين لمواقع الافلام التسجيلية علي الانترنت، وشملت العينة التحليلية استمارة تحليل مضمون لتحليل (موقع ناشيونال جيوغرافيك، الجزيرة الوثائقية)، وتوصلت الدراسة إلي أن (73,8%) من عينة الدراسة تجد أن مواقع الأفلام التسجيلية وسيلة مناسبة للحصول علي الثقافة، وأن (82,5%) لا يجدون حاجة في التأكد من صحة المعلومات الواردة في تلك المواقع وأنها مصدر ثقة بالنسبة للمبشرين، تتنوع المضامين بين (سياسي، علمي، تاريخي، اجتماعي، عادات وتقاليد، فني، أدبي، بيئي، رياضي) مما يدل علي خدمة الهدف الرئيسي للموقع وهو التثقيف.

4. دراسة حامد سعيد الجبر (2017)؛ هدفت الدراسة إلي تحديد درجة إسهام شبكات

التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات، وتحديد تفاعل الطالبات مع الأحداث الاجتماعية، اعتمدت الدراسة علي المنهج الوصفي، وكانت أهم نتائجها أن شبكات التواصل الاجتماعي لها دور كبير في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات بنسبة (0,79)، حيث اتضح أن الشبكات تعمل علي رفع الثقافة العامة في المرتبة الأولى بنسبة (0,91).

5. دراسة عبدالعزيز عبد الفتاح عبدالله (2015) ؛ هدفت الدراسة إلى تحقيق هدف

رئيس هو التعرف على دور الأفلام التسجيلية في تنمية الوعي الثقافي لدى المراهقين والوسيلة التي يفضلونها في الحصول على المعلومات، والقنوات الوثائقية التي يشاهدونها ودوافع تعرضهم لها ومدى ثقتهم في واقعيتها. اعتمدت الدراسة علي المنهج الوصفي حيث تمثلت أدواته في صحيفة استبيان مُتضمنة مقياس للوعي الثقافي طُبقت علي (300) مفردة من المراهقين الذين يتعرضون لقنوات الأفلام التسجيلية من سن (15 - 18 عاماً)، كما تمثل مُجتمع الدراسة التحليلية في جميع البرامج التي تُعرض على قناة ناشيونال جيوغرافيك أبوظبي . وخلصت الدراسة إلى أنه يمكن للأفلام التسجيلية أن تلعب دوراً مهماً في تنمية الوعي الثقافي بتوجيه الأشخاص لاكتساب

المعلومات الثقافية وحثهم على تغيير مفاهيمهم وتوجيههم لإتباع السلوك السليم من خلال معلومات علمية مبسطة تُقدم في قالب برامجي مُشوق يستخدم النواحي الفنية للفيلم التسجيلي.

التعقيب على الدراسات السابقة، وأوجه الاستفادة منها:

تبين بعد استعراض الدراسات السابقة، أنها اعتمدت علي المنهج الوصفي باعتباره أكثر مناهج البحث العلمي مُلائمةً للدراسات في مجال الإعلام، بشقيه الميداني والتحليلي، كما أُجريت على فئة طلبة الجامعة، وتعرض جزء ضئيل منها لعينة من المُراهقين، وأكدت على أهمية شبكات التواصل الاجتماعي وبعض برامج التليفزيون في تكوين الوعي الثقافي لدي طلبة الجامعة، حيث يسعى البحث الحالي إلى التعرف على تعرض طلاب الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالوعي الثقافي لديهم.

- وقد استفادت الباحثة مما توفر لديها من دراسات مُرتبطة في الآتي:
- المُساهمة في تحديد مُشكلة البحث تحديدًا دقيقًا.
- تعرف طبيعة المُجتمعات والخصائص الديموغرافية، ودورها في اختلاف النتائج.
- تحديد كُل من: أسئلة الدراسة، وأهدافها، والمنهج العلمي للدراسة ومنهجيتها.
- تعميق المعرفة النظرية والمعرفية بموضوع الدراسة، واختيار الإطار النظري والمعرفي المُلائم للدراسة الحالية، من خلال التعرف على أهم المصادر والمراجع التي مكنت الباحثة من الاستعانة بها في الدراسة الحالية.
- على المُستوى الإجرائي ساهمت تلك الدراسات في تحديد عينة الدراسة تحديدًا دقيقًا، والمُتمثلة في عينة ميدانية من الطلاب للوقوف على مُعدل تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرف على الوعي الثقافي لديهم .
- وضع تصور عام للدراسة من خلال تحديد أهم الأبعاد التي يتم التركيز عليها في تناول المُشكلة البحثية.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

يُعد انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير وخاصة الفيس بوك، الذي لاقى ترحيبًا كبيرًا من قبل المستخدمين على شبكة الانترنت؛ وذلك لعدم تطلبه احترافية من قبل المُستخدم وسهولة استخدامه، وما يقدمه من مزايا عديدة، مثل: إمكانية

التواصل مع الآخرين، إعداد المحتوى ونشره، والتعرف على ما ينشره الآخريين، يتضح أن هناك تفاوتاً في أعمار مُستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من كبار السن والشباب والمراهقين والأطفال، كما أن استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي و نحن نعيش في عصر يسمى عصر الابتكار التكنولوجي لأجهزة الكمبيوتر والأجهزة المحمولة والهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر اللوحية، فضلاً عن وجود مواقع ويب عالمية مثل YouTube التي تعتمد على مقاطع الفيديو الرقمية على الإنترنت، لذلك ، تم استخدامه على نطاق واسع لمشاركة الأفكار والتعبير عن الإبداع ، ومع انتشار مستخدمي الإنترنت الشعبية، يحتاج الطلاب إلى تطوير قدراتهم على التمييز بين المعلومات الصحيحة والخطأ، حتى بالنسبة لهم. مهارات فهم وتفسير وتحليل المحتوى المستلم، والتمييز بين المحتوى الضار والمحتوى المفيد، لا يقتصر دور الرقمي على التصفح فقط بل يجب أن يزداد الوعي الثقافي لدى الطلاب، ومن هذا المنظور، أصبح من الضروري التعرف على الوعي الثقافي لدى الطلاب المتعرض والمستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي ، وفي إطار ما سبق يُمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي: "ما العلاقة بين تعرض الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالوعي الثقافي لديهم؟"، وينبثق من التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية، ما درجة تعرض الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما مستوى الوعي الثقافي لدى الطلاب المعرض لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما العلاقة بين تعرض الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي وزيادة الوعي الثقافي لهم؟

أهمية البحث:

يمكن الحديث عن أهمية هذه الدراسة من خلال البعدين التاليين، هما:

1- الأهمية النظرية:

- تظهر أهمية هذا البحث من خلال محاولة الإسهام في معرفة العلاقة بين تعرض الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالوعي الثقافي لديهم بصورة علمية وإجراءات منهجية.

- يستمد البحث أهميته من خلال تناوله لشريحة هامة في المجتمع - طلبة الجامعة- وهم متواجدون بشكل مؤثر على مواقع التواصل الاجتماعي، هؤلاء هم بناء المستقبل، هذه الفئة تحتاج للعناية بهم، وجعلهم محل دراسة واهتمام؛ لأنهم هم من يصنعون مستقبل المجتمع.

2- الأهمية التطبيقية:

- نظرًا لانتشار ظاهرة تعرض الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي؛ سعت الباحثة لمعرفة علاقة ذلك بزيادة الوعي الثقافي لديهم حيث يخرج البحث بمقترحات وتوصيات من خلال نتائج الدراسة في تحسين الاستخدام الإيجابي لموقع التواصل الاجتماعي، والحد من آثاره السلبية.

- لفت انتباه الجهات الإعلامية والتعليمية بضرورة توعية الطلاب بزيادة الوعي الثقافي من خلال الاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي.

أهداف البحث :

هدف البحث إلى التعرف على مدى تعرض الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بزيادة الوعي الثقافي لديهم ، ما درجة تعرض الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي .

- التعرف على مستوى الوعي الثقافي لدى الطلاب الذي يتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي
- التعرف على العلاقة بين تعرض الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي وزيادة الوعي الثقافي لهم.

فروض البحث:

سعي البحث الحالي إلي التحقق من صحة الفروض الآتية:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بزيادة الوعي الثقافي لديهم.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض الطلاب لموقع الفيس بوك واليوتيوب وزيادة الوعي الثقافي لديهم.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الطلاب لموقع تويتر وزيادة الوعي الثقافي لديهم.

منهج البحث: استخدم البحث الحالي المنهج الوصفي لملائمته لطبيعة البحث.

حدود البحث: تتمثل حدود الدراسة في الآتي: حدود موضوعية: تمثلت في مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الثقافي.

- حدود بشرية: الطلاب بجامعة المنيا من سن (18 سنة إلى 22 سنة).

- حدود مكانية: كلية التربية النوعية.

- حدود زمانية: الفصل الدراسي الأول للعام 2022/2021م.

مجتمع وعينة البحث: يتمثل مجتمع البحث الحالي في طلاب جامعة المنيا كلية

التربية النوعية، محافظة المنيا، وتم اختيار عينة قوامها (200) من الطلاب.

اسباب اختيار العينة:

- يعد طلبة الجامعة هم بناءة المستقبل فيحتاج الوطن إلى شباب مثقف واعي مدرك.

- تعتبر فئة طلاب الجامعة ضمن الفئات الأكثر استخداما لمواقع التواصل

الاجتماعي.

أدوات البحث: تمثلت أدوات البحث في الاستبانة لجمع المعلومات من أفراد

العينة

مصطلحات البحث:

- **مواقع التواصل الاجتماعي:** يُمكن تعريفها بأنها مواقع وصفحات على شبكة

الانترنت تتيح للشباب التواصل والمعرفة إلى جانب التسلية وشغل أوقات الفراغ،

ومن أبرز تجلياتها الويب 2.0، كما أنها تسمح للمستخدمين بإمكانية التسجيل فيها

بشكل مجاني، وتتيح التواصل والتفاعل بينهم، متخطية كافة الحواجز الجغرافية،

وتعطي للمستخدم مساحة واسعة للتعبير عن رأيه بحرية تجاه القضايا المختلفة.

- **مواقع التواصل الاجتماعي إجرائياً:**

هي مواقع تعتمد على شبكة الانترنت لتسهيل التواصل بين المستخدمين وتبادل

المعلومات فيما بينهم .

- **الوعي الثقافي:** قدر المعلومات والمعارف والتأثيرات الاجتماعية والثقافية التي يكتسبها طلبة الجامعة نتيجة تعرضهم لبرامج العلوم والمعارف، والتي تؤثر في تكوين الاتجاه لديهم. (حمدي عبد الظاهر، 2020، ص187).
- **فيما يُعرف الوعي الثقافي إجرائياً:** ان يكون الانسان واعيا بما يدور حوله من احداث ويتعمق فيها حتي يصل الي درجة النقد وتحليل القضايا من حوله ليكون شخصا واعيا اجتماعيا وثقافيا.

إجراءات الصدق والثبات:

قامت الباحثة بإجراء الصدق والثبات للاستبيان، وذلك على النحو الآتي:

أ- صدق وثبات الاستبيان:

1) **صدق الاستمارة:** تم تعديل أسئلة الاستمارة من حذف بعض الأسئلة، وإضافة أسئلة أخرى، وأسئلة أخرى تم إعادة صياغتها، للوصول إلى الشكل النهائي للاستمارة، حتى أصبحت صالحة للتطبيق تراعى المرحلة العمرية التي أُعدت لها.

2) **ثبات الاستمارة:** تم حساب معامل الثبات بالطرق التالية:

- تم حساب معامل الثبات ألفا كرونباخ "Cronbach's Alpha"، لقياس الاتساق الداخلي لمحتوى الدراسة، وقد تبين أن معامل الثبات قد بلغ (0.729) مما يدل على الثبات المرتفع لعينة الدراسة.

كما قامت الباحثة بإعادة تطبيق "Retest" الاستبانة على (10%) من عينة البحث الأساسية وبلغت نسبة الثبات (0.92) وهي نسبة ثبات مُرتفعة

نتائج الدراسة وتفسيراتها:

- توصيف عينة الدراسة وفقاً للنوع:

جدول (1) توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع (ن=200)

م	النوع	ك	%
1	ذكر	100	50%
2	أنثى	100	50%
	المجموع	200	100%

يتضح من الجدول السابق ما يلي: تساوى نسبة المبحوثين من الذكور والإناث عينة الدراسة، حيث بلغت 50% من أفراد العينة ذكور، ونسبة 50% منهم إناث، حيث حرصت الباحثة على تحقيق التوازن بين عينة الذكور وعينة الإناث للحصول على نتائج دقيقة وصحيحة من التوزيع المتساوي.

• استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي

جدول (2) مدى استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي (ن=200)

م	مدى استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي	ك	%	الترتيب
1	دائمًا	180	90%	1
2	"أحيانًا"	20	10%	2
3	"نادرًا"	0	0%	3
	المجموع	200	100%	

يتضح من الجدول السابق ما يلي: ارتفاع درجة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث توافر أجهزة الكمبيوتر والهواتف المتصلة بالإنترنت مما سهل عملية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام، ثم جاء في المرتبة الثانية "أحيانًا" بنسبة (10%)، بينما جاء في المرتبة الثالثة "نادرًا" بنسبة (0%) وتعزى الباحثة سبب ذلك إلى جاءت "دائمًا" في الترتيب الأول بنسبة (90%) ويرجع ذلك إلى توافر خدمة الإنترنت في معظم المنازل، وقلة تكلفة الخدمة، بالإضافة أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي مع أقاربهم، أي: يستخدمونه عندما تتاح لهم فرصة استخدامه أو عندما توافر لديهم خدمة الإنترنت.

– اتفقت النتائج مع دراسة أحمد يونس محمد (2013) التي خلصت إلى أن المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية بدرجة "دائمًا" في المرتبة الأولى بنسبة (96.1%)، وجاءت "أحيانًا" في المرتبة الثانية بنسبة (3.9%)، وأيضًا اتفقت مع دراسة خالد بن جايز (2014) حيث إن أغلب أفراد العينة يستخدمون شبكة الإنترنت (دائمًا) بنسبة (54.7%).

– بينما اختلفت النتائج مع دراسة إسلام عاطف (2010)، والتي توصلت إلى عدم وجود اختلاف بين عينة الدراسة في التعرض لشبكة الإنترنت

• استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي يوميًا:

جدول (3) المدة التي تقضيها العينة أمام مواقع التواصل الاجتماعي (ن=200)

م	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يوميًا	ك	%	الترتيب
1	أقل من ساعة يوميًا	5	2.5%	2
2	من ساعة إلى ساعتين	15	7.5%	1
3	من ساعتين إلى ثلاث ساعات	70	35%	4
4	ثلاث ساعات فأكثر	110	55%	3
المجموع		200	100%	

يتضح من الجدول السابق ما يلي: ارتفاع نسبة الوقت المخصص لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من جانب العينة يوميًا، حيث أوضح (55%) منهم أنهم يقضون من ثلاث ساعات فأكثر يوميًا يرجع ذلك إلى غياب الرقابة من الوالدين على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتوافر الهواتف المحمولة المتصلة بالإنترنت لدى أغلب أفراد العينة، وجاء في المركز الثاني استخدامه من ساعتين إلى ثلاث ساعات فأكثر يوميًا بنسبة (35%)، ثم جاء في المركز الثالث استخدامه من ساعة إلى ساعتين بنسبة (7.5%)، وجاء في المركز الأخير استخدامه من أقل من ساعة بنسبة (2.5%)، ويرجع ذلك إلى أن الطالب أثناء الدراسة لديه متطلبات أخرى، مثل المدرسة، والاستذكار، وقد يزداد عدد ساعات الاستخدام لدى العينة في وقت الأجازة الصيفية.

جدول (4) زيادة الوعي الثقافي لدى الطلاب .

م	زيادة الوعي الثقافي	ك	%
1	نعم	178	89%
2	لا	22	11%
المجموع		200	100%

يتضح من الجدول السابق : ارتفاع نسبة زيادة الوعي الثقافي لدى الطلاب عينة الدراسة حيث بلغت نسبتهم 89% وذلك نتيجة تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي وترجع الباحثة ارتفاع تلك النسبة لما تبثه المواقع من برامج لها علاقة بالعلوم والمعارف التي تزيد الوعي الثقافي لدى الطلاب ، بينما بلغت نسبة 11% من أفراد العينة لا يوجد

لديهم وعى ثقافى بل أفادوا بأن مواقع التواصل الأتماعى تضع لهم وقت الفراغ فهم لا يستفادوا منها .

جدول (5) المضامين التى يتابعها أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعى (اختيار أكثر من بديل)

م	المضامين	ك	%	الترتيب
1	كوميديه	188	94%	1
2	رياضيه	185	92%	2
3	ثقافيه	170	42.5%	3
4	صحيه	163	40.8%	4
5	تعليميه	159	39.8%	5
6	دينيه	158	39.5%	6
7	اخبار اعلاميه	134	33.5%	7
8	فنيه	132	33%	8
9	اجتماعيه	127	31.8%	9
10	اخباريه	113	28.25%	10
11	سياسيه	75	18.75%	11

يتضح من الجدول السابق ما يلي: أن أكثر الموضوعات التى يتابعها أفراد العينة هو المحتوى الكوميدي حيث احتل المرتبة الأولى بنسبة (94%)، يليه الموضوعات الرياضية فى المرتبة الثانية بنسبة (92%)، يليه الموضوعات الثقافية فى المرتبة الثالثة بنسبة (42.5%)، يليه الموضوعات الصحية فى المرتبة الرابعة بنسبة (40.8%)، ثم يليه الموضوعات التعليمية فى المرتبة الخامسة بنسبة (39.8%)، ثم يليه الموضوعات الدينية فى المرتبة السادسة بنسبة (39.5%)، ثم يليها أخبار الإعلامية فى المرتبة السابعة بنسبة (33.5%)، ثم يليه الموضوعات الفنية فى المرتبة الثامنة بنسبة (33%)، ثم يليه الموضوعات الاجتماعية فى المرتبة التاسعة بنسبة (31.8%)، ثم يليه الموضوعات الإخبارية فى المرتبة العاشرة بنسبة (28.25%)، وجاء فى المرتبة الأخيرة الموضوعات السياسية بنسبة (18.75%)

- اختلفت النتائج مع دراسة (مهند حميد، 2015) حيث احتلت الموضوعات الترفيهية المرتبة الثالثة بنسبة (16.1%)، كما احتلت المضامين الرياضية المركز السابع بنسبة (5.8%)، كما اختلفت مع دراسة (محمد الفاتح، 2015) حيث احتلت المضامين الاجتماعية المركز الأول بنسبة (52.2%)

جدول (6) أكثر المواقع التي يتعرض لها أفراد العينة وآدت إلى زيادة الوعي الثقافي

لديهم.ن(200)

م	مواقع التواصل	ك	%	الترتيب
1	الفيس بوك	80	40%	1
2	تويتر	40	20%	2
3	اليوتيوب	60	30%	3
4	الأنستجرام	20	10%	1
المجموع		200	100%	

يتضح من الجدول السابق ما يلي: أن نسبة (40%) من عينة الدراسة يتعرضون بكثافة إلى الفيسبوك فهو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما مما ادي الي زيادة الوعي الثقافي لديهم ، ثم جاء اليوتيوب فى المرتبة الثانية بنسبة (30%) بعد الفيس بوك حيث يكتسبوا منه المعلومات التى زادت لديهم الوعي الثقافى ثم جاء تويتر فى المرتبة الثالثة من المواقع التى زادت الوعي الثقافى لدى الشباب بنسبته (20%) ثم أحتل الأنستجرام المرتبة الرابعة من ضمن مواقع التواصل الاجتماعي التى يتعرضون لها الطلاب عينة الدراسة وزادت لديهم الوعي الثقافى .

النتائج العامة للدراسة :

- 1_ تساوى نسبة المبحوثين من الذكور والإناث عينة الدراسة، حيث بلغت 50% من أفراد العينة ذكور، ونسبة 50% منهم إناث .
- 2_ ارتفاع درجة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث توافر أجهزة الكمبيوتر والهواتف المتصلة بالإنترنت

3_ ارتفاع نسبة الوقت المخصص لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من جانب العينة يوميًا، حيث أوضح (55%) منهم أنهم يقضون من ثلاث ساعات فأكثر يوميًا

4_ ارتفاع نسبة زيادة الوعي الثقافي لدى الطلاب عينة الدراسة حيث بلغت نسبتهم 89% وذلك نتيجة تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي

5_ أكثر الموضوعات التي يتابعها أفراد العينة هو المحتوى الكوميدي حيث احتل المرتبة الأولى بنسبة (94%)، يليه الموضوعات الرياضية في المرتبة الثانية بنسبة (92%)، يليه الموضوعات الثقافية في المرتبة الثالثة بنسبة (42.5%)

6_ الفيسبوك فهو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما بنسبة (40%) مما ادي الي زيادة الوعي الثقافي لديهم ، ثم جاء اليوتيوب في المرتبة الثانية بنسبة (30%) بعد الفيس بوك.

التحقق من صحة فروض البحث:

نتائج الفروض

- الفرض الأول: ينص على أنه "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض الطلاب لموقع الفيس بوك واليوتيوب وزيادة الوعي الثقافي لديهم".

جدول (7) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين درجة تعرض الطلاب لموقع الفيس بوك واليوتيوب

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	ف
درجة تعرض الطلاب لموقع الفيس بوك واليوتيوب وزيادة الوعي الثقافي لديهم	بين المجموعات	5.67	2	2.84	0.05
	داخل المجموعات	46059.66	597	77.15	

قيمة (ف) الجدولية عند مستوى دلالة $2.39 = (0.05)$ $3.36 = (0.01)$

يتضح من جدول السابق ما يلي : أنه توجد فروق دالة إحصائية ظهرت من خلال تحليل التباين أحادي الاتجاه بين درجة تعرض الطلاب لموقع الفيس بوك واليوتيوب وزيادة الوعي الثقافي لديهم حيث بلغت قيمة ف(0.05) ، وهي دالة إحصائية؛ وبالتالي ثبوت صحة الفرض الثاني.

- **الفرض الثاني الذي ينص علي:** "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بزيادة الوعي الثقافي لديهم"

جدول(8)معامل الارتباط بين درجة تعرض الطلاب لمواقع التواصل وعلاقته بزيادة الوعي الثقافي لديهم"

المتغيرات	زيادة الوعي الثقافي لديهم	
	قيمة ر	مستوي الدلالة
درجة تعرض الشباب لمواقع التواصل	0.17**	0.01
درجة التعرض الطلاب	قيمة ر	0.14

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) = 0.078 (0.01) = 0.098

يتضح من الجدول السابق أنه: توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين درجة تعرض الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بزيادة الوعي الثقافي لديهم .

- **الفرض الثالث والذي ينص علي** "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الطلاب لموقع توتير وزيادة الوعي الثقافي لديهم"

جدول(8) دلالة الفروق بين درجة تعرض الطلاب لموقع توتير وزيادة الوعي الثقافي لديهم

المتغير	توتير		زيادة الوعي الثقافي		مستوي الدلالة
	م	ع	م	ع	
درجة تعرض الطلاب	1.71	0.46	1.95	0.21	0.01
قيمة (ت)	قيمة (ت)	5.44	0.01		

قيمة (ت) الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) = 1.96 (0.01) =

2.58

يتضح من جدول السابق أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسط درجات تعرض الطلاب لموقع توتير عينة الدراسة قيمة ت (5.44) بقيمة احتمالية بلغت 0.01، وهي دالة إحصائياً، مما يشير إلى أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين تعرض الطلاب لموقع

تؤثر وزيادة الوعي الثقافي لدى عينة الدراسة وبالتالي نجد ثبوت صحة الفرض الثاني .

توصيات البحث:

- ضرورة تضمين مواقع التواصل الاجتماعي للمحتوى الذي يعمل على رفع الوعي الثقافي لدى الطلاب وتدريبهم على الأستخدام الأمثل لها.
- الاستعانة بالتربية الإعلامية داخل الجامعات لزيادة الوعي الثقافي لدى الطلاب.
- تعريف الطلاب بأخلاقيات التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي ومراعاة قواعد النشر الإلكتروني من خلال دورات تدريبية داخل الجامعات .

المراجع والمصادر

- أبو غزالة، محمد و القواسمة، أحمد. (2013). تنمية مهارات التعلم والتفكير والبحث. عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- احمد جرار، ليلي. (2012). الفيس بوك والشباب العربي، ط1 ، مكتبة الفلاح للنشر .
- اسماعيل، هبه محمد (2021). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي الديني لدى طلاب الجامعات السودانية، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل. ع. (16).
- الانتصاري، ناصر محمد.(2013). دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر 2012، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.
- البياتي، ياس خضير. (2014). الاعلام الجديد. الدولة الافتراضية الجديدة، كلية الاعلام ، جامعة بغداد، ط1 .. دار بداية .
- بيومي، فانتن عبد السلام (2018). دور مواقع الافلام التسجيلية بالانترنت في تنمية الوعي الثقافي لدى المراهقين، رسالة دكتوراة، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الاعلام وثقافة الاطفال
- الجبر، حامد سعيد (2017). واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية ع(176)، جامعة الأزهر.

- حارث عبود ، مزهر العاني (2015) الاعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، دار الحامد، ط1.
- الحلبي، إحسان محمود ابراهيم وآخرون .(2015). أثر استخدام طلاب الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي على اكتساب بعض القيم الاجتماعية، مجلة دراسات الطفولة، مصر ،مجلد (18)، العدد(67).
- الحيلة، محمد محمود. (2011). تصميم وإنتاج الوسائل التعليمية(ط1). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- رانيا ايناس نهاد، جبايلي حمايدية(2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الثقافي خلال حملة مقاطعة المنتجات الفرنسية .رسالة ماجستير. جامعة العربي التيبسي .تبسة.
- الرشيد، حمد فالح. (2017). واقع التربية الإعلامية في المدارس الحكومية بدولة الكويت: دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من المعلمين والمعلمات. مجلة البحث العلمي في التربية، 7(18)، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس.
- السيد، عبد المولى السيد، أحمد نصحي أنيس .(2014). شبكة التواصل الاجتماعي وآثارها على الأمن الفكرة لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي
- عبد الظاهر، حمدي (2020). القنوات الفضائية المتخصصة. دار ضمة للنشر والتوزيع.
- عبد الغني، ايمن محمد (2019). اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على النسق القيمي للشباب المصري، رسالة دكتوراه. جامعة عين شمس. معهد الدراسات والبحوث البيئية. مصر.
- أمين، رضا عبدالواحد(2009). استخدامات الشباب الجامعي في البحرين لموقع يوتيوب على شبكة الويب ، المؤتمر الدولي الأول "الإعلام الجديد ، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد" ، (جامعة البحرين ، كلية الآداب ، 7-9 أبريل) .
- عبدالله، عبدالعزيز عبد الفتاح (2015)، دور الأفلام التسجيلية في تنمية الوعي الثقافي لدى المراهقين ،رسالة ماجستير، معهد الطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، جامعة عين شمس.
- عقيلة، دبة (2019). دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية جامعة العربي بن مهدي.
- العلي، صالح.(2015). مهارات التواصل الاجتماعي ،عمان، ط1.
- مزويو، منال بنت عمار (2020) . دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب السعودي، السعودية، بحث منشور في مجلة جامعة الزهر، ع(188)ج(2).

- مغازي، أحمد محمد (2019). التأثيرات السلبية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على المراهقين، مجلة جامعة النجاح للأبحاث: العلوم الإنسانية. مج. 33، ع. 12. جامعة الأقصى، فلسطين، مقال منشور في موقع شمع للابحاث.
- هتيمي، حسين محمود (2015). العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي ، الاردن عمان، ط1.
- . Social media and teens. American Academy of Child and Adolescent Psychiatry 2. Social media use and participation: A meta-analysis of current research, Information, Communication & Society 3. Top 10 Instagram statistics you need to know in 2020.
- Welzer, Tatjana, et al. "Cultural awareness in social media." Proceedings of the 2011 international workshop on DETecting and Exploiting Cultural diversiTy on the social web. 2011.