

بسم الله الرحمن الرحيم



جامعة إفريقيا العالمية  
عمادة الدراسات العليا  
كلية الإعلام



بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في الإعلام تخصص الإذاعة والتلفزيون

بعنوان:

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التقارب الثقافي

(دراسة وصفية تحليلية)

بالتطبيق على مستخدمي الإنترنت من طلاب جامعة إفريقيا العالمية

في الفترة من (يناير 2013 – 2015م)

إشراف : الدكتور/

عباس أبكر أحمد محمد

إعداد : الطالب /

عبد الرحمن شفاء عمر

الخرطوم - السودان

(2015 م)

# استهلال

قَالَ تَعَالَى:

﴿ وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا ﴾

(سورة طه: ١١٤)

## الإهداء

إلى كل من يحمل فكراً أو علماً أو هدفاً سامياً ويعمل من أجله  
إلى كل من يعلم حرفاً ويرشد إلى فضيلة ويهدي إلى قيم  
إلى كل من ينير بفكره وأدبه وفنه دياجين الظلام  
أهدي هذا الجهد المتواضع.

## الشكر والتقدير

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيد المرسلين محمد بن عبد الله، وعلى آله وصحبه أجمعين، أما بعد...

فلا يسعني إلا أن أتوجه بالشكر والتقدير والامتنان إلى جميع من مد لي يد العون والمساعدة وحفزني لإنجاز هذا البحث، وأخص بالذكر الأستاذ الفاضل الدكتور/ عباس أبكر أحمد محمد منسق دراسات العليا في كلية الإعلام والمشرف على هذا البحث، والذي مدني من منابع علمه بالكثير واقتراحات وجيهة وآراء قيمة، حيث لمستُ فيه حُسن الخُلق وتواضع المربي، وحرص المعلم الفاضل.

كما أتقدم بجزيل الشكر وأشكر إدارة وأساتذة جامعة افريقيا العالمية، وكلية الإعلام، لكل ما قدموه لي من مساعدة ومساندة مكنتني في المضي بخطى ثابتة في مسيرتي العلمية. كما أشكر الأساتذة المختصين الذين عملوا على تقييم وتقويم استمارتي الشكل والمضمون لعينة البحث،

والشكر كله إلى عائلتي التي تحلت بالصبر الجميل ووفرت لي كل الدعم والمساعدة والوسائل المشجعة على الاستمرار، والشكر موصول إلى منظمة الفجر الخيرية الذي قدمت لي الدعم والمساعدة، إلى كل الأصدقاء الذين قدموا المشورة والنصيحة والعون ليرى هذا البحث النور، لهم مني جميعاً كل الشكر والتقدير. وفي النهاية يسرني أن أتقدم بجزيل الشكر إلى كل من مد لي يد العون في مسيرتي العلمية.

## مستخلص البحث

هدف البحث إلقاء الضوء على ظاهرة الاستخدام المواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت وعلاقتها في تحقيق التقارب الثقافي لدى عينة من طلاب جامعة إفريقيا العالمية، وينطلق البحث من سؤال مركزي: هل المواقع التواصل الاجتماعي له دور في تحقيق التقارب الثقافي؟

عينة البحث: وقد بلغت (320) طالباً وطالبة، من جنسيات وثقافات مختلفة وأوضاع اقتصادية مختلفة، واعتمد منهج البحث الوصفي التحليلي.

### والبحث يحتوي خمسة فصول:

**في الفصل الأول:** تناول الباحث ان الإطار المنهجي للبحث، ووضح الباحث في هذا الفصل عن أساسيات البحث المستخدمة.

**وفي الفصل الثاني:** تناول الباحث عن الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي. وتم تفصيل الموضوع في ثلاثة مباحث على وهي: تعريف وطبيعة الإعلام الجديد، وخصائصه، ثم قام الباحث بالمقارنة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي. وكذلك تم عرض عن نشوء الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية، وأخيراً مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي.

**أما في الفصل الثالث:** تناول الباحث عن الإعلام وعلاقته بالثقافة. ووضح الباحث في هذا الفصل مفهوم الثقافة، دور وسائل الإعلام في نقل وترسيخ الثقافة، وكذلك تأثير تقنية الاتصال على الثقافة والمجتمع. وفي المبحث الثالث وضح الباحث عن المتغيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي، تأثير تقنية الاتصال على الثقافة والمجتمع.

**وفي الفصل الرابع -** تناول الباحث استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التقارب الثقافي. وهذا الفصل أيضاً مقسم إلى ثلاثة مباحث. المبحث الأول تناول عن خدمات مواقع التواصل الاجتماعي. والمبحث الثاني تطرق الى دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعة. اما المبحث الثالث تناول عن جانب الانعكاسات الثقافية على طلاب الجامعة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

**الفصل الخامس:** ختم الباحث بالدراسة الميدانية. تناول في المبحث الأول الاجراءات المنهجية. والمبحث الثاني تناول الباحث ان خلفية حول طلاب المجتمع الطلابي بجامعة إفريقيا العالمية. وفي المبحث الثالث ختم الباحث الفصل الأخير بتحليل البيانات ومعلومات الدراسة.

خلصت الدراسة إلى نتيجة توضح مدى تأثير المواقع التواصل الاجتماعية على المستخدمين، وإنه لم يعد بإمكان متصفح الإنترنت الاستغناء عنها، لما توفره من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة ومعلومات ومعارف مفيدة ومتنوعة، ومحادثة (دردشة) مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة والعمل وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو، إضافة إلى أنها مجالاً مفتوحاً لتبادل الآراء والتعليقات على الآراء والردود على تلك التعليقات، وخلق صداقات افتراضية جديدة واستراحة وثقافة وترفيه.

## **Abstract**

This study aims exploring the role of social media on cultural convergence. on a sample of International University of Africa students, those who uses the social media. It gains its importance from its contribution in understanding the nature of social media and Its further effects on cultural and social awareness of university students.

**The research has five chapters.**

**The first chapter:** dealt with the methodological framework of the research. The researcher explained in this chapter about the basics methods of the research that used on.

**In the second chapter:** researcher dealt about the new media which is the social media sites. This chapter divided in to three sections: the first section discussed about the definition and nature of the new social media, in the second section discussed about its properties, at the third section the researcher compared between the new media and traditional media.

**In the third Chapter:** the researcher dealt about the media and its relationship to culture. also explained the concept of culture, the role of the social media in the consolidation and exchanging of cultural values. As well as the impact of the new technological media on the society and in culture.

At the end of this section the researcher explained the effect of social media and values on the university students.

**In the fourth chapter:** the researcher discussed The use of social media sites on cultural convergence. The first section dealt with the social media sites Services. And The second section discussed about the motive of using this social media sites among the African university students.

The third section dealt about the impact of using this social media sites on cultural view of the African university students.

**The fifth chapter** - it is a field study, the researchers carry out Descriptive analytical method as it is the most suitable for this research purpose, also the researcher distributed a questionnaire, including five main points of the first data about the students measuring the exposure of students to social media sites, and finally measuring the impact of social media on cultural rapprochement.

بسم الله الرحمن الرحيم



جامعة إفريقيا العالمية  
عمادة الدراسات العليا  
كلية الإعلام



بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في الإعلام تخصص الإذاعة والتلفزيون

بعنوان:

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التقارب الثقافي

(دراسة وصفية تحليلية)

بالتطبيق على مستخدمي الإنترنت من طلاب جامعة إفريقيا العالمية

في الفترة من (يناير 2013 – 2015م)

إشراف : الدكتور/

عباس أبكر أحمد محمد

إعداد : الطالب /

عبد الرحمن شفاء عمر

الخرطوم - السودان

(2015 م)

## استهلال

قَالَ تَعَالَى:

﴿ وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا ﴾

(سورة طه: ١١٤)

## الإهداء

إلى كل من يحمل فكراً أو علماً أو هدفاً سامياً ويعمل من أجله  
إلى كل من يعلم حرفاً ويرشد إلى فضيلة ويهدي إلى قيم  
إلى كل من ينير بفكره وأدبه وفنه دياجين الظلام  
أهدي هذا الجهد المتواضع.

## الشكر والتقدير

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيد المرسلين محمد بن عبد الله، وعلى آله وصحبه أجمعين، أما بعد...

فلا يسعني إلا أن أتوجه بالشكر والتقدير والامتنان إلى جميع من مد لي يد العون والمساعدة وحفزني لإنجاز هذا البحث، وأخص بالذكر الأستاذ الفاضل الدكتور/ عباس أبكر أحمد محمد منسق دراسات العليا في كلية الإعلام والمشرف على هذا البحث، والذي مدني من منابع علمه بالكثير واقتراحات وجيهة وآراء قيمة، حيث لمست فيه حُسن الخُلق وتواضع المربي، وحرص المعلم الفاضل.

كما أتقدم بجزيل الشكر وأشكر إدارة وأساتذة جامعة افريقيا العالمية، وكلية الإعلام، لكل ما قدموه لي من مساعدة ومساندة مكنتني في المضي بخطى ثابتة في مسيرتي العلمية. كما أشكر الأساتذة المختصين الذين عملوا على تقييم وتقويم استمارتي الشكل والمضمون لعينة البحث،

والشكر كله إلى عائلتي التي تحلت بالصبر الجميل ووفرت لي كل الدعم والمساعدة والوسائل المشجعة على الاستمرار، والشكر موصول إلى منظمة الفجر الخيرية الذي قدمت لي الدعم والمساعدة، إلى كل الأصدقاء الذين قدموا المشورة والنصيحة والعون ليرى هذا البحث النور، لهم مني جميعاً كل الشكر والتقدير. وفي النهاية يسرني أن أتقدم بجزيل الشكر إلى كل من مد لي يد العون في مسيرتي العلمية.

## مستخلص البحث

هدف البحث إلقاء الضوء على ظاهرة الاستخدام المواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت وعلاقتها في تحقيق التقارب الثقافي لدى عينة من طلاب جامعة إفريقيا العالمية، وينطلق البحث من سؤال مركزي: هل المواقع التواصل الاجتماعي له دور في تحقيق التقارب الثقافي؟

عينة البحث: وقد بلغت (320) طالباً وطالبة، من جنسيات وثقافات مختلفة وأوضاع اقتصادية مختلفة، واعتمد منهج البحث الوصفي التحليلي.

### والبحث يحتوي خمسة فصول:

**في الفصل الأول:** تناول الباحث ان الإطار المنهجي للبحث، ووضح الباحث في هذا الفصل عن أساسيات البحث المستخدمة.

**وفي الفصل الثاني:** تناول الباحث عن الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي. وتم تفصيل الموضوع في ثلاثة مباحث على وهي: تعريف وطبيعة الإعلام الجديد، وخصائصه، ثم قام الباحث بالمقارنة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي. وكذلك تم عرض عن نشوء الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية، وأخيراً مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي.

**أما في الفصل الثالث:** تناول الباحث عن الإعلام وعلاقته بالثقافة. ووضح الباحث في هذا الفصل مفهوم الثقافة، دور وسائل الإعلام في نقل وترسيخ الثقافة، وكذلك تأثير تقنية الاتصال على الثقافة والمجتمع. وفي المبحث الثالث وضح الباحث عن المتغيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي، تأثير تقنية الاتصال على الثقافة والمجتمع.

**وفي الفصل الرابع -** تناول الباحث استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التقارب الثقافي. وهذا الفصل أيضاً مقسم إلى ثلاثة مباحث. المبحث الأول تناول عن خدمات مواقع التواصل الاجتماعي. والمبحث الثاني تطرق الى دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعة. اما المبحث الثالث تناول عن جانب الانعكاسات الثقافية على طلاب الجامعة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

**الفصل الخامس:** ختم الباحث بالدراسة الميدانية. تناول في المبحث الأول الاجراءات المنهجية. والمبحث الثاني تناول الباحث ان خلفية حول طلاب المجتمع الطلابي بجامعة إفريقيا العالمية. وفي المبحث الثالث ختم الباحث الفصل الأخير بتحليل البيانات ومعلومات الدراسة.

خلصت الدراسة إلى نتيجة توضح مدى تأثير المواقع التواصل الاجتماعية على المستخدمين، وإنه لم يعد بإمكان متصفح الإنترنت الاستغناء عنها، لما توفره من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة ومعلومات ومعارف مفيدة ومتنوعة، ومحادثة (دردشة) مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة والعمل وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو، إضافة إلى أنها مجالاً مفتوحاً لتبادل الآراء والتعليقات على الآراء والردود على تلك التعليقات، وخلق صداقات افتراضية جديدة واستراحة وثقافة وترفيه.

## **Abstract**

This study aims exploring the role of social media on cultural convergence. on a sample of International University of Africa students, those who uses the social media. It gains its importance from its contribution in understanding the nature of social media and Its further effects on cultural and social awareness of university students.

**The research has five chapters.**

**The first chapter:** dealt with the methodological framework of the research. The researcher explained in this chapter about the basics methods of the research that used on.

**In the second chapter:** researcher dealt about the new media which is the social media sites. This chapter divided in to three sections: the first section discussed about the definition and nature of the new social media, in the second section discussed about its properties, at the third section the researcher compared between the new media and traditional media.

**In the third Chapter:** the researcher dealt about the media and its relationship to culture. also explained the concept of culture, the role of the social media in the consolidation and exchanging of cultural values. As well as the impact of the new technological media on the society and in culture.

At the end of this section the researcher explained the effect of social media and values on the university students.

**In the fourth chapter:** the researcher discussed The use of social media sites on cultural convergence. The first section dealt with the social media sites Services. And The second section discussed about the motive of using this social media sites among the African university students.

The third section dealt about the impact of using this social media sites on cultural view of the African university students.

**The fifth chapter** - it is a field study, the researchers carry out Descriptive analytical method as it is the most suitable for this research purpose, also the researcher distributed a questionnaire, including five main points of the first data about the students measuring the exposure of students to social media sites, and finally measuring the impact of social media on cultural rapprochement.

## مقدمة:

برزت في الآونة الأخيرة شبكات التواصل على شبكة الإنترنت وفي الموبايلات الذكية (*smart phones*)، وحظيت بانتشار كبير على الصعيد العالمي، بل وقد بات بعضها من أكثر المواقع زيارة في العالم، حتى إنها أصبحت لا يمكن للإنسان العادي الاستغناء عنها في حياته اليومية، سواء كان في مكانه الأول (البيت) أو في مكانه الثاني (العمل أو المدرسة أو الجامعة)، التواصل عبر الإلكترونيات أصبح من الضروريات لدى المجتمع الحديث خاصة عند طلاب الجامعة ولدى العموم.

مواقع التواصل تمثل عنصراً مهماً للتبادل الثقافي، وكذلك في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم، فالمضمون الذي يتوجّه به عبر رسائل إخبارية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها لا يؤدي بالضرورة إلى إدراك الحقيقة فقط، بل إنه يسهم في تكوين صورة ذهنية لدى المتلقي.

وتعرف شبكات التواصل بأنها خدمات يتم إنشاؤها وبرمجتها من قبل شركات كبرى لجمع أكبر عدد من المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، وللبحث عن تكوين الصداقات والبحث عن الاهتمامات والأنشطة لدى أشخاص آخرين يتشاركون معهم عبر الاشتراكات الفكرية أو غيرها، وتوفر هذه الخدمات ميزات مثل المحادثة الفورية، والتراسل العام، والخاص، ومشاركة الوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو وملفات، وقد استقطبت هذه الخدمات ملايين المستخدمين من شتى بلاد العالم.

وتعتبر شبكات التواصل مثل فيس بوك (*Facebook*) وتويتز (*Twitter*) وجوجل+ (*Google+*)، ويوتيوب (*YouTube*)، وماي سبيس (*My Space*) وهاي فايف (*5Hi*)، وواتساب

(WhatsApp)، سكيبي (Skype) وغيرها ... من أشهر المواقع التي تقدم خدمات اتصالية للمستخدمين.

وتتشارك الشبكات الاجتماعية في خصائص أساسية بينما تتميز بعضها عن الأخرى بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها. الأصدقاء/ العلاقات (Friend Connections) وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، الشبكات الاجتماعية تُطلق مسمى "صديق" على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقائك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال أو علاقة" على هذا الشخص المضاف لقائمتك. مواقع التواصل بكل أنواعها التي غزت حياتنا ترى ما مدى تأثيرها على حياتنا الاجتماعية؟ هل حققت ما ترنو إليه من تعزيز أوصال الترابط والثقافي؟ هل ربطت في التواصل بين الشرق والغرب؟ هل قضت على البعد المسافة؟ وقد جعل الباحث من هذه التساؤلات مدخلاً للبحث.

## مشكلة البحث:

فمشكلة هذا البحث تتمحور حول الدراسة عن حال طلاب جامعة إفريقيا العالمية مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي، ومن ثم تبادل الثقافات بينهم، لأنه قد يلاحظ عدم استفادة الطلاب من مواقع التواصل على الوجه المطلوب.

## سبب اختيار الموضوع:

مواقع التواصل "الفيس بوك" والواتساب " وتويتر " وكذلك اليوتيوب "تعتبر هي الأكثر شيوعاً بين الناس، وأصبح لها شهرة واسعة من خلال تعاملاتهم، خاصة لدى شباب الجامعات، فعبر هذه المواقع يتم التعرف على بعضهم البعض، والتواصل فيما بينهم، ويتمكنون من معرفة آخر الأخبار، وكل المستجدات أولاً بأول، فقد زاد انتشارها بشكل كبير، وخاصة بين الشباب، فمن ذلك الانتشار ما هو إيجابي، وما هو سلبي، من هنا جاء سبب اختيار هذا الموضوع.

## أهمية البحث:

1. مواقع التواصل إذا وظفت توظيفاً أمثل تسهم في إعلاء قيم المعرفة والنقد والمراجعة والحوار دينياً، وثقافياً، واجتماعياً.
2. تعد مواقع التواصل وسيلة هامة بين الطلاب والمتقنين وصناع القرار مما يتيح فرصة تبادل الآراء والعادات والتقاليد المختلفة.
3. تعد مواقع التواصل إعلاماً بديلاً، ويقصد بها "المواقع التي يمارس فيها النقد، وتولد فيها أفكارٌ وأساليبٌ لها أهميتها، وأيضاً طرفاً جديداً للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع، وربما الأكثر الأهمية، يشير إلى أن البديل يتناول الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية

والسياسية والاقتصادية والتوترات بين السيطرة والحرية، بين العمل والبطالة، بين الحكام والمعارضة، ومن ثم يتفاهم البديل إلى أن يصبح نمطاً للاتصال الجماهيري" [1].

### أهداف البحث:

1. التعرف على الأسباب التي تدفع الطلاب على الاشتراك في مواقع التواصل.
2. التعرف على مدى تأثير هذه المواقع في ثقافة الأفراد واتجاهاتهم.
3. التعرف على مدى مشاركة طلاب جامعة إفريقيا واستخدامهم لمواقع التواصل.
4. التعرف على أسباب عدم استخدام طلاب جامعة إفريقيا لمواقع التواصل.
5. التعرف على أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلاب جامعة إفريقيا داخل وخارج حرم الجامعة.
6. التعرف على الزمن الذي يقضيه طلاب جامعة إفريقيا في استخدام هذه المواقع.
7. التعرف على الأساليب التي يقدم فيها طلاب جامعة إفريقيا أنفسهم للآخرين، خلال مشاركتهم بهذه المواقع، وذلك من حيث تقديم أنفسهم باسم صريح أو مستعار، وعرض صورهم الشخصية من عدمها.
8. التعرف على الطرق التي يساهم بها طلاب جامعة إفريقيا في موضوعات ثقافية من خلال مواقع التواصل.
9. التعرف على إمكانية الاعتماد على مواقع التواصل في نشر وتبادل الآراء تجاه موضوعات تحقيق التقارب الثقافي.

---

1. مجموعة مؤلفين، التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية، الطبعة الأولى، (بيروت: مؤسسة الفكر العربي، 2008م) ص72-

## أسئلة البحث:

1. هل لمواقع التواصل دور في التقارب الثقافي؟
2. ما هي معوقات الاستفادة من مواقع التواصل؟
3. ماهي دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلاب جامعة إفريقيا العالمية؟
4. ماهي أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلاب جامعة إفريقيا العالمية؟
5. هل طلاب جامعة إفريقيا العالمية ينشرون ثقافتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
6. كيف يمكن أن تهيئ فرص للتقارب الثقافي في المجال.
7. هل هناك ميول لمواقع محددة دون غيرها في نشر الثقافة.

## منهج البحث:

يتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي، لأنه أكثر شيوعاً وفائدة في مثل هذه البحوث التي تعتمد على جمع المعلومات والبيانات المطلوبة، ومن ثم تبويبها وتحليلها وتفسيرها، استناداً إلى أهداف البحث وفرضياتها<sup>[1]</sup>. ولذلك اعتمد الباحث "الاستبانة" أداة لجمع آراء أفراد العينة حول استخدام مواقع التواصل في تحقيق التقارب الثقافي، وحول تأثيراتها على الشباب ومواقفهم منها.

---

<sup>1</sup>. سمير محمد حسين، بحوث الاعلام، الطبعة الثالثة، (القاهرة: عالم الكتب، 1999م) ص 131.

## الدراسات السابقة:

هناك عدة دراسات تطرقت لأثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وخرجت بنتائج مهمة تفيد أغراض البحث الحالي، يلي عرض موجز لبعض الدراسات السابقة التي تناولت موضوع هذا البحث:

## الدراسة الأولى:

( استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي) [1]

## أهم أهداف الدراسة:

وتهدف هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

1. إفساح المجال لاهتمام متزايد بموضوع استخدام الإنترنت، ودراسة آثاره المختلفة على المجتمع، من خلال طرح هذا الموضوع أمام الباحثين ومتخذي القرار للسياسات الاجتماعية، حيث يؤمل أن يلقي مزيداً من الاهتمام والدراسات الميدانية في جوانب مختلفة منه.
2. تحليل واقع ظاهرة استخدام الإنترنت، من حيث إبراز التأثيرات الاجتماعية المترتبة عن استخدامه على فئة الشباب الجامعي من وجهة نظر المبحوثين، وبأسلوب الدراسة الميدانية.
3. الكشف عن الخصائص العامة لسلوك مستخدمي الإنترنت، وتأثيراته على علاقاتهم الاجتماعية، من حيث معرفة مدى إقبال الشباب الجامعي على استخدام الإنترنت، وأوقات وعدد ساعات الاستخدام، ومواضيع البرامج، ومجالات المواقع، والتطبيقات الأكثر استخداماً.
4. التعرف على أهم الفروق الإحصائية في أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية، حسب بعض الخصائص النوعية لأفراد عينة الدراسة.

---

1- فايز المجالي، ((استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي))، رسالة ماجستير، (الأردن: جامعة مؤتة 2006 م).

5. الاستفادة من نتائج هذه الدراسة، وفتح الطريق أمام إجراء دراسات أخرى في بيئات مشابهة للبيئة الأردنية.

### أهم النتائج الدراسة:

1. تزداد في حالة استخدام الطالب للإنترنت بمفرده، في حين يتناقص هذا الأثر في حال قضاء الطلبة وقتهم أمام الإنترنت بمشاركة الآخرين.
2. وكذلك تبين أنه كلما زاد عدد ساعات استخدام الإنترنت ارتفع أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية.
3. وأظهرت نتائج الدراسة أن لاستخدام الإنترنت أثراً كبيراً على العلاقات الاجتماعية لدى الذكور منه على الإناث.
4. كما بينت الدراسة أنه كلما ارتفع المستوى الدراسي لدى الطلبة انخفض أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية، وكذلك الحال بالنسبة للتوزيع العمري، حيث إنه كلما ازداد العمر انخفض أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية.
5. إن هذه التكنولوجيا المادية قد أضافت إيجابيات كثيرة كان لها انعكاساتها المعنوية في الجوانب الاجتماعية والثقافية على مستوى الفرد والأسرة والمجتمع.

**المنهج المستخدم: منهج المسح.**

**علاقة الدراسة بموضوع البحث:**

تناولت هذه الدراسة استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية، وكذلك يتناول البحث الحالي مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التقارب الثقافي، وهذا ما يربط البحث بهذه الدراسة، كما أن هنالك علاقة بين الباحثين من حيث المبحوثين، وهم طلاب الجامعة.

**الدراسة الثانية:**

## ( تأثير شبكات التواصل على جمهور المتلقين )<sup>[1]</sup>

سعى هذا البحث إلى دراسة مواقع التواصل والمقارنة بين هذه المواقع الإلكترونية، ومدى تأثيرها على المتلقين، انطلقت هذه الدراسة إلى مقارنة مواقع التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية "العربية نموذجاً".

### أهم أهداف الدراسة:

1. الكشف عن شكل المواقع الاجتماعية "الفييس بوك نموذجاً" الخاص بقناة العربية.
2. المقارنة بين شكل الموقع (الفييس بوك) وبين شكل الموقع الإلكتروني (العربية. نت) لقناة العربية.
3. الكشف عن مضمون المواقع الإلكترونية "العربية. نت نموذجاً".
4. المقارنة بين مضمون الموقع الإلكتروني (العربية. نت) وبين مضمون الموقع (الفييس بوك) لقناة العربية.

### أهم النتائج الدراسة:

خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. تبين من خلال الدراسة مكانة وأهمية الإعلام الجديد أو البديل مقارنة بالإعلام القديم، والدور المتميز الذي تلعبه المواقع الاجتماعية كوسيلة إعلامية متطورة.

---

1- محمد المنصور، ((تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين))، رسالة ماجستير، (الأكاديمية العربية في الدانمارك، 2012).

2. خلصت الدراسة إلى نتيجة توضح مدى تأثير شبكات التواصل على جمهور المتلقين، وإنه لم يعد بإمكان متصفح الإنترنت الاستغناء عنها، لما توفره من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة ومعلومات ومعارف مفيدة ومتنوعة.
3. يقدم موقعا العربية الإلكتروني، مادة إخبارية متنوعة (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، رياضية) وغيرها، تجعلهما من المواقع التي تحظى بالقبول والرضى من شرائح متعددة في المجتمعات العربية.
4. وأتاح موقع العربية وموقع الفيس بوك فرصة الاطلاع على آخر الأخبار المتنوعة، ومجريات الأمور المتعددة، وتطورات الأحداث السريعة على الساحتين العربية والعالمية بالنص والصوت والصورة.
5. يحسب موقعا العربية الإلكتروني وأنها أفسحا في المجال لإبداء الآراء المتعددة في القضايا المختلفة، والتعليق على تلك الآراء التي تجاوزت في بعض الأحيان حدود اللياقة والأدب، ووصلت إلى القدر والذم والشتيمة دون حاسب أو رقيب.

**المنهج المستخدم: المنهج الوصفي.**

**علاقة الدراسة بموضوع البحث:**

هناك علاقة مباشرة بين هذه الدراسة وبين البحث، حيث إن كليهما قاما بدراسة حول الإعلام الجديد، ومدى تأثيره على المستخدمين، وهذه الدراسة أخذت موقع الفيس بوك كنموذج من مواقع التواصل الاجتماعي، وأما البحث فلم ينحصر على الفيس بوك فقط، بل تطرق إلى شبكات التواصل الاجتماعي المشهورة، مثل الفيس بوك، واليوتيوب، وتويتر... وغير ذلك.

والمنهج المتبع في هذه الدراسة هو نفس المنهج المستخدم في البحث ألا وهو المنهج الوصفي. وقد أجرت الدراسة المقارنة بين موقعي الإلكترونية "العربية دوت نيت"، وصفحة الفيس بوك العربية، شكلاً ومضموناً، بينما البحث الحالي لم يتبع طريقة المقارنة.

### الدراسة الثالثة:

#### (دور شبكات التواصل في تحقيق احتياجات الشباب الأردني) [1]

#### أهم أهداف الدراسة:

1. هدفت هذه الدراسة إلى تفسير طريقة استخدام الأفراد لوسائل الإعلام بوصفها مصدراً مهماً وحيوياً لإشباع حاجاتهم، ومتطلباتهم.
2. كذلك هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل التي تعد جزء من الإعلام الجديد، في تحقيق احتياجات، ودوافع، وإشباع حاجات الشباب، باستخدام هذه المواقع التواصلية.
3. أيضاً حاولت هذه الدراسة استكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي والتفاعل والحضور الافتراضي لدى مستخدمي هذه المواقع الاجتماعية.

#### أهم نتائج الدراسة:

1. ارتفاع نسبة استخدام شبكات التواصل لدى الشباب الأردني بنسبة 93.7%.
2. احتلال الفيس بوك المرتبة الأولى في استخدام شبكات التواصل بنسبة 72.4% لدى أفراد العينة مقارنة مع الشبكات الأخرى.

---

1. منصور رشيد منصور، ((دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني))، رسالة ماجستير، (الأردن، جامعة اليرموك 2012).

3. حظي الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي بالمرتبة الأولى بنسبة عامة 50.0%

4. يستخدم الشباب شبكات التواصل الاجتماعي من ساعة الى ساعتين يومياً بنسبة عامة 38.1%.

5. ان الاتجاه العام لاستخدام شبكات التواصل لدى الشباب هو المنزل، إذ تستخدم فيه الشبكات بنسبة عامة 86.4%.

6. هناك خمس حاجات/ إشباعات يحققها الشباب الجامعي الأردني من استخدام شبكات التواصل، وهذه الحاجات مرتبة حسب أولويات استخدامها وهي:

أ. حاجات معرفية / معلومات.

ب. حاجات وجدانية/ سيكولوجية.

ج. حاجات شخصية/ براغماتية.

د. حاجات اجتماعية / تواصل.

هـ. حاجات الهروب من الواقع/ملء الفراغ.

**المنهج المستخدم:** اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي.

**علاقة الدراسة بموضوع البحث:**

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى استخدام الشباب الأردني شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجاتهم، كما هو هدف البحث الحالي إلى معرفة تأثير هذه المواقع في تحقيق التقارب الثقافي بين طلاب جامعة إفريقيا العالمية.

هذه الدراسة أجرت تطرقت إلى معرفة مدى تلبية شبكات التواصل الاجتماعي حول احتياجات الشباب الأردني، وأما البحث قد تطرق إلى مدى تحقيق التقارب الثقافي باستخدام هذه

المواقع الاجتماعية، اعتمدت هذه الدراسة المنهج الوصفي، كما هو حال منهج المتبع في هذا البحث.

#### الدراسة الرابعة:

( الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية )<sup>[1]</sup>

أهم أهداف الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى:

1. التعرف على الإطار الأيديولوجي الذي تعبر عنه كل قناة في تناولها للشأن الثقافي، ومحاولة تشخيص عناصر التشابه والاختلاف بين القنوات الفضائية العربية في تناولها للبرامج الثقافية، آخذين بنظر الاعتبار التفاوت والاختلاف الثقافي، والاقتصادي لتلك الفضائيات.
2. التعرف على طبيعة مضامين وأشكال وأساليب البرامج الثقافية التلفازية، من ناحية الإعداد، والإخراج، والتقديم، والتلقي.
3. التعرف على حجم الاهتمام الممنوح للبرامج الثقافية، من خلال دراسة نسبة الفترة الزمنية المخصصة فعلياً للبرامج الثقافية، ودراسة مضامين لنماذج بعض تلك البرامج.
4. في ضوء المعطيات التي يوفرها البحث، سعى الباحث إلى تقديم استنتاجاته وتوصياته بخصوص المادة المبحوث للإفادة منها في هذا الحقل.

#### المنهج المستخدم: المنهج المسحي.

---

1. محمد كحط عبيد الربيعي، ((الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية، المضامين والأشكال والتلقي))، رسالة ماجستير، (الأكاديمية العربية في الدانمارك، 2012).

## علاقة الدراسة بالبحث:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور القنوات الفضائية العربية في نشر الثقافة من خلال برامجها التلفزيونية، وكذلك البحث الحالي يبحث عن تحقيق التقارب الثقافي باستخدام مواقع التواصل الاجتماعية. وكذلك بينت الدراسة السابقة علاقة الإعلام بالثقافة، وهذا البحث أيضاً تطرق إلى معرفة علاقة الثقافة بالإعلام الجديد.

أظهرت هذه الدراسة دور وسائل الإعلام التقليدية التلفزيون نمودجا، في نشر البرامج الثقافية والاجتماعية. أما البحث الحالي تطرق إلى إبراز مكانة الثقافة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعية.

## أهم نتائج الدراسة:

1. أصبح التلفزيون أحد المكونات الثقافية بل ويتحكم في انتقاء مضامينها، ولذلك هنالك سمات إيجابية إذا أحسن استثماره، وسلبية إن تم تقديم ثقافة سطحية وهابطة لا ترتقي بالمتلقين إلى آفاق مشرقة.
2. لا يوجد مشروع ثقافي عربي واقعي وحقيقي، رغم أن جهوداً بذلت ومؤتمرات عدة عقدت، لكنها لا زالت تدور في فلك الأطر البيروقراطية والمؤسسات الغير ثابتة والتي تتغير وفق أجندات سياسية وإدارية.
3. أن القنوات الفضائية العربية أصبحت اليوم مصدراً مهماً للاتصال وللثقافة وللتكوين والإعداد الجماهيري لما تملكه من مزايا.
4. أن بعض القنوات الفضائية العربية رغم كل السلبيات حققت نجاحاً في بعض برامجها من ناحية ما تقدمه من مضمون وأشكال تتناول مختلف الثقافات والأيدولوجيات.

5. تسعى بعض القنوات الفضائية إلى تلبية احتياجات الثقافة الاجتماعية المعاصرة، وتحاول أن تتفاعل بشكل نشط مع التكنولوجيا الحديثة ومع مختلف جوانب الوعي الإنساني كالقيم والمعايير الثقافية.

### علاقة الدراسات السابقة بموضوع البحث:

أشارت الدراسة السابقة إلى:

1. نجاح الإعلام الجديد في إحداث تغير اجتماعي وسياسي وثقافي في الدول العربية. وكذلك هذه الشبكات الاجتماعية شبكات عالمية للتواصل بين أجهزة متعددة في نظام عالمي لنقل المعلومات.

2. أثبتت نتائج الدراسات السابقة أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت محطات حشد للمشاركة في الحراك السياسي، وأنها لعبت دوراً كبيراً في الثورات العربية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

3. تتميز الشبكات الاجتماعية بأنها عالمية خارج حدود الزمان والمكان، وأن المشرف عليها شركات ومؤسسات لا حكومة أو أفراد معينين بمعنى أنه لا توجد رقابة على هذه الشبكات.

4. مكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في خدمات التواصل الشخصي أو التعليمي، أو الحكومي والدعوي والإخباري. وكذلك بينت الدراسة السابقة وجود سلبيات الشبكات الاجتماعية مثل بث الأفكار الهدامة، وعرض المواد الفاضحة، وهتك الحقوق الخاصة والعامة، وما يحصل فيها من الابتزاز والغش والسرقة.

وكما هو معلوم فإن هذه الجامعة تحتضن الطلاب الوافدين من أرجاء العالم، بثقافتهم المختلفة مما يجعل المجال رحباً للبحث والدراسة، لذا جاءت هذه الدراسة تكملة لهذا الفراغ، وعلى أمل أن تكون فاتحة باب لدراسة الموضوع.

## تحديد المفاهيم والمصطلحات

### 1. التواصل:

**التواصل لغة:** "من الاقتران والاتصال، والصلة، والالتئام، والجمع، والإبلاغ، والإعلام، وأصل كلمة التواصل في اللغة الأجنبية، تعني إقامة علاقة تراسل، والترابط، وإرسال، وتبادل، وإخبار، وإعلام، نستنتج مما سبق أن هناك تشابها في الدلالة والمعنى .

**التواصل اصطلاحا :** مواقع الويب هو مجموعة صفحات ويب مرتبطة ببعضها البعض ومخزنة على نفس الخادم، يمكن زيارة مواقع الويب عبر الإنترنت بفضل خدمة الويب، ومن خلال برنامج حاسوبي يدعى متصفح الويب، ويمكن عرض المواقع بواسطة الهواتف النقالة (الذكية *smart phones*) عبر تقنية الواب (*WAP*) مواقع الويب موجودة فيما يسمى بمزودات الويب". [1] .

### 2. لاجتماع: (social)

الاجتماع ضد الانفراد، والاجتماع تقارب أجسام بعضها من بعض [2]، وأصل الكلمة من (جَمَعَ)، والجيم والميم والعين أصل واحد، يدل على تضام الشيء [3] واجتماعه، والعلاقات الاجتماعية ضد الفردية [4]، ومنه صلاة الجماعة كما في الحديث النبوي (صلاة الجماعة تعدل خمسا وعشرين من صلاة الفذ) [5].

1 . <http://ar.wikipedia.org/wiki/>

2. علي بن محمد الجرجاني: التعريفات، ط 1 (بيروت: دار الكتاب العربي 1415 هـ) ص 26.

3 . أحمد بن فارس بن زكريا، معجم مقاييس اللغة، ط 1 (عمان، دارالفكر، 1399 هـ) ص 426.

4. سميحة محمد علي: (إدراك الأطفال لشبكة علاقاتهم الاجتماعية) رسالة ماجستير (عين شمس، 1996)، ص 17.

5. أخرجه مسلم: كتاب المساجد، باب فضل صلاة الجماعة والتشديد في التخلف عنها، حديث رقم (1507).

### 3. الشبكات الاجتماعية (Social Network):

مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية (World Wide Web)، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة، في نظام عالمي لنقل المعلومات. وجاء تعريف الشبكات الاجتماعية (social networking service) في قاموس (ODLIS): "هي خدمة الإلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين".<sup>[1]</sup>

### 4. الثقافة

فإنه يمكن استخدام كلمة "ثقافة" في التعبير عن أحد المعاني الثلاثة الأساسية التالية<sup>[2]</sup>:

- نمط متكامل من المعرفة البشرية، والاعتقاد، والسلوك الذي يعتمد على القدرة على التفكير الرمزي والتعلم الاجتماعي.
- التدوق المتميز للفنون الجميلة والعلوم الإنسانية، وهو ما يعرف أيضا بالثقافة عالية المستوى.
- مجموعة من الاتجاهات المشتركة، والقيم، والأهداف، والممارسات التي تميز مؤسسة أو منظمة أو جماعة ما.

---

<http://www.abc-clio.com/ODLIS/searchODLIS.aspx>.1

<http://ar.wikipedia.org/wiki/> .2

## تحديد الإطار الزمني للبحث: من (2013 - 2015 م)

من خلال تجربة الباحث ونظراً للإقبال المتزايد من قبل طلاب جامعة إفريقيا العالمية على الإنترنت لتلقي المعلومات، وكون الباحث طالباً في هذه الجامعة، لاحظ ظاهرة استخدام الإنترنت لأغراض مختلفة، من أجهزة لا بتوب، والموبايلات الذكية (*smart phones*)، أن أغلبية الطلاب يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعية، الفيس بوك واليوتيوب، وتويتر في نشاطاتهم اليومية، للتواصل مع أصدقائهم وذويهم، لم يقتصر هذا التواصل بين الطلاب الموجودين داخل حرم الجامعة، بل يتوسع جغرافياً إلى دول مختلفة، بحثاً عن الطلاب الذين تخرجوا ورعوا إلى أوطانهم. ولذا اختار الباحث هذه الفترة الزمنية بسبب تزايد مستخدمي الإنترنت خاصة شبكات التواصل.

## تحديد الإطار المكاني للبحث:

جمهورية السودان، ولاية الخرطوم، جامعة إفريقيا العالمية. اختار الباحث هذا المكان كما هو معلوم فإن هذه الجامعة تحتضن الطلاب الوافدين من أرجاء العالم، بثقافتهم المختلفة مما يجعل المجال رحباً للبحث والدراسة.

## الفصل الثاني

المبحث الأول - تعريف وطبيعة الإعلام الجديد

## تعريف الإعلام الجديد.

فإن مصطلح الإعلام الجديد مصطلح واسع النطاق في الدراسات الإعلامية، والذي ظهر في الجزء الأخير من القرن العشرين، وأصبح من خلاله إمكانية الوصول إلى المحتوى في أي وقت وفي أي مكان، وعلى أي جهاز رقمي، فضلاً عن ردود الفعل المتاحة للمستخدم من التواصل التفاعلي والمشاركة الخلاقة، وتشكيل المجتمع حول محتوى وسائل الإعلام، بالإضافة رقمته المحتوى على النقيض من الإعلام التقليدي.

ويشمل مصطلح الإعلام الجديد " كل الوسائل الإعلامية المرتبطة مع شبكة الإنترنت، والمواقع، والوسائط المتعددة للحاسب الآلي، وألعاب الكمبيوتر والأقراص المدمجة، وبرغم كونها لا تشمل البرامج التلفزيونية، والأفلام الروائية، المجلات، الكتب، أو المطبوعات الورقية، إلا أنها تدخل في نطاقها إذا احتوت على التكنولوجيات الرقمية التي تتيح التفاعل" [1].

وقد استطاعت وسائل الإعلام الجديدة أن تخلق إعلاماً مختلفاً عن الإعلام التقليدي في الطرح والتفاعل وسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة، واتضحت أهميتها أكثر مع الظروف الطارئة والأحداث العالمية لما لها من قدرة التفاعل مع الأحداث على مدار الساعة، ونقل الحدث أولاً بأول، ومن مكان حدوثه عبر سرعة انتشار مذهلة، لا يستطيع الإعلام التقليدي مجاراتها بأي حال من الأحوال وتحت أي ظرف من الظروف، فضلاً عن يسر استخدامها عبر الحاسوب.

الإعلام الجديد (*New Media*) أو الإعلام الرقمي (*Digital Media*) هو مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل

---

<sup>1</sup> Lev, **New Media From Borges to HTML**, the New Media Reader. 2nd ed. Manovich p13-25. (Cambridge, Massachusetts, 2003).

المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين كائناً من كانوا وأينما كانوا.

أن مصطلح الإعلام الجديد ليس جديداً للغاية، وليس وليد اللحظة، فكما أشار دينس مكويل مصطلح (الإعلام الجديد) كان يطلق منذ الستينات الميلادية على عدد من التقنيات الاتصالية الجديدة في ذلك الوقت مثل الأقمار الصناعية وتلفزيون الكيبل، وكان المصطلح يتسع مع ظهور تقنيات جديدة ليشمل ما يستجد من وسائل اتصال الحديثة [1].

تعريف مجلة بي سي للإعلام الجديد بأنه: " أشكال التواصل في العالم الرقمي والتي تضمن النشر على الأقراص المدمجة وأقراص دي دي (Dvd) وبشكل أكثر أهمية على شبكة الإنترنت " [2]. من ناحية أخرى موسوعة ويبو بيديا (Webopidia) تعرف الإعلام الجديد بأنه: "مصطلح يضم أشكال التواصل الإلكتروني المختلفة والتي أصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحاسب الآلي. وبالنظر إلى علاقة هذا المصطلح بوسائل الإعلام القديم مثل الصحف المطبوعة والمجلات والتي تتسم بسكون نصوصها ورسوماتها، فإن وسائل الإعلام الجديد تشتمل على: المواقع على الشبكة العنكبوتية، النقل المتدفق للصوت والفيديو، غرف الدردشة، البريد الإلكتروني، مجتمعات الإنترنت، إعلانات الإنترنت، أقراص السي دي والدي في دي، الواقع الافتراضي، دمج البيانات الرقمية مع الهاتف، والكاميرات الرقمية والهواتف الجواله" [3].

---

1. Denys Maquail, **Social Media: A critical Introduction**, 4<sup>th</sup>.ed (losangeles 2010) P:39

2. [www.pcmag.com](http://www.pcmag.com)

3. [www.webopedia.com](http://www.webopedia.com)

وقد كتب فهد بن ناصر العبود في جريدة صحيفة الرياض تعريف الإعلام الجديد " هو إعلام ديناميكي تفاعلي يجمع بين النص والصوت والصورة في ملف واحد، وتلعب فيه التقنية دوراً مهماً في إضفاء التفاعلية على هذا النوع من الإعلام، حيث أصبح بإمكان المستفيد التفاعل مع الطرح الإعلامي وقراءته والتعليق عليه، وهو ما يجعلنا نصف الصحف الإلكترونية كأحدى أدوات الإعلام الجديد، لأنها تتيح للقارئ التفاعل مع النص وطرح آراء كثيرة ومتعددة حوله والخروج بمجموعة من الرؤى والأفكار، حول الموضوع الواحد مما يثري الحوار والنقاش حول مواضيع الصحف الإلكترونية وتفاعل القراء معها " [1].

يرى بعض الباحثين أولاً بعدم وجود إجابة وافية وقاطعة عن السؤال: ما هو الإعلام الجديد؟ وبينون اجاباتهم على أن هذا الإعلام هو في مرحلة نشوء. ويقولون بأن الإعلام الجديد هو مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكتروني، أصبح ممكناً باستخدام الكمبيوتر كمقابل للإعلام القديم التي تشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات والتلفزيون والراديو وغيرها من الوسائل القديم، ويتميز الإعلام الجديد عن القديم بخاصية الحوار بين الطرفين، صاحب الرسالة ومستقبلها، ومع ذلك فإن التواصل بين الإعلام الجديد والقديم مازال مستمر، لأن القديم نفسه أعيد تكوينه وتحسينه ومراجعتة ليلتقي مع الجديد في بعض جوانبه.

من خلال مجموعة التعريفات المختلفة يبدو للباحث استحالة وضع تعريف شامل عن الإعلام الجديد، لعدة أسباب، تبدأ بأن هذا الإعلام هو في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل والتطبيقات والخصائص التي لم تتبلور بشكل كامل وواضح، فهي ما زالت في حالة تطور سريع، وما يبدو اليوم جديداً يصبح قديماً في اليوم التالي. وإذا ما أردنا وضع تعريف

---

<sup>1</sup>. فهد بن ناصر العبود، صحيفة الرياض، المملكة العربية السعودية، 2010/6/26م

للإعلام الجديد بناءً على الوسائل الجديدة فهي بالتأكيد ستكون قديمة بمجرد ظهور مبتكرات جديدة، وهذا مدعاة لصعوبة وضع تعريف صارم من هذا المدخل تحديداً بينما يختلف الوضع إذا تم وضع تعريف بناءً على مجموعة الخصائص التي تميز الإعلام الجديد فهناك شبه اتفاق على جملة خصائص يتصف بها هذا الإعلام.

ولكن يمكن أن نلخص من جملة التعريفات الأولية إلى شبه اتفاق، بأن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، خاصةً فيما يتعلق بحالات الفردية (*Individuality*) والتخصيص (*Customization*)، وهما تأتیان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية. فإذا ما كان الإعلام الجماهيري والإعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسم إعلام القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي والفردى هو إعلام القرن الجديد.

كما هو المعلوم أن الإعلام الجديد يعتمد على الإنترنت، ربما نجد بعض تطبيقاته بعيدة كلياً عن المبادئ التي تقوم عليه تكنولوجيا الإنترنت، فالإعلام الجديد يستبطن عدداً من التكنولوجيات الاتصالية التي ظهرت بعد أول تطبيق للنشر الإلكتروني من نص وصور والصوت عبر الإنترنت.

ونخلص في المبحث القادم على مجموعة من الخصائص والمميزات التي يتمتع بها الإعلام الجديد عما سبقه. وهي تتمثل في دمج الوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد على منصة الكومبيوتر وشبكاته، وما ينتج عن ذلك الاندماج من تغيير انقلاي للنموذج الاتصال الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، بطريقة واسعة الاتجاهات، وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصال التقليدي. فضلاً عما يبينه هذا

الإعلام للتكنولوجيا الرقمية وحالات التفاعلية والتشعبية وتطبيقات الواقع الافتراضي وتعددية الوسائط، وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية.

### خصائص الإعلام الجديد

حاول بعض الباحثين تحديد خصائص وطبيعة وسائل الإعلام الجديد. ولكن سرعان ما اتضح لهؤلاء الباحثين أن وسائل الإعلام الجديد ليس لها خاصية واحدة أساسية يمكن الحديث عنها وتفسير آثارها المحتملة. وأكد كورتروب [1] أن وسائل الإعلام الرقمي الجديدة *Digital (media)* لها خصائص كثيرة ومتغيرة ومتطورة باستمرار، وليست خصائص قليلة ومحدودة وثابتة، كما هو الحال في وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية. والتنوع الكبير في خصائص الإعلام الجديد، وسرعة تغير وتطور هذه الخصائص، يجعل من الصعب تحليلها ووضع تصورات نظرية عميقة لها. ومع ذلك، وفي الوقت الحالي يمكن حصر أهم خصائص وسائل الإعلام الجديد من منظورتين وهما:

أ. خصائص الإعلام الجديد من منظور نظرية الوسيلة.

ب. خصائص الإعلام الجديد من وجهة نظر الجمهور المستخدم.

أولاً : خصائص الإعلام الجديد من وجهة نظر الوسيلة [2]:

لها خمسة جوانب هي كالتالي:

1. وسائل الإعلام الجديدة هي وسائل اتصال شخصي (*interpersonal media*) وهذه تشمل

البريد الإلكتروني (*e-mail*) الذي يستخدم في الأغراض العامة والخاصة، والشخصية

---

1. Quortrup L, **Understanding new digital media: medium theory or complexity theory**, (*European Journal of Communication*, 2006), p: 345-346.

2. Denys Maquail· *McQuail's Mass Communication Theory*, 6th.ed, (Los Angeles: 2010) p: 143-144.

والجماهيرية، والهواتف الذكية (*smart phones*) وهو يكتسب خصائص تفاعلية غنية متزايدة باستمرار. وفقاً لهذه الخاصية الشخصية، يمكن القول بأن المحتوى الذي يتم ترأسله هو في الغالب غير مستقر وغير ثابت، أي يغلب عليه الغرض الآني المؤقت. بالإضافة إلى ذلك فإن خاصية الاتصال الشخصي تؤدي إلى تعزيز علاقات اجتماعية قائمة فعلاً، أو تشكيل علاقات اجتماعية جديدة. ومن الملاحظ أن تشكيل العلاقة وتعزيزها عبر الإعلام الجديد أحياناً تكون أهم من محتوى الرسائل التي يتم تداولها أو التعبير عنها.

2. وسيلة بحث عن المعلومات (*information search media*) وهي من أهم خصائص الإنترنت والإعلام الجديد، حيث أن الإنترنت بمواقعها المختلفة وشبكاتنا الاجتماعية تعد مخزناً كبيراً للمعلومات، ومصدراً للمعرفة لم يسبق له مثيل في التاريخ البشري من حيث ضخامة حجمه، من ناحية، وسهولة وسرعة الوصول إليه، من ناحية أخرى. وتقوم هذه العملية على وجود محركات بحث تساعد على العثور على المعلومات المطلوبة في جميع مواقع الإنترنت أو أجزاء منها مثل مواقع الشبكات الاجتماعية. ويزيد من قيمة هذه المحركات بالنسبة للمستخدم توفرها على الهواتف النقالة بحيث تصبح المعلومة بين يديه في أي مكان وأي زمان يرغبه.

3. وسيلة مشاركة جماعية (*collective participatory medium*) هذه الخاصية كانت موجودة في الإنترنت منذ بدايتها، ولكنها كانت تستخدم على نطاق محدود، ثم تطورت بشكل كبير في السنوات الأخيرة مع تطور تقنيات الشبكة العنكبوتية التي يطلق عليها أحياناً اسم الجيل الثاني من الإنترنت (*web 2 Generation*) ومن ثم ظهور شبكات التواصل الاجتماعي (*social networks*) والإعلام الاجتماعي (*social media*).

4. وسيلة لعب تفاعلي (*interactive play medium*) هذه الخاصية في ازدياد وتقوم على المشاركة في ألعاب الفيديو وألعاب الكمبيوتر المختلفة وأجهزة الواقع الافتراضي (*virtual*)

(*reality*). وما يميز هذه الخاصية هو التفاعل (*interactivity*) بين المشاركين، وأنها تركز على الاستمتاع عن طريق عملية المشاركة والأداء، أكثر من إشباع المحتوى.

5. خاصية الاستبدال أو الإحلال للوسائل الأخرى (*substitution*)، فمن الملاحظ أن الجمهور كثيراً ما يستبدل قراءة الصحف الورقية بتصفح مواقع الأخبار على الإنترنت. وكذلك تقدم الإنترنت بديلاً عن الإذاعة والتلفزيون في تقديم البرامج المسموعة والإذاعات الخاصة بالإنترنت وتنزيل الملفات الصوتية. وتقدم طرق مختلفة لعرض الأفلام ومقاطع الفيديو بأشكال عديدة، من أشهرها موقع يوتيوب (*YouTube*) للمشاركة بمقاطع الفيديو.

مما سبق يتضح أن الإعلام الجديد ليس له خاصية واحدة، أو خصائص محدودة. ولذلك من الصعب إطلاق وصف دقيق وشامل على الإعلام الجديد كوسيلة أو أداة اتصال، حيث أنها تجمع عدة وسائل ووظائف في وسيلة واحدة. كما أن خصائص الإعلام الجديد المذكورة أعلاه تذكرنا بأن الإعلام الجديد ليس وسيلة منفصلة تماماً عن الإعلام القديم بل يوجد الكثير من الخصائص المشتركة والمكملة لبعضها البعض<sup>[1]</sup>.

### ثانياً: خصائص الإعلام الجديد من وجهة نظر الجمهور المستخدم

وإذا نظرنا إلى خصائص الإعلام الجديد من وجهة نظر الجمهور المستخدم لهذه الوسائل، فإنه يمكن الحديث عن عدة خصائص تميز الإعلام الجديد كوسائل وأدوات مقارنة بالاتصال الجماهيري التقليدي. هذه الخصائص التي قدمها دينيس مكويل هي كالتالي<sup>[2]</sup>.

---

1. Lauders, M, **Conceptualizing personal media**, 4<sup>th</sup>. ed, (Los Angeles: *New Media and Society*, 2008) p. 683-702.

2. Denys Maquail· *McQuail's Mass Communication Theory*. op. cit, p:14<sup>5</sup>-14<sup>6</sup>

1. التفاعلية (*interactivity*): وهي نسبة الاستجابة أو المبادرة التي يقوم بها المستخدم مقارنة بما يقدمه المصدر. فإذا كان المصدر يقدم جميع أو معظم المحتوى من طرف واحد، فدرجة التفاعلية تكون قليلة. أما إذا كانت نسبة استجابة ومشاركة المتلقي عالية فدرجة التفاعلية عالية.

2. الحضور الاجتماعي (*social presence*): أو روح التفاعل الاجتماعي (*sociability*): وهي مدى إحساس المستخدم بالتواصل الشخصي مع الآخرين من خلال استخدام الوسيلة.

3. الثراء في الوسيلة (*media richness*): وهو مدى قدرة الوسيلة على تقريب المسافة بين وجهات النظر المختلفة ومد جسور بين وجهات النظر المتعددة من مرجعيات مختلفة، وتقليص الفوارق وسوء الفهم، وإزالة الغموض، عن طريق تعدد خصائصها المسموعة والمرئية وإثارتها لاستجابات متنوعة لدى المستخدم. وهذا يعني أن الإعلام الجديد قادر على طرح الموضوع الواحد من عدة زوايا وبعده أشكال مما يجعله أكثر ثراء من الإعلام التقليدي.

4. الاستقلالية (*autonomy*): وهي درجة إحساس المستخدم بالتحكم والسيطرة على المحتوى وأنماط الاستخدام بعيداً عن تحكم وسيطرة المصدر.

5. اللعب والمرح والتسلية (*Playfulness*) المقصود توفر استخدامات للتسلية والمتعة بالمقارنة بالاستخدامات النفعية الغرضية.

6. الخصوصية (*Privacy*): وهي قدرة المستخدم على اختيار المحتوى الذي يناسبه وحماية معلوماته الشخصية بدون تدخل أو متابعة من المصدر.

7. الشخصية (*Personalization*): عندما يكون المحتوى مخصصاً لفرد ومتوافقاً مع احتياجاته. على سبيل المثال، يمكن للمستخدم تخصيص نوع محدد من الأخبار أو أصناف محددة من

البرامج الترفيه، يستقبلها بشكل شخصي يتناسب مع ميوله الذاتية، وكذلك مع ظروفه المكانية والزمنية.

8. وبالمثل، يرى بعض الباحثين أمثال لايفرو وليفنجستون اللتين وجدتا صعوبة في تعريف (الإعلام الجديد)، وبدلاً من تعريف المصطلح تعريفاً موضوعياً جامعاً، قدمتا وصفاً للإعلام الجديد من خلال ثلاثة محاور تميزه عن الإعلام القديم.

وهذه المحاور هي <sup>[1]</sup>.

أ. تقنيات الاتصال الجديدة (مثل الأقمار الصناعية والكمبيوتر والهواتف النقالة وغيرها).

ب. النشاطات والممارسات والاستخدامات التي توفرها هذه التقنيات.

ت. العلاقات الاجتماعية والتنظيمات والتشريعات التي تظهر من حول هذه الوسائل الجديدة.

يمكن القول إن الإعلام الجديد هو إعلام ديناميكي تفاعلي يجمع بين النص والصوت والصورة، نذكر هنا أبرز وأهم ما يميز الإعلام الجديد هو الخصائص التالية:

1. التواصل الشبكي المتداخل (*interconnectedness*) بحيث يسمح بالتواصل من عدة نقاط إلى عدة نقاط أخرى، وليس فقط من نقطة واحدة إلى عدة نقاط، كما هو الحال في الاتصال الجماهيري التقليدي.

2. سهولة الوصول والدخول (*access*) من قبل الأفراد المستخدمين ليقوموا بنشاطهم كمرسلين ومستقبلين ومنتجين.

---

1. Lievrouw, L.A. and Livingstone, **The Handbook of New Media**. 6<sup>th</sup> ed. (London: Sage, 2006) p: 124.

3. لتفاعلية (*interactivity*) وهي قدرة المستخدم على المشاركة في إنتاج المحتوى الاتصالية، ويتفق الكثير من الباحثين أن هذه الخاصية هي من أهم ما يميز الإعلام الجديد، نظراً لأنها تكاد تكون معدومة من الاتصال الجماهيري التقليدي.
4. التنوع الغزير في المحتوى مقارنة بالإعلام القديم المحصور بأنواع وأنماط محددة من المضامين الإعلامية.
5. الانفتاح وتعدد الاستخدامات (*open-ended*): على كل ما هو جديد موضوعياً وفنياً في محتوى وشكل المواد الإعلامية.
6. إعلام متعدد الوسائط (*Multi Media*) حيث يستعين بالصورة والكلمة ومقاطع الفيديو في الوقت نفسه.
7. سعة الانتشار والتحرر (*Delatedness*) من المكان وعدم ارتباط الإعلام الجديد بمنطقة جغرافية محددة، أي أنه يتخطى حواجز المكان الجغرافي.
- يرى الباحث في الوقت الحالي قد استقر الوضع عند الكثير من الباحثين والإعلاميين على إطلاق مصطلح (الإعلام الجديد) على مجموعة من التقنيات والتطبيقات الحديثة التي تتصف بالصفات المذكورة أعلاه، وتلقى إقبالاً كبيراً من الجمهور في استخدامها والاستفادة منها. وأهم هذه التقنيات والتطبيقات ما يأتي عن طريق الإنترنت، خاصة في تطبيقاتها العامة والتفاعلية مثل الأخبار الإلكترونية (*online news*) وتطبيقات الإرسال الإذاعي والتلفزيونية، واليوتيوب (*YouTube*) وكذلك المنتديات، ومجموعات النقاش، واستخدام محركات البحث، ومواقع التواصل الاجتماعي، والشبكات الاجتماعية، مثل الفيس بوك (*Facebook*) وتويتز (*Twitter*)، وكذلك مواقع الألعاب الإلكترونية الجماعية.

وأهم ما يميز هذه الوسائل أنها يمكن أن توصف بأنها وسائل اتصال شخصية، لأنها تعطي المستخدم القدرة على السيطرة والتحكم في شكل ونوعية ومحتوى وتوقيت الاتصال الذي يرغب فيه المشاركة والتفاعل (*Interactivity*).

### مقارنة بين الإعلام الجديد والإعلام القديم (التقليدي):

التغيرات الحالية التي تعيشها تكنولوجيا الإعلام اليوم هي التغيرات الرئيسة الرابعة من نوعها في العصر الحديث وذلك عقب اختراع الطباعة، وبشكل رئيسي الطباعة البخارية السريعة والتي جعلت توزيع الصحف والمجلات والكتب للعموم حقيقة واقعة (1833) ومن بعدها اختراع الراديو (1920) ثم التلفزيون (1939)<sup>[1]</sup> . التغير الذي نشهده اليوم يعتمد على استخدام الكمبيوتر في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات والتسلية، هذه الخاصية وهي عملية توفير مصادر المعلومات والتسلية لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة، هي في الواقع خاصية مشتركة بين الإعلاميين القديم والجديد، الفرق هو أن الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعل (*Interactivity*) وما بعد التفاعل.

والتفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين. هذه الخاصية أضافت بعداً جديداً هاماً لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية، والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفزيون أو الراديو إلى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية التي يريدتها متى أرادها وبالشكل الذي يريده.

---

2. بن سعيد مبارك، صحافة المواطن والمسؤولية الاجتماعية [www.aljazeera.net](http://www.aljazeera.net)

في السابق كانت قدرة المستخدمين على التفاعل تقتصر على دائرة رجع الصدى (*Feedback*) للمحتوى المنشور على المواقع الإلكترونية عبر إضافة التعليقات وتدوين الملاحظات على سجلات الزوار مثلاً، ثم انتقلت بعد ذلك العلاقة إلى التحرر نسبياً مع وجود المنتديات ومجموعات الأخبار والقوائم البريدية، غير أنها لم تتح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة والتي لم تتوفر لهم إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية كاليوتيوب والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا، وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية. وتعتبر هذه المرحلة انقلاباً على نموذج الاتصال التقليدي، حيث أصبح بمقدور الفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد بطريقة متعددة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل فقط، وفق النموذج الاتصال القديم.

### الفرق بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي:

ويرى الباحث اهم ما يختلف فيه كل من الإعلام الجديد (الرقمي: *Digital*) والإعلام التقليدي (*Traditional*) أذكرها كما يلي:

1. الإعلام الجديد هو إعلام حر، خال من القيود والرقابة، على عكس الإعلام التقليدي، حيث بإمكان الجميع نشر أفكارهم، والتعبير عن آرائهم بحرية مطلقة.
2. أصبح الإعلام التقليدي في وقتنا الحالي، يعتمد بدرجة أكبر على الإعلام الجديد، لصعوبة الوصول إلى أماكن الحدث، ونقاط التوتر حول العالم، حيث أنه أكثر أماناً لرجال الإعلام، وخير مثال ثورات الربيع العربي.
3. ظهر نوع جديد من الإعلاميين، يمكن تسميتهم "بالإعلاميين الجدد" وهم مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعية الذين أثبتوا استحقاتهم لهذا المنصب، عن طريق تغطيتهم لمجريات الأحداث حول العالم وبؤر التوتر.

4. يشهد الإعلام الجديد نشاطاً اقتصادياً غير مسبوق، وطفرة نوعية مع ازدياد الطلب والحاجة إلى مواده الإخبارية.
5. يشهد سوق الإعلام اليوم سباقاً محموماً بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، المنافس رقم واحد للإعلام التقليدي، من خلال السبق الإخباري، حيث تشير الإحصائيات إلى تفوق هذا الأخير.
6. يبقى الإعلام الجديد بحاجة إلى التطوير والتحديث، من خلال تحسين المضمون، والبحث عن طرق أفضل للتسويق. ويبقى التكامل بين النوعين، الخيار الأمثل للنجاح في عالم ينقسم إلى افتراضي وواقعي<sup>[1]</sup>.

---

<sup>1</sup> الغامدي فينان عبد الله، (التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني)، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، (جامعة الأمير نايف العربية للعلوم 2012 م). ص 56.

الإنترنيت وتأثيره على العلاقات الاجتماعي - المبحث الثاني

## مفهوم شبكة الإنترنت :

إن أهمية الإنترنت تكمن في قدرتها على تغيير مفاهيم الاتصال وتوزيع المعرفة. وقد ازدادت تلك الأهمية مع ظهور وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك وتويتر والتي استطاعت أن تُغيّر بشكل كبير طريقة تواصل الناس وتفاعلهم. يعد الإنترنت أحدث التقنيات الاتصالية التي عرفها العالم خلال العقدين الماضيين، حيث استطاعت الشبكة بما تمتلكه من سمات اتصالية وتقنية متميزة، أن تقلب المفاهيم المكانية والزمانية للإنتاج والتطبيقات الإعلامية في العالم، سمحت من خلالها لمستخدميها الاختيار بحرية ما يريدون من خدمات اتصالية تتلاءم مع رغباتهم وحاجاتهم.

ونتيجة الاعتماد المتزايد على شبكة الإنترنت باعتبارها الأداة الأحدث والأكثر تنامياً في مجال الاتصال، ونتيجة لصعوبة معرفة المتلقي العادي تفاصيل هذا النمو السريع، فقد اهتم الباحثين والمختصين في مجال الاتصال الجماهيري الاهتمام بدراسة الإنترنت، ويرى البعض "حقق الإنترنت ثورة معلوماتية واتصالية، وذلك من خلال تقديمها شكلاً جديداً من أشكال التواصل البشري فيما يسمونه (التواصل الجماهيري الثنائي الاتجاه غير الخاضع للرقابة)"<sup>[1]</sup>. كما يرى الشهري أن الإنترنت قناة معلومات عالمية حققت التكامل والاندماج التقني بين العديد من وسائل الاتصال<sup>[2]</sup>.

وأظهرت نتائج الأبحاث التي نفذتها وزارة التجارة في الولايات المتحدة الأمريكية "أن الإذاعة المسموعة احتاجت إلى ثلاثين عاماً من أجل الوصول إلى ساحة إعلامية بلغت خمسين

---

1. صابر فلحوط ومحمد البخاري، العولمة والتبادل الإعلامي الدولي، الطبعة الأولى، (دمشق: دار علاء الدين 1999 م) ص 8.

2. فايز عبد الله الشهري، التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الاتصال الجديدة، الطبعة الأولى، (دبي: دار الحكمة، 2003) ص 21.

مليون مستمع، وان الإذاعة المرئية احتاجت ثلاثة عشر عاماً من أجل الوصول إلى ساحة إعلامية بلغت 50 مليون مشاهد، أما الإنترنت فاحتاجت فقط لأربعة سنوات من أجل الوصول إلى ساحة إعلامية بلغت 50 مليون مشترك. وأن حجم المعلومات المرسلة عبر شبكات الإنترنت يتضاعف كل مرة<sup>[1]</sup>.

لا يقتصر وجود إنترنت من الناحية المبدئية على بقعة جغرافية محددة، إذ يمكن الوصول إليها من أي مكان من العالم يتوفر فيه حاسوب مزود بمودم وبرمجيات الاتصال المناسبة، وخط هاتفي، وامتنياز الوصول على واحد من الحواسيب الرئيسية المكونة لشبكة إنترنت. ويجدر بالإشارة هنا إلى أن معظم هذه الحواسيب الرئيسية (المزودة) المكونة لشبكة إنترنت، تنتشر في الدول الصناعية المتقدمة والولايات المتحدة بشكل خاص.

إن ملكية شبكة إنترنت في الوقت الحاضر لا تعود ملكيتها لأحد. ففيما تسمح القوانين الرأسمالية السائدة في عالمنا للأفراد والشركات الخاصة بامتلاك مرافق حيوية عامة مثل مرافق الكهرباء والماء والبريد والهاتف. إن إنترنت مؤسسة (اشتراكية) لا يملكها شخص أو شركة بذاتها. صحيح أن أجهزة الحاسوب التي تشكل إنترنت، قد تعود في ملكيتها إلى أفراد أو مؤسسات خاصة، وكذلك قد تكون حالة الخطوط الهاتفية التي تربطها ببعضها، ولكن الشبكة بحد ذاتها متاحة مثل مياه الأمطار. وإذا كان ثمة من يجبي أو يجمع رسوماً من مستخدمي الشبكة، فذلك لقاء الخدمة المحدودة في توفير المرافق اللازمة للاتصال بالشبكة<sup>[2]</sup>.

---

1. صحيفة الرياض، المملكة العربية السعودية، 2009/07/02

2. محمد وحيد صيام، الخطة الدراسية لمقرر الحاسوب كوسيلة اتصال، الطبعة الأولى، (جامعة البحرين، قسم تكنولوجيا التعليم والمعلومات، 2013) ص8.

لا يمكن لشبكة حاسوبية عملاقة مثل إنترنت أن تحي وتمو بدون رعاية وبدون متابعة الخبراء والمتخصصين في مجال التقنية، هنالك إدارة مناسبة التي تتماشى مع هذه التقنية الجديدة، وإن كان ثمة من يتحكم بالمعايير الفنية المنظمة لعملها فهي جمعية إنترنت (*Internet Society*) وتتحصر مهمة هذه الجمعية في تأمين التنسيق والتعاون بين أطراف الشبكة ورسم ملامح واتجاهات تطورها في المستقبل، وهناك أيضاً كل من (*I.A.B internet Architecture Board*) التي تهتم بإدارة الضوابط الفنية القياسية للشبكة و (*IETF Internet Engineering Task Force*) وهي عبارة عن فريق من المهندسين والخبراء الفنيين الذين يعملون على تطوير أداء الشبكة وتوسيع نطاق خدماتها<sup>[1]</sup>.

### نشوء وتطور شبكة الإنترنت:

إن تاريخ نشأة شبكة الإنترنت يعود بجذوره لبداية ستينات القرن العشرين، عندما برز أمام وزارة الدفاع في الولايات المتحدة الأمريكية مشكلة استراتيجية صعبة، تتمثل بكيفية إدارة البلاد في حال نشوب صراع نووي مع الاتحاد السوفييتي السابق. ومواجهة إمكانية توجيه ضربة لمركز الاتصالات القومي الأمريكي، الذي يصبح غير قادر على توفير الاتصالات اللازمة بين القادة العسكريين والقوات الاستراتيجية الأمريكية، وتجنب الخصم الضربة الجوابية.

ظهرت شبكة الإنترنت بشكل جماهيري في العقد الأخير من القرن العشرين، ونظراً لحدائتها وارتباطها بشكل وثيق بالتقنيات المستحدثة، والمتلاحقة، فقد اختلف الباحثون حول مفهومها الحقيقي، وقد اقتضت أغلب التعريفات والمفاهيم التي أوردها الباحثون لشبكة الإنترنت على الوصف دون أن يتعدى ذلك إلى أخلاقيات أو ضوابط الممارسة أو حتى طبيعة مستخدمي

---

1. المرجع نفسه، ص10.

الشبكة، إضافة إلى كون الباحثين الذين حاولوا وضع تعريفات للإنترنت تناولوا الشبكة حسب طبيعة استخدامهم لها أو حسب المجال الذي تتم دراسته، بناءً على ذلك يمكن القول أن تعريف الإنترنت يرتبط بالمستخدمين لها والخدمات التي تقدم من خلال هذه الشبكة والتقنيات المستخدمة لتأمين هذه الخدمات، ويذكر عبد الملك ردمان "إن تشعب الإنترنت واتساع دائرة استخدامها أسهم في تعدد تعريفاتها، ويرى ريتشارد ج. سميث ومارك جيتس أن تعريف الإنترنت يعتمد على عمل، وحاجة الشخص الذي يريد تعريفها، حيث يرى المستخدم العادي الإنترنت بشكل مختلف عن ما يراه المهني أو المهندس"<sup>[1]</sup>.

يقول تيم بيرنيز وهو من مؤسسي الإنترنت في مقال نشره عام 1993 "إن وضع تعريف للإنترنت يعد عملية تشبه الفرق بين الدماغ والعقل، فباكتشاف الإنترنت تجد أسلاكاً وكمبيوترات، أما باستعراض الشبكة نفسها فستجد شتى المعلومات"<sup>[2]</sup>.

ومسمى الإنترنت (*Internet*) مشتق من مسمى شبكة المعلومات الدولية التي يطلق عليها في اللغة الإنجليزية (*International Net Work*)، كما "يطلق على الإنترنت عدة تسميات منها الشبكة العالمية (*World Net*) أو الشبكة العنكبوتية (*The Web*)، أو الطريق الإلكتروني السريع للمعلومات (*Electronic Super High Way*)"<sup>[3]</sup>.

والإنترنت شبكة كومبيوتر عالمية تربط ملايين من أجهزة الكومبيوتر في العالم ويتكون الإنترنت من شبكات أصغر تمكّن أي شخص متصل بها من التجول في رحابها الواسعة والمفتوحة

---

1- عبد الملك ردمان، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، الطبعة الأولى، (القاهرة: دار الفجر 2003 م) ص 111.

1- سعود صالح، الإعلام القديم والإعلام الجديد، الطبعة الأولى، (جدة: مكتبة الشروق، 2003 م)، ص 53.

2- المرجع نفسه. ص 33.

بلا حدود حيث يتم فيها ربط مجموعة شبكات بعضها مع بعض في جميع دول العالم عن طريق جميع وسائل الاتصال المعروفة.

واستطاع الإنترنت خلال بضعة عقود من الزمن أن تساهم في تغيير الثقافات والمواقف في شتى مجالات الحياة وخاصة على وسائل الإعلام التقليدية ومناهج دراستها وطرق تحليلها مما استدعى دراسة موضوع "الاتصال والإنترنت" من خلال تأثيراته الانسانية والاجتماعية باعتبارها أهم من الوسيلة ذاتها. ويعودة إلى مقولة مارشال ماكلوهان الاتصالية الشهيرة " (The Medium is The Message) التي جوهرها نظرية اتصالية تتمحور حول مفهوم أن المجتمع يتشكل ثقافياً بفعل طبيعة الوسيلة التي يتواصل الناس بواسطتها أكثر مما يتشكل بفعل مضمون وسيلة الاتصال ذاتها "[1].

وكل التطورات التي يشهدها قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات تمهد السبل أمام أعداد كبيرة من الناس ليتحولوا إلى البيئة الإلكترونية (الإنترنت) للحصول على المعلومات التي قد تكون متوفرة في أوعية أخرى تقليدية ورقية كانت أم تقليدية". وهو ما جعل الإنترنت وسيلة وأداة ضرورية في الاتصالات بكافة أشكالها في القرن الحادي والعشرين تنافس وسائل الإعلام التقليدية في أهدافها سواء تعلق الأمر بالكم الهائل من المعلومات أم التثقيف أو التسلية والإمتاع مكنها من ذلك أيضاً قدرتها على الجمع بين إمكانات التلفزيون والراديو والصحيفة والهاتف في وقت واحد "[2].

---

1. الشمعة خلدون، الماكلوهانية، مجلة تصدر عن معهد الانماء العربي، (بيروت: السنة الاولى، العدد السادس، تشرين الثاني 1978، م)، ص 55.

2. عبد الله محمد، تجربة الصحافة اللبنانية المكتوبة، نموذج جريدة النهار، جامعة الشارقة 2005 م.

ويمكن القول الآن بأن الإنترنت يقف على قمة الهرم بالنسبة لوسائل الاتصال الأخرى، إذ أن البعد الاتصالية للإنترنت يتوفر على خصائص متقدمة واستثنائية في اختلافها وتميزها عن بقية وسائل الاتصال لعل من أبرزها: تخطي الحواجز الزمنية والمكانية، وفتح الباب للمعلوماتي والاتصالية أمام الجميع. وهذه الخصائص ساهمت في ترسيخ مقولة "أن العالم تحول إلى قرية الكترونية صغيرة" يستطيع قاطنوها ان يقوم باي عمل من الاعمال في اي مكان في العالم وهو ثابت مستقر في مكانه عبر استخدامات الإنترنت المتعددة.

ويجدر الإشارة إلى أن شبكة الإنترنت مقارنة بوسائل اتصالية أخرى حطمت في زمن وظرف قياسي جميع الحواجز التي عطلت وصول الوسائل الاتصالية الأخرى إلى أكبر عدد من المشتركين، " على سبيل المثال فقد احتاج المذياع إلى 83 سنة حتى أصبح لديه 50 مليون مشترك، بينما احتاج التلفاز إلى 51 سنة لنفس العدد، في حين أن شبكة الإنترنت لم تحتج سوى بضع سنوات لتجمع العالم كله اشتراكاً في خدماتها"<sup>[1]</sup>.

"ولاشك أن المحتوى الرقمي لثقافة الإنترنت جعلها جزءاً مهماً وأساسياً من الثقافة المعلوماتية أو الإلكترونية العامة، بل يمكن القول إن ثقافة الإنترنت أصبحت المكون الأساس والأكبر لثقافة الكمبيوتر والمعلوماتية والاتصالات الإلكترونية وذلك بسبب الاستخدام الإنساني الرسمي والشعبي المتزايد للإنترنت منذ بداية استخدامها في تسعينات القرن الماضي وحتى اليوم"<sup>[2]</sup> ويمكن إجمال العناصر الرئيسية التي تشتمل عليها شبكة الإنترنت كما يلي :

---

1. حسانة محي الدين، الإنترنت في المكتبات ومراكز المعلومات: الإمكانيات، الفوائد والتحديات، مجلة تقنية العربية، العدد 2001، 3، ص 25.

2. حنش إدهام محمد، مجلة الانترنت الثقافية أنموذج مجلة الزرقاء، العدد 2، (العراق، مارس 2005 م) ص 18.

1. مستخدمو الشبكة: باختلاف مشاعرهم وأذواقهم وآرائهم وحاجاتهم الاتصالية والإعلامية التي تدفعهم لاستخدام الشبكة.
2. الخدمات المقدمة من الشبكة: وهي تتنوع بتنوع المعارف والعلوم وحاجات مستخدمي الشبكة والحاجات الإنسانية، مثل البريد الإلكتروني، المجموعات الإخبارية، المنتديات، الدردشة.
3. التقنيات المستخدمة في الشبكة: وهي تنقسم إلى قسمين هما: القسم الأول الأجهزة الحاسوبية المستخدمة للارتباط بالشبكة (*Hardware*) وما يتصل بهذه الأجهزة الحاسوبية مثل الفاكس مودم، والبطاقات المساعدة مثل بطاقات الصوت، والشاشة وغيرها. اما القسم الثاني فيتكون من البرامج اللازمة للارتباط بالشبكة (*Software*) كبرامج الوسائط المتعددة (*Multimedia*) مثل تطبيقات الألعاب (*Games*) وبرامج التصفح مثل (*Explorer*) (*Internet*) وغيرها من البرامج الإعلامية وغير الإعلامية <sup>[1]</sup>

### استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية:

أصبحت تقنيات الاتصال ونقل المعلومات رافداً أساسياً، وركناً مهماً في بناء منظومة الإنسان الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، والثقافية، في ظل التحولات والتطورات المعرفية في هذا العصر.

فمن المعلوم أنّ العصور تطورت من خلال طفرات الأولى منها الزراعية ثم الصناعية، والآن المعلوماتية، أوماً تتصف بعصر المجتمع ما بعد الصناعي، حيث شهدت

---

1. اسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الطبعة الأولى، (القاهرة: مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع، 1998 م) ص 62.

المجتمعات الإنسانية خلال العقد الأخير من القرن الماضي تطورات متسارعة ومتلاحقة لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، مما ساهمت في تسهيل إمكانية التواصل الإنساني والحضاري، ولعل أهمها يتمثل في شبكة المعلومات العالمية "الإنترنت" التي تُعدُّ أبرز ما توصل إليه العلم الحديث، ويعد كذلك من أهم الإنجازات البشرية في عصر المعلوماتية. ونظراً للاعتماد المتزايد على الإنترنت في النظم الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع الإنساني، فقد تزايدت أهمية استخدامه مؤخراً وأصبح ركيزة أساسية، وزادت معه قدراتنا المعلوماتية والتفاعلية، ويصاحب ذلك أن العلاقات غير ثابتة ومن الصعب التنبؤ في تحديد آثار استخدامه في المدى البعيد. لقد أدخلت شبكة الإنترنت، كوسيلة اتصال متطورة جداً، معها جملة من التفاعلات السلوكية الثقافية المرتبطة بها، والتي كان لها انعكاساتها وآثارها الواسعة على الصعيد الفردي والأسري والمجتمعي، وقد أدى هذا إلى شيوع أنماط جديدة وامتزاج من السلوكيات والقيم الاجتماعية التي أثرت، وبشكل واسع، في عملية التفاعل الاجتماعي، سواء على المستوى الفردي أو الجماعي<sup>[1]</sup>.

وأشار حلمي ساري بهذا الخصوص أنّ هناك خصائص عديدة تجعل الإنترنت وسيلة اتصالية مفضلة عن غيرها من الوسائل، وتتمتع بجاذبية مرتفعة بين كل مستخدميه، وهي<sup>[2]</sup>:

1. مرونة استخدامه، وسهولة الدخول إلى أي موقع من المواقع المتنوعة التي يريدّها مستخدموه.

---

1. عبدالباري وائل إسماعيل، مستقبل تكنولوجيا المعلومات في مصر: دراسة للأبعاد الاجتماعية على عينة من المستخدمين، مجلة العلوم الاجتماعية، مجلد 32، ال عدد3، (جامعة الكويت، 2004م)، ص771-778.

1. ساري حلمي، ثقافة الإنترنت دراسة في التواصل الاجتماعي، الطبعة الثانية، (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2005 م)، ص 29.

2. يعمل الاتصال عبر الإنترنت على توسيع شبكة علاقات الفرد الاجتماعية مع الآخرين على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، بصرف النظر عن خلفياتهم السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والعرقية، والجنسية.
3. ويتيح الإنترنت للأفراد فرصة تقديم أنفسهم للآخرين (*Self-Presentation*) بحرية كبيرة، ودون قيود.

ويلاحظ من خلال مشاهدة الأنماط السلوكية الاجتماعية على أرض الواقع، بأن هناك زيادة مستمرة وإقبالاً مرتفعاً لأعداد الناس، ومن مختلف فئات المجتمع المستخدمين للإنترنت، وبخاصة فئة الشباب فيهم، قد يصل استخدامهم، إلى درجة الإدمان، مما قد يؤثر على السلوك الإنساني، وشبكة العلاقات الاجتماعية، وطرق التفكير في التعامل مع متغيرات الحياة، والذي من شأنه تعزيز القيم الفردية بدلاً من القيم الاجتماعية، وقيم العمل الجماعي المشترك الذي يمثل عنصراً هاماً في ثقافة المجتمع.

إن الإنسان بصفته كائن اجتماعي يؤثر ويتأثر بالبيئة المجتمعية التي تحيط به من تغير في المظاهر المادية أو غير المادية، وباعتبار الإنترنت واستخداماته قد أدت لصياغة بيئة جديدة، فإن هذا يتطلب دراسة آثاره على سلوكيات الإنسان وعلاقاته الاجتماعية المختلفة. وحيث إن ظاهرة استخدام شبكة الإنترنت ظاهرة حديثة إلى حدٍ ما بين أفراد مجتمع الدراسة، ولم تأخذ الاهتمام الكافي بما يتناسب، وانتشارها المضطرد، خصوصاً بين فئات الشباب الجامعي، الذين يُعدّون الأكثر استخداماً للإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي، لذلك تهدف هذه الدراسة بشكل عام إلى معرفة أثر استخدام هذه التقنية على مجمل العلاقات الاجتماعية والثقافية على طلبة الجامعة.

المبحث الثالث - مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

## تعريف شبكات التواصل الاجتماعي:

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي، نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث انتشرت شبكة الإنترنت في كافة أرجاء المعمورة، وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، ثم ظهرت المواقع الإلكترونية والمدونات الشخصية وشبكات المحادثة، التي غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث، وخلقت نوعاً من التواصل بين أصحابها ومستخدميها من جهة، وبين المستخدمين أنفسهم من جهة أخرى.

إن شبكات التواصل الاجتماعية مثل: (الفييس بوك - تويتر - ماي سبيس - لايف بوون - هاي فايف - أوركت - تاجد - ليكند إن - يوتيوب وغيرها)، أتاحت البعض منها مثل: (الفييس بوك) تبادل مقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية، والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقين.

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعية هي الأكثر انتشاراً على شبكة الإنترنت، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية، مما شجع متصفح الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها، في الوقت الذي تراجع فيه الإقبال على المواقع الإلكترونية، وبالرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها الشبكات الاجتماعية على الدوام وخصوصاً موقع (الفييس بوك)، والتي تنتهم تلك الانتقادات بالتأثير السلبي والمباشر على المجتمع الأسري، والمساهمة في انفرط عقده وانهيائه، فإن هناك من يرى فيه وسيلة مهمة للتناغمي والالتحام بين المجتمعات،

وتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر، والاطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، إضافة لدوره الفاعل والمتميز كوسيلة اتصال ناجحة في التفاعل الاجتماعي.

تعتبر أعوام التسعينات الأولى من القرن الماضي، هي البداية الحقيقية لظهور المواقع الاجتماعية، أو التي تسمى شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت، حين صمم (راندي كونرادز) موقعاً اجتماعياً للتواصل مع أصدقائه وزملائه في الدراسة في بداية عام (1995)، وأطلق عليه اسم (*Classmates.com*)، وبهذا الحدث سجل أول موقع تواصل إلكتروني افتراضي بين سائر الناس.

إن أهمية الإنترنت تكمن في قدرتها على تغيير مفاهيم الاتصال وتوزيع المعرفة. وقد ازدادت تلك الأهمية مع ظهور وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك وتويتر والتي استطاعت أن تغير بشكل كبير طريقة تواصل الناس وتفاعلهم، وطريقة تسويق المنتجات وبيعها، وطريقة تواصل الحكومات مع مواطنيهم، وطريقة أداء الشركات لأعمالهم. كما أنها غيرت مفهوم العمل التطوعي والكيفية التي يمارس بها الناشطون السياسيون والاجتماعيون والحقوقيون أنشطتهم. وكما نشاهد هذه الأيام فإن تلك الشبكات الاجتماعية بدأت في التأثير في العملية الديمقراطية نفسها [1] هذه الشبكات الاجتماعية بدأت في البزوغ كأدوات ثورية التأثير وقدرات كامنة لم يظهر منها حتى الآن إلا القليل. إن هذه الشبكات الاجتماعية لم تقم فقط كما رأينا بإشعال فتيل الثورة ربيع العربي، ولكنها أشعلت ثورة تفكير ملهم في العالم بأكمله.

وتعرف موسوعة ويبيو بيديا (*Webopidia*) الشبكات الاجتماعية بأنها: "عبارة تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية يتيح لمستخدمه وضع صفحة شخصية عامة معروضة،

---

2. Kirkpatrick David, **The Facebook Effect: the inside Story of the Company That Is Connecting the World**. 2nd.ed(New York: ، 2010), p:25

ويتيح إمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين الذين يقومون بالدخول على تلك الصفحة الشخصية. مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن أن تستخدم لوصف المواقع ذات الطابع الاجتماعي، مجموعات النقاش الحي، غرف الدردشة وغيرها من المواقع الاجتماعية الحية<sup>[1]</sup>. ولقد عرفت الشبكات الاجتماعية على أنها " مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب (web2) تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبة انتماء (بلد - مدرسة - جامعة - شركة ...الخ) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي تتاح للعرض. وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع أو أصدقاء عرفتهم من خلال السياقات الافتراضية " [2] .

يعيش الناس اليوم في ظل عالم تقني ومجتمع افتراضي سيطر على أكثر اهتماماتهم وأخذ الكثير من أوقاتهم، ومن بين أبرز تلك الاهتمامات التواصل الاجتماعي الذي توفر لهم عن طريق شبكات اجتماعية على الإنترنت، وكان لهذا العالم أثره الكبير على الهوية الاجتماعية والوطنية وعلى الترابط الاجتماعي داخل المجتمع الواحد، وهذا الأثر على جانبيين طبيعي وسلبى، وإن كان الحديث المسيطر في الغالب هو عن الأثر السلبي بحكم التخوف الدائم من المجهول، وبحكم التمسك بالواقع والحنين إلى الماضي.

---

1 .www.webopedia.com

3. نبيل علي، تحديات عصر المعلومات الطبعة الأولى، (القاهرة: مكتبة الأسرة، 2003) ص 455.

وتتمثل أهم تلك الشبكات الاجتماعية في المدونات والمنتديات، إضافة إلى مواقع عديدة مثل الويكي (Wiki)، والفيس بوك وتويتر، إضافة إلى تلك التطبيقات التي قدمتها بعض الشركات الكبرى لدعم الفكر الاجتماعي في التفكير والمشاركة مع مستخدمي مواقعها مثل جوجل وياهو واللذان أهما بالتحريير الجمعي والكتابة وبتنفيذ العروض المشتركة، ومواقع خدمات وتخزين الصور وإعادة عرضها وإرسالها مثل فليكر وإنستغرام (Instagram & Flickr) ونشر مقاطع الفيديو مثل يوتيوب، وغيرها من الخدمات والتقنيات التي تجد اهتماماً فريداً مع تبادل المشاركة والنشر بين المستخدمين. " لقد أحدث هذا الاختراع انعكاسات كبيرة على قواعد حرية النشر والتعبير، وتدعيم الفكر الديمقراطي وحقوق الإنسان وغيرها من مفاهيم سياسية واجتماعية وتجارية انتشرت وتكونت حولها الجماعات مستفيدة من سهولة استخدامها والمشاركة فيها دون خبرات تقنية أو تكاليف مادية يرى البعض أنها سوف تؤدي إلى بزوغ "فكر كوكبي" يعمل على تغيير العالم"<sup>[1]</sup>.

ومن الخدمات التي تقدمها هذه الشبكات هي: إتاحة المجال للأفراد في الدخول إلى المواقع الاجتماعية والتعريف بأنفسهم، ومن ثم التواصل مع الآخرين الذين تربطهم بهم اهتمامات مشتركة. وتنقسم المواقع الاجتماعية إلى قسمين رئيسيين هما: القسم الأول: هي مواقع تضم أفراد أو مجاميع من الناس تربطهم إطارات مهنية أو اجتماعية محددة، وتعتبر هذه المواقع مغلقة ولا يسمح بالدخول إليها من عامة الناس، عدا من هم أعضاء في هذه المواقع التي تتحكم فيها شركات أو مؤسسات معينة، وهي من تقوم بدعوات المنتسبين إليها. القسم الثاني: هي مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة للجميع ويحق لمن لديه حساب على الإنترنت، الانضمام إليها واختيار أصدقائه والتشبيك معهم وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو وغيرها، ومن هذه المواقع شبكة الفيس بوك.

---

1. محمود القطافة ، ((علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتغيير في فلسطين: الفيس بوك نموذجاً))، رسالة ماجستير ، (فلسطين 2011 م) ص 20.

## مميزات الشبكات الاجتماعية:

يتميز شبكات التواصل الاجتماعي بعدة سمات يجعله وسيلة فعالة منها : الطبيعة التفاعلية، وصعوبة السيطرة والرقابة على هذه المواقع التواصلية، واتساع نطاق القاعدة الاجتماعية المستخدمة لها، وعدم تقييدها بالحدود الجغرافية والسياسية، كما تحول الجمهور المتلقي فيها من مجرد مستخدم ومستهلك مجهول للرسالة الإعلامية إلي مشارك فاعل في تشكيل تلك الرسالة، كما تشجع على تحقيق أكبر قدر من الديمقراطية في المجتمع، كما أدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة، وجعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها، فضلاً عن كونها تستند إلى إعلام متعدد الوسائط، يتسم بالانتشار وعالمية الوصول، وبتفتيت الجماهير، وبغياب التزامنية، وبقابلية التواصل بصرف النظر عن مواصفات ومقاييس المنشئ للمحتوى.

ومن بين مميزات الأساسية للشبكات الاجتماعية إنها تمكن الأفراد وبشكل عملي من اكتشاف اهتماماتهم، والبحث عن حلول لمشكلاتهم مع أشخاص آخرين، مشابهين لهم، أو مروا بالتجربة، فيقدموا خبرتهم وتجاربهم، لهؤلاء الأشخاص، وإمكانية إرسال الرسائل الإلكترونية عبر الشبكات الاجتماعية، وتقديم معلومات كاملة وفورية عن القضية التي تهتم الشبكة الاجتماعية، وتسهيل عملية متابعة ما ينشر أو يبيث في وسائل الإعلام أو على المواقع الإلكترونية عن القضية، وتوفير المعلومات للإعلاميين عن الكثير من القضايا التي تطرحها، ومساعدة القائمين على أمر هذه الشبكات في تجنيد المتطوعين للمشاركة في القضايا والفعاليات السياسية التي تهتم بها، وجمع التبرعات والحصول على الدعم المالي من المواطنين، وإمكانية التعارف على أشخاص يقدمون المساعدة في الحياة العامة، واكتساب المعارف الجدد والمتنوعين، كما يمكن اعتبارها منبرا جديدا للتعبير عن الذات، وهو ما يزيد ثقة الفرد في نفسه، فضلاً عن الرصيد الهائل من حرية التعبير عن الرأي دون الخوف من أي ملاحقة، كما تساعد الأفراد على تكيفهم مع مجتمعهم

والتواصل فيما بينهم، وكذلك تفيد في تحسين مستوى الخطاب والحوار بين أفراد المجتمع وإبداء الآراء دون خوف أو وجل، وكذلك تفيد في معرفة طريقة تفكير الآخرين حيال القضايا المختلفة، واكتشاف مواهب جديدة، كما يمكن أن تفيد في دعم القرارات مما يؤدي إلى نجاحها أو معارضتها، فضلاً عن مساهمتها في تحقيق التقارب الثقافي مع المجتمعات الأخرى في العالم، واختصار المسافات الاتصالية مع مختلف أنحاء العالم و المساهمة في عولمة الرأي العام .

وكذلك تتيح هذه الشبكات الإمكانية لمستخدميها بإرفاق الملفات والكتابة حول مواضيع محددة ومعينة، تهم المشتركين الآخرين في نفس الصفحة وتخدم مصالحهم المشتركة، ففي كل المواقع الاجتماعية تتوفر إمكانية التعليق على المواضيع المطروحة فيها، وهذا ما يدفع زائري تلك الشبكات للمشاركة بعد التعريف بأنفسهم وكتابة شيء عنهم كالمهنة والاختصاص والاهتمام.

هناك مواقع اجتماعية متخصصة بمجالات محددة مثل: منتديات إعلامية أو ثقافية أو تربوية وغيرها تهم مجموعة محددة من الناس، كما توجد مواقع اجتماعية خاصة بالتجارة والتسوق، وهي أيضاً تهم شريحة معينة من الناس يرتادونها ويتفاعلون معها، يضاف إلى ذلك نوع جديد من الشبكات الاجتماعية، التي يتواصل فيها مرئديها من خلال الهواتف النقالة، وتكوين صداقات وإجراء محادثات ونقاشات وتبادل المعلومات عبر شاشات الهواتف النقالة. وتعددت شبكات تواصل الاجتماعي واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين، ولعبت الأحداث السياسية والطبيعية في العالم دوراً بارزاً في التعريف بهذه الشبكات، وبالمقابل كان الفضل أيضاً لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث، الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات.

ومن أهم ما يميز هذه المواقع بنيتها اللامركزية حيث يقف المستثمرون العاديون على قدم المساواة مع أكبر الشركات العالمية، إذ يحصل الجميع على حق نشر ما يريدونه على الشبكة

وبكافة الموضوعات والمجالات، ولعل ذلك كان أحد الأسباب الرئيسة للانتشار الهائل لشبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك السبب الثاني فهو انخفاض كلفة تبادل المعلومات الذي لا يتعدى أجرة المكالمة المحلية يضاف إليها بدل اشتراك شهري ثابت ومنخفض نسبياً للتفاعل عبر هذه المواقع التواصلية<sup>[1]</sup>.

### أهم شبكات التواصل الاجتماعية المشهورة:

مواقع الشبكات الاجتماعية مثل فيس بوك وتويتر ليست مجرد أدوات تتيح للمستخدمين نشر تعليقاتهم الشخصية ومشاركة الآخرين بها، ولكنها أصبحت لكثير من المستخدمين منصات لنشر الأخبار.

هنالك العديد من مواقع التواصل الاجتماعية، حسب ما تقدمه لمستخدميها تختلف هذه المواقع التواصلية، لكن هنالك بعض المواقع الاجتماعية وجدت قبول لدى المجتمع الافتراضي، وأصبحت من الوسائل المؤثرة في وقت وجيز.

ومن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي: الفيس بوك، تويتر، واليوتيوب.

#### أولاً - الفيس بوك (Facebook.com)

الفيس بوك هو عبارة عن مواقع على شبكة الإنترنت، يتواصل من خلالها الملايين من البشر، والذين تجمعهم اهتمامات مشتركة، حيث تتيح هذه الشبكات لمستخدميها مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات، وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية فيما

---

<sup>1</sup>- أفيق طريف، طريق المعلومات الشاملة للبشرية جمعاء: شبكة إنترنت (دمشق: دار الإيمان، 1996م)

بينهم ، وتُظهر الإحصاءات العالمية<sup>[1]</sup> تزايد الإقبال على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في جميع أرجاء العالم.

فيس بوك هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي رغم أن عمرها لا يزيد عن عشر سنوات إلا أن مواقعها أصبحت الأشهر والأكثر استخداماً وتأثيراً على مستوى العالم، تم إنشائه موقع فيس بوك في فبراير عام 2004م بواسطة ابن التاسعة عشر من العمر مارك زوكربيرج وذلك في غرفته بجامعة هارفارد، وقد كان الموقع في البداية متاحاً فقط لطلاب جامعة هارفارد ثم فتح لطلبة الجامعات، بعدها لطلبة الثانوية ولعدد محدود من الشركات، ثم أخيراً تم فتحه لأي شخص يرغب في فتح حساب به. والآن يملك الموقع أكثر من 880 مليون مستخدم، بمعنى آخر فإن شخصاً واحداً من بين كل 13 شخص على الأرض لديه حساب في موقع فيس بوك، بحوالي 75 لغة. ويقضي هؤلاء المستخدمين جميعاً أكثر من 700 بليون دقيقة على الموقع شهرياً<sup>[2]</sup>.

ويرى مخترع الفيس بوك مارك زوكربيرج أن فيس بوك هو حركة اجتماعية (*Social Movement*) وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنه سوف يزيح البريد الإلكتروني ويحل محله، وسوف يسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية. وبالتالي فإنه يوصف بكونه "دليل سكان العالم" وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيان عام من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم

---

1. [www.Socialbackers.com](http://www.Socialbackers.com)

1. Michael Cross, **Social Media Security**, 1<sup>st</sup>.ed. (USA: Elsevier Inc, 2014), p:22

الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم، ولذلك فإن الهدف من هذا الاختراع هو جعل العالم مكاناً أكثر انفتاحاً [1]

ومع أن فيس بوك وتويتر هما أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداماً في المنطقة العربية، إلا أن البوادر الأولية لاستخدام جوجل بلس تشير إلى أنه في طريقه لمزاحمة هذين الموقعين والحصول على جزء من كعكة سوق الشبكات الاجتماعية في المنطقة بشكل سريع. ومن الإحصاءات التي أجريت لموقع فيس بوك والتي نشرتها مدونة ( digital buzz blog ) [2] في يناير 2011م ما يلي :

1. يبلغ متوسط عدد الأصدقاء لكل مستخدم 130 صديق.
2. 48% من مستخدمي الموقع ممن تتراوح أعمارهم بين 18-34 سنة يقومون بالاطلاع عليه بعد استيقاظهم من النوم، منهم 28% يفعلون ذلك قبل حتى قيامهم من على السرير.
3. نسبة المستخدمين من الذين تزيد أعمارهم عن 35 سنة تزيد باطراد وهي تمثل حالياً أكثر من 30% من إجمالي المستخدمين.
4. المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم بين 18-24 سنة هي الأسرع نمواً بنسبة 74% سنوياً.
5. 75% من مستخدمي الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية موجودون على فيس بوك، ويمثل مستخدمو الموقع من خارج الولايات المتحدة الأمريكية 70% من إجمالي المستخدمين.

---

2. صادق محمد، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الطبعة الأولى، (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008)، ص.15

3. [www.digitalbuzzblog.com/facebook-statistics-stats-facts-2011/](http://www.digitalbuzzblog.com/facebook-statistics-stats-facts-2011/)

6. 20 مليون تطبيق يتم تركيبها يوميا.
7. أكثر من 200 مليون شخص يدخلون على الموقع بواسطة هواتفهم الجواله.
8. % من الشباب ذكروا بأن الفيس بوك أصبح مصدرهم لاستقاء الأخبار.
9. في كل 20 دقيقة على فيس بوك تتم مشاركة مليون رابط، وتتم قبول صداقة 2 مليون شخص، كما يتم إرسال حوالي 3 ملايين رسالة.

### مميزات الفيس بوك :

الميزات الفيس بوك الأكثر شيوعًا [1] :

الملف الشخصي: يحتوي ملفك الشخصي على معلومات شخصية ترغب في مشاركتها مع أصدقائك.

1. البحث عن أصدقاء: العثور على أصدقاء على الفيس بوك وإضافتهم إلى قائمة جهات الاتصال الخاصة بك.
2. الحائط: يتيح الحائط تحديث حالتك، ومشاركة الصور، وإرسال روابط، وتحميل مقاطع فيديو ليراها الأصدقاء. الاستخدام الأكثر شيوعًا للحائط هو نشر تحديثات الحالة. يمكن للأصدقاء أيضًا نشر التحديثات والروابط على الحائط الخاص بك ليراها جميع أصدقائك.
3. تغذية آخر الأخبار: جزء من الصفحة الرئيسية يقوم بالتحديث المستمر بقائمة لقصص الأصدقاء والصفحات التي تتبعها.

---

1. "مدى"، مركز قطر للتكنولوجيا المساعدة، وسائل الإعلام الاجتماعية للأشخاص ذوي الإعاقة، مقال منشور عن الفيس بوك 2.

4. ميزات النكز والرسائل: إذا كنت تريد أن تنبه صديق أنك تستخدم الفيس بوك، يمكن القيام بذلك باستخدام خيار النكز. عند نكز شخص ما، يتلقى الشخص هذا الإخطار. يوجد أيضاً خيار الرسالة التي يمكن أن يعرضها صديقك من خلال الحائط الخاص به.
5. الدردشة: يمكن إرسال أيضاً رسائل فورية للأصدقاء المتواجدين على الإنترنت من خلال وظيفة الدردشة.

### ثانياً - تويتر (Twitter.com)

تويتر هو عبارة عن موقع شبكات اجتماعية مصغر يسمح لمستخدمه بإرسال وقراءة تعليقات لا تتجاوز 140 حرف (رمز) وهذه التعليقات تعرف باسم تغريدات (*tweets*)، يتم نشر هذه التغريدات عبر الإنترنت بعد ذلك يمكن أن يراها العامة، ويمكن لمستخدمي تويتر إرسال تغريداتهم، أو اتباع تغريدات مستخدمين آخرين أو المشاركة في مناقشة أوسع عن موضوع أو حدث معين، كما يشار إلى تويتر بشكل عام على أنه أداة "المدونات الصغيرة"، مصطلح يشير إلى أن تويتر هو سجل ويب قصير أو (مدونة) قصيرة (*sms*).

موقع تويتر تم إنشائه في مارس 21 عام 2006م بواسطة الأمريكيين جاك دورسي ونوح غلاس، و إيفان و بليامز، وبيز ستون، ثم تم إطلاقه في شهر 13 يوليو 2006م. ووفقاً لموقع ويكيبيديا في بداية الأمر سبب إنشاء الموقع كان كمشروع تطويري بحثي أجرته شركة (*Odeo*) الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو في ولاية كاليفورنيا <sup>[1]</sup>.

تويتر هو كل ما يخص الاتصالات الشخصية السريعة. يريد الأشخاص الذين يرسلون تغريدات مشاركة أفكارهم مع آخرين عن شيء ما. في بعض الأحيان يمكن أن يكون هذا

---

2. [www.en.wikipedia.org](http://www.en.wikipedia.org)

رؤى شخصية يتم مشاركتها مع أشخاص يتابعون تغريداتك.، بينما في أوقات أخرى قد ترغب في مشاركة أفكارك عن حدث أكبر. وتشمل الأمثلة على استخدام تويتر، تعقب المشاهير، تقديم تعليقات عن حدث وقت حدوثه مثل عرض أو تقديم تليفزيوني مباشر، تمرير معلومات عن شيء مثير للاهتمام مثل حفلة للمتابعين لك أو مشاركة خبراتك عن حدث كبير مثل كارثة طبيعية. استخدام آخر شائع لتويتر هو استخدامه كمصدر للمعلومات- يمكنك طرح أسئلة على الإنترنت عن قضايا معينة ويتم الإجابة عليها بسرعة.

وقد تواصل النمو السريع لتويتر، ففي عام 2007م كان عدد التغريدات لكل ربع منه هو 400 ألف تغريده منشورة، نمت إلى 100 مليون تغريده لكل ربع من عام 2008م. وفي شهر فبراير من عام 2010م بلغ عدد تغريدات المستخدمين 50 مليون تغريده يومياً ارتفعت إلى 65 مليون في شهر يونيو من نفس العام بما يساوي 750 تغريده يتم إرسالها كل ثانية. ومع هذا النمو تحول تويتر إلى وسيلة تدوين مصغر فائقة القوة متعددة الاستخدامات من التسويق إلى الإعجاب بالمشاهير ونشر وتوزيع الأخبار بل وحتى المساعدة في عمليات الإنقاذ والإغاثة كما حصل خلال كارثة زلزال تسونامي في اليابان، النمو لم يقتصر فقط على التغريدات، ولكن أعداد المشتركين في الموقع متزايدات أيضاً. ففي 12 مارس 2011م وحده وهو اليوم التالي لزلزال اليابان أضاف الموقع 572 ألف مشترك جديد، وفي شهر جولي من عام 2011م بلغ متوسط الاشتراكات الجديدة اليومية في الموقع 460 ألف حساب جديد. وفي هذا الشهر أيضاً أعلن تويتر أن عدد المغردين بواسطة هواتفهم الجواله زاد بمعدل 82% عن العدد الذي كان عليه في العام السابق<sup>[1]</sup>. الجديد بالذكر أنه من ضمن 200 مليون مستخدم لتويتر فإن 30-40 مليون فقط يعتبرون

---

1. Hachers group, op. cit, p:14

مستخدمين نشطاء، بمعنى آخر فإن معظم المعلومات المتداولة على تويتر يتم نشرها بواسطة أقلية من المستخدمين، في حين أن الأغلبية الباقية هم مجرد مستهلكين لتلك المعلومات فقط. **مميزات تويتر :**

الميزات الأكثر شيوعاً لتويتر [1]:

1. الغريدة: هي رسالة مرسلة على تويتر يصل طولها إلى 140 حرف.
2. التابعين: الأشخاص الذين طلبوا أن تُرسل تغريداتك لهم.
3. الوسم (#): يسمح لك عمل تغريده عن موضوع شائع في تويتر عن طريق تضمين كلمة معينة يسبقها الرمز "#"، مثل "الطقس #".
4. إعادة توجيه تغريده (RT): إعادة توجيه تغريده مستخدم آخر إلى أتباعك.

**ثالثاً - اليوتيوب (YouTube.com)**

اليوتيوب هو موقع مشاركة ملفات الفيديو. ويحتوي على مجموعة متنوعة من ملفات الفيديو المقدمة من المستخدمين بما في ذلك عروض المستخدمين للمنتجات ومقاطع فيديو أصلية قصيرة. يحتوي اليوتيوب أيضاً على مجموعة من المحتويات المكونة بشكل احترافي من مقاطع من عروض تليفزيونية وإعلانات تجارية، ولقطات من أفلام وأشرطة فيديو موسيقية. يمكن للمستخدمين عند زيارة الموقع الإلكتروني "اليوتيوب" مشاهدة هذه الملفات، ولكن الأشخاص المسجلون فقط في الموقع الإلكتروني يمكنهم وضع أشرطة فيديو على الإنترنت.

---

1. "مدى"، مركز قطر للتكنولوجيا المساعدة، وسائل الإعلام الاجتماعية للأشخاص ذوي الإعاقة، مقال منشور عن تويتر ص

موقع اليوتيوب هو أكبر موقع على شبكة الإنترنت يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني. تأسس موقع اليوتيوب في 14 فبراير سنة 2005 م على يد شاد هيرلي، ستيف شين، جاود كريم، وكانوا موظفين سابقين في شركة باي بال في ولاية كاليفورنيا.

موقع يوتيوب يستخدم تقنية الأدبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، أما محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، والموسيقى، الفيديو المنتج من قبل الهواة، وغيرها، وهو حالياً مزود بـ 67 موظف. في أكتوبر 2006 أعلنت شركة (Google) الوصول لاتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي. وهو يعتبر من الجيل الثاني من مواقع ويب 2 (web2 generetion) [1].

قام موقع يوتيوب بإحداث طفرة في عالم الإنترنت، فقبله كان مستخدمو الإنترنت لا يستطيعون نشر فيديوهات هم أو عرضها للمشاهدة، فقط كان متاح هو إرسالها عبر البريد الإلكتروني بحد أقصى ثوانٍ محدودة، ولكن مع موقع يوتيوب فقد أصبح من السهل نشر ومشاركة الفيديوهات ليشاركها كل مستخدمي الإنترنت حول العالم وأصبح كل شخص حتى الهواه يمكنه عمل قناة خاصة في أي مجال سواء كانت كوميدية، علمية، ثقافية دينية، موسيقية أو سياسية بدون أية قيود أو رقابة. ولذا أن نسبة المشاهدة للمقاطع الفيديو يومياً في اليوتيوب يزداد بالملايين.

أن شعبية مقاطع فيديو اليوتيوب جعلت الموقع الإلكتروني بوابة ترفيهية مفيدة، متوافرة على مجموعة متنوعة من منصات الكمبيوتر والأجهزة النقالة المختلفة. اكتشفت مشاركة ملفات

---

<sup>1</sup> Michael Cross, op. cit, p:15

الفيديو المفضلة على اليوتيوب وأصبح للأسرة والأصدقاء مركز محبب للحديث. وتحميل ملفات الفيديو على اليوتيوب يوفر فرصة لتبادل الأفكار والآراء الخاصة. وبصرف النظر عن الترفيه، من المعروف أيضاً أن اليوتيوب أفضل مكان لتعلم كيفية القيام بالأشياء، مع كتيبات الاستخدام والدروس المقدمة عن أي موضوع.

حسب موقع (Alexa)<sup>[1]</sup> يوتيوب هو حالياً ثالث أكثر المواقع شعبية في العالم بعد فيس بوك وجوجل بلاس. في يوليو 2006، صرح المسؤولون عن الموقع بأن عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل إلى 100 مليون يومياً. " وفي شهر يناير 2008 فقط، 79 مليون مستخدم شاهد أكثر من 3 مليارات فيلم، في أغسطس 2006، ذكرت الـول ستريت جورنال بأن الموقع يستضيف 6.1 مليون فيلم، بسعة 600 تيرابايت. في 2007، استهلك الموقع قدرًا من حجم تدفق البيانات مماثل لاستهلاك العالم لجميع مواقع الإنترنت في عام 2000. يتم رفع 13 ساعة تقريباً من الأفلام في كل دقيقة . في مارس 2008، قدرت كلفة الموقع بحوالي مليون دولار أمريكي يومياً<sup>[2]</sup>.

---

1. Michael Cross, op. cit, p:18

1. [www.telegraph.co.uk/technology/google/7733419/Top-10-facts-you-didn't-know-about-YouTube.html](http://www.telegraph.co.uk/technology/google/7733419/Top-10-facts-you-didn't-know-about-YouTube.html).

## مميزات اليوتيوب:

المميزات الأكثر شيوعاً لليوتيوب [1]:

1. مشاهدة ملفات الفيديو: يمكنك مشاهدة ملفات الفيديو المرسلة إلى اليوتيوب من جميع أنحاء العالم.
2. مشاركة ملفات الفيديو الخاصة بك: يمكن أيضاً مشاركة ملفات الفيديو الخاصة بك.
3. يمكن مشاركة ملفات الفيديو الموجودة على اليوتيوب بسهولة على مواقع أخرى مثل الفيس بوك وتويتر.

يرى الباحث أن لليوتيوب نقاط قوة أنه يُمكن أن يكون مصدراً مفيداً لملفات الفيديو التعليمية والثقافية، وأيضاً في توفير توجيهات عن كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أخرى. هذا الموقع لم يعد حكراً على مؤسسات إعلامية أو قنوات تليفزيونية فضائية، أو أشخاص مهتمين من الصحفيين وغيرهم، بل أصبح متاحاً لكل من يرغب بالحصول على موقع خاص به، ابتداءً من كبار القادة والمسؤولين في العالم، إلى عامة الناس بمختلف فئاتهم العمرية وخصوصاً الشباب منهم، لما يقوم به هذا الموقع من خدمات مميزة خصوصاً دوره البارز في أحداث العالم الأخيرة. لقد أصبح اليوتيوب جزء لا يتجزأ من اهتمامات الملايين من الناس على اختلاف أعمارهم وبمختلف اهتماماتهم، كما أنه أضاف خدمة كبيرة وفاعلة لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري الحديثة.

---

<sup>2</sup> "مدى"، مركز قطر للتكنولوجيا المساعدة، وسائل الإعلام الاجتماعية للأشخاص ذوي الإعاقة، مقال منشور عن اليوتيوب ص.2.

## الفصل الثالث

## الفصل الثالث : الإعلام وعلاقته بالثقافة

- المبحث الأول مفهوم الثقافة.
- المبحث الثاني دور وسائل الإعلام في نقل وترسيخ الثقافة.
- المبحث الثالث شبكات التواصل والمتغيرات الاجتماعية.

المبحث الأول - مفهوم الثقافة

## ماهية الثقافة:

الثقافة هي مجموعة من الأشكال والمظاهر لمجتمع معين تشمل عادات، ممارسات، قواعد ومعايير كيفية العيش والوجود، من ملابس، دين، طقوس و قواعد السلوك والمعتقدات. وعرّفت اليونسكو الثقافة بأنها "مجموع الحقائق والنشاطات الفكرية والفنية والعلمية للمجموعة المعاصرة من الشعوب المنتمية إلى الحضارة، كما تتمثل هذه الثقافة في استخدام الوسائل التي تعبر بها هذه المجموعة عن نشاطاتها وتبليغ رسالتها إلى أبنائها وإلى سائر العالم وتلقي رسالة العالم وأدائها في بلادها"<sup>[1]</sup>.

ويمكن القول إن الثقافة هي كل المعلومات والمهارات التي يملكها البشر، والثقافة قضية سلوكية تأتي من الإدراك الذاتي الجماعي عبر تراكم الخبرات لدى الجماعة على مر التاريخ، مضافا إليها القيم الدينية والمعتقدات الإنسانية والوجدان الجماعي.

ويرى الدكتور عبد المنعم الصاوي أن الثقافة "مجموعة مكتسبة من الخصائص والصفات تحدد للإنسان نوعاً متميزاً من السلوك يقوم على مجموعة من القيم والمثل والمفاهيم يؤرثها ويتمسك بها ويحرص عليها"<sup>[2]</sup>.

أما علماء الاجتماع فكان لهم رأي في الثقافة أجملوه في " أنه يقصد بالثقافة جميع مظاهر الحياة الاجتماعية ، والثقافة عبارة عن محصلة ما يتزود به الإنسان من معارف وعلوم وما يحققه لإدراكه وفكره من تقدم وعمق، وبذلك تساهم الثقافة في تشكيل اتجاهات الأفراد وآرائهم ومعتقداتهم، لذلك فإننا إذا تبينا مدى ثقافة شعب من الشعوب يمكننا بعد ذلك التنبؤ

---

1- حسين أبو شنب، ((دور التلفزيون في خلق ثقافة عربية متوازنة في أقطار الخليج العربي))، دراسة تطبيقية على تلفزيون الكويت، رسالة ماجستير، (القاهرة: جامعة القاهرة كلية الإعلام، 1992م) ص 47.

2- المرجع نفسه - ص 23.

بمدى اقتناع أفراد الشعب بفكرة معينة أو رأي معين، ونتيجة لذلك تختلف الآراء والأفكار من شعب لآخر حول القضايا المختلفة والقضايا المتماثلة نتيجة اختلاف الثقافات، ومدى نظرة الأفراد لهذه القضايا " [1].

ولا شك أن الثقافة الخاصة بمجموعة بشرية محددة تؤثر فيها العوامل والأهداف المشتركة، والظروف السياسية والتاريخية والجغرافية والبيئية والسكانية المتعلقة بهذه المجموعة، لتشكل سمات تحدد الخصائص الثقافية لهذه المجموعة، فالثقافة إذن "هي نمط من العيش والفكر تدير عليه الجماعة، ذلك النمط الذي يختلف من جماعة إلى جماعة.

فالبرامج الثقافية في وسائل الإعلام المختلفة هي التي تعبر عن مجالات العلوم والآداب والفنون والتراث والعقيدة وتنشرها، وتستخدم هذه البرامج للمحافظة على الشخصية والهوية، ليس من منطلق الانغلاق عن العالم حولنا، ولا التعصب لثقافتنا والانعزال عن تيار الحضارة العالمي الحديث، وإنما ثقافتنا هي المكون الأساس لشخصيتنا التي ننطلق من خلالها إلى التفاعل الثقافي والحضاري مع الغير بالروح الندية والمساواة وليس من واقع الشعور بالدونية بالتقليد الأعمى واستيراد ثقافة الاستهلاك. وهذه المسؤولية في الحفاظ على المكونات الثقافية هي واجب الدولة ووسائل إعلامها بما يحقق التمسك بثقافة وتراث المجتمع دون الوقوع في أسر العزلة أو التعصب، إنما الانفتاح الهادف والواعي على الثقافات الأخرى، وتعزيز المكونات الثقافية الوطنية والقومية للشخصية، فالثقافة هي تعبير "عن روح المجتمع وسلوكه وقيمه ومعارفه ونموه وتقدمه" [2].

1. عبدالله تايه ، الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون، ط.1، (رام الله : دار الماجد للطباعة والنشر، 2006م) ص 15.

2. المرجع نفسه - ص 17.

وبذلك فالثقافة هي المعبرة عن الحياة المجتمعية لفئة بشرية محددة، وترتبط بالواقع المعاش، ولا بد من توفر قدر من الحرية في الفكر والنشاطات العقلية وحرية التفكير والتعبير، كي تنشأ ثقافة ذات محددات وخصائص ترتبط بهذه الجماعة. ويرى ت.س. اليوت أن الثقافة " ليست خاصة بطبقة من الناس ومجموعة مختارة منهم، ولذلك تختلف الجماعات اختلافاً واضحاً بالنسبة لتراثها الثقافي" [1].

يرى الباحث أن الثقافة هي إحدى المظاهر الإنسانية المتميزة، وهي منتشرة ومتكاملة ومتنوعة يحدث عليها تعديلات وتغيرات وتأثيرات متبادلة، ويكتسبها الفرد بالتعلم وبالتعايش، وبالتواصل عبر وسائل الإعلام المختلفة.

### علاقة الإعلام بالثقافة:

الإعلام له دورٌ مؤثر في المجتمع، يقدم للمشاهد والمستمع معلومات جديدة ومتواصلة، يصله بكل جديد في مجالات الحياة المختلفة، ويطلع على ما يدور في العالم ومن حوله في شتى ميادين ومجالات الحياة اليومية من منجزات وصراعات. ويؤثر الإعلام في الفئات المجتمعية بقدر ثقافتها ووعيتها، وكلما انخفض المستوى الثقافي والتعليمي للأمة كلما ازداد تأثير الإعلام الموجه على أفكارها وسلوكها وأنماط حياتها، وكأن ما تأتي به وسائل الإعلام حقائق لا جدال حولها، في حين أن ذوي الثقافة والتعليم والخبرة يرون فيما تأتي به وسائل الإعلام مادة ليست مقدسة وهي قابلة للنقاش والحوار والنقد وتحتمل عدة أوجه.

وكلما تقدم المجتمع وازدادت مجالات العمل والنشاطات والعلم وكذلك يتقدم الإعلام ليوكب ما يدور حول المجتمع وحول العالم، ويشارك ويؤثر في التنقيف والتنوير وتحشيد الجموع حول فكرة أو موقف أو قيمة، فالإعلام هو عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة، وحقائق واضحة

1. المرجع نفسه - ص 23.

وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة، ووقائع محددة، وأفكار منطقية، وآراء راجعة للجماهير مع ذكر مصادرها خدمة للصالح العام " [1].

ويُظهر الإعلام أنماط الثقافة، ويقوم بنشر الثقافة الوطنية، وينمي الوعي الثقافي إذ أن وسائل الإعلام لها دور أساسي في نشر الثقافة والمعرفة وعليها أن تأخذ هذا الدور بجدية واهتمام. ولا شك أن التطورات التقنية التي حدثت لوسائل الاتصال والإعلام في السنوات الأخيرة قد أثرت في العلاقات المتعددة داخل المجتمع الواحد، وما فيه من قيم، وعادات، ومفاهيم، وأنماط سلوكية، وخبرات، ومعارف، وكذلك في علاقة المجتمعات البشرية بعضها ببعض سواءً في زمن السلم أو الحرب.

وبما أن الثقافة تعبير عن النواحي المختلفة والمتعددة للنشاط الإنساني فإن الإعلام هو وسيلة الاتصال التي تنقل وتعزز وتعبر عن هذا النشاط. لذلك نرى أن وكالات الأنباء ووسائل الإعلام في الدول المتقدمة ترى في الإعلام تجارة، وأنماط استهلاكية ونشر قيم جديدة تغزو به ثقافات وعادات الآخرين. في حين أن الدول الفقيرة ترى في الإعلام وسيلة للتعليم والتثقيف في المجالات المختلفة كي تلحق بركب التقدم والحضارة، وتحسين قواعد الاستهلاك والإنتاج وخطط التنمية، فإذا كان الغرب يرى في الإعلام وسيلة سريعة لنشر الأخبار فإن الدول الفقيرة تنظر إلى الإعلام على أنه وسيلة لإنجاح خطط التنمية. أما الإعلام الثقافي هو الجزء المحدد من الإعلام الذي يهتم بقضايا الثقافة وأسئلة الإبداع، ويناقش قضايا وهموم المعرفة، ويطرح أسئلة وإشكاليات الحضارة والهوية.

يرى الباحث أن لثقافة دور كبير في حياة الإنسان، فهي منفسه الوحيد في كل وقت وحين، خاصة في أوقات الأزمات والشدائد، فالكثير من الأعمال الأدبية والفكرية إنما هي نتائج ظروف

---

1. عبدالله تايه، المرجع السابق، ص 28.

وأزمات مر بها أصحابها، ومن ثم أصبحت فيما بعد أعمالاً خالدة. يعاني عالمنا اليوم من تناقضات وصراعات جعلته يعيش فراغاً ثقافياً واضحاً اخترق وتسرب إلى جميع مناحي الحياة مما أدى إلى انهيار دور الثقافة المحلية الوطنية أمام ثقافة العولمة، أي ثقافة التسلية والمرح، وهي ثقافة استهلاكية في عمومها، محاولة بطرق وأساليب شتى الضغط ومحاصرة الثقافات الوطنية وتهميش دورها من خلال إشاعة ثقافة تغييب الوعي للساحة الفكرية<sup>[1]</sup>.

### خصائص الثقافة:

تنتقل الثقافة من جيلٍ إلى جيلٍ آخر على شكل عادات وتقاليد ونظم وأفكار ومعارف يتوارثها الخلف عن السلف عن طريق الرموز اللغوية، كما أنها تنتقل من وسط اجتماعي إلى وسط آخر، وبهذا المعنى فإنها تراكمية، فالإنسان يستطيع أن يبني على أساس منجزات الجيل السابق والأجيال السابقة فهو ليس بحاجة إلى أن يبدأ من جديد في كل جيل، وتختلف الطريقة التي تتراكم بها ثقافة معينة كاللغة مثلاً، عن الطريقة التي تتراكم بها خاصة أوسمة ثقافية أخرى كالتيكولوجيا، على سبيل المثال تنشأ الثقافة في مجتمع معين ويظهر جلياً في سلوك أعضاء ذلك المجتمع، وهي قابلة للتناقل، وعملية التناقل تقتصر على الإنسان بوصفه الكائن الوحيد الذي يبدو قادراً بدرجة كبيرة على أن ينقل ما اكتسبه من عادات لأقرانه، وتلعب وسائل الإعلام سواء كانت القديمة والجديدة دوراً بالغاً في نقل وتطوير هذه الثقافة بين أعضاء المجتمع، وتعد اللغة عاملاً أساسياً في هذا المجال.

وهناك من يحدد خصائص للثقافة، ويمكن إجمال تلك الخصائص كما يلي<sup>[2]</sup>:

1. جابر عصفور، نحو ثقافة عربية مغايرة، الطبعة الأولى، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008م). ص 135.
2. سامية حسن الساعاتي، الثقافة والشخصية، بحث في علم الاجتماع الثقافي، الطبعة الأولى، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1988م) ص 73-76.

إنَّ من خصائص الثقافة لها البقاء والدوام وكذلك الاستمرار عبر الزمن، بسبب قدرتها على تخليد نفسها وعلى البقاء بعد انقراض الشخصيات التي تسهم فيها، ومع أنَّ الثقافة تخرج تماماً عن نطاق التركيب الطبيعي للفرد إلاَّ إنَّها تصبح خلال مراحل نموه جزءاً من شخصيته.

1. هي ميراث اجتماعي فالعادات الخاصة بالنظام الثقافي تنتقل وتستمر عبر الزمن كما يشارك فيها كل الأفراد الذين يعيشون داخل تجمعات منظمة أو جماعات تحرص على الامتثال لتلك العادات تحت وطأة الضغوط الاجتماعية.

2. ولها وظيفة التوافق فهي تتوافق مع البيئة الجغرافية للمجتمع ومع الشعوب المحيطة بها كما تتوافق المطالب النفسية والبيولوجية للكائن البشري.

3. ومن خصائص الثقافة أنها ذلك الكل المركب والمعقد الذي يشتمل على المعرفة والعقائد والفنون والقيم والقانون والعادات التي يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع ويشمل ذلك الجانبين المادي وغير المادي.

4. ان لثقافة تنظيم يشمل مظاهر الانفعال والأفكار والمشاعر التي يعبر عنها الإنسان عن طريق الرموز بفضل اللغة التي يتعامل بها وبهذه الصفة الرمزية أصبح من السهل انتقال الثقافة.

5. ومن خصائصها أيضاً بأنها مكتسبة، فهي المصطلح الاجتماعي للسلوك المتعلم فجوهر الثقافة عند الإنسان هو التعلم تمييزاً لها عن الصفات الموروثة، وتأكيداً لقدرة الإنسان على التعلم، فإن الثقافة العقلية فهي تتكون من السلوك المكتسب والفكر المكتسب لدى أفراد المجتمع ويتمثل هذا الفكر في المعاني والمثل والأنظمة والمعتقدات.

6. إن لثقافة تنظيم يقوم على التفاعل الاجتماعي بين الأفراد ووظيفتها توجيه سلوك هؤلاء الأفراد.

يرى سهير جاد أن الثقافة تنقسم إلى قسمين، الثقافة مثالية وواقعية، فالثقافة المثالية تشتمل على الطرق التي يعتقد الناس، إنَّ من الواجب عليهم السلوك أو التي قد يرغبون في إنتاجها أو التي يعتقدون إنه من الواجب عليهم السلوك بمقتضاها، أما الثقافة الواقعية فإنها تشكل من سلوكهم الفعلي وفي الثقافات التي تجتاز تغييراً سريعاً.<sup>[1]</sup>

---

2. سهير جاد، البرامج التليفزيونية والإعلام الثقافي، الطبعة الأولى، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1987) ص 49.

المبحث الثاني - دور وسائل الإعلام في نقل وترسيخ الثقافة

## أولاً - وسائل الإعلام التقليدية والبرامج الثقافية:

تعد وسائل الإعلام في الظروف الراهنة من أهم المؤثرات بعدما أصبح النشاط الإعلامي هو النشاط الثالث الذي يمارسه المواطن بعد الأكل والنوم، ولأنها باتت تساهم بقوة في تشكيل المواقف وآراء المجتمع تجاه القضايا المختلفة التي تواجه الأمة وفي ترسيخ قيم النظام الاجتماعي، بالإضافة للدور الحيوي الذي تلعبه في حياة الناس. ونظراً للتطور الواسع في الحقل الإعلامي فالمسؤولية الملقاة على عاتق وسائل الإعلام كبيرة والبرامج التي تبثه، إذ يساعد على تناسق السلوك الاجتماعي وتحدد العادات للأفراد والجماعات. وتعد البرامج الثقافية في وسائل الإعلام في الظروف المتسارعة للتطور التكنولوجي من المؤثرات الأساسية على ثقافة المجتمع، لأنها تساهم في تشكيل مواقف واتجاهات وآراء وقيم الجماهير تجاه القضايا والموضوعات المختلفة.

إن نوعية البرامج التي يتم بثها في وسائل الإعلام المختلفة يتضمن ألواناً من المعرفة والثقافة في المجالات المختلفة التي يتم تزويد الإنسان بها في البرامج الثقافية. ومنها ما يعتمد على السرد أو الحوار أو المقابلة أو أية أشكال أخرى مناسبة تقدم من خلالها إلى الجمهور، وفي حال التلفزيون يكون للصورة دور فاعل ومؤثر، ومن المهم انتقال الكاميرا إلى خارج الاستوديو لنقل وقائع النشاطات والأحداث الثقافية ذات الأهمية، وكذلك برامج الإذاعة وعدم اقتصرها على التسجيل الداخلي أو البث المباشر لهذه البرامج من داخل الاستوديو فقط، وبعض معدي الدورات البرمجية يضيفون إلى برامج المعرفة والعلوم والثقافة برامج الأطفال والأسرة والبرامج الدينية ما دامت تقدم ثقافة وعلومياً ومعرفة<sup>[1]</sup>.

وتهدف البرامج الثقافية في وسائل الإعلام إلى تثقيف الفئات المستهدفة، وكلما اتسعت شريحة المستهدفين كلما امتد التثقيف إلى فئات أخرى، وارتفع مستوى الأفراد الثقافي، ودور

<sup>1</sup> - عبدالله تايه ، المرجع السابق - ص 75 .

التثقيف أن يوفر للمتلقي المعرفة الصائبة، وطرق التفكير السليمة، والتزود بالمعارف والعلوم والفنون والآداب، والإحاطة بالوسائل المختلفة للرقي، والربط بين الفكر والسياسة والاقتصاد، والتعريف بالتراكم المعرفي السابق والإحاطة بالمكونات الثقافية للمجتمع في الماضي والحاضر تهيئةً للمستقبل، وتقديم معلومات حول الشخصيات التي أثرت في مجالات الحياة المختلفة للاستفادة من تجربتها وسيرة حياتها فيما يفيد الفرد والمجتمع.

والثقافة هي "محصلة ما يتزود به الإنسان من معارف وعلوم وما يحققه لإدراكه وفكره من تقدم وعمق، وبذلك تساهم الثقافة في تشكيل اتجاهات الأفراد وآرائهم ومعتقداتهم، لذلك فإننا إذا تبينا مدى ثقافة شعب من الشعوب يمكننا . بعد ذلك . التنبؤ بمدى اقتناع أفراد الشعب بفكرة معينة أو رأي معين ونتيجة لذلك تختلف الآراء والأفكار من شعب إلى آخر حول القضايا المختلفة ، أو القضايا المتماثلة نتيجة اختلاف الثقافات ومدى نظرة الأفراد لهذه القضايا " [1] .

إذا نظرنا إلى البرامج الإذاعة والتلفزيون نجد أنهما وسيلتان تشجعان على القراءة والاطلاع، وزيارة المسرح، والسينما، والمعارض الفنية، وتسهمان في الإقبال على شراء وقراءة الكتب، وحضور المناسبات الثقافية، وتنمية الذوق، وتهذيب النفوس.

يرى الباحث أن من يقوم بوضع خارطة البرامج الثقافية في الإذاعة المسموعة أو المرئية أن يكون على دراية بمفهوم وأهمية ودور الثقافة في المجتمع، وحوار الثقافات، وترسيخ القيم والمعارف والعلوم، والتعديل في الأفكار والسلوك، والتوجه. ويلاحظ أهمية الإعلام الثقافي لدى وسائل الإعلام الأجنبية، تعطي اهتماماً بالغاً لنشر ثقافتهم بكل الوسائل الإعلام. وهذا ينبهنا إلى

---

<sup>1</sup> سعيد السراج، الرأي العام مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة، الطبعة الثانية، (القاهرة: مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1986) ص 207.

تأثير المعلومات في توجيه الثقافة، فالمعلومات جزءٌ أساسي من مضامين البرامج الثقافية، وتشكيل ثقافة وتوجه الأفراد، وحماية تراثهم وهويتهم وحقوقهم.

وبما أن الثقافة تدخل في نسيج الحياة اليومية وتمثل الفكر والتراث والموروث الذي يباين بين كل جماعة وأخرى، فإن البرامج الثقافية لا بد أن تكون منسجمة مع هذا النسيج، وتجسد المفاهيم الثقافية وما ينضوي تحتها من علوم، واختراعات، وفكر، وفنون، وآداب، ومعارف، ودراسات، وتقدم للمشاهد والسامع في شكل وأسلوب مناسبين ليحدث التفاعل الإيجابي المنتظر. إذ أن للإعلام التقليدي مهمة رئيسة في العمل على تشكيل الإطار المناسب الذي يستوعب كل الأنماط والأفكار والقيم الثقافية ويقلل من الاختلافات الثقافية سواءً بين شعوب العالم أو بين وحدات المجتمع الواحد وفئاته، كما يعمل على دراسة الجمهور واهتماماته ومستوياته لتكون الغاية واضحة ميسورة.

فالبرامج الثقافية في وسائل الإعلام التقليدية عليها أن تشكل عامل جذب للمستمعين والمشاهدين، والقراء، وأن يكون من أولوياتها الحفاظ على التراث، وترسيخ الهوية الوطنية، وتحقيق تنمية ثقافية على أساس من التمسك بتقاليدنا وقيم المجتمع، مع الانفتاح على التطور العلمي والتكنولوجي، وأن تتناغم مع القيم الاجتماعية والثقافية والمفاهيم السياسية والوطنية، وألا تروج ما له علاقة بالتمييز في الجنس أو اللون أو الدين أو ما يتعارض مع التنشئة السليمة، وكذلك تهدف إلى رفع المستوى الثقافي للمتلقى منبثقة من قاعدة العلم والوعي والثقافة<sup>[1]</sup>.

ولا ينبغي للنظر إلى البرامج الثقافية على أنها شيء مستقل، بل هي جزء من السياسة العامة للدولة أو المجتمع، لتحقيق الأهداف والسياسات المرجوة بما يعود بالنفع على الجميع،

---

<sup>1</sup> عياد الله تابه، المرجع السابق - ص 25 .

وينجز أهداف برامج التنمية والتطوير. وللبرامج الثقافية دورٌ أساسي في تنمية التذوق الفني والجمالي في المضمون والشكل، وهي تسعى للتأثير في الأفراد بتعزيز قيم الذوق والفن والجمال، ورفع ذائقة الفرد والجمهور في الآداب والفنون بما ينعكس على ثقافة وتهذيب الفرد، وتفاعله لخلق بيئة ثقافية وفنية وجمالية تتعاقد مع السعي للعلوم والفكر بما يحقق توازناً وتقدماً.

وإن برامج الفنون والآداب، والتكامل بين الوسائل الثقافية كالسينما، والصحافة، والموسيقى، والكتاب، والمتاحف، والمسرح، والفنون التشكيلية، والآداب، هي التي تعزز المضمون الثقافي، وتدفع لوضع أشكال عديدة ومتنوعة للبرامج الثقافية بما يخدم الأهداف والتطلعات. وتكون البرامج الثقافية "محددة في البرامج الثقافية المتخصصة وبرامج الثقافة العامة. وهذا التحديد يقتضي بالضرورة التأكيد على أن مفهوم البرامج الثقافية يوحد بين الثقافة كمضمون وبين الوعاء البرامجي التليفزيوني من حيث الشكل والمحتوى" [1].

يرى الباحث مما سبق أن البرامج الثقافية في وسائل الإعلام التقليدي لها مضمون ثقافي، ويعرض في شكل ثقافي كي يحدث النقاء المضمون والشكل، وإذا قدم المضمون الثقافي في شكل برامجي غير ثقافي، فإن المتلقي ينصرف عن المتابعة أو يستخف بالبرنامج. والبرامج الثقافية تكون كذلك عندما تضيف إلى ما يعرفه الجمهور معلومات هامة يمكن استخدامها في الأغراض الاجتماعية، أو تكسب أفراد الجمهور مهارات جديدة، أو توسع نطاق التجربة الثقافية للجمهور وتزيد من قدرته على التذوق والتعبير الفني.

### ثانياً - دور وسائل الإعلام التقليدية في نقل وترسيخ الثقافة:

إن تفاوت واختلاف الثقافات في العالم يؤدي إلى التبادل الثقافي والتقارب بين الأمم والشعوب، إن الإنسان كونه اجتماعي يميل إلى التواصل والتعارف مع الآخرين. إن ثقافة

---

1. سهير جاد، المصدر السابق ص 52.

الشعوب أو الجماعة تتأثر بالعوامل والأهداف المشتركة والظروف المحيطة بها، والرقعة الجغرافية التي تعيش عليها، والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، وعوامل النشاط الذاتي والمجتمعي، والعلاقات مع الأمم والجماعات المحاورة، ويكون في النهاية لكل جماعة من الجماعات ثقافة خاصة بها، وأنماط وأساليب في الحياة والتفكير والعمل والمعتقدات، ومن خلال هذه الثقافة تسعى الجماعة لإثبات ذاتها، وتحقيق ما تصبو إليه، وتتواصل مع الثقافات المحاورة والبعيدة بحيث لا تسود أو تهيمن ثقافة على أخرى من منطلق اعتزاز كل جماعة بثقافتها، ويحدث التفاعل الثقافي الإيجابي مع ثقافات الآخرين، ويكون هذا التفاعل بناءً وخلاقاً لما فيه خير لجماعة ورفعتها وتقدمها في مجالات الحياة والإنتاج والثقافة. وهذا التنوع الثقافي في المجتمعات البشرية جعل لكل جماعة خصائصها ونظمها وعاداتها وتقاليدها، وكذلك ما ينشأ من تنوع ثقافي خاص بالجماعة بين فئات المجتمع الواحد حسب تنوع الفئات الاجتماعية، وتعدد الطبقات والشرائح المختلفة، وكل هذه الاتساق تشكل في مجملها ثقافة المجتمع.

كما هو المعلوم أن لوسائل الإعلام دوراً ثقافياً في الحث على التلائم المجتمعي والتنشئة الاجتماعية والعلمية والفكرية والحضارية، ووسائل نقل ونشر وترويج الإعلام الثقافي بينها اختلافات في درجة التوصيل والإرسال والتفاعل بين الجمهور بما تقدمه، وهذا يعود إلى الوسيلة المستخدمة، وطبيعة التكوين المجتمعي، والمرسل، والأسلوب المستخدم، والمادة التي يتم توصيلها. وكذلك أن البرامج الثقافية تؤثر في التكوين الثقافي والمعرفي للفرد والجماعة، ويمكن لها أن تزودهاما بالثقافة من برامج أخرى غير تلك التي تصنف كبرامج ثقافية، فليس شرطاً أن تكون البرامج الثقافية هي الوحيدة التي تزود المتلقي بالثقافة، فكل برنامج يقدم معلومة جديدة أو معرفة في شتى المجالات هو بالضرورة يضيف إلى الرصيد الثقافي والمعرفي للمتلقي، وكل وسائل الإعلام على تعددها واختلافها لكل منها برنامجها وفكرها الذي يود نشره وإشاعته،

وتكوين قنوات محددة لدى الآخرين تجاه أهدافه المرسومة، وعليه فلكل منها وسيلة وطريقة وبرامج لغاية الاستقطاب والإقناع، وهذه الوسائل تتنافس فيما بينها على كسب ود وثقة المتلقي، وكلما جمعت وسيلة الإعلام مشاركة أكبر في إشراك الحواس في الاستقبال تكون أكثر نجاحاً، فالتلفزيون أكثر تأثيراً من الإذاعة لمشاركة حواس أكثر، مع ملاحظة أن المستوى الثقافي للمستقبل يلعب دوراً في ترسيخ القنوات، وكذلك الإعلام الجديد له طريقته ووسيلة خاصة في نشر وترسيخ الثقافة .

وهذا يدعو القائمين على وضع سياسة البرامج الثقافية في وسائل الإعلام أن يتفنونوا في إيجاد برامج ثقافية قادرة على تزويد المتلقي بالمعرفة وكافة الجوانب التي تسهم في خلق عادات وقيم تسهم في تعاون الأفراد والجماعات داخل المجتمع الواحد، وتحقيق أعلى قدر من التلائم الاجتماعي، وإنجاح مشروعات وخطط التنمية، علاوة على تحقيق السلام الاجتماعي بين الفرد وذاته، وبينه وبين المحيطين به، فيتحقق للفرد العضوية الإيجابية لما يتمتع به من ثقافة ومعرفة وقدرات تجعله فرداً نافعاً منتجاً ومتعاوناً، وفي الوقت الذي تعلى فيه روح المبادرة والخير والعمل تمتص وتعالج العوامل السلبية التي تجعل منه عبئاً على مجتمعه، ووطنه، وتخلصه من عوامل اليأس والقنوط، والإحساس بالعجز والفشل، وبالتالي تقوده هذه العوامل السلبية إلى الهدم والنقد الدائم والانحراف المجتمعي.

ولا يغفل دور الأسرة والمدرسة والبيئة المحيطة بالفرد، فهذه إضافة إلى وسائل الإعلام التي تشكل موصلات الثقافة ومواردها للإنسان منذ الصغر، وتحرص هذه الموصلات على إبراز دور الفرد وتلائمه مع مجتمعه، وتعاونه بتقديم معلومات جديدة وبيانات ومفاهيم إيجابية، بحيث يتم التداخل والتشابك بين هذه الأدوار لطرد العادات والتقاليد والمفاهيم السيئة والسلبية والمتشائمة، لتثبيت كل ما هو إيجابي وصالح، "وليس صحيحاً أن الفرد لا يستطيع أن يتخلص من عادات

اكتسبها بالتعليم، لأنه من الممكن إذا أدت الموصلات السابقة دورها بوعيٍ وعلمٍ وتركيزٍ وإحاح أن يغير المتلقي من عاداته ومفاهيمه السلبية، ويستبدالها بما هو أحسن وأنفع، فهذه الوسائل بقدر خبرة القائمين عليها ومعرفتهم للنواحي النفسية، وطرق معالجتهم للظواهر المختلفة، وأدائهم البرامجي المدروس يمكنها التأثير الثقافي الإيجابي"<sup>[1]</sup>.

لذلك يظهر دور برامج التليفزيون بشكل أكثر عمقاً وتأثيراً على المتلقين خاصة حينما تقدم برامج جادة ومنوعة، تربط الحاضر بالماضي بالمستقبل، وتؤكد على الهوية الثقافية للجماعة، وتراثها، وحضارتها، فيتكون لدى الفرد الاعتزاز بوطنه، ومجتمعه، ويدفعه للعمل من أجل مستقبل أفضل، فالحفاظ على التراث والقيم ليس معناه الانفلات ورفض الجماعات والثقافات الأخرى. لذا فإن وسائل الإعلام إذا ما قدمت الموضوع الثقافي تأتي النتائج عكسية، وكذلك إذا ارتفعت بالمستوى المقدم ليقف التحصيل الثقافي والتعليمي للمتلقي ليصبح موضوعاً للنخبة، عندها سرعان ما ينفذ المتلقي. فهذه الوسائل تخاطب الجمهور العريض، وعليها مراعاة محددات شخصيته، وثقافته، ومستواه العلمي، وأن تعمل على تراكم إيجابي، ورفع المستوى الثقافي بالتدرج<sup>[2]</sup>.

ففي الموضوع الثقافي لا بد من الحرص على أن يكون معدي ومقدمي البرامج، وواضعي الخطط البرمجية في وسائل الإعلام، على مستوى من الوعي الثقافي، والدراية التامة بما يقومون به، وكيفية رسم الخطط البرمجية بما يحقق الأهداف الثقافية والتنموية وليس مجرد تعبئة ساعات البث، ذلك لأن ما نلمسه من تأثير خاصة في البرامج التليفزيونية يدعونا لليقظة والاهتمام لما للتليفزيون من أثر على ثقافة الأفراد، ودوره في درء أخطار الغزو الثقافي ومحاولات الهيمنة الثقافية، حيث تحاول بعض الدول إحلال ثقافتها وأساليب تفكير أفرادها، وأنماط حياتهم، على غيرهم. وهذا يتضح في قوة تأثير إعلام الدول المتقدمة تقنياً على الدول النامية، والتي تستطيع تسخير قدراتها وإمكانياتها الإعلامية لإحلال ثقافتها وتذويب ثقافة الآخرين.

1. سهير جاد، المرجع السابق. ص33.

2. جابر عصفور، المرجع السابق 30.

ويرى البعض أن "التخطيط الإعلامي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالأهداف السياسية العامة التي تسعى الدولة لتحقيقها في المجالات الداخلية والخارجية ويقوم على أساس استغلال كافة الإمكانيات الإعلامية والثقافية ومواكبة السياسة القومية"<sup>[1]</sup>.

كثيراً ما يلاحظ على برامج الإعلام الثقافي، أن هناك حاجة واهتمام لدى فئات مجتمعية بمجالات محددة، ثقافية أو علمية وأدبية أو فنية، فيعكفون على إنتاج برامج تغطي هذه الاحتياجات بما يدعم دور كل شرائح المجتمع في البنيان الاجتماعي والتنموي والثقافي.

كما تعنى وسائل الإعلام التقليدية بترسيخ القيم الإيجابية وكل ما من شأنه خدمة المجتمع وتحقيق برامجها في التنمية والثقافة من خلال خطط آنية ومستقبلية، وفي نظرة متأنية، وملاحظة لتطور الوسائل الإعلامية ومنظومات الاتصال الحديثة، نجد أن هذا التقدم التقني قد ساهم في سرعة وكثافة وحجم التغطية الإعلامية في شتى مجالات المعرفة الإنسانية، الأمر الذي عزز المعرفة بالثقافات الأخرى، ونشر الثقافة إلى مناطق ما كان بالإمكان الوصول لها لولا التقنيات الجديدة في الإرسال والإعلام. واطلع المهتمون من خلالها على أساليب وخطط وبرامج تقوم بها شعوب أخرى لنشر ثقافتها، والتعريف بها للقاصي والداني، فانتشرت المعرفة والإلمام بالثقافات الأخرى. فإن دور الإعلام في الثقافة لم يعد مقتصرًا على مجرد النقل والتوصيل والنشر، ولم يعد دور الإعلام ناقلاً حياً وإنما بدأ إسهامه واضحاً وجلياً في حياة الجماعات، سياسياً، واقتصادياً، واجتماعياً، وثقافياً، وأصبح يهدف فيما يهدف إليه إلى تغيير الأفكار، والاتجاهات، والعادات السلوكية، والاستهلاكية، بما يحقق خدمة الأهداف لواقعي السياسة الإعلامية في المجتمعات، فعلى الإعلام الثقافي يقع عبء جسر الهوة بين فئات

1. إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال الجماهير، الطبعة الثانية، (مكتبة الأنجلو المصرية، 1969). ص 327.

المجتمع الواحد، والتفاعل الإيجابي مع ثقافات المجتمعات الأخرى لإرساء قواعد وأصول ومفاهيم قبول الآخر، والتعاون معه، والمشاركة الإنسانية، والحضارية، في إطار المقبول والمرغوب فيه، وبما يدفع إمكانيات السلام والأمن الاجتماعي داخل الجماعة الواحدة بين فئاتها المتعددة، وداخل الأمة الواحدة، والدولة الواحدة وكذلك بين الدول.

الأمر الذي ينعكس إيجابياً على السلام، والأمن، والتعاون الدولي، ويحقق مساهمات ومشاركات في الحضارة الإنسانية المتطورة، وبما ينجز مستوى لائقاً من التقدم العلمي، ويحقق حياة كريمة مستقرة اقتصادياً، وبراكم على المنجز الحضاري لخير الإنسانية. فالهدف الأسمى للثقافة هو رفعة حضارات الشعوب وتقدمها ، لذا فالثقافة : "تسعى لتشكيل الحضارة على أسس علمية سليمة لترتقي بالشعوب ولتسمو بأفكارها وآرائها " [1] .

يرى الباحث أن التقدم التكنولوجي في وسائل الاتصالات والبحث قد ساهم إلى اتساع مجالات العمل والنشر الثقافي، وصار من اليسر انتقال الثقافة من مكان إلى آخر، ومن تجمع بشري إلى آخرين بفعل هذا التقدم التقني من خلال وسائل الإعلام المتعددة، سواءً من خلال البرامج الخاصة بالثقافة أو البرامج الأخرى التي تحمل الثقافة بشكل غير مباشر في ثناياها.

### **ثالثاً - دور وسائل الإعلام الجديد في نقل وترسيخ الثقافة:**

تعارفت المجتمعات البشرية على ألوان متعددة من وسائل الاتصال منذ وجودها على الأرض، وهي في حالات تشكلها المجتمعي الأول البدائي وحتى المجتمع الرعوي والزراعي، انتقالاً إلى المجتمع الصناعي والتقني الحديث. فلكل فترة زمنية وسائلها التي حاولت الجماعات البشرية من خلالها التعارف، والعمل، والتعاون، وتبادل المعرفة، فمن لغة الإشارة قديماً حتى عالم

<sup>1</sup> عبدالله تايه ، مرجع سابق - ص 28 .

التقنيات الحديثة ووسائل الاتصال في تطور دائم لتخدم الأهداف البشرية في وجودها، ونمائها، وتواصلها، وكلما ازدادت الحاجة إلى علاقات أكثر انتشاراً، وثقافة ومعرفة أوسع ميداناً، كلما عكفت الجماعات على إبداع طرق للاتصال والتواصل، ولا شك أن الإنسانية وصلت في سنواتها الأخيرة إلى تقنيات عالية ودقيقة في مجال الاتصالات في النقل، والبرق العادي والرقمي (*Digital*)، وهذا يسرّ لوسائل الإعلام انتشاراً غير مسبوق، وحقق للإنسانية تواصلًا ومعرفة لم تكن لتتم لولا هذا التقدم التقني.

تؤدي وسائل التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في ترسيخ ثقافة مجتمعية، اعتماداً على التكنولوجيا الحديثة والتقدم الهائل الذي أحرزته في مجال الاتصال بين الناس، بحيث باتت لاعباً مهماً، ليس في حياة الأفراد فقط، بل الأمم أيضاً. ومما لا شك فيه أن طرق الاتصال وأنماطها هي جزء مهم من ثقافة أي مجتمع. وقد نجحت وسائل الاتصال الحديثة، في زمن قياسي، في ترسيخ طرق جديدة للتواصل بين الناس، بحيث باتت طرق التواصل التقليدية تعاني التهميش خاصة بين الأجيال الجديدة. وتعد وسائل الاتصال الاجتماعي الجديدة مثل تويتر، فيسبوك، ويوتيوب وغيرها من وسائل الاتصال الجديدة سهلة ومتوفرة في يد كل شخص يدرك أهمية هذا النمط الجديد من التواصل في خدمة أغراضه الحياتية والاتصال مع الآخرين في زمن باتت فيه وسائل التواصل التقليدية بطيئة أو مكلفة في كثير من الأحيان.

وفي مجتمع تقليدي كمجتمع إفريقي وغيره من مجتمعات الدول النامية، حيث تعتمد وسائل التواصل التقليدية على الحس الفطري للأفراد وعلى تعاملهم واتصالهم المباشر ببعضهم بعضاً، وأصبحت وسائل التواصل الاجتماعي هي البديل الذي لا بدّ منه للتواصل مع الآخرين. وعلى الرغم من تجذّر الثقافة التقليدية في مجتمع إفريقي وخاصة بين الأجيال القديمة، فإن وسائل

التواصل الحديثة بدأت تهدد تلك الثقافة، ولاسيما أنها احتلت فعلاً حيزاً كبيراً في الأجيال الجديدة تاركة القليل للثقافة المجتمعية التقليدية لكي تستمر.

وقد احتلت وسائل التواصل الجديدة في النشر والتبادل الثقافي تلك المكانة بفضل العديد من الإيجابيات التي نجحت في توفيرها لمستخدميها. ولكن على الرغم من تلك الفوائد التي جلبتها وسائل الاتصال الحديثة لمستخدميها، فإن البعض يلومها على أنها سبب رئيسي في إحداث شرخ في نمط العلاقات الاجتماعية التقليدية. فتأثيراتها القوية والعميقة أدت بالتدرج إلى إحداث تغيير كبير في نمط حياة الشباب المعاصر. فمما لا شك فيه أنها أدت إلى ندرة الزيارات الاجتماعية بين الناس بادعاء الانشغال، كما أدت إلى ضعف العلاقات الاجتماعية وضعف العلاقات في الأسرة الواحدة. فلا غرو أن يصفها البعض بأنها باتت "وطناً بديلاً للشباب". وقد نجحت هذه الوسائل القائمة على التكنولوجيا الحديثة في إحداث نقلة نوعية في حياة الأفراد والأسرة، حتى التقليدية منها. فنجد مثلاً، أسرة يعيش أفرادها تحت سقف واحد، وقد يجتمعون على طاولة الطعام ولكنهم يعيشون أنماطاً اجتماعية وحياتية مختلفة. كما تسببت تلك الوسائل في إضعاف العلاقات الأسرية وفي إحداث عزلة اجتماعية في حياة البشر. ففي كثير من الأحيان مثلاً، نجد مجموعة من الشباب تجمعهم جلسة واحدة، وكلٌّ منهم في عالمه الخاص منشغل بجهاز الهاتف الخاص به في جلسة أقل ما يمكن أن توصف به أنها عزلة اجتماعية واضحة للعيان.

لقد وضعت وسائل التواصل الاجتماعي الجديدة كثيراً من وسائل تواصل التقليدية تحت الاختبار، وأخضعتها لتجارب قاسية خرجت منها وسائل التواصل الجديدة منتصرة بحكم انخياز الأجيال الجديدة لها، وبحكم قدرتها الهائلة على التواصل السريع وغير المكلف مع الآخرين. فلا غرو أن تتحاز لها ليس فقط الأجيال الشابة، بل غير الشابة أيضاً والمقدرة لقيمة الوقت وسرعة إيصال المعلومة في زمن باتت فيه السرعة قيمة مهمة جداً. واليوم تؤدي وسائل التواصل الجديدة

دوراً مهماً ليس فقط في ترسيخ ثقافة مجتمعية جديدة، بل في ترسيخ ثقافة نفسية وسياسية وإعلامية جديدة في حياة الأفراد أيضاً؛ حيث باتت وسائل الإعلام القديمة تعتمد عليها للحصول على معلومات ما أو حبس نبض الشارع وغيرها من القضايا التي باتت تشغل الناس وتحتل حيزاً مهماً في حياة الأفراد حتى أصبح الجميع غير قادر على الاستغناء عنها.

يرى الباحث إن ثقافة مجتمع المعاصر تمر بتغيرات مهمة نتيجة تغير سبل ووسائل الاتصال الاجتماعي المؤثرة في تلك الثقافة. ومما لا شك فيه أن ظهور تلك الثقافة الجديدة واكتسابها أرضية صلبة في حياة الشباب والأسر، قد غير كثيراً من أنماط الحياة الاجتماعية التقليدية، وعزز انفتاح على ثقافات الآخرين وعلى أنماط حياتهم.

المبحث الثالث - شبكات التواصل الاجتماعي والمتغيرات الاجتماعية

## أولاً - علاقة الثقافة بالتقنية والاتصال:

في عصر المعلوماتية والاتصالات تزداد المفاهيم والمصطلحات والإشكالات الناتجة عن التطور التقني الذي سمي "الموجة الثالثة" أي عصر المعلوماتية أو ثورة المعلوماتية بعد الموجة الثانية الثورة الصناعية والموجة الأولى الثورة الزراعية، وهذه الثورة المعلوماتية تفرز تحديات ذات طابع ثقافي وأخلاقي تؤثر على شعوب أخرى بعيدة جغرافياً عن منبع هذه الثورة وبلغة أكثر تحديداً شعوب العالم النامي ومنه شعوب العالمين العربي والإسلامي [1].

لم تعد الثقافة كما كانت في الماضي خاضعة لوسائل تقليدية في النشر والانتشار، وإنما أصبحت اليوم متأثرة إلى حد بعيد بالتقنية عامة والتقنية الاتصالية خاصة، هذه التقنية التي استطاعت القيام بالاختراق الثقافي، أي أن السيطرة أصبحت للتقنية، التقنية تحمل الثقافة، الثقافة محمولة عبر التقنية إذ بإمكان التقنية بث الثقافة التي تريد. ومن هنا جاء مصطلح "العولمة الثقافية" أي قدرة الثقافات الأقوى تقنياً على السيطرة على الثقافات الأضعف تقنياً، إذن التقنية بدأت تؤدي دوراً تأثيرياً بارزاً ليس على نطاق محلي، وإنما على نطاق عالمي، ومن هنا الخطورة التي باتت تهدد الثقافات المحلية من الثقافات المنتشرة عالمياً عبر أجهزة الاتصال المتطورة عالمياً، إن ثقافة التقنية تقوم على الاستخدام المكثف للمعلومات في استغلال مواردها الرئيسة وهي المعرفة وفي زيادة رصيدها منها، ولقد أصبحت الموارد الثقافية والذهنية أكثر وأخطر أهمية في حياة الأمم من الموارد الطبيعية، ولم تعد الثقافة العلمية والثقافة الإنسانية منفصلتين متباعدتين بل أصبحتا الآن ثقافة واحدة.

---

1. جول سوير دلو، ثورة المعلومات، ترجمة: محسن حافظ، الطبعة الأولى، (مجلة الثقافة العالمية، أيار، 1996م) ص83.

2. حسين العوداء، الثقافة العربية والتحديات التكنولوجية، مجلة المعرفة، آذار، 1997م، ص68.

يرى الباحث إن مراكز المعلومات وتقنية الاتصال هي التي تمتلك اليوم مفاتيح الثقافة، ولذلك نجحت الدول الغربية في نشر ثقافتها عبر المحيطات والقارات والترويج لأفكارها وقيمها الثقافية والأخلاقية والاجتماعية والسياسية على حساب اكتساح الثقافات الوطنية وطمس الهوية الثقافية للدول الفقيرة أو النامية، وفي هذا الصدد يمكن الإشارة إلى تحذير المؤرخ الثقافي جورج ستيز "من أن هذه الحضارة سوف تفرز تماثلاً كاسحاً يهدد الثقافات المحلية، ويعود مصدر معظم هذا التماثل إلى صناعات الإعلان والترفيه والسينما، الأفلام والبرامج التلفزيونية الأمريكية تباع على نطاق واسع في كل أنحاء العالم وتبلغ الآن جملة المبيعات أكثر من 5 بلايين دولار سنوياً، ولقد وصفت إحدى الصحف الهندية في نيودلهي وسائل الإعلام هذه بأنها "النمل الأبيض تقوِّض قيمنا وعاداتنا" [1].

يرى الباحث أن تقنية الاتصال أصبحت ذا ربحية اقتصادية كبيرة بل الأكثر ربحية بالمقارنة مع صناعة الأخرى، وباتت تشكل قسماً كبيراً من الدخل القومي وخاصة دول المتقدمة، ولذلك فإن على الدول النامية أن تستعد للتعامل مع ثورة المعلومات والاتصالات بالتفاعل الواعي والتلاؤم المحصّن وإيجاد المضمون الإعلامي المنافس بالاعتماد على القوى والوسائل والإمكانات الذاتية التي يمكنها مواجهة هذه الثورة لا برفضها وإنما باستيعابها وتفهمها والوصول إلى الطريقة المناسبة للتعامل معها، ويمكن التأكيد على أنه لا يمكن مقاومة تأثيرات التقدم التقني على كافة الأصعدة بسد المنافذ والانغلاق في آفاق ضيقة، لأن سرعة رياح التقنية أقوى من الانغلاق في مجالات ضيقة أو الركون للسكون والجمود والفاعلية.

1- المرجع نفسه، ص75.

## ثانياً - تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المتلقين:

إن الإعلام بصفة عامة يلعب دوراً مهماً في حياة الأمم والشعوب، ولا تكاد تخلو أمة من أمة الأرض أو شعب من شعوبها من تأثيره، سلباً أو إيجاباً، وإن اختلفت سبل وطرق هذا التأثير. يعتبر الإعلام الجديد وخصوصاً شبكات التواصل الاجتماعي من أخطر المؤسسات تأثيراً على المجتمعات والشعوب، نظراً لتعدد وسائلها وسهولة استخدامها والسرعة الفائقة في انتشارها، ونظراً في وصول هذه الوسائل إلى قطاعات عريضة جداً من المجتمعات المختلفة، حيث تأثر تأثيراً بالغاً في عقول الناس ونفوسهم، ومن ثم تؤثر في اتجاهاتهم، ومن ثم في مواقفهم التي يتخذونها حيال كثير من القضايا في حياتهم اليومية.

يمكن القول بأننا نعيش اليوم مرحلة الدولة الإعلامية الواحدة التي ألغت الحدود، واختزلت المسافات والأزمان، وتكاد تلغي الجغرافيا، حتى بات الإنسان يرى العالم ويسمعه من مقعده، ولم يقتصر الأمر على اختراق الحدود السياسية، والسدود الأمنية، وإنما بدأ تجاوزه إلى إلغاء الحدود الثقافية، ويتدخل في الخصائص النفسية، وتشكيل القطاعات العقدية، فيعيد بناءها وفق الخطط المرسومة لصاحب الخطاب الأكثر تأثيراً، والبيان الأكثر سحراً، والتحكم الأكثر تقنية.

يرى الباحث أنّ تأثير وسائل الاتصال الاجتماعية تنمو بشكل متزايد وغير مسبوق، إذ قطعت هذه الأخيرة أشواطاً كبيرة في مجال تعبئة الشعوب ودفعها للمشاركة في الحياة العامة والسياسية تحديداً، لا يمكن تجاهل التأثير القوي لوسائل الإعلام الاجتماعية على الشعوب، ودفعها للتحرك والمشاركة في الحياة العامة، من خلال فتحها المجال لتبادل ومشاركة المعلومات بين الجميع، بخلاف وسائل الإعلام التقليدية التي تصب المعلومات باتجاه واحد لتتشكل ثنائية المنتج والمتلقي السلبي. فوسائل الإعلام الاجتماعية، على غرار موقعي التواصل الاجتماعي تويتر، ويوتيوب، وتحديداً فيس بوك الذي يقارب عدد مستخدميه النصف مليار، تجاوزت حقيقة الدور

الإخباري لوسائل الإعلام، وحققت إنجاز كبير بخلق التواصل والتفاعل بين الناس للمشاركة بأنفسهم وبمختلف مستوياتهم الثقافية في صنع الخبر ونشره بأقصى سرعة.

ولعل الأحداث التي عرفتها مصر وقبلها تونس، قد برهنت على أن هذه الوسائل حقيقة قوة كامنة خرجت عن سيطرة الحكومات، وآلية ساهمت في صنع التغيير في خارطة السياسة للبلدين، من خلال قدرتها على حشد الجماهير التي أسست دولة افتراضية على الإنترنت، وكانت هذه الدولة فضاء مناسباً لمناقشة الأوضاع بين الجميع والتنسيق بينهم للتحرك في الوقت المناسب للاحتجاج والإضراب مثلاً.

فتبادل صور جسد الشاب محمد البوعزيزي المحترق، على موقع فيس بوك كان كفيلاً بحشد تحرك جماعي انطلقت شرارته من مدينة سيدي بوزيد الصغيرة، لتعم تونس بأكملها ويصل ضفاف النيل، ويزيح رئيسين عمرا طويلا وكانت شعوبهما تنتظر أن يغادرا الكرسي على النعش. فلم تجد نفعا محاولة السلطات في البلدين حجب مواقع التواصل الاجتماعي، إذ كان مستخدمو هذه الوسائط يجدون في كل مرة السبيل لولوجها، لبث معلومات عن آخر التطورات في البلدين أول بأول، كما تجند التونسيون بعد نجاحهم في إزاحة بن علي من الحكم، لتقديم خبرتهم لنظرائهم المصريين على موقع فيس بوك، واستغلت التنظيمات السياسية والمعارضة في البلدين الأمر للترويج لمبادئها وحشد مؤيدين لها بهدف دفعهم للمشاركة السياسية في المجتمع، والنتيجة كانت حمل الحكومتين في تونس ومصر لأخذ مطالب الشعبين على محل الجد وتغيير خطابهما. النتيجة إذن أن هذه الوسائل الافتراضية قوة حقيقية لا يمكن الاستهانة بها مستقبلاً، ساهمت في فتح سبل النقاش السياسي والاجتماعي، وأزالت الحدود الجغرافية.

يبدو أن مواقع التواصل الاجتماعية أصبحت أكثر رواجاً في مجال الحياة الإلكترونية خاصة بعد تنامي تأثير وسائل الإعلام الاجتماعية ونموها بشكل متزايد وملحوظ في الآونة

الأخيرة، فلا يمكن تجاهل التأثير القوي لوسائل الإعلام الاجتماعية على الشعوب، ودفعها للتحرك والمشاركة في الحياة العامة، من خلال فتحها المجال لتبادل المعلومات بين الجميع، بخلاف وسائل الإعلام التقليدية التي تصب المعلومات باتجاه واحد لتتشكل ثنائية المنتج والمتلقي السلبي. فمنذ اندلاع الربيع العربي نُشرت الكثير من المقالات والدراسات وعقدت الكثير من المؤتمرات والفعاليات التي ناقشت أهمية شبكات التواصل الاجتماعي وقدرتها على التأثير في تحفيز المشاركة الشعبية، وتأثيرها على نماذج الحكومة التشاركية والآليات المجتمعية الجديدة. وقد كان للنمو الكبير والسريع لشبكات التواصل الاجتماعي والتحويلات في أنماط واتجاهات استخدامها دوراً هاماً في حشد وتشكيل الآراء والتأثير المباشر على التعبير بين الشباب في المنطقة العربية.

### ثالثاً - المتغيرات الاجتماعية:

تتلخص المتغيرات الاجتماعية للشبكات التواصل الاجتماعية في محورين يتمثل المحور الأول في تكوين الصداقات، بينما يتمثل المحور الثاني في عضوية الجماعات، ويمكن تناولهما كالآتي:

#### أ - تكوين الصداقات:

سهلت الشبكات الاجتماعية من تكوين الصداقات، حيث تجمع الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية، والفرضية الأساسية التي تتوكل مع تكوين الصداقات هي مشاركة الاهتمامات، فلقد نجحت الشبكات الاجتماعية في الجمع بين أصحاب الاهتمامات عبر الفضاء المعلوماتي وإمكانية تفعيل هذه الصداقات وارده، ويمكن تبلورها في تأسيس رأس مال اجتماعي يمكن أن يتيح الإمكانية لفرص تتأرجح مداها بين السياق الواقعي والافتراضي. كما أنها تتيح فرصة للتواصل ليس فقط في إطار السياقات المحلية ولكن على الصعيد العالمي.

## ب- عضوية الجماعات:

سمحت الشبكات الاجتماعية أن تجمع في طياتها عدداً كبيراً من الأعداء أو الجماعات الاجتماعية ذات الاهتمامات المتجانسة، ومن الممكن أن تؤسس هذه الجماعات بين أفراد المجتمع المحلي أو يتم الاشتراك فيها على مستوى الصعيد العالمي. والمتأمل واقع الفيس بوك وانتشاره حتى في الدول النامية يدرك من خلال ملاحظاته انتشار صفحات اجتماعية، كما أن هناك أفراد وجماعات مرتبطة بالمؤسسات الاجتماعية والثقافية، وجماعات لأصحاب الاهتمامات وغيرها، المراد الوصول إليه في هذه النقطة أن منشئ الشبكات الاجتماعية عالمي ومردوه الاجتماعي محلي، حيث تقع هذه الجماعات مرتبطة ومتصلة متصلة عالمياً ومحلياً.

## رابعاً - المتغيرات السياسية:

إن عضوية الأفراد سواءً في الجماعات المتشكلة عبر الشبكات الاجتماعية فتح الباب للممارسة السياسية في الفضاء المعلوماتي فالشأن السياسي أصبح متغيراً أساسياً بالنسبة للشبكات الاجتماعية. إذ أن الشبكات الاجتماعية ساهمت في تسهيل التفاعلات السياسية بين عالمين الأول هو العالم الواقعي، والثاني هو العالم الافتراضي المتمثل في الشبكات الاجتماعية المنتشرة عبر الفضاء الرمزي. أن المردود البارز للشبكات الاجتماعية يتجلى بوضوح في النواحي السياسية. ويمكن التدايل على ذلك في ثلاث محاور يتمثل:

1. المحور الأول: تعبئة الرأي العام.

2. المحور الثاني: ظهور المواطنة الافتراضية.

3. المحور الثالث: في تفعيل دور المجتمع المدني.

## المحور الأول: تعبئة الرأي العام:

ومعظم الشبكات التواصل الاجتماعية تأسست لغرض اجتماعي متمثل في فكرة التواصل الاجتماعي بين الأفراد الذين يشتركون في نفس الاهتمام، ثم توجه الاهتمام وخصوصاً مع ظهور

الموجة الثانية للشبكات الاجتماعية وعن استحياء في البداية إلى ممارسة السياسة عبر الشبكات، وفي الآونة الأخيرة ازداد الشبكات الاجتماعية ومردودها على ممارسة السياسة، على الأصدقاء المحلية تلعب الجماعات المنتشرة في الشبكات الاجتماعية دوراً فعالاً في تعبئة الرأي العام تجاه بعض القضايا السياسية والثقافية، ويمكن صياغة بعض الوقائع - على سبيل المثال وليس الحصر - المثال الأول يتعلق بالاحتجاجات الجماهيرية : فقد أضحت الشبكات الاجتماعية الآن للاحتجاجات والتشجيع على الإضرابات والاعتصامات، والدليل على ذلك أن هناك حركات اجتماعية مثل حركة شباب 6 أبريل<sup>[1]</sup> (في ثورة مصر) استغلت الفضاء الافتراضي في التحريض على الإضراب والتحول من السياق الافتراضي إلى السياق الواقعي المثال الثاني متمثل في الدعاية الانتخابية، فقد فتحت الشبكات الاجتماعية مجال جديد للدعايات الانتخابية وطرح البرامج الانتخابية . والدليل على ذلك تكوين الجماعات عبر شبكة الفيس بوك على مستوى الصعيد المحلي لنشر البرامج الانتخابية، وتجميع أكبر قدر ممكن من المستخدمين. وتستخدم في جمع التأييد الشعبي، وتزدحم الشبكة بجماعات تعمل في هذا المنحى، فلقد أضحت الشبكات الاجتماعية بوابات للممارسة السياسية، ويتجلى في هذا المنظور بوضوح فكرة التقاطعات بين العالمية والمحلية، إذ أن منشأ هذه الشبكات عالمي.

### المحور الثاني: ظهور المواطنة الافتراضية:

إن الشبكات الاجتماعية فتحت المجال أمام ممارسة قضايا المواطنة عبر الإنترنت والتي أطلق عليها المواطنة الافتراضية (*Virtual citizenship*). على أنه تجمعات اجتماعية تشكلت من أماكن

---

<sup>2</sup> رضوان أحمد فاروق، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير، رسالة ماجستير، (الإمارات العربية المتحدة: كلية الاتصال جامعة الشارقة 2011م) ص 25.

متفرقة في أنحاء العالم يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني يتبادلون المعارف فيما بينهم ويكونون صداقات يجمع بين هؤلاء الأفراد اهتمام مشترك ويحدث بينهم ما يحدث في عالم الواقع، من تفاعلات ولكن ليس عن قرب، وتتم هذه التفاعلات عن طريق آلية اتصالية هي الإنترنت الذي بدوره ساهم في حركات التشكل الافتراضية.

يشكل المجتمع الافتراضي مجال نمو الشبكات الاجتماعية، ويشكل الفضاء المعلوماتي (*cyber space*) الحيز والإطار الذي تتم في سياقاته تجميع خيوط الشبكات الاجتماعية فقد عرفه نبيل علي أنه<sup>[1]</sup> " فضاء جديد تقطنه الجماعات تمارس فيه الصفقات وتقام فيه المؤسسات والمتاحف والمعارف ومنافذ البيع تعقد فيه التحالفات وتحاك فيه المؤتمرات تنتقل فيه المعلومات بسرعة فائقة ورغم محاكاته لفضاء الواقع إلا أنه يختلف في طوبوغرافي وطبيعته وقوانينه وأعرافه عن فضاء الواقع فليس هناك سلطة مركزية تحكمه أو جهة رقابية تراجعها بل مجرد لجان أو مجموعات غير حكومية". كما عرفه أحمد زايد "بأنه العالم الفضائي غير المرئي وغير المرتبط بمكان وزمان والذي تتداول داخله المعلومات الإلكترونية"<sup>[2]</sup>.

ففي ظل التوترات التي تعاني منها الدول وتقلص الحقوق السياسية وعدم مصداقيتها في السياقات الواقعية على أطر المجتمعات دول النامية، يتجلى في أفق المجتمع الافتراضي الذي تتكشف فيه المطالبة بالحقوق السياسية. فهناك ممارسة لحقوق المواطنة في المجتمع الافتراضي، وهناك أيضاً قضايا يتم سحبها من الواقع إلى المجتمع الافتراضي الذي يعد بوابة جديدة لعبور وتحقيق المواطنة مع الأخذ في الاعتبار أن قضايا المواطنة الافتراضية عالمية النشأة ومحلية المردود.

<sup>1</sup> نبيل علي، تحديات عصر المعلومات، الطبعة الأولى، (القاهرة: مكتبة الأسرة، 2003م) ص 254.

<sup>2</sup> أحمد زايد، عولمة الحداثة وتفكيك الثقافات الوطنية، الطبعة الأولى، (الكويت: عالم الفكر، 2002م) ص 16.

## الفصل الرابع

## الفصل الرابع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التقارب الثقافي

المبحث الأول - خدمات مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني - دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعة.

المبحث الثالث - الانعكاسات الثقافية على مواقع التواصل  
طلاب الجامعة

## خدمات مواقع التواصل الاجتماعي:

يعيش الناس اليوم في ظل عالم تقني ومجتمع افتراضي سيطر على أكثر اهتماماتهم وأخذ الكثير من أوقاتهم، ومن بين أبرز تلك الاهتمامات التواصل الاجتماعي الذي توفر لهم عن طريق شبكات اجتماعية على الإنترنت، وكان لهذا العالم أثره الكبير على الهوية الاجتماعية والوطنية وعلى الترابط الاجتماعي داخل المجتمع الواحد، وهذا الأثر على جانبيين طبيعي وسلبى، وإن كان الحديث المسيطر في الغالب هو عن الأثر السلبي بحكم التخوف الدائم من المجهول، وبحكم التمسك بالواقع والحنين إلى الماضي. ولأن الإنسان اجتماعي بطبعه فأغفال الجانب الطبيعي والايجابي لهذه الشبكات أمر لا يقره عاقل، فأصبح الإنسان اليوم يعد مجتمعه الافتراضي من ضمن اهتماماته الهامة وربما طغى في حالات كثيرة على الجانب الواقعي.

تتعدد الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية، والدلائل على مدى العموم والانتشار من حيث إعداد الشبكات أو المستخدمين يؤكد على أنها تقدم خدمات تستدعي الاهتمام، ومن أبرز الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية<sup>[1]</sup>:

1. الملفات الشخصية أو صفحات الويب (*personal information*): وهي ملفات تمكن من خلالها الفرد من كتابة بياناته الأساسية مثل الاسم والسن وتاريخ الميلاد والبلد والاهتمامات والصور الشخصية وبعد الملف الشخصي هو بوابة الوصول إلى عالم الشخص.
2. الأصدقاء أو العلاقات (*friendship*): وهي خدمة تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذي يعرفهم في الواقع، والذين يشاركونه نفس الاهتمام في المجتمع الافتراضي. وتمتد

---

1. نظرية الشبكات الاجتماعية من الايدولوجيا إلى الميتورولوجيا سلسلة قضايا استراتيجية المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني مارس 2012 ص 3-5.

علاقة الشخص ليس فقط بأصدقائه ولكن تفتح الشبكات الاجتماعية فرصة للتعرف مع أصدقاء الأصدقاء بعد موافقة الطرفين.

3. إرسال الرسائل (*message*): تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل سواءً إلى الأصدقاء الذين في قائمة الشخص، أو غير الموجودين في القائمة.

4. المجموعات (*Groups*): تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات الاهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بهدف معين أو أهداف محددة، ويوفر موقع الشبكات لمؤسس المجموعة أو المنتسبين والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمنتدى حوار مصغر، كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء في الاجتماعات من خلال ما يعرف باسم Events ودعوة الأعضاء لتلك المجموعات، ومعرفة عدد الحاضرين وأعداد غير الحاضرين.

5. الصفحات (*Page*): ابتدع هذه الفكرة موقع فيس بوك وتم استخدامها على المستوى التجاري بشكل فعال، حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع أو المنتجات للفئات الذي يحددونها، ويقوم موقع الفيس بوك باستقطاع مبلغ مع كل نقرة يتم التوصل إليها من قبل المستخدم.

ارتبط تنوع الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية في محيط الإنترنت بتنوع آخر يتمثل في تمهيط الشبكات الاجتماعية. كما ذكرنا سابقاً أن المجتمع الافتراضي هو مجتمع منفتح يضم في سياقاته الرحبة التفاعلات على الصعيد العالمي، يمكن الإشارة على استحياء إلى أنماط الشبكات الاجتماعية على النحو التالي [1]:

---

1. O.C.Mcswete, **The challenge of social networks**, Administrative theory and practice, vol 13, issue 1, March, 2009, p 95-96.

أ. شبكات أساسية: وهي التي يمكن وصفها بالشبكات الاجتماعية العامة، والتي تضم ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة تتمثل في المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص.

ب. شبكات عمل: وهي ليست شبكات ذات طابع عام وهي نمط من الشبكات ينصب اهتمامه على المحترفين وترتبط بأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن علي سيرتهم الذاتية وانجازاتهم.

ج. شبكات المميزات الإضافية: هناك بعض الشبكات تتيح الفرصة أمام أعضائها في توفير مزايا إضافية تتمثل على سبيل المثال في التدوين المصغر (*Micro Blogging*) مثل موقع تويتر وبلارك.

من هنا يتضح أن الشبكات الاجتماعية هي شبكات عالمية تتيح الفرصة إلي التواصل بين الأفراد عبر العالم من خلال الفضاء المعلوماتي تضم في رحابها ملايين البشر، ويمكن من خلالها مشاركة الاهتمامات وتكوين الصداقات وإقامة الصفقات... وغيرها من أوجه التفاعل التي تتم في محيطها.

المبحث الثاني - دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلاب  
الجامعة

## أولاً: أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعة.

مواقع التواصل الاجتماعي حظيت باهتمام كبير في السنوات القليلة الماضية وخاصة من قبل طلبة الجامعات، فهي أتاحت الفرصة لتناول القضايا السياسية والاجتماعية ومناقشة الأفكار والآراء وبناء علاقات وصدقات مع الآخرين، مع هذا التطور الملحوظ في استخدام طلاب الجامعة مواقع التواصل الاجتماعي، فيس بوك، وتويتر، وواتساب وكذلك اليوتيوب، إذ يخال بعضهم أن الحياة الاجتماعية ستتأثر إلى حد كبير دون هذه المواقع، في ظل السلسلة التي توفرها مثل هذه المواقع في التواصل بين الأصدقاء والأقرباء.

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي هي أكثر ما يحتاج إليه طلاب الجامعة، لأنه عن طريق هذه الشبكات يتم التعارف والتواصل بين الطلاب لأغراض دراسية أو لتكوين صداقات فيما بينهم، عن طريقها يتم تطبيق مبدأ الجامعة، كما يفتح مجالاً لاجتماع الأجناس واللغات والثقافات لأغراض البحث العلمي. مع هذا لا تخلو هذه المواقع من الانتقادات بسبب قضاء بعض الطلاب لوقت كبير في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي ينذر بوجود مشكلة تهدد قيم وثقافة الطلاب، أن هناك قضايا أكثر جدية بإمكان الطلبة استغلالها. طلاب الجامعة كونهم ليسوا جزءاً منفصلاً عن المجتمع، فكما يتأثر المجتمع بمواقع التواصل الاجتماعي تتأثر هذه الفئة بشكل كبير.

من أهم سلبيات هذه المواقع الاجتماعية سوء الاستخدام الذي يعود لقلّة الوعي باستخدام تكنولوجيا الاتصال، حيث جعل الكثير منهم وفي مختلف المراحل الدراسية يهملون دراستهم، ويتجهون إلى العالم الافتراضي والانخراط بالتطور التكنولوجي، وكذلك ازدهار هذه المواقع وانتشارها وسهولة استخدامها يتسبب بعدم تنظيم الوقت لدى معظم الطلبة، وتشتيت أفكارهم، والتأثر بأفكار غريبة، ودخول المواقع الإباحية والعزلة الاجتماعية، وعدم الاهتمام بالدراسة من

أبرز سلبياتها. ومن مخاطر هذه المواقع هي التي تسبب بانعزال البعض عن مجتمعهم، بالإضافة إلى مساهمتها بتفكك العلاقات الاجتماعية.

كما هو معلوم هناك إيجابيات كثيرة لمواقع التواصل الاجتماعي تبدأ من زيادة الوعي السياسي عند فئة الشباب الذين يستخدمون هذه المواقع الاجتماعية استخداما منظما ومنضبطا، قد ساهم بأن يصبحوا جزء من العملية السياسية في المجتمع، حيث يترتب عليهم مسؤولية تنوير الآخرين وتعريفهم بالحقائق بعيدا عن التزييف والتحريف. وفي بعض الأحيان تأثير هذه المواقع يصل إلى تغيير جذري في أفكار بعض الطلبة الذين عاشوا طفولتهم ومراحلهم الدراسية في بعد تام عن الأحداث والمتغيرات الخارجية، لذلك فإن وسائل التواصل الاجتماعي كانت طريقهم نحو المعرفة.

يرى الباحث رغم أن هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فإن استخدامها امتد ليشمل مختلف الأنشطة من خلال تداول المعلومات الخاصة بالأحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية، والدعوة إلى حضور الندوات والمؤتمرات وغيرها، وبناء على ذلك أتاحت للشباب فرص التعلم والقيام بمسؤولياتهم الاجتماعية، من خلال أدوارهم التي يقومون بها داخل الأسرة والمجتمع.

## ثانياً : غايات ودوافع استخدام الشباب لشبكة التواصل الاجتماعي.

أولاً لقد طرأت على المجتمعات البشرية المعاصرة على اختلاف درجات تقدمها تغيرات كثيرة ومستجدات عديدة، في كل المجالات، قد مثلت تحدياً للدول المتقدمة والنامية على حد سواء. وعلى أنظمة المجتمع وثقافته ومؤسساته وشبابه، وكان لهذه المستجدات أثرها المباشر على المجتمع عامة وعلى سلوك الشباب خاصة سلباً أو إيجابياً. فقد ملك الإنسان في عصر ما بعد الحداثة من القدرات والفعاليات ما أدخله عالم الخيال، أو ما يعبر عنه بالعالم الافتراضي، وأطلق قوى جديدة كامنة في عقله لم تكن فاعلة من قبل، وهذا ما وحد خطوط التواصل الإنساني وزاد من فاعليتها وقوة تأثيرها، نذكر هنا أهم غايات ودوافع الشباب لاستخدام هذه المواقع الاجتماعية. ويمكن القول إن استخدام شبكة التواصل الاجتماعي والتي أدت إلى ظهور المجتمعات الافتراضية تسعى نحو تحقيق الغايات التالية:

1. غايات تعليمية (*Educational*) : وتتضح هذه الغايات من خلال تبادل الأفكار والمواد التعليمية وتبادل الأخبار والمعلومات أما ما يحدث داخل حرم الجامعة، وكذلك عن مواعيد الامتحانات، والفعاليات والأنشطة الثقافية المختلفة.
2. غايات دينية أخلاقية (*Religious and Moral*) : وتتضح هذه الغايات من خلال الدعوة وتبادل النصيحة والمواد الدينية المسموعة والمرعية والمكتوبة.
3. غاية ترفيهية (*Recreational*) : وتتضح هذه الغايات من خلال تبادل المحاضرات الدينية، والأناشيد الإسلامية، وكذلك الموسيقى والصور والمقاطع المصورة .
4. غايات تجارية (*Commercial*) : وتتضح هذه الغايات من خلال التسويق والإعلان والترويج.

5. غايات سياسية (*Poetical*): وتتضح هذه الغايات من خلال مواكبة الأحداث الجارية في قضايا مختلفة، وكذلك من خلال التحريضات المعارضة ضد الحكومة في دولة التي ينتمي إليها هذا الطالب الوافد، تعتبر هذه الوسائل أرضية خصبة. وقد عاين العالم العربي ما كان لمواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك، وتويتر ويوتيوب، من تأثير بالغ في انتقال الثورات من بلادٍ عربي إلى آخر ومن مدينة إلى أخرى.

6. غايات نفسية ثقافية واجتماعية (*Cultural and Social-Physiological*): خروجاً من العزلة والشعور بالغرابة وسعيًا إلى بناء علاقات اجتماعية تشبع حاجات البشر بوصفهم كائنات اجتماعية.

7. غايات أدبية وثقافية (*Literary/Aesthetic*): وتتضح هذه الغايات من خلال تبادل الكتابات الأدبية والمقالات المختلفة التي توضح ثقافة المجتمع ما.

8. غايات عاطفية (*Emotional*): قد تنتهي تلك المواقع إلى التأسيس لعلاقات عاطفية منها ما ينتهي على صداقة عميقة وكذلك ما ينتهي بالزواج في الواقع.

9. غايات شبقية وهمية (*Illusory/erotic*): على مواقع تواصل هنالك سراديب وأركان حمراء لا حصر لها لراغبي اللذات الجنسية الوهمية التي يمكن أن تتحول إلى علاقة واقعية.

ويتضح لنا من العرض السابق أن التطور الحادث في تقنية الاتصال يفرض على المجتمعات وخاصة على الشباب، إن التطور في وسائل الاتصال وطرقه والتفاعل الاجتماعي والثقافي بين الأفراد والمجتمعات، وذلك يزيد من فرص تطور منظومة القيم وتبادل الأفكار وترسيخ الثقافة في المجتمع.

المبحث الثالث - الانعكاسات الثقافية على طلاب الجامعة باستخدام مواقع التواصل.

سجلت مواقع التواصل الاجتماعية تطوراً مذهلاً في وقت وجيز، وشكل ذلك التطور بدوره منطلق التغييرات العاصفة والسريعة في مجال الحياة الاجتماعية الثقافية، وخاصة في مجال الاتصال ووسائل الإعلام. لقد أحدثت هذه المواقع التواصلية الجديدة ثورة ديناميكية في مجال القيم والمفاهيم والعقائد وأنماط السلوك عند البشر. وإزاء هذا الاندفاع الحضاري المذهل جند العلماء والمفكرون طاقاتهم العلمية والفكرية، لدراسة أثر التطور التكنولوجي الذي بدأ يهدد القيم الإنسانية في جوانبها الخلقة، ولا سيما في مجال العلاقات الإنسانية. ولقد أدى ظهور الإعلام الجديد المتقدم إلى ولادة اتجاهات فكرية جديدة في مجال الاتصال والإعلام. واقتضى ذلك من الباحثين هجر مناهجهم التقليدية في البحث والسعي إلى إيجاد مناهج جديدة أكثر قدرة على دراسة الجوانب المعقدة للوضع الإعلامي الجديد<sup>[1]</sup>.

مواقع التواصل الاجتماعي تمثل عنصراً مهماً للتبادل الثقافي، وكذلك في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم. فالمضمون الذي يتوجّه به عبر رسائل إخبارية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها لا يؤدي بالضرورة إلى إدراك الحقيقة فقط، بل إنه يسهم في تكوين صورة ذهنية لدى المتلقي.

إن تفاعل الطالب على شبكة التواصل الاجتماعي بثقافته وفكره الذي تربي عليها، يترك أبعاداً متعددة الاتجاهات تنعكس سواءً بالإيجاب أو السلب على سلوكه وأخلاقه، لا تعد شبكات التواصل الاجتماعي مجرد شبكة اتصالات فقط بل ظاهرة حقيقية تعادل العناصر الرئيسية في النسيج الاجتماعي، والتفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي إذ تصل درجة الإدمان غالباً بسبب إلى تخريب الروابط الاجتماعية والثقافية، لأنه يغير في طبيعة العلاقات الإنسانية بتشجيعها بشكل من الاتصال دون الاحتكاك. وقد لاحظ الباحث أن المشكلات الاجتماعية والنفسية التي تأتي

<sup>1</sup> - جوديت لازار، سيسولوجيا الاتصال الجماهيري، ترجمة على وطفة، وهيثم سطاحي، (دمشق: دار معد، 1995 م) ص 22.

بسبب الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي كثيرة، منها ما يتعلق بالأسرة، ومنها ما يتصل بعلاقة الفرد مع مجتمعه، ومنها المشكلات الأسرية، إخفاء الشخصية، الإدمان، العزلة الاجتماعية.

ومن الانعكاسات أيضاً البعد الديني والأخلاقي " إن استخدام شبكة التواصل الاجتماعي يؤدي إلى تخفيف من القيود والحدود التي كانت تقوم بعملية ضبط السلوك المعلوماتي، وأصبح من الممكن تجاوز القيم والمعايير والضوابط الاجتماعية"<sup>[1]</sup>.

فهناك مواقع إباحية تعمل على تدمير القيم والأخلاق، وتتمى الرذيلة، وتبعد الإنسان عن دينه وفطرته السليمة، ومن عاداته وتقاليده، وتدفعه لارتكاب المنكرات وفعل المحرمات، وبالرغم من بعض الحلول التكنولوجية لمنع العثور على تلك المواقع (الفلتر) إلا أن الكثيرين من متصفح الإنترنت قادرين على الوصول إليها.

وكذلك هنالك انعكاسات السياسية والفكرية، نجد بعض المواقع المعادية كما هو معلوم تكثر مواقع غير مرغوبة على هذه الصفحات الاجتماعية، ومن هذه المواقع ما يكون موجهاً ضد سياسة دولة ما أو ضد عقيدة أو مذهب معين، أو حتى ضد شخص ما، وهي تهدف في المقام الأول إلى تشويه صورة النظام الحاكم في هذه الدولة، أو المعتقد أو الشخص المستهدف.

ومن الانعكاسات هنالك الانعكاس الاقتصادي والأمني، في الوقت الذي ساعدت فيه شبكات التواصل الاجتماعي إلى تغيير طرق الأداء الاقتصادية بانخفاض الأسعار والأجور هذا

---

1- عقوب يونس خليل، ((مشكلات النفسية والاجتماعية والانحرافات السلوكية لدى المترددين على مراكز

الإنترنت))، رسالة ماجستير، (كلية التربية الجامعة الإسلامية، غزة فلسطين، 2011) ص 19.

2- يعقوب يونس خليل، المرجع السابق، ص 21.

فضلاً عن تمكن الناس أداء عملهم وهم في منازلهم، إلا أن الاستخدام السيئ لهذه الشبكات الاجتماعية ارتبط ببعء المشكلات الاقتصادية والأمنية مثل تزوير البيانات، والانتحال الشخصي والقمار<sup>[1]</sup>.

---

يعقوب يونس خليل، المرجع السابق، ص 21.

## الفصل الخامس: الدراسة الميدانية

- المبحث الأول - الإجراءات المنهجية.
- المبحث الثاني - خلفية حول طلاب المجتمع الطلابي بجامعة إفريقيا العالمية.
- المبحث الثالث - تحليل البيانات ومعلومات الدراسة.

المبحث الأول - الاجراءات المنهجية.

## الاجراءات المنهجية.

### اولاً : اداة جمع البيانات :

تم استخدام الاستبيان لجمع البيانات الى جنب المقابلات العلمية المتعلقة بالدراسة.

### ثانياً مجتمع الدراسة :

يقصد بمجتمع الدراسة مجموعة العناصر التي يسعى الباحث ان يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بموضوع الدراسة . تكون مجتمع هذه الدراسة من جميع طلبة جامعة إفريقيا العالمية بالدراسة لمرحلة البكالوريوس والدبلوم الوسيط، خلال الفصل الدراسي للعام الجامعي 2012 - 2015م، والبالغ عددهم (13000) طالباً وطالبة، باستثناء طلبة الدراسات العليا، والطلبة في معهد اللغة العربية.

وقد تمّ اختيار عينة الدراسة بطريقة العشوائية البسيطة، و تمّ اختيار أفراد عينة الدراسة بطريقة عمدية، إذ وقع الاختيار على الطلبة الذين يستخدمون الإنترنت وبشكل منتظم، ولقد جرت عملية جمع البيانات من الطلبة خلال قاعة المحاضرات وفي الداخلية، وذلك بعد أن وضّح الباحث أهداف الدراسة لهم، وطلب منهم المصادقية، والوضوح، وحرّيتهم في المشاركة أو عدمها، حيث تمّ توزيع (320) استبانته، وتمّ استلام (308) استبانة بعد تعبئتها من أفراد عينة الدراسة، وبعد مراجعة الاستبانات تبين بأن (8) منها لم تكن مكتملة، لذلك تم استبعادها لعدم صلاحيتها للتحليل. وهكذا يكون العدد الإجمالي للاستبانات الخاضعة للتحليل (300) استبانة، وتشكل (93.5%) من عدد الاستبانات الموزعة، وهي نسبة مناسبة لأغراض الدراسة.

### ثالثاً اختيار عينة الدراسة :

تم اختيارها بطريقة العينة العشوائية البسيطة حيث قام الباحث بتوزيع عدد (320) استبانة وتم استرجاع (300) صالحة للتحليل.

#### رابعاً - الأساليب الإحصائية المستخدمة:

- 1- التكرار و النسب المئوية .
- 2- استخدام مقياس كرمباخ لإيجاد معاملي ثبات وصدق الاستبيان.
- 3- الرسومات البيانية .

#### خامساً - مقياس صدق الأداة وثباتها :

للتأكد من صدق الأداة، تمّ عرض الاستبانة على (5) من المحكمين والمختصين ممن لهم إطلاع واهتمام بموضوع هذه الدراسة من أعضاء هيئة التدريس في جامعة افريقيا العالمية (كلية الاعلام) واستاذ مشارك من كلية غارديان سيتي، ومن ثمّ أخذ اقتراحاتهم وموافقاتهم على الأسئلة بعين الاعتبار وتم تعديل الاستبانة بصورتها النهائية.

#### أما من حيث الثبات الاستبانة :

لقد تم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي (S.P.S.S) (الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية)، حيث استخدمت الأساليب الإحصائية الوصفية، وذلك لغرض خصائص أفراد العينة، ووصف إجاباتهم من خلال استخدام التكرارات، والنسب المئوية، والوسط الحسابي. كما استخدمت المقاييس الإحصائية التحليلية لكشف الفروق الإحصائية بين إجابات أفراد العينة بحسب متغيرات الدراسة .

قمنا بإجراء مقياس كرمباخ لقياس الصدق والثبات. ثم تحقق الصدق والثبات حيث وجدنا قيمة الفا كرمباخ 225. وهي اكبر من 05. مما يدل على وجود صدق وثبات وقد اعتمدنا على بقية عبارات الاستبانة .

جدول رقم (1) - يوضح الاسئلة المطروحة في الاستبانة.

القيمة الاحتمالية	الارتباط	التباين	الوسط الحسابي	العبارة
.305	.147	15.082	24.85	هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟
.175	.151	13.168	24.30	اذا كانت الاجابة بنعم او احياناً (ما هي الدوافع استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟)
.318	.183	15.358	25.10	ما هي المواقع الاكثر استخداماً لديك؟
.173	.124	10.682	23.45	كم عدد الساعات التي تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي يومياً؟
.133	.203	12.029	22.15	ما مدى ثقتك بالمعلومات التي تحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي؟
.166	.133	11.397	22.65	في رأيك ما هو الدور الذي يمكن ان تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التقارب الثقافي؟
.022	.583	10.976	22.65	ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التقارب الثقافي؟
.279	.499	15.726	25.40	هل هناك ايجابيات لمواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التقارب الثقافي؟
.068	.253	10.379	22.80	ما هي سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التقارب الثقافي؟
.315	.427	16.221	24.70	هل لمواقع التواصل الاجتماعي اي اشكالية في تحقيق التقارب الثقافي؟

## ثانياً -خلفية حول طلاب المجتمع الطلابي بجامعة إفريقيا العالمية.

### طلاب جامعة إفريقيا العالمية (International University of Africa)

قد ظل السودان بحكم موقعه الجغرافي، وتاريخه الثقافي يستقبل وفوداً لا تنقطع من طلاب العلم من أقطار إفريقيا المحيطة، منذ بذرتها الأولى متمثلة في المعهد الإسلامي الإفريقي في 1966م والذي احتضن طلاباً أفارقة في المرحلتين المتوسطة والثانوية، مرت الجامعة بمراحل، فقد بدأت تلك المراحل بانتقالها إلى المركز الإسلامي الإفريقي في العام 1977م بمبادرة من حكومة السودان أطلقتها عام 1972م واستجابت لها بكل ترحاب ومحبة كل من المملكة العربية السعودية، ومصر، والكويت، وليبيا، وقطر، والإمارات، والمملكة المغربية.

ثم جاءت المرحلة اللاحقة بتحولها إلى جامعة إفريقيا العالمية في العام 1991م لتتوسع كماً ونوعاً في أداء رسالتها. ويتلقى العلم في الجامعة طلاب وافدون من حوالي 75 دولة تمثل الدول الإفريقية منها أكثر من 40 دولة وتضم أكثر من 80 جنسية من مختلف دول العالم، وتعد من الجامعات التي تهتم بالتعليم الإسلامي المعتدل.

وأكمل تأسيس المركز الإسلامي الإفريقي في الفترة من 1977-1986م واستقرت إدارته ونظمه وبدأ يؤتى ثماره بتخريج المئات من طلابه من أكثر من أربعين دولة، وأنشئت فيه كليتان جامعتان (الشريعة والتربية) وبرز نشاطه الاجتماعي والثقافي في السودان وأقطار إفريقيا بالدورات التدريبية للمعلمين وقوافل الشباب الثقافية وروابط خريجه.

يجد الطالب الوافد منح دراسية وتسهيلات الإجراءات الازمة من حكومة السودان ومن المركز الإسلامي الإفريقي الحصانات والامتيازات والإعفاءات منذو التحاق الطالب بهذه الجامعة ويتمتع بكل هذه الميزات في مواصلة الدراسة الى أن يتخرج.

في الأونة الأخيرة مع نسبة لتزايد الإقبال على التعليم العالي وضيق الفرص المتاحة للطلاب من إفريقيا قررت حكومة السودان في عام 1991م تطوير المركز الإسلامي الإفريقي إلى جامعة إفريقيا العالمية.

وقد قامت الجامعة وأسست فيها كليات ومراكز ومعاهد جديدة، وتتوعت الدراسة لتشمل الكليات العلمية والتطبيقية، وفتحت برامج الدراسات العليا وازدادت أعداد الطلاب أضعافاً مضاعفة، وامتدت علاقاتها الخارجية وصلاتها الأكاديمية.

وتضم الجامعة (16) كلية ومعهدين وعدد من المراكز المختلفة[1]:

كلية الشريعة والقانون.

كلية التربية.

كلية الآداب.

كلية الاقتصاد.

كلية العلوم البحتة والتطبيقية.

كلية دراسات الحاسوب.

كلية الهندسة.

كلية الطب.

كلية التمريض.

كلية الصيدلة.

كلية طب الفم والأسنان.

---

<sup>1</sup> . موقع الرسمي للجامعة إفريقيا العالمية. <http://www.iua.edu.sd/ar/>

كلية المعادن والنفط.

كلية الإعلام.

كلية المختبرات الطبية.

كلية الدراسة الإسلامية.

كلية التقانة الإنتاج وتصنيع الزراعي.

ومعهدين (معهد اللغة العربية، ومعهد دراسات الكوارث واللاجئين).

وعدد (6) مراكز (المركز الإسلامي الإفريقي، ومركز البحوث والدراسات الإفريقية،

المركز الإفريقي للتعليم عن بعد، ومركز الدراسات النسوية، ومركز يوسف الخليفة لكتابة اللغات

بالحرف العربي، ومركز تقنية المعلومات) وعدد من العمادات والإدارات (عمادة الدراسات العليا،

عمادة الطلاب، وعمادة المكتبات، وإدارة القبول والتسجيل) إضافة الى معهد متخصص في

اللغات الإفريقية ويدرسها بالحرف العربي، في إطار منهج علمي. وقد استطاع المعهد كتابة نحو

خمس وثلاثين لغة إفريقية بالحرف العربي حتى الآن، رغم الصعوبات التي تتطوي عليها هذه

المهمة.

ويدرس الطالب في هذه الجامعة مواد التخصص والمواد الإسلامية، واصبحت من أهم

الجامعات في السودان وتهدف إلى تخريج دعاة متسلحين بسلاح العلوم الشرعية والعلوم العصرية

كالطب والهندسة وغيرها مما يوحي بان هذه الجامعة أصبحت تمثل معلما ومنبرا للعلم كأحد معالم

المتميّزة ذات التوجه الإسلامي والأكاديمي في آن واحد.

وللجامعة افريقيا العالمية مجلس امناء يضم حوالي 40عضو نصفهم من افريقيا والخليج

والعالم العربي الكبير ويجتمع في يناير من كل عام لتقييم سير العمل في الجامعة على المستويين

الاكاديمي والاداري .وابان مصطفى عثمان اسماعيل رئيس مجلس امناء الجامعة في منبر وكالة

السودان للانباء مؤخرًا ان للجامعة اتفاقية مع حكومة السودان تجعلها في مصاف المنظمات العالمية التي تتميز بعدد من الصفات التفضيلية التي تساعد في حركة الاموال والكادر العامل باعتبار ان الجامعة تخدم سياسة الحكومة في مساعدة ابناء افريقيا في مجال التعليم. و يعطي نظام الجامعة نسبة 50% للطلاب الافارقة و 25% مخصص للاقليات الاسلامية في مختلف انحاء العالم و25% الاخرى مخصصة للطلاب السودانيين حيث قال د. اسماعيل ان الجامعة حرصت على مشاركة الطلبة السودانيين لما يمكن ان يقدمه الطالب السوداني لغيره من خبرة وتجربة ومن عادات وتقاليد وقيم واخلاق المجتمع السوداني ، و اردف ان في بعض الدول لاتجد الاقليات الاسلامية الفرص الكافية للتعليم فتوفر الجامعة تلك الفرص، والجامعة تتميز بانها تقدم لطلاب الافارقة خاصة وطلاب الاقليات المسلمة الاخرى التعليم في كافة المجالات خاصة العلمية والانسانية[1] .

---

<sup>1</sup> .هند الأمين: سوونا الخرطوم، تاريخ (2015/1/11).

المبحث الثالث - تحليل البيانات ومعلومات الدراسة.

## تحليل النتائج و البيانات :

تعالج هذه الدراسة موضوع " استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التقارب الثقافي"، من حيث الخصائص لمستخدمي الإنترنت، ومدى تأثيره على العلاقات الاجتماعية في نشر الثقافة لدى الشباب الجامعي، مع التطبيق على عينة بلغ حجمها (320) طالباً وطالبة. وبناءً على الأسئلة التي تحاول الدراسة الإجابة عنها، والبيانات التي تمّ جمعها وتحليلها، حيث سيتم عرض أهم النتائج والمناقشات وفقاً لترتيب أسئلة الدراسة.

أ - الوصف الاجمالي.

ب - الوصف التفصيلي.

أولاً - الوصف الاجمالي:

جدول رقم (1) - يوضح وصف اجمالي للعبارات التي تم معالجتها وتحليلها باستخدام

برنامج الاحصائي (s.p.s.s).

جدول رقم (2) يوضح عن قيمة الفا كرمباخ.

Cronbach's Alpha	N of Items
.225	10

قمنا بإجراء مقياس كرمباخ لقياس الصدق والثبات. (وقد حذفنا بعض العبارات لعدم توفر الصدق والثبات). ثم تحقق الصدق والثبات حيث وجدنا قيمة الفا كرمباخ 225. وهي اكبر من 05. مما يدل على وجود صدق وثبات وقد اعتمدنا على بقية عبارات الاستبانة.

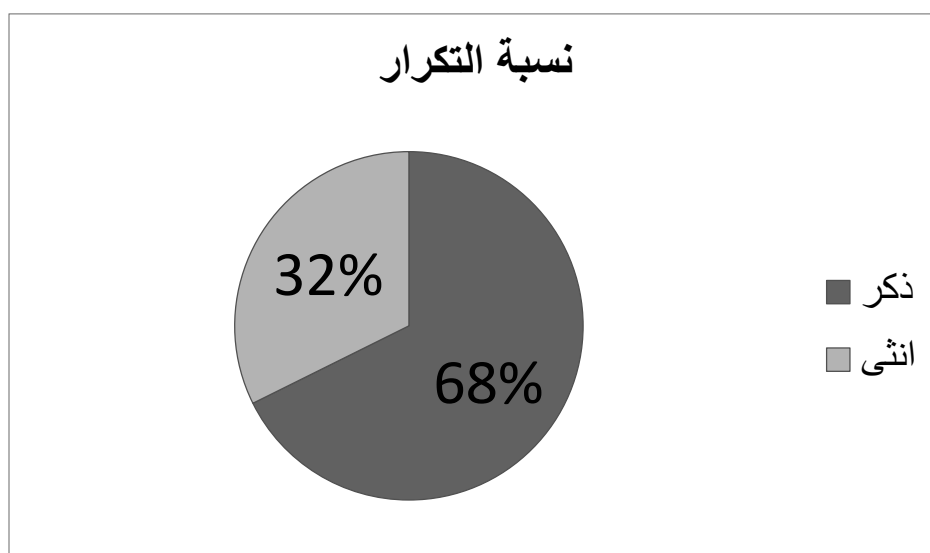
## ثانياً - الوصف التفصيلي:

جدول رقم (3) يوضح البيانات الشخصية للمبحوثين.

الرقم	النوع	التكرار	النسبة المئوية
1	ذكر	203	67.7%
2	انثى	97	32.3%
3	المجموع	300	100.0%

من الملاحظ من الجدول اعلاه ان عنصر الذكور يشكل القطاع الاكبر حيث بلغ عددهم 203 فرد بنسبة مئوية 67.7% و 97 فرد من الاناث بنسبة مئوية 32.3% من العدد الكلي 300 فرداً .

### شكل رقم (1)



جدول رقم (4) - يوضح جنسية المبحوثين وعددهم.

النسبة المئوية	التكرار	الجنسية	م
13.7	41	اثيوبيا	1
2.7	8	ارتريا	2
.3	1	افريقيا الوسطى	3
.3	1	السنغال	4
21.3	64	السودان	5
15.3	46	الصومال	6
.3	1	الفلبين	7
.3	1	النيجر	8
.3	1	انجولا	9
1.3	4	اندونيسيا	10
.3	1	بينين	11

.3	1	بور كينافاسو	12
.3	1	توغو	13
.3	1	سري لاتكا	14
.3	1	بورندا	15
.3	1	بونتلاند	16
3.0	9	تايلاند	17
1.7	5	تشاد	18
1.0	3	تنزانيا	19
7.3	22	جزر القمر	20
7.7	23	جيبوتي	21
.7	2	ساحل العاج	22
.3	1	سنغال	23

3.7	11	غانا	24
.3	1	كاميرون	25
.3	1	كنغو	26
5.0	15	كينيا	27
.3	1	مالي	28
.3	1	مدغشقر	29
.7	2	مالاوي	30
.3	1	موزمبيق	31
7.3	22	نيجيري	32
2.0	6	أوغندا	33
100.0	300	المجموع	

من الملاحظ ان العينة شملت 33 دولة، بما فيها 3 دول آسوية و 30 دولة افريقيا. كما هو معلوم كل دولة لها ثقافتها وخصائصها ما يميزها عن غيرها.

### 3 - العمر:

جدول رقم (4) - يوضح الفئة العمرية للمبحوثين.

الرقم	الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
1	اقل من 20 عاماً	63	21.0%
2	من (21 - 30) عاماً	216	72.0%
3	من (31 - 40) عاماً	20	6.7%
4	من (41 - 50) عاماً	1	0.3%
5	المجموع	300	100.0%

من الملاحظ من الجدول اعلاه ان 216 من افراد العينة من الفئة العمرية من 21  
30 سنة بنسبه مئوية 72.0% 63 . منهم من الفئة العمرية من اقل من 20 سنة بنسبة مئوية  
21.0% و 20 منهم من الفئة العمرية من 31-40 سنة بنسبة مئوية 6.7% من العدد الكلي  
300 فرداً .

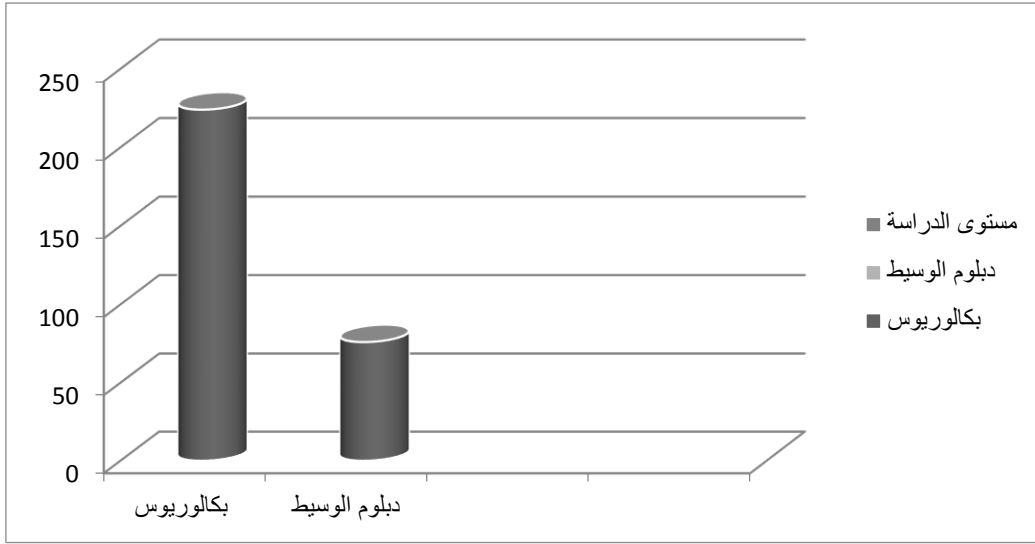


شكل رقم (2)

جدول (5) - يوضح مستوى التعليمي للمبحوثين.

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي	الرقم
74.7%	224	بكالوريوس	1
25.3%	76	دبلوم وسيط	2
100.0%	300	المجموع	

شكل رقم (3)

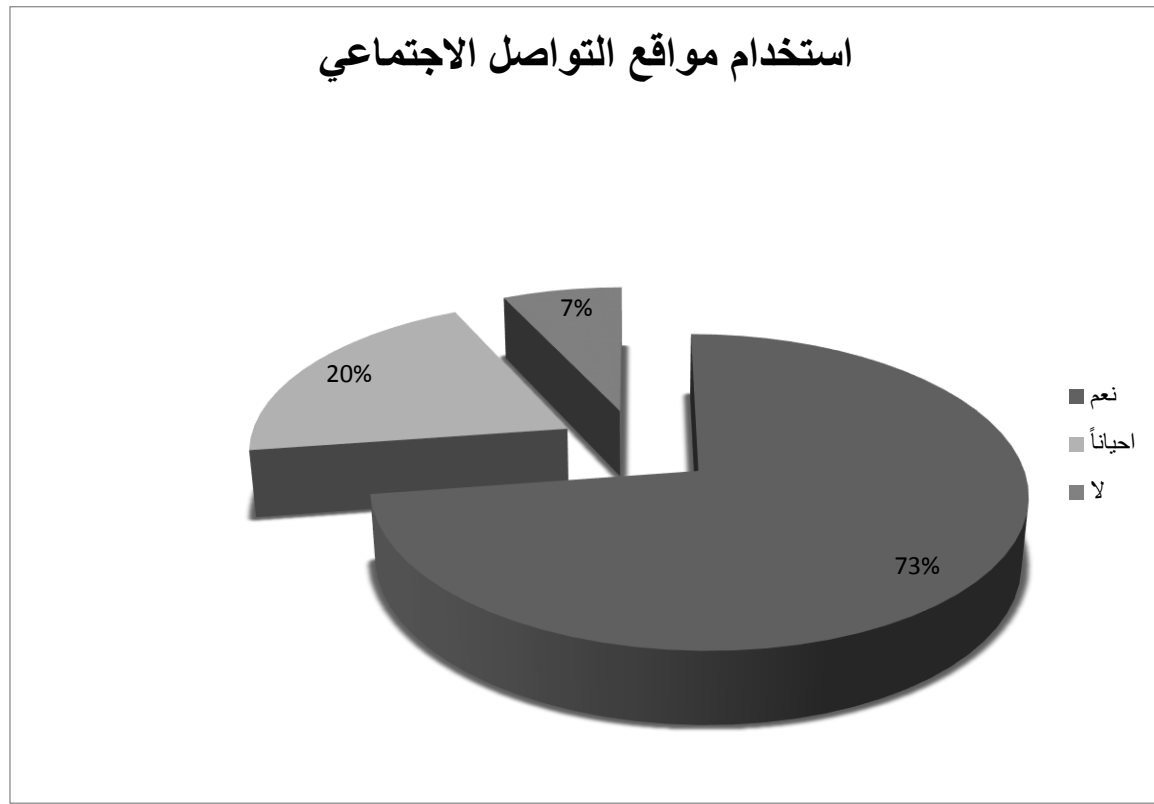


من الملاحظ من الجدول اعلاه ان الحاصلين على بكالوريوس هم 224 فرداً، بنسبة مئوية 74.7%، و 76 حاصلين على دبلوم وسيط بنسبة مئوية 25.3 من العدد الكلي 300 فرداً.

جدول (6) يوضح عدد المستخدمين وغير المستخدمين للمواقع التواصل الاجتماعي .

الرقم	الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	نعم	218	72.6%
2	لا	21	7%
3	احيانا	61	20.4%
4	المجموع	300	100.0%

من الملاحظ من الجدول اعلاه ان معظم اجابات افراد العينة حول العبارة اعلاه جاءت بنعم حيث بلغ عددهم 218 فرداً بنسبة مئوية 72.6% و 61 فرداً اشاروا الى جابة احياناً بنسبة مئوية 20.4% من العدد الكلي. كما اشار 21 فرداً الى اجابة بلا عدم استخدامهم لهذه المواقع التواصل الاجتماعية، بنسبة مئوية 7% من العدد الكلي.

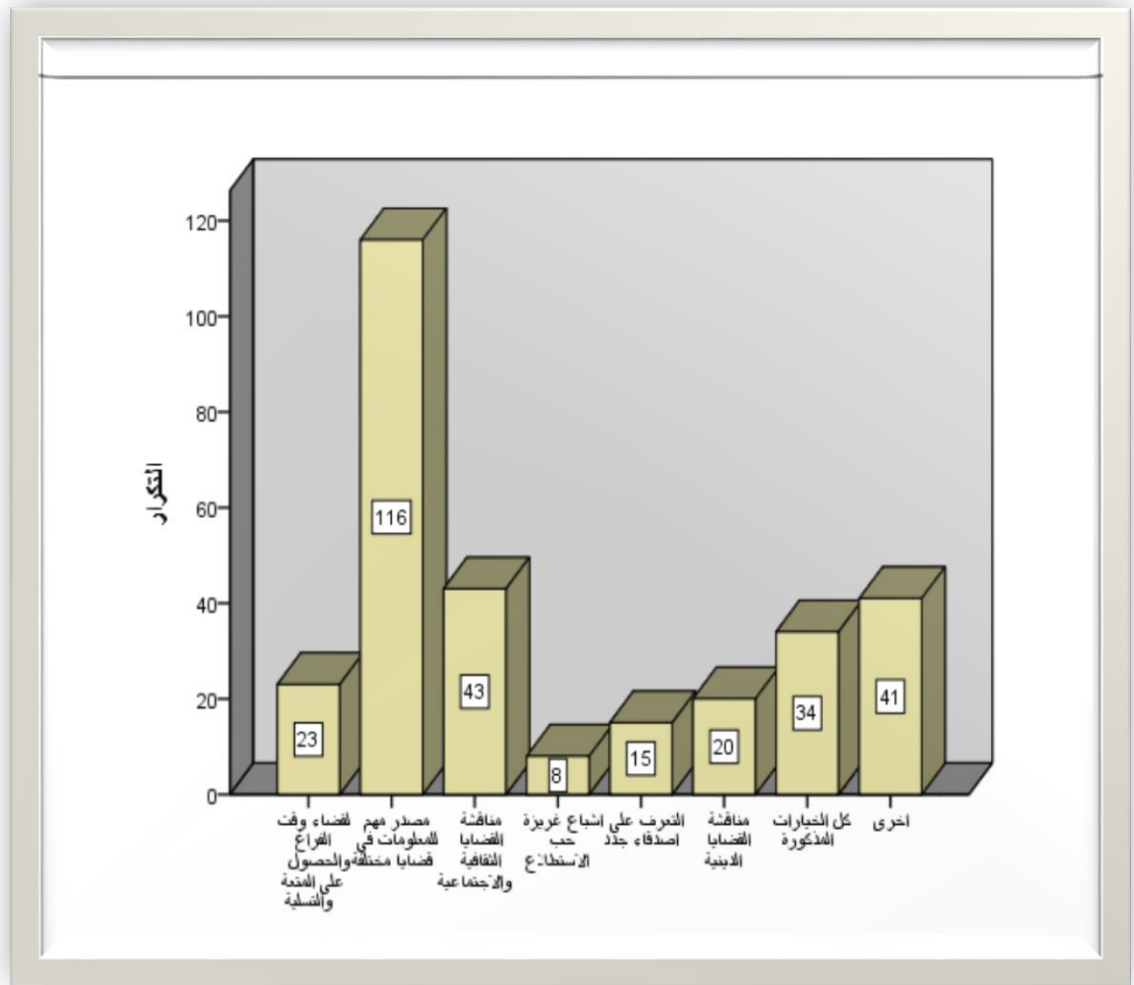


شكل رقم (4)

جدول (7) - يوضح عن تكرار ودوافع الاستخدام للمواقع التواصل الاجتماعي عامةً.

النسبة المئوية	التكرار	الاجابة	الرقم
7.7%	23	لقضاء وقت الفراغ والحصول على المتعة والتسلية	1
38.6%	116	مصدر مهم للمعلومات في قضايا مختلفة	2
14.3%	43	مناقشة القضايا الثقافية والاجتماعية	3
2.7%	8	اشباع غريزة حب الاستطلاع	4
5.0%	15	التعرف على اصدقاء جدد	5
6.7%	20	مناقشة القضايا الدينية	6
11.3%	34	كل الخيارات المذكورة	7
13.7%	41	اخرى	8
100.0%	300	المجموع	9

من الملاحظ من الجدول اعلاه ان 116 من افراد العينة يرون ان دوافع الاستخدام مصدر مهم للمعلومات في قضايا مختلفة بنسبة مئوية 38.6 % و 43 منهم لمناقشة القضايا الثقافية والاجتماعية بنسبة مئوية 14.3 % و 34 لمناقشة القضايا الدينية بنسبة مئوية 6.7 % من العدد الكلي 300 فرداً.



شكل رقم (5) - التكرار والنسب لدوافع الاستخدام للمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (8) - يبين تكرار ودوافع الاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي  
هذه الدوافع). بالتفصيل (مع ذكر

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة	الرقم
%86.3	259	ا	1
%0.3	1	ا، ب	2
%0.3	1	ا، ب، ج	3
%0.3	1	ا، ب، ج، د، و	4
%0.3	1	ا، ج، د	5
%0.3	1	ا، ج، د، هـ، و	6
%0.3	1	ا، ج، د، و	7
%0.3	1	ا، ج، هـ	8
%0.7	2	ا، ج، و	9

%0.3	1	ا، د، هـ	10
%0.3	1	ا، و	11
%0.3	1	ا، ب، ج	12
%01.3	4	ب، ج	13
%0.3	1	ب، ج، د، هـ، و	14
%1.0	3	ب، ج، هـ	15
%2.0	6	ب، ج، هـ، و	16
%0.7	2	ب، ج، و	17
%1.0	3	ب، د	18
%0.7	2	ب، هـ	19
%0.3	1	ب، هـ، د	20

%0.7	2	ب ، ه ، و	21
%0.3	1	ب ، و	22
%0.3	1	ب ، ج ، د	23
%0.3	1	تواصل مع الاهل	24
%0.3	1	ج ، ه ، و	25
%0.3	1	ج ، و	26
%100.0	300	المجموع	27

توضيح رموز المحتوى بالجدول رقم (8)

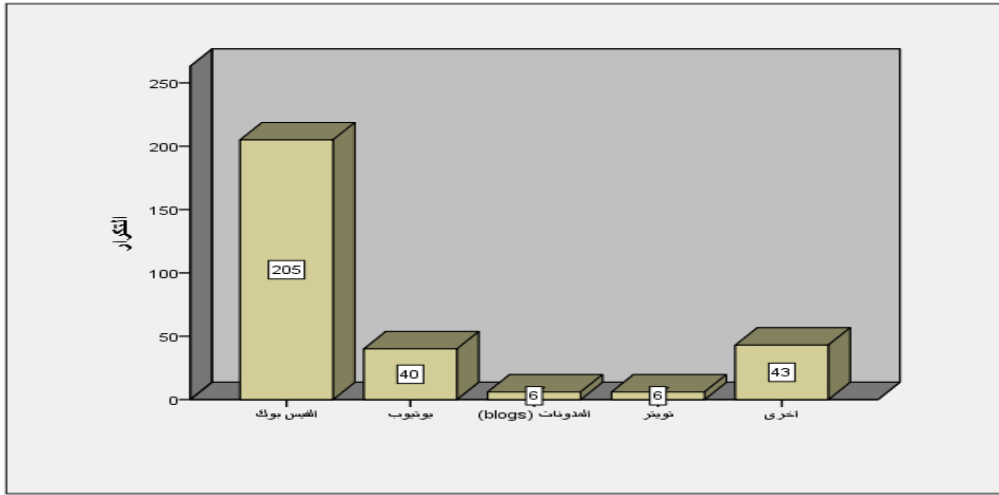
ا	=	لقضاء وقت الفراغ والحصول على المتعة والتسلية
ب	=	مصدر مهم للمعلومات في قضايا مختلفة
ج	=	مناقشة القضايا الثقافية والاجتماعية
د	=	اشباع غريزة حب الاستطلاع

هـ	=	التعرف على اصدقاء جدد
و	=	مناقشة القضايا الدينية
ز	=	كل الخيارات المذكورة

**جدول رقم (9) - يوضح المواقع اكثر استخداماً لدى المبحوث.**

الرقم	الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	الفييس بوك	205	%68.4
2	يوتيوب	40	%13.3
3	المدونات (blogs)	6	%2.0
4	تويتر	6	%2.0
5	اخرى	43	%14.3
6	المجموع	300	%100.0

من الملاحظ من الجدول اعلاه ان 205 من افراد العينة يستخدمون الفيس بوك بنسبة مئوية 68.4 % و 40 منهم يستخدمون اليوتيوب بنسبة مئوية 13.3 %، وكذلك 43 افراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعية مختلفة بنسبة مئوية 14.3%، اما مستخدمي المدونات 6 افراد، وتويتر ايضا 6 من العدد الكلي 300 فرداً.



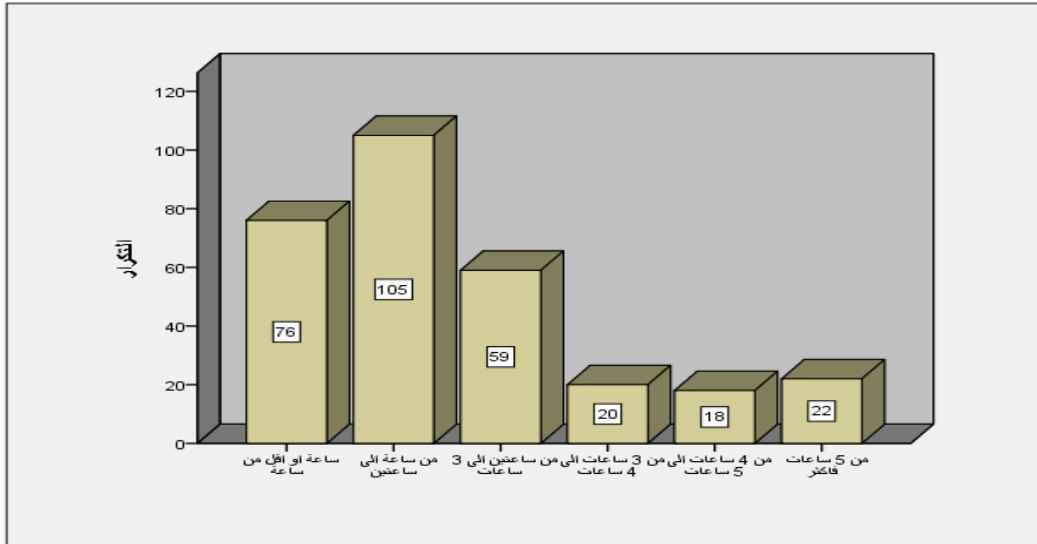
شكل رقم (6)

جدول رقم (10) - يبين عدد الساعات التي يستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي يومياً.

الرقم	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	ساعة او اقل من ساعة	76	25.3%
2	من ساعة الى ساعتين	105	35.0%

19.7%	59	من ساعتين الى 3 ساعات	3
6.7%	20	من 3 ساعات الى 4 ساعات	4
6.0%	18	من 4 ساعات الى 5 ساعات	5
7.3%	22	من 5 ساعات فاكثر	6
100.0%	300	المجموع	7

من الملاحظ من الجدول اعلاه ان 105 من افراد العينة يستخدمون مواقع التواصل من ساعة الى ساعتين بنسبة مئوية 35.0 % و 76 منهم يستخدمون ساعة او اقل بنسبة مئوية 25.3 % من العدد الكلي 300 فردا .

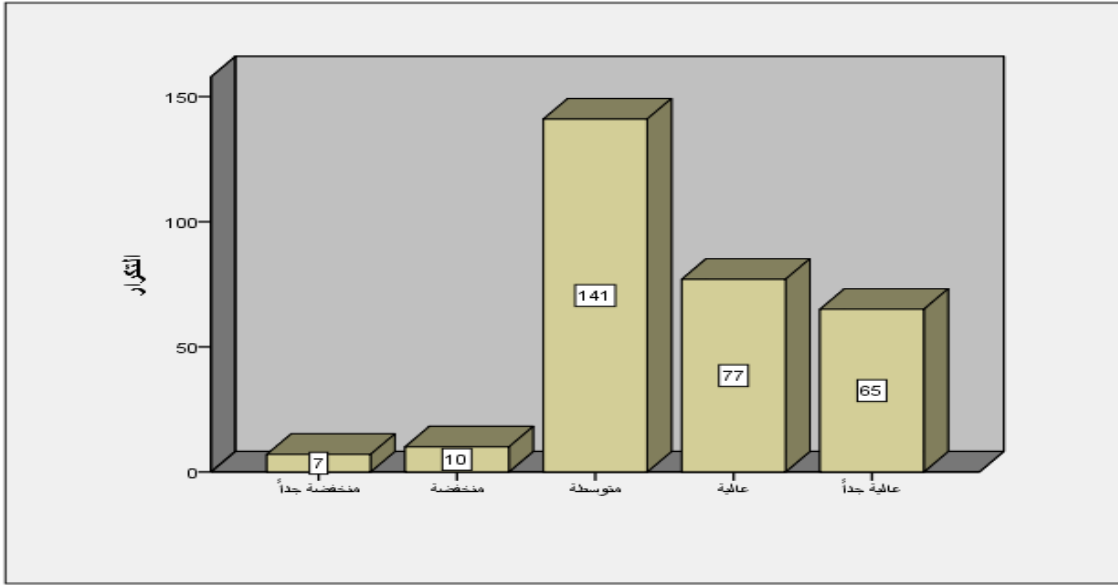


شكل رقم (7)

جدول رقم (11) - يوضح مدى الثقة بالمعلومات التي يحصل عليها المبحوثين من المواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	الاجابة	الرقم
2.3%	7	جداً منخفضة	1
3.3%	10	منخفضة	2
47.0%	141	متوسطة	3
25.7%	77	عالية	4
21.7%	65	جداً عالية	5
100.0%	300	المجموع	6

من الملاحظ من الجدول اعلاه ان 141 من افراد العينة ثقتهم بالمعلومات المتحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي متوسطة بنسبة مئوية 47.0 % و 77 ثقتهم عالية بنسبة مئوية 25.7 % و 65 منهم ثقتهم عالية جداً بنسبة مئوية 21.7 % من العدد الكلي 300 فرداً.



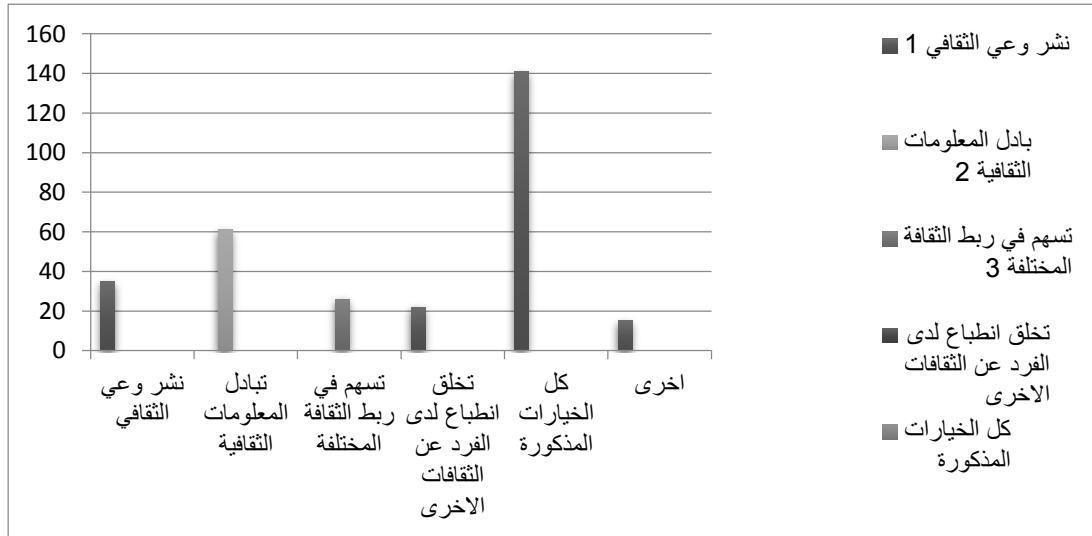
شكل رقم (8)

جدول رقم (12) - يبين الدور الذي يمكن ان تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التواصل الثقافي.

النسبة المئوية	التكرار	الاجابة	الرقم
%11.7	35	نشر الوعي الثقافي	1
%20.3	61	تبادل المعلومات الثقافية	2
%8.7	26	تسهم في ربط الثقافات المختلفة	3

22	7.3%	تخلق انطباع لدى الفرد عن الثقافات الاخرى	4
141	47.0%	كل الخيارات المذكورة	5
15	5.0%	اخرى	6
300	100.0%	المجموع	7

من الملاحظ من الجدول اعلاه ان 141 من افراد العينة اجابتهم حول العبارة اعلاه كل ما ذكر بنسبة مئوية 47.0% و 61 تبادل المعلومات الثقافية بنسبة مئوية 20.3% و 35 نشر الوعي الثقافي بنسبة مئوية 11.7% من العدد الكلي 300 فردا.



شكل رقم (9)

جدول رقم (13) - يوضح رأي المبحوثين ان دور مواقع التواصل الاجتماعي

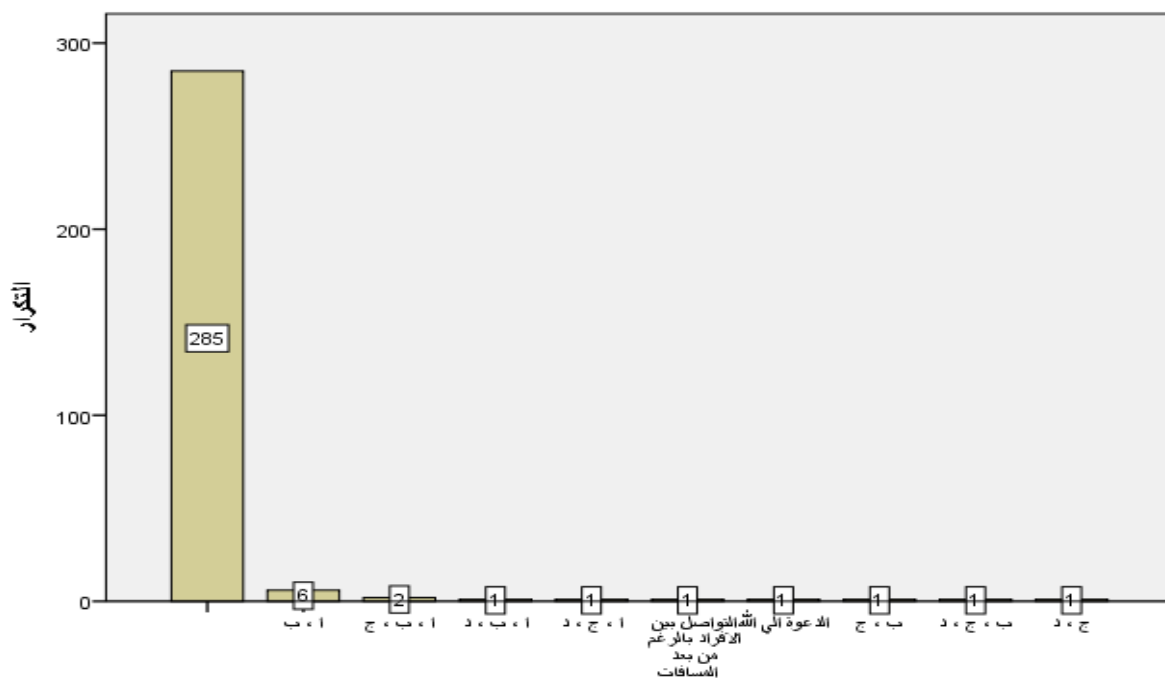
في تحقيق التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	الاجابة	الرقم
%95.0	285	ا	1
%2.0	6	ا ، ب	2
%0.7	2	ا ، ب ، ج	3
%0.3	1	ا ، ب ، د	4
%0.3	1	ا ، ج ، د	5
%0.3	1	التواصل بين الافراد بالرغم من بعد المسافات	6
%0.3	1	الدعوة الي الله	7
%0.3	1	ب ، ج	8

%0.3	1	ب ، ج ، د	9
%0.3	1	ج ، د	10
%100.0	300	المجموع	11

توضيح رموز المحتوى بالجدول رقم (13)

1 - نشر الوعي الثقافي
2 - تبادل المعلومات الثقافية
3 - تسهم في ربط الثقافات المختلفة
4 - تخلق انطباع لدى الفرد عن الثقافات الأخرى
5 - كل الخيارات المذكورة
6 - أخرى



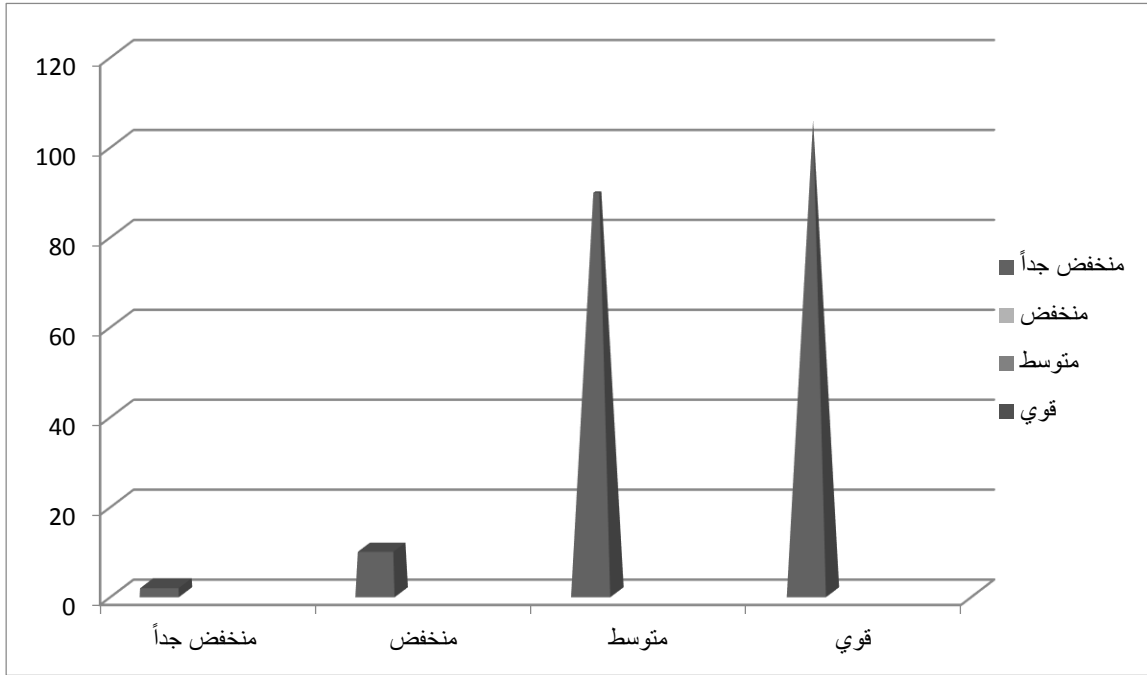
شكل رقم (10)

دول رقم (14) - يوضح مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التقارب الثقافي.

الرقم	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	منخفض جداً	2	%0.7
2	منخفض	10	%3.3
3	متوسط	89	%29.7

%35.0	105	قوي	4
%31.3	94	قوي جداً	5
%100.0	300	المجموع	11

من الملاحظ من الجدول اعلاه ان 105 من افراد العينة اجابتهم حول العبارة اعلاه قوي بنسبة مئوية 35.0 % و 94 قوي جداً بنسبة مئوية 31.3 % و 89 متوسط بنسبة مئوية 11.7 % من العدد الكلي 300 فرداً.

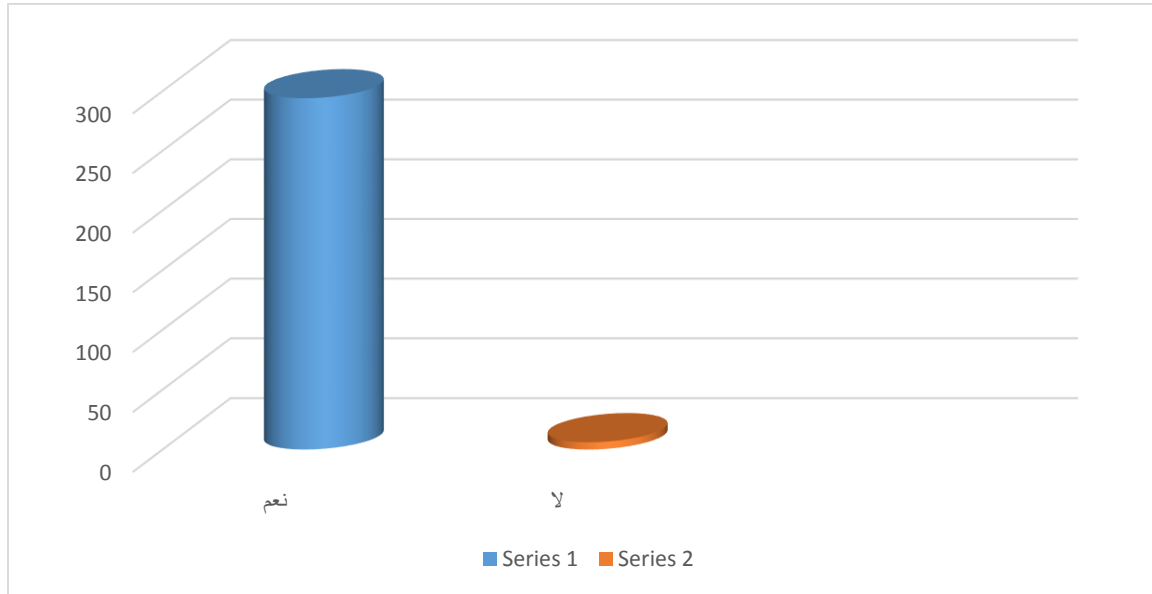


شكل رقم (11)

جدول رقم (15) - يوضح رأي المبحوثين عامةً اذا كان هناك تأثير سلبي او اجابي لهذه المواقع التواصلية.

النسبة المئوية	التكرار	الاجابة	الرقم
%98.0	294	نعم	1
%2.0	6	لا	2
%100.0	300	المجموع	3

من الملاحظ من الجدول اعلاه ان 294 من افراد العينة اجابتهم حول العبارة اعلاه نعم بنسبة مئوية 98.0 % و 6 لا بنسبة مئوية 2.0 % من العدد الكلي 300 فردا.

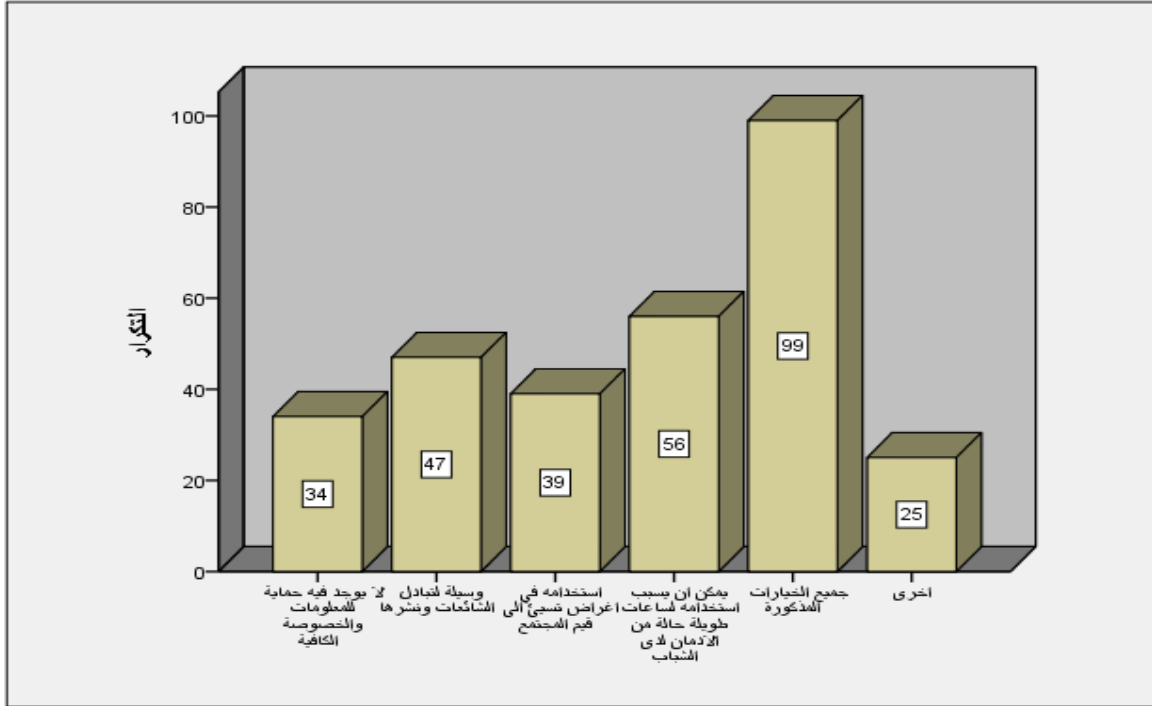


شكل رقم ( 12 )

جدول رقم (16) - يوضح ان السلبيات الاساسية لهذه المواقع التواصلية

النسبة المئوية	التكرار	الاجابة	الرقم
%11.3	34	لا يوجد فيه حماية للمعلومات والخصوصية الكافية	1
%15.7	47	وسيلة لتبادل الشائعات ونشرها	2
%13.0	39	استخدامه في اغراض تسيئ الى قيم المجتمع	3
%18.7	56	يمكن ان يسبب استخدامه لساعات طويلة حالة من الادمان لدى الشباب	4
%33.0	99	جميع الخيارات المذكورة	5
%8.3	25	اخرى	6
%100.0	300	المجموع	7

من الملاحظ من الجدول اعلاه ان جميع الخيارات هي من سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي حيث ان 99 من افراد العينة يؤكدون ذلك كما تقاربت تكرارات الخيارات.



شكل رقم ( 13 )

جدول رقم (17) - يوضح سلبيات مواقع التواصل الاجتماعية في تحقيق التواصل الثقافي بصورة التفصيلية حسب رأي المبحوثين .

الرقم	الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	هـ	276	%92.0

%0.7	2	ا، ب	2
%0.7	2	ا، ب، ج	3
%0.3	1	ا، ب، د	4
%1.0	3	ا، ج	5
%0.3	1	ا، د	6
%0.7	2	ب، ج	7
%1.7	5	ب، ج، د	8
%0.3	1	ب، ج، هـ	9
%1.3	4	ب، د	10
%1.0	3	ج، د	11
%100.0	300	المجموع	12

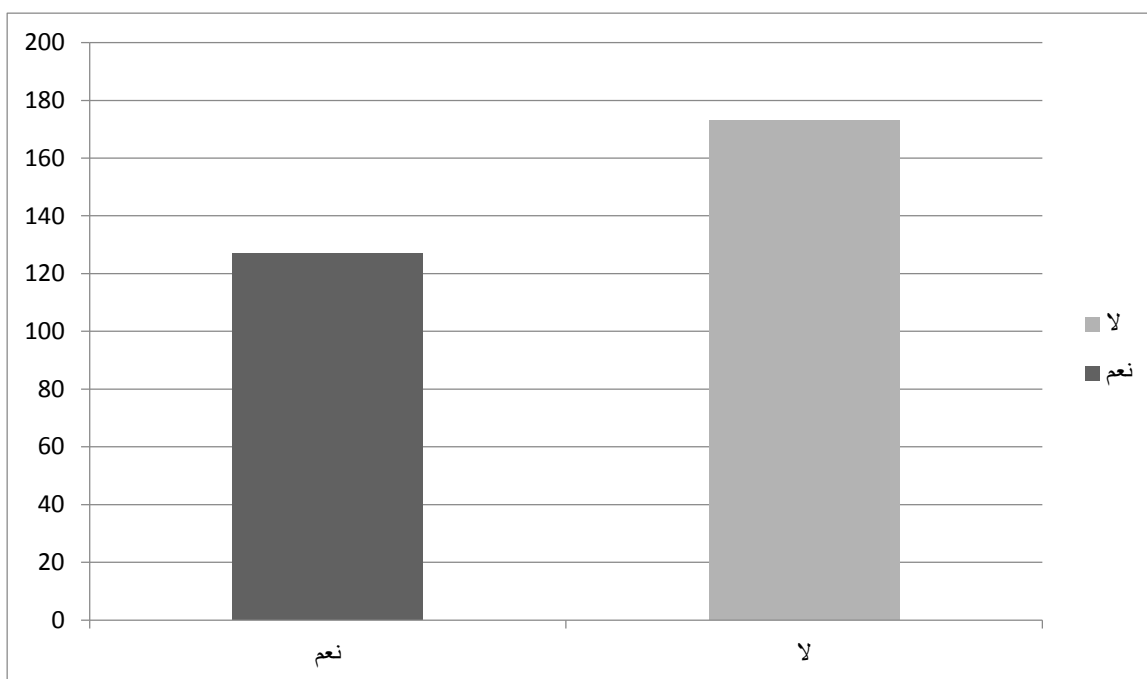
توضيح رموز المحتوى بالجدول رقم (17)

ا = لا يوجد فيه حماية للمعلومات والخصوصية الكافية.
ب = وسيلة لتبادل الشائعات ونشرها.
ج = استخدامه في اغراض تسيئ الى قيم المجتمع.
د = يمكن ان يسبب استخدامه لساعات طويلة حالة من الادمان لدى الشباب.
هـ = جميع الخيارات المذكورة.

جدول رقم (18) - يبين وجود اشكالية في تحقيق التواصل الثقافي لمواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	الاجابة	الرقم
42.3%	127	نعم	1
57.7%	173	لا	2
100.0%	300	المجموع	3

- من الملاحظ من الجدول اعلاه ان 127 من افراد العينة اجابتهم حول العبارة اعلاه نعم بنسبة مئوية 42.3 % و 173 لا بنسبة مئوية 57.7 % من العدد الكلي 300 فرد .



شكل رقم (14)

جدول (19) - يوضح اهم المشكلات التي ذكرها المبحوثون في تحقيق التقارب الثقافي.

م	مجمل المشكلات المذكورة حسب رأي المبحوثين	التكرار
1	اختلاف الثقافات والمبادئ والعادات	8
2	اختلاف اللغات	3
3	تأثر بثقافات الغربية	6
4	ادمان الانترنت واستخدام مفرط عند الشباب	8
5	عدم توفر انترنت بقدر المطلوب	9
6	يكثر بها الشائعات وعدم وجود حماية للمعلومات	14
7	انتشار افكار الهدامة لا تناسب قيم مجتمعنا	7
8	صعوبة توثيق المعلومات	9
9	عدم احترام ثقافات الاخرين	5
10	عدم وجود الرقابة	9

5	تستخدم لإشاعة الفتنة والتفريق بين الشعوب	11
9	نشر ثقافة غير معتادة والمخلة بالأدب	12
92	المجموع	

جدول رقم (20) - يبين اهم مقترحات المبحوثين تجاه هذه المواقع التواصل

الاجتماعية لتصبح اكثر فاعلية في تحقيق التقارب الثقافي.

رقم	مقترحات المبحوثين	التكرار
1	احترام آراء الاخرين وعدم الإساءة اليهم	8
2	التركيز على ما هو ايجابي والتجنب ما هو سلبي	7
3	الاستخدام الامثل وعدم الافراط في وتضييق الوقت	9
5	الابتعاد عن الافكار الهدامة و التي تخالف الدين والادب	7
6	الالتزام بالمبادئ وعدم نشر الشائعات	10
7	الإكثار وتنويع محاور والمناقشة من المواضيع الدينية والثقافية	12
8	توفير الشبكة وتحسين السرعة	13

7	التوعية في الاستخدام والقدرة على انشاء على المعلومات التفاعلية	9
11	المراقبة من قبل الجهات المعنية	10
5	ان تمتاز بدرجة عالية من الوعي والثقافة التي تساهم في تطوير المجتمع	11
5	انشاء المجموعات التي تدعو لتقارب والتواصل الثقافي	12
5	تعليم مهارة التواصل على نطاق واسع خاصة في الجامعات	13
12	تناول المواضيع الثقافية، والابتعاد من الامور المخلة للآداب والاخلاق الاسلامية	14
111	المجموع	

## الخاتمة :

مع التقدم العلمي والتكنولوجي انتشرت ظواهر عديدة في المجتمع لم تكن معروفة سابقاً ومن هذه الظواهر ظاهرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعية على الإنترنت التي تناولها الباحث للتحقق من وجود علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين تحقيق التقارب الثقافي. وذلك بعد الاطلاع على دراسات تخص موضوع الإعلام الجديد ومتابعة بعض هذه المواقع الاجتماعية وجدت أنها مشكلة تستحق البحث والدراسة.

خلصت الدراسة إلى نتيجة توضح مدى تأثير المواقع التواصل الاجتماعية على المستخدمين وإنه لم يعد بإمكان متصفح الإنترنت الاستغناء عنها، لما توفره من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة ومعلومات ومعارف مفيدة ومتنوعة، ومحادثة (دردشة) مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة والعمل وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو، إضافة إلى أنها مجالاً مفتوحاً لتبادل الآراء والتعليقات على الآراء والردود على تلك التعليقات، وخلق صداقات افتراضية جديدة واستراحة وثقافة وترفيه.

بينت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعية أصبحت مصدراً مهماً يمكن الاعتماد عليها في التواصل والتقارب الثقافي بين الأفراد والمجتمع أكثر من الوسائل التقليدية الأخرى، وهو ما أكدته هذه الدراسة وكذلك الدراسة السابقة التي أوضحت الدور المتعاظم لمواقع التواصل الاجتماعية.

## نتائج الدراسة

وفيما يلي أهم النتائج الدراسة:

1. اظهرت النتائج الدراسة ان مواقع التواصل الاجتماعية أصبحت إعلاماً بديلاً، والجيل الجديد أصبح يستخدمها متى شاء، لنشر أو لتلقي الأخبار والآراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي، وهي متعددة الوسائط (Multimedia).
2. بينت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يستخدمون المواقع التواصل الاجتماعية بنسبة مرتفعة مقدارها (72.6%)، ونسبة قليلة التي لا تستخدم هذه المواقع التواصلية لا تتجاوز نسبتهم من (7%). أما (20.4%) يستخدمون احياناً.
3. أوضحت الدراسة إن ثقافة مجتمع المعاصر تمر بتغيرات مهمة نتيجة تغير سبل ووسائل الاتصال الاجتماعية المؤثرة في تلك الثقافة.
4. اظهرت النتائج أن اغلبية الشباب الجامعة يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعية للردشة ولقضاء وقت الفراغ والحصل على المتعة والتسلية.
5. أكدت نتائج الدراسة أن المبحوثين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن الاعتماد عليها أكثر من الوسائل التقليدية في تكوين الآراء تجاه موضوعات الثقافية، لأنها تتيح فرصة نشر المستخدم وكذلك تلقي المعلومات.
6. أوضحت النتائج ان مواقع التواصل الاجتماعية أصبحت عاملاً مهم في تحقيق التقارب الثقافي عن طريق تكوين الوعي الثقافي لدى الطلاب جامعة افريقيا العالمية بالتبادل وجهات النظر الثقافية والأدبية والسياسية والدينية.

7. أظهرت نتائج الدراسة ان المبحوثون يستخدمون الفيس بوك كأكثر وسائل الإعلام التفاعلي بنسبة مرتفعة مقدارها (68.4%)، وفي المرتبة الثانية جاء اليوتيوب بنسبة (13.3%) مئوية، ثم تويتر (2%)، وكذلك المدونات جاءت نسبتها (2%). أما المواقع المختلفة كان لها نسبة (14%).
8. أوضحت الدراسة ان بيئة تفاوت واختلاف الثقافات التي يعيشها الطلاب جامعة إفريقيا العالمية قد يؤدي إلى التبادل الثقافي والتقارب بين الطلاب، إن الإنسان كونه اجتماعي يميل إلى التواصل والتعارف مع الآخرين.
9. بينت الدراسة ان أهم المشاكل التي واجهت المبحوثين خلال استخدامهم للمواقع التواصل الاجتماعية في تحقيق التقارب الثقافي هي الخوف من الشائعات وعدم الموضوعية في نقل الأخبار الثقافية.

## التوصيات

### توصيات الدراسة:

1. إجراء دراسات علمية للمضامين المتاحة على الشبكات الاجتماعية من واقع استخدامات الأفراد في مراحل سنة الدراسية، بما يسمح بالتعرف على كيفية استخدام هذه المواقع وآليات التواصل فيها.
2. ضرورة تركيز النشاط الفردي والجماعي عند الطلاب على المواقع التواصل الاجتماعية لنشر والتبادل الثقافية، لما له من قدرة وتأثير هائل على الجمهور.
3. تفعيل مشاركة للطلاب في مواقع التواصل الاجتماعية، ذلك لأن الطلاب هم أصبحوا صناع الحدث والإعلامي في هذه المواقع التي تحظى باهتمام وثقة متزايد للجميع.

## المصادر والمراجع

### المراجع العربية:

1. القرآن الكريم.
2. إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال الجماهير، الطبعة الثانية، (مكتبة الأنجلو المصرية، 1969). ص 327.
3. أحمد زايد، عولمة الحداثة وتفكيك الثقافات الوطنية، الطبعة الأولى، (الكويت: عالم الفكر، 2002م) ص 16.
4. اسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الأتصال ونظريات التأثير، الطبعة الأولى، (القاهرة: مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع، 1998 م) ص 62.
5. أفيق طريف، طريق المعلومات الشاملة للبشرية جمعاء: شبكة إنترنت (دمشق: دار الإيمان، 1996م) ص 22.
6. بن سعيد مبارك، صحافة المواطن والمسؤولية الاجتماعية [www.aljazeera.net](http://www.aljazeera.net)
7. جابر عصفور، نحو ثقافة عربية مغايرة، الطبعة الأولى، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008م). ص 135.
8. جوديت لازار، سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري، ترجمة على وطفة، وهيتم سطاخي، (دمشق: دار معد، 1995 م) ص 22.
9. جوديت لازار، سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري، ترجمة على وطفة، وهيتم سطاخي، (دمشق، دار معد، 1995). ص 22.

10. جول سوير دلو، ثورة المعلومات، ترجمة: محسن حافظ، الطبعة الأولى، (مجلة الثقافة العالمية، أيار، 1996م) ص 83.
11. حسانة محي الدين، الإنترنت في المكتبات ومراكز المعلومات: الإمكانيات، الفوائد والتحديات، مجلة تقنية العربية، ال عدد 2001، 3، ص 25.
12. حسين أبو شنب، ((دور التليفزيون في خلق ثقافة عربية متوازنة في أقطار الخليج العربي))، دراسة تطبيقية على تليفزيون الكويت، رسالة ماجستير، (القاهرة: جامعة القاهرة كلية الإعلام، 1992م) ص 47.
13. حسين العودة، الثقافة العربية والتحدي التكنولوجي، مجلة المعرفة، آذار، 1997م، ص 68.
14. حنش إدهام محمد، مجلة الانترنت الثقافية أنموذجا مجلة الزرقاء، العدد 2، (العراق، مارس 2005 م) ص 18.
15. ساري حلمي، ثقافة الإنترنت دراسة في التواصل الاجتماعي، الطبعة الثانية، (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2005 م)، ص 29.
16. سامية حسن الساعاتي، الثقافة والشخصية، بحث في علم الاجتماع الثقافي، الطبعة الأولى، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1988م) ص 73-76.
17. سعود صالح، الإعلام القديم والإعلام الجديد، الطبعة الأولى، (جدة: مكتبة الشروق، 2003 م)، ص 53.
18. سعيد السراج، الرأي العام مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة، الطبعة الثانية، (القاهرة: مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1986) ص 207.

19. سمير محمد حسين، بحوث الاعلام، الطبعة الثالثة، (القاهرة: عالم الكتب، 1999م) ص 131.
20. سهير جاد، البرامج التليفزيونية والإعلام الثقافي، الطبعة الأولى، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1987) ص 49.
21. الشمعة خلدون، الماكلوهانية، مجلة تصدر عن معهد الانماء العربي، (بيروت: السنة الاولى، العدد السادس، تشرين الثاني، 1978 م)، ص 55.
22. صادق محمد، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الطبعة الأولى، (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008)، ص 15.
23. صحيفة الرياض، المملكة العربية السعودية، 2009/07/02
24. عبد الله محمد، تجربة الصحافة اللبنانية المكتوبة، نموذج جريدة النهار، جامعة الشارقة 2005 م.
25. عبد الملك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، الطبعة الأولى، (القاهرة: دار الفجر 2003 م) ص 111.
26. عبدالباري وائل إسماعيل، مستقبل تكنولوجيا المعلومات في مصر: دراسة للأبعاد الاجتماعية على عينة من المستخدمين، مجلة العلوم الاجتماعية، مجلد 32، ال عدد3، (جامعة الكويت، 2004م)، ص 771-778.
27. عبدالله تايه، الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون ، الطبعة الأولى، (رام الله : دار الماجد للطباعة والنشر، 2006م) ص 15.

28. عقوب يونس خليل، ((مشكلات النفسية والاجتماعية والانحرافات السلوكية لدى المترددين على مراكز الإنترنت))، رسالة ماجستير، (كلية التربية الجامعة الاسلامية، غزة فلسطين، 2011) ص 19.
29. عقوب يونس خليل، ((مشكلات النفسية والاجتماعية والانحرافات السلوكية لدى المترددين على مراكز الإنترنت))، رسالة ماجستير، (كلية التربية الجامعة الاسلامية، غزة فلسطين، 2011) ص 19.
30. الغامدي فينان عبد الله، (التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني)، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، (جامعة الأمير نايف العربية للعلوم 2012 م). ص 56.
31. فايز المجالي، ((استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي))، رسالة ماجستير، (الأردن: جامعة مؤتة 2006م).
32. فايز عبد الله الشهري ، التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الأتصال الجديدة، الطبعة الأولى، (دبي: دار الحكمة، 2003) ص 21.
33. فلحوط ومحمد البخاري، العولمة والتبادل الإعلامي الدولي، الطبعة الأولى، (دمشق: دار علاء الدين 1999 م ) ص 8.
34. فهد بن ناصر العبود، صحيفة الرياض، المملكة العربية السعودية، 2010/6/26م
35. مجموعة مؤلفين، التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية، الطبعة الأولى، (بيروت: مؤسسة الفكر العربي، 2008م) ص 72 - 73.

36. محمد المنصور، ((تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين))، رسالة ماجستير، (الأكاديمية العربية في الدانمارك، 2012).
37. محمد كحط عبيدالربيعي، ((الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية، المضامين والأشكال والتلقي))، رسالة ماجستير، (الأكاديمية العربية في الدانمارك، 2012).
38. محمد وحيد صيام، الخطة الدراسية لمقرر الحاسوب كوسيلة اتصال، الطبعة الأولى، (جامعة البحرين، قسم تكنولوجيا التعليم والمعلومات، 2013) ص 8.
39. محمود القطافة، ((علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتغيير في فلسطين: الفيس بوك نموذجاً))، رسالة ماجستير، (فلسطين 2011 م) ص 20.
40. محمود حيدر، إيديولوجيا المشاهدة، صحيفة الثورة السورية، 1997/2/23 م ص 66.
41. معن النقري، المعلوماتية والأخلاق، مجلة المعرفة السورية، أيار، 1996م، ص 168.
42. منصور رشيد منصور، ((دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني))، رسالة ماجستير، (جامعة اليرموك الأردن 2012).
43. نبيل علي، تحديات عصر المعلومات الطبعة الأولى، (القاهرة: مكتبة الأسرة، 2003) ص 455.
44. نبيل علي، تحديات عصر المعلومات، الطبعة الأولى، (القاهرة: مكتبة الأسرة، 2003م) ص 254.

45. نظرية الشبكات الاجتماعية من الايدولوجيا الى الميثودولوجيا سلسلة  
قضايا استراتيجية المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني مارس 2012  
ص3-5.

46. نظرية الشبكات الاجتماعية من الايدولوجيا الى الميثودولوجيا سلسلة  
قضايا استراتيجية المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني مارس 2012  
ص3-5.

### المراجع الأجنبية:

50. Michael Cross, **Social Media Security**, 1<sup>st</sup>.ed. (USA: Elsevier Inc., 2014), p:22
51. Manovich Lev, **New Media From Borges to HTML**, the New Media Reader. 2<sup>nd</sup> ed. (Cambridge, Massachusetts, 2003). p13-25.
52. Denys MA quail, **Social Media: A critical Introduction**,4<sup>th</sup>.ed (losangeles 2010) P:39
53. [www.pcmag.com](http://www.pcmag.com)
54. [www.webopedia.com](http://www.webopedia.com)
55. O.C.Mcswete, **the challenge of social networks**, Administrative theory and praxis, vole 13 , issue 1 , march , 2009 , p 95-96.

56. O.C.Mcswete, **The challenge of social networks**,  
Administrative theory and practice, vole 13 , issue 1 , march  
, 2009 , p 95–96.
57. [www.Socialbackers.com](http://www.Socialbackers.com)
58. Quortrup L, **Understanding new digital media**: medium  
theory or complexity theory, (*European Journal of  
Communication*, 2006), p: 345–346.
59. Denys MA quail, McQuoid's Mass Communication Theory, 6th.ed, (Los Angeles:  
2010) P: 143–144.
60. Lauders, M, **Conceptualizing personal media**, 4<sup>th</sup>. ed,  
(Los Angeles: *New Media and Society*, 2008) p. 683–702.
61. Denys MA quail, McQuoid's Mass Communication Theory, op. cit, p:145–  
146.
62. Lievrouw, L.A. and Livingstone, **The Handbook of New  
Media**. 6<sup>th</sup> ed. (London: Sage, 2006) p: 124.
63. Kirkpatrick David, **The Facebook Effect: the inside Story  
of the Company That Is Connecting the World**.  
2nd.ed(New York: , 2010 ), p:25
64. [.www.webopedia.com](http://www.webopedia.com)

65. [www.digitalbuzzblog.com/facebook-statistics-stats-facts-2011/](http://www.digitalbuzzblog.com/facebook-statistics-stats-facts-2011/)
66. [www.en.wikipedia.org](http://www.en.wikipedia.org)
67. [www.telegraph.co.uk/technology/google/7733419/Top-10-facts-you-didn't-know-about-YouTube.html](http://www.telegraph.co.uk/technology/google/7733419/Top-10-facts-you-didn-t-know-about-YouTube.html).

## الملاحق

### ملحق رقم (1) الاستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

أخي الطالب / أختي الطالبة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

استبانة التعرف على آراء الطلاب حول :

" استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التقارب الثقافي".

(دراسة وصفية تحليلية)

بالتطبيق على مستخدمي الإنترنت من طلاب جامعة إفريقيا العالمية

خلال الفترة ما بين (2013 - 2015م)

أضع بين أيديكم هذه الاستبانة التي تهدف إلى التعرفُ آرائكم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتأثيراتها عليكم من النواحي الاجتماعية والثقافية... علماً بأنَّ المعلومات التي نحصل عليها، ستوظف فقط لأغراض البحث. لذلك، أرجو الإجابة عن بنود الاستبانة كلها بدقة وموضوعية، بعد قراءتها باهتمام، علماً بأنَّ الإجابة لا تحتاج إلا لوضع إشارة (X) مقابل الخيار المناسب، باستثناء البند الأخير الذي يترك لكم الحرية في الإجابة.

وشكراً لتعاونكم

الباحث / عبد الرحمن شفاء عمر

المحور الأول // المعلومات الشخصية :

س1 - الجنس :

أ/ ذكر ( )      ب/ أنثى ( )

س2 - الجنسية : .....

س3 - العمر :

أ/ أقل من (20 عاماً) ( )      ب/ من (21 - 30 عاماً) ( )

ج/ من (31 - 40 عاماً) ( )      د/ من (41 - 50 عاماً) ( )

س4 - المستوى الأكاديمي:

أ/ بكالوريوس ( )      ب/ دبلوم الوسيط ( )

المحور الثاني // دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

س5 - هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

أ / نعم ( )      ب / لا ( )      ج/ أحياناً ( )

س6 - (إذا كانت إجابتك بنعم أو أحياناً) ما هي الدوافع استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

أ - ( ) لقضاء وقت الفراغ والحصول على المتعة والتسلية.

ب - ( ) مصدر مهم للمعلومات في قضايا المختلفة.

ج - ( ) مناقشة القضايا الثقافية والاجتماعية.

د - ( ) إشباع غريزة حب الاستطلاع.

هـ - ( ) التعرف على أصدقاء جدد.

و - ( ) مناقشة القضايا دينية.

ز - ( ) كل الخيارات المذكورة.

ح - ( ) أخرى، أذكرها .....

س7 - إذا كانت إجابتك للسؤال رقم(6) بـ (لا) فما هو السبب برأيك في عدم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

- أ - ( ) تخالف الآداب العامة والقيم الاسلامية. ب - ( ) التكلفة مرتفعة.  
ج - ( ) ليس عندي وقت كافي لاستخدامها. د - ( ) تفتقد الموضوعية.  
هـ - ( ) لا يوجد إنترنت قريب من السكن. و - ( ) غير مفيدة ومملة.  
ز - ( ) لا تحقق حاجاتي ورغباتي. ح - ( ) لا أملك معلومات عنها.  
ط - ( ) كل الخيارات المذكورة .  
م - ( ) أخرى أذكرها .....

س8 - ما هي المواقع الأكثر استخداماً لديك؟

- أ/ ( ) الفيس بوك ب/ ( ) يوتيوب ج/ ( ) المدونات (blogs) د/ ( ) تويتر  
هـ/ ( ) أخرى، أذكرها .....

س9 - كم عدد الساعات التي تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي يومياً.

- من ساعة إلى ساعتين. ساعة أو أقل من ساعة. ب/ ( ) أ/ ( )  
من 3 إلى 4 ساعات من ساعتين إلى 3 ساعات. د/ ( ) ج/ ( )  
هـ/ ( ) من 4 ساعات إلى 5 ساعات. و/ ( ) من 5 ساعات فأكثر.

المحور الثالث // دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التقارب الثقافي.

س 10 - ما مدى ثقتك بالمعلومات التي تحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي؟

أ	ب	ج	د	هـ	و
عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	معدومة

س 11 - في رأيك ما هو الدور الذي يمكن أن تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في

تحقيق التواصل الثقافي؟

- أ. ( ) نشر الوعي الثقافي.

- ب. ( ) تبادل المعلومات الثقافية.  
 ج. ( ) تسهم في ربط الثقافات المختلفة.  
 د. ( ) تخلق انطباع لدى الفرد عن الثقافات الأخرى.  
 هـ. ( ) كل الخيارات المذكورة.  
 و. ( ) أخرى، أذكرها .....

س 12 . ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التقارب الثقافي ؟

أ	ب	ج	د	هـ
قوي جداً	قوي	متوسط	منخفض	منخفض جداً

- س 13 - ما هي الموضوعات التي تفضل مناقشتها عبر مواقع الاجتماعي لتطوير ثقافتك ؟
- أ/ ( ) الموضوعات الثقافية والتعليمية.  
 ب/ ( ) الموضوعات الدينية.  
 ج/ ( ) الموضوعات الفنية والترفيهية.  
 د/ ( ) الموضوعات الرياضية.  
 هـ/ ( ) الموضوعات السياسية والاجتماعية.  
 و/ ( ) التعارف والدرشة.  
 ز/ ( ) جميع الخيارات المذكورة.  
 ح/ ( ) موضوعات أخرى أذكرها .....

المحور الرابع // سلبيات وإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التقارب الثقافي.

س 14 - هل هناك إيجابيات لمواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التقارب الثقافي ؟

- أ/ ( ) نعم .  
 ب/ ( ) لا .  
 (إذا كانت إجابتك بنعم) برأيك ما هي إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التقارب الثقافي ؟

- أ/ ( ) القدرة على إنشاء المجموعات التفاعلية.  
 ب/ ( ) وسيلة التفاعل الاجتماعي.

ج/ ( ) وسيلة لإجراء الحوار الفردي أو الجماعي.

د/ ( ) وسيلة لتكوين الآراء وتقصير المسافات وتوفير الوقت للمناقشة.

ه/ ( ) وسيلة لزيادة الوعي الثقافي والسياسي لدى الشباب.

و/ ( ) توظيف المعلومات الفكرية والثقافية عبر صفحات الأشخاص أو المجموعات.

ز/ ( ) تتميز هذه المواقع بعدد كبير من الجمهور على مستوى العالم.

ح/ ( ) جميع الخيارات المذكورة.

ط/ ( ) قضايا أخرى، أذكرها .....

س 15 - ما هي سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التقارب الثقافي؟

أ/ ( ) لا يوجد فيه حماية للمعلومات والخصوصية الكافية.

ب/ ( ) وسيلة لتبادل الشائعات ونشرها.

ج/ ( ) استخدامه في أغراض تسيئ إلى قيم المجتمع.

د/ ( ) يمكن أن يسبب استخدامه لساعات طويلة حالة من الإدمان لدى الشباب.

ه/ ( ) جميع الخيارات المذكورة .

و/ ( ) قضايا أخرى أذكرها .....

س 16 - هل لمواقع التواصل الاجتماعي أي اشكالية في تحقيق التقارب الثقافي؟

أ/ ( ) نعم                      ب/ ( ) لا

(إذا كانت إجابتك بنعم) اذكر هذه المشكلات؟

س 17 - ما هي مقترحاتك لتصبح مواقع التواصل الاجتماعي أكثر فاعلية في تحقيق التقارب الثقافي؟

ونشكركم على تعاونكم

مع تحيات

الباحث / عبد الرحمن شفاء عمر