

دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي  
دراسة ميدانية على طلبة كلية الإعلام جامعة بنغازي (فرع المرج)

أ / فاطمة عبد العالي سالم العبيدي  
الأكاديمية الليبية للدراسات العليا / بنغازي

أ / علي سليمان حمد قريش  
جامعة بنغازي / كلية الإعلام

### الملخص.

هدفت الدراسة التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلبة كلية الإعلام جامعة بنغازي (فرع المرج)، في إطار الوعي المفاهيم والسلوكي لها، ومعرفة مدى أدراكهم بهذه الوسائل ومآثره، من ثقافات والكشف عن التحديات التي تواجههم، أستخدم الباحث المنهج الوصفي، لتحقيق ما تسعى اليه الدراسة مستخدما أداة الاستبانة، تم تنفيذها على عينة عشوائية بسيطة مكونة من 68 طالب وطالبة وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج:

1. توضح الدراسة أن الطلبة متفوقون على أن وسائل التواصل الاجتماعي تعدّ أداة رئيسية وفعالة للتفاعل والمعرفة الثقافية، ما يدلّ على أن لديهم مستوى وعي مرتفع .
  2. توضح الدراسة أن الطلبة يحرصون على متابعة المحتويات ذات الطابع الثقافي، وهذا يوضح أنهم يستفيدون منها كمصدر للمعلومات والمعرفة الثقافية، وأن أغلبية الطلبة يتابعون المحتوى الثقافي، ولكن مشاركتهم في النقاشات تعدّ محدودة.
  3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات والوسط الفرضي، ما يعني أن مستوى الوعي الثقافي للطلبة أعلى من المتوسط.
- الكلمات المفتاحية: الدور. وسائل التواصل الاجتماعي. الوعي الثقافي. كلية الإعلام. الشباب الجامعي

### Abstract:

The study aimed to identify the role of social media in developing cultural awareness among students at the Faculty of Mass Communication, University of Benghazi (Marj Branch). This was done within the framework of conceptual and behavioral awareness, to determine the extent of their awareness of these media and the cultural expressions they convey, and to uncover the challenges they face. The researcher used a descriptive approach to achieve the study's objectives, using a questionnaire. The questionnaire was administered to a stratified random sample of 68 male and female students. The study reached the following key findings:

1. The study shows that students agree that social media is a primary and effective tool for interaction and cultural knowledge, indicating a high level of awareness.

2. The study shows that students are keen to follow cultural content, which demonstrates that they benefit from it as a source of cultural information and knowledge. The majority of students follow cultural content, but their participation in discussions is limited.
3. There are statistically significant differences between the averages and the hypothetical mean, indicating that students' level of cultural awareness is higher than average.

## مقدمة

تمثل تنمية الوعي الثقافي في عصر الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي ؛ أحد التحديات الكبرى التي تواجه المجتمعات المعاصرة، إذ باتت هذه الوسائل الاجتماعية أكثر من مجرد أدوات للتواصل، لتتحول إلى فضاءات مفتوحة لإنتاج وتداول المعاني، وصياغة الاتجاهات، وإعادة تشكيل أنماط التفكير والسلوك الجمعي ، ويعدّ الوعي الثقافي من الركائز الأساسية التي تسهم في بناء الإنسان الواعي بذاته وهويته وانتمائه الحضاري، وفي تعزيز قدرته على التفاعل الإيجابي مع محيطه الاجتماعي والإنساني، في عالم تتسارع فيه وتيرة التغيرات والتطورات فالثقافة، ويعد عمليةً تربويةً ومعرفيةً متكاملة تهدف إلى تمكين الإنسان من فهم ذاته الثقافية، وتقدير التنوع الحضاري، والقدرة على التمييز بين الثابت والمتغير في المنظومات القيمية الثقافية والاجتماعية. (طبقية، 2025م، اتصال شخصي).

لذا كان من الضروري البحث عن أحد أهم عوامل تنمية الوعي الثقافي لدى الطلاب، ألا وهي وسائل التواصل الاجتماعي، ومن هنا كان عنوان الدراسة (دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلبة كلية الإعلام جامعة بنغازي فرع المرج).

## مشكلة الدراسة

تعدّ وسائل التواصل الاجتماعي من أبرز الوسائط الاتصالية الحديثة التي تسهم في إعادة تشكيل أنماط التفكير والسلوك لدى الأفراد، ولا سيما فئة الشباب والطلبة الجامعيين، الذين يعتمدون عليها كمصدرٍ رئيسيٍّ لاكتساب المعرفة وتبادل المعلومات، وقد أتاح هذا الاستخدام المكثف فرصًا متزايدة لتنمية الوعي الثقافي، بما يسهم في توسيع المدارك وتعزيز الانفتاح على الثقافات المختلفة، ومع ذلك، فإن الانفتاح الواسع على هذه المنصات قد أفرز تحديات تتعلق بمدى مصداقية المحتوى الثقافي وجودته، وما إذا كانت هذه الوسائل تسهم فعلياً في تعميق الفهم الثقافي، أم أنها تكتفي بتقديم معرفة سطحية أو مشوشة نتيجة انتشار المعلومات غير الدقيقة.

وفي هذا الصدد، تبرز أهمية دراسة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلبة كلية الإعلام بجامعة المرج، نظراً لخصوصية هذه الفئة التي تتعامل مع الوسائل الرقمية بوصفها أدوات اتصال وإنتاج معرفي ضمن تخصصها الأكاديمي، ما يجعلها نموذجاً متميزاً لدراسة العلاقة بين الاستخدام الإعلامي والوعي الثقافي، وتسعى الدراسة إلى الكشف عن طبيعة هذا الدور، ومستوى إسهام وسائل

التواصل الاجتماعي في بناء الوعي الثقافي لدى الطلبة، إضافة إلى تحديد المعوقات التي قد تحدّ من هذا الأثر الإيجابي.

ومن ثم تتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي الآتي:

ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلبة كلية الإعلام بجامعة المرجع؟

تساؤلات الدراسة:

1. ما مدى الوعي بالإطار المفاهيمي لوسائل التواصل الاجتماعي؟
  2. ما درجة وعي طلبة كلية الإعلام بالإطار المفاهيمي للوعي الثقافي؟
  3. ما هو دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهارات الوعي الثقافي لدى طلاب كلية الإعلام؟
  4. ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي فيما يتعلق بالممارسات السلوكية لدى طلبة كلية الإعلام جامعة المرجع؟
  5. ما التحديات التي تواجه طلبة كلية الإعلام في توظيف وسائل التواصل الاجتماعي لتنمية وعيهم الثقافي؟
  6. ما أبرز المقترحات والآليات لتعزيز دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلبة كلية الإعلام؟
- فروض الدراسة .

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين المتوسطات الحسابية لمتغيرات الدراسة، وبين الوسط الفرضي لمقياس ليكرث الثلاثي المستخدم في الدراسة .
2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي الثقافي لدى الطلبة تعزى إلى نوع وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها

أهمية الدراسة

1. تكمن أهمية الدراسة في البحث عن دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلبة كلية الإعلام؛ كونهم الفئة الأكثر استخدامًا لهذه الوسائل الرقمية، وعُرصة لمحتواها والتأثر بها، من خلال المساهمة في توضيح تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على معارفهم واتجاهاتهم الثقافية، والعمل على تعزيز قدراتهم للتمييز والتحليل الواعي والناقد، تجاه ما يتعرضون له من ثقافات متنوعة ومضامين إعلامية مختلفة وموجهة.
2. تكتسب الدراسة أهميتها من تسليط الضوء على أوجه الاستفادة من وسائل التواصل في تطوير ثقافتهم بما يعزز مسؤوليتهم المجتمعية.
3. تركز الدراسة على شريحة طلاب كلية الإعلام، بوصفهم فئة مؤثرة في المجتمع، وقادرة على نقل وتوجيه الرسائل الثقافية، ما يساعد على الكشف عن أنماط استخدامهم لهذه الوسائل وأثرها في وعيهم الثقافي.

## أهداف الدراسة

تسعى البحوث العلمية جميعها إلى تحقيق أهداف علمية ومؤسسية ومجتمعية عامة، وذلك من واقع ارتباط موضوع البحث بمجالات متخصصة. (المحمودي، 2019، ص 101).

وبناء على ذلك تتمثل أهداف البحث في التالي:

1. تحديد الإطار المفاهيمي لوسائل التواصل الاجتماعي.
2. معرفة درجة وعي طلبة كلية الاعلام بالإطار المفاهيمي للوعي الثقافي.
3. الكشف عن دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي على المستوى المفاهيمي لدى الطلبة.
4. تحليل دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي على مستوى الممارسات السلوكية لدى الطلبة.
5. التعرف على التحديات التي تعيق استفادة طلبة كلية الإعلام من وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية وعيهم الثقافي.
6. تقديم آليات ومقترحات عملية لتعزيز إسهام وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلبة كلية الإعلام.

## المصطلحات والمفاهيم الواردة في الدراسة .

**الدور اصطلاحياً:** هو وظيفة أو مكانة الإنسان في موقف، كدور الأب، والطبيب، والقائد، وهو الجانب الحركي للمركز، أو هو كيفية التمتع بالحقوق وتحمل الواجبات التي يمنحها أو يفرضها المركز (شعبان، 2002:93).

**إجرائياً:** هو الدور والاتجاه الذي يتبناه طلاب كلية الاعلام اتجاه وسائل التواصل الاجتماعي، وماتبته من ثقافات مختلفة، وكيفية تعاملهم معها سواء كان دورا إيجابيا أو سلبيا نتيجة لتعرضهم لهذه الوسائل.

**وسائل التواصل الاجتماعي اصطلاحياً:** هي منظومة رقمية قائمة على شبكة المعلومات الدولية، صُممت لتمكين المستخدمين من إنتاج المحتوى وتبادله، وبناء شبكات افتراضية من العلاقات الاجتماعية، من خلال أدوات تفاعلية تسمح بالنشر الفوري والتعليق والمشاركة وإعادة التوزيع، وتتميز بالانتشار السريع، والانفتاح على جمهور عالمي، وإلغاء الحواجز المكانية والزمنية، ما يجعلها أداة مؤثرة في تشكيل الرأي العام، وصياغة الثقافة المعاصر (زهري، 2025م، اتصال شخصي).

**إجرائياً:** هي جميع وسائل التواصل الاجتماعي والأكثر استخداماً من قبل طلبة كلية الإعلام بجامعة المرج، التي يتاح لهم من خلالها إنشاء حساباتهم الشخصية، والتفاعل معها من خلال النشر والمشاركة، وتبادل الرسائل والمحتوى المرئي والمكتوب .

**الوعي الثقافي اصطلاحياً:** يعرف بأنه "حالة وجدانية انفعالية مرتبطة بالمعرفة والفهم، يتمكن الفرد من خلاله من التعامل مع القضايا والمشكلات بشكل إيجابي، حيث يقدم الحلول والبدائل التي تتم عن إدراكه السليم لتلك القضايا والمشكلات." (السوداني، المنصور، 2016م، ص 25).

إجرائياً: هو مدى إدراك ووعي طلاب كلية الإعلام بأهم القضايا، في مجتمعهم المحلي في كافة المجالات؛ من أجل تبني اتجاهات إيجابية نحو تلك القضايا، وذلك من أجل تنمية مهاراتهم ومعارفهم الفكرية والثقافية المحلية.

#### الدراسات السابقة

تعدّ هذه الخطوة من الخطوات المنهجية التي يعتمد عليها بشكل أساسي في إجراء أيّ بحث، حيث تسهم في إرشاد الباحث في تحديد بحثه، وتحديد الإجراءات المنهجية، وبناء على ذلك تم استعراض الدراسات المشابهة للدراسة، والمتعلقة بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الطلاب الجامعيين، ومنها المحلية والعربية وأجنبية:

#### أولاً: الدراسات المحلية

دراسة **طبيقة، مصباح، (2017)**، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الآثار الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي على طلاب الجامعات الليبية، واعتمدت المنهج الوصفي مستخدمة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وشملت العينة (321) طالباً وطالبة من مختلف أقسام كلية الآداب بجامعة سرت، وقد توصلت النتائج إلى أن الإناث أكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (69%)، وأن موقع فيسبوك هو الأكثر استخداماً بينهم بنسبة (87%)، كما أظهرت الدراسة أن (41%) من الطلاب يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في نشر الثقافة.

دراسة **مبارك الكوني بالرقود، (2020)**، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تغيير ثقافة الطالب الجامعي، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج التاريخي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وقد طبقت الدراسة على عينة مكونة من 95 طالباً وطالبة من كلية التربية بجامعة صبراتة للعام الجامعي 2019-2020م وتم اختيارهم بطريقة عمدية، وقد أظهرت النتائج أن 45% من أفراد العينة يمتلكون عدداً كبيراً من الأجهزة الذكية في منازلهم، كما أشارت النتائج إلى أن نسبة الطلاب الذين ارتفعت لديهم القيم الثقافية نتيجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ قد بلغت 78%، بينما انخفضت القيم لدى 22% منهم.

#### ثانياً: الدراسات العربية

دراسة **الجبر، (2017)**، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي لتحقيق أغراض الدراسة، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وقد طبقت الدراسة على عينة مكونة من 200 طالبة موزعة حسب التخصص الدراسي، وتم اختيارهن بالطريقة العشوائية الطبقية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، منها أن أهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مرتفعة جداً، وهذا يدل على الأهمية الكبيرة لجميع الأهداف، كذلك أن تفاعل طلبة كلية التربية الأساسية في التفاعل مع الأحداث الثقافية في المجتمع كان مرتفعاً إلى حد كبير.

دراسة مزيو، (2020)، هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب السعودي، ومدى تأثير المنطقة التعليمية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتكوّن مجتمع الدراسة من بعض الشباب بالمملكة العربية السعودية، وتم استخدام أداة الاستبانة لجمع البيانات مكونة من 30 فقرة، وقد تكونت العينة من 426 شاباً وشابه، بسنّ مناطق بالمملكة، وأظهرت النتائج أن معدل النسب المئوية لدور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة المرتبطة بالمفاهيم قد بلغت 66.36%، كما أن معدل النسب المئوية على المجال الثاني المرتبط بالسلوكيات قد بلغت 69.80%، كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات استجابة أفراد العينة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الثقافي من وجهة نظرهم، تُعزى إلى عامل المنطقة.

دراسة العاسمي، (2022)، هدفت الدراسة لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي عند الشباب دراسة ميدانية لعينة من طلبة الجامعات في سوريا، استخدم الباحث المنهج المسح الوصفي لتحقيق ما تسعى إليه الدراسة، مستخدماً أداة الاستمارة التي تم تنفيذها على عينة عمدية مكونة من 400 مفردة من طلاب الجامعات في دمشق، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، منها ارتفاع نسبة المبعوثين ممن يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي دائماً، ومن يتابع أحياناً بالمرتبة الثانية، وكذلك تفوقت الدوافع النفسية لدى المبعوثين في متابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي، كذلك إضافة إلى ارتفاع مستوى دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي.

### ثالثاً: الدراسات الأجنبية

دراسة ميشال فانون (2010) Meshel: بعنوان "دور استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات الاجتماعية، حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية مع الأسر والأصدقاء، واعتمدت هذه الدراسة على المسح الاجتماعي للعينة، وبلغ عدد أفراد العينة 1600 شاب من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في بريطانيا، مستخدماً أداة الاستبانة لجمع البيانات، حيث أظهرت أهم نتائج هذه الدراسة أن أكثر من نصف أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، ومن بينها موقع فيسبوك (Facebook)، حيث اعترف الطلاب بأنهم يقضون أوقاتاً أطول على شبكة الإنترنت، مقارنةً بالوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم أو أفراد أسرهم، كما أنهم يتحدثون بصورة أقل عبر الهاتف، ولا يشاهدون التلفاز كثيراً، كذلك أظهرت هذه الدراسة أن نحو 53% من الذين شاركوا في الدراسة المسحية أكدوا أن شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت تسبب بالفعل في تغير أنماط التواصل الاجتماعي.

دراسة ريبيكا (2011) Rebecca: هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الجديدة على عملية التكيف بين الثقافات، تم إجراء مقابلات معمقة مع الطلاب الدوليين في جامعة أمريكية، وقد أوضحت نتائج الدراسة أن الناس يميلون إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الجديدة ليصبحوا أكثر اندماجًا في الثقافة المضيفة أثناء تكيفهم، مع الحفاظ على علاقاتهم مع بلدانهم الأصلية.

### التعليق على الدراسات السابقة .

بعد استعراض ومراجعة الدراسات المحلية والعربية والأجنبية التي اهتمت بدراسة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لطلبة الجامعات؛ يمكن تحديد أوجه الاتفاق والاختلاف بين البحث الراهن والدراسات السابقة في الأمور التالية :

**من حيث نوع البحث:** يأتي هذا البحث ضمن البحوث الوصفية، وبذلك يتفق مع جميع الدراسات المذكورة. **من حيث المنهج المستخدم:** يعتمد البحث على المنهج الوصفي، ويتشابه بذلك مع الدراسات السابقة التي استخدمت المنهج الوصفي ماعدا دراسة مبارك (2020) الذي استخدم أيضا المنهج التاريخي مع المنهج الوصفي، ودراسة ميشال فانون (2011) التي استخدم فيها منهج المسح الاجتماعي.

**من حيث الأداة المستخدمة:** جميع الدراسات استخدمت أداة الاستبانة، والدراسة الحالية استخدمت الاستبانة الإلكترونية.

**من حيث النظرية المستخدمة:** استخدمت جميع الدراسات نظريات مختلفة، بينما الدراسة الحالية لم تستخدم نظرية، بل اعتمدت على التساؤلات وفروض علمية.

**من حيث مجتمع الدراسة:** يتمثل مجتمع الدراسة في طلاب كلية الإعلام بجامعة المرج، وهو يختلف عن باقي الدراسات.

**من حيث عينة الدراسة:** استخدمت جميع الدراسات العينة القصدية، أما الدراسة الحالية فقد استخدمت العينة العشوائية البسيطة.

**من حيث التحليل الإحصائي:** جميع الدراسات استخدمت برنامج SPSS.

### الاستفادة من الدراسات السابقة .

أسهم الاطلاع الجيد على الدراسات السابقة في تحديد مشكلة البحث.

التعرف على المناهج والأدوات المستخدمة في الدراسات السابقة، أسهم في الاختيار الأمثل لمنهج وأداة البحث التي تتلاءم معه.

في مناقشة تعزيز موضوع الدراسة الحالية لتفسيرها دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلبة كلية الإعلام بجامعة المرج؛ كونهم من فئة الشباب.

في وضع تصور عام للدراسة، وتحديد موضوع الدراسة ومتغيراتها.

### الإطار المعرفي للدراسة

#### أولاً: وسائل التواصل الاجتماعي

هي الوسائل التي انتجت مجتمعات افتراضية يسمح من خلالها للأفراد بإنشاء حساب خاص بهم، مقدمة لهم مجموعة من الخدمات التي من شأنها دعم التواصل والتفاعل بينهم في أي وقت يشاؤون، وفي أي

مكان، بواسطة مجموعة من الطرق، مثل: المحادثة، والبريد الإلكتروني، والفيديو، والرسائل، وتبادل الملفات، والمحادثات الصوتية وغيرها (أبو يعقوب، 2015م، ص31).

هي "إعلام اجتماعي، يهدف إلى تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعةٍ أو مشكلةٍ ما، وهذه الشبكات تعكس عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم" (سلطان، 2012م، ص354).

هي الوسائل الاجتماعية التي تتيح لمستخدميها عرض ملامحهم الشخصية، من خلال البيانات التي يمتلكونها، وعرض الصور، والاتصال بالأصدقاء الذين التقوهم على شبكات التواصل الاجتماعي أو في الواقع الحقيقي، ومشاهدة البيانات الشخصية للآخرين، وعرض القوائم الخاصة بهم، وتبادل الاتصال مع الآخرين بشكل عامّ وعلنيّ، عبر المواقع الأساسية لوسائل التواصل الاجتماعي الحديثة. (اللبان، 2011م، ص33).

### مميزات وخصائص وسائل التواصل الاجتماعي

1. تتميز وسائل التواصل الاجتماعي بإزالة القيود المفروضة على السلوك الاجتماعي والتعاوني، المتمثلة في اللغة، والموقع الجغرافي، والخلفية الثقافية، وقيود الزمان والمكان.
2. يعدّ الفرد عضوًا فعالًا في المجتمع، يقرأ ويكتب، ويرسل ويستقبل ويشارك، ويسمع الآخرين، ويتحدث معهم، فدوره يتجاوز الدور السلبي والمقيت (الشاعر، 2015، ص67).
3. تهدف وسائل التواصل إلى خلق جوّ من التواصل، يجمع مجموعة من الأشخاص في مجتمع افتراضي من مناطق ودول مختلفة على موقع واحد، تختلف وجهاتهم ومستوياتهم وألوانهم، وتتفق مع بعضها في لغة التقنية.
4. "إن الاجتماع يكون على وحدة الهدف من خلال التعارف أو التعاون أو التشاور أو الترفيه، وتكوين علاقات جديدة أو حبّ الاستطلاع والاكتشاف" (الحسين، 2016م، ص337).
5. تساعد وسائل التواصل الاجتماعي على جمع وتنظيم وفهرسة المعلومات بشكل تعاوني، من خلال تقديم آلية جديدة لفهرسة المعلومات.
6. تساعد وسائل التواصل الاجتماعي على تبادل التغذية الراجعة بين المشاركين، فهي تسمح للمجموعة أن تقيّم مساهمات بعضها بعضاً من خلال التواصل والتفاعل المتبادل.
7. أنها تعدّ مستودعًا للمعرفة، من خلال تخزين مجموعات كبيرة من المعارف والمعلومات حول مختلف أشكال المعرفة، بما يشكّل أكبر مكتبة تعاونية تشاركية افتراضية حول العالم. (الشكران، 2020م، ص60).

## تأثير وسائل التواصل الاجتماعي

## أولاً: التأثيرات الإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي

تعزيز العلاقات الاجتماعية: أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تسهيل التواصل مع الأصدقاء والعائلة، بغض النظر عن المسافات الجغرافية، ما أسهم في توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد وتعزيزها.

التبادل والانفتاح الثقافي: ساعدت وسائل التواصل الاجتماعي الأفراد على التعرف على ثقافات متعددة ومتنوعة وتبادل الأفكار، ما يسهم في تعزيز التفاهم بين المجتمعات.

رفع مستوى الوعي الاجتماعي والثقافي: "تتيح هذه الوسائل للأفراد المشاركة في حملات للتوعية بالقضايا الاجتماعية، مثل حقوق الإنسان، ما يعزز الوعي المجتمعي، ويزيد من تفاعل الأفراد مع قضايا مجتمعهم". (جويلي، 2015م، ص 256).

## ثانياً: التأثيرات السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي

التأثير السلبي على العلاقات الشخصية: على الرغم من سهولة التواصل، فإن الاعتماد الكبير على هذه الوسائل

قلل من التفاعل الواقعي، ما قد يسبب ضعفاً في نوعية العلاقات الشخصية.

فقدان الهوية الثقافية العربية: إن العولمة الثقافية هي من الآثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي بنظر الكثير، وذلك للثقافة المستمدة من أخلاق ثقافة مشابهاة، وهي الثقافة الغربية، لنجد مثلاً أن اللغة الإنجليزية هي السائدة، حيث إن المستقبل يهدد اندثار الثقافة العربية.

إضاعة الوقت: وسائل التواصل الاجتماعي وما تقدمه من خدمات ترفيهية للأفراد، وهي جذابة لدرجة يُنسى معها الوقت، وهو ما أثبتته العديد من الدراسات الاجتماعية، ومنها دراسة المواقع الاجتماعية وتأثيرها على المجتمع السعودي، التي أكدت أن نسبة 62% من مستخدمي الفيس بوك من الرجال، و38% من الإناث، فهناك 16% من طلبة الجامعات يقضون أكثر من ثلاث ساعات في تصفح الفيس بوك فقط لقضاء وقت الفراغ، (المقدادي، 2013م، ص 72).

## دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلاب الجامعات

الاستخدام الآمن والواعي والسليم لوسائل التواصل الاجتماعي، من خلال التدريب والإعداد، بإقامة دورات من قبل المختصين والخبراء وأعضاء التدريس؛ لتنمية الوعي الثقافي، وتوضيح خطورة فكر المواقع الإلكترونية عبر هذه الوسائل.

“التصدي للشائعات وفرض العقوبات على كل من يروجها، من خلال وحدة الجرائم الإلكترونية.”

التصدي للتغريب الثقافي، بواسطة توظيف وسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك لأصحاب الأفكار الهدامة والمتطرفة، وكل من يستهدف فئة الشباب ويحاول طمس الهوية الثقافية، والتصدي أيضاً لكل من يعمل على نشر الأفكار المغلوطة، والعمل على تصويبها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتوسيع مجالات تنمية الوعي الثقافي (أبو عيادة، الخطيب، 2022م: ص 155).

## ثانياً: الوعي الثقافي

لقد أسهم العديد من الباحثين في تعريف الوعي الثقافي، وأبرزها:

أنه فهم وتقدير العادات والقيم والمعتقدات في الثقافات المختلفة، والقدرة على دمج هذا الفهم والتقدير في التفاعل مع الآخرين من الثقافات المختلفة، وأن الاختلافات الثقافية ليس معناها صفات سلبية أو إيجابية، إنما هي مجرد اختلاف ووجود فروق ثقافية (Birkhols، 2009).

هو مدى وعي وإدراك الفرد بأهمية دوره في الحفاظ على مبادئه وتراثه الفكري، وحمايتها من أي شوائب أو تأثيرات وافدة (العاجز، عساف، 2009م، ص 425).

"هو مجموعة من القيم والمبادئ الثقافية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في تحليل أوضاع مجتمعه ومشكلاته، ويصدر الأحكام عليها، ويحدد موقفه منها، والتحرك من أجل تطويرها وتغييرها"، (الصايدي، الأعور، 2024م، ص 251).

## أهمية تنمية الوعي الثقافي

تكمُن أهمية الوعي الثقافي في مدى قدرة الفرد على فهم واستيعاب القيم والمعتقدات السائدة في مجتمعه، وتطابقها مع القيم والمبادئ الشخصية، ومن ثم قدرته على المحافظة على تراثه الثقافي، وحمايته من الثقافات الواردة عبر وسائل التواصل الاجتماعي المحلية والخارجية، ليصبح وجدانه مرتبطاً بما تحمله ثقافة وطنه من أفكار ومعتقدات وقيم أصيلة، تنعكس إيجابياً على سلوكه ونمط حياته، (عبد القادر، موقع اليوم السابع، 2023م) ومن هنا تتضح أهمية تنمية الوعي الثقافي:

1. تسهم في تشكيل المواطن المتوازن القادر على فهم جذوره الحضارية، واستيعاب متطلبات العصر الحديث دون فقدان البوصلة الثقافية .
2. يعزز قيم التسامح والتعايش وقبول الآخر، ويمكّن المجتمعات من بناء جسور التواصل الحضاري بعيداً عن الصدام أو الانغلاق .
3. تسهم في تطوير قدرات الفرد الفكرية، وتحسين مستوى تفاعله مع قضايا مجتمعه والعالم من حوله، كما تعزز روح المواطنة والانتماء، وتدعم مسارات التنمية المستدامة.
4. الوعي الثقافي في سياق الفضاء الرقمي يسهم في تمكين الأفراد من إدراك طبيعة المحتوى الثقافي الذي يتلقونه أو يشاركون في إنتاجه، وفهم أبعاده الرمزية والقيمية والاجتماعية .
5. تنمية الوعي الثقافي للأفراد تساعدهم على ممارسة التفكير النقدي في مواجهة ظاهرة التدفق الثقافي العابر للحدود، والتمييز بين ما يعبر عن الذات الثقافية، وما يسهم في تهميشها أو تذويبها.
6. تنمية هذا الوعي تسهم في بناء المواطن الرقمي الواعي القادر على تمثيل ثقافته الوطنية بذكاء في العالم الافتراضي، والمشاركة في إنتاج محتوى هادف يسهم في تعزيز الصورة الإيجابية عن مجتمعه.
7. تبرز أهمية تنمية الوعي الثقافي في وسائل التواصل الاجتماعي، كذلك في ظل تصاعد ظواهر التضليل الثقافي، وتزييف الهوية، والسطحية في تناول القضايا الفكرية والاجتماعية، فالكثير من المستخدمين باتوا

يستهلكون الثقافة الرقمية دون تمحيص، ما أدى إلى انتشار أنماط من اللاوعي الثقافي القائم على التقليد الأعمى، والانسحاق وراء الموضوعات الفكرية والإعلامية. (طبيقة، اتصال شخصي، 2025م).

### أهداف تنمية الوعي الثقافي

تتلخص أهداف تنمية الوعي الثقافي على النحو التالي:

1. تكسب الفرد الوعي الثقافي والاجتماعي المؤثر حول عاداته وتقاليده، وذلك من أجل تمكينه من فهمها والتعامل معها وفق أسس سليمة، تساعد على الاندماج والتعايش الاجتماعي.
  2. تكسب الفرد قدرة تمكنه من إتقان لغته وإدراك فنونها ومواطن تميزها.
  3. تكسب الفرد إتقان مهارات الحوار والاتصال الفعال بالآخرين، وذلك من خلال تدريبه في ممارسة أنشطة وأعمال وممارسات جماعية.
  4. تنمية الفرد ثقافياً، من خلال التوعية بتكوين اتجاهات نافعة لشخصيته والمحيط الاجتماعي، على احترام حقوق الآخرين وقبول ثقافة الرأي الآخر. (الذيفاني، 2013م، ص 121).
- التحديات التي تعيق استفادة كلية الإعلام من وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية وعيهم الثقافي. على الرغم من الإمكانيات التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي في إثراء المعرفة وتوسيع آفاق الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي؛ فإن ثمة مجموعة من التحديات البنوية والسلوكية تحدّ من فاعليتها في هذا المجال، ويمكن تفصيلها على النحو التالي:
1. سيادة الطابع الترفيهي وسطحية المحتوى: يغلب على الاستخدام الجامعي التوجه نحو الترفيه والأخبار السريعة، في حين يظل المحتوى الثقافي الجاد أقل جاذبية، ما يؤدي إلى تكوين وعي ثقافي سطحي وغير مكتمل.
  2. الاستخدام المفرط: يؤدي قضاء ساعات طويلة في التصفح العشوائي إلى تشتيت الانتباه وإضعاف مهارات التفكير النقدي والتحليل، وهو ما يقلل من قدرة الطلبة على الاستفادة المعرفية المنهجية.
  3. انتشار المعلومات المضللة: يشكل تدفق الأخبار الزائفة والمحتوى غير الموثوق تحدياً كبيراً أمام الطلاب، خاصة مع غياب التدريب الكافي على التحقق من المصادر وتمييز المعرفة الأصلية.
  4. قصور التوجيه الأكاديمي: تفتقر معظم الجامعات إلى برامج واضحة أو مبادرات تربوية تستهدف توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في خدمة التعليم والثقافة، ما يترك الاستخدام في إطار فردي غير موجه.
  5. الفجوة الرقمية: لا يزال عدد من الطلاب يعانون من ضعف الاتصال بالإنترنت أو من محدودية مهارات الاستخدام الرقمي، وهو ما يخلق تفاوتاً في فرص الاستفادة الثقافية بين فئات الطلبة.
  6. هيمنة الثقافة الاستهلاكية والإعلانات التجارية: تسهم المنصات في تكريس أنماط استهلاكية، حيث يتم الترويج المستمر لمنتجات وصور وأنماط حياة استهلاكية، على حساب تعزيز قيم المعرفة والتفكير النقدي.

7. غياب المبادرات الطلابية المنظمة: يندر وجود مجتمعات أو صفحات طلابية تركز على القضايا الثقافية والفكرية، ما يجعل الاستفادة مقتصرة على جهود فردية غير ممنهجة، بدلاً من أن تكون حركة جماعية مؤثرة في المشهد الجامعي. (زهري، 2025م، اتصال شخصي).

تصور لتقديم آليات ومقترحات عملية لتعزيز إسهام وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلبة كلية الإعلام.

1. العمل على إنشاء منصات رقمية ثقافية رسمية، تختص بنشر المحتوى الثقافي المحلي والعربي، خاصة بالجامعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

2. تنظيم الحملات التي تركز على القضايا الهامة لمجتمعنا في المجالات الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية المعاصرة، مثل قضية حماية الهوية الثقافية والحفاظ عليها.

3. تشجيع الطلبة ودعمهم على إنتاج المحتوى الثقافي المحلي الهادف، وذلك من خلال المشاركة في المسابقات الرقمية المختلفة.

4. التعاون المشترك بين الجامعة والمؤسسات الثقافية والإعلامية والمجتمع المحلي؛ بهدف الاستفادة العامة.

5. تعزيز وتنمية القدرات النقدية للطلبة، بتدريبهم على التربية الإعلامية للتمييز بين المحتوى الثقافي الإيجابي والسلبي.

6. توظيف صنّاع المحتوى المؤثرين من الشباب داخل الجامعة؛ لنشر المحتوى الثقافي، وتشجيع زملائهم الطلبة على التفاعل معه.

7. التأكيد على دور المدرسة والجامعة والمساجد عبر الواعز الديني، في نشر ثقافة وعادات وتقاليد وطننا والمحافظة عليها.

#### كلية الإعلام فرع المرج . جامعة بنغازي .

هي إحدى الكليات الجامعية المتخصصة في دراسة علوم الاتصال الإعلام، تأسست في عام 2011م، وهي فرع لكلية الإعلام بجامعة بنغازي، تهدف إلى رفع وتأهيل طلابها علمياً ونظرياً؛ لفهم ومعالجة ونقل المعلومات عبر مختلف وسائل الإعلام، وهي متخصصة في أقسامها الأربعة: الإذاعة، والتلفزيون، والعلاقات العامة، والصحافة والتوثيق، والدراما، وتعدّ خريجين قادرين على العمل في المجالات الإعلامية المختلفة، وفق أخلاقيات المهنة والمعايير العلمية من الطلاب بجامعة المرج.

#### الإجراءات المنهجية للدراسة

##### منهج الدراسة

يعدّ هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهدف إلى دراسة الأوضاع الراهنة للظاهرة محل الدراسة "والمنهج الوصفي هو الذي يتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث، أو مجموعة من الأوضاع"، وهذه الدراسات الوصفية لا تقتصر على

معرفة خصائص الظاهرة، بل تهدف إلى معرفة المتغيرات والعوامل التي تتسبب في وجود الظاهرة.  
(غرايبة، 2010م، ص33).

#### أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة على استبانة إلكترونية لقياس دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلبة كلية الإعلام بجامعة المرج. وقد تضمنت الاستبانة قسمين رئيسيين :  
القسم الأول: خاصّ بالبيانات الأولية للمبحوثين.

القسم الثاني: تضمن سبعة محاور رئيسية اشتملت على (24) سؤالاً، صمّمت لقياس أبعاد الموضوع محل الدراسة.

وقد تم توزيع الاستبانة على عينة مكونة من (68) طالباً وطالبة من كلية الإعلام بجامعة المرج. حيث تعد الاستبانة أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة، والمرتبطة مع بعضها البعض بشكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث في ضوء موضوعه والمشكلة التي اختارها لبحثه  
(المحمودي، 2019: 126).

#### صدق وثبات الأداة

تمت معرفة الصدق الظاهري للأداة من خلال عرضها على مجموعة من الخبراء والمختصين من أعضاء هيئة التدريس بالكلية، وإعادة صياغة وحذف بعض الفقرات، ودمج بعضها بناء على توجيهاتهم، وصولاً إلى خروج الاستبانة في شكلها النهائي، كما يعرف الثبات على أنه اتساق المقياس، أي إذا تم إعادة توزيع الاستبانة على عينة الدراسة، تظل النتيجة ثابتة كما هي، كما تم قياس الصدق الداخلي من خلال مقياس ألفا كرونباخ ومتغيرات الدراسة.

#### مجتمع الدراسة .

مجتمع الدراسة يعرف بأنه: "جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، وبذلك فإن مجتمع الدراسة هو جميع الأفراد أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة الدراسة" (عبيدات، وآخرون، 2006 م: ص 164).

وقد حدد الباحث مجتمع الدراسة من طلبة كلية الإعلام بجامعة المرج، حيث تعدّ الجامعة أهمّ مؤسسة تعليمية بتأهيل الطلبة علمياً وثقافياً واجتماعياً، ويمثل طلبة الجامعة أهم شرائح المجتمع تفاعلاً مع وسائل التواصل الاجتماعي من جانب، بالإضافة إلى قدرة الطلبة على استيعاب وسائل الإعلام الجديدة، والتعامل معها، ومعرفة دورها في تنمية معارفهم الفكرية،

#### عينة الدراسة

"العينة هي اختيار مجموعة من الطلاب الدارسين بالأقسام العلمية المتمثلة في العلاقات العامة والصحافة والإذاعة والتلفزيون ، وهؤلاء الطلاب يكونون العينة التي يهتم بها الباحث لفحصها ودراستها، والعينة المختارة من مجتمع البحث يجب أن تكون مماثلة له"، (احسان، 1994، ص112).

اتجهت الدراسة إلى استخدام (العينة العشوائية البسيطة) حيث يتكون مجتمع الدراسة من فئات مختلفة من طلاب وطالبات كلية الإعلام، وقد تمثلت عينة الدراسة في (68) مفردة، عن طريق استبانة إلكترونية تم توزيعها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، متمثلة في المنصات الإلكترونية المخصصة لطلبة الإعلام بجامعة المرج.

#### حدود الدراسة .

**الحدود الموضوعية:** تقتصر الحدود الموضوعية لهذا البحث على دراسة " دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلبة كلية الإعلام " جامعة المرج.

**الحدود البشرية:** عينة من طلبة كلية الإعلام جامعة المرج مكونة من (68) طالبا وطالبة، أخذت من المجتمع الأصلي الذي يبلغ عدده 398.

**الحدود المكانية:** كلية الإعلام فرع المرج.

**الحدود الزمانية:** تم تطبيق الاستبانة في الفترة من، 2025/9/1م الي 2025/9/23م.

عرض نتائج الدراسة ومناقشتها  
تصحيح مقياس الدراسة.

#### تصحيح مقياس دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي

الوصف	الوزن	القياس	المتغيرات	الوسط المرجح
منخفض	1	غير موافق	الوعي الثقافي / الوعي المفاهيمي / الوعي السلوكي	$\leq 1.50$
متوسط	2	محايد		1.51 - 2.25
مرتفع	3	موافق		2.26+

تم تقسيم مستويات الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي إلى ثلاثة مستويات: المستوى المنخفض: الذي يتراوح متوسطه الحسابي 1.50. والمستوى المتوسط: الذي يتراوح متوسطه الحسابي 1.51 – 2.25. المستوى المرتفع: الذي يتراوح متوسطه الحسابي 2.26، لتصحيح مقياس الدراسة.

#### حساب ثبات المقياس باستخدام اختبار ألفا كرونباخ

المقياس	العبارات	ألفا كرونباخ	الصدق الذاتي
ثبات كل عبارات المقياس	24	.706	.840

يتضح من هذا الجدول أن الاستبانة متسقة في فقراتها، وذات ثبات عالٍ مرتفع، ما يجعل هذه الاستبانة صالحة للقياس.

#### اختبار التوزيع الطبيعي لمتغير الوعي الثقافي

Kolmogorov-Smirnova			توزيع بيانات متغير الدراسة
Sig.	Df	Statistic	
.200*	68	.093	الوعي الثقافي
*. دالة عند مستوى معنوية 05.			

يتضح من هذا الجدول أن البيانات تتوزع توزيعاً طبيعياً، وهذا مبرر يجعلنا نستخدم الاختبارات المعلمية في تحليل هذه البيانات.

**جدول رقم (1) أولاً: البيانات الأولية**

النسبة المئوية	التكرار	النوع
44.1	30	ذكور
55.9	38	إناث
100	68	المجموع

يتضح من هذا الجدول أن أكبر نسبة، وهي 55.9% كانت لفئة الإناث، مقارنة بنسبة الذكور بـ 44.1% أي نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور، ما يشير إلى مشاركة واسعة من الطالبات.

**جدول رقم (2) يبين لنا توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية**

النسبة المئوية	التكرار	العمر
8.8	6	أقل من 20 سنة
58.8	40	20 – 23
32.4	22	24 سنة فأكثر
100	68	المجموع

يتبين لنا من الجدول أعلاه أن الفئة العمرية لأفراد العينة من 20 إلى 23 نالت أعلى نسبة قدرت بـ (58.8%)، تليها الفئة العمرية من 24 سنة فأكثر، التي نالت نسبة (32.4%)، تليها الفئة العمرية أقل من 20 سنة التي نالت (8.8%)، الأمر الذي يعكس طبيعة الفئة الطلابية بالكلية، والتي هي أكثر نشاطاً على وسائل التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يعكس انسجام العينة مع طبيعة الدراسة.

**جدول رقم (3) يبين توزيع أفراد العينة حسب الفصل الدراسي**

النسبة المئوية	التكرار	الفصل
35.3	24	من الأول إلى الثالث
64.7	44	من الرابع إلى الثامن
100	68	المجموع

يشير هذا الجدول إلى أن طلبة الفصل الدراسي من الرابع إلى الثامن لأفراد العينة نالت أعلى نسبة قدرت بـ (64.7%)، تليها فئة طلبة الفصل الدراسي من الأول إلى الثالث، التي نالت (53.3%)، ما يدل على أن أغلب أفراد العينة لديهم وعي أكثر بأهمية المحتوى الثقافي.

**الجدول رقم (4) يبين لنا توزيع الطلبة حسب التخصص العلمي**

النسبة المئوية	التكرار	التخصص
16.2	11	الصحافة والنشر
14.7	10	الإذاعة والتلفزيون
69.1	47	العلاقات العامة والإعلان
100	68	المجموع

يشير الجدول أعلاه إلى أن تخصص العلاقات العامة والإعلان جاء في المرتبة الأولى بنسبة (69.1%) من أفراد العينة، يليه تخصص الصحافة والنشر بنسبة (16.2%)، ثم تخصص الإذاعة والتلفزيون بنسبة (14.7%)، ويتضح بذلك أن طلبة العلاقات العامة هم أكثر اهتماماً بوسائل التواصل الاجتماعي، وذلك لطبيعة دراستهم، باعتبارها جزءاً أساسياً لهم، ما يفسر اتجاههم لاستخدام هذه الوسائل لأغراض أخرى، كالتسويق والتواصل مع الآخرين.

**الجدول رقم (5) يبين لنا وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً**

النسبة المئوية	التكرار	الوسيلة
51.5	35	فيس بوك
11.8	8	أنستجرام
2.9	2	تويتير X
33.8	23	تيك توك
100	68	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن موقع فيس بوك جاء في المرتبة الأولى من حيث استخدام الطلبة بنسبة (51.5%)، بينما جاء موقع تيك توك في المرتبة الثانية بنسبة (33.8%)، يليه موقع أنستجرام بنسبة (11.8%)، من عينة الدراسة، ثم جاءت منصة تويتر في المرتبة الأخيرة بنسبة (2.9%)، وهذا يوضح أن منصة فيس بوك هي المنصة الأكثر انتشارًا واستخدامًا بين الطلبة؛ لكونها توفر محتوى أكثر تنوعًا وتفاعلاً، ثم منصة تيك توك أقل نسبة بالرغم مما تقدمه من محتويات مختلفة، الأمر الذي يعكس نتيجة الثقافة الرقمية لدى الطلبة، حيث يميلون إلى المنصات التي تحتوي على التفاعل الثقافي والاجتماعي في نفس الوقت.

**جدول رقم (6) ثانياً: الإطار المفاهيمي لوسائل التواصل الاجتماعي**

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق		إلى حد ما		موافق		الفقرات
			%	ك	%	ك	%	ك	
92.0	.427	2.76	0	0	23.5	16	76.5	52	تعدّ وسائل التواصل الاجتماعي أداة أساسية للتواصل وتبادل المعلومات مع الآخرين
89.7	.526	2.69	2.9	2	25.0	17	72.1	49	وسائل التواصل الاجتماعي تسهم في تغيير نمط تفاعلي مع الطلبة.
90.3	.520	2.71	2.9	2	23.5	16	73.5	50	وسائل التواصل الاجتماعي قناة رئيسية زودتني بالمعرفة الثقافية.
83.3	.702	2.50	11.8	8	26.5	18	61.8	42	أستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض تعليمية وثقافية وليس فقط للترفيه.
<b>المتوسط العام = 2.67 / الانحراف المعياري = 31329.</b>									

توضح بيانات هذا الجدول أن وسائل الاتصال تعدّ أداة أساسية للتواصل مع الآخرين، حيث وافق عليها (76.5%) من الطلبة، وفق متوسط حسابي (2.76)، والوزن النسبي كان (92.0%) وهذا يدل على ارتفاع نسبة إدراك الطلبة للدور الوظيفي الاتصالي لهذه الوسائل، وجاءت ثانياً إجابة أن وسائل الاتصال قناة رئيسية مزودة للمعرفة بنسبة (73.5%) من الطلبة، وفق متوسط حسابي (2.71)، والوزن النسبي (90.3%)، حيث يعتمد عليها الطلبة كمصدر للمعرفة الثقافية، ثم يليها بنسبة (72.1%) أكدّ فيها الطلبة أن وسائل التواصل أسهمت في تغيير نمط التفاعل لديهم وبين الطلبة، بمتوسط حسابي لها (2.69)، والوزن النسبي (89.7%)، ويتضح ذلك من خلال العلاقات الاجتماعية داخل الجامعة بين الطلبة، وتليها إجابة الطلبة بأن وسائل الاتصال تستخدم لأغراض ثقافية وتعليمية بنسبة (61.8%)، وبمتوسط حسابي (2.50)، والوزن النسبي (83.3%) ما يشير إلى أن استخدامهم لها موجود، ولكن ليس مثل الاستخدام التفاعلي والترفيهي.

**جدول رقم (7) ثالثاً: الوعي الثقافي لدى الطلبة**

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق		إلى حد ما		موافق		الفقرات
			%	ك	%	ك	%	ك	
85.3	.557	2.56	2.9	2	38.2	26	58.8	40	لديّ معرفة كافية بالتراث والعادات والتقاليد والمكونات الثقافية للمجتمع.

89.7	.553	2.69	4.4	3	22.1	15	73.5	50	أحرصُ على متابعة المحتوى الصفحات ذات الطابع الثقافي.
79.0	.667	2.37	10.3	7	42.6	29	47.1	32	أشاركُ في النقاشات الثقافية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
90.3	.490	2.71	1.5	1	26.5	18	72.1	49	أرى أن وعيي الثقافي قد تطور نتيجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
<b>المتوسط العام = 2.58 / الانحراف المعياري = 33857</b>									

يتضح من الجدول أعلاه، أن الطلبة يحرصون على متابعة المحتوى والصفحات ذات الطابع الثقافي بنسبة (73.5%)، وفق متوسط حسابي (2.69)، والوزن النسبي (89.7%)، وهذا يوضح اهتمام الطلبة بمتابعة المحتوى الثقافي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والاستفادة منها كمصدر للمعلومات والمعرفة الثقافية، وجاء ثانياً أن وعي الطلبة الثقافي قد تطور نتيجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث وافق عليها (72.1%) من الطلبة، وفق متوسط حسابي قدره (2.71)، والوزن النسبي بلغ (90.3%)، ما يؤكد أن وسائل التواصل الاجتماعي أسهمت بفاعلية في تطوير الوعي الثقافي لديهم، وتعزز من إدراكهم وقدراتهم المعرفية للقضايا الثقافية المختلفة، وجاءت ثالثاً عبارة أن الطلبة يمتلكون معرفة كافية بالتراث والعادات والتقاليد والمكونات الثقافية للمجتمع، وبلغت نسبة الموافقة (58.8%)، وفق متوسط حسابي (2.56)، والوزن النسبي (85.3%)، ما يشير إلى أن الطلبة يتمتعون بمستوى جيد من الوعي الثقافي بهويتهم والموروث الثقافي المحلي، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة المتعلقة بمشاركة الطلبة في النقاشات الثقافية عبر منصات التواصل الاجتماعي، بنسبة موافق (47.1%)، وفق متوسط حسابي (2.37)، ووزن نسبي (79.0%)، ما يدل على أن المشاركة التفاعلية في النقاشات الثقافية محدودة نسبياً، وأن استخدام الطلبة لوسائل التواصل يتركز أكثر على المتابعة والاستهلاك المعرفي دون إسهام فعال في الحوار الثقافي.

**جدول رقم (8) رابعاً: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الثقافي (المفاهيمي)**

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق		إلى حد ما		موافق		الفقرات
			%	ك	%	ك	%	ك	
92.7	.514	2.78	4.4	3	13.2	9	82.4	56	تساعدني وسائل التواصل الاجتماعي في التعرف على ثقافات مختلفة.
90.3	.490	2.71	1.5	1	26.5	18	72.1	49	تساعدني وسائل التواصل الاجتماعي على ترسيخ مفاهيم ثقافية إيجابية.
86.7	.522	2.60	1.5	1	36.8	25	61.8	42	أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية

									فهمني للهوية الثقافية المحلية.
78.0	.637	2.34	8.8	6	48.5	33	42.6	29	يساعدني المحتوى الثقافي على وسائل التواصل الاجتماعي في التفكير النقدي.
<b>المتوسط العام = 2.61 / الانحراف المعياري = 34640</b>									

توضح بيانات هذا الجدول أن نسبة المبحوثين الذين أجابوا على أن وسائل التواصل الاجتماعي تساعد الطلبة في التعرف على ثقافات مختلفة جاءت أولاً، حيث وافق عليها (82.4%) من الطلبة، وفق متوسط حسابي قدره (2.78)، والوزن النسبي بلغ (92.7%)، ما يشير إلى أن الطلبة يدركون بوضوح الدور الثقافي لوسائل التواصل الاجتماعي في تعريفهم بثقافات متعددة، ثم جاءت ثانياً أن وسائل التواصل الاجتماعي ساعدت الطلبة على ترسيخ مفاهيم ثقافية إيجابية بنسبة (72.1%) من الموافقة، وفق متوسط حسابي (2.71)، والوزن النسبي (90.3%)، وهذا يدل على أن الطلبة يستفيدون من هذه الوسائل في ترسيخ القيم والمفاهيم الثقافية البناءة التي تتسجم مع هوية المجتمع واتجاهاته، وجاء ثالثاً الذين أجابوا أن وسائل التواصل الاجتماعي أسهمت في تعزيز فهم الطلبة للهوية الثقافية المحلية بنسبة موافقة (61.8%)، بمتوسط حسابي (2.60)، والوزن النسبي (86.7%)، ما يعكس إسهام هذه الوسائل في تعزيز الوعي بالانتماء الثقافي والمحلي لدى الطلبة، وبدرجة أقل مقارنة بالفقرات الأخرى، وجاءت أخيراً: الذين أجابوا على أن المحتوى الثقافي في وسائل التواصل الاجتماعي يساعد الطلبة على التفكير النقدي بنسبة موافقة (42.6%)، وفق متوسط حسابي (2.34)، والوزن النسبي (78.0%)، ما يوضح أن تأثير وسائل التواصل في تطوير التفكير النقدي لا يزال محدوداً، وأن أغلب الاستخدام الثقافي لهذه الوسائل يتركز على كونهم متلقين وليس للتحليل والنقد.

**جدول رقم (9) خامساً: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي على مستوى الممارسات السلوكية**

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق		إلى حد ما		موافق		الفقرات
			%	ك	%	ك	%	ك	
83.3	.658	2.50	8.8	6	32.4	22	58.8	40	تشجعني وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة في أنشطة ثقافية.
84.7	.609	2.54	5.9	4	33.8	23	60.3	41	ساعدتني على تبني سلوكيات إيجابية تجاه التنوع الثقافي.
79.0	.731	2.37	14.7	10	33.8	23	51.5	35	تقلل وسائل التواصل الاجتماعي من الممارسات السلبية المرتبطة بالثقافة (مثل الصور النمطية).

78.3	.707	2.35	13.2	9	38.2	26	48.5	33	أطبق في حياتي اليومية ما أتعلمه من محتوى ثقافي عبر وسائل التواصل.
<b>المتوسط العام = 2.44 / الانحراف المعياري = 43219</b>									

تشير بيانات هذا الجدول أن الذين أجابوا على أن وسائل التواصل الاجتماعي ساعدت الطلبة على تبنيهم سلوكيات إيجابية تُجاه التنوع الثقافي جاءت أولاً، بنسبة (60.3%)، وفق متوسط حسابي قدره (2.54)، والوزن النسبي (84.7%). وتشير هذه النتيجة إلى أن وسائل التواصل لعبت دوراً مهماً في تعزيز سلوك القبول والتبني لدى الطلبة تُجاه الثقافات الأخرى، وأسهمت في الحد من الانغلاق الثقافي، وجاءت ثانياً عبارة أن وسائل التواصل الاجتماعي شجعت الطلبة على المشاركة في الأنشطة الثقافية، بنسبة موافق بلغت 58.8%، وفق متوسط حسابي (2.50)، والوزن النسبي (83.3%)، وهذا ما يعكس أن الطلبة يميلون إلى التفاعل الثقافي بدرجة جيدة، وأن هذه الوسائل أسهمت في تحفيزهم على متابعة الأنشطة ذات الطابع الثقافي، وجاءت ثالثاً إجابة عبارة أن وسائل التواصل الاجتماعي قللت من الممارسات السلبية المرتبطة بالثقافة، مثل الصور النمطية بنسبة 51.5%، وفق متوسط حسابي (2.37)، والوزن النسبي (79.0%)، ما يدل على أن هذه الوسائل أسهمت في تصحيح المفاهيم الثقافية السلبية الموجودة ولكن بدرجة متوسطة، ويحتاج الطلبة إلى توجيه تربوي وإعلامي لترسيخ قيم التسامح، وفي المرتبة الأخيرة جاءت عبارة أن الطلبة يطبقون في حياتهم اليومية ما يتعلمونه من محتوى ثقافي عبر وسائل التواصل، بنسبة موافقة (48.5%)، وفق متوسط حسابي (2.35)، والوزن النسبي (78.3%)، وهذا يؤكد أن تحويل المعرفة الثقافية إلى سلوك فعلي لا يزال محدوداً، وأن الفجوة بين الممارسة السلوكية الواعي المعرفي تحتاج إلى وعي من خلال التعليم والتثقيف للطلبة.

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق		إلى حد ما		موافق		الفقرات
			%	ك	%	ك	%	ك	
78.3	.686	2.35	11.8	8	41.2	28	47.1	32	أواجه صعوبة في التفريق بين المحتوى الثقافي الصحيح والمضلل.
84.7	.700	2.54	11.8	8	22.1	15	66.2	45	أرى أن المحتوى الثقافي الجاد أقل انتشاراً من المحتوى الترفيهي.
76.3	.692	2.29	13.2	9	44.1	30	42.6	29	أعاني من قلة التوجيه الجامعي لاستثمار وسائل التواصل في الثقافة.
81.3	.678	2.44	10.3	7	35.3	24	54.4	37	يقلل الوقت الطويل على وسائل التواصل من تركيزي على الجوانب الثقافية.

المتوسط العام = 2.41 / الانحراف المعياري = 44450

جدول رقم (10) سادسا: التحديات التي تواجه الطلبة

يوضح الجدول أعلاه أن الذين أجابوا أن المحتوى الثقافي الجاد أقل انتشاراً من المحتوى الترفيهي، جاءت أولاً بنسبة (66.2%) وفق متوسط حسابي (2.54) والوزن النسبي (84.7%)، وهذا ما يشير أن البيئة الرقمية يغلب عليها المحتوى الترفيهي على حساب المحتوى الثقافي الهادف والجاد، ما يحد من دور وسائل التواصل في تعزيز الوعي الثقافي، تليها في المرتبة الثانية عبارة أن الوقت الطويل على وسائل التواصل يقلل من التركيز على الجوانب الثقافية بنسبة (54.4%)، بمتوسط حسابي (2.44) ووزن نسبي (81.3%)، ما يؤكد أن الانشغال المفرط بوسائل التواصل الاجتماعي أسهم في تدني الاهتمام بالجانب الثقافي والمعرفي لدى الطلبة، ثم جاءت ثالثاً عبارة تواجهني صعوبة في التمييز بين المحتوى الثقافي الصحيح والمضلل بنسبة (47.1%)، وفق متوسط حسابي (2.35) والوزن النسبي (78.3%)، ما يدل على ضعف مهارات التفكير النقدي والتحقق من المعلومة لدى الطلبة في ظل تنوع وتعدد المصادر الرقمية، ثم أقل نسبة مئوية تمثلت في عبارة الذين أجابوا : أعاني من قلة التوجيه الجامعي لاستثمار وسائل التواصل في الثقافة بنسبة (42.6%)، وفق متوسط حسابي (2.29) والوزن النسبي (76.3%)، وهذا يشير إلى محدودية الدعم المؤسسي وغياب التوجيه الأكاديمي الفعال في توجيه الطلبة نحو الاستخدام الثقافي الأمثل والهادف لوسائل التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (11) سابعاً: مقترحات وآليات تعزيز دور وسائل التواصل الاجتماعي في التنمية الثقافية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق		إلى حد ما		موافق		الفقرات
			%	ك	%	ك	%	ك	
94.0	.487	2.82	4.4	3	8.8	6	86.8	59	ينبغي أن تنظم الكلية حملات توعوية حول الاستخدام الثقافي لوسائل التواصل
88.3	.540	2.65	2.9	2	29.4	20	67.6	46	أقترح أن يتم إدراج مقرر جامعي حول الثقافة الرقمية ووسائل التواصل.
91.3	.536	2.74	4.4	3	17.6	12	77.9	53	أوصي بتشجيع الطلبة على إنتاج محتوى ثقافي عبر وسائل التواصل.
93.7	.465	2.81	2.9	2	13.2	9	83.8	57	من المهم أن تدعم الدولة أو المؤسسات برامج توعية ثقافية رقمية للشباب

المتوسط العام = 2.75 / الانحراف المعياري = 36007

يتبين من الجدول أعلاه أنه جاء أولاً من أجابوا بأنه ينبغي أن تنظم الكلية حملات توعوية حول الاستخدام الثقافي لوسائل التواصل بنسبة (86.8%) وفق متوسط حسابي (2.82) والوزن النسبي (94.0%)، ما يؤكد

إدراك الطلبة لأهمية الدور الكلية في نشر الوعي الثقافي وتوجيه استخدام وسائل الاتصال نحو المحتوى الهادف ، من خلال أنشطة وحملات تقوم بها الجامعة، تليها نسبة (83.8%)، وفق متوسط حسابي (2.81) والوزن نسبي (93.7%)، بمن أجابوا أنه من المهم أن تدعم الدولة أو المؤسسات برامج توعية ثقافية رقمية للشباب، وهذا ما يؤكد على وعي الطلبة بضرورة الشراكة بين المؤسسات التعليمية والجهات الحكومية لتبني مبادرات تنقيفية رقمية تسهم في رفع الوعي العام، تليها ثالثا نسبة (77.9%)، بمتوسط حسابي (2.74) ووزن نسبي (91.3%) بمن أجابوا : أوصي بتشجيع الطلبة على إنتاج محتوى ثقافي عبر وسائل التواصل، ما يدل على إدراك الطلبة لدورهم الفاعل كمشاركين في صناعة المحتوى الثقافي، وليس فقط كمستهلكين، وجاءت رابعا من أجابوا : أقترح أن يتم إدراج مقرر جامعي حول الثقافة الرقمية ووسائل التواصل بنسبة (67.6%) وفق متوسط حسابي (2.65) والوزن النسبي (88.3%)، وهو ما يعكس مدى أهمية إدماج الثقافة الرقمية ضمن المناهج الجامعية لتعزيز مهارات التعامل الواعي والناقد مع وسائل التواصل.

#### ثامناً: عرض وتحليل ومناقشة النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين المتوسطات الحسابية لمتغيرات الدراسة وبين الوسط الفرضي لمقياس ليكرت الثلاثي المستخدم في الدراسة والمقدر بالقيمة 2 .

#### الجدول رقم (12) يظهر دلالة اختبار One-Sample T-Test في المتوسط الحسابي لمتغيرات الدراسة مقارنة بالوسط الفرضي

المتغير والأبعاد	القيم	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	قيمة الدلالة	النتيجة
مستوى الوعي الثقافي عموماً	68	2.5404	.21687	20.549	67	.000	مرتفع
الإطار المفاهيمي لوسائل التواصل	68	2.6654	.31329	17.515	67	.000	مرتفع
الوعي الثقافي للطلبة	68	2.5809	.33857	14.148	67	.000	مرتفع
الوعي المفاهيمي	68	2.6066	.34640	14.441	67	.000	مرتفع
الوعي السلوكي	68	2.4412	.43219	8.418	67	.000	مرتفع
تحديات الوعي	68	2.4081	.44450	7.571	67	.000	مرتفع

الوسط الفرضي للمقياس = 2 / مستوى المعنوية 0.05

يتبين من الجدول أعلاه أن جميع قيم الدلالة الإحصائية كانت أقل من (0.05)، ما يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية والوسط الفرضي للمقياس، أي أنّ اتجاهات وآراء الطلبة كانت أعلى من المتوسط المفترض، وقد سجل الإطار المفاهيمي لوسائل التواصل الاجتماعي أعلى متوسط حسابي (2.66)، ما يدل على الوعي المرتفع لدى الطلبة بأهمية هذه الوسائل في التواصل ونشر الثقافة، بينما جاء متغير تحديات الوعي الثقافي في المرتبة الأدنى بمتوسط (2.40)، ما يشير إلى استمرار بعض الصعوبات

التي تحدّ من الاستفادة من هذه الوسائل، وتؤكد النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي تسهم بفاعلية في تنمية الوعي الثقافي لدى الطلبة.

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي الثقافي لدى الطلبة تعزى إلى نوع وسيلة التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها

جدول رقم (13) يظهر الفروق في مستوى الأداء الوظيفي بحسب متغير درجة استخدام تكنولوجيا الاتصال باستخدام تحليل التباين الأحادي One-Way ANOVA

درجة الاستخدام	القيم	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ANOVA	درجة الحرية	قيمة الدلالة
فيس بوك	35	2.5629	.22107	1.304	3	.281
أنستجرام	8	2.5875	.19955			
تويتز X	2	2.7000	.14142			
تيك توك	23	2.4761	.21419			
المجموع	68	2.5404	.21687			

يشير الجدول أعلاه أن قيمة الدلالة الإحصائية ( $Sig = 0.281$ ) كانت أكبر من مستوى المعنوية (0.05)، ما يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي الثقافي لدى الطلبة تعزى إلى نوع وسيلة التواصل الاجتماعي المستخدمة، وقد أظهرت النتائج أن أعلى متوسط حسابي كان لدى مستخدمي تويتز (2.70)، يليه مستخدمو أنستجرام (2.59)، ثم فيس بوك (2.56)، في حين سجل مستخدمو تيك توك أدنى متوسط حسابي (2.47) ورغم هذا التفاوت البسيط في المتوسطات، فإنه غير دالّ إحصائياً، ما يشير إلى أن جميع وسائل التواصل تؤدي تقريباً الدور نفسه في تنمية الوعي الثقافي لدى الطلبة، دون فروق جوهرية مرتبطة بنوع الوسيلة.

## نتائج الدراسة .

1. توضح الدراسة أن الطلبة متفوقون على أن وسائل التواصل الاجتماعي تعدّ أداة رئيسية وفعالة للتفاعل والمعرفة الثقافية، ما يدلّ على أن لديهم مستوى وعي مرتفع .
2. توضح الدراسة أن الطلبة يحرصون على متابعة المحتويات ذات الطابع الثقافي، وهذا يوضح أنهم يستفيدون منها كمصدر للمعلومات والمعرفة الثقافية، وأن أغلبية الطلبة يتابعون المحتوى الثقافي، ولكن مشاركتهم في النقاشات تعدّ محدودة.
3. تظهر الدراسة أن الطلبة متفوقون أن لوسائل التواصل الاجتماعي دوراً في التعرف على ثقافات مختلفة ومتنوعة، ويسهم محتواها الثقافي في ترسيخ مفاهيم ذات طابع إيجابي، وأن تأثيرها محدود في تعزيز تنمية التفكير النقدي.
4. توضح الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي تسهم في تشجيع الطلبة على تبني السلوك الإيجابي تجاه التنوع الثقافي، وأن تطبيق هذه المعرفة الثقافية لا يزال ضعيفاً في ممارسات الحياة اليومية لديهم.
5. أظهرت الدراسة أن الطلبة متفوقون أن وسائل التواصل الاجتماعي يغلب عليها الطابع الترفيهي مقارنة بالمحتوى الجادّ، بالإضافة إلى ضعف مهارتهم في التمييز بين المحتوى الصحيح والمضلل، وغياب الدور الجامعي في توجيههم لنشر الثقافة عبر استثمارهم لوسائل التواصل الاجتماعي.

## النتائج الخاصة بالفروض الإحصائية

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات والوسط الفرضي، ما يعني أن مستوى الوعي الثقافي للطلبة أعلى من المتوسط.
2. لا توجد فروق معنوية لدى مستوى الوعي الثقافي للطلبة تبعاً لنوع وسيلة التواصل المستخدمة.
- توصيات الدراسة .
  1. العمل على تأكيد دور الجامعة التوعوي، وذلك بتنظيم الحملات الرقمية والأنشطة الثقافية داخل الكليات للتعريف بالثقافة المحلية .
  2. العمل على تأكيد دور الطالب الجامعي في نشر وإنتاج المحتوى الثقافي الهادف عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بدلاً من ثقافة الاستهلاك والترفيه.
  3. المساهمة والشراكة المتبادلة بين المؤسسات التعليمية والجامعات المحلية في نشر الثقافة المحلية، من خلال إدراج برامج التوعية الثقافية الرقمية.
  4. تنمية التفكير النقدي للطلاب لفهم الرسائل الإعلامية الرقمية والتحقق من المعلومات، من خلال إدماج مناهج التربية الإعلامية والتدريب على تحليلها وفهمها وتقييمها.
  5. توجيه الطلبة نحو الاستثمار والاستخدام الجيد لوسائل التواصل الاجتماعي.

## المصادر والمراجع

1. سلطان، محمد، (2012م)، صاحب، وسائل الإعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
2. Mechel,vans soon, "face book and the in invasion of technological " N. y , New, York 2010
3. زهري، أيمن، (2025م)، التحديات التي تعوق استفادة طلبة كلية الإعلام من وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية وعيهم الثقافي، اتصال شخصي، عبر الماسنجر، يوم الاثنين 2025/8/25م، الساعة 3 مساء.
4. Birkholz .M(2009) the Cultural Awareness of Rural Minnesota Middle School Students. New York: John Wiley.
5. Rebecca (2011). "The Impact of New Social Media on Intercultural Adaptation". Sawyer.
6. أبو يعقوب، شدان يعقوب خليل، (2015م)، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية: كلية الدراسات العليا
7. أبو عيادة، هبة توفيق، الخطيب، مها، (2022م)، سبل تربوية مقترحة لتفعيل دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلبة الجامعات الأردنية بعد جائحة كوفيد 19، عمان: مجلة جامعة الزيتونة الأردنية، العدد 1.

8. الحسين، أسعد بن ناصر بن سعيد، (2016م)، أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، كلية التربية: جامعة الأزهر، العدد169، الجزء الثالث.
9. الديقاني، عبد الله أحمد، 2013، الثقافة والتنمية الثقافية للطفل، الطبعة 1، القاهرة: المكتب العربي للمعارف.
10. الشاعر، عبد الرحمن بن ابراهيم، (2015م)، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
11. الشكران، بديع جاسم أحمد، (2020م)، العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتبني الشباب العراقي ثقافات جديدة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنوفية: كلية الآداب، قسم الإعلام، شعبة الصحافة.
12. الصايدي، مراد حسن، الأعور، محمد صادق، (2024م)، دور الجامعات اليمنية في بناء الوعي الثقافي، مجلة جامعة الرازي للعلوم الإدارية والإنسانية، المجلد5، العدد 10.
13. العاجز، فؤاد علي، عساف، محمود، (2009)، دور التربية الترويجية في نشر الوعي الثقافي بين طلبة المدارس الثانوية من وجهة نظر معلمي التربية الرياضية بمحافظة غزة وسبل تطويره، غزة: مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد 17، العدد1.
14. العاسمي، عاهد عياش، (2022م)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي عند الشباب، مجلة الموروث، مجلد 4، العدد 1.
15. اللبان، شريف درويش، 2011م، مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني، ط1، القاهرة: دار العالم العربي.
16. المحمودي، محمد سرحان، (2019م)، مناهج البحث العلمي، ط 3، صنعاء: دار الكتب الجمهورية اليمنية.
17. المقدادي، خالد غسان، 2013م، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط 1، عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع.
18. بالرقود، مبارك الكوني، (2020م)، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تغيير ثقافة الطالب الجامعي، مجلة دراسات الإنسان والمجتمع، العدد 13.
19. جويلي، مها عبد الباقي، (2015م)، شبكات التواصل الاجتماعي، المشكلات التربوية وكيفية المواجهة، الفيس بوك نموذجًا، مصر: مجلة الثقافة والتنمية، المجلد 16، العدد 96.
20. حامد سعيد الجبر، وآخرون، (2017م)، واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، جامعة الأزهر: مجلة كلية التربية، العدد 176، الجزء الثاني.
21. حسن السوداني، محمد المنصور، (2016م)، شبكات التواصل وتأثيرها على جمهور المتلقين، ط1، عمان: مركز الكتاب الأكاديمي.

22. زهري، أيمن، (2025م)، مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي، اتصال شخصي، عبر الماسنجر، يوم الاثنين 2025/8/25م، الساعة 3 مساءً.
23. شعبان، خضير، (2002م) مصطلحات في الإعلام والاتصال، ط1، الجزائر: دار اللسان العربي.
24. طبيقة، عبد الله، دليلة، مصباح، (2017م)، الآثار الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي على طلاب الجامعات الليبية، جامعة الزيتونة: مجلة بحوث الاتصال، العدد الأول، السنة الأولى.
25. طبيقة، عبد الله، (2025)، أهمية وسائل التواصل الاجتماعي، اتصال شخصي، عبر التليغرام، يوم الخميس 2025/9/11م، الساعة 11 صباحًا.
26. طبيقة، عبد الله، (2025)، مقدمة عن وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي الثقافي، اتصال شخصي، عبر التليغرام، يوم الخميس 2025/9/11م، الساعة 11 صباحًا.
27. عبد القادر، مها، 2023م، موقع صحيفة اليوم السابع، تاريخ الزيارة 2025/9/8م، الساعة 11 صباحًا. متوفر على الرابط/ <https://www.youm7.com/story/>
28. غرابية، فوزي وآخرون (2011م): أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط1، عمان: دار وائل.
29. مزيو، منال بنت عمار، (2020م)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الثقافي الشباب السعودي، مجلة التربية، جامعة الأزهر: كلية التربية، مجلد39، العدد 188.
30. إحسان، محمد الحسن، (1994)، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، ط 3، بيروت: دار الطليعة للطباعة والنشر.
31. عبيدات، وآخرون، (2006م)، منهجية البحث العلمي، ط 2، عمان: دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع.
32. المحمودي، محمد سرحان، (2019م)، مناهج البحث العلمي 3، صنعاء: دار الكتب الجمهورية اليمنية.