

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط التحصيل الثقافي عند الشباب السعودي

رحمة أحمد القرني

قسم الاتصال والإعلام || جامعة الملك فيصل || الأحساء || المملكة العربية السعودية

الملخص: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط التحصيل الثقافي عند الشباب السعودي، وذلك بالنظر إليها كنتاج تقني غير من شكل البيئة الاتصالية التي تتكون بداخلها عمليات الإنتاج والتلقي الثقافي، ويتوظيف المداخل النظرية التالية: مدخل الحتمية التكنولوجية التي تؤكد على قوة وسائل الاتصال في التأثير وصناعة نمط ثقافي خاص، ونظرية التماس المعلومات لتفسير سلوكيات البحث عن المعرفة، والنظرية الثقافية النقدية من أجل التأصيل النظري لمشكلة الدراسة، وباستخدام منهج المسح الإعلامي وتطبيق أداة الاستبيان على عينة عمدية (متاحة) مقدارها 700 مفردة من الشباب السعودي. وأظهرت نتائج الدراسة أن المضامين الاجتماعية والثقافية هي الأكثر متابعة عند عينة الدراسة، و (Twitter) هو أكثر مصدر من مصادر المعرفة ساهم في تكوين ثقافة عينة الدراسة، كما أوضحت النتائج أن غالبية أفراد العينة اكتسبوا عادة القراءة بعد استخدامهم لموقع (Twitter)، وزاد اهتمامهم بحضور المناسبات الثقافية ومعارض الكتاب بعد متابعتهم للحسابات الثقافية في (Twitter)، وأن غالبية عينة الدراسة يفضلون متابعة المحاضرات الثقافية على موقع (YouTube) أكثر من حضورها شخصياً، وأن المتابعة المستمرة لموقع (Twitter) أكسب عينة الدراسة مرونة ثقافية تسمح له بمتابعة مختلف الآراء حتى تلك التي يختلفون معها، وأن لغة الحوار فيه لم تضعف من حساسية عينة الدراسة تجاه بعض المحظورات الثقافية كاللغة البذيئة.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الإعلام الجديد، الإعلام الثقافي، تويتر، الشباب.

المقدمة:

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينيات من القرن الماضي، نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث انتشرت شبكة الإنترنت في أرجاء المعمورة كافة، ومهدت الطريق للمجتمعات كافة للتقارب والتعارف، وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها¹.

ويُنظر غالباً إلى تكنولوجيات المعلومات والاتصالات على أنها أدوات للتواصل والتفاعل مع العالم ومع بعضنا البعض، والواقع أنها قوى بيئية وأنثروبولوجية واجتماعية وتفسيرية، تخلق وتُشكل واقعنا الفكري والمادي، وتغير فهمنا لذواتنا، وتُحور الكيفية التي تربطنا ببعضنا ببعض، وتُحسن من كيفية تفسيرنا للعالم من حولنا، وكل هذا يجري بصورة واسعة الانتشار وبعمق².

وفي العلاقة بين التقنيات الاتصالية الحديثة والثقافة ساد اعتقاد يرى أن التقنية هي مجرد تطبيقات للعلم، وتُعزز هذا الاعتقاد بربط التقنية بالمرودية، حيث تم النظر إلى التقنية في تمظهراتها الآنية، على أنها مجرد وسيلة لتحقيق مكاسب ومنافع محددة، ولم تصبح مسألة فلسفية في حد ذاتها إلا منذ وقت قريب حين رأى هيدغر أن الآلة معرفة³.

وكون الثقافة بطبيعتها عملية ذات شأن اتصالي؛ فإننا عند البدء في دراسة الموضوعات التي تربط ما بين الثقافة ووسائل الاتصال تظهر لنا العديد من التفاعلات الجدلية التي تبحث في تأثير وسائل الاتصال على الأنماط الثقافية، وفي العلاقة بين التحول الثقافي الذي تشهده المجتمعات وبين الوسائل الجديدة التي تنتجها للتواصل، وقد

اعتبر ماكلوهان التغيرات التكنولوجية في أشكال وسائل الاتصال من الأمور الرئيسية التي تعمل على تغيير طريقة اكتسابنا للخبرة وعلى أنماط علاقاتنا مع الآخرين وأساليب التفكير لدينا.

وتأتي مواقع التواصل الاجتماعي كأحدث نماذج الاتصال التي أنتجت الثورة الرقمية، فهي تمثل قفزة هائلة في البنية الاتصالية، وأنماط التأثير الاجتماعي في التجمعات الإنسانية، وبذلك أصبحت من أهم وسائل تحقيق الاستكشاف المعرفي والنقاش المجتمعي، ولها دور مهم في جذب المستخدمين إلى بيئة اتصالية جديدة، ممهدةً لنشأة واقع جديد تتغير فيه صورة المجتمع وتفاعلاته ومؤثراته⁴.

وتأسساً على ما سبق، تسعى هذه الدراسة للتعرف على حدود وطبيعة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط التحصيل الثقافي عند الشباب السعودي.

مشكلة الدراسة:

أصبح المواطن العربي عضواً فاعلاً في التركيبة الاتصالية والمجتمعاتية لفضاء التواصل الرقمي، وبدأ الجمهور العربي بالتشكل، ثم ما لبث أن تكتل وتوسعت دائرة حضوره الرقمي ليؤلف جماعات متخيلة، متنوعة الاهتمامات، والاتجاهات، أسهمت إلى حد كبير في بروز نمط جديد من أنماط القبولية الاجتماعية: نتيجة ميلهم نحو الإفصاح عن المفاهيم، والآراء، وسعيهم إلى تقاسم المعارف فيما بينهم⁵.

وعلى مستوى المشهد المحلي انطلق السعوديون إلى موقع التواصل الاجتماعي Twitter باندفاع ملحوظ من مختلف الأطياف والمستويات والأعمار، ومع ما تحمله هذه المواقع من جاذبية كبرى فقد زاد الاعتماد عليها كمرجع أساسي للحصول على الأخبار، ففي دراسة أجريت على طلاب من خمس جامعات بمدينة الرياض، بينت النتائج أن استخدام "Twitter" هو السمة الغالبة بين هؤلاء الشباب بما يساوي 62%، وأن الشؤون المحلية وقضايا المجتمع والشأن العام هي من أهم وأكثر الموضوعات متابعه⁶.

أما فيما يخص تأثيراتها الثقافية المباشرة فقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التثقيف والتعليم، ويؤدي تعاضد دور مواقع التواصل الاجتماعي ومع ما تحمله من اشتراطات تقنية تحكم عملية إنتاجها للمحتوى الثقافي إلى انحسار تأثير مصادر أخرى للمعرفة كالكتب والصحف والمجلات العلمية. وهذا ما لاحظته صالح أبو أصعب في دراسته التي تبحث في مصادر ثقافة الشباب، إذ وجد أن استخدام الوسائل الإلكترونية البصرية والسمعية تتقدم على المواد المطبوعة كالكتاب الخارجي والمجلات⁷.

أيضاً كشفت الأبحاث التي أجريت أخيراً، والتي انطوت على تحليل سلوك القراءة في البيئة الرقمية على مدى السنوات العشر الماضية أن الانخفاض في الانتباه المستمر أصبح يميز وبشكل متزايد مهارات القراءة والكتابة وعاداتها لدى الناس، ومع الكم المتزايد من الوقت الذي يُقضى في قراءة الوثائق الإلكترونية، يبرز شكل سلوكي للقراءة من الشاشة يتميز بقضاء مزيد من الوقت في التصفح والقراءة السريعة، واكتشاف الكلمات الرئيسية، في حين يقل الوقت الذي يُقضى في القراءة المركزة⁸.

ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في ضرورة الكشف عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط التحصيل الثقافي. ويمكن توضيحها من خلال الأسئلة الآتية:

أسئلة الدراسة:

- 1- ما كثافة تعرض الشباب السعودي للمضامين الثقافية في مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما التغيرات التي طرأت على أساليب التحصيل الثقافي للشباب السعودي عند استخدامه مواقع التواصل الاجتماعي؟

أهداف الدراسة:

- يتحدد الهدف الرئيس للدراسة في التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط التحصيل الثقافي عند الشباب السعودي، ومنه تتفرع الأهداف التالية:
- 1- تقديم رؤية حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في عملية إنتاج المعرفة وتلقمها.
 - 2- الكشف عن حجم تعرض الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي.
 - 3- الكشف عن مصادر التحصيل الثقافي عند الشباب السعودي.
 - 4- التعرف على تحولات السمات الثقافية عند الشباب السعودي نتيجة استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي

أهمية الدراسة:

- 1- تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية عنصر الثقافة كعامل مهم يوجه سلوك الشباب.
- 2- اتساع نطاق تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات الافراد لاسيما فئة الشباب أهم فئات المجتمع والفاعل الأساسي في تطوير مختلف الأنساق السياسية والاجتماعية والاقتصادية.
- 3- توظيف مواقع التواصل الاجتماعي بشكل فعال وموجه في عملية تثقيف الشباب السعودي بشكل إيجابي وعصري، وفي إعلاء قيم المعرفة والنقد والمراجعة وحوار الذات، وهي القيم التي ينطلق منها أي مشروع تنموي ثقافي، وذلك لا يتم إلا بعد التعرف على حدود وطبيعة عملها في الجانب الثقافي.
- 4- تزويد الباحثين في مجال الدراسات الثقافية الإعلامية ببيانات أولية تساعد في تكوين رؤية عن واقع الاستجابات الثقافية عند الشباب، وربطها بالبعد الوسائلي الذي ساهم في تحويل شكل المنظومة المعرفية.

مفاهيم الدراسة:

التعريف الإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي:

تعتمد هذه الدراسة على المفهوم الذي حدده زاهر راضي لمواقع التواصل الاجتماعي وهي: «منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها»¹⁰.

التعريف الإجرائي لأنماط التحصيل الثقافي:

خصائص عامة تمثل سلوك البحث عن المعلومات من المصادر المختلفة، وطرق توظيفها في تكوين المعرفة.

الإطار النظري للدراسة

نظريات الدراسة:

ستنطلق هذه الدراسة من نظريات تقيس العلاقة بين وسائل الإعلام وتأثيراتها على ثقافة وسلوك الجمهور في البحث عن المعرفة، وذلك من خلال توظيف نظرية التماس المعلومات لفهم سلوكيات الجمهور في التحصيل الثقافي، بالإضافة إلى النظرية الثقافية النقدية التي تؤكد على قوة وسائل الإعلام الفكرية والثقافية؛ وبالإستفادة أيضاً من الحتمية التكنولوجية كمدخل لتؤكد على قوة وسائل الاتصال في التأثير وصناعة نمط ثقافي خاص وكذلك الربط بين الرسالة الإعلامية والوسيلة التي تنقلها من أجل التعرف على التأثير الثقافي لمواقع التواصل الاجتماعي.

أولاً: نظرية التماس المعلومات Information Seeking Theory:

ركزت هذه النظرية التي طورها Dononhew و Tipton على سلوك الفرد (المتلقي) في بحثه عن المعلومات من مصادر مختلفة، والتعرف على هذه العوامل التي تؤثر في السلوك، حيث ظهرت هذه النظرية نتيجة التأثير بدراسات كل من وسلي وباروا (Westly & Brarrow عام 1959) وكذلك تم تأثرها بدراسات ديفيد بيرلو عام 1960 حيث تم التركيز على الجوانب الانتقائية للتعرض لوسائل الإعلام، وتسعى هذه النظرية إلى اختبار فرضيات:

- أن التعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم الراهنة، وقد تم إجراء عدة دراسات أخرى على النظرية، حيث توصل كل من لويس دونهو وتبتون (Dononhew & Tipton) إلى وجود عوامل أخرى يمكنها التأثير في اختيار الرسالة، ذلك أنه ربما تظهر معايير أكثر أهمية من مجرد رغبة المتلقي في تحصيل معلومات تدعيمية مساندة لاتجاهه، كتوظيف المعلومات لإشباع مصلحة حقيقة أو فائدتها في موضوع ما، والتماسها للترفيه، والحاجة للتنوع، أو حتى لأسباب تتعلق بخصائص شخصية
- أما فيما يتعلق بنوع المعلومات التي يبحث عنها الفرد فقد يستخدم ما أطلق عليه Dononhew "استراتيجية البحث المجازف" التي تعتمد مصدر معين أو على عدة مصادر أساسية، أو باتباع كل ما يستطيع الفرد جمعه من معلومات ثم يتم تصنيف هذه المعلومات وتحليلها وربطها بالخبرة السابقة للفرد. ويشتمل النموذج على تحديد أنواع مصادر المعلومات الرسمية كالكتب، ومصادر غير رسمية كالأقران، كما يشتمل النموذج على تحديد النقطة التي يكتفي عندها الفرد في التماس المعلومات فيقرر إغلاق دائرة سعيه للحصول عليها بعد أن يشعر أنه جمع معلومات كافية تساعده في اتخاذ القرار المناسب، ويتم بعد ذلك قيم الفرد بنوع من السلوك مثل: مراجعة صورة الواقع نتيجة للمعلومات الجديدة، أو تدعيم المعتقدات الموجودة أو تغييرها.

وتؤثر بنية المجتمع بشكل واضح على استخدام الأفراد لوسائل الاتصال من أجل التماس المعلومات، حيث يؤثر نوع الوسائل المستخدمة في مجتمع ما على تفضيل الأفراد لوسيلة (وسائل) معينة كمصدر للمعلومات، ولا حظ بعض الباحثين أن بنية المجتمع تشكل عنصراً رئيسياً في السيطرة على المعلومات، فمن خلال تحديد ظروف وسائل الإعلام، تميل بنية المجتمع إلى تشكيل طريقة استخدام الأفراد لوسائل معينة، وتفضيلاتهم النسبية لبعض الوسائل على غيرها، وبالتالي نمط المعلومات المستخدمة والمتوفرة للأفراد في مجتمع ما يختلف بشدة من مجتمع لآخر¹¹.

وقد خلصت الدراسات التي وظفت نظرية التماس المعلومات إلى العديد من النتائج أهمها:

- 1- أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد مصدراً مهماً للحصول على المعلومات.
- 2- ارتفاع نسبة الأفراد الذين يلجؤون إلى البحث عن مصادر المعلومات التي تؤيد وجهة نظرهم.
- 3- اختلاف أهداف التماس المعلومات من شخص إلى آخر، وتتحدد غالباً في المعرفة والتسلية.
- 4- يتوقف التماس المعلومات من مصدر معين على:
 - أ- سهولة الوصول إلى مصدر المعلومات.
 - ب- درجة الثقة في مصدر المعلومات.
 - ج- سهولة التعامل مع مصدر المعلومات.
- 5- تقنيات الاتصال الحديثة خاصة الأنترنت تصدرت قائمة مصادر المعلومات في بعض الدراسات¹².

ثانياً: النظرية الثقافية النقدية Theory Cultural Critical:

من المداخل الهامة في دراسة الإعلام، مدخل الدراسات الثقافية Cultural Studies Approach ويجمع باحثو الدراسات الثقافية بين النظرية النقدية والمدخل العلمي الذي يستخدمه الباحثون في المدرسة الإمبريقية، ويحاول

منظرو الثقافة اختبار البيئة الرمزية التي تخلقها وسائل الإعلام، ودراسة الدور الذي تلعبه هذه الوسائل في الثقافة والمجتمع¹³. وتعتبر هذه النظرية من النظريات الاجتماعية المفسرة للاتصال، وهي ليست إعلامية بشكل خالص، بل اجتماعية فلسفية ويمكن أن تستخدم في التنظير عن القضايا السياسية والاقتصادية والإعلامية والاجتماعية. حيث تهتم النظرية الثقافية بصورة خاصة بتحليل شكل خاص من السيرورة الاجتماعية، مرتبطة بعملية إعطاء معنى للواقع، وتتطور ثقافة وممارسات اجتماعية تشاركية وبحقل مشترك من المعاني، وتهدف إلى تحديد أطر دراسة الثقافة في المجتمع المعاصر كمجال تحليل مهم على الصعيد المفهومي، ومناسب وراسخ على الصعيد النظري، وتدخل في مفهوم الثقافة سواء المعاني والقيم التي تظهر وتثير في الطبقات والمجموعات الاجتماعية، من خلال الممارسات الظاهرة التي من خلالها يتم التغيير عن المعاني والقيم. وتتجه الدراسات الثقافية نحو التخصص في نقطتين مختلفتين: أحدهما يعني بأعمال الإنتاج الإعلامي كنظام معقد من الممارسات المحددة لصناعة الثقافة وصورة الواقع الاجتماعي، والثاني يعني بدراسات حول استهلاك الإعلام الجماهيري كمكان للتفاوض بين ممارسات اتصالية شديدة التباين، المنطلق الأساسي للنظرية الثقافية هو دراسة الثقافة الجماهيرية مبرزة عناصرها الأنثروبولوجية الأكثر أهمية والعلاقة التي يتموضع في نطاقها المستهلك بالشيء المستهلك¹⁴. ومن مزايا هذا المنظور النقدي أنه: يعطي إطاراً أشمل لدراسة وسائل وأنظمة الاتصال كما يربطها بالتكوين الاجتماعي وحركة التفاعل الاقتصادي السوسيوثقافي في المجتمعات المختلفة ولا شك أنه يعطي مؤشرات لدراسة حركة الإنتاج الثقافي وتأثيرها في ضوء الاحتياجات الفعلية للجمهور المتلقي¹⁵. وتنتج النظريات النقدية إلى الفكر الماركسي وهي تمثل مدخلاً يطلق عليه المدخل الثقافي، كما تستمد هذه النظريات أفكارها من مدرسة فرانكفورت

الثقافة والتكنولوجيا عند رايموند ويليامز:

يرى رايموند أن التكنولوجيا المتقدمة يمكنها أن توزع ثقافة متدنية، لكن الثقافة المتقدمة يمكنها الاستمرار على مستوى متدن من التكنولوجيا؛ ذلك أن معظمها قد أنتج على هذا المستوى، ويحاول رايموند جاهداً أن يوضح حالة الحتمية التكنولوجية والتشاؤمية الثقافية التي تسيطر على بعض المثقفين عند الحديث عن تكنولوجيا جديدة حين يذكر أن الموقف الحقيقي ليس موقف حتم تكنولوجي، حتى في أكثر صياغاته خفة، والإحساس ببعض التقنيات على أنه لا يمكن تجنبها أو إيقافها إنما هو ناتج عن التسويق الخفي والمعلن للمصالح المرتبطة بها، أما في الممارسة فإن ما يعزز هذا الإحساس بقوة هو لون من التشاؤم الثقافي بين أناس مختلفين، وللتشاؤم الثقافي جذور عميقة، والحجج المتعلقة بالتكنولوجيات هي مستوى أول فقط، ولكننا يجب أن نواجهها مباشرة للوهلة الأولى ثمة نبوءات كئيبة قائمة ببساطة، على إثارة التعصب ضد الآلية، فالصحف والمجلات الرخيصة والسينما والراديو والتلفزيون والكتب ذات الأغلفة الورقية والكابلات والأقمار الصناعية، تم الإعلان عن كل مرحلة منها باعتبارها كارثة ثقافية وشيكة، برغم وجود مراحل أخرى من الاستقرار تم فيها استيعاب التقنيات التي كانت مبتكرة فيما سبق والمعادلة الكامنة وراء هذا اللون من الاعتراض هي المعارضة بين "ثقافة الأقلية" ووسائل الاتصال "الجماهيرية" والتي بدأت وتطورت في كل مرحلة من مراحل التكنولوجيات الثقافية الجديدة¹⁶. وعند دراسة الاتصال الجماهيري لا يجوز أن نقتصر على تحليل الخطابات والصور المبتوثة، يتوجب على دراسة مكتملة أن تولي العناية نفسها، إذ لم تكن عناية أكبر لما يصنع المستهلكون بما يستهلكونه، إنهم لا يستوعبون سلبياً البرامج المبتوثة، إنهم يملكونها ويعيدون تأويلها بحسب الأنواع الثقافية الخاصة لمنطقهم¹⁷.

ثالثاً: مدخل الحتمية التكنولوجية Technological Determinism.

أسس هذا المدخل عالم الاتصال الكندي "Herbert Marshall McLuhan" وهي ترى بأن التطورات التكنولوجية المحور المركزي لتقدم وتغير المجتمع ومن هنا ينطلق مفهوم الحتمية التي تعني "اعتماد متغير واحد من دون المتغيرات الأخرى في تفسير الظواهر، كأن يفسر تطور المجتمع على أساس الصناعة فقط، فتكون حتمية تكنولوجية، أو يفسر على أساس الحركة الاجتماعية فتكون حتمية اجتماعية وهكذا وتخص الحتمية الإعلامية على اعتبار تكنولوجيا وسائل الاتصال هي المتغير الأساسي في تفسير أليات التطور الاجتماعي"¹⁸.

ويؤكد McLuhan علي أنه لا يمكن النظر لمضامين وسائل الإعلام بشكل مستقل عن وسائل الاتصال التكنولوجية التي تنقلها، "إذ كتب يقول أن تأثيرات التكنولوجيا لا تحدث على مستوى الآراء والمفاهيم ولكنها تُغير مستويات الإحساس أو أنماط الإدراك بطريقة منتظمة وبدون مقاومة...وقد حاول الباحثون اختبار صحة بعض أفكار ومقولات McLuhan..حيث خلص Manheim إلى أن الاعتماد على التلفزيون في الحصول على المعلومات السياسية أدى إلى انخفاض قدرة الأفراد العقلية على أداء العمليات العقلية المعقدة اللازمة لمعالجة هذه المعلومات"¹⁹.

حيث يذكر McLuhan في كتابه "Man Understanding Media: The Extensions of" أن وسائل الإعلام التكنولوجية مثل الموارد الطبيعية: قطن، فحم، نפט، إذا كان الاعتماد الاقتصادي للمجتمع على واحد من هذه الموارد فقط، فسينعكس ذلك على طبيعة الأنماط الاجتماعية لديهم، وكذلك الاعتماد على وسيلة إعلامية معينة فإنه سيؤثر حتماً على الحياة النفسية للمجتمع ويخلق لهم سمة ثقافية فريدة"²⁰.

ومن الموضوعات التي يثيرها الباحثون في الحتمية التكنولوجية، إشكالية لا تكف عن التوسع حول وضع المعرفة والسيرورة التي تمس أنماط التفكير، ومعالجة الإعلام في عصر رقمنة العلامة والتحالف الجديد بين الصوت والصورة والنص، تشهد على ذلك مقارنة الباحث بيار ليفي (Pierre Levy) الذي راهن على بروز أشكال جديدة للكتابة تتطوّر "المرونة الرقمية"، ووضع أماله في ميلاد "ذكاء جماعي" بفضل الطرق السيارة للمعلومات"²¹.

ومن هنا تؤكد الحتمية التكنولوجية على أنه وبدون السعي لفهم الأساليب التي تعمل بمقتضاها وسائل الإعلام فلن نستطيع أن نفهم التغيرات الثقافية التي تطرأ على المجتمعات.

بني McLuhan الحتمية التكنولوجية على عدة فرضيات:

أ- وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الإنسان.

البشر الطبيعيون يستخدمون حواسهم الخمسة وهي الشم واللمس والسمع والرؤية والتذوق، ويشير مفهوم مستويات الحواس إلى توازن الحواس البشرية، ولكن التكنولوجيا خاصة تكنولوجيا وسائل الإعلام دفعت الناس إلى التركيز على حاسة واحدة على حساب الحواس الأخرى"²². فقد اعتبر McLuhan أن اكتشاف الكتابة يعتبر ثورة الاتصال الأولى، إذ أوجدت هذه الثورة اللغة المكتوبة وسمحت بالتدوين، وهو أحد شروط التطور، وحدثت ثورة الاتصال الثانية بعد اكتشاف غوتنبرغ المطبعة، وأدت هذه الثورة إلى انتقال المجتمع من مرحلة الاتصال الشفوي إلى الاتصال المكتوب، واعتبر McLuhan أن ثورة الاتصال الثالثة ارتبطت باكتشاف الحاسوب والتي نقلت المجتمع إلى مرحلة الاتصال التفاعلي، أما اكتشاف الإذاعة والتلفزيون فهي امتداد لسمع الإنسان وبصره"²³، فكاميرا التلفزيون تمد أعيننا، والميكروفون يمد أسمعنا، والآلات الحاسبة توفر الجهد العقلي وتؤدي إلى امتداد الوعي"²⁴.

ب- الوسيلة هي الرسالة The Medium is The Message.

وتعني أن المحتوى من أي وسيلة هو وسيلة أخرى، فمضمون الكتابة الكلام، كما أن الكلمة المكتوبة هي محتوى الطباعة، والطباعة مضمون التلغراف، فإن قيل: (ما هو مضمون الكلام؟)، فمن الضروري القول: (هو فعلياً

عملية التفكير، والتي تعتبر في ذاتها عملية غير لفظية)، وتبعاً لهذه الفكرة نجد أن الرسم التجريدي يمثل مظهراً مباشراً لعمليات التفكير الإبداعي؛ ذلك لأنه قد يظهر كمحتوى في تصاميم الكمبيوتر، على عكس المصباح الكهربائي الذي يمثل وسيلة لكن بدون رسالة أو محتوى واضح، أي لا يتمظهر خلال وسيلة أخرى مثل التلفاز الذي يحتوي على برامج، أو الصحيفة التي تحتوي على مقالات.

ومن أجل توضيح مقولة (الوسيلة هي الرسالة) وكون رسالة أي وسيلة هي ما تصنعه من تغيير في أنماط وشؤون حياة مستقبلهم، يضرب McLuhan مثلاً بسكة الحديد وذلك حين أكد على أن سكة الحديد لم تُدخِل فكرة النقل أو العجلات إلى المجتمع البشري إنما قدمت أسلوب حياة جديد يعتمد على توسيع نطاق مهام البشرية وإنشاء أنواع جديدة تماماً من المدن²⁵. ومن هنا يرى McLuhan أن مضمون الاتصال لا يرتبط بعملية التأثير إنما بالوسائل السائدة في ذلك العصر والتي تصنع فرقاً في حياة الناس.

ويشير McLuhan إلى أن لكل وسيلة جمهور من الناس الذي يفوق حجم لهذه الوسيلة اهتمامهم بمضمونها، بمعنى آخر... التلفزيون كوسيلة هو محور لاهتمام كبير، كما يحب الناس القراءة من أجل الاستمتاع بتجربة المطبوع، فإنهم يحبون التلفزيون بسبب الشاشة التي تعرض الصور والصوت والحركة والألوان، ويقترح McLuhan أن بناء الوسيلة ذاتها مسئول عن نواحي القصور فيها، ومسئول عن مقدرتها في توصيل المضمون، فهناك مثلاً، وسيلة أفضل من وسيلة أخرى في إثارة تجربة معينة، فمثلاً مشاهدة مباراة كرة القدم أفضل في التلفزيون عنها في الراديو أو الجريدة²⁶.

ج- وسائل الاتصال الساخنة ووسائل الاتصال الباردة.

قدم McLuhan توصيف لبناء وسيلة الاتصال أو التجربة التي يتم نقلها ومدى تفاعل الجمهور معها، فالوسيلة الساخنة هي الوسيلة التي لا تحافظ على التوازن في استخدام الحواس أو الوسيلة التي تقدم المعنى مصنوعاً جاهزاً إلى حد ما، مما يقلل احتياج الفرد للخيال لكي يكون صورة للواقع في العلاقات التي تقدم إليه، أما الوسيلة الباردة فهي الوسيلة التي تحتاج إلى أن تحافظ على التوازن بين الحواس، وتحتاج لقدرة كبير من الخيال، فالوسيلة الساخنة على درجة عالية من الوضوح والفردية كالصحافة، على عكس التلفزيون الوسيلة الباردة التي تحمل معلومات أقل وصور غير واضحة؛ لذلك يضطر المتفرج إلى أن يملأ المساحات التي يشاهدها بالعقل²⁷.

ومن المثير للاهتمام أنه يمكن النظر إلى التجارب التي تجري عبر الإنترنت باعتبارها "ساخنة" لأن ما يُعرض على الشاشة من مادة غريبة ومذهلة على نحو متزايد لا يترك شيئاً للخيال، وتُعد كذلك "باردة" أيضاً حيث أن جاذبيتها الضخمة تأتي من التجربة التفاعلية المبنية على المشاركة التي تقدمها، أن وسط التقنيات الرقمية تحديداً، أي الشاشة نفسها وما يكمن وراءها، قد يوجه الآن عمليات تفكيرنا في اتجاه غير مسبوق، أن الفرق المادي بين الشاشة والكتاب، وتوافر النص التشعبي، والفرصة لأداء مهام متعددة أو الانخراط في أنظمة لتدريب العقل لها جميعاً تأثير محتمل غير مسبوق في أساليب التفكير.

الثقافة في مواقع التواصل الاجتماعي:

أولاً: مفهوم الثقافة

تعد دراسات الأنثروبولوجيا الثقافية من أقدم العلوم التي تناولت مفهوم الثقافة وساهمت في تكوين الفكرة الأولية عن طبيعة حدودها ومجالاتها، فهي ذلك العلم الذي يهتم بدراسة الثقافة الإنسانية، ويعنى بدراسة أساليب

حياة الإنسان وسلوكياته النابعة من ثقافته، حيث تهدف إلى فهم الظاهرة الثقافية وتحديد عناصرها، وتُفسر بالتالي المراحل التطورية لثقافة معينة في مجتمع معين²⁸.

ويُعرف عالما الأنثروبولوجيا Calhoun و Kroeber الثقافة بأنها: "أنماط مستترة أو ظاهرة من السلوك المكتسب والمنقول عن طريق الرموز، فضلاً عن الإنجازات المتميزة للجماعات الإنسانية"²⁹.

بينما يعد تعريف العالم البريطاني Edward Burnett Tylor من أهم التعريفات التي قُدمت إذ عرف الثقافة بأنها: "هي ذلك الكل المعقد (أو المركب) الذي يتضمن المعرفة، والعقيدة، والفن، والأخلاق، والقانون، والعادة، وكل المقومات الأخرى التي يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع"³⁰، وبحسب تعبير Tylor فإن الثقافة مفهوم مرتبط بالمجتمع؛ لذلك قدم علماء الاجتماع تحليلات تتناول الثقافة كنظرية في السلوك إذ يعرفها عالم الاجتماع الجزائري مالك بن نبي على أنها: "مجموعة من الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية، التي تؤثر في الفرد منذ ولادته، وتصبح لا شعورياً العلاقة التي تربط سلوكه بأسلوب الحياة في الوسط الذي ولد فيه"³¹.

وإذا كان علم الاجتماع يدرس ثقافة العلاقات بين الأفراد وفق مجموعة من التنظيمات السائدة مثل شبكة العلاقات الأسرية أو شبكة الأصدقاء، فإن التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام خلق لنا شبكات حديثة وغير محدودة كشبكات التواصل الاجتماعي.

وهذا يربطنا بالدراسات الثقافية الإعلامية فقد نبه عالم الاتصال الشهير McQuail إلى أنه من غير الممكن إعطاء تعريف دقيق للثقافة لأن هذا المفهوم يشمل الكثير من المجالات، ولكن إذا كان من الضروري أن نستخرج السمات الأساسية لكل هذه الاستخدامات المختلفة فستكون: الثقافة عمل جماعي نشاركه مع الآخرين فليس هناك ثقافة فردية بحتة، كما يجب أن تكون الثقافة داخل إطار رمزي لغوي، والسمة الرئيسية والأهم هي أن الثقافة عملية اتصالية لا يمكن أن تنمو وتنجح دون وسائل الاتصال.

لذلك يرى McQuail أنه لا يمكن تجاوز البعد الثقافي في عملية دراسة الإعلام؛ فالثقافة لديه تعني الإنتاج الإبداعي عن طريق وسائل الإعلام، وقد تشير إلى سياق أعم، وهو العادات والتقاليد التي ترتبط بعملية إنتاج واستهلاك المحتوى الإعلامي، وفي بعض الأحيان يتسع إطارها ليشمل المعتقدات والأيدولوجيات الكبرى التي تحكم المجتمع وتحدد طريقة عمل وطبيعة المحتوى المقدم في وسائل الإعلام³².

ثانياً: المعلومات والمعرفة وعلاقتها بوسائل الإعلام

حدد خبراء علوم الاتصال والمعلومات عملية الاتصال بالمعادلة التالية:

بيانات ← معلومات ← معرفة ← حكمة

هذه الحلقة الرباعية متصلة ببعضها ببعض آخر، وتُعد المعلومات المرحلة الوسط بين البيانات والمعرفة، والتي بتوافقها تتحول إلى الحكمة... والمعلومات هي تمثيل للحقائق والمفاهيم والتعميمات بشكل معياري يناسب عملية الاتصال والمعالجة الآلية لتحويلها إلى معرفة، وإن المسيرة المعرفية للإنسانية، تكمن في طريقة التزود بالمعلومات وكيفية تحويلها إلى معرفة تناسب حاجات الإنسان ومصالحه³³.

وكثيراً ما يوصف عصرنا بأنه عصر المعلومات، وهو بالتأكيد كذلك، الإنترنت والاتصالات بأنواعها، من إعلامية إلى هاتفية إلى مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها، كل ذلك خلق أوضاعاً غير مسبوقه في تاريخ البشرية، وأتاح للجميع قدراً هائلاً من المعلومات التي يمكن الوصول إليها وتخزينها وتبويبها وإعادة إرسالها، إلى غير ذلك من سبل إدارتها والإفادة منها وتبعاً لقدرات الإنسان، وبالتالي المجتمع، تكون القدرة على فرز المعلومات واختبارها والإفادة منها، وكلما ارتفع المستوى، ازدادت القدرة النقدية في التعامل مع سيل المعلومات المتدفق من كل مكان، لهذا يرتفع معدل

التصديق لما يرد على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الفئات الأقل تعليماً، ويقبل لدى الفئات الأفضل تعليماً، لكن الجميع في حقيقة الأمر يواجه صعوبة الفرز نتيجة لعوامل كثيرة، منها كثرة المعلومات وما تحمله من إغراءات القبول نتيجة غياب البديل أو ضعفه أو صعوبة الوصول إليه، وقد وجدت المعرفة الوهمية في مواقع التواصل الاجتماعي تربة خصبة وغير مسبوقه في سرعة التوصيل³⁴، ومن المهم التأكيد على أن المعلومة ليست المعرفة، بل إنها لا تُفني بالضرورة إليها، أي لا تتطور لتصير معرفة، المعرفة شيء آخر قد تتطور إليه المعلومات وقد لا تتطور، ويعني هذه أنه المعلومة أكثر أساسية من المعرفة لكنها ليست أكثر أهمية منها، بلا معلومة يستحيل تصور المعرفة، المعلومات كلمات والمعرفة نصوص³⁵.

وعليه فإن الاكتفاء مثلاً بقراءة مجموعة من التدوينات المصغرة التي تُنشر على مواقع مثل Twitter أو Facebook حول نظرية التطور، قد يدفع بالجمهور إلى تبني وجهة نظر مغلوبة حول هذه القضية العلمية؛ بناءً على ما تلقوه من معلومات صيغت بشكل مُبسط أخل بمعناها، بينما لو اتجه الجمهور للكتب والمقالات العلمية التي تتناول الموضوع بشكل علمي ومُثبت لكانت آرائهم واتجاهاتهم أكثر منطقية ومبنية على أسس موضوعية لا تتأثر باتجاه مدون أو مغرد، ومن هنا يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي تشكل وسيلة ذات طابع خاص يحكم عملية إنتاج المحتوى المعرفي، وانعكاساتها الثقافية على الجمهور تتمثل في جوانب عديدة مثل قدراتهم الذهنية والإدراكية ومختلف أنماط سلوكهم، حيث تبدلت أساليب ابتكارنا للمعرفة وتواصلنا، ونشأت بهذا ثقافة ندعوها بـ"الثقافة الشبكية" أو "ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي".

ثالثاً: ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي

تمت دراسة هذه الثقافة وفقاً للعديد من الأبعاد، ما بعد الثقافة، ما بعد المادية، وما بعد الحداثة، ومن الملاحظات البارزة على هذه الثقافة هو هدمها للجدار الحاجز بين ثقافة النخبة الرفيعة والحياة اليومية للأفراد، وكذلك ترقية منتجات الترفيه إلى مرتبة الثقافة.

وتناسب ذلك مع ظهور جيل من المثقفين الجدد -ناشطوا شبكات النت- حيث تأتي أبرز ممارساتهم كونهم يختصرون ويضغطون تجارب وأفكار من سبقوهم، فيطرحون بدورهم مفهوماً جديداً للثقافة ينقلها من ردة الفعل إلى الفعل...، فإن كانت الرقابة تقوض وظيفة الإعلام فإن (الواقع الافتراضي)، يجعل لكل ناشط منبره، وهؤلاء الأفراد الذين يميزون الجمهور الجديد: بينهم من يسوق لأعراف المجتمع وآخرون خارجون عن قيوده...وعليه فإنه أياً كانت اتجاهات ما بعد الثقافة من الفردية الذكية حتى الاعتزالية هي حالة فوق الثقافة والمجتمع، يتسارع تشكيلها وانتشارها، وتنبع أهميتها من أنها مسؤولة عن التخفيف من حدة استبداد المجتمع عبر مواجهته بذكائته. لأن وجود الواقع الفضائي (مواقع التواصل الاجتماعي) جعل من الممكن إزاحة المجتمع كوسيط بين الفرد والدولة في الواقع الأرضي³⁶.

وتبعاً لهذا نجد أن ثقافة هذا الجيل لا تهتم بالقضايا الأساسية للأمن المادي (توفير المأكل والمشرب والسكن) بقدر ما تهتم بالقيم ما بعد المادية التي تُعد الأمن المادي الأساس من المسلمات؛ إذ أن هذا الجيل يولي اهتماماً أكبر لـ"نوعية الحياة" و "تحقيق الذات" على حساب الأمن المادي، وبذلك تشمل القيم لما بعد مادية على المساواة بين الجنسين "عوض الأدوار الأسرية التقليدية" والعالمية "عوض الهوية القومية"، والتسامح بإزاء التنوع، والعلمانية وحرية التعبير "عوض السلطة الدينية"، والديمقراطية التشاركية "كبديل من الاذعان والبيروقراطية"... وبشكل عام، تشير الأدلة إلى أن الثقافة الإلكترونية تتعاطف مع قيم الانفتاح والحرية والتسامح على الصعيدين الاجتماعي والاقتصادي، الأمر الذي قد يعكس الأخلاق الأوسع لـ"الفردانية" فضلاً عن تكريس عقلية "دعه يعمل، دعه يمر"³⁷.

حيث تعمل هذه العبارة التي اخترعها فرانسوا كيسي (Francois Quesnay) على تأكيد أهمية وسائل الاتصال كحامل للتقدم ورمز لقوة الفكر، والتي تعتبر أن التبادل يملك قوة إبداعية³⁸.

أما التحليل ما بعد الحدائي لتكنولوجيا الواقع الافتراضي وتطبيقاتها الاتصالية فيقدم رؤية نقدية لمناخ ثقافي تعتمد فيه تكنولوجيا الواقع الافتراضي على شاشات خاصة وأجهزة استشعار متصلة بأجزاء من الجسم يتم بمقتضاها نقل بيئة افتراضية من الشاشات إلى المستخدم، وهي نوع من المحاكاة ينتجها الكمبيوتر حسابياً، وتخلق حركات المستخدم في هذه البيئة الافتراضية شعوراً كما لو أنه في عالم حقيقي، تتعمق فيه الذاتية المعتمدة على الخيال التي تساعد على تفكك المجتمع وتشظيه من ناحية، وعلى نفي العقلاني من جهة أخرى³⁹.

رابعاً: تحولات الخطاب الثقافي في مواقع التواصل الاجتماعي

يتشكل في مواقع التواصل الاجتماعي أسلوب مختلف من الخطاب الثقافي، وفي هذا الإطار يُنظر إلى حوارات المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي بأنها تتسم بغياب الحوار العقلاني الرصين القائم على تبادل الحجج والإنصات للآخر وعلى الرغبة الجماعية للبحث عن معايير مشتركة تنبع من الجدل، بل أنه من الصعب أصلاً أن نتحدث عن حوار يهدف إلى الوصول إلى اتفاق، فالتونسيون (كمثال) يتحاورون على موقع Facebook مع من يشاطرونهم الرأي في إطار مجموعات منسجمة فكرياً⁴⁰ ولكن لا يمكن تعميم ذلك أو أن نستخلص أن التفاعل في الفضاء الافتراضي محكوم عليه بالفشل وسوء التفاهم⁴⁰.

فيما يشار إلى أن "ثقافة (Twitter) أعطت انطبعا لكثير من الناس بأنه كاف لهم، لأنهم باتوا قادرين على خوض أي نقاش مع أي متخصص وهذا ما جعل اللغة المستعملة في (Twitter) لغة التعاليم. وهي مفارقة مهمة، فمع أن الأغلبية في (Twitter) يظنون أنهم أصبحوا أكثر بعدا عن التلقين إلا أن اللغة المستعملة تبدو في جوهرها تكرسا للأفكار السطحية والسريعة والمباشرة والبعيدة عن أي عمق، دخلت في (Twitter) في نقاشات مع كثير من الشباب حول قضايا فكرية عديدة ومتنوعة، كما يفعل الكثيرون مثلي، ومن الملاحظ أن ثمة مجموعة ليست بالقليلة، تكونت ثقافيا في (Twitter)، إنها ليست على صلة بالكتب أبدا، قد تقرأ كتابين أو ثلاثة أو عشرة، لكن ذلك لا يعني شيئا، إنها تملك اللياقة العالية لخوض نقاش عبر تغريدات لا تسع إلا لـ140 حرفا لساعات طويلة حول أي قضية، وتملك الجرأة النفسية والمعرفية لنسف أي رأي علمي وتكوين وتبني أي رأي جديد، من خلال هذه المعرفة التي تتلقاها من (Twitter)، بل هي تجعل هذه المواقع حاكمة على المعرفة في الكتب وليس العكس⁴¹.

ومن هنا يذكر عالم اللغويات تشومسكي أنه في هذه المواقع هناك نوع من تحويل الأفكار إلى شيء تافه، فالأشياء التي لا تستطيع اختصار قولها في تغريدة على موقع Twitter و بـ140 حرف ليس لها وجود، وأي فكرة مهمة حول أي موضوع تتطلب قدراً من التفكير والتركيز والكفاءة وتناول الموضوع من جوانب متعددة، كل هذا أصبح مستبعد في هذه البيئة الاتصالية.

ولا يمكن لنا عند دراسة الثقافة الشبكية أن نتجاوز تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي (YouTube، Snapchat، Instagram، Facebook، Twitter) من حيث أنها تغيير في قوانين صياغة الدلالة الثقافية وبالتالي تغيير في أسلوب التلقي والتأويل "ومن هنا ظهرت المعيارية (Standardization) في الدراسات النقدية والتي تعني قولية الثقافة في شكل بضائع متجانسة قابلة للاستهلاك العام، فالعناصر الثقافية التي لا تتوافق مع ما هو معياري تستثنى ولا تسوق بناءً على ذلك"⁴².

ومن أبرز السمات التي طرأت على الخطاب الثقافي عند دخوله حيز مواقع التواصل الاجتماعي هي ظهور نحوية جديدة تقوم على خمسة أسس هي:

1- إلغاء السياق الذهني للحدث.

2- السرعة للحظوية، التلوين التقني.

3- تفعيل النجومية وتحويل الحدث إلى نجومية ملونة.

4- القابلية السريعة للنسيان (إلغاء الذاكرة)⁴³.

والمتابع لأشكال الرسائل الإعلامية التي تبث في مواقع التواصل الاجتماعي يلاحظ طغيان هذا الاتجاه والذي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بعملية التجزئة... ويساعد هذه الطابع الآني اللحظي على تزايد القوة التضليلية... ذلك أن المادة الإعلامية سريعة الزوال، لا تخلف ورائها أي بنية باقية أو ثابتة... واستخدام النظام الاجتماعي الحالي للوسائل التقنية للاتصال السريع أدى إلى التشويش على المعنى واستئصاله في الوقت الذي يزعم فيه أن هذه السرعة تعزز الفهم والاستنارة⁴⁴، وبلا شك أن إلغاء السياق الذهني والتاريخي للمعلومات التي تطرح في مواقع التواصل الاجتماعي يخلق لنا نوع من الثقافة السريعة البعيدة عن العمق والمضادة للمعرفة.

وكذلك ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في صناعة التغير الثقافي وذلك بتحويله من ثقافة النص إلى ثقافة الصورة... وهذا يجعل فعل الاستقبال سريعاً من جهة وفردياً من جهة ثانية، فلقد صار الإنسان اليوم في مواجهة مباشرة وفردية وتلقائية مع العالم عبر الشاشة الصغيرة، وفي مقابل هذه الفردية والتلقائية فإن الصورة لا تستقر على حال وبما إنها سريعة ومتجددة فإنها قد صارت عاجزة عن الثبات، على عكس ما كانت عليه الثقافات التقليدية المعتمدة على الكلمة المكتوبة، حيث تثبت الفكرة ربما لقرون وليس لسنوات فحسب⁴⁵.

وهذا ما لاحظه مطاع صفدي وحدده بأنه التحول من سيميولوجيا* المفاهيم والتطورات إلى سيميولوجيا الأشياء من خلال تحديد مستلزمات الاستفادة من منتجات التكنولوجيا فيقول: "أن التراكم النهائي للأدوات فرضت شبكة علاقات وأنماط سلوكية وعادات جماعية ومفاهيم وتصورات مرتبطة جميعها بسيميولوجيا صور ورموز لعالم جديد مستقل تماماً عن التصورات الثقافية السابقة للإنسان"⁴⁶.

ففي دراسة أجريت باستخدام أسلوب التحليل السيميولوجي على محتوى مواقع التواصل الاجتماعي توصل الباحث إلى أن البنية الأساسية للرموز غير اللفظية هي بنية (تجسيد المجرد وغير المرئي وغير الملموس أو المحسوس) بعامل يرتبط بسياق إنتاج الرسالة الاتصالية عبر مواقع التواصل، فإنتاج تلك الرسائل عامل يرتبط بالطبيعة الاجتماعية والثقافية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي إذ يرى الباحث أن قصور الطبقة المستخدمة لمواقع التواصل الاجتماعي - أن جاز تسميتهم بالطبقة- عن التعبير عن الأفكار والمشاعر المجردة عبر الاتصال اللفظي واللغة المكتوبة دفع هذه الطبقة إلى إيجاد بديل رمزي واضح وأكثر سلاسة وهو ما حدا بهم إلى اللجوء إلى الرموز غير اللفظية وتوظيفها في المواقف الاتصالية

*السيميولوجيا: وتعرف كذلك بالسيمياء والسيموطيقا وهي علم العلامات الذي يدرس من داخل الحياة الاجتماعية، ونستطيع أن نتصور علما يدرس حياة الرموز، والدلالات المتداولة في الوسط المجتمعي"، اهتمت السيميائية باللغة والصورة فاعتبر دي سوسير اللغة أنظمة رمزية، "وقسم العلامة إلى نوعين: العلامة المعرفية: وهي الكلمة، والعلامة الإيقونية: وهي الصورة، والعلامة ذات انعكاسات معرفية ودلالية ولا يمكن أن تكتسب دلالتها إلا من خلال التعارض والتقاطع مع علامات أخرى، "وبما أن لغة الإعلام هي نظام من الرموز اللفظية وغير اللفظية التي تستعمل في صياغة الخطاب الإعلامي فإنها تمثل العلامات الدالة في العملية الاتصالية، فالعلامة تستخدم من أجل نقل المعلومات، ومن أجل قول شيء ما، يعرفه شخص ويريد أن يشاطره الأخر هذه المعرفة، وبذلك تكون جزء من سيرورة تواصلية من نوع: (مصدر- باث- قناة- إرسالية- مرسل إليه)، وتمثل هذه السيرورة التواصلية عناصر العملية الاتصالية: (مرسل- رسالة- وسيلة- متلقي- رجع الصدى) وبذلك تكون عملية تحرير الرسالة الإعلامية هو استعمال منظم للعلامات السيميائية في عملية اتصال جماهيرية متكاملة الأطراف.

لإنتاج المعنى. كما يمكن القول أن التعامل مع المجرّد اللامتجسد واللامتعين عبر الرموز اللفظية واللغة المكتوبة أمر كان يرتبط بالطبقات الاجتماعية الأعلى ثقافة - وليس تعليمياً بالضرورة-⁴⁷.

2-الإطار الميداني للدراسة:

2-1- نوع ومنهج وأداة الدراسة:

تنتهي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهدف إلى وصف خصائص مجتمع معين أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنه دون التدخل في أسبابها أو التحكم فيها⁴⁸، حيث تسعى هذه الدراسة إلى وصف تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أنماط التحصيل الثقافي عند الشباب السعودي.

أما من حيث منهج الدراسة فقد اعتمدت الدراسة بشكل أساسي على منهج المسح الإعلامي الذي يعد أحد الأساليب الوصفية القادرة على دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة ما بهدف الحصول على معلومات وافية عنها، ويعد أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد واتجاهاتهم⁴⁹، ومن خلال منهج المسح اعتمدت الدراسة على أسلوب المسح بالعينة.

ومن حيث أداة الدراسة فقد تم توظيف الاستقصاء (Questionnaire) والذي يعرف بأنه "أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية، ومقننة، لتقديم حقائق أو آراء، أو أفكار معينة، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع البحث أو الدراسة وأهدافها، دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات"⁵⁰ وتم تصميم استمارة استقصاء إلكترونية.

• اختبار الصدق:

للتأكد من صدق الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق تم عرضها على مجموعة من المحكمين تتكون من سبعة مختصين (أنظر الملحق رقم 1)، وقد تم إجراء بعض التعديلات بناء على آرائهم واقتراحاتهم، بحيث أصبحت تقيس بالفعل ما صممت لقياسه وتحقق أهداف الدراسة.

• اختبار الثبات:

تم إجراء اختبار الثبات للتأكد من ثبات الاستمارة عن طريق إعادة الاختبار بعد أسبوع من نشر الاستمارة على عينة من المبحوثين قوامها (70) مفردة بنسبة 10% من إجمالي حجم العينة البالغ عددها (700) مفردة، وقد بلغت نسبة الثبات 94%، وهذا مما يؤكد صلاحيتها.

2-2-مجتمع وعينة الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة في الشباب السعودي من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية في المستويات الدراسية والعمرية المختلفة، أما من حيث العينة فقد قامت الباحثة باختيار عينة عمدية (متاحة) من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب السعودي، حيث بلغت العينة 700 مفردة من المستويات العمرية والتعليمية المختلفة، والتي تتراوح أعمارهم من 18- 45 سنة.

توصيف عينة الدراسة الميدانية

جدول رقم (1) توصيف عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات		ك	%
النوع	ذكر	296	42.3
	أنثى	404	57.7
الإجمالي		700	100
السن	25-18	370	53.1
	35-26	217	31.1
	45-36	110	15.8
الإجمالي		700	100
المستوى التعليمي	مؤهل متوسط	2	0.3
	مؤهل ثانوي	77	11
	مؤهل جامعي	509	72.7
	دراسات عليا	112	16
الإجمالي		700	100
مكان الإقامة	المنطقة الوسطى	285	40.7
	المنطقة الشرقية	78	11.1
	المنطقة الغربية	220	31.4
	المنطقة الجنوبية	57	8.1
	المنطقة الشمالية	44	6.3
	يقيم خارج المملكة	16	2.3
الإجمالي		700	100

توضح بيانات الجدول السابق المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة والتي سيتم توضيحها كالتالي: بحسب النوع تشكل الإناث النسبة الأكبر 57.7% بعدد 404، فيما يشكل الذكور ما نسبته 42.3%، احتلت الفئة العمرية من 25-18 أكثر من نصف العينة بنسبة 53.1% بعدد 370، وهذا يتناسب مع كون 58.5% من السكان في المملكة العربية السعودية تقل أعمارهم عن 30 سنة 51، تليها الفئة العمرية من 35-26 بنسبة 31.1% وأخيراً نسبة 15.8% من فئة 45-36، أما بالنسبة للمؤهل التعليمي فيشكل الشباب الجامعي الفئة الأكبر من عينة الدراسة وذلك بنسبة 72.7% وهذا يتوافق مع كون 84.2% من عينة الدراسة هم من الفئة العمرية بين 18-35، يليها فئة الدراسات العليا بنسبة 16%، فيما يمثل أصحاب الشهادات الثانوية 11%، ونسبة 2% جاء المستوى التعليمي المتوسط، ووفقاً لمكان الإقامة يقيم 40.7% بعدد 285 من عينة الدراسة في المنطقة الوسطى من المملكة العربية السعودية، فيما يقيم 31.4 بعدد 220 في المنطقة الغربية مشكلين بذلك المنطقتين الأكبر لأفراد العينة، يليهم بنسب قليلة ومتقاربة 11.1% من المنطقة الشرقية، و8.1% من المنطقة الجنوبية، و6.3% من المنطقة الشمالية، و2.3% يقيمون خارج المملكة.

3- عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية:

جدول رقم (2) يوضح معدل الوقت الذي تستغرقه عينة الدراسة في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي

معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
أقل من ساعة	17	2.4
من ساعة إلى أقل من 3 ساعات	154	22.0
من 3 ساعات إلى أقل من 5 ساعات	192	27.4
5 ساعات فأكثر	337	48.1
الإجمالي	700	100

يتضح من الجدول السابق أن ما يقارب من نصف العينة وبنسبة 48.1% يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي بمعدل خمس ساعات فأكثر في اليوم الواحد، ويأتي هذا المعدل المرتفع من المتابعة دليلاً على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الشاب السعودي والحيز الكبير الذي تشغله من جدولته اليومي، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة أسماء الذيب⁵²، حيث تبين أن الشباب السعودي من عينة دراستها وبنسبة 51% يتابعون موقع واحد فقط من مواقع التواصل الاجتماعي (Twitter) من بين ثلاث إلى خمس ساعات في اليوم الواحد، فيما يقضي 27.4% من عينة الدراسة من 3 ساعات إلى أقل من 5 ساعات، و22% يقضون من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات، فيما 2.4% 700 يقضون أقل من ساعة.

جدول رقم (2) يوضح ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي حسب أفضليتها من الناحية المعرفية عند عينة الدراسة

مواقع التواصل الاجتماعي حسب أفضليتها الناحية المعرفية (تقديم المعلومات والأفكار والنقاش حولها)					
ترتيب أول		ترتيب ثاني		ترتيب ثالث	
ك	%	ك	%	ك	%
95	13.6	141	20.1	201	28.7
507	72.4	108	15.4	43	6.1
191	27.3	208	29.7	161	23
22	3.1	35	5	89	12.7
191	27.3	177	25.3	147	21.0
24	3.4	31	4.4	100	14.3

يتضح من خلال الجدول السابق أن (Twitter) يأتي في المرتبة الأولى بنسبة 72.4%، وهذا النتيجة تتفق مع كونه الموقع الأكثر متابعة، وأيضاً مع طبيعة (Twitter) كموقع يجمع النخبة من مختلف المجالات الثقافية والإعلامية والدينية، ولكونه أصبح مقصداً لجميع الأطراف في المجتمع السعودي، فقصده الشباب في البدايات، ثم ما لبث أن لحق به قادة المجتمع من مثقفين ورجال السياسة والدين ومسؤولين حكوميين وإعلاميين، أيضاً يمكن تفسير هذه النتيجة بكون حرية التعبير التي أتاحتها (Twitter) ساعدت مستخدمي هذا المجتمع الافتراضي على مناقشة وتعديل أو تعزيز وجهات نظر معينة مع جمهور مختلف، مما يتيح الظهور لأنساق ثقافية حديثة تعيد تشكيل ذاتها بفضل مثل هذه المواقع وتدفع بالجمهور للمشاركة فيها كونه كمتلقي هو من ساهم في تشكيلها، يليه من حيث درجة التفضيل YouTube في الترتيب الثاني بنسبة 25.3%، ثم Snapchat في الترتيب الثالث بنسبة 23%، ثم Instagram، بينما جاءت باقي المواقع بنسب متضائلة في الأفضلية.

جدول رقم (3) يوضح نوعية المضامين التي تفضل عينه الدراسة متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي

نوع المضامين التي يتابعها الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
الاجتماعية	547	78.1
الترفيهية	481	68.7
الثقافية	510	72.9
علمية	448	64.0
ديني	314	44.9

يتضح من بيانات الجدول السابق أن المضامين الاجتماعية 78.1% هي الأعلى متابعة وهذه النتيجة تتفق مع دراسة محمد السويد⁵³ التي بينت أن الشؤون المحلية وقضايا المجتمع والشأن العام الأعلى تفضيلاً عند الشباب السعودي من عينة الدراسة.

كذلك يعتبر المضمون الثقافي من أهم المضامين التي يحرص أفراد العينة على متابعتها وبنسبة 72.9%، ويتفق هذا الاتجاه مع ما أورده تقرير المرصد الإحصائي للمحتوى الرقمي العربي على شبكة الإنترنت⁵⁴، بأن المحتوى الثقافي يحتل النسبة الأعلى بين الموضوعات التي تُطرح في مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أنها تختلف أيضاً مع ما جاء به دراسة السويد، حيث أظهرت أن الموضوعات الثقافية تحظى بمتابعة متوسطة؛ وقد يعود سبب الاختلاف إلى تباين العينة بين الدراستين فقد اقتصرت دراسة السويد على الطلاب الجامعيين الذكور من مدينة الرياض، بينما شملت عينة هذه الدراسة الإناث والذكور من مختلف مناطق المملكة، والمتابعة المرتفعة للمضامين الثقافية في موقع التواصل الاجتماعي (Twitter) تشير للدور الكبير الذي يلعبه في الساحة الثقافية وفي عملية إنتاج المحتوى الثقافي ونشره، ثم جاءت المضامين الترفيهية 68.7%، والعلمية 64.0%، فيما تأتي المضامين الدينية كأقل المضامين متابعة وذلك بنسبة 44.9% وفي العرض القادم نأتي لتفسير النسبة المتدنية لجمهور المضمون الديني في موقع التواصل الاجتماعي (Twitter)

جدول رقم (4) يوضح أكثر المصادر استخداماً لالتماس المعلومات من قبل أفراد العينة

المصادر	الكتاب المطبوع		الكتاب الإلكتروني		(Twitter)		المحاضرات والندوات		المجلات العلمية	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
الدينية	40.6	284	22.7	159	17.7	124	16.4	115	2.6	18
السياسية	7.4	52	6.6	46	81.9	573	2.1	15	2.0	14
الاجتماعية	4.6	32	9.3	65	80.9	566	4.0	28	1.3	9
العلمية	25.1	176	21.9	153	28.9	202	5.3	37	18.9	132
الثقافية	19.3	135	17.9	125	51.4	360	6.6	46	4.9	34
الأدبية	32.1	255	17.7	124	40.3	282	6.6	46	3.3	23
الاقتصادية	7.0	49	9.1	64	74.7	523	3.0	21	6.1	43
الفنية	4.3	30	9.6	67	78	546	3.1	22	5	35

يتضح من العرض السابق أن موقع التواصل الاجتماعي (Twitter) هو المصدر الأكثر استخداماً من حيث التماس الشباب السعودي، للمعلومات من خلاله.

جدول رقم (5) يوضح مدى تأثير مصادر المعرفة في تكوين ثقافة عينة الدراسة

لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		درجة الموافقة	المصادر
%	عدد	%	عدد	%	ك	%	ك	%	ك		
1.6	ك	4.6	ك	11.6	81	32.6	228	49.7	348		الكتاب المطبوع
4.1	29	9	63	20.4	143	38.7	271	27.7	194		الكتاب الإلكتروني
6.7	47	16	112	32.6	228	27.6	193	17.1	120		المجلات العلمية
1	7	3.7	26	12	84	33.9	237	49.4	346		(Twitter)
4.4	31	12.4	87	22.3	156	39.9	279	21	147		التلفزيون
7	49	13.4	94	28.3	198	34.3	240	17	119		المحاضرات العامة
17.1	120	19.4	136	31.1	218	22.1	155	10.1	71		الجرائد
4	28	4.9	34	16.4	115	32.9	230	41.9	293		الجامعة

يتضح من العرض السابق ارتفاع نسب موافقة أفراد العينة (أوافق بشدة، أوافق) على أن موقع التواصل الاجتماعي (Twitter) هو أكثر مصدر من مصادر المعرفة ساهم في تكوين ثقافتهم، وذلك بنسبة 83.3%، يليه الكتاب المطبوع بنسبة 82.3% (أوافق بشدة، أوافق)، ثم الجامعة بنسبة 74.8% (أوافق بشدة، أوافق)، ثم الكتاب الإلكتروني بنسبة 66.4% (أوافق بشدة، أوافق)، ثم التلفزيون بنسبة 60.9%، المحاضرات العامة 51.3%، المجلات 44.7%، الجرائد 32.2% وهي أقل المصادر تأثيراً.

يتضح من معطيات الدراسة تراجع عدد الكتب التي يقرأها أفراد العينة بعد دخولهم لمواقع التواصل

الاجتماعي.

وهذه النتيجة تتفق مع ما ذكره نصير بوعلي⁵⁵ بأن القراءة والمطالعة التقليدية قد تراجعت عند الشباب بعد ولوجهم للإعلام الجديد، حيث أظهرت العينة درجة موافقة عالية على أن موقع (Twitter) هو أكثر مصدر من مصادر المعرفة ساهم في تكوين ثقافتهم، متفوقاً في ذلك على الكتاب والجامعة والتلفزيون والمجلات العلمية والمحاضرات العامة والجرائد، وهو المرجع الأول لهم للتماس المعلومات الثقافية والسياسية والاجتماعية والعلمية والاقتصادية والفنية، وهذا يتفق أيضاً مع ما لاحظته صالح أبو أصعب⁵⁶ في دراسته حول وسائل الاتصال وثقافة الشباب بأن استخدام الوسائل الإلكترونية البصرية والسمعية يتقدم على المواد المطبوعة كالكتب والمجلات، وهو أيضاً ما أكدته أغلب الدراسات التي وظفت نظرية التماس المعلومات بأن تقنيات الاتصال الحديثة تصدر قائمة مصادر المعلومات.

إلا أن الموضوعات الدينية والأدبية كانت الاستثناء؛ حيث أظهرت النتائج أن أفراد العينة يعتمدون على الكتاب بشكله المطبوع الإلكتروني كمصدر معرفي يرجعون إليه للتماس المعلومات الخاصة بهذه الموضوعات، وهذه النتيجة تتفق ما أوضحه أبو أصعب⁵⁷، بأن الكتاب يبقى المصدر الأول للمعرفة الدينية بوصفها معرفة متخصصة يعتبرها القارئ ذات مصداقية، وأيضاً تتفق هذه النتيجة ما سبق ذكره بأن المضمون الديني هو أقل المضامين متابعه عند عينة الدراسة، أما المعلومات الأدبية فليس من المتوقع أن يكون التلفزيون أو الإنترنت وسيلة هامة ومنافسة في هذه المجال المعرفي؛ فالأدب يرتبط بالمادة المقروءة في المقام الأول.

ربما من المهم، أن نشير هنا، أن (قارئ) اليوم ليس لديه (ما يكفي من الوقت) كي يراجع الموسوعات والمؤلفات المطبوعة، وأن يجلس لبضع ساعات في البحث والقراءة، ومرد ذلك أن الفيديوهات القصيرة، وبمدد زمنية

لا تتجاوز الدقيقتين، أكثر قبولاً لديه، فهي لا تتطلب من المتلقي عناء القراءة المتواصلة لمقال أو تقرير أو حتى خبر، كما أنه يتضمن عاملاً مهماً، ومؤثراً يتعلق بالمشهد البصري والصور، الذي يعد أكثر تأثيراً من منتجات الكتابة المطبوعة، فيما تشكل التدوينات القصيرة على مواقع التواصل الاجتماعي محتوى للتفاعل السريع مع الجمهور المتلقي الذي يجد في هذه التدوينات متابعة حديثة وأنية ليوميته وما يدور في المجتمع من أحداث⁵⁸.

جدول رقم (6) يوضح اكتساب عينة الدراسة لسلوكيات ثقافية جديدة

قوة الاتجاه	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط	السلوكيات المكتسبة
0.27	34.32	1.22	3.54	اكتسبت عادة القراءة بعد دخولي لمواقع التواصل الاجتماعي.
0.33	31.71	1.16	3.65	متابعة الحسابات الثقافية في مواقع التواصل الاجتماعي زاد من اهتمامي بحضور المناسبات الثقافية و معارض الكتاب الدولية.
0.36	30.46	1.13	3.71	أتابع مختلف الآراء في مواقع التواصل الاجتماعي حتى التي لا أتفق معها.
0.08	42.14	1.34	3.17	قل عدد الكتب التي أقرأها سنوياً بعد دخولي لمواقع التواصل الاجتماعي
0.40	31.89	1.21	3.79	أفضل متابعة المحاضرات الثقافية على YouTube أكثر من حضورها شخصياً
0.06	41.20	1.28	3.11	أصبحت أفضل الكتب الإلكترونية أكثر بعد استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي.
-0.04	43.34	1.27	2.92	أساليب الحوار في مواقع التواصل الاجتماعي أضعفت من حساسيتي تجاه بعض المحظورات الثقافية كاللغة البذيئة
-0.21	45.98	1.19	2.58	المتابعة المستمرة للقضايا المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي حولت انتباهي إلى أمور ثانوية أشغلتني عن الاهتمام بعالمي الذاتي

يظهر من خلال معطيات الدراسة أن سلوكيات التحصيل الثقافي عند الشباب السعودي تأثرت نتيجة استخدامه لموقع التواصل الاجتماعي (Twitter)، وذلك من عدة أوجه، حيث أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية أفراد العينة اكتسبوا عادة القراءة بعد استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي (Twitter)، وهذه أمر إيجابي يشير إلى الدور الكبير الذي يمكن أن تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تشجيع الجمهور على القراءة، وهي بذلك تشكل رافداً مهماً من روافد تعزيز القراءة حين تتيح فرصة التعليق والنقاش حول محتوى الكتب بين المهتمين مما يساهم في استقطاب المزيد من القراء.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الجمهور سابقاً وخاصة الشباب كان يتعرض لوسائل الإعلام التقليدية مثل التلفاز والإذاعة وهذه الوسائل لا تملك من أدوات التفاعلية ما يدفع بهم للمشاركة والتأثر، كما أن طبيعة محتواها يعتمد على الصوت والصورة والفيديو ويغيب فيه النص، أما الصحافة فجمهور خطاها الثقافي محدود ولا تهدف لترويج المعرفة للجميع.

على عكس مواقع التواصل الاجتماعي التي أتت بالمنقف ووضعت وسط الجمهور؛ لينشر انتاجه العلمي دون حواجز أو قيود تمنع التحوار معه، وبما أن الثقافة تتم كعملية اتصالية فإن تحولات البيئة الاتصالية التي أنتجتها مواقع التواصل الاجتماعية ساهمت في ديمقراطية المعرفة، وهو ما نتج عنه زيادة نسبة القراء لأنه أصبح لكل الحق في إنتاج المحتوى والنقد.

وفيما قد يبدو كتناقض بين نتيجتي اكتساب عادة القراءة وتقلص عدد الكتب التي يقرأها أفراد العينة بعد استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي (Twitter)، فمن الممكن تفسير هذا الأمر بأنه اختلاف في نوعية القراءة، فكما ذكر سابقاً أن وسائل الإعلام التقليدية وخاصة التلفاز تفتقر للمحتوى النصي، لذلك لم يكن للإعلام دور كبير في التشجيع على القراءة، ولكن مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي مثل (Facebook) و (Twitter) وكذلك المدونات والمنتديات، هذه الوسائل هي التي شجعت الجمهور على إنتاج النصوص ونشرها واكتساب عادة القراءة. لكن الذي اختلف عن السابق هو نوعية القراءة من القراءة العميقة للكتب للقراءة السريعة وهو ما أكدته سوزان غرينفيلد⁵⁹، من أن التعرض المستمر للمحتوى الإلكتروني شكل سلوك قرائي جديد يتميز بقضاء مزيد من الوقت في التصفح والقراءة السريعة، واكتشاف الكلمات الرئيسية، والقراءة لمرة واحدة، والقراءة غير الخطية، والقراءة بصورة أكثر انتقائية، في حين يقل الوقت الذي يُقضى في القراءة المتعمقة والقراءة المركزة.

ومن معطيات الدراسة يتبين أن أقل من نصف العينة أصبحوا يفضلون الكتاب الإلكتروني أكثر بعد استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي (Twitter)، وهذه المسألة تحتاج المزيد من الاستيضاح؛ ذلك لأن الدراسات والتقارير تحمل بيانات متباينة حول واقع استخدام الكتاب الإلكتروني، وأهمها أكثر تفضيلاً، "في كل عام تصدر تقارير تتنبأ بأن الكتاب الإلكتروني سيزيح الكتاب الورقي من عرش سوق النشر خلال سنوات قليلة، وعلى سبيل المثال، فإن موقع Bookboon.com المتخصص في النشر الإلكتروني أجرى مسحاً واسعاً بين عامي 2012 و2013 شارك فيه 40 ألف شخص من 13 دولة مختلفة، 75% منهم أكدوا أنهم سيقروون كتباً إلكترونية مع حلول عام 2015، وها نحن نقرب من نهاية 2017 ولم يحدث ذلك، ولم يقترب الكتاب الإلكتروني أصلاً من الاستحواذ على 40% من سوق الكتب بعد، ففي أكبر أسواق النشر الإلكتروني (أمريكا تليها إنجلترا) لم تبلغ تلك النسبة أكثر من 38% من سوق الكتب، وفي دول أوروبية أخرى مثل فرنسا وإسبانيا وإيطاليا وألمانيا والسويد لم تتجاوز نسبة الإقبال على الكتاب الإلكتروني أكثر من 20%، وفي اليابان لم تتجاوز 15%، أما القارئ الصيني والهندي فقرر ألا يمنح الكتب الإلكترونية أكثر من 3% من اهتمامه!"⁶⁰.

بل ربما يكون هذا الفضاء الواسع عاملاً إيجابياً يضيف إلى أهمية وانتشار الكتاب المطبوع، إلى جانب أن مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها ملايين المشتركين وفرت وسيلة مجانية للدعاية لم تكن متاحة من قبل⁶¹، حيث دعا الناشرون العرب لأنشاء آلية لتحويل الكتب الورقية إلى إلكترونية وفق معايير وضوابط متفق عليها، والاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق وتوزيع الكتب⁶²، ذلك لأن كلا الشكلين المطبوع والإلكتروني يصنع تجربة قرائية مختلفة ولكل منهما إيجابيات وسلبيات، وهذه النتيجة تتفق مع ما طرحته Naomi 63Baron التي ذكرت أن من سلبيات الكتاب المطبوع التكلفة المرتفعة، ولكن من إيجابياته خلق جو قرائي يدعم التركيز والفهم، على عكس الكتاب الإلكتروني الذي يتمتع بسهولة الوصول وانخفاض التكلفة ولكن القراءة من الشاشة تضعف التركيز وتدعم تشتت الاهتمام.

كما أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية عينة الدراسة زاد اهتمامهم بحضور المناسبات الثقافية ومعارض الكتاب بعد متابعتهم للحسابات الثقافية في موقع التواصل الاجتماعي (Twitter)، وهو الملاحظ حيث زاد عدد حضور معرض الكتاب الدولي بالرياض 8% عن العام الماضي، نسبة الذكور منهم 44.8%، والإناث 55.2%، بمبيعات تجاوزت

72 مليون ريال، بزيادة 20% عن العام الماضي⁶⁴، وهذه أيضاً من السلوكيات الثقافية الإيجابية التي صنعتها مواقع التواصل الاجتماعي عند الشباب السعودي.

ومن معطيات الدراسة يتضح أن غالبية أفراد العينة تتابع مختلف الآراء التي تُطرح في موقع التواصل الاجتماعي (Twitter) حتى تلك التي يختلفون معها، ويتناقشون في مختلف القضايا مثل قضايا الصراع السياسي في المنطقة وقضايا تمكين المرأة وقضايا التنمية وقضايا الجماعات الدينية المتطرفة والقضايا الحقوقية، ومن المعلوم أن هذا القضايا جدلية يتناولها الأفراد من زوايا وأيدولوجيات مختلفة، إلا أن هذا الاختلاف لم يجعلهم يحجمون عن المشاركة، ويمكن تفسير هذه المرونة الثقافية التي أظهرتها عينة الدراسة بالأمر الإيجابي، وهو يأتي كرد على النظرة السلبية تجاه الحوارات التي تتم في مواقع التواصل الاجتماعي، إذ لظالما كان هناك انتقادات شديدة للتعصب الذي يظهر في حوارات المستخدمين السعوديين في مواقع التواصل الاجتماعي، وقد يكون ذلك صحيح في فترة سابقة أي مع بداية ولوجهم لهذا الفضاء الإلكتروني، وهو تحول طبيعي يرافق الانتقال من مجتمع محدود ومتماثل إلى مجتمع افتراضي حر لا يعترف بالحدود أو المحظورات سواءً كانت ثقافية أو دينية أو اجتماعية، وبحسب النتيجة السابقة نجد أن المستخدم السعودي الآن وبناءً على تجربة طويلة في مواقع التواصل الاجتماعي، تخلى قليلاً عن تعصبه السابق واكتسب مرونة ثقافية تسمح له بمتابعة مختلف الآراء.

كما أظهرت نتائج الدراسة درجة موافقة مرتفعة عند عينة الدراسة بأنهم يفضلون متابعة المحاضرات الثقافية على موقع (YouTube) أكثر من حضورها شخصياً، وفي هذا استغلال إيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة معرفية، وتوظيف لامتيازاتها بطريقة تخدم المحتوى الثقافي، وهو ما يجب أن تحرص عليه المؤسسات الثقافية كالأندية الأدبية وجمعيات الفنون والتلفزيون السعودي، وذلك بصناعة محتوى ثقافي لموقع الـ (YouTube) وترويجه من خلال مواقع تشهد إقبال كبير من الشباب كـ (Twitter).

أيضاً أظهرت النتائج درجة موافقة منخفضة لتأثير لغة الحوار في موقع التواصل الاجتماعي (Twitter) على حساسية أفراد العينة تجاه بعض المحظورات الثقافية كاللغة البذيئة، وهذه النتيجة تختلف مع ما ذكره عبدالرحمن عزي⁶⁵ بأن بعض محتويات وسائل الاتصال كأفلام العنف واللغة التي تخل بالقيم تعمل مع الزمن على إضعاف درجة الانفعال أو المقاومة التي تصاحب هذه المحتويات في بداية أمرها.

الخلاصة:

تحولات البيئة الاتصالية التي أنتجت مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت وبشكل كبير في تغيير عوامل التلقي والإنتاج الثقافي، وهو ما أظهرته نتائج الدراسة حيث برزت لنا سمات ثقافية حديثة عند فئة الشباب السعودي نتيجة لاستخدامه لهذه المواقع.

التوصيات:

بناء على نتائج الدراسة توصي الباحثة بما يلي:

1- إجراء المزيد من الدراسات الثقافية الإعلامية التي تبحث في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الخطاب الثقافي المعاصر، وباستخدام نظريات تحليل الخطاب كالتداولية، والسيمائية، ونحو النص، وذلك انطلاقاً من أطروحات أبستمولوجية لعلم اللغة، لأهمية هذا النوع من الدراسات البينية في إثراء علم الاتصال والإعلام.

- 2- العمل على تنمية برامج التربية الإعلامية، وتدريب أساسيات علم المنطق والتفكير النقدي لطلاب وطالبات المؤسسات التعليمية؛ لزيادة قدرتهم على تمحيص الرسائل الإعلامية، واستثمار كم المعلومات الكبير الذي يتلقونه في مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تحويله إلى معرفة.
- 3- ضرورة استغلال المؤسسات الثقافية كالجمعية العربية السعودية للثقافة والفنون، ووزارة الإعلام، والهيئة العامة للثقافة، مواقع التواصل الاجتماعي في عملية إنتاج المحتوى الثقافي وترويجه للشباب.

المراجع:

- 1- وليد المهوس، أثر منتديات الشبكة العالمية في رفع مستوى القراءة الحرة لدي طلاب وطالبات المرحلة الثانوية، مجلة القراءة والمعرفة، العدد96(2009م)
- 2- لوتشيانو فلوريدي، الثورة الرابعة كيف يعيد الغلاف المعلوماتي تشكيل الواقع الإنساني، ترجمة لؤي عبدالمجيد السيد (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب 2017)10
- 3- كمال عبداللطيف، المعرفي، الايدلوجيا، الشبكي تقاطعات ورهانات (بيروت، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2013)61-62
- 4- محمد علي السويد، استخدامات الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي (تويتر) وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية، بحث مقدم لمؤتمر وسائل التواصل الاجتماعية التطبيقات والإشكاليات المهنية، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، 19-20 جمادى الأولى 1436هـ، 3
- 5- حسن مظفر الرزو، فضاء التواصل الاجتماعي العربي جماعاته المتخيلة وخطابه المعرفي، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2016) 16
- 6- السويد، مرجع السابق، 74
- 7- صالح خليل أبو أصبع، وسائل الاتصال وثقافة الطالب الجامعي: دراسة حالة لمصادر ثقافة الطالب الجامعي الأردني واستخداماته لوسائل الاتصال. الملتقى الدولي (الشباب والاتصال والميديا) معهد الصحافة وعلوم الاخبار -جامعة منوبة - تونس 14-16 ابريل 2010
- 8- سوزان غرينفليد، تغير العقل كيف تترك التقنيات الرقمية بصماتها على أدمغتنا، ترجمة: إيهاب عبدالرحيم علي، (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2017) 248
- 9- بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير/ مدخل نظري، الباحث الإعلامي، 18 (2013) 94
- 10- الراوي، المرجع السابق.
- 11- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، 10(القاهرة، الدار المصرية اللبنانية 2012) 338-339
- 12- دعاء فتحي سالم، اتجاهات الصفوة المصرية نحو معالجة المواقع الإلكترونية الإخبارية لأحداث ما بعد ثورة 25 يناير دراسة في إطار نظرية التماس المعلومات، المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر لكلية الإعلام -جامعة القاهرة- "الإعلام وبناء الدولة الحديثة، 1-3 يوليو 2012، ج 1
- 13- حسني محمد نصر، نظريات الإعلام (لبنان، دار الكتاب الجامعي 2015) 32

- 14- الزبير بن عون، النظريات الثقافية والاتصالية والسيميولوجية - قراءة في كتاب: تكنولوجيا الإعلام والمجتمعات الرقمية، الباب الثاني -الفصل الرابع- لمؤلفته الدكتورة: فريال مهنا. مقالاتي، 2013،
2016/12/31 <http://www.maqalaty.com/41003.html>
- 15- عواطف عبدالرحمن، النظرية النقدية في بحوث الاتصال، (دار الفكر العربي، 2002) 82-83
- 16- رايموند ويليامز، طرائق الحداثة، ترجمة: فاروق عبدالقادر، (الكويت، عالم المعرفة المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1999) 163-168-169
- 17- دنيس كوش، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، ترجمة منير السعيداني، مراجعة: الطاهر لبيب، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2007) 131-132
- 18- ياسين قرناني، قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمية بين مارشال مكلوهان وعبدالرحمن عزي، بحث مقدم لملتقى نظرية الحتمية القيمية جامعة سطيف-الجزائر، (2012)
- 19- نصر، مرجع سابق، 299-300
- 20- M. McLuhan. **Understanding Media: The Extensions of Man.** (London The MIT Press Cambridge ، Massachusetts ، 1994)
- 21- أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة: نصرالدين لعياضي، الصادق رابع، 3 (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2005) 19
- 22- نصر، مرجع سابق، 299
- 23- عبدالرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال/ نحو فكر إعلامي متميز، ط3 (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية 2013)، 107-108-109
- 24- مكاوي، مرجع سابق، 275
- 25- M. McLuhan، مرجع سابق، 8
- 26- مكاوي، مرجع سابق، 276
- 27- تواتي نور الدين، مارشال مكلوهان قراءة في نظرياته بين الأمس واليوم، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 10(2013) 177-190
- 28- أزهرى مصطفى صادق، الأنثروبولوجيا الطبيعية والثقافية (علم الإنسان الطبيعي والثقافي) جامعة الملك سعود كلية السياحة والآثار، متاح على: http://fac.ksu.edu.sa/sites/default/files/_lwl_mn_lmqr.pdf تاريخ الدخول: 2016/10/18
- 29- عزي، مرجع سابق، 102
- 30- عزام أبو الحمام، الإعلام الثقافي/ جدليات وتحديات، (عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع 2010) 73-74
- 31- مالك بن النبي، مشكلات الثقافة، ط4 (دمشق، دار الفكر 2000) 74
- 32- Denis McQuail، Mass Communication theory، 6thed(SAGE Publishing 2010)
- 33- يسرى خالد إبراهيم، وسائل الإعلام الإلكترونية ودورها في الإنماء المعرفي، (الأردن، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2014) 73-77-78
- 34- سعد البازعي، من المعلومة إلى المعرفة رحلة بيوت التفكير، الشرق الأوسط، العدد 14064، 31 مايو 2017،
<http://cutt.us/UPCR3> تاريخ الدخول، 5/ 6/ 2017
- 35- سعد البازعي، قلق المعرفة إشكاليات فكرية وثقافية، (الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، 2010) 108-109

- 36- ياسر حجازي، ما بعد الثقافة التداوليات اللانهائية، (المغرب، المركز الثقافي العربي، 2014) 161-167
- 37- دارن بارني المجتمع الشبكي، ترجمة: أنور الجمعاوي، مراجعة ثائر ديب، (بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات 2015) 210-211\
- 38- ماتلار، مرجع سابق، 24
- 39- محمد حسام الدين إسماعيل، الصورة والجسد دراسات نقدية في الإعلام المعاصر، ط2 (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية 2010) 104-105
- 40- حبيب بن بلقاسم، رجاء عمّار، الشبكات الاجتماعية الافتراضية وتبلور أنماط جديدة في إنتاج المعنى، المجلة العربية لإعلام والاتصال، 14 (2015) 27-273
- 41- مصطفى الحسن، جناية مواقع التواصل الاجتماعي، جريدة اليوم، 15396 (2015)، <http://www.alyaum.com/article/4082786> تاريخ الدخول: 2016/12/6
- 42- عزي مرجع سابق. 119.
- 43- عبدالله الغدامي، الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي، ط2 (الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي 2005) 12
- 44- هيريت أ.شيللر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة: عبدالسلام رضوان، عالم المعرفة (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون 1999) 42-44
- 45- الغدامي، مرجع سابق، الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي، 25-46
- 46- إخلص أكرم أحمد رسول، أثر التقانة في ثقافة الشباب، مجلة الآداب، 110 (2014م-1436هـ) 418-419
- 47- حسام همامي، سيمولوجيا التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لبنية الرموز غير اللفظية على موقع "فيس بوك"، بحث مقدم لمؤتمر وسائل التواصل الاجتماعية التطبيقات والإشكاليات المهنية، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، في الفترة من 19-20 جمادى الأولى 1436هـ
- 48- سمير محمد حسين، دراسة في مناهج البحث العلمي وبحوث الإعلام، ط2 (القاهرة: عالم الكتب، 2006) 131
- 49- محمد عبد الحميد، دراسات بحوث الإعلام، (القاهرة: عالم الكتب، 2001) 52
- 50- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط5 (القاهرة، عالم الكتب 2015) 517
- 51- الهيئة العامة للإحصاء، المسح الديموغرافي، 2016 (المملكة العربية السعودية، 2016) 45
- 52- أسماء الذيب، استخدام الشباب السعودي لشبكة التواصل الاجتماعي Twitter والإشباع المحققة منها، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 14 (2015) 477-490
- 53- السويد، مرجع سابق، 59
- 54- مؤسسة الفكر العربي، المرصد الإحصائي للمحتوى الرقمي العربي على شبكة الإنترنت، (مركز الملك عبد العزيز الثقافي العالمي) السويد، مرجع سابق، 59
- 55- نصير صالح أبو علي، الشباب بين وسائل الإعلام التقليدية ونماذج الإعلام الجديد، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 27، 92
- 56- أبو أصبع، مرجع سابق، 106
- 57- أبو أصبع، المرجع السابق، 74-79-80
- 58- محمد البشتاوي، تحولات نمط الحياة نحو الرقمية، المجلة العربية، العدد 492، (2017) 15
- 59- غرينفليد، مرجع سابق، 284

- 60- محمد جمال، هل يختفي الكتاب الورقي، المجلة العربية، العدد 492، (2017) 30
- 61- منير أديب، مستقبل الكتاب الورقي بعد مزاحمة الإلكتروني إلى أين، مجلة الوعي الإسلامي، العدد 562، (2012)، 57-56
- 62- اتحاد الناشرين العرب، توصيات مؤتمر الناشرين العرب الثالث بالشارقة، 2015 (الشارقة، اتحاد الناشرين العرب (2015)
- 63- Naomi Baron، مرجع سابق،
- 64- معرض الرياض الدولي للكتاب، (2017)، متاح على: <https://riyadhbookfair.org.sa/news/162> تاريخ الدخول 2017/11/22
- 65- عزي، مرجع سابق، 120

The Impact of Social Media Sites on The Patterns of Cultural Acquisition of Saudi Youth

Abstract: The aim of this study is to identify the impact of social media on the cultural Acquisition patterns of Saudi youth ، considering them as a technical product other than the form of communication environment ،which consists of cultural production and reception processes .and employing the following theoretical approaches: the theory of technological determinism ،In the influence and the creation of a special cultural pattern ،the theory of seeking information to interpret the behavior of the search for knowledge ،and the cultural theory of monetary in order to root out the problem of social networking sites on the patterns of cultural behavior among Saudi youth ،It was known about its effects on the methods of cultural achievement and patterns of thinking among Saudi youth .using the media survey methodology and applying the questionnaire tool to a sample of (700) available samples of Saudi youth.

The results of the study showed the social networking site (Twitter) is the most source of knowledge contributed to the formation of culture sample study ،The results show that the majority of the respondents have usually acquired reading after using the social networking site (Twitter) and increased their interest in attending cultural events and book exhibitions after following up on the cultural accounts in Twitter. The study sample gained a cultural flexibility that allowed it to follow the different opinions even those who disagree with it. The language of dialogue in the social networking site (Twitter) did not weaken the sensitivity of the study sample towards some cultural taboos such as foul language and bullying.

Key words: Social Media Sites ،Twitter ،Youth ،New Media ،Cultural Media