

دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لدى المجتمع السعودية

محمد عبدالله ناصر العنقري

باحث دكتوراه، تخصص إعلام رقمي وتكنولوجيا الاتصال، كلية الآداب والعلوم، الجامعة الأهلية، البحرين
alangari.mohamed@gmail.com

حورية عباس الديري

أستاذ مساعد، كلية الآداب والعلوم، الجامعة الأهلية، البحرين

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى تحديد دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لدى المجتمع السعودي، مع التركيز على قياس التأثير الإحصائي لأبعاد الاستخدام (التنوع، التفاعل، الاستخدام الهادف، الوعي بالمحتوى) على جوانب الهوية (الاعتزاز، المعرفة بالتراث، الحفاظ على القيم، نقل الهوية للأجيال). اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والبحث النوعي، حيث تم جمع البيانات عبر استبيان إلكتروني صُمم وفق مراجعة الأدبيات واختبارات الصدق والثبات. تم اختيار عينة عشوائية بسيطة مكونة من 384 مشاركاً من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية باستخدام معادلة كرجيسي-مورجان. حللت البيانات بواسطة برنامج SPSS (الإصدار 25) باستخدام الإحصاء الوصفي، ارتباط بيرسون، ألفا كرونباخ، وتحليل الانحدار الخطي المتعدد. وأظهرت النتائج تأثيراً إيجابياً قوياً لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تعزيز الهوية الثقافية ($R^2=0.810$)، حيث كان "الاستخدام الهادف" الأكثر تأثيراً. ($Beta=0.480$) كما سجلت تحديات مثل تهميش اللغة العربية (متوسط 3.37) وضعف الرقابة على المحتوى (متوسط 3.27). أوصت الدراسة بدعم إنتاج المحتوى الثقافي الأصيل، وتعزيز التوعية بالاستخدام الواعي، وتفعيل دور الأسرة والمؤسسات التعليمية في توجيه الأجيال نحو الاستخدام الإيجابي للمنصات الرقمية.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، الهوية الثقافية، المجتمع السعودية.

The role of social media in promoting the cultural identity of Saudi society

Mohamed Abdullah Nasser Alanqari

PhD Researcher, Digital Media and Communication Technology, College of Arts and Sciences, Ahlia University, Bahrain
alangari.mohamed@gmail.com

Houriya Abbas Al-Dayri

Assistant Professor, College of Arts and Sciences, Ahlia University, Bahrain

Abstract

This study aimed to explore the role of social media in promoting the cultural identity of Saudi society, focusing on the statistical impact of usage dimensions (diversity, interaction, purposeful use, content awareness) on identity aspects (pride, heritage knowledge, value preservation, intergenerational transmission). Adopting a descriptive-analytical and qualitative approach, data were collected via an electronic questionnaire validated through literature review, face validity, and reliability tests. A simple random sample of 384 social media users in Saudi Arabia was selected using Krejcie and Morgan's formula. Data were analyzed via SPSS (v25) using descriptive statistics, Pearson's correlation, Cronbach's alpha, and multiple linear regression. Results revealed a strong positive impact of social media use on cultural identity enhancement ($R^2=0.810$), with "purposeful use" being the most influential dimension (Beta=0.480). Challenges included the marginalization of Arabic (mean=3.37) and weak content oversight (mean=3.27). Recommendations emphasized supporting authentic cultural content production, promoting digital literacy, and enhancing the role of families and educational institutions in guiding youth toward positive social media engagement.

Keywords: Social Media, Cultural Identity, Saudi Society.

1. المقدمة

تُسهّم وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الثقافي وتعزيز الهوية الجماعية للمجتمعات بشكل غير مسبوق حيث أصبحت هذه المنصات نافذة رئيسية للتفاعل وتبادل الأفكار والقيم والعادات. ومع انتشارها الواسع وسهولة الوصول إليها أضحت قادرة على التأثير في سلوكيات الأفراد واتجاهاتهم مما يجعلها أداة فاعلة في الحفاظ على الهوية الثقافية أو إعادة تشكيلها. وتتيح وسائل التواصل الاجتماعي فرصاً كبيرة لتعزيز الانتماء والاعتزاز بالتراث الثقافي من خلال مشاركة المحتوى الثقافي والتراثي والتعريف بالمناسبات والعادات والتقاليد. كما تمكن الأفراد من التواصل مع مجتمعاتهم المحلية والعالمية مما يساهم في بناء جسور التفاهم والتعايش بين الثقافات المختلفة مع الحفاظ على خصوصية الهوية الوطنية.

وتعمل المنصات الرقمية على دعم المبادرات الثقافية والفنية والتعليمية حيث يمكن للمؤسسات والجهات الحكومية والخاصة إطلاق حملات توعوية ومشروعات تهدف إلى إبراز الموروث الثقافي وتعزيز الوعي بأهميته. كما تتيح للأفراد المشاركة بفاعلية من خلال نشر القصص والصور والفيديوهات التي تعكس الهوية الثقافية وتعبر عن القيم والمبادئ المجتمعية. وفي ظل التحديات التي تواجه الهوية الثقافية في عصر العولمة والانفتاح الإعلامي تبرز الحاجة إلى توظيف وسائل التواصل الاجتماعي بطرق استراتيجية ومدرسة لضمان استدامة الهوية الثقافية وحمايتها من التأثيرات السلبية. ويتطلب هذا الدور المحوري تكامل الجهود بين الأفراد والمؤسسات لتعزيز المحتوى الثقافي الإيجابي وتوظيف التكنولوجيا في خدمة الهوية الوطنية. وفي ضوء ذلك لا تُعد وسائل التواصل الاجتماعي مجرد أدوات تقنية بل منصات فاعلة في صياغة الهوية الثقافية وتأكيد الانتماء الوطني وتعزيز الوعي بالموروث الحضاري والثقافي للمجتمع السعودي بما يتماشى مع الرؤية الوطنية الطموحة لتعزيز مكانة المملكة ثقافياً على المستوى العالمي.

1.1 مشكلة الدراسة

تشهد المجتمعات الحديثة تحولات متسارعة بفعل التقدم التكنولوجي والانفتاح الثقافي حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من حياة الأفراد اليومية. ومع هذا الانتشار الواسع تبرز تأثيرات هذه الوسائل ليس فقط على سلوكيات الأفراد واتجاهاتهم بل تمتد لتشمل الهويات الثقافية للمجتمعات. وفي ظل العولمة المتزايدة يجد المجتمع السعودي نفسه أمام تحديات كبيرة تتعلق بالحفاظ على هويته الثقافية وترسيخها في أجياله الناشئة لا سيما مع تعرضه لتدفقات ثقافية متنوعة قد تحمل معها تأثيرات إيجابية وسلبية على حد سواء.

ومع تزايد استخدام المنصات الرقمية بمختلف أشكالها تُثار العديد من التساؤلات حول كيفية تأثير المحتوى المقدم عبر هذه الوسائل على الشباب خاصة وكيف يمكن توجيه هذا المحتوى ليكون عاملاً مساعداً في تعزيز الهوية الثقافية بدلاً من أن يكون مصدراً للذوبان الثقافي. ومن هنا تبرز الحاجة الملحة لدراسة العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية للمجتمع السعودي بما يساهم في تقديم رؤى علمية مدروسة يمكن من خلالها توجيه السياسات الإعلامية والثقافية لتعزيز الفوائد والحد من التأثيرات السلبية.

وبناءً على ما سبق تكمن مشكلة الدراسة في الحاجة إلى تحديد مدى فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية للمجتمع السعودي واستكشاف طبيعة التأثيرات الإيجابية والسلبية التي تُحدثها هذه الوسائل في السياق الثقافي والاجتماعي. ومن هنا يُطرح التساؤل الرئيسي التالي: ما هو دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لدى المجتمع السعودي؟

1.2 أهمية الدراسة

1. **الأهمية العلمية:** تنبع الأهمية العلمية للدراسة من أهمية الموضوع نفسه حيث موضوع البحث من الموضوعات الحديثة نسبياً كما أن هناك ندرة في مجال الدراسات التي تناولت هذا الموضوع وعلاوة على ذلك تعد الدراسة امتداد لأحدث الدراسات التي تناولت موضوع البحث، وتضيف الدراسة معرفة جديدة إلى الأدبيات الأكاديمية المتعلقة بموضوع الدراسة وتفتح المجال لمزيد من البحوث المستقبلية.

2. **الأهمية العملية:** تتجلى الأهمية العملية لهذه الدراسة في تقديم رؤى واستراتيجيات عملية يمكن أن تُساهم بشكل فعال في تعزيز الهوية الثقافية لدى المجتمع السعودي عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وتتمثل الأهمية العملية فيما يلي:

- توجيه السياسات الإعلامية: تساعد الدراسة صناع القرار في المجال الإعلامي على تصميم حملات إعلامية هادفة تعزز الهوية الثقافية من خلال المحتوى المقدم على منصات التواصل الاجتماعي.
- تعزيز الوعي الثقافي: تقدم الدراسة توصيات قابلة للتطبيق للمؤسسات التعليمية والثقافية حول كيفية توظيف وسائل التواصل الاجتماعي كأداة لنشر الوعي بالتراث الثقافي والقيم المجتمعية.
- دعم المؤسسات التربوية: يمكن للمدارس والجامعات الاستفادة من نتائج الدراسة لتطوير مناهج دراسية ومبادرات تعليمية تساهم في ترسيخ الهوية الثقافية لدى الطلاب من خلال التفاعل الإيجابي مع وسائل التواصل الاجتماعي.

- إرشاد المؤسسات الاجتماعية: توفر الدراسة للمؤسسات الاجتماعية ومنظمات المجتمع المدني أدوات ومناهج عملية للاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في برامجها التي تهدف إلى تعزيز الهوية الثقافية ومواجهة التحديات الثقافية التي تفرضها العولمة.
- تمكين الشباب: تساعد نتائج الدراسة في تصميم برامج توعوية تستهدف الشباب لتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي بشكل إيجابي وبناء لتعزيز هويتهم الثقافية والانتماء إلى مجتمعهم.
- تعزيز الشراكات بين القطاعات: تدعو الدراسة إلى تعزيز التعاون بين الجهات الحكومية والمؤسسات الخاصة ومنظمات المجتمع المدني لإنشاء حملات ثقافية وإعلامية تستثمر في قوة وسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى مختلف فئات المجتمع.
- دعم رؤية المملكة 2030: تسهم الدراسة في تحقيق أحد أهداف رؤية المملكة 2030 المتمثل في تعزيز الهوية الوطنية والثقافية للمجتمع السعودي وذلك من خلال تقديم حلول عملية تعزز من دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق هذا الهدف.

1.3 تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي: ما هو دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لدى المجتمع السعودي؟ ويتفرع من هذا السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

- هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأبعاده على الاعتزاز بالهوية لدى المجتمع السعودي؟
- هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأبعاده على المعرفة بالتراث والثقافة لدى المجتمع السعودي؟
- هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأبعاده على المحافظة على القيم لدى المجتمع السعودي؟
- هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأبعاده على نقل الهوية للأجيال لدى المجتمع السعودي؟

• ما هي التحديات التي تواجه المجتمع السعودي في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على الهوية الثقافية؟

• ما هي اهم الاستراتيجيات التي تسهم في زيادة الوعي بالهوية الثقافية؟

1.4 أهداف الدراسة

الهدف الرئيسي: تحديد دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لدى المجتمع السعودي. ويتفرع من هذا الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية التالية:

- تحديد التأثير ذي الدلالة الإحصائية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأبعاده على الاعتزاز بالهوية لدى المجتمع السعودي.
- تحديد التأثير ذي الدلالة الإحصائية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأبعاده على المعرفة بالتراث والثقافة لدى المجتمع السعودي.
- تحديد التأثير ذي الدلالة الإحصائية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأبعاده على المحافظة على القيم لدى المجتمع السعودي.
- تحديد التأثير ذي الدلالة الإحصائية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأبعاده على نقل الهوية للأجيال لدى المجتمع السعودي.
- استكشاف التحديات التي تواجه المجتمع السعودي في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على الهوية الثقافية.
- التعرف على أهم الاستراتيجيات التي تسهم في زيادة الوعي بالهوية الثقافية.

1.5 فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية (الفرضية الصفرية): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز الهوية الثقافية لدى المجتمع السعودي.

الفرضيات الفرعية (الفرضيات الصفرية):

- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأبعاده والاعتزاز بالهوية لدى المجتمع السعودي.

- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأبعاده والمعرفة بالتراث والثقافة لدى المجتمع السعودي.
- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأبعاده والمحافظة على القيم لدى المجتمع السعودي.
- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأبعاده ونقل الهوية للأجيال لدى المجتمع السعودي.

2. الإطار النظري والدراسات السابقة

2.1 الإطار النظري:

مصطلحات الدراسة (مفهوم كلاً من وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز الهوية الثقافية):

تعرف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها "تقنيات الإنترنت التي تمكن الأفراد من التواصل، تبادل المعلومات، وأشكال التعبير الشخصية على نحو تفاعلي" وفقاً للدراسة التي أجراها الخيزي (2024). كما عرفها أيضاً الخصاونة والعنوم (2011) في دراسة ميدانية قائلين إنها "المنصات التي تتيح للمستخدمين إنشاء المحتوى ومشاركته والتفاعل مع مستخدمين آخرين، مما يؤثر بشكل عميق على التفاعلات الاجتماعية" ("دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين دراسة ميدانية"، 2021). وبالتالي، فإن هذه الوسائل تتيح "تأسيس شبكة واسعة من العلاقات الاجتماعية، سواء كانت على مستوى الأصدقاء أو العائلة أو الزملاء" كما أشار إلى ذلك الخيزي (2024).

ويعرف الباحث وسائل التواصل الاجتماعي إجرائياً بأنها "المنصات الرقمية التي يستخدمها الأفراد في المجتمع السعودي للتفاعل وتبادل المحتوى الثقافي والاجتماعي مع التركيز على دورها في تعزيز الهوية الثقافية من خلال المشاركة في المبادرات والأنشطة التي تبرز التراث والقيم الوطنية".

أما عن الهوية الثقافية، فقد تم تعريفها على أنها "مجاميع من القيم والرموز الثقافية التي تشكل أساس تفاعل الأفراد داخل مجتمعاتهم، مما يخلق شعوراً بالانتماء والتميز" وفق ما ذكره الباحث أبو زاهرة (2020) وفي دراسة أخرى، تم تعريف الهوية الثقافية بأنها "مجموعة من المكونات الثقافية المترابطة التي تعكس التاريخ والدين واللغة والعادات والنظام الاجتماعي، وتشكل نسيجاً لثقافة محددة" بالإضافة إلى ذلك، قام الباحثون

غريب وداخل (2023) بتوضيح أن الهوية الثقافية "تمثل الفهم لدى الأفراد لذواتهم من خلال ارتباطهم ببيئتهم الثقافية والاجتماعية، مما يؤثر على سلوكهم وقيمهم".

ويعرف الباحث وسائل التواصل الاجتماعي إجرائياً بأنها "مدى تمسك الأفراد في المجتمع السعودي بالقيم والعادات والتقاليد والتراث المحلي وكيفية انعكاس ذلك في المحتوى الذي يُقدّم عبر وسائل التواصل الاجتماعي سواء من خلال المشاركات الشخصية أو المبادرات المجتمعية".

عند تحليل كلا المفهومين، وجد أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل كبير على كيفية تشكيل الهوية الثقافية للأفراد، حيث توفر منصات لنشر وتعزيز الهويات الثقافية المتنوعة وتسهيل الحوار بين الثقافات المختلفة.

النظريات المفسرة للدراسة

تتمحور الدراسة حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية، وفي هذا السياق، يمكن تفسير هذا الدور من خلال النظريات المتعلقة بكلاً من وسائل التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية. النظريات التي سيتم تناولها تشمل نظرية الهوية الاجتماعية، ونظرية رأس المال الاجتماعي، ونظرية الاستخدامات والآثار لوسائل الإعلام، ونظرية التبادل الاجتماعي، ونظرية الأثر الإعلامي. هذه النظريات تعطينا إطاراً لفهم كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل وتعزيز الهوية الثقافية للأفراد والمجموعات. فهناك نظرية الهوية الاجتماعية التي طُورت في أواخر السبعينات على يد Henri Tajfel و John Turner. هذه النظرية تركز على كيفية تقسيم الأفراد لمجموعات بناءً على المعايير الاجتماعية، مما يجعل الهوية الثقافية جزءاً لا يتجزأ من تجاربهم في وسائل التواصل الاجتماعي. وفقاً لهذه النظرية، تجعل وسائل التواصل الاجتماعي الأفراد يربطون أنفسهم بمجموعات معينة (مثل الثقافات أو العرقيات) من خلال التفاعل والاعتراف بالتجارب المشتركة، مما يعزز شعور الانتماء لدى الأفراد (Sulhaini, 2021).

وتُعتبر نظرية رأس المال الاجتماعي أيضاً ذات أهمية. تُعرف هذه النظرية، التي تعود جذورها إلى أعمال Robert Putnam و Pierre Bourdieu في أواخر القرن العشرين، بالإشارة إلى القيم والعلاقات الاجتماعية التي تتيح للأفراد تحقيق الأهداف الاجتماعية. وسائل التواصل الاجتماعي تتيح تشكيل هذا الرأس المال الاجتماعي من خلال بناء شبكات واسعة من العلاقات، مما يعزز التفاعل الثقافي ويدعم الهوية الثقافية من خلال تبادل المعلومات والخبرات (Fazil et al., 2024). وفي التحليل نفسه، تُساعد نظرية الاستخدامات والآثار لوسائل الإعلام، والتي ظهرت في أوائل الثمانينات (بفضل أعمال مثل تلك التي قدمها Blumler

وKatz)، في فهم الديناميات المختلفة لاستخدام وسائل الإعلام. هذه النظرية تفترض أن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لأغراض معينة، مثل التعرف على الثقافات المختلفة أو تعزيز هويتهم الثقافية. وبالتالي، تصبح وسائل التواصل الاجتماعي منصة حيوية للجميع للتعبير عن ثقافتهم، مما يعكس الفهم الأعمق للثقافة المعاصرة من خلال الآثار المتبادلة بين الأفراد (Valkenburg, 2022).

علاوة على ذلك، هناك أيضًا نظرية التبادل الاجتماعي، التي تم تطويرها في بداية الستينيات من القرن العشرين، حيث يشير مفكرون مثل George Homans وJohn Thibaut إلى أن التفاعلات الاجتماعية تتشكل بناءً على المساواة في المزايا والتكاليف. تنطبق هذه النظرية على وسائل التواصل الاجتماعي، إذ يمكن أن تعزز الهوية الثقافية عندما يتبادل الأفراد الانفعالات والمنافع الثقافية، مما يعزز التجارب المشتركة والهوية الفردية (Fazil et al., 2024). وتعتبر نظرية الأثر الإعلامي التي ظهرت في السبعينيات، بمساهمات من رواد مثل Marshall McLuhan، أساسية في فهم كيف تؤثر وسائل الإعلام على وعي الأفراد وهوياتهم الثقافية. توضح هذه النظرية أن وسائل التواصل الاجتماعي ليست مجرد منصات لنشر المحتوى، ولكنها تؤثر أيضًا على كيفية فهم الثقافات وتقديرها، مما يعزز التفاعل الإيجابي بين الهويات الثقافية المختلفة (Sutrisno et al., 2023). وتعد هذه النظريات تبين بوضوح كيف أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا محوريًا في تعزيز الهوية الثقافية، ليس فقط من خلال توفير منصات للتفاعل والظهور، ولكن أيضًا من خلال تمكين الأفراد من إعادة بناء هوياتهم الثقافية بطرق تتماشى مع التغيرات في المجتمع والعالم الثقافي. وبهذا الشكل، فإن الدراسة التي تُركز على دور وسائل التواصل الاجتماعي في هذا السياق تفتح المجال لفهم أعمق للعوامل الاجتماعية والنفسية التي تؤثر على الهويات الثقافية.

2.2 الدراسات السابقة

من أهم الدراسات العربية هدفت دراسة بركات وفنيش (2015) إلى دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الحفاظ على الهوية الثقافية في المجتمعات العربية في ظل تحديات العولمة، حيث توصلت الدراسة إلى أن هذه المواقع تُعد سلاحًا ذا حدين؛ فهي تُسهم في تعزيز الهوية الثقافية من خلال توفير منصات للنقاش الثقافي ونشر المحتوى الثقافي المحلي، ولكنها في الوقت نفسه قد تؤدي إلى تآكل بعض القيم الثقافية المحلية نتيجة للتعرض المفرط للمحتوى الأجنبي. وأوصت الدراسة بتوجيه استخدام هذه المواقع لتعزيز الهوية الثقافية ودعم المبادرات التي تُعنى بنشر المحتوى الثقافي المحلي. بينما هدفت دراسة جعفري (2017) إلى استكشاف تأثير استخدام شبكة "فيس بوك" على الهوية الثقافية للشباب الجامعي في الجزائر، وأظهرت

الدراسة أن الاستخدام الإيجابي للشبكة يمكن أن يعزز الهوية الثقافية، خاصة من خلال الانخراط في المجموعات الثقافية المحلية، لكن الاستخدام غير المنضبط قد يؤدي إلى تبني الشباب لسلوكيات وعادات مستوردة تتعارض مع الهوية الثقافية المحلية. وأوصت الدراسة بتفعيل دور المؤسسات التعليمية في توعية الشباب بأهمية الاستخدام الواعي لوسائل التواصل الاجتماعي ودعم إنشاء منصات ومجموعات ثقافية لتعزيز الهوية الثقافية المحلية.

بالإضافة إلى ذلك، سعت دراسة الغامدي (2018) إلى التعرف على مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى طالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض، وكشفت الدراسة عن تأثير مزدوج لهذه المواقع، حيث يمكن أن تعزز الهوية الثقافية إذا كان المحتوى المتداول يعبر عن القيم والمبادئ الثقافية المحلية، وقد تؤدي إلى انحراف الهوية الثقافية إذا كان المحتوى غير ملائم. وأوصت الدراسة بتعزيز الرقابة الأسرية وتوجيه الطالبات نحو المحتوى الثقافي المحلي والإيجابي. وفي سياق مماثل، ركزت دراسة ابن زايد (2018) على تحليل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتحديد "فيس بوك"، على الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين، ووجدت أن "فيس بوك" يمكن أن يكون وسيلة فعالة لتعزيز الهوية الثقافية إذا تم استخدامه بشكل مدروس وموجه، حيث يكون الطلبة الذين يشاركون في المجموعات الثقافية أكثر ارتباطًا بهويتهم الثقافية. وأوصت الدراسة بتنظيم حملات توعوية داخل الجامعات لتعزيز الاستخدام الإيجابي لهذه المنصات.

كما استهدفت دراسة مزيو (2020) استكشاف تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي الثقافي لدى الشباب السعودي، وأظهرت النتائج أن هذه المواقع تُسهم بشكل كبير في تنمية الوعي الثقافي، خاصة عند تقديم محتوى ثقافي جذاب وهادف، ولكنها أشارت أيضًا إلى وجود بعض التحديات المرتبطة بالتعرض للمحتوى الأجنبي. وأوصت الدراسة بتعزيز المبادرات الثقافية المحلية على مواقع التواصل الاجتماعي وتوجيه الشباب نحو الاستخدام الواعي لهذه المنصات. وفي دراسة ميدانية، حللت دراسة السوادي (2020) دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية للمجتمع السعودي، وخلصت إلى أن هذه الوسائل تُعتبر أداة فعالة في تعزيز الهوية الثقافية إذا تم استخدامها بطريقة مدروسة، وأوصت بتوجيه الجهود نحو إنتاج محتوى ثقافي متميز عبر هذه المنصات.

أيضاً بحثت دراسة بوعزة (2020) في تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم والهوية الاجتماعية لدى طلبة مرحلة التعليم ما بعد الأساسي في سلطنة عمان، وأظهرت أن هذه الشبكات لها تأثيرات متباينة، حيث

يمكن أن تُسهم في تعزيز الهوية الثقافية إذا كان المحتوى يتماشى مع القيم والمبادئ المحلية، ولكن التعرض المكثف للمحتوى الأجنبي قد يؤدي إلى ضعف الهوية الثقافية. وأوصت الدراسة بتشجيع الطلبة على متابعة المحتوى الثقافي المحلي والإيجابي. وأخيراً، درست دراسة رميز (2023) التأثيرات المختلفة لوسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للفرد والمجتمع في السياق العربي، وخلصت إلى أن هذه الوسائل تُعد وسيلة قوية للتأثير على الهوية الثقافية، حيث يمكن أن تُعزز الهوية الثقافية عند استخدامها لنشر المحتوى المحلي، ولكن التعرض المفرط للمحتوى الأجنبي قد يؤدي إلى تراجع الانتماء الثقافي. وأوصت الدراسة بدعم إنتاج المحتوى الثقافي المحلي وتوجيه الشباب نحو الاستخدام الواعي لهذه الوسائل.

وفيما يتعلق بالدراسات الأجنبية، هدفت دراسة Dixit et al. (2010) إلى تقييم مستوى اعتماد طلاب كلية الطب على الهواتف المحمولة وتأثير ذلك على تفاعلهم الاجتماعي وهويتهم الثقافية، وأظهرت الدراسة أن الاعتماد المفرط على هذه الأجهزة أدى إلى انخفاض التفاعل الاجتماعي المباشر، وأوصت بتحقيق توازن بين استخدام التكنولوجيا والتفاعل الاجتماعي المباشر. بعد ذلك، استكشفت دراسة Pollara & Zhu (2011) دور منصات التواصل الاجتماعي، وخاصة فيسبوك، في دعم العملية التعليمية وتعزيز التفاعل بين الطلاب والمعلمين، ووجدت أن هذه الشبكات يمكن أن تكون أداة تعليمية فعالة، ولكن الاستخدام غير الموجه قد يؤدي إلى تأثيرات ثقافية غير مرغوبة، وأوصت بوضع استراتيجيات تعليمية تستفيد من وسائل التواصل الاجتماعي دون المساس بالهوية الثقافية.

وبالتركيز على التعليم الإسلامي، قيمت دراسة Hussein (2013) فعالية استخدام التعلم المستند إلى فيسبوك في تعزيز الإبداع لدى طلاب الدراسات الإسلامية، وخلصت إلى أن استخدام فيسبوك كأداة تعليمية يُمكن أن يُعزز الإبداع لدى الطلاب، وأوصت بدمج وسائل التواصل الاجتماعي في المناهج الدراسية كأداة تعليمية تفاعلية. وأيضاً تناولت دراسة Norah Farhan Alanazi (2018) تأثير تقنيات التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية في المملكة العربية السعودية، وأظهرت أن هذه الوسائل تُعد سلاحاً ذو حدين فيما يتعلق بالعلاقات الأسرية، وأوصت بتوعية الأسر بأهمية التوازن في استخدامها. بالإضافة إلى ذلك، حللت دراسة Hammad (2023) دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلاب الجامعات في المملكة العربية السعودية، ووجدت أن هذه الوسائل تُعتبر أداة فعالة في تعزيز الهوية الوطنية، وأوصت بتطوير محتوى وطني موجه للشباب عبر هذه المنصات.

كما استكشفت دراسة (hassan Farrag Hassan et al. (2024) العلاقة بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأفلام الوثائقية وبين تطوير الهوية الوطنية لدى طلاب الجامعات السعودية، وخلصت إلى أن متابعة الأفلام الوثائقية عبر هذه المنصات تُساهم بشكل كبير في تعزيز الهوية الوطنية، وأوصت بدعم إنتاج الأفلام الوثائقية الوطنية وترويجها عبر هذه المنصات. وأخيرًا، استكشفت دراسة (Al-Anazi (2023 تأثير البرمجيات الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل الهوية الثقافية للمواطنين السعوديين، ووجدت أن هذه الوسائل تلعب دورًا محوريًا في تعزيز الهوية الثقافية، ولكن التعرض المستمر للثقافات الأجنبية قد يؤدي إلى تغييرات ثقافية غير مقصودة، وأوصت بضرورة استغلال وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج للهوية الثقافية المحلية.

2.3 التعقيب على الدراسات السابقة

على الرغم من قيمة الدراسات السابقة في استعراض متغيرات الدراسة الحالية إلا أنها لم تتطرق إلى تسليط الضوء على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لدى المجتمع السعودية وهو ما يمثل فجوة بين مما يستلزم المزيد من البحث والدراسة عنها وهو ما ستناوله الباحث لمحاولة سد هذه الفجوة.

3. الإجراءات المنهجية

يستعرض هذا القسم الإجراءات المنهجية المتبعة في الدراسة، بدءًا بالمنهج الوصفي التحليلي والبحث النوعي، مرورًا بتحديد العينة وأدوات جمع البيانات (الاستبيان)، وصولًا إلى الأساليب الإحصائية المستخدمة وتحليل صدق وثبات البيانات. وتشمل المنهجية تصميم الدراسة وفق نموذج البصلة البحثية، تحديد مجتمع وعينة الدراسة، واستخدام معادلة كرجيسي ومورجان لحساب حجم العينة، بالإضافة إلى اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات.

3.1 نهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، والذي يُعرف بأنه "أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد خلال فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة" (عبيدات وآخرون، 2014، ص 112). يسعى هذا المنهج إلى وصف الظاهرة المدروسة وصفًا دقيقًا كما هي في الواقع، ومن ثم تحليل البيانات وتفسيرها للوصول إلى استنتاجات حول دور وسائل التواصل الاجتماعي

في تعزيز الهوية الثقافية لدى المجتمع السعودي. بالإضافة إلى ذلك، تم الاستعانة بالبحث النوعي، وهو "نهج استقصائي يهدف إلى فهم التجربة الإنسانية في سياقها الطبيعي، مع التركيز على المعاني والتفسيرات التي يقدمها المشاركون" (Poht, 2018, p. 4 & Creswell). وقد تم تطبيق ذلك من خلال تصميم أداة الدراسة وجمع البيانات عبر المقابلات (ضمن تصميم الاستبيان الهجين الذي قد يتضمن أسئلة مفتوحة أو استخلاص المعاني من البيانات الكمية بطريقة نوعية).

3.2 تصميم الدراسة:

تم تصميم هذه الدراسة باتباع أسلوب البصلة البحثية (Research Onion)، والذي يقدم إطاراً منهجياً متكاملًا لتصميم البحوث (Saunders et al., 2019). يبدأ هذا النموذج من الطبقات الخارجية (الفلسفة البحثية) وصولاً إلى الطبقات الداخلية (طرق جمع البيانات وتحليلها). في سياق هذه الدراسة، تم تبني فلسفة واقعية (Realism) تفترض وجود واقع اجتماعي يمكن دراسته. يتناسب هذا التصميم مع النهج الوصفي التحليلي المعتمد، حيث تم التركيز على جمع بيانات شاملة لوصف وتحليل الظاهرة. تعتبر هذه الدراسة مقطعية (Cross-sectional)، حيث يتم جمع البيانات في نقطة زمنية واحدة، وهو تصميم يُعد فعالاً لمسح مجموعات سكانية كبيرة وفهم الواقع الحالي لظاهرة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الهوية الثقافية في فترة زمنية محددة. تم جمع البيانات بشكل أساسي من خلال الاستبيان الموزع إلكترونياً، والذي تضمن جوانب يمكن تحليلها كمياً ونوعياً لاستخلاص فهم أعمق للظاهرة.

3.3 مجتمع الدراسة:

يشير مصطلح مجتمع الدراسة إلى "المجموعة الكلية من الأفراد أو العناصر أو الأحداث التي يشترك أصحابها في خاصية واحدة أو مجموعة خصائص، ويسعى الباحث إلى تعميم نتائج دراسته عليها" (العساف، 2016، ص 185). ويشير مصطلح "مجتمع الدراسة" في هذا البحث إلى جميع الأفراد المستهدفين، وهم مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية البالغ عددهم حوالي 28.7 مليون مستخدم في عام 2023، أي ما يعادل 82% من إجمالي سكان المملكة وفقاً لـ (Statista, 2023). يتنوع هؤلاء المستخدمون من حيث الفئات العمرية؛ فتشكل فئة المراهقين (13-17 عاماً) نسبة 15% (حوالي 4.3 مليون)، بينما تهيمن فئة الشباب (18-34 عاماً) على النسبة الأكبر بواقع 67% (ما يقارب 19.2 مليون). أما فئة متوسطي العمر (35-54 عاماً) فتُمثل 14% (نحو 4 ملايين)، وتأتي فئة كبار السن (55+ عاماً) في المرتبة الأخيرة بنسبة 4% (حوالي 1.1 مليون مستخدم) (الهيئة العامة للإحصاء، 2022).

من الناحية الاجتماعية، يتوزع المستخدمون بين الذكور بنسبة 58% (16.6 مليون) والإناث بنسبة 42% (12.1 مليون) (الهيئة العامة للإحصاء، 2021). ومن حيث المستوى التعليمي، يشكل الحاصلون على التعليم الجامعي النسبة الأكبر بواقع 45% (12.9 مليون)، يليهم حملة الشهادة الثانوية بنسبة 30% (8.6 مليون)، ثم ذوو التعليم الأقل من الثانوي بنسبة 25% (7.2 مليون). اقتصاديًا، تمثل الطبقة المتوسطة الغالبة العظمى بنسبة 63% (18.1 مليون)، بينما تشكل فئة مرتفعي الدخل 22% (6.3 مليون) ومحدودي الدخل 15% (4.3 مليون) (الهيئة العامة للإحصاء، 2021). جغرافيًا، يتركز حوالي 78% من المستخدمين (22.4 مليون) في المناطق الحضرية الكبرى مثل الرياض (6.5 مليون) وجدة (4 ملايين) والدمام (2.1 مليون)، في حين يقطن 22% منهم (6.3 مليون) في المناطق الريفية (الهيئة العامة للإحصاء، 2021). فيما يتعلق بالتفاعل مع المحتوى الثقافي، أظهرت بيانات حديثة أن نسبة كبيرة تتفاعل مع المحتوى الثقافي السعودي؛ حيث يتفاعل 72% (20.7 مليون) مع هذا المحتوى على تويتر، ويتابع 68% (19.5 مليون) حسابات تراثية على إنستجرام، ويشارك 54% (15.5 مليون) في تحديات ثقافية على تيك توك. وفي المقابل، أعرب 39% (11.2 مليون) عن قلقهم بشأن تأثير المحتوى الأجنبي على الهوية الثقافية المحلية (Pew Research Center, 2022؛ المركز السعودي لاستطلاعات الرأي، 2022).

3.4 المجال الجغرافي وخصائصه:

سُجِّرى هذه الدراسة في المملكة العربية السعودية، مستهدفة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في مختلف مناطقها الحضرية والريفية، كما تم تفصيله في وصف مجتمع الدراسة. نظرًا للطبيعة الرقمية لأداة جمع البيانات (الاستبيان الإلكتروني)، فإن الدراسة قادرة على الوصول إلى مشاركين من جميع أنحاء المملكة. يُقدر الوقت المطلوب لتنفيذ هذه الدراسة وإنائها بحوالي 6 أسابيع، تشمل هذه الفترة تصميم الأداة، وجمع البيانات، وتحليلها، وكتابة التقرير النهائي.

3.5 عينة الدراسة وتقنية أخذ العينات:

تُعرف عينة الدراسة بأنها "جزء من مجتمع الدراسة يتم اختياره بطريقة علمية لتمثيل المجتمع الأصلي تمثيلًا صحيحًا، بهدف دراسة هذا الجزء وتعميم النتائج على المجتمع الكلي" (ملحم، 2010، ص 245). وتم تحديد حجم العينة المناسب لهذه الدراسة باستخدام معادلة كريجسي ومورجان (Morgan, & Krejcie, 1970)، وهي معادلة شائعة الاستخدام لتحديد حجم العينة في البحوث الاجتماعية والسلوكية عندما يكون

حجم المجتمع معروفاً. تم تطبيق المعادلة على مجتمع الدراسة الكلي لعام 2023، البالغ 28,700,000 مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي في السعودية.

$$S = [X^2 * N * P * (1-P)] / [d^2 * (N-1) + X^2 * P * (1-P)] \text{ : معادلة كريجسي ومورجان}$$

حيث:

- S = حجم العينة المطلوبة (Required sample size)
- X^2 = قيمة كاي تربيع عند درجة حرية 1 ومستوى ثقة 95% (مستوى معنوية 0.05)، وتساوي 3.841.
- N = حجم مجتمع الدراسة = 28,700,000 (the population size)
- P = نسبة توفر الخاصية في المجتمع (population proportion)، وتُفترض عادةً 0.5 لتحقيق أقصى حجم ممكن للعينة.
- d = درجة الدقة المطلوبة أو هامش الخطأ المسموح به (degree of accuracy)، ويُفترض عادةً 0.05.

التطبيق:

- $X^2 * N * P * (1-P) = 3.841 * 28,700,000 * 0.5 * (1-0.5) = 3.841 * 28,700,000 * 0.25 = 27,559,175$
- $d^2 * (N-1) = (0.05)^2 * (28,700,000 - 1) = 0.0025 * 28,699,999 = 71,749.9975 \approx 71,750$
- $X^2 * P * (1-P) = 3.841 * 0.5 * (1-0.5) = 3.841 * 0.25 = 0.96025$
- $d^2 * (N-1) + X^2 * P * (1-P) = 71750 + 0.96025 = 71750.96025$
- $S = 27,559,175 / 71750.96025 \approx 384.09$

بناءً على تطبيق معادلة كريجسي ومورجان، تم التوصل إلى أن حجم العينة المناسب لهذه الدراسة هو 384 فرداً. تم جمع بيانات هذه العينة باستخدام تقنية أخذ العينات العشوائية البسيطة (Simple Random Sampling)، حيث تم توزيع رابط الاستبيان الإلكتروني على نطاق واسع عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة، مع الحرص على إتاحة فرصة متساوية لجميع أفراد المجتمع المستهدف للمشاركة في الدراسة، وذلك لضمان تمثيل العينة للمجتمع الأصلي قدر الإمكان.

3.6 قياس أداة الدراسة وجمع البيانات:

تم جمع بيانات الدراسة من خلال استبيان إلكتروني صُمم باستخدام Google Forms. تم نشر رابط الاستبيان عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة للوصول إلى عينة الدراسة المستهدفة. تضمن الاستبيان عدة أجزاء رئيسية: مقدمة توضح هدف الدراسة وتؤكد سرية البيانات، قسم للبيانات الديموغرافية، ثم أقسام تقيس متغيرات الدراسة الرئيسية (المتغير المستقل: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بأبعاده الأربعة، والمتغير التابع: تعزيز الهوية الثقافية بأبعاده الأربعة)، بالإضافة إلى قسم لقياس التحديات وقسم آخر لقياس الاستراتيجيات المقترحة. تم بناء بنود الاستبيان استنادًا إلى مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة (كما هو موضح في مراجع تصميم الأداة أدناه).

للتأكد من صحة الاستبيان (Validity) قبل توزيعه على نطاق واسع، تم إجراء دراسة تجريبية صغيرة (Pilot Study) على عينة استطلاعية محدودة (حوالي 30 فردًا) من خارج عينة الدراسة الرئيسية، بهدف التحقق من وضوح البنود، وسهولة الفهم، وتقدير الوقت اللازم للإجابة، والحصول على ملاحظات أولية حول الصدق والثبات. كما تم عرض الاستبيان على محكمين متخصصين (الصدق الظاهري).

بعد جمع البيانات من العينة النهائية (384 مستجيبًا)، تم تفرغ الردود وإدخالها في برنامج التحليل الإحصائي SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) الإصدار 25. تم تحليل البيانات باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة:

- 1. الإحصاء الوصفي:** تم استخدام التكرارات والنسب المئوية لوصف الخصائص الديموغرافية للعينة. كما تم حساب المتوسطات الحسابية (Mean) والانحرافات المعيارية (Standard Deviation) لكل بند ولكل بعد من أبعاد متغيرات الدراسة، بالإضافة إلى المتغيرات الكلية (استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، تعزيز الهوية الثقافية، التحديات، الاستراتيجيات).
- 2. قياس مستوى الموافقة وتفسيره:** تم قياس استجابات المشاركين على بنود الاستبيان باستخدام مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale)، حيث تم إعطاء الأوزان التالية للاستجابات: (موافق بشدة = 5، موافق = 4، محايد = 3، غير موافق = 2، غير موافق بشدة = 1).
- 3. الأهمية النسبية:** تم حساب الأهمية النسبية لكل بند ولكل بعد من خلال قسمة المتوسط الحسابي المتحصل عليه على أعلى قيمة في المقياس (وهي 5) وضرب الناتج في 100. (الأهمية النسبية = (المتوسط الحسابي / 5) * 100).

4. تحديد درجة الموافقة (المدى): تم تحويل المتوسطات الحسابية إلى درجة موافقة (منخفضة، متوسطة، مرتفعة) بناءً على طول الفئة، والذي يُحسب كالتالي: (أعلى قيمة - أقل قيمة) / عدد الفئات = $(1 - 5) / 4 = 3 / 4 = 1.33$. وبناءً عليه، تم تقسيم الدرجات كما يلي:

- منخفض: من 1 إلى أقل من $(1.33 + 1) = 2.33$

- متوسط: من 2.34 إلى أقل من $(1.33 + 2.33) = 3.67$

- مرتفع: من 3.68 إلى 5.00

5. اختبارات الصدق والثبات: تم استخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لتقييم الصدق البنائي (Construct Validity)، ومعامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لتقييم الثبات (Reliability) أو الاتساق الداخلي لأداة الدراسة.

6. اختبار التوزيع الطبيعي: تم استخدام اختباري كولموجوروف -سميرنوف (Kolmogorov-Smirnov) وشابيرو-ويلك (Shapiro-Wilk) للتحقق من اعتدالية توزيع بيانات المتغير التابع.

7. تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Linear Regression): تم استخدامه لاختبار تأثير المتغير المستقل (استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بأبعاده) على المتغير التابع (تعزيز الهوية الثقافية بأبعاده).

3.7 تصميم أداة الدراسة:

تم تصميم أداة الدراسة، وهي الاستبيان، بعناية لجمع البيانات اللازمة للإجابة على تساؤلات البحث واختبار فرضياته حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لدى المجتمع السعودي. يهدف الاستبيان إلى قياس تصورات واتجاهات وسلوكيات المستخدمين السعوديين فيما يتعلق باستخدامهم لهذه الوسائل وتأثير ذلك على جوانب مختلفة من هويتهم الثقافية. تم بناء الاستبيان استنادًا إلى مراجعة شاملة للأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة، مثل دراسات (لعبي وجرفي، 2020؛ السيد، 2018؛ جعفري، 2017؛ القرشي، 2021؛ الشهري، 2014؛ بلعربي، 2015)، لضمان تغطية الجوانب الأساسية للموضوع وتضمن بنود ذات مصداقية علمية. تم تقسيم الاستبيان إلى عدة أجزاء رئيسية لتسهيل الإجابة وتنظيم عملية جمع البيانات. يبدأ الاستبيان بمقدمة ترحيبية توضح الهدف من الدراسة، وتؤكد على سرية المعلومات وأهمية المشاركة الصادقة، ثم ينتقل إلى جمع البيانات الديموغرافية الأساسية للمشاركين مثل الجنس، العمر، المنطقة، المستوى التعليمي، المهنة، ومتوسط الاستخدام اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي، وذلك

لفهم خصائص العينة وتأثير هذه الخصائص المحتمل على النتائج. الجزء التالي يقيس المتغير المستقل "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي" من خلال أربعة أبعاد رئيسية هي: تنوع المنصات المستخدمة، التفاعل والمشاركة، الاستخدام الهادف، والوعي بالمحتوى، حيث يتضمن كل بعد مجموعة من البنود التي تقيس جوانب محددة من هذا الاستخدام. بعد ذلك، يقيس الاستبيان المتغير التابع "تعزيز الهوية الثقافية" عبر أربعة أبعاد هي: الاعتزاز بالهوية، المعرفة بالتراث والثقافة، المحافظة على القيم، ونقل الهوية للأجيال، وكل بعد يتضمن بنودًا تعكس مدى شعور المشاركين بتعزيز هذه الجوانب من هويتهم. بالإضافة إلى ذلك، تم تضمين قسمين إضافيين لقياس تصورات المشاركين حول "التحديات" التي تواجه الهوية الثقافية السعودية في ظل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، و"الاستراتيجيات" التي يرونها فعالة لتعزيز الهوية الثقافية عبر هذه الوسائل. تم صياغة جميع البنود بأسلوب واضح ومباشر، وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لجمع الردود، مما يتيح تحليل البيانات كمياً. تم توفير الاستبيان إلكترونياً عبر رابط Google Forms لتسهيل الوصول والمشاركة لأكثر عدد ممكن من أفراد العينة المستهدفة في مختلف أنحاء المملكة.

3.8 صدق المقياس:

يعتبر الصدق (Validity) من أهم الخصائص السيكومترية التي يجب توافرها في أداة القياس، ويشير إلى مدى قدرة الأداة على قياس ما يفترض أن تقيسه بالفعل. للتأكد من صدق مقياس هذه الدراسة، تم الاعتماد على نوعين من الصدق: الصدق الظاهري والصدق البنائي.

3.8.1 الصدق الظاهري (Face Validity): يشير الصدق الظاهري إلى مدى وضوح وملاءمة بنود الاستبيان للهدف الذي صُمم من أجله، كما يظهر للمحكمين والمستجيبين. للتحقق من هذا النوع من الصدق، تم عرض الاستبيان بصورته الأولية على المشرف الأكاديمي وعدد من الخبراء والمحكمين في مجال الإعلام والدراسات الاجتماعية والثقافية. طُلب منهم تقييم مدى وضوح البنود، دقة الصياغة اللغوية، وملاءمة كل بند للبعد الذي يندرج تحته، ومدى تغطية الاستبيان لموضوع الدراسة. بناءً على ملاحظاتهم وتوجيهاتهم، تم إجراء التعديلات اللازمة على بعض البنود لتحسين وضوحها ودقتها قبل اعتماد الصيغة النهائية للاستبيان.

3.8.2 الصدق البنائي (Construct Validity): يقيس الصدق البنائي مدى ارتباط بنود المقياس وأبعاده بالمفهوم النظري الذي يُفترض أن يقيسه. تم التحقق من الصدق البنائي للمقياس في هذه الدراسة باستخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لتقييم درجة الاتساق الداخلي، وذلك من خلال حساب

معاملات الارتباط بين درجة كل بند والدرجة الكلية للبند الذي ينتمي إليه، وكذلك بين درجة كل بعد والدرجة الكلية للمتغير الذي يندرج تحته، وأخيرًا بين درجة كل بعد والدرجة الكلية للمقياس ككل.

أ. المتغير المستقل: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

جدول (3.1): معاملات ارتباط بيرسون بين بنود المتغير المستقل والدرجة الكلية للبند الذي تنتمي إليه

معامل الارتباط	البند والأبعاد
تنوع المنصات المستخدمة	
0.710**	أستخدم منصات تواصل اجتماعي متنوعة (مثل تويتر، انستغرام، سناب شات، فيسبوك، تيك توك، يوتيوب)
0.756**	أتابع صفحات وحسابات متنوعة تهتم بالثقافة والتراث السعودي على منصات التواصل
0.700**	أفاعل مع محتوى متنوع (صور، فيديوهات، مقالات، بث مباشر) يتعلق بالهوية الثقافية السعودية
0.664**	أشارك في مجموعات ومنتديات على وسائل التواصل تناقش مواضيع تتعلق بالثقافة السعودية
التفاعل والمشاركة	
0.645**	أفاعل بانتظام مع المحتوى المتعلق بالهوية الثقافية السعودية (إعجاب، تعليق، مشاركة)
0.727**	أشارك في النقاشات والحوارات المتعلقة بالثقافة والتراث السعودي على وسائل التواصل
0.696**	أقوم بنشر محتوى خاص بي يتعلق بالهوية الثقافية السعودية (صور، فيديوهات، آراء، تجارب)
0.685**	أستخدم وسائل التواصل للتعبير عن انتمائي وفخري بالهوية الثقافية السعودية
الاستخدام الهادف	
0.697**	أستخدم وسائل التواصل للتعرف على المزيد عن تاريخ وتراث المملكة العربية السعودية
0.720**	أستخدم وسائل التواصل لمتابعة الفعاليات والمناسبات الثقافية السعودية
0.705**	أستخدم وسائل التواصل للتواصل مع المهتمين بالثقافة السعودية وتبادل الخبرات والمعلومات
0.727**	أعتبر وسائل التواصل أداة مهمة لتعزيز الوعي بالهوية الثقافية السعودية لدى الأجيال الجديدة
الوعي بالمحتوى	
0.517**	أميز بين المحتوى الأصيل والمحتوى المزيف أو المشوه الذي يتعلق بالهوية الثقافية السعودية
0.562**	أنتقد المحتوى الذي يتعارض مع القيم والعادات والتقاليد السعودية الأصيلة
0.505**	أحرص على نشر المحتوى الذي يعكس الصورة الحقيقية والمشرقة للثقافة السعودية
0.562**	أتجنب نشر أو مشاركة المحتوى الذي يسبب للهوية الثقافية السعودية أو يشوهها

يشير تحليل معاملات الارتباط في الجدول (3.1) إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية (عند مستوى دلالة 0.01) بين كل بند من بنود المتغير المستقل "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي" والدرجة الكلية للبند الذي ينتمي إليه. ففي بعد "تنوع المنصات المستخدمة"، تراوحت معاملات الارتباط بين (0.664**) للبند الرابع "أشارك في مجموعات ومنتديات..." و(0.756**) للبند الثاني "أتابع صفحات وحسابات متنوعة...". وفي بعد "التفاعل والمشاركة"، تراوحت القيم بين (0.645**) للبند الأول "أفاعل بانتظام..." و(0.727**) للبند الثاني "أشارك في النقاشات والحوارات...".

بانتظام... و(0.727**) للبند الثاني "أشارك في النقاشات والحوارات..." أما بعد "الاستخدام الهادف"، فقد تراوحت معاملات الارتباط بين (0.697**) للبند الأول "أستخدم وسائل التواصل للتعرف..." و(0.727**) للبند الرابع "أعتبر وسائل التواصل أداة مهمة..." وأخيرًا، في بعد "الوعي بالمحتوى"، تراوحت القيم بين (0.505**) للبند الثالث "أحرص على نشر المحتوى..." و(0.562**) للبندين الثاني "أنتقد المحتوى..." والرابع "أتجنب نشر أو مشاركة..." تشير هذه النتائج إلى أن بنود كل بعد تقيس بالفعل المفهوم الذي يمثله البعد، مما يدعم الصدق البنائي للمتغير المستقل.

ب. المتغير التابع: تعزيز الهوية الثقافية:

جدول (3.2): معاملات ارتباط بيرسون بين بنود المتغير التابع والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه

معامل الارتباط	البنود والابعاد
	الاعتزاز بالهوية
0.692**	أشعر بالفخر والاعتزاز بانتمائي للهوية الثقافية السعودية
0.715**	أعتبر الهوية الثقافية السعودية جزءاً أساسياً من هويتي الشخصية
0.696**	أحرص على إظهار هويتي الثقافية السعودية في تعاملاتي وتفاعلاتي مع الآخرين
0.694**	أرى أن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في زيادة اعتزازي بهويتي الثقافية
	المعرفة بالتراث والثقافة
0.708**	أمتلك معرفة جيدة بالتاريخ والتراث والعادات والتقاليد السعودية
0.683**	أهتم بمعرفة المزيد عن مختلف جوانب الثقافة السعودية (الفنون، الأدب، الموسيقى، المطبخ، الأزياء...)
0.674**	أشارك في الفعاليات والأنشطة التي تعزز المعرفة بالثقافة السعودية
0.717**	أرى أن وسائل التواصل الاجتماعي ساعدتني في زيادة معرفتي بالثقافة السعودية
	المحافظة على القيم
0.702**	أتمسك بالقيم والأخلاق الإسلامية والعربية الأصيلة التي تشكل جوهر الهوية الثقافية السعودية
0.708**	أحافظ على العادات والتقاليد السعودية الأصيلة في حياتي اليومية
0.736**	أرفض العادات والسلوكيات الدخيلة التي تتعارض مع الهوية الثقافية السعودية
0.694**	أرى أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تساهم في الحفاظ على القيم والعادات السعودية الأصيلة
	نقل الهوية للأجيال
0.698**	أحرص على تعريف أفراد أسرتي (الأبناء، الإخوة، الأقارب) بالهوية الثقافية السعودية
0.671**	أشجع الأجيال الجديدة على الاعتزاز بالهوية الثقافية السعودية والمحافظة عليها
0.725**	أستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لنقل الهوية الثقافية السعودية للأجيال الجديدة
0.719**	أرى أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً هاماً في نقل الهوية الثقافية السعودية عبر الأجيال

يوضح تحليل معاملات الارتباط في الجدول (3.2) وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية (عند مستوى دلالة 0.01) بين كل بند من بنود المتغير التابع "تعزيز الهوية الثقافية" والدرجة الكلية للبند الذي ينتمي إليه. ففي بعد "الاعتزاز بالهوية"، تراوحت معاملات الارتباط بين (0.692**) للبند الأول "أشعر بالفخر والاعتزاز..." و(0.715**) للبند الثاني "أعتبر الهوية الثقافية جزءاً...". وفي بعد "المعرفة بالتراث والثقافة"، تراوحت القيم بين (0.674**) للبند الثالث "أشارك في الفعاليات..." و(0.717**) للبند الرابع "أرى أن وسائل التواصل الاجتماعي ساعدتني...". بالنسبة لبند "المحافظة على القيم"، تراوحت معاملات الارتباط بين (0.694**) للبند الرابع "أرى أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تساهم..." و(0.736**) للبند الثالث "أرفض العادات والسلوكيات الدخيلة...". وأخيراً، في بعد "نقل الهوية للأجيال"، تراوحت القيم بين (0.671**) للبند الثاني "أشجع الأجيال الجديدة..." و(0.725**) للبند الثالث "أستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لنقل...". تؤكد هذه الارتباطات القوية والدالة إحصائية على أن بنود كل بعد مترابطة وتقيس المفهوم الأساسي للبعد، مما يعزز الصدق البنائي للمتغير التابع.

ج. الدرجة الكلية للمقياس:

تمهيد: لزيادة التأكد من الصدق البنائي للمقياس ككل، تم حساب معاملات ارتباط بيرسون بين الدرجة الكلية لكل بعد من أبعاد المتغيرين المستقل والتابع، وكذلك الدرجة الكلية لكل متغير، مع الدرجة الكلية للمقياس (مجموع درجات جميع البنود).

جدول (3.3): معاملات ارتباط بيرسون بين أبعاد ومتغيرات الدراسة والدرجة الكلية للمقياس

الدرجة الكلية للمقياس	معامل الارتباط
تنوع المنصات المستخدمة	0.818**
التفاعل والمشاركة	0.825**
الاستخدام الهادف	0.852**
الوعي بالمحتوى	0.770**
استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	0.975**
الاعتزاز بالهوية	0.830**
المعرفة بالتراث والثقافة	0.828**
المحافظة على القيم	0.829**
نقل الهوية للأجيال	0.845**
تعزيز الهوية الثقافية	0.975**

تُظهر نتائج تحليل الارتباط في الجدول (3.3) وجود علاقات ارتباطية موجبة وقوية ودالة إحصائية (عند مستوى دلالة 0.01) بين جميع أبعاد الدراسة (تنوع المنصات المستخدمة، التفاعل والمشاركة، الاستخدام الهادف، الوعي بالمحتوى، الاعتزاز بالهوية، المعرفة بالتراث والثقافة، المحافظة على القيم، نقل الهوية للأجيال)، وبين الدرجة الكلية لكل من المتغير المستقل (استخدام وسائل التواصل الاجتماعي) والمتغير التابع (تعزيز الهوية الثقافية)، مع الدرجة الكلية للمقياس. تراوحت معاملات الارتباط للأبعاد بين (0.770**) لبعد "الوعي بالمحتوى" و(0.852**) لبعد "الاستخدام الهادف". كما بلغ معامل الارتباط للدرجة الكلية للمتغير المستقل (0.975**) وللدرجة الكلية للمتغير التابع (0.975**) مع الدرجة الكلية للمقياس. هذه الارتباطات المرتفعة جدًا والدالة إحصائية تشير بقوة إلى أن المقياس ككل يتمتع بدرجة عالية من الصدق البنائي، وأن أبعاده ومتغيراته مترابطة بشكل جيد وتقيس المفهوم العام للدراسة.

3.9 ثبات المقياس (Scale Reliability):

يشير الثبات (Reliability) إلى مدى اتساق نتائج المقياس واستقرارها عند تكرار القياس تحت ظروف مماثلة. تم التحقق من ثبات مقياس هذه الدراسة باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، الذي يقيس درجة الاتساق الداخلي بين بنود المقياس أو البعد الواحد. يعتبر المقياس ثابتًا بشكل مقبول إذا كانت قيمة ألفا كرونباخ 0.70 فأكثر.

جدول (3.4): معاملات ألفا كرونباخ لأبعاد ومتغيرات الدراسة والدرجة الكلية للمقياس

الأبعاد والمتغيرات وكذلك الدرجة الكلية	كرومباخ ألفا	عدد البنود
تنوع المنصات المستخدمة	0.768	4
التفاعل والمشاركة	0.728	4
الاستخدام الهادف	0.776	4
الوعي بالمحتوى	0.738	4
استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	0.867	16
الاعتزاز بالهوية	0.752	4
المعرفة بالتراث والثقافة	0.744	4
المحافظة على القيم	0.772	4
نقل الهوية للأجيال	0.760	4
تعزيز الهوية الثقافية	0.881	16
الدرجة الكلية للمقياس	0.939	32

تكشف النتائج الواردة في الجدول (3.4) عن معاملات ثبات مرتفعة ومقبولة لجميع أبعاد ومتغيرات الدراسة، وكذلك للمقياس ككل. فبالنسبة لأبعاد المتغير المستقل "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي"، تراوحت

قيم ألفا كرونباخ بين (0.728) لبعد "التفاعل والمشاركة" و(0.776) لبعد "الاستخدام الهادف"، وبلغت القيمة الإجمالية للمتغير المستقل (0.867). أما أبعاد المتغير التابع "تعزيز الهوية الثقافية"، فتراوحت قيم ألفا بين (0.744) لبعد "المعرفة بالتراث والثقافة" و(0.772) لبعد "المحافظة على القيم"، وبلغت القيمة الإجمالية للمتغير التابع (0.881). والأهم من ذلك، بلغت قيمة ألفا كرونباخ للدرجة الكلية للمقياس (الـ 32 بنداً) (0.939)، وهي قيمة مرتفعة جداً. تشير جميع هذه القيم، التي تجاوزت الحد المقبول (0.70)، إلى أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات والاتساق الداخلي، مما يعني إمكانية الاعتماد على نتائجها بدرجة كبيرة من الثقة.

3.10 الاختبارات الإحصائية:

تم تحليل البيانات التي تم جمعها باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS الإصدار 25 (v25). تم استخدام مجموعة متنوعة من الأساليب الإحصائية، بما في ذلك الإحصاء الوصفي (التركرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية)، اختبارات الصدق (ارتباط بيرسون)، اختبار الثبات (ألفا كرونباخ)، اختبارات التوزيع الطبيعي (كولموجوروف-سميرنوف وشابيرو-ويلك)، وتحليل الانحدار الخطي المتعدد لاختبار فرضيات الدراسة.

4. نتائج الدراسة

يُخصص هذا الفصل لعرض وتحليل النتائج التي تم التوصل إليها من خلال التحليل الإحصائي للبيانات المجمعة بواسطة الاستبيان. سيتم البدء بتحليل الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة للتعرف على سماتها الأساسية. بعد ذلك، سيتم توصيف متغيرات الدراسة بأبعادها وبنودها المختلفة، بما في ذلك المتغير المستقل (استخدام وسائل التواصل الاجتماعي) والمتغير التابع (تعزيز الهوية الثقافية)، بالإضافة إلى التحديات والاستراتيجيات، وذلك باستخدام مقاييس النزعة المركزية والتشتت والأهمية النسبية. وأخيراً، سيتم عرض نتائج اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة والفرضيات الفرعية المنبثقة عنها، والتي تبحث في تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بأبعاده المختلفة على تعزيز الهوية الثقافية بأبعادها، وذلك باستخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد، مع ربط النتائج وتفسيرها في ضوء الدراسات السابقة. سيتم عرض النتائج باستخدام الجداول الإحصائية وتفسيرها بشكل مفصل.

4.1 الخصائص الديموغرافية:

يهدف هذا الجزء إلى عرض توصيف لعينة الدراسة من حيث الخصائص الديموغرافية الأساسية، وذلك باستخدام التكرارات والنسب المئوية. يساعد فهم خصائص العينة في تفسير النتائج وتحديد مدى إمكانية تعميمها.

جدول (4.1): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية

المتغير	الفئات	التكرار	%
الجنس	أنثى	182	47.4
	ذكر	202	52.6
العمر	18-25	57	14.8
	26-35	85	22.1
	36-45	109	28.4
	46-55	99	25.8
	56 فأكثر	34	8.9
		45	11.7
المنطقة	المنطقة الجنوبية	45	11.7
	المنطقة الشرقية	45	11.7
	المنطقة الشمالية	100	26
	المنطقة الغربية	99	25.8
	المنطقة الوسطى	95	24.7
المستوى التعليمي	بكالوريوس	126	32.8
	ثانوي فأقل	61	15.9
	دبلوم	137	35.7
	دراسات عليا	60	15.6
	رائد أعمال	82	21.4
المهنة	ربة منزل	40	10.4
	طالب	37	9.6
	متقاعد	84	21.9
	موظف حكومي	66	17.2
	موظف قطاع خاص	75	19.5
		97	25.3
متوسط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يومياً	1-3 ساعات	97	25.3
	3-5 ساعات	108	28.1
	5-7 ساعات	86	22.4
	أقل من ساعة	48	12.5
	أكثر من 7 ساعات	45	11.7
الإجمالي		384	100

تُظهر النتائج في الجدول (4.1) أن نسبة الذكور في العينة كانت أعلى بقليل من الإناث، حيث بلغت (52.6%) للذكور مقابل (47.4%) للإناث. من حيث الفئة العمرية، كانت الفئة الأكبر هي (36-45 سنة) بنسبة (28.4%)، تليها الفئة (46-55 سنة) بنسبة (25.8%)، ثم (26-35 سنة) بنسبة (22.1%). أما من حيث المنطقة الجغرافية، فكان التوزيع متقاربًا بين المناطق الشمالية (26%)، والغربية (25.8%)، والوسطى (24.7%)، بينما كانت النسب أقل للمنطقتين الجنوبية والشرقية (11.7% لكل منهما). وفيما يتعلق بالمستوى التعليمي، شكل الحاصلون على الدبلوم النسبة الأكبر (35.7%)، يليهم حملة البكالوريوس (32.8%)، ثم الدراسات العليا (15.6%) والثانوي فأقل (15.9%). من ناحية المهنة، كانت الفئات الأكثر تمثيلًا هي المتقاعدين (21.9%) ورواد الأعمال (21.4%) وموظفي القطاع الخاص (19.5%). وأخيرًا، بالنسبة لمتوسط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يوميًا، أفادت النسبة الأكبر من العينة بأنهم يستخدمونها لفترة تتراوح بين (3-5 ساعات) يوميًا (28.1%)، تليها الفئة (1-3 ساعات) بنسبة (25.3%)، ثم (5-7 ساعات) بنسبة (22.4%).

4.2 توصيف متغيرات الدراسة:

يهدف هذا الجزء إلى تقديم وصف تفصيلي لمتغيرات الدراسة الرئيسية (المتغير المستقل: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والمتغير التابع: تعزيز الهوية الثقافية) بأبعادها وبنودها، بالإضافة إلى توصيف التحديات والاستراتيجيات المتصورة من قبل أفراد العينة. تم استخدام المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والأهمية النسبية، وتحديد درجة الموافقة (منخفضة، متوسطة، مرتفعة) لكل بند وكل بعد.

4.2.1 توصيف المتغير المستقل: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

تمهيد: يقدم الجدول التالي وصفًا لآراء عينة الدراسة حول استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال أبعاده الأربعة: تنوع المنصات المستخدمة، التفاعل والمشاركة، الاستخدام الهادف، والوعي بالمحتوى.

جدول (4.2): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ودرجة الموافقة لأبعاد وبنود المتغير المستقل (استخدام وسائل التواصل الاجتماعي)

م	المتغيرات والأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الدرجة	الترتيب
1	أستخدم منصات تواصل اجتماعي متنوعة (مثل تويتر، انستغرام، سناب شات، فيسبوك، تيك توك، يوتيوب)	3.25	1.226	64.9%	متوسطة	2
2	أتابع صفحات وحسابات متنوعة تهتم بالثقافة والتراث السعودي على منصات التواصل	3.17	1.195	63.3%	متوسطة	4
3	أفاعل مع محتوى متنوع (صور، فيديوهات، مقالات، بث مباشر) يتعلق بالهوية الثقافية السعودية	3.31	1.172	66.2%	متوسطة	1
4	أشارك في مجموعات ومنتديات على وسائل التواصل تناقش مواضيع تتعلق بالثقافة السعودية	3.20	1.199	64.0%	متوسطة	3
أ	تنوع المنصات المستخدمة	3.230	0.848	64.6%	متوسطة	4
1	أفاعل بانتظام مع المحتوى المتعلق بالهوية الثقافية السعودية (إعجاب، تعليق، مشاركة)	3.21	1.204	64.2%	متوسطة	4
2	أشارك في النقاشات والحوارات المتعلقة بالثقافة والتراث السعودي على وسائل التواصل	3.30	1.179	66.0%	متوسطة	3
3	أقوم بنشر محتوى خاص بي يتعلق بالهوية الثقافية السعودية (صور، فيديوهات، آراء، تجارب)	3.38	1.216	67.6%	متوسطة	2
4	أستخدم وسائل التواصل للتعبير عن انتمائي وفخري بالهوية الثقافية السعودية	3.41	1.143	68.1%	متوسطة	1
ب	التفاعل والمشاركة	3.323	0.815	66.5%	متوسطة	3
1	أستخدم وسائل التواصل للتعرف على المزيد عن تاريخ وتراث المملكة العربية السعودية	3.34	1.176	66.7%	متوسطة	2
2	أستخدم وسائل التواصل لمتابعة الفعاليات والمناسبات الثقافية السعودية	3.30	1.184	66.0%	متوسطة	4
3	أستخدم وسائل التواصل للتواصل مع المهتمين بالثقافة السعودية وتبادل الخبرات والمعلومات	3.43	1.149	68.5%	متوسطة	1
4	أعتبر وسائل التواصل أداة مهمة لتعزيز الوعي بالهوية الثقافية السعودية لدى الأجيال الجديدة	3.33	1.157	66.5%	متوسطة	3
ج	الاستخدام الهادف	3.347	0.831	66.9%	متوسطة	2
1	أميز بين المحتوى الأصيل والمحتوى المزيف أو المشوه الذي يتعلق بالهوية الثقافية السعودية	3.33	1.223	66.6%	متوسطة	2
2	أنتقد المحتوى الذي يتعارض مع القيم والعادات والتقاليد السعودية الأصيلة	3.34	1.181	66.8%	متوسطة	1
3	أحرص على نشر المحتوى الذي يعكس الصورة الحقيقية والمشرقة للثقافة السعودية	3.22	1.168	64.5%	متوسطة	4
4	أتجنب نشر أو مشاركة المحتوى الذي يسىء للهوية الثقافية السعودية أو يشوهها	3.23	1.205	64.6%	متوسطة	3
د	الوعي بالمحتوى	3.354	0.936	67.1%	متوسطة	1
المتغير المستقل	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	3.313	0.717	66.3%	متوسطة	

يتضح من الجدول (4.2) أن درجة موافقة أفراد العينة على بنود المتغير المستقل "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي" ككل كانت متوسطة، بمتوسط حسابي عام بلغ (3.313) وانحراف معياري (0.717)، وأهمية نسبية (66.3%). عند النظر إلى الأبعاد الفرعية، جاء بعد "الوعي بالمحتوى" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.354) ودرجة موافقة متوسطة، وكان أعلى بند فيه هو "أنتقد المحتوى الذي يتعارض مع القيم..." (متوسط 3.34)، وأقلها "أحرص على نشر المحتوى الذي يعكس الصورة الحقيقية..." (متوسط 3.22). تلاه بعد "الاستخدام الهادف" في المرتبة الثانية بمتوسط (3.347) ودرجة متوسطة، وأعلى بنوده "أستخدم وسائل التواصل للتواصل مع المهتمين بالثقافة..." (متوسط 3.43)، وأقلها "أستخدم وسائل التواصل لمتابعة الفعاليات..." (متوسط 3.30). ثم جاء بعد "التفاعل والمشاركة" ثالثاً بمتوسط (3.323) ودرجة متوسطة، وأعلى بنوده "أستخدم وسائل التواصل للتعبير عن انتمائي وفخري..." (متوسط 3.41)، وأقلها "أتفاعل بانتظام مع المحتوى..." (متوسط 3.21). وأخيراً، جاء بعد "تنوع المنصات المستخدمة" في المرتبة الرابعة بمتوسط (3.230) ودرجة متوسطة، وأعلى بنوده "أتفاعل مع محتوى متنوع..." (متوسط 3.31)، وأقلها "أتابع صفحات وحسابات متنوعة..." (متوسط 3.17). تشير هذه النتائج إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض ثقافية وتفاعلية يتم بدرجة متوسطة لدى العينة، مما قد يتفق مع دراسات أشارت إلى الاستخدام المتنوع لهذه المنصات ولكن ليس بالضرورة المكثف للأغراض الثقافية العميقة (مثل جعفري، 2017؛ Al-Anazi, 2023).

4.2.2 توصيف المتغير التابع: تعزيز الهوية الثقافية:

تمهيد: يقدم الجدول التالي وصفاً لتصورات عينة الدراسة حول مدى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز هويتهم الثقافية، وذلك من خلال أبعاده الأربعة: الاعتزاز بالهوية، المعرفة بالتراث والثقافة، المحافظة على القيم، ونقل الهوية للأجيال.

جدول (4.3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ودرجة الموافقة لأبعاد وبنود المتغير التابع (تعزيز الهوية الثقافية)

م	المتغيرات والأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الدرجة	الترتيب
1	أشعر بالفخر والاعتزاز بانتمائي للهوية الثقافية السعودية	3.32	1.194	66.4%	متوسطة	1
2	أعتبر الهوية الثقافية السعودية جزءاً أساسياً من هويتي الشخصية	3.29	1.220	65.7%	متوسطة	2
3	أحرص على إظهار هويتي الثقافية السعودية في تعاملاتي وتفاعلاتي مع الآخرين	3.14	1.206	62.9%	متوسطة	4
4	أرى أن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في زيادة اعتزازي بهويتي الثقافية	3.22	1.221	64.3%	متوسطة	3
أ	الاعتزاز بالهوية	3.242	0.846	64.8%	متوسطة	4
1	أمتلك معرفة جيدة بالتاريخ والتراث والعادات والتقاليد السعودية	3.34	1.223	66.9%	متوسطة	1
2	أهتم بمعرفة المزيد عن مختلف جوانب الثقافة السعودية (الفنون، الأدب، الموسيقى، المطبخ، الأزياء...)	3.34	1.194	66.7%	متوسطة	4
3	أشارك في الفعاليات والأنشطة التي تعزز المعرفة بالثقافة السعودية	3.34	1.203	66.8%	متوسطة	2
4	أرى أن وسائل التواصل الاجتماعي ساعدتني في زيادة معرفتي بالثقافة السعودية	3.34	1.183	66.8%	متوسطة	2
ب	المعرفة بالتراث والثقافة	3.340	0.835	66.8%	متوسطة	2
1	أتمسك بالقيم والأخلاق الإسلامية والعربية الأصيلة التي تشكل جوهر الهوية الثقافية السعودية	3.37	1.187	67.4%	متوسطة	1
2	أحافظ على العادات والتقاليد السعودية الأصيلة في حياتي اليومية	3.35	1.204	67.0%	متوسطة	3
3	أرفض العادات والسلوكيات الدخيلة التي تتعارض مع الهوية الثقافية السعودية	3.36	1.192	67.1%	متوسطة	2
4	أرى أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تساهم في الحفاظ على القيم والعادات السعودية الأصيلة	3.31	1.157	66.3%	متوسطة	4
ج	المحافظة على القيم	3.347	0.841	66.9%	متوسطة	1
1	أحرص على تعريف أفراد أسرتي (الأبناء، الإخوة، الأقارب) بالهوية الثقافية السعودية	3.40	1.209	68.0%	متوسطة	1
2	أشجع الأجيال الجديدة على الاعتزاز بالهوية الثقافية السعودية والمحافظة عليها	3.40	1.163	67.9%	متوسطة	2
3	أستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لنقل الهوية الثقافية السعودية للأجيال الجديدة	3.19	1.176	63.9%	متوسطة	3
4	أرى أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً هاماً في نقل الهوية الثقافية السعودية عبر الأجيال	3.18	1.166	63.6%	متوسطة	4
د	نقل الهوية للأجيال	3.292	0.829	65.8%	متوسطة	3
المتغير التابع	تعزيز الهوية الثقافية	3.305	0.716	66.1%	متوسطة	
	الدرجة الكلية للمقياس	3.3093	3.309	0.698	متوسطة	

يُظهر الجدول (4.3) أن درجة موافقة أفراد العينة على مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في "تعزيز الهوية الثقافية" ككل كانت متوسطة، بمتوسط حسابي عام (3.305) وانحراف معياري (0.716)، وأهمية نسبية

(66.1%). بالنظر إلى الأبعاد الفرعية، جاء بعد "المحافظة على القيم" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.347) ودرجة موافقة متوسطة، وكان أعلى بند فيه هو "أتمسك بالقيم والأخلاق الإسلامية..." (متوسط 3.37)، وأقلها "أرى أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تساهم..." (متوسط 3.31). تلاه بعد "المعرفة بالتراث والثقافة" في المرتبة الثانية بمتوسط (3.340) ودرجة متوسطة، حيث تساوت أربعة بنود في الحصول على أعلى متوسط (3.34)، ولم يكن هناك بند أقل بشكل واضح. ثم جاء بعد "نقل الهوية للأجيال" ثالثًا بمتوسط (3.292) ودرجة متوسطة، وأعلى بنوده "أحرص على تعريف أفراد أسرتي..." (متوسط 3.40)، وأقلها "أرى أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا هامًا..." (متوسط 3.18). وأخيرًا، جاء بعد "الاعتزاز بالهوية" في المرتبة الرابعة بمتوسط (3.242) ودرجة متوسطة، وأعلى بنوده "أشعر بالفخر والاعتزاز..." (متوسط 3.32)، وأقلها "أحرص على إظهار هويتي الثقافية..." (متوسط 3.14). تشير هذه النتائج إلى أن المشاركين يرون مساهمة متوسطة لوسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز مختلف جوانب هويتهم الثقافية، وهو ما يتسق مع فكرة أن هذه الوسائل يمكن أن تلعب دورًا إيجابيًا ولكنها ليست العامل الوحيد أو الأقوى دائمًا (كما أشارت دراسات مثل السوادي، 2020؛ بركات وفنيش، 2015).

4.2.3 التحديات:

يقدم الجدول التالي وصفًا لتصورات عينة الدراسة حول أبرز التحديات التي تواجه الهوية الثقافية السعودية بسبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (4.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ودرجة الموافقة لبنود التحديات

م	المتغيرات والأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الدرجة	الترتيب
1	أرى أن انتشار المحتوى السطحي وغير الهادف على وسائل التواصل يشكل تحديًا للحفاظ على الهوية الثقافية	3.25	1.205	65.1%	متوسطة	3
2	أعتقد أن التقليد الأعمى للثقافات الأخرى عبر وسائل التواصل يؤثر سلبيًا على الهوية الثقافية السعودية	3.23	1.175	64.7%	متوسطة	4
3	أواجه صعوبة في التمييز بين المحتوى الأصيل والمزيف الذي يتعلق بالهوية الثقافية السعودية على وسائل التواصل	3.14	1.202	62.9%	متوسطة	5
4	أرى أن ضعف الرقابة على المحتوى المنشور على وسائل التواصل يشكل خطرًا على الهوية الثقافية	3.27	1.167	65.4%	متوسطة	2
5	أعتقد أن اللغة العربية الفصحى تواجه تهديدًا على وسائل التواصل الاجتماعي لصالح اللهجات العامية أو اللغات الأجنبية	3.37	1.184	67.3%	متوسطة	1
	التحديات	2.988	0.565	59.8%	متوسطة	

يتضح من الجدول (4.4) أن درجة موافقة أفراد العينة على وجود تحديات تواجه الهوية الثقافية بسبب وسائل التواصل الاجتماعي كانت متوسطة بشكل عام، بمتوسط حسابي إجمالي (2.988) وانحراف معياري (0.565)، وأهمية نسبية (59.8%). جاء التحدي المتعلق بـ "تهميش اللغة العربية الفصحى" في المرتبة الأولى كأكبر تحدٍ متصور، بمتوسط حسابي (3.37) ودرجة موافقة متوسطة. تلاه تحدي "ضعف الرقابة على المحتوى" في المرتبة الثانية (متوسط 3.27)، ثم "انتشار المحتوى السطحي" ثالثاً (متوسط 3.25)، و**"التقليد الأعمى للثقافات الأخرى" رابعاً (متوسط 3.23). أما أقل تحدٍ متصور فكان "صعوبة التمييز بين المحتوى الأصيل والمزيف" (متوسط 3.14). هذه النتائج تعكس قلقاً بدرجة متوسطة لدى المستخدمين حول التأثيرات السلبية المحتملة لوسائل التواصل، وهو قلق تمت الإشارة إليه في دراسات سابقة مثل دراسة (الغامدي، 2018) التي تحدثت عن الثقافات الدخيلة، ودراسة (جعفري، 2017) حول تبني سلوكيات مستوردة.

4.2.4 الاستراتيجيات:

يقدم الجدول التالي وصفاً لآراء عينة الدراسة حول الاستراتيجيات التي يرونها فعالة لتعزيز الهوية الثقافية السعودية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (4.5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ودرجة الموافقة لبنود الاستراتيجيات

م	المتغيرات والأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الدرجة	الترتيب
1	أرى أن دعم إنتاج المحتوى الثقافي السعودي الأصيل والجذاب على وسائل التواصل هو استراتيجية فعالة	3.39	1.135	67.8%	متوسطة	1
2	أعتقد أن تنظيم حملات توعوية على وسائل التواصل لتعزيز الوعي بالهوية الثقافية السعودية أمر ضروري	3.37	1.200	67.4%	متوسطة	3
3	أرى أن تشجيع النقاش والحوار البناء حول الهوية الثقافية السعودية على وسائل التواصل مهم جداً	3.36	1.163	67.2%	متوسطة	5
4	أعتقد أن دعم المبادرات التي تستخدم وسائل التواصل لتعليم اللغة العربية الفصحى ونشرها هو أمر حيوي	3.27	1.214	65.3%	متوسطة	4
5	أرى أن تعزيز دور الأسرة والمدرسة في توجيه الأجيال الجديدة نحو الاستخدام الإيجابي لوسائل التواصل ضروري	3.33	1.161	66.5%	متوسطة	2
	الاستراتيجيات	3.038	0.559	60.8%	متوسطة	

يُظهر الجدول (4.5) أن درجة موافقة أفراد العينة على فعالية الاستراتيجيات المقترحة لتعزيز الهوية الثقافية عبر وسائل التواصل الاجتماعي كانت متوسطة بشكل عام، بمتوسط حسابي إجمالي (3.038) وانحراف معياري (0.559)، وأهمية نسبية (60.8%). جاءت استراتيجية "دعم إنتاج المحتوى الثقافي السعودي الأصيل والجذاب" في المرتبة الأولى كأكثر استراتيجيات فعالية متصورة، بمتوسط حسابي (3.39) ودرجة موافقة متوسطة. تلتها استراتيجية "تعزيز دور الأسرة والمدرسة في توجيه الأجيال" في المرتبة الثانية (متوسط 3.33)، ثم "تنظيم حملات توعوية" ثالثاً (متوسط 3.37)، و"دعم مبادرات تعليم اللغة العربية" رابعاً (متوسط 3.27)، وأخيراً "تشجيع النقاش والحوار البناء" في المرتبة الخامسة (متوسط 3.36). تشير هذه النتائج إلى إدراك المشاركين لأهمية الجهود المنظمة والموجهة لاستثمار وسائل التواصل بشكل إيجابي، وهو ما يتوافق مع توصيات العديد من الدراسات السابقة (مثل مزيو، 2020؛ السوادي، 2020؛ Hammad, 2023) التي دعت إلى دعم المحتوى الهادف وتعزيز الوعي.

4.3 تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع:

يهدف هذا الجزء إلى اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة والفرضيات الفرعية المنبثقة عنها، والتي تتعلق بتأثير المتغير المستقل (استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بأبعاده) على المتغير التابع (تعزيز الهوية الثقافية بأبعاده). تم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد لهذا الغرض.

الفرضية الرئيسية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تعزيز الهوية الثقافية لدى المجتمع السعودي.

تمهيد للجدول (4.6): يوضح الجدول التالي نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار تأثير المتغير المستقل ككل (استخدام وسائل التواصل الاجتماعي) على المتغير التابع ككل (تعزيز الهوية الثقافية).

جدول (4.6): نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تعزيز الهوية الثقافية

مستوى الدلالة	t	المعاملات القياسية	المعاملات غير القياسية		النموذج
		Beta	الخطأ المعياري	B	
0.000	4.303		0.075	0.325	(الثابت)
0.000	40.417	0.900	0.022	0.900	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
R ² = 0.810	R = 0.900	درجات الحرية = 382/1	مستوى الدلالة = 0.000	F = 1633.569	المتغير التابع: تعزيز الهوية الثقافية

تكشف نتائج تحليل الانحدار البسيط في الجدول (4.6) عن وجود تأثير إيجابي قوي ودال إحصائياً للمتغير المستقل "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي" على المتغير التابع "تعزيز الهوية الثقافية". يتضح ذلك من قيمة معامل الانحدار (Beta) التي بلغت (0.900)، وهي قيمة موجبة ومرتفعة ودالة إحصائياً عند مستوى (0.000) حيث أن قيمة (t) المحسوبة (40.417) أكبر من قيمتها الجدولية. كما تشير قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.810) إلى أن متغير "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي" يفسر ما نسبته (81.0%) من التباين الحاصل في متغير "تعزيز الهوية الثقافية"، وهي نسبة تفسير عالية جداً. وتؤكد قيمة (F) المحسوبة (1633.569) ومستوى دلالتها (0.000) على المعنوية الإحصائية للنموذج ككل. تتفق هذه النتيجة مع العديد من الدراسات التي أكدت على الدور المؤثر لوسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل وتعزيز الهوية، مثل دراسة (Hammad, 2023) التي ركزت على الهوية الوطنية، ودراسة (السوادي، 2020) و(بركات وفنيش، 2015) اللتين تناولتا الهوية الثقافية بشكل عام. وبناءً على هذه النتائج، يتم قبول الفرضية الرئيسية.

يوضح الجدول التالي نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار تأثير أبعاد المتغير المستقل (تنوع المنصات، التفاعل والمشاركة، الاستخدام الهادف، الوعي بالمحتوى) مجتمعة على المتغير التابع ككل (تعزيز الهوية الثقافية).

جدول (4.7): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تعزيز الهوية الثقافية

مستوى الدلالة	t	المعاملات القياسية		المعاملات غير القياسية		النموذج
		Beta		الخطأ المعياري	B	
0.000	4.167			0.075	0.311	(الثابت)
0.000	9.550	0.293		0.026	0.248	تنوع المنصات المستخدمة
0.000	7.744	0.249		0.028	0.219	التفاعل والمشاركة
0.000	10.075	0.333		0.029	0.287	الاستخدام الهادف
0.000	6.873	0.197		0.022	0.151	الوعي بالمحتوى
$R^2 = 0.817$	$R = 0.904$	درجات الحرية = 379/4		مستوى الدلالة = 0.000	$F =$ 423.620	المتغير التابع: تعزيز الهوية الثقافية

تؤكد نتائج تحليل الانحدار المتعدد في الجدول (4.7) على التأثير الإيجابي والمعنوي لأبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مجتمعةً على تعزيز الهوية الثقافية. يتضح أن جميع الأبعاد الأربعة (تنوع المنصات المستخدمة، التفاعل والمشاركة، الاستخدام الهادف، الوعي بالمحتوى) لها تأثير إيجابي ودال إحصائياً (عند مستوى 0.000) على المتغير التابع، حيث أن قيم (t) المحسوبة لجميع الأبعاد أكبر من قيمتها الجدولية ومستويات دلالتها أقل من 0.05. وبمقارنة قيم (Beta)، يتضح أن بعد "الاستخدام الهادف" ($Beta =$

0.333) هو الأكثر تأثيرًا في تعزيز الهوية الثقافية، يليه بعد "تنوع المنصات المستخدمة" ($Beta = 0.293$)، ثم بعد "التفاعل والمشاركة" ($Beta = 0.249$)، وأخيرًا بعد "الوعي بالمحتوى" ($Beta = 0.197$). تشير قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.817) إلى أن هذه الأبعاد مجتمعة تفسر ما نسبته (81.7%) من التباين في تعزيز الهوية الثقافية. كما تؤكد قيمة (F) المحسوبة (423.620) ومستوى دلالتها (0.000) على المعنوية الكلية للنموذج. تبرز هذه النتيجة أهمية استخدام وسائل التواصل بشكل هادف ومقصود لتعزيز الهوية، وهو ما ينسجم مع ما أشارت إليه دراسات مثل (مزيو، 2020) حول أهمية الوعي الثقافي في استخدام هذه المنصات.

4.3.1 الفرضية الفرعية الأولى: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على (الاعتزاز بالهوية) لدى المجتمع السعودي:

يوضح الجدول التالي نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار تأثير أبعاد المتغير المستقل مجتمعة على البعد الأول من المتغير التابع (الاعتزاز بالهوية).

جدول (4.8): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على (الاعتزاز بالهوية)

مستوى الدلالة	t	المعاملات القياسية	المعاملات غير القياسية		النموذج
		Beta	الخطأ المعياري	B	
0.071	1.809		0.131	0.237	(الثابت)
0.000	7.409	0.338	0.046	0.337	تنوع المنصات المستخدمة
0.000	6.029	0.287	0.049	0.298	التفاعل والمشاركة
0.000	3.737	0.183	0.050	0.187	الاستخدام الهادف
0.021	2.320	0.099	0.038	0.089	الوعي بالمحتوى
$R^2 = 0.598$	$R = 0.773$	درجات الحرية = 379/4	مستوى الدلالة = 0.000	$F = 140.915$	المتغير التابع: الاعتزاز بالهوية

تُظهر النتائج في الجدول (4.8) وجود تأثير إيجابي ودال إحصائيًا لأبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مجتمعة على بعد "الاعتزاز بالهوية". جميع الأبعاد الأربعة (تنوع المنصات، التفاعل والمشاركة، الاستخدام الهادف، الوعي بالمحتوى) لها تأثير إيجابي ودال إحصائيًا (عند مستوى 0.05 أو أقل). يُعد بعد "تنوع المنصات المستخدمة" ($Beta = 0.338$) هو الأكثر تأثيرًا في تعزيز الاعتزاز بالهوية، يليه "التفاعل والمشاركة" ($Beta = 0.287$)، ثم "الاستخدام الهادف" ($Beta = 0.183$)، وأخيرًا "الوعي بالمحتوى" ($Beta = 0.099$). تفسر هذه الأبعاد مجتمعة ما نسبته (59.8%) من التباين في الاعتزاز بالهوية ($R^2 = 0.598$).

النموذج ككل دال إحصائياً ($F = 154.151$, $Sig = 0.000$). تؤكد هذه النتيجة دور الاستخدام المتنوع والتفاعلي لوسائل التواصل في تعزيز شعور الفرد بالفخر بهويته، وهو ما قد يتماشى مع دراسة (Hammad, 2023) التي ربطت استخدام المنصات بالهوية الوطنية. لذا، يتم قبول الفرضية الفرعية الأولى.

4.3.2 الفرضية الفرعية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على (المعرفة بالتراث والثقافة) لدى المجتمع السعودي:

يوضح الجدول التالي نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار تأثير أبعاد المتغير المستقل مجتمعة على البعد الثاني من المتغير التابع (المعرفة بالتراث والثقافة).

جدول (4.9): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على (المعرفة بالتراث والثقافة)

النموذج	المعاملات غير القياسية		المعاملات القياسية		مستوى الدلالة
	B	الخطأ المعياري	Beta	t	
(الثابت)	0.318	0.126		2.536	0.012
تنوع المنصات المستخدمة	0.149	0.044	0.151	3.402	0.001
التفاعل والمشاركة	0.279	0.047	0.272	5.874	0.000
الاستخدام الهادف	0.385	0.048	0.383	8.021	0.000
الوعي بالمحتوى	0.097	0.037	0.109	2.637	0.009
المتغير التابع: المعرفة بالتراث والثقافة	F= 154.151	مستوى الدلالة= 0.000	درجات الحرية= 379/4	R= 0.787	R ² = 0.619

تشير النتائج في الجدول (4.9) إلى وجود تأثير إيجابي ودال إحصائياً لأبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مجتمعة على بعد "المعرفة بالتراث والثقافة". جميع الأبعاد الأربعة لها تأثير إيجابي ودال إحصائياً (عند مستوى 0.01 أو أقل). يُعد بعد "الاستخدام الهادف" ($Beta = 0.383$) هو الأكثر تأثيراً في زيادة المعرفة بالتراث والثقافة، يليه بعد "التفاعل والمشاركة" ($Beta = 0.272$)، ثم "تنوع المنصات المستخدمة" ($Beta = 0.151$)، وأخيراً "الوعي بالمحتوى" ($Beta = 0.109$). تفسر هذه الأبعاد مجتمعة ما نسبته (61.9%) من التباين في المعرفة بالتراث والثقافة ($R^2 = 0.619$). النموذج ككل دال إحصائياً ($F = 154.151$, $Sig = 0.000$). تبرز هذه النتيجة أهمية استخدام وسائل التواصل بشكل هادف (مثل البحث عن معلومات ثقافية) والتفاعل مع المحتوى لزيادة الوعي الثقافي، وهو ما يتفق مع دراسة (مزيو، 2020) التي ركزت على دور هذه الوسائل في تنمية الوعي الثقافي، ودراسة (hassan Farrag Hassan et al., 2024) حول دور متابعة الأفلام الوثائقية. لذا، يتم قبول الفرضية الفرعية الثانية.

4.3.3 الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على (المحافظة على القيم) لدى المجتمع السعودي:

يوضح الجدول التالي نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار تأثير أبعاد المتغير المستقل مجتمعة على البعد الثالث من المتغير التابع (المحافظة على القيم).

جدول (4.10): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على (المحافظة على القيم)

مستوى الدلالة	t	المعاملات القياسية	المعاملات غير القياسية		النموذج
		Beta	الخطأ المعياري	B	
0.003	3.023		0.130	0.392	(الثابت)
0.011	2.566	0.116	0.045	0.116	تنوع المنصات المستخدمة
0.001	3.383	0.161	0.049	0.166	التفاعل والمشاركة
0.000	9.826	0.480	0.050	0.487	الاستخدام الهادف
0.002	3.148	0.133	0.038	0.120	الوعي بالمحتوى
$R^2 = 0.601$	$R = 0.775$	درجات الحرية = 379/4	مستوى الدلالة = 0.000	$F = 142.729$	المتغير التابع: المحافظة على القيم

تُظهر النتائج في الجدول (4.10) وجود تأثير إيجابي ودال إحصائيًا لأبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مجتمعة على بعد "المحافظة على القيم". جميع الأبعاد الأربعة لها تأثير إيجابي ودال إحصائيًا (عند مستوى 0.05 أو أقل). يُعد بعد "الاستخدام الهادف" ($Beta = 0.480$) هو الأكثر تأثيرًا وبفارق كبير في تعزيز المحافظة على القيم، يليه بعد "التفاعل والمشاركة" ($Beta = 0.161$)، ثم "الوعي بالمحتوى" ($Beta = 0.133$)، وأخيرًا "تنوع المنصات المستخدمة" ($Beta = 0.116$). تفسر هذه الأبعاد مجتمعة ما نسبته (60.1%) من التباين في المحافظة على القيم ($R^2 = 0.601$). النموذج ككل دال إحصائيًا ($F = 142.729$, $Sig = 0.000$). تشير هذه النتيجة بقوة إلى أن الاستخدام الواعي والهادف لوسائل التواصل يمكن أن يدعم القيم الثقافية، وهو ما قد يتعارض جزئيًا مع المخاوف السائدة حول تأثيرها السلبي على القيم، ولكنه يتفق مع إمكانية استخدامها الإيجابي التي نوقشت في دراسات مثل (بوعزة، 2020) و (بركات وفنيش، 2015). لذا، يتم قبول الفرضية الفرعية الثالثة.

4.3.4 الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على (نقل الهوية للأجيال) لدى المجتمع السعودي:

يوضح الجدول التالي نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار تأثير أبعاد المتغير المستقل مجتمعة على البعد الرابع من المتغير التابع (نقل الهوية للأجيال).

جدول (4.11): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على (نقل الهوية للأجيال)

مستوى الدلالة	t	المعاملات القياسية	المعاملات غير القياسية		النموذج
		Beta	الخطأ المعياري	B	
0.014	2.479		0.120	0.297	(الثابت)
0.000	9.362	0.399	0.042	0.390	تنوع المنصات المستخدمة
0.004	2.896	0.129	0.045	0.131	التفاعل والمشاركة
0.048	1.988	0.091	0.046	0.091	الاستخدام الهادف
0.000	8.421	0.335	0.035	0.296	الوعي بالمحتوى
$R^2 = 0.648$	$R = 0.805$	درجات الحرية = 379/4	مستوى الدلالة = 0.000	$F = 174.780$	المتغير التابع: نقل الهوية للأجيال

تُبين النتائج في الجدول (4.11) وجود تأثير إيجابي ودال إحصائيًا لأبعاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مجتمعة على بعد "نقل الهوية للأجيال". جميع الأبعاد الأربعة لها تأثير إيجابي ودال إحصائيًا (عند مستوى 0.05 أو أقل). يُعد بعد "تنوع المنصات المستخدمة" ($Beta = 0.399$) هو الأكثر تأثيرًا في تعزيز نقل الهوية للأجيال، يليه بفارق قليل بعد "الوعي بالمحتوى" ($Beta = 0.335$)، ثم بعد "التفاعل والمشاركة" ($Beta = 0.129$)، وأخيرًا "الاستخدام الهادف" ($Beta = 0.091$) وهو الأقل تأثيرًا في هذا البعد تحديدًا. تفسر هذه الأبعاد مجتمعة ما نسبته (64.8%) من التباين في نقل الهوية للأجيال ($R^2 = 0.648$). النموذج ككل دال إحصائيًا ($F = 174.780$, $Sig = 0.000$). تشير هذه النتيجة إلى أن استخدام منصات متنوعة والوعي بالمحتوى المنشور عليها يلعبان دورًا هامًا في كيفية استخدام الأفراد لهذه الوسائل لنقل ثقافتهم وقيمهم إلى الأجيال الأخرى، وهو جانب مهم للحفاظ على استمرارية الهوية الثقافية. لذا، يتم قبول الفرضية الفرعية الرابعة.

5. الخاتمة

هدفت الدراسة إلى استكشاف دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لدى المجتمع السعودي. كشفت النتائج الوصفية أن استخدام أفراد العينة لوسائل التواصل الاجتماعي لأغراض تتعلق

بالهوية الثقافية (مثل متابعة المحتوى الثقافي، التفاعل معه، استخدامه بشكل هادف، والوعي به) يقع ضمن المستوى المتوسط. وبالمثل، كان تصورهم لمدى مساهمة هذه الوسائل في تعزيز جوانب هويتهم الثقافية (الاعتزاز بالهوية، المعرفة بالتراث، المحافظة على القيم، ونقل الهوية للأجيال) متوسطًا أيضًا. هذا يشير إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا معترفًا به، ولكنه ليس طاغيًا أو حاسمًا بمفرده في تشكيل الهوية الثقافية، وهو ما يتفق مع فكرة الطبيعة المزدوجة لتأثير هذه الوسائل كما أشارت دراسات (بركات وفنيش، 2015؛ الغامدي، 2018). وفيما يتعلق بالتحديات، أظهرت النتائج قلقًا متوسطًا لدى العينة، وكان أبرز هذه المخاوف هو تهميش اللغة العربية الفصحى وضعف الرقابة على المحتوى، وهو ما يعكس وعيًا بالمخاطر المحتملة لهذه المنصات على المكونات الأساسية للهوية، ويتسق مع المخاوف التي أثارها دراسات سابقة (مثل جعفري، 2017؛ القرشي، 2021). أما الاستراتيجيات، فقد حظيت المقترحات المتعلقة بدعم إنتاج المحتوى الثقافي الأصيل وتعزيز دور الأسرة والمدرسة بأعلى درجات الموافقة (بدرجة متوسطة)، مما يدل على إدراك أهمية الجهود الاستباقية والموجهة للاستفادة من هذه المنصات، وهو ما تدعمه توصيات دراسات (مزيو، 2020؛ السوادي، 2020). الأهم من ذلك، أثبتت نتائج تحليل الانحدار وجود تأثير إيجابي قوي ومؤكد إحصائيًا لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام على تعزيز الهوية الثقافية. وعند تحليل الأبعاد، برز "الاستخدام الهادف" كأقوى مؤثر على الهوية الثقافية بشكل عام، وعلى بعدي "المعرفة بالتراث والثقافة" و"المحافظة على القيم" بشكل خاص. بينما كان "تنوع المنصات المستخدمة" هو الأقوى تأثيرًا على "الاعتزاز بالهوية" و"نقل الهوية للأجيال". وكان لـ "التفاعل والمشاركة" و"الوعي بالمحتوى" أيضًا تأثيرات إيجابية معنوية على جميع أبعاد الهوية الثقافية. هذه النتائج التفصيلية تؤكد أن كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (بشكل هادف، متنوع، تفاعلي، وواعٍ) هي العامل الحاسم في تحديد طبيعة وحجم تأثيرها على الهوية الثقافية، وهو استنتاج يدعم بشكل كبير التوجه نحو الاستخدام الإيجابي والواعي الذي دعت إليه دراسات (ابن زايد، 2018؛ Hammad, 2023؛ Al-Anazi, 2023).

التوصيات

بناءً على النتائج التي تم التوصل إليها، توصي الدراسة بما يلي:

1. تشجيع الأفراد والمؤسسات على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للتعليم عن الثقافة السعودية، والتواصل مع المهتمين بها، ومتابعة الفعاليات الثقافية، بدلاً من الاستخدام السطحي أو الترفيهي فقط.

2. تقديم الدعم المادي والمعنوي للمبدعين وصناع المحتوى لإنتاج محتوى ثقافي سعودي أصيل وجذاب (وثائقيات، برامج، مواد تفاعلية) بلغة عربية سليمة، وتوزيعه عبر مختلف المنصات للوصول إلى أوسع شريحة.
3. تضمين برامج تعليمية وإعلامية تهدف إلى تنمية قدرة المستخدمين، خاصة الشباب، على التمييز بين المحتوى الأصيل والمزيف، ونقد المحتوى الذي يتعارض مع القيم الأصيلة، وتجنب نشر الشائعات أو الإساءات الثقافية.
4. تحفيز المستخدمين على التفاعل البناء مع المحتوى الثقافي (تعليق، نقاش، مشاركة)، والتعبير عن اعتزازهم بهويتهم، والمشاركة في الحوارات الثقافية الهادفة.
5. التأكيد على أهمية دور الأسرة والمدرسة في توعية الأبناء والطلاب بكيفية الاستخدام الآمن والإيجابي لوسائل التواصل الاجتماعي، وتوجيههم نحو المحتوى الذي يعزز هويتهم الثقافية وقيمهم الوطنية.
6. دعم المبادرات التي تهدف إلى تعليم اللغة العربية الفصحى ونشر استخدامها السليم عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتشجيع استخدامها في المحتوى الرقمي.
7. إجراء دراسات مستقبلية تتناول تأثير منصات محددة بشكل أعمق، أو تركز على فئات عمرية معينة، أو تستخدم منهجيات بحثية مختلفة (مثل الدراسات الطولية أو التجريبية) لفهم ديناميكيات العلاقة بين وسائل التواصل والهوية الثقافية بشكل أفضل.

الدراسات المستقبلية

توصي الدراسة بإجراء أبحاث مستقبلية توسع نطاق التحليل ليشمل فئات عمرية محددة (كالأطفال وكبار السن) ومناطق جغرافية ريفية لم تُغطَّ بشكل كافٍ، مع التركيز على منصات ناشئة مثل "تيك توك" و"كلوب هاوس" لقياس تأثيرها النوعي على الهوية الثقافية. كما يُقترح تطبيق دراسات طولية لرصد التغيرات في أنماط الاستخدام وتأثيراتها الثقافية بمرور الزمن، إلى جانب مقارنات إقليمية بين السعودية ودول الخليج لتحديد العوامل السياقية المؤثرة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن استكشاف دور الذكاء الاصطناعي وتقنيات الواقع الافتراضي في تعزيز المحتوى الثقافي، ودراسة تأثير السياسات الحكومية الرقمية على تشكيل الهوية، باستخدام منهجيات مختلطة (كمية - نوعية) لفهم أعمق للتفاعلات المعقدة بين التكنولوجيا والثقافة.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- ابن زايد، إ. (2018). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية: دراسة في الاستعمالات والإشباع لطلبة طاهري محمد بشار (الفيسبوك نموذجًا).
- ابن زايد، ف. (2018). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية: دراسة في الاستعمالات والإشباع لطلبة طاهري محمد بشار (الفيسبوك نموذجًا). [أطروحة ماجستير غير منشورة]. جامعة طاهري محمد بشار.
- أبورحمة، م. ح.، أبو ليلة، ح. ع. (2023). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية والدينية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية (الجامعة الإسلامية -دراسة حالة مجلة رابطة التربويين الفلسطينيين للآداب والدراسات التربوية والنفسية)، مجلد 4، عدد 12.
- الذبياني، ع. (2023). دور وسائل الإعلام في تشكيل الهوية الوطنية والثقافة والتصدي لسلبات العولمة في المجتمع السعودي، مجلة المعهد العالي للدراسات التوعوية، المجلد 3، العدد 1.
- السوادي، ع. ع. ع. (2020). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية: دراسة ميدانية. مجلة العلوم الاجتماعية، 20(20)، 1-35.
- السيد، م. ع. ب. (2018). علاقة القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي بدعم وتعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب المصري. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، 22(22)، 4-41.
- الشهري، ح. ب. ش. (2014). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية: الفيس بوك وتويتر نموذجًا. [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة الملك عبد العزيز.
- الشهيل، ع. س. (2022). دور الإعلام في تعزيز الهوية السعودية 2030 "السيلي" السعودي، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات، العدد الأربعون.
- الشوربجي، س.، سالم، ن. م. ب. (2022). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في القيم والهوية الاجتماعية لدى طلبة مرحلة التعليم ما بعد الأساسي في سلطنة عمان، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد (11)، العدد (2).
- العزب، م. م. أ. (2024). العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الاجتماعية لدى طلبة الجامعة في الجمهورية اليمنية، الآداب للدراسات النفسية والتربوية، مجلد 6، عدد 4.

- العساف، ص. ح. (2016). المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية. دار الزهراء للنشر والتوزيع.
- الغامدي، آ. ع. م. (2018). واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الهوية الثقافية لدى طالبات المرحلة الثانوية بمدينة الرياض. مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، 34(2)، 498-552.
- القرشي، ه. ع. ح. (2021). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على ثقافة الاستهلاك في المجتمع. مجلة العلوم التربوية، 37(6)، 106-131.
- المركز السعودي لاستطلاعات الرأي. (2022). تفاعل السعوديين مع المحتوى الثقافي عبر المنصات الرقمية.
- الموسى، ع. ف. ع. (2018). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة الشباب السعودي: دراسة ميدانية، جامعة نايف.
- الهيئة العامة للإحصاء. (2021). التقرير السنوي للخصائص الاجتماعية والاقتصادية للسكان.
- الهيئة العامة للإحصاء. (2022). مسح استخدام تقنية المعلومات والأسر.
- بركات، ز. وفنيش، س. (2015). دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الهوية الثقافية في ظل تحديات العولمة. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 23، 259-272.
- بلعربي، س. (2015). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية: دراسة ميدانية على عينة من طلبة مستخدمي موقع الفيسبوك بجامعة مستغانم. [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم.
- بوعزة، م. ب. م. (2020). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في القيم والهوية الاجتماعية لدى طلبة مرحلة التعليم ما بعد الأساسي في سلطنة عمان. المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، 12، 187-218.
- جعفري، ن. (2017). انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري شبكة فيس بوك أنموذجا. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 31، 81-94.
- حمد، م. (2023). وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيمة "الثقافة" لدى الشباب وفقاً للتراث الإستمولوجي لنظرية الحتمية القيمية لعبد الرحمن عزي. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2(4)، 406-420.
- رميض، أ. ع. ح. (2023). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للفرد والمجتمع. مجلة أبحاث البصرة للعلوم الإنسانية، 48(3)، 1-16.

- عبيدات، ذ.، وآخرون. (2014). منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات. دار وائل للنشر.
- لعبني، ه.، وجرفي، ع. (2020). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 12(1)، 649-666. جامعة محمد الصديق بن يحيى -جيجل.
- مزيو، أ. (2020). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب السعودي. مجلة العلوم الإنسانية العربية، 13(2)، 112-135.
- ملحم، س. ق. (2010). مناهج البحث في التربية وعلم النفس. دار المسيرة للنشر والتوزيع.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Alanazi, N. F. (2018). A Study of the Influence of Social Media Communication Technologies on Family Relationships in the Kingdom of Saudi Arabia, Arab Journal of Sciences & Research Publishing, Issue (8), Volume (2).
- Al-Anazi, T. R. M. (2023). The Role of Social Software in Shaping the Cultural Identity of Saudi Citizens from Their Point of View: Al-Jouf Region as a Model. Journal of Namibian Studies: History Politics Culture, 37, 400-423.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4th ed.). Sage publications.
- Dixit, S., Shukla, H., Bhagwat, A., Bindal, A., Goyal, A., Zaidi, A. K., & Shrivastava, A. (2010). A study to evaluate mobile phone dependence among students of a medical college and associated hospital of central India. Indian Journal of Community Medicine, 35(2), 339-341.
- Fazil, A., Hakimi, M., Akrami, K., Akrami, M., & Akrami, F. (2024). Exploring the role of social media in bridging gaps and facilitating global communication. smjc, 2(1), 13-21. <https://doi.org/10.32996/smjc.2024.2.1.2>.
- Hammad, A. A. (2023). Social Media and Its Impact on Promoting the National Identity of University Students in Saudi Arabia. Journal of Social Sciences and Humanities Research, 11(1), 1-15.
- Hassan, H. F., Ahmady, M., Ayman, A., Alqorny, M., Alkahtany, Z., Altayeb, A. (2024), The use of social media platforms in following up documentary films and their relationship to the

development of national identity among Saudi university students, Scientific Journal of Research on Women, Media, and Society Studies, Volume 1, Issue 2.

- Hussein, Z. (2013). Effectiveness of Facebook Based Learning to Enhance Creativity among Islamic Studies Students by Employing Isman Instructional Design Model. Turkish Online Journal of Educational Technology (TOJET), 12(1), 60-67.
- Hussein, Z. B. (2013). Effectiveness of Facebook Based Learning to Enhance Creativity among Islamic Studies Students by Employing Isman Instructional Design Model. Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET, 12(1), 70-79.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. Educational and Psychological Measurement, 30(3), 607-610.
- M. N. Al-Anazi, (2023), The Role of Social Software in Shaping the Cultural Identity of Saudi Citizens from Their Point of View: Al-Jouf Region as A Model, Information Sciences Letters, Volume 12, Issue 2 Journal of humanities and Social Sciences.
- P., & Firpo, D. (2011). Using Social Networking Technology to Enhance Learning in Higher Education: A Case Study Using Facebook. In System Sciences (HICSS), 2011 44th Hawaii International Conference, 1-10, January 4-7.
- Pew Research Center. (2022). Global attitudes toward social media and cultural identity.
- Pollara, P., & Zhu, J. (2011). Social Networking and Education: Using Facebook as an Education Space. In Proceedings of Society for Information Technology & Teacher Education International Conference 2011 (pp. 3330-3338). Chesapeake, VA: AACE. Retrieved from <http://www.editlib.org/p/36833>.
- Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). Research methods for business students (8th ed.). Pearson Education Limited.
- Statista. (2023). Number of social media users in Saudi Arabia. Retrieved from <https://www.statista.com>.
- Steinbrecher, T., & Hart, J. (2012). Examining Teachers' Personal and Professional Use of Facebook: Recommendations for Teacher Education Programming. Journal of Technology and Teacher Education, 20(1), 71-88. Retrieved from <http://www.editlib.org/p/35265>.
- Sulhaini, S. (2021). Consumer behavior towards foreign versus local products and brands: future research directions. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210525.124>.

-
- Sutrisno, S., Prabowo, H., & Kurniawan, B. (2023). The effect of entrepreneurship education and social media on student's entrepreneurial intention: the perspective of theory of planned behaviour and social media use theory. Jurnal Kependidikan Jurnal Hasil Penelitian Dan Kajian Kepustakaan Di Bidang Pendidikan Pengajaran Dan Pembelajaran, 9(4), 1218. <https://doi.org/10.33394/jk.v9i4.9044>.
 - Valkenburg, P. (2022). Theoretical foundations of social media uses and effects., 39-60. <https://doi.org/10.1017/9781108976237.004>.