

استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الهوية الثقافية لديهم: دراسة ميدانية بالتطبيق على الشباب الجامعي بجامعة الملك فيصل

مها محسن معشي

باحثة ماجستير، كلية الآداب، جامعة الملك فيصل، المملكة العربية السعودية

Maha7474275@gmail.com

مستخلص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع انتشار الإعلام الجديد بين أفراد المجتمع السعودي ووسائله المختلفة، وما هي الأبعاد المترتبة على ذلك، كما تهدف الدراسة إلى استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي بجامعة الملك فيصل، بالإضافة إلى رصد واقع استخدام الشباب الجامعي السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي بوجه عام، وكذلك رصد واقع استخدام الشباب الجامعي السعوديين بجامعة الملك فيصل (عينة الدراسة). تندرج هذه الدراسة تحت حقل الدراسات الوصفية التحليلية التي تركز على استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الهوية الثقافية لديهم، وقد قام الباحث بتطبيق الدراسة على عينة من الشباب الجامعي بجامعة الملك فيصل، حيث يتمتع كل فرد في العينة بسمات مميزة تزيد من ثراء البحث والدراسة. ولقد اعتمدت الدراسة على تطبيق استمارة استبيان على عينة عشوائية من الشباب السعوديين بجامعة الملك فيصل، والتي بلغ عددها (350) مفردة، للتعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على هويتهم الثقافية.

أبرزت الدراسة بعض النتائج، حيث لم يتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل تعرض أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافعهم من هذا التعرض. كما وجدت الدراسة فروقاً ذات دلالة إحصائية في الإيجابيات والسلبيات التي يراها أفراد العينة بمواقع التواصل الاجتماعي بناءً على امتلاكهم أكثر من حساب على تلك المواقع. وأظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة حسب متغيراتهم الديموغرافية، مثل النوع والمستوى الدراسي ومعدل تعرضهم للمواقع التواصل الاجتماعي. توصي الدراسة بالاهتمام بالتنشئة الاجتماعية للمراهقين، وذلك من خلال غرس الأفعال والأفكار والقيم التي من شأنها أن تسهم في تشكيل هوية الفرد. كما تنصح بتعزيز التواصل بين الثقافات المختلفة على الصعيد العربي والعالمي، مع

الحرص على النسق القيمي. وتدعو الدراسة إلى إجراء مزيد من الدراسات حول تطبيقات الإعلام الجديد وتأثيره على النشر.

الكلمات المفتاحية: الشباب السعودي، مواقع التواصل الاجتماعي، الهوية الثقافية، طلبة الجامعة.

Saudi Youth's Use of Social Networking Sites and Its Relationship to the Formation of Their Cultural Identity: A Field Study Applied to University Youth at King Faisal University

Maha Mohsen Maashi

Master Researcher, Faculty of Arts, King Faisal University, Kingdom of Saudi Arabia
Maha7474275@gmail.com

Abstract

This study aims to identify the reality of the spread of new media among members of Saudi society and its various means and what dimensions of this study. The study aims to use Saudi youth for social media sites and its relationship to the formation of cultural identity of young people at King Faisal University, as well as monitoring the reality of Saudi university youth's use of social media sites in general, Monitoring the reality of the use of Saudi university youth at King Faisal University (Sample study). This study belongs to the field of analytical descriptive studies that focus on Saudi youth's use of social media sites and its relationship to the formation of their cultural identity. The researcher conducted her study by applying to a sample of young university at King Faisal University which both have distinctive features that increase the richness of research and study, The study relied on applying a questionnaire form to a random sample of Saudi youth at King Faisal University. (350) Single to identify the impact of social media sites on their cultural identity.

One of the most notable findings of the study is that there is no statistically significant correlation between sample members' exposure to social media sites. and their

motivation from this exposure, and there are statistically significant differences in the positives that sample people see on social media sites according to their possession of more than one account on the sites And there are also statistically significant differences in the negatives perceived by members of the sample on social media sites according to their possession of more than one account on the sites, There are also statistically significant differences between specimen members of different demographic variables. (Type - level of study and rate of exposure to social media sites, there are no statistically significant differences between the demographic variables of the type - level of study and their tendencies towards the role of social media sites in shaping cultural identity. The study recommends that attention be paid to adolescents' socialization in which acts, ideas and values that would produce an individual who is a verifier of his or her identity are instilled or dispersed and closed to identity are instilled. It also recommends promoting different cultures at the Arab and global levels while maintaining the value line and conducting more studies on new media applications and its impact on young people.

Keywords: Saudi Youth, Social Media, Cultural Identity, University Students.

مقدمة الدراسة

يعد ظهور الإنترنت نقلة نوعية كبيرة للبشرية، حيث أوجدت شكلاً جديداً لطبيعة العلاقات بين الأفراد، متخطية الفروق المكانية والزمانية على مستوى الصعيد العربي والعالمي. ودعونا نسلط الضوء على المنطقة العربية، وعلى المجتمع السعودي بالتحديد، الذي يشهد انتشار استخدام شبكة الإنترنت بمعدلات عالية خلال فترة قصيرة، حيث ارتفعت هذه المعدلات منذ عام ٢٠٠١م إلى حوالي ٥٠٪ بنهاية الربع الثالث من عام ٢٠١٣م. يقدر عدد مستخدمي الإنترنت في المملكة العربية السعودية عام ٢٠١٤م بحوالي ١٦٠٤ مليون مستخدم.

لم تقتصر الخدمات التي تقدمها شبكة الإنترنت على تزويد مستخدميها بالمعلومات والمعارف فقط، بل زادت من خدماتها لتفتح المجال للتنوع الثقافي والتواصل الاجتماعي. وقد نتج عن ذلك ظهور الإعلام الجديد،

الذي جمع بين الكمبيوتر والشبكات والوسائط المتعددة، والذي يتميز بخاصية التفاعلية، حيث يدمج الصورة والصوت والفيديو ليوفر خدمات أكثر للجمهور.

تعددت صور الإعلام الجديد، ومن أهمها فيس بوك، تويتر، يوتيوب، منتديات، ومدونات، التي جذبت جمهوراً كبيراً من مختلف الفئات. وكان للفيس بوك نصيب كبير خاصة مع الأحداث التي شهدها العالم، مثل ثورات الربيع العربي في العديد من الدول العربية وكذلك المملكة العربية السعودية.

تُعتبر المملكة العربية السعودية وفقاً لإحصائيات مجلة مجموعة الاتصالات السعودية STC، إحدى الدول الأسرع نمواً في العالم، حيث يقارب عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي 6 ملايين نسمة، أي ربع سكان المملكة، وتحتل المملكة العربية السعودية المرتبة ٢٥ بين سكان العالم في استخدام موقع فيس بوك، ومن خلال هذه التطبيقات الجديدة وما تقدمه من خدمات متنوعة، يبرز الحاجة لدراسة دور الإعلام الجديد وأثره على الهوية الثقافية للشباب السعودي، وكذلك لرصد ومعرفة كيفية تشكيل الهوية الثقافية للمراهقين في ظل وسائل الإعلام الجديدة.

ومن هنا، نجد أن موقع فيس بوك يحمل إيجابيات عديدة، مثل الحصول على المعلومات والشعور بالتسلية والمتعة، ومع ذلك، هناك أيضاً سلبيات قد تؤثر على هوية الفرد الثقافية، خاصة خلال مراحل المراهقة والشباب، حيث يظهر أن أكثر مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي هم من هذه الفئات التي تتميز بقابليتها للتأثر بالبيئة الاجتماعية والثقافية.

مشكلة الدراسة

تدور هذه الدراسة حول فهم العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب السعودي في تشكيل هويتهم الثقافية، وكذلك تحديد نماذج الاستخدام والأنماط التي يتبعها الشباب السعودي في استخدام منصات التواصل الاجتماعي، وكيف يؤثر ذلك على تشكيل هويتهم الثقافية، ولقد يتم ذلك من خلال فحص السلوكيات والتفاعلات على هذه المنصات، وتحليل المحتوى المتداول وتفاعل المستخدمين معه، ويهدف البحث إلى فهم دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز أو تحديد مكونات الهوية الثقافية لدى الشباب السعودي، وذلك بهدف توجيه الجهود نحو تطوير سياسات وبرامج تعليمية تستهدف تعزيز الاندماج الثقافي والتفاعل الإيجابي مع الهوية الثقافية السعودية، ومن خلال اهتمام الشباب الجامعي بمنصة فيس بوك، وما تحتويه من مضامين مختلفة، إضافةً إلى تنوع استخدام الشباب الجامعي لتلك المواقع مع اختلاف استخداماتهم لها بين الإيجابي والسلبي، وبالنظر إلى أن الفترة العمرية التي يمرون بها هي مرحلة

تشكيل هويتهم الثقافية، تحدد مشكلة هذه الدراسة في التعرف على العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي السعودي لموقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم لهويتهم الثقافية لدى الشباب الجامعي بجامعة الملك فيصل (عينة الدراسة).

أهمية الدراسة

أ. الأهمية العلمية والنظرية: تكتسب هذه الدراسة أهميتها من كونها تهتم بالهوية الثقافية للمراهقين السعوديين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي، ويعد الاهتمام بمثل هذه المرحلة من حياة الإنسان هو تطوراً حضارياً ملموساً ومؤشراً هاماً يدل على تقدم المجتمع واهتمامه بمستقبل أبنائه وطنه، حيث أشار العديد من نتائج الدراسات تأثير هذه الوسائل على أنها وسائل ذات حدين فإما أن تزيد من إمكانية التنوع الثقافي، أو تكون عاملاً يهدد هوية الفرد الثقافية، وانطلاقاً من ذلك تتلخص أهمية الدراسة التطبيقية والعملية في قدرة المواقع التواصل الاجتماعي على توجيه الشباب الجامعي نحو فكرة أو مشكلة أو ثقافة معينة، حيث تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي دوراً في تشكيل هوية وآراء الشباب ومعتقداتهم نحو الكثير من الموضوعات والقضايا، وتظهر أيضاً في مدى تأثير المواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية والأخلاقية التي تعتبر بمثابة حصن لهوية الفرد وبالعلي المجتمع ككل.

ب. الأهمية العملية والتطبيقية: تفيد هذه الدراسة في رؤية موضوعية استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الهوية الثقافية لدي (عينة الدراسة)، حيث تفرد هذه الدراسة بتطبيقها على الشباب الجامعي بجامعة الملك فيصل (عينة الدراسة)، كما تفيد هذه الدراسة أيضاً القيادات السياسية في (محل الدراسة)، حيث إنها تقديم مؤشرات علمية مقننة حول استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الهوية الثقافية لديهم، كما يأمل الباحث بأن تكون هذه الدراسة امتداداً للدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الهوية الثقافية لديهم.

الدراسات السابقة

1. دراسة سمر جمال الدين (2023م)، بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة ومدى انعكاسه على هويتها الثقافية"، حيث سعت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة المصرية ومدى انعكاسها على هويتها الثقافية في إطار نظرية ثراء الوسيلة، وبالاعتماد على

صحيفة الاستبانة لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع معدلات التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بقضايا تمكين المرأة بأنواعها المختلفة وخاصة التمكين الثقافي، واحتل الفيسبوك مركز الصدارة فيما يتعلق بالوسائل الأكثر تفاعلاً من قبل المرأة المصرية، وفيما يتعلق بكثافة متابعة المرأة المصرية لما ينشر عن قضايا التمكين بشكل عام عكست النتائج حرصها على متابعة قضايا التمكين بكافة أنواعه في مواقع التواصل الاجتماعي، وأعربت المبحوثات عينة الدراسة عن بعض القضايا المتعلقة بالتمكين بأنواعه والتي نشرت خلال الفترة السابقة وتابعتها بشكل كبير تمثلت فيما يلي: (قضايا التمكين الثقافي- قضايا التمكين السياسي- قضايا التمكين الاجتماعي- قضايا التمكين الاقتصادي- قضايا التمكين الإعلامي- قضايا التمكين النفسي- تمكين المرأة من خلال المشاركة في البرامج التنموية- دور المرأة العربية في سوق العمل العربي دور المرأة في التربية- دور المرأة في الطب).

2. دراسة عائشة فريجة (2022م)، بعنوان "تأثير الفيسبوك على الهوية الثقافية للشباب الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك" والتي هدفت الدراسة إلى إبراز تأثير موقع الفيسبوك على الهوية الثقافية للشباب الجزائري، بحيث تم إجراء هذه الدراسة على عينة من المشاركين في شبكات التواصل الاجتماعي بلغت 100 مشترك، عبر إطلاق استبيان إلكتروني في موقع الفيسبوك، معتمدين على المنهج الوصفي. انتهت الدراسة بمجموعة من النتائج تمثل أبرزها في: أن موقع الفيسبوك له أثر إيجابي في تعزيز روح الانتماء للوطن من خلال المحافظة على الهوية الثقافية، حيث أكدت الدراسة أن الفيسبوك لا يؤثر على لغة التواصل لدى الشباب الجزائري، كما وأن هذا الأخير لا يتبنى سلوكيات تتعارض مع عاداته وتقاليده في ظل ما يروج له من ثقافات دخيلة.

3. دراسة إيمان بن زايد (2018م)، بعنوان "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية: دراسة في الاستعمالات والإشباع لطلبة طاهري محمد بشار "الفيسبوك نموذجاً"، والتي هدفت إلى تبين الأثر الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب وخاصة الطلبة بالتعرض لأهم الدوافع الاجتماعية والنفسية التي تدفعهم إلى الإقبال على هاته المواقع خاصة الفيسبوك بما أنه الأكثر استعمالاً في الجزائر والإشباع المحققة من هذا التفاعل الافتراضي التي تنعكس على الهوية الثقافية للفرد سواء على اللغة أو الدين أو مكاسب التاريخ الوطني المشترك.. وكذلك العلاقات الاجتماعية هذا الأثر الذي ظهر جلياً في مجتمعنا الجزائري بشكل ملموس وسريع كل هذا سنقوم بتحليله بالكم والكيف لتبيان درجة التأثير الحقيقية لهاته الشبكات الاجتماعية على الهوية الثقافية.

4. هدفت دراسة Turan, Zeynep & others (2020)، بعنوان "أسباب عدم استخدام طلاب الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي" الكشف عن أسباب عزوف شباب جامعة أناتورك بتركيا عن استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعية، حيث طبقت على عينة عشوائية قوامها (٢٠) طالب في فئة (١٨ - ٢٥ سنة)، وأظهرت النتائج للدراسة المسحية أن المبحوثين يعتقدون بأن استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعية هي مضيعة للوقت وعدم المحافظة على خصوصية المعلومات، وأن الصداقات المتكونة عبر الموقع هي علاقات غير مرغوب فيها.

5. دراسة Holden (2018)، بعنوان " Social Media Social Comparison of Ability (but not Opinion) predicts Lower Identity Clarity الجديدة في الحفاظ على الهوية الثقافية وزيادة التكيف بين الثقافات المختلفة، وخاصة بين الأفراد الذين يواجهون تجارب ثقافية جديدة ومختلفة عليهم، حيث إن الأفراد الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي يصبحون أكثر قابلية للتكيف مع الثقافات الجديدة للحفاظ على هويتهم وتشكيل عملية التكيف بين الثقافات وجسور الاتصال فاعتمدت الدراسة على إجراء مقابلات متعمقة على عينة قوامها 15 مفردة من الطلاب الذين يدرسون في الصين بنظام المنحة، وخلصت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الجديدة تؤدي دوراً فعالاً في التكيف الثقافي والحضاري، والحفاظ على الهوية الثقافية بين الأفراد، وخاصة المقيمين في الخارج، وخلال فترة الدراسة تغلب المشاركون من خلال هذه الوسائل على الثقافات الصادمة التي واجهتهم بمجرد وصولهم إلى الصين، علاوة على أن التفاعلات والمحادثات من خلال هذه الوسائل أدت الدور الأكبر في التغلب على التحديات الثقافية الجديدة، وأن تطبيقات وسائل الإعلام أسهمت في فهم المعايير الثقافية المختلفة لتغير القوالب النمطية والتحيزات المتكونة لدى الطلاب في الخارج.

6. دراسة خيرة محمدي (2017م)، بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الشباب الجزائري: دراسة وصفية تحليلية لعينة من صفحات مستخدمي موقع الفيسبوك" والتي تناولت واقع الهوية الثقافية العربية لدى الشباب الجزائري في ضوء استخدامه مواقع التواصل الاجتماعي، لاسيما موقع الفيسبوك، وذلك من خلال التعرف على أهم الأنماط الثقافية التي يتفاعل معها الشباب عبر صفحات موقع الفيسبوك، وكذا تحديد مكانة الدين الإسلامي، واللغة العربية، والتراث الثقافي كمقومات الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري، وكذلك الوقوف على مستقبل الهوية الثقافية لدى فئة الشباب في خضم تعرضه لهذا النوع من المواقع الاجتماعية، حيث اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي

وعلى أداة الملاحظة المباشرة من خلال تتبع ما يتم نشره عبر موقع الفيسبوك من مواضيع ثقافية، واجتماعية، كما استخدمنا تحليل المحتوى كأداة بحثية لجمع بيانات الدراسة التي تهدف إلى وصف صفحات موقع الفيسبوك، وطبقت الدراسة على عينة قصدية متمثلة في أربع صفحات شخصية لمستخدمي موقع الفيسبوك، وذلك لمدة أسبوع.

7. دراسة مصطفى بن طيفور (2016م)، بعنوان "الإعلام الجديد والهيمنة الثقافية الناعمة: دراسة تحليلية لواقع الهوية اللغوية والدينية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك"، والتي سلطت الدراسة الضوء على الإعلام الجديد والهيمنة الثقافية الناعمة: دراسة تحليلية لواقع الهوية اللغوية والدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)، والتي استخدمت الدراسة المنهج المسحي، وتكونت عينة الدراسة من (270) طالب من طلاب جميع كليات من جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم، وجامعة أحمد بن بلة -وهران. وتمثلت أدوات الدراسة في بطاقة ملاحظة، استمارة استقصاء، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن أكثر من نصف عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت منذ أقل من خمس سنوات بنسبة (53.70%) دون فروقات بين الجنسين لحدثة الوسيلة الاتصالية، وعدم التعامل المبكر مع الشبكة، إضافة إلى الصعوبات التقنية التي يتلقاها الشباب أثناء التعامل مع الشبكة، وتأخر انتشار الإنترنت في المؤسسات التعليمية في المراحل الأولى، وأن ما نسبته (43.70%) من الشباب الجامعي يقبلون دائماً على استخدام الاختصارات أثناء الدردشة في الموقع، مع تسجيل أفضلية للذكور في نسبة الاستخدام، قد يرجع توظيفها إلى الاقتصاد في اللغة وريح الوقت، وكنوع من التمرد الاجتماعي لدى الشباب، وأن ما نسبته (44.07%) قد أقرروا بأن استخدامهم للفيس بوك قد ساهم في تفشي ظاهرة تهنئة الأقارب عبر الموقع في مختلف المناسبات الوطنية والدينية خاصة، بما يهدد بشكل مباشر العلاقات الاجتماعية وإمكانية إحداث القطيعة بين الأفراد مع تسجيل أولوية لصالح إناث جامعة وهران بنسبة (60%).

8. دراسة مرفت العرضاوي (2016م)، بعنوان "دور الإعلام الجديد في تشكيل الهوية الثقافية للمراهقين السعوديين: دراسة مسحية لمستخدمي موقع الفيس بوك بمدينة جدة، حيث "سعت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين مدى استخدام المراهقين السعوديين لموقع "الفيس بوك" على شبكة الإنترنت وإدراكهم لهويتهم الثقافية العربية، وهدفت أيضاً التعرف على معدل استخدام المراهقين السعوديين للفيس بوك، ودوافع استخدامهم، وإيجابياته وسلبياته، وتأثيراته على هويتهم الثقافية المترتبة على هذا التعرض، وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها 350 مفردة (150) من الذكور، و (200) من الإناث والتي تتراوح أعمارهم ما بين (18- 21) سنة وبلغت العينة الأساسية (206) مفردة من مستخدمي الفيس

بوك في المجتمع السعودي بمدينة جدة وذلك خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي (1434/1435هـ)، واعتمدت الباحثة على المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبانة للحصول على المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل تعرض أفراد العينة لموقع الفيس بوك ودوافعهم من هذا التعرض، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإيجابيات التي يراها أفراد العينة بموقع الفيس بوك وفقاً لاملاكهم أكثر من حساب على الموقع، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية في السلبيات التي يراها أفراد العينة بموقع الفيس بوك وفقاً لاملاكهم أكثر من حساب على الموقع، وتوصي الدراسة بالاهتمام بالتنشئة الاجتماعية للمراهقين حيث يتم فيهم غرس الأفعال والأفكار والقيم التي من شأنها أن تنتج فرد محققاً لهويته، أو مشتتاً ومنغلقاً للهوية، كما توصي بالعمل على تشجيع الاتصال بين الثقافات المختلفة على الصعيد العربي والعالمي مع الحفاظ على النسق القيمي وإجراء مزيداً من الدراسات حول تطبيقات الإعلام الجديد وتأثيره على النشء.

9. دراسة استهدفت Almansa & Others (2016) بعنوان "دراسة مقارنة للفيسبوك بين كولومبيا وإسبانيا" الكشفت عن أنماط استخدام الشباب للفيس بوك في كولومبيا وإسبانيا، حيث طبقت دراسة لتحليل مضمون (100) صورة ملف التعريف Profile للطلاب من سن (12-15) عاماً و (20) مقابلة لهم، وأظهرت النتائج للدراسة أن (95) من المبحوثين يفصحون عن هويتهم الحقيقية ويجيدون تقديم أنفسهم عبر هذه المواقع وهذا يعود للتنشئة الاجتماعية.

10. هدفت دراسة Jason Wen Yau Lee (2016)، بعنوان الكشفت عن استخدام فيسبوك أثناء برنامج التبادل، China Media Research الكشفت استخدام الفيس بوك للطلاب المغتربين في الخارج ومدى حفاظهم على هويتهم الثقافية، طبقت دراسة تحليلية طويلة لمدة ستة أشهر على عينة عشوائية قوامها (15) 9 ذكور و1 إناث من الطلاب السنغافوريين المغتربين في جامعة شمال كارولينا الأمريكية، وأظهرت النتائج أن وسائل الإعلام الجديدة مثل شبكات التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير في عملية التعلم الثقافي والدعم الاجتماعي للطلاب المغتربين مع حفاظهم لهويتهم الثقافية.

التعليق على الدراسات السابقة

- استخدمت معظم الدراسات السابقة منهج المسح الإعلامي، وكذلك أداة الاستبيان، كما أن أغلبية العينات كانت من الشباب الجامعي في مختلف المجتمعات، مع فروق في الدوافع والمضمون وفقاً لطبيعة كل دراسة.

- استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلاتها وفروضها، فالدراسات السابقة قاعدة معلوماتية ومعرفية حول علاقة المراهقين والشباب بمواقع التواصل الاجتماعي، والتي تشير إلى الاقبال المتزايد نحو هذا الموقع، فالعديد من الدراسات السابقة أظهرت إيجابيات استخدام المواقع بشكل أكبر من سلبياتها.
- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في الاستعانة بمقاييس الهوية الثقافية لتطبيقها في الدراسة الحالية تشير العديد من الدراسات السابقة إلى ارتفاع نسبة وعي الشباب وإدراكهم لهويتهم الثقافية.
- هناك فروق في إدراك الشباب لهويتهم الثقافية ناتجة عن تأثير العوامل الديموغرافية (البيئة - النوع - المستوى التعليمي).
- هناك العديد من الدراسات التي كشفت عن هيمنة الثقافة الغربية وانبهار الشباب بها وذلك عن طريق اللغة إحدى مكونات الهوية الثقافية.
- أفادت الدراسات السابقة أن معظم المراهقين يفصحون عن هويتهم الحقيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأن ذلك مرتبط بالتنشئة الاجتماعية.

أهداف الدراسة

- دراسة أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب السعودي.
- تحديد الأنشطة والمحتوى الأكثر شيوعًا وتأثيرًا على الهوية الثقافية للشباب السعودي.
- تقييم الطرق التي يستخدمها الشباب السعودي لتعزيز هويتهم الثقافية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- تحليل تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تفاعلات الشباب السعودي مع ثقافات أخرى.
- دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تطور اللغة والتعبير لدى الشباب السعودي.
- تقديم توصيات للسياسات العامة أو الإجراءات العملية لتعزيز الهوية الثقافية الإيجابية للشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي.

تساؤلات الدراسة

- ما هي أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب السعودي؟

- كيف يمكن تحديد الأنشطة والمحتوى الأكثر شيوعًا وتأثيرًا على الهوية الثقافية للشباب السعودي؟
- كيف يمكن تقييم الطرق التي يستخدمها الشباب السعودي لتعزيز هويتهم الثقافية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- كيف يمكن تحليل تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تفاعلات الشباب السعودي مع ثقافات أخرى؟
- كيف يمكن تحليل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تطور اللغة والتعبير لدى الشباب السعودي؟
- كيف يمكن تقديم توصيات للسياسات العامة أو الإجراءات العملية لتعزيز الهوية الثقافية الإيجابية للشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي؟

فروض الدراسة

- الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل تعرض أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافعهم من هذا التعرض.
- الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية (أفراد العينة) لإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي وفق لامتلاكهم لأكثر من حساب عبر تلك المواقع التواصل الاجتماعي.
- الفرضية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية (أفراد العينة) لإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لامتلاكهم لأكثر من حساب عبر تلك المواقع التواصل الاجتماعي.
- الفرضية الرابعة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة على اختلاف متغيراتهم الديموغرافية (النوع -المستوى الدراسي-ومعدل تعرضهم لتلك المواقع).
- الفرضية الخامسة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة (النوع -المستوى الدراسي) واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الثقافية من حيث التطلع للمستقبل -الانتماء -المواثمة -العادات -التسامح الاهتمامات الثقافية -القابلية للتطور -المرونة والوسطية).

الإطار النظري للدراسة

هناك العديد من النظريات الأساسية في عالم الاتصال والإعلام والتي قام بتطبيقها الباحثون على وسائل الإعلام القديم توكباً مع ذلك الوقت، ولكن بتطور هذه الوسائل والأدوات الإعلامية وتقدمها ظهر الإعلام الجديد بكل أدواته ووسائله، لذا؛ قام الباحث بتطبيق نظرية الغرس الثقافي، واستعانت بفروضها الأساسية في صياغة فروض الدراسة.

أ- **نبذة عن النظرية:** تعتبر وسائل الإعلام من أهم الأدوات التي تؤثر بشكل كبير على الفرد والمجتمع، وتلعب دوراً حيوياً في تشكيل الهويات الفردية والثقافية، وتعتبر نظرية الغرس الثقافي واحدة من النظريات التي تناولت هذا الموضوع، حيث ظهرت في السبعينات من القرن الماضي على يد جربنر، وتصنف هذه النظرية ضمن نظريات الآثار المعتدلة لوسائل الإعلام، حيث لا تمال إلى تضخيم دور وسائل الإعلام ولا تقليل من أهميتها، كما تقوم النظرية على فكرة أن الأشخاص الذين يتابعون كميات كبيرة من البرامج التلفزيونية، والمعروفون بـ"كثيفي المشاهدة"، يختلفون في إدراكهم للواقع المعاش عن الأشخاص الذين يشاهدون كميات قليلة من البرامج التلفزيونية، أو الذين لا يشاهدونها على الإطلاق، المعروفون بـ"قليلي المشاهدة"، ولقد يُعزى هذا الاختلاف إلى قدرة كثيفي المشاهدة على إدراك الواقع بشكل أفضل، بناءً على الصور الذهنية التي ينقلها التلفزيون. (أبو زهرة، 2012م، ص 12)

ب- **فروض النظرية:** فروض النظرية تنقسم إلى الفروض التالية:

1. يعتبر التلفزيون وسيلة منفردة تتطلب مدخلاً خاصاً لدراساتها، حيث يُعد الوسيلة الوحيدة التي تدخل المنازل لفترات طويلة خلال اليوم، وتُمد الأطفال بالرموز البيئية خلال تنشئتهم الاجتماعية.
2. تشكل الرسائل التلفزيونية نظاماً متماسكاً يعبر عن الاتجاه السائد في الثقافة.
3. يُقدم تحليل نظم الرسالة العامة للتلفزيون دليلاً على عملية الغرس.
4. يركز تحليل الغرس على رصد مساهمة التلفزيون في بناء الأفكار والأفعال في المجتمع.
5. يركز تحليل الغرس على النتائج الثابتة والمتجانسة.

ج- علاقة نظرية الغرس الثقافي بالدراسة: على الرغم من أن نظرية الغرس الثقافي كانت تركز في الأصل على التلفزيون، إلا أنه يمكن تطبيقها على مواضيع متعددة، خاصة فيما يتعلق بالقضايا الفكرية والسياسية والثقافية، فمع ظهور ثورات رقمية هائلة وسريعة التغير في وسائل الإعلام الجديدة، مثل موقع الفيس بوك الذي يشكل موضوع الدراسة، تبين أن تأثيرات استخدام وسائل الإعلام الجديدة لا تقتصر على خطورة هذه المواقع فحسب، بل تتمثل فيما يتم تبادله فيها من أفكار وقيم واتجاهات، ولقد تُميز مواقع التواصل الاجتماعي بفاعليتها وتزامنتها المستمرة، وهذا التفاعل يُستخدم لغرس أفكار وأفعال وقيم ومعتقدات قد تكون إيجابية أو سلبية، وبالتالي قد تؤثر على هوية الشباب الثقافية سواء بدعمها أو بتأثيرها عليها. (أبو زهرة، 2012م، ص 13-18)

مصطلحات الدراسة

أ. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

يعرف مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي اصطلاحاً بأنه "هي منصات عبر الإنترنت تهدف إلى تمكين المستخدمين من التفاعل والتواصل مع بعضهم البعض، سواء كان ذلك من خلال مشاركة الرسائل النصية أو الصور أو الفيديوهات أو الروابط أو الأحداث أو التعليقات". (الدين، 2023م، ص 18)

يعرف مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي إجرائياً بأنه: "يشير مفهوم التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة إلى عملية التفاعل والتواصل التي يقوم بها الشباب السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع الآخرين والمحتوى الذي يتم نشره وتبادله على هذه المنصات الرقمية، حيث يتضمن هذا التواصل نشر المحتوى الشخصي والتعليق عليه، ومشاركة الأفكار والآراء، والتفاعل مع المحتوى المنشور من قبل الآخرين، كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مساحة حيوية لبناء العلاقات الاجتماعية الافتراضية والتواصل مع الأصدقاء والعائلة والمجتمع، مما يساهم في تشكيل تجاربهم الثقافية وتعزيز هويتهم الثقافية السعودية.

ب. مفهوم الهوية الثقافية:

يعرف مفهوم الهوية الثقافية اصطلاحاً بأنه "هي الميزات التي تميز ترخص حياة مجتمع بعينه وترتبط بالماضي والمستقبل، وهوية المجتمع ليست استراتيجية ثابتة وليست ديناميكية بالمعنى التام بل هي تتطور بتطور حياة المجتمع بحيث يحافظ المجتمع على خصوصياته التي تكون دائماً مبعثاً للفخر والإيعاز بالانتماء". (السيبي، 2011م، ص 12)

يعرف مفهوم الهوية الثقافية إجرائياً بأنه: "هي معتقدات وقيم ثقافية وأسلوب حياة لمجموعة من الأفراد يشتركون في سمات معينة وهذه السمات ما هي إلا مخرجات تكونت وتشكلت خلال مرحلتي الطفولة والمراهقة التي مر بها الفرد متأثرة بكل ما يحيط به بداية من الأسرة ونهاية إلى المجتمع".

نوع ومنهج الدراسة

تنتمي هذه الدراسة لحقل الدراسات الوصفية التحليلية التي تهتم بالتركيز على استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الهوية الثقافية لديهم، وبالتالي من شأنها أن تعمل على ترسيخ تلك القيم والمفاهيم مما يعطي صورة واضحة عن فاعلية تأثيرات استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الهوية الثقافية لديهم، وطبقاً لهذا النوع من الدراسات تسعى الحصول على المعلومات الكافية حول هذه المعلومات وتفسيرها وتحليلها.

ولقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، بوصفه أنسب المناهج العلمية المستخدمة لجمع البيانات الميدانية عن ظاهرة معينة، وهو عبارة عن وصف دقيق ومنظم وأسلوب تحليلي للظاهرة أو المشكلة المراد بحثها، ويشمل جمع المعلومات والبيانات وتبويبها وتحليلها وقياسها وتفسيرها والتوصل إلى وصف دقيق للمشكلة أو الظاهرة ونتائجها، من خلال منهجية علمية للحصول على نتائج علمية وتفسيرها بطريقة موضوعية وحيادية بما يحقق أهداف البحث. (نجيم، 2022م، ص 65)

مجتمع وعينة الدراسة

أجرى الباحث دراستها بالتطبيق على عينة من الشباب الجامعي بجامعة الملك فيصل، والتي تتمتع كلاً منهما بسمات مميزة تزيد من ثراء البحث والدراسة، وقد طبقت تلك الدراسة بطريقة الإتاحة على (عينة الدراسة) والتي بلغ قوامها (350) مفردة من الشباب، الذين يقع عليهم مسئولية تداول التكنولوجيا الحديثة في استخداماتهم، لذلك فقد تم اختيار العينة بواسطة العينة المتاحة، وذلك لإتاحة الفرصة إلى هؤلاء المبحوثين للتعبير عن آرائهم ووجهات نظرهم حول استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الهوية الثقافية لديهم، لذلك فقد عمد الباحث على أن تغطي الدراسة جميع الشرائح التي لها علاقة بموضوع الدراسة.

أدوات جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على تطبيق استمارة استبيان على عينة عشوائية من الشباب السعوديين بجامعة الملك فيصل، والتي بلغ قوامها (350) مفردة للتعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على هويتهم الثقافية.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

ولتحليل نتائج الدراسة قام الباحث باستخدام برنامج التحليل الإحصائي من خلال الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) (Statistical Package for Social Science)، حيث استخدم الباحث بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم مع طبيعة البيانات المطلوبة على الوجه التالي:

- التكرار المرجح لمقياس ليكرت: والذي يساوي: مجموع التكرارات \times عدد الرتب.
- الوزن النسبي للمقياس ليكرت: والذي يساوي: التكرار المرجح / المجموع $\times 100$.
- تحليل الانحدار الخطى البسيط (Simple Regression): وذلك لاختبار تأثير متغير مستقل على متغير تابع.
- اختبار (Anova) تحليل التباين الأحادي: لاختبار مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات مستقلة ومتغير تابع تعزى السمات الديمغرافية.
- جداول التكرارات البسيطة، المتوسطات الحسابية، النسب المئوية، والتكرارات، والوزن النسبي، الانحراف المعياري: يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما، ويتم الاستفادة منها في وصف عينة الدراسة المبحوثة، وعرض نتائج الدراسة في جداول إحصائية.
- اختبار ألفا كرو: وكذلك اختبار التجزئة النصفية للتحقق من صدق وثبات عبارات وفقرات الاستبيان.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient): لقياس درجة الارتباط، ويقوم هذا الاختبار على دراسة العلاقة بين متغيرين، وقد تم استخدامه لحساب الاتساق الداخلي، والصدق البنائي للاستبانة، والعلاقة بين المتغيرات.
- اختبار في حالة عينة واحدة (T – Test): لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة معنوية الكل فقرة من فقرات الاستبيان، وكذلك متوسط درجة الاستجابة قد وصل إلى الدرجة المتوسطة وهو 3، أم زاد أو قل عن ذلك، ولقد تم استخدامه التأكد من دلالة المتوسط لكل فترة من فقرات الاستبانة.

حدود الدراسة

- الحدود الزمنية: تعد الدراسة آنية معاصرة، وقد جريت هذه الدراسة خلال العام الدراسي الجامعي 2023-2024م
- الحدود البشرية: اقتصرت الدراسة على الشباب الجامعي السعودي بجامعة الملك فيصل (عينة الدراسة).
- الحدود المكانية: اقتصرت الدراسة على اختيار مجموعة من الشباب السعوديين بجامعة الملك فيصل.

- الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة الحالية على إيضاح استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الهوية الثقافية لديهم.

الإطار التحليلي للدراسة

نتائج الدراسة

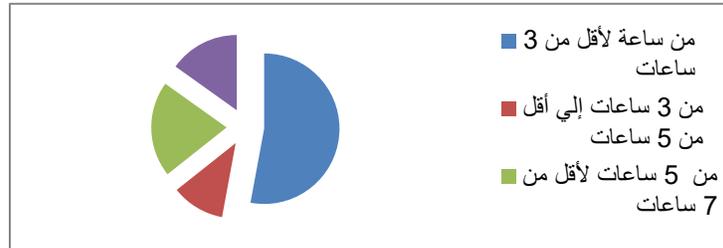
فيما يلي عرض للنتائج التي توصلت إليها الدراسة من خلال محورين رئيسيين، فالمحور الأول يتضمن نتائج تساؤلات الدراسة، أما المحور الثاني فيتضمن عرض لنتائج اختبارات الفروض، وذلك على النحو التالي:

المحور الأول: نتائج تساؤلات الدراسة

1. معدل تعرض أفراد العينة لوسائل الإعلام الجديدة:

جدول رقم (1): معدل استخدام شبكة الإنترنت يومياً حسب (عينة الدراسة) ن=350

م	معدل الاستخدام	التكرار	النسبة (%)
1	من ساعة لأقل من 3 ساعات	185	52.8%
2	من 3 ساعات إلى أقل من 5 ساعات	40	11.4%
3	من 5 ساعات لأقل من 7 ساعات	72	20.5%
4	أكثر من 7 ساعات	53	15.1%
	الإجمالي	350	100%



شكل رقم (1): معدل استخدام شبكة الإنترنت يومياً حسب (عينة الدراسة) ن=350

اتضح من خلال الجدول رقم (1)، والشكل رقم (1)، والذي يوضح معدل استخدام شبكة الإنترنت يومياً حسب (عينة الدراسة)، أن نسبة تعرض (عينة الدراسة) يستخدمون شبكة الإنترنت يومياً (من ساعة لأقل من 3 ساعات) بنسبة (52.8%)، وبتكرار (185)، وتلتها في المرتبة الثانية (من 5 ساعات لأقل من 7 ساعات)

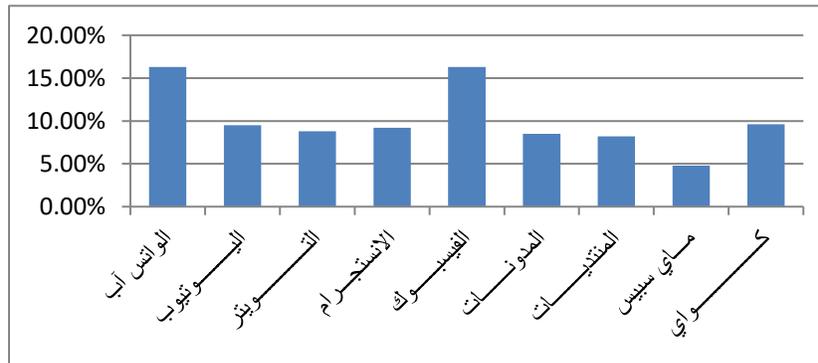
بنسبة (20.5%)، وبتكرار (72)، وتلتها في المرتبة الثالثة (أكثر من 7 ساعات) بنسبة (15.1%)، وبتكرار (53)، وأخيراً بالمرتبة الرابعة (من 3 ساعات إلى أقل من 5 ساعات) بنسبة (11.4%)، وبتكرار (40%).

2. أكثر مواقع الإعلام الجديد المستخدمة وفقاً لأفضليتها:

جدول رقم (2): أكثر مواقع الإعلام الجديد المستخدمة وفقاً لأفضليتها حسب (عينة الدراسة)

م	أكثر مواقع الإعلام الجديد المستخدمة	التكرار	النسبة (%)
1	الواتس آب	350	16.3%
2	اليوتيوب	205	9.5%
3	التويتر	189	8.8%
4	الإنستجرام	198	9.2%
5	الفيسبوك	350	16.3%
6	المدونات	184	8.5%
7	المنتديات	178	8.2%
8	ماي سبيس	105	4.8%
9	كواي	207	9.6%
10	غير ذلك	181	8.4%
	الإجمالي	2147	100%

**اختيار أكثر من بديل.



شكل رقم (2): أكثر مواقع الإعلام الجديد المستخدمة وفقاً لأفضليتها حسب (عينة الدراسة)

اتضح من خلال الجدول رقم (2)، والشكل رقم (2)، والذي يوضح أكثر مواقع الإعلام الجديد المستخدمة وفقاً لأفضليتها حسب (عينة الدراسة) أن (الواتس آب)، وكذلك (الفيسبوك) بنسبة (16.3%)، وبتكرار (350)، وتلتها في المرتبة الثانية (الكواي) بنسبة (9.6%)، وبتكرار (207)، وتلتها في المرتبة الثالثة (اليوتيوب) بنسبة (9.5%)، وبتكرار (205)، وتلتها في المرتبة الرابعة (الإنستجرام) بنسبة (9.2%)، وبتكرار (198)،

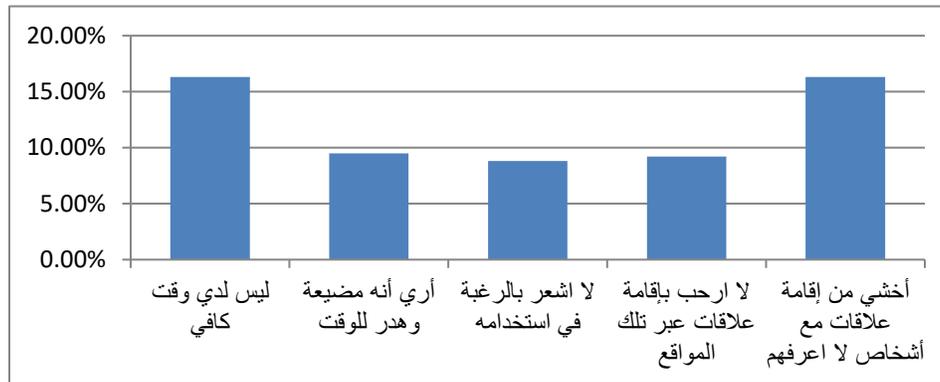
وتلتها في المرتبة الخامسة (التوتر) بنسبة (8.8%)، وبتكرار (189)، وتلتها في المرتبة السادسة (المدونات) بنسبة (8.5%)، وبتكرار (184)، وتلتها في المرتبة السابعة (غير ذلك) بنسبة (8.4%)، وبتكرار (181)، وتلتها في المرتبة الثامنة (المنتديات) بنسبة (8.2%)، وبتكرار (178)، وفي المرتبة التاسعة والأخيرة (ماي سبيس) بنسبة (4.8%)، وبتكرار (105).

3. أسباب عدم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (3): أسباب عدم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

م	أسباب عدم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة (%)
1	ليس لدي وقت كافي	121	24.6%
2	أري أنه مضيعة وهدر للوقت	114	23.2%
3	لا أشعر بالرغبة في استخدامه	10	2.0%
4	لا أرحب بإقامة علاقات عبر تلك المواقع	128	26%
5	أخشى من إقامة علاقات مع أشخاص لا أعرفهم	118	24%
6	غير ذلك	11	2.2%
	الإجمالي	491	100%

**اختيار أكثر من بديل.



شكل رقم (3): أسباب عدم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

اتضح من خلال الجدول رقم (3)، والشكل رقم (3)، والذي يوضح أسباب عدم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أن من أسباب عدم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (لا أرحب بإقامة علاقات عبر تلك المواقع) بنسبة (26%)، وبتكرار (128)، وتلتها في المرتبة الثانية (ليس لدي وقت كافي) بنسبة (24.6%)، وبتكرار (121)، وتلتها في المرتبة الثالثة (أخشى من إقامة علاقات مع أشخاص لا أعرفهم) بنسبة (24%)،

وبتكرار (118)، وتلتها في المرتبة الرابعة (أرى أنه مضيعة وهدر للوقت) بنسبة (23.2%)، وبتكرار (114)، وتلتها في المرتبة الخامسة (غير ذلك) بنسبة (2.2%)، وبتكرار (11)، وتلتها في المرتبة السادسة والأخيرة (لا أشعر بالرغبة في استخدامه) بنسبة (2%)، وبتكرار (10).

4. دوافع تعرض (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (4): دوافع تعرض (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي

م	دوافع تعرض (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة (%)
1	لعدم وجود بديل آخر	204	12.1%
2	بحكم العادة والتعود	119	7%
3	لأنني أجد به ما يهمني	123	7.2%
4	لأنني أثق في صحة أخبارها	214	12.7%
5	لتمضية الوقت والشعور بالتسلية	236	14%
6	لأنني أكون الكثير من العلاقات الاجتماعية	218	12.9%
7	يعطيني كافة المعلومات والآراء التي أريدها	123	7.2%
8	لأنني أشعر بحرية التعبير عن رأي الشخصي	148	8.7%
9	الحصول على معلومات ثقافية تزيد من معارفي	181	10.7%
10	غير ذلك	119	7%
	الإجمالي	1685	100%

**اختيار أكثر من بديل.

اتضح من خلال الجدول السابق والذي يوضح دوافع تعرض (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي أن (التمضية الوقت والشعور بالتسلية) بنسبة (14%)، وبتكرار (236)، وتلتها في المرتبة الثانية (لأنني أكون الكثير من العلاقات الاجتماعية) بنسبة (12.9%)، وبتكرار (218)، وتلتها في المرتبة الثالثة (لأنني أثق في صحة أخبارها) بنسبة (12.7%)، وبتكرار (214)، وتلتها في المرتبة الرابعة (لعدم وجود بديل آخر) بنسبة (12.1%)، وبتكرار (204)، وتلتها في المرتبة الخامسة (الحصول على معلومات ثقافية تزيد من معارفي) بنسبة (10.7%)، وبتكرار (181)، وتلتها في المرتبة السادسة (لأنني أشعر بحرية التعبير عن رأي الشخصي) بنسبة (10.7%)، وبتكرار (181)، وتلتها في المرتبة السابعة (لأنني أشعر بحرية التعبير عن رأي الشخصي) بنسبة (8.7%)، وبتكرار (148)، وتلتها في المرتبة الثامنة (لأنني أجد به ما يهمني)، (يعطيني كافة المعلومات والآراء التي أريدها) بنسبة (7.2%)، وبتكرار (123)، وفي المرتبة التاسعة والأخيرة (بحكم العادة والتعود)، (غير ذلك) بنسبة (7%)، وبتكرار (119).

5. الإيجابيات التي تراها (عينة الدراسة) في مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (5): الإيجابيات التي تراها (عينة الدراسة) في مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الوزن المرجح	التكرار المرجح	إلى حد ضعيف		إلى حد متوسط		إلى حد كبير		الإيجابيات التي تراها (عينة الدراسة) في مواقع التواصل الاجتماعي
			%	ك	%	ك	%	ك	
(1)	%15.3	658	%9	88	%10.8	105	%11.5	112	أجد متعة أثناء التواصل
(6)	%12.9	556	%8.8	86	%9.4	91	%13.2	128	تدعم وتزيد من الانفتاح الثقافي
(4)	%13.2	568	%11.7	114	%8.4	82	%11.2	109	تساعدني في كسب علاقات جيدة
(1)	%15.3	560	%13	126	%2.3	23	%16.1	156	الاطلاع على كل ما هو جديد حولي
(5)	%13	658	%11	107	%1.7	17	%18.6	181	أحب متابعة الموضوعات المطروحة
(3)	%15	648	%14.7	143	%2.5	25	%14.1	137	التعرف على آراء كل الآخرين من كل الثقافات
(2)	%15.1	652	%2.4	24	%114	136	%14.9	145	أتناقش مع زملائي في الموضوعات المطروحة وأتبادل معهم الآراء
		4300	مجموع الوزن النسبي المرجح						
		10.3	مجموع المتوسط الحسابي المرجح						

من خلال الجدول السابق الذي يوضح الإيجابيات التي تراها (عينة الدراسة) في مواقع التواصل الاجتماعي، فلقد جاءت العبارة "أجد متعة أثناء التواصل"، والعبارة "الاطلاع على كل ما هو جديد حولي" بتكرار مرجح (658)، وبوزن نسبي بلغت قيمته (15.3%)، وتلتها في المرتبة الثانية العبارة "أتناقش مع زملائي في الموضوعات المطروحة وأتبادل معهم الآراء" والتي جاءت تكرار مرجح (652)، وبوزن نسبي بلغت قيمته (15.1%)، وتلتها في المرتبة الثالثة العبارة "التعرف على آراء كل الآخرين من كل الثقافات" بتكرار مرجح بلغ قيمته (648)، وبوزن مرجح بلغت قيمته (15%)، وجاءت في المرتبة الرابعة العبارة "تساعدني في كسب علاقات جيدة" التي بلغ قيمة تكرارها المرجح (568)، وبوزن مرجح بلغت نسبته (13.2%)، وجاءت في المرتبة الخامسة العبارة "أحب متابعة الموضوعات المطروحة" التي بلغ قيمة تكرارها المرجح (658)، وبوزن مرجح بلغت نسبته (13%)، وجاءت في المرتبة السادسة والأخيرة العبارة "تدعم وتزيد من الانفتاح الثقافي" التي بلغ قيمة تكرارها المرجح (556)، وبوزن مرجح بلغت نسبته (12.9%).

6. السلبيات التي تراها (عينة الدراسة) في مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (6): السلبيات التي تراها (عينة الدراسة) في مواقع التواصل الاجتماعي

ت	الوزن المرجح	التكرار المرجح	إلى حد ضعيف		إلى حد متوسط		إلى حد كبير		السلبيات التي تراها (عينة الدراسة) في مواقع التواصل الاجتماعي
			%	ك	%	ك	%	ك	
(3)	%14.1	739	%16.9	85	%11.6	67	%14.3	198	إحلال اللغة الأجنبية مكان اللغة العربية
(2)	%14.2	748	%17.9	90	%12.3	71	%13.7	189	فتح مجال تكوين علاقات بين الجنسين بحرية
(1)	%14.3	752	%18.6	94	%17.4	100	%11.3	156	خدش الحياء العام
(1)	%14.3	750	%17.9	90	%12.9	74	%13.5	186	تساعد على التفكك الأسري
(1)	%14.3	752	%3.7	19	%20	115	%15.6	216	مضيعة الوقت
(2)	%14.2	749	%1.1	6	%22.3	128	%15.6	216	تضعفا ترابط الإنسان بالمكان الذي يعيش فيه
(1)	%14.3	751	%23.3	117	%3.1	18	%15.6	215	تؤثر على الاعتراف بالذات مقارنة بالآخر (الغرب)
		5241	مجموع الوزن النسبي المرجح						
			مجموع المتوسط الحسابي المرجح						

من خلال الجدول السابق الذي يوضح السلبيات التي تراها (عينة الدراسة) في مواقع التواصل الاجتماعي، فلقد جاءت العبارة "خدش الحياء العام"، والعبارة "تساعد علي التفكك الأسري"، والعبارة "مضيعة الوقت"، والعبارة "تؤثر علي الاعتراف بالذات مقارنة بالآخر (الغرب)" بتكرار مرجح (751)، وبوزن نسبي بلغت قيمته (%14.3)، وتلتها في المرتبة الثانية العبارة "فتح مجال تكوين علاقات بين الجنسين بحرية"، والعبارة "تضعفا ترابط الإنسان بالمكان الذي يعيش فيه" والتي جاءت تكرار مرجح (748)، وبوزن نسبي بلغت قيمته (%14.2)، وتلتها في المرتبة الثالثة العبارة "إحلال اللغة الأجنبية مكان اللغة العربية" بتكرار مرجح بلغ قيمته (739)، وبوزن مرجح بلغت قيمته (%14.1).

7. اتجاهات (أفراد العينة) نحو مدي تأثير استخدام موقع الفيس بوك علي هويتهم الثقافية:

جدول رقم (7): يوضح اتجاهات (أفراد العينة) نحو مدي تأثير استخدام موقع الفيس بوك علي هويتهم الثقافية

الاتجاه العام	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الهوية الثقافية
موافق إلى حد ما	0.98	4.13	الانتماء
موافق إلى حد ما	0.96	4.8	الموائمة
موافق إلى حد ما	0.81	4.1	العادات
موافق إلى حد ما	0.75	3.19	التسامح
موافق إلى حد ما	0.64	3.12	القابلية للتطور
محايد	0.59	3.1	التطلع للمستقبل
موافق إلى حد ما	0.48	2.29	المرونة والوسطية
موافق إلى حد ما	0.32	2.25	الاهتمامات الثقافية

ونستنتج من بيانات الجدول السابق رقم (7) أن أكثر اتجاه إيجابي تأثر بالهوية الثقافية هو محور "التطلع للمستقبل" بمتوسط حسابي بلغت نسبته (4.13)، وانحراف معياري (0.98)، من وجهة نظر (عينة الدراسة) أي النظرة إلي المستقبل في ظل الاستفادة بثوابت الحاضر وتجاوز الماضي مع الاعتزاز بما نأخذه منه من ثوابت، ويلي محور (الموائمة) بمتوسط حسابي بلغت نسبته (4.8)، وانحراف معياري (0.96)، ويلي محور (العادات) بمتوسط حسابي بلغت نسبته (4.1)، وانحراف معياري (0.81)، ويلي محور (التسامح) بمتوسط حسابي بلغت نسبته (3.19)، وانحراف معياري (0.75)، ويلي محور (القابلية للتطور) بمتوسط حسابي بلغت نسبته (3.12)، وانحراف معياري (0.64)، ويلي محور (التطلع للمستقبل) بمتوسط حسابي بلغت نسبته (3.1)، وانحراف معياري (0.59)، ويلي محور (المرونة والوسطية) بمتوسط حسابي بلغت نسبته (2.29)، وانحراف معياري (0.48)، ويلي محور (الاهتمامات الثقافية) بمتوسط حسابي بلغت نسبته (2.25)، وانحراف معياري (0.32).

المحور الثاني: نتائج اختبار صحة فروض الدراسة

- الفرض الأول: "توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافعهم من هذا التعرض"

جدول رقم (8): يوضح معامل ارتباط بيرسون لقياس معدل تعرض (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافعهم من هذا التعرض

المتغيرات		معامل الارتباط بيرسون	مستوى الدلالة	الاتجاه	القوة
دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي	معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي	0.9-	0.84	سلي	ضعيف

** الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05

يتضح من الجدول السابق رقم (8) عدم وجود ارتباط معنوي بين معدل تعرض عينة الدراسة لموقع الفيس بوك ودوافعهم منه، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (-0.9)، وهذه القيمة غير دالة إحصائياً حيث أن مستوى الدلالة أكبر من مستوى المعنوية 0.05 مما يدل على عدم ثبوت صحة الفرض الأول القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافعهم من هذا التعرض".

- الفرض الثاني: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإجابيات التي يراها أفراد العينة بموقع التواصل الاجتماعي وفقاً لامتلاكهم أكثر من حساب على الموقع".

جدول رقم (9): يوضح معامل ANOVA One Way لإظهار الفروق في الإجابيات التي تراها العينة وفقاً لامتلاكهم أكثر من حساب

اختبار ANOVA		الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط	الفروق بين متوسطات الإجابيات لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للمتغير الآتي	
مستوى الدلالة	ف	بدرجة متوسطة	0.47	2.08	امتلاك أكثر من حساب بموقع	نعم
*0.02	7.25	بدرجة متوسطة	0.52	1.87	التواصل الاجتماعي	لا

** الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05

يتضح من الجدول السابق رقم (9) أنه يوجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في متوسطات الإجابيات التي يراها أفراد العينة بموقع الفيس بوك وفقاً لامتلاك أكثر من حساب، حيث أن متوسط تأييد مفردات الدراسة التي تمتلك أكثر من حساب لمدى تحقق إجابيات بالموقع (2.08) أعلى من متوسط تأييد مفردات الدراسة التي لا تمتلك حساب بمتوسط (1.87)، وذلك عند مستوى المعنوية، مما يدل على ثبوت صحة هذا الفرض بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في الإجابيات التي يراها أفراد العينة بمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لامتلاكهم أكثر من حساب على المواقع.

- **الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في السلبيات التي يراها أفراد العينة بموقع الفيس بوك وفقاً لامتلاكهم أكثر من حساب على المواقع".

جدول رقم (10): لإظهار الفروق في السلبيات ANOVA One Way معامل التي تراها العينة وفقاً لامتلاكهم أكثر من حساب على المواقع

اختبار ANOVA		الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط	الفروق في السلبيات ANOVA One Way معامل التي تراها العينة وفقاً لامتلاكهم أكثر من حساب على المواقع
مستوي الدلالة	ف	أحياناً	0.54	2.8	امتلاك أكثر من حساب بموقع التواصل الاجتماعي
*0.05	4.92	أحياناً	0.58	1.89	لا

** الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05

يتضح من الجدول السابق رقم (10) أنه يوجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في متوسطات السلبيات التي يراها أفراد العينة بموقع الفيس بوك وفقاً لامتلاك أكثر من حساب، حيث أن متوسط تأييد مفردات الدراسة التي تمتلك أكثر من حساب لمدى تحقق سلبيات بالموقع (2.8) أعلى من متوسط تأييد مفردات الدراسة التي لا تمتلك حساب بمتوسط (1.89)، وذلك عند مستوى المعنوية، مما يدل على ثبوت صحة هذا الفرض بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في السلبيات التي يراها أفراد العينة بموقع الفيس بوك وفقاً لامتلاكهم أكثر من حساب على المواقع".

- **الفرض الرابع:** "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة على اختلاف متغيراتهم الديموغرافية النوع-المستوى الدراسي ومعدل تعرضهم للفيس بوك".

جدول رقم (11): معامل ANOVA One Way لإظهار الفروق في معدل تعرض العينة لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لخصائصهم الديموغرافية

اختبار ANOVA	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط	الفروق بين متوسطات الإيجابيات لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للمتغير الآتي	
*0.03	4.78	من 3 ساعات إلى أقل من 5 ساعات	1.27	3.27	ذكر
		من 5 لأقل من 7 ساعات	1.25	2.57	أنثى
		من 5 لأقل من 7 ساعات	1.26	3.44	المجموع
*0.04	2.95	من 3 ساعات إلى أقل من 5 ساعات	1.28	3.19	ثانوي
		من 5 لأقل من 7 ساعات	1.25	3.50	جامعي
		من 5 لأقل من 7 ساعات	1.26	3.44	المجموع

تبين من الجدول السابق رقم (11) أنه يوجد فروق دالة إحصائية بين معدل تعرض أفراد العينة الموقع الفيس بوك وفقاً للخصائص الديموغرافية وهي: النوع، والمستوى الدراسي، حيث أثبت اختبار ANOVA أي أنه يوجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في معدل تعرض أفراد العينة الموقع لفيس بوك لمتغير الجنس،

لذلك نلاحظ أن معدل تعرض الإناث لمواقع التواصل الاجتماعي الذي كان من: لأقل من ٧ ساعات أعلى من معدل تعرض الذكور الذي كان من 3 ساعات إلى أقل من ٥ ساعات عند مستوى المعنوية (0.05)، وهذا يعود إلى طبيعة وضع الإناث في المجتمع السعودي اللاتي يجدن مساحة من الحرية والتعبير عن الرأي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أما بالنسبة المتغير المستوى الدراسي يوجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في معدل تعرض أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن معدل تعرض ذوي المستوى الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي الذي كان من 5 لأقل من ٧ ساعات أعلى من معدل تعرض ذوي المستوى الثانوي الذي كان من ٣ ساعات إلى أقل من 5 ساعات وذلك عند مستوى المعنوية (0.05)، ومن ثم يتم ثبوت صحة هذا الفرض بالنسبة لمتغيري النوع، والمستوى الدراسي.

- **الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة النوع - المستوى الدراسي واتجاهاتهم نحو دور الفيس بوك في تشكيل الهوية الثقافية من حيث التطوع للمستقبل - الانتماء - الموائمة - العادات - التسامح - الاهتمامات الثقافية - القابلية للتطور - المرونة والوسطية.

ولقد يتبين من نتائج تحليل التباين بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات أفراد العينة نحو دور موقع الفيس بوك في تشكيل هويتهم الثقافية من حيث التطوع للمستقبل - الانتماء - الموائمة - العادات - التسامح - الاهتمامات الثقافية - القابلية للتطور - المرونة والوسطية) أي أنه لا يوجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية لأفراد العينة وفقاً لمتغيري النوع، والمستوى الدراسي، وذلك عند مستوى المعنوية، ومن ثم لم يثبت صحة الفرض بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة النوع - المستوى الدراسي واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الثقافية".

الخلاصة

أ. مناقشة نتائج الدراسة العامة:

- اتضح معدل استخدام شبكة الإنترنت يومياً حسب (عينة الدراسة)، أن نسبة تعرض (عينة الدراسة) يستخدمون شبكة الإنترنت يومياً (من ساعة لأقل من 3 ساعات) بنسبة (52.8%)، وبتكرار (185)، وتلتها في المرتبة الثانية (من 5 ساعات لأقل من 7 ساعات) بنسبة (20.5%)، وبتكرار (72)، وتلتها في المرتبة الثالثة (أكثر من 7 ساعات) بنسبة (15.1%)، وبتكرار (53)، وأخيراً بالمرتبة الرابعة (من 3 ساعات إلى أقل من 5 ساعات) بنسبة (11.4%)، وبتكرار (40%).

- اتضح أن أكثر مواقع الإعلام الجديد المستخدمة وفقاً لأفضليتها حسب (عينة الدراسة) أن (الواتس آب)، وكذلك (الفيسبوك) بنسبة (16.3%)، وبتكرار (350)، وتلتها في المرتبة الثانية (الكواي) بنسبة (9.6%)، وبتكرار (207)، وتلتها في المرتبة الثالثة (اليوتيوب) بنسبة (9.5%)، وبتكرار (205)، وتلتها في المرتبة الرابعة (الإنستجرام) بنسبة (9.2%)، وبتكرار (198)، وتلتها في المرتبة الخامسة (التويتر) بنسبة (8.8%)، وبتكرار (189)، وتلتها في المرتبة السادسة (المدونات) بنسبة (8.5%)، وبتكرار (184)، وتلتها في المرتبة السابعة (غير ذلك) بنسبة (8.4%)، وبتكرار (181)، وتلتها في المرتبة الثامنة (المنتديات) بنسبة (8.2%)، وبتكرار (178)، وفي المرتبة التاسعة والأخيرة (ماي سبيس) بنسبة (4.8%)، وبتكرار (105).

- اتضح أن أسباب عدم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أن من أسباب عدم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (لا أرحب بإقامة علاقات عبر تلك المواقع) بنسبة (26%)، وبتكرار (128)، وتلتها في المرتبة الثانية (ليس لدي وقت كافي) بنسبة (24.6%)، وبتكرار (121)، وتلتها في المرتبة الثالثة (أخشى من إقامة علاقات مع أشخاص لا أعرفهم) بنسبة (24%)، وبتكرار (118)، وتلتها في المرتبة الرابعة (أرى أنه مضيعة وهدر للوقت) بنسبة (23.2%)، وبتكرار (114)، وتلتها في المرتبة الخامسة (غير ذلك) بنسبة (2.2%)، وبتكرار (11)، وتلتها في المرتبة السادسة والأخيرة (لا أشعر بالرغبة في استخدامه) بنسبة (2%)، وبتكرار (10).

- اتضح أن من دوافع تعرض (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي أن (التمضية الوقت والشعور بالتسلية) بنسبة (14%)، وبتكرار (236)، وتلتها في المرتبة الثانية (لأنني أكون الكثير من العلاقات الاجتماعية) بنسبة (12.9%)، وبتكرار (218)، وتلتها في المرتبة الثالثة (لأنني أثق في صحة أخبارها) بنسبة (12.7%)، وبتكرار (214)، وتلتها في المرتبة الرابعة (لعدم وجود بديل آخر) بنسبة (12.1%)، وبتكرار (204)، وتلتها في المرتبة الخامسة (الحصول علي معلومات ثقافية تزيد من معارفي) بنسبة (10.7%)، وبتكرار (181)، وتلتها في المرتبة السادسة (لأنني أشعر بحرية التعبير عن رأي الشخصي) بنسبة (10.7%)، وبتكرار (181)، وتلتها في المرتبة السابعة (لأنني أشعر بحرية التعبير عن رأي الشخصي) بنسبة (8.7%)، وبتكرار (148)، وتلتها في المرتبة الثامنة (لأنني أجد به ما يهمني)، (يعطيني كافة المعلومات والآراء التي أريدها) بنسبة (7.2%)، وبتكرار (123)، وفي المرتبة التاسعة والأخيرة (بحكم العادة والتعود)، (غير ذلك) بنسبة (7%)، وبتكرار (119).

- اتضح أن من الإيجابيات التي تراها (عينة الدراسة) في مواقع التوصل الاجتماعي، فلقد جاءت العبارة "أجد متعة أثناء التواصل"، والعبارة "الاطلاع علي كل ما هو جديد حولي" بتكرار مرجح (658)، وبوزن نسبي بلغت قيمته (15.3%)، وتلتها في المرتبة الثانية العبارة "أناقش مع زملائي في الموضوعات المطروحة وأتبادل معهم الآراء" والتي جاءت تكرار مرجح (652)، وبوزن نسبي بلغت قيمته (15.1%)، وتلتها في المرتبة الثالثة العبارة "التعرف علي آراء كل الآخرين من كل الثقافات" بتكرار مرجح بلغ قيمته (648)، وبوزن مرجح بلغت قيمته (15%)، وجاءت في المرتبة الرابعة العبارة "تساعدني في كسب علاقات جيدة" التي بلغ قيمة تكرارها المرجح (568)، وبوزن مرجح بلغت نسبته (13.2%)، وجاءت في المرتبة الخامسة العبارة "أحب متابعة الموضوعات المطروحة" التي بلغ قيمة تكرارها المرجح (658)، وبوزن مرجح بلغت نسبته (13%)، وجاءت في المرتبة السادسة والأخيرة العبارة "تدعم وتزيد من الانفتاح الثقافي التي بلغ قيمة تكرارها المرجح (556)، وبوزن مرجح بلغت نسبته (12.9%).

- اتضح أن من السلبيات التي تراها (عينة الدراسة) في مواقع التوصل الاجتماعي، فلقد جاءت العبارة "خدش الحياء العام"، والعبارة "تساعد علي التفكك الأسري"، والعبارة "مضيعة الوقت"، والعبارة "تؤثر علي الاعتزاز بالذات مقارنة بالآخر (الغرب)" بتكرار مرجح (751)، وبوزن نسبي بلغت قيمته (14.3%)، وتلتها في المرتبة الثانية العبارة "فتح مجال تكوين علاقات بين الجنسين بحرية"، والعبارة "تضعفا ترابط الإنسان بالمكان الذي يعيش فيه" والتي جاءت تكرار مرجح (748)، وبوزن نسبي بلغت قيمته (14.2%)، وتلتها في المرتبة الثالثة العبارة "إحلال اللغة الأجنبية مكان اللغة العربية" بتكرار مرجح بلغ قيمته (739)، وبوزن مرجح بلغت قيمته (14.1%).

- اتضح أن من أكثر اتجاه إيجابي تأثر بالهوية الثقافية هو محور "التطلع للمستقبل" بمتوسط حسابي بلغت نسبته (4.13)، وانحراف معياري (0.98)، من وجهة نظر (عينة الدراسة) أي النظرة إلى المستقبل في ظل الاستفادة بثوابت الحاضر وتجاوز الماضي مع الاعتزاز بما نأخذه منه من ثوابت، ويله محور (الموائمة) بمتوسط حسابي بلغت نسبته (4.8)، وانحراف معياري (0.96)، ويله محور (العادات) بمتوسط حسابي بلغت نسبته (4.1)، وانحراف معياري (0.81)، ويله محور (التسامح) بمتوسط حسابي بلغت نسبته (3.19)، وانحراف معياري (0.75)، ويله محور (القابلية للتطور) بمتوسط حسابي بلغت نسبته (3.12)، وانحراف معياري (0.64)، ويله محور (التطلع للمستقبل) بمتوسط حسابي بلغت نسبته (3.1)، وانحراف معياري (0.59)، يله محور (المرونة والوسطية)

بمتوسط حسابي بلغت نسبته (2.29)، وانحراف معياري (0.48)، ويلي محور (الاهتمامات الثقافية) بمتوسط حسابي بلغت نسبته (2.25)، وانحراف معياري (0.32).

ب. نتائج اختبارات فروض الدراسة:

- عدم وجود ارتباط معنوي بين معدل تعرض عينة الدراسة لموقع الفيس بوك ودوافعهم منه، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (-0.9)، وهذه القيمة غير دالة إحصائياً حيث أن مستوى الدلالة أكبر من مستوى المعنوية 0.05 مما يدل على عدم ثبوت صحة الفرض الأول القائل توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض أفراد العينة لموقع التواصل الاجتماعي ودوافعهم من هذا التعرض".

- يوجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في متوسطات الإيجابيات التي يراها أفراد العينة بموقع الفيس بوك وفقاً لامتلاك أكثر من حساب، حيث أن متوسط تأييد مفردات الدراسة التي تمتلك أكثر من حساب لمدى تتحقق إيجابيات بالموقع (2.08) أعلى من متوسط تأييد مفردات الدراسة التي لا تمتلك حساب بمتوسط (1.87)، وذلك عند مستوى المعنوية، مما يدل على ثبوت صحة هذا الفرض بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في الإيجابيات التي يراها أفراد العينة بمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لامتلاكهم أكثر من حساب على المواقع.

- يوجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في متوسطات السلبيات التي يراها أفراد العينة بموقع الفيس بوك وفقاً لامتلاك أكثر من حساب، حيث أن متوسط تأييد مفردات الدراسة التي تمتلك أكثر من حساب لمدى تتحقق سلبيات بالموقع (2.8) أعلى من متوسط تأييد مفردات الدراسة التي لا تمتلك حساب بمتوسط (1.89)، وذلك عند مستوى المعنوية، مما يدل على ثبوت صحة هذا الفرض بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في السلبيات التي يراها أفراد العينة بموقع الفيس بوك وفقاً لامتلاكهم أكثر من حساب على المواقع".

- يتبين من نتائج تحليل التباين بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات أفراد العينة نحو دور موقع الفيس بوك في تشكيل هويتهم الثقافية من حيث التطلع للمستقبل -الانتماء -المواثمة - العادات -التسامح -الاهتمامات الثقافية -القابلية للتطور -المرونة والوسطية) أي أنه لا يوجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية لأفراد العينة وفقاً لمتغيري النوع، والمستوى الدراسي، وذلك عند مستوى المعنوية، ومن ثم لم يثبت صحة الفرض بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية

لعينة الدراسة النوع -المستوى الدراسي واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الثقافية.

- يوجد فروق دالة إحصائية بين معدل تعرض أفراد العينة الموقع الفيس بوك وفقاً للخصائص الديموغرافية وهي: النوع، والمستوى الدراسي، حيث أثبت اختبار ANOVA أي أنه يوجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في معدل تعرض أفراد العينة الموقع لفيس بوك لمتغير الجنس، لذلك نلاحظ أن معدل تعرض الإناث لمواقع التواصل الاجتماعي الذي كان من: لأقل من ٧ ساعات أعلى من معدل تعرض الذكور الذي كان من 3 ساعات إلى أقل من ٥ ساعات عند مستوى المعنوية (0.05)، وهذا يعود إلى طبيعة وضع الإناث في المجتمع السعودي اللاتي يجدن مساحة من الحرية والتعبير عن الرأي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أما بالنسبة لمتغير المستوى الدراسي يوجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في معدل تعرض أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن معدل تعرض ذوي المستوى الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي الذي كان من 5 لأقل من ٧ ساعات أعلى من معدل تعرض ذوي المستوى الثانوي الذي كان من ٣ ساعات إلى أقل من 5 ساعات وذلك عند مستوى المعنوية (0.05)، ومن ثم يتم ثبوت صحة هذا الفرض بالنسبة لمتغيري النوع، والمستوى الدراسي.

التوصيات

- تشجيع الباحثين في مجالي الإعلام وعلم النفس على إجراء بحوث ودراسات لدراسة تأثيرات تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى مثل تطبيق "الواتس أب" على تشكيل الهوية الثقافية.
- إجراء دراسة مقارنة بين الشباب الجامعي في الجامعات الحكومية والخاصة ومستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، بهدف رصد تأثير استخدام اللغة الأجنبية بدلاً من العربية على الهوية الثقافية، إذ تُعتبر اللغة أحد الركائز الأساسية للهوية الثقافية.
- تعزيز التواصل بين الثقافات المختلفة على المستوى العربي والعالمي، مع الحفاظ على القيم والنسق الثقافي.
- الاهتمام بالتنشئة الاجتماعية للمراهقين، من خلال غرس الأفكار والقيم التي تساهم في تشكيل هويتهم، مع التركيز على تحقيق التوازن بين الهوية الفردية والهوية الاجتماعية.

- متابعة أبنائنا عند استخدامهم لجميع مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، مثل الفيسبوك، تويتر، ويوتيوب، من خلال المشاركة معهم عبر هذه المنصات.
- توعية المراهقين وتعزيز بناء الثقة المتبادلة والتفكير النقدي، مع احترام آرائهم وأفكارهم وتشجيعهم على التعبير عن هويتهم الحقيقية عبر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الجديدة.
- الاستفادة من التطور التكنولوجي والنهضة المعرفية كوسيلة لزيادة المعرفة والثقافة عبر شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية.

المراجع

أ- الكتب العربية:

1. أبو زهرة، منال (2012م): نظريات الاتصال، عمان، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الثالثة، ص 12-18.

ب- الرسائل العلمية:

1. العرضاوي، مرفت محمد (2017م): دور الإعلام الجديد في تشكيل الهوية الثقافية للمراهقين السعوديين: دراسة مسحية لمستخدمي موقع الفيس بوك بمدينة جدة، القاهرة، مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، المجلد (71)، العدد (23)، ص 257-298.
2. جمال الدين، سمر عبد الحلیم (2023م): دور مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة ومدى انعكاسه على هويتها الثقافية، القاهرة، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام بالقاهرة، المجلد (1)، العدد (66)، ص 333-370.
3. عائشة فريجة (2022م): تأثير الفيسبوك على الهوية الثقافية للشباب الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك، الجزائر، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، المجلد (5)، العدد (1)، ص 73-92.
4. خيرة، محمدي (2017م): شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الشباب الجزائري: دراسة وصفية تحليلية لعينة من صفحات مستخدمي موقع الفيسبوك، لجزائر، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، المجلد (4)، العدد (11)، ص 156-170.

5. زايد، إيمان (2018م): تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية: دراسة في الاستعمالات والإشباع لطلبة طاهري محمد بشار "الفيس بوك نموذجاً"، الجزائر، مجلة الدراسات، جامعة طاهري محمد بشار، مخبر الدراسات الصحراوية، المجلد (7)، العدد (2)، ص 265-280.
6. بن طيفور، مصطفى جمال (2016م): الإعلام الجديد والهيمنة الثقافية الناعمة: دراسة تحليلية لواقع الهوية اللغوية والدينية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، الجزائر، مجلة الحوار الثقافي، جامعة عبدالحميد بن باديس - كلية العلوم الاجتماعية - مخبر حوار الحضارات والتنوع الثقافي وفلسفة السلم، المجلد (6)، العدد (1)، ص 292-300.
7. حنشاي نجيم (2022م): البحث العلمي: مناهجه وأساليبه العلمية، الجزائر، مجلة دراسات، جامعة طاهري محمد بشار، مخبر الدراسات الصحراوية، المجلد (11)، العدد (1)، ص 65.
8. صالح بن حمد العساف (1986م): الاستبانة: مفهوما، تصميمها، اختبارها، المملكة العربية السعودية، بحوث ودراسات في العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية العلوم الاجتماعية، المجلد (1)، العدد (4)، ص 92-134.

ج- المراجع الأجنبية:

- Holden, S.M, Yang, C, & Carter, M. (2018) Social Media Social Comparison of Ability (but not Opinion) predicts Lower Identity Clarity: Identity Processing Style as a Mediator, Journal of Youth and Adolescence, New York, 46, (10), 1-15. Retrieved From <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/29327168>.
- Turan, Zeynep & others (2013): The Reasons for Non-Use of social Networking Websites by University Students, Academic Journal, Vol. 21, Issue 41, P1370-1450.
- Almansa, A (2013): Social Networks and Young People. Comparative Study of Facebook between Colombia and Spain, Academic Journal Education (General); Media Studies, Vol. 20 Issue 40, P129-139.
- Jason Wen Yau Lee (2016): Uncovering the Use of Facebook During An Exchange Program, China Media Research, Vol. 8 Issue 4, P 62-76.