

استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته ببناء الهوية الوطنية لديهم

أ.العنود أحمد الملحم*
أ.هدى حسن القحطاني**
إشراف: د.محمد فودة***

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته ببناء الهوية الوطنية لديهم، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، تكونت عينة الدراسة من (٤٠٠) مفردة من الشباب العربي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: جاءت نسبة المبحوثين الذين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم (إلى حد كبير) في تعزيز بناء الهوية الوطنية لدى الشباب العربي، بنسبة مئوية بلغت (45.5%) وذلك في الترتيب الأول. وجاءت نسبة من يتفاعلون ما تنشره المنشآت الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل (دائم) بنسبة مئوية بلغت (49.75%) وذلك في الترتيب الأول. وجاءت نسبة المبحوثين أن الحسابات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي نجحت (بدرجة كبيرة) في إبراز الهوية الوطنية بنسبة مئوية بلغت (60%). وذلك في الترتيب الأول. وجاءت عبارة من يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الأحداث الوطنية في مقدمة اتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو تأثير استخدامات الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي على مفهوم الهوية الوطنية لديهم، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.70).

الكلمات المفتاحية:

شبكات التواصل الاجتماعي – الهوية الوطنية - نظرية الاستخدامات والتأثيرات – الشباب

* خريجة ماجستير اتصال استراتيجي – جامعة الملك فيصل

** طالبة ماجستير إذاعة وتلفزيون – جامعة الملك فيصل

***الأستاذ المساعد بجامعة الملك فيصل

Arab youth's use of social networking sites and its relationship to building their national identity

Abstract:

This study aimed to identify the Arab youth's use of social networking sites and its relationship to building their national identity. The percentage of respondents who believe that social networking sites contribute (to a large extent) to strengthening the building of national identity among Arab youth, with a percentage of (45.5%), in the first place. The percentage of those who interact with what national establishments publish on social networking sites (permanently) came in first place with a percentage of (49.75%). The percentage of respondents stated that government accounts on social networking sites succeeded (to a large extent) in highlighting the national identity with a percentage of (60%). And that's in the first order. The phrase “those who rely on social networking sites to know national events” came at the forefront of the respondents’ trends of the study sample towards the impact of Arab youth’s use of social networking sites on their concept of national identity, with an average of (2.70).

Keywords:

Social media - national identity - uses and influences theory - youth

المقدمة:

تمثل الإنترنت وسيطاً اتصاليًا ذا طبيعة فريدة حيث يتميز بالتفاعلية والمرونة، كما أنه يمكن المستخدم من تحقيق أغلب احتياجاته الاتصالية بأسلوب يتخطى قيود الوسائط والأشكال الاتصالية التقليدية ، فهي تحرر الخبرة البشرية من قيود الزمان والمكان والثقافة والحدود الجغرافية ، وتفتح أمامه الباب نحو عالم رحب فسيح قادر على احتواء كل المظاهر البشرية والخبرات الإنسانية ، وهي تمثل بهذا الشكل أعظم ثورة اتصالية منذ فجر التاريخ ، والأمر الأخطر هو تزامن الإنترنت كوسيط اتصالي مع الطرح الثقافي الذي بات يؤرق العالم وهو العولمة⁽ⁱ⁾.

وقد أحدثت وسائل التواصل الاجتماعي نقلة نوعية في حياة الأفراد ، نظراً لتعاظم دورها الذي لم يعد يقتصر على كونها نافذة للتواصل بين الأفراد ، وإنما باتت تشكل أهم أدوات التأثير في صناعة وتشكيل الهوية الوطنية والتنشئة والتثقيف لدى الشباب العربي، كما أصبحت مصدراً مهماً للشباب العربي للتزود بالمعلومات الدينية والحضارية التي تلعب دوراً في خلق انتماءات الشباب للهوية الوطنية، حيث يعد الانتماء من أكثر الاحتياجات النفسية التي تلعب دوراً فارقاً في حياة الشباب من خلال شعوره بأنه عضواً هاماً ومؤثر مما ينمي لديه شعور الحقوق والواجبات اتجاه هويته الوطنية

وتعد الهوية الوطنية ركيزة أساسية للمجتمعات العربية نظراً لكونه يعزز من السياق الثقافي من حيث المنشأ والتكوين التي تصب على شخصية الافراد وما يفعلونه في مجتمعاتهم ومن أجل بناء ثقافة وطنية أكثر تقدماً وتطوراً لمسايرة ما يحدث من تغيرات عالمية وقد نتجت هذه التغيرات وازدادت سرعتها عبر التطور التكنولوجي أو بما يسمى مواقع التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت الذي كان سبباً في زواج ثقافات الشعوب وإلغاء الحدود ودمج بعض الحضارات ببعضها حتى أصبح التأثير بهوية بلد على بلد آخر امر ممكن وسهل حدوته بين أطراف المجتمع وتحديد فئة الشباب الذين يعدون اللبنة الأولى والأساسية في بناء المجتمعات وتقدمها.

ويلعب الإعلام الجديد مثل الصحف الإلكترونية.. ومواقع التواصل الاجتماعي، المنتديات..راديو الإنترنت غيرها دوراً كبيراً في التفاعلية المعلوماتية وسرعة إيصاله للمعلومات، وضمان وصولها للشرائح المستهدفة، فضلاً عن تميز الإعلام الجديد بالتفاعلية ورخص الوسيلة واهتمام جميع أفراد المجتمع بها. وهنا يكمن سر التحولات الجارية في التعاطي الإعلامي، سواء في الجانب التقليدي المتمسك بالوسائل الرئيسية المتعارف عليها، أو من الجانب الراكض خلف التقنية الجديدة وتسخيرها لصناعة إعلام مختلف. إعلام يسابق الزمن ويخترق الحواجز وينقلك للحدث بضغطة زر وأنت في غرفة نومك. تكنولوجيا الإعلام الجديد لم تتوقف عند هذا الحد، بل فتحت باباً واسعاً لانتشار الإعلام، فضلاً عن كونها وسيلة سهلة لإيصال المعلومات ونشرها إلى جميع الأطراف والشرائح، ويعد الإعلام الجديد مساحة لإبراز المواهب، وحافزاً للإبداع.

ومن هذا المنطلق برزت أهمية هذه الدراسة والتي تهدف إلى استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته ببناء الهوية الوطنية لديهم، اعتماداً على نظرية الاستخدامات والتأثيرات.

■ مشكلة الدراسة:

لاحظت الباحثتان تزايد استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمعات العربية والمجتمع السعودي على وجه الخصوص، وأصبحت تحظى باهتمام قطاعات كبيرة من المجتمعات في ضوء تعدد تلك المواقع والتطبيقات، وتزايد استخداماتها في عدة مجالات.

ويرافق هذا التوسع في الاستخدامات النظر للتأثيرات التي يمكن أن تحدثها مواقع التواصل الاجتماعي على الجمهور وخاصة في جوانب الهوية الوطنية، وما إذا كان الاستخدام تلك الوسائل من شأنه التأثير بالإيجاب أو السلب على مفهوم الهوية الوطنية لدى الشباب.

وبالنظر إلى المجتمع السعودي، فقد أولت المملكة العربية السعودية من خلال رؤيتها في 2030 اهتماماً للهوية الوطنية، وكانت هي الأساس لتحقيق الهدف الأول للرؤية وهو "المجتمع الحيوي"، مؤكداً أن الرؤية تبدأ بالمجتمع وتنتهي إليه، وورد فيها أنها تنطلق من الإيمان بأهمية بناء مجتمع حيوي الذي يعيش فيه أفراد وفق المبادئ الإسلامية ومنهج الوسطية والاعتدال، معتززين بهويتهم الوطنية، وفخورين بآرثهم الثقافي العريق، في بيئة إيجابية وجاذبة، تتوافر فيها مقومات جودة الحياة للمواطنين والمقيمين. (رؤية المملكة 2030، ص13).

وتسعى المؤسسات الرسمية والخاصة بكل دولة إلى تدعيم جوانب الهوية الوطنية لدى مواطنيها، ولم يعد الأمر قاصراً على وسائل الإعلام التقليدية فقط، بل امتد الأمر أيضاً إلى السعي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

وفي ضوء ذلك تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على طبيعة العلاقة بين استخدامات الشباب العربي السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وبناء مفهوم الهوية الوطنية لديهم.

أهمية الدراسة:

(1) يمثل التعرف على انعكاس الاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب السعودي في بناء الهوية الوطنية أهمية كبيرة لترشيد استخدام هذه المواقع بين الشباب.

(2) الخروج بنتائج وتوصيات من شأنها أن توضح العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على بناء الهوية الوطنية مما يخدم ولاية الأمور وصناع القرار في التعامل مع واقع الشباب.

(3) الكشف عن اتجاهات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي والتي تؤثر في بنائها للهوية الوطنية.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في: التعرف على العلاقة بين استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي وبناء الهوية لديهم، وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية التعرف على:

- (1) معرفة دوافع استخدام الشباب العربي السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- (2) الكشف عن رأي المبحوثين في درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي بالإيجاب أو السلب على الهوية الوطنية.
- (3) رصد اتجاهات الشباب العربي السعودي نحو تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي نحو مفهوم الهوية الوطنية.

الدراسات السابقة: (استعراض لنتائج الدراسات السابقة ومنهجيتها والربط بينها مع مناقشة أوجه الشبه والاختلاف).

بالرجوع إلى الأدبيات العلمية المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية، تم البحث بالاستناد على بعض الدراسات السابقة (العربية) والاستفادة منها سواء من الأهداف الموضوعية بكل دراسة بالإضافة إلى الأدوات المستخدمة والمنهج، وكل ما يتعلق بحيثيات نتائج الدراسات السابقة من حيث أوجه الاختلاف والتشابه وأوجه التميز، وقد تم استعراض مجموعة من الدراسات السابقة بالتسلسل الزمني من الأحدث إلى الأقدم، على النحو التالي:

(1) دراسة علاء طلعت حبارير (٢٠٢٢) "علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بتكوين الهوية الوطنية للمراهقين من منظور نظريتي "التماس المعلومات" و"الاعتماد على وسائل الإعلام".

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بتكوين الهوية الوطنية للمراهقين ومعرفة أسباب استخدام المراهقين لها ومدى تأثيرهم بها وقياس وعي المراهق بمعايير الهوية الوطنية السليمة. ومن أجل تحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على منهج المسح الميداني حيث تم إجراء استبانة على (400) مفردة بمحافظة سوهاج على عينة حصرية من المراهقين الذي تتراوح اعمارهم ما بين (12: 18 سنة).

وكان من أهم نتائج الدراسة: إن شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على المراهقين في تكوين هويتهم لما تمدهم من المعلومات حول القضايا المجتمعية المختلفة. أثبتت الدراسة عدم ثقة المراهقين فيما يشاهدوه على مواقع التواصل الاجتماعي حيث أكدت العينة وجود الكثير من المعلومات المزيفة على مواقع التواصل الاجتماعي، وكذا الكثير من الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي. أثبتت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي كان لها تأثير إيجابي في تكوين هوية المراهق حيث أكدت العينة أن أكبر تأثير لوسائل التواصل الاجتماعي كان لتزايد من اهتمامي بما يدور داخل بلادي، وأيضاً تجعلني أفتخر بوطني من خلال ما أشاهد عبر تلك الشبكات.

(2) دراسة سبراتيكنيا (Supratikinya, 2021) "الهوية الوطنية لدى الشباب الاندونيسي".

تهدف الدراسة إلى تحديد مستوى الهوية الوطنية لدى الشباب الاندونيسي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي.

وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها (480) طالب من جامعة بوجيكارتا الخاصة باندونيسا، حيث كان أفراد العينة من خلفيات دينية وعرقية مختلفة، وذلك باستخدام أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

وكان من أهم نتائج الدراسة: تبين أن مستوى الهوية الوطنية كان مرتفعاً لدى أفراد العينة، وأكدت العينة بأن الأسرة الممتدة والآباء هم مصدر هويتهم.

(3) دراسة كسارة حسن على صديق (2021) "دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة الصالحة لدى المواطن السعودي".

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة الصالحة لدى المواطن تجاه مجتمعه، ولاسيما المواطن السعودي ودورها في تنمية وتعزيز قيم المواطنة بالإضافة إلى الكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك الوسائل، وكذلك التعرف على العلاقة بين الثقافة وقيم المواطنة والهوية، والإشارة إلى جهود المملكة العربية السعودية وتجربتها في تعزيز قيم المواطنة الصالحة. وتزويد المواطنين بأهم القيم التي يجب أن يتسم بها المواطن الصالح، كذلك إدراكهم بما لهم من حقوق وما عليهم من واجبات.

وكان من أهم نتائج الدراسة: أن من أسباب استخدام المواطن لوسائل التواصل الاجتماعي سهولة التعبير عن آرائهم واتجاهاتهم الفكرية، ونقل كل ما يعزز الحفاظ على المجتمع وتماسكه، كما لها دور مؤثر في رسم الاتجاهات القيمة للمواطنين وإدراكهم مبدأ تعدد

الثقافات واحترام حرية التعبير والرأي الآخر تعزيزاً لقيم المواطنة الصالحة التي يسعى المجتمع الوصول إليها.

وبناء على ذلك وضعت الدراسة مجموعة من التوصيات، أهمها: العمل على تعزيز قيم المواطنة الرقمية في برامج رؤية 2030 التي تعتبر أرض خصبة لتحقيقها. الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بقيم المواطنة وتنميتها لدى المواطنين من خلال تقديم برامج وأنشطة تغرس قيم المواطنة ومبادئها. وتنشئة مواطن يدرك دوره في التأثير على مسار حياته ومجتمعه.

(4) دراسة د. عبد السلام نمر العوامرة (٢٠٢٠) " أثر شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية والوطنية الأردنية".

سعت هذه الدراسة إلى توضيح تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية والثقافية لدى طلبة الدراسات العليا في الجامعة الأردنية، وقياس الفروق في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية والوطنية من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا في الجامعة الأردنية باختلاف (الجنس، المستوى الدراسي، السنة الدراسية، درجة المتابعة لمواقع التواصل الاجتماعي)، واعتمدت الدراسة منهج الدراسات الوصفية التحليلية، وتكون مجتمع الدراسة من جميع الطلبة المسجلين للفصل الأول 2020/2019، والبالغ عددهم (1772) طالباً وطالبة.

وكان من أهم نتائج الدراسة: وجود فروق دالة إحصائية في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية والثقافية تعزى لمتغير درجة المتابعة لمواقع التواصل الاجتماعي، فيما أظهرت الدراسة عدم وجود فروق دالة إحصائية في اتجاهات الطلبة نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية والوطنية تعزى لمتغير وتوصي الدراسة بقيام الجامعة بتفعيل عمل مواقع التواصل الاجتماعي التي تديرها الجامعة الأردنية من خلال نشرها للأخبار والأحداث السياسية ونشر المفاهيم السياسية التي تعزز وعي الطلبة بالهوية الثقافية والوطن.

(5) دراسة محمود عبد الحليم (٢٠٢٠) " طلبة الجامعات لآليات حروب الجيل الرابع بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية وعلاقته بمستويات الوعي بمخاطرها على الأمن القومي المصري: دراسة في إطار مدخلى إدارة الصراع والتهديدات المجتمعية".

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين تعرض طلبة الجامعات لآليات حروب الجيل الرابع على مواقع القنوات الفضائية الإخبارية ومستوي ادراكهم لمخاطرها على الأمن القومي المصري. وبلغت عينة الدراسة (300) (مبحوثاً، من طلبة الجامعات الحكومية والخاصة، مشتملة الذكور والإناث).

وكان من أهم نتائج الدراسة: وجود عالقة ارتباطية بين حجم تعرض طلبة الجامعات للتغطية الإخبارية وآليات حروب الجيل الرابع بمواقع القنوات الفضائية ومستوى وعيهم بمخاطرها علي الأمن القومي المصري أن متغير) نوع التعليم والانتماء والحزب سياسي والاهتمام السياسي والكفاءة السياسية يؤثر على وعي طلبة الجامعات بمخاطر حروب الجيل الرابع علي الأمن القومي. أبرز التوصيات وضع مقررات تتعلق بدراسة الأمن القومي ودراسة التربية الإعلامية والقضايا المرتبطة بحروب الأجيال لتوعية الجمهور بمخاطرها في المدارس والجامعات بما يتناسب مع المراحل العمرية والدراسية. ضرورة اهتمام القائمين على وسائل الإعلام الوطنية بالعمل على التركيز على اعتبارات المسؤولية والوحدة الوطنية ومواجهة العام الفاسد، والكشف عنه وعن مروجي الشائعات، والاهتمام بنشر الوعي بن أفراد المجتمع بآليات هذه الحروب والهدف منها.

(6) دراسة أ.م. د. عبدالله عبدالمحسن العساف (٢٠٢٠) " السياسة الخارجية كما تعرض لها الحسابات الرسمية السعودية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر) دراسة تحليلية "

سعت هذه الدراسة الى تشترك هذه الدراسة مع الدراسات الإعلامية في سد الفجوة المعرفية فيما يتعلق بالدور الذي تمارسه مواقع التواصل الاجتماعي في العصر الحاضر وحدود ما تستطيع القيام به في هذا الشأن منهج الدراسة المسح عينة الدراسة (963) تغريده.

وكان من أهم نتائج الدراسة:تحقق السعودية في بناء الهوية والثقافة الوطنية عبر برامج متعددة اسفرت حتى الآن عن بناء نحو 150 متحفا بينها (22) حكوميا فيما تتبع بقية المتاحف قطاعات ثقافية وتعليمية في شتى ربوع البلاد، ادانت تغريدات الخارجية السعودية بشكل قاطع كل صور الإرهاب وممارسته في كافة ارجاء العالم وعبرت عن ذلك بتمويل (38) مشروع لمكافحة الإرهاب حول العالم.

(7) دراسة أميرة حسن سالم (٢٠١٩) "استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو الإلكترونية وتأثيرها على المفاهيم المجتمعية لديهم".

سعت هذه الدراسة الى التعرف على استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو الإلكترونية وتأثيرها على المفاهيم المجتمعية لديهم، المنهج المستخدم يستخدم البحث المنهج المسحي، عينة البحث وتم إجراء البحث على عينة عشوائية من الشباب بلغ قوامها (400) مفردة من طلاب جامعة القاهرة، وجامعة مصر الدولية، ادوات الدراسة وتمثلت الأداة في استمارة الاستبانة.

وكان من أهم نتائج الدراسة:فقدان الشعور بالانتماء للوطن، الفساد السياسي، الفساد الاقتصادي، إعلاء قيمة الولاء الشخصي على الولاء الوطني، ، غياب الثقة في تصريحات

السلطة التوصيات نشر الوعي المجتمعي الذي يمكن ان تشكل المفاهيم المغلوطة التي تنشر عبر صحافة الفيديو ، مع ضرورة توعية الشباب وتنمية حرصهم في التأكد في صحة المفاهيم والمعلومات والأخبار والتحقق منها والمنتشرة عبر صحافة الفيديو الإلكتروني .

(8)دراسة رائد ليلي (٢٠١٨) "أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الهوية الثقافية للشباب الجزائري-دراسة ميدانية".

سعت هذه الدراسة الى التعرف على اثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الهوية الثقافية للشباب الجزائري، دراسة ميدانية "، بدراسة واقع الهوية الثقافية للشباب الجزائري، والكشف عن مختلف الآثار التي يخلفها استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على عناصر ومقومات هذه الهوية. وقد تم الاعتماد على المنهج المسحي من خلال مسح عينة قوامها 400 مفردة.

وكان من أهم نتائج الدراسة: على مستوى العادات والتقاليد فهي تعد مصدر هاماً بالنسبة لهم في طريقة لباسهم وتصنيف شعرهم متخذين من الممثلين والإعلاميين والمشاهير قدوة لهم في ذلك. أما على مستوى التاريخ الوطني: يعتبر المبحوثين تكنولوجيا الإعلام والاتصال وسيلة للتعريف بالتاريخ الوطني عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمننديات وحتى برامج الفضائيات التي تهتم بالتاريخ الجزائري. وأخيراً، وفيما تعلق بإبراز كيفية محافظة الشباب على هويتهم الثقافية في ظل ما تحمله تكنولوجيات الإعلام والاتصال فأكد المبحوثين على ضرورة التمسك بالدين الإسلامي وتعاليمه وعلى قيم المجتمع المحافظة.

(9)دراسة أيمن شافي الشرفات (٢٠١٠) " أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاحتجاجات العربية ٢٠١٤ -2015".

سعت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الدور الذي قامت به مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتجاجات العربية الأخيرة 2010 – 2014م، والتي استطاعت الجماهير العربية بواسطة هذه المواقع مناقشة الأحداث السياسية في بلدانهم، ومن ثم التعبئة والاحتجاج على ما يدور من حولهم. استخدم الباحث منهج الاتصال لكارل ديتش (Karl Deutsch 1912-1992).

وكان من أهم نتائج الدراسة: استخدم المجتمع العربي مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للتعريف السياسي والاجتماعي وتبادل الأفكار والمعلومات المتعلقة بما يدور من حولهم والحديث عن مشكلات البلدان العربية من بطالة، وفساد، وفقر، ودكتاتورية. كما قدمت مواقع التواصل الاجتماعي للشارع العربي الانفتاح على مصطلحات جديدة مثل حق التعبير وحق المشاركة السياسية والتغيير والمسؤولية المجتمعية وغيرها من المصطلحات، أدى وجود الأفراد بشكل مكثف على مواقع التواصل الاجتماعي وما تتميز به هذه المواقع إلى

وجود مكان مناسب وملامح للمجتمعات العربية للتخطيط والتنسيق للقيام بعمليات الاحتجاج والثورات الجماهيرية ضد الحكومات العربية.

(10)دراسة سميرة العبدلى & هديل عمران (٢٠١٦) "دور الأسرة فى تعزيز الانتماء الوطنى وانعكاسها على قيم المواطنة لدى الشباب".

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على الجوانب الحياتية ذات العلاقة بتعزيز الانتماء الوطني لدى الأبناء، اشتملت عينة الدراسة على عينة غير عشوائية (قصدية) قوامها (330) طالب وطالبة في المرحلة الجامعية من مستويات اجتماعية واقتصادية وثقافية مختلفة ويشترط فيها وجود الأب والأم على قيد الحياة.

وكان من أهم نتائج الدراسة: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في تعزيز الانتماء الوطني (الدور التربوي، الدور التوعوي، الدور الوقائي) وفقا لمتغيرات الدراسة. كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في قيم المواطنة لدى الشباب (العدالة، المشاركة، التقيد بالأنظمة والتعليمات) وفقا لمتغيرات الدراسة. وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في أبعاد قيم المواطنة لدى الشباب وفقا لمتغيرات الدراسة، كما أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين محاور استبانة دور الأسرة في تعزيز الانتماء الوطني ومحاور استبانة قيم المواطنة لدى الشباب.

(11)دراسة بن طيفور مصطفى (٢٠١٧) "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية (دراسة ميدانية) على طلبة مستخدمي فيسبوك بجامعة مستغانم".

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطالب الجامعي

استخدمت الدراسة المنهج المسح الوصفي، وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها (100) مفردة، وذلك باستخدام أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

وكان من أهم نتائج الدراسة: تبين وجود عدد من الآثار السلبية والإيجابية معا على الهوية الثقافية، حيث أن أغلب المبحوثين يدخلون بهوية مستعارة ويرجع السبب الى الرغبة منهم في عدم ان يتعرف عليهم احد واشباع الفضول والحصول على المعلومات، وأوصت الدراسة بضرورة إجراء المزيد من الدراسات عن مواقع التواصل الاجتماعي وابعادها الاجتماعية والنفسية والثقافية على الشباب، وضرورة توعية الطلبة على حسن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في رفع مستواهم العلمي والثقافي والتربوي.

التعليق على الدراسات السابقة:

■ من حيث الأطر المعرفية: على الرغم من تنوع الأهداف التي سعت الدراسات السابقة لتحقيقها، إلا أنه كان هناك عدة أهداف اتفقت عليها بعض الدراسات:

اتفقت معظم الدراسات السابقة على التركيز على وسائل التواصل الاجتماعي حيث ذكرت مدى تأثيرها على المراهقين، وتسليط الضوء على أهمية توعية الآباء والأمهات بكيفية التعامل مع المراهقين وإتباع الأسلوب الصحيح لاستخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي ورفع مستوى الوعي لدى المواطنين، تمثل ذلك أيضاً في دراسة (علاء طلعت حبارير ، ٢٠٢٢) التي سعت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي وتكوين الهوية الوطنية للمراهقين | ومعرفة أسباب المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي، وذكرت أيضاً دراسة (كسارة حسن على صديق ، ٢٠٢١) التي هدفت إلى التعرف على مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى المواطن نحو مجتمعه ودورها في تعزيز قيم المواطنة وأثار وسائل التواصل الاجتماعي | و ذكرت أهمية التعرف على العلاقة بين الثقافة وقيم المواطنة والهوية، وتجربتها في تعزيز قيم المواطنة الصالحة.

وسعت دراسة (د. عبد السلام نمر العوامرة ، ٢٠٢٠) الي توضيح أثر شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية والوطنية الأردنية ، وتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية والثقافية | وقياس الفروق في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية والوطنية لدى طلبة الدراسات العليا في الجامعة الأردنية ، وركزت (دراسة محمود عبد الحليم ٢٠٢٠) الى الكشف عن العلاقة بين تعرض طلبة الجامعات لآليات حروب الجيل الرابع على مواقع القنوات الفضائية الإخبارية ومستوي ادراكهم لمخاطرها على الأمن القومي المصري، وكذلك أيضاً (دراسة أم. د. عبدالله عبدالمحسن العساف ٢٠٢٠) حيث هدفت هذه الدراسة الى تشترك هذه الدراسة مع الدراسات الإعلامية في سد الفجوة المعرفية فيما يتعلق بالدور الذي تمارسه مواقع التواصل الاجتماعي.

وتناولت (دراسة أميرة حسن سالم ٢٠١٩) كشفت عن مدى استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو الإلكترونية وتأثيرها على المفاهيم ، واختصت (دراسة رائد ليلي ٢٠١٨) بتوضيح أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الهوية الثقافية للشباب الجزائري المجتمعية لديهم | تم من خلال هذه الدراسة التعرف على استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو الإلكترونية ومدى تأثيرها على المفاهيم المجتمعية لديهم.

وأوضحت دراسة (أيمن شافي الشرفات ٢٠١٠) أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاحتجاجات العربية الي تسليط الضوء على الدور الذي قامت به مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتجاجات العربية الاخيرة.

وذكرت (دراسة سميرة العبدلي & هديل عمران ، ٢٠١٦) أهمية دور الأسرة في تعزيز الانتماء الوطني وانعكاسها على قيم المواطنة لدى الشباب| حيث تعرفت هذه الدراسة على الجوانب الحياتية ذات العلاقة بتعزيز الانتماء الوطني لدى الأبناء، وتناولت (دراسة بن طيفور مصطفى ٢٠١٧) أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية على طلبة مستخدمي فيسبوك بجامعة مستغانم".

■ من حيث الأدوات المستخدمة في جمع البيانات:

كدراسة علاء طلعت حبارير (٢٠٢٢) ،حيث اعتمدت الدراسة على منهج المسح الميداني، وكذلك دراسة كسارة حسن علي صديق (٢٠٢١) واستخدمت منهج الدراسات الوصفية التحليلية ، أما في دراسة أم. د. عبدالله عبدالمحسن العساف (٢٠٢٠) استخدمت منهج الدراسة المسح عينة الدراسة ، وأيضاً في دراسة أميرة حسن سالم (٢٠١٩) ، استخدمت البحث المنهج المسحي، وكذلك في دراسة رائد ليلي (٢٠١٨) قد تم الاعتماد على المنهج المسحي .

استخدمت دراسة أيمن شافي الشرفات (٢٠١٠)، منهج الاتصال لكارل ديتش (Karl Deutsch 1912–1992)، وفي دراسة سميرة العبدلي & هديل عمران (٢٠١٦) ، استخدمت الدراسة المنهج المسح الوصفي ، واعتمدت دراسة بن طيفور مصطفى (٢٠١٧) على المنهج المسح الوصفي.

■ من حيث النتائج:

تمثل ذلك في دراسة (علاء طلعت حبارير ، ٢٠٢٢) حيث وضحت أثر شبكات التواصل الاجتماعي ومدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المجتمع ، وذكرت أيضاً التأثير إيجابي في بتكوين هوية المراهقين ، وذلك لأنها تمدهم من المعلومات حول القضايا المجتمعية المختلفة ، وشملت دراسة(كسارة حسن علي صديق ، ٢٠٢١) على أهم أسباب استخدام المواطن لوسائل التواصل الاجتماعي في التعبير عن آرائهم واتجاهاتهم الفكرية، وكيفية نقل كل ما يعزز الحفاظ على المجتمع وتماسكه.

وكما ذكرت دراسة د. عبد السلام نمر العوامرة (٢٠٢٠) ، نتائجها التي تحدثت عن وجود فروق دالة إحصائية على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية والثقافية تعزى لمتغير درجة المتابعة لمواقع التواصل الاجتماعي، كما كانت نتائج دراسة محمود عبد الحليم (٢٠٢٠)، توضح العلاقة وجود الارتباطية بين حجم تعرض طلبة الجامعات للتغطية الإخبارية وآليات حروب الجيل الرابع بمواقع القنوات الفضائية ومستوى وعيهم بمخاطرها علي الأمن القومي المصري ، وكانت نتائج دراسة أم. د. عبدالله عبدالمحسن العساف (٢٠٢٠)، تتمحور، حول كيف تحققت السعودية في بناء الهوية والثقافة الوطنية من خلال برامج متعددة اسفرتها ، وكانت نتائج دراسة أميرة حسن سالم (٢٠١٩)،

تختص بأهمية فقدان الشعور بالانتماء للوطن، الفساد السياسي، الفساد الاقتصادي، إعلاء قيمة الولاء الشخصي على الولاء الوطني ومدى غياب الثقة في تصريحات السلطة التوصيات نشر الوعي المجتمعي ، وأقرت دراسة رائد ليلي (٢٠١٨)، على توضيح مستوى العادات والتقاليد فهي تعد مصدر مهم لهم في طريقة لباسهم وتصنيف شعرهم متخذين من الممثلين والإعلاميين والمشاهير قدوة لهم .

وكانت نتائج دراسة أيمن شافي الشرفات (٢٠١٠)، تركز على أهمية استخدام المجتمع العربي مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للتثقيف السياسي والاجتماعي وتبادل الأفكار والمعلومات المتعلقة بما يدور من حولهم والحديث عن مشكلات البلدان العربية من بطالة، وفساد، وفقر، ودكتاتورية، وأوضحت دراسة سميرة العبدلي & هديل عمران (٢٠١٦)، على أهمية تعزيز الانتماء الوطني (الدور التربوي، الدور التوعوي، الدور الوقائي) وتحدثت نتائج دراسة بن طيفور مصطفى (٢٠١٧)، عن الآثار السلبية والإيجابية معاً على الهوية الثقافية.

وتميزت دراسة كسارة حسن علي صديق (٢٠٢١) بمجموعة من التوصيات، أهمها: كيفية تعزيز قيم المواطنة الرقمية في برامج رؤية 2030 .

وكما تميزت دراسة محمود عبد الحليم (٢٠٢٠) ، بوضع أبرز التوصيات التي تتعلق بدراسة الأمن القومي ودراسة التربية الإعلامية والقضايا المرتبطة، وذكرت أيضاً مدى الاهتمام بوسائل الإعلام الوطنية ، كما ركزت اعتبارات المسؤولية والوحدة الوطنية ومواجهة العام الفاسد، والكشف عنه وعن مروجي الشائعات، والاهتمام بنشر الوعي .

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

1- ساعدت الدراسات السابقة الباحثين على بلورة مشكلة الدراسة ووضع أهدافها وصياغة فروضها.

2- وجهت الدراسات السابقة الباحثين إلى المنهج الأمثل وفق ما اتفقت عليه البحوث، وهو المنهج المسحي، علاوة على اختيار أسلوب العينة العشوائية البسيطة باعتباره منهج مناسب لإجراء الدراسة.

3- تبين من خلال الدراسات السابقة عدم وجود اتجاه محدد نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية، فتنوعت نتائج الدراسات ما بين دراسات أوضحت التأثير الإيجابي أو السلبي، وهو المدخل الذي تم انتهاجه في الدراسة الحالية.

4- استفادت الدراسة الحالية من التوصية التي طرحتها دراسة (بن طيفور مصطفى، 2017) نحو إجراء مزيد من الدراسات حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب،

خاصة وأن ذلك يأتي في ضوء تزايد عدد التطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي من ناحية، وزيادة عدد مستخدمي تلك المواقع على مستوى العالم وفي المجتمع السعودي على وجه الخصوص من ناحية أخرى.

5- كانت نتائج البحوث السابقة هي مؤشر وموضع مقارنة لما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج.

■ مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية:

(1) مواقع التواصل الاجتماعي:

(أ) التعريف الاصطلاحي:

هناك تعريفات عديدة لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي، فقد عرفها البعض بأنها برامج تستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الإنترنت تمكن الأفراد من التواصل مع بعضهم البعض لأسباب متنوعة. (فايز منشور الظفيري وآخرون، 2017)

وتعرف أيضاً بأنها: مجموعة من التطبيقات المستندة إلى الإنترنت التي تبني على أسس أيديولوجية وتكنولوجية من الويب 2.0، والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى المقدم من المستخدم. (Goldfarb, A., Pregibon, N., Shrem, J., & Zyko, E, 2011)

وتعرف أيضاً بأنها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة، وهي موجهة من طرف سياسات تحتوي على عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج. (Chen, B., & Bryer, T, 2012).

(ب) التعريف الإجرائي:

المقصود بمواقع التواصل الاجتماعي هي المواقع والتطبيقات على الهواتف الذكية واللوحات الإلكترونية التي تسمح للآخرين بالتواصل مع بعضهم البعض، وتشمل: سناب شات، تويتر، انستجرام، فيس بوك، يوتيوب، لنكد ان.

وهي تعني في الدراسة الصفحات والحسابات التي تهتم بعرض موضوعات الهوية الوطنية سواء من قبل الجهات الرسمية أو غير الرسمية.

(2) الهوية الوطنية:

(أ) التعريف الاصطلاحي:

هي مجموعة من القيم تتمثل في الدين واللغة والجغرافيا والثقافة والممارسات التي يشترك بها أفراد الوطن الواحد وينتمون بها إليه. (منيرة بنت محمد عيسى، نجلاء بنت عيسى البيز، 2024، 528).

(ب) التعريف الإجرائي:

المقصود بالهوية الوطنية في الدراسة هي عناصر ومقومات الهوية الوطنية السعودية، والتي تتضمن عددًا من المحاور والموضوعات، منها: المناسبات الوطنية والقصاص التراثية، علاوة على جوانب إنجازات المملكة، والتعريف والاطلاع على أبرز قضايا الوطن في مختلف المجالات.

■ متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي.

المتغير الوسيط: المتغيرات الديموغرافية (النوع: ذكور – إناث) – السن – المستوى التعليمي.

المتغير التابع: الهوية الوطنية.

تساؤلات الدراسة:

- 1) ما مدى متابعة المبحوثين عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2) ما عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين عينة الدراسة في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 3) ما أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض لها المبحوثين عينة الدراسة؟
- 4) ما دوافع استخدام المبحوثين عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 5) ما عناصر الجذب التي يفضلها المبحوثين عينة الدراسة في متابعة موضوعات الهوية الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- (6) ما وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة في مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز بناء الهوية الوطنية لدى الشباب العربي؟
- (7) ما مستوى تفاعل المبحوثين عينة الدراسة مع ما تنشره المنشآت الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- (8) ما وجهة نظر المبحوثين في درجة نجاح الحسابات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز الهوية الوطنية؟
- (9) ما اتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو تأثير استخدامات المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي على مفهوم الهوية الوطنية لديهم؟
- (10) ما موضوعات الهوية الوطنية التي تجذب المبحوثين عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- (11) ما وجهة نظر المبحوثين في درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات السلبية المدمرة للهوية الوطنية؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين استخدام الشباب العربي عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وبناء مفهوم الهوية الوطنية لديهم.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين دوفع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو دورها في بناء الهوية الوطنية.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين كثافة تعرض المبحوثين عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة بناء الهوية الوطنية لديهم.

الفرض الرابع: توجد فروق بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث في اتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء الهوية الوطنية:

الإطار النظري للدراسة:

نظرية الاستخدامات والتأثيرات

تعد نظرية الاستخدامات والتأثيرات أحد أهم المداخل الاتصالية السيكولوجية التي تفسر وتشرح الظواهر المتعلقة بوسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة (ماريان مراد، 2013)، وظهرت هذه النظرية في إطار محاولات تطوير مدخل الاستخدامات والاشباع باعتبارها الأصلح لدراسة استخدام الجمهور للإنترنت وللمحادثة الإلكترونية (الدردشة) (Lin, C.A., L.Jeffres, 1998)، ومن ثم تعتبر هذه النظرية من النظريات المناسبة لدراسة مستخدمي تطبيقات التكنولوجيا الحديثة وخاصة التطبيقات الاتصالية التي تقوم على توظيف إمكانات شبكة الإنترنت ((Newhagen, J.E., and S. Rafaelie, 1996)، إذ تقدم هذه التطبيقات لمستخدميها من المتصلين بتلك الشبكة القدرة على التفاعل مع المواد المتاحة بها، وهذا التفاعل يتطلب أن يكون مستخدمو هذه التطبيقات نشطين ولديهم دوافع وحاجات محددة يحاولون تلبيتها واشباعها (Barbra K. Km and T.J. Johnson, 2004).

وتستمد نظرية الاستخدامات والتأثيرات فرضيتها الرئيسية من الأصول الفكرية والنظرية لمدخل الاستخدامات والاشباع، والتي تقوم على أن الجمهور نشط وإيجابي يستخدم وسائل اتصال معينة لاشباع حاجات معينة لديه، ويمكن أن يؤدي استخدام هذه الوسائل إلى اشباعات مختلفة (Palmgreen P.L & others, 1985)، وفي هذا الإطار تهتم نظرية الاستخدامات والتأثيرات بالنتائج المترتبة على استخدام وسائل الاتصال، وتطلق عليها مسمى التأثيرات، فهي تربط بين معدل هذا الاستخدام وتلك التأثيرات الناتجة عنه، ومن ثم تتجاوز حدود الاشباع الذي يتحقق من استخدام تلك الوسائل لتتطرق إلى ما هو أكثر عمقاً، إذ تشير النظرية إلى أن تكرار حدوث الاشباع يؤدي إلى ظهور التأثير، والذي يمكن تصنيفه وفقاً لطبيعة الاشباع المتحقق، ويحدث هذا التأثير على ثلاث مستويات: معرفية، وجدانية، وسلوكية (سمير محمد أحمد، 2004).

ويرتبط نشاط الجمهور كما تفترض نظرية الاستخدامات والتأثيرات بطبيعة وعادات وتفضيلات استخدامه للوسيلة الاتصالية التكنولوجية، وفي هذا الإطار تمثل انتقائية استخدام الوسيلة أحد أهم العوامل الداعمة لتأثيراتها الاتصالية (سارة محمود، 2003)، كما تمثل خصائص الجمهور المستخدم لهذه الوسيلة متغيرات سابقة للاستخدام ذاته تحدد كثافته وطبيعته (Al-Shami, Adulrahman. M, 2013)، ويمثل أيضاً إدراك هذا الجمهور لاحتياجاته أحد أهم عوامل تشكيل دوافعه لاستخدام تلك الوسيلة (McQuail, D. and S.Windahl, 1995)، وهذه الدوافع تساهم بدورها في تشكيل تلك التأثيرات الناتجة عن هذا الاستخدام.

(أ) أنماط نشاط الجمهور في مدخل الاستخدامات والتأثيرات:

تنقسم أنماط نشاط الجمهور إلى:

النمط الأول: الأنشطة المدعمة للتأثيرات الاتصالية: ويتضمن الانتقائية Selectivity باعتبارها خطوة أساسية في العملية الاتصالية، حيث يقوم المستخدمون باختيار الوسائل

الاتصالية والرسائل والمضامين التي تتفق مع اهتماماتهم (سارة محمود، 2013)، وكذلك الانتباه Attention، حيث يعد مؤشر مهم على اكتساب الأفراد للمعلومات والمعارف من الرسائل الإعلامية المقدمة بشكل أكبر من مجرد التعرض للوسيلة (صفا فوزي، 2006). إلى جانب الاستغراق Involvement بوصفه عملية تتوسط نشاط البحث عن المعلومات ومشاركتها، ويحدث الاستغراق على عدة مستويات، تتضمن المستوى الإدراكي والتأثيري والسلوكي، ويتطلب قيام الفرد ببذل جهد عقلي يمكنه من تفسير المضمون الاتصالي وفهمه والاستجابة له (Baran J, Stanley & Davis, K, Dennis, 2003).

النمط الثاني: الأنشطة المعوقة للتأثيرات الاتصالية (مي أبو السعود، 2014): وتشمل التجنب Avoidance، حيث يكون من الصعب على الأفراد الذين يتجنبون التعرض لمضامين اتصالية بعينها أن يكونوا معرضين لأي تأثير مباشر لهذه المضامين. وكذلك تحويل الانتباه Distraction، حيث يقوم الفرد في بعض الأحيان ببعض الأعمال التي من الممكن أن تؤدي إلى صرف انتباهه عن متابعة المضمون الاتصالي، وهنا تصبح الرسائل الاتصالية غير قادرة على أحداث أي تأثيرات اتصالية. بالإضافة إلى الشك Media Skepticism الذي يعبر عن حالة عدم المصداقية التي ينتج عنها ممارسة الفرد لمزيد من عمليات التفكير والبحث عن المعلومات، بما يقلل من فرص التأثيرات الاتصالية.

(ب) الدوافع وعلاقتها بالتأثيرات في إطار مدخل الاستخدامات والتأثيرات:

أثبتت الدراسات التي بحثت في العلاقة بين الدوافع والتأثيرات الاتصالية وجود متغير بسيط مهم يتوسط العلاقة بين التعرض والتأثير، ويتحدد هذا المتغير في دوافع المشاهدة الذي يحدد استعدادات الأفراد للاستجابة للمضمون الاتصالي (Kim, Jungee & Rubin, 1997). وتنقسم الدوافع إلى فئتين، يتحددان في:

- لدوافع النفعية Instrumental Motives التي تهتم بالتعرف على الذات، واكتساب المعرفة، والمعلومات والخبرات.
- الدوافع الطقوسية Ritualized Motives التي تتعلق بقضاء الوقت، والاسترخاء، والصدقة والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات (حسن عماد مكاي، 2003).

(ج) التأثيرات الاتصالية في إطار مدخل الاستخدامات والتأثيرات Media Effects:

يمكن تصنيف التأثيرات الاتصالية إلى عدة تصنيفات كما يلي:

من حيث وقت أو زمن التأثير، فهي تنقسم إلى تأثيرات قصيرة المدى تحدث نتيجة التعرض بشكل مباشر لوسائل الإعلام بصفة فورية، ويتحدد تأثيرها في الفهم والاتجاهات والسلوك،

وكذلك التأثيرات طويلة المدى التي تنتج عن تكرار التعرض لمضمون معين، مما يتسبب في تغييرات طويلة المدى في الاتجاهات والسلوك. (حسن مكاوي وليلي السيد، 2003).

من حيث نوع التأثير Kind Of Effects (محمد عبد الحميد، 2004)، تنقسم إلى التأثيرات المعرفية Cognitive Effects التي تتعلق بإحساس الأفراد بالغموض أو الالتباس، وتشكيل الاتجاهات، وترتيب الأولويات، وتوسيع المعتقدات، وتوضيح القيم. إلى جانب التأثيرات الاتجاهية وذلك من خلال فدرة وسائل الإعلام على تقديم معلومات وأفكار يتفق محتواها مع البناء المعرفي للفرد مما يجعله يهتم بها، وتزداد احتمالية تأثيرها على سلوكه (بسنت محمد عطيه، 2011). وكذلك التأثيرات الوجدانية التي تتضمن حدوث تغير في الاتجاهات والمشاعر، وتشمل كل من الفتور العاطفي والخوف والقلق والدعم المعنوي للاغتراب (ملفين ديفلير وساندرا بول روكنتش، 2004). إلى جانب التأثيرات السلوكية Behavioral Effects التي تحدث بعد التغييرات المعرفية والوجدانية، وتشمل التنشيط والخمول (محمد عبد الحميد، 2004).

مدى استفادة الدراسة الحالية من مدخل الاستخدامات والتأثيرات:

بناء على ما سبق ترى الباحثتان أن هذه النظرية هي الأنسب وأكثر النظريات ملائمة لمحاور الدراسة، وتم اختيار هذه النظرية بناء على عدة أسباب من أهمها أنها مناسبة لدراسة تأثير التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي على التطلعات المهنية للشباب الجامعي، ويظهر جلياً مع مدى استخدامها.

وتم توظيف النظرية من خلال صياغة بعض الأسئلة في استمارة الاستبيان، من خلال رصد دوافع استخدام عينة من الشباب السعودي عينة الدراسة، بالإضافة إلى إعداد سؤال خاص باتجاهات الشباب نحو الهوية الوطنية لديهم من أجل رصد (التأثيرات) الناتجة عن عملية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عليهم.

■ نوع ومنهج الدراسة :

تعدّ هذه الدراسة الحالية دراسة وصفية تهدف إلى وصف خصائص مجتمع الدراسة من خلال جمع البيانات والمعلومات عنها وتحليلها وتفسيرها في ضوء النتائج النهائية، بالاعتماد على (منهج المسح الإعلامي)؛ لرصد اتجاهات الجمهور نحو بناء الهوية الوطنية في ضوء استخدامات الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي.

■ مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة من الشباب العربي السعودي من المستخدمين لتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي.

■ عينة الدراسة:

تنتمي عينة الدراسة الى العينات العشوائية، اعتمدت الباحثان على أسلوب العينة العشوائية البسيطة في اختيارها، حيث تم سحب (431) مفردة بأسلوب العينة العشوائية البسيطة من المجتمع السعودي، وتم استبعاد (31) مفردة منهم تبين عدم استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، ومن ثم تم الاستقرار على باختيار عدد (٤٠٠) مفردة، ويمكن تصنيفهم تبعاً للخصائص الآتية:

خصائص عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية:

جدول رقم (1): توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
المرحلة العمرية	أقل من عشرين عاماً	27	6.75
	من 20 إلى 30 عاماً	134	33.5
	من 30 إلى 40 عاماً	99	24.75
	من 40 إلى 50 عاماً	79	19.75
	فوق الخمسين	61	15.25
المجموع		400	100%
النوع	ذكور	111	27.75
	إناث	289	72.25
المجموع		400	100%
المستوى التعليمي	حاصل على شهادة ما قبل الثانوية	51	12.75
	حاصل على الثانوية أو الدبلوم	127	31.75
	بكالوريوس	182	45.5
	دراسات عليا	40	10
المجموع		400	100%

مبررات اختيار العينة:

- تم اختيار أسلوب العينة العشوائية البسيطة لضمان عدم التحيز في إجراءات سحب العينة سواء تبعاً لمتغير السن، أو كثافة الاعتماد واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- ضمان عدم وجود عوامل ذاتية تؤثر على ميل النتائج نحو اتجاه معين.
- ارتفاع عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي بشكل عام، وبالتالي فمن السهل للوصول للعينة المطلوبة دون اللجوء إلى أساليب أخرى في سحب العينات كالعينة العمدية.

➤ أداة جمع البيانات:

تتمثل أداة جمع البيانات في استمارة الاستبانة كأداة رئيسية لجمع المعلومات والبيانات على موضوع الدراسة، بالإضافة إلى استخدام مقياس لرصد اتجاهات الشباب العربي السعودي نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء الهوية الوطنية.

وتم تصنيف محاور الاستبانة من خلال ثلاثة محاور أساسية، وهي:

المحور الأول: تعرض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

المحور الثاني: دوافع المبحوثين لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي

المحور الثالث: تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في بناء الهوية الوطنية من وجهة نظر المبحوثين.

▪ المعالجة الإحصائية للبيانات:

استعانت الباحثتان برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم (SPSS) اختصاراً (Statistical Package for the Social Sciences). وذلك لاستخدامه في عمل الإحصاءات المطلوبة، أي التكرارات والنسب المئوية، والمتوسطات وقياس الفروض.

الصدق والثبات لأداة الدراسة:

أولاً: الصدق:

يقصد بالصدق أن تقيس استمارة الاستبيان ما وضعت لقياسه، وقد أُجرى اختبار الصدق للتأكد من صدق الاستبيان من حيث صدق المحتوى Content validity ، وتم التحقق من الصدق الظاهري للاستمارة من خلال عرضها على مجموعة من السادة المحكمين في مجال الإعلام المرتبط بموضوع الدراسة، وتم تعديل الاستمارة وفقاً لما أبدوه من ملاحظات.

▪ تم اختبار صدق الاستبانة وثباتها من قبل خمسة محكمين من أساتذة الجامعة المختصين في الاعلام والاتصال من مختلف الجامعات العربية، وذلك على النحو التالي:

- د. فلاح الدهمشي . أستاذ الإعلام المشارك - قسم الإعلام. جامعة الملك فيصل.

- د./سالي شحاته، أستاذ الإعلام المشارك، قسم الإعلام. جامعة الملك فيصل.

- د/ نادر محمد علي عبد المطلب -مدرس الإعلام وثقافة الأطفال - جامعة عين شمس.

- د. مسفر موسى. كلية الإعلام والاتصال. جامعة الامام محمد بن سعود.

- د. رويدا أحمد طلب. أستاذ الإعلام المساعد، قسم الإعلام. جامعة الملك فيصل.

وتم من خلالها تأكيد انتماء كل فقرة لسمة شخصية معينة، كما تم التأكد من ثبات المقياس والتجريب الأولي وإدخال التعديلات اللازمة عليها ومن ثم توزيعها بشكل نهائي على مجتمع الأصلي.

ثانياً: الثبات:

تم إجراء اختبار الثبات لاستمارة الاستبيان عن طريق إعادة تطبيق الاستمارة Retest بعد فترة زمنية من إجابات المبحوثين عليها، وذلك من خلال عينة التقنين وقوامها (40) مفردة، وذلك بعد مرور أسبوع من التطبيق الأول للاستمارة. وقد اعتمدت الباحثة في حساب ثبات نتائج الاستبيان على حساب نسبة الاتفاق بين إجابات المبحوثين في التطبيق الأول والثاني، وكانت قيمة معامل الثبات (0,90%)، وهو معامل ثبات مرتفع يدل على عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين، كما يدل على صلاحية الاستبيان للتطبيق.

المعاملات الاحصائية المستخدمة:

لاستخراج نتائج الدراسة قامت الباحثة باستخدام البرنامج الإحصائي (Spss)، حيث استخدم بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة، مثل:

1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية .

3- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين علي أحد متغيرات الدراسة.

4- اختبار كا2 لجدول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الأسمي.

5- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2.

6- اختبار "TestZ". " لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مؤبطين.

7- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.

9- معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.

■ نتائج الدراسة:

تهدف الدراسة إلى رصد اتجاهات الرأي نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على بناء الهوية الوطنية لدى الشباب العربي، وفي إطار منهج المسح تم ملء استمارة الاستبيان بالمقابلة لعينة الدراسة وقوامها (400) مفردة من الشباب السعودي، وتم مراعاة المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة، وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وقد أسفر تحليل استجابات المبحوثين التي تضمنتها بيانات صحيفة الاستبيان بعد عملية الجدولة والتصنيف عن بيانات كمية دعمت الثقة في النتائج وموضوعيتها، كما ساعدت على تحقق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها.

1 - مدى متابعة المبحوثين عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (2): مدى متابعة المبحوثين عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي

النوع	الذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائمًا	71	64	223	77.2	294	73.5
أحيانًا	40	36	66	22.8	106	26.5
الإجمالي	111	100	289	100	400	100

تشير النتائج التفصيلية لبيانات الجدول إلى الآتي:

جاء معدل استخدام المبحوثين عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي بمعدل (دائمًا) في الترتيب الأول، وذلك بنسبة مئوية بلغت (73.5%).

وفي الترتيب الثاني جاء المبحوثين ممن يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل (أحيانًا) بنسبة بلغت (26.5%).

2- عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين عينة الدراسة في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (3): عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين عينة الدراسة في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي

النوع	الذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
ثلاث ساعات فأكثر	62	55.9	145	50.2	207	51.75
من ساعة إلى ثلاث ساعات	41	36.9	117	40.5	158	39.5
أقل من ساعة	8	7.2	27	9.3	35	8.75
الإجمالي	111	100	289	100	400	100

تشير النتائج التفصيلية لبيانات الجدول إلى الآتي:

جاء من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة (ثلاث ساعات فأكثر) في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (51.65%).

وجاءت نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من عينة الدراسة لمدة (من ساعة إلى ثلاث ساعات) في المرتبة الثانية بنسبة (39.5%)، ثم نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة (أقل من ساعة) بنسبة (8.75%) في الترتيب الثالث والأخير.

3- أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض لها المبحوثين عينة الدراسة:

جدول رقم (4): أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض لها المبحوثين عينة الدراسة

النوع	الذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
سناب شات	36	32.4	214	74	250	62.5
تويتر (X)	18	16.2	64	22.1	82	20.5
انستجرام	31	27.9	35	12.1	66	16.5
فيس بوك	14	12.6	12	4.1	26	6.5
يوتيوب	11	9.9	10	3.4	21	5.25
لنكد ان	1	0.9	1	0.3	2	0.5
جملة من سئلوا	111		289		400	100

تشير النتائج التفصيلية لبيانات الجدول إلى الآتي:

جاء موقع (سناب شات) في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض لها المبحوثين عينة الدراسة، وذلك بنسبة مئوية بلغت (62.5%).

وفي الترتيب الثاني جاء موقع (تويتر/ X) بنسبة (20.5%)، تلاه موقع (انستجرام) في الترتيب الثالث بنسبة (16.5%).

وجاء موقع (فيس بوك) في الترتيب الرابع بنسبة (6.5%)، تلاه موقع (يوتيوب) في الترتيب الخامس بنسبة (5.25%)، ثم موقع (لنكد إن) في الترتيب السادس والأخير بنسبة (0.5%).

4- دوافع استخدام المبحوثين عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (5): أسباب متابعة المبحوثين عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
الأسباب	ك	%	ك	%	ك	%	ك
تساعدني على إدراك وفهم الهوية الوطنية	8	7.2	50	17.3	58	14.5	
أوسع انتشارا من وسائل الإعلام الأخرى	26	23.4	165	57.1	191	47.75	
أكثر جاذبية في عرض مختلف الأحداث الوطنية الهامة الداخلية والخارجية	17	15.3	127	43.9	144	36	
تساعدني على ترتيب أولوياتي نحو الموضوعات والأحداث الوطنية	9	8.1	35	12.1	44	11	
تعودت على استخدامها	30	27	195	67.4	225	56.25	
تقديم الأخبار المدعمة بالصور والفيديوهات	21	18.9	147	50.9	168	42	
جملة من سنلوا	111		289		400		

تشير النتائج التفصيلية لبيانات الجدول إلى الآتي:

جاء سبب (تعودت على استخدامها) في مقدمة دوافع استخدام المبحوثين عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بنسبة مئوية بلغت (56.25%).

وفي الترتيب الثاني جاء سبب (لأنها أوسع انتشارا من وسائل الإعلام الأخرى) بنسبة (47.75%)، تلاه سبب (تقديم الأخبار المدعمة بالصور والفيديوهات) في الترتيب الثالث بنسبة (42%).

وجاء سبب (لأنها أكثر جاذبية في عرض مختلف الأحداث الوطنية الهامة الداخلية والخارجية) في الترتيب الرابع بنسبة مئوية بلغت (36%)، ثم جاء سبب (تساعدني على إدراك وفهم الهوية الوطنية) في الترتيب الخامس بنسبة (14.5%)، ثم سبب (تساعدني على ترتيب أولوياتي نحو الموضوعات والأحداث الوطنية) في الترتيب السادس والأخير بنسبة (11%).

5- عناصر الجذب التي يفضلها المبحوثين عينة الدراسة في متابعة موضوعات الهوية الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (6): عناصر الجذب التي يفضلها المبحوثين عينة الدراسة في متابعة موضوعات الهوية الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
عناصر الجذب						
صور	31	27.9	185	64	216	54
فيديو	37	33.3	280	96.9	317	79.25
الانفوجرافيك	18	16.2	50	17.3	68	17
البث المباشر	16	14.4	77	26.6	93	23.25
الكاريكاتير	9	8.1	20	6.9	29	7.25
جملة من سنلوا	111		289		400	

تشير النتائج التفصيلية لبيانات الجدول إلى الآتي:

جاءت (الفيديوهات) في مقدمة عناصر الجذب التي يفضلها المبحوثين عينة الدراسة في متابعة موضوعات الهوية الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بنسبة مئوية بلغت (79.25%).

وفي الترتيب الثاني جاءت (الصور) بنسبة مئوية بلغت (54%)، تلاها (البث المباشر) في الترتيب الثالث بنسبة (23.25%).

وجاء (الانفوجرافيك) في الترتيب الرابع بنسبة (17%)، ثم (الكاريكاتير) في الترتيب الخامس والأخير بنسبة (7.25%).

6- وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة في مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز بناء الهوية الوطنية لدى الشباب العربي:

جدول رقم (7): وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة في مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز بناء الهوية الوطنية لدى الشباب العربي

وجهة النظر	الذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
تسهم إلى حد كبير	47	42.3	135	46.7	182	45.5
تسهم إلى حد ما	47	42.3	131	45.3	178	44.5
لا تسهم	17	15.3	20	6.9	37	9.25
الإجمالي	111	100	289	100	400	100

تشير النتائج التفصيلية لبيانات الجدول إلى الآتي:

يرى الباحثون عينة الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم (إلى حد كبير) في تعزيز بناء الهوية الوطنية لدى الشباب العربي، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (45.5%).

وفي الترتيب الثاني جاء الباحثون ممن يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم (إلى حد ما) في تعزيز بناء الهوية الوطنية لدى الشباب بنسبة (44.5%)، بينما جاء الباحثون ممن يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي (لا تساهم) في تعزيز بناء الهوية الوطنية في الترتيب الثالث والأخير، بنسبة مئوية بلغت (9.25%).

7- مستوى تفاعل الباحثين عينة الدراسة مع ما تنشره المنشآت الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (8): مستوى تفاعل الباحثين عينة الدراسة مع ما تنشره المنشآت الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي

النوع	الذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
تفاعل	36	32.4	163	56.4	199	49.75
تفاعل إلى حد ما	51	45.9	147	50.8	198	49.5
لا تفاعل	24	21.6	27	9.3	51	12.75
الإجمالي	111	100	289	100	400	100

تشير النتائج التفصيلية لبيانات الجدول إلى الآتي:

يتفاعل الباحثون عينة الدراسة مع ما تنشره المنشآت الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل (دائم)، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (49.75%).

وفي الترتيب الثاني جاء الباحثون ممن يتفاعلون مع ما تنشره المنشآت الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل (إلى حد ما)، بنسبة (49.5%).

وجاء في الترتيب الثالث والأخير الباحثون ممن (لا يتفاعلون) مع ما تنشره المنشآت الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة مئوية بلغت (12.75%).

8- وجهة نظر الباحثين عينة الدراسة في درجة نجاح الحسابات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز الهوية الوطنية:

جدول رقم (9): وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة في درجة نجاح الحسابات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز الهوية الوطنية

النوع	الذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
درجة النجاح						
بدرجة كبيرة	61	54.9	179	61.9	240	60
بدرجة متوسطة	42	37.8	100	34.6	142	35.5
بدرجة ضعيفة	8	7.2	10	3.5	18	4.5
الإجمالي	111	100	289	100	400	100

تشير النتائج التفصيلية لبيانات الجدول إلى الآتي:

يرى المبحوثين عينة الدراسة أن الحسابات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي نجحت (بدرجة كبيرة) في إبراز الهوية الوطنية، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (60%).

وفي الترتيب الثاني جاء المبحوثين ممن يرون أن الحسابات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي نجحت (بدرجة متوسطة) في إبراز الهوية الوطنية بنسبة (35.5%)، بينما جاء المبحوثين ممن يرون أن الحسابات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي نجحت (بدرجة ضعيفة) في إبراز الهوية الوطنية في الترتيب الثالث والأخير، بنسبة مئوية بلغت (4.5%).

9- اتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو تأثير استخدامات المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي على مفهوم الهوية الوطنية لديهم:

جدول: (10) : اتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو تأثير استخدامات المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي على مفهوم الهوية الوطنية لديهم

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الاستجابة
			ك	%	ك	%	ك	%	
موافق	0,505	2,70	8	2	85	21.25	307	76.75	اعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الأحداث الوطنية
موافق	0,548	2,63	11	2.75	89	22.25	300	75	تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي في الوقوف على كل جديد فيما يخص الوطن
موافق	0,548	2,62	27	6.75	104	26	269	67.25	مواقع التواصل توفر الفرصة في الحوار والمناقشة حول القضايا

الاتصالية الوطنية	اعتمء على مواقع التواصل الاتصالية لمتابعة الخطوات التي يتخذها وطني في تعزيز وبناء الهوية الوطنية	263	65.75	120	30	15	3.75	2,60	0,588	موافق
مواقع التواصل الاتصالية تجعلني اعرف حقوقي كمواطن في بلدي	256	64	112	28	32	8	2,57	0,579	موافق	
مواقع التواصل الاتصالية تساعدني في الوصول لحسابات متخصصة في طرح الهوية الوطنية والدفاع عنها	255	63.75	121	30.25	24	6	2,56	0,577	موافق	
اعتمء على مواقع التواصل الاتصالية لأنها مصدر لاستقاء المعلومات الثقافية والتاريخية عن الوطن	240	60	136	34	24	6	2,33	0,413	موافق	
مواقع التواصل الاتصالية تجعلني اعرف واجباتي نحو وطني	228	57	126	31.5	46	11.5	2,26	0,409	موافق	
أعتمء على مواقع التواصل الاتصالية لتوسيع مداركي حول مفهوم المواطنة	224	56	142	35.5	34	8.5	2,20	0,406	موافق	
اعتمء على مواقع التواصل الاتصالية لأنها تساعدني على معرفة دوري في تعزيز هويتي الوطنية	212	53	141	35.25	47	11.75	2,10	0,404	موافق	
ن=400										

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى الآتي:

جاءت عبارة (اعتمء على مواقع التواصل الاتصالية لمعرفة الأحداث الوطنية) في مقدمة اتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو تأثير استخدامات الشباب العربي لمواقع التواصل الاتصالية على مفهوم الهوية الوطنية لديهم، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (2.70).

وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي في الوقوف على كل جديد فيما يخص الوطن) بمتوسط (2.63)، ثم عبارة (مواقع التواصل توفر الفرصة في الحوار والمناقشة حول القضايا الاجتماعية الوطنية) في الترتيب الثالث بمتوسط (2.62).

وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة (اعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة الخطوات التي يتخذها وطني في تعزيز وبناء الهوية الوطنية) بمتوسط حسابي (2.60)، ثم عبارة (مواقع التواصل الاجتماعي تجعلني اعرف حقوقي كمواطن في بلدي) في الترتيب الخامس بمتوسط (2.57)، تلتها عبارة (مواقع التواصل الاجتماعي تساعدني في الوصول لحسابات متخصصة في طرح الهوية الوطنية والدفاع عنها) في الترتيب السادس بمتوسط (2.56).

وفي الترتيب السابع جاءت عبارة (اعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي لأنها مصدر لاستقاء المعلومات الثقافية والتاريخية عن الوطن) بمتوسط (2.33)، ثم عبارة (مواقع التواصل الاجتماعي تجعلني اعرف واجباتي نحو وطني) في الترتيب الثامن بمتوسط (2.26).

وجاءت عبارة (أعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي لتوسيع مداركي حول مفهوم المواطنة) في الترتيب التاسع بمتوسط حسابي (2.20)، ثم عبارة (اعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي لأنها تساعدني على معرفة دوري في تعزيز هويتي الوطنية) في الترتيب العاشر والأخير بمتوسط حسابي (2.10).

10- موضوعات الهوية الوطنية التي تجذب المبحوثين عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (11): موضوعات الهوية الوطنية التي تجذب المبحوثين عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي

الموضوع	الذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
المناسبات الوطنية المختلفة	29	26.1	186	64.4	215	53.75
الفيديوهات الوطنية	20	18	185	64	205	51.25
القصص التراثية التاريخية	17	15.3	174	60.2	191	47.75
المواد الإعلامية التي تعرف بانجازات الوطن	16	14.4	164	56.7	180	45
الأغاني الوطنية	8	7.2	108	37.4	116	29
إبراز القضايا السياسية	14	12.6	99	34.3	113	28.25
الأمسيات الثقافية	7	6.3	34	11.8	41	10.25
الإجمالي	111	100	289	100	400	100

تشير النتائج التفصيلية لبيانات الجدول إلى الآتي:

جاء موضوع (المناسبات الوطنية المختلفة) في مقدمة موضوعات الهوية الوطنية التي تجذب المبحوثين عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بنسبة مئوية بلغت (53.75%).

وفي الترتيب الثاني جاء موضوع (الفيديوهات الوطنية) بنسبة (51.25%)، تلاه موضوع القصص التراثية التاريخية) في الترتيب الثالث بنسبة (47.75%).

وجاء موضوع (المواد الإعلامية التي تعرف بإنجازات الوطن) في الترتيب الرابع بنسبة (45%)، ثم موضوع (الأغاني الوطنية) في الترتيب الخامس بنسبة (29%).

وفي الترتيب السادس جاء (إبراز القضايا السياسية) بنسبة (28.25%)، ثم جاء موضوع (الأمسيات الثقافية) في الترتيب السابع والأخير بنسبة (10.25%).

11- وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة في درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات السلبية المدمرة للهوية الوطنية لدى الشباب العربي:

جدول رقم (12): وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة في درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات السلبية المدمرة للهوية الوطنية لدى الشباب العربي

النوع	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
درجة المساهمة						
تسهم إلى حد كبير	60	54.1	149	51.6	209	52.25
تسهم إلى حد ما	41	36.9	119	41.2	160	40
لا تسهم	10	9.1	21	7.3	31	7.75
الإجمالي	111	100	289	100	400	100

تشير النتائج التفصيلية لبيانات الجدول إلى الآتي:

ترى نسبة (52.25%) من المبحوثين عينة الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم (إلى حد كبير) في نشر الشائعات السلبية المدمرة للهوية الوطنية لدى الشباب العربي.

بينما ترى نسبة (40%) من المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم (إلى حد ما) في نشر الشائعات السلبية المدمرة للهوية الوطنية لدى الشباب العربي، وذلك في المرتبة الثانية، ثم جاءت نسبة (7.75%) من أفراد العينة في المرتبة الثالثة، ممن يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي (لا تساهم) في نشر الشائعات السلبية المدمرة للهوية الوطنية.

■ نتائج اختبار صحة الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين استخدام الشباب العربي عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وبناء مفهوم الهوية الوطنية لديهم.

جدول (13): العلاقة بين استخدام الشباب العربي عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وبناء مفهوم الهوية الوطنية لديهم

استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي				المتغير
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة	
0,453	طردي	قوي	0,01	بناء الهوية الوطنية لدى الشباب العربي

ينتضح من الجدول السابق: وجود علاقة طردية قوية بين استخدام الشباب العربي عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وبناء مفهوم الهوية الوطنية لديهم، حيث كانت "R" (0,453) وهي دالة عند مستوى 0,01، مما يؤكد على صحة الفرض.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو دورها في بناء الهوية الوطنية.

جدول (14): العلاقة بين دوافع استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو دورها في بناء الهوية الوطنية

دوافع استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي				المتغير
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة	
0,276	طردي	قوي	0,01	اتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء الهوية الوطنية

ينتضح من الجدول السابق: وجود علاقة طردية قوية بين دوافع استخدام الشباب العربي السعودي عينة الدراسة واتجاهاتهم نحو دورها في بناء الهوية الوطنية، حيث كانت "R" (0,276) وهي دالة عند مستوى 0,01. مما يؤكد صحة الفرض.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين كثافة تعرض المبحوثين عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة بناء الهوية الوطنية لديهم.

جدول رقم (15): معامل ارتباط سبيرمان Spearman بين كثافة تعرض المبحوثين عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة بناء الهوية الوطنية لديهم

كثافة تعرض لمواقع التواصل الاجتماعي			المتغير
العدد	قيمة سبيرمان	الدلالة	
400	0,236	دالة عند 0,01	درجة بناء الهوية الوطنية لدى المبحوثين

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط سبيرمان اتضح وجود علاقة ارتباطية بين كثافة تعرض المبحوثين عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة بناء الهوية الوطنية لديهم، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان (0,236) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0,01، وبالتالي فقد ثبت صحة الفرض.

الفرض الرابع: توجد فروق بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث في اتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء الهوية الوطنية:

جدول (16): نتائج اختبار (ت) Test لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث في اتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء الهوية الوطنية

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	111	2,86	0,350	0,789	144	غير دالة
إناث	289	2,81	0,395			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى لا يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث في اتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء الهوية الوطنية، حيث بلغت قيمة "ت" (0,789) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة، وبالتالي يثبت عدم صحة هذا الفرض،

■ التوصيات:

- 1) زيادة الاهتمام بنشر مضامين تتصل بالهوية الوطنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.
- 2) تنظيم حملات توعية إلكترونية لمواجهة الشائعات السلبية التي تؤثر على اتجاهات الشباب العربي على مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3) تنظيم دورات توعوية للتدريب على كيفية الاستخدام الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال تعزيز مفهوم التربية الإعلامية لدى الجمهور.
- 4) التحديث المستمر للصفحات والحسابات الخاصة بالمنشآت الحكومية في التواصل مع الجمهور وزيادة قنوات التفاعل مع الجمهور.

مراجع الدراسة:

الكتب:

1. أبو أصيب ، صالح : الاتصال و نظرية المعاصرة ، ط4، دار الأرام ،الأردن ،2004 م ،ص240.
2. حسن ، حمدي :الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي ،مصر ،1991م ،ص٢١
3. الدهمشي، فلاح، وآخرون. (2018). نظريات الاتصال الجماهيري، مكتبة المتنبّي للنشر والتوزيع، ط١، الدمام، السعودية، ص١٢٦-١٣٠.
4. سلطان ، محمد صاحب (٢٠١٢). وسائل الإعلام والاتصال ، دراسة في النشأة والتطور. عمان : دار المسيرة للنشرة والتوزيع والطباعة
5. السوداني، حسن والمنصور، محمد. (2016). شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين، مركز الكتاب الأكاديمي، ط1، عمان، الأردن، ص96.
6. شفيق ، حسنين : الاعلام الجديد الاعلام البديل (تكنولوجيايات جديده في عصر ما بعد التفاعليه) ، دار الفكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، ٢٠١١
7. العادلي ، مرزوق عبد الحكيم ، الاعلانات الصحفية : دراسة في الاستخدامات و الإشباعات ، ط1 ، دار الفجر ، القاهرة : مصر ، 2004 ،ص: 126
8. علام ، صلاح الدين ، القياس والتقويم التربوي والنفسي: أساسياته وتطبيقاته وتوجهاته المعاصرة، القاهرة، دار الفكر العربي،200، ص٤٦٧.
9. مركز المحتسب للاستشارات. (2017). دور مواقع التواصل الاجتماعي- تويتر أنموذجاً، دار المحتسب للنشر والتوزيع، ط1، الرياض، السعودية.
10. المشهداتي ، ٢٠١٧ ، (البحث العلمي) ط١ دار الكتاب الجامعي ، الامارات العربية المتحدة
11. مكايوي ، حسن و السيد ، ليلي ، ٢٠٠٤ ، (الاتصال ونظرياته المعاصرة) ، ط٤ ، ص١٧٠، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة
12. نصر ، حسني محمد (٢٠١٣). وسائل الاعلام الجديدة ، أسس التغطية والكتابة والتصميم والإخراج في الصحافة الإلكترونية . الكويت : مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
13. عبد الحميد، محمد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، (القاهرة: عالم الكتب، 2004).

البحوث العلمية:

1. العبدلي، أحمد حسن ، & عمران ، محمد على بن. (2016). دور الأسرة في تعزيز الانتماء الوطني وانعكاسه على قيم المواطنة لدى الشباب. مجلة الاقتصاد المنزلي، 32(32)، 69-106.
2. عبد الغني ، أحمد سمير: استخدامات الجمهور المصري لشبكة الإنترنت ، دراسة ميدانية على عينة من الجمهور العام والقائمين بالاتصال في وسائل الإعلام الإلكترونية ، رسالة ماجستير غير منشور (جامعة الأزهر : كلية اللغة العربية، 2003) ص 8
3. الشرفات ، أيمن شافي . (2015). أثر مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتجاجات العربية 2010-2014م: مدخل نظري.

4. حبارير، علا طلعت احمد السيد. (2022). علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بتكوين الهوية الوطنية للمراهقين من منظور نظريتي "التماس المعلومات" و"الاعتماد على وسائل الإعلام" "دراسة ميدانية" رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الآداب شعبة "العلاقات العامة والإعلان". مجلة كلية الآداب، (64)64، 97-125. doi: 10.21608/bfa.2022.133134.1035
5. حسن سالم، أ. (2019). استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو الإلكترونية وتأثيرها على المفاهيم المجتمعية لديهم. مجلة البحوث الإعلامية، 51(51-ج2)، 849-894.
6. زادي ليلي. (2018). أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الهوية الثقافية للشباب الجزائري-دراسة ميدانية (Doctoral dissertation، جامعة العلوم الإسلامية الأمير عبد القادر قسنطينة).
7. عبدالمحسن بن سعود العساف، ع، & عبدالله. (2020). السياسة الخارجية كما تعرض لها الحسابات الرسمية السعودية عبر موقع التواصل الاجتماعي تويتر: دراسة تحليلية. مجلة البحوث الإعلامية، 55(55-ج6)، 3391-3432.
8. العوامة، عبدالسلام. (2020) أثر شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية والوطنية الأردنية من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا في الجامعة الأردنية. كلية العلوم التربوية. الجامعة الأردنية المركز الديمقراطي العربي – مجلة العلوم السياسية والقانون.
9. كنسارة، حسن علي صديق (2021) دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة الصالحة لدى المواطن السعودي. مجلة القلم، ط27.
10. محمد محمد عبدالحليم، محمود. (2020). تعرض طلبة الجامعات لآليات حروب الجيل الرابع بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية وعلاقته بمستويات الوعي بمخاطرها علي الأمن القومي المصري: دراسة في إطار مدخلي إدارة الصراع والتهديدات المجتمعية. مجلة البحوث الإعلامية، 53(53-ج2)،
11. ماريان مراد، استخدام الجمهور المصري للتليفون المحمول وعلاقته بالتفاعل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2013).
12. سمير محمد محمود أحمد، "تأثير المعالجة الرقمية لعناصر الشكل المرئي للصحيفة على انتباه وتذكر القراء للأخبار في إطار نظرية تمثيل المعلومات"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2004).
13. سارة محمود. "العوامل المؤثرة على استجابة الجمهور للإعلانات الدوائية بالفضائيات العربية: دراسة تحليلية وميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة حلون: كلية الآداب، 2013).
14. صفا فوزي. "استخدام الأسر المصرية للسلسلات العربية التي يعرضها التلفزيون المصري وتأثيراتها عليهم"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2006).
15. مي أبو السعود، "تأثير التعرض لدراما السيت كوم في منظومة القيم لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية وميدانية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة حلوان، كلية الآداب، 2014).
16. بسنت محمد عطيه، "استخدامات الشباب الجامعي للدراما الأجنبية التي يعرضها التلفزيون المصري وعلاقتها بقيمهم المجتمعية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2011).
17. فايز منشر الظفيري وآخرون. "آراء طلبة كلية التربية بجامعة الكويت حول المجالات المتداولة في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي"، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، (الكويت: السنة 43، العدد 164، 2017)، ص66.

الكتب المترجمة:

جولي بالانت، التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS، ترجمة: الخالد العامري، دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، عمان.

المراجع الأجنبية:

- 1) Supratiknya, A. (2021). National Identity in the Indonesian youth, ANIMA, Indonesian, Psychological Journal, 36(2), PP231-273.
- 2) Lin, C.A., L.Jeffres, (1998) Predicting Adoption of Multimedia cable Service. Journalism Quarterly, vol,75.
- 3) Newhagen, J.E., and S. Rafaelie (1996) Why Communication Researchers Should Study the Internet: A Dialogue, Journal of Communication, Vol.46 No. 1.
- 4) Barbra K. Km and T.J. Johnson (2004) A W web For All Reasons: Uses and Gratifications of Internet Components for Political Information, Telematics and Informatics, Vol. 21, NO.3.
- 5) Palmgreen P.L, A. Wenner and K.E.Rosengren (1985) Uses and Gratification Research: The Past Ten Years, in Media Gratifications Research: Current Perspectives, K.E. Rosengren and Others, Beverly Hills: SAGE Publications.
- 6) Al-Shami, Adulrahman. M. (2013) Uses and Effects of Religious Programs among Yemeni Audiences, Journal Komunikasi Islam, Vol. 03, No. 02.
- 7) McQuail, D. and S.Windahl (1995) Communication Models: for the study of Mass Communication, London & New York: Longman.
- 8) Baran J, Stanley & Davis, K, Dennis, "Mass Communication Theory: Foundation", Ferment And Future 3rd Edition, (Canda: Wads Worth), 2003.
- 9) Kim, Jungee& Rubin, M.Alan, "The Variable Influence of Audience Activity on Effect", Communication Research, Sage Journals, Vol 24, No2, 1997.
- 10) Goldfarb. A., Pregibon, N., Shrem. J., & Zyko, E.(2011), "Information Brief on Socail Networking in Education".
- 11) Chen, B., & Bryer, T.(2012), "Investigating instructional strategies for using social media in formal and informal learning", **The Interna-tional Review of Research in Open and Distance Learning**, 13 (1), 87 – 104.