

استخدامات الشباب الجامعي المصري لمواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال العابر للحدود وعلاقتها بالتحولات في شبكة قيم "الهوية الثقافية"

د. أمل محمد نبيل عبد العظيم بدر*

تمهيد:

لا شك أن عالم اليوم قد لازمته تحولات فكرية وواقعية شاملة شديدة التسارع، جعلت منه نسجا كثيفا، انتقل من حالة الانبساط إلى حالة التشابك، خاصة في ظل التداول المعرفي والدفق المعلوماتي بين المجتمعات والتطور التكنولوجي، في ثنائيات (الوافد والمتلقي). ضمن عالم يسير إلى الانكماش والانضغاط على صعيدي المكان والزمان.

لعبت ثورة الاتصالات دوراً أساسياً في أحداث هذا التأثير الثقافي، فبدلاً من الحدود الثقافية والوطنية والقومية، تطرح إيديولوجيا العولمة "حدوداً" أخرى غير مرئية، ترسمها الشبكة العالمية، كالشبكة العنكبوتية (الإنترنت)، بغرض الهيمنة على الذوق والفكر والسلوك^(١)

وكما تحدث أدغار موران عن وصف الثقافة بأنها كلمة منومة، ملغمة يمكن أن نأخذ هذا القول لتوصيف الهوية التي تعد نمطاً تصورياً غائراً. فكيف إذا اندمجت الثقافة مع الهوية كمفهومين حيث يؤكد زيجمونت باومان "إن مفاهيم بناء الهوية و الثقافة لا يمكن إلا أن يولدا سوية"^(٢).

حيث أن ثورة الاتصالات وتسارع تدفق كم ونوع المعلومات، انتجت مجتمعات موازية فتحول التراكم الكمي إلى واقع كفي، كما أثاره إلفن جولدنر في كتابه المتميز الأزمنة القادمة لعلم الاجتماع "نهاية تاريخ وبداية تاريخ جديد، وأقول تاريخ جديد لأن التحول الشامل الذي حدث لم يقتصر على تغيير نظام عالمي قديم ليحل محله نظام عالمي جديد، بل تغير النظام العالمي، في واقعه، وفي ثقافته، وحتى مقولات الإدراك التي اعتقدنا لقرون خلت أنها ثابتة، فقد تغيرت معاني الزمان والمكان والنسبية، بعضها اتجه إلى التجانس والإطلاق المستند إلى اتفاق البشر، بينما اتجه البعض الآخر إلى التنوع والتدري بحيث ازدادت الفجوة بينه وبين المطلق"^(٣).

ويقول أيضاً "لم يعد هناك زمان واحد ولكن أزمنة عديدة، تتنوع وتتعدد بتعدد البشر و السياقات الاجتماعية والمكانية، بحيث بدأت تضعف الرابطة التي كانت تربط

* الأستاذ المساعد بقسم الإعلام بكلية الإعلام - جامعة عجمان.

البشر بالمكان المعين، ونشأت محلها اهتمامات وارتباطات جديدة بأكثر من مكان، حتى تجانس الاهتمام وتجانس المكان تبعاً لذلك".

من هذا المنطلق أصبح الحديث عن المسافات والحدود أمراً يخضع للنقاش، إذ العوالم غدت مفتوحة على سياقات متعددة، "ولم تعد أي دولة في العالم حتى لو رغبت في الانعزال بمقدورها أن تعيش بمعزل عن العولمة، فالعالم يسير نحو الانكماش على صعيد الزمان والمكان، وعلى جميع الصعد الحياتية ليتحول العالم إلى اقتصاد عالمي واحد، ونظام سياسي عالمي واحد، ومجتمع عالمي واحد، وثقافة عالمية واحدة".^(٤)

كما أدخل التنوع الثقافي متغيرات جديدة على الاتصال بين الأفراد، ليشمل كل الاختلافات الثقافية. لتحول على إثرها الاتصال العابر للحدود إلى لقاء بين أفراد من أصول ثقافية مختلفة، ما يتطلب تبني تسيير بين ثقافي فعال يُمكن من توحيد الرؤى في إطار ثقافة مشتركة.

مكنت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الأفراد من تجاوز الحدود الجغرافية، عبر كل أرجاء العالم، وذلك بفضل مختلف تطبيقات ووسائل الاتصال الرقمي. وفي المقابل بقيت مسألة تخطي الحدود الثقافية مطروحة حتى في الفضاء الرقمي.

إن تعدد الأبعاد الثقافية المفسرة لوجود الاختلافات الثقافية في الأفراد، يوضح أن فرص حدوث المشاكل الاتصالية المتعلقة بالتعددية الثقافية كثيرة. لكن التوجه الجديد يدعو إلى التفكير في كيفية تأثير هذه الأبعاد على نوع خاص من العلاقات بين الأفراد، والمتمثلة في العلاقات الناشئة في الفضاء الرقمي الافتراضي.^(٥)

وعليه نجد أن الهوية تتكون عندما يحاول الناس إيصال صورتهم إلى الآخرين وهم قد ينجحون في ذلك وقد يخفقون. وإذا أخفقوا سوف يدركون صعوبة الإحتفاظ بالهوية التي يريدونها. والهويات لا تتعلق فقط بإنطباعنا عن أنفسنا، وإنما أيضاً إنطباعنا عن الآخرين وإنطباع الآخرين عنا.

ومع ظهور هذا العصر الذي يموج بالتغيرات العالمية المعاصرة عصر العولمة والذي كان له تأثير كبير على المجتمعات الإنسانية، وعلى هويتها وثقافتها واتساقها القيمة السائدة فيها، حيث يرى الباحثون في هذا المجال، إن التأثير الكبير الذي يمارسه النظام الإعلامي الجديد عبر شبكة الإنترنت، والإعلام الرقمي بصفة عامة، يعمل بصورة مستمرة، محاولاً تشكيل نظام عالمي واحد، مبني على هوية واحدة.

لذا يختص موضوع هذا البحث بدراسة استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في تبادل المعلومات والأفكار بين الشباب المصري وشباب العالم على شبكة القيم الذاتية التي تتمحور حولها الهوية الثقافية.

الدراسات السابقة:

يعتمد البحث في بنائه الأساسي على دراسة استخدامات الشباب الجامعي المصري لمواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال العابر للحدود وعلاقتها بالتحويلات في شبكة قيم "الهوية الثقافية" وتأسيساً على ذلك، يمكن عرض الدراسات السابقة من خلال المحاور التالية:

أولاً: التأثير العام لمواقع التواصل الاجتماعي للشباب الجامعي وتشكيل الرأي العام ومعرفة الدوافع الأساسية وراء استخدام تلك المواقع.

ثانياً: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية المحلية والعالمية.

أولاً: التأثيرات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي. ونظراً لما يثيره المحتوى المنشور على شبكة الانترنت بصفة عامة، وعلى مواقع التواصل الاجتماعي تحديداً، وجدل واسع بشأن مصداقية، فقد حظي هذا الموضوع بأهمية خاصة في الدراسات السابقة ويمكن إجمالها تحت عناوين فرعية كالتالي:

التأثير الاجتماعي لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب:

• تعرضت دراسة (David Buckingham ٢٠١٣)^(١)، لممارسات المراهقين ومشاركة الشباب الأمريكي في مواقع الشبكات الاجتماعية وتناولت قضايا مثل الخصوصية وإدارة الانطباع Privacy and in Pression Management غير مواقع الشبكات الاجتماعية، وطرحت الدراسة مفهوماً في وصف مستخدمي الشبكات مثل ماي سيتي والفيسبوك، والانترنت وهو الجماهير الشبكية My Space and for book serves as networked . Publics

• أشارت دراسة (Salehan & Arash Negahban Mohammad ٢٠١٣)^(٢) إلى تزايد انتشار الهواتف المحمولة في المجتمعات ، وأن هناك نمو كبير في استخدام الهواتف المحمولة خاصة بين الشباب. يتبع هذا الاتجاه النمو السريع في استخدام خدمات الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت. وأوضحت الدراسة أن الاستخدام المكثف للتكنولوجيا يمكن أن يؤدي إلى الإدمان. وجدت الدراسة أن استخدام تطبيقات الهاتف

المحمول من SNS هو مؤشر هام على إدمان المحمول. وتُظهر النتيجة أيضًا أن استخدام تطبيقات الجوال SNS يتأثر بكل من حجم شبكة SNS وشدة SNS للمستخدم. ولهذه الدراسة لها آثار على الأوساط الأكاديمية وكذلك المنظمات الحكومية وغير الهادفة للربح فيما يتعلق بأثر الهواتف النقالة على الفرد والصحة العامة.

• واختبرت دراسة **Reynol Junco (2013)**^(٨) اهتمام المعلمون وغيرهم بتأثير وسائل الإعلام الاجتماعية على طلاب الجامعات، مع التركيز بشكل خاص على موقع التواصل الاجتماعي الأكثر شعبية على شبكة الإنترنت. تملأ هذه الورقة فجوة في الأدبيات باستخدام عينة كبيرة (N = 2368) من طلاب الكلية لفحص العلاقة بين تكرار استخدام Facebook والمشاركة في أنشطة Facebook ومشاركة الطلاب. وقد تم قياس تفاعل الطلاب بثلاث طرق: مقياس مكون من ١٩ بندًا يستند إلى المسح الوطني لمشاركة الطلاب والوقت الذي يقضيه في التحضير للفصل الدراسي والوقت الذي يقضيه في الأنشطة المشتركة للمناهج الدراسية. وتشير النتائج إلى أن استخدام Facebook كان تنبؤًا سلبيًا بدرجة كبيرة عن درجة مقياس التفاعل والتنبؤ الإيجابي بالوقت الذي يقضيه في الأنشطة المشتركة للمناهج الدراسية. بالإضافة إلى ذلك، كانت بعض أنشطة Facebook تنبئ بشكل إيجابي للمتغيرات التابعة، في حين أن البعض الآخر كان تنبؤًا سلبيًا.

• دراسة: أجراها **Keith N. Hampton**^(٩) وآخرون ٢٠١١ من جامعة بنسلفانيا لصالح مركز الأبحاث الأمريكي American life project وPEW، وتهدف الدراسة لمعرفة التأثير الاجتماعي لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية مثل: Facebook، linked، my space، twitter، حيث طرحت الإشكالية التالية: هل عزلت الشبكات الاجتماعية الأشخاص وقطعت علاقاتهم الاجتماعية؟ أم أنها ساعدت في ربطهم بآخرين، من خلال مسح شامل، وكيف ارتبط استخدام هذه المواقع بمفهوم الثقة والتسامح والدعم الاجتماعي، والمشاركة السياسية. وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج من أهمها: أن Facebook هو الشبكة الاجتماعية الأوسع استخدامًا، يليه my space. وأن العلاقات الاجتماعية في أمريكا أصبحت أكثر حميمية مما كانت عليه من قبل عامين من الدراسة، وتوصلت أيضًا إلى أن استخدام Facebook ساعد بشكل كبير في إيجاد علاقات وثيقة بين الأفراد.

• واختبرت دراسة **سيلوين وفورلونج، ٢٠٠٥**^(١٠)، تأثير الإنترنت على مستخدميه، وطبقت الدراسة على عينة طبقية منتظمة قوامها ١٠٠١ مفردة من البالغين والذين

تتراوح أعمارهم من ٢١ إلى ٦٩ عام تبعاً للمستويات التعليمية والاقتصادية والاجتماعية، وتضمنت مقابلات منزلية إلى جانب مقابلات متعمقة ومفتوحة مع ١٥ مبحوث وقد خلصت نتائجها بأنه كلما ارتفع العمر قل استخدام الشبكة للدردشة وأن الذين ينتمون لمستويات اجتماعية واقتصادية وتعليمية منخفضة وذو الأعمار ٦١ فأكثر هم الأقل تعرضاً للتواصل الاجتماعي لأسباب اجتماعية، بينما جاء استخدام الذكور للشبكة لأغراض طقوسية وترفيهية.

وهناك دراسات تعرضت لتأثير الشبكات الاجتماعية في دعم المشاركة السياسية، ومنها:

• أما دراسة **Elizabeth Schwarz, (2013)** ^(١١) بعنوان "التعبئة السياسية للطلاب الجامعيين من خلال الشبكات الاجتماعية على الإنترنت". هدفت إلى تعرف المتغيرات المرتبطة بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام لطلاب جامعة ألاباما بالولايات المتحدة ومعرفة سلبيات وإيجابيات استخدام الطلاب لشبكات التواصل الاجتماعي. وأشارت هذه الدراسة إلى أن الثورات الأخيرة في الشرق الأوسط جلبت الانتباه إلى استخدام الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت لتعبئة الحركة الاجتماعية، واستخدمت بيانات من استطلاع رأي المشاركين الموجودين في المنتدى الاجتماعي (USSF) في الولايات المتحدة، ويقدم هذا التحليل مقارنة للتعبئة من خلال شبكات التواصل الاجتماعية عبر الإنترنت مع قنوات التواصل وجها لوجه. وتوصلت الدراسة إلى أنه لم تظهر أي فروق ذات دلالة إحصائية (عند مستوى ٠,٠١) في دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام لطلاب الجامعة نحو القضايا السياسية، وأظهرت أيضاً التحليلات وجود دوافع مختلفة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أهمها: التواصل الإخباري وبناء الصداقة وتعرف الأخبار والترفيه وأخيراً المشاركة السياسية.

• دراسة **Sebastion Vatenzuela, (٢٠١٣)** ^(١٢)، والتي أظهرت وجود صلة إيجابية بين استخدام الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية، واستخدمت الدراسة بيانات المسح التي تم جمعها في شيلي، وسط تظاهرات حاشدة تطالب بالتغيير في التعليم، وسياسة الطاقة، وطرحت مفهوماً جديداً في مجال تأثير الشبكات الاجتماعية حيث قدمت الدراسة أدلة جديدة على دور ما يسمى بالمنصات الرقمية Digital Data Forms، أكدت من خلالها تلك الصلة، وقدمت الدراسة ثلاثة تفسيرات لهذه العلاقة وهي: الشبكات كمصدر للمعلومات باعتبارها مصدراً للأخبار، الشبكات

كوسيلة للتعبير عن الرأي "الآراء السياحية"، ثالثاً الشبكات كمحرك للسلوك (إيجاد وتعبئة للمعلومات من خلال الشبكات الاجتماعية).

● أما دراسة **Sanne Krjuikemeick** ^(١٣) (٢٠١٣)، حول تأثير الشبكات الاجتماعية في دعم المشاركة السياسية للمواطنين تطبيقاً على عينة من السكان الهولنديين قوامها ٩٨٥ مفردة، وأكدت أن تأثير تلك الشبكات امتد من الحياة الاجتماعية إلى الحياة السياسية للمستخدمين.

● أما دراسة **عبد القوي** (٢٠٠٩) ^(١٤)، تهدف إلى تعرف دوافع استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية الافتراضية، ودور هذه الشبكات في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، وتشكيل اتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية، باستخدام منهج المسح والمقارن على عينة من الشباب قوامها (٣٨٠) مفردة من جامعة المنيا. وأوضحت الدراسة أن نسبة الذين يستخدمون الفيس بوك لأغراض سياسية بلغت ٧,٥٠% ولم تكن هناك إي فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث. وأظهرت النتائج تعددية الآراء ومناقشة القضايا السياسية كانت بدرجة كبيرة من الحرية على الفيس بوك. وإتاحة الفرص للتعليق وإبداء الرأي في القضايا المثارة على الفيس بوك ساعد على جذب انتباه الشباب نحو المضامين السياسية دون تمييز بين الذكور والإناث.

● هدفت دراسة **إليسون ورفاقها** (Ellison et al., 2007) ^(١٥) الكشف عن العلاقة بين استخدام Face book وتشكيل رأس المال الاجتماعي والحفاظ عليه، والرضا النفسي، لدى عينة مكونة من (٢٨٦) فرداً من طلبة جامعة ميتشيغان في الولايات المتحدة الأمريكية، من خلال استطلاع مباشر عبر الإنترنت. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن استخدام شبكة Face book يزيد من الرأس مال الاجتماعي للأفراد، كما أنه يرتبط إيجابياً مع التوافق والرضا النفسي، كما أشارت أن للـ face book فوائد كبيرة لهؤلاء الذين يشعرون بتدني مفهوم الذات أو انخفاض الرضا عن الحياة.

واختبرت مجموعة من الدراسات دور الشبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام ومنها:

● دراسة **أسامة غازي المدني** (٢٠١٥) ^(١٦)، تهدف الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تقوم بدور مهم في تشكيل الرأي العام لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، ويؤكد ذلك الإقبال المتزايد من قبل شرائح المجتمع المختلفة لتلك الشبكات. وتوصف هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وقد لجأ الباحث فيها إلى

المنهج المسحي، من خلال استبانة وزعت على عينة من المبحوثين. وتوصلت الدراسة لعدة نتائج مهمة منها أن الفيس بوك جاء أعلى المواقع استخداماً ثم يليه يوتيوب وأن نسبة الأكبر من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لديهم مستوى مرتفع من تشكيل الرأي العام. وكشفت الدراسة أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لاختلاف مستويات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

• **تناولت دراسة (2015) Ayoung Suh and Rvohanli⁽¹⁷⁾**، العوامل التي تؤثر في تقييم مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي للمعلومات المنشورة عليها، وإدراكهم مدى مصداقيتها بالتطبيق على عينة قوامها (135) مفردة من مستخدمي المواقع واعتمد التطبيق على أداة الاستبيان الإلكتروني. وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية إيجابية دالة بين مدى التفاعلية التي يدركها مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ومدى شفافية الوسيلة المرتبطة بإمكاناتها في نشر وتداول المحتوى بشفافية وعلانية، كما أكدت النتائج وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مدى قوة الحجج المقدمة في المحتوى وتقييم الفرد لمصداقيته. وأظهرت النتائج عدم وجود علاقة بين الاعتماد على وسيلة ما وتقييم محتواها بالمصداقية إلى سمات العينة التي يأتي معظمها من الشباب الذي يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة وغيرها من مصادر المعلومات المتنوعة والمتعددة، والمتاحة لهم طوال الوقت. وأظهرت أيضاً الدراسة عدم وجود تأثيرات دالة لمستوى خبرة الشخص، العلاقة بين عوامل المصداقية المحتوى وعوامل مصداقية الوسائل وتقييم الفرد لها بالمصداقية.

• **هدفت دراسة (2013) Iordache & Lamanuskas⁽¹⁸⁾** هدفت الدراسة إلى استكشاف استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل المفاهيم السياسية والرأي العام لشباب الجامعات في رومانيا، وأظهرت النتائج أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي التي يحرص طلاب الجامعات الرومانية على استخدامها هي الفيس بوك ثم اليوتيوب، وأظهرت النتائج أيضاً أن هناك علاقة ارتباط موجبة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية وتوجيه الرأي العام الطلابي نحو القضايا في رومانيا.

• **دراسة (2013) Westerman⁽¹⁹⁾**، العوامل المؤثرة في تقييم الجمهور لمصداقية المعلومات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي، وناقشت الدراسة أهمية التميز في الترشيحات والانتقادات الإخبارية بين الترشيحات المدعومة تقنياً بشكل أتوماتيكي والترشيحات التي يقدمها الجمهور من مستخدمي هذه المواقع لغيرهم من

المستخدمين، واستخدم الباحث الأسلوب التجريبي على عينة قوامها (١٨١) مفردة من طلاب الإعلام في إحدى الجامعات الأمريكية، وطبقت التجربة على مواقع Twitter، وأظهرت نتائج الدراسة أن التواتر في تحديث المحتوى المنشور على موقع Twitter، لم يرتبط بشكل مباشر بتقييم المستخدمين لمصداقية، وإنما ظهرت علاقته بالارتباط المعرفي بين الفرد والأخبار التي يتعرض لها، والذي يؤثر بدوره في تقييم الفرد لمصداقية المحتوى، أي أن العلاقة بين حداثة المحتوى وتقدير الأفراد لمصداقيته علاقة غير مباشرة، وأن التحديثات المتوافرة للمعلومات والأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من الارتباط المعرفي بين الفرد والمحتوى، مما يؤثر في تقييمه له بالمصداقية

- **سعت دراسة (Pempek, Tiffany & Other (٢٠١٣) (٢٠)، إلى تقديم معلومات وصفية حول مدى استخدام طلاب جامعة ميتشجان لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها في بناء الرأي العام للطلاب، وأسفر تحليل البيانات عن النتائج التالية:** أظهرت التحليلات أن استخدام الطلاب للفيس بوك تنوع ما بين مرة واحدة إلى عدة مرات يوميا بمعدل ما بين ٢ ساعة إلى ١٦٥ دقيقة يوميا . وظهرت علاقة موجبة بين استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك وتوجيهات رأيهم العام نحو القضايا الاجتماعية.
- **واختبرت دراسة الديبسي و ياسين (٢٠١٣) (٢١) معرفة استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي على الرقمنة والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة، ومستوى منافسة شبكات التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية باعتمادها مصادر للأخبار والمعلومات، واستخدم البحث المنهج الوصفي عن طريق استبانة لمسح آراء الطلبة. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة، وأن هذه الشبكات أصبحت تشكل مصدراً من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام، ومناقسة للصحافة الإلكترونية ووسائل الإعلام التقليدية.**
- **تناولت دراسة Kevinr Canini (2011) (٣٢) مشكلة كيفية تحديد مصادر موثوقة للحصول على المعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي، واختبرت الدراسة العوامل المؤثرة في تقييم الأفراد لمصداقية المعلومات المنشورة عليها والتي تجعلهم يختارون مصادر بعينها لمتابعتها والاشتراك في تقلي التحديثات التي يقدمها أفرادها على مواقع**

التواصل الاجتماعي والشبكات الاجتماعية وقد أظهرت النتائج أن تقييم الأفراد لمصادقية الحساب الذي يتابعونه على الموقع يرتبط ليس فقط بالتغيرات المنشورة عليه، ولكن أيضا بالتوجه العام لصاحب الحساب كما يوضحه الملف التعريفي الخاص به. وأظهرت النتائج أيضاً أن موضوع المحتوى نفسه، وتحليل هيكل البنية الاجتماعية للشبكة من حيث الارتباطات بين الحسابات المختلفة من العوامل المؤثرة في تقييم مصداقية المعلومات.

وهناك بعض الدراسات تتناول الدوافع وراء استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي منها:

• تهدف دراسة (عبد الصادق، ٢٠١٣)^(٢٣)، إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات بمملكة البحرين لإذاعة الانترنت والإشباع المترتبة على هذا الاستخدام، ومن أهم النتائج أن الشباب الجامعي يستمع للإذاعة أقل من ٣٠ دقيقة، وأنه توجد علاقة ارتباطية في معدل استخدام الشباب الجامعي لإذاعة الانترنت والإشباع المترتبة على هذا الاستخدام. أما دراسة زياد حافظ (٢٠١١)، هدفت إلى التعرف على الدوافع الحقيقية للتواصل بين الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية، وأكدت الدراسة أن تواصل الشباب بعد ظاهرة اجتماعية أكثر منها ضرورة أحدثتها التكنولوجيا الحديثة وأظهرت أن إيمان الفئة الشبابية على الاستخدام المفرط للشبكات الاجتماعية أدى إلى فقدان المهارات المطلوبة لإقامة علاقات اجتماعية في البنية المجتمعية الواقعية، الأمر الذي يؤدي إلى جنوح الشباب نحو الاعترا ب الاجتماعي.

وهدفت دراسة عبد الواحد، (٢٠٠٩)، إلى معرفة خصائص مستخدمي موقع اليوتيوب على الانترنت من الشباب الجامعي ومعرفة أنماط الاستخدام وأسس ومدى انتشاره بمن هذه الفئة العمرية الهامة وإسهامها في إنتاج الرسائل الإعلامية التي تبث من خلال الموقع وقد توصلت الدراسة إلى أن الشباب الجامعي في مملكة البحرين يستخدمون الانترنت بشكل كثيف، وتمثلت دوافع الاستخدام في الرغبة بإمدادها بالأخبار الهامة المصورة أو اللقطات الإخبارية النادرة، ثم للتسلية أو الترفيه والفضول في التعرض لنمط إعلامي جديد. أما دراسة علا الدين أحمد خليفه، ()، تكمن في معرفة تأثير التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وارتباط ذلك بقيم الهوية والخصوصية لفئة الشباب الجامعي في المجتمع العراقي. وأظهرت أبرز النتائج أن العينة تقضي أكثر من خمس ساعات يومياً في التعرض، وفترة

المساء هي الأعلى تكراراً، وأن الفيس بوك هو في مقدمة المواقع المستخدمة، وجاءت الدوافع الطقوسية متقدمة على الدوافع النفعية في استخدام هذه المواقع. أما دراسة تحسين منصور، (٢٠٠٤) التي طبقت على عينة قوامها (٢٣٠) من الطلاب انتهت إلى أن الدافع الأول هو البحث عن المعرفة، ثم الترويج وتكوين علاقات اجتماعية.

المحور الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية:

- تسعى دراسة لينده العابد، (٢٠١٨)^(٢٤)، للكشف عن معنى العالم الافتراضي وما أنتجه من مجتمعات افتراضية لها خصوصياتها التي تميزها عن المجتمعات المحلية، مروراً بالمواطنة الافتراضية والمواطن الافتراضي، ثم تشكل الهوية الرقمية التي تعد نوعاً خاصاً من الهويات التي تميز مجتمعات اليوم في ظل التحولات المتسارعة، في العالم التي فككت مقولات المكان، الزمان والجغرافيا للبحث في مواصفات تلك الهوية الرقمية في العالم الافتراضي الذي افرغ من الزمن والمكان في وسط منفتح على ثقافات متعددة جاذبة تسعى لتشكيل إنسان كوني بمواصفات رقمية. كذلك بينت ورقة ميلاد نضرة (٢٠١٧)، أن ثقافتنا في الوقت الراهن لاقت العديد من التغيرات التي طرأت عليها نتيجة للثقافة الغربية التي تروج لها عبر وسائل الإعلام، محاولة صياغة ثقافة عالمية لها قيمها ومعاييرها وأنماطها السلوكية المتناقضة مع خصوصياتنا وهويتنا، لاستلاب وقتل الثقافات وإلغاء الدول الوطنية والشخصية والهوية الثقافية مما يؤدي إلى تذبذب الانتماء إلى الهوية الوطنية ومسح الشخصية المستقلة لمجتمعنا. وتتفق هذه الدراسة مع بلالي عبد الملك (٢٠١٦)، في تحديد مفهوم الهوية الثقافية ومدى تأثيرها بالعولمة وخاصة الثقافية منها، مبرزةً وسائلها من تكنولوجيا سمعية، وسمعية بصرية، وشبكة عنكبوتية (إنترنت)، والسلع الاستهلاكية المروجة لثقافة العولمة. كذلك تشير دراسة محمد الهواري (٢٠١٣)، أن العولمة هي ظاهرة أفرزتها ثورة الاتصالات وتقنية المعلومات في ظل النظام العالمي الجديد، الذي أتاح للولايات المتحدة الأمريكية ودول الغرب السيطرة الكاملة والهيمنة على العالم، في كافة المجالات السياسية والاقتصادية والتقنية والعسكرية، وقد اهتم المفكرون بهذه الظاهرة وما قد يترتب عليها من تداعيات ونتائج تؤثر على الناس في شتى مناحي الحياة، وخصوصاً هويتهم الثقافية، وثقافتهم القومية وذاتيتهم الوطنية ومعتقداتهم الدينية.

- **هدفت دراسة خطري العياشي، (٢٠١٨) (٢٥)** أن الشبكات الاجتماعية عالم افتراضي تجعل هوية الشخص أكثر مرونة من الهويات الحقيقية منتجة بذلك تغيرات سهلة في العرق والعمر والجنس والخلفية الاجتماعية والدينية والفكرية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي على عينة عشوائية قوامها ١٠٠ مفردة من مشتركين الفيس بوك من الطلبة والطالبات من جامعة محمد الخامس - المغرب. وكشفت النتائج أن هناك هجرة جماعية " نحو الشبكات الاجتماعية" وغدا الفيس بوك ملاذاً لشرائح عريضة من المجتمع، فضلاً عن قضية الإدمان على الفيس بوك وما يرافقها من مظاهر مرتبطة بإهمال التواصل والتفاعلات الواقعية.
- **وسعت دراسة مصطفى طيفور، العربي بوعلامه (٢٠١٦) (٢٦)**، إلى تعزيز الهوية الوطنية ذات الصلة باللغة والعقيدة، بالإضافة إلى نشر المضامين الدالة على ثقافة المجتمع الجزائري وعاداته وتقاليده، وآدابه وفنونه وتراثه، بسبب الانتشار الكبير لخطابات العولمة، والتي حولت المواطن المحلي الوطني إلى مواطن عالمي، نادراً ما يستطيع أن يحدّد لنفسه مكاناً وموقعا بين الأصالة والمعاصرة. وتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الاستكشافية الوصفية بإتباع المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت لنتائج منها: أن حماية الهوية الثقافية في عصر العولمة لم يعد سهلاً جراء محاصرة الغزو الثقافي الناتج عن البث التلفزيوني وشبكات التواصل الاجتماعي. كما تبين من خلال الدراسة أن القضايا التي تتأثر بها الهوية الثقافية في الجزائر والثقافات العربية والإسلامية عموماً هو التعددية في الإعلام السمعي والبصري.
- **تناولت دراسة غالية غصبان وصحراوي مقلاتي (٢٠١٤) (٢٧)**، إشكالية تأثير الإعلام الجديد في الهوية الثقافية في ظل العولمة، وأن المجتمعات اليوم تعرضت لثورة إعلامية ومعلوماتية وتحولات تكنولوجية كبيرة، تمثل في حقيقتها عصر العولمة، حيث سيطرت فيه قوى عظمى، فيما بقيت أخرى مغلوب على أمرها، لا تتعدى فيه دور المتلقي، وأدى هذا التطور المتسارع في تكنولوجيا الاتصال وثورة المعلومات أن أصبحت الدول المنتجة بث مضامينها وقيمها ونظمها إلى الدول المستهلكة، بهدف التأثير في عاداتها وسلوكياتها وأفكارها.
- **أما دراسة ورم العيد (٢٠١٤) (٢٨)**، **هدفت إلى وصف البعد الثقافي للعولمة، وتبيان آثارها الثقافية على الهوية الثقافية للشباب وسبل التعامل معها للحد من تأثيراتها السلبية،** واستخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي على عينة بلغت ٢٠٠ طالبا وطالبة، من جامعة البشير الإبراهيمي، وقد توصل البحث إلى أن العولمة

الثقافية تؤثر سلباً ومن هذه التأثيرات: التأثير في الهوية الإسلامية للشباب، كغياب الالتزام بتعاليم الدين، وتشويه اللغة العربية، وتم التركيز في هذا البحث على تعيين مجال العولمة هل هي تنحصر في أنها ظاهرة اقتصادية أو سياسية أو تقنية فحسب أم هي بالإضافة إلى ذلك تمثل تحدياً فكرياً وثقافياً ولغوياً، وسلوكياً خصوصاً على الشباب.

• أما دراسة أحمد على كنعان، (٢٠٠٨)^(٢٩)، يهدف البحث إلى تحديد مشكلات الشباب المعاصرة وبيان أسبابها، والوقوف عند نظرة الشباب الجامعي نحو مفهوم الهوية الثقافية، وبيان أثر العولمة على الشباب الجامعي، وتحديد الرؤية المستقبلية لدى الشباب الجامعي، واستخدام الباحث أداة الاستبيان ووزعت على عينة عشوائية من الشباب بجامعة دمشق بمختلف تخصصاتهم العلمية والإنسانية (٥٠٠) مفردة واتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي. ومن أبرز النتائج، التوقف عند مشكلات الشباب الاجتماعية والاقتصادية والدينية والأخلاقية والسياحية والذاتية الشخصية والتي ترجع بعضها إلى جوانب عدة منها: الأسرة، والجنس، والمهنة، والهوية والإدمان والاعتراب واللامبالاه، كما فيه مصادر القلق لدى الشباب التي تعود إلى مظاهر عدة منها عدم الثقة بالنفس، والظروف الاقتصادية السيئة وقلة فرص العمل.

• تشير دراسة (٢٠٠٤) John Tomlinson (2004) "سياسة القرب" إلى مجموعة معينة من المشاكل والقضايا السياسية والثقافية الجديدة التي تواجهها عملية العولمة، وهي تشير بالتحديد إلى نوع الارتباطات التي تنطوي عليها العولمة، حيث أنها تقربنا من بعضها: من الناحية الهيكلية، عبر الترابط المؤسسي المعقد للعولمة، و"الظاهرة" عبر نوع من القرب المحنوي الذي يتم توفيره في تقنيات سد الفجوة الزمنية - لا سيما تقنيات الاتصالات والإعلام. يؤكد المقال أن هذا "التقارب العلني" - في مجموعة معقدة من الطرائق التفاعلية التي لا تلغي، ولكن، في بعض السياقات، تكثيف الاختلافات الثقافية في الواقع - يقدم نظامه الخاص المتميز في السياسة. إنها تحاول رسم خريطة لبعض هذه التضاريس الناشئة، مع التركيز على بعض المناقشات الأخيرة حول العالمية. هنا يستكشف، على سبيل المثال، مشاكل التناقض بين المبدأ الثقافي والسياسي المتخلف عن التأثير الهيكلي للقرب القسري: مبادئ العالمية والإنسانية مقابل مطالب الاختلاف الثقافي؛ التدخلية الأخلاقية مقابل مبدأ السيادة؛ "الحكم العالمي" مقابل مطالبات المحلية. ويخلص

التقرير ، متفائلًا ، من خلال الإشارة إلى أن المخاوف الأبرز لعدم توافق مثل هذه المبادئ قد تكون مبالغًا فيها في الغالب، وأن هناك في الواقع مساحة كبيرة للمناورة (على الأقل نظريًا) على التضاريس الناشئة من السياسات العالمية

- **تسعى دراسة Scott Robert Olson (٢٠٠٢)^(٣١) للكشف عن معنى العالم الافتراضي وما أنتجه من مجتمعات افتراضية لها خصوصياتها التي تميزها عن المجتمعات المحلية، مرورًا بالمواطنة الافتراضية و المواطن الافتراضي وما يرادفه من معاني اسمية كالكائن الافتراضي، والرقمي ، ثم تشكل الهوية الرقمية التي تعد نوعًا خاصًا من الهويات التي تميز مجتمعات اليوم في ظل التحولات المتسارعة، في العالم التي فككت مقولات المكان، الزمان والجغرافيا للبحث في مواصفات تلك الهوية الرقمية في العالم الافتراضي الذي افرغ من الزمن والمكان في وسط منفتح على ثقافات متعددة جاذبة تسعى لتشكيل إنسان كوني بمواصفات رقمية.**

التعقيب على الدراسات السابقة:

- باستعراض الدراسات السابقة العربية والأجنبية، استفادت الباحثة من الملاحظات الآتية:
- تهتم معظم الدراسات الإعلامية بالتأثير العام لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي، وأثبتت أن الاستخدام المفرط لهذه الوسائل يؤدي إلى جنوح الشباب نحو الاغتراب الاجتماعي، بحيث أصبحوا مدمنين لهذه المواقع.
 - أثبتت الدراسات السابقة أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لديهم مستوى مرتفع من تشكيل الرأي العام، وأن التحديثات المتوافرة للمعلومات والأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من الارتباط المعرفي من الفرد والمحتوى، مما يؤثر في تقييمه له بالمصادقية.
 - معظم الدراسات السابقة التي تناولت الهوية الثقافية كانت أوراق بحثية نظرية وغير ميدانية إلا القليل منها. وتناولت أن الثقافة في الوقت الراهن تأثرت بالثقافة العالمية التي تناقض مع خصوصياتنا وهويتنا.
- وفي ضوء ما سبق، استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة البحث وأهدافه وتساولاته على النحو الآتي:

فكرة الدراسة وأهميتها:

قدمت وسائل الإعلام الجديد بديلاً تشير العديد من الدراسات إلى أن الشباب أصبحوا أكثر اعتماداً عليه في تبادل المعلومات والأفكار. وقد أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة كاملة أمام الأفراد في دول العالم المختلفة للتواصل العابر للحدود، وتبادل المعلومات والأفكار. وإذا كانت وسائل الإعلام التقليدي قد عملت لفترات طويلة على دعم قيم الهوية الثقافية المحلية وبناء خطاب دفاعي عنها، فإن الأمر يختلف بالنسبة لوسائل الإعلام الجديد. فمن عقود طويلة ووسائل الإعلام التقليدي تؤدي وظيفتين في مجال الهوية الثقافية تتمثل الأولى في وظيفة نقل القيم Transmission of Values من خلال ما تقوم به وسائل الإعلام من عمليات دمج اجتماعي Socialization ووظيفة الربط أو التواصل Linkage بين أفراد المجتمع وأيضاً بين العديد من الجماعات المشتتة جغرافياً والتي يمكن أن تجمعها قيم واهتمامات مشتركة. وإذا كان الإعلام التقليدي يقوم بدوره في هذا السياق على المستوى المحلي المغلق، فإن مواقع التواصل تقوم بالدور العكسي الذي يعمل على دعم التواصل بين الأفراد المنتمين إلى مجتمعات مختلفة، لكل منهم هويته الثقافية التي تميزه عن الآخر.^(٣٢)

في هذا السياق تتحدد فكرة هذه الدراسة في تحليل استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل كأداة للاتصال العابر للحدود، تمكنهم من التواصل مع شباب من مجتمعات مختلفة وقياس علاقته بعمليات التفكير وإعادة الهيكلة لشبكة القيم التي تشكل حولها الهوية الثقافية. انطلاقاً من تعريف للهوية يذهب إلى أنها تمثل مجموعة من القيم التي تتبلور حولها الذات.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة على السؤالين الرئيسيين التاليين:

١. كيف تؤثر معدلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نوعية الاستخدام.. وهل يعني كثافة استخدام مواقع التواصل في تبادل الأفكار والمعلومات من جانب الشباب توسعاً أكبر في التواصل العابر للحدود مع شباب آخرين؟
٢. كيف يؤثر تبادل المعلومات والأفكار بين الشباب المصري وشباب العالم على شبكة القيم الذاتية التي تتمحور حولها الهوية الثقافية وما هي الاستراتيجيات التي تحكم التواصل المتعلق بالهوية الثقافية عبر مواقع التواصل الاجتماعي طبقاً لنموذج أولسون Olson؟

أهداف البحث:

يسعى البحث إلى تحقيق هدفين رئيسيين هما:

1. التعرف على تؤثر معدلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نوعية الاستخدام.. ومعرفة قوة وحجم التوسع الكبير في استخدام الشباب لمواقع التواصل في تبادل الأفكار والمعلومات مع شباب آخرين خارج الحدود.
2. مدى تأثير تبادل المعلومات والأفكار بين الشباب المصري وشباب العالم على شبكة القيم الذاتية التي تتمحور حولها الهوية الثقافية ومعرفة الاستراتيجيات التي تحكم التواصل المتعلقة بالهوية الثقافية عبر مواقع التواصل الاجتماعي طبقاً لنموذج أولسون Olson.

تساؤلات البحث:

في ضوء تحديد مشكلة البحث وأهدافها وإطارها النظري، يطرح البحث تساؤلين رئيسيين هما:

وكيف يؤثر تبادل المعلومات والأفكار بين الشباب المصري وشباب العالم باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة القيم الذاتية التي تتمحور حولها الهوية الثقافية وما هي الاستراتيجيات التي تحكم التواصل المتعلقة بالهوية الثقافية عبر مواقع التواصل الاجتماعي طبقاً لنموذج أولسون Olson؟

ويندرج تحتها عدة تساؤلات فرعية هي:

1. ما معدلات ودوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي؟
2. ما هي مجالات وخصائص المعلومات المتبادلة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
3. ما مدى حدود وتأثيرات التحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية؟
4. ما القيم المكتسبة- سواء إيجابية – أو سلبية- من الحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل وتأثيرها على الهوية الثقافية للشباب؟

فروض البحث:

١. **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ووجود اتجاه محايد لدى الشباب نحو تأثير التواصل مع الآخر على شبكة قيم الهوية الثقافية.
٢. **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اتجاه الشباب نحو تأثير التواصل مع الآخر على الهوية الثقافية ونوع القيم التي يرون أنها تنتقل عبر مواقع التواصل.
٣. **الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بدافع الحوار مع الآخرين (الشباب) طبقاً لعاملي النوع والمرحلة العمرية.
٤. **الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس شروط التحاور عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لهوية الشخص الذي يتم التحاور معه (مصري- أجنبي).

حدود الدراسة:

- ١- **الحدود الموضوعية:** وتمثلت في تحليل استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل كأداة للاتصال العابر للحدود، تمكنهم من التواصل مع شباب من مجتمعات مختلفة وقياس علاقته بعمليات التفكير وإعادة الهيكلة لشبكة القيم التي تتشكل حولها الهوية الثقافية.
- ٢- **الحدود المكانية:** عينة متاحة من طلاب كليات جامعة القاهرة تمثلت في كليات (التربية، والإعلام، والطب، والهندسة).
- ٣- **الحدود الزمنية:** طبقت الدراسة في الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي ٢٠١٨-٢٠١٩.
- ٤- **الحدود البشرية:** اقتصرَت الدراسة على ٢٠٠ مفردة من طلاب جامعة القاهرة.

منهجية البحث وإجراءاته:

نوع البحث:

ينتمي البحث إلى فئة الدراسات الوصفية والتحليلية، حيث يتجاوز حد التعريف بمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على قيم الهوية الثقافية، إلى تحليل دلالاته فيما يتعلق باستخدامات الشباب الجامعي المصري لمواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال العابر للحدود وعلاقتها بالتحويلات في شبكة قيم "الهوية الثقافية"

المنهج المستخدم وأسلوب جمع البيانات:

تعتمد الدراسة على منهج المسح بمستوييه الوصفي والتفسيري، وتوظف الاستبيان كأداة لجمع البيانات، والذي سيتم تطبيقه على عينة من طلاب جامعة القاهرة، مع استخدام "الأسلوب الإلكتروني" في ملء بيانات الاستبيان.

أداة جمع البيانات وإجراءات تطبيقها:

يقصد بها الأدوات المراد توظيفها في الحصول على بيانات الدراسة، وتم تحديد طريقة جمع البيانات بناءً على طبيعة البيانات المراد الحصول عليها؛ ولذلك استخدمت الباحثة:

الاستبانة: وهي أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استنارة المبحوثين بطريقة منهجية، تم الاعتماد في دراستنا على استبانة الاستبيان لجمع البيانات الميدانية ويمكن تعريفها بأنها: "لائحة مؤلفة من مجموعة من الأسئلة ترتبط بموضوع الدراسة وبعد تصميمها بشكل صحيح ودقيق من المراحل المنهجية الهامة التي يتعين على الباحث أن يوليها اهتمامه وبخاصة أن الافتراضات التي تتحول إلى أسئلة ضمن الاستبانة بشكل اللبنة الأولى في بناء المنطلقات النظرية المعرفي للبحث المدروس". وقد استخدمت الباحثة هذه الأداة من خلال العينة المتاحة من طلاب جامعة القاهرة، مع استخدام "الأسلوب الإلكتروني" في ملء بيانات الاستبيان.

المجتمع البحثي:

تحدد في طلاب جامعة القاهرة، وقد تم اختيار جامعة القاهرة كإطار لسحب عينة الدراسة في ضوء مجموعة من الاعتبارات:

١. تعد جامعة القاهرة الأكثر كثافة من حيث عدد الطلاب المقيدون بمرحلة البكالوريوس والليسانس مقارنة بالجامعات الحكومية الأخرى، إذ بلغ عددهم عام ٢٠١٥ (١٦٩٨٢٠ طالب وطالبة).
٢. تعد جامعة القاهرة الأكثر كثافة من حيث عدد الطلاب المقيدون على مستوى الدراسات العليا مقارنة بالجامعات الأخرى، ويبلغ عددهم (٣٥٨٥٦ طالب وطالبة).
٣. تتميز جامعة القاهرة بين الجامعات الحكومية الأخرى بتعدد وتنوع تخصصات الكليات والمعاهد التي تشتمل عليها، مما يعطي مساحة أكبر للتنوع بين مفردات العينة.

عينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على عينة حجمها ٢٠٠ مفردة من طلاب جامعة القاهرة، تم سحبهم بأسلوب العينة المتاحة. "ويعد أسلوب العينة المتاحة من الأساليب العلمية التي تستخدم في سحب العينات في إطار المجتمعات البحثية التي لا يتوفر لها إطار محدد يمكن سحب مفردات العينة منه" (٣٣). وقد توزعت مفردات العينة طبقاً للنوع بنسبة ٥٣% للذكور و٤٧% للإناث، وهو توزيع يقترب من نسبة الذكور والإناث في المجتمع المصري، وعلى مستوى المرحلة العمرية تركزت النسبة الأكبر (٨٧%) من المفردات في المرحلة العمرية (من ١٨ - أقل من ٢٥ سنة)، ووقعت نسبة (٥%) في إطار المرحلة العمرية (من ٢٥ - أقل من ٣٠ سنة)، ونسبة (٨%) في المرحلة العمرية (من ٣٠ - ٣٥ سنة). وكانت النسبة الأكبر من مفردات العينة في المستوى التعليمي الجامعي (٩٦%)، في حين بلغت نسبة المفردات في المستوى التعليمي الأعلى من الجامعي (٤%). وعلى مستوى توزيع العينة طبقاً لنوع التعليم وقعت النسبة الأكبر (٤٨%) في إطار فئة الدارسين للعلوم الاجتماعية والإنسانية، و(٢٧%) في إطار الدارسين للعلوم الرياضية، و(٢٥%) في إطار الدارسين للعلوم الطبيعية. ويوضح الجدول التالي توزيع مفردات العينة طبقاً للسماط الديموجرافية:

جدول (١)

توزيع مفردات العينة طبقاً للسمات الديموجرافية المختلفة

النسبة	التكرار	النوع
٥٣%	١٠٦	ذكور
٤٧%	٩٤	إناث
النسبة	التكرار	المرحلة العمرية
٨٧%	١٧٤	من ١٨ - أقل من ٢٥ سنة
٥%	١٠	من ٢٥ - أقل من ٣٠ سنة
٨%	١٦	من ٣٠ - ٣٥ سنة
النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
٤%	٨	أعلى من الجامعي
٩٦%	١٩٢	جامعي
النسبة	التكرار	نوع التعليم
٤٨%	٩٦	علوم اجتماعية وإنسانية
٢٥%	٥٠	علوم طبيعية
٢٧%	٥٤	رياضيات
٢٠٠		ن

الإطار النظري للبحث:

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على ثلاثة محاور أساسية، تتطلب بالضرورة أخذها في الاعتبار عند تفسير النتائج، و **يتمثل المحور الأول** على نموذجين هما: **نموذج أولسون Olson** وحدد فيه خمس استراتيجيات أساسية تُوظف من خلالها وسائل الاتصال عناصر الثبات في الهوية الثقافية المحلية و التأثيرات الثقافية للهويات المغايرة في ظل العولمة. و **نموذج التلقي Reception Model**. و **يتمثل المحور الثاني** في مدى استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات واعتمادهم عليها كمصادر تشكل معارفهم وثقافتهم، وتأثير ذلك في اتخاذ القرارات وتوجيه السلوك وتشكيل الاتجاهات، والتعرض لنموذج التلقي Reception Model. و **يتمثل المحور الثالث** في معرفة الأبعاد الثقافية المفسرة لوجود الاختلافات الثقافية في الأفراد، والمتمثلة في العلاقات الناشئة في الفضاء الرقمي الافتراضي.

المحور الأول:

أ. نموذج أولسون Olson:

تعتمد الدراسة على نموذج أولسون Olson وحدد فيه خمس استراتيجيات أساسية تُوظف من خلالها وسائل الاتصال عناصر الثبات في الهوية الثقافية المحلية في التفاعل مع الحركة الناتجة عن التأثيرات الثقافية للهويات المغايرة في ظل العولمة؛ إذ صنف هذه الاستراتيجيات إلى :

١- إستراتيجية الحوار **Dialogue Strategy** : وتعنى وجود حوار أو جدل بين الثقافة الهامشية والثقافة المهيمنة حول مضمون المنتج الإعلامي من منطلق اقتناع الطرفين أن هناك اختلافاً في علاقات القوة بينهما، ويهدف الحوار إلى الوصول إلى نقطة توازن بينهما على الخريطة الإعلامية العالمية .

٢- إستراتيجية الفائدة المشتركة **Mutual Interest Strategy** : وتعكس هذه الإستراتيجية أيضاً نوعاً من الحوار عندما تتحقق استفادة متعادلة لكلا الطرفين : الثقافة المهيمنة والثقافة الهامشية أو التابعة ، مثلما تدعم قيم الثقافة الأمريكية وتروج لقيم الثقافة في القارة الأوروبية .

٣- إستراتيجية تغيير القواعد **Rule Changing Strategy** : وتعنى رفض الثقافة الهامشية قبول المشاركة في التفاعل طبقاً للقواعد التي تقدمها الثقافة المهيمنة ، وتحاول تغيير هذه القواعد والوصول إلى نقطة توازن في علاقات القوة . والمثال الواضح على ذلك ما يفرضه الاتحاد الأوروبي على كل دولة عضو فيه من أن يكون حجم المعروض في تليفزيوناتها مما هو أوروبي الإنتاج ٥٠ % على الأقل ، كمحاولة لتشجيع الإنتاج التليفزيوني الداخلي والحد من سيطرة المنتج الإعلامي والثقافي الأمريكي المستورد .

٤- إستراتيجية الثورة **Revolution Strategy** : وهى تشير إلى مقاومة الثقافة الهامشية لسيطرة الثقافة المهيمنة من خلال الصراع المباشر معها ، وتؤدى وسائل الإعلام المحلية في هذه الحالة دوراً أساسياً كآلية من آليات الدفاع ؛ إذ يتم التحكم فيها والسيطرة عليها بغرض توظيفها في هذا الاتجاه .

٥- إستراتيجية احتجاز الرهينة **Hostage Taking Strategy** : وهى تتشابه مع إستراتيجية الثورة في مقاومة الثقافة الهامشية للثقافة المهيمنة وذلك بأن تستغل الثقافة الهامشية ظروفاً معينة ، عرضية أو مدبرة، من أجل كسب السيطرة على عنصر

معين من عناصر صراعها الثقافي مع الآخر ليصبح رهينة أو ميزة مساندة لها في صراعها مع الثقافة المهيمنة ، كأن يتم بناء الخطاب المضاد للثقافة الغربية على فكرة مادية المجتمع الغربي وافتقاره إلى الروح في أدائه وممارساته. (Olson 2002, P. 5-6)

ب- نموذج التلقي Reception Model :

يقوم الفرض الرئيسي لنموذج التلقي على أن الفرد المتلقي للمعلومات في أي موقف يعتمد بشكل أساسي على وسائل الاتصال في استقبال المعلومات. ويتأثر في ذلك بالعديد من العوامل، مثل نمط استخدام الوسيلة ، نوع الوسيلة، نوع المضمون، واهتمامات المتلقي واتفاق المضمون مع اتجاهاته الراهنة، وترتبط عملية التلقي مباشرة بفكرة تكوين المعنى عند الجمهور المتلقي من خلال التعامل مع النصوص المقروءة والمرئية^(٣٤)

ويؤكد النموذج أن جمهور المتلقين في سلوك الاتصال يسعى لتحقيق نفس الأهداف التي حددها ماكويل من قبل في إطار الوظائف الآتية:-

- وظيفة دعم القيم وتحديد الهوية الشخصية.
- وظيفة التماسك الاجتماعي.
- وظيفة الإعلام.
- وظيفة الترفيه.

والمتلقي للمعلومات في عملية الاستقبال يخصص نشاط يقوم باختيار المادة^(٣٥)

وتتعدد دوافع التلقي لمضمون وسائل الإعلام لدى الجمهور، ويأتي في مقدمتها أهمية المضمون، بجانب تأثير عمليات الفهم والإدراك والخبرات السابقة للمتلقي^(٣٦). وحجم تعرضه للوسيلة الإعلامية وطبيعة انتمائه، ومدى اتفاه مع اتجاهات المتلقي.

وتستفيد الدراسة الحالية من نموذج التلقي للتعرف على العوامل المؤثرة في تلقي الشباب المصري للرسائل الاتصالية من مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد التأثيرات الناتجة على قيم الهوية الثقافية

المحور الثاني: استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي:

وقد اهتمت البحوث والدراسات في القرن الحادي والعشرين بدراسة دوافع واشباعات الانترنت كوسيط اتصالي مكمل لدور الاتصال الشخصي، ولقدرته على

الوصول لأكبر قدر من الأفراد كل على حده، فضلاً عن أنها تمثل وسائل الاتصال الحديثة وقد كشفت دراسات المدخل وجود عوامل يمكن أن تؤثر على علاقة الجمهور بالوسيلة منها علاقة متعلقة بالأفراد أنفسهم (سماتهم العامة والاجتماعية)، وعوامل متعلقة بالوسيلة - سمات الانترنت - كوسيط اتصالي، وعوامل تتعلق بسباق التعرض للوسيلة مثل مصادر وقت الفراغ ومدى مصداقية هذه الوسيلة.

ويسعى مدخل الاستخدامات والإشباعات إلى تحقيق الأهداف التالية

١. اكتشاف كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال.
٢. تفسير دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال.
٣. تأكيد نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف الفهم الأعمق لعملية الاتصال الجماهيري
٤. تعرف دور المتغيرات الوسيطة وتأثيرها في استخدامات أفراد الجمهور لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة لهم من تلك الوسائل (أسامة غازي المدني، ٢٠١٥، ص ٣٩٨)

دوافع التعرض لوسائل الإعلام: يعد تصنيف (روين و وينداهل) من أشهر تصنيفات دوافع استخدام وسائل الإعلام، حيث صنف هذه الدوافع إلى:

- الدوافع النفعية: ويقصد بها اختيار وسيلة إعلامية مناسبة لإشباع الحاجة إلى المعرفة، واختيار الشباب لنوع معين من المضمون والوسيلة لإشباع حاجات من المعلومات والمعرفة.
- الدوافع الطقوسية: وتهدف إلى تضييق الوقت والتنفيس والاسترخاء والهروب من الروتين اليومي والمشكلات، وقضاء وقت الفراغ^(٣٧)

وقد أضاف بعض الباحثين نوعين من الدوافع يتعلقان بدوافع استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي:

- الدوافع الاجتماعية: وتتمثل في السعي إلى إقامة علاقات جيدة، والحرص على التفاعل الاجتماعي والمشاركة الاجتماعية مع أفراد الأسرة والأصدقاء، فضلاً عن حرية التعبير عن الرأي في الموضوعات والقضايا المختلفة.
- الدوافع المتعلقة باستخدام وسائل الإعلام الجديدة: مثل الرغبة في الاختيار والسيطرة على المضمون إلى خاصية التفاعلية التي تتميز بها هذه الوسائل^(٣٨)

مدى استفادة الدراسة الحالية من مدخل الاستخدامات والإشباعات:

ينظر مدخل الاستخدامات والإشباعات إلى جمهور وسائل الإعلام على أنه جمهور نشط في استخدامه لتلك الوسائل، وعليه فإن الدراسة تنظر إلى أن طلاب جامعة القاهرة جمهور نشط يتعامل بوعي ونشاط مع شبكات التواصل الاجتماعي، وينتقي منها المضامين التي تشبع حاجاته وتحقق توقعاته وتلبي رغباته. وأيضاً ساعد دراسة مدخل الاستخدامات والإشباعات الباحثة في تحديد العوامل الديمغرافية للشباب الجامعي عينة الدراسة، ومحاولة ربطها بالدوافع والإشباعات ومعدل التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي.

ويتمثل المحور الثالث: في معرفة الأبعاد الثقافية المفسرة لوجود الاختلافات الثقافية في الأفراد، والمتمثلة في العلاقات الناشئة في الفضاء الرقمي الافتراضي

تناولت مجموعة من الدراسات في إطارها النظري الهوية والخصوصية الثقافية التي تميز المجتمعات والدول، ومنها دراسة (غالية غضبان) وأيضاً دراسة (وارم العيد) إلى وصف البعد الثقافي للعولمة، وتبيان آثارها الثقافية على الهوية الثقافية للشباب وسبل التعامل معها للحد من تأثيراتها السلبية، والدور الذي يلعبه في المحافظة على الهوية الثقافية للمجتمع رغم ما يعترضها من تغيرات اجتماعية، وناقشت دراسة (بلالي عبد الملك) تحديد مفهوم الهوية الثقافية ومدى تأثيرها بالعولمة وخاصة الثقافية منها، مبرزة وسائلها من تكنولوجيا سمعية، وسمعية بصرية، وشبكة عنكبوتية. وذكر (ميلاد نصر) أن ثقافتنا في الوقت الراهن عرفت العديد من التغيرات التي طرأت عليها نتيجة للثقافة الغربية التي تروج لها عبر وسائل الإعلام، محاولة صياغة ثقافة عالمية لها قيمها ومعاييرها وأنماطها السلوكية المتناقضة مع خصوصياتها وهويتها، إذ تواجه مجتمعاتنا الكثير من التحديات الناتجة عن العولمة.

فالتنوع الثقافي مفهوم متعدد المعاني (polysémique) يغطي حقائق متفاوتة^(٣٩). يستخدم مصطلح التنوع غالباً للحديث عن الاختلافات أو التشابه بين الأفراد. وتنعكس هذه الاختلافات حسب: النوع، العرق، المظهر، الدين والمعتقدات، القيم، السن، التربية، اللغة... الخ. كما يشمل التنوع الأفكار والآراء، الصفات الشخصية، والخبرات المهنية والحياتية، والمهارات والمعارف المختلفة للأفراد. ويتعلق التنوع الثقافي أساساً بالاختلاف في الثقافة واللغة وتنوع القيم والعادات. ويعرف Taylor Cox (١٩٩٤) التنوع الثقافي بأنه: "تمثل (representation) في نسق معين، لأفراد ومجموعات من انتماءات ثقافية مختلفة"^(٤٠)

يعرف الدكتور زهير حطب الهوية بأنها فعل إرادي، انتقائي يقرب بين العناصر المكونة للهوية لتوحيدها في إطار مشروع مشترك وحياة مشتركة يلتقي عليها أكبر تجمع من الأمم والشعوب لتأكيد انتماءه إلى العصر من جهة وليضمن حقوقه على أساس الخيار القانوني من جهة أخرى.^(٤١)

وعليه نجد أن الهوية تتكون عندما يحاول الناس إيصال صورتهم إلى الآخرين وهم ينجحون في ذلك وقد يخفقون. وإذا أخفقوا سوف يدركون صعوبة الاحتفاظ بالهوية التي يريدونها. والهويات لا تتعلق فقط بانطباعنا عن أنفسنا، وإنما بانطباعنا عن الآخرين وانطباع الآخرين عنا. (هارلميس، ٢٠١٠، ص ١٠٥-١٠٦)

ويمكن تحديد بعض ملامح الهوية الثقافية وهي مجموعة من الملامح الثقافية الخاصة بجماعة سياسية واحدة بما يميزها عن غيرها من الجماعات وكذا وجود علاقة بين الهوية والثقافة، فالثقافة هي التي تشكل الهوية وهي التي تعطي الاسم والمعنى والصورة، أي هي التي تجعل جماعة متميزة أو مختلفة عن الجماعات الأخرى.

الهوية الثقافية: هي عبارة عن ثقافة ما، أو هوية لمجموعة ما أو شخص ما نظراً لإمكانية تأثر هذا الشخص بهوية المجموعة الثقافية، أو ثقافته التي ينتمي إليها. مصطلح الهوية الثقافية يماثل أو يتقاطع مع مصطلح سياسة الهوية؛ حيث إن الهوية هي ذات الفرد، وتتضمن في معناها عدداً من القيم والمعايير، وتشكل ثقافة الإنسان ومدى معرفته في عددٍ من المجالات المختلفة، إضافة إلى إلمامه ووعيه بالقضايا المحيطة به في المجتمع، حيث إنها تمثل التراث الفكري له.

مفهوم الهوية الثقافية: هي معرفة وإدراك الذات القومية ومكوناتها من قيم وأخلاق وعادات وتقاليد ودين، وهي السمات والخصائص التي يتميز بها شعب ما عن غيره من الشعوب، وترتبط هذه السمات بالسلوكيات العامة لمجموع الأفراد والعلاقات السائدة والمنتج الفني والثقافي.^(٤٢) وهذه المجموعة تشكل أمةً بهويتها وحضارتها التي تختلف من مكان لآخر في العالم.

ويمكن تعريف الهوية الثقافية والحضارية لأمة من الأمم بأنها "القدر الثابت، والجوهري والمشارك من السمات والقسمات العامة التي تميز حضارة هذه الأمة عن غيرها من الحضارات والتي تجعل للشخصية الوطنية أو القومية طابعاً يتميز به عن الشخصيات الوطنية والقومية الأخرى"^(٤٣)

نستنتج من تعريفات الهوية الثقافية أنه يستحيل وقوعها تحت مقولة العولمة، وذلك لتعدد الثقافات حول العالم، حيث إنها لا توجد هناك ثقافة عالمية واحدة، ويستحيل أن تتواجد في يوم من الأيام، لكن المتواجد عددٌ من الثقافات المتعددة والمتنوعة على مستوى الأفراد والجماعات والأمم، وتعمل كل ثقافةٍ من هذه الثقافات بصورةٍ عفويةٍ وتلقائيةٍ، أو عن طريق تدخلٍ من أصحاب هذه الثقافة بهدف الحفاظ على مقوماتها وكيانها الخاص، ومنها ما يميل إلى الانكماش والانغلاق، ونوعٌ آخر من الثقافات يهدف إلى التوسع والانتشار

ومن هنا يمكن تعريف (العولمة الثقافية) على أنها محاولة مجتمع يمتلك نموذجاً ثقافياً معيناً بتعميمه على بقية المجتمعات الأخرى، وذلك من خلال التأثير على مجموعةٍ من الأنماط السلوكية لأفراد هذه المجتمعات، والمفاهيم الحضارية، إضافةً إلى القيم الثقافية، بالاستعانة بوسائل ثقافية، واقتصادية، وتقنيةٍ مختلفةٍ.

ولا تكتمل الهوية الثقافية ولا تبرز خصوصيتها الحضارية، ولا تبدو هويةً ممثلةً قادرةً على الأخذ والعطاء، إلا إذا تجسدت مرجعيتها في كيانٍ مشخصٍ تتطابق فيه ثلاث عناصر هي الوطن الأمة، الدولة.

- الوطن بوصفه الأرض أو الجغرافيا والتاريخ، وقد أصبحنا كياناً روحياً واحداً يعمر قلب كل مواطن.

- الأمة بوصفها النسب الروحي الذي تنسجه الثقافة المشتركة.

- الدولة بوصفها التجسيد القانوني لوحدة الوطن والأمة

نتائج الدراسة

١. معدلات ودوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي:

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياة الشباب الجامعي، وتدلل نتائج الدراسة الميدانية على أن معدلات استخدام هذه المواقع ترتفع بصورة ملحوظة، فالنسبة الأكبر من الشباب الجامعي (٦٦%) تستخدمها لأكثر من ٣ ساعات يومياً، وتستخدم نسبة (٢٠%) هذه المواقع لمدة تتراوح ما بين ساعتين إلى ٣ ساعات، وتقل بعد ذلك نسبة مستخدمي مواقع التواصل لمدة تتراوح ما بين ساعة إلى أقل من ساعتين، ولمدة تقل عن ساعة (٢%) فقط من المفردات.

وتتفق هذه النتيجة ما توصلت إليه العديد من الدراسات السابقة التي حاولت استكشاف معدلات استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها دراسة (أسامة غازي، ٢٠١٥، ص ٢٣) والتي أثبتت ارتفاع معدلات استخدام طلبة الجامعات، وأن معدلات الاستخدام تتزايد باستمرار مع ارتفاع مستوى خبرة الشباب بهذه المواقع. وتدلل ارتفاع معدلات الاستخدام على الدور الذي أصبحت تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي كمنافس لوسائل الإعلام التقليدي، وكذلك الأدوار التي أصبحت تلعبها في حياة الشباب، والتي تؤثر إلى حجم التأثير الذي يمكن أن تمارسه عليه.

وتشير نتائج الدراسة إلى أن "الموبايل" أصبح الوسيلة الأكثر شيوعاً والتي يعتمد عليها الشباب في الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي، فهو الوسيلة الأبرز لدى نسبة (٩٣%) من مفردات العينة، يليه "اللاب توب" بنسبة (٣٠%) ثم كل من التابلت والآيباد بنسب محدودة. وتجد هذه النتيجة تفسيرها في حجم الانتشار الذي أصبحت تحظى به أجهزة "الموبايل" مقارنة بمعدلات انتشار أجهزة اللاب توب والآيباد والتابلت بين الشباب الجامعي، وهو ما يتأكد من مراجعة عدد خطوط المنتشرة بين المصريين، وقد أشارت إحصائية صادرة عن الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء في مصر إلى أن عدد خطوط الموبايل المتداولة بين المصريين تصل إلى ٩٦ مليون خط. وقد توصل (Salehan & Negahban, 2013) إلى وجود علاقة بين ارتفاع معدلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانتشار التليفون الذكي Smartphone، فانتشار الموبايلات الذكية بما تنتجه من إمكانيات وتطبيقات جعلتها النافذة الأهم للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي.

وأثبتت الدراسة أن موقع واتس أب يعد أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً من جانب الشباب الجامعي (بنسبة ٦٧%)، يليه موقع فيسبوك (٦٢%)، ثم موقع انستجرام (٣٤%)، ثم موقع تويتر (١٨%)، ويستخدم الشباب موقعي لينكد إن وسناب شات بنسب محدودة. وتتسق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Najli, 2014) والتي خلصت إلى أن موقعي فيسبوك وواتس أب هما الأكثر استخداماً ضمن منظومة مواقع التواصل الاجتماعي. وتدلل هذه النتيجة على أن الشباب أميل إلى مواقع التواصل الاجتماعي التي تشبع حاجتهم إلى الدردشة والحصول على وتبادل المعلومات، وتبادل الصور.

وتتكامل النتيجة السابقة مع النتيجة التي توصلت إليها الدراسة فيما يتعلق بدوافع استخدام الشباب الجامعي، فقد ثبت أن دافع التحاور مع الآخرين "الدردشة" يعد الدافع

الأهم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي (بنسبة ٧٤%)، يليه دافع الحصول على المعلومات، متمثلاً في متابعة الأحداث الجارية (٥٥%)، يليه دافع تبادل المعلومات عبر مجموعات الاهتمام المشترك (٥٢%)، ودافع التسلية وتمضية الوقت (٥٣%)، ثم دافع تبادل الصور (٢٧%)، ثم يظهر دافع التعرف على شخصيات جديدة من مجتمعات أخرى (١٥%)، ثم يظهر بنسبة محدودة دافع التعليق على الأحداث الجارية (٨%). وتتسق هذه النتيجة مع ما توصل إليه (Schwarz, 2013) من وجود عدة دوافع لاستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي من أهمها: التواصل الاجتماعي وبناء الصداقة وتعرف الأخبار والترفيه وأخيراً المشاركة السياسية

وتشير النتيجة السابقة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل لدى الشباب نافذة لتبادل الحوار داخل "دوائر مغلقة"، وتميل في حدود ضيقة إلى الانفتاح على الآخر (شخصيات غير معروفة لدى المستخدم). فالشباب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في التفاعل مع مجموعات محددة ومعروفة لديهم، تتمثل في مجموعة الأصدقاء والمعارف، ومجموعة "الاهتمام المشترك"، ونسبة توظيف هذه المواقع كنافذة للتعرف على شخصيات جديدة من مجتمعات أخرى محدودة للغاية.

جدول رقم (٢)

معدلات ووسائل ودوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	معدل الاستخدام
٢%	٤	أقل من ساعة
١٢%	٢٤	من ساعة إلى أقل من ساعتين
٢٠%	٤٠	من ساعتين إلى ٣ ساعات
٦٦%	١٣٢	أكثر من ٣ ساعات
١٠٠%	٢٠٠	المجموع
النسبة	التكرار	وسيلة الدخول إلى المواقع
٩٣%	١٨٦	الموبايل
٣٠%	٦٠	اللاب توب
٥%	١٠	التابلت
٧%	١٤	الأيبياد
	٢٠٠	ن
النسبة	التكرار	ترتيب الموقع تبعاً للاستخدام
٦٢%	١٢٤	فيسبوك
١٨%	٣٦	تويتر
٣٤%	٦٨	انستجرام
٦٧%	١٣٤	واتس آب
٥%	١٠	سناب شات
٧%	١٤	لينكد إن
٧%	١٤	بنتريست
	٢٠٠	ن
النسبة	التكرار	دوافع استخدام المواقع
٧٤%	١٤٨	الدرشة مع الآخرين (الشات)
٥٢%	١٠٤	تبادل المعلومات مع مجموعات اهتمام مشترك
٢٧%	٥٤	تبادل الصور
٥٥%	١١٠	متابعة الأحداث الجارية
٨%	١٦	التعليق على الأحداث الجارية
٥٣%	١٠٦	التسلية وقتل الوقت
١٥%	٣٠	التعرف على شخصيات من مجتمعات أخرى
	٢٠٠	ن

٢. مجالات وخصائص المعلومات المتبادلة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٣) تتركز المعلومات التي يميل الشباب إلى استقبالها والتعامل معها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مجموعة من المساحات التي تعبر عن اهتمامات مشتركة بين المستخدمين، وتحلل المعلومات العامة المفيدة موقع الصدارة على خريطة اهتمامات الشباب عند تلقي المعلومات عبر مواقع التواصل (بنسبة ٦٧%)، يليها المعلومات الطريفة والمسلية (٦٠%)، ثم المعلومات المتصلة بمجال العمل (٣٧%)، ثم المعلومات المتعلقة بثقافات المجتمعات الأخرى (٢٦%) وتنخفض بشكل ملحوظ معدلات اهتمام الشباب بتبادل معلومات تتعلق بموضوعات متخصصة (٥%). وتعني هذه النتيجة أن الاهتمام الأكبر للشباب يتركز في دوائر المعلومات العامة المسلية، وعندما يبحث عما هو خاص -على مستوى المعلومات- فإنه يهتم بالدرجة الأكبر بالمعلومات المتعلقة بمجال العمل. كما يعبر انخفاض معدلات اهتمام الشباب بالمعلومات المتعلقة بثقافات المجتمعات الأخرى عن تراجع مستويات اهتمامهم بالانفتاح على الآخر والميل إلى التفاعل على مواقع التواصل طبقاً لمفهوم الدوائر المغلقة.

وتتأكد النتيجة السابقة بمراجعة نوعية المعلومات التي لا يكتفي الشباب بالاهتمام بها بل ينشطون في تبادلها عبر مواقع التواصل، حيث تميل النسبة الأكبر منهم (٥٤,٥%) إلى تبادل المعلومات العامة، ثم المعلومات المتعلقة بالهوايات المشتركة (٣٦%)، ثم المعلومات المتعلقة بالتعليم والدراسة (٣٣%)، ثم المعلومات المرتبطة بالقيم الاجتماعية (٢٧,٥%)، ثم المعلومات المتعلقة بالعمل (٢١,٥%)، ويعني ذلك أن قاعدة تبادل المعلومات بين الشباب عبر مواقع التواصل تتسع مع ظهور المعلومات العامة أو المشتركة، ثم تضيق بعد ذلك كلما صعدنا إلى المعلومات النوعية، وتحلل المعلومات التعليمية مساحة أكبر في عمليات التبادل مقارنة بالمعلومات المتصلة بالعمل. ويمكننا تفسير هذه النتيجة في ضوء ما توصل إليه (أسامة غازي، ٢٠١٥، ٤١٧) من أن الشباب الجامعي يميل بالدرجة الأكبر إلى التفاعل مع وتبادل المعلومات ذات الصلة بالقضايا والموضوعات العامة والمتصلة بالشأن العام، مقارنة بالمعلومات النوعية، لأن النوع الأول من المعلومات يساعده في تكوين اتجاه وموقف من القضايا العامة، الأمر الذي يفسر الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام.

وتمثل مقاطع الفيديو الشكل المفضل لتلقي المعلومات لدى النسبة الأكبر من الشباب (٦٥%)، يأتي بعد ذلك المعلومات النصية المكتوبة (٥١%)، وتقترب منها في النسبة المعلومات التي يتم تلقيها عبر الصور الثابتة (٥٠%). ويعد الشكل السمعي أقل الأشكال

تفضيلاً لتلقي المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وتعني هذه النتيجة أن الشباب يميلون إلى تلقي المعلومات في القوالب الأسهل التي لا تتطلب منهم بذل مجهود كبير في استقبالها واستيعابها. ومن المعروف أن قالب الفيديو الأكثر نجاحاً على هذا المستوى.

جدول رقم (٣)

مجالات وخصائص المعلومات المتبادلة بين الشباب عبر مواقع التواصل

النسبة	التكرار	نوعية المعلومات
٢٦%	٥٢	معلومات حول ثقافات المجتمعات الأخرى
٣٧%	٧٤	معلومات في مجال العمل
٦٧%	١٣٤	معلومات عامة مفيدة
٦٠%	١٢٠	معلومات طريفة ومسلية
٥%	١٠	معلومات عن موضوعات متخصصة
٢٠٠		ن
النسبة	التكرار	الموضوعات
٢١,٥%	٤٣	تبادل معلومات تتعلق بالعمل
٣٦%	٧٢	تبادل معلومات تتعلق بهوايات مشتركة
٣٣%	٦٦	تبادل معلومات تتعلق بالدراسة والتعليم
٢٧,٥%	٥٥	تبادل معلومات تتعلق بالقيم الاجتماعية
٥٤,٥%	١٠٩	تبادل معلومات عامة
٢٠٠		ن
النسبة	التكرار	الشكل المفضل لاستقبال المعلومات
٥١%	١٠٢	الكلام المكتوب
٥٠%	١٠٠	الصور
٦٥%	١٣٠	الفيديوهات
٢٠%	٤٠	المقاطع السمعية
٢٠٠		ن

٣. حدود وتأثيرات التحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية:

جدول (٤) حدد الشباب مجموعة من الاشتراطات الواجب توافرها في الحوار مع الآخر، تتعلق باللغة والمرحلة العمرية والنوع والمستوى التعليمي والمهنة. وقد تصدر هذه الشروط الشرط المتعلق بالتماثل في اللغة بنسبة (٤٠,٥%)، ثم شرط التقارب في

العمر بنسبة (٣٠%) ثم شرط الاتفاق في النوع (٢٥,٥%) ثم شرط التقارب في المستوى التعليمي (٢٤,٥%)، ثم شرط التقارب في المهنة (٢٢,٥%). وتعني هذه النتيجة أن شرط اللغة هو أهم شرط للحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لأن اللغة هي جسر التفاهم بين المتحاورين، ويبرز شرط التقارب في العمر لأنه يدعم فكرة وجود اهتمامات مشتركة بين الطرفين، وينطبق ذلك أيضاً على شرط التقارب في المستوى التعليمي، ويلاحظ أن الشرطين المتعلقين بالاتفاق في النوع والتقارب المهني يترجعان كأساس لبناء حوار على مواقع التواصل، مما يعني درجة أكبر من الانفتاح من جانب الشباب على الحوار مع الآخر حول قضايا الهوية الثقافية.

حدد الشباب مجموعة من القيم التي تحكم الحوار أو التفاعل مع أشخاص ينتمون إلى هويات ثقافية أخرى عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبرز في هذا السياق فكرة "الاحترام المتبادل" كأساس يحكم التحوار، ومثلت قيمة مركزية حاکمة للحوار بنسبة (٧٦,٥%)، يأتي بعد ذلك الاستماع الجيد إلى الآخر (٣٧,٥%)، ثم مبادلة الحجة بالحجة (٢١%)، ومن الملفت أن قيمة الندية تراجعت في نسبة حضورها في هذا السياق إلى (٦,٥%)، ما يعني أن الاهتمام بالقيم التي تحكم أسلوب أو شكل الحوار، يتفوق على الاهتمام بمنظومة القيم التي تحكم الثقافة التي يعبر عنها الشباب.

ويميل الشباب بالنسبة الأكبر إلى اختيار أشخاص محليين عند التحوار حول منظومة القيم التي تحكم الهوية الثقافية، وكذلك الأشخاص الذين ينتمون إلى نفس شبكة القيم على المستوى الإقليمي. فقد وجد أن نسبة (٧٨,٥%) من الشباب يفضلون في هذا السياق التحوار مع مصريين أمثالهم، يأتي بعد ذلك الحوار مع العرب (٣١,٥%) المنتمين إلى نفس المنظومة الثقافية، ثم يظهر الحوار مع الآخر، ويتحدد هنا في الآخر الأوربي بنسبة (٣٠%) والآخر الأمريكي بنسبة (٢٤%). وتعني هذه النتيجة أن الشباب يحتكم إلى مبدأ القرب (المحلي والإقليمي) عند الدخول في حوار حول منظومة القيم التي تحكم الهوية الثقافية، وأن الآخر بالنسبة للشباب يتحدد بالأساس في "الأوربي" ثم "الأمريكي"، ولا يظهر في دوائر ثقافية أخرى إلا بنسب ضئيلة للغاية مثل الآخر الياباني والآخر الهندي، ويختفي تماماً الآخر القاري "الأفريقي" على خريطة حوار الشباب مع أشخاص من خارج البيئة المحلية حول قيم الهوية الثقافية. ويعني ذلك أن الآخر بالنسبة للشباب الجامعي يتحدد في "الآخر الغربي".

وتشكل الموضوعات المرتبطة بالأحداث الجارية المساحة الأهم للتحوار حول قيم الهوية الثقافية بنسبة (٨١,٥%) بين الشباب، ويأتي بعدها الموضوعات المتعلقة

بالمستقبل (٤٧%)، وتراجع بصورة ملحوظة نسبة اهتمام الشباب بالموضوعات التاريخية ذات الصلة بقضية الهوية الثقافية (٨,٥%)، وهي نتيجة لافتة وتعني أن الشباب يرى أن الهوية الثقافية تتأسس على قضايا الحاضر والمستقبل أكثر من قضايا الماضي.

جدول رقم (٤)

شروط وأسس وهويات وموضوعات التفاعل بين الشباب حول قيم الهوية الثقافية

النسبة	التكرار	شروط الحوار
٤٠,٥%	٨١	التماثل في اللغة
٣٠%	٦٠	التقارب في العمر
٢٥,٥%	٥١	الاتفاق في النوع
٢٤,٥%	٤٩	التقارب في المستوى التعليمي
٢٢,٥%	٤٥	التقارب في المهنة ونوع العمل
٢٠٠		ن
النسبة	التكرار	أسس الحوار
٦,٥%	١٣	الندية
٧٦,٥%	١٥٣	الاحترام المتبادل
٢١%	٤٢	مبادلة الحجة بالحجة
٣٧,٥%	٧٥	الاستماع الجيد للآخر
٢٠٠		ن
النسبة	التكرار	هويات الأشخاص
٧٨,٥%	١٥٧	المصريون
٣١,٥%	٦٣	العرب
٣٠%	٦٠	الأوروبيون
٢٤%	٤٨	الأمريكيون
١%	٢	الهنود
١%	٢	اليابانيون
-	-	الأفارقة
٢٠٠		ن
النسبة	التكرار	الموضوعات
٨,٥%	١٧	الموضوعات التاريخية
٨١,٥%	١٦٣	الموضوعات الحالية
٤٧%	٩٤	موضوعات مستقبلية
٢٠٠		ن

جدول (٥) وهناك مجموعة من التأثيرات التي تترتب على التحوار بين الشباب حول قيم الهوية الثقافية. وتتمثل أبرز أوجه الاستفادة الناتجة عن هذا النوع من الحوارات في الاستفادة المعرفية (بنسبة ٨١%)، يليها الاستفادة الثقافية (٥٠,٥%)، ثم تظهر الاستفادة الثقافية بنسبة منخفضة (١٣%)، وتعني هذه النتيجة أن اهتمام الشباب بالتفاعل المعلوماتي حول الهوية الثقافية يتفوق على اهتمامهم بالتفاعل القيمي، أي التفاعل المتعلق بشبكة القيم المتعلقة بالهوية الثقافية.

وتتسق هذه النتيجة مع نتيجة أخرى توصلت إليها الدراسة، حيث وجد أن نسبة (٥٦%) من الشباب ترى أن تأثير الحوار مع الآخر حول قيم الهوية الثقافية محدود، في حين رأت النسبة الأقل (٣٥%) أن تأثيراته كبيرة، ونفت نسبة (٩%) وجود أي تأثير لهذا النوع من الحوارات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويعني ذلك ارتفاع معدلات ثقة النسبة الأكبر من الشباب في ثبات القيم التي تتشكل حولها الهوية الثقافية، وأن التحوار مع الآخر لا يؤدي بالضرورة إلى اهتزازها. ويتساند مع هذه النتيجة نتيجة أخرى توصلت إليها الدراسة، إذ وجد أن نسبة (٦٤%) من الشباب رأت اعتبار تأثير التحوار مع الآخر حول منظومة القيم الثقافية محايداً، وتفوقت بعد ذلك نسبة من يرون أن التأثير حين يحدث يكون إيجابياً (٢٣,٥%) مقارنة بالنسبة التي ترى أن التأثير يكون سلبياً (١٢,٥%)، الأمر الذي يفسر إجماع النسبة الأكبر من الشباب عن التحوار حول قضايا الهوية الثقافية خارج النطاقين المحلي والإقليمي.

ويعد "الاغتراب" عن القيم التي تحكم دوائر الثقافة المحلية التأثير السلبي الأبرز للتحوار مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويبرز في هذا السياق الاغتراب عن دائرة المجتمع وما يحكمه من قيم (بنسبة ٨٦%)، ثم الاغتراب عن دائرة قيم الأسرة وما يحكمها من قيم (٤٧%). أما التأثير الإيجابي الأبرز للتحوار حول شبكة القيم التي تحكم الهوية الثقافية فيتمثل في دعم التعارف بين البشر (٥٦%)، ثم تحقيق فوائد مشتركة للمتحوارين (٤٥,٥%)، ثم إعادة النظر في بعض الأفكار والقيم التي يؤمن بها الفرد (٣٩,٥%)، ويظهر بعد ذلك إشعار المتلقي بقوة القيم الحاكمة لهويته الثقافية بنسبة (٢٦,٥%).

جدول رقم (٥)

تأثيرات التحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل على قيم الهوية الثقافية

النسبة	التكرار	الفوائد المترتبة على التحوار
٨١%	١٦٢	الاستفادة المعرفية
٥٠,٥%	١٠١	الاستفادة الثقافية
١٣%	٢٦	الاستفادة الاقتصادية
٢٠٠		ن
النسبة	التكرار	حدود تأثير التحوار على الهوية
٣٥%	٧٠	يؤثر إلى حد كبير
٥٦%	١١٢	يؤثر إلى حد ما
٩%	١٨	لا يؤثر
١٠٠%	٢٠٠	المجموع
النسبة	التكرار	نوع تأثير التحوار على الهوية
١٢,٥%	٢٥	سلبي
٢٣,٥%	٤٧	إيجابي
٦٤%	١٢٨	محايد
١٠٠%	٢٠٠	المجموع
النسبة	التكرار	دور التحوار في دعم الاغتراب عن الهوية
٤٧%	٩٤	زيادة اغتراب الفرد عن الأسرة
٨٦%	١٧٢	زيادة اغتراب الفرد عن المجتمع
٢٠٠		ن
النسبة	التكرار	التأثيرات الإيجابية للتحوار على الهوية
٥٦%	١١٢	دعم التعارف بين البشر
٤٥,٥%	٩١	يحقق فوائد مشتركة للمتحوارين
٢٦,٥%	٥٣	يشعر كل متحوار بقوة القيم التي يؤمن بها
٣٩,٥%	٧٩	يؤدي إلى إعادة النظر في بعض القيم والأفكار التي يؤمن بها الفرد
٢٠٠		ن

٤. القيم المكتسبة من الحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل وتأثيرها على الهوية الثقافية للشباب:

جدول (٦) ترى النسبة الأكبر من الشباب (٨٠%) أن الحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى نقل قيم ذات طبيعة إيجابية وأخرى ذات طبيعة سلبية، وكلاهما يمكن أن يكون له تأثير على الهوية الثقافية. وبالنسبة لترجيح نوع معين من القيم على الآخر، رجحت نسبة كبيرة من الشباب (١٧%) التأثير الإيجابي للحوار على الهوية الثقافية، وانخفضت بشكل واضح نسبة ترجيح التأثير الأعلى للقيم السلبية (٣%). وتعكس هذه النتيجة وجود حالة من الانفتاح لدى الشباب على الحوار مع الآخر، وثقة في قدرة شبكة القيم التي تحكم الهوية الثقافية على أية قيم أخرى متسربة عبر هذا الحوار.

وتتمثل أعلى قيمة سلبية ناتجة عن الحوار مع الآخر من وجهة نظر الشباب في "التفكير في الهجرة" (بنسبة ٤٧%)، استناداً إلى أن التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي أحياناً ما يعمق الإحساس بالاعتراب عن المكان لدى قطاع معين من الشباب مما يدعم تفكيرهم في الهجرة، ويبرز بعد ذلك قيمة سلبية أخرى تتمثل في "تقليد الآخر" بنسبة (٤٠,٥%) والتماهي مع بعض السلوكيات التي تحكم أسلوب الحياة لديه، ثم تظهر قيمة "التحلل الأخلاقي" بنسبة (٣٨,٥%)، وهي ذات صلة بقيمة "تقليد الآخر"، ثم قيمة "التعالي على الواقع المحلي" بنسبة (٣٥%)، بما يترتب عليها من إحساس بالاعتراب عن شبكة القيم التي تحكم هذا الواقع.

نخلص مما سبق إلى وجود مجموعة من القيم السلبية ذات التأثير الأعلى على الهوية الثقافية تتمثل في: التفكير في الهجرة، وتقليد الآخر، والتحلل الأخلاقي، والتعالي على الواقع المحلي. ويظهر إلى جوارها مجموعة أخرى من القيم ذات التأثير المتوسط، تتمثل في "التفكك الأسري" بنسبة (٢٦%)، ثم "ضعف الانتماء" بنسبة (٢٣%)، ثم "تزييف الواقع" بنسبة (٢٠%). ويظهر بعد ذلك مجموعة من القيم السلبية ذات التأثير المحدود على الهوية الثقافية، تشمل "التقليل من قيمة الذات"، والتقليل من قيمة الآخر بنسبة (١٣,٥%)، ثم قيمة الانتهازية بنسبة (١٠%).

وعلى مستوى القيم الإيجابية المؤثرة على الهوية الثقافية للشباب تحددت مجموعة القيم الأكثر تأثيراً في "الانفتاح الثقافي" (٥٣,٥%)، ثم "التعلم من تجارب الآخرين" بنسبة (٥٢%)، ثم "قبول الآخر" بنسبة (٤٠,٥%)، ثم قيمة "التفكير العلمي" بنسبة

(٣٧%)، ثم قيمة "اتساع الأفق" بنسبة (٣٤%) ثم قيمة "الحرية" بنسبة (٣٣,٥%)، ثم قيمة التقدم بنسبة (٣٠%). وتتشابك هذه المجموعة من القيم في علاقة "تأثير وتأثر"، إذ تفضي كل قيمة منها إلى القيمة الأخرى. فالانفتاح الثقافي يؤدي إلى التعلم من تجارب الآخرين ويدفع إلى قبول الآخر، بما يترتب على ذلك من إيمان بقيم التفكير العلمي واتساع الأفق الحرية والتقدم.

ويظهر بعد ذلك مجموعة من القيم ذات التأثير الإيجابي المتوسط على الهوية الثقافية، تتمثل في "الإيمان بالحوار" بنسبة (٢٩%)، ثم "المساواة" بنسبة (٢٤,٥%)، ثم "التعاون مع الآخرين" بنسبة (٢٤%)، وتصب هذه المجموعة القيم في اتجاه الحوار الإيجابي والندي مع الآخر. يبرز بعد ذلك مجموع من القيم ذات التأثير المحدود وتتمثل في: "العطاء الحضاري" بنسبة (١٣,٥%)، ثم "المسالمة" و"التمسك بالقيم المحلية" بنسبة (١٠%) لكل منهما، ثم الشفافية بنسبة (٧%).

وبمقارنة كمية ونوعية بين كل من القيم السلبية والإيجابية المؤثرة على الهوية الثقافية يتضح لنا أن عدد القيم الإيجابية (١٥ قيمة) يتفوق على عدد القيم السلبية (١٠ قيم)، ما يعني وجود درجة أكبر من التنوع على مستوى التأثير الإيجابي للحوار، يضاف إلى ذلك أن المتوسط العام لظهور القيم الإيجابية يبلغ (٢٧,٥%) مقارنة بمتوسط ظهور القيم السلبية (٢٦,٧%)، ويعني ذلك أن الشباب يرون أن التأثير الإيجابي للحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية يتفوق على التأثير السلبي.

جدول رقم (٦)

القيم السلبية والإيجابية المؤثرة على الهوية الثقافية

النسبة	التكرار	تأثير الحوار مع الآخر على القيم
٣%	٦	نقل قيم سلبية بالدرجة الأكبر
١٧%	٣٤	نقل قيم إيجابية بالدرجة الأكبر
٨٠%	١٦٠	نقل قيم إيجابية وسلبية
١٠٠%	٢٠٠	المجموع
النسبة	التكرار	القيم السلبية المكتسبة من الحوار
١٣,٥%	٢٧	التقليل من قيمة الذات
١٣,٥%	٢٧	التقليل من قيمة الآخر
٢٣%	٤٦	ضعف الانتماء
٣٨,٥%	٧٧	التحلل الأخلاقي
٣٥%	٧٠	احتقار الواقع المحلي
١٠%	٢٠	الانتهازية
٢٠%	٤٠	تزييف الواقع
٤٠,٥%	٨١	تقليد الآخر
٢٦%	٥٢	التفكك الأسري
٤٧%	٩٤	التفكير في الهجرة
٢٠٠		ن
النسبة	التكرار	القيم الإيجابية المكتسبة من الحوار
٤٠,٥%	٨١	قبول الآخر
٥٢%	١٠٤	التعلم من تجارب الآخرين
٥٣,٥%	١٠٧	الانفتاح الثقافي
٢٩%	٥٨	الإيمان بالحوار
٢٤%	٤٨	التعاون مع الآخرين
١٣,٥%	٢٧	العطاء الحضاري
٣٤%	٦٨	اتساع الأفق
٣٧%	٧٤	التفكير العملي
١٠%	٢٠	المسالمة
١٠%	٢٠	التمسك بالقيم المحلية
١٤%	٢٨	الديمقراطية
٣٣,٥%	٦٧	الحرية
٣٠%	٦٠	التقدم
٢٤,٥%	٤٩	المساواة
٧%	١٤	الشفافية
٢٠٠		ن

التحقق من فروض الدراسة:

الفرض الأول:

توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ووجود اتجاه محايد لدى الشباب نحو تأثير التواصل مع الآخر على شبكة قيم الهوية الثقافية.

اختبرت الباحثة العلاقة بين مستويات استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي المنخفضة (أقل من ساعة) والمتوسطة (من ساعة- أقل من ساعتين) والمرتفعة (من ساعتين- إلى أكثر من ٣ ساعات) والاتجاه نحو تأثير التواصل على الهوية الثقافية (سلبية- إيجابي- محايد)، واستخدمت معامل "كا" الخاص ببيرسون في اختبار العلاقة بين هذين المتغيرين. وقد وجد من التحليل الإحصائي أن قيمة كا العلاقة بينهما بلغت (٣٨,١٢) عند درجة حرية (٢) وبمستوى معنوية (٠,٠٠)، مما يعني إثبات الفرض الذي يذهب إلى وجود علاقة ارتباط دالة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو تأثير التواصل مع الآخر على شبكة قيم الهوية الثقافية. وقد تميزت هذه العلاقة بتوسطها، إذ بلغت قيمة معامل التوافق الخاص بها (٠,٣٥). ويوضح الجدول التالي العلاقة المركبة ما بين هذين المتغيرين:

جدول رقم (٧)

العلاقة بين مستويات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو تأثير التواصل مع الآخر على شبكة قيم الهوية الثقافية

الاتجاه	سلبية		إيجابي		محايد		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
أقل من ساعة	١٦%	٤	-	-	-	٤	٢%
من ساعة- أقل من ساعتين	٢٤%	٦	٦,٣%	٣	١١,٧%	٢٤	١٢%
من ساعتين إلى ٣ ساعات	٤٠%	١٠	٥٣,٢%	٢٥	٣,٩%	٤٠	٢٠%
أكثر من ٣ ساعات	٢٠%	٥	٤٠,٤%	١٩	٨٤,٤%	١٣٢	٦٦%
المجموع	١٠٠%	٢٥	١٠٠%	٤٧	١٠٠%	١٢٨	١٠٠%

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن اتجاه الشباب نحو تأثير التواصل مع الآخر على الهوية الثقافية يأخذ منحى سلبياً لدى المبحوثين الذين تنخفض معدلات استخدامهم

لمواقع التواصل، ويميل إلى الإيجابية لدى الشباب متوسطي الاستخدام، في حين يتخذ منحى محايداً لدى الشباب كثيفي الاستخدام. ومن الممكن أن نفسر ذلك بعامل الخيرة، فكثافة الاستخدام تؤدي إلى زيادة معدلات خبرة الشباب بالتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يؤدي إلى وجود درجة أعلى من الثقة لديهم بحيادية تأثير التواصل مع الآخر على شبكة القيم الحاكمة للهوية الثقافية. وتتسق هذه النتيجة مع ما توصل إليه (Junco, 2013) من أن هناك علاقة بين ارتفاع معدلات الاستخدام وزيادة مستويات خبرة الطلاب بطبيعة مضامين شبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يعطيهم ثقة أعلى في التعامل معها.

وبذلك أثبتت الدراسة صحة الفرض الأول الذي يذهب إلى وجود علاقة ارتباط دالة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو تأثير التواصل مع الآخر على شبكة قيم الهوية الثقافية

الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اتجاه الشباب نحو تأثير التواصل مع الآخر على الهوية الثقافية ونوع القيم التي يرون أنها تنتقل عبر مواقع التواصل.

من خلال هذا الفرض تختبر الباحثة العلاقة بين سلبية أو إيجابية أو حيادية اتجاه الشباب نحو تأثير التواصل مع الآخر على الهوية الثقافية وطبيعة القيم التي يرون أنها تنتقل عبر مواقع التواصل (سلبية- إيجابية)، واستخدمت الباحثة لاختبار مدى صحة الفرض معامل كا². وقد أثبت التحليل الإحصائي أن قيمة كا² بلغت (١٠,٠٢) عند درجة حرية (٢) وبمستوى معنوية (٠,٠٣)، مما يعني إثبات الفرض الذي يذهب إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اتجاه الشباب نحو تأثير التواصل مع الآخر على الهوية الثقافية ونوع القيم التي يرون أنها تنتقل عبر مواقع التواصل. وقد اتسمت العلاقة بين المتغيرين بالضعف، حيث بلغ معامل التوافق بينهما (١٠,٠٢)، ويوضح الجدول التالي العلاقة المركبة بين المتغيرين:

جدول رقم (٨)

العلاقة بين اتجاه الشباب نحو تأثير التواصل مع الآخر على الهوية الثقافية

ونوع القيم التي يتم نقلها خلال الحوار

الاتجاه	سلبى		إيجابي		محايد		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
نقل قيم سلبية	١٦%	٤	-	٢	١,٦%	٦	٣%
نقل قيم إيجابية	١٢%	٣	٢٥,٥%	١٩	١٤,٨%	٣٤	١٧%
نقل قيم سلبية وإيجابية	٧٢%	١٨	٧٤,٥%	١٠٧	٨٣,٦%	١٦٠	٨٠%
	١٠٠%	٢٥	١٠٠%	١٢٨	١٠٠%	٢٠٠	١٠٠%

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أصحاب الاتجاه السلبى من الشباب يميلون إلى التأكيد على أن التواصل مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي إلى نقل قيم ذات تأثير سلبى على الهوية الثقافية، في حين يرجح من يتبنون اتجاهاً إيجابياً فرضية أن التواصل مع الآخر يؤدي إلى نقل قيم إيجابية، ويتبنى المحايدون اتجاهاً بأن التواصل مع الآخر يؤدي إلى نقل قيم بعضها سلبى وبعضها إيجابى التأثير على الهوية الثقافية. وتتسق هذه النتيجة مع فرضية استراتيجية الثورة Revolution Strategy، في إطار نموذج أولسون الخاص بأساليب التفاعل بين الهوية المحلية والهويات الأخرى. وتشير الفرضية إلى أن مقاومة الثقافة التي ترى نفسها أضعف لسيطرة الثقافة المهيمنة من خلال الصراع المباشر معها، وأن الأفراد المتفاعلين في الحوار بين الثقافات يجب أن يلعبوا دوراً كآلية من آليات الدفاع عن الهوية الثقافية المحلية؛ من خلال توظيف حواراتهم في هذا الاتجاه (Olson, 2002, P5-6).

وبذلك ثبت صحة الفرض الثاني الذي يذهب إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اتجاه الشباب نحو تأثير التواصل مع الآخر على الهوية الثقافية ونوع القيم التي يرون أنها تنتقل عبر مواقع التواصل. وقد اتسمت العلاقة بين المتغيرين بالضعف الفرض الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بدافع الحوار مع الآخرين (الشات) طبقاً لعاملي النوع والمرحلة العمرية

لاختبار هذا الفرض قامت الباحثة بإجراء تحليل التباين أحادي الاتجاه بين الذكور والإناث فيما يتعلق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بدافع الحوار مع الآخرين، وجاءت النتائج على النحو الموضح في الجدول التالي:

جدول رقم (٩)

دلالة الفروق بين معدلات استخدام الذكور والإناث لمواقع التواصل بدافع الحوار مع الآخرين

الدلالة	قيمة ت	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
غير دالة	٠,١٠٨	٠,٠٣٤	٢	٠,٠٦٩	بين المجموعات
		٠,٣٢٠	٩٨	٣١,٣٩٦	داخل المجموعات
			١٠٠	٣١,٤٦٥	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن قيمة معامل "ت" T-test لتحليل التباين بين متوسطات استخدام الذكور والإناث لمواقع التواصل بدافع الحوار مع الآخرين (٠,١٠٨)، وهي قيمة غير دالة، حيث بلغت درجة معنويتها (٠,٠٩)، ما يعني عدم قبول فرض وجود فروق دالة بين الذكور والإناث في استخدام مواقع التواصل بدافع الحوار مع الآخرين، حيث لا يظهر تأثير للنوع على هذا المستوى.

ولاختبار تأثير عامل المرحلة العمرية على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بدافع الحوار مع الآخرين، وظفت الباحثة معامل "ف" F-test، وجاءت النتائج على النحو التالي:

جدول رقم (١٠)

دلالة الفروق بين معدلات استخدام الشباب في المراحل العمرية المختلفة لمواقع التواصل بدافع الحوار مع الآخرين

الدلالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
دالة	٣,٤٧٠	١,٠٤٠	٨	٢,٠٨١	بين المجموعات
		٠,٣٠٠	٩٨	٢٩,٣٨٤	داخل المجموعات
			١٠٦	٣١,٤٦٥	المجموع

بلغت قيمة "ف" لمعدل التباين بين متوسطات استخدام الشباب في المراحل العمرية المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي بدافع الحوار مع الآخرين (٣,٤٧٠)، وهي دالة عند

درجة معنوية (0,01)، ما يعني إثبات فرض تأثير المرحلة العمرية على استخدام الشباب لمواقع التواصل بدافع التحوار مع الآخرين، ويمكننا تفسير ذلك بفروق الخبرة الناتجة عن تباين المراحل العمرية. وتتناقض هذه النتيجة مع ما يطرحه منظرو العولمة حول الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الاتصال في إطار ما يسمى بسياسات التقريب Proximity politics، فمن المفترض أن العولمة هي محاولة للتقريب بين المجتمعات بنيوياً من خلال مجموعة من المؤسسات والآليات العولمية بما يؤدي إلى خلق نوع من الخبرات المتقاربة أو المشتركة بين البشر. ويؤكد هؤلاء المنظرون على فكرة العالمية أو الكونية Cosmopolitanism والتي يعبر عنها في إطار مقولة المواطنة العالمية World Citizenship، وهي إحياء لفكرة طوباوية ظهرت في القرن التاسع عشر دارت حول فكرة مجتمع سياسي عالمي واحد (John Tomlinson, 2004, P 404)

وبذلك لم تثبت الدراسة فرض وجود فروق دالة بين الذكور والإناث في استخدام مواقع التواصل بدافع الحوار مع الآخرين، حيث لا يظهر تأثير للنوع على هذا المستوى. في حين ثبت تدخل عامل المرحلة العمرية على هذا المستوى، وأثبت التحليل الإحصائي فرض تأثير المرحلة العمرية على استخدام الشباب لمواقع التواصل بدافع التحوار مع الآخرين.

الفرض الرابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس شروط التحوار عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لهوية الشخص الذي يتم التحوار معه (مصري - أجنبي).

وللتحقق من هذا الفرض استخدمت الباحثة تحليل التباين أحادي الاتجاه "معامل ف" لتحليل الفروق بين الدرجة التي حصل عليها المبحوث على مقياس شروط التحوار والتي تشمل التماثل في اللغة والتماثل في الجنس والتقارب العمري والتقارب في المستوى التعليمي والتقارب في نوع المهنة أو العمل تبعاً لهوية الشخص الذي يتحوار معه المستخدم (مصري أو من جنسية أخرى)، وجاءت النتائج على النحو الموضح في الجدول التالي:

جدول رقم (١١)

دلالة الفروق بين شروط الشباب للتداول على مواقع التواصل
تبعاً لهوية الطرف الثاني للحوار (مصر- أجنبي)

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
دالة	٦,٧٢٥	٣,٣٧٨	٣	١٠,١٣٣	بين المجموعات
		٠,٥٠٢	١٦٨	٨٤,٣٧٩	داخل المجموعات
			١٧١	٩٤,٥١٢	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن قيمة "ف" الخاصة بتحليل التباين في درجة تمسك الشباب الجامعي بشروط الحوار مع الآخر تبعاً لهويته (مصري- أجنبي) بلغت (٦,٧٢٥)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠)، ويعني ذلك إثبات الفرض الذي يذهب إلى وجود فروق دالة بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس شروط التداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لهوية الشخص الذي يتم التداول معه (مصري- أجنبي). ما يعني أن أهمية هذه الشروط تتراجع عندما يكون الشخص مصرياً، وترتفع معدلات التمسك بها عندما يكون الشخص أجنبياً، وهو أمر يبدو طبيعياً، في ظل تزامم مواقع التواصل الاجتماعي بحسابات زائفة، تفرض على المستخدم التعامل معها بقدر من الحذر. وتتفق هذه النتيجة مع فرضية استراتيجية تغيير القواعد Rule Changing Strategy في إطار نموذج "أولسون". وتعني رفض الثقافة الهامشية قبول المشاركة في التفاعل طبقاً للقواعد التي تقدمها الثقافة المهيمنة، والتحفيز على فكرة وجود ما يسمى بالخطاب الثقافي المشترك الذي يمكن أن يحل محل الخطابات الثقافية المحلية المتنوعة (John Caldwell, 2001, P 191).

وبذلك أثبتت الدراسة صحة الفرض الذي يذهب إلى وجود فروق دالة بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس شروط التداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لهوية الشخص الذي يتم التداول معه (مصري- أجنبي). ما يعني أن أهمية هذه الشروط تتراجع عندما يكون الشخص مصرياً، وترتفع معدلات التمسك بها عندما يكون الشخص أجنبياً.

الخلاصة وأهم النتائج:

استهدفت هذه الدراسة تحليل التأثيرات الناتجة عن استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة القيم الحاكمة للهوية الثقافية، واعتمدت في استكشاف هذه العلاقة على تحليل مستويات استخدام عينة من طلاب جامعة القاهرة (٢٠٠ مفردة) لهذه المواقع وتأثير ما يقومون به من أنشطة في الحوار مع الآخر (الشات) على الهوية الثقافية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة النتائج الأساسية الآتية:

- ١- تقع النسبة الأكبر من الشباب الجامعي في فئة "كثيفي الاستخدام" لمواقع التواصل الاجتماعي، ويعد الموبايل الوسيلة الأكثر توظيفاً في الدخول إلى مواقع التواصل واستخدامها. ويعتبر موقع "واتس آب" ثم موقع "فيسبوك" الأكثر استخداماً من جانب الشباب. ويمثل دافع التحوار مع الآخرين "الشات" الدافع الأهم لاستخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، ما يعني أن لهذه المواقع دور مهم في فتح نوافذ للحوار بين الشباب المصري وشباب العالم، بما لذلك من تأثيرات على شبكة القيم الحاكمة للهوية الثقافية المحلية.
- ٢- تحتل المعلومات العامة المفيدة موقع الصدارة على قائمة المعلومات التي ينشط الشباب في تبادلها عبر مواقع التواصل، ويقل اهتمام الشباب بتبادل المعلومات النوعية (المتخصصة). وتمثل مقاطع الفيديو الشكل المفضل لدى الشباب لتبادل المعلومات، يليه المعلومات النصية المكتوبة، الأمر الذي يعني أن الشباب يميل إلى قوالب المعلومات التي لا تتطلب بذل جهد كبير في فهم واستيعاب محتواها.
- ٣- يعد التماثل في اللغة الشرط الأهم للدخول في حوارات عبر مواقع التواصل، وتقل بعد ذلك أهمية الشروط المرتبطة بالاتفاق في النوع، والتقارب في العمر أو المستوى التعليمي أو مجال العمل، وحدد الشباب مجموعة من القيم الأساسية التي يجب أن تحكم الحوار أهمها: الاحترام المتبادل والندية ومبادلة الحجة بالحجة، ما يعني أن الشباب يفضلون الحوارات العقلانية. ويميل الشباب بالنسبة الأكبر إلى اختيار أشخاص محليين عند التحوار حول منظومة القيم التي تحكم الهوية الثقافية، وكذلك الأشخاص الذين ينتمون إلى نفس شبكة القيم على المستوى الإقليمي. وتعني هذه النتيجة أن الشباب يحتكم إلى مبدأ القرب (المحلي والإقليمي) عند الدخول في حوار حول منظومة القيم التي تحكم الهوية الثقافية.

٤- تمثل الاستفادة المعرفية أبرز الإشباعات التي يستهدفها الشباب من الدخول في حوارات مع الآخر، يليها الاستفادة الثقافية، وترى النسبة الأكبر من الشباب أن تأثير الحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل على الهوية الثقافية محدود، ويعني ذلك ارتفاع معدلات ثقة النسبة الأكبر من الشباب في ثبات القيم التي تتشكل حولها الهوية الثقافية. ويعتبر الشباب أن تأثير الحوار على الهوية محايداً، وعند ترجيح مدى سلبية أو إيجابية التأثيرات المترتبة على هذا الحوار، يميل الشباب إلى ترجيح التأثيرات الإيجابية. ويعد الاغتراب عن القيم التي تحكم دوائر الثقافة المحلية التأثير السلبي الأبرز للتحوار مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في حين يعد "دعم التعارف بين البشر" التأثير الإيجابي الأبرز للحوار مع الآخر.

٥- رأت النسبة الأكبر من الشباب أن الحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى نقل قيم ذات طبيعة إيجابية وأخرى ذات طبيعة سلبية. وتتمثل القيم السلبية ذات التأثير الأعلى على الهوية الثقافية في: التفكير في الهجرة، وتقليد الآخر، والتحلل الأخلاقي، والتعالي على الواقع المحلي. ويظهر إلى جوارها مجموعة أخرى من القيم ذات التأثير المتوسط، تتمثل في "التفكك الأسري"، و"ضعف الانتماء"، و"تزييف الواقع". ويظهر بعد ذلك مجموعة من القيم السلبية ذات التأثير المحدود على الهوية الثقافية، تشمل "التقليل من قيمة الذات"، والتقليل من قيمة الآخر بنسبة، والانتهازية. وعلى مستوى القيم الإيجابية المؤثرة على الهوية الثقافية للشباب تحددت مجموعة القيم الأكثر تأثيراً في "الانفتاح الثقافي" و"التعلم من تجارب الآخرين" و"قبول الآخر" و"التفكير العلمي" و"اتساع الأفق" و"الحرية" والتقدم. وتحدد القيم ذات التأثير الإيجابي المتوسط على الهوية الثقافية في: "الإيمان بالحوار" و"المساواة" و"التعاون مع الآخرين". ويبرز بعد ذلك مجموع من القيم ذات التأثير المحدود وتتمثل في: "العطاء الحضاري" و"المسالمة" و"التمسك بالقيم المحلية" والشفافية بنسبة.

٦- أثبتت الدراسة صحة الفرض الذي يذهب إلى وجود علاقة ارتباط دالة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو تأثير التواصل مع الآخر على شبكة قيم الهوية الثقافية. وقد تميزت هذه العلاقة بتوسطها. كما أثبتت صحة الفرض الذي يذهب إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اتجاه الشباب نحو تأثير التواصل مع الآخر على الهوية الثقافية ونوع القيم التي يرون أنها تنتقل عبر مواقع التواصل. وقد اتسمت العلاقة بين المتغيرين بالضعف.

٧- لم تثبت الدراسة فرض وجود فروق دالة بين الذكور والإناث في استخدام مواقع التواصل بدافع الحوار مع الآخرين، حيث لا يظهر تأثير للنوع على هذا المستوى. في حين ثبت تدخل عامل المرحلة العمرية على هذا المستوى، وأثبت التحليل الإحصائي فرض تأثير المرحلة العمرية على استخدام الشباب لمواقع التواصل بدافع التماور مع الآخرين.

٨- أثبتت الدراسة صحة الفرض الذي يذهب إلى وجود فروق دالة بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس شروط التماور عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لهوية الشخص الذي يتم التماور معه (مصري- أجنبي). ما يعني أن أهمية هذه الشروط تتراجع عندما يكون الشخص مصرياً، وترتفع معدلات التمسك بها عندما يكون الشخص أجنبياً.

المراجع:

١. كوبر، آدم . (٢٠١٢). **الثقافة التفسير الانثربولوجي**، ترجمة صباح صديق الدمولوجي . ط١ المنظمة العربية للترجمة . بيروت.
٢. الهواري، محمد (٢٠١٥)، العولمة الثقافية وأثرها على الهوية العربية الإسلامية، **مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية**، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، العدد ١٨، ص ١٥٩.
٣. جولدنر، إلفن. (٢٠٠٤). **الأزمة القادمة لعلم الاجتماع الغربي**، ترجمة وتقديم : علي ليلية. ط١. المجلس الأعلى للثقافة. القاهرة.
٤. منصورى، نديم . (٢٠١٤). **سوسيولوجيا الانترنت منتدى المعارف**، ط١. منتدى المعارف. بيروت.
٥. هارلمبيس و هولبورن (٢٠١٠)، **سوسيولوجيا الثقافة والهوية**، ترجمة، حاتم حميد محسن، سوريا: دار كيوان للطباعة والنشر، ص ١٠٥-١٠٦.
6. David Buckingham: Youth, Identity, And Digital Media. 1. Harvard University, Social Science Electronic Publishing, Inc. 2013
7. Salehan, Mohammad and Negahban, Arash (2013), social networking on smartphone: when mobile become addictive, Computer in human behavior, Vol. 29, Issue 6, p.12.
8. Junco, Reynol (2013), **the Relationship between Frequency of Facebook Use**, Participation in Facebook Activities, And Student Public Opinion”. Computers & Education, p. 58.
9. Keith N. Hampton and al.(2011),**social networking sites and our lives**, Pew Research Center’s Internet & American Life Project, [online] <http://www.pewinternet.org/wp-content/uploads/sites/9/media/Files/Reports/2011/PIP-Social-networking-sites-and-our-lives.pdf>.
10. Selwyn N., Gorard, S., & Furlong, J. (2005)Whose internet is it any way? Exploring adults, (n03) use of the internet in everyday liv. European journal of communication.20, 5-26
11. Schwarz, Elizabeth (2013). **“Political Mobilization of Undergraduates through Online Social Networks”**. Behavior and Social Networking 2(4), p. 234.

12. Sebastián Valenzuela: Unpacking the Use of Social Media for Protest Behavior, Published online before print March 6, 2013, American Behavioral Scientist July 2013 vol. 57 no. 7 920942
13. Sanne Kruikemeier: Unraveling, the effects of active and passive forms of political Internet use, New Media & Society July 11, 2013.
١٤. عبد القوي، محمود حمدي، (٢٠٠٩)، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثالث، كلية الإعلام جامعة القاهرة.
15. Ellison, N., Stein field, C. and Lampe, C. 2007, The Benefits of Facebook “Friends”: Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites, **Journal of Computer-Mediated Communication**, 12: 1143-1168.
١٦. المدني، أسامة غازي (٢٠١٥)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية: جامعة أم القرى نموذجا، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، عمان، ٢٠١٥، ص.٢٣.
17. Ruohan Li and Ayoung Suh. “Factors Influencing Information credibility on Social Media Platforms: Evidence from Facebook Pages.” *Procedia Computer Science* 72, (2015): 314328.
18. Iordache, D. D. Lamanuskas, V. (2013). “Exploring the Usage of Social Networking Websites: Perceptions and Public Opinions of Romanian University Students”. *Informatica Economică*; 17 (4).
19. Westerman, David, Patric R. Spence and Brandon Van Der Heide. (2013) " Social Media as Information Source: Regency of Updates and Credibility of Information." *Journal of Computer-Mediated Communication* 19, (2014):
20. Pempek, T.A.: Yermolayeva, Y.A.: Calvert Sandra L. (2013). “College students’ social networking experiences on Facebook and effect on their public opinion”. **Journal of Applied Developmental Psychology** 30. 171–183
٢١. الدبيسي، عبد الكريم على و ياسين، زهير، (٢٠١٣)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعة الأردنية، جامعة البترا، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، عمان، الأردن، المجلد ٤٠، العدد ١.

22. Canini, Kevin, Bongwon Suh and Peter L. Pirolli." Finding Credible Information Sources in Social Networks Based on Content and Social Structure." In Proceedings of IEEE International Conference on Privacy, Security, Risk, and Trust, and IEEE International Conference on Social Computing, 2011

٢٣. عبد الصادق، حسن عبد الصادق، (٢٠١٣)، دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات البحرينية لإذاعات الانترنت دراسة ميدانية، *مجلة روى إستراتيجية* ، المجلد الأول، العدد ٤ سبتمبر.

- حافظ، زياد (٢٠١١)، ثورة يناير في مصر: تساؤلات في الحاضر والمستقبل، *مجلة المستقبل العربي*، العدد، ص ٣٨٥

- أمين، رضا عبد الواحد (٢٠٠٩)، استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الانترنت، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي، (الإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد*، جامعة البحرين ، ٢٠٠٩.

- علا الدين أحمد خليفه، ()، استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي (المكان الثالث)، وعلاقته، *مجلة الجامعة العراقية*، العدد ٣/٣٦، ص ٥٨٠-٥٢٠

- منصور، تحسين (٢٠٠٤)، استخدام الانترنت ودوافعها لدى طلبة جامعة البحرين: دراسة ميدانية، *المجلة العربية للعلوم الإنسانية*، جامعة الكويت، العدد ٨٦.

٢٤. العابد، لينده (٢٠١٨)، الهوية الرقمية والمواطن الافتراضي في الفضاء السايبري، *مجلة العلوم الاجتماعية المركز الديمقراطي العربي*، ألمانيا، برلين، العدد الخامس، أغسطس، ص ١٩٤-٢١١.

- ميلاد نضرة، (٢٠١٧)، إشكالية الهوية الثقافية في الجزائر في ظل العولمة، تاريخ العلوم، *المجلة العربية المتخصصة في تاريخ العلوم والدراسات والأبحاث السوسيولوجية*، العدد ١٠، ديسمبر، ص ٣٦٥-٣٧٤.

- عبد الملك، بلالي (٢٠١٦)، العولمة الثقافية وأثرها على الهوية الثقافية للشباب، *مجلة المعيار في الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية والثقافية* ، العدد ١٣ جوان، ص ١١٦-١٢٢.

- الهواري، محمد (٢٠١٣)، العولمة الثقافية وأثرها على الهوية الإسلامية، *مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية*، العدد ٨، السداسي الثاني، ص ١٥١-١٧١.

٢٥. العياشي، خاطري (٢٠١٨)، دراسة نفسية اجتماعية للهوية داخل الشبكات الاجتماعية نموذج الموقع الاجتماعي Facebook ، *مجلة العلوم الاجتماعية* – المركز الديمقراطي العربي، ألمانيا، برلين، العدد الخامس، أغسطس، ص ٢١٢-٢٢٣.

٢٦. طيفور، مصطفى وبوعلامه، العربي ، ٢٠١٦، تأثير وسائل الإعلام على تشكيل الهويات الثقافية في ظل العولمة: قراءة الواقع واستشراف المستقبل، *مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية*، العدد ٧ ص ١٣٤-١٤٩.
٢٧. غصبان، عالية و مقالاتي، صحراوي (٢٠١٤)، إشكالية تأثير الإعلام الجديد في الهوية الثقافية في ظل العولمة، *مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، الجزائر: جامعة باثنة*، العدد ١٢ و ١٣ جوان ديسمبر، ص ٢١١-٢٣٢.
٢٨. العيد، ورم ، (٢٠١٤)، البعد الثقافي للعولمة وأثرها على الهوية الثقافية للشباب العربي: الشباب الجامعي الجزائري نموذجاً، *الجزائر: مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية*، العدد الثاني، يونية، ص ٩-٢٧.
٢٩. كنعان، أحمد على (٢٠٠٨)، الشباب الجامعي والهوية الثقافية في ظل العولمة الجديدة: دراسة ميدانية على طلبة جامعة دمشق، تم الاطلاع بتاريخ ١٠-١٢-٢٠١٨

<http://www.damascusuniversity.edu.sy/mag/human/images/stories/409-439.pdf>

30. Olson, Scott Robert (2002), Communication and Hybrids: indigenous Identity and Resistance To global Media, *Simile*, May, Vol. 2# 2, P. 5
31. Tomlinson, John (2004), Proximity Politics, *Information, Communication & Society*, vol. 3 # 3, P. 404.
٣٢. عبد المقصود، هشام عطية (٢٠٠٤)، *مناهج البحث الإعلامي*، القاهرة، مكتبة فيروز المعادي، ص ٨٣
33. Mc Williams-Heather-doy : Gender equity issues in the depiction of Females – "The instrumentalist" Magazine – August 2000 – duly 2002 ،Women's Studies ،Mass Communication, Vol. 64 – No. 5A, 2003,1575 .
34. Wallace – Kathleen – Bernadette: And Reception Theory approach to the Poetry of Emily Dickinson ،Dissertation Abstracts International ، Vol. 64 – No. 3 C, 2002, P. 532.
35. Duesenberry – Margaret: Fiddle tunes on air: And Study of gat keeping and traditional music at the BBC up Scotland ،Mass Communication ،Vol. 62 ،No 1, 2000.

٣٦. النجار، وليد عبد الفتاح، (٢٠٠٩)، دوافع تعرض الشباب الجامعي للصور الصحفية المصرية والإشباع المتحققه منها، *مجلة التربية النوعية*، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، العدد الخامس عشر، سبتمبر

٣٧. عبد الصادق، حسن عبد الصادق، (٢٠١٣)، دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات البحرينية لإذاعات الانترنت دراسة ميدانية، *رؤى استراتيجية*، المجلد الأول، العدد ٤، سبتمبر.

38. Harou, I. O. (2014, Juillet). Le rôle et l'impact de la diversité culturelle dans les pratique managériales en milieu professionnel. *mémoire de maîtrise*. Montréal, sciences de la gestion, Canada: université du Québec.P.7.

39. Cox, T. (1993). **Cultural Diversity: Theory, Research and Practice**. Sanfrancisco: Berretkohler, Publishers.

٤٠. الماحنة، فلاح كاظم (٢٠٠٢)، *العولمة والجدل الدائر حولها*، عمان: دار الوراق للنشر.

٤١. حجاب، محمد منير (٢٠٠٣)، *الموسوعة الإعلامية*، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ص ٢٦٠٩.

٤٢. محمد عابد الجابري (١٩٩٨)، *العولمة والهوية الثقافية*، عشر أطروحات، *مجلة المستقبل العربي*، العدد ٢٢٨، ص ١٤.