

خطة بحث مقدمة للتسجيل لدرجة الدكتوراه

تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للمغتربين العرب في
السعودية

دراسة ميدانية

The Impact of Social Media Usage on the Cultural Identity of Arab Expatriates in the
Kingdom of Saudi Arabia: A Field Study

مقدم من

عمر ساعد غازي

2021202872

الإعلام الرقمي

اسم الباحث

الرقم الأكاديمي

الكلية

1446 هـ - 2024 م

المقدمة

أسهمت التطورات التقنية الأخيرة في ميادين الاتصال في نقلة نوعية في أنماط التفاعل بين الأفراد والجماعات، لاسيما مع تلاشي الحدود المكانية وقيودها، فمع الانتشار الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي، وتبوأها مكانة رئيسة في حياة البشر، وبخاصة المغتربين، زادت أهمية دور هذه المنصات وعلى المساهمة في للحفاظ على روابطهم الاجتماعية مع ذويهم في أوطانهم وأوطانهم الأصلية. وهو ما يظهر بشكل واضح في المملكة العربية السعودية، حيث يشكل المغتربون العرب نسبة كبيرة من السكان، وقد أدى استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي إلى ظهور أنماط جديدة من التفاعل الثقافي. فوفقًا لأحدث البيانات المتاحة على موقع التعداد السكاني السعودي الرسمي، يقدر السكان غير السعوديين بـ 13.4 مليون نسمة بما يمثل 40% من إجمالي السكان في المملكة. ويقدر عدد الوافدين العرب بنحو 30% منهم، ويأتون من دول عربية متنوعة، ويتوزعون في مختلف مناطق المملكة، ويشاركون بشكل كبير في الحياة الاجتماعية والاقتصادية. ويشكل هؤلاء الوافدين مجتمعًا متعدد الثقافات يسهم في التنوع الثقافي والاقتصادي للمملكة. وتُعد الرياض وجدة والدمام من المدن الرئيسية التي تستقطب العدد الأكبر من الوافدين العرب، حيث توفر هذه المدن فرص عمل وخدمات متعددة.

وباعتبارها تمثل الهوية الثقافية عنصرًا حيويًا في حياة الأفراد، حيث تشكل الإطار الذي من خلاله يفهمون أنفسهم ويحددون مكانهم في المجتمع. حيث تؤثر التغيرات الاجتماعية والثقافية الناتجة عن العولمة والتكنولوجيا الرقمية على الهوية الثقافية بشكل ملحوظ، مما يثير التساؤلات حول مدى قدرة الأفراد على الحفاظ على هويتهم في ظل هذه التغيرات.

وتستهدف الدراسة الحالية تحليل تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للمغتربين العرب في المملكة العربية السعودية من خلال منهجية بحث ميدانية تعتمد على جمع وتحليل البيانات من عينات متنوعة من المغتربين. وتساهم هذه الدراسة في تقديم فهم أعمق لتأثيرات التكنولوجيا الرقمية على الهوية الثقافية في بيئة متعددة الثقافات.

وفي ضوء التحولات المتسارعة في المشهد الرقمي، أصبح من الضروري استكشاف تأثيرات هذه الظاهرة على الهوية الثقافية للمغتربين العرب. فالهوية الثقافية ليست ثابتة، بل تتأثر بالبيئة المحيطة والظروف الاجتماعية والثقافية والسياسية. ومع التطور التكنولوجي وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح هناك تداخل كبير

بين الثقافات المختلفة، مما يضع تحديات جديدة أمام المغتربين في محاولاتهم للحفاظ على هويتهم الثقافية الأصلية.

لذلك، تعتبر هذه الدراسة محاولة لفهم العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية للمغتربين العرب في المملكة العربية السعودية. من خلال هذه الدراسة، نسعى لتقديم إسهامات معرفية جديدة تسهم في توجيه النقاش الأكاديمي والمجتمعي حول تأثير التكنولوجيا الرقمية على الهويات الثقافية، وتقديم توصيات يمكن أن تسهم في تعزيز الهوية الثقافية في ظل البيئة الرقمية الحالية.

مشكلة الدراسة:

لقد انعكس الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي على أنماط عمل الإعلام ودوره في فتح آفاق جديدة من حيث قدرته على تشكيل الوعي بالذات الإنسانية، حيث أتاح لمستخدميه فُرصاً للتفاعل (التأثير والتأثر) والانتقال عبر الحدود دون رقابة أو قيود. وقد تجلت هذه المسألة في مجتمعات المغتربين في العالم العربي، وبخاصة الدول الخليجية بشكل واضح، وذلك بمختلف فئاتهم العمرية أو بحسب النوع، فوفقاً لتقديرات منظمة العمل الدولية، بلغ عدد المغتربين في الدول العربية 24.1 مليون شخص، وهو ما يمثل 14% من جميع العمال المغتربين في جميع أنحاء العالم، وفي إطار هذه النسبة تمثل نسبة 83% منهم من الذكور، في حين تشكل النساء 17% منهم.

ومع الانفتاح الاجتماعي العابر للحدود الذي جرى بفعل انتشار واتساع نطاق منصات التواصل الاجتماعي، برزت العديد من الإشكاليات التي تعاني منها هذه الجاليات من المغتربين العرب في دول الخليج، والمملكة العربية تحديداً، وبخاصة ما يتصل منها بالهوية الثقافية التي تعاني من تحديات كبيرة. ويرتبط عدد كبير من هذه المشكلات بظروف العمل وإجراءاته لاسيما ما يتصل منها بعقود العمل. هذه المنصات، رغم أنها توفر وسيلة فعالة للتواصل مع الأهل والأصدقاء في الوطن الأم، إلا أنها تحمل في طياتها تأثيرات ثقافية متعددة قد تتعارض مع الهوية الثقافية التقليدية للمغتربين. بجانب معيشتهم في مجتمعات غير أوطانهم واختلاطهم وتعاملهم مع جنسيات متنوعة.

وقد كشفت السنوات الأخيرة عن العديد من التأثيرات التي تعرضت لها الهوية الثقافية لفئات عريضة من هؤلاء الوافدين، وبخاصة العرب، بما وقد تجلت هذا التأثيرات من خلال تفاعلهم مع قضايا بلادهم وإشكالات مجتمعاتهم الأصلية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وكانت أبرز ميادين هذا التفاعل هو التواصل مع الأحداث الثقافية والرياضية، وبخاصة مباريات كرة القدم التي شهدت حشداً كبيراً لتشجيع الفرق الوطنية سواء المنتخبات أو الفرق الوطنية التابعة لبلدانهم. ففي 27 سبتمبر 2024 أقيمت إحدى مباريات كرة القدم فريقي الأهلي والزمالك المصريّين وقد شهد شهدت المباراة حشداً جماهيرياً كبيراً من بين المصريين في المملكة العربية السعودية تجاوز الـ 50 ألف فرداً الأمر الذي يعكس أحد مؤشرات الهوية الوطنية لدى غالبية المغتربين المصريين في السعودية. والحال نفسه بالنسبة للعديد من القضايا السياسية ذات الامتدادات الأيديولوجية والدينية.

تتمثل مشكلة الدراسة في كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للمغتربين العرب في المملكة العربية السعودية. هل تسهم هذه المواقع في تعزيز الهوية الثقافية للمغتربين من خلال تقوية الروابط الثقافية والاجتماعية مع الوطن الأم؟ أم أنها تسهم في تآكل هذه الهوية بسبب التأثيرات الثقافية المتنوعة التي يتعرض لها الأفراد من خلال هذه المنصات؟ تسعى هذه الدراسة للإجابة على هذه التساؤلات من خلال تحليل تجارب المغتربين العرب في المملكة، وفهم العوامل التي تؤثر على تفاعلهم مع المحتوى الثقافي والاجتماعي على مواقع التواصل الاجتماعي.

وتتجلى المشكلة في فهم كيفية تأثير العوامل الرقمية على الهوية الثقافية للمغتربين، حيث يتداخل العيش في بيئة ثقافية جديدة مع الحفاظ على الروابط الثقافية مع الوطن الأم. هذا التداخل يثير تساؤلات مهمة حول مدى تأثير منصات التواصل الاجتماعي على هذه الهوية، وهل يمكن لهذه المنصات أن تكون وسيلة لتعزيز الروابط الثقافية أم أنها تمثل تهديداً للهوية الثقافية الأصلية.

من خلال هذه الدراسة، يسعى الباحث إلى تقديم إسهام معرفي يمكن أن يساعد في فهم ديناميكيات الهوية الثقافية في ظل التحولات الرقمية المتسارعة، وتقديم توصيات قد تسهم في تعزيز الهوية الثقافية للمغتربين في البيئات المتعددة الثقافات. سنقوم بتحليل تجارب مجموعة من المغتربين العرب في المملكة العربية السعودية، لاستكشاف كيفية تفاعلهم مع المحتوى الرقمي ومدى تأثيره على هويتهم الثقافية.

التساؤلات البحثية

ينبثق من الإشكالية البحثية تساؤل رئيس ينص على: ما هي عادات وأنماط استخدامات المغتربين العرب بالمملكة العربية السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي؟

على أن يتفرع هذا التساؤل المحوري عدد من التساؤلات الفرعية، وذلك على النحو التالي:

- كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية؟
- هل تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية؟
- هل تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على المواطنة لدى المغتربين؟
- كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الثقافية مثل اللغة والعادات والتقاليد؟

أهمية الدراسة

الأهمية العملية

تتناول هذه الدراسة ظاهرة مهمة من ظواهر العصر الحديث والمتعلقة بالآثار المعرفية والنفسية والاجتماعية والدينية والأخلاقية والسياسية المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. وتكمن أهمية الدراسة في طبيعة متغيرات البحث المرتبطة بالهوية الثقافية ومواقع التواصل الاجتماعي والطلبة الجامعيين، حيث تشكل هذه العناصر توليفة قابلة للبحث خاصة في ظل التطور التكنولوجي الحاصل، الذي جعل الهوية الثقافية اليوم تبرز أكثر تحت تأثير عامل قوي لا تستطيع المجتمعات والدول إلا التأثر به، وهو ثورة المعلومات التي أنتجت الكثير من الإعلام الجديد كمواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك Facebook، وأنستجرام Instagram و إكس (X) – تويتر Tweeter سابقاً، والتي تعتبر من أكثر المواقع أهمية لدى المغتربين العرب في المملكة العربية السعودية باعتبار هذه المواقع وسائل اتصال حديثة.

ومن الأمثلة العملية على ذلك هو التفاعل الكثيف للمغتربين في العديد من الاحتفالات الوطنية سواء السعودية أو الوطنية الخاصة ببلدانهم الأصلية على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة مثل انستغرام و(X)، وكذلك المشاركة في حملات الدعم الإنساني كما حدث في مشاركة المغتربين السودانيين في حملات الدعم الإنساني خلال الأزمة السودانية الأخيرة (2023)، وغيرها من الفعاليات التي تؤكد على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في الهوية الثقافية للمغتربين العرب بالمملكة العربية السعودية.

الأهمية التطبيقية:

1. البعد الاجتماعي والثقافي: تقدم الدراسة إسهاماً مهماً في فهم التغيرات الثقافية والاجتماعية التي يمر بها المغتربون العرب نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. تُعد هذه التغيرات محوراً أساسياً لفهم ديناميكيات الهوية الثقافية في المجتمعات متعددة الثقافات.
2. الأثر الأكاديمي: تُسهم الدراسة في إثراء الأدبيات الأكاديمية المتعلقة بالتفاعل بين الهوية الثقافية والتكنولوجيا الرقمية، مما يوفر إطاراً نظرياً وعملياً يمكن للباحثين في مجال الإعلام الرقمي والثقافة الاستناد إليه في أبحاثهم المستقبلية.
3. الدعم العملي: يمكن أن تُستخدم نتائج هذه الدراسة لتوجيه السياسات والبرامج الحكومية وغير الحكومية التي تستهدف دعم الهوية الثقافية للمغتربين العرب في السعودية. توفر هذه النتائج أساساً لاتخاذ قرارات مبنية على بيانات دقيقة وتحليل علمي.
4. التحليل النقدي للتكنولوجيا الرقمية: تقدم الدراسة تحليلاً نقدياً لدور التكنولوجيا الرقمية في تشكيل الهوية الثقافية، مما يعزز الوعي بأهمية الاستخدام الواعي والمسؤول لمنصات التواصل الاجتماعي. يسهم هذا التحليل في بناء فهم أعمق للتحديات والفرص التي توفرها هذه التكنولوجيا.
5. تقديم حلول عملية: من خلال صياغة توصيات قابلة للتنفيذ، يمكن أن تساهم الدراسة في تحسين كيفية تفاعل المغتربين العرب مع بيئتهم الرقمية، وتعزيز قدراتهم على الحفاظ على هويتهم الثقافية في ظل التغيرات التكنولوجية السريعة. توفر هذه التوصيات خارطة طريق للمنظمات والمؤسسات التي تعمل على دعم المغتربين في مختلف المجالات.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. تحليل تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للمغتربين العرب في المملكة العربية السعودية
2. استكشاف العوامل المؤثرة في تشكيل الهوية الثقافية عبر وسائل التواصل الاجتماعي
3. تحديد العوامل الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي تساهم في تكوين الهوية الثقافية للمغتربين

4. تقديم توصيات لتعزيز الهوية الثقافية للمغتربين العرب
5. تسليط الضوء على التحديات والفرص التي تواجه الهوية الثقافية في البيئة الرقمي
6. التعرف على الأثر الذي تتركه مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية وكذا الهوية الثقافية
7. التعرف على مضامين مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في خلق عادات وتقاليد جديدة وعلى اللغة الوطنية لدى المغتربين العرب بالمملكة العربية السعودية

فروض الدراسة

تسعى الدراسة إلى اختبار صحة الفروض التالية:

- 1) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية للمغتربين العرب في السعودية (اللغة/ الملبس/ العادات والتقاليد)
- 2) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين عدد سنوات الاغتراب لدى المبحوثية والهوية الثقافية لديهم.
- 3) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من المغتربين العبر في السعودية في الهوية الثقافية تبعاً للمتغيرات الديمغرافية التالية (النوع، السن، الجنسية، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

الدراسات السابقة

شهدت الآونة الأخيرة اهتماماً متنامياً بدراسة الهوية الثقافية والوقوف على جوانب التأثير والتأثر مع المنجزات التكنولوجية. فبعد مراجعة الأدبيات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، يمكن للباحث تقسيمها على المحورين التاليين:

المحور الأول: دراسات تناولت الهوية الثقافية

تناولت دراسة (الشبو، 2020) إشكالية الهوية لدى الشباب الجامعي. وسعت لاستجلاء إشكالية الهوية الثقافية لدى شريحة أساسية من شرائح المجتمع الكويتي، وهي شريحة الشباب الجامعي وذلك من خلال استشراف عينة من طلبة وطالبات كلية التربية الأساسية، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي الكيفي من خلال تناول الجانب النظري والجانب النوعي

من خلال تحليل المحتوى للوقوف على مقومات الهوية الكويتية ومكوناتها في المناهج الجامعية، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هو تقصير المناهج الدراسية في تعزيز مستويات الهوية وتحقيق الانتماء الوطني.

بينما سعت دراسة **(ابراهيم، 2020)** للوقوف على خصائص الهوية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي. وقد تألفت عينة الدراسة من 23 شاباً، تم اختيارهم عشوائياً من مختلف المستويات الاجتماعية والاقتصادية من مدينة الاسكندرية، واستعان الباحث بالاستبيان كأداة لجمع البيانات، وقد احتوى الاستبيان على 20 سؤالاً. وقد كشفت نتائج الدراسة عن أن سمات وخصائص الهوية الافتراضية تعد انعكاساً للوجود الاجتماعي والاهتمامات لدى المستخدمين من جانب ولطموحاتهم وآمالهم من جانب آخر، كما تبين أيضاً أن هناك سمات وخصائص أكثر من غيرها عرضة للتغير من جانب المستخدمين.

بينما هدفت دراسة **(محمد، 2019)** للتعرف على ماهية الهوية الثقافية ومقوماتها، والتحليل التاريخي لتطور أنظمة التعليم، بالإضافة إلى الكشف عن تداعيات تنوع أنظمة التعليم على الهوية الثقافية، بغية الوصول لمجموعة من الآليات للحد من الآثار السلبية لتعدد أنظمة التعليم على الهوية الثقافية. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي في بعده التحليلي والنقدي. وقد توصلت الدراسة إلى وجود تعدد في أنماط نظم التعليم وتنوعات، مع الانتشار الواسع في التعليم الأجنبي بجانب التعليم العام الحكومي، مما نتج عنه تأثيرات خطيرة وسلبية على الهوية الثقافية تمثلت في:

- ضмор الشعور بالهوية القومية
 - إفساح المجال للهيمنة والتبعية الثقافية
 - شعور خريجي المدارس بالاغتراب عن المجتمع الذي يعيشون فيه
 - إضعاف مقومات الهوية الثقافية للمجتمع
 - اختلال النسق القيمي للأجيال الناشئة
 - تأصيل التمايز الطبقي وعدم تكافؤ الفرص التعليمية وتهديد التماسك الاجتماعي في المجتمع
- وقد هدفت دراسة **(أبو عاقوله، 2016)** للتعرف على مستويات الهوية الثقافية لدى طلبة جامعة اليرموك في ضوء العولمة، والتعرف على العوامل التي تؤثر في مستويات الهوية الثقافية لدى طلبة جامعة اليرموك، بالغضافة إلى محاولة التعرف على سبل تعزيز الهوية الثقافية لدى طلبة جامعة اليرموك من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج الوصفي المسحي من خلال تصميم استبانة تم توزيعها على عينة عشوائية مكونة من 385 طالباً وطالبة من مجتمع الدراسة. أما نتائج الدراسة فقد أظهرت أن مستويات الهوية الثقافية لدى طلبة جامعة اليرموك في ضوء العولمة من وجهة نظر الطلبة قد جاءت بدرجة كبيرة حيث جاء محور "الهوية الثقافية الوطنية والقومية والعالمية في المرتبة الأولى، تلاه محور الهوية الثقافية الجماعية، ثم تلاه محور الهوية الثقافية الفردية، كما بينت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستويات الهوية الثقافية لدى طلبة جامعة اليرموك.

أما دراسة **(العبد، 2014)**، فقد هدفت لوصف البعد الثقافي لعولمة، وتبيان أثرها على الهوية الثقافية للشباب الجامعي من خلال الدين الإسلامي واللغة العربية، وبعض مظاهر القيم الثقافية لدى الشباب الجامعي وسبل التعامل معها للحد من تأثيراتها السلبية. وقد ركزت هذه الدراسة على تأثيرات العولمة على اللغة العربية بكونها جزء من الهوية الثقافية إلى جانب الدين الاسلامي. وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج ومن بينها:

- تؤثر العولمة في الهوية الاسلامية للشباب ويعني تشويه العربية والتعاليم الدينية.
 - ان مجال عولمة ظاهرة اقتصادية وسياسية وتقنية، تمثل تحدي فكريا، ثقافيا لغويا، وسلوكيا خاصة على الشباب.
- وهدف دراسة **(كنعان، 2008)**، لتحديد مشكلات الشباب المعاصرة وبيان أسبابها، والوقوف عند نظرة الشباب نحو مفهوم الهوية الثقافية، وبيان أثر العولمة عليهم، وتحديد الرؤية المستقبلية لدى الشباب. ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحثان بالاعتماد على المنهج الوصفي من خلال تصميم استبانة موزعة على عينة مكونة من 500 طالبا وطالبة من طلاب جامعة دمشق من مختلف التخصصات العلمية والإنسانية. وقد توصلت الدراسة إلى أن المشكلات التي يعاني منها الشباب تتمثل في عدة جوانب مثل الأسرة، والجنس، والمهنة، والهوية، والإدمان، والاغتراب، واللامبالاة، كما تبين أن مصادر القلق لدى الشباب تعود إلى مظاهر عدة منها: عدم الثقة بالنفس، والظروف الاقتصادية السيئة، وقلة فرص العمل.

المحور الثاني: دراسات تناولت تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية

على جانب آخر، تناولت العديد من الدراسات تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية وذلك بالتوازي مع اتساع نطاق التطورات التقنية وتعمق آثارها، فقد هدفت **دراسة (الفارسي، 2024)**، للكشف عن درجة تأثير وسائل التواصل لدى طلبة مؤسسات التعليم العالي بسلطنة عمان على الهوية الثقافية، وقد تكونت عينة الدراسة من 281 طالبا وطالبة بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الشرقية. وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن المتوسطات الحسابية جاءت بدرجة مرتفعة لجميع فقرات الاستبانة من وجهة نظر الطلبة في ضوء متغيرات الدراسة، كما أظهرت الدراسة وجود درجة مرتفعة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة الشرقية بسلطنة عمان من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، كما أظهرت الدراسة تأثيرات طردية ذات دلالة إحصائية لدرجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى طلبة جامعة الشرقية من وجهة نظر أفراد العينة.

في حين سعت دراسة **(محمد، 2023)** لتحديد خصائص الشباب المصري المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي ومضامينها على هؤلاء الشباب، وكذلك التعرف على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على اللغ

العربية والعادات والتقاليد الثقافية للشباب المصري. وقد اعتمد الدراسة على استخدام طريقة العينات عبر الاحتمالية بأسلوب عينة كرة الثلج حيث لا توجد إحصائيات رسمية عن حجم مرئادي مقاهي الانترنت ولا عدد مقاهي الانترنت، وبذلك كان من الصعب على الدراسة تحديد إطار المعاينة للدراسة، فكان الاعتماد على أسلوب كرة الثلج وذلك لأنه من أساليب العينات غير الاحتمالية والتي تستخدم في حالة عدم معلومية مجتمع الدراسة، فطبقت الدراسة على عينة من الشباب المصري في الفئة العمرية 18 – 29 من مرئادي مقاهي الانترنت بلغت 179 مفردة. وقد أكدت الدراسة وجود فروق جوهريّة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوي لتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب والتي تعزي للنوع، كما كشفت عن وجود فروق جوهريّة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوي لتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العادات والتقاليد للشباب المصري.

كما هدفت دراسة **(صوالحية وفارس، 2023)** للتعرف على أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي، وذلك بالتعرف على عادات وأنماط استخدامه، وكيفية تأثير هذا الاستخدام على عناصر الهوية الثقافية لديه. اعتمد الدراسة على المنهج المسحي، واستمارة الاستبيان كأداة، وطبقت على عينة من شباب جامعة تبسة عددها 60 مفردة. وتوصلت النتائج على أن لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثر سلبي على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعية، فأعلب المبحوثين صرحوا بأنهم يفسون السلام وفق ثقافات غربية، ويقبلون على إنشاء صداقات مع غير المسلمين، ويفضلون استخدام اللغة العامية في تواصلهم، والاعتماد على الاختصالات الكتابية والرموز المعبرة. وبأن استخدامهم للمواقع الاجتماعية ساهم في تغيير توجهاتهم تجاه مجتمعهم وعاداتهم وتقاليدهم وأسلوب ارتدائهم الملابس وقصات الشعر.

أما **(عادلة، 2020)**، فقد هدفت للكشف عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على هوية الطلبة، وقد تحدت إشكالية الدراسة في التساؤل عن ماهي تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي، واستخدمت استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات من المبحوثين، وقد تبنت الدراسة مقاربتين هما: نظرية الاستخدامات والإشباع ونظرية الغرس الثقافي. وقد خلصت الدراسة إلى أن الهوية الثقافية تتشكل من خصائص تاريخية واجتماعية ولغوية ونفسية، كما أنها تتسم بتعدد وظائفها وخدماتها حيث أحدثت نقلة نوعية وأفرزت نمطا اتصاليا جديدا، نظرا لانتشارها السريع، كما ساهمت في ترسيخ عادات وتقاليد وجعلت الأمة على اطلاع بثقافات الغير ومعرفة التاريخ وغيرها من مقومات وعناصر الهوية الثقافية، ورغم هذه الإيجابيات، إلا أنها لا تخلو من السلبيات

حيث أدت إلى تغيير في العادات اليومية وإكساب سلوكيات منافية للثقافة والدين واللغة، فقد ظهرت صورة جديدة تهدد الخصوصية الثقافية التي نشأ عليها خاصة المجتمع الطلابي الذي بدأ في التفاعل مع هذه الأمور، فطُرأت عليه جملة من التغيرات ولازالت الفضاء الأكاديمي غير قادر على استيعاب هذه التغيرات والتعاطي معها، خاصة وأن الهوية لا تعني الانطواء على الذات وإنما تعني المزيد من التفاعل المتزن مع الثقافات الأخرى.

كما هدفت دراسة (حميدان، 2018) للتعرف على أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب وأهم مظاهر تأثيرها على هويتهم الثقافية، واعتمدت الدراسة على منهج التحليل الوصفي الذي يراعى أهداف الدراسة، وقد تم اختيار عينة مكونة من 50 مفردة من الشباب المستخدم لهذه المواقع ذكورا وإناثا. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمية:

- أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير إيجابي وآخر سلبي على الدين
- أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في اللغة العربية حيث أن نسبة 42% من العينة يستخدمونها مزيجا بين اللغة العربية والأجنبية
- أشارت أن نحو 62% من أفراد العينة يؤكدون على تمسكهم بالثقافة الإسلامية ويسعون لتفعيلها للوقوف أمام الثقافات الدخيلة.

في حين هدفت دراسة (جعفري، 2017) وقد هدفت إلى التعرف على انعكاسات استخدام موقع فيس بوك على معالم هويته الثقافية بالتطبيق على عينة قصدية قوامها 147 من الشباب الجامعي بجامعة أم البواقي. وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أغلب المبحوثين يفضلون استخدام اللهجة العامية في موقع فيس بوك
- يفضل المبحوثين الكتابة بالأحرف الأجنبية
- تمثلت محددات الهوية الثقافية لدى عينة الدراسة في الإسلام أولا، ثم الجزائر ثم اللغة العربية.

أما دراسة (بلعربي، 2015)، فقد هدفت للكشف عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على هوية الطلبة، وقد تحددت إشكالية الدراسة في التساؤل عن ماهي تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي، واستخدمت استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات من المبحوثين، وقد تبنت الدراسة مقاربتين هما: نظرية الاستخدامات والإشباع ونظرية

الغرس الثقافي. وقد خلصت الدراسة إلى أن الهوية الثقافية تتشكل من خصائص تاريخية واجتماعية ولغوية ونفسية، كما أنها تتسم بتعدد وظائفها وخدماتها حيث أحدثت نقلة نوعية وأفرزت نمطا اتصاليا جديدا، نظرا لانتشارها السريع، كما ساهمت في ترسيخ عادات وتقاليدها وجعلت الأمة على اطلاع بثقافات الغير ومعرفة التاريخ وغيرها من مقومات وعناصر الهوية الثقافية، ورغم هذه الإيجابيات، إلا أنها لا تخلو من السلبيات حيث أدت إلى تغيير في العادات اليومية وإكساب سلوكيات منافية للثقافة والدين واللغة، فقد ظهرت صورة جديدة تهدد الخصوصية الثقافية التي نشأ عليها خاصة المجتمع الطلابي الذي بدأ في التفاعل مع هذه الأمور، فطرأت عليه جملة من التغيرات ولازالت الفضاء الأكاديمي غير قادر على استيعاب هذه التغيرات والتعاطي معها، خاصة وأن الهوية لا تعني الانطواء على الذات وإنما تعني المزيد من التفاعل المتزن مع الثقافات الأخرى. وتناولت دراسة (الفقيه، 2016)، انعكاسات استخدام موقع فيس بوك على معالم هويته الثقافية بالتطبيق على عينة قصدية قوامها 147 من الشباب الجامعي بجامعة أم البواقي. وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أغلب المبحوثين يفضلون استخدام اللهجة العامية في موقع فيس بوك
- يفضل المبحوثين الكتابة بالأحرف الأجنبية
- تمثلت محددات الهوية الثقافية لدى عينة الدراسة في الإسلام أولا، ثم الجزائر ثم اللغة العربية.

المحور الثالث: دراسات تناولت استخدامات المغتربين لوسائل التواصل الاجتماعي

دراسة (صالح، 2023)

اعتمدت الدراسة على الوصف التحليلي الكمي لأراء عينة من المصريين في الخارج في دول مختلفة، بتطبيق استقصاء إلكتروني على عينة بلغت 198 مفردة، وقد راعت الدراسة مؤشرات المسح القومي للهجرة الدولية في تحديد مواصفات العينة. استندت الدراسة إلى مقولات نظريات إدراك الواقع، ثم طرحت نموذجاً نظرياً مطوراً لتفسير عملية إدراك الواقع من خلال منصات التواصل الاجتماعي، في ضوء الأبعاد المعرفية والنفسية والسلوكية لهذه العملية، مستفيدة من النتائج التي انتهت إليها وتعكس خصوصية منصات التواصل الاجتماعي كمصادر معلومات تفاعلية مفتوحة. استخدمت الدراسة التحليل الإحصائي لنتائج المقاييس التي استخدمتها، وانتهت إلى عدة نتائج، من أهمها وضوح البعد النفسي في توجيه المصريين بالخارج لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي لمتابعة أخبار موطنهم، وإدراكهم الحذر لاختلاف الواقع كما يدركونه عما هو قائم فعليا. إضافة إلى

التأثير الإيجابي الذي تقوم به هذه المنصات في تشكيل إدراكهم للواقع معرفياً وسلوكياً. وأظهرت أنه رغم متابعة المصريين بالخارج لأخبار موطنهم باهتمام وحرص، واستخدامهم مصادر معلومات مختلفة، ورغم اعتقادهم بمعرفة الكثير مما يحدث على أرض الواقع فيه، واعتقادهم بأنهم قادرين على التكيف والتعامل مع مواقف الحياة فيه، إلا أنهم ما يزالون يشعرون بضبابية ذلك الواقع وعدم وضوحه بالنسبة لهم. وناقشت الدراسة دلالات ما انتهت إليه من نتائج، حيث يتمثل إسهامها العلمي في التكامل مع الدراسات السابقة التي تناولت جوانب مختلفة في تأثير الإعلام في المغتربين، وفي طرحها نموذج نظري يناسب سمات بيئة الإعلام التفاعلي.

(دراسة السنوسي، 2022)

تهدف هذه الدراسة الى معرفه مدى اعتماد المصريين المغتربين في الإمارات على وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار والمعلومات حول أزمة السد الإثيوبي. اعتمدت الدراسة على عينة مكونه من 200 مفردة من المصريين المغتربين في دولة الإمارات العربية المتحدة. وأكدت نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً بين المغتربين المصريين في الإمارات في الحصول على الأخبار والمعلومات حول أزمة السد الإثيوبي كانت فيسبوك ثم يوتيوب. كما أشارت النتائج إلى أن ارتفاع ثقة أفراد العينة في تعامل وسائل التواصل الاجتماعي مع المعلومات المتعلقة بأزمة السد الإثيوبي. كما أظهرت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي زادت من معلومات ومعرفة المغتربين المصريين في الإمارات حول أزمة السد الإثيوبي.

(دراسة (Sahakiant & Dorner, 2021)

هدفت للتعرف على اتجاهات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتكنولوجيا التعاونية عبر الإنترنت في إدارة شؤون المغتربين، والحاجة إلى إيلاء اهتمام خاص للقضايا المتعلقة بالتحول الرقمي في دعم المغتربين وأفراد أسرهم قبل وأثناء وبعد المهام الدولية. وعلى وجه الخصوص. وقد تضمنت نتائج الدراسة التأكيد على ضرورة تطوير الأساليب التقليدية للتعاون مع المغتربين وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي وأدوات التعاون عبر الإنترنت التي يستخدمها ملايين الأفراد في جميع أنحاء العالم في حياتهم اليومية بشكل متزايد وهو الاتجاه الذي تعزز بسبب تفشي جائحة كوفيد-19 والقيود المفروضة على الاتصال الاجتماعي والتنقل الدولي.

(دراسة (Spyratos et al, 2019)

وقد تناولت استخدامات المغتربين لوسائل التواصل الاجتماعي في المجتمعات الأوروبية وانعكاس ذلك على سياسات الهجرة التي تشكل أولوية قصوى بالنسبة لدول الاتحاد. وقد استخدمت الدراسة منهجية تصحيح التمثيل الزائد أو الناقص لمستخدمي شبكة فيسبوك مقارنة بالسكان الفعليين للدول، وهي طريقة تستخدم معدلات انتشار فيسبوك حسب الفئة العمرية والجنس في بلد الإقامة السابقة وبلد المقصد للمغتربين على

فيسبوك. والغرض من تقديرات المغتربين على شبكة فيسبوك ليس إعادة إنتاج إحصاءات الهجرة، بل توليد تقديرات منفصلة للمغتربين، لأن إحصاءات الهجرة وتقديرات المغتربين على شبكة فيسبوك لا تقيس نفس الكميات ذات الأهمية. وقد خلصت الدراسة إلى أن هناك العديد من القضايا التي تتعلق بسلامة البيانات عند استخدام مصادر بيانات وسائل التواصل الاجتماعي لدراسة الظواهر المرتبطة بالهجرة. على سبيل المثال، كشفت هذه الدراسة عن المبالغة في تقدير عدد المغتربين من الفلبين في إسبانيا وإيطاليا، حيث ولا يوجد دليل على أن هذه المبالغة قد تكون صحيحة.

دراسة (Aksoy, 2016)

هدفت الدراسة لفهم إشكاليات الاتصال بين الثقافات لمجتمعات المغتربين عبر وسائل التواصل الاجتماعي. حيث تم فحص مجموعات على الفيسبوك Facebook لمجتمعين من المغتربين، "المغتربين في اسطنبول" و "المغتربين في أمستردام"، ومن خلال تحليل المحتوى النوعي. عزز النهج النوعي تطوير نظرة ثاقبة لمعنى وعملية الاتصال. وقد وجدت هذه الدراسة أنه مع نمو المنظمات الدولية والعالمية، تتوسع مجتمعات المغتربين في مناطق مختلفة من العالم. حيث يشكل المهنيون الذين يتم تعيينهم في مناصب في الخارج من قبل المنظمات المتعددة الجنسيات / الدولية مجتمعًا متعدد الثقافات يواجهون فيه تحديات مماثلة في الاستقرار والتكيف والانضمام إلى الحياة الاجتماعية في ثقافة جديدة. ونظرًا لأن تقنيات الاتصال الرقمية توفر مساحات افتراضية للتفاعل، كشفت الدراسة أنه من المرجح أن يجد المغتربون فرصًا للقاء آخرين يشتركون في الصعوبات والتوقعات المشتركة. وبالتالي، فإن الشبكات الاجتماعية تتيح عبر الإنترنت ما يسمى بالمنطقة التفاعلية للمغتربين للتواصل ومشاركة الأخبار أو الآراء أو الخبرات.

دراسة (الدر، 2016)

هدفت الدراسة للكشف دور شبكات التواصل الاجتماعي في حياة المغتربين في الخارج من خلال التعرف على أهم اتجاهاتهم نحو التأثيرات الاجتماعية الناتجة عن اعتمادهم عليها في حياتهم في الخارج. تحددت مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على معدلات اعتماد المغتربين في المملكة العربية السعودية على شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرات هذا الاعتماد بالإضافة إلى محاولة التعرف على اتجاهاتهم نحو الآثار الاجتماعية الناتجة عن اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي وذلك في إطار اختبار فروض نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام كاطارا نظريا للبحث. وقد اسفرت الدراسة عن العديد من النتائج الهامة من أبرزها كثافة الاستخدام والاعتماد على هذه الشبكات الاجتماعية في حياة المغترب حيث تعد اهم الانشطة اليومية التي يمارسها بهدف

التفاعل مع الآخرين في بلد الموطن وخاصة شبكة الفيس بوك وتمثلت الدوافع الخاصة بتوجيه التفاعل والفهم الاجتماعي كإبرز دوافع الاعتماد على الشبكات الاجتماعية اما التأثيرات المعرفية فقد تصدرت اهم التأثيرات الناتجة عن الاعتماد. كما بينت نتائج الدراسة أن هناك نسبة كبيرة من المغتربين يعتمدون على الشبكات الاجتماعية لديها كل من التأثيرات الايجابية التي من ابرزها تقليل الاحساس بالغربة وتوطيد العلاقات الاجتماعية اما اهم التأثيرات السلبية فتمثلت في الترويج للشائعات وادمان الشبكات وتقليل الروابط بين افراد الأسرة , وعلى الرغم من ادراك المغتربين لهذه التأثيرات من خلال التعبير عن اتجاهاتهم نحوها الا ان نتائج فروض الدراسة لم تثبت وجود علاقة ارتباطية بين معدلات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو تأثيراتها الاجتماعية مما يدل ان الاعتماد على هذه الشبكات لم يرتبط باتجاهات المبحوثين فالمغربي يدرك هذه التأثيرات جيدا بصرف النظر عن ارتفاع او انخفاض معدلات الاعتماد عليها.

(دراسة العزازي، 2015)

هدف البحث إلى التعرف على " دور المواقع الإخبارية الالكترونية في تشكيل اتجاهات المغتربين اليمنيين نحو قضايا الوطن". واستخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي. وتكونت عينة البحث من 400 مفردة من المغتربين اليمنيين في المملكة العربية السعودية، خلال شهري نوفمبر-ديسمبر 2014م. وتمثلت أدوات البحث في استخدام أداة المسح الميداني، واستبانة لجمع البيانات. وجاءت نتائج البحث مؤكدة على أن أغلب المغتربين اليمنيين تتصفح المواقع الإلكترونية بصفة دائمة وأحياناً وبنسبة (84.7%). كما أكدت على ارتفاع معدل العينة للمواقع الإخبارية الالكترونية، حيث أن النسبة الأعلى من عينة البحث تتصفح المواقع الإخبارية بشكل يومي بنسبة (47.0%)، ثم جاء على حسب الظروف بنسبة (33.8%)، وبنسبة (8.6%) مرة واحدة في الأسبوع، وبنسبة (5.5%) مرتان في الأسبوع، وبنسبة (5.2%) ثلاث مرات في الأسبوع. وأوصي البحث بضرورة تفعيل دور وسائل الإعلام اليمنية، والمواقع الإخبارية الالكترونية بشكل خاص، عند طرحها لقضايا المغتربين اليمنيين، وزيادة الاهتمام بقضايا هذه الفئة، وذلك من خلال ربط هذا الطرح بإستراتيجية إعلامية محددة قائمة على تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية. وإجراء المزيد من البحوث حول فئة المغتربين اليمنيين، وعلاقتهم بوسائل الإعلام، ورصد التأثيرات المحتملة لاعتمادهم على وسائل الإعلام، سعياً لإحداث المزيد من التواصل مع هذه الفئة الهامة. كُتب هذا المستخلص من قبل دار المنظومة 2018

(دراسة (الجعفري، 2012)

هدفت للتعرف على استخدام المصريين في الخارج لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء فترة الانتخابات الرئاسية المصرية 2012 بالتطبيق على الفيسبوك من خلال دراسة استطلاعية على عينة بسيطة (50 مفردة) من المصريين المقيمين بالمملكة العربية السعودية. وخلص الباحث إلى ارتفاع نسبة تعامل المصريين في المملكة مع الفيسبوك خلال فترة انتخابات الرئاسة بهدف الحصول على الأخبار التي رفعت نسبة الوعي السياسي لديهم حيث قدم لهم الفيسبوك الخدمة الإخبارية في المقام الأول كما ارتفعت أيضا نسبة الوعي السياسي لديهم من خلال المشاركة والاطلاع على استطلاعات الرأي العام الخاصة بالانتخابات من خلال شبكة الفيسبوك مما كان له أثر كبير على اختيار الناخبين للمرشحين في الانتخابات الرئاسية.

دراسة (McKechnie,2012)

تناولت هذه الدراسة استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمعات الشرقية والغربية مع التركيز بشكل خاص على المغتربين ومواطني الدولة. وقد تمثل مجتمع الدراسة المغتربين في دبي. وقد ركزت الدراسة على التركيبة السكانية، أي العمر والجنسية والجنس ومدة الإقامة في دبي بالإضافة إلى غرض الاستخدام والآراء حول الخصوصية. وقد خلصت الدراسة إلى أ، المغتربين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كرابط عائلي وليس أداة للتواصل. لاحظت المقارنات الخاصة بالغرض والخصوصية اختلافات عبر العمر والجنسية والجنس والسنوات التي عاشها في دبي.

التعليق على الدراسات السابقة

يلاحظ على أغلب الدراسات السابقة أنها ركزت على عملية الاستخدام وطريقة تعامل أفراد المجتمع مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وذلك من خلال تسليط الضوء على زاوية الاستخدامات والإشباع التي تحققها هذه التقنيات الحديثة، بجانب ذلك ركزت الدراسات على زاوية الغرس الثقافي والتي تتمثل في مشكلة العلاقات الاجتماعية والاعتراق وقيم السلوك والهوية الثقافية، خصوصا في ظل الإقبال الكبير من جانب الجمهور على استخدام هذه الوسائل، وهو ما تتشابه فيه الدراسة الحالية مع أغلب الدراسات السابقة في كونها تسلط الضوء على الهوية الثقافية كمتغير تابع.

لقد ركزت أغلب الدراسات السابقة على الأبعاد الديمغرافية للظواهر محل الدراسة من خلال المتغيرات التي اعتمدت عليها هذه الدراسات مثل عوامل النوع والسن والتعليم. كما ركز قطاع من الدراسات على العلاقة الثنائية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على الموروث الثقافي لمجتمع الدراسة وتتشابه الدراسة الحالية مع هذا القطاع من الدراسات في كونها تركز على التداعيات المترتبة لاستخدامات المغتربين

العرب في المملكة العربية السعودية لوسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما يكشف أسهم في تحديد الفجوة البحثية للدراسة.

رغم ذلك، إلا أن الدراسة الحالية قد استفادت من غالبية الدراسات السابقة فيما يتصل بتشكيل الإطار المعرفي الخاص وكذا الصياغات المنهجية مثل الإشكالية وصياغة الفروض وقياسات المتغيرات.

الإطار النظري للدراسة

نظرية الشبكات "مانويل كاستلر:

تقوم نظرية الشبكات على ما يعرف بـ "مجتمع الشبكات"، وهو المجتمع الذي تقوم فيه الشبكات بتشكيل بناء الاجتماعية، حيث تركز هذه الشبكات على تقنيات التواصل. فمن خلال طبيعة البنية الاجتماعية، يمكن فهم التراتبيات التنظيمية للكائنات البشرية المتجلية في الخبرات والتجارب والمعارف والفنون واللغة والمسكن والملبس والغذاء والدواء والمعايير والانتاج والتوزيع والعلاقة بالآخرين والقوة التي أعربت عنها في التواصل المجدي عن طريق الثقافة.

وقد حلل كاستلر الأبعاد التكنولوجية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتاريخية الكامنة خلف التحولات والتغيرات التي مرت فيها تقانة المعلومات في المجتمعات الغربية التي أفضلت إلى تشكيل هذا المجتمع. وقد انطلق كاستلر في نظرية الشبكات من تحديد التغيرات التي اعتبرت بنية الاقتصاد في المجتمعات الغربية وضرورة أخذها بعين الاعتبار، فهو يؤكد أننا أمام مجتمع جديد قوامه "رأسمالية معلوماتية"، أي أن المعرفة والمعلومات فيه هما مصدر الثروة ورأس المال في هذا المجتمع. ويرى كاستلر أن منتصف القرن العشرين كان بداية تشكل ما يسمى المجتمعات ما بعد الصناعية التي أصبحت تركز في عملياتها الإنتاجية على المعلومة بدلا من الطاقة، وقد أدى هذا التحول إلى إحداث تغيير جوهري في الانتاج، بل على النظم المعلوماتية والمعرفية. (الغزواني، 2022).

ويمتاز المجتمع الشبكي وفق كاستلر بصفة "التدفق" الذي أوجد خصائص ثقافية وأنماط حياة جديدة أطلق عليها اسم الثقافة الافتراضية الواقعية، إذ يرى أن وسائل التواصل عملت على خلق نوع جديد من الحياة في هذا النوع من المجتمعات، فالحياة فيها ليست واقعية تماما، وليست بالخيال تماما، بل هي مزيج من الأمرين.

ووفقا لكاستلز، فإن من أهم خصائص هذه الفضاءات هو "الافتراضية"، إذ يشكل الخيال لدى عدد كبير من الناس متعة فائقة قد تفوق تلك التي يحصلون عليها في مجتمعاتهم تغري الناس وتجذبهم بصورة كبيرة، وخصوصا أولئك الذين يبحثون عن التغيير وعن السبل التي تخرجهم من القيود الاجتماعية الثقيلة التي تواجههم في عوالمهم الفعلية الحقيقية (الغزواني، 2022).

كما يتصف مجتمع الشبكات أيضا بما يعتبره كاستيلز "اللاتعين"، أو اختفاء الهوية Anonymity، إذ يتيح الفضاء الافتراضي للمشاركين فيه فرصة لاختفاء هوياتهم، وهو ما يساعد المستخدم على التعبير عن نفسه بحرية أكبر تبعده عن التقيد بالقوة الروتينية التي يفرضها عليه المجتمع الحقيقي أو الواقعي. بجانب ذلك، هناك صفة "التشاركية التفاعلية"، إذ يسمح الفضاء الافتراضي للمشاركين أن يخطرطوا في نشاط محدد أو قضية محددة، تعمل على توحيد جهود المشاركين في هذا المجتمع من أجل تحقيق أهدافهم (محمود، 2022).

نظرية التفاعلية الرمزية:

تعتبر النظرية التفاعلية الرمزية واحدة من أهم الاجتهادات النظرية الحديثة التي تسهم في توفير أساسا نظريا لكثير من الأبحاث المتخصصة في العلوم الاجتماعية، حيث تقوم هذه النظرية على أساس مبدأ مركزي يتجسد في أن العالم هو بناء اجتماعي ينتج عن طريق التفاعل الاجتماعي اليومي. وتركز النظرية على كيفية الاستخدام والتعامل اليومي مع الأشياء وكذا تفسيرها كرموز للتواصل المتبادل بين أفراد المجتمع، وكيف يتم خلق الذات والحفاظ عليها، وكذا الحفاظ على الواقع الاجتماعي.

وقد ظهرت نظرية التفاعلية الرمزية في بداية الثلاثينات من القرن العشرين على يد العالم الأمريكي جورج هربرت ميد، حيث صاغ مصطلح التفاعل الرمزي وحددة مقوماته على النحو التالي (الحياي، 2022):

- يعتبر المجتمع نظاما للمعاني والرموز تعد جزءا من النشاط الإنساني
- من خلال التفاعل الرمزي بين الناس يتم بناء الحقائق عليها في المجتمع
- يعتبر السلوك الإنساني حيال المواقف عبارة عن بناء شخصية عن الذات وعن الآخرين في المجتمع
- إن البشر يتصرفون تجاه الأشياء على أساس ما تعنيه تلك الأشياء لهم

- إن المعاني هي نتائج التفاعل الإعلامي في المجتمع الإنساني وهذه المعاني تحور وتعديل وتتداول عبر عملية فهم وتأويل يستخدمها كل فرد في تعامله مع الإشارات التي يواجهها
- يتفاعل الأفراد مع الأشياء بناء على المعاني التي ينسبونها إلى تلك الأشياء
- تتشكل هذه المعاني من خلال تفاعلاتنا مع الآخرين والمجتمع.
- يتم تأويل معاني الأشياء من قبل الشخص عند التعامل مع الأشياء في وضعيات معينة.

وقد تطورت التفاعلية الرمزية في الإعلام، حيث ترجع جذورها إلى التوجهات الاجتماعية السلوكية والتوجهات الاجتماعية النفسية التي تبناها مجموعة من العلماء الغربيين. وفي إطار نظرية التفاعلية الرمزية، يتم تحليل المجتمع من خلال المعاني التي يعطيها الناس للأشياء والأحداث والأفعال، على اعتبار أن الناس يتصرفون وفقا للمعاني التي يعطونها للعالم بدلا من الحقيقة الموضوعية. علما بأن هذه المعاني ليست سوى تأويلات، وبالتالي تشير النظرية إلى أن المجتمع يقوم على تأويلات الناس. وعند تكوين الصورة الانطباعية عن الفرد فإنها تلتصق بمجرد مشاهدته أو السماح عنه أو التحدث إليه من دون التأكد من صحة المعلومات لأن الشخص اعتبر الفرد الآخر رمزا، والرمز هو الذي يحدد طبيعة التفاعل. وتتحدد هذه الأفعال الاجتماعية من خلال التفاعل وتقديرات المواقف التي تواجه الأفراد وعلى أساس أن الفعل الإعلامي يتضمن الذات والدور الذي يشغله الفرد في تلك الفترة الزمنية. والتفاعل هنا هو أساس ديناميكية المجتمعات، وتعد المعلومات المتاحة عن الفرد والموقف وتوقعات الدور المحدد في تنظيم المجتمع هي محور هذا التفاعل. (مختار، 2022)

نظرية السلوكية الجماعية "الفعل الاجتماعي":

يذهب رواد نظرية الفعل الاجتماعي مثل تالكوت بارسونز وبرك ومالينوفسكي وهيربرت ميد إلى أن دراسة الفعل الرمزي يعد ضرورة لنمو وتطور النظرية الوظيفية الاجتماعية، إذ لا يمكن استبعاد الأعمال والأشكال الفنية والثقافية عند دراسة المجتمع. وفي إطار هذه النظرية يحدد بارسونز ثلاثة جوانب أساسية رئيسية وهي (جسام، 2020):

- النسق الاجتماعي
- انساق شخصية الفاعلين الرمزيين

➤ النسق الثقافي الذي هو عبارة عن النسق الرمزي الذي يدخل في فعل الأفراد

ويمكن النظر إلى كل من هذه الجوانب الثلاثة باعتباره عنصر مستقل وضرورية في عملية التنظيم والاتساق مع العناصر الأخرى. أي أن كل عنصر يكون ضروريا بالنسبة للعناصر الأخرى، بمعنى أنه بدون الشخصية والثقافة أو الرمز سوف لا يكون هناك نسق اجتماعي. (بورتيا و ديانى، 2017)

الإجراءات المنهجية

تنتمي هذه الدراسات إلى نمط الدراسات الوصفية التحليلية لكونها أنسب أنواع الدراسات ملائمة لطبيعة موضوع الدراسة الحالية والتي تهدف إلى الكشف عن تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب المصري، وهي أنسب أنواع الدراسات لتحقيق أهداف الدراسة الحالية.

منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة للمغترين العرب في المملكة العربية السعودية مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي

المعالجة الإحصائية

سوف تعتمد الدراسة في المعالجة الإحصائية للبيانات على الحزمة الإحصائية المتعارف عليها في العلوم الاجتماعية (SPSS) وما يرتبط بها من أساليب إحصائية.

بناء على نوعية البيانات الكمية سوف يتم استخدام تحليل الارتباط Correlation لقياس مستوى العلاقة بين مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومؤشرات الهوية الثقافية، وايضاً مقاييس نوعية ليكرت Licart Scale لقياس التأثيرات. كما سيتم استخدام اختبار بيرسون Person في حالة ما إذا كانت البيانات غير موزعة توزيعاً طبيعياً. وأيضاً تحليل الانحدار الخطي Linear Regression ويستخدم لمعرفة مدى تأثير متغير مثل وقت استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على متغير آخر مثل ارتباط الفرد بهويته الثقافية. وهناك أيضاً تحليل التباين Avana إذا كانت هناك مجموعة مختلفة مثل فئات عمرية لمعرفة ما إذا كانت هذه الفئات تتأثر بوسائل التواصل الاجتماعي بشكل مختلف.

مجتمع الدراسة وعينة البحث

يتمثل مجتمع الدراسة في فئة المغتربين العرب بالمملكة العربية السعودية، وبما أن عدد هؤلاء المغتربي كبير، فإن الباحث سوف يختار عينة عمدية من 400 مفردة من المغترب العرب في المملكة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

أداة جمع البيانات

تعد أداة جمع البيانات خطوة مهمة من خطوات تصميم البحث، فهي مرحلة جد حساسة، لكن صدق الحقائق والنتائج المتوصل إليها يتوقف على دقة الأدوات المستخدمة وتماشيا مع موضوع الدراسة الراهنة سوف يعتمد الباحث على أداة "استمارة الاستبيان" باعتبارها الأكثر موائمة للموضوع على أساس فئة المبحوثين، حيث يعرف الاستبيان بأنه "مجموعة من الأسئلة المرتبطة حول موضوع معين ترسل إلى الأشخاص (المبحوثين) الكترونيا (عبر الإيميل) أو يتم تسليمها باليد للحصول على أجوبة للأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق.

وتفيد أداة الاستبيان في تحقيق هدف البحث كونها تستهدف رؤية أفراد مجتمع الدراسة تجاه الجوانب التي تتعرض لها الأسئلة المتضمنة في الاستبيان. كما أن الإجابة عليها بشكل حر ومباشر من جانبهم يساهم في تعميق رؤية الباحث في التعرف على جوانب تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية.

أما فيما يخص التحقق من مصداقية الإجابات فإن ذلك سيكون من خلال أسئلة يتم وضعها بشكل قصدي للتحقق من ذلك. كما سيتم عرض الاستبيان على محكمين وخبراء في مجال البحث لتقييم مدى قدرة الاستبيان على تحقيق أهدافه.

حدود الدراسة: تقتصر هذه الدراسة على المحددات التالية:

الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة الراهنة على الكشف عن درجة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى المغتربين العرب بالمملكة العربية السعودية ووسائل الوقاية منها.

الحدود البشرية: تقتصر الدراسة على عينة من المغتربين العرب في المملكة العربية السعودية ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

الحدود الزمانية:

تتعين الحدود الزمانية للدراسة في الستة شهور الأولى من عام 2025 كجزء من فترة إعداد الدراسة.

مصطلحات الدراسة

التأثير

هو كل ما تحدثه المضامين أو الرسائل الإعلامية من تعديل أو تغيير أو تثبيت لمواقع الجمهور سواء على المدى القريب أو المتوسط أو البعيد.

والتأثير يعني نوعاً من الإيحاء أو الجذب الذي يمكن أن يحدث انفعالات في النفس كأن يحالو من أوتي قدرة فكرية أو قدرة تعبيرية أن يحدث الدهشة والإعجاب في نفوس المستمعين أو كان يحاول أحدهم عن طريق التأثير النفسي على الآخرين للقيام بأعمال تشجيعها العادات والتقاليد الاجتماعية أو القيام بما يخالف القوانين.

وإجرائياً يتعرف التأثير في الدراسة الراهنة بأنه تلك التأثيرات والتغيرات التي تحدثها مواقع التواصل الاجتماعية على الهوية لدى المغتربين العرب لدى المملكة العربية السعودية.

وسائل التواصل الاجتماعي:

هي منظمة من الشبكات الإلكترونية تتيح للأفراد إنشاء صفحات خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم وتسمح لهم بالتواصل وتبادل الأفكار مع أعضاء يشاركونهم الاهتمامات والميول نفسها برض تكوين علاقات اجتماعية.

هي مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع بين أفرادها اهتماماً مشتركاً يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الإطلاح على الملفات الشخصية ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي. (عبد الغفار، 2015).

ويعرفها زاهر رياض بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.

أما إجرائياً: فإننا نقصد في هذه الدراسة بمواقع التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من الشبكات الإلكترونية التي تقدم خدمات اجتماعية وتسمح للأفراد بالتواصل مع الآخرين وتبادل المعلومات والرسائل النصية

والصوتية والصور والأفلام ومقاطع الفيديو للتعبير عن الأفكار والآراء والاتجاهات إذ أصبحت تمثل منعرج مهم في توجهات المعترين العرب في المملكة العربية السعودية وغيرها من دول الخليج العربي.

الهوية الثقافية

من حيث التعريف اللغوي فإن الهوية هي مصدر صناعي مركب من "هو" ضمير الغائب المعروف بأداة التعريف "أل" ومن اللاحقة المتمثلة في ال "ي" المتشددة للنسب". والهوية عن الجرجاني تني الحقيقة المطلقة المشتملة على الحقائق استمال النواة على الشجرة في الغيب المطلق.

واصطلاحاً تعرفها منظمة منظمة اليونسكو الهوية الثقافية بأنها تعني أولاً قبل كل شيء تعريفنا التلقائي بأنها أفراد ننتمي إلى جماعة لغوية محلية أو إقليمية أو وطنية بما لها من قيم تميزها . ويتضمن ذلك أيضاً الأسلوب الذي تستعوب به تاريخ هذه الجماعة وتقاليدها وعاداتها وأساليبها الحياتية، والإحساس بالخضوع أو المشاركة فيه أو تشكيل قدر مشترك، وتعني الطريقة التي تظهر فيها أنفسنا في ذات كلية حيث نرى انطباعاتنا الخاصة بصفة مستمرة مما يمكننا من بناء شخصياتنا من خلال التعليم والتعربي عنها في العمل يؤثر بدوره في العامل الذي نحيا فيه.

ويرى جورج لارين أن مسألة الهوية الثقافية في علاقة دقيقة بمسألة الهوية الشخصية باعتبار أن الثقافة إحدى المحددات الرئيسية للهوية الشخصية وتتسم الثقافة بتنوع طرق الحياة وتتخذ هذه الطرق شكل الاستمرارية في وعي الذات تماثلاً مع الهوية الشخصية (لارين، 2003).

ويعرفها حليم بركان بأنها "وعي الإنسان وإحساسه بانتمائه إلى مجتمع أو أمة أو جماعة أو طبقة في إطار لانتماء الإنساني العام، إنها معرفتنا بمن وأين نحن، ومن أين أتينا، وإلى أين نمضي، وبما نريد لأنفسنا وللآخرين، وبموقعنا في خريطة العلاقات والتناقضات والصراعات القائمة (بركات، 2004).

ويعرفها محمد عابد الجابري بأنها كيان يسير، يتطور، وليست معطى جاهزاً ونهائياً هي تسير وتتطور، إما في اتجاه الانكماش وإما في اتجاه الانتشار، وهي تعني بتجارب أهلها ومعاناتهم، وانتصاراتهم وتطلعاتهم وأيضا باحتكاكها سلباً وإيجاباً مع الهويات الثقافية الأخرى التي تدخل معها في تغاير من نوع ما (الجابري، 2012).

ويعرفها محمود أمين العالم أن الهوية ليست أحادية البنية، أي لا تتشكل من عنصر، سواء كان الدين أو اللغة أو العرق أو الثقافة أو الوجدان والأخلاق، أو الخبرة الذاتية أو العلمية وحدها، وإنما هي محصلة تفاعل هذه العناصر كلها (أمين العالم، 1998).

وعلى هذا تصبح الهوية الثقافية معبرة عن مجموعة من السمات والخصائص التي تنفرد بها الشخصية العربية، وتجعلها متميزة عن غيرها من الهويات الثقافية الأخرى، وتتمثل عن تلك الخصائص في اللغة والدين والعادات والتقاليد من الأغراف وغيرها من المكونات ذات السمة العربية. وبعبارة أخرى يمكن القول بأنها مجموعة من الأفكار والمعتقدات والعادات والتقاليد والاتجاهات والقيم، وأساليب التفكير التي تميز مجتمعاً عن آخر، وجوهرها الثوابت الراسخة في الثقافة (جمال الدين والخالدي ومحمود، 2016).

أما على المستوى الإجرائي فالمقصود بالهوية في دراستنا هي الشيفرة التي يستطيع الفرد من خلالها معرفة نفسه وذاته وترتبط بالانتماء والقومية والذاتية والمواطنة والبعد الثقافي والاجتماعي لدى المغتربين العرب في المملكة العربية السعودية.

المصادر المراجع:

الكتب

1. إبراهيم اسماعيل (2014)، الإعلام المعاصرووسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث، الدوحة.
2. إبراهيم محمد عباس (2007)، الثقافات الفرعية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر.
3. أحمين عبد الحكيم (2017)، الهويات الافتراضية في المجتمعات العربية، الرباط، دار الأمان.
4. أسعد السحمراني (2002)، ويلات العولمة على الدين واللغة والثقافة، بيروت، دار النفائس للطباعة والنشر والتوزيع.
5. أمين رضا عبد الواحد، الصحافة الإلكترونية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007.
6. أمين رضا، الإعلام الجديد، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2015.
7. البرغشي محمد حسن، الثقافة العربية والعولمة: دراسة سوسيولوجية لآراء المثقفين العرب، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 2007.
8. بعزیز ابراهيم (2015)، التظليل الإعلامي: كيف يقوم الإعلام بتسطيح ثقافة الجماهير وتغيب الوعي، القاهرة، دار الكتاب الحديث.
9. بن سعود البشر محمد (2014)، نظريات التأثير الإعلامي، الرياض، دار العبيكان للنشر.
10. حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماع، عالم الكتب، القاهرة، ط4، 1977.
11. خالد سليم، ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية، دار المتنبي للنشر والتوزيع، قطر، 2008.
12. خليل نوري العاني، الهوية الإسلامية في زمن العولمة الثقافية، مركز البحوث والدراسات الإسلامية، بغداد، العراق، 2009.
13. دوناتيل ديلابورتا، وماريو ديانى (2017)، الحركات الاجتماعية – مقدمة، ترجمة نيرة محمد صبري، مؤسسة هنداوي للنشر، القاهرة.
14. الرفاعي، م. (2018). الهوية الثقافية والتواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية. دار الفكر العربي.

15. شريف رضا، الهوية العربية الإسلامية وإشكالية العولمة عند الجابري، الجزائر، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، 2011.
16. شريف صلاح الدين، علم الاجتماع الديني العام، عنابة، دار العلوم للنشر والتوزيع، 2012.
17. عبدالرحمن، م. (2018). التكنولوجيا والهوية الثقافية: دراسة ميدانية. دار النشر العربي، دمشق.
18. عمارة محمد (1990)، مخاطر العولمة على الهوية الثقافية، القاهرة، دار نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع.
19. وليد زكي. (2019). نظرية الشبكات الاجتماعية: من الأيديولوجيا إلى الميثولوجيا. القاهرة: المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني .
20. لاين جورج (2002)، الأيديولوجيا والهوية الثقافية الحداثة وحضور العالم الثالث، ترجمة فريان حسن خليفة، القاهرة، مكتبة مدبولي.
21. محمد عمارة، مخاطر العولمة على الهوية الثقافية، نهضة مصر للطباعة والنشر، القاهرة، ط 1، فبراير 1999.
22. محمد حسن البرغشي، الثقافة العربية والعولمة، ط1، دار فارس للنشر، 2007.
23. نديم المنصوري. (2014). سوسيولوجيا الإنترنت. بيروت: منتدى المعارف.
24. هاشم الهاشمي (2012)، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.

مقالات علمية

1. أحمد زين العابدين ابراهيم (2020)، خصائص الهوية الافتراضية لدى الشباب: دراسة لعينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، مجلة البحث العلمي في الأداب، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 21، ج 4.
2. إدريس الغزواني(2020)، مانويل كاستلز مجتمع الشبكات من المجتمع إلى الشبكة: نحو مقارنة تأويلية للهوية والسلطة في عصر المعلومات، مجلة عمران، مجلد 9، العدد 33.
3. بايوسف مسعودة، الهوية الافتراضية: الخصائص و الأبعاد، دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص الملتقى الدولي الأول حول الهوية و المجالات الاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر 27-28-فيفري 2011.

4. بايوسف مسعودة، الهوية الافتراضية: الخصائص و الأبعاد، دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص الملتقى الدولي الأول حول الهوية و المجالات الاجتماعية،، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر 27-28-فيفري 2011.
5. ثناء هاشم محمد (2019)، الهوية الثقافية والتعليم في المجتمع المصري، مجلة كلية التربية، جامعة بني سويف، مصر، عدد يناير، الجزء الأول.
6. دراجي ابتسام (2017)، آليات وأشكال التفاعل الاجتماعي عبر الشبكات الإلكترونية الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 47، يونيو.
7. رباب رأفت الجمال (2014)، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، عدد 11.
8. زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، 2003
9. سلمى حيدان (2020)، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب – دراسة ميدانية، مجلة المعيار، مجلد 24، عدد 49.
10. سهام بقلوف (2015)، الإعلام الجديد ومسألة الهوية الثقافية في المجتمع الجزائري: دراسة ميدانية على عينة مستخدمي الفيسبوك في الجزائر، مجلة كلية الفنون والإعلام، جامعة مصراتة، عدد 2.
11. سيد الجعفري (2012)، استخدامات المصريين في الخارج لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء فترة الانتخابات الرئاسية المصرية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، عدد 9.
12. السيد، ن. (2017). تأثير العولمة على الهوية الثقافية. مجلة الدراسات الاجتماعية، 45(2)، 101-115.
13. الشبو، سعاد مسلم (2020)، إشكالية الهوية لدى الشباب الجامعي ودور الجامعات في مواجهتها: دراسة نوعية لأراء عينة من طلبة كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة العلوم التربوية، مج 28، ع 31، يوليو.
14. عبد الرحمن بن جيلالي (2016)، الإعلام الجديد في عصر العولمة وأزمة الهوية الثقافية العربية، دراسات، الجزائر، عدد 41.

15. عبد الله بن علي الفارسي (2024)، درجة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى طلبة مؤسسات التعليم العالي وسبل الوقاية من تأثيرها لديهم (جامعة الشرقية بسلطنة عمان نموذجا)، *المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية*، مج 8، ع 38، مايو.
16. عبدالله، ع. (2019). تأثير وسائل الإعلام الرقمية على الهوية الثقافية. *مجلة الدراسات الثقافية*، 32، 60-45.
17. غنية صوالحية، وهناء فارس (2023)، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي – دراسة ميدانية على عينة من الشباب بجامعة تبسة، *مجلة هيرو دوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، المجلد 7، عدد 25.
18. محمود حسن اسماعيل، منى أحمد مصطفى، ورفاعي أحمد حسن (2014)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التثقيف السياسي للشباب المصري، *مجلة دراسات الطفولة*، مجلد 17، عدد 63.
19. مرسي مشري (2012)، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية: نظرة في الوظائف، *مجلة المستقبل العربي*، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد 395.
20. مها عبد المجيد صلاح (2023)، منصات التواصل الاجتماعي وإدراك المغتربين للواقع في موطنهم: دراسة على عينة من المصريين في الخارج، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، عدد 33، مارس، 157 – 218.
21. مؤمنة شلبي محمود، المجال العام والتحول إلى المجتمع الشبكي: قراءة تحليلية، *مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية*، جامعة قناة السويس، المجلد 5، عدد 43، الجزء الثالث، ديسمبر.
22. نادية بن ورقلة (2013)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، *مجلة دراسات وأبحاث*، جامعة الجلفة، عدد 11.
23. نبيل جعفري (2017)، انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري – شبكة فيسبوك أنموذجا – *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، عدد 31، ديسمبر.
24. نبيلة جعفري (2019)، انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي – شبكة فيسبوك أنموذجا، *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، عدد 31، ديسمبر.
25. هويدا محمد رضا الدر (2016)، اتجاهات المغتربين في الخارج نحو التأثيرات الاجتماعية لاعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، عدد 5.

26. واربم العىء (2010)، البعب الثقفانى للعوامة وأثره على الهوىة الثقافىة للشباب العربى – الشباب الجزائرى نموذجا، مجلة جىل العلوم الإنسانىة والاجتماعىة، مجلد 21، عءء 2 ءىسمبر.
27. واربم العىء، البعب الثقفانى للعوامة وأثره على الهوىة الثقافىة للشباب العربى الجزائرى، مجلة مركز جىل العلوم الإنسانىة والاجتماعىة، مركز جىل للبعث العلمى، الجزائر، عءء 2، يوليو.
28. وءىع العزازى (2015)، ءور المواقع الإخبارىة الإلكترونىة فى تشكىل إءجاهات المعبربن الهمنبن نحو قضاىا الوطن، مجلة كلىة الآءاب، جامعة الرقازىق، كلىة الآءاب، عءء 74.
29. ولىء زى. (2010). المشاركة عبء المجتمع الافتراضى. مجلة الءىمقراطىة. تشرىن الأول/أكءوبر. القاهرة.

أطروحات علمىة

1. أءمء صالء رجاء البلىو (2015)، العلاقة بىن عءء ساعات اسءءءام شبكات التواصل الاجتماعى والائزان الانفعالى ومفهوم الذات لءى طلبة جامعة تبوك، رسالة ماجسءىر، جامعة مؤءة، مؤءة.
2. أمىرة مصطفى البطرىق، العلاقة بىن التعرض للمواقع الاجتماعىة على شبكات الانترنت وإءراك الشباب الجامعى للهوىة الثقافىة العربىة فى ظل العوامة – ءراسة على موقع فىسبوك، جامعة القاهرة، كلىة الإعلام، 2011.
3. بلعربى سعاء (2015)، أءر اسءءءام مواقع التواصل الاجتماعى على الهوىة الثقافىة: ءراسة مىءانىة على عىنة من طلبة مسءءءمة موقع الفىسبوك، رسالة ماجسءىر، جامعة عبء الءمىء بن باءىس، الجزائر.
4. لعبنى هءى، جرفى عاءلة (2020)، أءر مواقع التواصل الاجتماعى على الهوىة الثقافىة لءى الطلبة الجامعىبن، رسالة ماجسءىر، كلىة العلوم الإنسانىة والاجتماعىة، جامعة محمد الصءىق، الجزائر.

مؤءمرات علمىة

1. ءمءى ءسن المءروقى، ءور التربىة فى مواءة ءءاعىات العوامة على الهوىة الثقافىة، مجلة ءراساء فى التعلىم الجامعى، مركز ءطوئر التعلىم الجامعى، القاهرة، ع 7، أكءوبر 2004.

2. خالد بن عبد الله الحلوة، الإعلام الجديدة وتأثيراته في تشكيل الرأي العام، بحث مقدم في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية"، جامعة الملك سعود، الرياض، 15 – 16 أبريل 2012.
3. زينة جسام، التحليل الاجتماعي للرمز – نظرية الفعل الاجتماعي، دراسة منشورة، الجامعة المستنصرية، بغداد.
4. محمود أمين العالم، الهوية مفهوم في طور التشكل، مؤتمر "العولمة والهوية الثقافية"، الفترة 12 – 16 إبريل 1998، سلسلة أبحاث المؤتمر رقم 7، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية.
5. يونس الحياي (2022)، نظريات السوسيولوجيا المعاصرة، دراسة منشورة، جامعة ابن طفيل، الجزائر.

المراجع الأجنبية

1. Aksoy, Z. (2016). Exploring Intercultural Communication in Expats' Social Media Groups. In the Proceedings of the International Conference on Studies in Humanities and Social Sciences (pp. 108-116).
2. Baldauf, H., Develotte, C., & Ollagnier-Beldame, M. (2017). The effects of social media on the dynamics of identity: Discourse, interaction and digital traces. *Alsic. Apprentissage des Langues et Systèmes d'Information et de Communication*, 20(1).
3. Barker, V. (2009). Older adolescents motivation for social network site use : the influence of gender, group identity and collective self - esteem, *cyber psychology & Behavior*, 12 (2), 209 – 213
4. Bashara. M. G and Abdelrahman, A, (2014). The Relationship between the use of Social Networking Sites (SNS) and Received level of

Social Intelligence among Jordian University Students: The Case of Facebook, *International Journal of Psychological Studies*, 6(3). 1-12.

5. Gündüz, U. (2017). The effect of social media on identity construction. *Mediterranean journal of social sciences*, 8(5).

6. Kalpidou, M.; Costin, D. & Morris, J. (2011). The Relationship between Facebook and the Well-Being of Undergraduate College Students, *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 14(4), 183-189.

7. Kraut, R.; Lundmark, V.; Patterson, M.; Kiesler, S.; Muko., T. & Scherlis, W. (2007). Internet Paradox: A Social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well-being, *Journal of American Psychologist* Sept., 53(9), 1017-1031.

8. Lou, L.; Yan, Z.; Nickerson, A. & McMorris, R. (2012). An examination of the reciprocal relationship of loneliness and Facebook use among first-year college students. *Journal of Educational Computing Research*, 46(1), 105–117.

9. McKechnie, D. S., Kannan, S., Menezes, G., & Grant, J. (2012). Social networking sites: Expatriate and National users in an emerging market. *Middle East Media Educator*, 1(2), 51-71

10. Naseem, M., Arshad-Ayaz, & Doyle, S. (2017). Social media as space education: Conceptual contours and evidence from the Muslim world. *Research in Comparative International Education*, 12(1), 95-109

11. Sahakiants, I., & Dorner, G. (2021). Using social media and online collaboration technology in expatriate management: Benefits, challenges, and recommendations. *Thunderbird International Business Review*, 63(6), 779-789

12. Spyratos, S., Vespe, M., Natale, F., Weber, I., Zagheni, E., & Rango, M. (2018). Migration data using social media: A European perspective
13. Thomas, L., Briggs, P., Hart, A., & Kerrigan, F. (2017). Understanding social media and identity work in young people transitioning to university. *Computers in Human Behavior*, 76, 541-553.
14. Wang, T. (2017). Social identity dimensions and consumer behavior in social media. *Asia Pacific Management Review*, 22(1), 45-51.
15. Wang, T. (2017). Social identity dimensions and consumer behavior in social media. *Asia Pacific Management Review*, 22(1), 45-51.