

خطة أطروحة للتسجيل لدرجة الدكتوراه

أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للمغتربين العرب
في المملكة العربية 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

أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي تحولات جذرية في طرق التواصل والتفاعل بين الأفراد والجماعات. ومع انتشار هذه المنصات بشكل واسع، أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للمغتربين، حيث توفر لهم وسائل متعددة للحفاظ على الروابط الاجتماعية والثقافية مع أوطانهم الأصلية. وفي المملكة العربية السعودية، يشكل المغتربون العرب نسبة كبيرة من السكان، وقد أدى استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي إلى ظهور أنماط جديدة من التفاعل الثقافي (عبدالله، 2019).

وفقاً لأحدث البيانات المتاحة على موقع التعداد السكاني السعودي الرسمي، يشكل الوافدون نسبة كبيرة من سكان المملكة العربية السعودية. ويمثل الوافدون العرب جزءاً لا يستهان به من هذه النسبة، حيث يتوزعون في مختلف مناطق المملكة ويشاركون بشكل كبير في الحياة الاجتماعية والاقتصادية. وحسب التعداد العام للسكان والمساكن لعام 2022، بلغت نسبة الوافدين العرب 24% من إجمالي عدد الوافدين في المملكة. هؤلاء الوافدون يأتون من دول عربية متنوعة، ويشكلون مجتمعاً متعدد الثقافات يسهم في التنوع الثقافي والاقتصادي للمملكة. تُعد الرياض وجدة والدمام من المدن الرئيسية التي تستقطب العدد الأكبر من الوافدين العرب، حيث توفر هذه المدن فرص عمل وخدمات متعددة (الهيئة العامة للإحصاء، 2022).

وتعد الهوية الثقافية عنصراً حيوياً في حياة الأفراد، حيث تشكل الإطار الذي من خلاله يفهمون أنفسهم ويحددون مكانتهم 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 (السيد، 2017).

تستهدف 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 (الرفاعي، 2018).

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 تساهم في توجيه النقاش الأكاديمي والمجتمعي حول تأثير التكنولوجيا الرقمية على الهويات الثقافية، وتقديم توصيات يمكن أن تساهم في تعزيز الهوية الثقافية في ظل البيئة الرقمية الحالية.

مشكلة الدراسة:

وفر ظهور شبكات التواصل الاجتماعي نقلة نوعية للإعلام نحو آفاق جديدة، حيث أتاح لمستخدميه فرصاً للتأثير والتأثر والانتقال عبر الحدود دون رقابة أو قيود. وقد باتت هذه المواقع تباشر تأثيرها بشكل كبير على كافة فئات المجتمع بمختلف أعمارها ومستوياتها الاجتماعية. وفي هذا الإطار، تعاني الهوية الثقافية للمغتربين العرب في المملكة العربية السعودية من تحديات كبيرة في ظل الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي. 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.

تتمثل مشكلة الدراسة في كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للمغتربين العرب في المملكة العربية السعودية. هل تساهم هذه المواقع في تعزيز الهوية الثقافية للمغتربين من خلال تقوية الروابط الثقافية والاجتماعية مع الوطن الأم؟ أم أنها تساهم 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 تهديدًا 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 (الرفاعي، 2018).

وينبثق من هذه الإشكالية عدد من التساؤلات التي تطرحها الدراسة والتي تتمثل على النحو التالي:

- ما هو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية؟
- ما هي عادات وأنماط استخدامات المغتربين العرب بالمملكة العربية السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي الدوافع والاشباكات التي يحققها المغتربين العرب بالمملكة العربية السعودية من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية؟
- هل تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية؟
- كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة الوطنية؟ط

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 التأثير 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.

- كما أن هذه الدراسة تكتسب أهمية لمعالجتها مسألة الهوية الثقافية العربية لاسيما في ظل ما التحديات التي تواجهها خلال الآونة الأخيرة.

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. يساهم 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: تسعى الدراسة إلى فهم كيفية تأثير التفاعل الرقمي عبر منصات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للأفراد المغتربين في المملكة، وذلك من خلال تحليل أنماط استخدامهم لتلك المنصات.
2. استكشاف العوامل المؤثرة في تشكيل الهوية الثقافية عبر وسائل التواصل الاجتماعي: تهدف الدراسة إلى تحديد العوامل الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي تساهم في تكوين الهوية الثقافية للمغتربين في ظل الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي، بما في ذلك تأثيرات البيئة المحيطة والمحتوى الرقمي.
3. تقديم توصيات لتعزيز الهوية الثقافية للمغتربين العرب: بناءً على نتائج الدراسة، سيتم صياغة مجموعة من التوصيات التي تهدف إلى دعم وتعزيز الهوية الثقافية للمغتربين العرب في السعودية، مع التركيز على كيفية الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي لهذا الغرض. (أهمية)
4. تسليط الضوء على التحديات والفرص التي تواجه الهوية الثقافية في البيئة الرقمية: تهدف الدراسة إلى كشف التحديات التي تواجه المغتربين العرب في الحفاظ على هويتهم

الثقافية والفرص التي يمكن أن توفرها التكنولوجيا الرقمية لتعزيز هذه الهوية، وذلك من خلال تحليل دقيق للتجارب الفردية والجماعية.

- التعرف على الأثر الذي تركه مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الدينية وكذا الهوية الثقافية، بالإضافة إلى 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 لاختبار صحة الفروض التالية:

(1) يوجد تأثير دال إحصائياً عند مستوى جوهريّة ($0.05 \geq \alpha$) لشبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للمغتربين العرب في المملكة العربية السعودية.

(2) توجد علاقة جوهريّة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ($0.05 \geq \alpha$) بين استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي وبعض المتغيرات الاجتماعية ك(الحالة التعليمية – ومستوى الدخل).

(3) توجد فروق جوهريّة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ($0.05 \geq \alpha$) لتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للمغتربين العرب في المملكة العربية السعودية والتي تُعزى (للنوع). من خلال الكشف عن:

- وجود فروق جوهريّة دالة إحصائياً لتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على اللغة العربية والتي تُعزى (للنوع).

- ك- وجود فروق جوهريّة دالة إحصائياً لتأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية العربية للشباب المصري والتي تُعزى (للنوع).

- وجود فروق جوهريّة دالة إحصائياً لتأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على العادات والتقاليد الثقافية للمغتربين العرب في المملكة العربية السعودية والتي تُعزى (للنوع)

(4) توجد فروق جوهريّة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ($0.05 \geq \alpha$) بين المغتربين العرب في المملكة العربية السعودية الذكور والإناث في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

الدراسات السابقة

دراسة (الفارسي، 2024)¹

هدفت 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 أظهر الدراسة تأثيرات طردية ذات دلالة إحصائية لدرجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى طلبة جامعة الشرقية من وجهة نظر أفراد العينة.

دراسة (محمد، 2023)²

هدفت لتحديد خصائص الشباب المصري المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي ومضامينها على هؤلاء الشباب، وكذلك التعرف على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على اللغة العربية والعادات والتقاليد الثقافية للشباب المصري. وقد اعتمدت الدراسة على استخدام طريقة العينات عبر الاحتمالية بأسلوب عينة كرة الثلج حيث لا توجد إحصائيات رسمية عن حجم مرتادي 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 مرتادي مقاهي الانترنت بلغت 179 مفردة. وقد أكدت الدراسة وجود فروق جوهرية دالة إحصائية عند مستوى معنوي لتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية

¹ 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.

² نادية جمال الدين حسن محمد، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب المصري، رسالة دكتوراة.

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.

دراسة (صوالحية وفارس، 2023)³

بعنوان أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي - دراسة ميدانية على عينة من الشباب بجامعة تبسة.

هدفت إلى التعرف 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 غلى أن لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثر سلبي على الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعية، فأعلب المبحوثين صرحوا بأنهم يفتشون السلام وفق ثقافات غربية، ويقبلون على إنشاء صداقات مع غير المسلمين، ويفضلون استخدام اللغة العامية في تواصلهم، والاعتماد على الاختصارات الكتابية والرموز المعبرة. وبأن استخدامهم للمواقع الاجتماعية ساهم في تغيير توجهاتهم تجاه مجتمعهم وعاداتهم وتقاليدهم وأسلوب ارتدائهم الملابس وقصات الشعر.

دراسة (عادلة، 2020)⁴

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 والإشباعات ونظرية الغرس الثقافي.

³ 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 هيرودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 7، عدد 25.

⁴ لعبني هدى، جرفي عادلة (2020)، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق، الجزائر.

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 اتصالياً جديداً، 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، 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.

دراسة (حميدان، 2018)⁵

وقد هدفت للتعرف على أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب وأهم مظاهر تأثيرها على هويتهم الثقافية، واعتمدت الدراسة على منهج التحليل الوصفي الذي يلاءم 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 لتفعلها للوقوف أمام الثقافات الدخيلة.

دراسة (جعفري، 2017) بعنوان: انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي – شبكة فيسبوك أنموذجاً.

⁵ سلمى حميدان (2018)، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب – دراسة ميدانية، مجلة المعيار، مجلد 24، عدد 49.

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 أولاً، ثم الجزائر ثم اللغة العربية.

دراسة (بلعربي، 2015)، بعنوان أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية: دراسة ميدانية على عينة من طلبة مستخدمة موقع الفيسبوك

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 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، 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.

دراسة (الفقيه، 2016) بعنوان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية الاسرية للشباب العربي

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 أولاً، ثم الجزائر ثم اللغة العربية.

التعليق على الدراسات السابقة

يلاحظ على أغلب الدراسات السابقة أنها ركزت على عملية الاستخدامات 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 والاغتراب وقيم السلوك والهوية الثقافية، خصوصاً 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.

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.

⁶ محمد عبد الوهاب الفقيه كافي، حاتم علي حيدر الصالي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية الاسرية للشباب العربي، دراسة منشورة في المطبوعات العلمية المحكمة لكرسي اليونسكو. 2016

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 التراتيبات 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 لكاستلر، 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 لإخفاء 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"، يسمح الفضاء الافتراضي للمشاركين أن ينجسوا 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 هربيرت ميد، حيث صاغ مصطلح التفاعل الرمزي وحددة مقوماته على النحو التالي (الحياني، 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 ينسبون لها تلك الأشياء

➤ تتشكل هذه المعاني من خلال تفاعلاتنا مع الآخرين والمجتمع.

➤ يتم تاويل 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 الاعمال 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 ودياني، 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

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي المناسب لتوفير البيانات عن الموضوع محل الدراسة وتفسيرها وتحليلها

المعالجة الإحصائية

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

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 قصدية ممثلة لمجتمع البحث مكونة من مائتين مفردة مقسمة مناصفة بين الجنسية (100 من الذكور، و100 من الإناث).

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 مواءمة 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.

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 يحاول من أوتي قدرة فكرية أو قدرة تعبيره 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 اهتماما مشتركا يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع 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 إجرائيا: 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 المغتربين 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.

واصطلاحا تعرفها منظمة اليونسكو الهوية الثقافية بأنها تعني أولا قبل كل شيء تعريفنا التلقائي بأنها أفراد ننتمي إلى جماعة لغوية محلية أو إقليمية أو وطنية بما لها من قيم تميزها . ويتضمن ذلك أيضا 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 الانتماء 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 تعتني بتجارب أهلها ومعاناتهم، وانتصاراتهم وتطلعاتهم وأيضاً 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 الأعراف 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 الثابت 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 المعاصر وسائله، 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 وتغييب 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 الاجتماعي، 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 ديليا بورتا، 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 الحداثنة 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. إدريس الغزواني(2020)، مانويل كاستلز مجتمع الشبكات من المجتمع إلى الشبكة: نحو مقاربة تأويلية للهوية والسلطة في عصر المعلومات، مجلة عمران، مجلد 9، العدد 33.
2. بياوسف 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.
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. دراجي ابتسام (2017)، آليات وأشكال التفاعل الاجتماعي عبر الشبكات الإلكترونية الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 47، يونيو.
5. 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.
6. زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، 2003
7. سلمى حميدان، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجزائري – دراسة ميدانية، مجلة المعيار، مجلد 24، عدد 49، 2020.
8. سلمى حيدان (2020)، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب – دراسة ميدانية، مجلة المعيار، مجلد 24، عدد 49.
9. 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.
10. السيد، ن. (2017). تأثير العولمة على الهوية الثقافية. مجلة الدراسات الاجتماعية، 45(2)، 101-115.
11. عبد الرحمن بن جيلالي (2016)، الإعلام الجديد في عصر العولمة وأزمة الهوية الثقافية العربية، دراسات، الجزائر، عدد 41.
12. 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.
13. عبدالله، ع. (2019). تأثير وسائل الإعلام الرقمية على الهوية الثقافية. مجلة الدراسات الثقافية، 32، 45-60.
14. 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 هيرودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 7، عدد 25.
15. 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.
16. مرسي مشري (2012)، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية: نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد 395.
17. 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.
18. نادية بن ورقلة (2013)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة الجلفة، عدد 11.
19. نبيل جعفري (2017)، انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري - شبكة فيسبوك أنموذجا - مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد 31، ديسمبر.
20. نبيلة جعفري (2019)، انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي - شبكة فيسبوك أنموذجا، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد 31، ديسمبر.
21. واربم العيد (2010)، البعد الثقافي للعمولة وأثره على الهوية الثقافية للشباب العربي - الشباب الجزائري نموذجا، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد 21، عدد 2، ديسمبر.

22. وليد زكي. (2010). المشاركة عبر المجتمع الافتراضي. مجلة الديمقراطية. تشرين الأول/أكتوبر. القاهرة.

أطروحات علمية

1. أحمد صالح رجاء البلوي (2015)، العلاقة بين عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتزان الانفعالي ومفهوم الذات لدى طلبة جامعة تبوك، رسالة ماجستير، جامعة مؤتة، مؤتة.
2. أميرة مصطفى البطريق، العلاقة بين التعرض للمواقع الاجتماعية على شبكات الانترنت وإدراك الشباب الجامعي للهوية الثقافية العربية في ظل العولمة – دراسة على موقع فيسبوك، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2011.
3. بلعربي سعاد (2015)، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية: دراسة ميدانية على عينة من طلبة مستخدمة موقع الفيسبوك، رسالة ماجستير، جامعة عبد الحميد بن باديس، الجزائر.
4. لعبني هدى، جرفي عادل (2020)، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق، الجزائر.

مؤتمرات علمية

1. حمدي حسن المحروقي، دور التربية في مواجهة تداعيات العولمة على الهوية الثقافية، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، مركز تطوير التعليم الجامعي، القاهرة، ع 7، أكتوبر 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 الحياتي (2022)، نظريات السوسيولوجيا المعاصرة، دراسة منشورة، جامعة ابن طفيل، الجزائر.

المراجع الأجنبية

1. 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).
2. 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
3. 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.
4. Gündüz, U. (2017). The effect of social media on identity construction. *Mediterranean journal of social sciences*, 8(5).
5. 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.
6. 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.

7. 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.
8. 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
9. 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.
10. Wang, T. (2017). Social identity dimensions and consumer behavior in social media. *Asia Pacific Management Review*, 22(1), 45-51.
11. Wang, T. (2017). Social identity dimensions and consumer behavior in social media. *Asia Pacific Management Review*, 22(1), 45-51.