

جامعة ميد أوشن
كلية الإعلام والتسويق

أطر معالجة قضايا العولمة اللغوية في قنوات اليوتيوب

واتجاهات الشباب السعودي نحوها

دراسة تحليلية ميدانية (منطقة مكة المكرمة)

**Frameworks of Handling Issues of Linguistic
Globalization on YouTube Channels and the Attitudes of
Saudi Youth Towards Them**

A Field Analytical Study (Makkah Region)

إعداد

الباحث: فريد بن صالح كلنتن

الرقم الجامعي: 221002561

المملكة العربية السعودية

1446هـ - 2025م

رسالة مقدمة لجامعة ميدأوثن لاستكمال متطلبات نيل درجة الدكتوراة في الإعلام الرقمي

**Submitted to Midocean University in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Doctor in Digital Media of Philosophy**

i. صفحة الآية القرآنية



اللَّهُ نُورُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ ۚ مِثْلُ نُورِهِ كَمِثْلَاكِ فِيهَا مِصْبَاحٌ ۚ الْمِصْبَاحُ فِي زُجَاجَةٍ ۚ الزُّجَاجَةُ كَأَنَّهَا
كَوْكَبٌ دُرِّيٌّ يُوقَدُ مِنْ شَجَرَةٍ مُبَارَكَةٍ زَيْتُونَةٍ لَا شَرْقِيَّةٍ وَلَا غَرْبِيَّةٍ يَكَادُ زَيْتُهَا يُضِيءُ وَلَوْ لَمْ تَمْسَسْهُ نَارٌ ۚ
نُورٌ عَلَى نُورٍ ۗ يَهْدِي اللَّهُ لِنُورِهِ مَن يَشَاءُ ۚ وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ ۗ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

(سورة النور، 35)

ii. صفحة الإهداء

- أَسْأَلُ اللَّهَ أَنْ يَكُونَ هَذَا الْعَمَلُ خَالِصًا لَوَجْهِهِ الْكَرِيمِ وَأَنْ يَعُودَ بِالْخَيْرِ وَالْفَائِدَةِ عَلَى الْجَمِيعِ.
- إِلَى وَالِدَيَّ رَحِمَهُمُ اللَّهُ، فَقَدْ كُنْتُ وَلَا زِلْتُ مَصْدَرِ إِلْهَامِي، وَأُمَلِّ أَنْ تَكُونَ هَذِهِ الرِّسَالَةُ صَدَقَةً جَارِيَةً تَتِمُّرُ فِي الْآخِرَةِ، كَمَا كَانَتْ حَيَاتُكَ فِي الدُّنْيَا مَنَارَةً لِأَفْكَارِي وَمُبَادئِي.
 - إِلَى وَالِدَتِي الْغَالِيَةِ، أَطَالَ اللَّهُ فِي عَمْرِكَ وَزَادَكَ مِنْ نِعَمِهِ، أَعْتَزُّ بِكَ وَأَشْكُرُ اللَّهَ عَلَى وَجُودِكَ، فَوُجُودُكَ هُوَ سِرُّ قُوَّتِي وَفَخْرِي، وَأَسْأَلُ اللَّهَ أَنْ أَكُونَ عِنْدَ حَسَنِ ظَنِّكَ بِي وَأَنْ أَحَقِّقَ لَكَ كُلَّ مَا يَسْعَدُ قَلْبَكَ.
 - إِلَى زَوْجَتِي الْحَبِيبَةِ، الَّتِي كَانَتْ مَصْدَرِ صَبْرِي وَصُمُودِي، تَحَمَّلْتَ مَعِيَ كُلَّ تَحْدِيَّاتِ الْحَيَاةِ، وَكَانَ لَهَا الْأَثَرُ الْأَكْبَرُ فِي تَجَاوُزِ الصَّعَابِ. إِنْ لَمْ أَسْتَطِعْ أَنْ أَضَعِ اسْمَكَ بَجَانِبِ اسْمِي فَلَتَكُنْ قَلْبًا وَأَسَاسًا لِهَذَا الْعَمَلِ. أَنْتِ شَرِيكَتِي فِي الرِّحْلَةِ، وَلَا يُمْكِنُنِي أَنْ أَكْتُبَ هَذَا الْإِهْدَاءَ دُونَ أَنْ تُذَكِّرِي.
 - إِلَى أَبْنَائِي الْأَعْزَاءِ، الَّذِينَ عَلِمْتُمُونِي أَنَّ الْأَمَلَ فِي الْمُسْتَقْبَلِ لَا يَتَوَقَّفُ، وَبِدَعَوَاتِكُمْ وَوُجُودِكُمْ فِي حَيَاتِي أَصْبَحْتُ أَرَاكُم، وَطَنِي وَأَسَاسَ حَيَاتِي، فَأَنْتُمْ مَنَبْعُ قُوَّتِي وَإِصْرَارِي. أَرْجُو أَنْ أَكُونَ لَكُمْ قَدْوَةً فِي الْجَاهِدِ وَالْعِلْمِ، وَأَنْ أَتْرِكَ لَكُمْ إِرْثًا مِنَ الْمَعْرِفَةِ وَالْمُثَابَرَةِ يَسْهُمُ فِي بِنَاءِ مُسْتَقْبَلِ مَشْرِقِ.

iii. صفحة الشكر

اللهم لك الحمد والشكر على نعمة التوفيق والقدرة التي منحتني إياها لإتمام هذه الرسالة".

الشكر والتقدير والامتنان العميق لكل من ساهم في دعم هذا العمل وأعطى من وقته وجهده في تقديم المساعدة والإرشاد، بدايةً من المشرفين الأفاضل والدكاترة الأكاديميين في جامعة ميدأوشن. كما أخص بالشكر الجزيل الأستاذ الفاضل حافظ كامل رفيق الدرب، المتخصص في علم اللغة والترجمة، وخبير الصياغة والتدقيق اللغوي في الخطوط السعودية بجدة. لقد كان تعاونه وتشجيعه استثنائياً، وما قدّم من ملاحظات علمية ونقد بناء كان له الأثر الكبير في تحسين جودة هذا البحث وتوجيهه نحو المسار الصحيح. لقد تجلّى في شخصيته علمٌ غزير وإنسانية نبيلة، وكان خير مرشد وداعم لجهودى المتواضعة. إن مناقشاته القيمة ومشورته الحكيمة قد أثرت بشكل إيجابي في تطوير الفكرة وتوضيح أبعادها، مما مكنني من إتمام دراستي بهذا الشكل الذي يليق بثمرة التعاون المثمر بيننا. أعرب عن امتناني العميق لكل من ساعدني في هذا الطريق، وأسأل الله أن أكون قد قدمت عملاً يليق بجهودهم القيمة.

iv. المستخلص

سوف يتم تحريره عند الانتهاء من الرسالة
نبذة ومقدمة بسيطة
مشكلة الدراسة والأهداف
المنهجية
نوع الدراسة
المجتمع والعينة
بعض النتائج والاستنتاجات
بعض التوصيات

ABSTRACT

ترجمة باللغة الإنجليزية للمستخلص



٧. قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
i. صفحة الآية القرآنية	2
ii. صفحة الإهداء	3
iii. صفحة الشكر والتقدير	4
iv. المستخلص	5
v. قائمة المحتويات	7
vi. قائمة الجداول	10
vii. قائمة الأشكال	11
viii. قائمة المختصرات	12
الفصل الأول (الإطار المنهجي)	13
1 مقدمة	13
2 مشكلة الدراسة	15
3 أهمية الدراسة	15
أولاً الأهمية العلمية (النظرية)	16
ثانياً الأهمية العملية (التطبيقية)	16
4 أهداف الدراسة	17
أولاً الأهداف التحليلية	17
ثانياً الأهداف الميدانية	17
5 تساؤلات الدراسة	18
أولاً تساؤلات الدراسة التحليلية	18
ثانياً تساؤلات الدراسة الميدانية	18
6 فرضيات الدراسة	19
7 الدراسات السابقة	20
7.1 المحاور	20
الأول المحور الأول: معالجة قنوات اليوتيوب لقضايا العولمة اللغوية والقضايا الثقافية	20

23	المحور الثاني: تأثيرات الإعلام الرقمي على الهوية اللغوية والثقافية	الثاني
30	التعقيب على الدراسات السابقة	7.2
30	المحور الأول: معالجة قنوات اليوتيوب لقضايا العولمة اللغوية والقضايا الثقافية	الأول
31	المحور الثاني: تأثيرات الإعلام الرقمي على الهوية اللغوية والثقافية	الثاني
32	فجوة الدراسة	7.3
35	الاضافة العلمية	7.4

الفصل الثاني (الإطار النظري)

38	النظريات العلمية المستخدمة للدراسة	8
38	تمهيد النظرية	1
38	مفهوم النظرية ونشأتها التاريخية	2
40	أهداف النظرية	3
41	فروض النظرية	4
41	استخدامات النظرية في البحوث الإعلامية	5
42	مدى ملائمة النظرية للدراسة	6
42	أسباب استخدام هذه النظرية وملائمتها وعلاقتها بالدراسات السابقة	7
44	أهم الانتقادات العلمية التي وجهت للنظرية	8
44	تقييم الباحث للنظرية	9



vi. قائمة الجداول

[illegible]

vii. قائمة الأشكال

الموضوع	الصفحة

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BE EVERYONE'S SMART UNIVERSITY

viii . قائمة المختصرات

الموضوع	الصفحة

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BE EVERYONE'S SMART UNIVERSITY

الفصل الأول

الإطار المنهجي

1- مقدمة

لقد بالغ الإنسان في استخدام التكنولوجيا الرقمية والتي تعتبر من أقوى الصناعات التي يعاصرها العالم الآن بمسمى الإعلام الرقمي، فأحدثت ثورة خصوصاً بعد ظهور الهواتف المحمولة الذكية التي غيرت طريقة التواصل واكتساب المعرفة، واثبتت الإنترنت بعبقرية الإنسانية حيث جعلت المواد المرئية والفيديوهات عنصراً لا غنى عنها في القرن الحادي والعشرين، وخاصة منصات مثل اليوتيوب، التي أصبحت مصدراً أساسياً للمحتوى المرئي، ما أحدث تحولاً عميقاً في مجالات السياسة والاقتصاد والثقافة، حيث تُعتبر أداة قوية في تشكيل الآراء والأفكار والمفاهيم والمواقف، بل تفوق تأثيراتها في بعض الأحيان الحروب أو الاستعمار التقليدي. وبذلك تغير أيضاً المشهد الإعلامي، وفعلت ما عجزت عن تحقيقه سياسات الدول في فرض العولمة اللغوية للشعوب والتي من شأنها تغيير النسيج المجتمعي وتغيير الفكر العقائدي والثقافي بالتداخل بين الأمم والشعوب. ويلعب اليوتيوب دوراً كبيراً في التأثير على الهوية اللغوية للشباب، حيث يصبح منصة أساسية في عملية العولمة اللغوية التي تتم عبر الوسائط الرقمية كمنصة للسيطرة من خلال القوة الناعمة والقدرة على التأثير بطريقة الإقناع على الأفراد والمجتمعات في تشكيل الهوية اللغوية المحلية والعالمية.

وأشارت الدراسات إلى أن اللغة تتطور بشكل تدريجي عبر الزمن، لكن في عصر وسائل التواصل الاجتماعي أصبح هذا التطور سريعاً ومفاجئاً بشكل غير مسبوق، وهو ما يمكن وصفه بالعولمة اللغوية، واعتباره استعماراً لغوياً سريعاً وهي السيطرة المقننة والمنظمة التي حققت تغييرات جوهرية في فترة زمنية

قصيرة، بل يتسلل إلى المجتمعات ويؤثر في هوية أفرادها اللغوية والثقافية. هذه اللغة البسيطة التي تفتقر إلى قواعد صارمة، ولكنها مؤثرة تحفز تفاعل الجمهور وتدفعهم إلى تغيير مواقفهم تجاه قضايا متنوعة.

ووفقاً لتقارير إحصائية حديثة من موقع "Datareportal.com" في فبراير عام 2025، بلغ عدد سكان العالم نحو 8.20 مليار نسمة، حيث يستخدم الإنترنت 67.9 % من السكان، أي حوالي 5.56 مليار نسمة، أما بالنسبة للهواتف المحمولة، فقد بلغ عدد المستخدمين 5.78 مليار نسمة، مما يمثل 70.5 % من إجمالي السكان. وتشير الإحصائيات المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي إلى وجود حوالي 5.24 مليار مستخدم نشط، أي 63.9 % من إجمالي السكان، مع انتشار اليوتيوب بعدد مستخدمين 2.53 مليار مستخدم عالمياً. وبلغ عدد السكان في المملكة العربية السعودية في يناير (2025) 34.3 مليون نسمة، منهم 33.9 مليون مستخدم للإنترنت بما يقدر 99.0 % من نسبة عدد السكان. ووصل عدد المستخدمين في وسائل التواصل الاجتماعي إلى 34.1 مليون، بينهم 27.2 مليون مستخدم لليوتيوب، مما يعكس نسبة استخدام عالية قدرها 79.4 % من إجمالي السكان، ويُعتبر اليوتيوب الأعلى في المملكة العربية السعودية من حيث استهلاك البيانات والأولى عالمياً، وهو أكثر المواقع زيارة بعد محرك بحث جوجل الذي يحتل المرتبة الأولى.

وفي المملكة العربية السعودية، يشهد الشباب تأثيراً مباشراً للعولمة اللغوية من خلال تفاعلهم مع المحتوى على اليوتيوب، ومن خلال فهم سلوكيات المستخدمين وتفاعلهم مع المحتوى، ويمكننا استشراف مستقبل الإعلام الرقمي وأثره في تطور المجتمعات. فالمستقبل هو لوحة تُرسم بأفكارنا ومعتقداتنا، حيث تتشكل خطوطها عبر الإعلام الرقمي، وإن أحد أقوى وأخطر أدوات هذا الإعلام هو اليوتيوب.

ويهدف منهج الدراسة التحليلية الميدانية إلى تفسير اتجاهات وآراء وتصورات وقرارات الشباب السعودي بمنطقة مكة المكرمة في المملكة العربية السعودية من خلال فحص سلوكياتهم الرقمية والعوامل

التي تؤثر في تقبلهم محتوى اليوتيوب على ضوء التحولات الرقمية تجاه العولمة اللغوية. والهدف العام هو دراسة كيفية معالجة قضايا العولمة اللغوية في قنوات اليوتيوب، وتحليل دور هذه المنصة في تشكيل اللغة والهوية الثقافية في ظل الانفتاح العالمي.

2 - مشكلة الدراسة:

تعد منصة اليوتيوب منبراً رئيسياً لمناقشة القضايا العامة ونقل المعلومات، مما يثير تساؤلات حول الأطر الإعلامية المستخدمة في تناول قضايا العولمة اللغوية ومدى تأثيرها على الشباب السعودي، حيث تؤثر هذه الأطر على القيم الثقافية والأساليب الصحفية المختلفة، وعلى وعي الشباب وإدراكهم للهويات اللغوية في ظل العولمة.

ورغم تزايد الاهتمام بالإعلام الرقمي، لا تزال هناك فجوة بحثية في دراسة العلاقة بين محتوى اليوتيوب واتجاهات الشباب السعودي نحو العولمة اللغوية. لذا تهدف الدراسة إلى تحليل كيفية معالجة القنوات لهذه القضايا، وتقييم تأثيرها، بما يساهم في تقديم رؤى علمية تدعم صناع المحتوى في تطوير استراتيجيات إعلامية أكثر فاعلية. وبناءً عليه، تتمثل مشكلة الدراسة في:

ما هي الأطر الإعلامية المستخدمة في معالجة قضايا العولمة اللغوية على قنوات اليوتيوب،

وما مدى تأثيرها على اتجاهات الشباب السعودي نحو هذه القضايا؟

3 - أهمية الدراسة (النظرية والتطبيقية):

إن دراسة " أطر معالجة قضايا العولمة اللغوية في قنوات اليوتيوب واتجاهات الشباب السعودي نحوها في منطقة مكة المكرمة" تحمل أهمية كبيرة في عدة جوانب:

أولاً: الأهمية العلمية النظرية:

- توسيع الفهم النظري حول العولمة اللغوية وتحليل التأثيرات التي تفرضها على اللغات المحلية والأجنبية، وتشكيل اتجاهات الشباب السعودي عبر قنوات اليوتيوب.
- تحليل دور قنوات اليوتيوب التي تمثل منصة إعلامية رقمية رئيسية مؤثرة، وبالتالي، فهم الأطر النظرية التي تشرح كيفية تأثير الإعلام الرقمي على العقول الشبابية والأبعاد الاجتماعية والثقافية.
- ربط العولمة اللغوية بقضايا الهوية الثقافية في السعودية. على المستوى النظري، وكيف يمكن للعولمة أن تؤثر على اللغة العربية كأداة تعبير ثقافي.
- تقديم تصورات نظرية جديدة حول تأثير الإعلام الجديد على معالجة قضايا العولمة اللغوية في قنوات اليوتيوب واتجاهات الشباب السعودي.

ثانياً: الأهمية العملية التطبيقية:

- دراسة كيفية معالجة قنوات اليوتيوب لقضايا العولمة اللغوية وتقديم توصيات عملية لصانعي المحتوى لتحسين الطريقة التي يتم بها عرض هذه المواضيع.
- تطوير استراتيجيات إعلامية تحسن كيفية تقديم المعلومات عن العولمة اللغوية بطريقة تدعم الهوية الثقافية وتستجيب لاحتياجات الجمهور بما يتناسب مع الثقافة المحلية.
- إثراء فهم اتجاهات الشباب نحو العولمة اللغوية وتأثيراتها، حيث يُستخدم لتوجيه وتطوير استراتيجيات البرامج التعليمية أو الحملات الإعلامية التي تهدف إلى تعزيز الاستخدام الأمثل للغة العربية في ظل العولمة، مع مراعاة القيم الثقافية المحلية.
- مساعدة الشركات والمسؤولين بنتائج هذه الدراسة بكيفية تفاعل الشباب مع قضايا العولمة اللغوية في تصميم حملات تسويقية أكثر توافقاً مع الثقافة المحلية واحتياجات الجمهور.

- مواكبة التكيف مع التغيرات التكنولوجية التي تشهدها منصات اليوتيوب.
- إفادة جهات التطوير التقني وصناع المحتوى الرقمي لتحسين الرسائل الإعلامية وتقديم محتوى يتماشى مع القيم الثقافية المحلية، مما يساهم في تحقيق التوازن بين العولمة والاحترام للهوية الوطنية.

4 - أهداف الدراسة:

أولاً: الأهداف التحليلية:

1. تحليل الأطر الإعلامية التي تستخدمها قنوات اليوتيوب في معالجة قضايا العولمة اللغوية.
2. تقييم تأثير المحتوى الرقمي على وعي الشباب السعودي بالعولمة اللغوية.
3. دراسة دور قنوات اليوتيوب في التأثير على الهوية الثقافية واللغوية للشباب السعودي.
4. تحليل تفاعل الشباب السعودي مع استخدام اللغات الأجنبية في محتوى اليوتيوب.
5. مقارنة تأثير الأساليب المختلفة في عرض المحتوى على إدراك الشباب السعودي للعولمة اللغوية.

ثانياً: الأهداف الميدانية:

1. قياس درجة اعتماد الشباب السعودي على اليوتيوب للحصول على المعلومات حول العولمة اللغوية.
2. كشف درجة تأثير المحتوى الرقمي التفاعلي على تصورات الشباب السعودي للعولمة اللغوية.
3. استكشاف اللغات المفضلة لدى الشباب السعودي في محتوى اليوتيوب.
4. دراسة الفروقات في الاتجاهات اللغوية والثقافية بين فئات الشباب السعودي.
5. تحديد تأثير تعلم اللغات الأجنبية عبر اليوتيوب على فرص الشباب التعليمية والمهنية.

6. تحليل التحديات التي يواجهها الشباب السعودي في التكيف مع العولمة اللغوية.

7. دراسة تأثير البيئة الرقمية على سلوك الشباب السعودي وعلاقاتهم الاجتماعية.

5 - تساؤلات الدراسة:

أولاً: تساؤلات الدراسة التحليلية:

1. ما الأطر الإعلامية التي تستخدمها قنوات اليوتيوب في معالجة قضايا العولمة اللغوية؟
2. كيف يؤثر المحتوى الرقمي على وعي الشباب السعودي بالعولمة اللغوية؟
3. ما دور قنوات اليوتيوب في تشكيل الهوية الثقافية واللغوية للشباب السعودي؟
4. كيف يتفاعل الشباب السعودي مع استخدام اللغات الأجنبية في محتوى اليوتيوب؟
5. ما تأثير الأساليب المختلفة في عرض المحتوى على إدراك الشباب السعودي للعولمة اللغوية؟
6. ما التحديات التي تواجه قنوات اليوتيوب في تقديم محتوى يعكس التوازن بين العولمة والحفاظ على الهوية اللغوية؟
7. ما الاستراتيجيات الممكنة لتعزيز استخدام اللغة العربية في المحتوى الرقمي مع الانفتاح على العولمة اللغوية؟

ثانياً: تساؤلات الدراسة الميدانية:

1. إلى أي درجة يعتمد الشباب السعودي على اليوتيوب كمصدر رئيسي للتفاعل مع قضايا العولمة اللغوية؟
2. كيف يؤثر المحتوى الرقمي التفاعلي على تصورات الشباب السعودي للعولمة اللغوية؟
3. ما اللغات التي يفضلها الشباب السعودي في محتوى اليوتيوب إلى جانب اللغة العربية؟

4. كيف تختلف اتجاهات الشباب السعودي نحو العولمة اللغوية وفقاً للعمر والجنس والمستوى

التعليمي والاجتماعي؟

5. ما درجة تأثير تعلم اللغات عبر اليوتيوب على فرص الشباب السعودي التعليمية والمهنية؟

6. ما الصعوبات التي تواجه الشباب السعودي في التكيف مع العولمة اللغوية وتأثيرها على

استخدامهم للغة العربية؟

7. كيف تؤثر البيئة الرقمية على سلوك الشباب السعودي وعلاقاتهم الاجتماعية في سياق العولمة

اللغوية؟

6 - فرضيات الدراسة:

• توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أطر معالجة قضايا العولمة اللغوية في قنوات

اليوتيوب واتجاهات الشباب السعودي نحوها.

• توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لقنوات اليوتيوب لمعالجة

قضايا العولمة اللغوية واتجاهاتهم نحوها.

• توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أطر قضايا العولمة اللغوية في قنوات اليوتيوب بحسب نوع

القناة ومصدر المحتوى.

• توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو قضايا العولمة اللغوية تبعاً

للمتغيرات الديموغرافية التالية (النوع، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي

والاجتماعي، الموقع الجغرافي).

7 - الدراسات السابقة:

7.1: المحاور: تنقسم الدراسة إلى محورين، حيث تناول الباحث في المحور الأول دراسات تناولت معالجة قنوات اليوتيوب لقضايا العولمة اللغوية والقضايا الثقافية، والمحور الثاني دراسات تناولت تأثيرات الإعلام الرقمي على الهوية اللغوية والثقافية.

المحور الأول: دراسات تناولت معالجة قنوات اليوتيوب لقضايا العولمة اللغوية والقضايا الثقافية

1. هدفت دراسة (محرم، 2023) بعنوان "توظيف قنوات اليوتيوب في الترويج للثقافة الصينية للجمهور العربي قناة *Ms.V* نموذجاً" إلى استكشاف مدى مساهمة قنوات يوتيوب في الترويج للثقافة الصينية لدى الجمهور العربي، حيث تم اختيار عينة تمثيلية من قنوات يوتيوب التي تروج للثقافة الصينية، ومن خلال تحليل محتوى قناة *Ms.V* اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة تحليل المحتوى لجمع البيانات. وقد تمثل مجتمع الدراسة في 84 مقطع فيديو، تم اختيارها جميعاً من مقاطع الفيديو التي تم تحميلها على القناة منذ إنشائها في 7 يوليو 2019 وحتى 31 ديسمبر 2020. وسعت الباحثة من خلال تحليل المحتوى الكمي للإجابة على سؤال البحث: كيف يمكن لقناة *Ms.V* أن تساهم في الترويج للثقافة الصينية لدى الجمهور العربي؟ وتوصلت الباحثة إلى أن قناة *Ms.V* لعبت دوراً مهماً في تعزيز معرفة الجمهور العربي بالثقافة الصينية، من خلال تناولها لعدد من الموضوعات المتنوعة مثل: اللغة الصينية، الطعام، الملابس، العادات والتقاليد، الاحتفالات، التكنولوجيا، ونمط الحياة في الصين بشكل عام. وبهذا، أسهمت القناة في تقليص الفجوة المعرفية بين الجمهور العربي والثقافة الصينية، مما ساعد على تحسين الفهم المتبادل وتعزيز التواصل الثقافي بين الطرفين.

2. هدفت دراسة (عبد الصمد، 2023) بعنوان "أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر المنصات

الاجتماعية كما يدركها المراهقين وعلاقتها بتقدير الذات لديهم" إلى دراسة مدى استخدام المراهقين لمنصات التواصل الاجتماعي، ودرجة متابعتهم لفيدويوهات البث المباشر، وعلاقتها بتقدير الذات، مع التركيز على بعض المتغيرات الديموغرافية مثل (النوع، العمر، المستوى التعليمي، مكان الإقامة، ومتوسط دخل الأسرة). وهي دراسة وصفية، حيث تناولت العلاقة بين إدراك المراهقين لأخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر هذه المنصات وبين تقدير الذات لديهم، وأخطر ما يواجههم هو الغزو الفكري والثقافي. وقد تم استخدام منهج المسح، وتم تطبيق أداة الاستبيان الإلكتروني على عينة عمدية من 300 مراهق، وهم من مستخدمي ومُنْتَجِي فيديوهات البث المباشر، وأظهرت نتائج الدراسة أن هذه المنصات تلعب دوراً مهماً في تشكيل تقدير الذات لدى غالبية المراهقين. وعلاوة على ذلك، تبين أن هناك وعياً عالياً لدى المراهقين بأخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر منصات التواصل، حيث برزت أربعة أبعاد رئيسية في هذا الإدراك: (الانتباه، والوعي، والفهم، والتطبيق). كما أظهرت نتائج اختبار الفروض البحثية وجود علاقة ارتباطية قوية بين كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي ودرجة متابعة فيديوهات البث المباشر من جهة، وبين تقدير المراهقين لذواتهم من جهة أخرى. وتشير هذه النتائج إلى أن التفاعل مع المحتوى على منصات التواصل الاجتماعي وخاصة الفيديوهات المباشرة له تأثير كبير على مفهوم المراهقين لذواتهم وعلى كيفية تقييمهم لوجودهم الاجتماعي والنفسي.

3. هدفت دراسة (الزغاري، 2023) بعنوان *التحولات الرقمية وانعكاساتها على ثقافة الشباب قراءة*

سوسيولوجية في ضوء نظريتي مجتمع المخاطر واللامساواة الرقمية إلى استكشاف واقع التحولات الرقمية وتأثيراتها على ثقافة الشباب، حيث أصبح التحول الرقمي من الاهتمامات الرئيسية في التطور الاجتماعي والثقافي الحالي، وأصبح ضرورة ملحة نتيجة للتقدم السريع في استخدام

التكنولوجيا الرقمية، مما دفع مصر إلى تعزيز اتجاهها نحو الرقمية في إطار التحول نحو رؤية مصر 2030، و يواجه الأفراد والحكومات تحديات تشمل المشكلات والمخاطر المحتملة الناجمة عن عمليات التحول الرقمي، وتنطلق الدراسة من منظور علم الاجتماع الذي يهدف إلى توضيح مفهوم التحول الرقمي، ومعرفة كيفية انعكاس هذه التحولات على الحياة الثقافية للمجتمع، وتأثيرها على ثقافة الشباب، وما يمثله من مخاطر على الهوية والأطر القيمية والأخلاقية التي تنظم السلوك الإنساني، وتستند الدراسة إلى نظرية مجتمع المخاطر حول اللامساواة الرقمية والمجتمع الرقمي.

4. هدفت دراسة (هادف، 2022) بعنوان *إشكالية الاتصال الثقافي في عصر العولمة* " حيث يشهد العالم اليوم تطورات مذهلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وأصبحت الحياة الحديثة تنسم بالطابع التكنولوجي الذي فرضته الوسائط الحديثة. لقد أثرت هذه التطورات بشكل حاسم على جميع المجالات، من خلال تقريب المسافات وإلغاء الحدود التقنية بين الدول. كما أصبح المحتوى المروج عنواناً لثقافة متقاربة بين الدول في إطار ما يُعرف بعولمة الثقافة، مما يجعل من الصعب مقاومة تلك المضامين الثقافية، إما من خلال تقبلها أو التعايش معها.

5. هدفت دراسة (محمد، 2022) بعنوان *"مقاطع الفيديو على قنوات اليوتيوب وعلاقتها بثقافة التشاركية لدى الشباب الجامعي"* حيث تتجلى مشكلة البحث في التعرف على خصائص الفيديوهات التشاركية على اليوتيوب، وتحليل تأثير استخدام الشباب الجامعي للفيديوهات على ثقافتهم التشاركية، وهي دراسة وصفية تعتمد على المنهج المسحي. واستخدم الباحث عينة قصدية للتحليل في دراسة محتوى برنامج مدته ثلاثة أشهر لثلاث قنوات على اليوتيوب، كما اعتمد على عينة قصدية للدراسة الميدانية تتكون من 400 فرد من الشباب الجامعي المصري، ومن أهم نتائج الدراسة: تبين أن أهداف الفيديوهات التشاركية في القنوات الثلاث شملت الإرشاد كأهم هدف، تلاه التثقيف والتوعية، ثم الهجوم على الشخصيات. وأظهرت النتائج أن الاستدراج العاطفي والمنطقي كان من بين الأساليب

الأكثر استخداماً من قبل منتجي الفيديوهات، متفوقاً على الأساليب العاطفية وحدها. وتصدرت دوافع التعرض لقنوات اليوتيوب أسباب الترفيه والتسلية، والتخلص من الملل، وشغل وقت الفراغ، والهروب من ضغوط الحياة اليومية والدراسة، وتلتها دوافع تتعلق بتوفير معلومات أكثر مما تقدمه وسائل الإعلام التقليدية، في حين جاء دافع عدم وجود إعلانات كعامل مهم أيضاً.

المحور الثاني: دراسات تناولت تأثيرات الإعلام الرقمي على الهوية اللغوية والثقافية

1. هدفت دراسة (الدوسري، 2024) بعنوان "التفاعل اللغوي في ظل الإعلام الرقمي: دراسة تأثير الوسائط في البنية والأساليب اللغوية" إلى استكشاف تأثير الإعلام الرقمي على اللغة العربية، وعلى مستوى البنية النحوية والأساليب التعبيرية، والتحديات للمحافظة على الهوية اللغوية والثقافية، واعتمدت الدراسة منهجاً وصفيّاً تحليلياً لرصد التغيرات اللغوية الناتجة عن استخدام الوسائط الرقمية، مسلطة الضوء على أسلوب الكتابة، والمفردات المستحدثة، وتبسيط الجمل، وظهور اللغة الهجينة، وقد بينت النتائج أن الإعلام الرقمي يمكنه دعم اللغة العربية الفصحى من خلال المحتوى التعليمي والثقافي، وأيضاً يساهم في تعريضها لتحديات الهيمنة العامية، والافتراض اللغوي، والأخطاء النحوية، ويشكل تهديداً للهوية اللغوية، وكشفت الدراسة مرونة اللغة العربية في التكيف مع البيئة الرقمية، وبيّنت الدراسة دور التقدم التكنولوجي في توفير أدوات مساندة للغة، كبرامج التدقيق النحوي، وأوصت الدراسة بوضع استراتيجيات لتعريب المصطلحات التقنية، وتعزيز الوعي المجتمعي بأهمية استخدام اللغة الفصحى، وإنتاج محتوى رقمي مبتكر يرسخ اللغة الفصحى لمختلف الفئات العمرية، وإجراء دراسات مستقبلية تتناول تأثير الرموز التعبيرية، وتوظيف اللغة في تطبيقات الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى تطوير الترجمة وتعريب المصطلحات. وتؤكد الدراسة على أهمية التوازن بين الحفاظ على الهوية اللغوية ومواكبة التطورات الرقمية.

2. هدفت دراسة (Taptiani, And others, 2024) بعنوان "*The Impact of Globalization on Local Culture*"

حيث تؤثر العولمة على التقاليد الثقافية المحلية بطرق متنوعة في مختلف المجتمعات، وتُظهر حالة جالوستو في جاوة الغربية بإندونيسيا تفاعلاً متناغماً بين الإسلام والعادات الأصلية، مما يبرز التوازن الدقيق بينهما، ويمكن أن يكون للعولمة تأثير إيجابي على العادات الثقافية المحلية من خلال تشجيع الحفاظ على المبادئ التقليدية كما أنها تحمل تأثيرات سلبية أيضاً، حيث تواجه التقاليد الثقافية المحلية تحديات في الحفاظ على قيمها وعاداتها، وهنا يأتي دور الجيل الأصغر، ويمكن تتبع تاريخ العولمة عندما كان التجار يمارسون التجارة عبر الوطنية، ومرت بمراحل مختلفة بدءاً من الحقبة الاستعمارية وصولاً إلى العصر الرقمي. وكانت العولمة مدفوعة بالتجارة طويلة المدى، لكنها اكتسبت زخماً خلال تحسينات في وسائل النقل والاتصالات. ساهمت العولمة في تسريع انتشار الثقافة العالمية من خلال وسائل الإعلام وتقنيات الاتصال، مما أدى إلى زيادة إمكانية الوصول إلى ثقافات مختلفة وتبنيها من قبل السكان المحليين، ومن التأثيرات الإيجابية على الثقافات المحلية، الوصول الأوسع إلى المعلومات والمعرفة العالمية، وفرص إثراء التبادل الثقافي، وفتح آفاق اقتصادية جديدة من خلال السياحة الثقافية. ويوجد أيضاً آثاراً سلبية كبيرة، وهو فقدان اللغات والتقاليد المحلية، وتسويق الثقافة الخارجية، وهيمنة الثقافات الأجنبية، ورغم ذلك، تُظهر العديد من المجتمعات المحلية مرونة قوية وقدرة على التكيف، حيث تسعى للحفاظ على تقاليدها وقيمها من خلال التعليم الثقافي، والمهرجانات الثقافية.

3. هدفت دراسة (أحمد، 2023) بعنوان "*التأثير الثقافي للمحتوى الإعلامي الرقمي*" إلى قياس تأثير

المحتوى الإعلامي الرقمي على طرق التواصل الافتراضي بين الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي بأنواعه، وتم قياس هذا التأثير باستخدام استبيان ميداني للحصول على بيانات كمية وأداة المقابلة المتعمقة للحصول على بيانات نوعية، واعتمدت الدراسة على نظرية التعلم القائم على المعنى

ومفهوم الذاكرة الدلالية، وتم تطبيقها على عينة مكونة من 372 فردًا للدراسة الميدانية و25 فردًا للدراسة الكيفية. وقد أسفرت الدراسة عن نتائج أبرزها: عدم وجود علاقة بين النوع الاجتماعي أو المستوى الاجتماعي الاقتصادي بين الشباب عينة الدراسة في استخدام طرق التواصل الحديثة، وحيث اتجهت آراء الشباب إلى الإيجابية في استخدام هذه الطرق، بينما كانت الآراء سلبية تجاه اللغة العربية، ومن مبررات الشباب لاستخدامهم هذه الطرق في الشعور بالحدث ومواكبة الأصدقاء، وسهولة استخدامها مقارنة باللغات الأخرى، إضافة إلى شعورهم بأن اللغات التقليدية تفتقر إلى القدرة على التعبير عن المشاعر والأحاسيس. كما اقترحت الدراسة إجراء مزيد من الأبحاث المتعلقة بالتأثيرات الثقافية للمحتوى الإعلامي الرقمي، خاصة في ظل الحراك الثقافي المتسارع الذي تشهده المنطقة العربية.

4. هدفت دراسة (الذبياني، 2023) بعنوان "دور وسائل الإعلام في تشكيل الهوية الوطنية والثقافة والتصدي لسلبات العولمة في المجتمع السعودي" إلى استكشاف دور وسائل الإعلام في تشكيل الهوية الوطنية والثقافية، بالإضافة إلى دورها في مواجهة السلبات المحتملة الناتجة عن العولمة في المجتمع السعودي. وتظهر العلاقة بين وسائل الإعلام والهوية الثقافية الوطنية في ظل العولمة في الحفاظ على التراث الثقافي، حيث تساهم وسائل الإعلام في توثيق ونقل التراث الثقافي والتاريخ الوطني، مما يعزز الوعي الوطني والانتماء لدى الأفراد، كما يمكنها إبراز القيم والمبادئ الوطنية التي تشكل جوهر الهوية الوطنية، مثل اللغة والدين والعادات والتقاليد، بالإضافة إلى أنها منصة للحوار والنقاش حول مفهوم الهوية الوطنية وسبل تعزيزها وصونها والتوعية بتأثيرات العولمة مما يساهم في زيادة الوعي بأهمية الحفاظ على الهوية الثقافية الوطنية، وتعزيز التواصل الثقافي مع العالم الخارجي، ومراقبة الجودة والأخلاقيات في تقديم المحتوى الثقافي والوطني لضمان أصالته وفاعليته.

5. هدفت دراسة (خلاف، 2022) بعنوان "تصدر محتوى مدونات الفيديو العائلي على منصة اليوتيوب

واتجاهات جمهور المتابعين نحوها (دراسة ميدانية)" إلى تحليل مدى تصدر محتوى مدونات الفيديو

العائلية على منصة اليوتيوب من خلال دراسة دوافع المتابعين، بالإضافة إلى استكشاف أهمية هذا

المحتوى في ضوء دوافعهم المختلفة، كما تهدف الدراسة إلى فهم دوافع متابعة محتوى مدونات الفيديو

العائلية وقياس مدى ثقة المتابعين في مقدمي المحتوى العائلي على اليوتيوب ودراسة تأثير مشاهدة

هذا المحتوى على المتابعين، مع تحليل الإشباعات التي يحققها المتابعون من متابعتهم لهذا النوع

من الفيديوهات. وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف ومسح الجانب

الاتصالي لدى المتابعين، حيث اعتمدت على منهج المسح واستخدام استبيان يتضمن مجموعة من

الأسئلة المفتوحة التي تم تحويلها إلى أسئلة مغلقة بعد تحليل البيانات الأولية، وتم اختيار عينة

الدراسة باستخدام العينة العمدية لمتابعي المحتوى العائلي على منصة اليوتيوب، كما اعتمدت الدراسة

على نظرية ثراء وسائل الإعلام. وأظهرت نتائج الدراسة أن أعلى نسبة من العينة (56%) هم من

الحاصلين على مؤهل جامعي ويشاهدون محتوى مدونات الفيديو العائلي، كما كانت أكثر القنوات

التي يتابعها المشاركون هي قناة "يوميات حمدي ووفاء" بنسبة 60%. أكدت العينة على اهتمامهم

بالحياة الأسرية وبساطة الموضوعات المقدمة، إضافة إلى التعاون بين الزوج والزوجة. وأشارت

الدراسة إلى أن أحد أسباب انتشار الفيديو عبر اليوتيوب هو قرب المحتوى من ثقافة المتابعين، إلى

جانب دافع الفضول، وقد أظهرت الدراسة أن 20% من المتابعين أفادوا بعدم تأثرهم باتجاه صانعي

الفيديو العائلي، كما أظهرت النتائج أن جميع أفراد العينة لم يحصلوا على أي جوائز من صناع

المحتوى العائلي بنسبة 100% في جميع المراحل.

6. هدفت دراسة (Oktavianti & Joemono، 2022) بعنوان "**Popular Culture in Video**

Content on YouTube" حيث تشير الثقافة الشعبية إلى قدرة وسائل الإعلام على إنتاج شكل

من أشكال الثقافة، وحيث يستوعب الجمهور هذه الثقافة ويحولها إلى جزء من هويته. يتناول المؤلف في هذه الدراسة موضوع الثقافة الشعبية في المحتوى المرئي الذي ينتجه منشئو المحتوى على يوتيوب في إندونيسيا، ويهدف البحث إلى استكشاف دور الثقافة الشعبية في إنشاء محتوى الفيديو على يوتيوب، واستخدم المؤلف منهجية البحث النوعي مع إجراء مقابلات كوسيلة لجمع البيانات، حيث تم إجراء مقابلات مع منشئ محتوى قناة "جاكرتا أنسنر" على يوتيوب. تنتج هذه القناة العديد من الفيديوهات التي تتناول أسلوب حياة وتجارب شخصية لشباب جاكرتا، عاصمة إندونيسيا. وتعتبر هذه المحتويات حساسة أو غير تقليدية في نظر الجمهور، حيث تتناول موضوعات مثل الحياة الجنسية، والعلاقات قبل الزواج، وغيرها من القضايا المتعلقة بالبالغين، وتشكل الثقافة الشعبية جزءاً من صناعة تم تقديمها ضمن مفهوم معين يجذب اهتمام الكثيرين، وتكشف النتائج أن المحتوى المتعلق بالحياة الجنسية الذي ينتجه المنشئ يهدف إلى تقديم الترفيه والتعليم والمعرفة لجمهور مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي اليوتيوب، كما تسلط الدراسة الضوء على وجهة نظر المشاهدين.

7. هدفت دراسة (السيد، 2022)، بعنوان "خصائص ومؤشرات الهوية الثقافية لدى طلاب كلية التربية

بجامعة 6 أكتوبر" إلى استكشاف خصائص ومؤشرات الهوية الثقافية لدى طلاب كلية التربية في

جامعة 6 أكتوبر. وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي من خلال إجراء دراسة ميدانية، حيث تم

استخدام استبانة كأداة لجمع البيانات من عينة تضم 392 طالباً. وأسفرت النتائج عن توفر خصائص

ومؤشرات الهوية الثقافية لدى طلاب كلية التربية بمتوسط قدره 61.6، حيث كانت الهوية الثقافية

الجماعية في مقدمة هذه المؤشرات بمتوسط 6164، تليها الهوية الثقافية الوطنية والقومية والعالمية

بمتوسط 2149. كما كشفت الدراسة عن وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في خصائص

ومؤشرات الهوية الثقافية تبعاً لمتغير النوع، بينما لم تظهر النتائج أي فروق جوهرية ذات دلالة

إحصائية في الخصائص المتعلقة بالسن. بالإضافة إلى ذلك، وُجدت علاقة ارتباطية بين الأبعاد الأربعة للهوية الثقافية، وخلصت الدراسة إلى عدة توصيات، أبرزها ضرورة بناء برامج توعوية حول الهوية الثقافية المصرية لتعزيزها بين شباب الجامعات، وكذلك تسليط الضوء بشكل مستمر على التراث الثقافي والمعرفي وأهمية هوية كل محافظة من محافظات مصر، كما أوصت الدراسة بإجراء مزيد من الدراسات والبحوث المستقبلية في هذا المجال.

8. هدفت دراسة (عودة، 2022) بعنوان "مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ومظاهر التغير في طريقة

الحياة البدوية" إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير نمط الحياة البدوية لدى الجيل الجديد، واستكشاف ما التغيرات الناتجة في الحياة الاجتماعية، واستخدام المنهج الوصفي، مستعيناً بالملاحظة المنتظمة لرصد أنماط السلوك والتغيرات الواقعية التي طرأت على المجتمع البدوي، كما تم الاعتماد على استمارة المقابلة المقننة، التي تحتوي على مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة، ويقوم البحث على نظريتين هما: المجال العام الافتراضي والتفاعلية الرمزية، وأشارت النتائج إلى أن جميع أفراد الجيل البدوي الجديد يستخدمون بشكل كبير مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، والواتس اب، وماسنجر، وإنستغرام، واليوتيوب، وتويتر، حيث احتل المركز الأول الفيس بوك وبلغت نسبة الاستخدام 100% ، مما أدى إلى تغيرات اجتماعية وثقافية، ومن مظاهر التغيرات الاجتماعية هو تكوين صداقات افتراضية جديدة، والانتماء الى الحرية، وظهور قيم سلبية جديدة مثل الأنانية وتغليب المصلحة الفردية، أما مظاهر التغيرات الثقافية فتشمل انتشار ثقافة الزواج عبر الانترنت، وتفضيل الحياة المستقلة، والرغبة في اتباع الموضة، وكذلك ثقافة قضاء الفراغ من خلال الألعاب الإلكترونية.

9. هدفت دراسة (سالم، 2021) بعنوان "تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على معارف واتجاهات الشباب"

إلى الاتجاهات المتعددة للإعلام الجديد وتنوعت لتتوافق مع التدفق الإعلامي والتكنولوجي والتطور

التقني للوسائل في عصر الأنفوميديا والتقارب التقني والإعلامي، لقد أحدث الإعلام الجديد تغييراً في طرق تفكير الجمهور وتقبله للعديد من الأخبار والمواضيع والأحداث، ولا شك أن النمو السريع لهذه المواقع والتحويلات في أنماط استخدامها لعبت دوراً مهماً في تشكيل الآراء وتبادل المعلومات، مما أثر في الاتجاهات. لذا، يندرج العرض التحليلي النقدي الحالي ضمن بحوث تأثيرات وسائل الإعلام، مع التركيز على دراسة تأثير الإعلام الجديد على معارف واتجاهات الشباب، وتعتبر من الدراسات الوصفية التحليلية النقدية المقارنة، التي اعتمدت على منهج التحليل من المستوى الثاني للبحوث المنشورة في دوريات أجنبية وعربية، بالإضافة إلى رسائل الدكتوراه، من 2014 إلى 2019، وتم تحليل كل دراسة لاستخلاص الإضافات المعرفية والنظرية والمنهجية والتطبيقية، تلاها تحليل نقدي شامل للبحوث بهدف التعرف على أبرز الموضوعات والمجالات البحثية والأطر النظرية والمنهجية المتعلقة بتأثير الإعلام الجديد على معارف واتجاهات الشباب.

10. هدفت دراسة (Hussain، 2021) بعنوان *"Cultural Globalization and its*

Stimulus on Urban Youth: a Sociological Study among University

Students in Bangladesh' إلى توضيح تأثير العولمة على السمات الثقافية لدى الشباب،

مع التركيز على الوظيفة الأساسية للعولمة الثقافية، لتحقيق هذا الهدف، تم إجراء استطلاع عبر الإنترنت في عام 2020 بين طلاب من ست مؤسسات عامة وخاصة في دكا، حيث شمل عينة مكونة من 300 طالب يدرسون في مرحلة البكالوريوس والماجستير، وتتناول الدراسة مفهوم العولمة كعملية تؤثر على الثقافات المحلية وحياة الأفراد، وخاصة الشباب في مدنهم، وتتناول المناقشة الحالية حول العولمة الثقافية وتأثيراتها على السلوكيات والاختيارات والمعايير والقيم والعادات الغذائية وأنماط الملابس ومفهوم الجنس، حيث تتشكل هذه الجوانب وتتغير من خلال الوصول إلى المعلومات ووسائل الإعلام والمؤسسات المجتمعية المتاحة، وتوثق هذه الدراسة كيف تؤثر الاستهلاكية بشكل

واسع على الشباب الحضري، مما يؤدي إلى تغييرات ملحوظة في أنماط حياتهم وتفضيلاتهم، بالإضافة إلى توجهاتهم الثقافية، فلم تعد القيم الثقافية التقليدية تتطابق بينهم، بل تراجع نمط حياتهم بشكل كبير واندماج في المعايير الغربية.

11. هدفت دراسة (أبو الجدايل، 2020) بعنوان *دراسة مقارنة بين مستخدمي اليوتيوب ومستخدمي*

منصات الفيديو الرقمية في تداول المحتوى الترفيهي والمعلوماتي إلى مقارنة مستخدمي اليوتيوب بمستخدمي منصات الفيديو الرقمية في تداول المحتوى الترفيهي والمعلوماتي، واعتمدت الدراسة على نموذج تقبل التكنولوجيا لتفسير نتائجها وبناء متغيراتها، واستخدمت منهج المسح والمنهج المقارن، وتم إجراء المسح على عينة تتكون من 400 شاب سعودي من مختلف الفئات العمرية والتعليمية ممن يستخدمون اليوتيوب ومنصات الفيديو الرقمية، وتم استخدام استبيان لجمع آرائهم حول استخدام هذه الوسائل، وأسفرت الدراسة عن نتائج هامة، أبرزها تنوع الإيجابيات والسلبيات المرتبطة باستخدام الشباب السعودي لكل من اليوتيوب ومنصات الفيديو الرقمية.

12. هدفت دراسة (Mayhand، 2020) بعنوان *Globalization: Understanding the*

Impact of Cultural Differences in Global Organizations إلى الأسباب التي تؤثر على قبول أو رفض الثقافات الأخرى في المجتمع، حيث تم استعراض الأدبيات المتعلقة بالسلوكيات والمعتقدات التي تلعب دوراً في كيفية تفاعل الأفراد مع ثقافات تختلف عن ثقافتهم. تم دراسة موضوع تتكيف الأفراد وعملية الاستيعاب التي يتبعها الأفراد لفهم الثقافات الجديدة والتكيف معها. لفهم استيعاب الثقافة في المنظمات العالمية، تم تحديد عدة متغيرات قد تؤثر على قبول الأفراد أو رفضهم للثقافات الأخرى، مثل الخلفية الثقافية، والخبرة الاجتماعية، والمعتقدات، والقدرة على التعلم.

7.2 - التعقيب على الدراسات السابقة

يرى الباحث أن الدراسات تشير إلى عدة نقاط متعلقة بالعلومة اللغوية والثقافية وتأثير الإعلام الرقمي، فتتعدد الدراسات التي تناولت تأثير الإعلام الرقمي، وخصوصاً منصات اليوتيوب في مجالات العولمة الثقافية واللغوية، حيث قدمت الأبحاث المتعددة رؤى هامة حول كيفية تأثير هذه المنصات على تشكيل الهوية الثقافية لدى الأفراد، وخاصة في ظل العولمة التي تساهم في نشر ثقافات متنوعة قد تؤثر على الهويات المحلية.

المحور الأول: دراسات تناولت معالجة قنوات اليوتيوب لقضايا العولمة اللغوية والقضايا الثقافية

1. توضح دراسة (محرم، 2023) إلى توظيف قنوات اليوتيوب في الترويج للثقافة الصينية للجمهور العربي.
2. توضح دراسة (عبد الصمد، 2023) إلى أخلاقيات إنتاج فيديوهات البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية كما يدركها المراهقون وعلاقتها بتقدير الذات لديهم والثقافة اللغوية.
3. تسلط دراسة (الزغاري، 2023) الضوء على أهمية التحول الرقمي وكيف يؤثر على ثقافة الشباب.
4. سلطت دراسة (هادف، 2022) الضوء على تطورات التكنولوجيا الذي فرضته الوسائط الحديثة.
5. تركز دراسة (محمد، 2022) على الفيديوهات التشاركية في اليوتيوب وعلاقتها بثقافة التشاركية لدى الشباب الجامعي.

المحور الثاني: دراسات تناولت تأثيرات الإعلام الرقمي على الهوية اللغوية والثقافية

1. توضح دراسة (الدوسري، 2024) فرض تحديات الاعلام الرقمي وهيمنة اللغة العامية والاقتراض اللغوي وتبسيط التراكيب.

2. تشير دراسة (Taptiani، And others، 2024) إلى تأثير العولمة على الثقافة المحلية.

3. توضح دراسة (أحمد، 2023) قياس تأثير المحتوى الإعلامي الرقمي على طرق التواصل الافتراضي بين الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي بأنواعه.

4. توضح دراسة (الذبياني، 2023) استكشاف دور وسائل الإعلام في تشكيل الهوية الوطنية والثقافية ومواجهة السلبات المحتملة الناتجة عن العولمة في المجتمع السعودي.

5. توضح دراسة خلاف (خلاف، 2022) تحليل مدى تصدر محتوى مدونات الفيديو العائلية على منصة اليوتيوب

6. توضح دراسة (Joemono، & Oktavianti، 2022) إلى قدرة وسائل الإعلام على إنتاج شكل من أشكال الثقافة، حيث يستوعب الجمهور هذه الثقافة ويحولها إلى جزء من هويته.

7. توضح دراسة (السيد، 2022) أهمية الهوية الثقافية لدى الشباب.

8. أظهرت دراسة (عودة، 2022) مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تغيير نمط الحياة لدى المجتمعات البدوية والتداخل بين العولمة والتقاليد الثقافية.

9. توضح دراسة (سالم، 2021) كيفية تأثير الإعلام الجديد على معارف الشباب.

10. تناولت دراسة (Hussain، 2021) تأثير العولمة على الشباب في بنغلاديش.

11. تناولت دراسة (أبو الجدايل، 2020) مقارنة مستخدمي اليوتيوب بمستخدمي منصات الفيديو

الرقمية في تداول المحتوى الترفيهي والمعلوماتي.

12. تناقش دراسة (Mayhand، 2020) أهمية فهم التفاعلات الثقافية داخل المنظمات العالمية.

7.3 - فجوة الدراسة

الفجوات الدراسية هي المجالات التي لم يتم تناولها أو التي تحتاج إلى مزيد من الاستكشاف والتوضيح في الأبحاث الحالية. وبناءً على الدراسات السابقة التي تم عرضها في المحورين الأول والثاني، يمكن تحديد بعض الفجوات التي قد تكون بحاجة إلى دراسات إضافية:

الفجوات الدراسية في المحور الأول: دراسات تناولت معالجة قنوات اليوتيوب لقضايا العولمة اللغوية والثقافية.

○ تأثير التفاعل بين المحتوى الثقافي والمتابعين: فبالرغم من أن العديد من الدراسات تركز على تأثير قنوات اليوتيوب في الترويج للثقافات المختلفة، إلا أنه لم يتم التطرق بشكل عميق إلى دور التفاعل المباشر بين متابعي هذه القنوات ومنتجاتي المحتوى في تشكيل القيم الثقافية واللغوية، والبحث في تأثير التفاعل (مثل التعليقات والردود، والمناقشات) في تعزيز أو تغيير النظرة الثقافية للمشاهد.

○ دور قنوات اليوتيوب في تعزيز الهوية الثقافية المحلية: حيث تركزت الدراسات غالباً على تأثير قنوات اليوتيوب في الهوية الثقافية الأجنبية والثقافات العالمية، لكن الفجوة تكمن في عدم دراسة كيف يمكن لهذه القنوات أن تعزز الهوية الثقافية المحلية في ظل العولمة. في هذا السياق، يمكن دراسة قنوات اليوتيوب المحلية التي تروج للثقافة المحلية وكيفية الحفاظ على الهوية الثقافية في مواجهة العولمة.

○ التأثيرات على الأجيال الجديدة المتعاقبة: قد تتفاوت ردود أفعال الأجيال الجديدة في تعاملهم مع قنوات اليوتيوب الثقافية، فهناك نقص في الدراسات التي تقيم تأثير قنوات اليوتيوب على هوية الأجيال الجديدة ومدى تقبلهم أو مقاومتهم للقيم الثقافية المروجة عبر هذه القنوات.

○ الاختلافات الثقافية بين الجمهور العربي في البلدان المختلفة: لوحظ أن غالبية الدراسات تتعامل مع الجمهور العربي كمجموعة واحدة دون النظر في الفروقات الثقافية بين الدول العربية المختلفة، الفجوة تكمن في اختلاف ردود الفعل في المجتمعات العربية المختلفة تجاه نفس المحتوى الثقافي.

الفجوات الدراسية في المحور الثاني: دراسات تناولت تأثيرات الإعلام الرقمي على الهوية اللغوية والثقافية.

○ تأثير الإعلام الرقمي على الهوية الثقافية في المجتمعات الريفية أو التقليدية: حيث تركزت الدراسات على تأثير الإعلام الرقمي في المجتمعات الحضرية أو الجامعية فهناك حاجة لدراسة كيفية تأثير الإعلام الرقمي على الهوية الثقافية في المجتمعات الريفية أو التقليدية، فقد تكون تأثيرات العولمة أقل مباشرة، ولكنها قد تكون حاسمة في الحفاظ على التراث الثقافي.

○ العلاقة بين استخدام الإعلام الرقمي والهوية الدينية: فلم يتم التركيز بشكل كافٍ على كيفية تأثير الإعلام الرقمي على الهوية الدينية في المجتمعات، خاصة في السياقات الثقافية والدينية، فيمكن دراسة تأثير الإعلام الرقمي على مفهوم الدين في المجتمع وكيف يعيد تشكيل هوية الأفراد.

○ التركيز في الدراسات الحالية يكون عادةً على الهوية الثقافية الوطنية: لكن هناك حاجة لفهم تأثير الإعلام الرقمي على الهوية الثقافية مثل الهويات الثقافية لمجموعات أصغر مثل المجموعات العرقية أو الثقافات الشبابية.

○ معرفة الدور السلبي للعولمة الثقافية في نقل القيم السلبية: بينما تركزت بعض الدراسات على التأثيرات الإيجابية للعولمة على الثقافة المحلية، هناك نقص في الدراسات التي تركز على التأثيرات السلبية للعولمة الثقافية عبر الإعلام الرقمي، مثل غزو القيم الغربية أو تآكل العادات والتقاليد المحلية، والتي قد تؤدي إلى فقدان الهوية الثقافية.

○ معظم الدراسات تركزت على تأثير الإعلام الرقمي على اللغة الأم أو اللغات السائدة: ولكن هناك فجوة كبيرة في دراسة تأثير الإعلام الرقمي على التنوع اللغوي، خاصة في البلدان التي تحتوي على لغات محلية متعددة أو لغات الأقليات.

○ تتناول الدراسات تأثير الإعلام الرقمي على الهوية الثقافية بشكل عام: ولكن هناك فجوة في دراسة دور منصات الإعلام المرئي في تشكيل الثقافة اليومية لدى الشباب، مثل التغييرات في المواقف تجاه العادات الاجتماعية والأخلاقيات.

تظهر الفجوات الدراسية في المحورين ضرورة التوسع في دراسة التأثيرات الرقمية على الثقافة في سياقات مختلفة مثل المجتمعات الريفية، الجماعات الثقافية، والجوانب الدينية، كما أن هناك حاجة لدراسات متعمقة حول الهوية الثقافية في ظل العولمة الرقمية ودور منصات الوسائط الاجتماعية في تعزيز أو تآكل الهوية الثقافية واللغوية.

7.4 - الإضافة العلمية

- تصنيف الدراسة فهم التأثيرات المتعددة لأبعاد العولمة اللغوية عبر قنوات اليوتيوب على الهوية الثقافية السعودية ودور وتأثير التفاعل الاجتماعي بين الشباب السعودي ومنشئي المحتوى في قنوات اليوتيوب وتأثيره على العولمة اللغوية، وإعادة تشكيل الهوية اللغوية الثقافية لدى الشباب السعودي.

- دراسة تأثير قنوات اليوتيوب في تعزيز الهوية الثقافية السعودية في ظل العولمة لمواجهة الهيمنة الثقافية العالمية، وتوجيه الشباب السعودي نحو الفخر بهويتهم الثقافية وتعزيز القيم الثقافية المحلية عبر الوسائط الرقمية من خلال تقديم محتوى يعكس التقاليد السعودية والتراث المحلي.
- دراسة تأثير قنوات اليوتيوب على المساهمة في نشر اللغة العربية الفصحى واللهجات السعودية، أو الترويج إلى اللغات الأجنبية، وكيف تساهم في الحفاظ على اللهجات المحلية في ظل العولمة اللغوية، وإعادة تقييم دور قنوات اليوتيوب في المحافظة على التنوع اللغوي المحلي.
- دراسة التأثيرات السلبية للعولمة الثقافية على القيم الاجتماعية واللغوية في السعودية من خلال المحتوى الرقمي لليوتيوب، وانتشار المحتوى الثقافي الغربي، أو تسويق القيم غير المتوافقة مع الثقافة السعودية، وفتح النقاش حول كيفية الحد من التأثيرات السلبية للثقافات العالمية على الهوية الثقافية السعودية.
- دراسة مقارنة بين الأجيال المختلفة من الشباب السعودي وتوجهاتهم نحو المحتوى الثقافي في قنوات اليوتيوب، واختلاف توجهات الأجيال الجديدة في تأثرهم بالعولمة الثقافية. هذه الإضافة تتيح فهماً عميقاً للمتغيرات الثقافية في تأثير العولمة اللغوية.
- دراسة كيفية استخدام اللغة الرقمية في قنوات اليوتيوب، وخاصة المحتوى السعودي، من حيث استخدام اللغة الفصحى أو اللغة العامية أو اللغات الأجنبية، وكيف يمكن أن يؤثر ذلك في العولمة اللغوية في السعودية، وفهم تأثير التنوع اللغوي على الهوية الثقافية للشباب السعودي وكيفية التأقلم مع اللغة الرقمية.
- دراسة كيفية تأثير المحتوى السعودي على اليوتيوب في القضايا الاجتماعية والسياسية في المملكة العربية السعودية، وتأثير المحتوى الثقافي على الوعي الاجتماعي والاتجاهات السياسية لدى الشباب

السعودي في ظل العولمة الثقافية، وفهم تأثير الإعلام الرقمي على الهوية السياسية والاجتماعية، وهو ما له علاقة وثيقة بالعولمة الثقافية.

- دراسة دور قنوات اليوتيوب في نشر وتعزيز العادات والتقاليد السعودية، وتأثير اليوتيوب على السلوكيات الاجتماعية والقيم الثقافية والأخلاقيات. هل تسهم قنوات اليوتيوب في نشر ثقافة سعودية أصيلة أم أنها تروج لثقافات خارجية قد تؤثر على العادات المحلية؟ كما تتعلق بتحديد كيف يمكن أن يتفاعل الشباب السعودي مع محتوى اليوتيوب من حيث الحفاظ على تراثهم الثقافي وحمايته من تأثيرات العولمة.

- سوف تسهم النتائج في تطوير نظرية جديدة لفهم كيفية تأثير المحتوى المرئي على سلوكيات الشباب، مع التركيز على العوامل الثقافية والاجتماعية، مما يوفر قاعدة لصناع المحتوى لتطوير مواد تعليمية وترفيهية وثقافية، والتقليل من التأثيرات السلبية للمحتوى ودعم القيم الاجتماعية.

الفصل الثاني

الإطار النظري

8 - النظرية العلمية المستخدمة للدراسة:

1. تمهيد النظرية

نظرية تأثير الشخص الثالث (Third-Person Effect Theory) نوع من النظريات الاتصالية لتوضيح الفروق الإدراكية والسلوكية بين الأشخاص بتأثير المحتوى الرقمي، حيث إن النظرية تفترض عدم تأثر بالشخص بالمحتوى الإعلامي ويرى الآخرون يتأثرون، وتكمن أهمية هذه النظرية في تأثير منصات اليوتيوب على المستخدمين. (Perloff, 2009)

أي أن الأشخاص يظنون أنهم محصنون ضد التأثيرات اللغوية والثقافية في المحتوى الرقمي العالمي، ويرون تأثير هذا المحتوى على الأشخاص الآخرين دون أن يدركوا احتمال تأثرهم هم أنفسهم، ويظهر دور النظرية هذا التناقض في تفسير إدراك وسلوك المتأثرين تجاه قضايا الهوية والثقافة في المجتمعات العربية المحافظة.

2. مفهوم النظرية ونشأتها التاريخية

هذا المفهوم يوضح اعتقاد الأشخاص أن تأثير المحتوى الرقمي أشد على الآخرين وانهم غير متأثرين، وهناك جانبين رئيسيين: الجانب الأول هو عدم تأثير الإعلام الرقمي على الذات، حيث يزعم الأشخاص

أنهم غير متأثرين، أما الجانب الثاني هو مبالغة تأثير الإعلام الرقمي على الآخرين، حيث ينكر الأشخاص تأثرهم رغم أنهم قد يتأثرون دون وعي. (العمران، 2024)

ففي عام 1983 ظهرت نظرية تأثير الشخص الثالث للباحث الأمريكي ويليام دافيدسون في مقال نشر في *Public Opinion Quarterly*. وقد جاءت النظرية مستنداً إلى ملاحظة سلوكية تجاه وسائل الإعلام، تفيد إلى افتراض أن الأشخاص الآخرين أكثر تأثراً بالرسائل الإعلامية من أنفسهم، أي أن: "الناس يميلون إلى الاعتقاد بأن الرسائل الإعلامية يكون لها تأثير أكبر على الآخرين أكثر من تأثيرها على أنفسهم". ويؤدي إلى اتخاذ سلوكيات ومواقف اجتماعية بناءً على ذلك الاعتقاد، ويرى الشخص الذي يتعرض لوسائل الإعلام أن تأثيره على الآخرين أكبر منه على نفسه شخصياً. ويُبرر كل شخص ذلك قائلاً: "لن أتأثر، ولكن قد يُقنعون هم (الطرف الثالث)". في بعض الحالات، يؤدي التواصل إلى اتخاذ إجراء ليس بسبب تأثيره على من يُفترض أنه موجه إليهم، بل لأن آخرين (الطرف الثالث) يعتقدون أنه سيؤثر على جمهوره. تُعرض أربع تجارب صغيرة تدعم هذه الفرضية، وتُلاحظ علاقتها التكاملية بعدد من المفاهيم في العلوم الاجتماعية. قد يُساعد تأثير الشخص الثالث في تفسير جوانب مختلفة من السلوك الاجتماعي، بما في ذلك الخوف من الدعاية التي يُمارسها الزعماء والخوف من معارضة الحكام السياسيين. ويبدو أنه مرتبط بظاهرة الرقابة بشكل عام: فالقريب لا يُقر أبداً بأنه مُتأثر؛ أما الآخرون "ذو العقول الأكثر قابلية للتأثر" فهم من سيتأثرون. وتترابط نشأة النظرية حول تأثير الدعاية والإعلان، وتأثير الإعلام على الرأي العام والسلوك الجماعي، وجاءت النظرية تأثير الشخص الثالث لتسلط الضوء على الجانب الإدراكي والنفسي في تقييم الأثر الإعلامي. وبهذا فإن النظرية مناسبة في تحليل علاقة الجمهور بالمحتوى الإعلامي في بيئة مشبعة بالرسائل والتفاعلية. (Davison، 1983).

3. أهداف النظرية

من أهم أهداف النظرية هي معرفة كيفية إدراك الأشخاص تأثير وسائل الإعلام على أنفسهم مقارنةً بالآخرين، وما ينتج من سلوكيات ومواقف اجتماعية ويمكن تلخيصها على النحو التالي:

أولاً: الفهم الإدراكي لتأثير الإعلام

1. تحليل وتفسير الفجوة الإدراكية بين الأفراد عن تأثير الإعلام عليهم، وما يعتقدون أنه يؤثر على الآخرين فقط.

2. نوع الرسالة الإعلامية وطبيعتها وتأثيرها على الأشخاص.

ثانياً: تفسير السلوك الناتج عن الإدراك

1. فهم دوافع الرقابة الإعلامية في فرض قيود على وسائل الإعلام لحماية الآخرين.

2. تحليل الاستجابات الاجتماعية ومعرفة كيفية اتخاذ مواقف تجاه وسائل الإعلام.

ثالثاً: توظيف النظرية في السياقات الرقمية المعاصرة

1. فهم سلوكيات الجمهور من محتوى وسائل التواصل الاجتماعي.

2. تفسير التصورات الثقافية وإدراك تأثير الإعلام الرقمي على الهوية الثقافية واللغوية.

3. توظيف النظرية يُعدّ مناسباً لفهم كيف يرى الشباب السعودي تأثير اللغة والعولمة على أنفسهم

مقارنة بتأثيره على الجمهور وتحليل سلوكهم اللغوية والثقافية. (الدوسري، 2024)

مثال تطبيقي: شخص يشاهد محتوى باللغة الإنجليزية على اليوتيوب، ويرى أن الشباب الآخرين يتأثرون سلباً لتأثيرات ثقافية ولغوية، وبهذا يطلب من الرقابة الحد من هذا المحتوى وهذه نظرية تأثير الشخص الثالث.

4. فروض النظرية

ترتكز النظرية على فرضيتين أساسيتين وهما:

➤ **فرضية الإدراك (Perceptual Hypothesis)** والتي تشير إلى أن الرسائل الإعلامية تؤثر على الآخرين أكثر منهم شخصياً، بعوامل نوع المحتوى وطبيعة الجمهور سواء عام او متخصص وايضاً الفروق الفردية مثل العمر والتعليم والاهتمام

مثال: شخص يعتقد أن الإعلانات على يوتيوب تؤثر على الآخرين أكثر منه.

➤ **فرضية السلوك (Behavioral Hypothesis)** والتي تفترض أن هذا الإدراك يؤدي إلى سلوكيات دفاعية أو تأييده باتخاذ موقف أخلاقي وفرض قيود قانونية.

مثال: شخص يرى محتوى على يوتيوب، ويعتقد أن الشباب الصغار يتأثرون به ويطلب حظره.

ومن هنا نبين العلاقة بين الفرضيتين أن الإدراك والاعتقاد يؤدي إلى السلوك ورد الفعل.

5. استخدامات النظرية في البحوث الإعلامية

تعد نظرية تأثير الشخص الثالث من الأطر النظرية الحيوية في مجال دراسات الإعلام والاتصال لتحليل وفهم العلاقة المعقدة بين الجمهور ووسائل الإعلام وفهم الاختلافات الإدراكية والسلوكية، ونذكر منها:

1. دراسة إدراك الجمهور لتأثير الرسائل الإعلامية والمحتوى الإعلامي عليهم مقارنة بتأثيره على

الآخرين، مما يساعد على فهم سلوكيات الجمهور وتفاعلاته.

2. تفسير دعم الرقابة الإعلامية المؤيدة والمرفوضة.

3. تحليل تأثير وسائل الإعلام الجديدة والمنصات الرقمية بإنشاء مواقف وسلوكيات جديدة.

4. تفسير العلاقة بين الإعلام والهوية الثقافية اللغوية تجاه المحتوى الإعلامي ومدى تقبلهم ورفضهم للتحويلات الثقافية.

5. تحسين وتطوير صياغة تطبيقات الحملات الإعلانية وتأثيرها على الأشخاص أنفسهم وعلى الآخرين.

6. مدى ملائمة النظرية للدراسة

تُعد نظرية تأثير الشخص الثالث ذات ملائمة عالية لدراسة أطر معالجة قضايا العولمة اللغوية في قنوات اليوتيوب واتجاهات الشباب السعودي لعدة أسباب:

1. تطابق النظرية مع طبيعة المحتوى الرقمي ومنصات اليوتيوب بين الشباب السعودي، خصوصاً

المحتوى الذي يحمل أبعاداً ثقافية ولغوية مرتبطة بالعولمة.

2. فهم المواقف والسلوكيات النفسية والاجتماعية المختلفة للشباب السعودي تجاه القضايا اللغوية والهوية

الثقافية في قنوات اليوتيوب، وتفسير الإدراك المتناقض للتأثيرات الإعلامية للمواقف الدفاعية أو النقدية.

3. التوافق والتناغم بين الإدراك والسلوك الإعلامي في بيئة العولمة قد تؤدي إلى تغييرات في استخدام

اللغة العربية ومفرداتها.

7. أسباب استخدام هذه النظرية وملائمتها وعلاقتها بالدراسات السابقة:

➤ **علاقة المحور الأول:** نظرية تأثير الشخص الثالث (Third-Person Effect Theory) أن

الأشخاص يعتقدون بأن الآخرين أكثر تأثراً من أنفسهم حين تعرضهم لمحتويات الإعلام الرقمي التي

تهدد الهوية والقيم الاجتماعية. وتساهم نظرية تأثير الشخص الثالث في تفسير الدراسات المتعلقة

بمعالجة قنوات اليوتيوب لقضايا العولمة اللغوية والثقافية، ويبرز هذا التأثير في الدراسات التي تناولت الترويج الثقافي واللغوي، والتحويلات الرقمية، والأخلاقيات. ففي دراسة محرم (2023)، يظهر أن قنوات مثل Ms.V تروج بفعالية للثقافة الصينية، وقد يُنظر إليه من قبل الجمهور على أنه مفيد، بينما يُفترض أن التأثير الأكبر يقع على الآخرين، كما تؤكد دراسة عبد الصمد (2023) حول تأثير منصات البث المباشر على الذات لدى المراهقين وأن هناك فجوة بين الإدراك الذاتي للتأثير وتأثيره على الغير، وهو ما تدعمه النظرية، وفي دراسة الزغاري (2023) ناقشت تأثير الآخرين بالقيم الجديدة ومخاطر التحويلات الرقمية، وهذا ما يعنيه فرضية تأثير الشخص الثالث، وكذلك دراسة محمد (2022) أوضحت موضوع استهلاك المحتوى بين الشباب ولا يعترفون بتأثيره عليهم.

إذاً، تقدم هذه النظرية تفسيراً لكيفية إدراك الأفراد بتأثير المحتوى الإعلامي الرقمي، تجاه مواقف الجمهور والعولمة الثقافية.

➤ **علاقة المحور الثاني:** توضح الدراسات في المحور الثاني، أن المتلقين أنفسهم لا يتأثرون وأن التأثير على الآخرين أشد، ففي دراسة (الدوسري، 2024) يوضح تحديات الاعلام الرقمي وهيمنة اللغة العامية بتأثر الأشخاص، وفي دراسة (Taptiani وآخرون، 2024)، يوضح اندثار اللغات المحلية والتقاليد بتأثير العولمة، وتجاهل التأثير المباشر على الأشخاص، وتكيف المجتمعات وتأثرهم، ، وفي دراسة (أحمد، 2023)، تبين النظرة السلبية للغة العربية وتفضيل اللغة الأجنبية باعتبارها من متطلبات العصر، ويبين هنا تأثير الشخص الثالث، وفي دراسة (الذبياني، 2023) الذي يشير إلى حماية الأجيال الناشئة من التدني وهبوط الثقافة اللغوية بدعم الهوية الوطنية والتصدي لسلبات العولمة، وفي دراسة (خلاف، 2022) جاء تعبير المشاركين بعدم تأثرهم بمقاطع الفيديو واستمرارهم في متابعتها، كما يبين في دراسات أخرى مثل (Joemono & Oktavianti، 2022) و(Hussain، 2021) نفس النظرة والفكرة. وبهذا

نبين إن نظرية تأثير الشخص الثالث تُقدّم تفسيراً لسلوك الجمهور تجاه الإعلام الرقمي في سياق الهوية الثقافية واللغوية، وتوضح كيف تُبنى المواقف الفردية بناءً على تصورات عن تأثيرات افتراضية.

وأخيراً، وفي ضوء المحورين، يتضح توافق هذه النظرية مع الدراسات؛ ففي المحور الأول، أظهرت الدراسات أن قنوات يوتيوب تساهم في نقل الثقافات والتأثير على الجمهور، إلا أن المتابعين غالباً ما يُسقطون التأثير على غيرهم. أما في المحور الثاني، فقد بيّنت الدراسات المتعلقة بتأثير الإعلام الرقمي على الهوية وأن الأفراد يُدركون وجود تغيرات ثقافية ولغوية، لكنهم يعتقدون أن الجيل الأصغر هم الأكثر عرضة لها، وهذا ما يؤكد أن نظرية تأثير الشخص الثالث.

8. اهم الانتقادات العلمية التي وجهت للنظرية

برغم من أهمية نظرية تأثير الشخص الثالث في فهم العلاقة بين الجمهور والإعلام يوجد عدد من الانتقادات ومنها:

1. الاعتماد الزائد على الإدراك الذاتي ما يجعل نتائجها عرضة للانحياز ويطرح تساؤلاً حول دقة قياس الفجوة بين التأثير الشخصي وتأثير الآخرين.
2. تجاهل الفروقات الديموغرافية والثقافية للأشخاص في كيفية الاستقبال والتأثر بالرسائل الإعلامية.
3. كيفية تطبيق النظرية في الإعلام الرقمي دون الوضع في الاعتبار التطور السريع للإعلام الرقمي.

9. تقييم الباحث للنظرية

يرى الباحث أن نظرية تأثير الشخص الثالث ذات قيمة عالية في تحليل إدراك الأفراد لتأثير الرسائل الإعلامية على أنفسهم وعلى الآخرين. ومن هذا المنطلق، يُثمن الباحث أهمية هذه النظرية في تفسير سلوكيات الجمهور ومواقفه تجاه المحتوى الإعلامي في ظل العولمة الإعلامية، وتشير الدراسات إلى أن الإعلام الرقمي يساهم في التحولات اللغوية والثقافية عبر تبني مفردات عامية ودمج اللغات والثقافات

عبر العولمة ما يهدد الهوية اللغوية والثقافية الأصلية، وأن النظرية يجب أن تعتني بشكل كافٍ بالمتغيرات الديموغرافية التي تؤثر في تفاعل الجمهور مع المحتوى الإعلامي، مثل الاختلافات الثقافية، العمرية، والتعليمية وخاصة في دراسة قضايا العولمة اللغوية واتجاهات الشباب السعودي في بيئة اليوتيوب والمنصات الرقمية الأخرى.

