

استخدامات الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالهوية الثقافية لديهم

نهي أحمد عبدالمول
أ.د. فائق عبدالرحمن الطنباري
أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال كلية الدراسات العليا جامعة عين شمس
د. مؤمن جبر عبدالشافى
مدرس الإعلام وثقافة الأطفال كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

الملخص

الخلفية: استهدفت الدراسة التعرف على استخدامات الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالهوية الثقافية لديهم، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني، وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عشوائية قوامها ٣٠٠ مبحوث من طلبة المدارس بالمرحلة الإعدادية مناصفة بين الذكور والإناث، في الفترة الزمنية من ١/ ١١/ ٢٠٢٠ إلى ٣٠/ ١١/ ٢٠٢٠، بأداة صحيفة الاستبيان.

النتائج: جاء مفهوم الهوية لدى المبحوثين جاءت كما يلي: في الترتيب الأول الهوية هي "الإنتماء والوطنية" بنسبة ٧٧,٣٣%، بينما جاء في الترتيب الثاني "التاريخ والتراث" بنسبة ٧٦,٦٧%، يليها في الترتيب الثالث "العادات والتقاليد" بنسبة ٦٦,٦٧%، واللغة المفضلة لدى المبحوثين في الكتابة على مواقع التواصل الاجتماعي جاء في الترتيب الأول "الفرانكو أراب" بنسبة ٦١%، وجاءت مخاطر تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية من وجهة نظر المبحوثين بالترتيب (تفتيت المجتمع وبث الفتن وانتشار العنف- التهاون بشأن العادات والتقاليد- ضعف اللغة ونسيانها بالتدريج)، وجاءت استخدامات المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي بالترتيب (التسليّة والترفيه وممارسة الألعاب- لأبقى على تواصل مع الأصدقاء من بلدى ومن دول أخرى- التسوق ومعرفة الجديد فى عالم الموضة- يوفر لى معلومات متنوعة)، وجاءت نوعية المضامين التي يفضلها المبحوثون في الترتيب الأول المضمون "الترفيهي"، بينما في الترتيب الثاني "المضمون الرياضى"، وفي الترتيب الثالث "المضمون الفنى"، وفي الترتيب الرابع "المضمون الاخبارى"، وجاءت مخاطر تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية من وجهة نظر المبحوثين بالترتيب (تفتيت المجتمع وبث الفتن وانتشار العنف- التهاون بشأن العادات والتقاليد- ضعف اللغة ونسيانها بالتدريج- انخفاض روح الانتماء والوطنية بسبب الاندماج مع الثقافة الغربية- نشر الإعلانات الجنسية والرذيلة المخلة بالقيم والتقاليد)، وجاءت استجابات المبحوثين على الموافقة على عبارات مقياس الهوية الثقافية كما يلي: (افخر بأبنى مصرى واعتز بتاريخ بلادى- أفتخر بعلم بلادى- من الضروري التمسك بالوحدة الوطنية مهما كانت الخلافات- تأثر ملبسى ومأكلى وطريقة حديثى بسبب مواقع التواصل الاجتماعي- أفر بتراث بلدى وعاداته (الأثار المصرية)- يسعدنى استخدام الفرانكو اراب فى الكتابة بمواقع التواصل الاجتماعي).

Uses Children Of Social Media

And Its Relation With Their Cultural Identity

Background: The study aims to identify children's uses of social media and its relationship to their cultural identity, and This study is considered one of the descriptive studies that used the media survey method, by scanning a random sample of middle school children aged (13- 15) years of Egyptian public and private school students, male and female., in the period of time from (1/ 11/ 2020) to (11/ 30/ 2020).

Results: The concept of identity among the respondents came as follows In the first order identity is "Belonging and patriotism" 77.33%, while came "History and heritage" by 76.67%, and "Customs and traditions" with 66.67%, and "Language", at 65.33%, The language used was Franco Arab 61%, followed by colloquial, The dangers of social media on the cultural identity came from the respondents view (disintegrating society, spreading discord and spreading violence- negligence about customs and traditions- weak language and gradually forgetting it- a decrease in the belonging and patriotism due to integration with Western culture- spreading sexual advertisements and vice that violates values And traditions), The respondents' uses of social networking sites came in order (entertainment, entertainment and playing games- to keep in touch with friends from my country and from other countries- shopping and knowing new in fashion world- providing me with various information), The entertainment content came at the forefront of the content published by the sample of the analytical study, followed by the sports content, the artistic content, then the health content, and responses to agreeing to the expressions of the cultural identity scale came as follows: (I am proud to be Egyptian and proud of the history of my country- I am proud of the flag of my country- it is necessary to adhere to the national unity regardless of the differences).

الاجتماعي ولاهتمامات المستخدمين من جانب، ولطموحاتهم وآمالهم من جانب آخر، كما تبين أن هناك سمات وخصائص أكثر من غيرها عرضة للتغير من جانب المستخدمين وهي (صورة البروفايل- العنوان- الحالة الاقتصادية والمهنية- الاسم- النوع- السن- الحالة الاجتماعية) رغبة منهم في التخفي وعدم كشف هويتهم الحقيقية، وكشفت نتائج الدراسة عن رضا المبحوثين عن هويتهم الافتراضية، وأن هناك زيادة في مقدار الوقت الذي يقضيه المبحوثون في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بما يعكس بالسلب على أداء أدوارهم وعلاقتهم الاجتماعية في المجتمع الحقيقي.

٢. دراسة مارك بوكيس⁽⁵⁾ (2020) Mark Boukes بعنوان "مواقع التواصل الاجتماعي واكتساب المعرفة تأثير استخدام الفيسبوك على اكتساب المعلومات استهدفت الدراسة التعرف على تأثير استخدام الفيسبوك على اكتساب المعلومات وإذا ما كان هذا التأثير مشروطاً بمصالح الناس أو لسياسة معينة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني بالتطبيق على عينة قوامها ٥٠٠ مبحوث من الذكور والإناث بأداة الاستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن المبحوثين يؤكدون أن الفيسبوك يتميز بالتفاعلية والتحديث المستمر للمعلومات، كما يعد من أهم مواقع التواصل للحصول على المعلومات بالنسبة للمبحوثين، وأن الفيسبوك له دور إيجابي ومؤثر بشكل كبير في التأثير على الرأي العام.

٣. دراسة سمر عز الدين جلال (٢٠١٩)^(٤) بعنوان "أثر تعرض الشباب لتطبيقات الأندرويد وتأثيرها على هويتهم الثقافية المصرية: دراسة ميدانية". استهدفت الدراسة التعرف على أثر تعرض الشباب لتطبيقات الأندرويد وتأثيرها على هويتهم الثقافية المصرية، والكشف عن عوامل التغير الثقافي المترتبة على تلك التقنيات، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها ٢٠٠ مبحوث من محافظتي الجيزة والقاهرة، من خلال استخدام أداة الاستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن ٥٣,٤% من المبحوثين يرى أن مشاهدة القنوات الفضائية على تطبيقات الأندرويد لها تأثير سلبي على القيم والعادات المصرية، بينما يعتقد ٣٥,٥% من المبحوثين أن هذه التطبيقات لا تؤثر على عادات وتقاليد الأسرة المصرية، و٤٤,٩% من المبحوثين يرى أن مشاهدة الفضائيات على تطبيقات الأندرويد تؤدي إلى انتشار سلوكيات جديدة على المجتمع المصري، كما يرى ٥١,٥% منهم أنها قد تؤثر على الهوية العربية.

٤. دراسة إلهام جلال إبراهيم (٢٠١٩)^(٦) بعنوان "الأثار المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالهوية الثقافية والأمن النفسي لدى طلاب الجامعة". استهدفت الدراسة التعرف على الأثار النفسية، والأخلاقية، والمعرفية، والسياسية، والدينية المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها بالهوية الثقافية والأمن النفسي لدى طلاب الجامعة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني بالتطبيق على عينة قوامها ٢٣٠ طالب وطالبة، باستخدام أداة الاستبيان ومقياس الهوية الثقافية والأمن النفسي لماسلو، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها وجود فرق ذو دلالة إحصائية بين الطلاب والطالبات في الأمن النفسي والآثار الإيجابية والسلبية لصالح الطالبات بينما لم توجد فروق بينهما في الهوية الثقافية، وأنه لا يوجد فرق يرجع للتخصص العلمي لديهما في الآثار الإيجابية والسلبية والهوية الثقافية والأمن النفسي.

٥. دراسة آلاء بنت علي بن محمد الغامدي (٢٠١٨)^(٧) بعنوان "واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الهوية الثقافية لدى طالبات المرحلة الثانوية بمدينة الرياض". استهدفت الدراسة التعرف على واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الهوية الثقافية لدى طالبات المرحلة الثانوية بمدينة الرياض، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح

يعد ظهور الإنترنت نفلة نوعية كبيرة للبشرية، فالتطور المذهل والمتسارع الذي تشهده تكنولوجيا الاتصال، والتطبيقات الحديثة للإنترنت، المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي أوجدت شكلاً جديداً لطبيعة العلاقات بين الأفراد متخطية الفروق المكانية والزمانية، ولعل أهم ما يميز هذه المواقع هو الاستخدام اللامحدود الذي لا يخضع إلى ضوابط أو رقابة تحدد طبيعة ذلك الاستخدام، وهذا ما جعل الفرد يتفاعل مع تطبيقات الإعلام الجديد بحرية كاملة خاصة في ظل سهولة استخدام تلك المواقع، إذ يثير هذا الاستخدام الكثير من الإشكاليات حول طبيعته وتأثيراته النفسية، والاجتماعية، والأخلاقية وما تبرزه من تحديات تواجه الهوية الثقافية المصرية من خلال هذه المواقع حيث المضامين التي تحمل عادات وتقاليد مختلفة عن ثقافتنا وقيمنا المصرية الأصيلة.

فهناك مجموعة من السمات الثقافية والقيم والعادات والتقاليد واللغة والمعرفة والفنون والآداب والتاريخ وغيرها من المقومات الأساسية للمجتمع المصري مما يجعلها سمات تختلف عن المجتمعات الأخرى بما يحافظ على الخصوصية الثقافية التي تعتمد عليها في التمايز بين مختلف المجتمعات والأمم الإنسانية، ومن خلال التعرض لمضامين مواقع التواصل الاجتماعي فقد بنجم عن ذلك تغييراً في أنماط السلوك للأطفال، وتقليدهم للتغير بما لا يتماشى مع ثقافتنا وخصوصياتنا الثقافية.

فالجزء الأكبر من تيار العولمة الثقافية في شقها السلبي يسعى إلى تنزويج الثقافات: القومية والوطنية، والثقافية لحساب ثقافة عالمية واحدة تسعى إلى تصدير النموذج الغربي في أنماط الحياة عبر توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في ذلك، فنجد ظهور عدد من السلوكيات، والأساليب لدى الأطفال (ذكورا وإناثا) فيما يخص اللغة المستخدمة في الواقع الحقيقي والافتراضي، والعادات، والتقاليد وطبيعة الملابس، وطريقة الكلام، من خلال ما تحمله هذه المواقع من الرسائل، والعلامات المشبعة بقيم ومضامين متنوعة، ومغايرة لطبيعة المجتمع المصري، وتحمل معها أبطالا ورموزا بدءا بعارضات الأزياء بملابسهن، ووصولاً إلى رموز الفن والسينما. فمواقع التواصل الاجتماعي بمضامينها تستهدف عقول فئة عمرية معينة مثل الأطفال الذين يميلون بطبيعتهم إلى الفضول في التعرف على الثقافات الوافدة، ولا تملك القدرات التي تحميها من فقدان هويتها الثقافية، ويلاحظ أن الأطفال تتمتع بشخصياتهم بقبالية عالية للتقليد والمحاكاة مما يجعلهم يعيشون في معاناة من الخلط والحيرة، والتشويش مما يورنه ويسمعونه على مواقع التواصل.

فقد أصبح على سبيل المثال لغة خاصة سائدة بين الأطفال والمراهقين أثناء الدردشة والكتابة على صفحاتهم الشخصية وتعليقاتهم على المضامين المختلفة، وهي لغة لها مفرداتها (الفرانكوآراب) الأمر الذي انعكس على تشوه صريح للهوية الثقافية، حيث تشكل اللغة ركناً أصيلاً من أركان الهوية فاللغة هي الذات، وهي الهوية الثقافية لكل مجتمع.

ومن هنا يبرز لنا ضرورة دراسة استخدامات الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالهوية الثقافية لديهم.

الدراسات السابقة:

تم الاسترشاد بأهم الدراسات العربية والأجنبية وفقاً لمتغيرات الدراسة وقد تم ترتيبها من الأحدث للأقدم كما يلي:

١. دراسة أحمد زين العابدين أحمد (٢٠٢٠)^(١) بعنوان "خصائص الهوية الافتراضية لدى الشباب المصري: دراسة لعينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي". استهدفت الدراسة التعرف على خصائص الهوية الافتراضية لدى الشباب المصري من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها ٥٢٣ مبحوث من مختلف المستويات الاجتماعية والاقتصادية من مدينة الإسكندرية، واستخدم الباحث أداة الاستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها إن سمات وخصائص الهوية الافتراضية تعد انعكاساً للوجود

- ووثقا بكل من موضوع هذه الدراسة وأهدافها.
٤. وضع المفاهيم الإجرائية لفئات ووحدات التحليل المتعلقة بالدراسة.
 ٥. تحديد الجوانب التي أغفلتها الدراسات السابقة من أجل البحث فيها، حتى يمكن لهذه الدراسة أن تضيف شيئا ذا قيمة في إثراء البحث العلمي.
 ٦. تجميع المادة العلمية الخاصة بالدراسة، من خلال الاطلاع على العديد من الدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة.
 ٧. تحديد أسلوب عرض وصياغة المادة العلمية والاستفادة منها.
 ٨. تحديد أسلوب عرض النتائج الخاصة بالدراسة وكذلك التعليق على النتائج.
 ٩. مقارنة النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة بنتائج الدراسة الحالية ومعرفة مدى الاتفاق أو الاختلاف بينهم.

مشكلة الدراسة:

لاحظت الباحثة ظهور عدد من السلوكيات، والأساليب لدى المراهقين (ذكورا وإناثا) التي قد تكون غريبة عن المجتمع المصري فيما يخص اللغة، والدين، والعادات، والتقاليد، ويتجسد بطبيعة الملابس والأزياء والتحرر، وطريقة الكلام، وأساليب التفكير، وشعور الأطفال بعدم الرضا عن الأساليب الحياتية السائدة في مجتمعاتهم، مما دعاهم إلى متابعة ما يصدر عن الآخر.

فلقد فرضت مواقع التواصل الاجتماعي العديد من التحديات التي تؤثر على القيم، والثقافة والهوية، وأنظمة التربية بالمجتمع باعتبارها تتعامل مع فضاء جغرافي لا يعترف بالحدود المكانية ولا الزمانية، فموضوع الهوية عامة والهوية الثقافية على وجه الخصوص يعتبر من الإشكاليات باعتبارها تمثل الكيان الشخصي والقومي لكل مجتمع لاسيما المجتمعات العربية.

فانتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك يمثل تحديا أمام الهوية الثقافية باعتبار أن اكتشافه واستخدامه كان في الولايات المتحدة الأمريكية التي تتميز بتعدد ثقافي، وأثناء تصدير هذا النوع من التكنولوجيا الحديثة للدول النامية بما فيها الدول العربية تصدر معها نموذج الحياة الأمريكية الأجنبية المتمثلة في اللباس والمأكّل، والتفكير، وقيم الاستهلاك، مما يسهم في خلق أزمة الهويات لدى المجتمع المصري، ولاسيما فئة الأطفال الذين يتأثرون بهذا النوع من المواقع الاجتماعية التي تغزو فكرهم، ويحاول هذا الغزو خلق روح التمرد والانسلاخ من المقومات الثقافية للمجتمع، وإحلال اللغات الأجنبية محل اللغة العربية الأم واستحداث قصص مستهجنة ولغة هجينة تسمى بلغة الشباب أو الفرانكوآراب، مما قد يفرز جيل من الأطفال مغيب عن ثقافته، وحضارته، وعروبته، وانتماءاته القومية، ويمكن القول بأن الهوية الثقافية المصرية تخوض في المرحلة الراهنة معارك متعددة الجبهات والخوف من أن تهتز أسس وقواعد هذه الهوية تحت ضربات العولمة. وبالتالي تحددت مشكلة الدراسة الحالية في محاولة الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي "ما استخدامات الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي؟ وما علاقتها بالهوية الثقافية لديهم؟"

أهمية الدراسة:

١. ترجع أهمية هذا الموضوع إلى أهمية الهوية وتأثيرها على الفرد وعلى المجتمع من حيث الانتماء والوطنية، كما تنبع أهميتها في ظل تنامي استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي والذين يتأثرون بالمضامين المقدمة ويحاكون بعض السلوكيات التي يتعرضون لها على هذه المواقع.
٢. يمكن أن تسهم نتائج هذه الدراسة في تقديم بعض التوصيات التي تنتبه المسؤولين عن الإعلام وثقافة الأطفال إلى خطورة الهويات الثقافية والمضامين الإعلامية الوافدة على الهوية الثقافية المصرية، بما يتضمن وضع خطط وبرامج للحد من انتشار الفرانكوآراب والتقليد الأعمى للغرب.
٣. التعرف على بعض أبعاد الهوية الثقافية المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الأطفال يسهم بلا شك في التعرف على مناطق القوة فيها فيتم استغلالها ومناطق الضعف والقصور فيتم علاجها، خاصة وأن العالم يمر بتحويلات كبيرة ومتلاحقة في الوقت نفسه.

الروثانقي التحليلي بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها ١٣٠٠٠ مبحوث باستخدام أداة الاستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن المبحوثين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي ترفع من شأن اللغة الإنجليزية كأحد أهم متطلبات العصر، وكانت أقل قيمة للانحراف المعياري حول العبارة (تحت مواقع التواصل الاجتماعي على التحدث بالفصحى) مما يدل على أنها أكثر عبارة اختلف حولها المبحوثون، ويرى المبحوثون أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت ايجابيا على ادراك الطالبات للخطر الذي يواجه المملكة العربية السعودية.

٦. دراسة هلفريت وآخرون (2018)⁽⁶⁾ Hilvert- Bruce, Z., Neill بعنوان "الدوافع الاجتماعية المشاركة للمشاهدين". استهدفت الدراسة التعرف على الدوافع الكامنة وراء اندماج المشاهدين في بث مباشر يقدمه الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي وتناولت الدراسة نموذجا تحفيزيا ذات ثمانية عوامل على أساس نظرية الاستخدامات والإشباع، وذلك لشرح جوانب مشاركة المشاهدين للبث المباشر، وتم جمع البيانات من خلال مسح دولي عبر الإنترنت لمستخدمي البث المباشر وعددهم ٢٢٢٧ وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن هناك ستة دوافع ساعدت على شرح مشاركة المشاهدين للبث المباشر وهي (التفاعل الاجتماعي، الإحساس بالمجتمع، التعرف على أشخاص جدد، الترفيه، البحث عن معلومات، عدم وجود دعم خارجي في الحياة الحقيقية) وذلك مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، وأن مشاهدو بث القنوات الحية يفضلون القنوات الأصغر (أقل من ٥٠٠ مشاهد) وأكثر حماسة من المشاهدين الذين يفضلون القنوات الأكبر، وإن هذه النتائج تقدم نظرة ناقية على دوافع المشاركة المباشرة (البث الحي) والتي ستساعد في وضع أساس لمزيد من التقدم في الأبحاث.
٧. دراسة شين شيا (2018)⁽⁷⁾ Chen, Chia بعنوان "ما الدافع لاستخدام البث المباشر؟ وجهات نظر التدفق، الترفيه، التفاعل والتأييد الاجتماعي". استهدفت الدراسة التعرف على الدافع وراء استخدام البث المباشر من وجهة نظر المبحوثين واقتربت هذه الدراسة أربعة عوامل رئيسية وهم التدفق، الترفيه، التفاعل والتأييد الاجتماعي، واستخدمت الدراسة تحليل المسار لاختبار علاقتهم مع الموقف والقيمة المدركة، وملاحظة نية فهمهم لعوامل ولقنوات المؤثرة التي تعمل على تحفيز الجماهير على مشاهدة أحداث البث المباشر، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن التحليل أشار إلى أن حوالي ٦٥% من التترانيين يفضلون مشاهدة فيديو هويات عبر مواقع الشبكات الاجتماعية بصفة عامة، وأوضح أفراد العينة السبب وراء تفضيل متابعة فيديو هويات البث المباشر وهي أنها تجعلهم يشعرون بالارتياح وعدم التوتر.
٨. دراسة يجر كيندز (2017)⁽⁸⁾ Ugur Gunduz بعنوان "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على بناء الهوية". استهدفت الدراسة التعرف على الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الهوية عند مستخدمي هذه المواقع، والتعرف على الجوانب السلبية والإيجابية، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية وقد طبقت على عينة عشوائية قوامها ٦٥٠ مبحوث. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها إن العديد من المستخدمين يغيرون هويتهم الشخصية وينسبون أنفسهم إلى جنسيات أخرى ويتطبعوا بصفات أخرى بعيدا عن شخصيتهم الحقيقية، وأن كثير من المستخدمين يخلقون لأنفسهم عالم إفتراضي وليس واقعي بعيد عن مجتمعاتهم ويدخلون في دوامة التغيير.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

١. تحديد وصياغة مشكلة وتساؤلات الدراسة الحالية، وتحديد الدقيق لأهمية الدراسة مقارنة بالدراسات العربية والأجنبية.
٢. تمكنت الباحثة من تصميم صحيفة تحليل المضمون وصحيفة الاستبيان من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة والتي ساعدت في تحديد التساؤلات البحثية.
٣. تحديد أهداف الدراسة الحالية ومصطلحاتها، وتحديد المنهج المستخدم في الدراسة وهو منهج المسح الإعلامي الذي يعد من أنسب المناهج ملائمة، ويرتبط ارتباطا

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على استخدامات الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالهوية الثقافية لديهم، وذلك من خلال عدة أهداف فرعية كما يلي:

1. التعرف على معدل استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي.
2. التعرف على مفهوم الهوية الثقافية لدى الباحثين.
3. التعرف على أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الباحثون.
4. الكشف عن اللغة التي يفضلها الباحثون في الكتابة على مواقع التواصل الاجتماعي.
5. الكشف عن مخاطر تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية.
6. التعرف على استجابات الباحثين على عبارات مقياس الهوية الثقافية.

نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني وذلك من خلال عينة عشوائية متاحة من الأطفال بالمرحلة الإعدادية سن (١٣-١٥) عاما من طلبة المدارس المصرية الحكومية والخاصة من الذكور والإناث.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة من طلبة المدارس المصرية سن (١٣-١٥) عاما، وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عشوائية متاحة قوامها ٣٠٠ مبحوث من طلبة المدارس المصرية بالمرحلة الإعدادية بمحافظة القاهرة في المرحلة العمرية سن (١٣-١٥) عاما مناصفة بين الذكور والإناث، وبين التعليم الحكومي والخاص، في الفترة الزمنية من ١/١١/٢٠٢٠ إلى ٣٠/١١/٢٠٢٠.

توصيف عينة الدراسة الميدانية:

جدول (١) توزيع العينة وفقا للمتغيرات الديموغرافية

المتغير	ك	%	الإجمالي	
			ك	%
النوع	ذكور	١٧٢	٥٧,٣٣	٣٠٠
	إناث	١٢٨	٤٢,٦٧	
نوعية التعليم	حكومي	١٦٤	٥٤,٦٧	٣٠٠
	خاص	١٣٦	٤٥,٣٣	
المستوى الاجتماعي الاقتصادي	مرتفع (١٩-٢٣)	٥٣	١٧,٦٧	٣٠٠
	متوسط (١٣-١٨)	١٣٥	٤٥,٠٠	
	منخفض (٧-١٢)	١١٢	٣٧,٣٣	

توصيف مقاييس الدراسة:

جدول (٢) توزيع الباحثين وفقا لمقاييس الدراسة

متغير القياس	عدد العبارات/البديلات	المجموعات	ك	%	الإجمالي	
					ك	%
معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	٨	مرتفع (٧-٨)	٥٧	١٩,٠٠	٣٠٠	١٠٠
		متوسط (٥-٦)	١٣١	٤٣,٦٧		
		منخفض (٢-٤)	١١٢	٣٧,٣٣		
مدى تأثير استخدام مواقع التواصل في مظاهر الهوية الثقافية	١٥	مرتفع (١٣-١٥)	٨٢	٢٧,٣٣	٣٠٠	١٠٠
		متوسط (٩-١٢)	١٦١	٥٣,٦٧		
		منخفض (٥-٨)	٥٧	١٩,٠٠		
مقياس بنى الهوية الثقافية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	١٨	مرتفع (٤٦-٥٧)	١٢١	٤٠,٣٣	٣٠٠	١٠٠
		متوسط (٣٢-٤٥)	١٠٤	٣٤,٦٧		
		منخفض (١٨-٣١)	٧٥	٢٥,٠٠		

أدوات الدراسة:

صحيفة الاستبيان، وكانت الخطوات المتبعة للوصول إلى الشكل النهائي لأداة الدراسة كما يلي:

1. قامت الباحثة بالاطلاع على العديد من الدراسات والبحوث العلمية ذات الصلة بدراسته في مجال الإعلام، ثم قامت بانتقاء ما يتناسب مع دراستها وإجراء التعديلات سواء بالحذف أو الإضافة وفي ضوء الهدف قامت الباحثة بإعداد صحيفة الاستبيان في صورتها المبدئية.
2. تم عرض صحيفة الاستبيان على هيئة الإشراف لالتحتمك إليهم وإدخال بعض التعديلات عليها سواء بالحذف أو بالإضافة بناء على آراء ووجهات نظر السادة المشرفين على الرسالة وبعدها تم إدخال التعديلات المطلوبة.
3. تم عرض صحيفة الاستبيان على مجموعة من الأساتذة والمتخصصين في مجال الإعلام وذلك لتقرير ما إذا كانت أسئلتها تقيس كافة أهداف الدراسة ومدى صلاحية صياغة الأسئلة ووضوحها، وإبداء الآراء والملاحظات على الأدوات،

فروض الدراسة:

1. الفرض الأول: "توجد علاقة موجبة دالة إحصائيا بين معدل استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وبين مدى تأثير هذا الاستخدام في مظاهر الهوية الثقافية لديهم".
2. الفرض الثاني: "توجد علاقة موجبة دالة إحصائيا بين معدل استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وبين مدى تبنيهم للهوية الثقافية المقدمة عبر هذه المواقع".
3. الفرض الثالث: "توجد علاقة موجبة دالة إحصائيا بين المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين (النوع نوعية التعليم المستوى الاجتماعي الاقتصادي)، وبين مدى تأثير

"أحياناً" بنسبة ٦,٦٧%، وبحساب قيمة كا^٢ وجد أنها تساوى ٢٨,٧٩٥ عند درجة حرية ١ ومعامل توافق ٠,٢٩٦، وهى دالة عند مستوى ٠,٠١ فمواقع التواصل الاجتماعى أصبحت وسيلة للتزود بالمعلومات فى جميع المجالات وكل ما هو جديد، فهى مواقع مجانية يسهل الوصول لها من خلال الهواتف الذكية فى كل مكان وفى أى وقت، كما تفى باحتياجات الباحثين مثل الحصول على معارف جديدة، وتكوين صداقات، وتبادل الأفكار والآراء، والنقاش حول موضوعات مختلفة.

٢٤ أكثر مواقع التواصل الاجتماعى التى يستخدمها الباحثون وفقاً للنوع:

جدول (٤) أكثر مواقع التواصل الاجتماعى التى يستخدمها الباحثون وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالى		قيمة (Z)	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
فيسبوك	١٣٠	٧٥,٥٨	٩٣	٧٢,٦٦	٢٢٣	٧٤,٣٣	٠,٢٥١	غير دالة
واتس أب	١٥٩	٩٢,٤٤	٤٥	٣٥,١٦	٢٠٤	٦٨,٠٠	٤,٩٠٧	دالة عند ٠,٠١
يوتيوب	١٠٢	٥٩,٣٠	٩٧	٧٥,٧٨	١٩٩	٦٦,٣٣	١,٤١٢	دالة عند ٠,٠٥
إنستجرام	١٠٨	٦٢,٧٩	٨٣	٦٤,٨٤	١٩١	٦٣,٦٧	٠,١٧٦	غير دالة
تويتر	١٢	٦,٩٨	٦٦	٥١,٥٦	٧٨	٢٦,٠٠	٣,٨١٩	دالة عند ٠,٠١
تيك توك	٦	٣,٤٩	٥٥	٤٢,٩٧	٦١	٢٠,٣٣	٣,٣٨٢	دالة عند ٠,٠١
سناب شات	٢٥	١٤,٥٣	٧	٥,٤٧	٣٢	١٠,٦٧	٠,٧٧٧	غير دالة
تليجرام	١٢	٦,٩٨	٨	٦,٢٥	٢٠	٦,٦٧	٠,٠٦٢	غير دالة
أخرى تذكر	٥	٢,٩١	٢	١,٥٦	٧	٢,٣٣	٠,١١٥	غير دالة
جملة من سئلا	١٧٢		١٢٨		٣٠٠			

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر المواقع التى يستخدمها الباحثون وفقاً للنوع جاء فى الترتيب الأول الفيسبوك بنسبة ٧٤,٣٣%، وبينما فى الترتيب الثانى الواتس أب بنسبة ٦٨%، وجاء فى الترتيب الثالث اليوتيوب بنسبة ٦٦,٣٣%، وفى الترتيب الرابع جاء الإنستجرام بنسبة ٦٣,٦٧%، وجاء فى الترتيب الخامس تويتر بنسبة ٢٦%، وفى الترتيب السادس تيك توك بنسبة ٢٠,٣٣%، وجاء فى الترتيب السابع سناب شات بنسبة ١٠,٧٦%، وفى الترتيب الثامن جاء تليجرام بنسبة ٦,٦٧%، وفى الترتيب الأخير مواقع أخرى بنسبة ٢,٣٣% وكانت لموقعى جوجل بلس، لينك إن. وقد يرجع تفوق موقع الفيسبوك لسهولة الاستخدام فكل موقع يمتلك خاصية مميزة تميزه عن غيره ويمتاز الفيسبوك بأنه يجمع بين الصور والفيديوهات والجروبات Groups والتدوينات و Invites وتبادل الرسائل والملفات وغيرها، وسهولة التعامل مع موقع التواصل الاجتماعى الفيسبوك بداية من إنشاء الحساب وكتابة البيانات الشخصية بالإضافة إلى إمكانية إضافة الصور الخاصة بالمستخدمين والاشتراك فى المجموعات المختلفة، كما إنه يوفر الفيسبوك خاصية المحادثة عبر الرسائل النصية أو المحادثة فيديو بالصوت والصورة، والتقنيات الحديثة كالبث المباشر وردود الأفعال كذلك ما يوفره الفيسبوك من خدمات أخرى خارج نطاق التواصل الاجتماعى مثل الألعاب، والتسوق، واستغلال الشباب للفيسبوك لنشر يومياتهم وذلك للحصول على المزيد من الإعجابات.

٢٥ متوسط الوقت الذى يقضيه الباحثون يومياً فى متابعة مواقع التواصل الاجتماعى وفقاً للنوع:

جدول (٥) متوسط الوقت الذى يقضيه الباحثون يومياً فى متابعة مواقع التواصل الاجتماعى وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالى		متوسط الوقت
	ك	%	ك	%	ك	%	
أكثر من ٣ ساعات يومياً	١٤٣	٨٣,١٤	٣٨	٢٩,٦٩	١٨١	٦٠,٣٣	أكثر من ٣ ساعات يومياً
من ساعتين لأقل من ٣ ساعات	٥	٢,٩١	٣٦	٢٨,١٣	٤١	١٣,٦٧	من ساعتين لأقل من ٣ ساعات
من ساعة لأقل من ساعتين	١٣	٧,٥٦	٢٤	١٨,٧٥	٣٧	١٢,٣٣	من ساعة لأقل من ساعتين
من ٣٠ إلى أقل من ٦٠ دقيقة	٩	٥,٢٣	٢١	١٦,٤١	٣٠	١٠,٠٠	من ٣٠ إلى أقل من ٦٠ دقيقة
من ١٠ إلى أقل من ٣٠ دقيقة يومياً	٢	١,١٦	٩	٧,٠٣	١١	٣,٦٧	من ١٠ إلى أقل من ٣٠ دقيقة يومياً
الإجمالى	١٧٢		١٢٨		٣٠٠		الإجمالى

كا = ١٧,٧٦٨** د. ح = ٤ معامل التوافق = ٠,٣٠٥ الدلالة = دالة عند ٠,٠١

من بيانات الجدول السابق أن متوسط الوقت الذى يقضيه الباحثون يومياً فى

وبعدها تم حصر ملاحظات وتوجيهات السادة المحكمين وعرضها على هيئة الإشراف، حيث تم تعديل الأسئلة وفقاً لتوجيهات السادة المشرفين والمحكمين.

٤. تم التعرف على مدى ملائمة الأسئلة لطبيعة الباحثين، وقد دلت نتائج الاستطلاع على فهم الباحثين لأسئلة القياس جميعها وقدرتهم على الإجابة بسهولة وأصبحت الأدوات جاهزة للتطبيق فى شكلها النهائى.

إجراءات الصدق والثبات:

١. اختبار الصدق: يقصد بصدق القياس أن تقيس الأدوات ماهدفت لقياسه، وفى ضوء ذلك تم عرض هذه الأدوات (صحيفة الاستبيان) على مجموعة من الأساتذة والخبراء والمتخصصين؛ للحكم على مدى ارتباط الاستبيان بأهداف وتساؤلات، وبعد عرض الأدوات على المحكمين والخبراء تم عرض الأدوات على المشرفين ليتم بعدها التطبيق.

٢. اختبار الثبات: قامت الباحثة بتطبيق الأدوات (صحيفة الاستبيان) على ١٠% من حجم العينة بواقع ٣٠ محوثة من حجم العينة الكلى ٣٠٠ محوثة، ثم قامت بتطبيقها مرة أخرى بعد فاصل زمنى قدره ثلاثة أسابيع على نفس العينة من خلال المعادلة التالية:

نسبة الثبات = عدد الإجابات المطابقة من جملة أسئلة الاستمارة ÷ مجموع الأسئلة

وقد جاءت نسبة الثبات مرتفعة ٩٢,٤% مما يدل على ثبات أداة الاستبيان وهو معامل ثبات مرتفع يدل على عدم وجود اختلاف كبير فى إجابات الباحثين على الأدوات، وبالتالي صلاحيتها للتطبيق.

حدود الدراسة:

٢٦ حدود موضوعية: تحددت نتائج هذه الدراسة على استخدامات الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعى وعلاقتها بالهوية الثقافية لديهم.

٢٧ حدود زمنية: تحددت نتائج هذه الدراسة فى الفترة الزمنية التى طبقت فيها الدراسة الميدانية من ١/١١/٢٠٢٠ إلى ٣٠/١١/٢٠٢٠.

٢٨ حدود مكانية: تحددت نتائج هذه الدراسة بالتطبيق على طلبة المرحلة الإعدادية بالمدارس المصرية الحكومية والخاصة بمحافظة القاهرة.

الأساليب الإحصائية:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلى، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية لعلوم الاجتماعى SPSS، وتم استخدام المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والوزن المرجح والوزن المئوى، وتحليل التباين ذى البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات فى أحد متغيرات الدراسة، واختبار (ت) T. Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من الباحثين على أحد متغيرات الدراسة، واختبار كا^٢ لجدول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الاسمى، ومعامل التوافق Contingency Coefficient الذى يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين فى جدول أكثر من ٢ × ٢.

نتائج الدراسة:

٢٩ مدى استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعى وفقاً للنوع:

جدول (٣) مدى استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعى وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالى		مدى الاستخدام
	ك	%	ك	%	ك	%	
دائماً	١٧٢	١٠٠,٠٠	١٠٨	٨٤,٣٨	٢٨٠	٩٣,٣٣	دائماً
أحياناً	٠	٠,٠٠	٢٠	١٥,٦٢	٢٠	٦,٦٧	أحياناً
الإجمالى	١٧٢	١٠٠,٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠	الإجمالى

كا = ٢٨,٧٩٥** د. ح = ١ معامل التوافق = ٠,٢٩٦ الدلالة = دالة عند ٠,٠١

من بيانات الجدول السابق مدى استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعى حيث جاء فى الترتيب الأول "دائماً" بنسبة ٩٣,٣٣%، بينما جاء فى المرتبة الثانية

١٦,٤١%، وفي الترتيب الخامس جاء "من ١٠ إلى أقل من ٣٠ دقيقة يوميا" بنسبة ٧,٠٣%. وبحساب كاً وجد أنها تساوى ١٧,٧٦٨ عند درجة حرية ٤ ومعامل توافق ٠,٣٠٥، وهى دالة عند مستوى ٠,٠١.

متابعة مواقع التواصل الإجتماعى جاء فى الترتيب الأول "أكثر من ٣ ساعات يوميا" بنسبة ٢٩,٦٩%، وفى الترتيب الثانى "من ساعتين لأقل من ٣ ساعات" بنسبة ٢٨,١٣%. بينما جاء فى الترتيب الثالث "من ساعة لأقل من ساعتين" بنسبة ١٨,٧٥%، وفى الترتيب الرابع جاء "من ٣٠ إلى أقل من ٦٠ دقيقة" بنسبة ١٢,٣٣%.

استخدامات المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى وفقا للنوع:

جدول (٦) استخدامات المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى وفقا للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالى		قيمة (Z)	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
التسلية والترفيه وممارسة الألعاب	٣٦	٢٠,٩٣	٤٤	٣٤,٣٨	٨٠	٢٦,٦٧	١,١٥٢	غير دالة
لأبقى على تواصل مع الأصدقاء من بلدى ومن دول أخرى	٤٧	٢٧,٣٣	١١	٨,٥٩	٥٨	١٩,٣٣	١,٦٠٥	دالة عند ٠,٠٥
التسوق ومعرفة الجديد فى عالم الموضة	٢٠	١١,٦٣	١٤	١٠,٩٤	٣٤	١١,٣٣	٠,٠٥٩	غير دالة
يوفر لى معلومات متنوعة	١٢	٦,٩٨	١٢	٩,٣٨	٢٤	٨,٠٠	٠,٢٠٥	غير دالة
استخدمه لاتتاسى مهام الدراسة	١٥	٨,٧٢	٠	٠,٠٠	١٥	٥,٠٠	٠,٧٤٧	غير دالة
مشاهدة ما يفوتنى من برامج وأفلام ومباريات	٦	٣,٤٩	٧	٥,٤٧	١٣	٤,٣٣	٠,١٥٧	غير دالة
جملة من ستلوا	١٧٢		١٢٨		٣٠٠			

العاشر جاء "المضمون الاقتصادى" بنسبة ١٠,٣٣%، وأخيرا فى الترتيب الحادى عشر "المضامين الأخرى" بنسبة ٣,٦٧% وكانت للمضامين التاريخية وتعلم المهارات من خلال اليوتيوب.

وترى الباحثة من خلال نتائج الجدول السابق أن المحتوى الترفيهى والرياضى جاء فى مقدمة المضامين التى يفضلها المبحوثون ويتفق ذلك مع طبيعة المرحلة العمرية للمبحوثين واحتياجاتهم من الترفيه والتسلية ومشاهدة المضامين الرياضية.

١٢ مفهوم الهوية الثقافية لدى المبحوثين وفقا للنوع:

جدول (٨) مفهوم الهوية الثقافية لدى المبحوثين وفقا للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالى		قيمة (Z)	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
الانتماء والوطنية	١٢١	٧٠,٣٥	١١١	٨٦,٧٢	٢٣٢	٧٧,٣٣	١,٤٠٢	دالة عند ٠,٠٥
التاريخ والتراث	١٠٣	٥٩,٨٨	١٢٢	٩٥,٣١	٢٣٠	٧٦,٦٧	٣,٠٣٥	دالة عند ٠,٠١
العادات والتقاليد	١٣٤	٧٧,٩١	٦٦	٥١,٥٦	٢٠٠	٦٦,٦٧	٢,٢٥٧	دالة عند ٠,٠١
اللغة	١٥٩	٩٢,٤٤	٣٤	٢٦,٥٦	١٩٦	٦٥,٣٣	٥,٦٤٤	دالة عند ٠,٠١
الدين	٥٧	٣٣,١٤	٢٠	١٥,٦٣	٨٣	٢٧,٦٧	١,٥٠١	دالة عند ٠,٠٥
مقدار معلومات الفرد	١٢	٦,٩٨	٨	٦,٢٥	٢٠	٦,٦٧	٠,٠٦٢	غير دالة
أخرى تذكر	١	٠,٥٨	٣	٢,٣٤	٤	١,٣٣	٠,١٦٧	غير دالة
جملة من ستلوا	١٧٢		١٢٨		٣٠٠			

يتضح من بيانات الجدول السابق أن مفهوم الهوية لدى المبحوثين جاء فى الترتيب الأول الهوية هى "الإنتماء والوطنية" بنسبة ٧٧,٣٣%، وبينما جاء فى الترتيب الثانى "التاريخ والتراث" بنسبة ٧٦,٦٧%، ويليهما فى الترتيب الثالث "العادات والتقاليد" بنسبة ٦٦,٦٧%. بينما فى الترتيب الرابع "اللغة" بنسبة ٦٥,٣٣% ثم جاء فى الترتيب الخامس "الدين" بنسبة ٢٧,٦٧%. وفى الترتيب السادس "مقدار معلومات الفرد" حيث جاء بنسبة ٦,٦٧%. وأخيرا فى المركز الأخير "أخرى تذكر" بنسبة ١,٣٣% وجاءت من خلال اجابات المبحوثين بمعنى المسابقات الثقافية.

وترى الباحثة أن أكثر المبحوثين يفهمون معنى الهوية الثقافية على أساس أنها تعنى الانتماء والوطنية والتاريخ والتراث، مما يدل على فهم المبحوثين للمعنى ولكن بسبب طغيان التكنولوجيا الحديثة ومسيرة كل ما هو جديد والبعيد عن تعاليم وتقاليد الأسرة المصرية جعل المبحوثين يفهمون المعنى ويبعدون عن تطبيقه حيث إنهم بالمدرسة لم يعد هناك المعلم الذى يعنى مفاهيم الانتماء والوطنية وربط الطلاب بحضارتهم بل الانشغال بتلقين الطلاب المعلومات دون فهم وكذلك الانشغال بالجانب المادى للكسب، وتضائل دور الأسرة فى التوجيه والارشاد لما ينبغى أن يكون وما لا يصح، حتى أن الوالدين قلت سيطرتهم على اغلاق وحدة الواى فای والانترنت، مما جعل المبحوثين ينعغسون أكثر مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعى والبعيد عن هويتهم الثقافية.

يتضح من بيانات الجدول السابق استخدامات المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى جاء فى الترتيب الأول "التسلية والترفيه وممارسة الألعاب" بنسبة ٢٦,٦٧%، يليه فى الترتيب الثانى "لأبقى على تواصل مع الأصدقاء من بلدى ومن دول أخرى" بنسبة ٢٩,٦٩%، ثم فى الترتيب الثالث "التسوق ومعرفة الجديد فى عالم الموضة" بنسبة ١١,٦٣%، ويليه فى الترتيب الرابع "يوفر لى معلومات متنوعة" بنسبة ٨%، يليه فى الترتيب الخامس "استخدمه لاتتاسى مهام الدراسة" بنسبة ٥%، وجاء فى الترتيب الأخير "مشاهدة ما يفوتنى من برامج وأفلام ومباريات" بنسبة ٤,٣٣%. وتدل النتائج السابقة أن التسلية والترفيه وممارسة الألعاب هو ما يستخدمه المبحوثون لتمضية الوقت بممارسة الألعاب الالكترونية بما تتميز به من الألوان والجرافيك والمؤثرات الصوتية وأبطال اللعبة والتحدث مع الآخرين خلال اللعبة. كما أن المبحوثين يتواصلون من خلال مواقع التواصل مع الأصدقاء ولكن هنا أنهم قد يتواصلون مع الغرباء والجنسيات الأخرى والذين لهم عاداتهم وتقاليدهم المختلفة عن ثقافتنا مما قد يؤثر بالسلب على سلوكياتهم.

١٢ نوعية المضمون الذى يفضله المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعى وفقا للنوع:

جدول (٧) نوعية المضمون الذى يفضله المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعى وفقا للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالى		قيمة (Z)	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
ترفيهية	١٤٧	٨٥,٤٧	١٠٦	٨٢,٨١	٢٥٣	٨٤,٣٣	٠,٢٢٧	غير دالة
رياضية	١٤٠	٨١,٤٠	١٠٦	٨٢,٨١	٢٤٦	٨٢,٠٠	٠,١٢١	غير دالة
فنية	١٤٧	٨٥,٤٧	٦١	٤٧,٦٦	٢٠٨	٦٩,٣٣	٣,٢٣٩	دالة عند ٠,٠١
الاخبارى	١١٣	٦٥,٧٠	٧٦	٥٩,٣٨	١٨٩	٦٣,٠٠	٠,٥٤٢	غير دالة
علمية	١٠٨	٦٢,٧٩	٢١	١٦,٤١	١٢٩	٤٣,٠٠	٣,٩٧٤	دالة عند ٠,٠١
الاجتماعى	٥١	٢٩,٦٥	٤٥	٣٥,١٦	٩٦	٣٢,٠٠	٠,٤٧٢	غير دالة
تعليمية	٣٧	٢١,٥١	٢٧	٢١,٠٩	٦٤	٢١,٣٣	٠,٠٣٦	غير دالة
سياسية	٢٦	١٥,١٢	٣١	٢٤,٢٢	٥٧	١٩,٠٠	٠,٧٨١	غير دالة
الدينى	٢٦	١٥,١٢	٢٣	١٧,٩٧	٤٩	١٦,٣٣	٠,٢٤٤	غير دالة
الاقتصادى	١٤	٨,١٤	١٧	١٣,٢٨	٣١	١٠,٣٣	٠,٤٤١	غير دالة
أخرى تذكر	٥	٢,٩١	٦	٤,٦٩	١١	٣,٦٧	٠,١٦٨	غير دالة
جملة من ستلوا	١٧٢		١٢٨		٣٠٠			

يتضح من بيانات الجدول السابق أن نوعية المضامين التى يفضلها المبحوثون جاء فى المركز الأول المضمون "الترفيهى" بنسبة ٨٤,٣٢%، بينما فى الترتيب الثانى "المضمون الرياضى" بنسبة ٨٢%، وفى الترتيب الثالث "المضمون الفنى" بنسبة ٦٩,٣٣%، وفى الترتيب الرابع "المضمون الاخبارى" بنسبة ٦٣%، بينما فى الترتيب الخامس "المضمون العلمى" بنسبة ٤٣%، وجاءت فى الترتيب السادس "المضمون الاجتماعى" بنسبة ٣٢%، يليه فى الترتيب السابع "المضمون التعليمى" بنسبة ٢١,٣٣%، ثم جاء فى الترتيب الثامن "المضمون السياسى" بنسبة ١٩%، ثم فى الترتيب التاسع "المضمون الدينى" بنسبة ١٦,٣٣%، وفى الترتيب

٢١ اللغة التي يفضلها المبحوثون في الكتابة على مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع:

جدول (٩) اللغة التي يفضلها المبحوثون في الكتابة على مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع

اللغة	ذكور		إناث		الإجمالي	قيمة (Z)	الدلالة
	ك	%	ك	%			
الفرانكوآراب	١٠٩	٦٣,٣٧	٧٤	٥٧,٨١	١٨٣	٦١,٠٠	غير دالة
العامية	٩٤	٥٤,٦٥	٣٨	٢٩,٦٩	١٣٢	٤٤,٠٠	دالة عند ٠,٠١
الخط بين الفصحى والعامية	٢	١,١٦	٦٣	٤٩,٢٢	٦٥	٢١,٦٧	دالة عند ٠,٠١
أخرى تذكر جملة من سئولا	١٢	٦,٩٨	٤	٣,١٣	١٦	٥,٣٣	غير دالة
					٣٠٠		

يتضح من بيانات الجدول السابق أن اللغة المفضلة لدى المبحوثين في الكتابة على مواقع التواصل الاجتماعي جاء في الترتيب الأول "الفرانكوآراب" بنسبة ٦١%، يليها اللغة "العامية" بنسبة ٤٤% ثم جاءت "الخط بين الفصحى والعامية" بنسبة ٢١,٦٧%، وأخيرا أخرى تذكر وكانت للغة الإنجليزية.

وتعكس النتائج السابقة أن المبحوثين من خلال تفاعلهم مع بعضهم البعض ومع المضامين المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتعليق عليها لا يتم عن طريق اللغة العربية الفصحى بل هناك لغات أخرى، مما يؤثر سلبا على الهوية الثقافية العربية التي تركز على اللغة العربية كمقوم أساسي، إلى جانب هذه اللغات هناك أيضا لغات تعتمد على استخدام الرموز المعيرة أو ما يعرف باسم Chat Smileys التي يعتبرها البعض أكثر الوسائل توصيلا للأفكار، وإضافة إلى هذه اللغات هناك لغة جديدة تتصف بالمفردات السريعة ظهرت مع التقنيات الجديدة للاتصال تقتصر على استخدام الأرقام في عملية المحادثة والتواصل بين الشباب مثلا حرف حاء يرمز له ب٧ وحرف قاف ب٩ إلى غير ذلك.

وهكذا سعت العولمة بآلياتها المختلفة إلى القضاء على الثقافة واللغة القومية كرمز أصيل للثقافة، حيث تتعرض اللغة الآن لهجوم شامل ومن اتجاهات عديدة، وأول أساليب هذا الهجوم يتمثل في أن الفرانكو أربك واستخدام اللغة الإنجليزية، مما جعل لها وضع الأفضلية في مجتمع المعلومات العالمي، وهذا من شأنه أن

٢٢ الدافع إلى استخدام المبحوثين للفرانكوآراب Franco Arab في الكتابة على مواقع التواصل وفقا للنوع:

جدول (١١) الدافع إلى استخدام المبحوثين للفرانكوآراب Arab Franco في الكتابة على مواقع التواصل وفقا للنوع

الدوافع	ذكور		إناث		الإجمالي	قيمة (Z)	الدلالة
	ك	%	ك	%			
الظهور بمظهر متميز جذاب (موردن ستايل).	١٢٣	٧١,٥١	٨١	٦٣,٢٨	٢٠٤	٦٨,٠٠	غير دالة
استخدام غالبية الأصدقاء لها	١٤٧	٨٥,٤٧	٤٧	٣٦,٧٢	١٩٤	٦٤,٦٧	دالة عند ٠,٠١
الاختصار	٤٧	٢٧,٣٣	٣٢	٢٥,٠٠	٧٩	٢٦,٣٣	غير دالة
الهروب من الظهور بمظهر الجاهل بقواعد النحو والإملاء	٥٧	٣٣,١٤	٢٠	١٥,٦٣	٧٧	٢٥,٦٧	دالة عند ٠,٠٥
السرعة في كتابتها	٣٨	٢٢,٠٩	٣٥	٢٧,٣٤	٧٣	٢٤,٣٣	غير دالة
سهولة استخدامها	٩	٥,٢٣	٩	٧,٠٣	١٨	٦,٠٠	غير دالة
احترام اللغة الأجنبية أكثر	٥	٢,٩١	٣	٢,٣٤	٨	٢,٦٧	غير دالة
جملة من سئولا					٣٠٠		

شاء الله). كما أنها قد تكون فرصة للهروب من الظهور بمظهر الجاهل بقواعد النحو والإملاء، خاصة الهزمية ومواضعها المختلفة، والفرق بين السين والتاء، والزاي والذال.

وترى الباحثة أن محنة اللغة العربية لا تتمثل في حشود الألفاظ والمصطلحات الوافدة، بل إن محنتها في عدم السيطرة على مضامين مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الثقافات الوافدة التي تؤثر على الهوية الثقافية.

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الدافع لدى المبحوثين في استخدام الفرانكوآراب جاء في الترتيب الأول "الظهور بمظهر متميز جذاب (موردن ستايل)" بنسبة ٦٨%، يليها "استخدام غالبية الأصدقاء لها" بنسبة ٦٤,٦٧%، ثم جاء في المركز الثالث أن الدافع هو "الاختصار" جاءت بنسبة ٢٦,٣٣%، يليها في الترتيب الرابع "الهروب من الظهور بمظهر الجاهل بقواعد النحو والإملاء" جاءت بنسبة ٢٥,٦٧% ثم في الترتيب الخامس "السرعة في كتابتها" حيث جاءت بنسبة ٢٢,٠٩%، يليها في الترتيب السادس "سهولة استخدامها" بنسبة ٦% ثم في الترتيب السابع "احترام اللغة الأجنبية أكثر" بنسبة ٢,٦٧%.

وتدل النتائج السابقة أن المبحوثون يريدون أن يواكبوا روح العصر والموضة حتى في الكتابة ليكونوا موردن ستايل كما أن التجارب مع الآخرين الذين يكتبون بنفس الطريقة، وعدم الرغبة في الظهور بمظهر المتخلف أو الجاهل بآلية جديدة من آليات التواصل، أو من باب الاختصار حيث يمكن كتابة L.S.A (بدلا من إن

تؤثر" بنسبة ٣%. وبحساب قيمة ك^أ وجد أنها تساوى ٠,٣٦٤ عند درجة حرية ٢ ومعامل توافق ٠,٠٣٥، وهي غير دالة إحصائياً. وتدل النتيجة السابقة على أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أثرت على تفكير المبحوثين فيما يرتدونه من ملابس ومسيرة الموضة غير المقبولة والوافدة للبنا عن طريق صفحات ومضامين مواقع التواصل الاجتماعي، فقد خلقت احتياجات وهمية للإنسان عن طرق توجيه جميع الأفراد للفكر الاستهلاكي، حتى ولو كان الملابس تقليداً أعمى للغرب بحيث لم تعد المنافسة قائمة على أساس نوعية البضاعة ومئاتها وجمالها وجدتها، بل أضحت المسألة مرتبطة بالصورة والانتماء للغرب وهكذا يصبح اقتناء البضاعة والمنتجات انتماء وهما لهويات غربية.

٢٢ مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي والاندماج مع المجتمعات والثقافات المختلفة الافتراضية على طريقة ملابس المبحوثين وفقاً للنوع. جدول (١٢) مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي والاندماج مع المجتمعات والثقافات المختلفة الافتراضية على طريقة ملابس المبحوثين وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم أثرت	١٣٠	٧٥,٥٨	٩٩	٧٧,٣٤	٢٢٩	٧٦,٣٣
أثرت إلى حد ما	٣٦	٢٠,٩٣	٢٦	٢٠,٣١	٦٢	٢٠,٦٧
لا لم تؤثر	٦	٣,٤٩	٣	٢,٣٤	٩	٣,٠٠
الإجمالي	١٧٢	١٠٠,٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠

ك^أ = ٠,٣٦٤ د. ح = ٢ معامل التوافق = ٠,٠٣٥ الدلالة = غير دالة

يتضح من بيانات الجدول السابق مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي والاندماج مع المجتمعات والثقافات المختلفة على طريقة ملابس المبحوثين جاءت "نعم" تأثروا بنسبة ٧٦,٣٣%، يليها "أثرت إلى حد ما" بنسبة ٢٠,٦٧%، وأخيراً "لم

تؤثر" بنسبة ٣%. وبمقاييس الهوية الثقافية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع:

جدول (١٣) مخاطر تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		القيمة (Z)	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
المخاطر	١٥٣	٨٨,٩٥	١١٧	٩١,٤١	٢٧٠	٩٠,٠٠	٠,٢١١	غير دالة
تفتيت المجتمع وبث الفتن وانتشار العنف	١٣٦	٧٩,٠٧	١٠٤	٨١,٢٥	٢٤٠	٨٠,٠٠	٠,١٨٧	غير دالة
التهاون بشأن العادات والتقاليد	١٢١	٧٠,٣٥	٨٩	٦٩,٥٣	٢١٠	٧٠,٠٠	٠,٠٧١	غير دالة
ضعف اللغة ونسيانها بالترجيح	٩٩	٥٧,٥٦	٨١	٦٣,٢٨	١٨٠	٦٠,٠٠	٠,٤٩١	غير دالة
انخفاض روح الانتماء والوطنية بسبب الاندماج مع الثقافة الغربية	٥	٢,٩١	٢	١,٥٦	٧	٢,٣٣	٠,١١٥	غير دالة
نشر الإعلانات الجنسية والرذيلة المخلة بالقيم والتقاليد	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	١	غير دالة
أخرى تذكر	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	١	غير دالة
جملة من سئوا	١٧٢	١٠٠,٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠		

الثالث "ضعف اللغة ونسيانها بالترجيح" بنسبة ٧٠%، ثم في الترتيب الرابع "انخفاض روح الانتماء والوطنية بسبب الاندماج مع الثقافة الغربية" بنسبة ٦٠%، ويليهما في الترتيب الخامس "نشر الإعلانات الجنسية والرذيلة المخلة بالقيم والتقاليد" بنسبة ٢,٣٣%.

يتضح من بيانات الجدول السابق مدى مخاطر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية من وجهة نظر المبحوثين حيث جاءت "تفتيت المجتمع وبث الفتن وانتشار العنف" في الترتيب الأول بنسبة ٩٠%، يليها في الترتيب الثاني "التهاون بشأن العادات والتقاليد" بنسبة ٨٠% يليها في الترتيب

٢٢ استجابات المبحوثين على عبارات مقياس الهوية الثقافية وفقاً للنوع:

جدول (١٤) استجابات المبحوثين على عبارات مقياس الهوية الثقافية لدى المبحوثين وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		المتوسط	الانحراف	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%			
أفخر بأننى مصرى واعتز بتاريخ بلادى	١٧٢	١٠٠,٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠	٣,٠٠	١,٠٠٠	موافق
	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠			
	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠			
	١٧٢	١٠٠,٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠			
من الضرورى التمسك بالوحدة الوطنية مهما كانت الخلافات	١٥٤	٨٩,٥٣	١٠٩	٨٥,١٦	٢٦٣	٦٥,٧٥	٢,٨٥	٠,٩٤٩	موافق
	١٧	٩,٨٨	١١	٨,٥٩	٢٨	٧,٠٠			
	١	٠,٥٨	٨	٦,٢٥	٩	٢,٢٥			
	١٧٢	١٠٠,٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠			
تأثر ملبسى ومأكلى وطريقة حديثى بسبب مواقع التواصل الاجتماعى.	١٥١	٨٧,٧٩	١٠٩	٨٥,١٦	٢٦٠	٦٥,٠٠	٢,٨١	٠,٩٣٧	موافق
	١٢	٦,٩٨	١١	٨,٥٩	٢٣	٥,٧٥			
	٩	٥,٢٣	٨	٦,٢٥	١٧	٤,٢٥			
	١٧٢	١٠٠,٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠			
أفخر بتراث بلدى وعاداته (الأثار المصرية)	١٢١	٧٠,٣٥	١١٩	٩٢,٩٧	٢٤٠	٦٠,٠٠	٢,٧٧	٠,٩٢٢	موافق
	٤٥	٢٦,١٦	٥	٣,٩١	٥٠	١٢,٥٠			
	٦	٣,٤٩	٤	٣,١٣	١٠	٢,٥٠			
	١٧٢	١٠٠,٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠			
يسعدنى استخدام الفرائد أراب فى الكتابة بمواقع التواصل الاجتماعى	١٢٧	٧٣,٨٤	١٠٩	٨٥,١٦	٢٣٦	٥٩,٠٠	٢,٧٢	٠,٩٠٧	موافق
	٤٣	٢٥,٠٠	١	٠,٧٨	٤٤	١١,٠٠			
	٢	١,١٦	١٨	١٤,٠٦	٢٠	٥,٠٠			
	١٧٢	١٠٠,٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠			
لم تعد العلاقات الاجتماعىة داخل الأسرة مثبنة كما كانت من قبل	١٣٥	٧٨,٤٩	١٠١	٧٨,٩١	٢٣٦	٥٩,٠٠	٢,٧٢	٠,٩٠٧	موافق
	٣٥	٢٠,٣٥	٩	٧,٠٣	٤٤	١١,٠٠			
	٢	١,١٦	١٨	١٤,٠٦	٢٠	٥,٠٠			
	١٧٢	١٠٠,٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠			

الاتجاه	الانحراف	المتوسط	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع	العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك		
موافق	٠,٨٩٧	٢,٦٩	٥٨,٧٥	٢٣٥	٧٤,٢٢	٩٥	٨١,٤٠	١٤٠	موافق	أشعر بأن للثقافات الأخرى تأثيراً سلبياً على هويتنا الثقافية
			٩,٢٥	٣٧	٥,٤٧	٧	١٧,٤٤	٣٠	محايد	
			٧,٠٠	٢٨	٢٠,٣١	٢٦	١,١٦	٢	معارض	
			٧٥,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠٠	١٧٢	الإجمالي	
موافق	٠,٨٩١	٢,٦٧	٥٧,٥٠	٢٣٠	٧٤,٢٢	٩٥	٧٨,٤٩	١٣٥	موافق	أرغب في السفر إلى دولة أجنبية والعيش بها
			١٠,٥٠	٤٢	٥,٤٧	٧	٢٠,٣٥	٣٥	محايد	
			٧,٠٠	٢٨	٢٠,٣١	٢٦	١,١٦	٢	معارض	
			٧٥,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠٠	١٧٢	الإجمالي	
موافق	٠,٨٨٣	٢,٦٥	٥٣,٥٠	٢١٤	٨٧,٥٠	١١٢	٥٩,٣٠	١٠٢	موافق	أشعر بالاعتزاز عن بلدي
			١٦,٧٥	٦٧	٥,٤٧	٧	٣٤,٨٨	٦٠	محايد	
			٤,٧٥	١٩	٧,٠٣	٩	٥,٨١	١٠	معارض	
			٧٥,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠٠	١٧٢	الإجمالي	
موافق	٠,٧٧٣	٢,٣٢	٤٤,٠٠	١٧٦	٥٨,٥٩	٧٥	٥٨,٧٢	١٠١	موافق	يسعدني استخدام أصدقائي لمفردات اللغة الأجنبية في حديثهم
			١١,٠٠	٤٤	١٠,١٦	١٣	١٨,٠٢	٣١	محايد	
			٢٠,٠٠	٨٠	٣١,٢٥	٤٠	٢٣,٢٦	٤٠	معارض	
			٧٥,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠٠	١٧٢	الإجمالي	
محايد	٠,٧٦٣	٢,٢٩	٤٤,٠٠	١٧٦	٥٨,٥٩	٧٥	٥٨,٧٢	١٠١	موافق	أدافع عن هويتي ضد من يحاول التقليل من شأنها أو يسيء إليها.
			٨,٧٥	٣٥	٣,١٣	٤	١٨,٠٢	٣١	محايد	
			٢٢,٢٥	٨٩	٣٨,٢٨	٤٩	٢٣,٢٦	٤٠	معارض	
			٧٥,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠٠	١٧٢	الإجمالي	
محايد	٠,٧٥١	٢,٢٥	٤٢,٥٠	١٧٠	٥٨,٥٩	٧٥	٥٥,٢٣	٩٥	موافق	التفكير في مصلحتي الشخصية قبل التفكير في مجتمعي
			٩,٠٠	٣٦	٣,١٣	٤	١٨,٦٠	٣٢	محايد	
			٢٣,٥٠	٩٤	٣٨,٢٨	٤٩	٢٦,١٦	٤٥	معارض	
			٧٥,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠٠	١٧٢	الإجمالي	
محايد	٠,٧٤٣	٢,٢٣	١٧,٢٥	٦٩	٥,٤٧	٧	٣٦,٠٥	٦٢	موافق	أحرص على التحدث باللغة العربية التي تمثل هويتي الوطنية
			٥٧,٧٥	٢٣١	٩٤,٥٣	١٢١	٦٣,٩٥	١١٠	محايد	
			٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	معارض	
			٧٥,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠٠	١٧٢	الإجمالي	
محايد	٠,٧١٧	٢,١٥	٣٦,٥٠	١٤٦	٥٧,٨١	٧٤	٤١,٨٦	٧٢	موافق	ما زالت علاقتي الاجتماعية داخل أسرتي تتسم بالدفء
			١٣,٢٥	٥٣	٧,٨١	١٠	٢٥,٠٠	٤٣	محايد	
			٢٥,٢٥	١٠١	٣٤,٣٨	٤٤	٣٣,١٤	٥٧	معارض	
			٧٥,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠٠	١٧٢	الإجمالي	
محايد	٠,٦٨٠	٢,٠٤	٣٢,٥٠	١٣٠	٤٨,٤٤	٦٢	٣٩,٥٣	٦٨	موافق	أميل إلى قراءة القصص التاريخية والبطولات الشعبية المصرية
			١٣,٠٠	٥٢	٩,٣٨	١٢	٢٣,٢٦	٤٠	محايد	
			٢٩,٥٠	١١٨	٤٢,١٩	٥٤	٣٧,٢١	٦٤	معارض	
			٧٥,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠٠	١٧٢	الإجمالي	
محايد	٠,٦٧٠	٢,٠١	٣١,٢٥	١٢٥	٤٨,٤٤	٦٢	٣٦,٦٣	٦٣	موافق	أحرص على تكوين صداقات كثيرة مع الشباب من الدول الغربية
			١٣,٢٥	٥٣	٩,٣٨	١٢	٢٣,٨٤	٤١	محايد	
			٣٠,٥٠	١٢٢	٤٢,١٩	٥٤	٣٩,٥٣	٦٨	معارض	
			٧٥,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠٠	١٧٢	الإجمالي	
محايد	٠,٦٦٨	٢,٠٠	٢٤,٧٥	٩٩	٧,٨١	١٠	٥١,٧٤	٨٩	موافق	أشاور مع أفراد أسرتي فيما يواجهني من مشكلات
			٢٥,٧٥	١٠٣	٣٥,١٦	٤٥	٣٣,٧٢	٥٨	محايد	
			٢٤,٥٠	٩٨	٥٧,٠٣	٧٣	١٤,٥٣	٢٥	معارض	
			٧٥,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠٠	١٧٢	الإجمالي	
محايد	٠,٦٥٣	١,٩٦	٢٢,٥٠	٩٠	٧,٨١	١٠	٤٦,٥١	٨٠	موافق	أحرص على شراء المنتجات المصرية التي تعكس هوية بلدي
			٢٧,٠٠	١٠٨	٣٥,١٦	٤٥	٣٦,٦٣	٦٣	محايد	
			٢٥,٥٠	١٠٢	٥٧,٠٣	٧٣	١٦,٨٦	٢٩	معارض	
			٧٥,٠٠	٣٠٠	١٠٠,٠٠٠	١٢٨	١٠٠,٠٠٠	١٧٢	الإجمالي	

٢,٧٧ وانحراف معياري ٠,٩٢٢ يليه في الترتيب الخامس "يسعدني استخدام الفرانكوآراب في الكتابة بمواقع التواصل الاجتماعي" بمتوسط حسابي ٢,٧٢ وانحراف معياري ٠,٩٠٧ ثم يليه في الترتيب السادس "لم تعد العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة متينة كما كانت من قبل" بمتوسط حسابي ٢,٧٢ وانحراف معياري ٠,٩٠٧، يليه في الترتيب السابع "أشعر بأن للثقافات الأخرى تأثيراً سلبياً على هويتنا الثقافية" بمتوسط حسابي ٢,٦٩ وانحراف معياري ٠,٨٩٧ يليه في الترتيب الثامن "أرغب في السفر إلى دولة أجنبية والعيش بها" بمتوسط حسابي ٢,٦٧ وانحراف معياري ٠,٨٩١ ثم جاء في الترتيب التاسع

يتضح من بيانات الجدول السابق مدى الموافقة على عبارات قياس الهوية الثقافية لدى المبحوثين حيث جاء في الترتيب الأول "افخر بأنني مصري واعتز بتاريخ بلادي" حيث جاءت بمتوسط حسابي ٣,٠٠ وانحراف معياري ١,٠٠٠، ويليه في الترتيب الثاني "من الضروري التمسك بالوحدة الوطنية مهما كانت الخلافات" حيث جاء بمتوسط حسابي ٢,٨٥ وانحراف معياري ٠,٩٤٩، وجاء في الترتيب الثالث "تأثر ملبسي ومأكلتي وطريقة حديثي بسبب مواقع التواصل الاجتماعي" حيث جاء بمتوسط حسابي ٢,٨١ وانحراف معياري ٠,٩٣٧ يليه في الترتيب الرابع "أفخر بتراث بلدي وعاداته (الأثار المصرية)" حيث جاء بمتوسط حسابي

ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وبين مدى تأثير هذا الاستخدام في بعض مظاهر الهوية الثقافية وخاصة في (اللغة وطريقة الكتابة- طريقة ونوعية الملابس- درجة التفاعل الاجتماعي داخل الأسرة)، حيث بلغت قيم (0.133, 0.154, 0.215) = R على الترتيب، وهي قيم جميعها دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ٠,٠١، بينما تظهر نتائج اختبار بيرسون في الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وبين مدى تأثير هذا الاستخدام في بعض مظاهر الهوية الثقافية وخاصة: (مواعيد وأنواع الطعام- طريقة الاحتفال بالأعياد)، حيث بلغت قيم (0.051, 0.043) = R على الترتيب، وهي قيمة غير دالة إحصائية عند أي مستوى دلالة مقبول إحصائياً، وعلى ذلك نتحقق صحة الفرض جزئياً، وعليه يمكن القبول بصحة الفرض السابق الذي ينص على أنه "توجد علاقة موجبة دالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وبين مدى تأثير هذا الاستخدام في بعض مظاهر الهوية الثقافية لديهم".

٢١ الفرض الثاني: "توجد علاقة موجبة دالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وبين مدى تبنيهم للهوية الثقافية المقدمة عبر هذه المواقع".

جدول (١٦) نتائج معامل ارتباط بيرسون لبيان العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وبين مدى تبنيهم للهوية الثقافية المقدمة عبر هذه المواقع

المتغيرات	معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي		الدلالة
	العدد	معامل الارتباط R	
مدى تبني الهوية الثقافية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٣٠٠	٠,٢٦٦**	دالة عند ٠,٠١

تشير نتائج اختبار بيرسون في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وبين مدى تبنيهم للهوية الثقافية المقدمة عبر هذه المواقع، حيث بلغت قيمة $R=0.266$ ، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١، وعلى ذلك يمكن القبول بصحة الفرض السابق الذي ينص على "توجد علاقة موجبة دالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وبين مدى تبنيهم للهوية الثقافية المقدمة عبر هذه المواقع".

٢٢ الفرض الثالث: "توجد علاقة موجبة دالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين (النوع نوعية التعليم المستوى الاجتماعي الاقتصادي)، وبين مدى تأثير استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في بعض مظاهر الهوية الثقافية".

جدول (١٧) نتائج معامل ارتباط بيرسون لبيان دلالة العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين (النوع نوعية التعليم المستوى الاجتماعي الاقتصادي)، وبين مدى تأثير استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في بعض مظاهر الهوية الثقافية $n=300$

المتغيرات	مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مظاهر الهوية الثقافية		الدلالة
	العدد	معامل الارتباط R	
النوع	معامل الارتباط R=0.054	موجبة	غير دالة
نوعية التعليم	معامل الارتباط $R=0.148$ **	موجبة	دالة عند ٠,٠١
المستوى الاجتماعي الاقتصادي	معامل الارتباط $R=0.136$ **	موجبة	دالة عند ٠,٠١

تشير نتائج اختبار بيرسون في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين (نوعية التعليم المستوى الاجتماعي الاقتصادي) وبين مدى تأثير استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في مظاهر الهوية الثقافية، حيث بلغت قيم $R=0.148$ ، $R=0.136$ ، على الترتيب وهي قيم دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ٠,٠١.

بينما تشير نتائج اختبار بيرسون في الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين متغير نوع المبحوثين، وبين مدى تأثير استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في مظاهر الهوية الثقافية، حيث بلغت قيمة $R=0.054$ ، وهي قيمة غير دالة إحصائية عند أي من مستويات الدلالة المقبولة إحصائياً.

"اشعر بالاعتزاز عن بلدي" بمتوسط حسابي ٢,٦٥ وانحراف معياري ٠,٨٨٣ يليه في الترتيب العاشر "يسعدني استخدام أصدقائي لمفردات اللغة الأجنبية في حديثهم" بمتوسط حسابي ٢,٣٢ وانحراف معياري ٠,٧٧٣، يليه في الترتيب الحادي عشر "أدفع عن هويتي ضد من يحاول التقليل من شأنها أو يسء إليها" بمتوسط حسابي ٢,٢٩ وانحراف معياري ٠,٧٦٣، يليه في الترتيب الثاني عشر "التفكير في مصلحتي الشخصية قبل التفكير في مجتمعي" بمتوسط حسابي ٢,٢٥ وانحراف معياري ٠,٧٥١، يليه في الترتيب الثالث عشر "أحرص على التحدث باللغة العربية التي تمثل هويتي الوطنية" بمتوسط حسابي ٢,٢٣ وانحراف معياري ٠,٧٤٣، يليه في الترتيب الرابع عشر "ما زالت علاقاتي الاجتماعية داخل أسرتي تتسم بالدفء" بمتوسط حسابي ٢,١٥ وانحراف معياري ٠,٧١٧، يليه في الترتيب الخامس عشر "أميل إلى قراءة القصص التاريخية والبطولات الشعبية المصرية" بمتوسط حسابي ٢,٠٤ وانحراف معياري ٠,٦٨٠، ثم يليه في الترتيب السادس عشر "أحرص على تكوين صداقات كثيرة مع الشباب من الدول الغربية" بمتوسط حسابي ٢,٠١ وانحراف معياري ٠,٦٧٠، يليه في الترتيب السابع عشر "أشاور مع أفراد أسرتي فيما يواجهني من مشكلات" بمتوسط حسابي ٢,٠٠ وانحراف معياري ٠,٦٦٨، يليه في الترتيب الأخير "أحرص على شراء المنتجات المصرية التي تعكس هوية بلدي" بمتوسط حسابي ١,٩٦ وانحراف معياري ٠,٦٥٣.

وتعكس نتائج استجابات المبحوثين على مقياس الهوية الثقافية أن أول استجابات المبحوثين بمتوسط مرتفع على الثلاث عبارات "افخر بأنتي مصري واعتز بتاريخ بلادى"، و"من الضروري التمسك بالوحدة الوطنية" والعبارة الخامسة "أفخر بتراث بلدي وعاداته (الأثار المصرية)" مما يدل على حب المبحوثين وانتمائهم لوطنهم فمع كل ما يتعرض له المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعي من مضامين ذات توجهات سلبية، ومع تزايد النوع الاستهلاكية بالاعلانات التي تشغل حيز كبير، وكم الترفيه والألعاب التي تشغل المبحوثين ولكنهم مع ذلك يحبون وطنهم.

وقد جاءت العبارة "تأثر ملبسى ومأكلى وطريقة حديثى بسبب مواقع التواصل الاجتماعي" مما يدل على أن طريقة معيشة المبحوثين تأثرت بالرسائل الإعلامية الموجهة لهم على هذه المواقع والتي تهتم بالماديات والموضة ومسيرة كل ما هو جديد. وتدل النتيجة المتعلقة بالعبارة "يسعدني استخدام الفرائكوآراب في الكتابة بمواقع التواصل الاجتماعي" على سعادة المبحوثين باستخدام الفرائكوآراب مما يدل على أن الوعي عند هؤلاء المبحوثين منخفض في أهمية التمسك باللغة العربية وهو ما يتفق مع نتائج الدراسات التحليلية والميدانية في تفوق الفرائكوآراب على اللغة العربية في الاستخدام بالنسبة لما لطريقة كتابتهم أثناء الدردشة والتعليق على مواقع التواصل الاجتماعي.

نتائج التحقق من صحة الفروض:

٢٣ الفرض الأول: "توجد علاقة موجبة دالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وبين مدى تأثير هذا الاستخدام في مظاهر الهوية الثقافية لديهم".

جدول (١٥) نتائج معامل ارتباط بيرسون لبيان العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وبين مدى تأثير هذا الاستخدام في مظاهر الهوية الثقافية لديهم

المتغيرات	معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي		الدلالة
	العدد	معامل الارتباط R	
تأثير الاستخدام في اللغة وطريقة الكتابة	٣٠٠	٠,١٣٣**	دالة عند ٠,٠١
تأثير الاستخدام في طريقة ونوعية الملابس	٣٠٠	٠,١٥٤**	دالة عند ٠,٠١
تأثير الاستخدام في مواعيد وأنواع الطعام	٣٠٠	٠,٠٥١	غير دالة
تأثير الاستخدام في طريقة الاحتفال بالأعياد	٣٠٠	٠,٠٤٣	غير دالة
تأثير الاستخدام في التفاعل الاجتماعي داخل الأسرة	٣٠٠	٠,٢١٥**	دالة عند ٠,٠١

تشير نتائج اختبار بيرسون في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة

8. Ugur Gunduz, The effect of social media on identity construction, *Mediterranean journal of social sciences*, Vol 8, no.5, 2017.

وعلى ذلك يتضح تحقق صحة الفرض السابق مع متغيرات (نوعية التعليم، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي)، وعدم تحقق صحته مع متغير (النوع)، وعليه يمكن القبول بصحة بعد تعديل صيغته كالاتي: "توجد علاقة موجبة دالة إحصائيا بين المتغيرات الديموغرافية للمبشرين (نوعية التعليم المستوى الاجتماعي الاقتصادي) وبين مدى تأثير استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي في مظاهر الهوية الثقافية، بينما لا توجد علاقة موجبة دالة إحصائيا بين متغير نوع المبشرين (النوع) وبين مدى تأثير استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي في مظاهر الهوية الثقافية".

٢١ الفرض الرابع: "يوجد فرق دال إحصائيا بين متوسطي درجات المبشرين وفق متغير النوع (ذكور- إناث) على مقياس مدى تبنى الهوية الثقافية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي".

جدول (١٨) نتائج اختبار (ت) T-test لدلالة الفرق بين متوسطي درجات المبشرين وفق متغير النوع (ذكور- إناث) على مقياس مدى تبنى الهوية الثقافية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المتغيرات	المجموعات وفق متغير النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	الدلالة
مدى تبنى الهوية الثقافية	ذكور	١٧٢	١٢,٤٨	٨,٦٨	١,١١٦	٢٩٨	غير دالة
	إناث	١٢٨	١١,٨١	٧,٩٧			

تظهر نتائج الجدول السابق إلى أنه لا يوجد فرق دال إحصائيا بين متوسطي درجات المبشرين وفق متغير النوع (ذكور- إناث) على مقياس مدى تبنى الهوية الثقافية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة (ت) ١,١١٦، وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند أي من مستويات الدلالة المقبولة إحصائيا، وبالتالي تثبت عدم صحة هذا الفرض، وعليه يمكن القبول بصحة الفرض الصفري وصيغته كالاتي "لا يوجد فرق دال إحصائيا بين متوسطي درجات المبشرين وفق متغير النوع (ذكور- إناث) على مقياس مدى تبنى الهوية الثقافية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي".

المراجع:

١. أحمد زين العابدين أحمد، خصائص الهوية الافتراضية لدى الشباب المصري: دراسة لعينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، *مجلة البحث العلمي في الآداب، ع ٢١، ج ٤، أبريل (جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، ٢٠٢٠)*.
٢. آلاء بنت علي بن محمد الغامدي، واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الهوية الثقافية لدى طالبات المرحلة الثانوية بمدينة الرياض، *المجلة العلمية، ادارة البحوث والنشر العلمي ع ٢، مج ٣٤، فبراير (جامعة أسبوط: كلية التربية، ٢٠١٨)*.
٣. إلهام جلال إبراهيم، الآثار المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالهوية الثقافية والأمن النفسي لدى طلاب الجامعة، *مجلة دراسات تربوية ونفسية، ع ١٠٥ (جامعة الزقازيق، كلية التربية، أكتوبر، ٢٠١٩)*.
٤. سمر عز الدين جلال، أثر تعرض الشباب لتطبيقات الأندرويد وتأثيرها على هويتهم الثقافية المصرية- دراسة ميدانية، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع ٢٧، ديسمبر، (جامعة الأهرام الكندية، ٢٠١٩)*.
5. Boukes, Mark, Social Network sites and acquiring current affairs knowledge, The impact of Facebook usage on learning about the information, *Journal of information & Technology*, 2020.
6. Hilvert- Bruce, Z., Neill, J. T., Sjoblom, M.& Hamari, J. Social Motivations of live Streaming Viewer engagement on Twitch *Computers in Human Behavior*, 2018.
7. Chen, Chia, What drives live stream usage intention? The perspectives of Flow, Entertainment, *Social interaction and endorsement. Telematics and Informations*, 2018.