

استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية
استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية لدى الشباب في
المجتمع المصري

دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي

د/ عبير فؤاد احمد شريف

مدرس بقسم علم الاجتماع -كلية الآداب - جامعة المنوفية

الملخص: بحثت هذه الدراسة في موضوع استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية للشباب في المجتمع المصري، وهدفت إلى الإجابة على الاسئلة التالية: 1- إلى أي مدى يلتزم الشباب باستخدام البيانات الحقيقية التي تعبر عن هوياتهم في استخداماتهم لوسائل التواصل الاجتماعي؟، 2-ما الأسباب التي تدفع الشباب إلى تزييف هوياتهم المستخدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟، 3- إلى أي درجة تتطابق الهوية الثقافية المشكلة عبر وسائل التواصل الاجتماعي مع الهوية الثقافية الواقعية للشباب؟، 4- إلى أي درجة تراعي وسائل التواصل الاجتماعي المكونات الثقافية للمجتمع المصري؟. اعتمدت الباحثة على منهج المسح الاجتماعي بالعينه، واستخدمت أداة الاستبيان في دراسة ميدانية على عينة (290 طالب وطالبة) ، وكشفت نتائج الدراسة عن أن الشباب من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي ينحون إلى تزييف هوياتهم المستخدمة على شبكات التواصل الاجتماعي، وأن الأسباب الرئيسة وراء ذلك ترجع إلى الرغبة في الخصوصية والحرية، كما كشفت النتائج عن أن الهوية الثقافية للشباب والمتشكلة على شبكات التواصل تختلف تماما عن هوياتهم الحقيقية.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، الهوية الثقافية، الشباب المصري.

مقدمة:

لم يعد ثمة خلاف على الدور المركزي الذي باتت تمارسه وسائل التواصل الاجتماعي في حياة الإنسان، حيث تعمق هذا الدور حتى أصبح جزء من خطاب الحياة اليومية لملايين من البشر، لا يختلف الحال ما بين مجتمع متقدم وآخر نامي، ففي الطرقات ومحطات القطار والأندية وقاعات الدروس وأماكن الترفيه وحتى دور العبادة، أصبح من المألوف أن ترى مئات الشباب وهم يحدقون بتركيز شديد في شاشات اجهزة متنوعة لأجل البقاء المستمر عبر إحدى منصات التواصل الاجتماعي.

لقد وصف عالم الاجتماع دنيال بل المجتمع في مرحلة من تاريخ تطوره، بوسم "مجتمع الفرجة" كان لذلك المصطلح دلالة واضحة على التأثير الذي مارسه جهاز التلفاز في المجتمع الإنساني، ثم جاء من بعد ذلك عالم الاجتماع الأمريكي مارشال ماكلوهان في تسعينيات القرن العشرين وصك مصطلح القرية الكونية، وذلك تعبيراً عن حالة التقارب الشديد الذي آلت إليه المجتمعات في ظل ما أحدثته الثورة الحادثة في مجال تكنولوجيا الاتصال، وهي ثورة تحول العالم بفضلها إلى ما يشبه القرية الصغيرة، التي يعرف أفرادها بعضهم البعض، ومكنتهم تلك الثورة من التواصل المستمر والسريع، والآن نحن نعيش مجتمع وسائل التواصل الاجتماعي أو السوشيال ميديا وفقاً للوصف الشائع بين عموم البشر.

مع بداية العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، طرأ على المجتمع حدثاً ترك آثار عميقة على عملية التفاعل الإنساني، ويعد هذا الحدث طفرة أو مرحلة متقدمة من الانجازات التي حققتها الثورة في مجال الاتصال، مرحلة حدث فيها تزواج بين تقنيات الاتصالات وتقنيات الحاسب الآلي، وظهر إلى السطح جيل جديد من البرمجيات التي أحدثت نقلة نوعية في الاتصال الإنساني، عبر عنها بمصطلح وسائل التواصل الاجتماعي.

لقد انتهى العقد الأخير من القرن العشرين بجدال محتدم حول ظاهرة العولمة، ونشأ سجل عميق على كافة المستويات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية بل والثقافية حول

استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية

تداعيات تلك الظاهرة، ومع بداية العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، ترسخت أقدام العولمة، وتقادم الجدل حول قضاياها، وتحول السجال إلى ساحة أخرى برزت فيها آليات جديدة، طرحت نفسها بقوة، وأتجه التركيز في كافة العلوم الاجتماعية نحو مناقشة وتحليل المئات من القضايا والإشكاليات المرتبطة بها، وتمحورت الآليات الجديدة حول شبكة الإنترنت، التي مثلت من وجهة نظر الباحثين أداة للعولمة، عملت على صناعة عالمًا موازيا للعالم الواقعي؛ بعلاقات جديدة متعددة ومتشابكة؛ ولغة الكترونية خاصة، وتواصل عبر شبكات تنقل المرء من مكانه إلى أي مكان دون أن يبذل كبير الجهد، فقط عليه أن يقدم أفكاره وآراءه ويعرف بنفسه لمن يتوصل معهم ويتعرف عليهم (بهناس، 2016، 16).

وقد شكلت وسائل التواصل الاجتماعي، الثمرة الأكثر أهمية بالنسبة للثورة التكنولوجية في مجال الاتصال، ونظرا لأهمية تلك الوسائل تأسس تيارا بحثيا عالميا لدراسة وبحث المئات بل الآلاف من القضايا المتعلقة بتلك الوسائل، ويات هناك توجهاً سوسيولوجياً بارزاً في بحث القضايا المرتبطة بذلك الموضوع وتمثل ذلك في فروع حديثة في علم الاجتماع منها علم الاجتماع الآلي وسوسيولوجيا الهاتف الخليوي وسوسيولوجيا الانترنت. (إبراهيم، 2020:128)

لقد شكلت البحوث المعنية بوسائل التواصل الاجتماعي تيارات أساسيا في البحث العلمي ليس فقط في علم الاجتماع بل وفي علم النفس والإعلام والاتصال والاقتصاد، وطرحت تلك الدراسات الكثير من التساؤلات حول جوانب اجتماعية متعددة، إلا أن التساؤل الأكثر إلحاحا في العديد من تلك الدراسات كان حول التداعيات الاجتماعية لاستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي، فمنها من ركز على العلاقات الاجتماعية مثل دراسة (الضبع، 2015) ودراسة (بايوسف، 2011) ودراسة (المزوعي، 2015) ودراسة (بهناس، 2016) ودراسة، ومنها ما ركز على البناء الثقافي مثل دراسة (Dell, 2006) ودراسة (Manago, 2015) ودراسة (Gunduz, 2017).

ومن الموضوعات والقضايا المهمة التي أبرزها الباحثون في سياق اهتمامهم بدراسة وسائل التواصل الاجتماعي، جاء موضوع الهوية ليمثل تيارا بحثيا في سوسيولوجيا وسائل

التواصل الاجتماعي، من تلك الدراسات دراسة (السنوسي، 2019) حول مواقع التواصل والبناء الذاتي للهوية، ودراسة (بركات وفنيش، 2016) حول دور مواقع التواصل في الحفاظ على الهوية ودراسة (جعفري، 2017) التي بحثت في انعكاسات شبكات التواصل على الهوية الثقافية للشباب في المجتمع الجزائري.

في ضوء ذلك جاءت فكرة الدراسة الحالية التي ستبحث في موضوع استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية للشباب في المجتمع المصري. وهو موضوع جدير بالبحث والدراسة نظرا إلى التأكيدات المتنامية حول التأثير العميق الذي باتت تمارسه تلك الوسائل على المجتمع بكافة شرائحه ومكوناته وقضاياها.

أولاً- مشكلة الدراسة:

"لم أكن أتوقع على الإطلاق إن تلك الفتاة التي أكملها على مدار سنة كاملة ما هي إلا شاب ينتحل شخصية فتاة، لقد كانت كل التفاصيل تؤكد أن الذي اتحدث معه على الطرف الآخر من الشات هو فتاة" (سلامي، 2019:44) هذا الاقتباس هو نص ورد في إحدى المقابلات التي أجرتها باحثة حول الآثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي، وهو نص على بساطته إلا أنه يحيل إلى الحديث عن قضية تراها الباحثة غاية في الخطورة والأهمية في ذات الوقت، وتطرح في الوقت ذاته أيضا الكثير من الاسئلة_والمخاوف_ حول مدى واقعية وسائل التواصل الاجتماعية أو درجة مصداقيتها.

الهوية؟ هي السؤال الأكثر إلحاحا وأهمية _ من وجهة نظر الباحثة _ عند الحديث عن مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي وما يتمخض عنها ويرافقها من علاقات اجتماعية متنوعة (صداقة، زمالة، أو حتي علاقات عاطفية) وهو أمر أشارت إليه الدراسات السابقة، فالحديث عن الهوية يعد "من بين أهم القضايا التي يطرحها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الانترنت المختلفة، فنجدها قد طرحت العديد من الإشكاليات على غرار إشكالية الهوية الفردية الحقيقية، والتي استبدلت بهوية افتراضية، إذ بات أمام الفرد استخدام أكثر من هوية غير هويته الحقيقية، وذلك عن طريق تبني الأسماء المستعارة والكنى (المحددة للهوية الافتراضية) التي يختارها الأشخاص لحساباتهم في العالم الافتراضي، وذلك

استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية

من خلال الاستعانة بالأسماء المستعارة ووضع صور غير حقيقية إضافة إلى تغيير المعلومات الشخصية كالسن، الجنس والمهنة والجنسية" (إبراهيم، 2020:129).

ويتعاطم سؤال الهوية أهمية في حالة الحديث عنه في ضوء وسائل التواصل الاجتماعي، فعند الأخذ في الاعتبار أن الهوية رغم كونها مفهوم معرفي رمزي، إلا أنه يتشكل في ومن رحم الواقع في ذات الوقت، فهوياتنا هي محصلة طويلة لعوامل التاريخ والسياسية والجغرافيا بل والبيئة والثقافة أيضا، عند أخذ ذلك الاعتبار فإن الحديث عن الهوية في ضوء فضاء وسائل التواصل الاجتماعي يطرح الكثير من الاسئلة الجوهرية.

فإذا كان ثمة استقرار على أن الهوية تستمد مكوناتها من حصيلة التفاعل بين الوعي الذاتي والوعي المجتمعي، فإن فالتواجد في الفضاء الافتراضي يجعل هوية الفرد محل بحث وسؤال، ففي المجتمعات الرقمية تتمحي خصائص الحضور الفيزيائي وتفتقد العناصر الظاهرية للفرد والتي يعرف عن طريقها مثل المظهر واللباس واللون والهيئة والجنس وغيرها؛ ويصبح الفرد يعرف من خلال عنوان جهاز الحاسوب أو عنوان اسم المجال أو عنوان البريد الإلكتروني أو الاسم المستعار أو الصورة الرمزية التي يقدمها وغيرها من الأشياء التي قد لا تعكس هويته الحقيقية أو لا تقدم القدر الكافي من المعلومات لمعرفة حقيقته (بايوسف، 2011، 466).

في ضوء هذه الاطروحات التي الدراسة الراهنة التي حددت الباحثة مشكلتها البحثية في تساؤل عام مؤداه: ما حالة الهوية الثقافية للشباب المصري من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي؟

ثانيا- تساؤلات الدراسة:

- 1- إلى أي مدى يلتزم الشباب باستخدام البيانات الحقيقية التي تعبر عن هوياتهم في استخداماتهم لوسائل التواصل الاجتماعي ؟
- 2- ما الأسباب التي تدفع الشباب إلى تزييف هوياتهم المستخدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟
- 2- إلى أي درجة تتطابق الهوية الثقافية المشكلة عبر وسائل التواصل الاجتماعي مع الهوية الثقافية الواقعية للشباب ؟

- 3- إلى أي درجة تراعي وسائل التواصل الاجتماعي المكونات الثقافية للمجتمع المصري؟
3- هل تختلف ملامح الهوية الثقافية للشباب عبر وسائل التواصل الاجتماعي باختلاف النوع؟

ثالثا- أهداف البحث:

- سعت الباحثة إلى تحقيق أهداف عام تحدد في: وصف وتحليل حالة الهوية الثقافية للشباب المصري من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، وتحت هذا الهدف العام سعت الباحثة إلى تحقيق الأهداف الفرعية الآتية:
- 1- تحديد أهم السمات التي تعبر عن الهوية الثقافية للشباب على شبكات التواصل الاجتماعي.
 - 2- تحديد الأسباب التي تدفع الشباب إلى تزييف هوياتهم المستخدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
 - 2- معرفة مدى تطابق الهوية الثقافية للشباب على مواقع التواصل الاجتماعي بالهوية الواقعية لهم.
 - 3- معرفة إلى أي مدى تراعي وسائل التواصل الاجتماعي المعايير الثقافية للمجتمع المصري.
 - 4- تحديد درجة تأثير متغير النوع على ملامح الهوية الثقافية للشباب على وسائل التواصل الاجتماعي.

رابعا- أهمية الدراسة:

- 1- أهمية الموضوع قيد البحث والدراسة، خاصة في ظل ما يطرح من تساؤلات ومخاوف حول تداعيات وسائل التواصل الاجتماعي على حياة الإنسان بوجه عام وعلى هويته على وجه الخصوص.
- 2- أهمية الشريحة الاجتماعية قيد اهتمام البحث الحالي، وهي شريحة الشباب، بوصفهم حجر الزاوية في الحفاظ على هوية الوطن وعليهم تعقد الآمال في الزود عن هذا الوطن بكل مقوماته، وتأتي الهوية في مقدمة تلك المكونات.

3- تعد هذه الدراسة اسهاما في مجال جديد من مجالات البحوث الاجتماعية وهو مجال سوسيلوجيا المجتمعات الافتراضية.

رابعًا - الإطار النظري للبحث:

1- مفاهيم الدراسة:

1-1 الهوية والهوية الثقافية:

"لم تعرف العلوم الاجتماعية بل والإنسانية مفهوم أكثر إشكالية من مفهوم الهوية" (الدوكالي، 2001:21) بهذا الاستهلال تفتتح الباحثة حديثها عن مفهوم الهوية، فهو مفهوم كما وصفه الاقتباس السابق، إشكالي، وربما يعود ذلك من وجهة نظر الباحثة إلى كثرة التعقيدات والتساؤلات التي يطرحها هذا المفهوم، ليس فقط على مستوى محاولات التعريف، بل وفي جوانب أخرى متنوعة من قبيل: كيف تتشكل الهوية؟ وما هي مكوناتها؟ وهل الهوية عملية/ مفهوم منفتح أم منغلق؟ مئات من التساؤلات والمعضلات طرحها مفهوم الهوية وكانت محل سجال وجدل كبيرين بين المفكرين خاصة على الساحة الثقافية العربية، وقد تزايد الاهتمام في العقود الأخيرة بهذا المفهوم خاصة بعد بروز ظاهرة العولمة والتي ترافقت مع دعوات نهاية التاريخ لميشيل فوكوياما ونظرية صراع الحضارات لصموئيل هنتجتون.

وبالنظر إلى أن الدراسة الراهنة تبحث في بعض اسئلة الهوية، فمن المهم أن تركز الباحثة في هذا الإطار النظري على هذا المفهوم، وتعرض على بعض من أهم القضايا التي يطرحها في السنوات الأخيرة.

أولاً، فيما يتعلق بالتحديد اللغوي للمصطلح جاء في معجم المعاني الجامع هُويَّةُ الْإِنْسَانِ: حَقِيقَتُهُ الْمَطْلَقَةُ وَصِفَاتُهُ الْجَوْهَرِيَّةُ (المعاني الجامع، 2021) هذا في الوقت الذي خلت فيه غالبية المعاجم الأخرى من أي تعريف للمصطلح مثل معجم لسان العرب والمعجم الوسيط ومختار الصحاح وغيرهم من المعاجم العربية.

ثانياً، فيما يتعلق بالمعنى والتشريح المعرفي للمصطلح، فقد استخدم إيركسون Erikson مفهوم الهوية ليشير به إلى ذاتية الفرد التي تجعله كيان متميز عن

الآخرين(عبدالصمد، 2005، 97)، وأسس كل من طعيمة (1998:35) وبدوي (1993:206) وجيلالي (2015:96) وجلبي (2017:14) وتركي (2016:12) رؤيتهم للمفهوم من ذات المنطلق الذي تبناه أيركسون، فالهوية وفقا لهم تعني جوهر الشيء وحقيقته، فهي التي تجعل الشخص فريدا أو متماثلا مع الآخرين، فالهوية تشير إلى مجموعة السمات الثقافية التي تتصف بها جماعة من الناس وتولد الإحساس لدى الأفراد بالانتماء إلى شعب معين والارتباط بوطن معين والتعبير عن مشاعر الاعتزاز والافتخار بالشعب الذي ينتمي إليه هؤلاء الأفراد.

الهوية الثقافية:

يعد التعريف الذي قدمته منظمة اليونسكو من أكثر تعريفات الهوية الثقافية قبولا على نطاق واسع بين المهتمين بهذا المفهوم، وقد عرفت اليونسكو الهوية الثقافية بأنها تعني أولا وقبل كل شيء بأننا أفراد ننتمي إلى جماعات لغوية محلية أو إقليمية أو وطنية بما لها من قيم تميزها (أخلاقية، جمالية...الخ) ويتضمن ذلك أيضا الأسلوب الذي تستوعب به تاريخ هذه الجماعة وتقاليدها وعاداتها وأساليبها الحياتية، والإحساس بالخضوع أو المشاركة فيه أو تشكيل قدر مشترك، وتعني الطريقة التي يظهر فيها أنفسنا في ذات كلية حيث نرى أنطباعاتنا الخاصة بصفة مستمرة مما يمكننا من بناء شخصياتنا من خلال التعليم والتعبير عنها في العمل الذي يؤثر بدوره في العالم الذي نحيا فيه (بلعربي، 2015:28).

ومن التعريفات العربية الرائدة ذلك التعريف الذي قدمه المفكر المغربي محمد عابد الجابري، حيث عرف الهوية الثقافية بأنها ذلك المركب المتجانس من الذكريات والتصورات والقيم والرموز والتعبيرات والابداعات والتطلعات التي تحتفظ لجماعة بشرية تشكل أمة بهويتها الحضارية في إطار ما تعرفه من تطورات بفعل دينامياتها الداخلية وقابليتها للتواصل والأخذ والعطاء، أو هي المعبر الأصيل عن الخصوصية التاريخية لأمة من الأمم(الجابري، 1998:14).

استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية

وقد أوضح جلال أمين أن الهوية الثقافية معناها في الأساس التفرد، فالهوية الثقافية هي التفرد الثقافي، وهي كل ما يتضمنه معنى الثقافة من عادات وأنماط سلوك وقيم ونظرة إلى الكون والحياة (أمين، 1998: 61)

كما عرف الهوية الثقافية إجرائياً بأنها كل ما يميز أمة عن أمة أخرى، أو جماعة عن جماعة أخرى، بكل ما تحمله من قيم وعادات وسلوكيات. (غضيان، 2018: 20)

التعريف الاجرائي للهوية الثقافية للشباب المصري:

مجموعة السمات والخصائص التي تتفرد بها شخصية الشباب المصري وتجعله مميزاً عن غيره من الهويات الثقافية الأخرى وتمثل تلك الخصائص في اللغة والعادات والتقاليد والأعراف وغيرها من المكونات الثقافية ذات السمة العربية والمصرية.

1-2 مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي

ترجم مصطلح Social Media إلى اللغة العربية إلى عدة ترجمات منها: وسائل التواصل الاجتماعي، مواقع التواصل الاجتماعي، شبكات التواصل الاجتماعي، منصات التواصل الاجتماعي، وهي ترجمات تشير إلى ذات المعنى، لتشير إلى تلك البرمجيات التي أنشأت عبر وبواسطة التقنيات التي توفرها شبكة الإنترنت الدولية، بهدف تعزيز التواصل بين بني البشر، ومن بين تلك المسميات يفضل الباحث استخدام مصطلح وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها الترجمة الأكثر شيوعاً بين الباحثين وغير المتخصصين.

وقد عرف ديفي وزملاؤه Devi, et al. "مواقع التواصل الاجتماعي بأنها مواقع على شبكة الإنترنت تساعد المستخدمين على التواصل والاختلاط مع الأصدقاء وأفراد الأسرة وزملاء العمل وغيرهم من الأفراد (Devi, 2010: 595)، ويعرفها Ben Light بأنها مواقع تهدف بشكل أساسي إلى خلق علاقات اجتماعية جديدة وكذلك الحفاظ على العلاقات الاجتماعية الموجودة بالفعل (Light, 2014, 10)، وعرفها Rajalakshmi & Velayutham بأنها المواقع التي تسمح للمستخدمين نشر رسائلهم المختلفة والتفاعل مع الآخرين (Rajalakshmi Kanagavel, 2014, 73)

وعلى المستوى العربي عرف كل من عصام احمد وسعاد جاب الله وسائل التواصل الاجتماعي بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح لمستخدميها بإنشاء حساب خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية (أحمد وولد جاب الله، 2013:23).

كما عرف إبراهيم الدوي شبكات التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من مواقع التواصل الفعالة على شبكة الإنترنت للجهات والمؤسسات التي تعمل في الحقل الإنساني، تتلذ الحدود الجغرافية والزمنية، وتسمح بتقاسم وتشارك المعلومات لذوي الاهتمام/ النشاط المشترك أو للمنتميين أو شبه المنتميين لهذه الجهات (الدوي، 2017:3).

وعرفت دراسة لمركز الدراسات الاستراتيجية الشبكة الاجتماعية هي ببساطة وسيلة إلكترونية حديثة للتواصل الاجتماعي، حيث انها تكون بنية اجتماعية افتراضية تجمع بين اشخاص أو منظمات تتمثل في نقاط التقاء متصلة بنوع محدد من الروابط الاجتماعية، وأنها تمثل في صورتها المبسطة خريطة لعلاقات محددة تربط بين أقطاب متعددة(مركز الدراسات الاستراتيجية، 2012:3).

ومن استعراض عدد كبير من الدراسات تستطيع الباحثة القول بأن التعريفات التي قدمت لمفهوم وسائل التواصل الاجتماعي لم تخرج عن المعاني السابقة. فثمة اتفاق شبة تام بين تلك الدراسات على أن وسائل التواصل الاجتماعي هي مواقع إلكترونية تسمح للأفراد بالتعريف بأنفسهم والمشاركة في شبكات اجتماعية يقومون من خلالها بإنشاء علاقات اجتماعية، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام او انتماء، من تلك الدراسات: دراسة (الفايز، 2018، 3)، ودراسة (الدليمي، 2008 :183)، ودراسة (أمين، 2015، 111) ودراسة (شريف، 2015، 83) ودراسة (محمد وسلامة، 2013، 567).، ودراسة كل من لوكسي باي وأوليفر ياو (Bai and Yao,2010) LXue Bai and Oliver Yao ، ودراسة محمد الجلفة

(الجلفة،2018:17) ، ودراسة حمدي عمر (عمر،2014:52)، ودراسة خديجة إبراهيم (براهيم،2014:425)، ودراسة دانيه بويد (boyd,2013:3):

التعريف الاجرائي لمفهوم وسائل التواصل الاجتماعي في الدراسة الحالية:
تحدد الباحثة إجرائيا مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي في مواقع التواصل الاجتماعي الآتية:

- الفيسبوك.
- تويتر
- التيك توك
- اليوتيوب

وذلك لأن هذه المنصات الاجتماعية أكثر شبكات التواصل الاجتماعي انتشارا واستخداما في جمهورية مصر العربية.

3-1 مفهوم الشباب Youth

هناك اتجاهين أساسيين في تعريف مصطلح الشباب، الأول الاتجاه الذي تبنته المنظمات والمؤسسات الدولية من قبيل مؤسسات الأمم المتحدة وبعض اللجان التابعة للحكومات، والاتجاه الثاني يحيل إلى بعض مساهمات الباحثين في العلوم الاجتماعية. من نماذج الاتجاه الأول التعريف الذي اعتمده الجمعية العامة للأمم المتحدة عام 1985 والذي حدد الشباب بمن هم ما بين 15 و24 سنة (اتحاد المغرب العربي،2018:31)، وتعريف اليونسيف Unicef الذي حددت الشباب بوصفهم الفئة العمرية الواقعة من الفترة من 15 إلى 24 سنة والشباب (Unicef,2016:1).

كذلك هناك تعريف البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة عام (2016) الذي وصف الشباب بأنها مرحلة يخرج خلالها شخص من الاعتماد(الطفولة) إلى الاستقلالية (البلوغ)، ولأغراض إحصائية تعرف الأمم المتحدة الشباب: بأنهم أفراد في أعمار 15-24 ويشمل هذا النطاق أولئك المعترف بهم رسمياً في أهداف الأمم المتحدة الإنمائية للألفية بأنهم في شبابهم، وأولئك الذين يصنفهم كثر بأنهم مراهقون. (برنامج الأمم المتحدة الإنمائي،2016:18)

كما حددت منظمة الصحة العالمية World Health Organization مفهوم الشباب بوصفه الفئة العمرية التي تقع ما بين 10 إلى 19 سنة، وأكدت على أن ثمة تعريفات مختلفة للشباب، موضحةً أنها تبنت هذا التعريف لأغراض تطبيقية (World Health Organization, 2019).

وعلى المستوى العربي حدد مؤتمر وزراء الشباب الأول المنبثق من جامعة الدول العربية (1969) مرحلة الشباب بأنها في الغالب ما تكون بين سن الخامسة عشر والخامسة والعشرين ويرى المؤتمر أن مفهوم الشباب يتناول أساساً من تتراوح أعمارهم بين 15 و25 سنة ، انسجاماً مع المفهوم الدولي المتفق عليه في هذا الشأن - وهذا يعني المرحلة الإعدادية والثانوية والجامعية (الكيلاي، 2010:1).

وتعد دراسة عزت حجازي من الدراسات العربية الرائدة في تحديد مفهوم الشباب، وقد أوضح حجازي أن مرحلة الشباب تبدأ بتخطي مرحلة بلوغ الحلم أو اكتمال النضج الجنسي، وبلوغ القدرة على التنازل وتيقظ الحاجة الجنسية، ويحدث ذلك عند سن الخامسة عشرة أو قبلها بقليل، وتغطي مرحلة الشباب مدة عشر سنوات تقريباً، فتنتهي في الخامسة والعشرون أو ما حولها. ويفضل حجازي الوقوف بمرحلة الشباب عند سن الخامسة والعشرين أو ما حولها لأن هذه السن هي التي تحدث عندها تحولات هامة في حياة الفرد، فعندها يترك التعليم بعد استكمالها عادة، ويلتحق بعمل دائم ويتزوج أو يسعى إلى تحقيق ذلك على الأقل، فهو بعبارة أخرى يترك حياة الطلب ويبدأ حياة الراشدين (حجازي، 1985:27).

التعريف الاجرائي لمصطلح الشباب في الدراسة الراهنة:

ونظراً لأن الباحثة ستطبق دراستها الميدانية على عينة من شباب الجامعة فقد حددت الشباب اجرائياً بأنهم الذين يقعون في الفئة العمرية من سن 18 إلى سن 30. أي الطلاب الذين يدرسون بداية من الفرقة الأولى حتي الدراسات العليا (درجتي الماجستير والدكتوراه).

2- الدراسات السابقة:

بالنظر إلى تركيز الدراسة الراهنة على متغيرين أساسيين وهما وسائل التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية للشباب المصري، فقد قامت الباحثة بعمل مسح للدراسات العربية

استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية

والأجنبية المتاحة على بنوك المعلومات فضلا عن مواقع بعض الجامعات والدورية العربية والأجنبية، شملت تلك الدراسات رسائل للمجستير والدكتوراه فضلا عن بحوث ومقالات منشورة في دوريات علمية محكمة، والحقيقة أن الباحثة عثرت على عدد كبير للغاية من البحوث حول القضيتين الرئيسيتين للدراسة، وبعد فحص عدد من الدراسات التي اطلعت عليها الباحثة تمكنت من تصنيف الدراسات السابقة في مجال وسائل التواصل الاجتماعي إلى عدد من المسارات البحثية على النحو التالي:

المسار الأول: شمل هذا المسار مجموعة كبيرة من الدراسات التي ركزت على قضية التداعيات المختلفة لاستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي، وضمن هذا المسار جاءت الدراسات العربية التالية: دراسة (الجلفة، 2018) ودراسة (الشهري، 2013) ودراسة (الطيّار، 2014) ودراسة (المدني، 2014) ودراسة (الأنصاري، 2017) ودراسة (المجالي، 2007) ودراسة (ساري، 2008) ودراسة (خضر، 2009) ودراسة (نومار، 2012) ودراسة (عرفة، 2015) ودراسة (عثمان، 2017)، وقد أجمعت تلك الدراسات على تنوع التداعيات والتي تمارسها وسائل التواصل الاجتماعي على المستخدمين، وقدر ركزت الدراسات العربية بشكل مكثف على التداعيات السلبية، وأوضحت في مجملها أن استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي تتسبب في العزلة الاجتماعية وانهايار العلاقات الأسرية، وتكوين قيم تناقض القيم الأسرية، ونشر الإشاعات المضرة بالمجتمع،

أما الدراسات الأجنبية التي ركزت على موضوع التداعيات التي تمارسها وسائل التواصل الاجتماعي، فهي أيضا كثيرة منها: دراسة **جيني آلين** (Aln,2011) ودراسة أسعد علي وأقبال أنعم (Ali & Anam,2000) ودراسة أنبورا شيتي وزملاؤها (Shetty el all,2015) ودراسة سيلاسي أوكانسي وزملاؤه (Ocansey.2016) ودراسة آربان سينها وزملاؤه (Sinha,2016) ودراسة ديفيد باكنجهام (Buckingham,2007) في لندن ودراسة كافي كومار خيدو وزملاؤه (Khedo,2013) في موريشوس ودراسة غلام شابير وزملاؤه (Shabir,2014) في الهند ودراسة شيملا كوين في نيجيريا (Queen.2015) ودراسة ستانيسلاو يوسززيكو في روسيا (Stanisław.2015) ودراسة شابور صديقي وتاجيندر

سينج في الهند أيضا (Shabnoor and Tajinder,2016) ودراسة (Halakerimath & Danappagoudra,2000)

وعلى العكس من الدراسات العربية التي ركزت كثيرا على الجوانب السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي، انقسمت الدراسات الأجنبية إلى تيارين في موقفها من تلك التداعيات: الأول، ركز أنصاره على الآثار السلبية لتلك الآثار والتي حددها في التأثير السلبي على المستخدمين بوجه عام والشباب على وجه الخصوص، وأبرزت تلك الدراسات دور وسائل التواصل الاجتماعي في تكوين العلاقات غير المشروعة، وتسببها في العزلة الاجتماعية للمستخدمين، فضلا عن الآثار الصحية المدمرة لصحة الإنسان العقلية والبصرية، . كما أكدت الدراسات على أن الإفراط في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يفضي إلى إدمان تلك المواقع، وإلى جانب كل ذلك أشارت تلك الدراسات إلى بعض المخاطر المتعلقة بالجوانب الأمنية الخطيرة من قبيل تعرض مستخدميها للسطور على بياناتهم الشخصية ومعلوماتهم البنكية وغيرها من الأمور التي تشكل خطرا كبيرا على المستخدمين.

وإلى جانب إبراز الدراسات الأجنبية للآثار السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، نوهت تلك الدراسات بعض الجوانب الإيجابية، منها على سبيل المثال دورها في تعزيز الثقة بالنفس وتفعيل شبكة العلاقات التفاعلية الاجتماعية من الأصدقاء والمساعدة التعليمية في المدرسة، فضلا عن دورها في توفير فرص العمل. وتطوير مهارات المستخدمين وخاصة من الشباب، حيث مكنتهم تلك الوسائل من تطوير قدراتهم الذاتية وبناء شخصياتهم المستقلة، فضلا عن ذلك تمثل تلك الوسائل نافذة جديدة ومتطورة للحصول على المعلومات وتبادل الخبرات وممارسة الأنشطة العابرة للثقافات.

المسار الثاني: تتميز مجموعة الدراسات التي تقع ضمن المسار الثاني بتركيزها الشديد على دوافع استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي بوجه عام مع التركيز على الشباب والمراهقين على وجه الخصوص، ومن الدراسات العربية التي نحت هذا المسار كل من: دراسة (العتيبي،2008) ودراسة (عبد السلام،1998) ودراسة (طايح،2000) ودراسة (أبو أصبع،2004) ودراسة (عثمان،2009).

استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية

أما الدراسات الأجنبية فمنها: دراسة ب. كولاس وزملاءه (Colas et al,2018) ، ودراسة لوكسي ويو (Lxue and Yao,2010) وقد أوضحت نتائج تلك الدراسات أهم دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تحدد في رغبة الشباب في تعزيز مشاركتهم المجتمعية مع الآخرين، إلى جانب متابعة أسواق العمل والحفاظ على التواصل مع العملاء وتقوية أوأصر تلك العلاقات والتبادل الجيد للمعلومات، فضلا عن ذلك أبرزت تلك الدراسات الدور الكبير الذي تقوم به تلك الوسائل في التواصل مع الأهل والأصدقاء، فضلا عن التسلية، وكل تلك الأمور تعد من وجهة نظر هذا المسار أسباب ودوافع قوية تكمن خلف التوجه نحو الاستخدام الكثيف لوسائل التواصل الاجتماعي.

المسار الثالث، وتقع ضمن مجموعة من الدراسات التي ركزت على طبيعة ومضمون وخصائص العلاقات الاجتماعية التي تتشكل عبر ومن خلال شبكات التواصل الاجتماعي، ومن هذه الدراسات: دراسة (العزب،2011) ودراسة (زاموري وبغداددي،2011) وأوضحت نتائج تلك الدراسات أن غالبية المستخدمين تربطهم علاقات متوسطة واهتمامات مشتركة مع الأصدقاء في عبر غرف الدردشة وأن غالبيتهم يضطرون إلى عدم قول الحقيقة ولديهم اتجاه نحو الجرأة في الحوارات مع الجنس الآخر. أوضحت النتائج أيضا أن العلاقات العاطفية عبر الإنترنت تتسم بالانسجام.

ويجدر بالباحثة أن تنوه هنا إلى أن المسارات الثلاثة السابقة لا تشكل بالقطع كافة مسارات البحوث التي ناقشت ودرست نظريا وميدانيا قضايا وسائل التواصل الاجتماعي، بل هي أكثر المسارات زحما، ولا يمنع ذلك من وجود مسارات أخرى منها ما ركز على قضايا ذات طابع سياسي، وأخرى ركزت على قضايا سيكولوجية واقتصادية وإعلامية، وقد تعمدت الباحثة ان تقتصر على عرض تلك المسارات لوقوعها تحت مظلة الدراسات السوسيولوجية.

موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

يتضح موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة بالنظر إلى القضية الأساسية التي ركزت عليها الباحثة، وهي (الهوية الثقافية للشباب من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي) فإذا كانت الدراسات السابقة التي عرضت لها الباحثة بحثت في قضايا وموضوعات مبررات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أو طبيعة العلاقات الاجتماعية التي تتشكل من خلالها

أو الجوانب الايجابية أو السلبية الناجمة عن استخدام تلك الوسائل، فإن الدراسة الراهنة ركزت على قضية الهوية الثقافية لدى الشباب من مستخدمي تلك الوسائل، وذلك لمعرفة العلاقة بين الهوية المتشكلة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتلك الهوية الواقعية التي تسم الشباب في المجتمع الواقعي المعاش.

4- التوجه النظري للدراسة (نظرية الغرس الثقافي):

تعتبر نظرية الغرس الثقافي تصويراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى وتشكيل الحقائق الاجتماعية والتعلم من خلال الملاحظة والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات، حيث تؤكد الفكرة العامة للنظرية على قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعوامل المحيطة بهم خصوصاً بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون لهذه الوسائل بكثافة أكثر. (بلعربي، 2015:32)

وترجع أصول هذه النظرية إلى العالم الأمريكي "جورج جيربнер" George Gerbner (1969) حيث بحث في تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية على البيئة الثقافية في إطار مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية (غضبان، 2018:33)، وقد هدف جيربнер إلى إيجاد الدليل الامبريقي على تأثير وسائل الإعلام على البيئة الثقافية (Obert- (Hong,2019:3).

وقد نظر جيربнер إلى الثقافة بوصفها مجموع الفنون والعلوم والديانات والموسيقى والمهارات والقوانين والصور الذهنية، حيث يقوم الأفراد ببناء رمزي تتحول فيه الثقافة إلى رسائل وصور ذهنية تنظم العلاقات الاجتماعية (Langenhove and Harre,2015:462).

وتربط هذه النظرية بين ثقافة التعرض لوسائل الإعلام واكتساب المعاني والمعتقدات والأفكار والصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه تلك الوسائل بعيداً عن العالم الواقعي أو الحقيقي، وترى النظرية أن مشاهدة وسائل الإعلام (وخاصة التلفزيون) تقود إلى تبني اعتقاد حول طبيعة العالم الاجتماعي ويؤكد على الصور النمطية ووجهة النظر المنتقاه التي تم وضعها في المحتوى الإعلامي الذي تقدمه تلك الوسائل، كما تؤكد النظرية على

استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية

أن التأثير الذي تمارسه تلك الوسائل ليس مباشرا ولكن يتم بشكل غير مباشر وعلى فترات طويلة، حيث يقوم على التعلم ثم بناء وجهات النظر حول الحقائق الاجتماعية بحيث يمكن النظر إلى ذلك الموقف بوصفه عملية للتفاعل بين الرسائل والمتلقيين (Mosharafa,2015:1).

وقد نظر جبرنبر إلى الغرس الثقافي بوصفه عملية تهتم باكتساب المعرفة أو السلوك من خلال الوسيط الثقافي الذي يعيش فيه الإنسان، حيث أن البيئة بأدواتها هي التي تقوم بعملية الاكتساب والتشكيل والبناء للمفاهيم أو الرموز الثقافية في المجتمع وهذا من أدوار وسائل الإعلام، والتي احتلت مكانة بارزة في عالمنا الثقافي المعاصر. وعملية الغرس الثقافي هذه ليست عبارة عن تدفق موجهة من تأثيرات ووسائل الإعلام إلى جمهور المتلقيين، بل هي جزء من عملية ديناميكية تميز التفاعل بين رسائل الإعلام والسياقات التي يعيشها المتلقي (Shrum,2017:2-3).

ويعد مفهوم الاتجاه السائد المفهوم المركزي في نظرية الغرس الثقافي، والاتجاه السائد هو الاتجاه الذي يسود المجتمع ليعكس الأبعاد الأكثر شيوعا للمعاني والافتراضات المشتركة بين أفراد هذا المجتمع، وهو يضم كل المعاني المشتركة العامة أو الفرعية، وتعد الفروق بين الأفراد وفقا لمفهوم الاتجاه السائد راجعة للعوامل الثقافية والاجتماعية، ويقل ظهور تلك الاختلافات نتيجة للمشاهدة الكثيفة لوسائل الإعلام، ويعكس الاتجاه السائد مجموعة القيم المشتركة التي يستتبها المشاهدون ويتوحدون معها بصورة تراكمية، وقد أكد "غرینر" على أن كثافة التعرض لوسائل الإعلام تؤدي إلى التلاشي أي تلاشي أثر الاختلافات التقليدية بين الأفراد وذويانها (Mosharafa,2015:2).

وقد صاغ "جبرنبر" ثلاثة مصطلحات أخرى تشكل مرتكزات أساسية في تفسير نظرية الغرس الثقافي للتماهي بين وسائل الإعلام والمتلقيين، الأول هو مفهوم الانسجام أو الاندماج **Blanding** أي انسجام وتوافق الصورة التي يقدمها الإعلام مع صورة الواقع لدى المشاهدين. أما المفهوم الثاني فهو مفهوم التحول **Beuging** وهو تحول الاتجاه السائد بحيث يعبر عن المصالح المؤسسية لوسائل الإعلام والقائمين عليها، أما المصطلح الثالث فهو مصطلح الرنين، ووفقا لجرینر فإنه عندما يتطابق ما يراه المشاهدون

في وسائل الإعلام (والتلفزيون تحديدا) مع إدراكهم للواقع أن يتوافق معه، فإن الأفراد يصبحون وكأنهم قد تعرضوا لجرعة مزدوجة ذات فعالية من الرسائل التلفزيونية تزيد من حدوث تأثيرات الغرس الثقافي لديهم، إذ أن التطابق بين عالم التلفاز وظروف الحياة، يؤدي إلى تأكيد أنماط الغرس، وعلى ذلك فالرنين هو الموقف الذي يؤدي فيه إدراك الفرد المباشر للبيئة الحقيقية إلى زيادة تأثيرات الغرس الثقافي بالنسبة للمواقف المتشابهة التي يتم عرضها تلفزيونيا (الطريبيشي والسيد، 2006:312).

وعلى الرغم من أن نظرية الغرس الثقافي هي نظرية صاغها جيرنبر لتفسير تأثير التلفزيون على مكونات البناء الثقافي، إلا أنها تصلح كنموذج نظري لتفسير الكثير من قضايا الثقافة من الزاوية الاجتماعية، وهو الأمر الذي كشفت عنه الباحثة من خلال مراجعتها للكثير من الدراسات العربية التي تبنت منظور الغرس الثقافي في دراساتهم حول وسائل الإعلام وتأثيراتها المختلفة على مختلف القضايا السوسيوثقافية، من تلك الدراسات دراسة فتحية تمنوش (تموش، 2018) حول الأعلام الديني ودوره في التنشئة الاجتماعية، ودراسة لامية صابر (صابر، 2015) للحملات الإعلانية في باقية MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب، ودراسة بدر الصلال (الصلال، 2012) حول دور الفضائيات الكويتية الرسمية والخاصة في تعزيز المواطنة لدى الشباب الكويتي، ودراسة احمد الخصاونة (الخصاونة، 2015) حول استخدام المرأة في الإعلانات التلفزيونية، هذه الدراسات وغيرها اعتمدت على منظور الغرس الثقافي في تفسير الكثير من قضاياها البحثية.

توظيف نظرية الغرس الثقافي في الدراسة الراهنة:

قامت الباحثة بعمل مقارنة تفسيري لنظرية الغرس الثقافي في موضوع دراستها الراهنة حول استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية لدى الشباب في المجتمع المصري، انطلاقا من أن نظرية الغرس الثقافي هي نظرية تستهدف تفسير تأثيرات وسائل الإعلام _ ووسائل التواصل الاجتماعي من بينها _ على الثقافة، ومن ثم فقد اعتمدت الباحثة على مقولات الغرس الثقافي بهدف التعرف على مدى تأثير وسائل التواصل

استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية

الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب، وذلك من خلال اهتمام النظرية ببحوث المؤشرات الثقافية التي تبرز في قضايا متداخلة يمكن إسقاط بعضها على موضوع الدراسة الراهنة على النحو التالي:

أ. وسائل التواصل والقيم والصور الذهنية: تفيد فكرة الغرس الثقافي حول دور وسائل الإعلام في تشكيل القيم والصور الذهنية، في توضيح الدور الذي يمكن أن تمارسه وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الصور الذهنية والنمطية في هوية الشباب الثقافية، ومن ثم التعرف على الكثير من المعطيات الأخرى الخاصة بمكونات الهوية مثل القيم والعادات والتقاليد والأعراف.

ب. تفيد فكرة تأثير وسائل الإعلام في إدراك الجمهور، في فهم الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب بتأثيرات تلك الوسائل على مكونات الهوية الثقافية، يتم ذلك من خلال التركيز على أنماط استخدامات الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي والرموز المختلفة التي من خلالها يتفاعل الشباب مع تلك الوسائل، ومن شأن هذا التفاعل أن يؤثر على صياغة مكونات الهوية.

خامساً - الإجراءات المنهجية:

1- المنهج: مع الأخذ في الاعتبار طبيعة الموضوع الذي تبحث في الدراسة الراهنة وبالنظر إلى الاسئلة التي طرحتها الباحثة والأهداف التي حددتها فإن الطابع الوصفي التحليلي هو الذي يسم هذا البحث، وعلى ذلك فقد اعتمدت الباحثة على أحد المناهج المستخدمة في الدراسات الوصفية وهو منهج المسح الاجتماعي بالعينة، وتم تطويع المسح للحصول على تصور لاستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية لدى الشباب في المجتمع المصري، وهو تصور يتطلب توصف دقيق للرؤى المختلفة التي يمكن أن يطرحها الشباب في هذا الصدد وهو الأمر الذي يتكفل به المسح الوصفي.

2-أداة البحث: اعتمدت الباحثة بشكل أساسي على أداة الاستبيان، حيث قامت بتصميم استبيان مرت عملية تصميمها بالمرحلة التالية:

1-2 صياغة الاستبيان في شكله المبدئي: وقد استفادت الباحثة في تلك المرحلة على الدراسات السابقة فضلا عن التقارير المحلية والدولية المعنية بقضايا الشباب بوجه عام

والشباب في المجتمع المصري على وجه الخصوص، لاستخلاص أهم القضايا التي طرحتها تلك الدراسات.

2-2 صدق الاستبانة: اعتمدت الباحثة على أسلوبين لقياس صدق الاستبانة، وهما:

أ- الصدق الظاهري: حيث قامت الباحثة بعرض الاستبانة على عدد من المتخصصين من ذوي الاهتمام بموضوع البحث، وبلغ عددهم (7) وأسفرت هذه العملية عن بعض الملاحظات قامت الباحثة بتعديلها، وأبقت الباحثة في النهاية على العبارات التي تعدت نسبة الاتفاق عليها من قبل المحكمين نسبة 90%.

ب. صدق الاتساق الداخلي: اعتمدت الباحثة على قياس صدق الاتساق الداخلي للاستبيان عن طريق حساب معامل الارتباط (Pearson's R) بين درجة بعد من أبعاد الاستبيان والدرجة الكلية له، وجاءت النتائج كما في جدول (1):

جدول (1) صدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان

البعد	قيمة r	مستوى الدلالة sig
المحور الأول	**0.633	0.01
المحور الثاني	**0.628	0.01
المحور الثالث	**0.595	0.00
المحور الرابع	**0.742	0.01
* دالة عند مستوى (0.05) **دالة عند مستوى (0.01)		

توضح بيانات هذا الجدول أن جميع معاملات الارتباط مرتفعة ودالة إحصائيًا حيث تراوحت قيمة (r) ما بين (0.595 و 0.742) وجاء عند مستوى المعنوية دالة عند (0.01) وهو ما يعني أن ثمة ارتباط قوي بين أبعاد الاستبانة الأربعة والدرجة الكلية لها، وهو ما يؤكد تمتع الاستبيان بدرجة عالية من صدق الاتساق الداخلي، ويجعله صالحا للحصول على البيانات المطلوبة.

2-3 ثبات الاستبيان: للتأكد من ثبات الاستبيان استخدمت الباحثة معامل ألفا كرونباخ

Cronbach's Alpha، كما يوضح ذلك الجدول التالي:

جدول (2) ثبات الاستبيان وفقا لاختبار ألفا كرونباخ

Cronbach's Alpha	Corrected Item-Total Correlation	المحاور
	0.668	المحور الأول

استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية

0.714	0.748	المحور الثاني
	0.652	المحور الثالث
	0.682	المحور الرابع

بلغت معاملات الفاكرونباخ قيمة تتراوح بين 0.530 إلى 0.748 وهي قيم جيدة

للثبات، وبهذا تعد القيم جيدة للاعتماد على الاستبانة من ناحية الثبات.

3- التحليل الإحصائي للبيانات:

الاختبارات الإحصائية المستخدمة في التحليل الإحصائي: اعتمدت الباحثة على الاختبارات التالية في تحليل البيانات الميدانية:

أ. التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص عينة البحث.

ب. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتحليل عبارات الاستبيان.

ت. معامل الارتباط (Pearson's R) لقياس مدى درجة الارتباط بين محاور الاستبيان.

ب. معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان.

ت. اختبار (ت) لقياس الفروق بين المتغيرات الثنائية (ذكور وإناث).

المعالجة الإحصائية لعبارات الاستبيان: اعتمدت الباحثة على نمط ليكارت الثلاثي في وضع الاستجابات، يبدأ هذا النمط بـ"أوافق" =3، وينتهي بـ"أرفض" =1.

5- مجتمع الدراسة: طبقت الباحثة الجانب الميداني على عينة من الشباب (من الجنسين) من طلاب وطالبات جامعة المنوفية، وفيما يلي نبذة مختصرة عن الجامعة:

أنشئت جامعة المنوفية بالقانون رقم (93) الصادر في الرابع عشر من أغسطس عام 1976 م ومقرها بشبين الكوم ، واقتضى القانون (93) في مادته الثانية بأن تتكون جامعة المنوفية من الكليات التابعة آنذاك لجامعة طنطا بشبين الكوم ومنوف . كما صدر في الخامس والعشرين من نوفمبر لسنة 1976 قرار رئيس مجلس الوزراء رقم (1142) بأن تضم جامعة المنوفية أربع كليات فقط هي : كلية الزراعة، كلية الهندسة، كلية التربية، كلية الهندسة الإلكترونية بمنوف.

وفي الفترة من عام 1976 حتى 1986 ثم توسعت الجامعة خلال الفترة من عام 1987 حتى عام 1990 حيث تم إنشاء كليات: الحقوق، والآداب، التمريض والاقتصاد المنزلي إضافة إلى معهد الكبد القومي.

وفي التسعينات تم انشاء كليات التربية الرياضية عام 1993 والسياحة والفنادق والطب البيطري عام 1997 بالاضافة إلى معهدي الهندسة الوراثية والدراسات والبحوث البيئية عام 1998.، مساهمة بذلك في أحداث قيمة شاملة في هذا الظهير الصحراوي لمحافظة المنوفية . كما انتقلت أيضا كلية التربية النوعية بأشمون من وزارة التعليم العالي لتكون تابعة لجامعة المنوفية.

وفي مطلع القرن الحادي والعشرين تم انشاء كلية الحاسبات والمعلومات بشبين الكوم وفروع لكليات التجارة والآداب والحقوق بمدينة السادات . في عام 2006 صدر القرار الجمهوري رقم 267 بإنشاء فرع لجامعة المنوفية من الكليات والمعاهد المنشأة بمدينة السادات وبهذا كانت تعتبر أول جامعة حكومية لها فرع في نفس المحافظة . في عام 2013 نقلت تبعية كليات ومعاهد فروع جامعة المنوفية لتكون نواة لجامعة مدينة السادات تنفيذًا لقرار رئيس الجمهورية رقم (180) بإنشاء جامعة مدينة السادات . وبذلك تقلصت أعداد كليات ومعاهد جامعة المنوفية من (22) كلية ومعهد إلى (14) كلية ومعهد بالاضافة إلى المعهد الفني للتمريض ملحقًا بالمستشفى الجامعي بمنشأة سلطان وتقوم كلية التمريض بالإشراف عليه.

ولما كانت الجامعة تمتلك الكثير من المقومات المادية والمعنوية متمثلة في الانشاءات والمعامل و الكوادر ، وتنسيقًا مع متطلبات سوق العمل وتقديم الخدمات التعليمية والبحثية وأسهامًا منها في تنمية المجتمع وتحقيق رسالتها فقد قامت الجامعة بإنشاء كليتين جديدتين بمدينة شبين الكوم وهما كلية التربية الرياضية – و العلوم الصحية التطبيقية، كما صدر قرارًا جمهوريًا بإنشاء كلية الطب البيطري في عام 2015 بقرية طوخ طنبنشا على جزء من مزرعة الانتاج الحيواني ، وبدأت الدراسة بها في العام الجامعي 2016 / 2017 . كما تم إنشاء كلية الصيدلة التي بدأت الدراسة بها في العام الجامعي 2016 / 2017 -

كما وافق مجلس الوزراء على مشروع قرار رئيس مجلس الوزراء، بتعديل بعض أحكام اللائحة التنفيذية لقانون تنظيم الجامعات رقم 49 لسنة 1972، بتحويل قسم رياض الأطفال كلية التربية بجامعة المنوفية، إلى كلية التربية للطفولة المبكرة وصدر بذلك القرار الوزاري رقم

استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية

1678 على أن تبدأ الدراسة بها في 2017/2018 ، و صدر قرار جمهوري رقم 1950 بإنشاء كلية الإعلام وتبدأ الدراسة بها في 2018 / 2019. (الموقع الإلكتروني لجامعة المنوفية)

6- عينة الدراسة: على الرغم من توافر كافة البيانات الخاصة بجمهور البحث من طلاب وطالبات جامعة المنوفية، وهو الأمر الذي يمكن من سحب عينة احتمالية، إلا أن الظروف التي لا يست جائحة كورونا حالت دون تمكن الباحثة من سحب هذا النوع من العينات، ومن ثم قامت الباحثة بحسب عينة غرضية حرصت الباحثة على أن تتوافر فيها السمات التالية:

- أن تكون ممثلة للجنسين من الذكور والإناث.
 - أن تتضمن العينة طلاب الدراسات العليا وطلاب الليسانس.
 - أن تتضمن العينة كل من سكان الريف وسكان الحضر.
- هذا وقد بلغ حجم العينة (290 طالب وطالبة)، وفيما يلي أهم خصائصها:

جدول (3) خصائص عينة الدراسة

المجموع	النسبة المئوية %	التكرارات	الاستجابة	البيان
290	50	145	ذكور	النوع
%100	50	145	إناث	
290	31	90	نظرية	طبيعة الدراسة
%100	69	200	تطبيقية	
290	74.1	215	أعزب/ أعزباء	الحالة الزوجية
%100	16.9	49	متزوجة/ متزوجة	
	6.2	18	مطلق/ مطلقة	
	2.8	8	أرمل / أرملة	
290	48.6	141	أقل من 3000 جنيه	متوسط دخل الأسرة
%100	29	84	من 3000 إلى أقل من 6000	
	15.2	44	من 6000 إلى أقل من 12000	
	7.2	21	من 12000 فأكثر	
290	57.9	168	جامعي	المستوى الدراسي
%100	42.1	122	دراسات عليا	
290	57.6	167	حساب واحد	عدد الحسابات

حسابيين	47	16.2	%100
ثلاث حسابات	41	14.1	
أربع حسابات	35	12.1	
ريف	113	39	290
حضر	177	61	%100
فيسبوك	269	92.8	290
تويتر	63	21.7	
تيك توك	56	19.3	%100
يوتيوب	134	46.2	
أقل من 3 ساعات	79	24.2	290
من 3 إلى أقل من 6 ساعات	136	46.9	%100
من 6 ساعات فأكثر	75	25.9	

توضح بيانات الجدول السابق أهم خصائص عينة البحث، ومن هذه البيانات يتبين التالي:

- 1- توزعت عينة البحث حسب النوع بالتساوي بواقع 50% لك من الذكور والإناث.
- 2- توزعت عينة البحث حسب طبيعة الدراسة بواقع 69% لطلاب التخصصات النظرية و31% لطلاب التخصصات التطبيقية.
- 3- توزعت عينة البحث حسب الحالة الزوجية بواقع 74.1% للعزاب و16.9% للمتزوجين، و6.2% للمطلقين و2.8% للأرامل.
- 4- توزعت عينة الدراسة حسب متوسط داخل الأسرة بواقع 48.6% لمن تقل دخول أسرهم عن ثلاثة آلاف جنيه، و29% لمن تقع دخول أسرهم ما بين ثلاثة إلى أقل من ست آلاف جنيه، و15.2% لمن تقع دخول أسرهم ما بين ست إلى أقل من اثني عشر ألف جنيه، وأخيرا 7.2% تزيد دخول أسرهم عن اثني عشر ألف جنيه.
- 5- توزعت عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي بواقع 57.9% من طلاب التعليم الجامعي، و42.1% من طلاب الدراسات العليا.

(*) سمح للمبحوث بأكثر من اختيار

استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية

6- توزعت عينة الدراسة حسب عدد الحسابات المستخدمة على وسائل التواصل الاجتماعي بواقع 57.6% يمتلكون حساب واحد، و16.2% يمتلكون حسابين، و14.1% يمتلكون ثلاثة حسابات، وأخيراً 12.1% يمتلكون أربعة حسابات.

7- توزعت عينة الدراسة حسب منطقة السكن بواقع 61% من سكان المدن و39% من سكان الريف.

8- احتلت منصة التواصل الاجتماعي الفيس بوك مقدمة المنصات التي يمتلك أفراد عينة البحث حساباً ناشطاً عليها، بواقع 92.8%، يليها منصة اليوتيوب بنسبة 46.2%، ثم منصة تويتر بواقع 21.7%، وجاءت منصة التيك توك في الترتيب الأخير بواقع 19.3%.

9- توزعت عينة الدراسة حسب عدد الساعات التي يقضوها في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يومياً بواقع 46.9% يقضون ما بين ثلاثة إلى ست ساعات يومياً، يليهم من يقضون ست ساعات فأكثر بواقع 25.9%، ثم من يقضون أقل من ثلاث ساعات بواقع 24.2%.

سادساً - نتائج الدراسة الميدانية:

1- الإجابة على السؤال الأول: إلى أي مدى يلتزم الشباب باستخدام البيانات الحقيقية التي تعبر عن هوياتهم في استخداماتهم لوسائل التواصل الاجتماعي؟

من المتعارف عليه في عالم وسائل التواصل الاجتماعي، أن المستخدم عند بداية تأسيسه لحساب شخصي على أي من تلك الوسائل يطلب منه وضع مجموعة من البيانات التي تعبر عن هويته على تلك المنصات وتساعد الآخرين على التعرف على تلك الهوية، وتتعدد تلك البيانات لتشمل الاسم والنوع والسن والحالة الاجتماعية والتعليم والسكن والهوايات وأرقام التواصل... الخ وعدد كبير جداً من البيانات الأخرى، وهي في مجملها بيانات تساهم في تشكيل ورسم هوية محددة للمستخدم، ومن هنا كان السؤال الأول في البحث الراهن حول مدى التزام الشباب من أفراد عينة الدراسة بوضع البيانات

الحقيقية التي تعبر عن هوياتهم في حساباتهم على وسائل التواصل الاجتماعي والجدول التالي يوضح نتيجة الدراسة الميدانية الخاصة بهذا السؤال:

جدول (4)

درجة التزام أفراد عينة البحث بوضع البيانات الحقيقية على وسائل التواصل

الاجتماعي

درجة الإلتزام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاستجابات			السمة
			أبدا%	أحيانا%	دائما%	
متوسطة	1.2561	1.100	75.2	5.1	19.7	الاسم الحقيقي
ضعيفة	1.5621	1.052	35.5	40.7	23.8	الصورة الحقيقية
متوسطة	.9584	2.828	4.8	87.6	7.6	العمر الحقيقي
ضعيفة	1.5214	1.386	75.2	6.5	18.3	الحالة الاجتماعية الحقيقية
متوسطة	.8584	1.872	36.9	39	24.1	صور أفراد الأسرة
ضعيفة	1.2894	1.614	74.1	13.1	12.8	المهنة الحقيقية
كبيرة	.6251	2.528	16.6	14.1	69.3	محل الميلاد الحقيقي
ضعيفة	.8740	.1079	64.1	26.2	9.7	محل السكن الحقيقي
كبيرة	.6241	2.579	10.3	21.4	68.3	الهوية الحقيقية
ضعيفة	.8969	1.190	46.2	18.6	35.2	إظهار قائمة الأصدقاء
ضعيف	1.2541	1.130	الدرجة الكلية			

توضح بيانات الجدول السابق أن من بين السمات العشر والتي تعبر عن هوية المستخدم عبر وسائل التواصل الاجتماعي، هناك سمتين فقط وهما (محل الميلاد الحقيقي والهوية الحقيقية) هما اللتان يلتزم أفراد عينة البحث من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بوضع البيانات الحقيقية عنهما، في الوقت الذي أوضحت فيه البيانات أن أفراد عينة الدراسة لا يلتزمون بوضع البيانات الحقيقية التي تتعلق بكل من: الصورة الحقيقية للمستخدم وحالته الاجتماعية والمهنة ومحل السكن، كما توضح البيانات أيضا أن مستخدمي مواقع التواصل من أفراد عينة الدراسة يلتزمون إلى حد ما بكتابة البيانات الحقيقية التي تتعلق بكل من الاسم والعمر وصور أفراد الأسرة والمهنة.

ومن تلك النتائج يمكن للباحثة القول بأن الخصائص التي تعبر عن الهوية المتشكلة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تبعد كثيرا عن الخصائص الحقيقية للمستخدمين،

استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية

ويعود ذلك إلى أن الشباب لا يضعون البيانات الحقيقية التي تعبر عن شخصياتهم على حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، ومن ثم فإن الشباب بهذا المنحى يزيّفون هوياتهم المستخدمة في تفاعلاتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

2-الإجابة على السؤال الثاني: ما الأسباب التي تدفع الشباب إلى تزييف هوياتهم

المستخدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

جدول (5) تقديرات أفراد عينة الدراسة لأسباب تزييف الهوية المستخدمة عبر وسائل

التواصل الاجتماعي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأسباب
الأول	.4244	2.834	الرغبة في الحفاظ على الخصوصية
الثاني	.5442	2.600	الرغبة في التحدث والتعبير عن وجهة نظري بحرية
السادس	.7389	1.628	لفت انتباه الآخرين
الرابع	.7489	1.707	خلق نوع من الغموض
الثالث	.7911	2.086	الخوف من العواقب الأمنية
السابع	.6622	1.386	الشعور بالخجل يمنعني من كتابة بياناتي الحقيقية
الخامس	.7781	1.638	لتجميل صورتي في اعين من يتابعني

توضح بيانات الجدول السابق أن هناك سبعة أسباب تكمن خلف اتجاه الشباب نحو تزييف هويتهم من خلال استخداماتهم لوسائل التواصل الاجتماعي، يأتي في مقدمة تلك الأسباب وبدرجة مرتفعة كل من الرغبة في الحفاظ على الخصوصية بمتوسط حسابي (2.3) ، يليه الرغبة في التحديث والتعبير عن وجهة النظر بحرية بمتوسط حسابي (2.6).

إضافة إلى ذلك هناك خمسة أسباب (متوسطة) وهي: الخوف من العواقب الأمنية بمتوسط حسابي (2.08) ، وخلق نوع من الغموض حول الشخصية بمتوسط حسابي (1.70)، ثم محاولة تجميل صورة المستخدم بمتوسط حسابي (1.63)، ولفت انتباه الآخرين بمتوسط حسابي (1.62). هذا في الوقت الذي حصل فيه دافع الشعور بالخجل على تقدير ضعيف بمتوسط حسابي بلغ (1.38).

3-الإجابة على السؤال الثالث: إلى أي مدى تتطابق الهوية الثقافية المشكلة عبر وسائل التواصل الاجتماعي مع الهوية الثقافية الواقعية للشباب؟
جدول (5) بوضوح درجة تقارب الهوية الثقافية المشكلة عبر وسائل التواصل الاجتماعي مع مكونات الهوية الثقافية الواقعية للشباب

الأسباب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقارب
تنتم مشاركاتي على وسائل التواصل بأنها تعبر عن القيم التي أو من بها	1.086	.8745	ضعيفة
تنتم مشاركاتي على وسائل التواصل بانها تعبر وتتسق مع تقاليد المجتمع المصري	1.131	.8417	ضعيفة
اراعي في مشاركاتي على وسائل التواصل استخدام مفردات اللغة العربية الفصحى	1.041	.9854	ضعيفة
تعبر مشاركاتي على وسائل التواصل عن العادات التي امارسها في حياتي الواقعية	1.072	1.2140	ضعيفة
تعبر مشاركاتي على الفيسبوك عن المبادئ التي أو من بها وتحكم سلوكياتي وتصرفاتي الحياتية	1.024	1.5214	ضعيفة

توضح بيانات الجدول السابق تقديرات أفراد عينة الدراسة لدرجة تقارب الهوية الثقافية للشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع مكونات الهوية الثقافية الواقعية للشباب، ومن هذه البيانات يتضح لنا أن هناك خمسة مكونات تعكس مدى تقارب الهوية الثقافية المشكلة عبر وسائل التواصل الاجتماعي مع الهوية الثقافية الواقعية، وأن هذه المكونات الخمسة حصلت على درجة ضعيفة، وهي: مكون القيم، مكون التقاليد، مكون اللغة، مكون العادات، مكون المبادئ، فقد جاءت المتوسطات الحسابية لكافة تلك المكونات أقل من (1.5) وهو ما يعني أن هناك اختلاف كبير بين مكونات الهوية الثقافية للشباب المشكلة عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومكونات الهوية الثقافية الواقعية.

4- الإجابة على السؤال الرابع: إلى أي درجة تراعي وسائل التواصل الاجتماعي المكونات الثقافية للمجتمع المصري؟

استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية

جدول (6) بوضوح تقديرات أفراد عينة البحث لدرجة مراعاة وسائل التواصل الاجتماعي للمكونات الثقافية للمجتمع المصري

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأسباب
.7374	.1293	قيم المجتمع المصري الأصيلة (مثل الاحترام والتقدير والتعاون)
.7918	.1221	التقاليد التي تعبر عن هوية المجتمع المصري
.6661	1.131	العادات التي تميز الشعب المصري عن باقي شعوب المنطقة
.7069	.1055	المبادئ العامة للمجتمع المصري
.6717	1.014	الأخلاقيات العامة للمجتمع
.7415	1.132	المتوسط العام

توضح بيانات الجدول تقديرات أفراد عينة الدراسة لدرجة مراعاة وسائل التواصل الاجتماعي المعايير الثقافية للمجتمع المصري، وتوضح هذه البيانات أن الاتجاه العام لدرجة مراعاة وسائل التواصل الاجتماعي للمكونات الثقافية للمجتمع المصري جاءت ضعيفة، وتقصيلاً تظهر البيانات أن أفراد عينة الدراسة رجحوا عدم مراعاة وسائل التواصل الاجتماعي للمكونات الثقافية للمجتمع المصري وهي: قيم المجتمع المصري الأصيلة، التقاليد التي تعبر عن المجتمع المصري، العادات التي تميز الشعب المصري عن شعوب المنطقة، المبادئ العامة للمجتمع المصري، الأخلاقيات العامة للمجتمع المصري.

3- الإجابة على السؤال الخامس: هل تختلف ملامح الهوية الثقافية للشباب عبر وسائل التواصل الاجتماعي باختلاف النوع؟

جدول (7) نتائج اختبار (ت) لقياس الفروق بين عينة الذكور وعينة الإناث على أبعاد

الاستبيان

الأبعاد	النوع	العدد = ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	الدلالة
مدى التزام الشباب باستخدام بياناتهم الحقيقية	ذكر	145	2.4511	.48845	.058	.954
	انثى	145	2.4540	.34582		
أسباب اتجاه الشباب نحو تزيف هوياتهم	ذكر	145	1.9901	.29289	.359	.720
	انثى	145	1.9754	.40031		
درجة تقارب هوية وسائل التواصل مع الهوية الواقعية	ذكر	145	2.0510	.40031	4.671**	.000
	انثى	145	2.2510	.37843		

.000	6.894**	.41214	1.8855	145	ذكر	مراعاة وسائل التواصل للمكونات الثقافية
		.43927	2.2303	145	انثى	

(**) دالة معنوية عند مستوى (0.01)

- توضح بيانات الجدول السابق نتائج استخدام الباحثة لاختبار (ت) لقياس الفروق بين عينة الذكور وعينة الإناث على أبعاد الاستبيان الأربعة، وتوضح هذه البيانات التالية:
- 1- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الذكور وعينة الإناث على البعد الأول من الاستبانة (مدى التزام الشباب باستخدام بياناتهم الحقيقية على مواقع التواصل الاجتماعي)، وهو ما يعني أن كلا الفريقين (ذكور وإناث) يتفقون في النتيجة الأولى التي مفادها أن الشباب يعتمدون إلى تزييف بياناتهم التي تعبر عن شخصياتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- 2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الذكور وعينة الإناث على البعد الثاني من الاستبانة (أسباب اتجاه الشباب نحو تزييف هوياتهم على مواقع التواصل الاجتماعي) وهو ما يعني كذلك أن الذكور والإناث يتفقون على الأسباب الدافعة إلى تزييف هوياتهم التي يتعاملون بها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) بين عينة الذكور وعينة الإناث على البعد الثالث في الاستبانة (درجة تقارب هوية وسائل التواصل مع الهوية الواقعية) وجاءت الفروق لصالح عينة الإناث، وهو ما يعني أن الإناث أكثر ميلا لأن تكون هوياتهم المتشكلة عبر وسائل التواصل الاجتماعي بعيدة تماما عن هوياتهم الواقعية.
- 4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) بين عينة الذكور وعينة الإناث على البعد الرابع في الاستبانة (مراعاة وسائل التواصل للمكونات الثقافية) وجاءت الفروق لصالح عينة الإناث، وهو ما يعني إن الإناث من أفراد عينة الدراسة أكثر ميلا للقول بأن وسائل التواصل الاجتماعي لا تراعي المكونات الثقافية للمجتمع المصري، مقارنة بعينة الذكور.

سابعا - مناقشة نتائج الدراسة

استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية

بحثت هذه الدراسة في أربعة قضايا أساسية، الأولى تتعلق بتساؤل مؤداه إلى أي مدى يلتزم الشباب باستخدام البيانات الحقيقية التي تعبر عن هوياتهم في استخداماتهم لوسائل التواصل الاجتماعي؟ والثانية، طرحت من خلاله تساؤل مؤداه: ما الأسباب التي تدفع الشباب إلى تزييف هوياتهم المستخدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟، أما القضية الثالثة فدارت حول سؤال مؤداه: إلى أي درجة تتطابق الهوية الثقافية المشكلة عبر وسائل التواصل الاجتماعي مع الهوية الثقافية الواقعية للشباب؟، أما القضية الرابعة والأخير فجاءت على هيئة سؤال إلى أي درجة تراعي وسائل التواصل الاجتماعي المكونات الثقافية للمجتمع المصري؟. وقد خلصت الدراسة الميدانية لعدد من النتائج تعد إجابة على هذه الأسئلة وتأتي الباحثة هنا لتعيد قراءة تلك النتائج في ضوء التوجه النظري للدراسة.

فيما يتعلق بمدى التزام الشباب باستخدام البيانات الحقيقية التي تعبر عن هوياتهم الواقعية في استخداماتهم لوسائل التواصل الاجتماعي، كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن أن الشباب من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يكشفون فقط عن البيانات الخاصة بمحل الميلاد الحقيقي والهويات الممارسة، وما دون ذلك من بيانات تتعلق بالاسم الحقيقي والصورة الحقيقية للمستخدم فضلا عن العمر الحقيقي والحالة الاجتماعية وصور أفراد الأسرة والمهنة ومحل السكن الحقيقي، فكل تلك البيانات يعتمد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي إلى عدم التصريح بها، ومن ثم التعامل عبر بيانات غير حقيقية بالمرّة.

ويمكن فهم هذا المنحى من قبل الشباب من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء فكرة الصور الذهنية لنظرية الغرس الثقافي، فوسائل الاعلام على اختلافها تعمل على تقديم صور رمزية عن العالم بعيدة تماما عن الواقع الحقيقي، وهو الأمر الذي يدركه مستخدمي تلك الوسائل ومن ثم من الطبيعي أن يساهموا هم بأنفسهم في رسم صورة غير واقعية لشخصياتهم التي يتفاعلوا من خلالها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، القول بطريقة أخرى، يدرك الشباب ويعي تماما أن وسائل التواصل الاجتماعي هي عالم افتراضي وغير حقيقي، وأن الشخصيات التي يتعاملوا معها عبر منصات تلك الوسائل هي شخصيات غير حقيقية، وبياناتها لا تمت إلى الواقع بصلة، ومن ثم يصبح من الطبيعي على هؤلاء المستخدمين أن يتعاملون هم أيضا عبر بيانات شخصية غير حقيقية بالمرّة.

وتتضح وجهة هذا التفسير_ من وجهة نظر الباحثة_ عند إعادة فحص الأسباب التي برر من خلالها الشباب اتجاههم نحو تزييف هويتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي، منها الرغبة في الحفاظ على الخصوصية من الانتهاك والرغبة في التحدث والتعبير بحرية، وربما تحول البيانات الحقيقية لمستخدمي وسائل التواصل من تحقيق هذين الأمرين (الخصوصية الحرية).

وتقودنا النتيجة السابقة إلى ما خلصت إليه نتائج الدراسة الميدانية التي أكدت على ثمة حالة من عدم التقارب، بين الهوية الثقافية للشباب المتشكلة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وبين الهوية الثقافية لهم في الواقع المعاش، عبرت حالة التباعد تلك عن نفسها في خمسة مؤشرات أساسية، تدور جميعها حول أن مكونات الهوية الثقافية للشباب عبر وسائل التواصل لا تتطابق ولا تقترب من المكونات الحقيقية، والتي تشمل : القيم والتقاليد واللغة والعادات والمبادئ التي تشكل بناء الهوية الواقعية للشباب، حيث أكدت العينة على أن تلك المكونات المتشكلة عبر مواقع التواصل تبعد تماما عن واقعها الحقيقي المعاش على أرض الواقع في حياة الشباب.

ويمكن فهم جملة هذا النتائج أيضا في ضوء احد الأفكار الأساسية لنظرية الغرس الثقافي، والتي ترى وفقا لجيرنير أن وسائل الإعلام تعمل على اكتساب وتشكيل البناء المفاهيمي أو الرموز الثقافية في المجتمع، فوفقا لتلك الرؤية فإن مواقع ووسائل التواصل الاجتماعي تعمل على إعادة تشكيل هويات افتراضية تتماشى مع طبيعة تلك الوسائل وخصائصها وأهدافها، وهو الأمر الذي عبر عنه جيرنير في مقولته عن فكرة التماهي الثقافي بين وسائل الإعلام والمتلقيين.

وتتأكد وجهة التفسير والتحليل السابق إذا أخذنا بعين الاعتبار ما خلصت إليه الدراسة الميدانية من نتائج فيما يتعلق بدرجة مراعاة وسائل التواصل الاجتماعي للمكونات الثقافية للمجتمع المصري، حيث كشفت النتائج الميدانية عن أن الاتجاه العام لأفراد عينة الدراسة كان يصب في اتجاه عدم مراعاة وسائل التواصل لتلك المكونات، سواء ما تعلق منها بالقيم

استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية
الأصيلة أو التقاليد أو العادات أو المبادئ العامة التي تحكم حركة المجتمع المصري،
فضلا عن اخلاقياته العامة.

أن طول مدة استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي تفعل ما أطلق عليه جيرنبر
(مصطلح الرنين) فطول مدة التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي يعزز من تعرض الشباب
لجرعة زائدة مما تبثه تلك الوسائل وتؤكد عليه، ومن ثم تزيد من تأثيرات الغرس الثقافي الذي
يعبر عن نفسه من خلال دورها المؤثر في عملية تشكيل القيم والصور الذهنية لمستخدميها
من الشباب ، ومن ثم فهي تمتلك القدرة على تشكيل الهوية الثقافية، بالمضمون والشكل
والاتجاه الذي يتفق مع التوجهات العالمية الحاكمة لوسائل التواصل الاجتماعي.

المراجع:

- إبراهيم، أحمد زين العابدين.(2020). خصائص الهوية الافتراضية لدى الشباب المصري:دراسة لعينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، مجلة كلية الآداب، جامعة عين شمس، العدد، القاهرة.
- إبراهيم، خديجة عبد العزيز علي (2014)، واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بجامعة صعيد مصر (دراسة ميدانية)، مجلة العلوم التربوية، العدد الثالث.
- أبو اصبع، صالح (2004)، تأثير الأنترنت على الشباب، ورقة عمل قدمت في ندوة "تأثير الأنترنت في الشباب" جامعة الشارقة، 12-12 نوفمبر.
- أحمد، عصام وولد جاب الله سعاد (2013) تأثير م واقع التواصل الاجتماعي على خصوصية الفرد الجزائري، دراسة وصفية حول الخصوصية والبنية القيمية للأفراد. طلبة جامعة المسيلة نموذجاً، رسالة ماجستير (منشورة إلكترونياً) كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة المسيلة، الجزائر.
- اتحاد المغرب العربي، الأمانة العامة (2018)، دراسة أوضاع الشباب المغربي، الرباط، المغرب.
- الدوي، إبراهيم أحمد (2017). شبكات التواصل الاجتماعي، مركز البحوث والمعلومات، المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر، عمان.
- الجابري، محمد عابد.(1998). العولمة والثقافة. عشر أطروحات، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 228، بيروت.
- العزب، سهام أحمد العزب والغامدي، محمد سعدي صالح (2011) المحادثة عبر شبكة المعلومات (أنماطها ودوافعها وآثارها): دراسة ميدانية على طلاب جامعة الملك عبد العزيز، مجلة جامعة الملك عبد العزيز "الآداب والعلوم الإنسانية"، المجلد 19 العدد، العدد 1، ص 71-122.

استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية

- المدني، أسامة غازي (2014)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية. جامعة أم القرى نموذجاً، مجلة الآداب والعلوم والاجتماعية، جامعة السلطان قابوس.
- الطرابيشي، ميرفت والسيد، عبد العزيز. (2006). نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة.
- الأنصاري، رفيدة بنت عدنان حامد (2017)، الانعكاسات التربوية لشبكات وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة. المؤتمر الثاني للوحدة الوطنية "دور المؤسسات التعليمية في تعزيز الوحدة الوطنية"، 11-12 ديسمبر، جامعة الجوف، المملكة العربية السعودية.
- المجالي، فايز (2007)، استخدام الأنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، مجلة المنارة، المجلد 13، العدد 1.
- الطيار، فهد بن علي (2014) شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتز نموذجاً" دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد 61، الرياض.
- الشهري، حنان بنت شعشوع (2013)، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية. الفيس بوك وتويتز نموذجاً" دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبدالعزيز، السعودية.
- العتيبي، جراح (2008) تأثير الفيسبوك على طلبة الجامعات السعودية، رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود، الرياض .
- الجلفة، محمد الكر (2018) شبكات التواصل الاجتماعي وإشكالية التباعد الأسري . دراسة حالة الأسرة الجزائرية، جامعة الجزائر.
- الخصاونة، أحمد إبراهيم.(2015). استخدام المرأة في الإعلانات التلفزيونية: التلفزيون الأردني وقناة رؤيا أنموذجاً، رسالة ماجستير (منشورة إلكترونياً) كلية الإعلام، جامعة البترا، المملكة الأردنية الهاشمية.

- الصلال، بدر حمد.(2012). دور الفضائيات الكويتية الرسمية والخاصة في تعزيز المواطنة، رسالة ماجستير (منشورة إلكترونياً) جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- الدليمي، عبدالرازق محمد (2008): الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية. ط1، دار وائل للنشر، الأردن.
- الضبع، ماهر عبد العال (2015)، العلاقات الافتراضية بين الشباب في المجتمع السعودي : دراسة في الخصائص والمحددات. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الاسلامية - عمادة البحث العلمي (السعودية)، عدد 37.
- الفايز، شذا محمد (2018)، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على سلوكيات المراهقين، المجلة العربية للعلوم الاجتماعية، المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية، مجلد2، العدد 13.
- الدوكالي، عبد الكريم عبد الحق.(2001). تحديات العولمة الثقافية، دار إقرأ، الجزائر.
- أمين، رضا(2015)، الإعلام الجديد ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- الكيلاني، إسماعيل.(2010). الشباب وتفاعلهم مع حال الأمة، مجلة الرائد، العدد 273، نوفمبر.
- أمين، جلال.(1998). العولمة والهوية الثقافية والمجتمع التكنولوجي الحديث، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 234، بيروت.
- بايوسف ، مسعودة (2011)، الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد، دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، (الجزائر)، العدد5.
- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. المكتب الإقليمي للدول العربية (2016). تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام 2016"الشباب في المنطقة العربية: آفاق التنمية الإنسانية في واقع متغير"، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية.

استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية

-بلعربي، سعاد(2015). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية. دراسة ميدانية على عينة من طلبة مستخدمي موقع الفيسبوك بجامعة مستغانم. رسالة ماجستير (منشورة إلكترونيا) جامعة عبد الحميد بن بادريس_مستغانم، الجزائر.

- بهناس، سعيد عادل(2016)، من الهوية الحقيقية إلى الهوية الافتراضية. مجلة أنسنة للبحوث والدراسات، جامعة زيان عاشور بالجلفة ، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 14.

- بويكر، جيلالي (2015): اللغة والهوية والعولمة - معركة المفاهيم. مجلة الكلمة (منتدى الكلمة للدراسات والأبحاث) السنة 22، العدد 88، 2015 (ص ص19-118)

- تمنوش، فتحية.(2018). الأعلام الديني ودوره في التنشئة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي. دراسة ميدانية على عينة من منتبعي قناة الرسالة، رسالة ماجستير (منشورة إلكترونيا) كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن بادريس_مستغانم، الجزائر.

- جليبي، علي (2017): العولمة وأزمة الهوية - قراءة نقدية في تراث علم الاجتماع المعاصر. المجلة العربية لعلم الاجتماع - جامعة القاهرة - كلية الآداب ، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، العدد 19، يناير 2017 (ص ص9-27).

-حجازي، عزت .(1985) الشباب العربي ومشكلاته، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد 6، الكويت.

- خضر، نيرمين(2009) الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري مواقع الشبكات الاجتماعية، المؤتمر العلمي الأول للأسرة والإعلام وتحديات العصر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- زموري، زينب، وبغدادى، خيره(2011). العلاقة العاطفية بين الجنسين باستخدام الوسائل الالكترونية بين المجتمع الافتراضي والمجتمع الحقيقي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ورقلة، الجزائر، العدد 6.

- ساري، حلمي(2008). تأثير الاتصال عبر الأنترنت في العلاقات الاجتماعية. دراسة ميدانية في المجتمع القطري. مجلة جامعة دمشق، المجلد 24، العدد الأول والثاني.

- سلامي، رجاء عبد الحفيظ. (2019). قضايا الهوية الثقافية في عالم متغير، دار ماجد للنشر والطباعة والتوزيع، القاهرة.
- شريف، درقاوي عبد القادر (2015)، الفيس بوك في الوطن العربي - دراسة علمية لظاهرة المنظمات الافتراضية، مجلة جيل الدراسات السياسية والعلاقات الدولية - مركز جيل البحث العلمي - الجزائر، ع 1.
- صابر، لامية. (2010). الحملات الإعلانية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب، رسالة ماجستير (منشورة إلكترونياً) كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر - باتنة، الجزائر.
- عبدالصمد، فضل ابراهيم (2005): ارتباك الهوية الثقافية في علاقته ببعض الأعراض المرضية ادى عينة من الشباب الجامعي. (في ☺ المؤتمر السنوي الثاني عشر للإرشاد النفسي بجامعة عين شمس بعنوان: الإرشاد النفسي من أجل التنمية في عصر المعلومات. في الفترة من 25 إلى 27 ديسمبر 2005. المجلد الأول ص ص 87-138.
- عثمان، نزيهة. (2017) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين. دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المسيلة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر.
- عثمان، عزة عبد العزيز (2009) العوامل المؤثرة على استخدامات الفتيات في السعودية ومصر للأنترنت. دراسة مقارنة، المؤتمر الدولي الأول لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، كلية الإعلام، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.
- عرفه، أفنان طلعت عبد المنعم (2015) استخدامات الشباب للشبكات الاجتماعية وتأثيرها على علاقاتهم في تبادل الخبرات المجتمعية، رسالة ماجستير، قسم الصحافة، كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- عبد السلام، نجوى عبد السلام (1998) أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الأنترنت. دراسة استطلاعية، المؤتمر العلمي الرابع لكلية الإعلام "الإعلام وقضايا الشباب"، جامعة القاهرة.

استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وملامح الهوية الثقافية

- عمر، حمدي أحمد. (2014). مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي. دراسة في سيولوجيا الإنترنت على عينة من الشباب في بعض محافظات صعيد مصر، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد العاشر، مركز دراسات الشرق الأوسط، القاهرة.
- غضبان، غالية. (2018). أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين في ظل العولمة الإعلامية. دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك بجامعة باتنة، إنموذجا، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، الجزائر.
- محمد، فاطمة محمد وسلامة، نايف محمود (2013)، أثر استخدام تقنية الاتصال الحديثة على القيم الاجتماعية من خلال التواصل الاجتماعي بين جيل الأبناء والآباء، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، مصر، ع 154، ج 2.
- موسى، عبدالفتاح تركي (2016): وعي مستخدمي الانترنت بالجوانب الإيجابية والسلبية الخاصة بها- دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة جنوب الوادي. حوليات اداب عين شمس، جامعة عين شمس، كلية الاداب، المجلد 44، عدد يوليو- سبتمبر.
- مركز الدراسات الاستراتيجية (2012). المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، سلسلة نحو مجتمع المعرفة، جامعة الملك عبدالعزيز، السعودية.
- Light, Ben; **“Disconnecting with Social Networking Sites”**. Palgrave Macmillan, United States, 2014, p. 10.
- Manago, Adriana M. (2015); **Medial and the development of Indentity**". (in) Robert Scott and Stephan Kosslyn (eds.); "Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences". John Wiley & Sons, Inc.
- Aln , June (2011) The Effect of Social Network Sites on Adolescents' Social and Academic Development: Current Theories and Controversies. JOURNAL OF THE American Society for Information Science and Technology, 62(8), pp.,:1435-1445.
- Ali ,Asad and Anam, Iqbal(2000) Effects of Social Media on Youth: A Case Study in University of Sargodha, International Journal of

Advanced Research (IJAR), ISSN: 2320-5407 Int. J. Adv. Res.
4(11), 369-372. onlicne:

http://www.journalijar.com/uploads/442_IJAR-13285.pdf

- Buckingham, David (2007) The Impact of the Media on Children and Young People with a particular focus on computer games and the internet, Commissioned by the Department for Children, Schools and Families, Centre for the Study of Children, Youth and Media, Institute of Education, University of London.
- Boyd, Danah M., (2018). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, School of Information, University of California-Berkeley
- Colás ,T. González and J. de Pablos, Young People and Social Networks: Motivations and Preferred Uses, Scientific Journal of Media Education; ISSN: 1134-3478; 2013, pp., 15-23.
- Dell, Peter (2006); "The influence of internet use on identity in Asia", Media-Asia Research Group 2006 Conference, 15 Feb 2006.
- Gnyawali, Devi R., et al. ; "**Competitive Actions and Dynamics in the Digital Age: An Empirical Investigation of Social Networking Firms**". Information Systems Research, Vol. 21, No. 3, September 2010, p. 595.
- Gunduz, Ugur (2017); "**The Effect of social Media on Identity Construction**". Mediterranean Journal of social Sciences, Vol 8, No 5, 2017.
- Halakerimath, Vidyashri C .And Danappagoudra , Shivagamma B., (2017) A Study on Impact of Social Media on Youth, International Journal of Current Research Vol .9 , Issue ,05 ,pp . -50868-50870 ,May.
- Kanagavel, Rajalakshmi & Chandrasekaran, Velayutham; "**Creating Political Awareness Through Social Networking – An Empirical Study with Special Reference to Tamil Nadu**

Elections 2011". Journal of Social Media Studies, MacroWorld, India, 2014, p.73.

- Khedo ,Kavi Kumar, Rajen Suntoo, Sheik Mohammad Roushdatt Ally and Asslinah Mocktoolah, (2013) Impact of Online Social Networking on Youth, EJISDC, Vol.,56, Issue 6.
- Lxue , Bai , and Yao , Oliver. (2010): Facebook on campus: the use and friend formation in online social networks, College of Business and Economics, Lehigh University, [online]
- Langenhove , Luk Van and Harréi, Rom.(2015). Cultural stereotypes and positioning theory. On line:
<https://www.researchgate.net/publication/281202318>
- Mosharafa, Eman.(2015). All you Need to Know About: The Cultivation Theory, Global Journal of HUMAN-SOCIAL SCIENCE: A Arts & Humanities – Psychology, Volume 15 Issue 8 Version 1.0.
- Stanisław ,Juszczyk , (2015) Fields of Impact of Social Media on Youth– Methodological Implications, Acta Technologica Dubnicae volume 5, issue 2 .
- Ocansey . Selasi Kwam(2016), Wolali Ametepe and Charles Fynn Oduro, The Impact of Social Media on The Youth: the Ghanaian perspective, INTERNATIONAL JOURNAL OF ENGINEERING TECHNOLOGY AND SCIENCES (IJETS) Vol.6 (1).
- Shetty ,Annapoorna ,Reshma Rosario and Sawad Hyder(2015), The Impact of Social Media on Youth, International Journal of Innovative Research in Computer and Communication Engineering, Vol. 3, Special Issue 7, October,pp.,379-384 .
- Sinha , Arpan ,Mr Rajesh Kumar Yadav and Rekha Kanodia, Social Media: Positive vs Negative(2016) Effect on Young Generation, International Journal of Science Technology and Management, Vol. No.5, Special Issue No.(01), February,pp.,484-491 .

- Shabir Ghulam ,Yousef Mahmood Yousef Hameed ,Ghulam Safdar,Syed Muhammad Farouq Shah Gilani(2014) The Impact of Social Media on Youth: A Case Study of Bahawalpur City, *Asian Journal of Social Sciences & Humanities Vol. 3(4) November*.
- Shabnoor . Siddiqui . and Singh, Tajinder (2016) Social Media its Impact with Positive and Negative Aspects, *International Journal of Computer Applications Technology and Research* Volume 5 –Issue 2, 71 – 75, ISSN:- 2319-8656.
- Shrum. L.J.(2017). **Cultivation Theory: Effects and Underlying Processes**, The International Encyclopedia of Media Effects.Patrick Rssler (Editor-in-Chief), Cynthia A. Hoffner, and Liesbet van Zoonen (Associate Editors). JohnWiley & Sons, Inc. Published.P.2-13.
DOI:10.1002/9781118783764.wbieme0040
- Queen ,Adaugo ,Chiemela ,Ovute A.O and Obochi Charles I (2015), The influence of the social media on the Nigerian youths: Aba residents experience, *Journal of Research in Humanities and Social Science*, Volume 3 ~ Issue, pp:12-20.
- World Health Organization(2019) Youth and health risks,p.،24.
Online: <chrome-extension://ngpampappnmepgilofohadhhmbhlaek/captured.html?back=1>

المواقع الإلكترونية:

<https://www.menofia.edu.eg/View/576/ar>

معجم المعاني الجامع

<https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D9%87%D9%88%D9%8A%D8%A9/>

Abstract: This study examined the issue of the uses of social media and the features of the cultural identity of young people in Egyptian society, and aimed to answer the following questions: 1- To what extent are young people committed to using real data that expresses their identities in their use of social media?, 2- What The reasons that lead young people to falsify their identities used through social media? 3- To what degree does the cultural identity formed through social media match the real cultural identity of youth?, 4- To what degree does social media take into account the cultural components of Egyptian society? The researcher relied on the sample social survey method, and used the questionnaire tool in a field study on a sample of university students (290 male and female student). The results of the study revealed that young people who use social media tend to falsify their identities used on social networks, and that the main reasons behind This is due to the desire for privacy and freedom, and the results revealed that the cultural identity of youth formed on social networks is completely different from their real identities.

Keywords: social networks, cultural identity, Egyptian youth