

الاتجاهات البحثية العربية المعاصرة في دراسة تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية: دراسة تحليلية من المستوى الثاني

د. السيد محمد أبوشعشع*

الملخص:

تبلورت مشكلة الدراسة في رصد الدراسات والأبحاث العربية التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية، وتوصيفها وتحليلها تحليلاً نقدياً كفيماً من المستوى الثاني. كما سعت الدراسة لتقديم توصيف وتفسير لمفهوم الهوية الثقافية في ضوء التغيرات التي حدثت في البيئة الإعلامية في الوقت الراهن، وتطرق أيضاً إلى تحديد تأثير تلك الوسائل على الهوية الثقافية في فترة من أهم فترات التاريخ العربي المعاصر.

وتنتهي من حيث المنهج إلى دراسات التحليل التلوي أو دراسات المستوى الثاني -Meta Analysis. وشملت العينة مجموعة من البحوث والدراسات العربية التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على الهوية الثقافية للجمهور العربي وعددها (106) دراسة، من مختلف الدول والمجتمعات والمدارس العملية والبحثية العربية.

وخلصت الدراسة من خلال عملية التحليل الكيفي للبحوث عينة الدارسة خلال الفترة الزمنية من 2011 إلى عام 2022 إلى أنها تندرج ضمن سبع فئات عريضة من الناحيتين المنهجية والإجرائية؛ والتي جاءت على النحو التالي:

أولاً: أنواع البحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية.
ثانياً: الموضوعات التي تمحورت حولها البحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية، وكيفية صياغتها كمسئلة بحثية.

ثالثاً: الأطر المعرفية والمفاهيم التي عالجت تلك البحوث.
رابعاً: تصنيفات المناهج التي برز استخدامها في هذه البحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية.

خامساً: الأطر النظرية التي استخدمت في تلك البحوث.
سادساً: أبرز النتائج التي أظهرتها الدراسات والبحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية.

سابعاً: التوصيات التي خرجت بها الدراسات والبحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية.

الكلمات المفتاحية (Key Words):

تأثيرات الإعلام الجديد Effects of New Media
الهوية الثقافية العربية Arab cultural identity
التحليل التلوي Meta-Analysis

* مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

Contemporary Arab research trends in studying the effects of new media on Arab cultural identity: a second-level analytical study

Abstract:

The problem of the study crystallized in the monitoring of Arab studies and research that dealt with the effects of the new media on Arab cultural identity, and its description and analysis in a qualitative critical analysis of the second level.

It also sought to provide a description and interpretation of the concept of cultural identity in light of the changes that occurred in the media environment at the present time.

In terms of method, it belongs to meta-analysis studies or second-level meta-analysis studies. The sample included a set of Arab research and studies that dealt with the effects of the new media on the cultural identity of the Arab public, numbering (106) studies, from various Arab countries, societies.

It concluded, through the process of qualitative analysis of the research sample of the study during the time period from 2011 to 2022, that it falls within **seven broad categories**, which came as follows:

First: The types of research that dealt with monitoring the effects of new media on Arab cultural identity.

Second: Topics covered by these researches.

Third: The cognitive frameworks and concepts dealt with in those researches.

Fourth: The classifications of curricula that emerged in this research, which dealt with monitoring the effects of new media on Arab cultural identity.

Fifth: The theoretical frameworks that were used in that researches.

Sixth: The most prominent results revealed by these studies and researches.

Seventh: The recommendations that came out of those studies and researches.

تمهيد:

يعد ظهور الإنترنت كوسيلة اتصال حديثة نقلة نوعية كبيرة في عملية الإتصال، حيث أوجد شكلاً جديداً لطبيعة العلاقات بين الأفراد متخطياً الفروق المكانية والزمانية على مستوى الصعيد العربي والعالمي، فالتطور الذي حدث في استخدام الأفراد للإنترنت أظهر نوعاً جديداً من وسائل الإتصال أطلق عليه "الإعلام الجديد" فقد حل جديداً عن الإعلام القديم المتمثل في الصحافة الورقية والراديو والتلفزيون، أو "الإعلام الرقمي" فقد حل رقمياً إلكترونياً بعد الإعلام الصحفي الورقي والتلفزيوني المعتمد على البث التناظري القديم، أو "الإعلام البديل" فقد حل بديلاً عن الإعلام التقليدي بشكله المعتاد.

وقد برزت شبكات التواصل الإجتماعي كعامل هام ومؤثر في التغييرات الأساسية التي حدثت في المنطقة العربية، فالحكومات والمنظمات التجارية على حد سواء بدأت تلاحظ وتبدي اهتماماً بالقدرات التي يوفرها الاختراق المتزايد لأدوات شبكات التواصل الإجتماعي في المنطقة العربية والأنماط الجديدة للاتصال وتأثيرها على الشعوب.

فقد بزغت شبكات التواصل الإجتماعي الكبرى مثل الفيسبوك وتويتر والمدونات الشخصية كقنوات بالغة التأثير لتتيح لشعوب المنطقة فرصاً لم يعهدها أو يألفوها من قبل في التعبير عن آرائهم وحشد وتنظيم صفوفهم للثورة ليس فقط على الأنظمة ولكن أيضاً على أمور أخرى تمس حياتهم مثل غلاء الأسعار أو العنف الأسري وحقوق الإنسان أو محاربة الفساد وغيرها من قضايا ساهمت تلك الشبكات في تحريكها والنجاح في تغييرها في أمثلة كثيرة (كاتب، 2011، ص2).

وقد أحدث هذا التطور والانتشار الكبير لوسائل الإعلام الجديد شكلاً من القدرة لهذه الوسائل على التأثير على الهوية الثقافية للمواطن العربي من خلال ما توفره له من معلومات حول القضايا والمشكلات المختلفة. فمع ظهور وسائل الإتصال الحديثة وما تمتلكه من أدوات تفاعلية أصبح للمستقبل القدرة على المشاركة بأنشطة أكثر فاعلية في العملية الإتصالية، بحيث أصبح الجمهور يسعى للحصول على المعلومات واختيار الوقت المناسب لتبادل الرسائل، بعد ما كان دوره فقط هو التلقي.

حيث أتاحت التكنولوجيا الجديدة لمستخدميها مساحة افتراضية يمكن من خلالها التعبير عن آرائهم المختلفة والتعليق على الشأن العام وممارسة الديمقراطية الافتراضية والمواطنة النشطة Active Citizenship من خلال المجال الإجتماعي Social Domain الذي ينخرط فيه المشاركون لمناقشة القضايا المطروحة على الساحة (Esposito, 2012). ومن أهم أشكال هذا التأثير هو تأثير وسائل الإعلام الجديد على الهوية الثقافية، فقد أسهمت هذه الوسائل في تغيير القيم والعادات والتقاليد (كريم، 1986، ص62).

مشكلة الدراسة:

تتحدد المشكلة البحثية لهذه الدراسة في رصد الدراسات والأبحاث العربية التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية وتوصيفها وتحليلها تحليلاً نقدياً كفيماً من المستوى الثاني. من خلال تحديد الجوانب الموضوعية والأطر النظرية والأدوات المنهجية التي استندت إليها هذه الدراسات.

كما تسعى الدراسة لتقديم توصيف وتفسير لمفهوم الهوية الثقافية في ضوء التغيرات التي حدثت في البيئة الإعلامية في الوقت الراهن، كما تتطرق الدراسة إلى تأثير تلك الوسائل على الهوية الثقافية في فترة من أهم فترات التاريخ العربي المعاصر، وهي فترة ثورات الربيع العربي وما تبعها من تغيرات سياسية وثقافية وفكرية وبزوغ العديد من النعرات الثقافية والعرقية لعدد من الأعراق داخل حدود الوطن العربي: كالأكراد والأمازيغ وغيرهم.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف من خلال تتبع وتحليل الاتجاهات البحثية في بحوث ودراسات تأثير الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية، وتتمثل هذه الأهداف فيما يلي:

1. رصد وتحليل أهم القضايا والموضوعات التي حظيت باهتمام الباحثين من المدارس البحثية العربية المختلفة في دراسة تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية.
2. تحديد الأطر المعرفية والمفاهيم التي أثرت بها هذه الدراسات التراث العلمي العربي في مجال دراسات الإعلام الجديد New Media.
3. رصد ومناقشة الأطر النظرية والنماذج التي استندت إليها هذه الدراسات في تفسيرها لتأثيرات وسائل الإعلام الجديدة New Media على البناء الثقافي العربي.
4. التعرف على المناهج العلمية والأدوات البحثية التي اعتمدت عليها هذه الدراسات لجمع المعلومات حول القضايا البحثية التي سعت لدراستها وبحثها.
5. مناقشة نقاط الاتفاق في النتائج العلمية التي خلصت إليها هذه الدراسات على اختلاف بيئاتها ومجتمعاتها والفترة الزمنية التي أجريت فيها.
6. بيان أهم التوصيات التي خرجت بها الدراسات العربية التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية.
7. الوصول إلى تقييم عام للإنتاج البحثي العربي في الفترة من بداية 2010 وحتى مارس 2022 فيما يتعلق بالبحوث التي تناولت تأثيرات الإعلام الجديد على مكونات ومفردات الثقافة العربية.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من عدة أبعاد يمكن بيانها على النحو التالي:

1. الانتشار الكبير لوسائل الإعلام الجديدة وزيادة اعتماد الجمهور عليها إلى حد وصفها بـ "الإعلام البديل" والذي بدأ ينافس وبشدة الإعلام التقليدي.
2. ضرورة مراجعة دراسات الهوية الثقافية في ضوء متغيرات ثورة المعلومات واختلاف البيئة الإعلامية وخصوصاً مع الانتشار الواسع لوسائل الإعلام الجديد New Media.
3. تسليط الضوء على أبرز المناهج العلمية والأدوات البحثية الجديدة التي اعتمدت عليها هذه الدراسات.
4. تبيان أهمية الحفاظ على الهوية الثقافية العربية من خلال مناقشة المفاهيم المعرفية التي قدمتها دراسات تأثيرات الإعلام الجديد عليها.
5. أهمية توقيت عينة الدراسة حيث تأتي في الفترة من 2011 وحتى 2022 وهي الفترة الزمنية التي تضمنت ثورات الربيع العربي بكل ما تبعها من حراك وتحولات سياسية وفكرية واقتصادية في المنطقة العربية.
6. توفير قاعدة بيانات عن أبرز الدراسات والبحوث العربية التي تناولت بالبحث والفحص دراسة تأثيرات الإعلام الجديد على مكونات الهوية الثقافية العربية.

الإطار المنهجي للدراسة:

- ❖ **نوع الدراسة:** تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات التحليلية الكيفية التي تعتمد على التحليل الكيفي الثانوي لنتائج الدراسات العربية التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على الهوية الثقافية العربية.
- ❖ **منهج الدراسة:** تنتمي هذه الدراسة من حيث المنهج إلى دراسات التحليل التلوي أو دراسات المستوى الثاني Meta Analysis؛ وهو أسلوب منهجي يعتمد على المراجعة المنهجية التحليلية المنظمة للدراسات والبحوث العلمية التي تم نشرها في مجال معين أو حول موضوع محدد، وذلك للخروج بنتائج تمكن الباحث من رصد ما توصلت إليه هذه البحوث والتعرف على ما اتفقت أو اختلفت عليه من نتائج، كما توفر إطاراً منهجياً حول المناهج والأدوات والأطر المعرفية التي استخدمتها هذه الدراسات (Borenstein, et.al, 2021).
- ويتفرد التحليل الكيفي من المستوى الثاني بكونه يقدم إضافة معرفية نوعية Additional Knowledge للتراكم العلمي والبحثي؛ لما يتضمنه من رؤية كاملة قائمة على مراجعة دقيقة لمختلف الرؤى والتيارات البحثية المتضمنة في طيات التراث العلمي (رضا، وآخرون، 2012، ص83).
- ❖ **مجتمع الدراسة:** يتمثل مجتمع هذه الدراسة في كل البحوث والدراسات العربية المنشورة والمتعلقة بدراسة وبحث تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على الهوية الثقافية للجمهور العربي.

❖ **عينة الدراسة:** شملت عينة الدراسة عينة غير عشوائية (متاحة) والتي تعد أكثر العينات الأكثر استخداماً في بحوث التحليل الكيفي البعدي (التحليل من المستوى الثاني) للتراث العلمي (رضا، وآخرون، 2012، ص87)، وقد شملت العينة مجموعة من البحوث والدراسات العربية التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على الهوية الثقافية للجمهور العربي وعددها (106) دراسة، من مختلف الدول والمجتمعات والمدارس العملية والبحثية العربية.

❖ **الإطار الزمني للدراسة:** تتحدد الفترة الزمنية لعينة الدراسة في العقد الماضي بداية من أول يناير 2011 وحتى نهاية مارس 2022، وهي الفترة التي شهدت الانتشار الواسع لوسائل الإعلام الجديد ومنصات التواصل الاجتماعي وخصوصاً بالتزامن مع حالات الحراك السياسي في أكثر من دولة عربية فيما عرف بـ "ثورات الربيع العربي".

❖ **الإطار الموضوعي للدراسة:** يشتمل الإطار الموضوعي للدراسة على كافة البحوث العربية المنشورة في المجالات العملية، وكذلك المنشورة ضمن أعمال المؤتمرات العلمية، والتي تحصل عليها الباحث من خلال قواعد البيانات العلمية، وأهمها ما يلي: (بنك المعرفة، دار المنظومة، Academia، Google Scholar، Microsoft Academic، موقع الدوريات المصرية، العديد من المجالات العلمية العربية الموثقة في نهاية البحث).

تساؤلات الدراسة:

تتحدد تساؤلات الدراسة في المحاور الأساسية التي تسعى هذه الدراسة إلى رصدها في الدراسات الإعلامية العربية، والتي تناولت "تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية"، وتتبع هذه التساؤلات بالأساس من الهدف الرئيسي للدراسة وهو "رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية كما حددتها الدراسات العربية في الفترة من بداية عام 2011 وحتى نهاية عام 2021"، ولتحقيق هذا الهدف إستوجب الإجابة على مجموعة من التساؤلات أو بالأحرى تحديد مجموعة من المحاور وهي:

1. ما المحاور الأساسية التي اعتمدت عليها الدراسات العربية لرصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية، وما نوعية هذه الدراسات؟
2. ما الأطر المعرفية والمفاهيم التي أثرت بها الدراسات العربية التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية؟
3. ما الأطر النظرية والنماذج التي استندت إليها الدراسات العربية التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية؟
4. ما المناهج العلمية والأدوات البحثية التي اعتمدت عليها الدراسات العربية التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية لجمع المعلومات حول القضايا البحثية (محل الدراسة)؟
5. ما نقاط الاتفاق في النتائج العلمية التي خلصت إليها الدراسات العربية التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية؟
6. ما أهم التوصيات التي خرجت بها الدراسات العربية التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية؟

الأبعاد النقدية والمنهجية للدراسات التي تم تحليلها:

توصل الباحث خلال عملية التحليل الكيفي من المستوي الثاني للبحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية خلال الفترة الزمنية من 2011 إلى عام 2022 إلى أن البحوث الخاضعة للتحليل تندرج **ضمن سبع فئات عريضة** من الناحيتين المنهجية والإجرائية والتي تتطلب بدورها اختلافات نوعية في التصميم المنهجي للبحث وفي أهدافه وطبيعة الفروض العلمية، فضلاً عن الأطر النظرية الإعلامية المستخدمة.

أولاً: أنواع الدراسات والبحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية:

سيقوم الباحث في هذه الجزئية بعرض التحليل الكيفي للدراسات من حيث نوع هذه الدراسات، **وسيتيم عرض ذلك على شكل مجموعة من النقاط، وهي كالتالي:**

❖ **أولاً: الدراسات النظرية:** فنجد أن عدد الدراسات النظرية المتواجدة بالدراسات والبحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية (عينة الدراسة) بلغ 45 دراسة من أصل 106 دراسة قام الباحث بتحليلهم بشكل كيفي أي بنسبة (42.5%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة سكيك (2022)/ دراسة شاوي (2022)/ دراسة نسيمة (2021)/ دراسة الفتني، مالكي (2021)/ دراسة نور الدين، نور الدين (2021)/ دراسة دغمان، خيربي (2021)/ دراسة بن لعلام، بنان (2021)/ دراسة ازروال، لعجال، (2021)/ دراسة شيناز، بولحبال (2020)/ دراسة نصيرة، رزق الله (2020)/ دراسة مصباح (2020)/ دراسة زازيحي (2020)/ دراسة بربخ (2019)/ دراسة دربال (2019)/ دراسة سليمان (2019)/ دراسة السنوسي (2019)/ دراسة مهداوي (2019)/ دراسة قرش، جاد الرب (2019)/ دراسة كزوط (2019)/ دراسة فرحي (2019)/ دراسة جاب الله (2019)/ دراسة حرفوش (2019)/ دراسة الوحيشي (2018)/ دراسة جفال، طلحة (2018)/ دراسة فيدوح (2018)/ دراسة بن عياش (2018)/ دراسة حدادي (2017)/ دراسة شاوي (2017)/ دراسة بلعربي (2017)/ دراسة زوار (2017)/ دراسة أشرف (2017)/ دراسة شيهب (2017)/ دراسة بنسعيد (2017)/ دراسة يحيواي (2017)/ دراسة طيلب، سلطاني (2016)/ دراسة بن جيلالي (2016)/ دراسة بولعويديات (2016)/ دراسة لونيس (2015)/ دراسة منصر (2015)/ دراسة لونيس (2014)/ دراسة عبد الغني (2014)/ دراسة مبنى (2014)/ دراسة حسين (2014)/ دراسة صحراوي (2014)/ دراسة الرفوع (2011)".

❖ **ثانياً: الدراسات الإمبريقية الميدانية:** فقد تبين للباحث أن عدد الدراسات الإمبريقية الميدانية المتواجدة بالدراسات والبحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية (عينة الدراسة) بلغ 39 دراسة من أصل 106 دراسة قام الباحث بتحليلهم بشكل كيفي أي بنسبة (36.7%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة عيسى (2020)/ دراسة غزواني (2020)/ دراسة العساف (2020)/ دراسة محمد، وآخرون (2020)/ دراسة خميس (2019)/ دراسة بكير (2019)/ دراسة بدر (2019)/ دراسة جلال (2019)/ دراسة حميدة (2019)/ دراسة يحيى (2019)/ دراسة عبدش، علوش (2019)/ دراسة مجاني، مرازقة (2019)/ دراسة جمال (2018)/ دراسة

نويصر، لبن (2018)/ دراسة حسن (2018)/ دراسة محمد (2018)/ دراسة السيد (2018)/ دراسة الجمال (2018)/ دراسة علقم (2018)/ دراسة الشمري (2017)/ دراسة ونوغي (2017)/ دراسة دريم (2017)/ دراسة البيومي (2017)/ دراسة عثمان (2017)/ دراسة دفع الله، المهدي (2017)/ دراسة محمد (2017)/ دراسة الضو (2017)/ دراسة جديدي، علوش (2017)/ دراسة عز العرب (2017)/ دراسة أمين (2016)/ دراسة حماد، الحازمي (2016)/ دراسة الحديد (2016)/ دراسة الزهري (2016)/ دراسة بن طيفور (2016)/ دراسة بوقلوف (2016)/ دراسة البدوي (2015)/ دراسة العرضاوي (2014)/ دراسة الشهري (2013)/ دراسة العقيل (2011)."

❖ ثالثاً: الدراسات الإمبريقية التحليلية: فقد توصل الباحث إلى أن عدد الدراسات الإمبريقية التحليلية المتواجدة بالدراسات والبحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية (عينة الدراسة) بلغ 9 دراسات من أصل 106 دراسة قام الباحث بتحليلهم بشكل كافي أي بنسبة (8.5%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة يامين، رغييس (2021)/ دراسة طه (2020)/ دراسة كدواني (2019)/ دراسة النجادات (2019)/ دراسة رضوان (2019)/ دراسة الداخلي (2018)/ دراسة السنوسي (2017)/ دراسة الشريف (2015)/ دراسة محمدي (2013)."

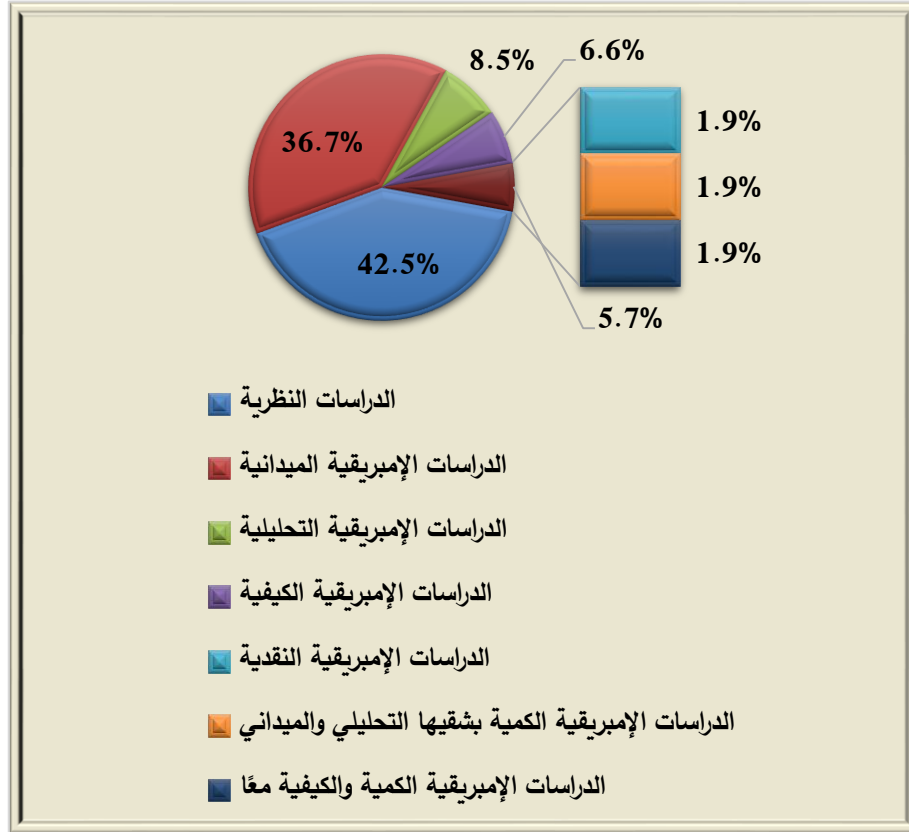
❖ رابعاً: الدراسات الإمبريقية الكيفية: فقد خلص الباحث إلى أن عدد الدراسات الإمبريقية الكيفية المتواجدة بالدراسات والبحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية (عينة الدراسة) بلغ 7 دراسات من أصل 106 دراسة قام الباحث بتحليلهم بشكل كافي أي بنسبة (6.6%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة السنوسي (2021)/ دراسة عثمان (2020)/ دراسة عبد الله (2019)/ دراسة صابر (2019)/ دراسة عويس (2019)/ دراسة خليل (2019)/ دراسة عبد الحكيم (2019)."

❖ خامساً: الدراسات الإمبريقية النقدية: فقد تبين للباحث أن عدد الدراسات الإمبريقية النقدية المتواجدة بالدراسات والبحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية (عينة الدراسة) بلغ دراستين من أصل 106 دراسة قام الباحث بتحليلهم بشكل كافي أي بنسبة (1.9%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة إبراهيم (2021)/ دراسة الصيفي (2017)."

❖ سادساً: الدراسات الإمبريقية الكمية بشقيها التحليلي والميداني: فقد توصل الباحث إلى أن عدد الدراسات الإمبريقية الكمية بشقيها التحليلي والميداني المتواجدة بالدراسات والبحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية (عينة الدراسة) بلغ دراستين من أصل 106 دراسة قام الباحث بتحليلهم بشكل كافي أي بنسبة (1.9%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة غربي (2021)/ دراسة حسن (2017)."

❖ سابعاً: الدراسات الإمبريقية الكمية والكيفية معاً: فقد خلص الباحث إلى أن عدد الدراسات الإمبريقية الكمية والكيفية معاً المتواجدة بالدراسات والبحوث التي تناولت

رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية (عينة الدراسة) بلغ دراستين من أصل 106 دراسة قام الباحث بتحليلهم بشكل كفي أي بنسبة (1.9%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة رشدي (2019) / دراسة قاسم (2017)"، ويُعد الشكل البياني التالي ما هو إلا عرض توضيحي للنتائج التي قد توصل لها الباحث بعد التحليل الكيفي للدراسات (عينة الدراسة):



شكل رقم (1) يوضح التوزيع النسبي لنوع الدراسات والبحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد

على الهوية الثقافية العربية (عينة الدراسة) (ن = 106)

ثانياً: الموضوعات (المشكلات البحثية) التي تمحورت الدراسات والبحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية (عينة الدراسة)، وكيفية صياغتها كمسئلة بحثية:

سيقوم الباحث في هذه الجزئية بعرض التحليل الكيفي للدراسات من حيث الموضوعات التي تناولتها هذه الدراسات وكيف تم صياغتها كمسئلة بحثية، وسيتم عرض ذلك على شكل مجموعة من النقاط، وهي كالتالي:

❖ **أولاً: الدراسات التي قامت بصياغة المشكلة البحثية في شكل تساؤلات:** فقد رصد الباحث أن عدد الدراسات التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية (عينة الدراسة) والتي قامت بصياغة المشكلة البحثية الخاصة بها في شكل تساؤل واحد رئيسي أو شكل تساؤل رئيسي يتفرع منه مجموعة من التساؤلات الفرعية أو شكل هدف تسعى لتحقيقه من خلال الإجابة على مجموعة من التساؤلات كان 35 دراسة من أصل 106 دراسة قام الباحث بتحليلهم بشكل كافي أي بنسبة (33%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة شاوي (2022) والتي تمحورت مشكلتها البحثية حول: (سناحول الإجابة على الإشكال التالي: كيف تساهم الصناعات الثقافية في تغيير أدوار واقتصاديات ووسائل الإعلام والاتصال في البيئة الإتصالية الحديثة؟) / دراسة دغمان، خيرى (2021) والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (معالجة أهم التحولات التي فرضت على وسائل الإعلام في ظل التطورات التكنولوجية، وتحليل طبيعة هذه التحولات من خلال طرح التساؤل التالي: ما تداعيات الميديا الجديدة على وسائل الإعلام القديمة؟ وهل هذه التحولات التكنولوجية شكلت تكاملاً أو تنافساً مع الميديا القديمة؟) / دراسة يامين، رغبس (2021) والتي تدور مشكلتها البحثية حول: (تسعى الدراسة لطرح تساؤل رئيسي مهم، حول كيف يتم التسويق الإتصالي للموروث الثقافي المادي وغير المادي لمنطقة شمال سطيف بتوظيف صفحات شبكة الفيسبوك؟) كما تستعرض الدراسة بعض التساؤلات الفرعية، التي تحاول أن تجيب عنها، وهي: (كيف يُمثل الشباب مسألة التسويق الإتصالي للموروث الثقافي لمنطقة شمال سطيف في منشوراتهم في الإعلام الإجتماعي؟ هل استطاعت هذه المضامين الثقافية الترويج فعلاً للموروث الثقافي بشمال سطيف؟ ما هي الآليات الترويجية التي تم استخدامها للتسويق الإتصالي لهذا الموروث؟) / دراسة ازروال، لعجال، (2021) والتي بلورت مشكلتها البحثية في: (كيف تأثرت الهوية الإجتماعية في ظل الاستخدام الواسع لشبكات التواصل الإجتماعي؟ وما أهم المخاطر عليها؟) وفيما تتمثل التحديات التي تواجهها؟) / دراسة غربي (2021) والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (ما مدى متابعة الجمهور للمواضيع الثقافية عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية؟ وكيف تجلت القضايا الثقافية في الصحف الإلكترونية الجزائرية؟) / دراسة السنوسي (2021) والتي تمحورت مشكلتها البحثية حول: (وقد تم طرح السؤال حول تجليات أزمة الهوية الثقافية الوطنية في عصر الفن المعولم والإعلام الجديد، وعن الأسس التي ينبغي أن تقوم عليها الهوية الثقافية الوطنية في العصر الحالي من وجهة نظر نخبة من الباحثين في العلوم الإنسانية والإجتماعية العرب. وللحديث عن مظاهر أزمة الهوية الثقافية الوطنية في البلدان العربية وسبل الخروج منها، تم طرح تساؤلين رئيسيين كالتالي: (ما تجليات أزمة الهوية الثقافية الوطنية وملاحها في البلدان العربية؟ / ما الأسس السليمة لترسيخ الهوية الثقافية الوطنية وتثبيت مقوماتها ضمن تجاذبات الفضاء الرقمي المعولم؟) / دراسة شيناز، بولحبال (2020) والتي تدور مشكلتها البحثية حول: (لمحة عن التنشئة الإجتماعية في ظل العولمة الثقافية، وذلك من خلال التساؤلات التالية: (ما هي التنشئة الإجتماعية؟ وما شروطها؟ / ما أهداف وخصائص التنشئة الإجتماعية؟ / ما هي العولمة الثقافية؟ وما هي خصوصياتها؟ / ما مضامين وأهداف العولمة الثقافية؟ / ما تأثير العولمة الثقافية على التنشئة الإجتماعية؟ / ما علاقة العولمة الثقافية بأساليب التنشئة الإجتماعية؟) / دراسة عيسى (2020) والتي

تمحورت مشكلتها البحثية حول: (طرح الإشكالية التالية: ما تأثير استخدام التكنولوجيا الحديثة في صناعة الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين بجامعة المسيلة؟ وتدرج ضمن هذه الإشكالية عدة تساؤلات وهي: (ما عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي للتكنولوجيا الحديثة؟ / ما الإشباعات المنحقة عند الطالب الجامعي للتكنولوجيا الحديثة؟ / ما آثار التكنولوجيا الحديثة على الهوية لدى الطلبة الجامعيين؟) / دراسة غزواني (2020) والتي بلورت مشكلتها البحثية في: (الإشكالية البحثية التالية: ما الإشباعات التي تسعى الطالبات السعوديات لتحقيقها من خلال استخدامهن للهواتف الذكية؟ وما انعكاسات هذه الاستخدامات على هويتهم الفردية؟، ومن هذا التساؤل الرئيسي تتفرع التساؤلات الآتية: (ما الحاجات والإشباعات التي تلبها استخدامات الهواتف الذكية لدى الطالبات السعوديات؟ / هل هناك اختلافات بين حاجات وإشباعات الطالبات السعوديات والطالبات في المجتمعات الأخرى؟ / هل هناك تناقض بين الهوية الحقيقية للطالبات السعوديات والهوية الافتراضية؟ / هل تعي الطالبات السعوديات مخاطر استخدامات الهواتف الذكية؟) / دراسة خميس (2019) والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (التساؤلات الآتية: ما علاقة استخدام طلبة الجامعات العراقية لمضامين مواقع التواصل الاجتماعي بالهوية الثقافية لديهم؟ وتفرّع من هذا السؤال المركزي أسئلة فرعية ندرجها كالآتي: (ما دوافع استخدام عينة الدراسة لمضامين مواقع التواصل الاجتماعي؟ / ما تأثير مضامين مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية لعينة الدراسة؟ / ما تأثير مضامين مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الاجتماعية لعينة الدراسة؟ / ما التأثيرات المختلفة لمضامين مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية اللغوية لعينة الدراسة؟ / ما العلاقة بين استخدام عينة الدراسة لمضامين مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية لديهم؟) / دراسة بدر (2019) والتي تمحورت مشكلتها البحثية حول: (الإجابة على السؤالين الرئيسيين التاليين: كيف تؤثر مُعدلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نوعية الاستخدام ... وهل يعني كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تبادل الأفكار والمعلومات من جانب الشباب توسعاً أكبر في التواصل العابر للحدود مع شباب آخرين؟ / كيف يؤثر تبادل المعلومات والأفكار بين الشباب المصري وشباب العالم على شبكة القيم الذاتية التي تتمحور حولها الهوية الثقافية، وما الاستراتيجيات التي تحكم التواصل المتعلق بالهوية الثقافية عبر مواقع التواصل الاجتماعي طبقاً لنموذج أولسون Olson؟) / دراسة السنوسي (2019) والتي تدور مشكلتها البحثية حول: (ميكانيزمات بناء الهوية وإعادة تشكيل ملامحها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما سعت الدراسة إلى الإجابة عن بعض الأسئلة الفرعية من قبيل: (بماذا تتفرد الهوية الذاتية التي تنتزل ضمن نظام بانوبتيكي افتراضي تبادلي، بما هي ذات ممتدة كما يسميها ويليام جيمس (من حيث مشاركتها هموم الآخر واهتماماته)، وذات منعكسة على حد تعبير كولي (من حيث أنها تستمد ثقافتها بنفسها من خلال ما يكتنه لها المحيطون بها)؟ / ما حدود التماهي والتباين بين الهوية الذاتية الحقيقية والهوية الافتراضية فيما يخص الضوابط التي تفرضها الذات على نفسها لتحقيق انصهارها ضمن المحيط الاجتماعي الذي تنتزل فيه؟ / أي دور للفيسبوك في بناء الهوية/الهوية الذاتية للأفراد أو في إعادة تشكيلها؟ / هل تقوم الهوية الافتراضية على أساس تأكيد الذات الحقيقية للأفراد أم على صناعة ذات أو ذوات مستقلة تماماً؟) / دراسة حميدة (2019) والتي بلورت مشكلتها البحثية في: (الإجابة على تساؤل وهو: ما

أثر الإعلام الجديد على قيم الشباب؟// دراسة رضوان (2019) والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (الإجابة عن السؤال الآتي: ما طبيعة الدور الذي تقوم به البوابات الحكومية للدول العربية في التعبير عن هوية الدولة والتعريف بها إلى جانب تعزيز المشاركة الإلكترونية للمواطنين، وإتاحة الأدوات والمنصات الخاصة بتقديم المعلومات والخدمات والاستشارات واتخاذ القرار؟)// دراسة يحيى (2019) والتي تمحورت مشكلتها البحثية حول: (ضرورة القيام بإجراء دراسة للكشف عن الواقع الثقافي الجديد الذي طرأ على المجتمع وخصوصاً فئة الشباب من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى تأثير الإعلام الجديد على الانتماءات الثقافية للشباب الجزائري؟، وعليه تم طرح تساؤلات فرعية حول هذا الموضوع: (ما مدى استخدام الشباب لآليات الإعلام الجديد والإشيعات المحققة؟/ ما دوافع وأسباب هجرة الشباب إلى فضاءات إعلامية جديدة؟/ ما أهم تأثيرات الانترنت على قيم وثقافات الشباب؟)// دراسة عديش، علواش (2019) والتي تدور مشكلتها البحثية حول: (كيف أسهمت شبكة الفيسبوك في التأثير على استخدامات الشباب الجامعي الجزائري للغة العربية؟"، أو بعبارة أخرى "ما انعكاسات استخدام الطلبة الجامعيون للغة الدردشة عبر الفيسبوك على اللغة كأحد مكونات الهوية العربية؟")// دراسة مجاني، مرزوقة (2019) والتي بلورت مشكلتها البحثية في: (بحث أثر استخدام وسائل الإعلام على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري؟، ويندرج ضمن هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات التالية: (ما عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي للوسائل الإعلامية؟/ هل تأثر وسائل الإعلام على الهوية الثقافية للشباب الجامعي؟/ ما الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيراً على الهوية الثقافية للشباب الجامعي؟)// دراسة جاب الله (2019) والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (طرح الإشكالية التالية: ما انعكاسات الإعلام الجديد على الخصوصية الثقافية؟ وما الآليات التي يمكن أن تساعد على التوفيق بينهما؟، يمكن أن نفكك السؤال الجوهرى إلى مجموعة من الأسئلة الجزئية يُمكن طرحها كما يلي: (ما هو الإعلام الجديد وما هي خصائصه؟، ما المقصود بالخصوصية الثقافية؟/ ما طبيعة العلاقة بين الإعلام الجديد والخصوصية الثقافية؟/ ما انعكاسات الإعلام الجديد على الخصوصية الثقافية؟/ كيف يمكن التقليل من التأثيرات السلبية لهذا الإعلام على الخصوصية الثقافية؟/ ما الآليات التي يمكن أن تساعد في التوفيق بين الإعلام الجديد والخصوصية الثقافية؟/ ما التوصيات والاقتراحات التي يمكن أن نقدمها في هذا المجال؟)// دراسة حرفوش (2019) والتي تمحورت مشكلتها البحثية حول: (التساؤل التالي: ما هي القيمة الحقيقية للخصوصية الثقافية الجزائرية؟/ ما مدى استجابتها لمتطلبات العصرية والحداثة والتحويلات الجذرية التي عرفها المجتمع الجزائري في ظل الأوضاع المختلفة والمتعددة الغير مسبوقه التي تولدت عن الإعلام الجديد؟/ هل أصبح الإعلام الجزائري يلغي الخصوصيات الثقافية في المجتمع المحلي ويشكل صراعات بين هويات المؤسسات الإعلامية المؤثرة في المجتمع وبين هوية المجتمع المحلي؟)// دراسة الوحيشي (2018) والتي تدور مشكلتها البحثية حول: (التساؤل التالي: هل تشكل وسائل الإعلام الجديد تحدياً كبيراً للمجتمعات العربية والإسلامية، مما يدفع بكثير من الشباب المسلم لتبني ممارسات غريبة على المجتمعات الإسلامية؟)// دراسة نويصر، لبن (2018) والتي بلورت مشكلتها البحثية في: (الإجابة على عدة تساؤلات هي: ما مستوى الهوية الثقافية (الواقعية، الافتراضية) للشباب الريفي رواد المجتمعات الافتراضية،

ومكوناتها؟/ ما هو مستوى الفجوة بين الهوية الثقافية الواقعية والهوية الثقافية الافتراضية للشباب الريفي رواد المجتمعات الافتراضية، ومكوناتها؟/ ما العوامل المرتبطة والمؤثرة على كل من الهوية الثقافية الواقعية والهوية الثقافية الافتراضية للشباب الريفي رواد المجتمعات الافتراضية؟/ ما الفروق في الهوية الثقافية (الواقعية، الافتراضية) للشباب الريفي رواد المجتمعات الافتراضية ومكوناتها وفقاً لاختلاف النوع؟/ ما الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام المجتمعات الافتراضية من وجهة نظر الشباب الريفي؟/ دراسة محمد (2018) والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (الإجابة على التساؤل الرئيسي الآتي: ما العلاقة بين العنف الرمزي المدرك بوسائل الإعلام الجديدة ومفهوم الذات والأمن النفسي لدى الشباب المصري عينة الدراسة؟)/ دراسة علقم (2018) والتي تمحورت مشكلتها البحثية حول: (التعرف على ثقافة الشباب ودور الإعلام الجديد في ترسيخها، وذلك بالتعرف إلى الدور المتزايد الذي تلبيه وسائل الإعلام الجديدة لإحتياجات الشباب سواء بشكل سلبي أو إيجابي، والتطور السريع والمتلاحق في تكنولوجيا الإتصال والمعلومات والدور الكبير الذي تؤديه هذه التكنولوجيا في حياتنا المعاصرة، ليس من حيث تنوع وسائل الإتصال فحسب ولكن من حيث الكم الهائل والمتنوع من المعلومات التي تقدمها هذه الوسائل، وبناء على ما سبق فإن مشكلة الدراسة تتمثل في التساؤلات التالية: (ما مدى تمسك الشباب بالهوية الثقافية؟/ هل يمكن توظيف وسائل الإعلام الجديد لترسيخ الهوية الثقافية للشباب؟)/ دراسة الداخلي (2018) والتي تدور مشكلتها البحثية حول: (وصف واقع تصميم الصفحة الرئيسية في الصحف الرياضية الإلكترونية المصرية، والكشف عن فعالية التصميم لتحقيق هوية بصرية، والكيفية التي تم بها البناء الشكلي لرأس الصفحة الرئيسية ليكون متوافقاً دلاليّاً مع المضامين الرياضية الموجهة من خلال الصحيفة الإلكترونية ... وقد تحددت مشكلة البحث في الإجابة على التساؤل الآتي: كيف يُوظف رأس الصفحة الرئيسية في إطار المواقع الصحفية الرياضية على شبكة الإنترنت لتحقيق هويتها البصرية؟)/ دراسة محمد (2017) والتي بلورت مشكلتها البحثية في: (دراسة أثر الإعلام الجديد على قيمة التكافل في منظومة القيم الإجتماعية في السودان؟)/ دراسة يحيوى (2017) والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (تحديد كيف يسهم الإعلام الجديد في تشكيل ثقافة الشباب؟)/ دراسة الضو (2017) والتي تمحورت مشكلتها البحثية حول: (دراسة حجم التوظيف والآثار المترتبة لإستخدامات مواقع التواصل الإجتماعي على الشباب السوداني والتي يعول عليها في بناء كيان للدولة السودانية؟)/ دراسة قاسم (2017) والتي تدور مشكلتها البحثية حول: (الإجابة على تساؤل رئيسي وهو: ما أثر استخدام المجتمع الافتراضي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي من منظور الخدمة الإجتماعية؟، ويمكن الإجابة على هذا التساؤل الرئيسي من خلال الإجابة عن مجموعة التساؤلات الفرعية التالية: (ما أثر استخدام المجتمع الافتراضي على الانتماء لدى الشباب الجامعي؟/ ما أثر استخدام المجتمع الافتراضي على المواطنة لدى الشباب الجامعي؟/ ما أثر استخدام المجتمع الافتراضي على القيم الدينية للشباب الجامعي؟/ ما أثر استخدام المجتمع الافتراضي على العادات والقيم الإجتماعية للشباب الجامعي؟/ ما دور الخدمة الإجتماعية في الحد من آثار المجتمع الافتراضي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي؟)/ دراسة حماد، الحازمي (2016) والتي بلورت مشكلتها البحثية في: (تحديد العلاقة بين اضطراب الهوية والشعور بالاغتراب لدى الشباب السعودي في ضوء تحديات العولمة؟،

ويتفرع من السؤال الرئيسي السابق الأسئلة الفرعية التالية: (ما مستوى رتب الهوية لدى الشباب الجامعي السعودي؟/ هل هناك علاقة ارتباطية بين رتب الهوية ومشاعر الاغتراب لدى الشباب الجامعي السعودي؟/ هل توجد فروق في رتب الهوية لدى الشباب الجامعي السعودي في ضوء بعض المتغيرات (الجنس، التخصص الأكاديمي)؟/ هل توجد فروق في مستوى الشعور بالاغتراب لدى الشباب الجامعي السعودي في ضوء بعض المتغيرات (الجنس، التخصص الأكاديمي)؟/ دراسة بن طيفور (2016) والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (معرفة أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري؟، وشمل هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية: (ما عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي- الفيسبوك - لدى الشباب الجامعي؟/ ما الدوافع والأسباب التي تكمن وراء استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي؟/ ما الإشباع المحققة جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة؟/ ما مظاهر تأثير استخدام موقع التواصل الاجتماعي على لغة الشباب الجامعي؟/ ما مظاهر تأثير استخدام موقع التواصل الاجتماعي على معتقدات وشعائر الشباب الجامعي الدينية؟/ دراسة بوقلوف (2016) والتي تمحورت مشكلتها البحثية حول: (طرح التساؤل الرئيسي التالي: ما هو تأثير الإعلام الجديد على الهوية الثقافية لدى شباب الجزائر)/ دراسة البدوي (2015) والتي تدور مشكلتها البحثية حول: (الإجابة على سؤال محوري وهو: هل يؤدي اعتماد الشباب في عصر ثورة الإتصال على المضامين الأمريكية والغربية المنتشرة عبر التقنيات الإتصالية المختلفة إلى دعم هويتهم الثقافية أم إلى إستلابها؟)/ دراسة لونيس (2014) والتي بلورت مشكلتها البحثية في: (دراسة العلاقة بين الإعلام الجديد والهوية من خلال الحتميات الثلاث؛ التكنولوجية، الإجتماعية والقيمية؟ وهل يؤثر الإعلام الجديد في الهوية سلباً من خلال إنتاج هويات جديدة؟ أم أنه يساهم في الحفاظ على الهويات المحلية والإعلاء من صوتها؟)/ دراسة مبنى (2014) والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (بحث الأثار الإجتماعية والثقافية للشبكات الإجتماعية على هوية الشباب، من خلال البحث في المحاور الآتي ذكرها: (ما معالم الهوية الجديدة التي تطرحها تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثة؟/ كيف تؤثر الشبكات الإجتماعية على الهوية الثقافية والإجتماعية للشباب؟/ ما معالم الهوية الثقافية والإجتماعية للشباب عبر الشبكات الإجتماعية؟/ ما الأثار الإجتماعية والنفسية والثقافية لاستخدام الشباب للشبكات الإجتماعية؟)/ دراسة محمدي (2013) والتي تمحورت مشكلتها البحثية حول: (بحث إشكالية واقع الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري في ضوء استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، من خلال الإجابة على الأسئلة الفرعية الآتية: (ما الأنماط الثقافية التي يتفاعل معها الشباب الجزائري من خلال موقع الفيسبوك الإجتماعي؟/ ما مكانة الدين الإسلامي، واللغة العربية، والتراث الثقافي باعتبارها من عناصر الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري من خلال صفحات موقع الفيسبوك؟/ إلى أي درجة يساهم موقع الفيسبوك في تعزيز عناصر الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري؟)/ وأخيراً دراسة العقيل (2011) والتي تدور مشكلتها البحثية حول: (دراسة الحراك الثقافي وأثره في التغيير الإجتماعي وحماية الأمن الفكري في المملكة السعودية؟).

❖ **ثانياً: الدراسات التي قامت بصياغة المشكلة البحثية في شكل أهداف:** فقد توصل الباحث إلى أن عدد الدراسات التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية (عينة الدراسة) والتي قامت بصياغة المشكلة البحثية الخاصة بها في شكل هدف رئيسي محدد تسعى إلى تحقيقه أو في شكل مجموعة من الأهداف قامت بصياغتها بهدف تحقيقها من خلال إجراء الدراسة بلغ 32 دراسة من أصل 106 دراسة قام الباحث بتحليلهم بشكل كافي أي بنسبة (30.2%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة نسيمية (2021) والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (إبراز أهمية الوساطة الثقافية ودورها في تعزيز الثقافة المتحفية ونشر الوعي الأثري عبر الانترنت)/ دراسة الفتني، مالكي (2021) والتي تمحورت مشكلتها البحثية حول: (إبراز التأثيرات والانعكاسات التي تخلفها موجة العولمة الثقافية على الهوية الثقافية الجزائرية، إضافة إلى تحديد أهم الآليات والأساليب التي بإمكان المجتمع الجزائري أن يعتمد عليها في مواجهة شبح العولمة الثقافية، خاصة وأن هذه الأخيرة تمارس ضغوطاً وإكراهات على المجتمع الجزائري، ما جعلته مغترباً بين متطلبات الأصالة وتأثيرات العولمة)/ دراسة نور الدين، نور الدين (2021) والتي تدور مشكلتها البحثية حول: (إبراز دور وسائل الإعلام في التنمية الثقافية، ورهاناتها المستقبلية باعتبارها أحد أهم وسائلها، بالإضافة إلى أنها دعامة أساسية لأي تنمية خاصة في ظل فشل التجارب الإنمائية السابقة بسبب إهمالها للبعد الثقافي للمجتمع من جهة والتحديات الراهنة التي فرضتها العولمة من جهة أخرى)/ دراسة بن لعلام، بنان (2021) والتي بلورت مشكلتها البحثية في: (الكشف عن المظاهر المهددة للهوية الثقافية العربية الإسلامية في ظل تكنولوجيات الإعلام والاتصال)/ دراسة نصيرة، رزق الله (2020) والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (التطرق إلى الإعلام الجديد وما هي الآثار التي جاء بها خاصة فيما يخص قيم المواطنة، أضف إلى ذلك الأهمية لهذه الدراسة تتمحور أساساً في توضيح السبل الكفيلة بتدعيم مفهوم المواطنة لدى الشباب الجزائري، كسبيل أمثل للمحافظة على الاستقرار الاجتماعي والهوية الوطنية بمختلف أبعادها)/ دراسة عثمان (2020) والتي تدور مشكلتها البحثية حول: (التعرف على تأثير مشاهدة المسلسلات المقدمة على أحد منصات المشاهدة الرقمية (نيتفليكس) على النسق القيمي للمراهقين، سواء كان تأثيراً إيجابياً أو سلبياً)/ دراسة العساف (2020) والتي تمحورت مشكلتها البحثية حول: (الوقوف على اتجاهات الرأي العام السعودي نحو معالجة توتر لقضايا الهوية الوطنية السعودية، للخروج بمؤشرات حول اتجاهات الجمهور السعودي نحو وسائل الإتصال الجديدة في تعاملها مع الموضوعات والقضايا ذات الصلة بالهوية الوطنية السعودية)/ دراسة زازيحي (2020) والتي بلورت مشكلتها البحثية في: (بحث العلاقة بين الإعلام الجديد ممثلاً في شبكات التواصل الاجتماعي وتجليات العولمة الإعلامية والهوية الثقافية في منطقتنا العربية)/ دراسة طه (2020) والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (وصف التوظيف الحكومي لوسائل الإعلام الجديد، وتحديده، وتحليل دوره في الحفاظ على الهوية الثقافية للدول العربية، وذلك عن طريق تحديد قدرة وزارات الثقافة على تحقيق الوظائف الإتصالية الأساسية على مواقعها الإلكترونية بما يُدعم هويتها من إمداد الجمهور بالمعلومات، ودمجه مع أنشطتها، وحشده للتفاعل مع هذه الأنشطة، وذلك من خلال الاستفادة من وسائل الإعلام الجديد، وما تتيحه من قدرات على العرض)/ دراسة عبد الله (2019) والتي تدور مشكلتها البحثية حول: (استكشاف ماهية

خطاب الفخر المتداول بين المصريين على شبكة الفيسبوك من أجل رصد وتحديد مرتكزاته وأدواره الوظيفية وأنماط الفخر ذاتها وحدودها الزمنية وعلاقتها بالأحداث الجارية وماهية النماذج الوطنية الفاعلة فيها) / دراسة **بريخ (2019)** والتي تمحورت مشكلتها البحثية حول: (إبراز كيف يساهم الإعلام الجديد في تشكيل الهوية الثقافية وقضايا الهوية والمواطنة في إطار تحديات العولمة) / دراسة **صابر (2019)** والتي بلورت مشكلتها البحثية في: (التعرف على الظوابط والمعايير الأخلاقية التي يجب أن تراعي من قبل مستخدمي المنصات الإجتماعية للحفاظ على الهوية الثقافية العربية من الاغتراب والتطرف الفكري وثورة المعلومات والتي تعتبر من أبرز التحديات التي تقف أمام بناء الهوية الثقافية) / دراسة **عويس (2019)** والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (تحديد ملامح وسمات الخطاب الصحفي لأزمة الهوية الدينية في الصحف الإلكترونية المصرية في إطار الحرب على الإرهاب، والوقوف على أهم المتغيرات والعوامل المسببة لتلك الأزمة، والأطروحات المتصورة لحلها، بالإضافة إلى تحديد مدى الاتساق أو الاختلاف بين خطابات الصحف الثلاثة نحو الهوية الدينية في سياق الاختلافات الأيديولوجية والفكرية لمنتجي الخطاب، واختلاف نمط الملكية لتلك الصحف) / دراسة **النجادات (2019)** والتي تدور مشكلتها البحثية حول: (دراسة مدى استخدام شبكة الإنترنت في مجال الهوية العربية والفرص التي تتيحها هذه الشبكة كوسيلة اتصالية حديثة في مجال تدعيم هذه الهوية أو أضعافها والتحديات التي تواجه توظيفها في هذا المجال) / دراسة **بكير (2019)** والتي تمحورت مشكلتها البحثية حول: (دراسة العلاقة بين تعرض المراهقين في المجتمع المصري لشبكات التواصل الإجتماعي، وبين الاغتراب الإجتماعي لديهم مع الأخذ في الاعتبار المتغيرات الوسيطة مثل كثافة الاستخدام، التعرض للنشط، إدراك الواقع الإجتماعي، دوافع الاستخدام، وقت الاستخدام، الخصائص الديموغرافية للمراهقين (النوع، السن، المستوى الإجتماعي الاقتصادي) / دراسة **رشدي (2019)** والتي بلورت مشكلتها البحثية في: (التعرف على رأى خبراء الإتصال وأساتذة اللغة لمستويات توظيف اللغة العربية في شبكات التواصل الإجتماعي ورؤيتهم لكيفية حمايتها من الأساليب اللغوية الدخيلة) / دراسة **خليل (2019)** والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (استكشاف ورصد وتحليل مفردات وملاحم الهوية الثقافية المعلنه عبر المنصات الإلكترونية لجامعتي الشارقة والجامعة الأمريكية في الإمارات بما فيها الموقع الإلكتروني الرسمي وحسابات التواصل الإجتماعي؛ وذلك بهدف تحديد القيم والخصائص الثقافية التي تُعبر عنها كل جامعة من خلال المحتوى المقدم عبر موقعها الإلكتروني الرسمي وصفحاتها على مواقع التواصل الإجتماعي، وكذلك التعرف على طبيعة التوجه الإتصالي الذي تتبناه كل منهما في بناء وتقديم هويتها الثقافية، من حيث كونه يعتمد على المرونة والتكيف مع معايير ثقافية متنوعة، أو يقوم على التمسك بمدخل ثقافي واحد غير قابل للتغيير) / دراسة **عبد الحكيم (2019)** والتي تدور مشكلتها البحثية حول: (كيفية تعامل وأنماط تفاعل الشباب المصري مع الشبكات الإجتماعية ومدى تأثير ذلك التفاعل على هوياتهم الثقافية في ضوء المبادئ الخاصة بمرحلة الحداثة الجديدة أو (Meta-modernism) / دراسة **جمال (2018)** والتي تمحورت مشكلتها البحثية حول: (التعرف على اتجاهات الأفراد نحو استعمال الوسائط الجديدة وكيف يساهم هذا الاستخدام في إحداث تغييرات على هويتهم الثقافية بمختلف مستوياتها) / دراسة **حسن**

(2018) والتي بلورت مشكلتها البحثية في: (دراسة فرص الإعلام الجديد بأدواته التفاعلية الجديدة في تعزيز الهوية الثقافية للمجتمعات ذات الخصوصية الجغرافية في السودان وإقليم دارفور بصورة خاصة) / دراسة السيد (2018) والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (التعرف على علاقة القنوات التليفزيونية الفضائية المصرية الحكومية والخاصة ومواقع التواصل الاجتماعي بدعم وتعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب الجامعي، وترسيخ مفهوم الانتماء للوطن ونشر الوعي بينهم، وإلى أي مدى تمت هذه الوسائل الإعلامية الشباب بمضامين تحفظ وتعمق الهوية الوطنية لديهم) / دراسة جمال (2018) والتي تدور مشكلتها البحثية حول: (التعرف على إذا ما كان استخدام وسائل الإعلام الجديدة بكافة أنواعها قد أثر بالفعل على منظومة القيم لدى الشباب المصري ممن يستخدمون شبكة الإنترنت بتطبيقاتها المختلفة، بمعنى هل أحدث هذا الاستخدام تغييراً قيمياً، وما إذا كان هذا التغيير في المنظومة القيمية إيجابياً أم سلبياً، وأهم المتغيرات الوسيطة التي تتوسط هذه العلاقة) / دراسة الشمري (2017) والتي تجلت مشكلتها البحثية حول: (التعرف على التأثيرات والانعكاسات المختلفة لوسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي العراقي) / دراسة ونوغي (2017) والتي بلورت مشكلتها البحثية في: (التعرف على أهم مظاهر الاغتراب الثقافي، على مستوى الشباب الجامعي الجزائري من خلال استخدامه لموقع الفيسبوك) / دراسة دريم (2017) والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (تحديد تأثير الوسائط الإلكترونية، وهل تنحصر تلك الوسائط في كونها ظاهرة تقنية تكنولوجية جديدة فحسب أم تمثل تحدياً فكرياً وثقافياً ولغوياً وسلوكياً خصوصاً على الشباب. كما حاولت الدراسة تسليط الضوء على دور تكنولوجيا الوسائط الإلكترونية في اختراق الخصوصية الثقافية للأسرة الجزائرية حتى أصبح المجتمع لا يعرف إن كان يعيش أزمة قيم افتراضية أم انفصام في الشخصية) / دراسة حسن (2017) والتي تدور مشكلتها البحثية حول: (التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الثقافية للشباب المصري وذلك من خلال دراسة تحليلية ميدانية لمضمون بعض صفحات الفيسبوك لمعرفة قدرة هذه الوسائل في التأثير على الهوية الثقافية والعادات والتقاليد وخلق بيئة جديدة علينا) / دراسة السنوسي (2017) والتي بلورت مشكلتها البحثية في: (رصد وتوصيف ملامح الثقافة الأسرية التي يتم ترويجها عبر صفحات الإعلام الجديد من خلال المجلة الإلكترونية "الأسرة السعيدة"، كما تمتد المشكلة إلى التعرف على الموضوعات التي نجحت أكثر من غيرها في استقطاب انتباه القارئ الإلكتروني وفق مؤشر حجم التعرض من خلال الوقوف على عدد القراءات المسجلة لكل مقال في المجلة محل الدراسة) / دراسة أمين (2016) والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (تحديد العلاقة بين التطورات التقنية في مجال الإعلام الإلكتروني والتواصل الاجتماعي وتأثيراتها على البنية الاجتماعية والقيم للأسرة المسلمة، لمعرفة الإشكاليات الاجتماعية التي تعترض الأسرة المصرية جراء استخدام شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي التي زاد استخدامها في الأونة الأخيرة بشكل غير مسبق) / دراسة الزهري (2016) والتي تدور مشكلتها البحثية حول: (رصد وقياس دوافع استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية والأشباع المتحققة وانعكاسها على سلوكياتهم، وأهم المواقع التي تحظى باهتمام ودوافع وأسباب هذا التفضيل وأوجه الاستفادة الإيجابية والتأثيرات السلبية من هذا

(الاستخدام) // دراسة عبد الغني (2014) والتي تمحورت مشكلتها البحثية حول: (التعرف على دور وسائل الإعلام الجديد ممثلة بوسائل الإعلام الاجتماعي ومدى تأثيرها في التغيرات المجتمعية في المنطقة العربية) // دراسة العرضاوي (2014) والتي بلورت مشكلتها البحثية في: (بحث العلاقة بين مدى استخدام المراهقين السعوديين لموقع الفيس بوك على شبكة الإنترنت وإدراكهم لهويتهم الثقافية العربية) // وأخيراً دراسة الرفوع (2011) والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (دراسة التحديات الثقافية والاجتماعية للاستثمار في صناعة الإعلام والاتصال، من منظور هيمنة وسائل الإتصال الجماهيري على حياة الإنسان)".

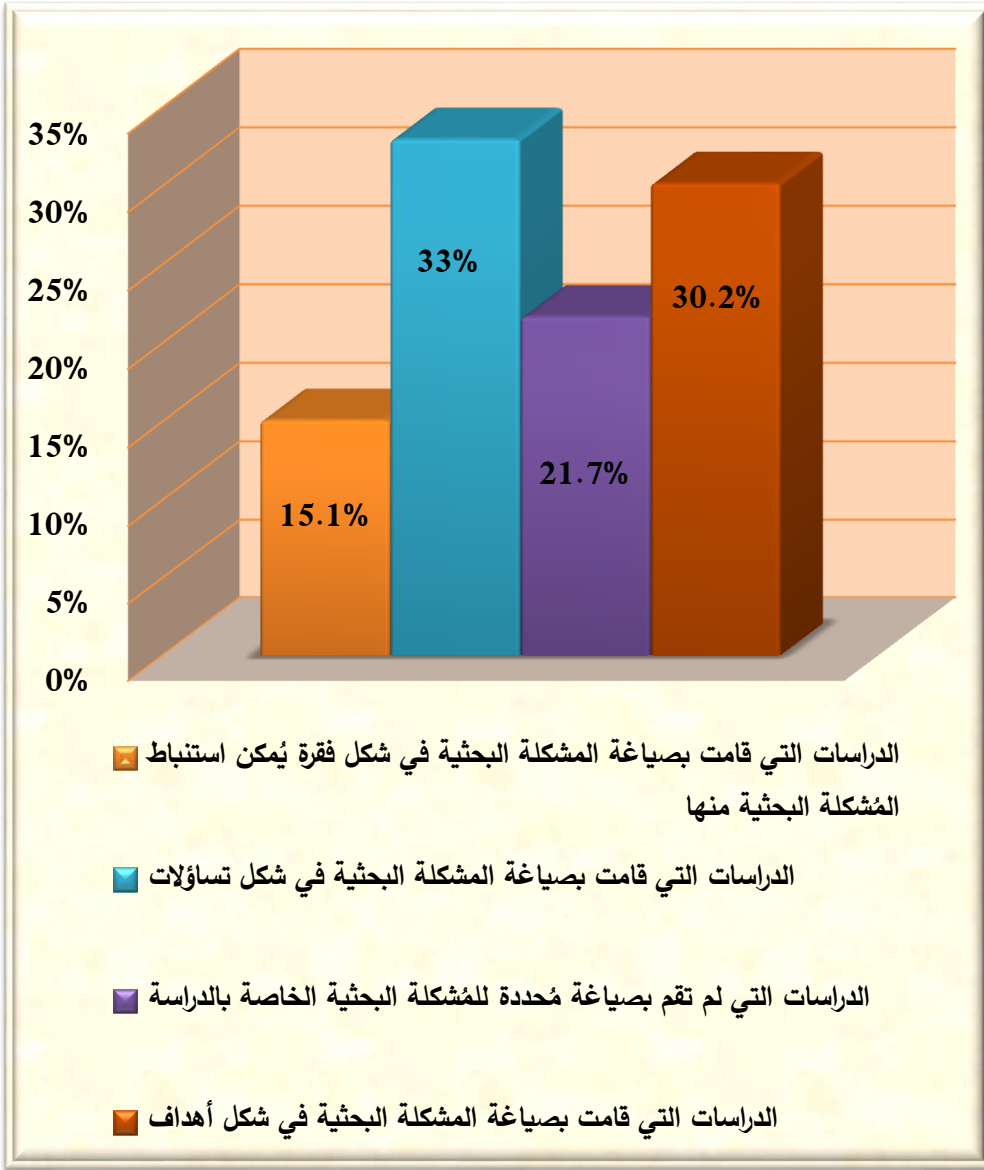
❖ ثالثاً: الدراسات التي لم تقم بصياغة محددة للمشكلة البحثية الخاصة بالدراسة: فقد تبين للباحث أن عدد الدراسات التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية (عينة الدراسة) والتي لم تقم بصياغة محددة للمشكلة البحثية الخاصة بها بلغ 23 دراسة من أصل 106 دراسة قام الباحث بتحليلهم بشكل كفي أي بنسبة (21.7%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة سكيك (2022) // دراسة إبراهيم (2021) // دراسة مصباح (2020) // دراسة محمد، وآخرون (2020) // دراسة دربال (2019) // دراسة قرش، جاد الرب (2019) // دراسة شيهب (2019) // دراسة شيهب (2019) // دراسة جفال، طلحة (2018) // دراسة فيدوح (2018) // دراسة حدادي (2017) // دراسة شاوي (2017) // دراسة بلعربي (2017) // دراسة زوار (2017) // دراسة أشرف (2017) // دراسة الصيفي (2017) // دراسة بنسعيد (2017) // دراسة عزالعرب (2017) // دراسة طيب، سلطاني (2016) // دراسة بن جيلالي (2016) // دراسة لونيس (2015) // دراسة منصر (2015) // وأخيراً دراسة صحراوي (2014)".

❖ رابعاً: الدراسات التي قامت بصياغة المشكلة البحثية في شكل فقرة يُمكن استنباط المشكلة البحثية منها: فقد خلص للباحث إلى أن عدد الدراسات التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية (عينة الدراسة) والتي قامت بصياغة المشكلة البحثية في شكل فقرة يُمكن استنباط المشكلة البحثية منها بها كان 16 دراسة من أصل 106 دراسة قام الباحث بتحليلهم بشكل كفي أي بنسبة (15.1%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة كدواني (2019) والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (تزداد أهمية نشر الثقافة العلمية في وقتنا الحاضر على خلفية تأثيرات العلوم والتكنولوجيا في حاضر المواطن العربي، وقد أتاحت التكنولوجيا الرقمية الفرصة للمواطن العادي كي يُنشئ قناته الإعلامية الخاصة، تجلى ذلك في بروز عدة قنوات علمية على موقع يوتيوب أنشأها مواطنون عاديون – أو كما يطلق عليهم YouTubers - تقدم المضامين العلمية بشكلٍ مُبسّط، ويُقدر عدد مشاهديها بالملايين؛ ومن ثم تسعى الدراسة لاستكشاف مدى الثراء الإعلامي بتلك القنوات، ودورها في نشر الثقافة العلمية، وذلك في إطار نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية (Media Richness Theory) // دراسة سليمان (2019) والتي تمحورت مشكلتها البحثية حول: (تبرز مشكلة الدراسة في تأثير الإعلام الجديد على أخلاقيات الشباب وسلوكياتهم في الدول العربية والإسلامية المستقبلية له في ظل الفوضى السائدة في المجال الإعلامي الخارجي، بعد أن فقدت الدول السيطرة الكاملة على البث المباشر للبرامج التليفزيونية، وفقدت قدرتها على التصدي للبث الإعلامي الخارجي

والاكتساح الثقافي الأجنبي، ولم يعد بإمكانها التثويش على وسائل الإعلام التقليدي والجديد غير المرغوب فيه، كما في الماضي// **دراسة جلال (2019)** والتي تدور مشكلتها البحثية حول: (أن الفضائيات أصبح تمثل متغيراً اجتماعياً وثقافياً هاماً في حياة الشباب، هو المصدر الرئيسي لنقل المعلومات والتعلم، وهو إحدى منظومات عملية التنشئة الاجتماعية في عصر العولمة الإعلامية، ومن خلال البحث والتقصي العلمي يمكن تحديد أبرز التأثيرات الاجتماعية الثقافية المحتملة التي تحدثها أن تطبيقات الاندرويد علي هوية الشباب المصري الثقافية، حيث أصبحت من خلال مشاهدتهم للكثير من البرامج فمن خلال المضامين الإعلامية المتدفقة تحول المجتمع المصري إلى منطقة متلقية ومستوردة من مصادر أكثر تنوعاً وتناقضاً في الأفكار والمعارف والعقائد// **دراسة مهداوى (2019)** والتي بلورت مشكلتها البحثية في: (يمكننا أن نتساءل عن الوضع الثقافي للشباب في ظل تطور سريع لا يعرف حواجز زمنية أو مكانية، وسنتحدث عن المناخ العام الذي أدى إلى تصدر فئات الشباب في التفاعل وتسيير مواقع الميديا الاجتماعية أو ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي// **دراسة كزوط (2019)** والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (ملازمة التحولات التي باتت تعرفها الهوية العربية في ظل الحتمية التكنولوجية التي حولت الهوية من الوحدة والتفرد إلى التشرذم والتشظي، وجعلت من الذات تعيش الانشطار بين الانتماء للواقع حيث التاريخ والذاكرة الجماعية، وبين عالم افتراضي تغلغت فيه، فسيطر على أفكارها ومبادئها، وأبعدها عن هويتها الأصلية// **دراسة فرحي (2019)** والتي تمحورت مشكلتها البحثية حول: (الرجوع إلى المقاربات النظرية التي شكلت أرضية لدراسات البحثية الخاصة التي تناولت موضوع الدراسة ومحاولة إيجاد المقاربة النظرية الأقرب إلى البيئة التي سنشتغل فيها// **دراسة بن عياش (2018)** والتي تدور مشكلتها البحثية حول: (مدى قدرة الهوية الثقافية العربية حالياً لتوظيف التكنولوجيا بصفة ايجابية بدل الإدمان عليها؟، وللإجابة على هذه الإشكالية قسمنا هذا البحث إلى أربعة محاور رئيسية هي كالتالي: (المحددات الثابتة والمتغيرة لتشكيل الهوية الثقافية العربية/ التكنولوجيا وتحدياتها الثقافية/ التحديات التكنولوجية على الفرد العربي في ظل أزمة الهوية/ كيفية التعامل مع التكنولوجيا وتأثيراتها// **دراسة البيومي (2017)** والتي بلورت مشكلتها البحثية في: (أن هناك غموض في طبيعة العلاقة بين تفاعل الشباب الجامعي مع مواقع التواصل الاجتماعي من ناحية، وبين اتجاهاتهم نحو هويتهم الذاتية والاجتماعية، ونظراً لما لهذه المواقع من ميزات تلبي احتياجات الجيل الرقمي. ولأن متغيرات الجيل الرقمي والفجوة بين الأجيال تعد مجالاً بحثياً جديداً نسبياً؛ فإن هذا البحث يتم لإيجاد إجابات علمية لما يطرح من تساؤلات عن عمق تأثير تفاعل الشباب مع هذه المواقع على توجهاتهم نحو ذواتهم ونحو الواقع بمؤسساته وقضاياه. وأدوار هذا المحتوى وتأثيراته السياسية والاجتماعية والثقافية على الفرد والمجتمع// **دراسة عثمان (2017)** والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (أولاً: صعوبة القيام بدور رقابي على الرغم من إدراك الكثيرين لأهمية الإعلام إلا أن هناك صعوبة في مراقبة القضايا والموضوعات التي يطرحها إعلام عصر المعلومات، وانعكاسه على المجتمع العربي وتأثيره في عملية التنشئة الاجتماعية. فهناك قصور واضح في البحوث النظرية التي تصدت لدراسة هذا الموضوع حيث انطلقت من نظرتها لإعلام عصر المعلومات، على أنه مجرد طغيان الوسيط الإلكتروني الجديد على باقي وسائل الإتصال الأخرى،

فالأهم هو طبيعة الرسائل التي تتدفق من خلال هذا الوسيط الاتصالي الجديد وسرعة تدفقها وطرق توزيعها واستقبالها الأمر الذي نجم عنه تغيرات في المجتمع العربي. ثانياً: تأثير الإعلام الجديد على العلاقات بين الأسرة الواحدة والترابط الأسري في المجتمع العربي. حيث يرى الباحث انشغال الكثير من أفراد الأسرة بالهواتف الذكية ومواقع التواصل الاجتماعي مما يجعل صعوبة الإتصال المواجهي داخل الاسرة الواحدة مع أنهم في غالب الأحيان يجمعهم مكان واحد)/ دراسة دفع الله، المهدي (2017) والتي تمحورت مشكلتها البحثية حول: (انتشار شبكات أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت عالمياً يطل من خلاله الجميع علي أنحاء العالم وبما أن الشباب هم أكثر الفئات انفتاحاً علي العالم، رأي الباحث دراسة فئة من الشباب التي تتعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي لأنها هي التي وتوفر حياة كاملة يختارها الشخص برادته، بل يشكل مجموعته ويدعو إليها بنفسه، كما أنه يتحكم فيما تتضمنه من محتوى، كما أتاحت هذه الشبكات التراسل أمام المجموعات المتقابلة بلغة خاصة وفق مفتاح منقذ عليه، ومعرفة انعكاس هذه الشبكات علي ثقافة الشباب التي تتمثل في تبعية الشباب السوداني لهذه الفئة وتقليد الثقافات الأجنبية في كثير من حياتهم اليومية في الأكل والشرب واللبس وظهور الكثير من الأشياء التي تتنافي مع قيم مجتمع السوداني. وتتلخص مشكلة البحث في الأدوار السالبة والإيجابية التي تؤديها شبكات التواصل الاجتماعي في تغير الثقافات لدي الشباب)/ دراسة جديدي، علوش (2017) والتي تدور مشكلتها البحثية حول: (تزايد في الأونة الأخيرة الاهتمام والإقبال علي الوسائل التعليمية ومدى تأثيرها علي الحصيلة اللغوية في جميع أطوار التعليم، ونظراً للتقدم الملحوظ في مجتمعنا فقد ازداد الإقبال علي وسائل الإتصال الحديثة (الفيديو)، وهذا ما جعلنا نهتم بهذا الموضوع/ دراسة الحديد (2016) والتي بلورت مشكلتها البحثية في: (دور الإعلام الجديد في إعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين للطلبة في المراحل الثانوية، فقد أسهم التقدم الهائل في الأدوات والبرامج التكنولوجية في إنتاج وسائل إعلامية إلكترونية حديثة، عملت علي إحداث تغيير في بنية العلاقات الاجتماعية وأشكال التفاعل الاجتماعي وفي أساليب التنشئة الاجتماعية الأسرية، وقد لوحظ أن اليافعين والأسر في البيئة الأردنية يقعون تحت تأثير رسائل إعلامية متباينة منها ما هو سلبي ومنها ما هو ايجابي داخلياً وخارجياً، خاصة الأثر المتعلق بالإعلام الجديد مثل (شبكات التواصل الاجتماعي)، الأمر الذي يجعل الأسر في أغلب الأحيان غير قادرة علي الانتقاء الواعي أو انتقاء المادة الإعلامية الايجابية ورفض السلبية في ظل زخامة هذا التدفق الإعلامي، وهنا تتأثر عملية التنشئة الاجتماعية لليافعين بشكل مباشر نظراً لما يتسمون به من سرعة وعمق التأثير بما يحيط بهم من خبرات وتجارب حياتية، وبالتالي نجد أن وسائل الإعلام الجديد تعمل علي إعادة إنتاج هذه العملية مرة أخرى، الأمر الذي يحتم علينا مسؤولية مجتمعية تاريخية وأخلاقية تلزمنا بضرورة تهيئة عوامل تضمن إنتاج أجيال واعية يمكن الاعتماد عليها في بناء المجتمع من خلال تهيئة تنشئة اجتماعية سليمة وواعية لجميع المتغيرات المعاصرة)/ دراسة بولعويدات (2016) والتي تمثلت مشكلتها البحثية في: (دراسة الإنترنت كأداة اتصالية، واستعرض مفهوم الهوية إنطلاقاً من تحليل أبعادها المختلفة النفسية الاجتماعية الثقافية، مبيناً المعالجات العلمية المختلفة لذات الموضوع وذلك إنطلاقاً من استقراء الإشكالية الفلسفية والاجتماعية التي تحيط بمسألة الهوية، ليحاول في نقطة أخرى تفسير

العلائق التي تربط بالإنترنت بمفهوم الهوية، فهل الإنترنت قادرة على خلق مجال مواز لتشكيل الهوية؟، وهل بإمكان الإنترنت خلق محددات جديدة لتشكيل الهوية الشخصية؟، وهل تسمح الإنترنت بالإفصاح عن هوية ثقافية مغايرة للجماعات؟، وهل بإمكان الإنترنت إيجاد وعى اجتماعي يكرس هوية وطنية مختلفة عما كانت عليه؟// دراسة الشريف (2015) والتي تمحورت مشكلتها البحثية حول: (تقييم التجربة المحلية في ميدان تصميم المواقع الإلكترونية من حيث الشكل ومحاولة التعمق في فهم حقيقة ما يُميز المواقع الإلكترونية المحلية للمحافظات المصرية من خلال ثقافتها الفرعية)// دراسة حسين (2014) والتي تدور مشكلتها البحثية حول: (ما يعانيه الإعلام الإسلامي (برامج - خطاب - صور مختلفة - الرسائل الإعلامية)، حيث أنه غير قادر على المواجهة في ظل ضعف الامكانيات العلمية المتاحة أو الرغبة الفاعلة في التواصل مع الآخر مع الحفاظ على الخصوصية الوطنية والإسلامية)// وأخيراً دراسة الشهري (2013) والتي بلورت مشكلتها البحثية في: (تلمس الباحثة من خلال متابعتها الميدانية وتعاملها الشخصي مع مواقع التواصل الإلكترونية لزيادة انتشار هذه المواقع وقوة تأثيرها على فئة تعتبر من أكثر مستخدميها وهن طالبات الجامعة مما دعا للقيام بهذا البحث لإلقاء الضوء على هذه الظاهرة في المجتمع)، ويُقدم الشكل البياني التالي عرض توضيحي للنتائج التي قد توصل لها الباحث بعد التحليل الكيفي للدراسات (عينة الدراسة):



شكل رقم (2) يوضح التوزيع النسبي لطبيعة الدراسات والبحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على

الهوية الثقافية العربية (عينة الدراسة) وكيفية صياغتها كمشكلة بحثية (ن = 106)

ثالثاً: الأطر المعرفية والمفاهيم التي عالجتها الدراسات والبحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية:

يعتبر مفهوم "الإعلام الجديد" من أهم المفاهيم التي حاولت الدراسات الإعلامية التطرق له حيث رأت بعض البحوث أن هذا المفهوم يُعنى بشكل أساسي برؤيتين؛ الأولى هي الإعلام الجديد بوصفه بديلاً للإعلام التقليدي، والثانية هي الإعلام الجديد بوصفه تطوراً لنظريته التقليدي (محمد، 2017، ص106).

ويعرف الإعلام الجديد على أنه إعلام يضم كافة تقنيات الإتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت والتفاعل مع المستخدمين الآخرين (محمد، 2017، ص7).

كما عرفته نواصرية حميدة على أنه تلك التطبيقات الإلكترونية للإنترنت مثل "فيسبوك"، وتويتر، ويوتيوب، وسكايب"، والتي تسمح للأفراد بالتواصل والمشاركة والتفاعل وتبادل مختلف المعلومات والبيانات سواء كانت تحمل قيمة ثقافية أو اجتماعية أو اقتصادية أو حتى ترفيهية (حميدة، 2019، ص91).

كما عُرّف على أنه: كل وسائل الإتصال الجديدة المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي من فيسبوك، وتويتر، ويوتيوب، وجوجل، والمدونات، وانستجرام، والهاتف الذكي، والفضائيات ثلاثية الأبعاد والتي تعمل على استمالة فئة الشباب والتفاعل معه (يحيوى، 2017، ص91).

وهو مجموعة التطبيقات ووسائل الإعلام على الشبكة والتي تهدف لتسهيل التفاعلية والتعاون على بناء المحتويات ومشاركتها (يحمى، 2019، ص385).

كما يشير إلى إمكانية الوصول بالمحتوى عند الطلب في أي وقت وفي أي مكان وفي أي جهاز رقمي، فضلاً عن ردود الفعل التفاعلية للمستخدم وتشكيل المشاركة الإبداعية للمجتمع حول محتوى وسائط الإعلام الجديد، بالإضافة إلى إنشاء ونشر وتوزيع واستهلاك المحتوى الإعلامي (شيهب، 2019، ص553).

فيما يشير المفهوم أيضاً إلى الطرق الجديدة في الإتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الإلتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المعلومات والمنافع وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت تجماعتهم (دريم، 2017، ص133).

وقد اعتبره عبد الرحمن بن جيلالي مجموعة من التطبيقات والتقنيات الحديثة التي تتصف بصفات سهولة الوصول والدخول من قبل الأفراد المستخدمين والتفاعلية، والتنوع الغزير في المحتوى، وتعدد الاستخدامات والإفتتاح على كل ما هو جديد وسعة الإنتشار والتحرر من المكان وتلقى إقبالاً كبيراً من الجمهور في استخدامها والإستفادة منها (بن جيلالي، 2016، ص254). وقد ذهبت دراسات أخرى إلى رصد خصائص هذا الإعلام الجديد وسنعرض هذه الخصائص فيما يلي:

- ❖ **أولاً: التفاعلية Interactivity:** وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الإتصال تأثير في الآخرين وباستطاعتهم تبادل الأدوار معهم، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو المتفاعلة وهي تفاعلية بمعنيين، فهناك سلسلة من الأفعال الإتصالية التي يستطيع الفرد الأول أن يأخذ فيها موقع الفرد الثاني ويقوم بأفعاله فيتبادل القائم بالغتصال والمتلقى الأدوار وتكون ممارسة ثنائية وتبادلية (سليمان، 2019، ص20)، كما أن المرسل يرسل ويستقبل في نفس الوقت وكذلك المستقبل، كما يطلق على القائمين بالإتصال لفظ "المشاركون"، وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الإتصال مثل "الممارسة الثنائية" و "التبادل" و "التحكم"، ومثال على ذلك التفاعلية في بعض أنظمة النصوص التلفزيونية، ويتفق الكثير من الباحثين على أن هذه الخاصية هي الأهم بين خصائص الإعلام الجديد (منصر، 2015، ص139).
- ❖ **ثانياً: اللامهيرية:** وتعنى أن الرسالة الإتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعنى أيضاً درجة تحكم في نظام الإتصال، بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.
- ❖ **ثالثاً: اللاتزامنية:** وتعنى إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت محدد ومناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلاً في نظام البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتجها إلى مستقبلها في أي وقت دون الحاجة لوجود المستقبل في ذات الوقت.
- ❖ **رابعاً: قابلية التحريك أو الحركية:** هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها في الإتصال في أي مكان إلى آخر أثناء حركته مثل الهاتف المحمول وهاتف السيارة والهاتف المدمج في ساعة اليد وهناك آلة تصوير المستندات والتي وزنها عدة أوقيات فقط وجهاز فيديو صغير وحاسب آلي نقال مزود بطابعة.
- ❖ **خامساً: قابلية التحويل والتوصيل:** والتي تعنى القدرة على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكن تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس، أما قابلية التوصيل فتعنى إمكانية توصيل الأجهزة الإتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة لأخرى وبغض النظر عن الشركة المصنعة لها أو البلد التي تمت فيها الصناعة مثل توصيل الهاتف وعرضه على التلفزيون.
- ❖ **سادساً: الشبوع والإنتشار:** وتعنى الانتشار المنهجي لنظام وسائل الإتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر في البداية على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة، نلمح ذلك في جهاز الفيديو وبعده التلفزيون عالي الوضوح والتلفزيون الرقمي، وكلما زادت عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام للأطراف المعنية كلها.
- ❖ **سابعاً: التنوع:** ويعنى التنوع في عناصر العملية الإتصالية التي وفرت للمتلقى اختيارات أكبر لتوظيف عملية الإتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه، وهذا التنوع أدى إلى ظهور ما يسمى "بنظام الوكالة الإعلامية الذكية والوكيل الإعلامي" الذي يقوم ببناء برامج خاصة بمسح كافة وسائل الإعلام والمواقع بحثاً عن المواد الإعلامية التي يختارها

المتلقى ويقدمها في حزمة واحدة ويتم عرضها في الوقت الذي يختاره والمكان الذي يتواجد فيه ويلبي إحتياجاته المتعددة والمتجددة (بن جيلالي، 2016، ص256).

❖ **ثامناً: الكونية:** فالبيئة الأساسية الجديدة لوسائل الإتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة، فما يحدث في أى قرية صغيرة في العالم يمكن للعالم كله أن يعرفه من خلال وسائل الإعلام الجديد.

❖ **تاسعاً: التواصل الشبكي المتداخل Interconnectedness:** بحيث يسمح بالتواصل من عدة نقاط إلى عدة نقاط أخرى، وليس من نقطة واحدة إلى عدة نقاط كما هو الحال في الإتصال التقليدي (منصر، 2015، ص139).

ويعتمد الإعلام الجديد على ما يسمى بـ **(التطبيقات الإلكترونية)** والتي تعرف على أنها جميع المواقع على الانترنت التي يتواصل من خلالها الشباب الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه المواقع مشاركة الملفات، والصور، وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات، وإرسال الرسائل، وإجراء المحادثات الفورية ومن أبرز هذه المواقع (الفيس بوك، وتويتر، وواتساب، واليوتيوب، والانستغرام) (السيد، 2018، ص8).

فهى عبارة عن مواقع تتيح تبادل المعلومات والأفكار والثقافات، والتعارف بين أناس يتشاركون في الفكر والثقافة والتوجه والميول ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب (Web2) تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقاً لاهتماماتهم أو انتماءاتهم (جامعة، بلد، صحافة، شركة)، بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر، كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرف إلى أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض (مبني، 2014، ص83).

ويقصد بها أيضاً أنها مواقع الإنترنت التي تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والتدوين وتكوين الأصدقاء ومشاركة الملفات والصور وغيرها من الخدمات وتجمع الشبكات الإجتماعية الملايين من المستخدمين وتنقسم حسب الغرض إنستغرام وغيرها من مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي (أمين، 2016، ص106).

وتعرف أيضاً على أنها: مواقع التواصل الإجتماعية: وهي تعنى تواصل الإنسان مع قرينه بشكل أو بآخر عن طريق عدة طرق إما بالمحادثة الكتابية أو الصوتية أو المحادثة بالمشاهدة عن طريق الفيديو ولا تقتصر مواقع التواصل الإجتماعي على المحادثة بين شخصين وإنما التواصل مع مؤسسات وهيئات وحكومات وسفارات الخ (حسن، 2017، ص279).

كما عرفت على أنها تقوم على بناء وتفعيل المجتمعات الحية علي الانترنت، حيث يشارك الناس اهتماماتهم وانشطهم من خلال برمجيات تحقق الصفة الاجتماعية، وهي تحقق اتصالات تفاعلية باتجاهين. وتعرف **مواقع التواصل الإجتماعي** بأنها عبارة عن تطبيقات تكنولوجية مستندة إلي الويب تتيح التفاعل بين الناس، وتسمح بنقل البيانات الإلكترونية وتبادلها بسهولة، وتوفر للمستخدمين امكانية العثور علي آخرين Communities Virtual يشتركون في نفس الإتصال، وبناء عليه ينتج عن ذلك ما يسمى بالمجتمعات

الافتراضية حيث يستطيع المستخدمون التجمع في كيانات اجتماعية تشبه الكيانات الواقعية (دفع الله، المهدي، 2017، ص305).

وقد عرفت أيضاً على أنها "تجمعات اجتماعية، تنشأ من الشبكة حين يستمر أناس بعدد كاف، في مناقشاتهم علنيا لوقت كاف من الزمن بمشاعر إنسانية كافية لتشكيل شبكات العلاقات الشخصية في الفضاء السايبري (لونيس، 2014، ص271).

ويمكن القول حينئذ إنه من خلال إنشاء هوية على Facebook، فإننا نخلق شخصاً مختلفاً عنا، قد يشبهنا ولكنه ليس بالضرورة أنفسنا بالفعل، بل هو كائننا المجزأ الذي يندمج في العالم الافتراضي. بالإضافة إلى ذلك، فإن هذا الشخص الآخر هو مقبول من قبل البقية، وهو ما يجعلنا نركز على هوية شخصيتنا المقبولة في العالم الافتراضي. وهي شخصية منضبطة إلى حد ما أو تحاول أن تكون كذلك حتى تتمكن من الانصهار داخل العالم الافتراضي والإنسجام مع من فيه وحتى تحقق هويتها الافتراضية قبولاً وشعبية. وهذا الانضباط هو الذي يجرها نحو الإمتثال لقوانين الشبكات الاجتماعية وقواعدها تماماً كتمثل الشخص السجين لأوامر سجنه حتى ينال رضاه ويتفادى غضبه (السوسني، 2019، ص9).

ويعتبر مصطلح الحضارة من أهم المصطلحات التي تطرقت إليها الدراسات العربية حيث عرفتها على أنها: هي مجموع الشروط الأخلاقية والمادية التي تتيح لمجتمع معين أن يقدم لكل فرد من أفراده في كل طور من أطوار وجوده منذ الطفولة إلى الشيخوخة المساعدة الضرورية له في هذا الطور (الضو، 2017، ص8).

أما مفهوم التحولات الحضارية فقد عرفه على أنه يشير إلى التغيرات التي تحدث في مجتمع ما نتيجة تداخل الثقافات والمعارف وتحدث تأثيراً واضحاً على الأفراد والجماعات مما يتسبب في تشكيل سلوكيات وأنماط جديدة لأفراد هذا المجتمع، الأمر الذي يحدث سمات جديدة يتميز بها المجتمع فيعمل على إزاحة قيم ومعتقدات وإبدالها بأخرى (الضو، 2017، ص8).

أما مفهوم ثقافة وسائل الإتصال فتعنى الثقافة الجماهيرية أو جمهرة الثقافة عن طريق وسائل الإتصال، فهذا النوع من الثقافة يختلف تماماً عن الثقافة النخبوية والثقافة الشعبية، فإذا كان الإنسان هو العامل المحرك في الثقافة النخبوية وخاصة الشعبية، ففي الثقافة الجماهيرية تعتمد على العامل التقني كعامل أساسي إلى جانب الفرد في توسيع أفكارها ومننقياتها الإستهلاكية (محمد، وآخرون، 2020، ص97).

أما مصطلح "الهوية الثقافية" فقد عرفه أحمد خميس على أنه ما يُراد به حزمة المبادئ الأصلية والذاتية النابعة من الأفراد والشعوب والقيم الأخلاقية الكامنة في المجتمع والتي ينطبع بها السلوك الفردي والجمعي بحيث يشعر كل فرد بانتمائه القوي لمجتمع يميزه عن باقي المجتمعات الأخرى. والهوية الثقافية تمثل كل الجوانب الحياتية، الوطنية والاجتماعية واللغوية والحضارية (خميس، 2019، ص8).

والهوية ليست بنية مغلقة وإنما بنية متحولة باستمرار، وهي سياق علاقة تبادلية تنهض على تفاعل مع معطيات الوجود ومكونات المحيط وليست الهوية في هذا الضوء واقعاً ثقافياً فقط وإنما هي قيم جوهرية تنتزل في واقع تتجدد فيه بفعل فهم الإنسان وإدراكه وديناميكياته (شاوي، 2022، ص220).

وكلمة "الهوية" مأخوذة من "هُوَ" بمعنى أنها جوهر الشيء وحقيقته، كما تعد مفهوم اجتماعي نفسي يشير إلى كيفية ادراك شعب ما لذاته، وكيفية تمايزه عن الآخرين، وهي تستند إلي مسلمات ثقافية عامة، مرتبطة تاريخيا بقيمة اجتماعية وسياسية واقتصادية للمجتمع (دريم، 2017، ص132).

كما تعرف "الهوية الثقافية" بأنها القدر الثابت والمشارك من السمات العامة التي تميز حضارة الأمة عن غيرها من الحضارات والتي تجعل للشخصية الوطنية، أو القومية طابعاً يميزها عن الشخصيات الأخرى، فهي الحلقة الأساسية التي تربط الإنسان بتراب وطنه، وبهذا المعنى فإن الهوية الثقافية هي النقيض للعولمة التي تعني تحويل العالم إلى قرية واحدة بلا حدود (صحراوي، 2014، ص218).

كذلك تعرف على أنها هي الشعور بالانتماء إلى مجموعة معينة، وهو جزء من مفهوم الشخص الذاتي ونظرية الفهم الذاتي ويرتبط بالجنسية والدين والطبقة الاجتماعية والمستوى الثقافي أو أي نوع من الفئات الاجتماعية التي لها ثقافتها الخاصة (جلال، 2019، ص554).

وتمثل الهوية تلك الروابط الروحية بين الأفراد ومجتمعاتهم بحيث يسعون إلى بنائها والرفع من مكانتها وذلك للحفاظ على أهم مقومات الأمة والتمثلة في الدين واللغة والسلالة والتاريخ والثقافة، حيث أن الأفراد ينظمون معاني حياتهم وتجاربهم حول هوية محورية أساسية (نويصر، لبن، 2018، ص1086).

وعرفها باديس لونيس على أنها هي التي تعكس ذلك الجزء من مفهوم الشخص عن ذاته، والذي يتأسس في ضوء معرفته المسبقة بانتمائه لعضوية جماعة أو جماعات معينة، وهو ما يقتضي تمسكه بالقيم والأعراف السائدة في إطارها (لونيس، 2014، ص272).

كما عرفتها خيرة محدي على أنها تلك المبادئ الأصيلة السامية والنابعة من الأفراد والشعوب، وتلك الركائز التي تمثل الكيان الشخصي والروحي والمادي للإنسان بتفاعل صورتي هذا الكيان لإثبات هوية أو شخصية الفرد أو المجتمع أو الشعوب، بحيث يحس ويشعر كل فرد بانتمائه الأصلي لمجتمع ما يخصصه ويميزه عنه غيره من المجتمعات الأخرى (محدي، 2013، ص163).

وتعرف الهوية الثقافية للشباب المصري على أنها تشمل كل سلوك أو تصرف أو قيم أو معايير أو ماديات تشكّل مظهرنا، ومن ثمّ فإن مفهوم الهوية الثقافية في البحث الراهن يقصد به جميع مكونات السلوك أو أنماط التفكير أو القيم التي يتبناها الشباب المصري (عبد الحكيم، 2019، ص456).

في حين عرفتها مرفت محمد شريف العرضاوي على أنها هي معتقدات وقيم ثقافية وأسلوب حياة لمجموعة من الأفراد يشتركون في سمات معينة، وهذه السمات ما هي إلا مخرجات تكونت وتشكلت خلال مرحلتي الطفولة والمراهقة التي مر بها الفرد متأثرة بكل ما يحيط به بدايةً من الأسرة ونهايةً إلى المجتمع (العرضاوي، 2014، ص262).

كما تعرف على أنها مجموعة من الملامح الثقافية التي تكتسب من خلال المؤسسات الاجتماعية المختلفة المتمثلة في الأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام والمسجد والتي تستمد

مقوماتها من عناصر راسخة تتمثل في (اللغة، الدين، التاريخ والحضارة، الانتماء، العادات والقيم والتقاليد) (حسن، 2017، ص279).

كما عرفت على أنها: هي تلك الافكار والمعلومات والموافق والآراء والسلوكيات التي تشكلت بفعل الاكتساب من طرف الشباب نتيجة تأثيرات الإعلام الجديد عليهم (يحياوى، 2017، ص92).

كما يمكن تعريفها على أنها: يمكن تعريف الهوية الثقافية والحضارية لأمة من الأمم بأنها "القدر الثابت والجوهري والمشارك من السمات والقسمات العامة التي تميز حضارة هذه الأمة عن غيرها من الحضارات والتي تجعل للشخصية الوطنية أو القومية طابعاً يتميز به عن الشخصيات الوطنية والقومية الأخرى"، كما أنها "ذلك المركب المتجانس من الذكريات والتصورات والقيم والرموز والتعبيرات والإبداعات والتطلعات التي تحتفظ لجماعة بشرية تشكل أمة أو ما في معناها بهويتها الحضارية في إطار ما تعرفه من تطورات بفعل ديناميتها الداخلية وقابليتها للتواصل والأخذ والعطاء" (زوار، 2017، ص187).

كما تعرف على أنها السمات الخاصة بالأبعاد المعرفية، والاجتماعية، والنفسية، والاقتصادية، التي تميز الشباب عن غيره، والتي تأثرت بالمجتمع الافتراضي (قاسم، 2017، ص90).

والهوية مصطلح يختزل مفاهيم التبعية والتشخيص والولاءات لتحديد بناء مجتمع ما وتميزه عن مجتمع آخر، ومسألة محددات الهوية من أصعب ما يمكن بحثه حيث تحمل مكونين: أولهما المكون الاجتماعي من حيث المكانة والطبقة والوظيفة، وثانيهما المكون الثقافي من حيث اللغة والدين والعادات والتقاليد والعرف والقيم الاجتماعية المشتركة والملبس (بربخ، 2019).

وتعرف أيضاً على أنها: مجموعة من السمات والخصائص والمميزات التي تنفرد بها الشخصية العربية بصفة عامة وتجعلها مميزة عن غيرها من الهويات الثقافية الأخرى، وتشتمل تلك الخصائص في اللغة والدين والعادات والتقاليد والأعراف وغيرها من المكونات الثقافية (مجانبي، مرزقة، 2019، ص19).

أما الهوية الاجتماعية: هي إدماج وتموضع الفرد في محيطه الاجتماعي وتترجم عن طريق الانتماء وكذا المشاركة في الجماعة والمؤسسات الاجتماعية التي تبرز من خلال ممارسة الفرد لأدواره المحددة اجتماعياً؛ ويقول الجابري عنها: والجماعات، داخل الأمة، هي كالأفراد داخل الجماعة، لكل منها ما يميزها داخل الهوية الثقافية المشتركة، ولكل منها "أنا خاصة بها وآخر من خلاله وعبره تتعرف على نفسها بوصفها ليست إياه (زوار، 2017، ص187).

كما يمكن اعتبارها كأداة تصنيف المجتمع إلى فئات وذلك حسب الأدوار، والوظائف والانتماءات الاجتماعية المختلفة، كالانتماء السياسي أو الديني أو اللغوي، وحتى الانتماءات الجغرافية: مدينة مقابل الريف (السنوسي، 2017، ص8).

وعن مشكلة أزمة الهوية فقد عرفت على أنها الشعور بالقلق الشديد والإضطراب النفسي والذي ينعكس سلباً على تماسك الشخصية ذاتها وثباتها، مما يؤدي إلى الإرتباك في أدوارهم، وفقدان المعنى أو الغرض من حياتهم وعدم معرفة من ينتمون (مجد، وآخرون، 2020، ص87).

أما الهوية البصرية فهي تعبير مرئي محكم للدلالة عن شخصية الصحيفة ومحتواها الفكري وهي الطريقة التي يمكن من خلالها الوصول إلى فلسفة الموقع الصحفي، وتحديد شخصيته، ويعد التصميم أهم أدوات تحقيق الهوية البصرية لما له من قدرات اتصالية وتأثيرية، وذلك من خال استخدام الرموز والعلامات والشعارات التي تعبر عن المضمون الصحفي وتوضح ملامح الشخصية للصحيفة الإلكترونية (الداخلي، 2018، ص194).

وقد أشار عبد الله عبد المحسن العساف إلى قضايا الهوية الوطنية: المقصود بها الموضوعات التي تلمس الخصائص والسمات التي تتميز الهوية الوطنية بها المملكة العربية السعودية، وتشمل عناصر الهوية الوطنية ما يلي: الموقع الجغرافي، التاريخ، الاقتصاد: ويربطهم كذلك رباط اقتصادي واحد، ونظام مالي واحد، كنظام العملات الموحد، ونظام التسعيرة الموحد لبعض السلع الاستهلاكية، العلم الواحد، وهو الرمز الذي يجمع كل أبناء الشعب الواحد والقضية الواحدة، والذي يرمز إلى قيمة معنوية، وهي الهوية الوطنية والانتماء للوطن، الحقوق المشتركة، حيث يتمتع ذوي الهوية الوطنية الواحدة بالحقوق ذاتها، كحق التعليم، وحق التعبير عن الرأي، وحق الحياة بكرامة وعزة على أرضهم، وحق الملكية، وحق البناء فوق أرضهم، وحق العمل، وغير ذلك من الحقوق التي تجسد معاني الهوية الوطنية، الواجبات، وهي الواجبات الفردية، والجماعية، التي يتعين على أبناء المملكة العربية السعودية القيام بها، إما بصفة الفردية، كالأفراد كل في مجال عمله وتخصصه ونشاطه، وإما بصفتهم الجماعية، وذلك مثل ما يتعين على المؤسسات القيام به نحو مواطنيها، وفق آليات محددة، كمؤسسات التربية والتعليم، ومؤسسات الصحة والبيئة، والاقتصاد، والبنى التحتية، كسلطة المياه، ووزارة العمل، والدفاع، وسلطة المواصلات، والسلطة الحاكمة بكل مؤسساتها التشريعية والتنفيذية، وغير ذلك من مسميات وطنية تحمل روح العمل الجماعي لخدمة الوطن والمواطن، فهذه كلها بعملها والتزامها به على خير وجه تعبر عن الهوية الوطنية (العساف، 2020، ص657 – 658).

كما يمكن اعتبار الهوية الوطنية على أنها مفهوم أيولوجي أكثر منه علم وأنها أحد المكونات الرئيسية للمجتمع، ويمكن التعبير عنها من خال سمات كثيرة مختلفة مثل الدين أو اللغة أو الدولة الوطنية أو القومية أو العروبة أو العادات والتقاليد والموروث الإجتماعي والتاريخي والعمراني والجغرافي أو التاريخ أو الجغرافيا أو السمات التي تسود غالبية أبناء الوطن أو الدولة أو الأثار والمأثورات والأمثال والشعر والأهازيج والحكايات والفلكلور، وهي في حد ذاتها حافظة لوحدة الأمة ونفسيته ومشاعرها وذاكرتها، وتمثل بعناصرها منجزاً حضارياً عظيماً للأمة. ويقصد بها مجموع السمات والخصائص المشتركة التي تميز المجتمع المصري عن غيره من المجتمعات، ويمكن التعبير عنها من خال الدين أو اللغة أو العادات والتقاليد أو الأثار والمأثورات والأمثال والشعر والموروث الإجتماعي والتاريخي والعمراني والجغرافي أو التاريخ أو الجغرافيا أو السمات التي تسود غالبية أبناء الوطن الشباب المصري (السيد، 2018، ص7).

ويعتبر مصطلح **مجتمع المعلومات** من أهم المصطلحات التي ركزت عليها الدراسات العربية حيث أشارت إلى أنه يركز على الإنجازات التكنولوجية باعتباره ثمرة لثورة التكنولوجيات الجديدة فإذا كنا نشهد اليوم مجتمعا عالمياً للمعلومات حيث زادت التكنولوجيات بشكل يفوق كل التوقعات كمية المعلومات المتوافرة وسرعة نقلها وبالتالي فإن مجتمع المعلومات هو ذلك المجتمع الذي يقوم على فضاء جديد أو جغرافياً جديدة تؤسسها الشبكات الإلكترونية التي تقدم فضاءً متشابكاً يعيش فيه الإنسان علاقات وأوامر جديدة تربطه بالفضاء والزمن وبهذا المعنى مجتمع المعلومات هو أيضاً مجتمع الشبكات إذ يشكل الكمبيوتر والاتصال بنيته الأساسية وعلى هذا النحو يكون الإعلام الجديد هو باختصار الحالة المعلوماتية الإتصالية التي تحيل إلى استخدام وسائط إعلامية جديدة في ظل سياقات ثقافية وفكرية متجددة (يحمى، 2019، ص387).

كما أنه من ضمن المفاهيم التي وردت أيضاً في الدراسات والبحوث عينة الدراسة هو مفهوم **الفجوة الجيلية The digital divide** والذي يشير إلى الاختلاف بين الأجيال وتباعد العلاقة بينها، ومن مظاهر هذه الفجوة هي (الفجوة المعرفية The knowledge gap) وهي تلك الهوة الكبيرة التي تفصل بين من يملك المعرفة وأدوات استغلالها وبين من لا يملكها. وهذه الفجوة تكون بين الدول المتقدمة والدول النامية، وبين السكان في الدولة أو المجتمع الواحد، وبين الأجيال السابقة واللاحقة (البيومي، 2017، ص55).

ويعتبر أيضاً مصطلح **"العولمة"** من أهم المصطلحات التي تناولتها البحوث العربية في رصدها لتأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية، حيث عرفها **عاطف عودة الرفوع** على أنها: ديناميكية جديدة تبرز من خلال دائرة العلاقات الدولية من خلال تحقيق درجة عالية من الكثافة والسرعة في عمليات الانتشار المعلوماتي، والمكتسبات التقنية والعلمية للحضارة، ويزيد فيها دور العامل الخارجي في تحديد مصير الأطراف الأخرى، حيث يصبح مصير الإنسانية موحداً، ومعنى الوحدة هنا لا يعني التجانس والتساوي بين أجزاء العالم والمجتمع البشري ولكنها تعني درجة عالية من التفاعل بين مناطق ومجتمعات بشرية مختلفة ومتباينة، وبذلك ازدياد التأثير والتأثير المتبادل، ولذلك ارتبط مفهوم العولمة بمفهوم الاعتماد المتبادل (الرفوع، 2011، ص135).

وتشير العولمة لنمط العلاقات العالمية المتزايدة للثقافة والنشاط الاقتصادي، وفي معظم الأحيان فإنها تشير إلى الإقتصاد؛ التوزيع العالمي لإنتاج السلع والخدمات، من خلال خفض الحواجز أمام التجارة الدولية مثل التعريفات الجمركية، ورسوم التصدير وحصص الإستيراد. كما أنه رافق العولمة إدعاءات أنها ساهمت في النمو الاقتصادي في البلدان المتقدمة والنامية من خلال زيادة التخصص ومبدأ الميزة النسبية (شيهب، 2019، ص550).

ويعرف مفهوم **العنف الرمزي Symbolic Violence** على أنه عنف نائم خفي هاديء لا مرئي ولا محسوس حتى بالنسبة لضحاياه، ويعني أن يفرض المسيطرون طريقتهم في التفكير والتعبير، والتصور الذي يكون أكثر ملاءمة لمصالحهم، معتمداً على الرموز بوصفها أدوات في السيطرة والهيمنة، كاللغة والصورة والإشارات والدلالات وبذلك فإن تلك الوسائل الجديدة باتت تبسط سيطرتها، وتستغل بذكاء التقنيات لتمرر هذا العنف بصوره

اللفظية كالسبب والسخرية والتجريدية كعدم السماح للآخرين بالتعبير عن أفكارهم كالتقليل من شأن الآخرين والتشكيك في قدراتهم (محمد، 2018، ص4).

وأشارت الدراسات أيضاً إلى مصطلح "الإغتراب الثقافي" حيث تم تعريفه على أنه "ظاهرة نفسية واجتماعية وثقافية، تنقص الفرد مقومات تكامله، وتجعله أكثر وعياً بالصراع القائم بين ذاته وبين البيئة المحيطة به وثقافته مما يفقده القدرة على إنجاز أهدافه، ويجعله مضطرباً في ثقافته (نوغي، 2017، ص48).

أما مصطلح "الاغتراب عن الذات" **"Self Estrangement"** فيقصد بهذا البعد، فقدان الإتصال بين الذات الواعية للفرد والذات الفعلية، ويتضح ذلك في صورة السلوك اللاواقعي والإحساس بالفراغ والملل والفتور وشعور الفرد بأن وجوده غير حقيقي حيث يشعر الفرد بأن ذاته غير واقعية، كما يعاني إحساساً بالبعد عن الحياة والشعور بالضيق (بكير، 2019، ص10).

كما تناولت البحوث مفهوم "العزلة الاجتماعية **Social Isolation"** ويقصد بهذا البعد تجنب الإتصال بالآخرين والبعد عن المشاركة في أى نشاطات اجتماعية نتيجة لشعور الفرد بالغربة عن الآخرين، ومن جانب آخر فقد يشعر الفرد بالعزلة نتيجة عدم الاندماج الفكري في المجتمع حيث يجد الإنسان نفسه وسط أناس لا يواكبونه فكراً مما يداخله الإحساس بالتباعد بين فكره وفكرهم. وعموماً فالعزلة الاجتماعية ما هي إلا تعبير عن شعور الفرد بالانفصال عن المعايير الاجتماعية، والقيم الاجتماعية، مما يؤدي به إلى صعوبة في التوافق مع المجتمع (بكير، 2019، ص11).

وعلى عكس العزلة فيشير مصطلح "العلاقات الاجتماعية الافتراضية" إلى ذلك النوع من العلاقات والتفاعل بين طرفين أو أكثر عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي وليس عن طريق الإتصال المواجهي، من أجل تكوين صداقات لا تنقيد بالحدود الجغرافية أو السياسية، وتنمو عن طريق التفاعل بالحوار الإلكتروني (الشات) أو التعليقات والإعجابات المتبادلة وغيرها من آليات التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي (أمين، 2016، ص107).

وقد تطرقت دراسة رجاء خالد أحمد يوسف علقم إلى مصطلح "الفيدولوجيا" والتي عرفتها نقلاً عن أيمن يس على أنها: قدرة وسائل الإعلام وبخاصة المرئية منها عن قولبة الرأي العام وصناعته والتحكم في اتجاهاته القيمية والثقافية والإستهلاكية والسياسية، إنطلاقاً من هيمنة الصورة كمؤثر لا يمكن مجارة تأثيره من أجل الوصول إلى الأهداف المضللة وأحداث التشويش والتداخل في المفاهيم والمعتقدات (علقم، 2018).

ويعد مصطلح "القيم" من أهم المصطلحات التي ركزت عليها البحوث العربية في تناولها لتأثيرت الإعلام الجديد على الهوية العربية، حيث عُرِّفت القيم على أنها: عبارة عن تلك المعتقدات والتفضيلات والمفاهيم المجردة التي يحملها الفرد للأشياء والمعاني وأوجه النشاط المختلفة، والتي تعمل على توجيه رغباته واتجاهاته نحوها، حيث تساعده على تحديد السلوكيات وما هو مقبول ومرفوض، وما هو صائب وما هو خاطيء، وتتصف بالثبات النسبي (محمد، 2017، ص60).

وتعرف أيضا القيم على أنها: ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية، ويكون مصدر القيم في الأساس هو الدين، فالإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما أداة يمكن أن تتجسد فيه القيم، فالقيمة هي ما يعلو عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة في الدين (حميدة، 2019، ص93).

كما يمكن تعريفها على أنها مجموعة العادات والأعراف ومعايير السلوك والمبادئ المرغوبة التي تمثل ثقافة مجموعة من الناس أو جماعة أو فرد (الجمال، 2018، ص168).
كما تم تقسيم هذه القيم إلى عدة محاور، وهي كالتالي:

❖ **قيم اجتماعية:** وهي مجموعة من القيم التي تحدد طبيعة علاقة الشاب بأفراد المجتمع الإنساني، وسلوكه تجاههم، ومن خلالها يلبي حاجاته ككائن اجتماعي بما يتناسب والعادات والتقاليد الجيدة، وتتمثل في: (المشاركة المجتمعية – التعاون – الصداقة – حب الغير الإيثاري- النقد الموضوعي البناء للآخرين، احترام الآخرين – مساعدة الآخرين - تحمل المسؤولية).

❖ **قيم دينية:** مجموعة القيم التي تتصل بخصال وقوانين وتقاليد أصيلة تنبثق من العقيدة الإسلامية، ويلتزم بها الشاب في سلوكه وضبط تصرفاته، ويترب عليها مسؤوليات عدة، وتتمثل في: (التقوى، بر الوالدين، الصدق، والإحسان، والتواضع، والوفاء، والأمانة).

❖ **القيم الاقتصادية:** مجموعة من القيم التي تساعد الفرد في وجوده المادي، والتي يعبر عنها اهتمام الشاب وميله إلى ما هو نافع والحصول على الثروة وزيادتها عن طريق الإنتاج والتسويق بالطرق المشروعة، وتتمثل في: (قيم العمل، وترشيد الاستهلاك، وطلب الرزق الحلال، واستثمار الوقت، واحترام ملكية المال).

❖ **القيم السياسية:** مجموعة من القيم التي تهيب الشاب للمشاركة السياسية الهادفة لبناء وتنظيم المجتمع المسلم من خلال تعميق الشعور بالانتماء الوطني والوعي به، وتعمل على إعداد الإنسان الصالح الذي يحافظ على مصالح مجتمعه وأمته الإسلامية والعربية، ويعبر عنها بقيم: (الإنتماء، والمساواة، والوحدة، والحرية، والتضامن، والمواطنة).

❖ **قيم نفسية:** وهي مجموعة القيم التي تهيب الشاب لفهم ذاته جيداً، وذلك باعتبار أن فهم الذات ما هو إلى مقدمه لفهم الآخر والتعايش معه، ويعبر عنها بقيم مثل: (إثبات الذات – الطموح).

ويعتبر مصطلح "الثقافة الفرعية" من أهم المصطلحات أيضاً التي تعرضت لها الدراسات العربية حيث عرفت على أنها "مجالات للاهتمام لقضايا لها إنتشار ملحوظ ودرجة عالية من الإحتواء أو الإندماج العاطفي" (علقم، 2018، ص286).

أما مصطلح **هوية جيل الإنترنت:** يعرف أنه "يعكس ذلك الجزء من مفهوم الشخص عن ذاته، والذي يتأسس في ضوء معرفته المسبقة بانتمائه لعضوية جماعة أو جماعات معينة، وهو ما يقتضي تمسكه بالقيم والأعراف السائدة في إطارها. ولا يعني ذلك أن الفرد يظل بقية حياته أسيراً لهوية واحدة، إذ يمكن أن تتعدد هويات الفرد الإجتماعية وفقاً لتعدد الجماعات التي ينتمي لعضويتها في نفس الوقت، كالجنسية والديانة والنوع والمهنة والتوجه السياسي أو العرقي" (البيومي، 2017، ص57).

وبخصوص مفهوم **الجيل الرقمي Digital Generation**: اعتبر **عادل فهمي البيومي** أن الجيل يكون نفسه أساساً على أساس الهوية المشتركة (Shared identity) وذلك إتفاقاً مع ما ذهب إليه كل من (June Edmunds & Bryan Turner, 2002) في كتاب "**الأجيال، الثقافة، المجتمع**" حيث عرفا الجيل على أنه "فئة عمرية لديها أهمية اجتماعية بحكم أنها تشكل نفسها كهوية ثقافية" (البيومي، 2017، ص58 – 59).

كما تعرضت بعض الدراسات لمصطلح "**إذاعة الإنترنت**" حيث أشارت إلى أنه توجد على شبكة الإنترنت المئات من المحطات الإذاعية سواء منها المعروفة بأسمائها أو تلك التي يديرها هواة إذ يتاح للمستخدم إستقبال أعداد كبيرة من المحطات الإذاعية التي تتزايد أعدادها سريعاً، وهي تنقسم بين محطات رسمية وأخرى خاصة وثالثة لا توجد إلا من خلال الإنترنت، أي لا يمكن إنقطاعها بالأساليب الأخرى المتعارف عليها، ورايو الإنترنت تفاعلي يمكن أن ينقل التحكم من الدولة والمؤسسات المتخصصة إلى الجمهور وموردي المعلومات، إذ تتيح الشبكة لكل فرد أن يبث برامج إذاعية دون الحاجة إلى شغل قناة محددة في أوقات محددة (علقم، 2018، ص47).

كما أشارت الدراسات إلى مصطلح "**الانتشار الثقافي**" حيث إن النظم الاجتماعية المختلفة الدينية والتربوية والاقتصادية والتكنولوجية والسياسية والعادات والتقاليد في مجتمع من المجتمعات تنشأ من أحد المصدرين التاليين: نوع منها نشأ في المجتمع أي أن المجتمع هو الذي أنشأه أو إكتشفه ويعرف عند الأنثروبولوجيين بالإختراع أو الاكتشاف وقد يخترع نظام أو نموذج واحد في عدة مجتمعات كل على حدة وهو ما يسمى بالإختراع المستقل. والنوع الأخر من النظم نقلها المجتمع أو استعارها من المجتمعات الأخرى وهذا هو الانتشار الثقافي، ومعناه إنتقال سمة ثقافية أو نموذج ثقافي أو نظام بأكمله من مجتمع لآخر وانتشاره فيه، ويتم الانتشار على نوعين إما عرضي وهو ما يحدث بالصدفة مثال ذلك محاكاة بعض الأفراد لملبس شخص كان في الخارج وأتى بنموذج جديد أو نقل فكرة سائدة في مجتمع إلى مجتمع آخر أو إنتشار مقصود ومنظم وذلك في حالة غزو مجتمع مجتمعاً آخر فيفترض عليه نظمه وثقافته ولغته فالإنتشار هنا مقصود ومنظم ويتم وفق خطة مرسومة وليس بشكل عرضي (علقم، 2018، ص84).

في حين ظهر مفهوم "**التغير الثقافي**" أيضاً والذي يعبر عن عملية التغير الثقافي عملية أكبر وأوسع من عملية التغير الاجتماعي حيث يشمل التغير الثقافي كل تطور أو تحول يحدث في عنصر من عناصر الثقافة سواء أكان ذلك الفن أو العلم أو الصناعة أو في اللغة أو في الأدب، كما يشمل فوق ذلك كل التغيرات التي تحدث في أشكال وقواعد النظم الاجتماعية. (علقم، 2018، ص85).

وقد ميزت **سامية جفال** بين مفهومي "**الإختراق الثقافي**" و"**العزو الثقافي**" على الرغم من أنها ترى أنهما يسعيان لتحقيق نفس الهدف وإن كانا يختلفان في الوسيلة، حيث إقترن الإختراق بالتطور التقني في مجال الإتصال والمعلومات حيث تجد الدولة المالكة للتكنولوجيا والثقافة نفسها قادرة على التأثير في الدول والثقافات الأخرى، وبالتالي فالإختراق هو حركة نشطة يقوم بها الغرب بطريقة محكمة تمارس فيها كل طرائق الترويج للمبادئ والقيم والعادات والأنماط والسلوك والثقافة الغربية (جفال، طلحة، 2018، ص 343 – 346).

رابعاً: تصنيفات المناهج التي برز استخدامها في الدراسات والبحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية:

سيقوم الباحث في هذه الجزئية بعرض التحليل الكيفي للدراسات التي تم تحليلها من حيث التصنيفات المنهجية التي استندت إليها كل دراسة حيث (المنهج، العينة، أداة جمع البيانات)، وسيتم عرض ذلك على شكل مجموعة من الفئات العريضة التي يندرج تحتها مجموعة من النقاط، وهي:

❖ أولاً: من حيث المناهج: سيقوم الباحث في هذه الجزئية بعرض التحليل الكيفي للدراسات التي تم تحليلها من حيث مدى استناد هذه الدراسات إلى منهج محدد أو عدة مناهج، وسيتم عرض ذلك على شكل مجموعة من النقاط، وهي كالتالي:

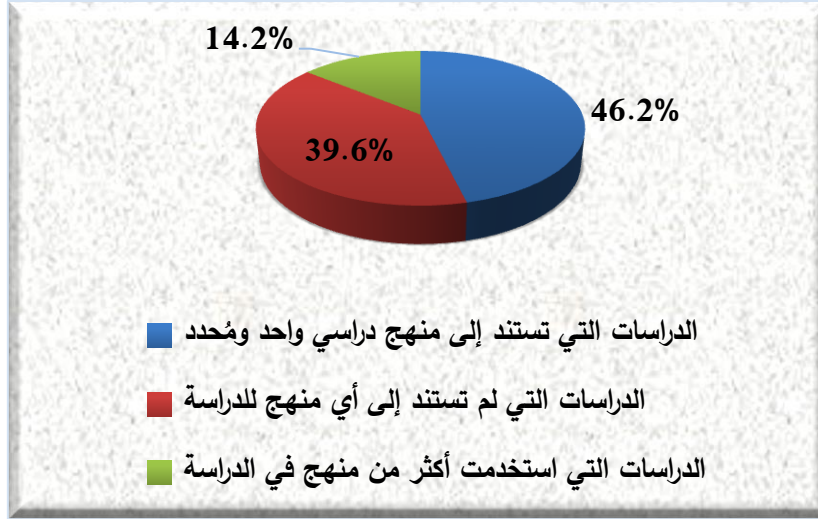
◀ الدراسات التي استندت على منهج دراسي واحد ومحدد: فقد خلص الباحث إلى أن عدد الدراسات التي استندت على منهج دراسي واحد محدد كان 49 دراسة من أصل 106 دراسة أي بنسبة (46.2%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة يامين، رغيص (2021) وقد تمثل المنهج في (المنهج الوصفي التحليلي)/ دراسة غربي (2021) والتي اعتمدت على (منهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني)/ دراسة السنوسي (2021) والتي اعتمدت على (المنهج الكيفي)/ دراسة عيسى (2020) وقد كان: (منهج المسح الوصفي بالاعتماد على أداة الاستبيان)/ دراسة عثمان (2020) وقد تمثل المنهج في: (منهج المسح الكيفي باستخدام التحليل الكيفي)/ دراسة غزواني (2020) وقد تمحور حول: (منهج المسح الميداني)/ دراسة العساف (2020) وقد تبلور في: (منهج المسح الميداني)/ دراسة محمد، وآخرون (2020) وقد كان: (المنهج الوصفي التحليلي)/ دراسة صابر (2019) وقد تمثل المنهج في: (المنهج الوصفي بأسلوب المسح)/ دراسة كدواني (2019) والتي اعتمدت على: (منهج المسح؛ لتحليل مضمون القنوات العلمية المصرية على موقع يوتيوب)/ دراسة خميس (2019) والتي اعتمدت على: (منهج المسح الإعلامي الميداني)/ دراسة النجادات (2019) وقد كان: (منهج المسح)/ دراسة بكير (2019) واعتمدت على: (منهج المسح بشقيه الوصفي)/ دراسة بدر (2019) واعتمدت على: (منهج المسح بمستوييه الوصفي والتفسيري)/ دراسة رشدي (2019) واعتمدت على: (منهج المسح الإعلامي بمستواه التحليلي)/ دراسة جلال (2019) وقد كان: (منهج المسح الإعلامي)/ دراسة حميدة (2019) وقد تمثل المنهج في: (المنهج المسحي)/ دراسة رضوان (2019) واعتمدت على: (المنهج الوصفي)/ دراسة خليل (2019) واعتمدت على: (منهج تحليل المضمون بأسلوبه الكيفي)/ دراسة يحمي (2019) وقد تمثل المنهج في: (المنهج المسحي الميداني)/ دراسة عبيدش، علواش (2019) واستندت على: (المنهج المسحي)/ دراسة مجاني، مرزوقة (2019) وقد كان: (منهج المسح)/ دراسة جاب الله (2019) وقد تمثل المنهج في: (المنهج المسحي)/ دراسة الوحيشي (2018) وقد تمحور حول: (منهج التحليل الوصفي)/ دراسة جمال (2018) وقد تبلور في: (المنهج المسحي)/ دراسة نويصر، لبن (2018) وقد كان: (المنهج الوصفي والكمي)/ دراسة حسن (2018) وقد تمثل المنهج في: (المنهج الوصفي)/ دراسة الجمال (2018) وقد تمحور حول: (منهج المسح

الإعلامي)/ دراسة **علقم (2018)** وقد تبلور في: (المنهج الوصفي المسحي)/ دراسة **الداخلي (2018)** وقد تمثل المنهج في: (منهج المسح)/ دراسة **الشمري (2017)** واعتمدت على: (منهج البحث الوصفي)/ دراسة **ونوغي (2017)** وقد كان: (المنهج الوصفي)/ دراسة **دريم (2017)** وقد تبلور في: (المنهج الوصفي التحليلي)/ دراسة **الصفوي (2017)** وقد تمثل المنهج في: (منهج البحث الكيفي)/ دراسة **البيومي (2017)** وقد تمحور حول: (منهجية المسح الميداني بالعينة)/ دراسة **عثمان (2017)** وقد كان: (المنهج الوصفي)/ دراسة **محمد (2017)** واستندت على: (المنهج التاريخي)/ دراسة **جديدي، علوش (2017)** وقد تمثل المنهج في: (المنهج الوصفي الإحصائي)/ دراسة **حسن (2017)** وقد تمحور حول: (المنهج المسحي بشقفة التحليلي والميداني)/ دراسة **السنوسي (2017)** وقد كان: (المنهج الوصفي التحليلي)/ دراسة **الزهري (2016)** وقد تبلور في: (المنهج المسحي)/ دراسة **بن طيفور (2016)** وقد تمثل المنهج في: (المنهج المسحي)/ دراسة **البدوي (2015)** وقد تمحور حول: (منهج المسح بأسلوب المسح بالعينة)/ دراسة **لونيس (2014)** وقد كان: (المنهج الوصفي التحليلي)/ دراسة **عبد الغني (2014)** وقد تبلور في: (المنهج الوصفي التحليلي)/ دراسة **العرضاوي (2014)** وقد تمثل المنهج في: (منهج المسح الإعلامي Survey Method) دراسة **محمدي (2013)** وقد تمحور حول: (منهج المسح)/ دراسة **الشهري (2013)** وقد كان: (منهج المسح الاجتماعي)/ وأخيراً دراسة **الرفوع (2011)** وقد تبلور في: (المنهج التاريخي الإنتقادي)".

◀ الدراسات التي لم تستند إلى أي منهج للدراسة: فقد تبين للباحث أن عدد الدراسات التي لم تستند إلى منهج محدد في الدراسة أو التي لم تذكر المنهج الذي اعتمدت عليها في الدراسة بلغ 42 دراسة من أصل 106 دراسة أي بنسبة (39.6%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة **سكيك (2022)** / دراسة **شاوي (2022)** / دراسة **نسيمة (2021)** / دراسة **إبراهيم (2021)** / دراسة **الفتني، مالكي (2021)** / دراسة **نور الدين، نور الدين (2021)** / دراسة **دغمان، خيربي (2021)** / دراسة **بن لعلام، بنان (2021)** / دراسة **ازروال، لعجال، (2021)** / دراسة **شينااز، بولحبال (2020)** / دراسة **نصيرة، رزق الله (2020)** / دراسة **مصباح (2020)** / دراسة **زازيحي (2020)** / دراسة **بربخ (2019)** / دراسة **دربال (2019)** / دراسة **السنوسي (2019)** / دراسة **مهداوي (2019)** / دراسة **قرش، جاد الرب (2019)** / دراسة **كزوط (2019)** / دراسة **فرحي (2019)** / دراسة **حرفوش (2019)** / دراسة **شيهب (2019)** / دراسة **جفال، طلحة (2018)** / دراسة **فيدوح (2018)** / دراسة **حدادي (2017)** / دراسة **شاوي (2017)** / دراسة **بلعربي (2017)** / دراسة **زوار (2017)** / دراسة **أشرف (2017)** / دراسة **بنسعيد (2017)** / دراسة **يحياوي (2017)** / دراسة **عز العرب (2017)** / دراسة **طيلب، سلطاني (2016)** / دراسة **بوقلوف (2016)** / دراسة **بن جيلالي (2016)** / دراسة **بولعويدات (2016)** / دراسة **لونيس (2015)** / دراسة **منصر (2015)** / دراسة **مبنى (2014)** / دراسة **حسين (2014)** / دراسة **صحراوي (2014)** / وأخيراً دراسة **العقيل (2011)**".

◀ الدراسات التي استخدمت أكثر من منهج في الدراسة: فقد توصل للباحث إلى أن عدد الدراسات التي استخدمت أكثر من منهج في الدراسة قد كانوا 15 دراسة من أصل 106 دراسة أي بنسبة (14.2%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة طه (2020) فقد استندت إلى المناهج التالية: (منهج المسح بالعينة، المنهج المقارن)/ دراسة عبد الله (2019) فقد اعتمدت على المناهج التالية: (منهج دراسة الحالة، منهج المسح الإعلامي)/ دراسة عويس (2019) فقد استخدمت المناهج التالية: (المنهج الكيفي المقارن، منهج المسح بالعينة للصحف الإلكترونية المصرية)/ دراسة سليمان (2019) فقد استندت إلى المناهج التالية: (المنهج الوصفي، المدخل الاستنباطي)/ دراسة عبد الحكيم (2019) فقد اعتمدت على المناهج التالية: (منهج المسح في شقه التحليلي، المنهج النقدي)/ دراسة محمد (2018) فقد استخدمت المناهج التالية: (منهج المسح الإعلامي، عبر أسلوب المسح الميداني وأسلوب المقارنة لعينة الدراسة)/ دراسة السيد (2018) فقد استندت إلى المناهج التالية: (منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، والأسلوب المقارن للمقارنة بين فئات عينة الدراسة)/ دراسة بن عياش (2018) فقد اعتمدت على المناهج التالية: (المنهج المقارن، الاقتراب القانوني، الاقتراب النسقي)/ دراسة دفع الله، المهدي (2017) فقد استندت إلى المناهج التالية: (المنهج الوصفي، المنهج التاريخي)/ دراسة الضو (2017) فقد اعتمدت على المناهج التالية: (المنهج التاريخي، المنهج الوصفي)/ دراسة قاسم (2017) فقد استخدمت المناهج التالية: (المنهج الكمي والكيفي معاً)/ دراسة أمين (2016) فقد استندت إلى المناهج التالية: (منهج المسح الإعلامي بنظام العينة)/ دراسة حماد، الحازمي (2016) فقد اعتمدت على المناهج التالية: (المنهج الوصفي التحليلي)/ دراسة الحديد (2016) فقد استخدمت المناهج التالية: (المنهج الكمي والكيفي معاً Triangulation)/ وأخيراً دراسة الشريف (2015) فقد استندت إلى المناهج التالية: (منهج المسح الإعلامي، الأسلوب المقارن)"،

◀ ويعرض الشكل البياني التالي عرض توضيحي للنتائج التي قد توصل لها الباحث بعد التحليل الكيفي للدراسات (عينة الدراسة):



شكل رقم (3) يوضح التوزيع النسبي لمدى استخدام المناهج داخل الدراسات والبحوث التي تناولت رصد تأثيرات

الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية (عينة الدراسة) (ن = 106)

❖ **ثانياً: من حيث العينة:** سيقوم الباحث في هذه الجزئية بعرض التحليل الكيفي للدراسات التي تم تحليلها من حيث ذكر هذه الدراسات نوع العينة الخاصة بها وحجمها، وسيتم عرض ذلك على شكل مجموعة من النقاط، وهي كالتالي:

◀ **الدراسات التي ذكرت نوع أو حجم عينة الدراسة:** فقد توصل الباحث إلى أن عدد الدراسات التي ذكرت نوع أو حجم عينة الدراسة بلغ 47 دراسة من أصل 106 دراسة أي بنسبة (44.4%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة يامين، رخيص (2021) والتي تمثلت عينتها في: (عينة عشوائية من صفحات شبكة الفيسبوك حيث 6 مجموعات على الفيسبوك) // دراسة السنوسي (2021) والتي تتضمنت عينتها: (إجراء مقابلات إلكترونية متعمقة من 21 مفردة وقد تم اختيارهم عن طريق عينة المُتاحة وقد تم إجراء المقابلات من خلال حسابات الفيسبوك وتويتر الخاصة بالعينة حرصت على التواصل معهم الذين سبق وأن تعاملت معهم أو قرأت بعض مؤلفاتهم) // دراسة عيسى (2020) والتي اشتملت عينتها على: (العينة المتعددة المراحل (العنقودية) 100 مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من جامعة المسيلة) // دراسة عثمان (2020) والتي كانت عينتها: (عينة عمدية من المراهقين الذين يشاهدون المسلسلات عبر منصة نيٹفليكس، قوامها (48) مفردة) // دراسة العساف (2020) والتي تكونت عينتها من: (عينة متاحة Available Sample من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر) تحديداً، قوامها (400) مفردة من الذكور والإناث من أفراد المجتمع السعودي، وتتنوع

فئاتهم العمرية والتعليمية) / دراسة طه (2020) والتي تمثلت عينتها في: (عينة عمدية في الفترة 2019/7/1 إلى 2019/7/31 مكونة من ثلاث مواقع وهي (موقع وزارة الثقافة المصرية/ موقع وزارة الثقافة الإماراتية/ موقع وزارة الثقافة المغربية) / دراسة عبد الله (2019) والتي تتضمنت عينتها: (تحليل صفحي مصر للجميع ومصرية Egyptian في فترة أنية تمتد من أول إبريل 2018 وحتى نهاية يوليو 2019، أي على مدى ستة عشر شهرًا) / دراسة كدواني (2019) والتي اشتملت عينتها على: (استخدام أسلوب الحصر الشامل لجميع حلقات تلك القنوات والتعليقات الواردة عليها؛ وتمثلت هذه القنوات في قناة إيجيكولوجي/ قناة الدحيح/ قناة الاسبالية) / دراسة عويس (2019) والتي كانت عينتها: (المحتوى الديني للصحف الإلكترونية (الأهرام والوفد والوطن) خلال شهرين بداية من شهر يناير وحتى نهاية فبراير 2019 حيث بلغت (223) مادة رأي تتعلق بالظاهرة محل الدراسة) / دراسة خميس (2019) والتي تكونت عينتها من: (عينة عشوائية قوامها (400) مفردة وزعت بالمناصفة بين الجامعات الحكومية) / دراسة بكير (2019) والتي تمثلت عينتها في: (عينة متعددة المراحل من المراهقين المصريين من الجنسين (480 مفردة) / دراسة بدر (2019) والتي تتضمنت عينتها: (تمثلت عينة الدراسة في عينة مُتاحة من 200 طالب من طلاب جامعة القاهرة) / دراسة حميدة (2019) والتي اشتملت عينتها على: (عينة قصدية أو عمدية أو عرضية أو نمطية تتكون من (200 مفردة) من الشباب في جامعة البشير الإبراهيمي برج بوعريريج) / دراسة رضوان (2019) والتي اشتملت عينتها على: (عينة مكونة من (22) بوابة على تقديم هوية الدولة وتحقيق المشاركة الإلكترونية، وكان أسلوب حصر شامل) / دراسة خليل (2019) والتي كانت عينتها: (التحليل الكيفي الدقيق للموقع الإلكتروني والصفحات الرسمية للجامعتين على موقعي Facebook & Twitter) / دراسة عبد الحكيم (2019) والتي تكونت عينتها من: (تم التطبيق على ستة مجموعات كل مجموعة مكونة من ثمانية أفراد أي مجموعهم 48 مفردة) / دراسة يحيى (2019) والتي تمثلت عينتها في: (العينة القصدية 210 مفردة من شباب ولاية الشلف الذين يستخدمون أدوات الإعلام الجديد) / دراسة عبدش، علواش (2019) والتي تتضمنت عينتها: (العينة القصدية غير الاحتمالية مكونة من 200 مفردة من الشباب الجامعي الجزائري) / دراسة مجاني، مرازقة (2019) والتي اشتملت عينتها على: (العينة الطبقية وتكونت من 100 مفردة) / دراسة فرحي (2019) والتي كانت عينتها: (طلبة جامعة الملك خالد بالمملكة العربية السعودية بمختلف التخصصات والمستويات) / دراسة نويصر، لبن (2018) والتي تكونت عينتها من: (عينة عمدية بلغ عددها 201 مفردة من الشباب الريفي رواد المجتمعات الافتراضية بقريتي الزرزمون، وحنورة بمحافظة الشرقية) / دراسة حسن (2018) والتي تمثلت عينتها في: (100 مفردة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الجنيانة – غرب دارفور السودان، وتم اختيارها عن طريق العينة العمدية) / دراسة محمد (2018) والتي تتضمنت عينتها: (عينة عمدية مُتاحة قوامها (٢٠٠) مفردة من الشباب المصري مستخدمين وسائل الإعلام الجديدة بأربع محافظات، هي (الدقهلية والقاهرة والمنيا وبورسعيد) من ١٨ - ٣٥ سنة، وقد تم سحب العينة وفق أسلوب كرة الثلج) / دراسة السيد (2018) والتي اشتملت عينتها على: (سحب عينة عشوائية طبقية بلغ حجمها 304 مفردة من طلاب قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة بنها) / دراسة الجمال (2018) والتي كانت عينتها: (عينة عمدية مكونة من 400 مفردة

من الشباب ممن يستخدمون بالفعل الانترنت بتطبيقاتها المختلفة// **دراسة علقم (2018)** والتي تكونت عينتها من: (عينة من طلاب الجامعات بولاية الخرطوم كممثلين لفئة الشباب، ولتعزيد الدراسة فقد تم اختيار عينة أخرى عمدية من الخبراء الأكاديميين والتربويين للحصول على رأي أهل الخبرة حول موضوع الدراسة)// **دراسة الداخلي (2018)** والتي تمثلت عينتها في: (أربعة مواقع رياضية تعد أكثر المواقع من حيث الزيارة على مستوى مصر وذلك من خلال موقع أليكسا العالمي www.alexa.com الذي يتيح معرفة ترتيب أي موقع في العالم، وقد حصل موقع "سوبر كوره" www.youm7.com/superkora التابع لبوابة اليوم السابع على الترتيب التاسع وهو نموذج لصحف رياضية تابعة لمؤسسات صحفية خاصة، يليها موقع " بلا كوره" www.yallakora.com الحاصل على الترتيب السادس عشر وهو الموقع الرياضي الأول في الشرق الأوسط كنموذج للصحف الرياضية التابعة لمؤسسات إعلامية خاصة، وذلك وفقا لإحصائية 2017/3/28. ووقع الاختيار على موقع الأهرام سبورت sports.ahram.org.eg كنموذج للصحف الرياضية التابعة لمؤسسات قومية، وكذلك وقع الاختيار على موقع النادي الأهلي www.el-ahly.com كنموذج للصحف الرياضية التابعة للأندية)// **دراسة الشمري (2017)** والتي تضمنت عينتها: (489 طالباً وطالبة، تم اختيارهم بصورة عشوائية)// **دراسة ونوغي (2017)** والتي اشتملت عينتها على: (اختيار عينة عشوائية متعددة المراحل من الشباب الجامعي الجزائري بجامعة المسيلة والقطب الجامعي، الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و35 سنة، ويقدر حجم عينة الدراسة الحالية 100 طالب وطالبة من كليتي " العلوم الإنسانية والاجتماعية"// **دراسة دريم (2017)** والتي كانت عينتها: (عينة قصدية لمجمل طلبة تخصص السمعي البصري. حيث أن العدد الإجمالي لطلبة السنة الثانية وصل إلى 70 طالب و60 طالبة، بالنسبة للسنة الثالثة في سنة 2016، وبذلك كانت العينة أخذ المفردات الإجمالية أي 130 مفردة كعينة شاملة)// **دراسة الصيفي (2017)** والتي تكونت عينتها من: (عينة متاحة من بحوث ومؤلفات الإرهاب والإعلام الجديد العربية والأجنبية التي استطاع الباحث توفيرها، بدءاً من عام 2000م إلى عام 2016م، وتضمنت العينة 61 بحثاً ومؤلفاً)// **دراسة البيومي (2017)** والتي تمثلت عينتها في: (عينة عمدية على عدد (211) مفردة من طلاب الجامعة في الفرقتين الأولى والثانية من جامعتي القاهرة والأهرام الكندية)// **دراسة عثمان (2017)** والتي تضمنت عينتها: (عينة عمدية بعدد 150 عينة وكانت عمدية لمستخدمي الانترنت يتم اخذها في اطار الحدود المحددة سابقاً في البحث)// **دراسة محمد (2017)** والتي اشتملت عينتها على: (عينة عمدية غير منتظمة تتكون من 100 خبير)// **دراسة الضو (2017)** والتي كانت عينتها: (عينة عمدية مكونة من 1004 مفردة من الشباب السوداني)// **دراسة حسن (2017)** والتي تكونت عينتها من: (اختيار العينة بطريقة متعمدة من خلال اختيار صفحات فيس بوك الأكثر شهرة والأكثر متابعة والتي تهتم بالثقافة العامة المصري وذلك من خلال تحليل مضمون صفحات كلا من ثقف نفسك وثقافة وتحليلهما من حيث الشكل والمضمون وذلك باستخدام أسبوع اصطناعي في الفترة من 2016/6/1 – 2016/8/30، عينة مكونة من 400 مفردة من الشباب المصري من مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية)// **دراسة حماد، الحازمي (2016)** والتي تمثلت عينتها في: (عينة عشوائية مكونة من (220) طالب وطالبة في جامعة نجران)//

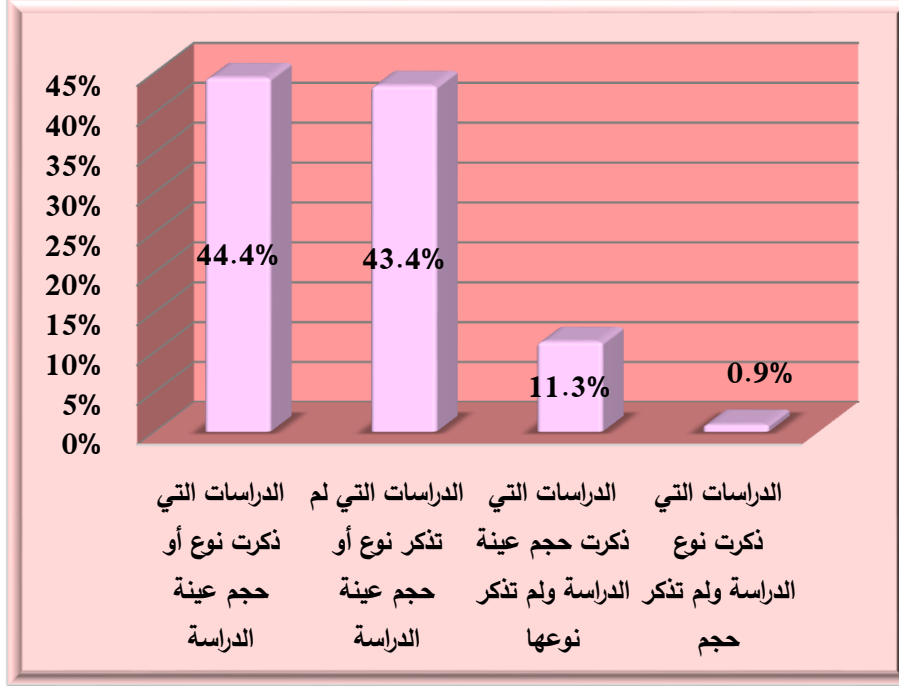
دراسة الحديد (2016) والتي تتضمنت عينتها: (مكونة من (201) طالب وطالبة في المرحلة الثانوية في محافظة إربد، وتم اختيارها عشوائياً) / **دراسة بن طيفور (2016)** والتي اشتملت عينتها على: (العينة متعددة المراحل (العنقودية) تتكون من (270) مفردة من الشباب الجامعي مُستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي) / **دراسة بوقلوف (2016)** والتي كانت عينتها: (عينة عشوائية مكونة من 250 مفردة) / **دراسة البدوي (2015)** والتي تكونت عينتها من: (عينة عمدية بالمصادفة مكونة من (400) من الشباب الجامعي (طالب وطالبة) الملتحق بالجامعات المختلفة) / **دراسة الشريف (2015)** والتي تمثلت عينتها في: (25 موقعاً من المواقع الإلكترونية المحلية/ وتم أسلوب المسح عن طريق الحصر الشامل) / **دراسة عبد الغني (2014)** والتي تتضمنت عينتها: (الدراسات العربية العلمية والأبحاث والتقارير التي تناولت الظاهرة التي ونُشرت في الفترة من بداية عام 2004 إلى منتصف عام 2014) / **دراسة العرضاوي (2014)** والتي اشتملت عينتها على: (استخدام العينة العشوائية (Randomly) وبلغ حجم العينة (350) مفردة) / **دراسة محمدي (2013)** والتي كانت عينتها: (عينة قصدية مكونة من 4 صفحات الفيسبوك، لمدة أسبوع) / **دراسة الشهري (2013)** والتي تكونت عينتها من: (عينة طبقية مكونة من 150 مفردة من كلية الآداب والعلوم الإنسانية) / وأخيراً **دراسة العقيل (2011)** والتي تمثلت عينتها في: (عينة عشوائية بسيطة مكونة من 676 مفردة)".

◀ **الدراسات التي لم تذكر نوع أو حجم عينة الدراسة:** فقد تبين للباحث أن عدد الدراسات التي لم تذكر نوع أو حجم عينة الدراسة بلغ 46 دراسة من أصل 106 دراسة أي بنسبة (43.4%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة سكيك (2022) / دراسة شاوي (2022) / دراسة نسيمية (2021) / دراسة إبراهيم (2021) / دراسة الفتني، مالكي (2021) / دراسة نور الدين، نور الدين (2021) / دراسة دغمان، خيري (2021) / دراسة بن لعلام، بنان (2021) / دراسة ازروال، لعجال، (2021) / دراسة شيناز، بولحبال (2020) / دراسة نصيرة، رزق الله (2020) / دراسة مصباح (2020) / دراسة زازيحي (2020) / دراسة بربخ (2019) / دراسة دربال (2019) / دراسة سليمان (2019) / دراسة مهداوي (2019) / دراسة قرش، جاد الرب (2019) / دراسة كزوط (2019) / دراسة جاب الله (2019) / دراسة حرفوش (2019) / دراسة شيهب (2019) / دراسة الوحيشي (2018) / دراسة جمال (2018) / دراسة جفال، طلحة (2018) / دراسة فيدوح (2018) / دراسة بن عياش (2018) / دراسة حدادي (2017) / دراسة شاوي (2017) / دراسة بلعربي (2017) / دراسة زوار (2017) / دراسة أشرف (2017) / دراسة بنسعيد (2017) / دراسة دفع الله، المهدي (2017) / دراسة يحيواي (2017) / دراسة السنوسي (2017) / دراسة طيلب، سلطاني (2016) / دراسة بن جيلالي (2016) / دراسة بولعويديات (2016) / دراسة لونيس (2015) / دراسة منصر (2015) / دراسة لونيس (2014) / دراسة مبنى (2014) / دراسة حسين (2014) / دراسة صحراوي (2014) / وأخيراً دراسة الرفوع (2011)".

◀ **الدراسات التي ذكرت حجم عينة الدراسة ولم تذكر نوعها:** فقد خلص للباحث إلى أن عدد الدراسات التي ذكرت حجم عينة الدراسة ولم تذكر نوعها كان 12 دراسة من أصل 106 دراسة أي بنسبة (11.3%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة غربي

(2021) والتي تمثلت عينتها في: (مجموعة من الصحف الإلكترونية الجزائرية هي: الخبر، النهار أونلاين، الشروق أون لاين، جريدة البلاد، وموقع " TSA كل شيء عن الجزائر"، حيث قام الباحث بتحليل مضمون 20 مادة إخبارية للتعرف أكثر على المضامين الثقافية ومصادر وشكل المادة/ على 300 مفردة)/ دراسة غزواني (2020) والتي تتضمنت عينتها: (مكونة من (200 طالبة) ولم نستخدم موقع الجامعة الرسمي لتوزيع الاستبانة حتى لا يؤثر ذلك على ردود الطالبات كما لم نحدد كلية معينة أو تخصصاً بحد ذاته)/ دراسة محمد، وآخرون (2020) والتي اشتملت عينتها على: (400 طالب وطالبة من جامعة عين شمس)/ دراسة صابر (2019) والتي كانت عينتها: (عينة مكونة من (15 أساتذ جامعي) بواقع 3 من كل تخصص من التخصصات التالية: (الإعلام، الاجتماع، اللغة العربية، الدراسات الإسلامية، الفلسفة)/ دراسة رشدي (2019) والتي تكونت عينتها من: (عينة من خبراء الإتصال واللغة العربية، تم تطبيق الدراسة على عينة بلغ عددها 60 علم في هذه التخصصات)/ دراسة جلال (2019) والتي تمثلت عينتها في: (عينة من الشباب قدرها (200 مفردة من الشباب الجامعي بمحافظة القاهرة والجيزة)/ دراسة السنوسي (2019) والتي تتضمنت عينتها: (أفراد العينة القصدية (الباحثين في العلوم الإنسانية والإعلاميين)/ دراسة جديدي، علوش (2017) والتي اشتملت عينتها على: (عينة الدراسة من ثانوية في بلديات الوادي مكونة من 100 تلميذ وتلميذة)/ دراسة عز العرب (2017) والتي تتضمنت عينتها: (100 مفردة من الشباب من مستخدمي شبكة الفيس بوك)/ دراسة قاسم (2017) والتي كانت عينتها: (تمثلت في عينة من الشباب الجامعي بكلية الخدمة الإجتماعية - جامعة الفيوم وعددهم (222) طالب وطالبة)/ دراسة أمين (2016) والتي تكونت عينتها من: (عينة من مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي في مملكة البحرين بلغت (285) مفردة) / وأخيراً دراسة الزهري (2016) والتي تمثلت عينتها في: (600 مفردة من الشباب الجامعي بجامعة جنوب الوادي بقنا)".

← الدراسات التي ذكرت نوع الدراسة ولم تذكر حجمها: فقد وجد للباحث أن عدد الدراسات التي ذكرت ونوع عينة الدراسة ولم تذكر حجمها كانت دراسة واحدة من أصل 106 دراسة أي بنسبة (0.9%)، وقد تمثلت هذه الدراسة في: "دراسة النجادات (2019) والتي تتضمنت عينتها: (أسلوب الاختيار المتعدد المراحل Multi – Stage Sample عن طريق الأسبوع الاصطناعي حيث شملت خمس أسابيع صناعية من 1/15 إلى 2/20 بإجمالي 70 ساعة)"، ويبين الشكل البياني التالي النتائج التي قد توصل لها الباحث بعد التحليل الكيفي للدراسات (عينة الدراسة):



شكل رقم (4) يوضح التوزيع النسبي لمدى ذكر نوع وحجم العينة داخل الدراسات والبحوث التي تناولت رصد

تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية (عينة الدراسة) (ن = 106)

❖ **ثالثاً: من حيث أدوات جمع بيانات الدراسة:** سيقوم الباحث في هذه الجزئية بعرض التحليل الكيفي للدراسات التي تم تحليلها من حيث ذكر هذه الدراسات للأدوات التي اعتمدت عليها لجمع بياناتها، وسيتم عرض ذلك على شكل مجموعة من النقاط، وهي كالتالي:

← **الدراسات التي لم تذكر الأداة أو الأدوات التي اعتمدت عليها لجمع بياناتها:** فقد خلص للباحث إلى أن عدد الدراسات التي لم تذكر الأداة أو الأدوات التي اعتمدت عليها لجمع بياناتها كان 46 دراسة من أصل 106 دراسة أي بنسبة (43.4%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة سكيك (2022) / دراسة شاوي (2022) / دراسة نسيمية (2021) / دراسة إبراهيم (2021) / دراسة الفتني، مالكي (2021) / دراسة نور الدين، نور الدين (2021) / دراسة دغمان، خيرى (2021) / دراسة يامين، رغيص (2021) / دراسة بن لعلام، بنان (2021) / دراسة ازروال، لعجال، (2021) / دراسة شيناز، بولحبال (2020) / دراسة نصيرة، رزق الله (2020) / دراسة مصباح (2020) / دراسة زازيحي (2020) / دراسة بربخ (2021) / دراسة دربال (2019) / دراسة سليمان (2019) / دراسة مهداوى (2019) / دراسة قرش، جاد الرب (2019) / دراسة كزوط (2019) / دراسة جاب الله (2019) / دراسة حرفوش (2019) / دراسة شيهب (2019) / دراسة الوحيشي (2018) / دراسة الوحيشي (2018) / دراسة جفال، طلحة (2018) / دراسة فيدوح (2018) / دراسة بن عياش (2018)

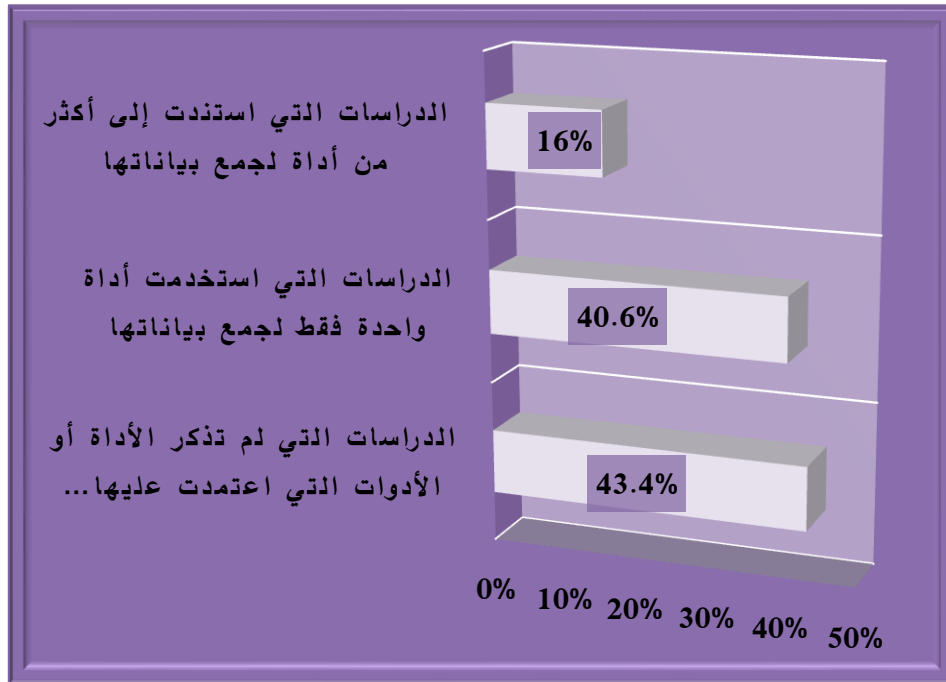
(2018) / دراسة حدادي (2017) / دراسة حدادي (2017) / دراسة شاوي (2017) / دراسة بلعربي (2017) / دراسة زوار (2017) / دراسة أشرف (2017) / دراسة بنسعيد (2017) / دراسة البيومي (2017) / دراسة يحيوي (2017) / دراسة طيلب، سلطاني (2016) / دراسة بن جيلالي (2016) / دراسة بولعويديات (2016) / دراسة لونيس (2015) / دراسة منصر (2015) / دراسة لونيس (2014) / دراسة عبد الغني (2014) / دراسة مبني (2014) / دراسة حسين (2014) / دراسة صحراوي (2014) / وأخيراً دراسة الرفوع (2011)."

◀ الدراسات التي استخدمت أداة واحدة فقط لجمع بياناتها: فقد تبين للباحث أن عدد الدراسات التي استخدمت أداة واحدة فقط لجمع بياناتها كان 43 دراسة من أصل 106 دراسة أي بنسبة (40.6%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة السنوسي (2021) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (دليل المقابلات المتعمقة) / دراسة عثمان (2020) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (دليل مجموعات النقاش المركزة (focus group discussion) / دراسة غزواني (2020) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (استمارة الاستبيان) / دراسة العساف (2020) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (استمارة الاستبيان) / دراسة طه (2020) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (استمارة التحليل البنائي) / دراسة عبد الله (2019) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (أداة تحليل الخطاب) / دراسة صابر (2019) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (دليل المقابلة المقننة) / دراسة خميس (2019) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (استمارة الاستبيان) / دراسة النجادات (2019) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (استمارة تحليل المضمون) / دراسة بكير (2019) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (استمارة استقصاء أو الاستبيان) / دراسة بدر (2019) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (استمارة الاستبيان الإلكتروني) / دراسة جلال (2019) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (استمارة الاستبيان) / دراسة حميدة (2019) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (استمارة الاستبيان) / دراسة رضوان (2019) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (أداة تحليل محتوى البوابات الإلكترونية لحكومات الدول العربية) / دراسة خليل (2019) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (أداة تحليل المضمون الكيفي) / دراسة عبد الحكيم (2019) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (دليل مجموعات النقاش المركزة (Focus Discussion Groups) / دراسة عديش، علواش (2019) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (استمارة الاستبيان) / دراسة مجاني، مرزقة (2019) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (استمارة الاستبيان) / دراسة السنوسي (2019) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (تقنية المقابلة الإلكترونية أو المقابلة عبر الحاسوب) / دراسة جمال (2018) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (استمارة الاستبيان الإلكتروني) / دراسة نويصر، لبن (2018) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (استمارة استبيان بالمقابلة الشخصية خلال الفترة من بداية نوفمبر إلى نهاية ديسمبر عام 2017) / دراسة حسن (2018) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (استمارة الاستقصاء أو الاستبيان) / دراسة السيد (2018)

والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (صحيفة الاستبيان)/ دراسة الجمل (2018) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (استمارة استقصاء تطبق بالمقابلة)/ دراسة الداخلي (2018) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (أسلوب تحليل المضمون من حيث الشكل)/ دراسة الشمري (2017) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (استمارة الاستبيان)/ دراسة ونوغي (2017) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (استمارة الاستبيان)/ دراسة دريم (2017) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (استمارة الاستبيان)/ دراسة الصيفي (2017) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (أداة التحليل من المستوى الثاني)/ دراسة عثمان (2017) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (استمارة الاستبيان)/ دراسة الضو (2017) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (استمارة الاستبيان)/ دراسة عز العرب (2017) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (دليل المقابلة المقننة)/ دراسة السنوسي (2017) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (استمارة تحليل المضمون)/ دراسة قاسم (2017) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (مقياس الهوية الثقافية)/ دراسة أمين (2016) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (استمارة الاستبيان)/ دراسة حماد، الحازمي (2016) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (مقياس الشعور بالاغتراب للشباب الجامعي)/ دراسة الحديد (2016) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (استمارة الاستبيان)/ دراسة الزهري (2016) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (صحيفة الاستقصاء بالمقابلة)/ دراسة بوقلوف (2016) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (استمارة الاستبيان الإلكتروني)/ دراسة الشريف (2015) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (استمارة تحليل الشكل Form Analysis Form)/ دراسة العرضاوي (2014) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (استمارة الاستبيان)/ دراسة الشهري (2013) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (استمارة الاستبيان)/ وأخيراً دراسة العقيل (2011) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات عبارة عن: (استمارة الاستبيان)".

◀ الدراسات التي استندت إلى أكثر من أداة لجمع بياناتها: فقد توصل للباحث إلى أن عدد الدراسات التي استندت إلى أكثر من أداة لجمع بياناتها بلغ 17 دراسة من أصل 106 دراسة أي بنسبة (16%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة عربي (2021) والتي تضمنت أدواتها لجمع البيانات ما يلي: (أداة تحليل المضمون، أداة استمارة الاستبيان)/ دراسة عيسى (2020) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (أداة استمارة الاستبيان، أداة الملاحظة)/ دراسة محمد، وآخرون (2020) والتي اشتملت أدواتها لجمع البيانات على ثلاث مقاييس (مقياس أزمة الهوية، مقياس ثقافة وسائل الإتصال، مقياس الرضا عن الحياة)/ دراسة كدواني (2019) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات: (استمارة تحليل المضمون، أداة الملاحظة)/ دراسة عويس (2019) والتي استخدمت (أسلوب تحليل الخطاب الديني حيث كلاً من "أداة تحليل القوى الفاعلة وأداة مسار البرهنة")/ دراسة رشدي (2019) والتي تضمنت أدواتها لجمع البيانات ما يلي: (استمارة الاستبيان، دليل المقابلة)/ دراسة يحيى (2019): والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (استمارة الاستبيان Questionnaire، المقابلة)/ دراسة فرحي (2019) والتي اشتملت أدواتها

لجمع البيانات على: (أداة الحلقات النقاشية مع الطلبة، استمارة بيانات) // دراسة محمد (2018) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات: (استمارة استقصاء، ثلاثة مقاييس، مجموعة النقاش المركزة) // دراسة علقم (2018) والتي تكونت أدواتها لجمع البيانات من: (أداة الملاحظة، أداة الاستبيان) // دراسة دفع الله، المهدي (2017) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (أداة الاستبانة، أداة الملاحظة، المقابلة لجمع المعلومات) // دراسة محمد (2017) والتي اشتملت أدواتها لجمع البيانات على: (أداة الملاحظة المباشرة، المقابلة، صحيفة الاستبيان أو الاستقصاء) // دراسة جديدي، علوش (2017) والتي كانت أدواتها لجمع البيانات: (الملاحظة، الوثائق (مصادر المعلومات)، استمارة الاستبانة أو الاستقصاء أو الاستبيان) // دراسة حسن (2017) والتي تكونت أدواتها لجمع البيانات من: (استمارة تحليل المضمون، استمارة الاستبيان أو الاستقصاء) // دراسة بن طيفور (2016) والتي تضمنت أدواتها لجمع البيانات ما يلي: (الملاحظة العلمية، استمارة الاستقصاء أو الاستبيان) // دراسة البدوي (2015) والتي تمثلت أدواتها لجمع البيانات في: (استمارة الاستبيان، والمحادثات التليفونية والمناقشات الجماعية المتعمقة) // وأخيراً دراسة محمدى (2013) والتي اشتملت أدواتها لجمع البيانات على: (الملاحظة المباشرة، استمارة تحليل المضمون)، ويظهر الشكل البياني التالي توزيع الأدوات التي اعتمدت عليها الدراسات (عينة الدراسة):



شكل رقم (5) يوضح التوزيع النسبي لمدى ذكر أدوات جمع البيانات داخل الدراسات والبحوث التي تناولت رصد

تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية (عينة الدراسة) (ن = 106)

خامساً: الأطر النظرية التي برز استخدامها في الدراسات والبحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية، وكيف تم الاستفادة منها أو تطبيقها:

سيقوم الباحث في هذه الجزئية بعرض التحليل الكيفي للدراسات التي تم تحليلها من حيث النظرية التي اعتمدت عليها كل دراسة وكيف استفادة هذه الدراسة من النظرية التي استعانت بها، وسيتم عرض ذلك على شكل مجموعة من الفئات العريضة التي يندرج تحتها مجموعة من النقاط، وهي:

❖ أولاً: الإطار النظري للدراسة: في هذه الفئة سيعرض فيها الباحث نتائج التحليل الكيفي الخاصة بطبيعة الإطار النظري للدراسات التي تم تحليلها، وسيتم ذلك كالتالي:

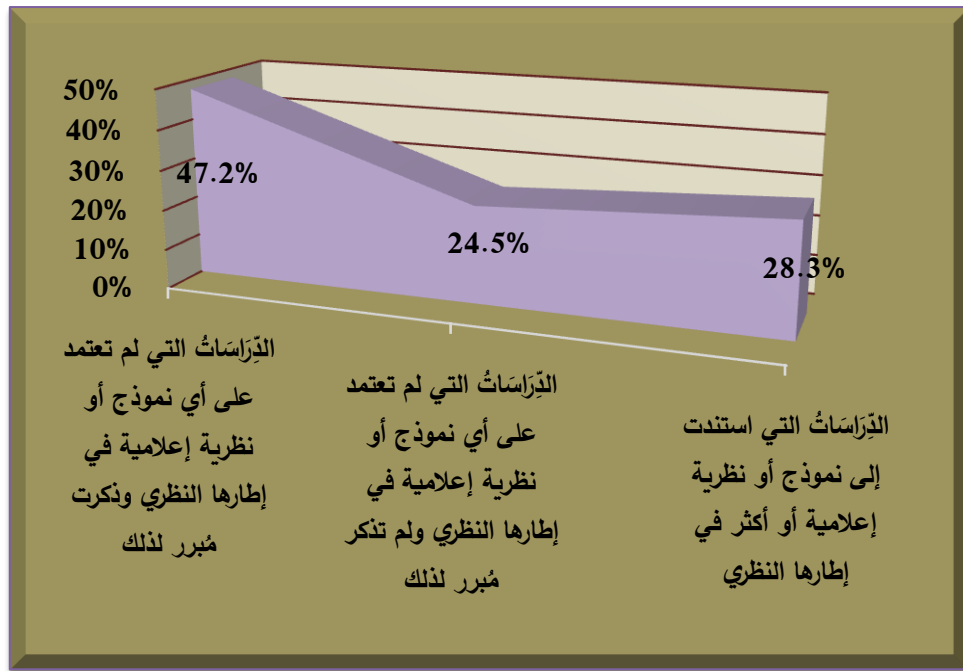
◀ الدراسات التي لم تعتمد على أي نموذج أو نظرية إعلامية في إطارها النظري وذكرت مُبرر لذلك: أن هناك 50 دراسة من أصل 106 دراسة لم تعتمد أي نموذج أو نظرية إعلامية في إطارها النظري وذكرت مبرر لذلك أي بنسبة (47.2%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة سكيك (2022)/ دراسة شاوي (2022)/ دراسة نسيمية (2021)/ دراسة الفتني، مالكي (2021)/ دراسة نور الدين، نور الدين (2021)/ دراسة دغمان، خيرى (2021)/ دراسة بن لعلم، بنان (2021)/ دراسة ازروال، لعجال، (2021)/ دراسة شيناز، بولحبال (2020)/ دراسة نصيرة، رزق الله (2020)/ دراسة مصباح (2020)/ دراسة زازيحي (2020)/ دراسة بربخ (2019)/ دراسة دريال (2019)/ دراسة سليمان (2019)/ دراسة السنوسي (2019)/ دراسة مهداوى (2019)/ دراسة قرش، جاد الرب (2019)/ دراسة كزوط (2019)/ دراسة فرحي (2019)/ دراسة جاب الله (2019)/ دراسة حرفوش (2019)/ دراسة شيهب (2019)/ دراسة الوحيشي (2018)/ دراسة جفال، طلحة (2018)/ دراسة فيدوح (2018)/ دراسة بن عياش (2018)/ دراسة حدادي (2017)/ دراسة شاوى (2017)/ دراسة بلعربي (2017)/ دراسة زوار (2017)/ دراسة أشرف (2017)/ دراسة بنسعيد (2017)/ دراسة يحياوى (2017)/ دراسة طيلب، سلطاني (2016)/ دراسة بن جيلالى (2016)/ دراسة بولعويدات (2016)/ دراسة لونيس (2015)/ دراسة منصر (2015)/ دراسة لونيس (2014)/ دراسة مبنى (2014)/ دراسة صحراوي (2014)/ دراسة الرفوع (2011)، وقد كان مبرر هذه الدراسات أنها دراسات نظرية لا تحتاج لنموذج أو نظرية إعلامية/ دراسة إبراهيم (2021)/ دراسة الصيفي (2017)، وقد كان مبرر هذه الدراسات أنها دراسات إمبيريقية/ دراسة السنوسي (2021)/ دراسة عبد الله (2019)/ دراسة صابر (2019)/ دراسة عويس (2019)/ دراسة عبد الحكيم (2019)، وقد كان مبرر هذه الدراسات أنها دراسات إمبيريقية كيفية.

◀ الدراسات التي استندت إلى نموذج أو نظرية إعلامية أو أكثر في إطارها النظري: أن هناك 30 دراسة من أصل 106 دراسة أي بنسبة (28.3%) استندت إلى نموذج أو نظرية إعلامية أو أكثر في إطارها النظري، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "الدراسة عيسى (2020) والتي قد استندت إلى كلاً من (نظرية الاستخدامات والاشباع، نظرية الغرس الثقافي)/ دراسة بكير (2019)/ دراسة ونوغي (2017)/ دراسة محمد

(2017) // دراسة الضو (2017) // دراسة حسين (2014) وقد اعتمدت كلاً من هذه الدراسات في إطارها النظري على نظرية الغرس الثقافي/ دراسة العرضاوى (2014) والتي قد استندت في إطارها النظري إلى كلاً من (نظرية الغرس الثقافي، نظرية الأمبيرالية الثقافية)/ دراسة غزواني (2020) // دراسة خميس (2019) وقد اعتمدت كلاً من هذه الدراسات في إطارها النظري على مدخل الاستخدامات والأشباع/ دراسة عثمان (2020) والتي قد استندت في إطارها النظري إلى نظرية التعلم الاجتماعي/ دراسة العساف (2020) وقد اعتمدت هذه الدراسة في إطارها النظري على نموذج تشكيل الاتجاهات Attitude Formation Model / دراسة كدواني (2019) والتي قد استندت في إطارها النظري إلى نظرية ثراء الوسيلة/ دراسة بدر (2019) وقد اعتمدت هذه الدراسة في إطارها النظري على كلاً من (نموذج أولسون Olson، نموذج التلقي Reception Model) // دراسة رشدي (2019) والتي قد استندت في إطارها النظري إلى نظرية الهوية الثقافية /Cultural Identity Theory / دراسة حميدة (2019) وقد اعتمدت هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية الحتمية القيمية في الإعلام/ دراسة رضوان (2019) والتي قد استندت في إطارها النظري إلى كلاً من (نموذج ديلون وماكلين “Delon and Mc Lean” لتقييم المواقع الإلكترونية، نموذج الإطار المتعدد لتحليل المواقع الإلكترونية)/ دراسة خليل (2019) وقد اعتمدت هذه الدراسة في إطارها النظري على كلاً من (النموذج الذي قدمه Dumitrascu عام 2007 لتحليل الإتصال المؤسسي عبر الثقافات، نظرية ملامح الهوية الثقافية)/ دراسة نويصر، لبن (2018) والتي قد استندت في إطارها النظري إلى كلاً من (نظرية التفاعلية الرمزية، نظرية التشكيل البنائي لأنثوني جيدنز، مدخل الاستخدامات والأشباع، نظرية الحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان/ نظرية الحتمية الاجتماعية)/ دراسة محمد (2018) وقد اعتمدت هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية بورديو Bourdieu للعنف الرمزي/ دراسة السيد (2018) والتي قد استندت في إطارها النظري إلى كلاً من (المدخل المنطقي، نظرية الهوية الاجتماعية)/ دراسة الجمال (2018) وقد اعتمدت هذه الدراسة في إطارها النظري على كلاً من (نظرية المجال العام Public Sphere theory، مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency theory) // دراسة الداخلي (2018) والتي قد استندت في إطارها النظري إلى النموذج المهجن/ دراسة عثمان (2017) وقد اعتمدت هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية الوسيلة على الإعلام الجديد (قياس التفاعلية)/ دراسة عز العرب (2017) والتي قد استندت في إطارها النظري إلى كلاً من (نظرية الشبكات الاجتماعية، نظرية المجال العام في السياق الافتراضي، نظرية التفاعلية الرمزية)/ دراسة أمين (2016) وقد اعتمدت هذه الدراسة في إطارها النظري على كلاً من (نظرية الحتمية التقنية أو التكنولوجية، نظرية الحتمية القيمية)/ دراسة الزهري (2016) والتي قد استندت في إطارها النظري إلى كلاً من (مدخل الاستخدامات والأشباع، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام)/ دراسة البدوي (2015) وقد اعتمدت هذه الدراسة في إطارها النظري على المدخل البنائي Constructivism Approach / دراسة الشريف (2015) والتي قد استندت في إطارها النظري إلى مدخل التحليل السيمولوجي/ دراسة عبد الغني (2014) وقد

اعتمدت هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية في الدور والتأثير/ وأخيراً دراسة الشهري (2013) والتي قد استندت في إطارها النظري إلى كلاً من (النظرية التفاعلية الرمزية، نظرية انتشار المستحدثات لروجرز، مدخل الاستخدامات والإشباع، نظرية التأثير القوي لوسائل الإتصال)".

الدراسات التي لم تعتمد على أي نموذج أو نظرية إعلامية في إطارها النظري ولم تذكر مبرر لذلك: أن هناك 26 دراسة من أصل 106 دراسة بنسبة (24.5%) لم تعتمد أي نموذج أو نظرية إعلامية في إطارها النظري ولم تذكر مبرر لذلك، وهذه الدراسات وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة يامين، رغييس (2021)/ دراسة غربي (2021)/ دراسة محمد، وآخرون (2020)/ دراسة طه (2020)/ دراسة النجادات (2019)/ دراسة جلال (2019)/ دراسة يحيى (2019)/ دراسة عبدش، علواش (2019)/ دراسة مجاني، مرازقة (2019)/ دراسة جمال (2018)/ دراسة حسن (2018)/ دراسة علقم (2018)/ دراسة الشمري (2017)/ دراسة دريم (2017)/ دراسة البيومي (2017)/ دراسة دفع الله، المهدي (2017)/ دراسة جديدي، علوش (2017)/ دراسة حسن (2017)/ دراسة السنوسي (2017)/ دراسة حماد، الحازمي (2016)/ دراسة الحديد (2016)/ دراسة بن طيفور (2016)/ دراسة بوقلوف (2016)/ دراسة محمدي (2013)/ دراسة العقيل (2011)/ دراسة قاسم (2017)"، الشكل البياني التالي ما هو إلا عرض توضيحي للنتائج التي قد توصل لها الباحث بعد التحليل الكيفي للدراسات (عينة الدراسة):



شكل رقم (6) يوضح التحليل الكيفي للدراسات التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية العربية

(عينة الدراسة) من حيث التوزيع النسبي لمدى وجود الإطار النظري (ن = 106)

❖ كيف تم قياس مُتغيرات الدراسة: سيعرض الباحث في هذه الفئة نتائج التحليل الكيفي لكيفية قيام كل دراسة من الدراسات التي تم تحليلها واستندت إلي نموذج أو نظرية إعلامية أو أكثر في إطارها النظري بقياس مُتغيراتها، وسيتم ذلك كالتالي:

← الدراسات التي استخدمت الفروض لقياس مُتغيراتها: أن هناك 12 دراسة من أصل 37 دراسة قد استخدمت الفروض لقياس مُتغيراتها أي بنسبة (32.43%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: دراسة العساف (2020) فقد استخدمت الدراسة الفروض لقياس المُتغيرات الخاصة بها والتي تمثلت في: (توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام السعوديين لشبكة تويتر، وبين اعتمادهم على هذه الوسيلة لتكوين رأي عام عن قضايا الهوية الوطنية السعودية/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الرأي العام السعودي على تويتر؛ وبعض التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى عينة الدراسة/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين بعينة الدراسة من حيث اتجاهاتهم نحو معالجة تويتر في ما يتعلق بقضايا الهوية الوطنية السعودية)/ دراسة خميس (2019) والتي تمحورت فروضها حول: (توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس تأثيرات مضامين مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية (الوطنية- الإجتماعية- اللغوية)/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجامعات الحكومية ومتوسطات درجات الجامعات الخاصة على مقياس تأثيرات مضامين مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلبة الجامعات العراقية على مقياس تأثيرات مضامين مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية تبعاً لاختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي (مرتفع- متوسط- منخفض)/ توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين معدل استخدام طلبة الجامعات العراقية لمضامين مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الهوية الثقافية لدى طلبة الجامعات العراقية)/ دراسة بكر (2019) والتي تدور فروضها حول: (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المراهقين بالمجتمع المصري لشبكات التواصل الاجتماعي، وبين الاغتراب الاجتماعي لديهم/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وقت استخدام المراهقين بالمجتمع المصري لشبكات التواصل الاجتماعي، وبين الاغتراب الاجتماعي لديهم/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المراهقين بالمجتمع المصري (الطوقسية- النفعية) لشبكات التواصل الاجتماعي، وبين الاغتراب الاجتماعي لديهم/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للنشاط لشبكات التواصل الاجتماعي، وبين الاغتراب الاجتماعي للمراهقين بالمجتمع المصري/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة المراهقين بالمجتمع المصري (الطوقسية - النفعية) لشبكات التواصل الاجتماعي، وبين إدراكهم لواقعية المضمون بصورة مشابهة للواقع المقدم في هذه الشبكات/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة النشطة لشبكات التواصل الاجتماعي، وبين إدراك

المراهقين بالمجتمع المصري لواقعية المضمون بصورة مشابهة للواقع المقدم في هذه الشبكات/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الاغتراب الإجتماعي بين المراهقين بالمجتمع المصري المستخدمين لشبكات التواصل الإجتماعي، وفقاً لخصائصهم الديموغرافية (النوع- السن- المستوى الإجتماعي الاقتصادي)/ دراسة بدر (2019) وقد تصممت فروضها ما يلي: (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي ووجود اتجاه محايد لدى الشباب نحو تأثير التواصل مع الآخر على شبكة قيم الهوية الثقافية/ توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين اتجاه الشباب نحو تأثير التواصل مع الآخر على الهوية الثقافية ونوع القيم التي يرون أنها تنتقل عبر مواقع التواصل/ توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب للمواقع التواصل الإجتماعي بداف الحوار مع الآخرين (الشات) طبقاً لعاملي النوع والمرحلة العمرية/ توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس شروط التحوار عبر مواقع التواصل الإجتماعي تبعاً لهوية الشخص الذي يتم التحوار معه (مصري – أجنبي)/ دراسة نويصر، لبن (2018) والتي اشتملت فروضها على: (وجود فجوة تطبيقية بين الباحثين فيما يتعلق بالدرجة الكلية للهوية الثقافية الواقعية والدرجة الكلية للهوية الثقافية الافتراضية للشباب الريفي ومكوناتها كل على حده/ وجود علاقة بين الدرجة الكلية للهوية الثقافية الواقعية للشباب الريفي وبين المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والاتصالية الخاصة بمواقع التواصل الإجتماعي لهم/ تسهم المتغيرات: السن، وعدد سنوات التعليم، والاتجاه نحو التجديدية، ودرجة المشاركة المجتمعية، وعدد سنوات استخدام مواقع التواصل الإجتماعي، وعدد المواقع المستخدمة في شبكات التواصل الإجتماعي مجتمعة إسهاماً معنوياً في تفسير جزء من التباين في الدرجة الكلية للهوية/ وجود علاقة بين الدرجة الكلية للهوية الثقافية الافتراضية للشباب الريفي وبين المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والاتصالية الخاصة بمواقع التواصل الإجتماعي لهم/ تسهم متغيرات: السن، والاتجاه نحو التجديدية، ودرجة المشاركة المجتمعية، وعدد سنوات استخدام مواقع التواصل الإجتماعي، وعدد ساعات استخدام مواقع التواصل الإجتماعي يومياً، وعدد المواقع المستخدمة في شبكات التواصل الإجتماعي مجتمعة إسهاماً معنوياً في تفسير جزء من التباين في الدرجة الكلية للهوية الثقافية الافتراضية للشباب الريفي رواد المجتمعات الافتراضية/ وجود فروق بين الدرجة الكلية للهوية الثقافية الواقعية ومكوناتها كل على حده/ وجود فروق بين الدرجة الكلية للهوية الثقافية الافتراضية ومكوناتها كل على حده)/ دراسة محمد (2018) والتي تمثلت فروضها في: (توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدلات استخدام الشباب عينة الدراسة وسائل الإعلام الجديدة وأبعاد مقياس العنف الرمزي المدرك/ توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدلات استخدام الشباب تلك الوسائل ومفهوم الذات والأمن النفسي لديهم/ توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تعرّض الشباب للعنف الرمزي بتلك الوسائل وأبعاد مفهوم الذات والأمن النفسي لديهم/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب على مقياس مفهوم الذات وفق معدلات استخدامهم تلك الوسائل/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب على مقياس الأمن النفسي وفق معدلات استخدامهم تلك الوسائل/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب على مقياس العنف الرمزي المدرك بتلك الوسائل وفق

المتغيرات الديموجرافية (النوع، والسن، ومستوى التعليم)/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب على مقياس مفهوم الذات وفق المتغيرات الديموجرافية (النوع، والسن، ومستوى التعليم)/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب على مقياس الأمن النفسي وفق المتغيرات الديموجرافية (النوع، والسن، ومستوى التعليم)/ دراسة السيد (2018) والتي تمحورت فروضها حول: (كلما زاد إنتماء الفرد إلي جماعته كان أكثر تمسكا بمعاييرها وأكثر اتباعاً لسلوكياتها /كلما زاد إنتماء الفرد إلي جماعته أو هويته زاد تقييمه الإيجابي لها/ كلما زاد التقييم الإيجابي للجماعة ارتفع مستوي تقدير الذات)/ دراسة الجمال (2018) والتي تدور فروضها حول: (توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية (السن، النوع، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي الإجتماعي) وحجم تعرضه لوسائل الإعلام الجديد/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض الشباب للإعلام الجديد والتأثيرات القيمة التي اكتسبها الشباب نتيجة الاعتماد على الإعلام الجديد/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض الشباب للإعلام الجديد واتجاه الشباب نحو الإعلام الجديد كأداة لتغيير منظومة القيم داخل المجتمع)/ دراسة الضو (2017) وقد تصممت فروضها ما يلي: (كلما زاد استخدام مواقع التواصل الإجتماعي زادت المعرفة الحضارية لدى المستخدمين/ استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي لا تدعمه إستراتيجيات للتوظيف الموجب لذلك سلبياته أكثر من إيجابياته عليهم/ لا توجد فروق جوهرية في استخدام مواقع التواصل الإجتماعي بناء على نوع العينة/ مستقبل توظيف مواقع التواصل الاجتماعي يزداد طردياً مع زيادة التقانة ومساحة الحرية عبر التشريعات)/ دراسة الزهري (2016) والتي اشتملت فروضها على: (توجد علاقة ارتباطية بين النوع واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي/ توجد علاقة ارتباطية بين النوع ومتوسط الاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي/ توجد علاقة ارتباطية بين النوع وأهمية مواقع التواصل الاجتماعي/ توجد علاقة ارتباطية بين النوع والتحدث عن موضوع التواصل عبر المواقع الاجتماعية/ توجد علاقة ارتباطية بين النوع وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب)/ دراسة البدوي (2015) والتي تمثلت فروضها في: (يختلف إدراك الشباب الجامعي لسمات الشخصية المصرية والإماراتية وتمسكه بهويته باختلاف المتغيرات الديموجرافية وبعض المتغيرات الأخرى/ هناك علاقة ارتباطية ما بين الاعتماد على التقنيات الإتصالية العربية، المصرية والإماراتية، كمصدر للحصول على معلومات عن الولايات المتحدة الأمريكية وإدراك الشباب الجامعي لسمات الشخصية المصرية والإماراتية وتمسكه بهويته)/ دراسة العرضاوي (2014) والتي تمحورت فروضها حول: (توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض افراد العينة لموقع الفيس بوك ودوافعهم من هذا التعرض/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد العينة لإيجابيات موقع الفيس بوك وفقاً لاملاكهم أكثر من حساب على الموقع/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في السلبيات التي يراها أفراد العينة بموقع الفيس بوك وفقاً لاملاكهم أكثر من حساب على الموقع/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة على اختلاف متغيراتهم الديموجرافية (النوع، المستوى الدراسي) ومعدل تعرضهم للفيس بوك/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة (النوع، المستوى الدراسي) واتجاهاتهم نحو دور الفيس بوك في تشكيل الهوية الثقافية من حيث

(التطلع للمستقبل، الانتماء، الموائمة، العادات، التسامح، الاهتمامات الثقافية، القابلية للتطور، المرونة والوسطية)".

◀ **الدراسات التي استخدمت التساؤلات لقياس مُتغيراتها:** أن عدد الدراسات التي اعتمدت على التساؤلات لقياس مُتغيراتها بلغت 10 دراسات من أصل 37 دراسة أي بنسبة (27.03%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة رشدي (2019) فقد استندت إلى التساؤلات لقياس مُتغيراتها، والتي تمثلت في: (ما أهم الإشكاليات المرتبطة باستخدام اللغة العربية على شبكات التواصل الإجتماعي كما يراها الخراء عينة الدراسة؟/ ما تأثير استخدام لغة الفرانكوآراب على اللغة العربية؟/ ما تأثير استخدام لغة «الفرانكوآراب» على ملامح الهوية الثقافية للمجتمع العربي؟/ ما العقبات التي تحول دون انتشار اللغة العربية السليمة في مواقع التواصل الإجتماعي؟/ كيف يمكن الاستفادة من شبكات التواصل الإجتماعي في تطوير اللغة العربية وفي تبسيط قواعدها من وجهة نظر الخراء عينة الدراسة؟/ ما دور المؤسسات المعنية بالمحافظة على اللغة العربية تجاه هذه الإشكاليات؟/ كيف يمكن التصدي للإشكاليات التي تواجه اللغة العربية على مواقع التواصل الإجتماعي؟/ دراسة حميدة (2019) والتي اعتمدت على التساؤلات لقياس مُتغيراتها، وتدور هذه التساؤلات حول: (ما عادات استخدام الشباب للإعلام الجديد؟/ ما أثر الإعلام الجديد على القيم الإجتماعية للشباب؟/ ما أثر الإعلام الجديد على القيم المعرفية للشباب؟/ ما أثر الإعلام الجديد على القيم الوطنية للشباب؟/ ما أثر الإعلام الجديد على القيم الأخلاقية للشباب؟/ ما أثر الإعلام الجديد على القيم الجمالية للشباب؟/ ما أثر الإعلام الجديد على القيم الاقتصادية للشباب؟/ دراسة رضوان (2019) حيث أنها قامت بصياغة تساؤلات لقياس المُتغيرات الخاصة بها، وقد اشتملت هذه التساؤلات على: (ما المعلومات التي توفرها البوابات الإلكترونية لحكومات الدول العربية والتي تعكس في مجملها هوية الدولة وتعرف بنظامها وإمكاناتها وأخبارها والخدمات التي تقدمها؟/ ما أدوات الاستشارات الإلكترونية التي توفرها البوابات الإلكترونية لحكومات الدول العربية/ أي أدوات اتخاذ القرار توفرها البوابات الإلكترونية لحكومات الدول العربية؟/ إلى أي مدى تلتزم البوابات الإلكترونية لحكومات الدول العربية بمعايير المشاركة الإلكترونية؟/ ما طبيعية الفروق بين البوابات الإلكترونية لحكومات الدول العربية من حيث درجة توفير المشاركة الإلكترونية؟/ دراسة خليل (2019) والتي اعتمدت على التساؤلات لقياس المُتغيرات الخاصة بها، وقد تمحورت هذه التساؤلات حول: (ما أهم القيم والخصائص الثقافية التي تُعلنها جامعة الشارقة على موقعها الإلكتروني وصفحاتها الرسمية على Facebook & Twitter؟/ ما أهم القيم والخصائص الثقافية التي تُعلنها الجامعة الأمريكية بالإمارات على موقعها الإلكتروني وصفحاتها الرسمية على Facebook & Twitter؟/ أي ملامح التوجه الإتصالي تعتمد عليه كل جامعة أكثر في بناء هويتها الثقافية من حيث مستوى التنوع والتكيف في تبني المداخل الثقافية؟/ ما أوجه التشابه والاختلاف بين القيم والخصائص التي تقوم عليها الهوية الثقافية المُعلنة من الجامعتين على منصاتهما الإلكترونية الرسمية؟/ دراسة الداخلي (2018) فقد استندت إلى التساؤلات لقياس مُتغيراتها، والتي تمثلت في: (سؤال رئيسي، وهو: ما ملامح تصميم رأس الصفحة الرئيسية في

الصحف الرياضية الإلكترونية؟، وكيف حقق هذا التصميم التوافق الدلالي مع المضامين الفكرية الموجهة من الصحيفة الرياضية؟ وانبثق من هذا السؤال الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية، وهي: "ما مكونات الهوية البصرية لرأس الصفحة الرئيسية في مواقع الدراسة؟/ كيف طورت مواقع الدراسة تصميم رأس الصفحة الرئيسية بما يتوافق مع المستحدثات التكنولوجية في مجال تصميم الصحف؟/ ما مدى التوافق بين اسم الصحيفة الرياضية الإلكترونية مع مضمونها؟/ ما خصائص تصميم شعار في مواقع الدراسة؟/ ما علاقة اللون بالمكونات التصميمية الأخرى في رأس الصفحة؟/ ما الأبعاد الوظيفية والتعبيرية للون في رأس الصفحة؟/ ما أسس التصميم التي استخدمتها مواقع الدراسة في رأس الصفحة الرئيسية؟/ دراسة ونوغي (2017) والتي اعتمدت على التساؤلات لقياس مُتغيراتها، وتدور هذه التساؤلات حول: (معرفة أهم مظاهر الاغتراب الثقافي في مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك"، لدى عينة من الشباب الجامعي الجزائري بجامعة المسيلة/ البحث في عادات وأنماط استخدامه ثم الدوافع التي تكمن وراء ذلك/ أهم مظاهر الاغتراب الثقافي الناتجة عن الاستخدام المكثف لتلك الشبكة، مع تقديم بعض الاقتراحات للتخفيف منها)/ دراسة أمين (2016) فقد استندت إلى التساؤلات لقياس مُتغيراتها، والتي تمثلت في: (ما مُعدلات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي؟/ ما المدى الزمني لاستخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي؟/ ما اتجاهات المبحوثين نحو مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي؟/ ما مدى تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على التواصل الحقيقي؟/ ما تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقة مع أفراد الأسرة؟/ ما تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الأقارب؟/ إلى أي مدى يشعر المبحوثين بالرضا عن علاقتهم مع شبكات التواصل الاجتماعي؟/ دراسة الشريف (2015) والتي اعتمدت على التساؤلات لقياس مُتغيراتها، وتدور هذه التساؤلات حول: (ما مدى تأثير الثقافة الفرعية المحلية للمحافظات المصرية على تصميم المواقع الإلكترونية لها؟/ هل هناك تفرد في تصميم المواقع الإلكترونية لكل محافظة داخل مصر؟/ هل هناك استغلال للثقافة العربية لكل محافظة في اختيار عناصر بصرية ذات دلالات بصرية مباشرة بثقافتها الفرعية في تصميم موقعها الإلكتروني؟/ ما مدى قدرة العناصر المُستخدمة في تصميم المواقع الإلكترونية للمحافظات المصرية في دعم الثقافات الفرعية لتلك المحافظات؟/ هل أثرت الثقافات العربية على الشكل العام لتصميم الصفحات الرئيسية للمواقع الإلكترونية للمحافظات المصرية؟/ هل تحمل العناصر الجرافيكية التقليدية المكونة للصفحة معاني ودلالات تعبر عن الثقافة العربية للمحافظة صاحبة الموقع؟/ هل تحمل العناصر الإلكترونية الحديثة مكونة للصفحة معاني ودلالات تعبر عن الثقافة العربية للمحافظة صاحبة الموقع؟/ دراسة عبد الغني (2014) حيث أنها قامت بصياغة تساؤلات لقياس المُتغيرات الخاصة بها، وقد اشتملت هذه التساؤلات على: (ما هو واقع وسائل الإعلام الجديد في المنطقة العربية؟/ ما هي الأدوار التي قامت بها وسائل الإعلام الجديد في التغيرات المجتمعية الجديدة في المنطقة العربية؟/ ما هي أنواع التأثيرات التي أحدثتها وسائل الإعلام الجديد في التغيرات المجتمعية الجديدة في المنطقة العربية؟/ ما هي مستويات التأثيرات التي أحدثتها وسائل الإعلام الجديد في التغيرات المجتمعية الجديدة في المنطقة العربية؟/ وأخيراً دراسة

الشهري (2013) والتي اعتمدت علي التساؤلات لقياس المُتغيرات الخاصة بها، وقد تمحورت هذه التساؤلات حول: (ما الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيس بوك وتويتر؟/ ما طبيعة العلاقات الإجتماعية عبر موقعي الفيس بوك وتويتر؟/ ما الآثار الإيجابية الناتجة عن استخدام الفيسبوك وتويتر؟/ ما الآثار السلبية الناتجة عن استخدام الفيسبوك وتويتر؟)".

◀ **الدراسات التي لم تستخدم أي نموذج أو نظرية إعلامية في إطارها النظري ولكن استخدمت الفروض لقياس مُتغيراتها:** أن هناك 5 دراسة من أصل 37 دراسة قد استخدمت الفروض لقياس مُتغيراتها ولم تكن تستند إلى أي نموذج أو نظرية إعلامية في إطارها النظري أي بنسبة (13.51) وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة محمد، وآخرون (2020) فقد استخدمت الدراسة الفروض لقياس المُتغيرات الخاصة بها والتي تمثلت في: (ما مدى تأثير ثقافة وسائل الإتصال الإجتماعي على أبعاد أزمة الهوية لدى الشباب الجامعي/ مدى تأثير الرضا عن الحياة على أبعاد أزمة الهوية/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أزمة الهوية لدى أفراد (عينة الدراسة)/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الرضا عن الحياة لدى أفراد (عينة الدراسة) تبعاً لبعض المتغيرات الديموغرافية)/ **دراسة البيومي (2017)** والتي تمحورت فروضها حول: (توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كمّ التفاعل مع وسائل الإعلام الجديد (فيسبوك، تويتر، واتس آب) وبين استجابات المبحوثين على مقياس الهوية الذاتية والإجتماعية لعينة الدراسة/ توجد فروق جوهرية بين استجابات على مقياس الاتجاهات نحو الهوية الذاتية والإجتماعية بسبب تعرضهم لوسائل الإعلام التقليدية (صحف - قنوات حكومية - إذاعة)/ تتأثر العلاقة بين تفاعل المبحوثين مع وسائل الإعلام الجديد (فيسبوك، تويتر، واتس آب) وبين استجابات المبحوثين على مقياس الاتجاهات بمتغيرات ديموغرافية مثل (نوع الكلية - محل الإقامة - الفرقة الدراسية - تعليم الوالدين - نوع التعليم)/ توجد علاقة دالة إحصائياً بين التعرض لمحتوى عربي أو أجنبي من ناحية وبين استجابات المبحوثين على مقياس الهوية الذاتية والإجتماعية للشباب عينة البحث (التعرض للإعلام الأجنبي)/ **دراسة حسن (2017)** والتي صاغت عدة فروض لقياس المُتغيرات الخاصة بها، وقد اشتملت على: (توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تعرض المبحوثين لمواقع التواصل الإجتماعي ودوافع التعرض/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة المبحوثين (منتظمة، غير منتظمة) لمواقع التواصل الإجتماعي ومدى تأثيرها مواقع على الهوية الثقافية/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (النوع، محل الإقامة، المستوى الاقتصادي الإجتماعي) ومعدل التعرض لمواقع التواصل الإجتماعي/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين (الشباب) طبقاً للنوع واتجاهاته وتأثير مواقع التواصل الإجتماعي على الهوية الثقافية)/ **دراسة السنوسي (2017)** والتي اعتمدت علي الفروض لقياس مُتغيراتها، وتدور هذه الفروض حول: (تتنوع المواد الإعلامية المعروضة عبر المجلة الإلكترونية المدروسة بتنوع المجالات الأسرية؛ إذ يحاول القائمون عليها الإلمام بكل المواضيع الثقافية ذات الصبغة التربوية والأخلاقية والإجتماعية التي تمس الأسرة بالأساس دون إثارة مواضيع شمولية قد تتجاوز المجال العائلي/ إن عدد القراءات

الخاص بكل مقال من مقالات المجلة، والمسجل أثناء فترة البحث، لا يمكن وصفه بالضرورة مؤشراً يبنى بمدى إقبال القارئ الإلكتروني على المجلة وتفاعله مع مضمونها بصفة قطعية، ولكنه يمكن أن يدلنا على موضوعات بعينها جديرة بأن تجلب انتباه المتلقي الإلكتروني أكثر من غيرها، ونعتقد أن مسألة توزيع الأدوار داخل الأسرة والعلاقة بين الأزواج هي التي ستتصدر قائمة المسائل من حيث عدد القراءات/ وأخيراً دراسة حماد، الحازمي (2016) فقد استندت إلي الفروض لقياس مُتغيراتها، والتي تمثلت في: (يوجد مستوى منخفض في تحقيق رتب الهوية الإيجابية لدى عينة الدراسة/ يوجد مستوى منخفض من الشعور بالاغتراب لدى عينة الدراسة/ توجد علاقة دالة إحصائية بين درجات عينة الدراسة على مقياس رتب الهوية ودرجاتهم على الشعور بالاغتراب/ توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات عينة الدراسة على مقياس رتب الهوية في ضوء متغيري (التخصص الدراسي، والجنس)/ توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات عينة الدراسة على الشعور بالاغتراب في ضوء متغيري (التخصص الدراسي، والجنس)).

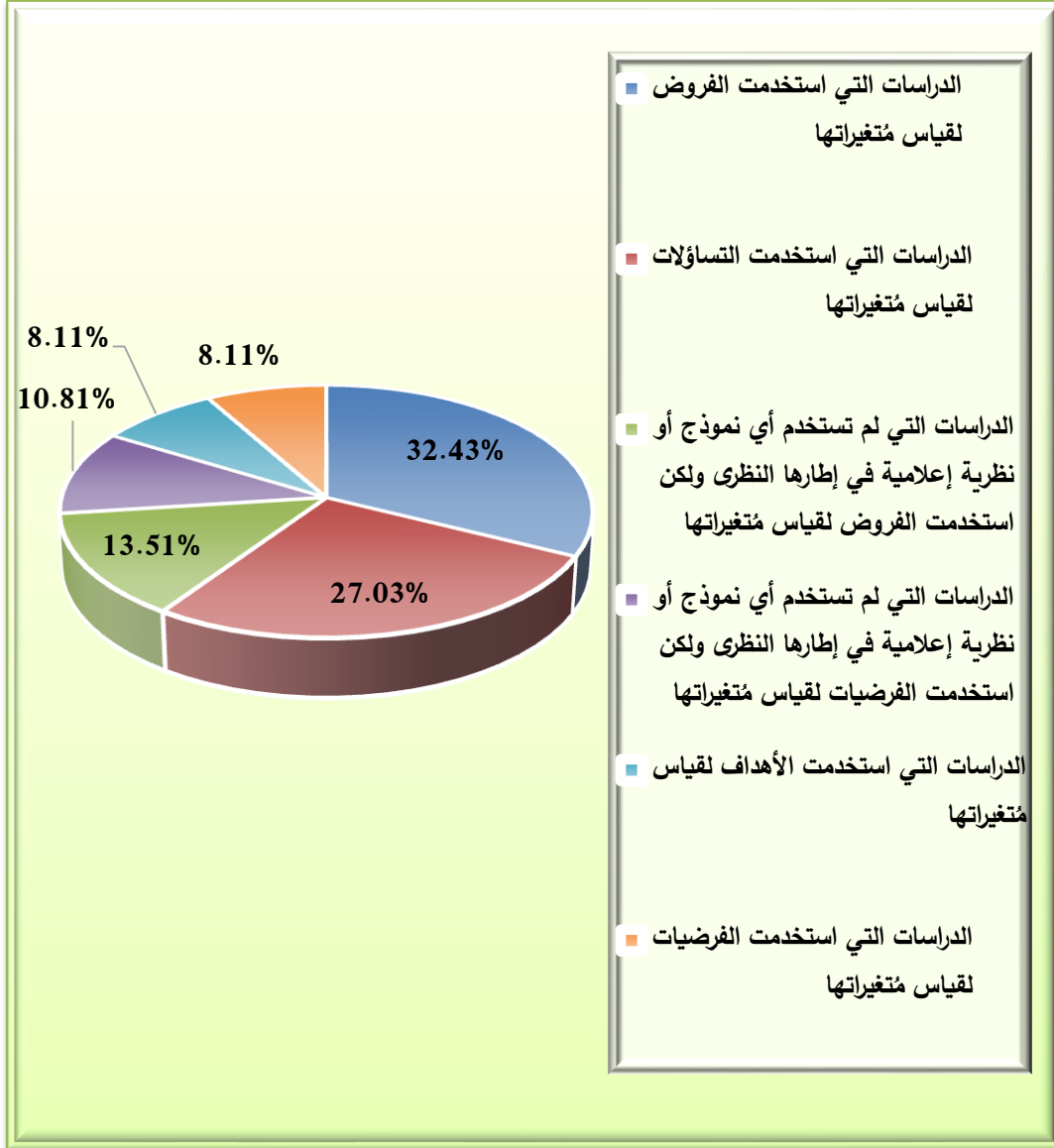
الدراسات التي لم تستخدم أي نموذج أو نظرية إعلامية في إطارها النظري ولكن استخدمت الفرضيات لقياس مُتغيراتها: أن هناك 4 دراسة من أصل 37 دراسة قد استخدمت الفرضيات لقياس مُتغيراتها ولم تكن تستند إلى أي نموذج أو نظرية إعلامية في إطارها النظري أي بنسبة (10.81%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة مجاني، مرزقة (2019) حيث أنها قامت علي عدة فرضيات، وهي: (تختلف عادات وأنماط استخدام وسائل الإعلام بين الشباب الجامعي في كل من تخصصي الآداب وعلوم الإعلام والاتصال/ وسائل الإعلام لا تؤثر على الهوية الثقافية للشباب الجامعي من طلبة الآداب والإعلام والاتصال/ الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيراً على الهوية الثقافية لكل من طلبة الإعلام والاتصال والأدب العربي هي التلفزيون)/ دراسة الوحيشي (2018) والتي صاغت عدة فرضيات لقياس المُتغيرات الخاصة بها، وقد اشتملت على: (أن وسائل الإعلام الجديد أصبحت صناعة تتنافس فيها الدول والمؤسسات الكبرى لسيطرتها على الدول الأخرى، سواء كان ذلك على المستوى السياسي، أو الاقتصادي، أو الاجتماعي، أو الثقافي، أو الديني، وبالتالي تحمل وسائل الإعلام الجديد في طياتها الكثير من المخاطر على الهوية الثقافية، بل وعلى الخصوصية الدينية للمجتمعات العربية والإسلامية، الأمر الذي يتطلب منا التنبيه لهذه المخاطر التي تستدعي مواجهتها من خلال تحصين الشباب المسلم، وتنمية إدراكهم المعرفي والثقافي بما يعزز الوازع الديني لديهم)/ دراسة جمال (2018) حيث أنها استندت إلي مجموعة من الفرضيات لقياس المُتغيرات الخاصة بها، والتي تمثلت في: (للأفراد اتجاهات إيجابية نحو مساهمة استخدام النيوميديا في تغيير الهوية الفردية/ للأفراد اتجاهات إيجابية نحو استخدام الأفراد للميديا الجديدة ومساهمة الهوية الجماعية/ للأفراد اتجاهات إيجابية نحو استخدام الأفراد للميديا الجديدة ومساهمة ذلك في تعزيز الهوية الوطنية ورموزها)/ وأخيراً دراسة بن طيفور (2016) والتي اعتمدت علي الفرضيات لقياس مُتغيراتها، وتدور هذه الفرضيات حول: (يستخدم الشباب الجامعي موقع الفيس بوك بغرض الدردشة والاطلاع على الأخبار اليومية

ومتابعة تطوراتها/ توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في استخدام موقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك)/ يعد البحث عن صداقات جديدة بهدف البحث عن شريك في الموقع (الإشباع العاطفية) من أبرز الإشباع المحققة وراء استخدام الشباب الجامعي لموقع الفييس بوك/ يؤدي الاستخدام المفرط لموقع الفييس بوك إلى اكتساب الشباب لغات ولهجات جديدة لا علاقة لها باللغة العربية تعمل على إضعاف هويتهم اللغوية/ الاستخدام المفرط لموقع التواصل الاجتماعي الفييس بوك يؤدي إلى إضعاف الوازع الديني وإهمال فرائض الشباب الجامعي الدينية".

← **الدراسات التي استخدمت الأهداف لقياس مُتغيراتها:** أن عدد الدراسات التي اعتمدت على الأهداف كانت 3 دراسات من أصل 37 دراسة بنسبة (8.11%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة غزواني (2020) حيث أنها قامت علي عدة أهداف، وهي: (التعرف على أسباب ودوافع استخدامات الطالبات للهواتف الذكية/ التعرف على الإشباع التي تحققها استخدامات الهواتف الذكية/ التعرف على تأثيرات استخدامات الهواتف الذكية على الهوية الفردية والجماعية للطالبات/ التعرف على وعي الطالبات بإيجابيات وسلبيات استخدامات الهواتف الذكية)/ دراسة كدواني (2019) والتي صاغت عدة أهداف لقياس المُتغيرات الخاصة بها، وقد اشتملت على: (الكشف عن دور القنوات العلمية المصرية على موقع يوتيوب في نشر الثقافة العلمية/ رصد سمات القنوات العلمية المصرية على موقع يوتيوب من حيث الشكل والمضمون/ تحليل تفاعل المستخدمين مع القنوات العلمية المصرية على موقع يوتيوب/ الكشف عن أوجه الثراء الإعلامي بالقنوات العلمية المصرية على موقع يوتيوب وفقاً للمعايير الآتية: (القدرة على التغذية الراجعة "رجع الصدى"، والقدرة على نقل إشارات متعددة، وتنوع اللغة، والقدرات على التركيز الشخصي)/ وأخيراً دراسة عز العرب (2017) والتي اعتمدت علي الأهداف لقياس مُتغيراتها، وتدور هذه الأبحاث حول: (تعرف دور شبكات التواصل الاجتماعي في إنتاج المعرفة/ استكشاف واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي/ تحديد آليات التواصل عبر الفيسبوك/ تحديد أبرز الانعكاسات الشخصية، الثقافية، الاجتماعية، والمعرفية/ توصيف الناتج المعرفي للتواصل الاجتماعي عبر الشبكات الاجتماعية)".

← **الدراسات التي استخدمت الفرضيات لقياس مُتغيراتها:** أن عدد الدراسات التي استندت إلي الفرضيات كانت 3 دراسات من أصل 37 دراسة بنسبة (8.11%)، وقد تمثلت هذه الدراسات في: "دراسة عيسى (2020) حيث أنها قامت علي عدة فرضيات، وهي: (يستخدم جمهور الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم ومستمر/ تُتيح مواقع التواصل الاجتماعي مكان الأمثل لنشر المواضيع ومناقشتها/ تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على بعض مقومات الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين)/ دراسة عثمان (2017) والتي صاغت عدة فرضيات لقياس المُتغيرات الخاصة بها، وقد اشتملت على: (إن استخدام أفراد الأسرة للأجهزة الذكية له انعكاسات علي شكل الترابط الاسري و عملية التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة الواحدة)/ دراسة محمد (2017) حيث أنها استندت إلي مجموعة من الفرضيات لقياس المُتغيرات الخاصة بها، والتي تمثلت في: (مضامين الإعلام الجديد أحدثت تأثيراً كبيراً في المجتمعات/ تتوافق مضامين الإعلام الجديد التي تبث من خلال وسائل التواصل الاجتماعي مع القيم والتقاليد

السائدة في المجتمع/ الإعلام الجديد له تأثير إيجابي على قيمة التكافل/ تطبيق واتساب أكثر وسائل الإعلام الجديد شهرة واستخداماً في المجتمع السوداني/ المبادرات الخيرية عززت قيمة التكافل في المجتمع السوداني)"، ويمكن عرض النتائج السابقة بيانياً على النحو التالي:



شكل رقم (7) يوضح التحليل الكيفي للدراسات التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية العربية (عينة الدراسة) من حيث التوزيع النسبي كيفية قياس متغيرات الدراسة (ن = 37)

سادساً: أبرز النتائج التي أظهرتها الدراسات والبحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية:

سيقوم الباحث في هذه الجزئية بعرض أهم النتائج التي توصلت لها الدراسات التي تم تحليلها كفاءاً، وسيتم عرض الدراسات وأهم نتائجها مرتبة تنازلياً من الأحدث للأقدم:

❖ **دراسة سكيك (2022):** تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن استخدام التكنولوجيا الرقمية يتيح نشوء أشكال جديدة للبحث الإذاعي، وخاصة على شبكة الإنترنت، مما يفضي إلى إزالة المزيد من العوائق أمام الانتفاع بالمعلومات ونشرها على نطاق واسع. كما تشير إلى مساهمة التكنولوجيا الرقمية في تغيير القطاعات الثقافية الرئيسية الأربعة، وهي كالتالي: "الفنون، الصناعات الثقافية، وسائل الإعلام والتراث، وعلم المكتبات والمتاحف"، ويستند تأثيرها على تفاصيل كل قطاع، وبسبب هذه التكنولوجيا شهدت أبعاد الاهتمامات السياسية والاقتصادية والاجتماعية تغييراً واضحاً وبارزاً، وبات الحديث عن الإعلام الجديد والهوية الثقافية من بين القضايا ذات الأهمية القصوى.

❖ **دراسة شايوي (2022):** أظهرت نتائج الدراسة أن البيئة الإتصالية الجديدة استدعت إعادة طرح موضوع الصناعات الثقافية كبديل اقتصادي تجاري ربحي يخضع لقانون العرض والطلب حيث تحولت هذه الصناعات إلى سلعة متداولة في السوق العالمية في مرحلة تطور وازدهار الاقتصاد الليبرالي الذي يعمل على قياس أهمية الأشياء ومبرر بقائها بقدرتها على أن تكون سلعة اقتصادية تجارية ربحية، ومن هنا فهل تصلح الثقافة في مرحلة اقتصاد المعرفة أن تكون منتجاً اقتصادياً وركيزة تجارية يعتمد عليها في بناء الاقتصاد ككل، وهل يُمكن أن تكون إنتاجاً بديلاً يغذي متطلبات الدول المصنعة مادياً مثلها مثل المواد المستخدمة في الصناعات التحويلية الكبرى كالبترول، والحديد، وربما يكون مبكراً أو صعباً على المثقفين اليوم أن يجيبوا على هذه الأسئلة ولكنها تشكل تحدياً أساسياً يشعرون به.

❖ **دراسة نسيم (2021):** أوضحت نتائج هذه الدراسة أن متاحف الافتراضية تُساهم في التربية الإلكترونية والتعليم وكذلك جذب الجمهور بالاعتماد على كل أساليب الوساطة الثقافية، من خلال نشر مجموعة من المعارف في مختلف المجالات منها: "التاريخ، الفنون والتراث، العلوم الطبيعية"، وأن متاحف الافتراضية تُساهم في نشر الوعي بأهمية متاحف الواقعية وترسيخ ثقافة زيارة متاحف، رغم هذا لم تتفطن بعد الجزائر بأهمية متاحف الافتراضية من خلال الاعتماد على الإنترنت كوسيط يُساهم في ترسيخ الثقافة المتحفية.

❖ **دراسة إبراهيم (2021):** أفادت نتائج هذه الدراسة بأن احتمالية نجاح ثورة البيانات في إعادة تشكيل المعرفي للعلوم الإنسانية والاجتماعية لا تزال ماثراً شكوك وجدل ونقاش، ومن ثم فإنه من المستبعد الحديث عن تأسيس نموذج علمي جديد نتيجة لثورة البيانات/ لقد ساعدت البيانات الكبيرة والمفتوحة والبنى التحتية للبيانات في توفير مجموعات هائلة من البيانات المتوافرة للتحليل، وأتاحت تنفيذ مناهج وطرق جديدة تجاه إنتاج وتحليل البيانات، ولكن من السابق لأوانه التسليم بأن العلم المقاد بالبيانات قد تشكلت

أسسه الفلسفية، وأن البيانات يُمكنها أن تتحدث عن نفسها دون حاجة لوضع تساؤلات أو فروض.

❖ **دراسة الفتني، مالكي (2021):** تُبين نتائج هذه الدراسة أن العولمة الثقافية خلفت تأثيرات سلبية على مختلف مكونات الهوية الثقافية الجزائرية/ ضرورة تفعيل دور كل مؤسسات المجتمع المدني في سبيل حماية الهوية الثقافية الجزائرية من خطر العولمة الثقافية.

❖ **دراسة نور الدين، نور الدين (2021):** خلصت نتائج هذه الدراسة إلى أن أهمية وسائل الإعلام تتجلى في المساهمة في التنمية الشاملة عموماً والتنمية الثقافية للمجتمعات خاصة، حيث أن الدول التي استثمرت في الإعلام ووسائله، وهيات له البيئة الملائمة من حرية وسلاسة في الوصول للمعلومات، هي ذاتها التي حققت تنمية ثقافية رائدة عادت عليها بالتطور والرقى، وهو الشيء الذي يجعل المجتمعات التي لازلت بعيدة عن ركب التطور، خاصة الدول العربية وبما تمتلكه من موارد ووسائل إعلام متطورة، أن تعمل على تهيئة الظروف السياسية والتشريعية والثقافية من أجل أن تكون وسائل إعلامها منافسة وحامية لها من كل غزو ثقافي وافد من جهة، ومنفحة لها من كل عائق داخلي أو خارجي قد يقف في مسارتقدمها ورقبها من جهة أخرى.

❖ **دراسة دغمان، خيرى (2021):** توضح نتائج هذه الدراسة إلى أن الوسائط الإتصالية الجديدة لم تلغ الدور الذي حققته وسائل الإعلام القديمة في توصيل المعلومة، بل طورتها في شكل جديد، خاصة في ظل مجتمع المعرفة وعصر المعلومات، اللذين تجاوزت فيهما "المعلومة" من مجرد كونها فكرة أو معطى إعلامي يراد نقلها بين مرسل ومستقبل، إلى سلعة أو خدمة خاضعة لقوانين العرض والطلب. فبظهور هذه الوسائط الجديدة تمت إعادة تشكيل خارطة الفعل الإتصالي والإعلامي بما يحمله من وسائل جديدة وخصائص، أدت إلى تحول ملموس في بنية الإتصال وتقنياته ومصادره، وسمح بتشكيل صورة جديدة للاتصال قائمة على التفاعل والتنوع والشمولية والحرية الواسعة.

❖ **دراسة يامين، رغيص (2021):** أظهرت نتائج هذه الدراسة أن توظيف منصات الإعلام الإجتماعي من قبل المجموعات الناشطة في قضايا الترويج للموروث الثقافي (المادي واللامادي) لمنطقة شمال سطيف، والذي يظهر في مناشير وتعليقات الفاعلين يقتضي تبت إعلامية تعريفية بالموروث الثقافي، والتي تتضمن مجموعة من القيم والأفكار الإيجابية والتي تحمل في طياتها الحنين والرغبة في العودة للأصول/ أن منصات الإعلام الإجتماعي اتخذت بعداً هاماً في التسويق للموروث الثقافي لمنطقة شمال سطيف والنّويع له، وتحويل هذا الفضاء الرقمي إلى فضاء تفاعلي لتحسين مشاركات المواطنين في مختلف التظاهرات الثقافية وإعادة المنطقة إلى المشهد الثقافي الوطنى، إلا أنها لازالت تواجه رهانات وعقبات تحول دون تحقيق المبتغى، حيث أن معظم هذه الآليات تفتقد للصبغة النظامية، ولا تتعدى مجرد أنشطة ثقافية مؤقتة، موسمية، ظرفية، ترتبط بمناسبات معينة، هذا من جانب ومن جانب آخر افتقاد مسيري

هذه الأنشطة للدعم المادي والمالي اللازم "غياب الاعتمادات المالية"، كون أن الأنشطة التي يتم استحداثها حالياً تقوم على الاشتراكات السنوية التي يقدمها ساكنة المنطقة لإعطائها الديناميكية اللازمة.

❖ **دراسة بن لعلام، بنان (2021):** توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن تكنولوجيا الإعلام والإتصال هي سمة أساسية من سمات العصر الحالي المتسم بالعمولة في كل المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية، وهي بذلك امتداد واضح وتوسع مذهل للدول المتطورة والمنتجة للتكنولوجيا في مناطق جغرافية متعددة في العالم مع تقديم مضمون مشابه وذلك كمقدمة لنوع من السيطرة والهيمنة الثقافية نتيجة لتطور وسائل الإعلام التي جعلت بالإمكان القفز الخصوصيات الثقافية للأمم والمجتمعات واستبدالها بثقافة الأقوى وهي الثقافة الأمريكية ومع ذلك لا ينبغي على أية أمة أن تحدث قطيعة مع العالم بل يجب أن تكون منفتحة على الآخرين أي الثقافات الأخرى في إطار التوازنات والتبادل والحفاظ على خصوصية الهوية الثقافية خاصة الشعوب العربية الإسلامية لأنها مغيبة أكثر من غيرها بالاستهداف والتشويه الذي تمارسه وسائل الإعلام الغربية عبر حملاتها الإعلامية لكل ما هو عربي ومسلم لذا يجب عليها الاعتزاز بهويتها الثقافية والتأكد من قيمتها وصالحيتها للعالمية وانفاقها وتطابقها مع الفكرة الإنسانية لأنها تعترف بالتعددية الثقافية وتحترمها ولكن في الوقت نفسه تعزز بانتمائها للثقافة العربية الإسلامية بكل مقوماتها وثوابتها.

❖ **دراسة ازروال، لجمال، (2021):** تُشير نتائج هذه الدراسة إلى أن شبكات التواصل الإجتماعي تؤدي دوراً مركزياً في التأثير على الهوية الإجتماعية، إذ أنها تُساهم في التنشئة السياسية وتكوين الوعي السياسي والإجتماعي/ وأن شبكات التواصل الإجتماعي أضحت متغيراً حاسماً في تشكيل مطالب التغيير الإجتماعي، خاصة وأنها تؤثر بصورة مباشرة أو غير مباشرة في عملية التغيير الإجتماعي/ وأن الهوية الإجتماعية أصبحت مسألة في مجملها جزءاً لا يتجزأ من منظومة القيم الإجتماعية، وتؤثر فيها شبكات التواصل الإجتماعي وفي قيمها الحضارية والثقافية والتاريخية.

❖ **دراسة غربي (2021):** أوضحت نتائج هذه الدراسة أن الصحافة الإلكترونية هي أهم وسيلة من وسائل الإعلام الجديدة لدى معظم أفراد العينة والتي تشكل مصدراً أساسياً لاستقاء المعلومات الثقافية، وأن مساحة الحديث عن القيم الثقافية في الصحف الإلكترونية الجزائرية الموجهة للمتلقين والقراء المتصفحين (محل الدراسة)، ظهرت بنسب ضعيفة بالمقارنة مع القضايا الثقافية الأخرى. كمل أن المتلقين لمنتجات الصحف الإلكترونية الجزائرية، يهتمون أساساً بمواضيع القيم الثقافية، وكذلك ما يهم ثقافة المواطن في المقام الثاني، ثم تأتي قضايا اللغة، فالصناعات الثقافية، والبقية لمواضيع التنمية والخصوصية والثقافة الفنية.

❖ **دراسة السنوسي (2021):** تُبين نتائج هذه الدراسة إجماع العينة على أن أزمة الهوية ليست معطى ثابتاً، بل تتلون في شكلها ومضمونها وحدثها، وتتجلى في شعور المستخدم الشاب العربي بالفجوة بين المجتمعات المصدرة للتكنولوجيا وبين مستهلكها، مما يجعله مهزوزاً لدرجة تجعله يخلق "هوية بيضاء"، كهوية هجينة، عابرة لأشكال

الهويات الثقافية المحلية والوطنية، ومحلقة في سماء العالمية. أما عن الأسس السليمة لمواجهة خطر الاستيلاء الثقافي، فإن الحل حسب نخبة الباحثين المستجوبة، يكمن في الإنفتاح مع الإبقاء على بوصلة الأصالة والتفرد، مع ضرورة اضطلاع النخبة المثقفة بدورها الريادي التوعوي والتأصيلي للهوية الثقافية الوطنية عبر وسائل الإعلام الجديد.

❖ **دراسة شيناز، بولحبال (2020):** توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن العولمة الثقافية هي واحدة من الاتجاهات التي انبثقت من حركة العولمة والتي طرحت جملة من المفاهيم الحديثة، والتي بدورها أحدثت ثورة فكرية وثقافية جديدة من جميع الجوانب حتى التنشئة الإجتماعية للناشئ، مما أدى إلى ضرورة انتهاج أساليب مختلفة في التنشئة الإجتماعية نتيجة غزو العولمة الثقافية حياة الأفراد، إذ نجد أن أساليب التنشئة الإجتماعية في ظل العولمة الثقافية تباينت بين أساليب رافضة للعولمة الثقافية، وأساليب راضخة للعولمة الثقافية، وأخرى مواكبة للعولمة الثقافية.

❖ **دراسة عيسى (2020):** تُفيد نتائج هذه الدراسة بأن أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي منذ 4 سنوات إلى 6 سنوات/ يتصفح أغلب أفراد العينة مواقع التواصل الإجتماعي من الهاتف الذكي. وأن أفراد العينة ليس لديهم وقت محدد يقضونه في تصفح مواقع التواصل الإجتماعي، كما أنهم يتواجدون على مواقع التواصل الإجتماعي باسم حقيقي. كما أظهرت أن أهم أسباب استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الإجتماعي هي تعزيز الرصيد المعرفي ومناقشة المواضيع والأحاديث.

❖ **دراسة نصيرة، رزق الله (2020):** أظهرت نتائج هذه الدراسة أن التمسك بالهوية الجماعية أو المجتمعية التي يطلق عليها بالمواطنة هو واحد من أهم العوامل التي تسهم إسهاماً مباشراً في الحفاظ على الهوية الثقافية للمجتمعات الإنسانية جميعها سواء اندرجت في نظام العولمة أم لا خاصة لفئة الشباب، وأن العولمة تسعى إلى خلق نمط من المواطنة العالمية أو الكونية التي يكون قوامها الترابط المصيري بين أبناء الجنس البشري الذين يعيشون في مجتمع واحد إذا ما أتاحت الفرصة إلى تحقق مجتمع القرية الكونية الموحد. كما أن كل ثقافة يجب أن تتولى الدفاع عن تراثها وذلك بأن تضع أولاً بين الجسم الإجتماعي والفرد ذلك التبادل الذي يقوم الأخطاء من حيث ما تأتي ومهما يكون مصدرها.

❖ **دراسة عثمان (2020):** خلصت نتائج هذه الدراسة إلى أن مواقع التواصل الإجتماعي تلعب دوراً مهماً في حياة المراهقين في الترويج للأفكار الجديدة، ونشر المستحدثات بينهم، نظراً للفرات الطويلة التي يقضيها المراهقون أما شاشات الموبايل والكمبيوتر يتابعون فيها تلك المواقع. كما أشارت إلى ارتفاع معدلات التعرض بين المراهقين لمسلسلات نيتفليكس التي قد تصل إلى حد الإدمان حيث يمكنهم متابعة أجزاء كاملة من المسلسلات في فترات زمنية قصيرة جداً، الأمر الذي قد يؤثر على مستوى التحصيل الدراسي لديهم، كما قد يسبب العديد من المشاكل الصحية والنفسية، من الرغبة في الوحدة والانعزال، والبعد عن عمليات التفاعل الإجتماعي الفعلية والاكتفاء بالتفاعل الافتراضي. كما أن أكثر المسلسلات المقدمة على نيتفليكس تقدم المحتوى الجنسي بشكل

كبير لا يتناسب مع المراحل العمرية التي تتابعه، فرغم تصنيف العديد من المسلسلات على أنها مقدمة لفئة المراهقين، نجد المشاهد الجنسية بها كثيرة جداً، وتقدم في سياق درامي جذاب يشد اهتمام المراهقين ويؤثر على قيمهم وما يتبنوه من أفكار في تلك المرحلة الخطرة من نموهم، كأن يقدم المسلسل البطل في مواقف إنسانية عديدة وبطولات متتالية ثم نكتشف أنه شاذ جنسياً، ويكون التصرف التلقائي هو التعاطف معه وتقبله وتقبل أفكاره. وقدمت مسلسلات نيتفليكس العنف والجريمة بشكل مبهز للمراهقين المشاهدين، ما عبر عنه بعض من عينة الدراسة بأنهم تعلموا كيفية القتل والهروب من الاتهام بذكاء. وظهرت خطورة إدراك المراهقين لواقعية المضمون المقدم في مسلسلات نيتفليكس، لأن ذلك من شأنه زيادة احتمالات التقليد والمحاكاة من المراهقين للمواقف والتصرفات التي تقدمها تلك المسلسلات باعتبارها تماثل الواقع الفعلي. في حين أن نسبة القيم الإيجابية المقدمة في مسلسلات نيتفليكس قليلة جداً بالمقارنة بنسبة القيم السلبية التي وللأسف وافق عليها أغلبية المراهقين عينة الدراسة في إطار "الحرية الشخصية"، وتقبل الآخر كما هو دون انتقاد، رغم إقرارهم بعدم تبني هذه القيم السلبية بشكل شخصي، إلا أن مجرد القبول يحوي ضمناً خطر المحاكاة فيما بعد مع تغير الظروف.

❖ **دراسة مصباح (2020):** توضح نتائج هذه الدراسة أن الاستجابة المؤسسية للتحديات التي بات يفرضها الانفتاح الإعلامي غير المسبوق في العالم العربي قادرة على صد أو تأخير حدوث تغيرات في منظومة القيم وتمثيلات الهوية في المجتمع/ أن حضور وسائل الإعلام الجديد في العالم العربي بات بارزاً/ أن فئات واسعة تستعمل وسائل الإعلام الجديد بشكل متناسق مع تطور في معدلات التعلم وتنامي في البنية التحتية الإعلامية وانخراط معظم الدول العربية في منظومة الحداثة.

❖ **دراسة غزواني (2020):** تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن (87%) من الطالبات (عينة الدراسة) يستخدمن الهوية الحقيقية في العالم الافتراضي و(12.5%) إسماءً مستعاراً. وأن المواقع الترفيهية تجذب وتستهوئ الطالبات (عينة الدراسة) أولاً (78%) تليها المواقع العلمية (53%) ثم المواقع الإخبارية (41%) والمواقع الدينية (24%). بينما احتل التواصل الصدارة من حيث ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطالبات (عينة الدراسة) يليه تويتر ثم سناب شات وبعده انستجرام وأخيراً يوتيوب. وأن الطالبات (عينة الدراسة) على وعي بأن الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي الذي يصل أحياناً إلى الإدمان الرقمي له مخاطره الجسدية والنفسية والفكرية.

❖ **دراسة العساف (2020):** تفيد نتائج هذه الدراسة بأن الرأي العام السعودي يستخدم شبكة تويتر بكثافة لاستقاء المعلومات حول قضايا الهوية الوطنية سواءً ما يتعلق منها بالاكشافات الأثرية، وما يتعلق بالموقع الجغرافي أو الاعتماد على الكفاءات السعودية من خلال السعودية، أو ما يتعلق بالقضايا الاجتماعية، وقضايا الانتماء. كما أن الرأي العام السعودي يجد في التدوين المصغر عبر تويتر منصة إلكترونية فعالة في التعبير عن آرائه بشأن القضايا المهمة في المملكة وعلى رأسها قضايا الهوية الوطنية. وأن تويتر كان لها تأثيرات معرفية، ووجدانية، وسلوكية ملموسة في الرأي العام السعودي. وأن الرأي العام السعودي كانت لديه اتجاهات سلبية نحو تلك الشبكة فيما يتعلق بوجود خلط بين الرأي والخبر حال عرضها للموضوعات المتعلقة بالهوية الوطنية السعودية، وكذلك غياب المسؤولية المهنية والأخلاقية لدى القائمين على تويتر عن التعرض للقضايا الخلافية التي ترتبط بقضايا الهوية الوطنية بالمملكة/ وجود ارتباطات إيجابية بين اعتماد الرأي العام على تويتر واتجاهاته نحو معالجتها - أي شبكة تويتر- لقضايا الهوية الوطنية السعودية مما يعكس مستويات الوعي المتزايدة لدى الرأي العام السعودي بالإشكاليات المرتبطة بعدم دقة المعلومات التي تتداولها الشبكات الاجتماعية حول القضايا المهمة في المملكة. كما أشارت إلى أن خصائص الرأي العام تُعد المتغير الأبرز في تحديد تأثيرات الإعلام الاجتماعي أو البديل ممثلاً في شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها تويتر.

❖ **دراسة زازيحي (2020):** أوضحت نتائج هذه الدراسة أن الحفاظ على الذاتية الثقافية عملية تتيج للمجتمع أن يتغير ويتطور دون أن يفقد هويته الأصلية، وأن يتقبل التغيير دون أن يغترب فيه، وتأكيد الثقافة الذاتية لا ينفصم عن القيم المرتبطة بالتراث على أن يكون العمل مرتبطاً بالفعل الإبداعي ومنطقاً للثقافة المستمرة والمتجددة. وأن قوى العولمة اليوم تسعى إلى فصل الثقافة عن المكان، إذ أصبحت تشكل تحدياً للثقافات المحلية عبر الرسائل والمضامين الإعلامية التي تبثها عبر وسائل الاتصال المختلفة، لذلك على المجتمعات العربية أن تعي ذلك وتتجه إلى الحفاظ على الهوية العربية بأبعادها التراثية من خلال تحقيق جملة من الرهانات أهمها: "أثراء شخصية الفرد وتأكيد وعيه بعقيدته وكرامته وعربيته وقدرته على مواكبة التطور الانساني المعاصر والمشاركة الفعالة فيه، تطوير البنى الاجتماعية والاقتصادية والفكرية بوصفها ركن البناء الحضاري، تأكيد الوحدة بين الشعوب العربية والعمل على تجسيدها، تطوير المنظومة الإعلامية والاتصالية في كل البلاد العربية والحفاظ عليها".

❖ **دراسة محمد، وآخرون (2020):** توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن أهم أكثر ملامح أزمة الهوية فعالية في حياة الشباب الجامعي هو معاشيتهم للإحساس بالإغتراب حيث بلغ متوسطه (2.265)، ثم يليه صراع القيم بمتوسط بلغ (2.244)، ثم ضعف تقدير الذات بمتوسط (2.172). أما إجمالي أبعاد مقياس أزمة الهوية فقد جاء بمتوسط (2.216)، أما مستوى ثقافة وسائل الاتصال فقد جاءت بمتوسط قدره (2.441)، فيما يتعلق بمقياس الرضا عن الحياة فقد جاء بعد الرضا عن الأسرة في المرتبة الأولى بمتوسط قدره (2.532)، أما بُعد الرضا عن الجامعة فقد جاء في المرتبة الأخيرة

بمتوسط قدره (2.168) / أما إجمالي أبعاد مقياس الرضا عن الحياة فقد جاء بمتوسط (2.313)، عدم وجود فروق في أبعاد أزمة الهوية تبعاً لبعض المتغيرات الديموغرافية.

❖ **دراسة طه (2020):** أظهرت نتائج هذه الدراسة أن وزارة الثقافة الإماراتية جاءت في المرتبة الأولى من حيث الإمداد بالمعلومات تليها وزارة الثقافة المصرية ثم المغربية، وهذا يعني أن وزارات الثقافة الثلاث بحاجة إلى تفعيل وظيفة الإمداد بالمعلومات عن طريق موقعها الإلكتروني؛ فوزارات الثقافة هي الجهة الرسمية المنوط بها دعم الهوية الثقافية لدى الجمهور. كما أن وزارة الثقافة الإماراتية في المركز الأول من حيث إمكانية الاندماج يليها وزارة الثقافة المصرية، وتلك النتيجة توضح ضعف وظيفة الاندماج لدى الوزارات (عينة الدراسة) فيما عدا وزارة الثقافة الإماراتية، وتعد وظيفة الاندماج ذات أهمية كبرى خاصة فيما يتعلق بربط الجمهور بالأنشطة التي تقوم بها وزارات الثقافة (عينة الدراسة). في حين جاءت وزارة الثقافة الإماراتية في المرتبة الأولى في توصيل المعلومات للجمهور بأفضل الطرق، وتظهر هذه النتائج ضعف وظيفة الحشد لدى الوزارات (عينة الدراسة)، وتفيد تلك الوظيفة في حشد الجمهور مع أنشطة الوزارات المختلفة. بينما جاءت وزارة الثقافة المصرية في المرتبة الأولى من حيث قدرات العرض يليها وزارة الثقافة المغربية، ثم وزارة الثقافة الإماراتية، وهذا يُشير إلى لانخفاض استفادة وزارات الثقافة العربية (عينة الدراسة) من قدرات العرض، رغم أهميتها في جذب انتباه الجمهور. في حين جاءت وزارة الثقافة الإماراتية في المرتبة الأولى من حيث سهولة الاستخدام، يليها وزارتا الثقافة المصرية والمغربية، وتشير هذه النتائج إلى أن الوزارات (عينة الدراسة) اهتمت بتوفير سمة سهولة الاستخدام لأنشطتها عبر الإنترنت.

❖ **دراسة عبد الله (2019):** تُبين نتائج هذه الدراسة ارتباط خطاب الفخر في صفحة مصر للجميع بالأحداث الجارية بمعدل (98%) من مُجمل منشوراتها، بينما تدنى في صفحة مصرية Egyptian إلى (47%) فقط؛ حيث ركزت الأخيرة بدرجة أكبر على الفخر بمقومات الهوية الثقافية المصرية. وتتنوع الأدوار الوظيفية لخطاب الفخر الوطني في صفحتي الدراسة؛ ومن أهمها: تأكيد الهوية الوطنية وتعزيز الانتماء لها والاعتماد على النماذج الوطنية المشرفة المعاصرة والتوثيق اليومي للإيجابيات والإنجازات والاحتفاء بالطقوس الثقافية والتأكيد عليها وتنشيط الذاكرة الجمعية للمجتمع وإبراز المكانة الدولية لمصر ورموزها والدفاع عن الوطن والترويج السياحي والحشد والتعبئة وتصحيح المفاهيم والمعلومات المغلوطة واقتراح الأفكار الخلاقة لتدعيم الهوية الوطنية والفخر بها.

❖ **دراسة بربخ (2019):** توضح نتائج هذه الدراسة أن عولمة وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي تلعب اليوم أكثر من أي وقت مضى دوراً مؤثراً في ميول وقناعات أهم شريحة في المجتمع وهي شريحة الشباب، وفي غمرة الغفلة وغياب الوعي قد تخطفهم من وسط مجتمعهم وأوطانهم ودينهم وهويتهم ليصبحوا معولاً هادماً للأمن المجتمعي وسنداً داخلياً لقوى الاختراق والفتنة وذريعة لتفتيت كيان الأمة وأثاره النعرات الطائفية والتقاتل من أبناء الهوية المشتركة والوطن الواحد.

- ❖ **دراسة صابر (2019):** خلصت نتائج هذه الدراسة إلى أن أهم سلبيات المنصات الإجتماعية التي تؤثر على الثقافة والهوية العربية هي فك الارتباط بالوطن وبالرموز القومية والتاريخية، بالإضافة إلى تغيير اللغة المستخدمة في التواصل والتجرد من اللغة العربية السليمة. كما أن أهم الصوابت الأخلاقية التي يجب أن يتحلى بها الشباب عند استخدامهم للمنصات الإجتماعية هي التحلي بالفضيلة ونشر القيم الدينية وتنمية هذه القيم في نفوس الشباب وبين أفراد المجتمع، بالإضافة إلى الالتزام بالقيم الثقافية والعادات والتقاليد الإسلامية الجادة.
- ❖ **دراسة كدواني (2019):** تُبين نتائج هذه الدراسة تميز قنوات اليوتيوب (عينة الدراسة) بمستوى عال من الثراء، حيث نجح القائمون بالاتصال بتلك القنوات في توظيف كافة إمكانيات النشر التي أتاحتها موقع يوتيوب؛ لنشر وتبسيط العلوم الطبيعية والإجتماعية المختلفة، مما أسهم في جذب ملايين المشاهدين لتلك القنوات.
- ❖ **دراسة عويس (2019):** تُفيد نتائج هذه الدراسة بكثافة إنتاج الخطاب الصحفي وتنوعه في تناول أزمة الهوية الدينية، واعتماده مسارات متعددة وبديلة على مستوى الصحف الثلاث، وعلى مستوى الصحيفة الواحدة، ويتسق ذلك مع تعبير الصحف عن مرجعيات متباينة لمنتجي خطاب الهوية الدينية بها. فيما جاء المحتوى الديني المرتبط بتصورات خطاب الصحف الثلاث بشأن أسباب أزمة الهوية الدينية ليضع احتواء المناهج الدراسية والكتب الدينية لأفكار دينية تهدد هوية المجتمع، وغياب الديمقراطية وانسداد قنوات الحوار وانعدام الحريات والاضطهاد والظلم.
- ❖ **دراسة خميس (2019):** أوضحت نتائج هذه الدراسة أن مواقع التواصل الإجتماعي تمثل المجال الرئيس للتفاعل والتواصل والمصدر الأساس لمتابعة الأخبار، ويتصدر "الفيس بوك" قائمة المواقع المشار إليها من حيث نسبة الإقبال على استخدامه كمنصة إخبارية وترفيهية. كما أن البحث عن مستجدات الأخبار تمثل السبب الرئيسي لتصفح مواقع التواصل الإجتماعي بما يفيد تراجع نسبة متابعة القنوات الإعلامية التقليدية لدى مجتمع البحث. فالمنصات الإجتماعية وفق أجوبة المبحوثين قد نجحت في استقطاب فئة عالية من الشباب بشكل عام، ونسب معتبرة من طلاب الجامعات العراقية على وجه الخصوص. ويتصدر الترفيه سجل المضامين التي يتابعها مستخدمو مواقع التواصل الإجتماعي ولو أن الدافع الأساسي للتصفح هو البحث عن الأخبار الجديدة. كما نجد لغة (الفرانكو أراب) هي اللغة المركزية للتواصل وإنتاج المعنى، وهذا ملمح أصبح مألوفاً في المجتمعات العربية بوجه عام، كل حسب تاريخه وثقافته. فالإنجليزية على سبيل المثال هي المعين للعربية في الأوساط الخليجية. ولكن المثير حقاً هو أن نسبة كبيرة من المبحوثين لا يهتمون بنشر صور شخصيات تاريخية ولا بالتعريف بهذه الشخصيات على "بروفايها" أبداً إلا نادراً وعند بعض المناسبات التاريخية العراقية. ولعل هذا ما يقود إلى الاعتقاد أن مواقع التواصل الإجتماعي لها تأثير سلبي على العادات والتقاليد العراقية.

❖ **دراسة النجادات (2019):** توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن شبكة الإنترنت تتيح فرصاً عديدة للتعلم وتبادل الحوار العربي المتحرر من كافة القيود والعاثر للمساافات والتجاوز للحدود حول موضوعات متعددة. وتدل كثير من الحوارات الجارية عبر شبكات الإنترنت إلى وجود اختناق عربي من كثير من المجالات، حيث توفر شبكة الإنترنت ساحة خصبة لمختلف الطرق الدينية والمذهبية. وتوصف كثير من الحوارات بأنها انفعالية متعصبة يعوزها الكثير من الموضوعية. وأيضاً توفر شبكة الإنترنت قناة اتصال حديثة لمن رغب في استخدامها من المعارضة القيمة في الخارج. وقد غلب على حوارات الدول العربية التي يمكن القول بأنها صاحبة هم وقضية كالعراق واليمن ولبنان جدية الحوار وأثرائها غي حين أن بعضها للتسلية، وتدار كثير من الغرف من المهاجرين إلى الخارج.

❖ **دراسة بكر (2019):** توضح نتائج هذه الدراسة أن استخدام المراهقين بالمجتمع المصري لشبكات التواصل الإلكتروني الإجتماعي جاء بنسبة (88.5%) في مقابل (11.5%) منهم لا يستخدمونها. وقد جاء في مقدمة الوسائل الفيسبوك والتويتتر. في حين جاء تفضيل الشبكات الإلكترونية الإجتماعية لدى المراهقين في التعرض لها بشكل يومي. كما أشارت النتائج أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المراهقين بالمجتمع المصري (الطوقسية، النفعية) لشبكات التواصل الإلكتروني الإجتماعي، وبين الاغتراب الإجتماعي لديهم. مع وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للنشاط لشبكات التواصل الإلكتروني الإجتماعي، وبين الاغتراب الإجتماعي للمراهقين في المجتمع المصري. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الاغتراب الإجتماعي بين المراهقين في المجتمع المصري المستخدمين لشبكات التواصل الإلكتروني وفقاً لخصائصهم الديموغرافية (النوع، المستوى الإجتماعي الاقتصادي)، ولم تتحقق العلاقة عند متغير السن لديهم.

❖ **دراسة دربال (2019):** توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن تسليط الضوء على وسائل الإعلام أمر مهم باعتبارها لها دور هام ومحوري لا يجب إغفاله أو تجاهله في عملية مهمة جدا في المجتمع وهي عملية التنشئة الإجتماعية للطفل، والتي تعتبر بذلك شريكة للأسرة والمدرسة في تحقيق مسؤولياتها تجاه الطفل، وهذا لا يعني إغفال دور المؤسسات الأخرى في عملية التنشئة الإجتماعية أو إحلال محلها، إلا أنها تتميز بدورها الدائم فهي سلاح ذو حدين إما إيجابية إذا احسن استخدامها، أو سلبية إذا اسيء استخدامها خاصة في ظل غياب الرقابة الوالدية، لذلك يجب أن يخضع مستخدميها إلى خطط تربوية إعلامية مدروسة مسبقاً حتى لا تؤدي إلى نتائج سلبية تكبح التنشئة الإجتماعية للطفل.

❖ **دراسة بدر (2019):** تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن المعلومات العامة المفيدة تحتل موقع الصدارة على قائمة المعلومات التي ينشط الشباب في تبادلها عبر مواقع التواصل، ويقل اهتمام الشباب بتبادل المعلومات النوعية (المتخصصة). وتمثل مقاطع الفيديو الشكل المفضل لدى الشباب لتبادل المعلومات. ويعد التماثل في اللغة الشرط الأهم للدخول في حوارات عبر مواقع التواصل، ويميل الشباب بالنسبة الأكبر إلى

اختبار أشخاص محليين عند التحاور حول منظومة القيم التي تحكم الهوية الثقافية، وكذلك الأشخاص الذين ينتمون إلى نفس شبكة القيم على المستوى الإقليمي. كما تمثل الاستفادة المعرفية أبرز الإشباعات التي يستهدفها الشباب من الدخول في حوارات مع الآخر، يليها الثقافية. كما أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط دالة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو تأثير التواصل مع الآخر على شبكة قيم الهوية الثقافية. وكذلك وجود فروق دالة بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس شروط التحاور عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لهوية الشخص الذي يتم التحاور معه (مصري- أحنبي).

❖ **دراسة سليمان (2019):** أظهرت نتائج هذه الدراسة أن الأمة العربية والإسلامية على الرغم مما تعانيه من حالة تخلف اقتصادي وتقني، فإنها في الوقت نفسه تمتلك مقومات عقدية، ونشريعة وثقافية وأخلاقية سليمة وقوية تنسجم مع السنن الربانية في الكون، وتتفق مع الفطرة الصحيحة والعقل السليم، وتملك إضافة إلى ذلك تجربة تاريخية غنية، صاغت حضارة عالمية متميزة، ما زالت أثارها ماثلة وقائمة في كل مكان، ويمكن أن تشكل حالة مؤثرة وفاعلة، تشكل حالة أمان قوي في مواجهة مظاهر الاختراق التي تنتشر ضمن ما ينشر عبر الإعلام الجديد. وإن بعض الدول الغربية تنبعت إلى بعض مخاطر الإعلام الجديد وتأثيره على هويتها فاتخذت عدداً من الإجراءات لحماية أبنائها من مخاطره. كما إن وسائل الإعلام الجديد تؤثر في ملايين المسلمين بصورة مباشرة أو غير مباشرة، وعلى الرغم من أهميتها وضرورة توجيهها للخير، فإنها تؤدي ببعض الشباب إلى الإنكار والتشكيك؛ حيث إنها تُفقد عدداً من الشباب في العالم الإسلامي كيانه وشخصيته وهويته وتفرغه من أصول الإيمان والأخلاق الحميدة. وتأتي أهمية التربية الإعلامية في المجتمع الإسلامي لمواجهة التحديات السابقة ومجابهتها؛ للحفاظ على كينونة الشباب المسلم والجماهير المسلمة.

❖ **دراسة رشدي (2019):** تفيد نتائج هذه الدراسة باتفاق خبراء اللغة والاتصال على أنه توجد مجموعة من الإشكاليات المرتبطة باستخدام اللغة العربية على شبكات التواصل الاجتماعي من أهمها: (كتابة حروف اللغة العربية بالحروف اللاتينية، وانتشار الأخطاء النحوية واللغوية، تراجع قيمة اللغة العربية بين الأجيال الجديدة كلغة تواصل، وإدخال ألفاظ غير سليمة، وأخرى متأثرة بلغات أخرى، وتقديمها على أنها لغة صحيحة لاغبار عليها). وقد اتفق الخبراء على وجود مجموعة من التأثيرات لاستخدام لغة الفرانكوآراب على اللغة العربية من أهمها: (عدم الاكتراث بقواعد الكتابه الصحيحة، وكذلك كثرة الأخطاء النحوية واللغوية والإملائية، وعدم استخدام الحرف العربي) ... كما أكد الخبراء أنه في حال الاعتياد على هذه الطريقة في الكتابة ستضيع اللغة العربية وسيتم القضاء على واحد من أهم فنونها وهو الخط العربي. كما اجتمع الخبراء على وجود مجموعة من التأثيرات لاستخدام لغة الفرانكوآراب على ملامح الهوية الثقافية للمجتمع العربي من أهمها: (طمس الهوية الثقافية للمجتمع العربي القائمة على المكونات العربية والإسلامية، وتزايد اغتراب الشباب عن مجتمعاتهم وزيادة تماهيمهم مع الحضارة الغربية، وحدوث قطيعة مع التراث الحضاري العربي، وضعف ارتباط الأجيال بالعلوم الدينية كالحديث النبوي والتفسير، وضحالة المكون الثقافي العربي لدى

الاجيال المعاصرة والقادمة). واتفق الخبراء على وجود مجموعة من العقبات التي تحول دون انتشار اللغة العربية السليمة في مواقع التواصل الاجتماعي من أهمها: (ميل الشباب إلى استخدام لغة "الفرانكوآراب" كنوع من الواجهة الاجتماعية، واعتقاد الشباب أن استخدام الحروف اللاتينية هي شكل من اشكال أساليب التواصل الحديثة، وأن الحروف العربية هي شكل من اشكال الرجعية ولا تملك القدرة على التعبير عما يريدون كتابته عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ورؤية الشباب لسهولة استخدام الحروف اللاتينية في مواقع التواصل الاجتماعي. كما اتفق الخبراء على وجود مجموعة من الادوار المنوطة بالمؤسسات المعنية بالمحافظة على اللغة العربية، تجاه الإشكاليات التي تواجه اللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، من أهمها: (إطلاق حملات إعلامية وتوعوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتوعية الشباب بالخطر الذي يهدد اللغة العربية، والعمل على خلق مسافة وصل بين لغة الإعلام، ولغة الفكر والأدب والإبداع الفني). وكذلك اجتمع الخبراء حول كيفية التصدي للإشكاليات التي تواجه اللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، على مجموعة من النقاط أهمها: (نشر الوعي بالأخطار التي قد تنتج عن استخدام اللغة العربية بحروف لاتينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفي وسائل الإعلام، وتشجيع المتخصصون في اللغة العربية على إبداع طرق سهلة للتواصل باللغة العربية).

❖ **دراسة جلال (2019):** تبين نتائج هذه الدراسة أن مشاهدة القنوات الفضائية علي تطبيقات الاندرويد لها تأثير سلبي في القيم والعادات والتقاليد المصرية بنسبة (53.5%)، وهو ما قد يؤثر على الهوية العربية لدى الشباب، وأن (34.84%) ليس لها تأثير على القيم والعادات المصرية، في حين أن (53.5%) لها تأثير إيجابي في القيم والعادات والتقاليد، في حين أن (35.5%) يعتقدون أن هذه التطبيقات لا تؤثر على عادات وتقاليد السرة المصرية، في حين أن (6.5%) يعتقدون أنها تؤثر على عادات الأسرة المصرية، كما أن (58.08%) يعتقدون أنها ربما تؤثر في الأسرة المصرية. وأن (44.9%) يعتقدون أن مشاهدة القنوات الفضائية علي تطبيقات الاندرويد يمكن أن تؤدي إلى زيادة انتشار أنماط سلوكية جديدة في الأسرة المصرية، في حين أن (32.3%) يعتقدون أنها تؤثر وأن (22.72%) يعتقدون أنها لا تؤثر. وكذلك أن (51.5%) يروا أن مشاهدة القنوات الفضائية علي تطبيقات الاندرويد تؤثر على الهوية العربية إلى حد ما، حيث أن الشباب يقومون بالتقليد والإكتساب من القنوات الأجنبية، في حين أن (29.79%) يروا أنها لا تؤثر على الهوية العربية، وأن (18.68%) يروا أنها تؤثر على الهوية العربية. وأن (55%) يروا أن مشاهدة القنوات الفضائية علي تطبيقات الاندرويد تبعد الإنسان عن الإحساس بالمجتمع والذي يحدث فيه الى حد ما، حيث أن الشباب يمضون أوقات وساعات طويلة أمام هذه التطبيقات، في حين أن (28.78%) يروا أنها تبعد الإنسان عن الإحساس بالمجتمع والذي يحدث فيه، وأن (16.06%) يروا أنها لا تبعده.

❖ **دراسة السنوسي (2019):** توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن وسائل التواصل الإجتماعي تخلق نوعاً ما سجنًا افتراضياً تبادلياً يؤثر على نفسية المستخدمين. وأن وعي المستخدم بكونه مراقباً وخاضعاً لأحكام الغير من خلال المواد التي ينشرها يقوده إلى محاولة إرضاء الحشد الافتراضي وكسب إعجابه من خلال اختيار مدروس لما يعرضه من منشورات وفقاً لمقتضيات المجتمع الافتراضي الذي ينتمي إليه. كما يصبح الفرد مجبراً على الكشف عن جوانب من حياته لجمهور مجهول، يحكم عليه على أساس ما ينشره. وهذا ما يعد حسب بعض الإجابات مصدراً للقلق من البانوبيتيكون الافتراضي الذي أنشأته مواقع التواصل الإجتماعي. فالذات المستخدمة إذن تتصرف في الفضاء الافتراضي تماماً كما هو الحال في الفضاء العام الحقيقي. وهي تصرفات تتخذ شكلاً حاداً على الإنترنت نظراً لأن التفاصيل التي تشاركها عبر السوشل ميديا تتعلق بأمور خاصة وقيم وأحلام. وأمام هذا القلق فإن وعي الذات بالحشد الافتراضي يقتضي دفعها إلى العمل بجهد أكبر لصنع هوية إيجابية، وتشكيل هويتها بطريقة إبداعية. في حين يميل أغلبية المشاركين في هذا النقاش إلى تأييد فكرة قيمة تأكيد الذات الإبداعية عبر الإنترنت رغم أن بعض المستخدمين لا يحبون تسجيل هويتهم الحقيقية ويميلون إلى تزييفها. وقد بدت الهوية الذاتية في المجال الافتراضي حسب عدد من أفراد العينة وكأنها منصهرة في هوية أوسع وهي الهوية الإجتماعية حيث ذابت الذات نهائياً داخل منظومة المجتمعات الافتراضية. كما أثارت بعض الإجابات مسألة صناعة الذات ونحت هوية أو هويات مزيفة من خلال استغلال المجال الافتراضي وما يوفره من انفتاح منقطع النظير في تطوير الهوية المروج لها لكنها دعت إلى التنبه بالهوية الذاتية على أرض الواقع دون تزييف أو تصنع. وهو رأي يثمن مبدأ تأكيد الذات وتمهيتها ما بين الواقع الحي والافتراضي. وأن المجال الافتراضي رغم كونه بانوبيتيكا موسعا ومنفتحاً، إلا أنه يبقى حسب أفراد العينة، فضاء مغريباً للزيغ من الواقع، حيث يتيح ممارسات قد تقضي إلى الشيزوفرنية أي انفصامية الذات وتأرجحها ما بين واقعها الحقيقي والافتراضي.

❖ **دراسة حميدة (2019):** أوضحت نتائج هذه الدراسة أن وسائل الإعلام الجديد لها أثر على قيم الشباب من حيث مضامينها واستخداماتها، وهي ناجحة في عرضها لبعض القيم، وهذا نظراً لأن بعض الأبعاد القيمية لها أماكن جد معتبرة ضمن هذه الوسائل الإعلامية الجديدة.

❖ **دراسة مهداوي (2019):** أظهرت نتائج هذه الدراسة أن مواقع التواصل الإجتماعي تعتبر مؤسسة بديلة أو مكمل للواقع الإجتماعي للشباب من حيث تحقيق الأشباع والاحتياجات المعرفية والإدراكية لهم، وتؤثر بدرجة كبيرة بالمستوى التعليمي والوعي الثقافي والمعايير القيمية لهم، فإن كانت في شقها الإيجابي أدوات فعالة للاتصال، ووسائل للتبادل العلمي والثقافي ومختلف الخبرات فهي تمكن كذلك من الإطلاع على مختلف المستويات الثقافية والسياسية، والإجتماعية والدينية.

❖ **دراسة رضوان (2019):** توضح نتائج هذه الدراسة أن هناك تفاوتاً بين البوابات الحكومية العربية في التعبير عن الهوية سواء على مستوى عناصرها المرئية أو عناصرها المعلوماتية، وفي توفير أدوات التواصل والتفاعل مع الجمهور، إضافة إلى اختلاف مستويات توفير أدوات المشاركة الإلكترونية واتخاذ القرار/ اهتمام عدد من الدول العربية بتأكيد هويتها وتطوير التفاعل مع المتعاملين عبر بواباتها الإلكترونية وتوفير الأدوات اللازمة لهذا التفاعل، فضلاً عن التنظيم الدقيق للمحتوى، والحرص على توفير كافة العناصر التي تحقق المشاركة الإلكترونية، وتأتي في مقدمتها بوابات حكومات الإمارات، والسعودية، ومصر، والبحرين، والمغرب. كما تظهر أهمية التطوير المستمر للبوابات الحكومية من حيث قدرتها على تلبية احتياجات المتعاملين بسرعة وفعالية وتوفير المعلومات اللازمة حول الخدمات الحكومية وإجراءات الحصول عليها بوضوح وشفافية، إضافة إلى التقييم المستمر للعناصر التي تضمن جودة عمل البوابة، وهو ما يساهم في تدعيم دور هذه البوابات كوسيلة اتصال وتفاعل حديثة للتعريف بالهوية الوطنية للدولة من خلال التركيز على سمات وعناصر هذه الهوية من كافة الجوانب التاريخية والثقافية والحضارية والتعريف بإمكاناتها الاقتصادية والبشرية. وأن الإتصال الحكومي الإلكتروني المستدام يتحقق من خلال تكامل العناصر السابقة.

❖ **دراسة خليل (2019):** تُبين نتائج هذه الدراسة ارتكاز الهوية الثقافية لجامعة الشارقة على المدخل الثقافي المحلي استناداً إلى التقاليد العربية الإسلامية، مع ظهور بعض ملامح المدخل الدولي في بناء هويتها الثقافية وأهمها الالتزام بالمعايير العالمية للجودة في تقديم الخدمات الأكاديمية، أما بالنسبة للجامعة الأمريكية في الإمارات فقد كان المدخل الدولي أكثر وضوحاً في بناء هويتها الثقافية من حيث السعي نحو تحقيق مكانة رائدة بين المؤسسات الأكاديمية الليبرالية، مع الحفاظ على القيم الإجتماعية والثقافية والدينية في مجتمع الإمارات في محاولة لتحقيق الدمج والتوفيق بين الثقافة العربية والثقافة الدولية.

❖ **دراسة عبد الحكيم (2019):** تُشير نتائج هذه الدراسة إلى سطوة القيم العولمية على عادات الشباب المصري في التفاعل مع الشبكات الإجتماعية، وانتقلت تلك السطوة إلى التأثير في أنماط التفكير وأشكال السلوك لدى أغلبية الشباب من مختلف الطبقات، فقد تغيرت لديهم كثير من العادات والمعايير والمعارف الي يلجأون إليها في تفسير مختلف الظواهر، وكذلك تقبلهم للأشياء المادية المشكّلة للهوية الثقافية التي باتت تواجه مستويات عالية من التهديد بالشكل الذي قد يؤثر سلباً في جميع مسارات التحول الإجتماعي والسياسي والاقتصادي التي تمرّ بها مصر في القرن الحادي والعشرين.

❖ **دراسة يحمى (2019):** توضح نتائج هذه الدراسة أن الإعلام الجديد يحمل شعارات مثل: التفتح على الآخر العصرية والتقدم الحياة وبالتغير الإجتماعي أصبح الفرد لا يعيش داخل أسرة أو محيط مغلق تجمعهم نفس الأخلاق إنما يعيش في وسط مفتوح وبالتالي التفتح على كل ما هو مغري ومشبع لمذات بدائية طالما كبح جماحها قوة الأنا والأنا الأعلى (غياب الضمير الأخلاقي). وإن المضمون الذي يتلقاه الشاب يؤثر حتماً

في معتقداته وتوجهاته الفكرية، هذا ناهيك عن التغيير الجذري في سلوكه بغية الإشباع وحل الصراع الثلاثي الكائن بين ما هو المطلوب منه أن يكون وما يريده هو بالفعل والمرتبط بالعالم الذي تصوره له هذه الوسائط الإعلامية وما هو عليه فعلاً (عالمه الذي يعيش فيه). إن الدافع الأكبر لجعل الشباب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي هو الترفيه عن النفس وذلك بنسبة (49,05%) وأيضاً التخلص من القلق والاضطراب، هذا إضافة إلى دوافع أخرى حيث أصبحت هذه الفضاءات كمتنفس من خلال التعبير عن أفكارهم وكتابة مشاكلهم وإخراج مكبوتاتهم بكل بحرية ودون أي حاجز. أن أغلب الشباب يستخدمون الهجائية في التواصل مع أصدقائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (46,7%) تليها اللغة الفرنسية وذلك بنسبة (33%) وبالتالي نستنتج أن أغلب الشباب يستخدمون لغة من صنع العالم الافتراضي ألا وهي الهجائية وهي خليط بين نطق عربي وكتابة فرنسية وكتابة فرنسية برموز وكلها لا تمد صلة بلغتنا. كما أن أغلب الشباب لديهم رغبة كبيرة في الهجرة إلى الخارج، وهذا ما يفسر لنا أن أغلب الشباب بعد استخدامهم لفضاء الإنترنت أثرت فيهم برغبتهم في مغادرة أوطانهم وهذا راجع إلى أن الثقافة الغربية استطاعت أن تؤثر علينا كشباب بتغيير أسلوب حياتنا وأفكارنا. وأن أغلب الشباب لا يقومون بأداء العبادة في الوقت المحدد بل يؤجلونها وصولاً إلى إهمالها نهائياً وهذا أثناء استخدامهم لفضاء الإنترنت. كما أن أغلب الشباب متأثرين بثقافات والديانات الأخرى وهذا راجع إلى شدة عشقهم للشعوب الغربية حتى أنهم أصيبوا بالعمى والصمم. وكان تأثير الإعلام الجديد على الانتماء الثقافي للشباب واضحاً انطلاقاً من استخدامه لفضاءات الإنترنت والإشاعات المحققة.

❖ **دراسة عديش، علوش (2019):** تُبين نتائج هذه الدراسة أن الطلبة الجزائريون يتداولون باللغات الأجنبية في التعبير عن آرائهم واقتراحاتهم؛ بهدف الثراء الثقافي والتنوع اللغوي. وأن استخدام الطلبة للغة البديلة كان بدافع تحقيق السرعة والسهولة، دون الانتباه إلى المخاطر الخفية جراء هذا الاستخدام فالدافع إلى ذلك بعيد عن ضرب هوية الحرف العربي أو دفعه إلى الزوال أو الاندثار، ما يعكس وعي الطالب بتعزيز انتمائه الوطني والعربي. وفي نفس السياق ظهر أن الإقبال على لغة الاختصارات يتعدى الواقع الافتراضي إلى الواقع الحقيقي حيث أصبح الشاب يستخدم اللغة الدارجة أو خليط من اللغات، ولا يستعمل اللغة العربية أثناء الحوار أو النقاش، أو تبادل الأفكار والمعارف، سواء مع زملائه أو أصدقائه، وهي ظاهرة خطيرة يجب التنويه لها للحد من انتشارها. وأن الاستخدام السلبي للغة العربية والحرف العربي على موقع الفيسبوك، يعد ضرباً للهوية الوطنية، وخطراً على استمرارية اللغة وانتشارها بين الأجيال الصاعدة.

❖ **دراسة مجاني، مرازقة (2019):** توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن أفراد عينة الدراسة أكدت على أن وسائل الإعلام بمختلف أنواعها وخاصة التلفزيون والإنترنت فتحت لهم أبواب المعرفة من خلال مواقعها كشبكة الإنترنت التي ساعدتهم بشكل كبير في مجال البحث العلمي، وكذلك ما يُعرض عبر التلفزيون وفي فضائياته المختلفة منبراً مجموعة وحصص زادت من وعيهم وثقافتهم، وكذلك مجارات ما يحدث في العالم من أحداث، فهذا العالم المفتوح على بعضه جعل العادات والتقاليد تمتزج فيما

بينها، هذا ما جعلها تؤثر على هويته الثقافية، وقد استنتجنا من إجابات أفراد العينة أن وسائل الإعلام تؤثر بدرجات متفاوتة على هويتهم الثقافية.

❖ **دراسة قرش، جاد الرب (2019):** تُفيد نتائج هذه الدراسة بأن الثورة التكنولوجية في مجال الإعلام والاتصال ساهمت في اتساع فضاء الثقافة وتوزيعها واستهلاكها، ولكن تبقى الدول المتقدمة رائدة في إنتاج وتسويق التكنولوجيات الحديثة، وتسويق وتسويق مضامينها المعبرة عن أفكارها ومعتقداتها، تظل دول العالم الثالث بما فيها العالم العربي في موضع المستورد والمستهلك لها، بما تحمله من قيم ومعطيات دخيلة عنها. الأمر الذي يحتم عليها ضرورة تعميم استخدام التكنولوجيات الحديثة واستغلالها لخدمة ثقافتها وصون ذاتيتها. ففي خضم معطيات الوضع الثقافي الراهن لم يبق للأمم والشعوب إلا الهوية الثقافية للتصدي للاختراق الثقافي، وتطبيق مواطن الضعف، وتوفير ظروف ومتطلبات الأمن الثقافي، لسد الثغرات أمام البدائل الأجنبية، والحفاظ على الخصوصية الثقافية المحلية.

❖ **دراسة كزوط (2019):** أظهرت نتائج هذه الدراسة أن تنامي وسائل الإعلام والاتصال الجديدة، وأمام التدفقات المختلفة للثقافات العالمية التي تصب في كل الاتجاهات، أصبح خطاب الهوية يفرض ذاته في ساحات النقاش، مما يُثير أزمة هوية ناجمة عن آليات التأثير والتثر المتبادلة، مما أحدث هوة بين الهوية الواقعية والافتراضية، لذلك أصبح من الضروري إعادة النظر في بناء الهوية وتشكلها في ظل انتشار هيمنة استخدام وسائل الإعلام الجديدة. كما أن قيام المجتمعات الافتراضية على الإنترنت من خلال تطبيقات الإعلام الرقمي المختلفة بهذه الأعداد المذهلة والمتزايدة ودون قيود، عزز من تحول الهوية الواقعية إلى هوية افتراضية من جهة ومن انتقال الهويات الوطنية إلى هويات كونية متعددة حملت معها ثقافة الوافد المعولم على حساب تلاشي ثقافة المحلي، من جهة أخرى، عجزت هذه الأخيرة أمام التيار الجارف للعولمة الإعلامية عن الإنتاج والمجابهة مما باتت تتعرض للطمس والاندثار.

❖ **دراسة فرحي (2019):** تُبين نتائج هذه الدراسة أن ما يُعمق تنامي الهويات الرقمية وإحلالها بديلاً للهويات المجتمعية والاجتماعية، ليس التعامل والتفاعل مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وإنما ضعف الترابط الاجتماعي وغياب الاتصال الأسري والمجتمعي. كما أن حدود الهوية الرقمية مرتبطة كذلك بالهوية الموجودة بين الأجيال والاختلافات القائمة بينهم على مستويات مختلفة، كالتفكير والاهتمامات وكذا لغة التواصل إلخ. أما استهلاك الشباب لقيم ثقافية مستوردة وهويات جديدة فلا يُعد أمراً ثابتاً فالهويات الرقمية المكتسبة ليس بالأمر الثابت دائماً، بل هو متغير بالنظر إلى عوامل مختلفة تتحكم فيه، كطبيعة الفرد وخلفياته الاجتماعية والثقافية والفكرية، وكذلك مدى ارتباطه بالعائلة والأصدقاء والقبيلة والوطن ... إلخ. وقد تمثلت تكنولوجيا الإعلام والاتصال معولم هدم للهويات الرقمية نفسها التي أنتجتها في مرحلة معينة، وذلك بالمساعدة على تحويل روابط رقمية إلى روابط اجتماعية، أو استرجاع روابط أسرية كانت قد تقطعت بسبب أو لآخر. كما أن العلاقة بين الهوية المحلية والهوية الرقمية، لا

ينبغي أن تكون بالضرورة مبنية على الاختلاف، بل يمكن أن تساهما كلاهما في دعم وتوطيد العلاقات الإجتماعية، وتحافظ كلاهما في نفس الوقت على اختلافاتهما.

❖ **دراسة جاب الله (2019):** توضح نتائج هذه الدراسة أن الحفاظ على الخصوصية الثقافية لا يعني الانغلاق عن الإعلام الجديد وإنما لا بد من الاستفادة والمشاركة في هذا الركب، مع الحفاظ على المقومات الأساسية وجعلها قادرة على استيعاب المستجدات لأن الخصوصية الثقافية لا تعني الانغلاق وإنما مسانيرة التطور مع الحفاظ على الهوية فالحل الأمثل في هذا المجال هو تكوين الفرد الواعي الذي يأخذ ويعطي ويتفاعل بوعي ولا يكون مجرد مستقبل يستهلك كل ما يقدم. وأن الإعلام الجديد يُمكن أن يكون أداة هامة في التعريف بالثقافات المحلية بطريقة يجلب لها الاحترام والتقدير وكذلك يُشجع على الحفاظ عليها وترسيخها في ذاكرة الأفراد ومحاربة كل محاولات الطمس مع ضرورة توفر استراتيجيات محلية لمواجهة الحملات المضادة والمغرضة، وكذلك مسانيرة الركب الحضاري في جو من الثقة في النفس والقناعة بأهمية وضرورة الحفاظ على الخصوصية الثقافية.

❖ **دراسة حرفوش (2019):** تُشير نتائج هذه الدراسة إلى أن إشكالية الخصوصية الثقافية من الإشكاليات المُعقدة والمركبة خصوصاً في الجزائر وعموماً في الوطن العربي، خاصاً في ظل ما أفرزه الإعلام الجديد من متغيرات والتي أدت إلى صعوبة الحديث عن الخصوصية الوطنية. كما أن للحفاظ على المقومات الأساسية للخصوصية الثقافية العربية والمحلية يجب تحديث مكوناتها الأساسية ما عدا الثابت منها لجعلها قادرة على استيعاب التكنولوجيات المتقدمة بحيث تُصبح قادرة على مُسانيرة متطلبات هذه التكنولوجيا.

❖ **دراسة شيهب (2019):** تُفيد نتائج هذه الدراسة بأن العولمة عملية حيوية تجاه نقل المعرفة والتعليم في العالم، إلا أنها لا تزال أثارها السلبية في معظم الثقافات والحضارات، وفي هذه الحالة الثقافة العربية نسبياً. كما أن تعظيم وتضخيم شبكات وسائل الإعلام العالمية وتكنولوجيات الإتصالات، يُمكن بعض القوى المهيمنة الوصول إلى العالمية، ومن الواضح أن التفوق التكنولوجي ميزة أكيدة عندما يتعلق الأمر بالثقافة الناشئة والدعوة لها بالعالمية. وكذلك فهناك تأثير نسبي للإعلام الجديد العالمي في الخصوصية الثقافية العربية، وذلك نظراً للدور الأساسي والحيوي الذي يلعبه الإعلام الجديد في حياتنا اليومية، وحتى نضمن استمرارية الهوية الثقافية العربية وجب ترشيد الإعلام الجديد العالمي "Global New Media Governance"، وهذا بدعم المعلومات التكنولوجية الهائلة من الأجهزة والتطبيقات، الأقمار الصناعية وشبكة الإنترنت ووسائل الإعلام الإجتماعية، وأقلمتها مع الثقافة العربية بغض النظر عن الفروق مع الثقافة الغربية والفروق بين جذورها التاريخية والدينية الخاصة بكل منها. كما أن وسائط الإعلام الجديدة التي يمكن الحصول عليها من أجل التعرف على ثقافات أقرب، إستنزفت أيضاً العديد من ثقافات هذا العالم وهذا بسبب الهياكل العضوية للثقافة التي تركز على الفكر البشري، والتقاليد والأنشطة التي تم زرعها في بيئة جغرافية وتاريخية معينة.

❖ **دراسة الوحيشي (2018):** توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن الإعلام الجديد أحدث نقلة نوعية في مختلف ميادين المعرفة إلى جانب تعزيز الترابط، والتكامل بين الأفراد من ثقافات مختلفة، وهو ما عجزت عن توفيره وسائل الإعلام التقليدي. في حين أصبح الإعلام الجديد حقيقة واقعة يجب التعامل معها بإيجابياتها وسلبياتها، ويتطلب ذلك توجيه الشباب المسلم سواء من الأسرة أو المجتمع للإستخدام الأمثل لهذه التقنية. وقد وفر الإعلام الجديد فضاء لحرية التعبير والتواصل لاسيما بين الشباب المسلم ونظرائهم من ثقافات مختلفة. في حين هناك أوجه قصور تعاني منه المجتمعات العربية والإسلامية في التصدي لمخاطر الإعلام الجديد، والمتمثلة في إنعدام القدرة على تصنيع التقنية الحديثة المستخدمة في الإعلام الجديد، ومقاومة حملات التشويه التي تتعرض لها الأمة العربية والإسلامية بإستمرار.

❖ **دراسة جمال (2018):** أظهرت نتائج هذه الدراسة أن الفرد في واقعنا الحالي يعمل على استخدام الميديا الجديدة وإدراجها في العادات والروتينيات، فحالها حال التقنيات التي سبقتها أحدثت تغييراً كبيراً على واقع الإنسان الذي لم يُعاصرها منذ البداية، لكنها اليوم أصبحت تحصيلاً حاصلًا في واقعه وفي واقع الأجيال الجديدة التي وجدت لتعثر عليها في حياتها، حيث تمثل هذه التقنيات بالنسبة لها جزئية أساسية من تكوينها الهوياتي والتي ترتبط بها العديد من الممارسات اليومية العادية أو الطارئة، الشخصية أو المهنية، الفردية أو الجماعية. كما أن الأفراد واعين بحجم التغييرات التي تقوم هذه الوسائط بإحداثها على مستوى ممارساتهم، سلوكياتهم، ومشاعرهم، وفي مختلف المجالات بغض النظر عن نوعية هذا التغيير ومنحاه.

❖ **دراسة نويصر، لبن (2018):** أوضحت نتائج هذه الدراسة أن الدرجة الكلية للهوية الثقافية الواقعية والإفتراضية لغالبية المبحوثين رواد المجتمعات الإفتراضية متوسطة بنسب (59.7%)، (58.2%) على التوالي. إلى جانب وجود وجود فجوة بين الهوية الثقافية الواقعية والهوية الثقافية الإفتراضية للشباب الريفي فيما يتعلق بكل من: اللغة وطريقة الحوار مع الآخرين، الإلتزام بالضوابط المجتمعية، السلوك وإثبات الذات، والدرجة الكلية للهوية الثقافية الواقعية لصالح الهوية الثقافية في العالم الواقعي. ووجود فجوة لصالح الهوية الثقافية الإفتراضية فيما يتعلق بكل من: إكتساب المعرفة وتنمية الوعي، تكوين العلاقات الإجتماعية وتوسيعها، تبنى الثقافة الإستهلاكية، والمواطنة والإنتماء الإفتراضى. ووجود ثلاث متغيرات مستقلة أسهمت مجتمعة إسهاماً معنوياً في تفسير (25.3%) من التباين الكلى للهوية الثقافية الإفتراضية للشباب الريفي، ويمكن تحديد نسبة الإسهام النسبي لكل متغير من المتغيرات الثلاث على الترتيب من الأكبر للأصغر كما يلي: درجة المشاركة المجتمعية، عدد ساعات إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي، وعدد سنوات إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي وكانت نسبة مساهمة كل متغير من هذه المتغيرات فى تفسير جزء من التباين كل على حده بالترتيب كما يلي: (16.2%، 6.2%، 2.9%) وكانت تأثيرات هذه المتغيرات إيجابية.

❖ **دراسة حسن (2018):** توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن هناك حالة عدم رضى وسط جمهور دارفور تجاه أداء الإعلام القومي. حيث اعتبرت نسبة (69%) من العينة

المبحوثة أن صورة دارفور مشوهة بالحروب والنزاعات، أو غائبة عن اهتمام الإعلام التقليدي القومي، كما أن نسبة (57%) من العينة المبحوثة تعززت لديها القناعة أن الإعلام الجديد يولي اهتماماً جاداً بقضايا أقاليم الهامش الثقافية، أكثر من الإعلام التقليدي. في حين أن بنسبة (72%) يتوقعون أن يكون للإعلام الجديد الدور الأكبر في تعزيز هوية دارفور الثقافية مستقبلاً. وأن الجمهور في دارفور يوافق على أن الإعلام الجديد أسهم في التعبير عن هوية الإقليم الثقافية وعكس تطلعاته بموضوعية.

❖ **دراسة محمد (2018):** تُشير نتائج هذه الدراسة إلى أن فيس بوك أكثر وسائل الإعلام الجديدة التي يمارس فيها أشكال العنف الرمزي. وأن أبرز أبعاد العنف الرمزي نشر صور تقلل من قيمة بعض فئات المجتمع، والنكت العنصرية التي تحقر من الآخرين. وكذلك فإن البعض لا يبالي بإرسال رسائل مؤذية للآخرين دون النظر لمحتواها. ووجود علاقة ارتباطية عكسية بين تعرض عينة الدراسة للعنف الرمزي في تلك الوسائل وأبعاد مفهوم الذات والأمن النفسي لديهم، فكلما زاد التعرض لمظاهر هذا العنف أدى لشعور الشباب بالسلبية والعجز والمعاناة في مواجهة المواقف الضاغطة بالبيئة الافتراضية.

❖ **دراسة السيد (2018):** تُبين نتائج هذه الدراسة أن معظم الشباب الجامعي (عينة الدراسة) يتعرض بصفة دائمة نسبة (43,8%)، وأحياناً (43,4%). بينما جاءت القنوات المصرية الخاصة في مقدمة القنوات الفضائية مشاهدة بنسبة (43,8%) يليها القنوات العربية بنسبة (21,6%)، ثم القنوات الأجنبية بنسبة (17,3%). وأن كل الشباب الجامعي (عينة الدراسة) يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة بلغت (80,3%)، وأحياناً بلغت نسبتهم (12,8%). تصدر موقع الفيس بوك أهم المواقع التي يحرص الشباب الجامعي (عينة الدراسة) على استخدامها وذلك بنسبة (44,7%) يليه واتساب في المرتبة الثانية بنسبة (24,2%)، ثم موقع يوتيوب في المرتبة الثالثة بنسبة (15,5%) فموقع انستغرام في المرتبة الرابعة بنسبة (6,6%) فتويتر في المرتبة الخامسة. ولا توجد أيام محددة للشباب المصري عينة الدراسة الذين يشاهدون القنوات الفضائية حيث بلغت نسبة من يشاهدونها حسب الظروف (36,5%)، والذين يشاهدونها مرة واحدة يومياً فقد بلغت نسبتهم (33,5%)، أما الذين يشاهدونها أكثر من مرة يومياً بلغت نسبتهم (25%). أن نسبة (48,8%)، (44,4%) من عينة الدراسة أكدت أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية واستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي أثرت الي حد ما وبدرجة كبيرة في هويتهم الوطنية. وأن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة وسائل الإتصال وأكثرها تأثيراً في الهوية الوطنية لعينة الدراسة وذلك بنسبة (26,4%)، يليها القنوات الفضائية بنسبة (22,1%).

❖ **دراسة الجمال (2018):** تُفيد نتائج هذه الدراسة بأن حجم تعرض الشباب من أفراد عينة الدراسة كثيفاً للإنترنت، واحتل موقعي التواصل الاجتماعي الفيس بوك وتويتر، ثم موقع الفيديو التشاركي، قائمة أهم التطبيقات التي يستخدمها الشباب بالإنترنت. كما سيطرة دوافع التعرض النفعية على الطقوسية لدى الشباب وذلك عند استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد. وترى النسبة الأكبر من الشباب أن الإعلام الجديد قد ساهم بنسبة كبيرة

في تغيير المنظومة القيمية لدى الشباب (74%)، وأن هذا التغيير يسير في الاتجاه الإيجابي (89.8%)، وجاء اتجاه النسبة الأكبر من الشباب موضوع الدراسة (76.7%) إيجابياً نحو دور الإعلام الجديد كأداة لتغيير المنظومة القيمية لدى الشباب بالمجتمع. كما أن أهم التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على الإعلام الجديد متمثلة في الإنترنت بتطبيقاتها المختلفة تمثلت في الترتيب التالي: اجتماعية، ثم سياسية، ثم دينية، ثم نفسية، ثم اقتصادية، مع زيادة تأثير الإعلام الجديد تحديداً على قيمتي "المشاركة المجتمعية، والمشاركة السياسية" كأحد أهم القيم التي اكتسبها الشباب نتيجة اعتماده على الإعلام الجديد في عملية التواصل الاجتماعي. وأشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية (النوع، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) للشباب واتجاههم نحو الإعلام الجديد كأداة لتغيير منظومة المجتمع. كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية بين حجم التعرض للإعلام الجديد وكل من التأثيرات القيمية الدينية والسياسية والنفسية والاقتصادية، فيما عدا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض للإعلام الجديد والتأثيرات القيمية الاجتماعية الناتجة عن هذا التعرض جاءت هذه الفروض لصالح فئة "كثيفي" التعرض للإعلام الجديد صاحبة المتوسط الحسابي الأعلى. وأيضاً وجود فروق دالة إحصائية بين حجم تعرض الشباب لوسائل الإعلام الجديد وبين مستويات اتجاه الشباب نحو الإعلام الجديد كأداة لتغيير منظومة القيم داخل المجتمع، وجاءت الفروق لصالح فئة "ذوي الاتجاه القوي" نحو الإعلام الجديد كأداة لتغيير المجتمع" وهو ما يعني أنها الفئة الأكثر تعرضاً للإعلام الجديد بتطبيقاته المختلفة. بينما ثبت عدم وجود فروق دالة إحصائية بين دوافع تعرض الشباب للإعلام الجديد (من حيث كونها دوافع نفعية أو طقوسية) وبين مجموعة التأثيرات القيمية التي حصلوا عليها بالفعل جراء هذا الاعتماد والاستخدام لوسائل الإعلام الجديد، فيما عدا ثبوت وجود فروق دالة إحصائية بين فئتي دوافع التعرض للإعلام الجديد من حيث التأثيرات القيمية الاجتماعية المتولدة لديها نتيجة استخدام الإعلام الجديد.

❖ **دراسة علقم (2018):** أوضحت نتائج هذه الدراسة أن الإعلام الجديد يسهم في تشكيل ثقافة الشباب، وأنه يمكن أن يجذب الشباب للموروث الثقافي السوداني إذا تم تسويقه بصورة جذابة في وسائل الإعلام الجديد، وعلى تمسك الشباب بالموروث الثقافي وحمانيته، وعلى حرصهم واهتمامهم بالبحث عن الثقافة الوطنية عبر وسائل الإعلام الجديد. وأن الصراع الثقافي الذي يعيشه الشباب يرجع إلى الاختلاف بين الثقافة الموروثة وثقافة الإعلام الجديد وتعرضهم لوسائله وصعوبة الصمود أمام المتغيرات الثقافية الجديدة. في حين أن النزعة نحو التجديد والابتكار ورغبة الشباب في تأكيد الذات وإثبات تميزهم على الكبار سبباً لاستخدام الشباب لثقافة خاصة بهم. وقد تعرض الشباب لوسائل الإعلام سبباً للصراع الثقافي الذي يعيشه الشباب الجامعي. وكانت رغبة الشباب في تأكيد الذات وإثبات تميزهم عن الكبار والنزعة نحو التجدد والابتكار سبباً لاستخدام الشباب لثقافة خاصة بهم.

❖ **دراسة الداخلي (2018):** تُبين نتائج هذه الدراسة أن هناك اتفاقاً بين صحف الدراسة في عدم الاستفادة من الإمكانيات التكنولوجية التواصلية الهائلة التي تتيحها الوسائط

المتعددة بالرغم من شهرة مواقع الدراسة وإمكانياتها الكبيرة، وظلت أسيرة لنمط التصميم بالاعتماد على العناصر التقليدية. كما تمثلت عناصر الهوية البصرية في الصحف الرياضية الإلكترونية في ثلاثة عناصر هي: اسم الموقع الإلكتروني، والشعار، والألوان المستخدمة في رأس الصفحة، وقد تدخل الشعار مع الاسم وذلك بتزاوجه معه، وقد نجحت مواقع الدراسة في استخدام شعارات معبرة عن مضمون الموقع.

❖ **دراسة جفال، طلحة (2018):** توضح نتائج هذه الدراسة أن المظاهر التكنولوجية الإتصالية الرقمية الجديدة أثارت على المستوى الثقافي جدلاً فكرياً واسعاً أكثر مما أثارت على المستوى الاقتصادي والسياسي، ولا سيما التحدي الذي تفرضه هذه الوسائط على السيادة الثقافية للدولة القومية نتيجة لفصل الأمة عن الدولة، وبالتالي فصل الثقافة الأمة عن السيطرة التامة للدولة. فأصبح للقوى المهيمنة أيضاً تأثير فيها، فهي كما تدعو إلى اقتصاد بلا حدود، فهي أيضاً تدعو إلى ثقافة بلا حدود. كما أن أخطر التحديات التي تواجه المجتمعات النامية في ظل تكنولوجيا الإتصال الرقمي الجديد وهي أشدها وأعتها والتي ستواجه معها مستقبلاً شاقاً عسيراً هي تحديات فكرية واستعمار ثقافي وهيمنة ثقافية كاسحة سنفرسها قوة التكنولوجيا الغربية وقوة نشاطها الإعلامي على الساحة العالمية.

❖ **دراسة فيدوح (2018):** تُبين نتائج هذه الدراسة أن هناك فجوة عميقة بين واقع الثقافة الوطنية المعمول وأفقها المأمول. والفرق بين الموفقين يكمن في هذه الفجوة التي هي قلب الحقيقة، كونها لا تحمل هدفاً، وأنّ دعاة هذه الفجوة يحملون قناعة مفادها أن العجز والتخلف مفروض علينا بواسطة اللغة المتداولة رسمياً في مؤسساتنا، وبالتالي بالأفكار والثقافات يمكن أن تستورد كما تستورد البضاعة الاستهلاكية، وأن اللغة الأجنبية هي النموذج المثالي، ومن دونها نعيش في تخلف، بينما هم في حقيقة الأمر، يحلقون خارج السرب، وخارج نسيج النسق الثقافي المتجذر، لأنّ واقع أمة ثقافة أكبر من جذر اللغة واستنصاليها، وأكبر من اكتساب لغة أجنبية لا تحمل سمات المجتمع، ولا تطبع خواصه. من هذا المنطلق، كان الصراع بين المتغربين بإنهاتهم مسلك اللغة الأجنبية سبيلاً، وبين الواقع المتشعب برصيده اللغوي؛ الأمر الذي خلق واقعين متضادين، ومع ذلك كان يحاول أن يستمرّ في النزال فتشتت السبل من وراء هذين الواقعيين: واقع متغرب في تشبته بالثقافة الأجنبية المؤطرة بلغتها، وواقع متعرب، في تمسكه بدفاعه عن اللغة العربية التليدة، وضاع الطرف الثالث، وهو ما يمكن أن نطلق عليه "فضاء الصوت الصامت"، وعلى الرغم من صمته إلا أنّ بصيرته كانت تحمل راية تفعيل الثقافة الوطنية الأصيلة بلغتها، بحسب مستجدات الحياة العصرية في أداها، وجعلها قابلة للتداول مع العلوم والمعارف.

❖ **دراسة بن عياش (2018):** توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن الثورة التكنولوجية لا تخدم بالضرورة حرية الإنسان حسبما ما هو معلن، بل تشكل نهجاً جديداً وتبعية أخرى للاستعمار، وتجعل منه وسيلة للهيمنة الثقافية وفرض نمط العيش والاستهلاك والملبس والسلوك والتفكير، وكما سلبت هذه التكنولوجيات وقت الأفراد ومظهرهم وتفكيرهم ولغتهم، ربما ستنتج في طمس دينهم وروحهم. كما أن عدم التعامل مع الثورة التكنولوجية بإيجابية قد يجعل أي مجتمع إما منعزلاً عن العالم أو منفتحاً عليه حتى تذوب وتنصهر عناصر هويته مما يكلفه مستقبلاً، وهذا ما يدفع المجتمع العربي بمؤسساته الرسمية وبمجتمعه المدني، وبجامعاته للمحافظة على ثقافته وهويته وتبيين خصوصيته.

❖ **دراسة حدادي (2017):** تُشير نتائج هذه الدراسة إلى أن الإعلام الجديد يقوم بدور أساسي وهام في التأثير على المواطنة في كل المجتمعات، لأنه أصبح جزءاً لا غنى عنه من التعاملات اليومية للأفراد، مما يجعله من الوسائل الفعالة في تكوين أفكار الفرد وآرائه واتجاهاته نحو مختلف القضايا الوطنية، الاجتماعية والثقافية والسياسية، وحتى لا يكون له دوراً سلبياً في هذا الإطار، فيكون تهديداً على الثوابت الوطنية للفرد والمجتمع خاصة إذا تم استغلاله من طرف التيارات المغرضة، وجب على كل مكونات المجتمع من مؤسسات رسمية وغير رسمية كالأسرة والمؤسسة التربوية ومؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات السياسية والإعلامية أن تعمل وفق خطة واستراتيجية مشتركة وهادفة على توظيف هذا الشكل الإعلامي الجديد لحماية الأمة وشبابها من أخطار المواطنة الإلكترونية. وأن عملية دعم قيم المواطنة لدى الأفراد وتعزيزها في ظل هذه البيئة الرقمية، التي تميزت بظهور أشكال عديدة للإعلام الجديد، وخاصة التطبيقات البارزة في الجيل الثاني من الويب "Web2.0"، تتطلب إعادة النظر في عمليات التخطيط للأدوار التي تُمارسها مؤسسات الدولة والمجتمع، من أجل استغلال ما أتاحت وسائل الإعلام الجديدة استغلالاً إيجابياً، وحماية المواطنين خاصة الشباب منهم من مخاطرها وسلبياتها، التي تحول دون تكوين وإعادة المواطنة الصالحة.

❖ **دراسة شاوي (2017):** تُبين نتائج هذه الدراسة أن هويتنا الثقافية تحتاج إلى من يبرزها ويظهرها للجماهير إن كانت محلية أو قطرية أو عالمية خاصة في عصر التكنولوجيات الحديثة ألا وهي وسائل الإعلام إن كانت سمعية، بصرية أو مكتوبة، فالهوية الثقافية بدون وسيلة تظهرها إلى العالم تبقى حبيسة في رقعة جغرافية محدودة. وأن الدول أصبحت تستعمل وسائل الإعلام والاتصال (الإعلام الجديد) لغزو الأفكار والعقول بدل غزوها بالسلاح لأنها الأكثر نجاعة، وفي الحقيقة أن ما نحتاجه اليوم للوصول إلى مصاف الدول المتطورة بالحفاظ على هويتنا الجزائرية بثقافتها العربية الإسلامية ليس فقط بنقدنا للحدثة بمنظور واقع مجتمعا، وإنما يكون أيضا وأساسا بنقد ما قبل الحدثة التي نريد الوصول بمجتمعنا إليها وكل قيمه التي نسميها أصيلة فيه وتحدد هويتنا، وفهم ما هي قيمنا الأصيلة الموجودة في مجتمعنا؟ ذلك لأن بداية التفكير في نقد أو قبول أو عدم قبول قيم الحدثة لا يكون في الأصل إلا بعد فهم ذواتنا من الداخل، ومعرفة قيمنا وماذا نريد منها ومن خلالها وهل نستطيع بها تحقيق ما نطمح إليه، أي نقد ما نسميه قيما أصيلة ونرفض منها ما لا يقبله العقل البشري.

❖ **دراسة بلعربي (2017):** تُفيد نتائج هذه الدراسة بأن العولمة بثورتها الرقمية، وفي ظل التحولات والتحديات التي فرضت على العالم العربي الذي شهد الكثير من الحراك الاجتماعي، لها تأثير مباشر على الثقافة والهوية سواء كانت فردية، جموعية أو وطنية، فأفراد العالم العربي أصبحوا يؤثرون ويتأثرون من خلال الإتصال والتبادل الثقافي المستمر والفعال وبعتماد لغات عالمية ومحلية، ومنظومة من القيم المتقاطعة والمتفق عليها، وتشكّل ما يسمى بالهوية المشتركة بين مجموعة أفراد أو جماعات، تمكّن من التواصل والمشاركة في صوغ مصير قومي عربي جديد، نابع من إرادة التغيير الذي بلورته وسائل الثورة الرقمية من أجهزة اتصال إلكترونية، فضائيات وشبكات التواصل الاجتماعي.

❖ **دراسة زوار (2017):** أوضحت نتائج هذه الدراسة أن الإنسان يكتسب هويته من خلال نظراته وشعوره الشخصي لذاته، ومن خلال نظرة يكونها الآخرين عنه، أي أن الفرد يكون صورة وشعور الهويته بكل أبعادها من جهة من جهة أخرى فالمجتمع والأفراد الآخرين يلعبون دورًا هامًا في تكوين صورة عن هوية الفرد. كما أن هناك تغييراً جوهرياً شمل الوسائل الإعلامية كافة من النواحي التكنولوجية والتطبيقية، وغيرت هذه التطورات الشكل المألوف للإعلام، وجعلت منه أكثر استجابة لمتطلبات الجمهور، ناهيك عن التواصل السهل واليسير، الذي يربط بين الفرد وأصدقائه ومعارفه وأهله وأسائذته في أية بقعة من الأرض. كما أنه يُمكن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لحماية الهوية الثقافية العربية من خلال استخدام الأدوات وحفظ الوثائق والمخطوطات ومواد الدليل والأرشيف وإتاحة الوصول العالمي إلى المواد الثقافية والتاريخية وتوليد وتحسين الاهتمام بالحياة الثقافية والتراث العربي كجزء كبير من التراث الحضاري والطبيعي.

❖ **دراسة الشمري (2017):** خلصت نتائج هذه الدراسة إلى أن غالبية الشباب الجامعي تستخدم وسائل الإعلام الجديد بصورة واسعة، وإن التأثيرات الأخلاقية هي التأثيرات الأبرز لوسائل الإعلام الجديد ومنها (لوسائل الإعلام الجديد أثر في تراجع الأخلاق، وتتيح وسائل الإعلام الجديد الفرصة للتعبير عن الانحلال الأخلاقي)، تليها التأثيرات الأسرية ومنها (تسهل وسائل الإعلام الجديد في زيادة الفجوة بين أفراد الأسرة، وسببت وسائل الإعلام الجديد تفكك الأسرة). أما فيما يخص التأثيرات التي لم تتحقق بسبب عدم حصولها على متوسط فرضي عالي فكانت (تسهل وسائل الإعلام الجديد في تنمية ميولي واهتماماتي العلمية، وزاد تفاؤلي منذ بدأت استخدام وسائل الإعلام الجديد، وترفع وسائل الإعلام الجديد مستوى العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع). كما أن آراء الشباب الجامعي حول المدى الذي تحدث فيه التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام الجديد (سواء أكانت ضمن المدى القريب أو المتوسط) متقاربة نوعاً ما، وكذلك إن أغلبيتهم غير متأكدين من كون ما يبث وينشر عبر وسائل الإعلام الجديد سليم من الناحية العلمية. بينما النسبة الأكبر من الشباب الجامعي ترى أن ما يبث وينشر عبر وسائل الإعلام الجديد سليم من الناحية الأخلاقية. كما أشارت إلى أنه كلما زادت ساعات استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد كلما أصبحوا متأثرين بها ومؤمنين بصدقها بصورة أكبر.

- ❖ **دراسة ونوعي (2017):** تُوضح نتائج هذه الدراسة أن أغلب أفراد عينة الدراسة هم إناث لهم حساب في "الفيسبوك"، ويستخدمون الهاتف النقال الذكي لدخوله، ويتصفحون مختلف المضامين في البيت وقت الليل، وأن الدافع الأول كان من أجل التسلية والترفيه، ويتبادلون الصور في المرتبة الأولى من حيث الأهمية، وأن الابتعاد عن "فيسبوك" لفترة يسبب لهم الفراغ النفسي. وأن أكثر عناصر الهوية الثقافية تأثراً باستخدام "الفيسبوك" من حيث الأهمية الأولى هو مكون الأخلاق، ويمكن التقليل من مظاهر الاغتراب الثقافي بتنمية الوازع الديني لدى الشباب الجامعي الجزائري، وسبب عدم إمكانية التقليل منه يرجع إلى تراجع دور الأسرة بالدرجة الأولى ومختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية.
- ❖ **دراسة أشرف (2017):** أظهرت نتائج هذه الدراسة أن غالبية الشباب المصري أصبح يعتمد على وسائل الإعلام الجديد في تشكيل معرفته وثقافته، في الوقت الذي تدهور فيه دور المصادر المعلوماتية، والتعليمية، والتنشئة المحلية الأخرى، التي قد تنتم بالثقافة ودقة المعلومات، إلا أنها ابتعدت بخصائصها عن احتياجات الشباب وتطورات العصر، كما أن اللغة العربية فقدت قيمتها نسبياً بين الشباب؛ نتيجة انتشار كتابة (الفرانكو أراب) التي ولدت على صفحات التواصل الاجتماعي والتطبيقات التكنولوجية الحديثة.
- ❖ **دراسة دريم (2017):** خلصت نتائج هذه الدراسة إلى أن لاستخدام الوسائط المتعددة الأثر البالغ على الهوية الثقافية الطالب الجامعي، حيث أن حداثة ظهور هذه الوسائل في مجتمعنا وما تتميز به من استقلالية وغياب الرقابة فيها يقدم للطالب نوع من الحرية الغائبة في الواقع المعاش ما يؤدي به إلى الإفراط في استعمالها والإدمان عليها ما يؤثر سلباً على هويته من جميع جوانبها.
- ❖ **دراسة الصيفي (2017):** أوضحت نتائج هذه الدراسة أنه لا يوجد تاريخ محدد لاستخدام الإرهابيين "الجهاديين" للإنترنت، والذين استخدموا البريد الإلكتروني ثم المواقع، إلا أنه في عام ٢٠٠٥ رصد ما يزيد عن ٤٣٠٠ منتدى جهادي نشط، وجاء النمو المتسارع للمنتديات الجهادية مع بداية ظهور الجيل الثاني من الإنترنت لمواجهة "التعطيل المنهجي أو إزالة مواقع الجهاديين الهامة" التي أصبح يراقبها الأمن في أعقاب هجمات ١١ سبتمبر. كما أن الاستراتيجية الإعلامية تسلط الضوء على نية التنظيم لتخويف أعدائه؛ لهزيمة الخصم دون إطلاق رصاصة، فلا أحد يريد أن يذبح بسيف أو سكين وهو يسمع هتافات وتكبيرات عشرات أو مئات المتطرفين حوله، وعندما يريد أعضاء التنظيم تعزيز قضية أو رسالة، يستخدمون الهاشتاج للترويج لحملة، أو للإعلان عن إصدار جديد. وأن هناك ست فئات متعلقة بكيفية استخدام الإرهابيين للإنترنت، هي الدعاية والتمويل والتدريب والتخطيط والتنفيذ، والهجمات الإلكترونية: ويتم توظيف مجموعة متنوعة من الأساليب لتشكيل والتلاعب باتجاهات وسلوكيات المستهدفين منها: التأكيد، والمعروف أيضاً باسم "الكذبة الكبرى" وأسلوب المسايرة أو عقلية القطيع والتعميمات البراقة والتحويل واستدعاء الاسم والصورة النمطية، وتقديم جانب واحد فقط من الموضوع، وبغض النظر عن الأسلوب أو كيفية توصيل الرسائل، تعد الدعاية عنصراً رئيساً في أي حملة عمليات نفسية يمارسها

داعش. وأن الدعاية الإرهابية مصممة خصيصاً لاستمالة الأفراد والفئات سريعة التأثر والمهمشة، كما تركز عملية التجنيد عادة على استغلال مشاعر الظلم والإقصاء أو الإهانة، كما أن المتغيرات الديموجرافية: مثل السن أو الجنس والوضع الاجتماعي والاقتصادي عوامل تسهل انسياب حملات العمليات النفسية المستهدفة. وتستخدم المنظمات الإرهابية على نحو متزايد منصات لنشر الدعاية، مثل المواقع المحمية بكلمة سر وغرف الدردشة المغلقة للقيام بعمليات التجنيد السري، ويوفر استخدام المنتديات المغلقة أماكن للمجندين؛ لمعرفة المزيد وتقديم الدعم للمنظمات الإرهابية، وكذلك للمشاركة في إجراءات مباشرة لتعزيز أهداف تنظيم داعش. كما أشارت النتائج إلى عدم وجود ملامح واضحة المعالم لشخصية الإرهابي المستخدم للإعلام الاجتماعي عبر صفحته، كما لا توجد إمكانية لوضع اختبار محدد. هذا وقد سمح ظهور الجيل الثاني من الإنترنت (Web 2.0) للأفراد الذين لديهم ميل للتطرف بالمضي قدماً في جدول أعمال الإرهاب دون مساعدة أو تدريب أو دعم مباشر.

❖ **دراسة بنسعيد (2017):** تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن المجتمع المغربي اليوم، أكثر من أي وقت مضى، يتعرض إلى تغير رهيب في بنياته التقليدية. ولأننا أمام ديناميكيات تغير قوية، وتفاعل مع ثقافات عديدة أضحت تفرضها وسائل التواصل الاجتماعي، فإن القيم الاجتماعية المغربية تتعرض لتغير هوياتي كبير، ذلك أن الهوية، وعلى الرغم من جهود المؤسسات المعنية بالتنشئة الاجتماعية في تعزيزها وصيانتها، فإنه يبقى من الصعب حمايتها في ظل التفاعل المستمر مع التطور التكنولوجي.

❖ **دراسة البيومي (2017):** تُبين نتائج هذه الدراسة أن نسبة (95.5%) من الباحثين يرون أن الجيل الرقمي يعتقد أنه "لا يعنيه الرفض الاجتماعي، لأنه صنع مجتمعه الخاص، وقد لا يعرف الكثير عن مجتمعه الواقعي". كما أظهرت عدم اكتراث الشباب عينة الدراسة للفرض الاجتماعي لسلوكهم، وأنه جيل ثائر، وأنه جيل يريد تحطيم كل شيء وهو جيل غير محدد الهدف ويميل للفوضوية، وهو صاحب لغة نقدية شرسة، ويدرك أهمية الزمن في عملية التغيير. هذه صفات تكرر الفجوة بين جيل الإنترنت والأجيال السابقة بدرجة متوسطة. وكذلك أشارت إلى رفض الفرض القائل بأنه كلما زاد تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي زادت الفجوة بين الأجيال. وأن التعرض لمضامين معينة أكثر ارتباطاً بدرجات الباحثين على مقياس الهوية الذاتية والاجتماعية للشباب عينة الدراسة، بمعنى أن التعرض للمحتوى الاجنبي والموسيقى العربية والأجنبية وبرامج المسابقات (آراب أيدول، ذا فويس، آراب جوت تالنت، ستار أكاديمي) يرتبط بموافقة أعلى على وجود هوية ذاتية وجمعية للشباب عينة الدراسة تتباعد عن هوية الأجيال السابقة.

❖ **دراسة عثمان (2017):** أظهرت نتائج هذه الدراسة أن الانترنت عزل الأشخاص عن المجتمع في بيئتهم، كما أثرت الشبكات الاجتماعية على علاقات الفرد في الواقع إيجاباً، وعزز من مهارة التواصل مع الآخرين دخول الانترنت كثيراً لربما الأسرة يضعف التنشئة الاجتماعية مما يؤثر على متابعة الأبناء في سن التنشئة.

❖ **دراسة دفع الله، المهدي (2017):** توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن أبرز أسباب ودوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الإجتماعي التعلم والتعرف على الثقافات الأخرى والتواصل بين أفراد المجتمع. وأن أكثر ما يزعج المستخدمين عبر الشبكات الإجتماعية إنتشار الشائعات وسرعة تداولها بين المستخدمين، وضعف استخدام العينة المبحوثة لتويتر وانستقرام واليوتيوب، وإن دل ذلك فإنه يدل على أن الواتساب والفيس بوك يختلفان عن الشبكات الإجتماعية الأخرى في سرعة وتبادل الصور ومقاطع الفيديو.

❖ **دراسة محمد (2017):** تُبين نتائج هذه الدراسة أن تطبيق واتس آب وموقع فيس بوك هما الأكثر استخداماً في السودان، وأن الإعلام الجديد له تأثير ايجابي واضح على قيمة التكافل في المجتمع السوداني، فالحالات التي تعرضها المبادرات الإنسانية عبر وسائل الإعلام الجديد تجد تفاعلاً كبيراً، حساسية الأنظمة السياسية تجاه المبادرات الإلكترونية يحد من عمل المبادرات وسط المجتمع السوداني.

❖ **دراسة يحيى (2017):** أظهرت نتائج هذه الدراسة أن مرحلة الشباب هي مرحلة هامة تتأثر باتجاهات العصر والثقافة السائدة والمحيطه به، وخاصة الإعلام الجديد الذي أصبح جزءاً لا يتجزأ من حياة الشباب، وذلك لما أثبتته كثير من الدراسات وشواهد الواقع الإجتماعي، ولا خلاف أن هذا التعرض له تأثيرات على قيم وسلوك هؤلاء، مما يؤدي إلى تشكل ثقافة قد تتوافق وثقافة المجتمع السائدة وقد تتعارض وتتنافر معها. وأن التحديات التي تواجه المجتمعات اليوم كبيرة لخطورة الظاهرة، والرهانات الواجب العمل بها تحتاج إلى وعي حضاري وجهد معرفي وثقافي صحيح، من أجل تحويل الفعل السلبي للإعلام الجديد إلى استثمار ايجابي في صالح فئة الشباب بالخصوص، ثم يجب ربطه بثقافته الأصلية، وإعطائه الصبغة الأخلاقية. كما أن الضرورة القيمية للرسالة الإتصالية هي المحافظة على كيان الأمة وحماية فئة الشباب من كل دخيل وغريب يسعى إلى خلخلة الترتيب الإجتماعية. وإن تشكل ثقافة الشباب اليوم بفعل الإعلام الجديد أضحت واضحة نتيجة للنتائج التي نراها في الميدان، ولكن التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام والإتصال ليس كله شر، بل يملك الكثير من مفاتيح الخير الذي تسعى إليه المجتمعات وإنما إحساسنا بالظاهرة وإعطائها أبعادها الثقافية والحضارية، وسعي إلى استيعابها هي دلالات على الحضور الزماني مع التغيرات العالمية.

❖ **دراسة الضو (2017):** خلصت نتائج هذه الدراسة إلى إسهام المواقع في زيادة الكفاءة المهنية والنجاح الوظيفي، تأثير مواقع التواصل على الهوية الوطنية وذلك من خلال دورها في تعزيز ثقافة الإفتتاح مع الآخر والتسبب في عولمة المجتمعات، ومساهمتها في زيادة مساحة التطرف الديني في المجتمع.

❖ **دراسة جديدي، علوش (2017):** تُفيد نتائج هذه الدراسة بأن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك أكثر من أربع ساعات يومياً بنسبة (56%)، وأن الفيس بوك يستخدم من أجل تقوية العلاقات مع الأصدقاء أو كسب صداقات جديدة، فأغلبية العينة اختاروا أنه يساعد على تقوية العلاقات مع الأصدقاء بنسبة (62%)، كما أن أغلبية

التلاميذ يتحدثون عبر الفيس بوك باللغة العربية الفصحى بنسبة (44%) وذلك باعتبارها اللغة الأم وتخدم الدراسة أو لأنهم عندما يتحدثون بها يكتشفون ويصوبون أخطاء بعضهم البعض/ أن (49%) من التلاميذ (عينة الدراسة) يستعملون الحروف اللاتينية في كتابتهم أثناء الدردشة، بينما كانت نسبة من يستعملون اللغة العربية في الكتابة (45%)، بينما أقر أغلبية التلاميذ أثناء كتابتهم أنهم يحرسون على تجنب الأخطاء الإملائية وبلغ ذلك بنسبة (53%)، في حين أن استعمال اللغة داخل الفيس بوك له تأثير كبير على لغة التلاميذ في الحياة اليومية، إن هذا التأثير قد يكون عكسي؛ أي إما أن يتأثر التلميذ باللغة المستخدمة في الفيس بوك فيساقطها عن العالم الواقعي، أو يتأثر بلغته اليومية داخل شبكة الفيس بوك.

❖ **دراسة حسن (2017):** توضح نتائج هذه الدراسة أن المضمون الديني جاء في المركز الأول بالنسبة لطبيعة المضامين المعروضة على صفحة الفيس بوك بنسبة (52.2%)، ثم المضمون الاجتماعي المركز الثاني، وأن صفحات الفيس بوك اعتمدت بشكل عام على الاستناد لمرجع ديني في عرض الموضوعات وربما يرجع ذلك إلى أن هذه الصفحات اهتمت بالمضمون الديني في المقدمة بنسبة بلغت (52.2%)، كما أن اللغة العربية الفصحى جاءت في مقدمة اللغات المستخدمة في نشر الموضوعات على صفحات الفيس بوك بنسبة (90.3%)، يليها اللهجة العامية بنسبة (7.1%)، وأن المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة، إذ جاءت نسبة من يستخدمونها إلى حد ما بنسبة (52.5%)، وأن شبكة الفيس بوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً وفقاً لوجهة نظر المبحوثين، إذ جاءت في المرتبة الأولى، ثم تويتر. كما أشارت النتائج إلى أن مكونات الهوية الثقافية التي تتأثر سلبياً باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لوجهة نظر المبحوثين جاءت كالتالي: (الدين، اللغة، التاريخ، الانتماء، القيم والعادات، الروح الوطنية، الآثار والتاريخ، الحضارة المصرية، الشخصية القومية)، وأن أهم العوامل الخارجية التي تهدد الهوية الثقافية لدى الشباب العولمة والثورة التكنولوجية بنسبة (29.2%)، كل العوامل مجتمعة بنسبة (24%)، والتغريب الثقافي بنسبة (20.8%)، وأن اللغة العربية هي اللغة الأكثر استخداماً وتفضيلاً على شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين، إذ جاءت بنسبة (62%)، وأن أفراد العينة كان اتجاههم محايد نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية.

❖ **دراسة عز العرب (2017):** تُشير نتائج هذه الدراسة إلى أن المعرفة الناتجة عن الفعل الاتصالي تختلف عن نمط المعرفة التقليدية، حيث تنسم بسمات الانتقائية، العمومية، المرونة، التكاملية النسبية، الواقعية، افتقاد المصادقية.

❖ **دراسة السنوسي (2017):** تُبين نتائج هذه الدراسة أن أغلبية الموضوعات المنشورة في المجلة الإلكترونية المدروسة تخاطب الأسرة بصفة مركزة. فقد خصص المرسل ركناً لكل فئة فرعية، مثل المرأة والأزواج والمقبلين على الزواج... الخ، وهو معطى يؤكد توجه المجلة المعلن منذ العنوان: "الأسرة السعيدة". وتتمحور المواضيع التي حازت انتباه القراء أكثر من سواها، في العلاقة بين الزوجين وأساليب التعامل المثالي

بينهما والأخطاء التي يمكن أن يتفادوها للحفاظ على الانسجام العائلي. ولم يجذب موضوع الحجاب عددا كبيرا من المتصفحين، وقد ورد في آخر الترتيب الخاص بعدد القراءات الخاصة بركن "شبهات وردود". كما أظهرت النتائج محدودة دلالة حجم التعرض في استنباط حجم تفاعل الجمهور المستهدف مضمون المجلة، حيث نعتقد أن المتلقي قد اكتفى بالتصفح أو بالقراءة (الجزئية أو الكلية للمقالات)، ولم يرتقي إلى رجع الصدى.

❖ **دراسة قاسم (2017):** أوضحت نتائج هذه الدراسة أن أفراد عينة الدراسة ينظرون إلى المجتمع الافتراضي يستمد الإنسان كيانه منه وليست البيئة الطبيعية؛ فهم لا يعتبرونه مؤثر بشكل عام، يمكن أن نورد العبارات حسب أهميتها وفقا للمتوسط الحسابي كما يلي: جاءت كل من العبارات التالية يستمد الإنسان كيانه من البيئة الطبيعية وليست البيئة الافتراضية وعبارة "أى ان بلدى تحقق لي الحرية والكرامة" وعبارة "افضل استخدام المصطلحات الأجنبية أكثر من العربية" في المرتبة الأولى بمتوسط (2.71) ودرجة انحراف معيارى 265، مما يدل على أن المبحوثين يدركون أن المجتمع الافتراضي أصبح واقعاً يجب التعامل معه لتحقيق الحرية والكرامة. وأن كلاً من العبارات "أرى أن تاريخ بلدى هو امتداد لتاريخ عريق وأرى دائماً ارتباط بين الإيمان وحب الوطن احتلت المرتبة الأولى بمتوسط (2.52) بدرجة انحراف معيارى (2.72) مما يدل على أن المجتمع الافتراضي أثر بدرجة كبيرة على الارتباط بين الإيمان وحب الوطن وكذلك اعتزاز الشباب بتاريخ البلد. كما أن المجتمع الافتراضي وجه الشباب نحو التعرف على الثقافات الأخرى والاهتمام بالمواقع التي تحرره من القيود الاجتماعية والعادات المتمثلة في نقل المعلومات وانفتاحاً على ثقافة الآخر، وكذلك التحرر من ثقافة العيب والتشجيع على الجرأة المتزايدة وتجاوز الحدود الاجتماعية.

❖ **دراسة أمين (2016):** توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن الفئة العمرية التي ترتبط بفترة الشباب والفتوة هي أكثر الفئات استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي. وأن غالبية المجتمع البحريني (96%) يستخدم هذه الشبكات بشكل يومي. كما أن المجتمع البحريني بشكل خاص والخليجي بشكل عام لم يتأخر كثيراً عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث سجلت العينة خبرة زمنية تعدت الخمس سنوات عند (27%) من عينة الدراسة، و(12%) من المبحوثين أشاروا إلى ان استخدامهم لهذه الشبكات لم يتجاوز العام. كما أن الإنترنت كان بشكل عام أكثر وسيلة جماهيرية يتم تبنيها بعد اكتشافها بوقت وجيز بخلاف غيرها من الوسائل الإعلامية كالتلفزيون والراديو.

❖ **دراسة حماد، الحازمي (2016):** تُبين نتائج هذه الدراسة وجود أزمة واضطراب للهوية لدى عينة الدراسة، انخفاض مستوى الشعور بالاغتراب لدى العين. ووجود علاقة ارتباطيه موجبة بين أبعاد مقياس رتب الهوية وأبعاد مقياس الشعور بالاغتراب ما عدا بعدي تعليق وانجاز الهوية. وعدم جود فروقاً ذات دالة إحصائية تعزى لمتغيري التخصص الدراسي والجنس على أبعاد مقياس رتب الهوية. كما لا توجد فروق دالة

احصائياً تعزى لمتغيري التخصص الدراسي والجنس على أبعاد مقياس الشعور بالاغتراب.

❖ **دراسة الحديد (2016):** تُفيد نتائج هذه الدراسة بأن الإعلام الجديد له دور كبير في إعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين بشكل عام وله دور كبير في إكساب الأفراد قيم إيجابية ومساعدتهم في إدراك وصياغة تفضيلاتهم الشخصية، ووجود تأثير في إدارة الوقت لديهم، وعدم وجود فروق ذات بين دور الإعلام الجديد وإعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية تعزى لمتغيرات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) الدراسة (العمر، الجنس، طبيعة مكان السكن) وبناءً على نتائج الدراسة.

❖ **دراسة طيب، سلطاني (2016):** توضح نتائج هذه الدراسة أن غياب سياسة ثقافية واعية ومتفهمة لهموم الشباب وتطلعاتهم وصراعاتهم القيمية والفكرية والإيديولوجية والحضارية، والتي من المفروض أن تعمل على تحسيس الشباب بمكانته ودوره الريادي، إضافة إلى التناقض الذي يعيشه بين الثقافة التي تروجها معظم مؤسسات التنشئة الاجتماعية وأشكال النماذج القيمية والسلوكية من جهة، وبين ما تروجه مختلف الوسائل التكنولوجية من قيم مغايرة من جهة أخرى. كما أن الصراع القيمي الحاصل ليس وليد الإعلام الجديد فقط، إنما هو وليد الوجود الإنساني بحد ذاته، لكن الإتصال على نحو كوكبي هو ما دفع بشبابنا إلى التفكير والعمل على نحو كوكبي بحيث يكون لكل من "الأنا" و"الأخر" قسطه من القيم بحسب ما يصنعه، وذلك هو رهان الدول العربية في الحفاظ على هويتها العربية الإسلامية، إذ لا يمكننا كعرب أن نوقف سيل القيم المتدفق عبر وسائل الإعلام الجديدة وأن نصمد ونقوى كهوية ثقافية ما لم نسهم بشكل فعال في تكوين المشهد الثقافي والفكري والإعلامي العالمي بما يتيح لنا أن نحافظ على خصوصيتنا القيمية بصورة عالمية من خلال إنتاج المضامين الإعلامية محلياً لتنمأشى وحاجات المستخدم العربي وتخدم قيمه بحيث لا تذوب في بوتقة القيم العالمية.

❖ **دراسة الزهري (2016):** أظهرت نتائج هذه الدراسة ارتفاع نسبة استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، كما أن التواصل مع الآخرين هو أول دافع من دوافع الشباب الجامعي من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، في حين أن أهم الإشباعات المتحققة لدى الشباب من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يتمثل في: (تبادل الرسائل والآراء، يليها حرية التواصل، يليها وسائل تعليمية، ثم الهروب من الملل، تحقيق الخصوصية، وتبادل المقاطع، والردشة الصوتية، ثم اتصال بعيداً عن عيون وأذان الآخرين)، بينما نسبة كبيرة من الشباب الجامعي (47.6%) اعترفوا بالتأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على الجانب الفكري والخلقي وعدم المواظبة على حضور المحاضرات وتأثيره على التحصيل الدراسي، بينما رأي (44.3%) عكس ذلك وأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي له تأثير إيجابي من

خلال الاستفادة من خبرات الآخرين والتواصل الإجتماعي وتبادل المعلومات وشغل وقت الفراغ، ووقف على الحياد من ذلك (8.1%).

❖ **دراسة بن طيفور (2016):** خلصت نتائج هذه الدراسة إلى أن أكثر من نصف عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت منذ أقل من خمس سنوات بنسبة (53.7%) دون فروقات بين الجنسين لحدثة الوسيلة الإتصالية، وعدم التعامل المبكر مع الشبكة، إضافة إلى الصعوبات التقنية التي يتلقاها الشباب أثناء التعامل مع الشبكة، وتأخر انتشار الإنترنت في المؤسسات التعليمية في المراحل الأولى، وأن ما نسبته (43.7%) من الشباب الجامعي يقبلون دائماً على استخدام الاختصارات أثناء الدردشة في الموقع، مع تسجيل أفضلية للذكور في نسبة الاستخدام، قد يرجع توظيفها إلى الاقتصاد في اللغة وربح الوقت، وكنوع من التمرد الإجتماعي لدى الشباب، كما أن ما نسبته (44.07%) قد أقرروا بأن استخدامهم للفيس بوك قد ساهم في تقشي ظاهرة تهنئة الأقارب عبر الموقع في مختلف المناسبات الوطنية والدينية خاصة، بما يهدد بشكل مباشر العلاقات الإجتماعية وإمكانية إحداث القطيعة بين الأفراد مع تسجيل أولوية لصالح إناث جامعة وهران بنسبة (60%).

❖ **دراسة بوقلوف (2016):** تُبين نتائج هذه الدراسة أن أغلبية أفراد العينة بنسبة (82%) يفضلون استخدام هوية مُستعارة عبر حسابات الفيسبوك. وأن عدد المُستخدمين الذين يستخدمون اللغة الأجنبية المعربة احتلت أكبر نسبة عبر حسابات الفيسبوك (58%)، وتدل هذه النتيجة على أن أغلب مستخدمي حسابات الفيس بوك يستخدمون التزاوج بين اللغة العربية والأجنبية عند الكتابة على حساباتهم وهذا يؤدي إلى ضياع هوية اللغة العربية المشكلة لهوية الشباب. في حين أن استخدام الشباب الجزائري لشبكة التواصل الإجتماعي له تأثير مُباشر على الهوية الثقافية بأشكال مُتعددة نتيجة غياب الرقابة على الاستخدام.

❖ **دراسة بن جيلالي (2016):** توضح نتائج هذه الدراسة أن العولمة ظاهرة ثقافية إعلامية لمحاولة دمج هذه الثقافات المختلفة ضمن الأنموذج الثقافي الواحد التي تؤمن به الدولة الفاعلة القائمة لظاهرة العولمة وهو اتجاه نابع من اعتقاد أيدلوجي بصواب المثل السياسية والإجتماعية التي يراد لها أن تكون نسيج قيم للعولمة بحد ذاتها/ أن العولمة تُمثل تحدياً إيديولوجياً للشعوب العربية ولدولهم، فالنظام السياسي العربي هو الآخر لم يُسلم من إفرازات العولمة التي جعلت منهم مجرد تابعين للولايات المتحدة الأمريكية اقتصادياً وسياسياً وإعلامياً وثقافياً من خلال شعوبها.

❖ **دراسة بولعويادات (2016):** خلصت نتائج هذه الدراسة إلى أن التطبيقات التي تميز الإنترنت باعتبارها وسيطاً اتصالياً وحاملاً اجتماعياً وثقافياً وفضاءً جماعياً تُمارس فيه النشاطات الاجتماعية والشخصية المختلفة، تجعلنا نجزم أن الإنترنت باتت مجالاً خصباً لتشكيل الهوية بامتياز، وهذه الهوية مختلفة تمام الاختلاف عن الهوية الأصلية التي تُميز الشخص الحقيقي في المجال الاجتماعي التقليدي.

❖ **دراسة لونيس (2015):** تُشير نتائج هذه الدراسة إلى أن الإعلام الجديد الذي تتمثل أهم تطبيقاته في المدونات الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع نشر الصور والفيديوهات ومواقع الويكي، قد أحدثت نقلة نوعية في أساليب حياتنا وطرق تفكيرنا وتواصلنا، وهو ما أثر في تمثالتنا لذواتنا وهوياتنا، ورغم بعض التأثيرات السلبية إلا أنه يساهم بشكل ايجابي في الإغلاء من أصوات الهويات المحلية.

❖ **دراسة منصر (2015):** تُبين نتائج هذه الدراسة أن الإعلام الجديد بكل مخرجاته ووسائله هو مجرد أداة، ومن ثم فإن تأثيره على المواطن يعتمد على مدي قدرة النشطاء والفاعلين السياسيين والاجتماعيين داخل النظام أو المجال العام الداخلي خصوصاً على توظيف الإمكانيات التي تتيحها هذه الأدوات بطريقة تعظم قدرة المواطن على الحصول على حقوق المواطنة، وأنه كلما زادت نسبة إقبال الشباب والمسيين على استخدام وسائل الإعلام الجديدة من مواقع الشبكات الاجتماعية والمدونات والمواقع الإلكترونية المختلفة باعتبارها أدوات سياسية كلما تعاضمت الأثار السياسية والاجتماعية والثقافية للإنترنت مثل الكشف عن قضايا التعذيب أو انتهاكات حقوق الإنسان وتوفير قنوات للمشاركة والتعبير عن الرأي، وحشد الدعم اتجاه القضايا الاجتماعية والثقافية مثل الشغل والتعليم والبيئة، فضلاً عن قدرة هؤلاء الفاعلين على التنسيق بين مجهوداتهم للحصول على الحقوق من خلال القنوات المشروعة للمطالبة بها، وهناك صدى للاستجابة في الواقع مثل استجابة الدولة لمطالب عمال الغزل والنسيج في المحلة وغيرهم مثل أساتذة الجامعات والأطباء، وأن الفضاء والمجال العام الإلكتروني يخلق مساحة عامة كحيز اجتماعي مما يسهل إمكانية طرح خطابات وأفكار بديلة للمواطنة ويبقى تأثير هذه المساحة الهامة محدوداً بمحدودية المستخدمين أو عدم تسييسهم.

❖ **دراسة البدوي (2015):** أوضحت نتائج هذه الدراسة وجود مقاومة من قبل الشباب المصري لمضامين التقنيات الاتصالية التي تتحدث عن الولايات المتحدة الأمريكية، بينما قام الشباب الإماراتي ببناء معنى ارتبط بالتفاعل الإيجابي مع المضامين الإعلامية. من جهة أخرى، يميل الشباب في الدراستين، في المرتبة الثانية، نحو فئة التبعية بفعل المضامين المبتوثة عبر الفضائيات المصرية والإماراتية والتي تهدد من مكونات هويتهم الوطنية. ويتطلب الأمر في هذا السياق رؤية أكثر واقعية للواقع الإعلامي المصري والعربي وأكثر معايشة للشباب حتى يمكن الحكم عليه في ضوء ما يمتلك من قدرات وامكانيات وعمليات "بناء معان" نحو الذات ونحو الآخر.

❖ **دراسة الشريف (2015):** خلصت نتائج هذه الدراسة إلى وجود تأثير نسبي للثقافات الفرعية على تصميم المواقع الإلكترونية للمحافظات المصرية يحتاج إلى تدعيم واهتمام

أكثر من حيث التخطيط والتصميم والتنفيذ والمتابعة، فلا بد من وضع أسس ومعايير لتطوير تلك المواقع لتكسيبها جودة عالية، ووجود تشويه بصري في الرموز البصرية المستخدمة ناتج عن المعالجة الجرافيكية غير الناجحة مما يحدث نوعاً من الخلل في العملية الإتصالية.

- ❖ **دراسة لونيس (2014):** تُبين نتائج هذه الدراسة أن الإعلام الجديد، الذي يشهد قيام مجتمعات افتراضية متعددة ومتنوعة، قد أحدث نقلة نوعية في أساليب حياة الأفراد وطرق تفكيرهم وتواصلهم، وهو ما أثر في تمثلاتهم لذواتهم وهوياتهم، ورغم بعض التأثيرات السلبية إلا أنه يساهم بشكل إيجابي في إعلاء من أصوات الهويات المحلية.
- ❖ **دراسة عبد الغني (2014):** تُفيد نتائج هذه الدراسة بأن وسائل الإعلام الإجتماعي تقوم بدور هام ومؤثر في إحداث تغيير في جميع الأنظمة الأساسية المكونة للمجتمع حيث طالت تلك التغييرات بعض الدعائم الأساسية في بناء تلك النظم وهو ما يُمكننا من القول بأن لهذه الوسائل أداة فاعلة في التغيير المجتمعي. كما أن وسائل الإعلام الإجتماعي هي أسلوب فعال في التسويق المجتمعي، فهي تدعم بعض الأدوار والوظائف التي تؤديها بعض الأنظمة الأساسية في المجتمع ويتمثل ذلك من خلال عمل هذه الوسائل على تعزيز الإتصال والتواصل بين الحكومات وباقي أفراد المجتمع إضافة إلى تعزيز الدور الاقتصادي والإنتاجي للمرأة في المجتمعات العربية، وتقوم أيضاً بتعديل بعض الأدوار والوظائف التي تؤديها بعض الأنظمة الأساسية في المجتمع ويتمثل ذلك من خلال قيام هذه الوسائل بإعادة تشكيل الأطر الثقافية والعلاقات الإجتماعية بين أفراد المجتمع. كما تقوم وسائل الإعلام الإجتماعي بتغيير بعض الأدوار والوظائف التي تؤديها بعض الأنظمة الأساسية في المجتمع ويتمثل ذلك من خلال اعتماد التفاعلية في بعض الأنشطة الأساسية في المجتمع كالتسويق التفاعلي والأدب التفاعلي. وفي النهاية تباين مستويات تأثير وسائل الإعلام المجتمعي في الأنظمة المكونة للمجتمع.
- ❖ **دراسة مبنى (2014):** تُشير نتائج هذه الدراسة إلى أن الشبكات الإجتماعية والفيسبوك خصوصاً، غيرت الوجه العام لبناء الهوية من خلال سماحها لمستخدميها عبر العالم بإعادة مفهومة صورهم عن ذواتهم بالانتقال من هويات مؤسسة مكانياً وواقعياً، إلى أشكال هجينة ومرنة للهوية بفضل الخدمات التي توفرها من تدوين وألعاب ودردشة والانضمام إلى مجموعات معينة، وغيرها، حيث تعتبر هذه الخدمات تجارب افتراضية يطور من خلالها مستخدمو الفيسبوك مفهومهم لذواتهم وهوياتهم الملحق.
- ❖ **دراسة حسين (2014):** توضح نتائج هذه الدراسة أن وسائل الإعلام الغربية تعكس إهتماماً حاداً تجاه مصالحها وغايات مجتمعاتها، وأن العالم يحتاج اليوم إلى تطبيق مراحل العمل الإجتماعي وإنكار الذات والقومية، إلى جانب نبذ العصبية والتوجه نحو إشاعة التواصل الحضاري، وهو الدور الذي يمكن أن تؤديه وسائل الإعلام لأنها مهما اختلفت فإنها تمثل الأجهزة الرئيسية للعلاقات الإجتماعية ولتعدد هذه العلاقات وتنوعها. كما قدمت الدراسة عدة توصيات ومنها، العمل على توضيح السياسات المحلية والخارجية عبر وسائل الإتصال، والقيام بحملات إعلامية مناسبة لمختلف الموضوعات للوضع الداخلي الإسلامي.

❖ **دراسة العرضاوي (2014):** أظهرت نتائج هذه الدراسة أن (74%) من أفراد العينة المستخدمين لموقع الفيس بوك يمتلكون حساب واحد فقط، وأن (82%) من أفراد العينة المستخدمين لموقع الفيس بوك كانت مدة اشتراكهم في الموقع هي سنتين فأكثر، وأن من أبرز إيجابيات موقع الفيس بوك التي عبر عنها أفراد العينة هو الإطلاع على كل ما هو جديد من حولي، والتعرف على كل الآخرين من كل ثقافات، وأن من أبرز سلبيات موقع الفيس بوك هو فتح مجال تكوين علاقات بين الجنسين بحرية. وأفاد (72%) من إجمالي أفراد العينة اظهارهم لأسمائهم الحقيقية عند استخدامهم لموقع الفيس بوك. بينما أغلب مفردات الدراسة موافقين إلى حد ما على أبعاد الهوية الثقافية فجاء أعلى متوسط للبعدين (التطلع للمستقبل، القابلية للتطور)، أما بُعد العادات فقد كان الإتجاه العام له محايد بمتوسط (3.21) وانحراف معياري (0.66). وأشارت الدراسة إلى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في الإيجابيات التي يراها أفراد العينة بموقع الفيس بوك وفقاً لاملاكهم أكثر من حساب على الموقع. وكذلك توجد فروق ذات دلالة احصائية في السلبيات التي يراها أفراد العينة بموقع الفيس بوك وفقاً لاملاكهم أكثر من حساب على الموقع. بينما لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة (النوع - المستوى الدراسي) واتجاهاتهم نحو دور الفيس بوك في تشكيل الهوية الثقافية.

❖ **دراسة صحراوي (2014):** أوضحت نتائج هذه الدراسة أن الإعلام الجديد يتميز بخصائص وسمات اتصالية عديدة، ميزته عن الإعلام القديم، حيث يجمع وبشكل تكاملي بين العديد من الخدمات والوظائف، ويجمع بين أكثر من وسيلة، هذا ما جعله مفضلاً عند كثير من الناس خاصة الشباب. إن طبيعة هذا الإعلام بما يحمله من محتوى يثير مخاوف لدى الباحثين من تأثيره في جميع الأصعدة، وعلى صعيد الهوية الثقافية على الأخص، ما يطرح أبعاداً إيجابية وسلبية لهذا التأثير، خاصة مع تدني في المشهد المعلوماتي للدول العربية.

❖ **دراسة محمدي (2013):** توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن اللغات المتداولة في عملية التواصل بين الشباب الجزائري عبر صفحات الفاسيبوك هي اللغة العربية (67%)، واللغة المختلطة العامية بنسبة (22.44%)، واللغة الفرنسية بنسبة (6.29%)، والإنجليزية بنسبة (3.94%)، وهذا يدل على ان استخدام الفيسبوك يؤثر سلبيًا على الهوية الثقافية العربية/ أن شبكات التواصل الإجتماعي تُساهم الفاسيبوك في نشر بعض القيم، والصفات الإيجابية كالدعوى إلى احترام الغير بنسبة (51.61%)، وكذلك الالتزام بتعاليم الدين الاسلامي (41.94%) كنشر الصور والمقالات والفيديوهات التي تدعو إلى أهمية وفوائد صلاة الفجر والجمعة مثلاً، وكذلك نشر بعض القيم المتعلقة بالمحافظة على الإرث الثقافي الحضاري العربي وجاءت نسبتها (6.45%).

❖ **دراسة الشهري (2013):** تُشير نتائج هذه الدراسة إلى أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها/ أن الطالبات استقدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة والبحث عن صداقات جديدة والتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانياً،

وأن لاستخدام الفيسبوك وتويتر العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي فيما جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية. وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية عكسية بين متغيري العمر والمستوى الدراسي وبين أسباب الاستخدام وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات. وكذلك توجد علاقة ارتباطية موجبة بين متغير عدد الساعات وبين أسباب الاستخدام ومعظم أبعاد طبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات. وأيضاً وجود علاقة ارتباط طردية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات.

❖ **دراسة العقيل (2011):** تُبين نتائج هذه الدراسة وجود علاقة ارتباط طردية بين الحراك المعرفي والأمن الفكري/ وجود علاقة ارتباطية طردية بين متغيرات الحراك الثقافي والاجتماعي ومستوى الأمن الفكري في المملكة العربية السعودية/ وجود علاقة ارتباطية بين مستوى الحراك الثقافي وحماية الأمن الفكري.

❖ **دراسة الرفوع (2011):** توضح نتائج هذه الدراسة أن الإعلام الدخيل بوسائل التقنية المتطورة يُحد للحضارات والثقافات المتوارثة للشعوب وفرض ثقافات أخرى عليها، أن الإعلام الدخيل بوسائل التقنية المتطورة يقوم بتغيير أنماط سلوك المجتمعات العرقية والمحافظة عليها على المدى المتوسط والطويل. وأن الإعلام الدخيل بوسائل التقنية المتطورة له تأثير سلبي على الفكر، خاصة بالنسبة للأجيال القادمة. وأن الإعلام الدخيل بوسائل التقنية المتطورة يؤدي إلى حدوث مواجهة غير عادلة للمبادئ والقيم الدينية والاجتماعية والأخلاقية لخلخلة التماسك الاجتماعي.

وبعد أن قام الباحث بعرض الدراسات بهذا الشكل المُفصل، سيعرض عليكم فيما يلي نتائج التحليل الكيفي لهذه الدراسات على شكل مجموعة من النقاط وهي:

❖ أن هناك 65 دراسة من أصل 106 دراسة أي بنسبة (61.3%) قد أوضحت أن الإعلام الجديد بما يتضمنه من (شبكات التواصل الاجتماعي/ الإذاعة الإلكترونية/ الصحافة الإلكترونية/ المواقع الإخبارية) تؤدي دوراً مركزياً في التأثير على الهوية الاجتماعية والثقافية والوطنية والدينية واللغوية "اللغة العربية" والقيم والعادات والتقاليد، وتتمثل هذه الدراسات في "دراسة الفتني، مالكي (2021)/ دراسة غربي (2021)/ دراسة السنوسي (2021)/ دراسة نصيرة، رزق الله (2020)/ دراسة عثمان (2020)/ دراسة غزواني (2020)/ دراسة العساف (2020)/ دراسة بربخ (2019)/ دراسة صابر (2019)/ دراسة خميس (2019)/ دراسة بكير (2019)/ دراسة بدر (2019)/ دراسة سليمان (2019)/ دراسة رشدي (2019)/ دراسة جلال (2019)/ دراسة السنوسي (2019)/ دراسة حميدة (2019)/ دراسة مهداوي (2019)/ دراسة خليل (2019)/ دراسة عبد الحكيم (2019)/ دراسة يحيى (2019)/ دراسة عبيدش، علواش (2019)/ دراسة مجاني، مرازقة (2019)/ دراسة كزوط (2019)/ دراسة فرحي (2019)/ دراسة جمال (2018)/ دراسة نويصر، لبن (2018)/ دراسة محمد (2018)/ دراسة السيد (2018)/ دراسة جفال، طلحة (2018)/ دراسة فيدوح (2018)/ دراسة بن عياش (2018)/ دراسة شاوي (2017)/ دراسة بلعربي (2017)/ دراسة الشمري (2017)/ دراسة ونوغي (2017)/ دراسة دريم

(2017) / دراسة بنسعيد (2017) / دراسة البيومي (2017) / دراسة عثمان (2017) / دراسة يحيى (2017) / دراسة الضو (2017) / دراسة جديدي، علوش (2017) / دراسة حسن (2017) / دراسة عز العرب (2017) / دراسة السنوسي (2017) / دراسة قاسم (2017) / دراسة قاسم (2017) / دراسة حماد، الحازمي (2016) / دراسة الحديد (2016) / دراسة طيب، سلطاني (2016) / دراسة الزهري (2016) / دراسة بن طيفور (2016) / دراسة بوقلوف (2016) / دراسة بولعويادات (2016) / دراسة لونيس (2015) / دراسة منصر (2015) / دراسة البدوي (2015) / دراسة الشريف (2015) / دراسة مبنى (2014) / دراسة العرضاوي (2014) / دراسة صراوي (2014) / دراسة محدي (2013) / دراسة الشهري (2013) / دراسة الرفوع (2011)."

❖ أن هناك 23 دراسة من أصل 106 دراسة أي بنسبة (21.7%) تُفيد بأن وسائل الإعلام الجديدة تُساهم في التنمية الشاملة عمومًا والتنمية الثقافية للمجتمعات خاصة، وتتمثل هذه الدراسات في "دراسة نور الدين، نور الدين (2021) / دراسة يامين، رغبس (2021) / دراسة بن لعلام، بنان (2021) / دراسة شيناز، بولحبال (2020) / دراسة زازيحي (2020) / دراسة طه (2020) / دراسة عبد الله (2019) / دراسة النجادات (2019) / دراسة دربال (2019) / دراسة رضوان (2019) / دراسة شيهب (2019) / دراسة الوحيشي (2018) / دراسة حسن (2018) / دراسة الجمال (2018) / دراسة علقم (2018) / دراسة حدادي (2017) / دراسة أشرف (2017) / دراسة دفع الله، المهدي (2017) / دراسة محمد (2017) / دراسة بن جيلالي (2016) / دراسة لونيس (2014) / دراسة عبد الغني (2014) / دراسة حسين (2014)."

❖ أن هناك 4 دراسة من أصل 106 دراسة أي بنسبة (3.8%) تُشير إلي أن التكنولوجيا الرقمية ساهمت في تغيير القطاعات الثقافية الرئيسية الأربعة، وهي كالتالي: "الفنون، الصناعات الثقافية، وسائل الإعلام والتراث، وعلم المكتبات والمتاحف"، وتتمثل هذه الدراسة في "دراسة سكيك (2022) / دراسة شاوي (2022) / دراسة نسيم (2021) / دراسة قرش، جاد الرب (2019)"، ويظهر الشكل التالي هذه النتائج بيانياً:



شكل رقم (8) يوضح التحليل الكيفي للدراسات التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية العربية (عينة الدراسة)

من حيث التوزيع النسبي التحليل الكيفي للنتائج التي توصلت لها الدراسات (ن = 106) سابعاً: التوصيات التي خرجت بها الدراسات والبحوث التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية:

سيقوم الباحث في هذه الجزئية بعرض التحليل الكيفي للدراسات من حيث التوصيات التي استنتجتها كل دراسة من خلال النتائج التي قد توصلت إليها، وسيتم عرض ذلك على شكل مجموعة من الفئات العريضة التي يندرج تحتها مجموعة من النقاط، وهي كالتالي:

❖ أولاً: الدراسات التي قدمت بالفعل توصيات ومقترحات: فنجد أن عدد الدراسات التي قدمت توصيات أو مقترحات بلغ 43 دراسة من أصل 106 دراسة قام الباحث بتحليلهم بشكل كفي أي بنسبة (40.6%)، ولكن الجدير بالذكر هنا هو تنوع نوع الدراسات التي لم تقدم أي توصيات أو مقترحات، فقد لاحظ الباحث أن لم تقتصر هذه الدراسات على نوع واحد فقط، وهذا ما سنعرضه فيما يلي:

◀ الدراسات الإمبيريقية الميدانية التي قدمت توصيات ومقترحات: فقد وجد الباحث من خلال التحليل الكيفي للدراسات أن هناك نحو 27 دراسة من أصل 43 دراسة ذكرت

وقدمت توصيات أو مقترحات، وذلك بنسبة (62.8%)، وهي نسبة جديرة بالبحث، **وسيعرض الباحث فيما يلي هذه الدراسات وما قدمته من توصيات أو مقترحات مرتبة تنازلياً من الأحدث إلى الأقدم:**

✘ **دراسة غزواني (2020):** وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وقد تضمنت ما يلي: (ضرورة تكثيف الدورات التدريبية وورش العمل والحملات التوعوية داخل الحرم الجامعي للمساهمة في حماية الطالبات من الإنزلاقات وسوء استخدام الهواتف الذكية وتفعيل دور الإرشاد الكاديمي والإحاطة بالطالبات من خلال النصح والإرشاد والتوجيه حتى يبقى الهاتف الذكي وسيلة اتصال وتواصل وتعليم وتعلم وليس سلاح يدمر الأفراد والمجتمعات أو وسيلة انتهاك الخصوصية في ظل الانتشار الواسع والسريع للمعلومات المكتوبة والمرئية والمسموعة).

✘ **دراسة محمد، وآخرون (2020):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وقد احتوت على ما يلي: (توعية الشباب بالغزو الفضائي وتحصينهم ضده بالتربية السليمة حتى يكون لديهم القدرة على التمييز بين الغث والسمين، وأجاء ندوات وملتقيات تاريخية وإشراك الشباب الجامعي فيها ليس كمنظم كحسب، بل كمشارك لأثراء البحث العلمي وتنمية إحساسه بالانتماء للدولة المصرية، وتاريخها العريق وأهمية عامل التاريخ كميكانيزم رئيسي في الهوية والثقافة المصرية. وتوجيه الشباب من خلال تبصيره بطرق استغلال التطور التكنولوجي بإيجابياته بدل اهتمامه بالقشور الذي تسلبه هويته وثقافته العربية الأصيلة. وإشراك الطلبة في البرامج التطوعية والمجتمعية والتي تعمل على تعزيز الانتماء المجتمعي، وبالتالي تسهم في تحقيق النظرة الإيجابية والمتفائلة نحو الحياة).

✘ **دراسة خميس (2019):** وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، أهمها ما يلي: ضرورة تنمية الوعي بخطورة إساءة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتوظيفها بشكل خاطئ، لأن في نظرهم يوجد "غرب" يريد طمس الهوية العراقية.

✘ **دراسة بكير (2019):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وقد تضمنت ما يلي: (ضرورة إجراء المزيد من الدراسات والبحوث الخاصة بالمراهقين للتعرف على الاحتياجات الفعلية لهم من وسائل الإتصال الحديثة وفقاً لمختلف الخصائص الديموغرافية. وضرورة التجديد في مضمون البحوث الإعلامية بما يتلاءم مع واقع المجتمع العربي، مع مراعاة مفهوم التربية الإعلامية في علاقتها بوسائل الإتصال الإلكترونية. وإزالة حواجز الخوف بين الأبناء والآباء، والعمل على متابعة ما يتعرضون له من خلال جو من المودة دون اشعارهم بخضوعهم تحت المراقبة. وإقامة جلسات عائلية بصورة مستمرة، وإتاحة الفرصة لكل أفراد الأسرة بالتعبير عن أفكارهم بحرية، وإيجاد جو من التواصل مع الأسرة. وتحصين المراهقين من خلال بث برامج ثقافية وسياسية واجتماعية هادفة تربوياً للوقوف أمام خطر الغزو الإعلامي القادم إلى عالما العربي من خلال وسائل التكنولوجيا الحديثة، نقلاً عن الأفكار الإعلامية الغربية. ودعم الجهود التي تساهم فيها الأجهزة الرسمية والشعبية لإحداث تغيير ثقافي يخاطب عقل ووجدان المراهقين، للتخلص من العادات والتقاليد النمطية كالإغتراب الاجتماعي.

وكذلك تقديم مواد إعلامية أكثر قوة تعكس الواقع الفعلي للمراهقين من خلال وسائل الإتصال الحديثة بالقنوات الفضائية والمواقع الجيدة بالإنترنت، لمواجهة الواقع الغربي المصطنع الذي يهرب إليه بعض المراهقين فراراً من مشكلاتهم الإجماعية).

✘ **دراسة يحمي (2019):** وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، قد تمثلت فيما يلي: بناء الإنسان المتكامل ليكون في حجم التحدي وتربيته على أخلاقيات عقائدية تمنحه المناعة الحضارية المطلوبة، ولعل أهم مرحلة في هذه التربية العمل على إشاعة وترسيخ القيم العقائدية والإيمانية لأن بها وقف الجيل الأول من الأمة في وجه كل اختراق بل واستطاعوا من خلال ترسيخ المبادئ العامة للإبداع الحضاري الذي يكرم الإنسان كيفما كان نوعه ولونه وجنسه، وتصحيح بعض المفاهيم الخاطئة التي أصابت ثقافتنا، كما يجب أن نوضح ونبرز المقاييس الثقافية الإسلامية الصحيحة وتفعيلها في الإنتاج الثقافي الذي يحمل مفاهيمها الحقيقي. وكذلك يجب على الأمة الإسلامية أن تسارع في الاستفادة من مكتسبات التكنولوجيا في وسائلها الإعلامية، خاصة مع ظهور الإعلام الجديد واستعماله في توعية وتنقيف الأطفال والشباب وحمايتهم من الوقوع في فلك الانحراف والضلال وحماية وجود الأمة الإسلامية وغيرها من خطر الغزو العلمي والتكنولوجي الجديد، وبخاصة أن الثقافة الإسلامية ثقافة عالمية ورسالة الإسلام جاءت للبشرية جمعاء، كما أخبرنا بذلك القرآن الكريم قال تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴾ [الحجرات: 13]. وأيضاً تجديد الخطاب الثقافي الإسلامي وتطويره، بحيث يلائم روح العصر مع ضرورة الحفاظ على أصالة الثقافة الإسلامية ومضمونها من أجل خدمة الهوية الإسلامية ودعوة الناس إلى التعرف على حقيقة الدين الإسلامي من خلال القنوات الفضائية وشبكات الإتصال العالمية "الإنترنت"، وتيسير العمل الصحفي وسهولة الترجمة حيث إن العالم اليوم يتغير بسرعة فائقة وعلينا أن نطور أدواتنا ووسائلنا وطريق تصدير ثقافتنا. إن التبليغ اليوم عبر تقنية الشبكات الإلكترونية والفضائيات يمثل أفضل وأسرع الطرق للتأثير في عقول أجيالنا، وكذلك في عقول الآخرين لا أن نكون مجرد مستهلكين لثقافة الغير ومعلوماته لأن الاستهلاك الثقافي بدون أن نكون منتجين ثقافياً يجعلنا ندوب في ثقافة في ثقافة الآخر ونفقد بالتالي الثقة في ثقافتنا ومبادئنا، وهذا ما يهدف إليه الآخر الغربي بكل تأكيد. إلى جانب ضرورة وضع ضوابط وقيود وإشراف من قبل مختصين عند استخدام شبكة الإنترنت وبخاصة فيما يتعلق بالبرامج الإباحية والمنافية لقيم وثقافة المجتمعات الإسلامية. كما ينبغي إنشاء مراكز ثقافية إسلامية موحدة تهتم بدراسة قضايا العصر سواء كانت ثقافية أم اجتماعية أم حضارية فور ظهورها ومن ثم متابعة تطورها ووضع التصور السليم للموقف الإسلامي إزاءها وهذا يتطلب عقد الندوات العلمية والمؤتمرات الثقافية وإيجاد مراكز ثقافية موحدة، إلغاء التنوع والتعدد الثقافي وإنما يعني السعي نحو تأسيس لا يعني إطلاقاً رؤية ثقافية كونية ناتجة عن التفاعل الإيجابي والحر بين مختلف مراكز الفكر والثقافة. والانفتاح على الثقافة الغربية والاستفادة من تطورها العلمي والتكنولوجي ينبغي أن يكون من خلال إستراتيجية تضمن إيجابية هذا الإنفتاح لأن الإنفتاح المذموم هو الذي أدى إلى ذوبان الشخصية

الثقافية بسبب الانهيار والاعتراب عبر منافذ الاختراق والتغريب والإسلام لا يمتع الانفتاح المحكم الرامي نحو الاستفادة من علوم الآخرين النافعة قال سبحانه وتعالى: ﴿قل هل عندكم من علم فتخرجوه لنا﴾.

✘ **دراسة نويصر، لبن (2018):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، واحتوت على ما يلي: اهتمام المؤسسات الإعلامية وخاصة صناع السينما والدراما والأغاني، بتقديم مضامين هادفة تحافظ على قيم الشباب والارتقاء بالذوق العام لهم للحد من انتشار الألفاظ المتدنية. والتي يُشجع استخدامها على مواقع التواصل الاجتماعي من قبيل الدعاية والتقليد. وتنمية مهارات التقليد ودعم العقلانية والاهتمام بالتعلم الذاتي للطلبة لتنمية ملكة البحث عندهم، من خلال صقل مجالات التعلم الذاتي في المدارس والجامعات، لتوسيع آفاق الطلبة في الثقافة العامة، وعدم تركهم كفرسية لسليبات الانفتاح الثقافي الإلكتروني. وتفعيل دور الدولة ومنظمات المجتمع المدني بخلق طرق تواصل جديدة مع الشباب، تستخدم فيها نفس وسائلهم الحديثة، وذلك لبث روح المواطنة والانتماء وترسيخ قيم الهوية الثقافية المصرية لدى الشباب. وتنمية اعزاز الدارسين في مختلف المراحل التعليمية باللغة العربية، من خلال تعويد المعلمين لطلابهم على التحدث باللغة العربية الفصحى، بالإضافة لإنشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لدعم اللغة العربية وعدم إندثارها، توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لدعم المشاركة المجتمعية للشباب من خلال تنظيم نشاطات التوعية والتطوعية والخيرية، وبالتالي الاستفادة من إندماج الشباب في العالم الافتراضي لتقديم نشاطات حقيقية في العالم الواقعي.

✘ **دراسة حسن (2018):** وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وقد تضمنت ما يلي: (ضرورة إجراء المزيد من الدراسات حول نظريات ترتيب الأجنحة ونظريات الإنماء المعرفي المتعلقة بالإعلام الجديد وتطبيقاتها على الجمهور دارفور. إلى جانب ضرورة الالتفات إلى الفعالية الكبنة لتطبيقات الإعلام الجديد وابتداع طرق لتعزيز فرص التنمية الثقافية، ومن أهم ما يمكن النهوض به هو السعي نشر تدوين اللغات المحلية التي أوشكت على الاندثار. وكذلك الانتباه إلى كون الإعلام الجديد يقدم انفجارات معلوماتية كثيفة المحتوى متعددة التصنيف؛ الأمر الذي يفرض تكثيف المواعين الثقافية أو المعرفية الموازية تؤدي إلى وعي جمعي لجمهور دارفور. كالمراكز القافية والمنتديات والعكوف على تضمث مقررات دراسية عن الإعلام التفاعلي وأخلاقيات النشر الرقمي في البرامج التعليمية التي تقدمها مراكز دراسات السلام والتنمية المنتشرة في جامعات دارفور، وسائل الإعلام التقليدية "الرسمية" مطالبة بفتح تطبيقات إعلامية رقمية جديدة للتفاعل مع الجمهور رقمياً، لخلق التوازن المطلوب والإسهام في تعزيز الوحدة الوطنية.

❖ **دراسة محمد (2018):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وهي كالتالي: (وضع قانون يثبت جرائم العنف الرمزي بوسائل الإعلام الجديدة وصوره والعقوبات التي تتناسب مع طبيعتها. وإنشاء صفحات إلكترونية بعنوان "مع أو ضد العنف الإلكتروني- نعم للتبليغ عن الانتهاكات" لنشر تجارب من تعرضوا للعنف مع عدم الكشف عن هوياتهم، وتنظيم حملات توعية بمخاطره ونشر حسابات ترويجية وقانونية عبر مواقع الإنترنت تحذر الشباب من مخاطر هذا العنف إنشاء مراكز إرشاد نفسي معتمدة؛ لاحتواء الخلافات الأسرية والاجتماعية. وتفعيل صفحات المؤسسات الدينية الرسمية؛ لبث الأفكار الدينية السليمة التي تنبذ العنف.

❖ **دراسة السيد (2018):** وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وأهمها ما يلي: (إذا كان تعزيز الهوية الوطنية هو مهمة مؤسسات وقطاعات متعددة، فإن هناك قطاعات بعينها لها دور أكبر، وفي مقدمة هذه القطاعات قطاع الإعلام، الذي يمكنه القيام بدور كبير في مجال تعزيز الهوية الوطنية، حيث إن وسائل الإعلام الحكومية والخاصة منوط بها غرس القيم في عقول وقلوب الشباب، فالإعلام يقوم بدور كبير في مجال دعم قيم الولاء والانتماء، والتأكيد على الثوابت القومية، وبالتالي له دوره الكبير في مجال تعزيز الهوية الوطنية وترسيخ ثوابتها ودعائمها الأساسية. كما يجب أن تعمل مؤسسات الدولة على تمكين الشباب من إدراك أدوارهم كمواطنين يتمتعون بحقوق وطاقات متميزة للتأثير الفاعل على مسار حياتهم ومستقبل مجتمعهم. وكذلك ضرورة تطوير المناهج الدراسية لترفع ثقافة الشباب حول الوطن. وضرورة أن تأخذ القنوات الفضائية في الاعتبار أهمية تقديم برامج عن الهوية الوطنية بحيث تعالج مشكلات المجتمع بمصادقية، وتوجه الشباب إلى نماذج وتجارب ذات توجهات مجتمعية رائدة من خال مضامين خفيفة تواكب اهتماماته وميوله. وضرورة أن تقدم القنوات الفضائية برامج عن قصص لشخصيات مشهورة، تكون مصدر إلهام للشباب وشخصيات كارزمية تجذبهم وتنمي القيم والاتجاهات الإيجابية. كما أنه لا بد من دراسة احتياجات الشباب وأخذ رغباتهم في الاعتبار عند وضع خطط البرامج بالقنوات الفضائية فلا مانع من بث البرامج الترفيهية والغنائية بشكل لا يخرج عن إطار القيم والعادات والتقاليد. إلى جانب مراعاة الفضائيات المصرية لمبدأ المسؤولية الاجتماعية للحفاظ على هوية وثقافة المجتمع، ومراعاة ألا تجرفها منافسة القنوات الأجنبية إلى تقليدها رغبة في إرضاء الجمهور. مع ضرورة توعية الشباب الجامعي بإيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي، وأن هذه المواقع أداة فعالة في التواصل مع الآخرين من أجل تبادل المعلومات سواء في محيط الجامعة أو في محيط البيئة الخارجية مع الأهل والأصدقاء. كما أوصت بأهمية التواصل الحضاري وهذا يعني أهمية الحفاظ على الهوية الوطنية من خال القدرة على التعامل بشكل إيجابي مع التعددية الفكرية والثقافية والعرقية والسياسية والاقتصادية، وذلك لأن التعددية سنة من سنن الله في خلقه، ولذلك فإن تربية الشاب في ضوء هذه التعددية يمكن أن تنمي فيه روح التسامح ورفض التعصب، واحترام الآخر وقبول الاختلاف مع الغير.

❖ **دراسة الجمال (2018):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، والتي تمحورت حول: إجراء المزيد من البحوث حول النسق القيمي للشباب، وعلاقته بوسائل

الإعلام الجديد، ورصد التأثيرات المحتملة لاعتمادهم على تلك الوسائل الإلكترونية، سعياً لإحداث المزيد من التواصل مع تلك الفئة المهمة في أي مجتمع، وتكثيف الدراسات النظرية والعملية والميدانية لرصد ظاهرة إدمان الإنترنت ومعرفة مدى انتشارها في المجتمع وأثارها على الشباب بشكل خاص في أدائهم العلمي وحياتهم الأسرية، وكذلك دعم التوعية الأسرية والإعلامية بالمخاطر الاجتماعية والأخلاقية الناجمة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومشاركة الأسرة للأبناء في بيان أهمية استخدام الإنترنت وتحديد إيجابياته وسلبياته. ثم وضع برامج إعلامية توعويه للشباب لترشيد استخدام تلك الشبكات، وإصدار نشرة إعلامية إرشادية جامعية، توزع داخل الجامعة لنشر الوعي لدى الشباب بضرورة الاستفادة من الإنترنت بشكل إيجابي، والعمل على استغلال اقبال الشباب الشديد على وسائل الإعلام الجديد بكافة أشكاله والعمل على دعم المنظومة القيمية للشباب من خلال هذا الإعلام الجديد. كما أكدت على ضرورة تكاتف عدد من الجهات لدعم المنظومة القيمية لدى الشباب منها: وسائل الإعلام التقليدية والحديثة بجانب مؤسسات التنشئة الاجتماعية والتي منها دور الأسرة والمدرسة والجامعة والجامع أو الكنيسة، وغيرهم من مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

✘ **دراسة علقم (2018):** وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وقد كانت تدور حول: وضع رؤية إستراتيجية تتكون من ثلاثة محاور متكاملة لمواجهة التأثير الثقافي لوسائل الإعلام الجديد، تتمثل في "البناء القيمي والأخلاقي للشباب، التسليح العلمي والتكنولوجي، والتنوع الثقافي. كما أكدت على الجهات المعنية بأمر الثقافة والشباب إستثمار المميزات التي تتمتع بها وسائل الإعلام الجديد في التواصل مع الشباب لأنها تسهم بصورة فاعلة في تشكيل ثقافتهم. وأيضاً أثراء محتوى وسائل الإعلام الجديد بالثقافة الوطنية مع تركيز الإهتمام بنوعية هذا المحتوى وتسويقه بصورة جاذبة لهذه الفئة خاصة عبر "الفيسبوك والواتساب واليوتيوب" فهي أكثر الوسائل إستخداماً لعينة الدراسة. كما يجب على الدولة والمجتمع الإعتراف بثقافة الشباب والتعامل معها وتبنيها كاحد الفروع الثقافية وذلك بقبول نافعها وتهذيب فاسدها والعمل على مزجها بالثقافة الرئيسة وتغذيتها وربطها بالموروث الثقافي.

✘ **دراسة الشمري (2017):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وأهمها ما يلي: (إقامة ندوات علمية لتوضيح سلبيات وسائل الإعلام الجديد وكيفية تجاوزها، والعمل على استخدام وسائل الإعلام الجديد في تحسين الجانب العلمي للطلبة. وكذلك إقامة ندوات تعريفية للشباب بصورة عامة فيما يتعلق بإدارة الوقت وإستثمار أوقات الفراغ.

✘ **دراسة ونوغي (2017):** وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وتمثلت في: العمل على تنمية الوازع الديني لدى الشباب الجامعي الجزائري، والالتفات إلى التراث العربي الإسلامي، وتوظيفه للاستفادة منه ولحماية الهوية الثقافية، العمل على تفعيل التواصل الاجتماعي داخل الأسرة، ضرورة تفعيل دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية "الأسرة، المسجد، المدرسة، الجامعة، النوادي..." في غرس دعائم الخصوصية الثقافية لكل مجتمع خاصة الشباب الجامعي - في نفوسهم عقولهم

وممارسة الشغائر الدينية، والمراقبة الذاتية، مع الرجوع للذات والتواصل مع الواقع. وتحسيس الشباب الجامعي بأخطار تطبيقات الإعلام الجديد الفيسبوك على الهوية الثقافية الأصلية. وكذلك المحافظة على العادات والتقاليد والأعراف، ومنه الاعتزاز بالشخصية القومية، تفعيل دور الإعلام المحلي بترشيد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. وأيضاً الاهتمام باللغة العربية وبطرق تدريسها للناشئة والشباب، لأنها الحامية لروح المجتمع وهويته الثقافية. العناية باللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك، ومناهج التربية والتعليم، الاهتمام بالشباب ورعايتهم تونبيهم بضرورة المحافظة على الهوية الثقافية، وتراث الأمة وقيمها العربية الأصلية. ثم التركيز في المناهج التربوية والتعليمية الجامعية على ظاهرة الاغتراب الثقافي، وأثر "الفيسبوك" على الهوية الثقافية الجزائرية.

✘ **دراسة البيومي (2017):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وتتضمنت فيما يلي: ضرورة التفكير في مشروع شامل يبدأ بخطوة تشخيص واقع الجيل الرقمي من خلال حوار لتحديد عمق الفجوة ومدى التباين الفكري والثقافي معهم نفسياً وعقلياً وقيماً، وفهم البناء الاجتماعي وشبكة علاقاته الروحية والسلوكية والتنظيمية، بما يضمن اتساق حركة الفرد والمجتمع وفق رؤية واحدة، ومناخ ثقافي واحد؛ والحيلولة دون حدوث تصادم بين جيل رقمي ناشئ وبقية الأجيال من جهة، وبين توجهات الجيل الجديد وتطلعات المجتمع المستقبلية من جهة ثانية. ومشروع يحقق عملية اكتشاف ومعرفة دقيقة بخصائص هذا الجيل، والتعرف على رؤيته للعالم، لكي يتحقق النجاح في التخطيط للمرحلة القادمة، ثم تأتي خطوة المعالجة وتتم عبر بناء مبادرات وبرامج وخطط عملية واقعية ترعاها الدولة من خلال المؤسسات المعنية.

✘ **دراسة عثمان (2017):** وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، والتي تمحورت حول: ضرورة التعريف أكثر بأهمية تأثير الشبكات الاجتماعية، وذلك عن طريق عقد اللقاءات والمؤتمرات لذلك. كما أوصى الباحث بضرورة توجيه الدعوة إلى أولياء امور بضرورة مراقبة أبنائهم أثناء دخولهم على الإنترنت عموماً، وشبكات التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص بناء على ملاحظات الباحث، وإذا حدث خلل من جانب الأبناء، فيجد على الآباء التعامل معهم بشيء من الرفق واللين. وضرورة مخاطبة كليات الإعلام والمراكز البحثية المنتشرة على مستوى الوطن العربي عن ضرورة تشجيع الباحثين وطلاد الدراسات العليا على إجراء المزيد من الأبحاث والدراسات عن مختلف شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها المختلفة على الفرد والمجتمع. وأكدت الدراسة على أهمية العمل على تحقيق التكامل بين مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة وخاصة الرسمية منها، لتفادي التناقض في الأهداف والمضمون فيما تقدمه للناشئة في المجتمع. وذلك بالتنسيق والتخطيط الجيد على المستويات العليا. وعلى المرين أن يكونوا على إطلاع كامل بما تحويه هواتف أبنائهم من رسائل وصور وأرقام لأنهم أول المقصودين. وضرورة توظيف تطبيقات الإعلام الجديد فيما يعود على الشخص بالنفع في جميع الجوانب، فقد أثبت علماء التربية مثلاً من الناحية التربوية أن بعض وسائل الإعلام تؤدي إلى رفع قدرة الطفل على القراءة والكتابة، والتعبير الشفوي، والقدرة على الاستماع والتركيز، وتعلم الثقافة العامة، والعلوم

واللغات الأجنبية، والتربية الفنية والرياضيات، ما أنها تقوي المقدرة على حلّ المشكلات التي تواجهه، وتساعد على التوافق الإجتماعي، وتطوير هواياته ومواهبه، واستغلال وقت فراغه. وأن يكون الشخص ذا حس نقدي، يميز بين الصالح والطالح؛ حتى يحلّل الأفكار التي يتلقاها ويمحصها. وضرورة الاهتمام بالتربية الدينية التي ترسخ في الإنسان مبادئه الإخلاقية، وعقائده الإسلامية، وتوجهه الأخلاقي؛ حتى يسان من كل انحراف، أو زيغ عقائدي، أو ديني. ومراقبة الأبناء وتوجيههم الوجهة الصحيحة أثناء استهلاكهم ما يبثه الإعلام الجديد على الشبكة العنكبوتية، وتنمية الإحساس بالدين والوطن والانتماء؛ حتى يكون المتلقي ذا مناعة قوية أمام كل ما من شأنه أن يجرده من انتمائه وأصوله، أو يخذ في عقيدته ودينه.

✘ **دراسة محمد (2017):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وقد احتوت على ما يلي: الاهتمام بوسائل الإعلام الجديد وتوظيف الرسائل الإعلامية التي تبث عبرها في تعزيز القيم الإجتماعية الجيدة في المجتمع كقيمة التكافل، وضرورة إتقانت المؤسسات لمنصات التواصل الإجتماعي كفيسبوك واتساب ومحاولة بث الرسائل الهادفة من خلالهما. ورعاية الأنظمة للمبادرات الشبابية ودعمها لتفعيل الفوائد الإيجابية لوسائل الإعلام الجديد. وإدراج مناهج متخصصة في المراحل التعليمية المختلفة تشرح الفرص التي يوفرها الإعلام الجديد في إحداث التغيير المجتمعي.

✘ **دراسة دفع الله، المهدي (2017):** وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، واشتملت على ما يلي: تتمنى من الشباب وجميع مستخدمي شبكات التواصل الإجتماعي العمل على نشر الثقافة الإسلامية والقيم الثقافية للشعب السوداني. كما توصي الدراسة الشباب بالاستفادة القصوي من الامكانيات التي يتيحها تطبيقي فيسبوك واتساب واستثمارها ايجابيا في التعرف على آخر ما توصل اليه العلم في مختلف التخصصات وبالتالي تطوير مهاراتهم الذاتية. وبما أن تطبيقي فيسبوك واتساب أصبحا من الوسائل الحديثة للاتصال وهما أهمية كبيرة لمستخدميهما، فإن الباحث يوصي بإجراء دراسات أكثر عمقا في هذا المضمار لجميع فئات المجتمع وعلي وجه الخصوص فئة الاطفال والطلاب التي اتضح من خلال الدراسة أنها الفئة الأكثر استخداماً وتعرضاً لشبكات الاجتماعية. وأيضاً توصي الدراسة الشباب بالاستفادة القصوي من الامكانيات التي يتيحها تطبيقي فيسبوك واتساب واستثمارها ايجابيا في التعرف على آخر ما توصل اليه العلم في مختلف التخصصات وبالتالي تطوير مهاراتهم الذاتية.

✘ **دراسة الضو (2017):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وقد كانت تدور حول ما يلي: ضرورة اهتمام الدولة برعاية الشباب من خلال دمجهم في الخطط الاستراتيجية لبرامجها الداعمة للتنمية والتطوير واستصحاب اتجاهاتهم وتطلعاتهم، وتجويد وتطوير الرسائل الإعلامية عبر المواقع الإلكترونية الدينية، ووضع البدائل للمواقع الإلكترونية العالمية وتجويد رسالة هذه البدائل، وتشجيع الشباب على تعزيز القيم الإسلامية ودحض الظواهر السالبة من خلال إنشاء مجموعات بمواقع التواصل الإجتماعي تتبنى هذه المعاني. وتوجيه الدولة لمؤسساتها الإعلامية للعمل على

توعية المجتمع من الانقياد وراء ثقافة الغرب والمحافظة على القيم المحلية وملاحم الحضارة الإسلامية. وتكثيف البحوث العلمية القائمة على قياس توجيه الوسائل الإعلامية وتأثيراتها على المجتمع وخاصة على فئتي اليافعين والشباب وأثرها المكتبة العلمية بمثل هذه البحوث. وكذلك توجيه الدولة مناهجها التعليمية نحو تعزيز مفهوم الوطنية في المدارس والجامعات وإنشاء مواقع إلكترونية لتعزيز الهوية الوطنية. كما أوصت بضرورة دعم وتشجيع مبادرات الشباب التطوعية وتبني الدولة لها ورعايتها، وإنشاء المزيد من المواقع الإلكترونية الجاذبة للتواصل كبداية للمواقع العالمية مع العمل على توعيتهم عبرها عن مخاطر الإدمان الإلكتروني، وتصميم مواقع علمية ذات طابع عربي وإسلامي على شاكله موقع غوغل العالمي وغيره من مواقع، وتدريب الشباب على مهارات إدارة الوقت وحسن توظيف الطاقات. وتجويد محتوى الرسائل المصممة كبداية لرسائل التحول الثقافي لوقاية الشباب من الانحراف الاجتماعي بسبب المضامين التي توجههم نحو العنف والجنس والمخدرات وغيرها. كما أشارت إلى أنه على المدارس الثانوية والجامعات العمل على تبني برامج ثقافية تدعم نشاط الطلاب غير الأكاديمي، وتوظيف الوسائط الإلكترونية في ذلك. وتوظيف مؤسسات التربية للوسائط الإلكترونية لترقية الأداء الأكاديمي والتعليمي والمعرفي، وحث الأسرة الصغيرة (الأم، الأب، الأبناء) لإنشاء مجموعات في الاسفير الإلكتروني لزيادة مساحات التلاقي المفقود لتعميق التواصل والقضاء على الجفاء الأسري. وتصميم وسائل تواصل بين منظومة المجتمع التربوي (ثانويات، جامعات، أسر، مؤسسات شبابية) لوضع برامج جاذبة للشباب وتوظيف طاقاته في ذلك.

❑ **دراسة جديدي، علوش (2017):** وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وأهمها ما يلي: الحث على عدم الإسراف في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتحديد أوقات تكون منظمة ومناسبة لاستخدام الدوافع. والعمل على إنشاء صفحات موافقة للمناهج الدراسية ومسايرة لمختلف التطورات الدراسية، حيث تكون هذه الصفحات تحت إشراف الأساتذة والباحثين، ووضع عدد من الكتب التي تهتم في مجموعة التلاميذ وتحقق لهم الاستفادة العلمية في مجال تخصصهم خاصة في عطلة الصيف لاطلاع عليها وتنميتهم فكرياً، حث التلاميذ على التعاون مع زملائهم وتعليمهم مع الإيثار وتقاسم الدواد المعرفة مع زملاء الدراسة. وكذلك تقديم آلية شبكات التواصل الاجتماعي التعليمية التي استخدمها كل فصل دراسي من حيث التواصل والتفاعل والإفادة المحققة منها وتشجيع المتميزين وتكريمهم من إجراءات الرقابة على هذه الشبكات عليها ويحقق نمو التلاميذ معرفياً ومهارياً ووجدانياً، ونشر ثقافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مستوى الثانويات، من خلال الرقابة الدائمة للتلاميذ كوضع عناوين للمواقع المحظورة ومن ينحطى ذلك سيتم طرده.

❑ **دراسة أمين (2016):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وهي كالتالي: أهمية التنقيف المعرفي والديني والقيمي لأفراد الأسرة، وتوعيتهم بالأخطار الناجمة عن الاستخدامات المنحرفة لوسائل التواصل الاجتماعي، وعقد الدورات والمحاضرات والندوات التي تقدم النصائح التربوية والإعلامية، لتحقيق الرابط الأسري في المجتمعات الإسلامية، وعقد الدورات التدريبية للإعلاميين والمواطنين الإعلاميين

الناشطين في مواقع التواصل الاجتماعي لتوعيتهم بحجم المسؤولية الأخلاقية الملقاة على عاتقهم تجاه مجتمعاتهم لتجنب أن يكونوا معولاً من معاول هدم القيم الأسرية التي حث عليها ديننا الإسلامي الحنيف. كما أوصت الدراسة الجهات الثقافية والدعوية والمنظمات العاملة في مجال الدعوة والإعلام الإسلامي أن تكثف وجودها تلك المواقع، وأن تعمق علاقاتها التفاعلية مع المستخدمين لتقديم النصح والمشورة لهم في المواقف المختلفة.

❧ **دراسة حماد، الحازمي (2016):** وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وتمثلت فيما يلي: ضرورة أن تتضمن مناهجنا الجامعية ظاهرة العولمة مالها وما عليها وشرح إيجابياتها وسلبياتها على كافة قطاعات المجتمع للطلاب، وكذلك أثرها الكبير على ثقافة مجتمعاتنا وخصوصيتها، وضرورة وضع الجهات المختصة بالتعليم وخاصة الجامعات خطاً واستراتيجيات متكاملة بهدف مواجهة تحديات العولمة من خلال تثقيف الطلبة وإشباع حاجاتهم الفكرية والاجتماعية بما يتلاءم مع عقيدتنا وقيمنا وثقافتنا العربية، كما أوصت بضرورة اهتمام الجامعات باللغة العربية والاعتزاز بها باعتبارها لغة القرآن الكريم، وأبرز ملامح ثقافة الأمة وأكثرها ارتباطاً بهويتنا، ويعتبر ذلك واجباً يفترض على الجامعات القيام به، وقيام الجامعة بإنشاء مركز للإرشاد النفسي والتربوي في الجامعة يوضح للطلبة كيفية التعامل مع مشكلاتهم النفسية والاجتماعية ومن بين هذه المشكلات مشكلة الشعور بالاغتراب، وإقامة الدورات والبرامج الإرشادية التي تناقش العديد من المشكلات التي يواجهها أفراد المجتمع وبخاصة شباب الجامعات، ومن أهمها كيفية مواجهة سلبيات ظاهرة العولمة التي تنعكس على هويتهم وشعورهم بالاغتراب. وقيام الإدارة الجامعية بإتاحة الفرصة للطلبة للمشاركة في اتخاذ القرارات التي تخص شؤونهم مما يشعرهم بالانتماء والولاء للجامعة الذي ينعكس بالتالي على الولاء والانتماء للمجتمع ككل مما يُحد من شعورهم بالاغتراب في مجتمعهم.

❧ **دراسة الحديدي (2016):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، والتي تضمنت ما يلي: إجراء المزيد من الدراسات عن دور الإعلام الجديد في إعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين، وإنشاء مجموعات شبابية على مواقع التواصل الاجتماعية، تعنى بتبني قضايا اجتماعية وثقافية تهدف إلى تأصيل القيم الإيجابية ونشرها بين الشباب، وتحذير الشباب من مغبة استخدام وتوظيف الإعلام الجديد في القضايا السلبية التي قد تؤثر سلباً في التنشئة الاجتماعية الأسرية القويمة والعلاقات بين اليافعين وأسرهم، وأن يعمل راسمو السياسات التربوية على التركيز على توعية اليافعين والشباب بالأثار الإيجابية والسلبية المترتبة على استخدام وسائل الإعلام الجديد دون استحضار الوعي، وضرورة تنفيذ برامج توعوية حول مختلف جوانب التعاطي بالإعلام الجديد، لما له من خطورة بالغة في خلق اتجاهات هذه الفئة العمرية، وبالتالي

صياغة سلوكياتهم فيما بعد ضمن محيطهم المؤسسي في الأسرة والمؤسسات التربوية ومؤسسات العمل في المجتمع.

❏ **دراسة بن طيفور (2016):** وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، هي: ترشيد استخدامات الإعلام الجديد من خلال استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي فيما يعود عليهم بالنفع بالحث على استخدامه في البحث العلمي والتواصل مع الأساتذة والعمل الخيري والابتعاد عما يعود عليهم بالسلب، تعزيز الهوية الثقافية العربية والإسلامية وذلك بدعم اللغة العربية وتعزيز مكانتها والالتزام بالإسلام إدارياً مرجعياً لثقافة الأمة. وأصت أيضاً بالاهتمام بجودة التعليم العالي والبحث العلمي من أجل ضمان شباب جامعي أكثر حصانة في النسق الثقافي القيم، والاستفادة من الخدمات الجديدة والمتطورة للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والإتصال في العلم والمعرفة من أجل ضمان عدم توسيع الفجوة الرقمية والمعرفية لدى الشباب الجامعي، وضرورة تفاعل الثقافة العربية الإسلامية مع الثقافات الغربية الأخرى مع وضوح الرؤيا حول ضرورة المحافظة على أصالة الثقافة العربية الإسلامية من لغة عربية وعقيدة إسلامية، وإنشاء ورشات للشباب وجهات علمية تعمل على مواجهة قضية اللغة العربية في التقنيات الحديثة ودراسة ما تم استحدثه من لغة جديدة في مواقع التواصل الاجتماعي، والحث والتشجيع على القيام بدراسات تعزز اللغة العربية عالمياً وتنشيط العمل على الإنترنت للتعريف بتعاليم الدين الإسلامي ومبادئه السمحاء، والحث على دراسات تقوم بمعالجة مشاكل الشباب في الوطني العربي في زمن العولمة وتوجيهه على سبل الوقاية والتعامل مع متغيرات العولمة. وحماية الهوية وصونها ووقايتها من مخاطر التيارات الثقافية الأجنبية من خلال حسن تقديمها وجلب الاحترام والتقدير لها، وتوفير البديل الإعلامي من خلال إطلاق شبكات تواصل اجتماعي عربية يتم فيها النقاش والتواصل بلغتنا العربية الأصيلة، حتى لا يجد الشباب نفسه أمام حتمية المواقع الأجنبية فقط، لتكون صاحبة التأثير الأكبر عليه، كما تجعل هذه المواقع الثقافة بكل أنواعها المحور الأساسي لها حتى تكون منابر ثقافية تتوجه إلى جمهور عربي واحد على الساحة العربية.

❏ **دراسة البدوي (2015):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وقد اشتملت على ما يلي: ضرورة تفعيل معايير الحوكمة الإعلامية المرتبطة بالتنظيم المؤسسي والمسئولية الاجتماعية للوسيلة، فضلاً عن ممارسة نقد الذات كخطوة جوهرية نحو الإصلاح. ويسهم ما تقدم، تبعاً لذلك، في بناء جيل واع وقادر على التفاعل السليم والنشط مع معطيات العصر، في إطار الالتزام بالمنظومة القيمية والأخلاقية، ومن شأن ذلك كله تدعيم هوية مجتمعاتنا العربية.

❑ **دراسة العرضاوى (2014):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وأهمها ما يلي: تشجيع البحوث والدراسات من الباحثين في مجال الإعلام وعلم النفس لدراسة تأثيرات التطبيقات الأخرى من الشبكات التواصل الإجتماعية مثل تطبيق "واتساب" على تشكيل الهوية الثقافية، وإجراء دراسة مقارنة بين الشباب الجامعي في الجامعات الحكومية والجامعات الخاصة والمستخدمين شبكات التواصل الإجتماعية، وذلك لرصد أثر استخدام اللغة الأجنبية بدلاً من العربية ومعرفة هذا الأثر في الهوية الثقافية حيث يعتبر عنصر اللغة ركيزة من الركائز الأساسية للهوية الثقافية، والعمل على تشجيع الإتصال بين الثقافات المختلفة على الصعيد العربي والعالمي مع الحفاظ على النسق القيمي، والاهتمام بالتنشئة الإجتماعية للمراهقين حيث يتم فيها غرس الأفعال والأفكار والقيم التي من شأنها أن تنتج فرد محققاً لهويته، أو مشتتاً ومنغلقاً للهوية. والحرص على متابعة الأبناء عند استخدام جميع مواقع شبكات التواصل الإجتماعي (الفيسبوك – تويتر – يوتيوب – وغيرها) وذلك عن طريق مشاركتهم عبر هذه المواقع، واستيعاب فئة المراهقين واحتوائها والعمل على ترشيد عدد الساعات التي يقضونها أمام شبكة الإنترنت حيث أن كثير منهم يلجأون للإنترنت هروباً من الواقع خاصة عند الأزمات والضغوط الحياتية. كما أوصت بضرورة توعية المراهقين والعمل على بناء الثقة المتبادلة والتفكير الناقد مع احترام آرائهم وأفكارهم ومنحهم مرونة أكثر وهذا مما يجعلهم يفصحون عن هويتهم الحقيقية عبر استخدام مواقع الإعلام الجديد كـ (الفيسبوك، وتويتر، وغيره)، وضرورة الإستفادة من التقدم التكنولوجي والانفجار المعرفي والنظر إليه نظرة ايجابية ووسيلة للتزود بالمعرفة والمعلومات والثقافة عبر شبكات التواصل الإجتماعية الإلكترونية.

❑ **دراسة الشهري (2013):** وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وهي كالتالي: إجراء المزيد من الدراسات عن مواقع التواصل الإجتماعي وأبعادها الإجتماعية المختلفة حتى تكون النتائج قابلة للتعميم بشكل أمثل حيث تبقى نتائج هذه الدراسة محدودة ضمن عينة البحث وهن طالبات الجامعة، وتنظيم دورات لتوعية الفتيات على حسن استخدام مواقع التواصل الإجتماعي واستثمار الفوائد العلمية والثقافية والإجتماعية، وإنشاء مجموعات شبابية هادفة على موقعي الفيسبوك وتويتر تتبنى قضايا اجتماعية وثقافية لتبادل المعرفة وتأسيس القيم والمبادئ الأصيلة، والعمل على توظيف تكنولوجيا الإتصالات الحديثة في عمليتي التعليم والتعلم، والتفاعل التعليمي، والبحث العلمي، لما لذلك من أثار إيجابية عديدة تزيد من فاعلية وكفاءة العملية التعليمية، وأن يعمل أعضاء هيئة التدريس على استخدام تكنولوجيا الإتصالات الحديثة في المناهج التي يقومون بتدريسها، وأن تتضمن أنشطة التعلم تكاليفات يوظف الطالب في آدائها تكنولوجيا الإتصالات الحديثة، وإجراء دراسات للتعرف على

معوقات توظيف تكنولوجيا الاتصالات الحديثة من وجهة نظر الطلاب، وأعضاء هيئة التدريس، ووضع خطط علاجية للتغلب عليها. وكذلك نشر الوعي بأهمية التماسك الأسري والحرص على الجلوس والحوار مع الأهل وترشيد استخدام الفيسبوك وتويتر حتى لا يؤثر على التواصل الاجتماعي مع الأسرة. وضرورة القيام برصد وتوصيف وتحليل ما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي وإخضاعه للدراسات المتعمقة بهدف الكشف عن اتجاهات الرأي العام في العديد من القضايا.

✘ **دراسة العقيل (2011):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وتمثلت فيما يلي: الاهتمام بمعارض الكتتب المحلية والدولية، والاهتمام بالمؤتمرات الدولية، ورعاية مراكز البحوث في المملكة العربية السعودية، وزيادة أعداد الجامعات وتنوع تخصصاتها، ورعاية المخترعين ومخترعاتهم وبراءات الاختراع.

◀ **الدراسات النظرية التي قدمت توصيات ومقترحات:** فقد تبين للباحث من خلال التحليل الكيفي للدراسات أن هناك نحو 6 دراسة من أصل 43 دراسة وذكرت وقدمت توصيات أو مقترحات، وذلك بنسبة (14%)، وهي نسبة جديرة بالبحث، وسيعرض الباحث فيما يلي هذه الدراسات وما قدمته من توصيات أو مقترحات مرتبة تنازلياً من الأحدث إلى الأقدم:

✘ **دراسة الفتني، مالكي (2021):** وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وتمثلت فيما يلي: ضرورة التعاون بين المؤسسات التربوية، فكل من الأسرة والمدرسة والجامعة هم مطالبون بالتكاتف فيما بينهم في سبيل مواجهة تحديات العولمة الثقافية، وتوفير كل السبل، واستخدام أنجع الطرق الكفيلة بالمحافظة على هويتنا الثقافية وضمان تمريرها للأجيال اللاحقة، وتفعيل دور الإعلام المحلي، سواء بدوره التوعوي المتمثل في توعية أفراد المجتمع بخطر العولمة الثقافية على الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري، أو فيما يخص بثه برامج يتضمن محتواها عناصر الهوية الثقافية المحلية سواء مضامين تاريخية أو قيمية دينية وحتى لغوية، وذلك باعتماد محتويات جذابة من شأنها تشجيع المشاهد الجزائري على الاستمرار في متابعتها، ما يضمن بشكل مباشر أو غير مباشر ضمان ترسيخ أبعاد الهوية الثقافية لدى جميع أفراد المجتمع الجزائري. وكذلك تفعيل ما توصلت إليه الأبحاث والدراسات العلمية من حلول في سبيل حماية هويتنا الثقافية، وتحصين الأفراد من خطر العولمة وسلبياتها.

✘ **دراسة سليمان (2019):** وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، والتي اشتملت على: إجراء مزيد من الدراسات حول مواطن الخلل والضعف لدينا، وكشف أوجه الخلل والتقصير؛ حتى نسهم في بناء الحضارة المعاصرة، كما أسهم سلفنا من علماء الأمة في بناء صرح الحضارة الإسلامية الشامخة التي قدمت عطاءها الغزير

للإنسانية كلها، والتنسيق بين وزارات التربية والإعلام في العالم الإسلامي لمواجهة المشكلات المترتبة على اختراق الإعلام الجديد بالمنهج العلمي، وكذلك وضع استراتيجية كاملة تشترك في وضعها الحكومات المسلمة، والمؤسسات التعليمية والثقافية والمنظمات التربوية الإسلامية، تحت إشراف منظمة التعاون الإسلامي، والمنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (الإيسيسكو)، تستهدف مواجهة المخاطر التي تنشر ضمن ما يُنشر عبر الإعلام الجديد في الأبعاد الثقافية والتربوية والاجتماعية، والاستفادة من إيجابياته/ ضرورة مشاركة الشباب المسلم مشاركة إيجابية فعالة في الإعلام الجديد؛ لنشر رسالة الإسلام الصحيح في العالم، وتفنيد الشبهات التي تروج حول بعض القضايا الإسلامية، وتقديم العلاج للخواء الروحي الذي يُعاني من الآخرون. والإفادة من خير ما أنجزته المدنية الغربية والعلم الغربي، مع عدم الأخذ من الثقافة نفسها إلا ما كان منها يتوافق وهوية الأمة الإسلامية وشخصيتها وثقافتها الأصيلة، وأيضاً إعادة النظر فيما يعرض من البرامج عبر وسائل الإعلام المرئي والمسموع ليكون المعروض موصلاً للثقافة العربية وداعماً للغة العربية الأم، وترسيخ مفاهيم الثقافة الإسلامية وقيمها لمواجهة مفاهيم الفوضى والإباحية واضياع وتقليد الغربيين في عاداتهم وسلوكهم بدعوى التنوير والانفتاح، والتي تعد من تجليات مظاهر الاختراق الثقافي عبر الفضائيات والإعلام الجديد، من خلال المناهج والمقررات الدراسية وبرامج التربية الإعلامية وأنشطتها، ووسائل الإعلام والمؤسسات الثقافية في العالم الإسلامي. ثم إتاحة مساحة أوسع في الخريطة الإعلامية لكثير من الإذاعات والفضائيات العربية والإسلامية لتقديم جرعات ثقافية حول التعريف باللغة العربية وتاريخها، ودورها في حفظ هوية الأمة وتاريخ الفكر والحضارة، وموقعها في منعطف التوحد العربي، وتربية الذوق والوجدان الجمعي، والتركيز على تنمية الانتماء العقائدي والتمسك باللغة العربية بوصفها عنصراً أساساً للهوية الإسلامية، وتفعيل أدوار وزارات الثقافة والإعلام والأوقاف والتعليم واتحادات الكُتّاب بالتعاون مع أقسام اللغة العربية وكليات التربية في صناعة مشروع قومي شامل لإنقاذ اللغة العربية من حالة الانحدار والتدهور التي أصابت الناشئة خاصة في التعليم الأجنبي وما يدور فيه من تجاوزات ضد الفصحى وأهلها وانتشار الرطانة والعامية على حساب اللغة الأم، وأيضاً تعليم العربية للأقليات الإسلامية والجاليات الأجنبية وعرب المهجر بصورة علمية منهجية تنهض بها الجامعات العربية والإسلامية، بوصفها جزءاً من رسالتها للتعريف بالإسلام وقيمه الإنسانية الرفيعة.

☒ دراسة الوحشي (2018): وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، واشتملت على ما يلي: ضرورة مواكبة التطور الحاصل في مجال الإعلام الجديد بما

يساعد على تصحيح صورة الإسلام والمسلمين في العالم، والتواصل مع الثقافات الأخرى في إطار حوار الثقافات.

✕ **دراسة يحيى (2017):** وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، والتي تبلورت حول ما يلي: ضرورة وجود وعى حضارى وجهد معرفى وثقافى من أجل تحويل الفعل السلبي للإعلام الجديد إلى استثمار فى صالح فئة الشباب بالخصوص، من خلال إعطائه الصبغة الأخلاقية المناسبة للمجتمع.

✕ **دراسة عبد الغنى (2014):** وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وهى: وضع أحداث التغيير المجتمعي بما يتوافق مع الأهداف والرؤى الاستراتيجية التي تكفل تقدم هذه المجتمعات، ووضع أسس عملية لقياس تأثيرات وسائل الإعلام الإجتماعي في إحداث التغيير المجتمعي وتقويم نتائج تلك الوسائل في هذا المجال، وتعزيز مبادئ التربية الإعلامية لدى جميع فئات المجتمع وهو ما يُعزز التعامل الأمثل مع الوسائل الإعلامية، وبالتالي الحد من تأثيراتها السلبية/ تحديث منظومة القوانين بشكل يتماشى مع التطور الذي شهدته وسائل الإعلام.

✕ **دراسة حسين (2014):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وقد كانت تدور حول ما يلي: العمل على توضيح السياسات المحلية والخارجية عبر وسائل الإتصال، والقيام بحملات إعلامية مناسبة لمختلف الموضوعات للوضع الداخلي الإسلامي وبناء علاقات علمية مع مختلف الشخوص الفاعلة للإنتاج البرامجي. وتقوية أساليب البحث العلمي بالانفتاح على طرق استدعاء التكنولوجيا في الجامعات. وصناعة قرار إسلامي على مستوى الإنتاج الإعلامي المشترك، وانخراط مجموعات الشباب الإسلامي بالتواصل مع مختلف المسلمين عن طريق خلق الرغبة بالتواصل، وتوجيه المؤسسات الإعلامية الإسلامية بالتوجه بمراعاة الآخر الثقافي والتمكين من التواصل بدلاً من التناحر والدخول في اتفاقات لحجز مجموعات من البرامج لتكون مصدر وطني وإنساني لتبادل معلومات بين الناس، والأخذ بقنوات التخصص حسب الاهتمامات لجميع الشرائح المسلمة، والتطوير الإيجابي للقدرات الإنتاجية للمؤسسات الإسلامية، والعمل على دراسات الجمهور وقياس اهتماماتهم، ودراسة إمكانات الإتصال ب شرائح المجتمع المختلفة.

◀ **الدراسات الإمبريقية الكيفية التي قدمت توصيات ومقترحات:** فقد تبين للباحث من خلال التحليل الكيفي للدراسات أن هناك نحو 5 دراسات من أصل 43 دراسة ذكرت وقدمت توصيات أو مقترحات، وذلك بنسبة (11.6%)، وهي نسبة جديرة بالبحث،

وسيعرض الباحث فيما يلي هذه الدراسات وما قدمته من توصيات أو مقترحات مرتبة تنازلياً من الأحدث إلى الأقدم:

❑ **دراسة عثمان (2020):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وتمثلت في: دراسة خصائص جمهور المراهقين واحتياجاتهم الإعلامية الفعلية في ظل التطور التكنولوجي المتلاحق، وقدراتهم المتزايدة على التعامل معه والتفاعل مع وسائط متطورة قد لا يستطيع الأهل استخدامها بأنفسهم، وضرورة السعي نحو استغلال الامكانيات المتاحة لتطوير إعلاماً متطوراً يواكب الإعلام العالمي، ويصل للمراهق من خال الوسائط التكنولوجية الى يستخدمونها، وليس من خال الوسائط التقليدية، ثم توعية المراهق بنشر ثقافة الانتقاء والاختيار لما يتناسب مع قيمنا وديننا وأخلاقنا القومية، والحذر من المضامين التي تحوي أفكاراً غريبة على مجتمعنا المصري، والانفتاح على الثقافات المختلفة بطريقة آمنة، من خال الترويج لثقافتنا الذاتية وليس فقط تبجيل كل ما هو أجنبي أو وافد. وكذلك رفع مستوى الوعي لدى الآباء عن مخاطر تعامل أبنائهم مع الانترنت ومنصات المشاهدة الرقمية بكثافة وبدون تقنن أو متابعة، والاهتمام بحملات التربية الإعلامية لآباء والمراهق من خال وسائل الإعلام المختلفة، وفي المدارس والجامعات، ودور العبادة/ التوسع في بحوث تأثيرات الإعلام الجديد على المراهقين، وخاصة تأثيرات منصات المشاهدة الرقمية وما تقدمه من محتوى درامي وبرامجي. وتفعيل دور منصات المشاهدة الرقمية المصرية والعربية، لتقدم محتوى قادر على المنافسة مع هذا السيل الغامر من الإعلام الأجنبي، والتوجه نحو الإنتاج الإعلامي المتطور الذي يواكب إمكانيات الوسائل التفاعلية الجديدة، بدلاً من الدراما التقليدية التي لا تجذب فئة المراهق لمشاهدتها. والاهتمام بالمحتوى الدرامي الموجه خصيصاً لفئة المراهق والذي يراعى التنوع والاختلاف وتقديم ما يتناسب مع خصوصية هذه المرحلة ومتطلباتها.

❑ **دراسة عبد الله (2019):** وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وهي كالتالي: إن تعزيز الانتماء والشعور بالفخر الوطني عبر وسائل الإعلام الرقمية لضرورة اجتماعية ووطنية مُعاصرة لمواجهة أنشطة حروب المعلومات التي طالما عانت منها مصر مؤخراً، وقد عنيت هذه الدراسة باستكشاف خطاب الفخر الوطني المصري في الإعلام الجديد بالتطبيق على شبكة الفيسبوك، فيما يظل هناك الكثير من علامات الاستفهام حول هذا الخطاب في منصات رقمية أخرى كتويتر واليوتيوب والمدونات، أو في الإعلام التقليدي كالصحف والراديو والتلفزيون، وبتوعية المواطن في دورات المعرفة الإعلامية بأشكال الدعاية السوداء التي تستهدف تدمير الهوية الوطنية والاعتزاز بها، وتحذيرهم من المشاركة في ترويج الحملات السلبية التي تشوه صورة مصر والمصريين ولا تعود عليهم بالصالح في أي حال من الأحوال.

❑ **دراسة صابر (2019):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، واشتملت على ما يلي: ضرورة وضع موائيق أخلاقية وبرامج لنشر القيم والثقافة

العربية الإسلامية لما لذلك من تهذيب النفس البشرية كـ "الصدق، التبين في نقل الأخبار، حسن المعاملة، إحسان الظن، وحدة الكلمة إلخ". كما يجب على المؤسسات التنشئة الإجتماعية مثل الأسرة والمدرسة والمسجد والجامعة والمجتمع المدني وحتى النوادي الثقافية والإجتماعية المختلفة أن تقوم بدورها على أحسن وجه أكثر من ذي قبل باعتبارها المؤسسات الأولى للتنشئة الإجتماعية، وهي المسؤولة على تكوين الاتجاهات والسلوكيات والقيم والمعتقدات، بالإضافة إلى دورها في غرس الهوية الثقافية والمحافظة عليها، وتسهيل الضوء أكثر على موضوع اللغة المستعملة في المنصات الإجتماعية وتأثيرها على الشباب كعنوان لهويتهم الثقافية، ويجب العمل على إعداد مشروع استراتيجي، وفق خطط مدروسة بين المجتمعات العربية والإسلامية المختلفة للتعاون الجاد فيما بينهم للمحافظة على الهوية العربية الإسلامية، وضع السبل الملائمة لوضعها موضع التنفيذ، وضرورة تفعيل دور الرقابة على شبكات التواصل الإجتماعي، وسن التشريعات الأخلاقية اللازمة للحماية من مخاطر الشبكات الإجتماعية والهادفة إلى الحفاظ على الهوية والثقافة العربية الإسلامية، وكذلك النظر إلى الأساليب الجديدة التي يستخدمها الشباب في التواصل عبر الشبكات الإجتماعية، ومحاولة تشخيص أسبابها؛ من أجل فهم الظاهرة جيداً، واقتراح حلول أكثر نجاحاً لمعالجتها.

☒ **دراسة خليل (2019):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وأهمها ما يلي: ضرورة اهتمام مؤسسات التعليم العالي سواء المحلية أو الدولية بإتاحة الفرصة لمجموعات المصالح الرئيسية (وخاصة الطلاب الحاليين، الطلاب المحتملين) للمشاركة في عمليان بناء هويتنا الثقافية وإدارتها؛ لما لذلك من أهمية في تكوين رؤى مشتركة وتعزيز سمعة الجامعات ومستقبلها، مع ملاحظة إمكانية العمل على تحقيق هذا الهدف باستخدام المنصات الإلكترونية التفاعلية لهذه المؤسسات، وضرورة التعاون بين الجامعات العاملة في مجتمعات يميزها التنوع الثقافي في تحديد المعايير الثقافية المشتركة والموحدة التي يجب الالتزام بها، مع الحفاظ على الملامح المميزة لثقافة كل جامعة وإطلاع مجموعات المصالح الأكثر أهمية لهذه المؤسسات عليها في كل أشكال التواصل بينهما، وأهمية التأهيل والتدريب المستمر للقائمين على تطوير المحتوى الاتصالي المقدم على المنصات الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي فيم يخص مفاهيم الهوية الثقافية والمتغيرات المؤثرة فيها، وكيفية تعزيز القيم المميزة لثقافة المؤسسة، مع مراعاة الاندماج في الثقافة المجتمعية للدول التي تعمل فيها هذه المؤسسات، كما أوصت بتبني مدخل شامل في بناء وإدارة هوية المؤسسة وصورتها وسمعتها، في ضوء نمو دور المنصات الإلكترونية التفاعلية في إدارة العلاقات مع مجموعات المصالح، خاصة بالتطبيق على المؤسسات الأكاديمية، أصبح من الصعب الفصل بين

هذه المفاهيم، سواء على المستوى البحثي أو على مستوى الممارسة المهنية، انطلاقاً من القول بأن كل أشكال الإتصال الصادرة عن المؤسسة وبالأخص الإلكترونية منها يُمكنها أن تؤثر في المدركات التي يكونها أعضاء مجموعات المصالح عن المؤسسة على المستويين الداخلي والخارجي، وضرورة استمرار جهود الباحثين في الاهتمام بالقضايا البحثية المعنية بمتغيرات الثقافة التنظيمية وهوية المؤسسات على المستويين الداخلي والخارجي والملاحم المميزة لسمعة المؤسسة، مع اختبار هذه المتغيرات بالتطبيق على مؤسسات تعمل في مجالات نشاطات مختلفة، وفي مجتمعات تنتمي إلى خلفيات ثقافية متنوعة.

✘ **دراسة عبد الحكيم (2019):** وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وهي كالتالي: ضرورة توجيه مزيد من البحوث العلمية لتحليل أنماط تفاعلات المواطنين المصريين مع الشبكات الإجتماعية وعلاقتها بالظواهر النفسية والإجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية والدينية ودراسة آليات مواجهة تغول القيم العولمية على هويتنا الثقافية المحلية.

◀ **الدراسات الإمبريقية التحليلية قدمت توصيات ومقترحات:** فقد خلص الباحث من خلال التحليل الكيفي للدراسات أن هناك نحو 3 دراسات من أصل 43 دراسة ذكرت وقدمت توصيات أو مقترحات، وذلك بنسبة (7%)، وهي نسبة جديرة بالبحث، **وسيعرض الباحث فيما يلي هذه الدراسات وما قدمته من توصيات أو مقترحات مرتبة تنازلياً من الأحدث إلى الأقدم:**

✘ **دراسة النجادات (2019):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، والتي تمثلت في: أن يكون هنالك رقابة على الحوارات التي تتم عبر وسائل الإتصال، وضرورة عقد برامج توعوية وإقامة مؤتمرات وأبحاث علمية خاصة للمتعاملين مع وسائل التواصل الإجتماعي، وبحث ثقافة عربية من خلال مواقع التواصل الإجتماعي.

✘ **دراسة الداخلي (2018):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وهي كالتالي: ضرورة دراسة التشكيل البنائي لشعارات الصحيفة الإلكترونية بما يتضمن البناء الشكلي، إلى جانب التوافق الدلالي مع المؤسسة الصحفية ذاتها، والقيام بدراسة فاعلية توظيف اللون ودلالته التعبيرية في تصميم رأس الصفحة ومدى تأثيرها على المتلقي، وتطوير المناهج التعليمية المتبعة لتدريس الإخراج الصحفي وتصميم المواقع الصحفية، وإضافة دراسة الهوية البصرية في تصميم المواقع وكيفية صياغتها. كما أوصت بالتأكيد على الهوية البصرية في تصميم المواقع الصحفية، وخاصة في تصميم شعارات الصحف فالعلامات والرموز تقوم بدور مهم في تأكيد المضمون، وعمل

المزيد من الدراسات التحليلية لأعمال تصميم رأس الصفحة بالمواقع الإلكترونية المتخصصة ومقارنتها مع بعضها.

❏ **دراسة الشريف (2015):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، والتي تمحورت حول ما يلي: لا بد من إعادة النظر في تصميم بعض المواقع الإلكترونية المحلية للمحافظات والحث على الاستفادة أكثر من الثقافات الفرعية والتنوع الثقافي للمحافظات المصرية في تصميم الموقع الإلكتروني الرسمي للمحافظة لتحقيق الهوية الثقافية المميزة. كما يجب على مصممي المواقع الإلكترونية المحلية للمحافظات المصرية الاهتمام بالابتكار دون التقليد، والبحث المستمر عن مصادر جديدة داخل الثقافة الفرعية لكل محافظة لتساعده في الإبداع والتجديد في مجال تصميم المواقع، والاهتمام بتدريس أسس تصميم المواقع الإلكترونية في كليات وأقسام الإعلام والتأكيد على الهوية الثقافية المصرية بوجه خاص في تصميم المواقع الإلكترونية المحلية حتى يتم الحفاظ على ثقافتنا. كما أوصت الدراسة بمزيد من الدراسات التي تتناول المواقع المحلية بوجه عام وتحليل أثر المتغيرات الثقافية والسياسية والاجتماعية على مدخلات تصميم تلك المواقع، وإجراء مزيد من البحوث والدراسات العلمية التي تستهدف تصميم المواقع الإلكترونية وعلاقتها بالهوية الثقافية والتنوع الثقافي، وحول عناصر وأسس وقيم الفن الرقمي باعتباره إحدى الفنون الحديثة. وأوصت أيضاً بضرورة التركيز أكثر على مستخدمي تلك المواقع من خلال إجراء مزيد من البحوث والدراسات حول مستخدمي المواقع المحلية للمحافظات وأنماط استخدامهم لتلك المواقع ومدى رضائهم عنها، واتجاهاتهم حولها والأسباب التي تدعوهم لتصفح المواقع وتفضيلاتهم الفنية وفقاً للظروف الثقافية والبيئية والاجتماعية المحيطة واقتراحاتهم لتنفيذ هذه المواقع.

❏ **الدراسات الإمبريقية الكمية بشقيها التحليلي والميداني التي قدمت توصيات ومقترحات:** فقد خلص الباحث من خلال التحليل الكيفي للدراسات أن هناك نحو دراسة واحد من أصل 43 دراسة ذكرت وقدمت أية توصيات أو مقترحات، وذلك بنسبة (2.3%)، **وقد تمثلت في:**

❏ **دراسة غربي (2021):** وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، وهي كالتالي: لا بد أن تراعي الصحف الإلكترونية الجزائرية مساحة الحديث عن القيم الثقافية، وتعطي اهتماماً بالتطرق إلى مواضيع القيم الثقافية عبر مواقعها من خلال نشر المقالات الصحفية وإجراء المقابلات ونشر الصور والفيديوهات وتغطية الأحداث التي لها صلة بهذا المجال المهم.

◀ الدراسات الإمبريقية الكمية والكيفية معاً التي قدمت توصيات ومقترحات: فقد توصل الباحث من خلال التحليل الكيفي للدراسات أن هناك نحو دراسة واحدة من أصل 43 دراسة ذكرت وقدمت توصيات أو مقترحات، وذلك بنسبة (2.3%)، وقد تمثلت في:

✗ دراسة رشدى (2019): وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، والتي تمثلت فيما يلي: إطلاق حمات إعلامية وتوعوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتوعية الشباب بالخطر الذي يهدد اللغة العربية. والعمل على خلق مسافة وصل بن لغة الإعلام، ولغة الفكر والأدب والإبداع الفني، وكذلك العمل على إحياء القواميس العربية ودعمها وتحديثها بالمصطلحات والمعاني إلى تتوافق مع الجديد الذي تفرضه تكنولوجيا الإتصال. وتوظيف برامج التصحيح اللغوي الآلية. وأيضاً القيام بتطوير اللغة العربية لتتماشى مع العصر الحديث مع عدم تجاوز الأصول. ودعم محاولات التعريب إلى تتصدى لها بعض المواقع والصفحات مثل موقع "تويتر" لمحاولة إبدال المفردة العربية بالأخرى الأجنبية، وكذلك وضع ضوابط (اللغة الثالثة أو الفرانكو آراب) بحيث لا تصبح لغة فالتة من الضوابط. كما أوصت بضرورة أن تتبنى هذه المؤسسات المعنية باللغة العربية مشروعات لتعليم اللغة العربية، كالية تقيمتها القنصلية البريطانية والجامعة الأمريكية في نشر وتعليم اللغة الإنجليزية، وأخيراً أشار أحد الخبراء بضرورة تفعيل وتنفيذ كل القرارات والتوصيات إلى تصدر عن هذه المؤسسات كمجمع اللغة العربية بالقاهرة.

❖ **ثانياً: الدراسات التي لم تُقدم أي توصيات ومقترحات:** فنجد أن عدد الدراسات التي لم تُقدم أية توصيات أو مقترحات بلغ 63 دراسة من أصل 106 دراسة قام الباحث بتحليلهم بشكل كفي أي بنسبة (59.4%)، ولكن الجدير بالذكر هنا هو تنوع الدراسات التي لم تُقدم أي توصيات أو مقترحات، فقد لاحظ الباحث أن لم تقتصر هذه الدراسات على نوع واحد فقط، وهذا ما سنعرضه فيما يلي:

◀ **الدراسات النظرية التي لم تُقدم أي توصيات ومقترحات:** فقد تبين للباحث من خلال التحليل الكيفي للدراسات أن هناك نحو 39 دراسة من أصل 63 دراسة لم تذكر أية توصيات أو مقترحات، وذلك بنسبة (61.9%)، وهي نسبة جديرة بالبحث وتمثلت هذه الدراسات في "دراسة سكيك (2022) / دراسة شاوي (2022) / دراسة نسيمية (2021) / دراسة نور الدين، نور الدين (2021) / دراسة دغمان، خيرى (2021) / دراسة بن لعلام، بنان (2021) / دراسة ازروال، لعجال، (2021) / دراسة شيناز، بولحبال (2020) / دراسة نصيرة، رزق الله (2020) / دراسة مصباح (2020) / دراسة زازيحي (2020) / دراسة بربخ (2019) / دراسة دربال (2019) / دراسة السنوسي (2019) / دراسة مهداوى (2019) / دراسة قرش، جاد الرب (2019) / دراسة كزوط (2019) / دراسة فرحي (2019) / دراسة جاب الله (2019) / دراسة

حرفوش (2019)/ دراسة جفال، طلحة (2018)/ دراسة فيدوح (2018)/ دراسة بن عياش (2018)/ دراسة حدادي (2017)/ دراسة شاوي (2017)/ دراسة بلعربي (2017)/ دراسة زوار (2017)/ دراسة أشرف (2017)/ دراسة شيهب (2017)/ دراسة بنسعيد (2017)/ دراسة طيلب، سلطاني (2016)/ دراسة بن جيلالي (2016)/ دراسة بولعويدات (2016)/ دراسة لونيس (2015)/ دراسة منصر (2015)/ دراسة لونيس (2014)/ دراسة مبني (2014)/ دراسة صحراوي (2014)/ دراسة الرفوع (2011)."

◀ الدراسات الإمبريقية الميدانية التي لم تُقدم أي توصيات ومقترحات: فقد وجد الباحث من خلال التحليل الكيفي للدراسات أن هناك نحو 12 دراسة من أصل 63 دراسة لم تذكر أية توصيات أو مقترحات، وذلك بنسبة (19%)، وهي نسبة جديرة بالبحث وتمثلت هذه الدراسات في "دراسة عيسى (2020)/ دراسة العساف (2020)/ دراسة بدر (2019)/ دراسة جلال (2019)/ دراسة حميدة (2019)/ دراسة عبديش، علوش (2019)/ دراسة مجاني، مرازقة (2019)/ دراسة جمال (2018)/ دراسة دريم (2017)/ دراسة عز العرب (2017)/ دراسة الزهري (2016)/ دراسة بوقلوف (2016)."

◀ الدراسات الإمبريقية التحليلية التي لم تُقدم أي توصيات ومقترحات: فقد خلص الباحث من خلال التحليل الكيفي للدراسات أن هناك نحو 6 دراسات من أصل 63 دراسة لم تذكر أية توصيات أو مقترحات، وذلك بنسبة (9.5%)، وهي نسبة جديرة بالبحث وتمثلت هذه الدراسات في "دراسة يامين، رغييس (2021)/ دراسة طه (2020)/ دراسة كدواني (2019)/ دراسة رضوان (2019)/ دراسة السنوسي (2017)/ دراسة محدي (2013)."

◀ الدراسات الإمبريقية النقدية التي لم تُقدم أي توصيات ومقترحات: فقد توصل الباحث من خلال التحليل الكيفي للدراسات أن هناك نحو دراستين من أصل 63 دراسة لم تذكر أية توصيات أو مقترحات، وذلك بنسبة (3.2%)، وهي نسبة جديرة بالبحث وتمثلت هذه الدراسات في "دراسة إبراهيم (2021)/ دراسة الصيفي (2017)."

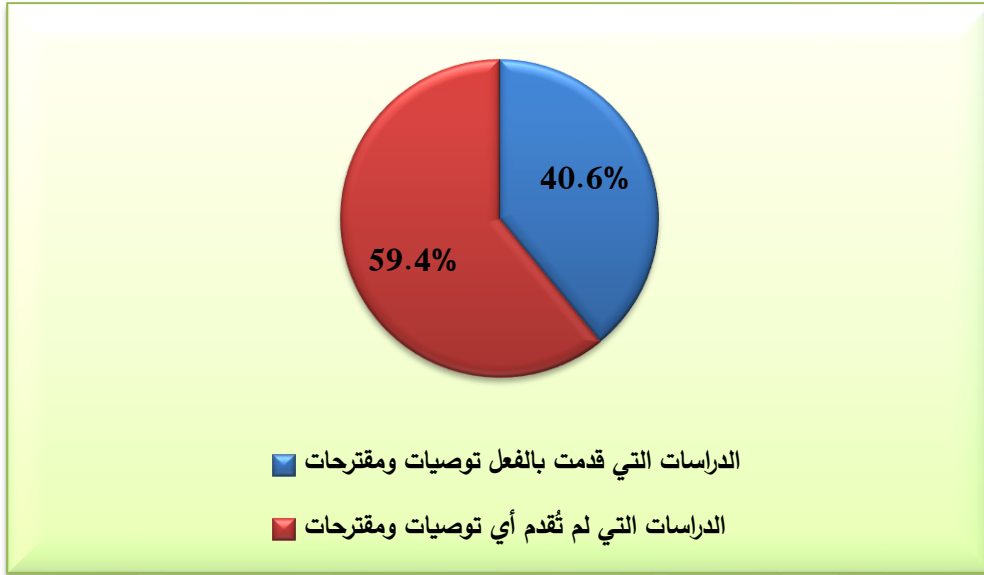
◀ الدراسات الإمبريقية الكيفية التي لم تُقدم أي توصيات ومقترحات: فقد تبين للباحث من خلال التحليل الكيفي للدراسات أن هناك نحو دراستين من أصل 63 دراسة لم تذكر أية توصيات أو مقترحات، وذلك بنسبة (3.2%)، وهي نسبة جديرة بالبحث وتمثلت هذه الدراسات في "دراسة السنوسي (2021)/ دراسة عويس (2019)."

◀ الدراسات الإمبريقية الكمية بشقيها التحليلي والميداني التي لم تُقدم أي توصيات ومقترحات: فقد خلص الباحث من خلال التحليل الكيفي للدراسات أن هناك نحو دراسة

واحد من أصل 63 دراسة لم تذكر أية توصيات أو مقترحات، وذلك بنسبة (1.6%)، وقد تمثلت في "دراسة حسن (2017)".

◀ الدراسات الإمبريقية الكمية والكيفية معاً التي لم تُقدم أي توصيات ومقترحات: فقد توصل الباحث من خلال التحليل الكيفي للدراسات أن هناك نحو دراسة واحد من أصل 63 دراسة لم تذكر أية توصيات أو مقترحات، وذلك بنسبة (1.6%)، وقد تمثلت في "دراسة قاسم (2017)".

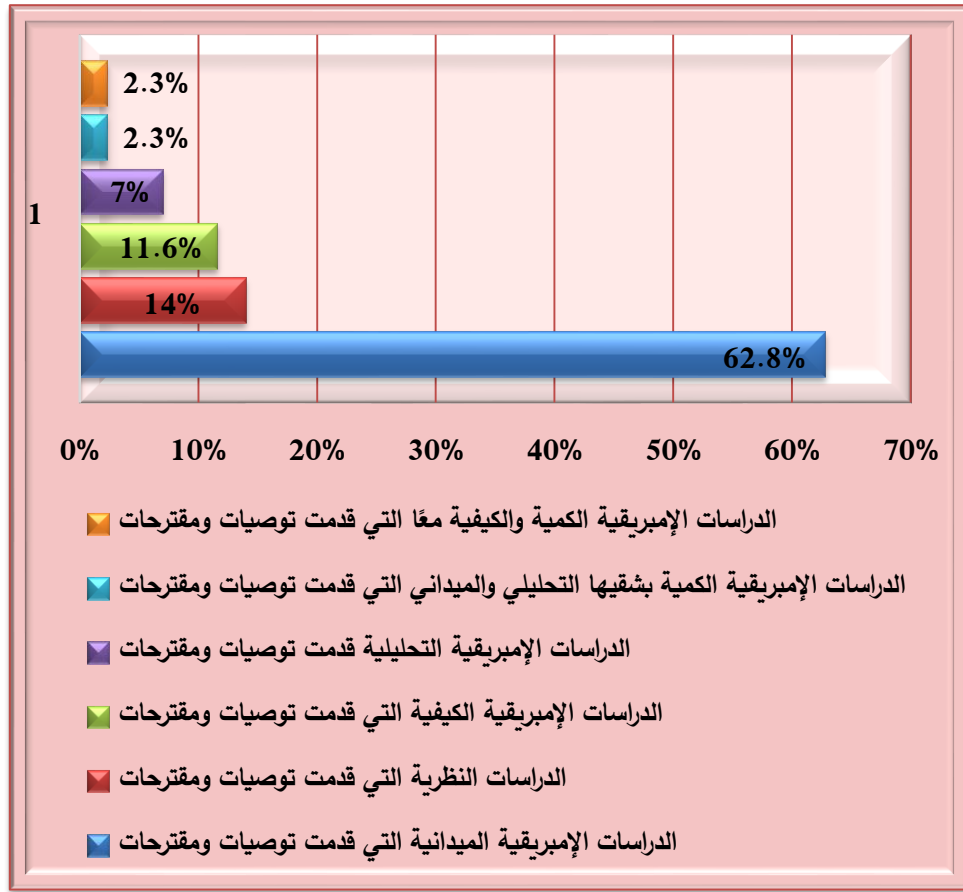
وتعرض الأشكال البيانية التالية توضيح للنسب التي توصل إليها الباحث من خلال التحليل الكيفي الذي قام به للدراسات (عينة الدراسة):



شكل رقم (9) يوضح التحليل الكيفي للدراسات التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية العربية (عينة الدراسة)

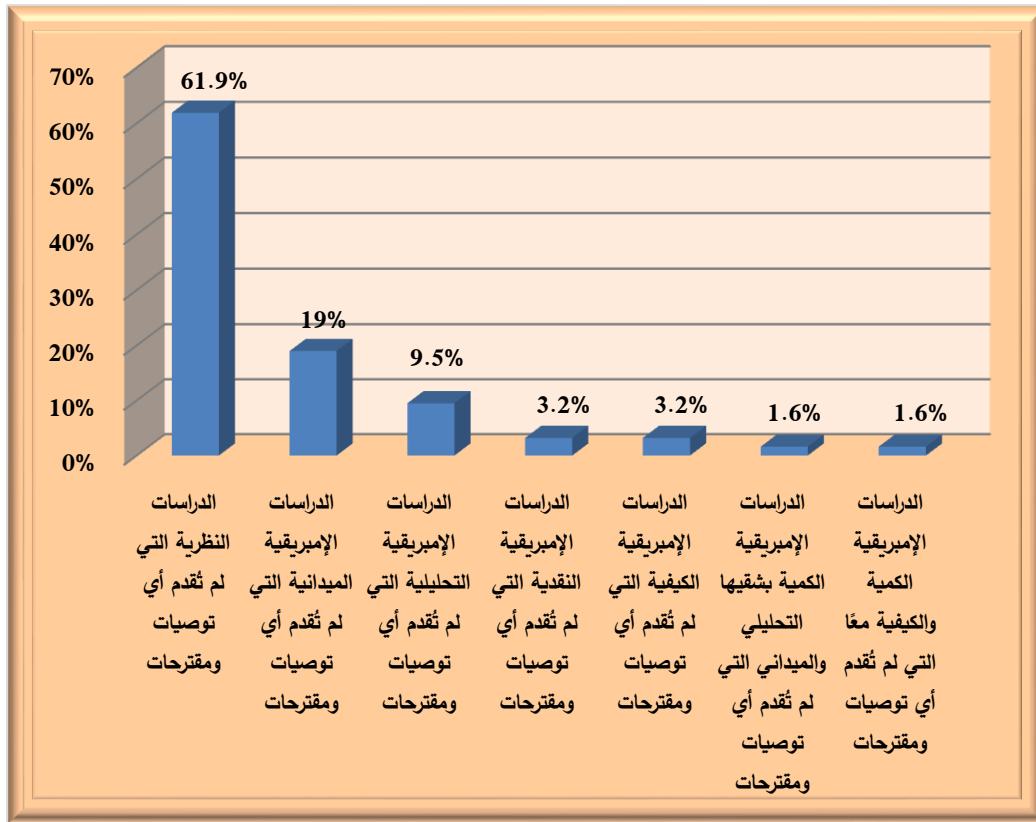
من حيث التوزيع النسبي لمدى وجود توصيات أو مقترحات قدمتها هذه الدراسات (ن =

(106



شكل رقم (10) يوضح التوزيع النسبي لنوع الدراسات التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية

الثقافية العربية (عينة الدراسة) والتي قدمت بالفعل توصيات أو مقترحات (ن = 43)



شكل رقم (11) يوضح التوزيع النسبي لنوع الدراسات التي تناولت رصد تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية

الثقافية العربية (عينة الدراسة) والتي لم تقدم توصيات أو مقترحات (ن = 63)

أولاً: المراجع العربية:

- 1) إبراهيم، محمد سعد (2021) مستقبل بحوث الإعلام الرقمي وإشكاليات التكامل في العلوم الإنسانية الرقمية، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، (16)، ص9 - 42.
- 2) أزروال، يوسف، لعجال، ليلي (2021) شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الاجتماعية: المخاطر والتحديات، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، (2)10، ص104 - 111.
- 3) أشرف، داليا (2017) التفاعلية والهوية الثقافية لدى الشباب المصري: رؤية تحليلية، مجلة Arab Media & Society، (23)، ص1 - 10.
- 4) أمين، رضا عبد الواحد (2016) تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية: دراسة ميدانية في ضوء نظريتي الحتمية التكنولوجية والقيمية، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، (6)، ص97 - 134.
- 5) بدر، أمل محمد نبيل (2019) استخدامات الشباب الجامعي المصري لمواقع التواصل الاجتماعي في الإتصال العابر للحدود وعلاقتها بالتحويلات في شبكة القيم "الهوية الثقافية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (67)، ص431 - 481.
- 6) البدوي، ثريا أحمد (2015) هل تؤثر تكنولوجيا الإتصال على الهوية الثقافية للمجتمع العربي؟ رؤية نقدية لواقع الشباب الجامعي العربي في سياق المدخل البنائي، المجلة العلمية لبحوث قسم العلاقات العامة والإعلان، (1)، ص141 - 199.
- 7) بريح، طارق معمر (2019) وسائل الإعلام الجديد وقضايا الهوية والمواطنة في إطار تحديات العولمة، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، (10)، ص10 - 58.
- 8) بكير، محمد محمد عبده (2019) علاقة شبكات التواصل الاجتماعي باغتراب المراهقين في المجتمع المصري: دراسة ميدانية، مجلة كلية الآداب.
- 9) بلعربي، عبد القادر (2017) الهوية الثقافية العربية وتحديات العولمة، مجلة الرواق، (8)، ص227 - 237.
- 10) بن جيلالي، عبد الرحمن (2016) الإعلام الجديد في عصر العولمة الإعلامية وأزمة الهوية الثقافية العربية، مجلة دراسات، (41)، ص250 - 271.
- 11) بن طيفور، مصطفى جمال (2016) الإعلام الجديد والهيمنة الثقافية الناعمة: دراسة تحليلية لواقع الهوية اللغوية والدينية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، مجلة الحوار الثقافي، (1)6، ص292 - 300.
- 12) بن عياش، سمير (2018) التكنولوجيا وأثرها على الهوية الثقافية للشباب العربي، المجلة المصرية لعلوم المعلومات، (1)5، ص317 - 348.
- 13) بن لعلام، سمهان، بنان، كريمة (2021) تأثير تكنولوجيا الإعلام والإتصال على مستقبل الهوية الثقافية العربية الإسلامية أنموذجاً، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، (2)9، ص298 - 308.
- 14) بنسعيد، سلمى (2017) الإعلام الجديد والتحول المجتمعي: الفيسبوك نموذجاً، المجلة المغربية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، (1)، ص53 - 68.

- (15) بوقلوف، سهام (2016) أزمة الهوية في ظل الإعلام الجديد: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، (22)، ص 37 – 51.
- (16) بولعوي، حورية (2016) مقارنة فكرية لثنائية الإنترنت والهوية، مجلة التراث، (23)، ص 91 – 104.
- (17) البيومي، عادل فهمي (2017) تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بهوية جيل الإنترنت والفجوة بين الأجيال، مجلة الرأي العام، (2)16، ص 52 – 104.
- (18) جاب الله، حكيمة (2019) الإعلام الجديد وإشكالية الخصوصية الثقافية، مجلة مقاربات، (36)، ص 54 – 65.
- (19) قرش، السعدية، جاد الرب، عبد القادر عثمان محمد (2019) تكنولوجيا الإتصال الحديثة والثقافة، مجلة مقاربات، مؤسسة مقاربات للنشر والصناعات الثقافية واستراتيجيات التواصل، (35)، ص 26 – 37.
- (20) جديدي، حليلة، علوش، سناء (2017) أثر شبكات التواصل الاجتماعي في إثراء الحصيلة اللغوية لدى تلاميذ السنة الثالثة ثانوي – الفيس بوك أنموذجاً: دراسة ميدانية في ثانوية علي عون بالوادي، بحث منشور ضمن متطلبات الحصول على الماجستير في اللغة العربية والأدب العربي تخصص علوم اللسان، مجلة كلية الآداب واللغات، جامعة الشهيد حمه لخضر، الجزائر.
- (21) جفال، سامية، طلحة، مسعودة (2018) الهوية الثقافية في ظل تكنولوجيا الإتصال الرقمي الجديد وانحسار ثقافات المجتمعات، مجلة الطريق للتربية والعلوم الاجتماعية، (5)14، ص 342 – 361.
- (22) جلال، سمر عز الدين (2019) أثر تعرض الشباب لتطبيقات الاندرويد وتأثيرها علي هويتهم الثقافية المصرية: دراسة ميدانية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والإتصال، (27)، ص 542 – 565.
- (23) جمال، صبرينة (2018) الميديا الجديدة والبعد المكرو ثقافي للإنسان الرقمي: دراسة في اتجاهات الأفراد نحو استخدام النيوميديا وعلاقته بتغيير الهوية الثقافية، مجلة دراسات وأبحاث، (33)، ص 827 – 849.
- (24) الجمال، نجلاء (2018) دور الإعلام الجديد في تغيير المنظومة القيمية لدى لشباب: دراسة تطبيقية على الشباب المصري، المجلة الدولية للإتصال الاجتماعي، (3)5، ص 152 – 187.
- (25) حدادي، وليدة (2017) المواطنة في ظل التحولات الإعلامية الراهنة، مجلة الحوار الثقافي، (2)6، ص 285 – 292.
- (26) الحديد، لارا أحمد (2016) دور الإعلام الجديد في إعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية للباحثين من طلاب المرحلة الثانوية، مجلة دراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، (43)3، ص 1589 – 1603.
- (27) حرفوش، إيمان (2019) أزمة الخصوصية الثقافية في ظل الإعلام الجديد: قراءة في واقع الإعلام الجزائري، بحث منشور في مجلة مقاربات، (37)، ص 125 – 135.
- (28) حسن، غادة إلهامي السيد (2017) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الثقافية للشباب المصري: دراسة تطبيقية، مجلة كلية الآداب جامعة الزقازيق، (83)، ص 268 – 291.

- (29) حسن، فاروق أحمد يحيى (2018) الإعلام الجديد ودوره في تعزيز الهوية الثقافية لإقليم دارفور، مجلة الطريق للتربية والعلوم الإجتماعية، 8(5)، ص336 – 351.
- (30) حسين، بدر ناصر (2014) تحديات الإعلام الإسلامي تجاه أنماط الغزو الثقافي، مجلة الكلية الإسلامية الجامعة، 9(28)، ص461 – 489.
- (31) حماد، محمد أحمد، الحازمي، محمد بن عبد الله (2016) اضطراب الهوية وعلاقته بالاغتراب لدى الشباب السعودي في ضوء تحديات العولمة وسبل مهاجرتها، المجلة العلمية لكلية التربية – جامعة اسبوط، 32(1)، ص504 – 550.
- (32) حميدة، نواصرية (2019) أثر الإعلام الجديد على قيم الشباب: دراسة ميدانية من منظور الحتمية القيمية في الإعلام على شباب مدينة برج بوعرييج، مجلة آفاق العلوم، 15(1)، ص86 – 103.
- (33) خليل، إنجي (2019) الهوية الثقافية المُعلنة عبر المنصات الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي: دراسة مقارنة على جامعتي الشارقة والأمريكية في الإمارات، مجلة Arab Media & Society، 27(2)، ص1 – 28.
- (34) خميس، أحمد (2019) مضامين الإعلام الشبكي وعلاقتها بالهوية الثقافية: دراسة ميدانية للمجتمع الطلابي بالجامعات العراقية، مجلة علوم الإعلام والاتصال، 3(3).
- (35) الداخلى، رحاب (2018) الهوية البصرية في تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المواقع الرياضية أنموذجا، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، 22(2)، ص188 – 211.
- (36) دربال، سارة (2019) وسائل الإعلام ودورها في التأثير على التنشئة الاجتماعية للطفل، مركز جبل البحث العلمي، 55(5)، ص9 – 24.
- (37) دريم، فاطمة الزهراء (2017) عنوان الهوية الثقافية للطلاب الجامعي في ظل الإعلام الجديد دراسة ميدانية على طلبة جامعة وهران، مجلة دراسات، جامعة عبد الحميد بن باديس، ص131 – 145.
- (38) دغمان، هالة، خيري، نورة (2021) وسائط الإتصال الجديدة وتداعياتها على وسائل الإعلام القديمة: بين التكامل والتنافس، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، 4(2)، ص206 – 215.
- (39) دفع الله، موسى، المهدي، المهدي سليمان (2017) شبكات التواصل الاجتماعي وإنعكاساتها على تحديد الأجندة الثقافية لدى الشباب: دراسة تطبيقية على مستخدمي فيسبوك والواتساب في ولاية الخرطوم في الفترة من 2015/ 2016، مجلة العلوم الإنسانية، 18(3)، ص301 – 314.
- (40) رشدى، شاهنדה (2019) رؤية خبراء الإتصال وأساتذة اللغة لمستويات توظيف اللغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي ورؤيتهم لكيفية حمايتها من الأساليب اللغوية الدخيلة، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، 27(2)، ص508 – 540.
- (41) رضوان، أحمد فاروق (2019) المشاركة وبناء الهوية الوطنية عبر البوابات الحكومية الإلكترونية للدول العربية، مجلة Arab Media & Society، 27(2)، ص95 – 127.
- (42) رضا، عدلى سيد، وآخرون (2012) التحليل النقدي لبحوث الأطر الإعلامية خلال العقد الأول من القرن الحادى والعشرين: دراسة تحليلية من المستوى الثانى، بحث منشور في المؤتمر العلمى السابع عشر بعنوان: بحوث الإعلام في مصر في نصف قرن الواقع واتجاهات المستقبل، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة.

- (43) الرفوع، عاطف عودة (2011) تحديات العولمة والإعلام المعاصر، مجلة حوليات آداب عين شمس، (39)، ص129 – 156.
- (44) زازيحي، زوبير(2020) العولمة والهوية الثقافية في زمن الإعلام الجديد، مجلة المعيار، 24(51)، ص537 – 549.
- (45) الزهري، محمد محفوظ (2016) استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي (SMS) والإشباع المتحققة منها وانعكاسها على سلوكياتهم، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (57)، ص151 – 185.
- (46) زوار، سهيلة (2017) إشكالية الهوية الثقافية الجزائرية في ظل الإعلام الجديد، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية – جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، (32)، ص184 – 199.
- (47) سكيك، لبنى (2022) الإذاعة ... بين ترسيخ الهوية الثقافية وتوطين التكنولوجيا الرقمية، دراسات وأبحاث المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 14(1)، ص1026 – 1040.
- (48) سليمان، أحمد محمد علي (2019) التربية الإعلامية وتحديات الإعلام الجديد، مجلة جامعة الوصل للدراسات الإسلامية والعربية، (58)، ص411 – 482.
- (49) السنوسي، ثريا (2017) ملامح الثقافة الأسرية في الإعلام الجديد: دراسة تحليلية على مجلة الأسرة السعيدة، مجلة Arab Media & Society، (23)، ص1 – 26.
- (50) السنوسي، ثريا (2019) مواقع التواصل الاجتماعي وواقع البناء الذاتي للهوية، مجلة علوم الإعلام والاتصال، (3)، ص1 – 20.
- (51) السنوسي، ثريا (2021) أزمة الهوية الثقافية الوطنية في الفضاء الإعلامي الجديد: دراسة نوعية، المجلة الجزائرية للاتصال، 20(2)، ص77 – 93.
- (52) السيد، محمد عبد البديع (2018) علاقة القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي بدعم وتعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب المصري، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، (22)، ص4 – 41.
- (53) شاوي، ليليا (2017) دور الإعلام الجديد والعولمة في تشكيل وإعادة تشكيل الهوية الثقافية: قراءة تحليلية لواقع الهوية الثقافية في الوطن العربي، بحث منشور في الملتقى الوطني الأول: قراءة للتراث والهوية في زمن العولمة، قسم العلوم الاجتماعية ومخبر التربية والابستمولوجيا بوزريعة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجليلي بونعامة خميس مليانة، بوزريعة، ص217 – 250.
- (54) شاوي، ليليا (2022) التصنيع الثقافي بين متطلبات السوق العالمية والتغيير في أدوار واقتصاديات وسائل الإعلام في البيئة الاتصالية الجديدة، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، (16)، ص380 – 395.
- (55) الشريف، سلوى أحمد محمد أبو العلا (2015) الثقافات الفرعية كما يعكسها تصميم المواقع الإلكترونية المحلية: دراسة تحليلية لمواقع المحافظات المصرية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، (11)، ص58 – 87.
- (56) الشمري، صاحب أسعد ويس (2017) تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، 2(5)، ص104 – 122.
- (57) الشهري، حنان بنت شعشوع (2013) أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيس بوك وتويتر نموذجا"، مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات

- الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية.
- (58) شيناز، سامية، بولحبال، آية (2020) أساليب التنشئة الاجتماعية في ظل العولمة الثقافية، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، 7(3)، ص729 – 742.
- (59) شيهب، عادل (2019) الإعلام الجديد والهوية الثقافية العربية في مجتمع العولمة، مجلة المعيار، 23(46)، ص548 – 566.
- (60) صابر، شيماء عبد العاطى سعيد (2019) الضوابط الأخلاقية لإستخدام المنصات الاجتماعية من منظور الصفاقة العربية، بحث منشور في المجلة العلمية لبحوث الإعلام والاتصال، 6(6)، ص1 – 18.
- (61) صحراوي، مقالاتي (2014) إشكالية تأثير الإعلام الجديد في الهوية الثقافية في ظل العولمة، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، 12(13)، ص211 – 232.
- (62) الصيفي، حسن نيازي (2017) المعالجة البحثية والتنظيرية لاستخدام تكنولوجيا الإعلام الجديد لنشر ثقافة العنف، Arab Media & Society، 23(23)، ص1 – 39.
- (63) الضو، ليلى (2017) مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات الحضارية للشباب، رسالة دكتوراة غير منشورة، قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.
- (64) طه، فاطمة الزهراء سعد (2020) التوظيف الحكومي لوسائل الإعلام الجديد في الحفاظ على الهوية الثقافية للدول العربية: دراسة تحليلية، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، 20(20)، ص457 – 497.
- (65) طيب، نسيم، سلطاني، فضيلة (2016) الإعلام الجديد و صراع القيم في الوطن العربي، بحث منشور ضمن أعمال الملتقى الوطني الأول حول: الإعلام الجديد ودوره في الحراك الاجتماعي والسياسي يومي 22 و23 نوفمبر 2016 بالقطب الجامعي لأولاد فارس – جامعة الشلف، الجزائر.
- (66) عبد الحكيم، عادل رفعت (2019) أنماط تفاعل الشباب المصري مع شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بهويتهم الثقافية: تحليل نقدي في ضوء مبادئ الحدائة الجديدة Met modernism، مجلة الرأي العام، 18(1)، ص443 – 473.
- (67) عبد الغني، مي (2014) وسائل الإعلام الجديدة والتغير المجتمعي في المنطقة العربية: دراسة نظرية في الدور والتأثير، المؤتمر العلمي الدولي الأول لكلية الإعلام جامعة فاروس، كلية الإعلام، جامعة فاروس، الأسكندرية، ص337 – 368.
- (68) عبد الله، إيمان محمد حسنى (2019) خطاب الفخر الوطني المصري في الإعلام الاجتماعي: دراسة تطبيقية على شبكة الفيسبوك، المجلة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 27(27)، ص4 – 57.
- (69) عديش، صونية، علواش، كهينة (2019) استخدام الشباب الجامعي لغة الدردشة عبر الفيسبوك وانعكاساتها على اللغة كأحد مكونات الهوية العربية: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي الجزائري من شهر أكتوبر إلى شهر نوفمبر، مجلة الإتصال والصحافة، 26(2)، ص45 – 59.
- (70) عثمان، خالد عثمان حامد (2017) الإعلام الجديد وأثره على التنشئة الاجتماعية في المجتمع العربي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.

- (71) عثمان، داليا (2020) تأثير مشاهدة المسلسلات المقدمة على منصة نيتفليكس على النسق القيمي للمراهقين: دراسة كيفية، المجلة المصرية لحوث الإعلام والاتصال، (31)، ص168 – 199.
- (72) العرضاوى، مرفت محمد شريف (2014) دور الإعلام الجديد في تشكيل الهوية الثقافية للمراهقين السعوديين، مجلة كلية الآداب جامعة الزقازيق، ص258 – 289.
- (73) عز العرب، إيمان محمد (2017) المجتمع الشبكي وأزمة الهوية: دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي شبكة الفيس بوك، مجلة كلية الآداب (48)، ص125 – 221.
- (74) العساف، عبد الله عبد المحسن (2020) اتجاهات الرأي العام السعودي نحو معالجة قضايا الهوية الوطنية السعودية عبر تويتر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 19(2)، ص637 – 676.
- (75) العقيل، صالح عبد الله (2011) دور الحراك الثقافي في التغيير الاجتماعي وحماية الأمن الفكري، مجلة بحوث التربية النوعية، (21)، ص86 – 143.
- (76) علقم، رجا خالد أحمد يوسف (2018) توظيف الإعلام الجديد في ترسيخ الهوية الثقافية: دراسة تطبيقية على فئة الشباب، مجلة العلوم الإنسانية، 19(3)، ص278 – 291.
- (77) عويس، محمد جاد المولى حافظ (2019) "خطاب الهوية الدينية للصحف الإلكترونية المصرية في إطار الحرب على الإرهاب دراسة كيفية"، Arab Media & Society، (27)، ص1 – 30.
- (78) عيسى، حميدى (2020) أثر استخدام التكنولوجيا الحديثة على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين: دراسة ميدانية على عينة من الطلبة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاتصال، جامعة المسيلة، الجزائر.
- (79) غربي، أحمد (2021) عملية التلقي في مجال الوسائط الجديدة دراسة مسحية لعينة من المواضيع الثقافية على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، مجلة الزُّهير للبحوث والدراسات الاتصالية والإعلامية، 1(1)، ص97 – 112.
- (80) غزواني، سامية بوبكر (2020) أثر استخدام الهواتف الذكية على الهوية الفردية لدى طالبات جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل بالمملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 4(8)، ص57 – 75.
- (81) الفتني، صديقة، مالكي، حنان (2021) الهوية الثقافية الجزائرية في زمن العولمة الثقافية: التحديات وسبل المواجهة، مجلة العلوم القانونية والسياسية، 12(1)، ص1196 – 1213.
- (82) فرحي، فيصل (2019) الإعلام الجديد ومسألة الهوية: ثنائية المحلى والرقمي، مجلة مقاربات، (35)، ص141 – 149.
- (83) فيدوح، عبد القادر (2018) صناعة الثقافة الرقمية في ضوء نسق البراديجم، مجلة علوم الإعلام والاتصال، (2)، ص1 – 20.
- (84) قاسم، سعد عيد (2017) أثر استخدام المجتمع الافتراضي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية - جامعة الفيوم، (6)، ص71 – 123.
- (85) كاتب، سعود صالح (2011) الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص، بحث مقدم للمؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي 13-15 ديسمبر 2011، الأمانة العامة لرابطة العالم الإسلامي، جاكارتا أندونيسا.

- (86) كدواني، شيرين محمد (2019) دور القنوات العلمية المصرية على موقع يوتيوب في نشر الثقافة العلمية: دراسة تحليلية في إطار نظرية ثراء الوسيلة، مجلة Arab Media & Society، (28)، ص66 – 95.
- (87) كريم، بدر (1986) دور المذيع في تغيير القيم في المجتمع السعودي، دار العلم للطباعة، المملكة العربية السعودية.
- (88) كزوط، هشام (2019) الإعلام الجديد وآليات تشكل الهوية الرقمية: نحو الكائن الإنسوبي، مجلة مقاربات، (37)، ص91 – 101.
- (89) لونيس، باديس (2015) الهوية المحلية والهوية الافتراضية في ظل الإعلام الجديد: حدود التلقى والتلاقي، مجلة دراسات وأبحاث، 7(19)، ص31 – 44.
- (90) لونيس، باديس (2014) الإعلام الجديد والهوية: دراسة نظرية في جدلية العلاقة والتأثير، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، (31)، ص265 – 294.
- (91) مبنى، نور الدين (2014) الإعلام الجديد والهوية الثقافية والاجتماعية للشباب: الشبكات الاجتماعية نموذجا، مجلة الكلمة، 21(83)، ص74 – 89.
- (92) مجاني، باديس، مرازقة، سارة (2019) أثر وسائل الإعلام على الهوية الثقافية لطلبة جامعة باتنة، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، 4(2)، ص19 – 30.
- (93) محمد، أحمد عادل عبد الفتاح (2018) العنف الرمزي المدرك بوسائل الإعلام الجديدة وعلاقته بمفهوم الذات
- (94) محمد، بسنت عدلى حسن، وآخرون (2020) أزمة الهوية وعلاقتها بكل من ثقافة وسائل الإتصال والرضا عن الحياة في ضوء بعض المتغيرات الديموجرافية لدى طلاب جامعة عين شمس، مجلة كلية التربية جامعة عين شمس، 1(44)، ص81 – 130.
- (95) محمد، كوثر علوب (2017) الإعلام الجديد وأثره على القيم الاجتماعية: دراسة على قيمة التكافل في السودان، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة والنشر، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.
- (96) محدي، خيرة (2013) شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الشباب الجزائري: دراسة وصفية تحليلية لعينة من صفحات مستخدمي موقع الفيسبوك، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والإتصالية، 11(5)، ص156 – 170.
- (97) مصباح، محمد (2020) الإعلام الجديد والعولمة وتحدي خصخصة القيم، بحث منشور ضمن أعمال مؤسسة دراسات وأبحاث، قسم الحقوق والحريات، الرباط، المغرب، ص1 – 20.
- (98) منصر، خالد (2015) الإعلام الجديد وتعزيز قيم المواطنة، مجلة كلية الفنون والإعلام، (1)، ص129 – 150.
- (99) مهداوي، نادية (2019) الشباب ومواقع التواصل الاجتماعي: رؤية بين ممارسة الواقع وتحدي بنية الهوية الثقافية، المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقاة، 1(2)، ص206 – 222.
- (100) النجادات، عبد السلام محمد حسين (2019) وسائل التواصل الاجتماعي ومخاطرها على الهوية العربية: دراسة تحليلية، مجلة مقاربات، (35)، ص9 – 25.
- (101) نسيمة، جميل (2021) الإنترنت والوساطة الثقافية المتحفية فضاء لنشر الوعي الأثري، مجلة أبعاد، 8(1)، ص301 – 314.
- (102) نصيرة، زروال، رزق الله، سلمى (2020) دور الإعلام الجديد في تغيير قيم الهوية والمواطنة لدى الشباب الجزائري، مجلة آفاق علمية، 12(2)، ص721 – 736.

- 103) نور الدين، ناصر، نور الدين، جفال (2021) وسائل الإعلام والتنمية الثقافية: إرهابات الواقع ورهانات المستقبل، 14(1)، ص 625 – 641.
- 104) نويصر، سحر محمد شلبي، لبن، هبة الله أنور على (2018) الهوية الثقافية لرواد المجتمعات الافتراضية: دراسة اجتماعية بريف محافظة الشرقية، مجلة الزقازيق للبحوث الزراعية، 45(3)، ص 1107 – 1083.
- 105) والأمن النفسي لدى الشباب المصري: دراسة ميدانية، مجلة Arab Media & Society، 26(2)، ص 1 – 32.
- 106) الوحيشي، على (2018) أثر الإعلام الجديد على الهوية الثقافية والخصوصية الإسلامية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، 7(27)، ص 908 – 890.
- 107) ونوغي، حبيبة (2017) مظاهر الاغتراب الثقافي في مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك أنموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، الجزائر.
- 108) يامين، بودهان، رغييس، إيناس (2021) التسويق الاتصالي للموروث الثقافي المادي واللامادي بشمال سطيف، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، 4(2)، ص 17 – 29.
- 109) يحمى، خديجة (2019) تأثير الإعلام الجديد على الانتماء الثقافي للشباب الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية الشلف، مجلة جسور المعرفة، 5(2)، ص 385 – 406.
- 110) يحيوى، إبراهيم (2017) الإعلام الجديد وتشكيل الثقافة، مجلة العلوم الاجتماعية، 25(2)، ص 89 – 105.

- 111) Borenstein, Michael, et.al (2021) Introduction to Meta-Analysis, 2nd Edition, Wiley, UK.
- 112) Esposito, Carl C. (2012) Can Political Candidates use Facebook to influence real World Outcomes? An Analysis of Users and Gratification needs, MA, University of Taxes.