

# دور الاتصالات الرقمية بالمؤسسات الجامعية في تدعيم الهوية الثقافية والوطنية لدى طلاب الجامعة

## دراسة ميدانية

سعد عبود الحارثي\*

إشراف: أ.د/ حنان جنيد\*\*

### مستخلص الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على دور الاتصالات الرقمية بالمؤسسات الجامعية في تدعيم الهوية الثقافية والوطنية لدى الطلاب من خلال الاعتماد على منهج المسح وباستخدام أداة الاستقصاء على عينة من طلاب الجامعات السعودية قوامها 400 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان أهمها:

1. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب لأنشطة المؤسسات الجامعية عبر المنصات الإعلامية وبين اتجاهاتهم نحو دورها في تدعيم الهوية الثقافية والوطنية بين الطلاب.
2. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة الشباب لأنشطة المؤسسات الجامعية عبر المنصات الإعلامية وبين اتجاهاتهم نحو دور الأنشطة الثقافية التي تقوم بها المؤسسات الجامعية عبر منصاتها الرقمية.
3. أكدت نسبة 39.8% من الطلاب أنهم دائماً ما يشاركون بالفعل في الأنشطة الثقافية والتي ينظمها الكليات في إطار العمل المجتمعي والثقافي، بينما أكدت نسبة 32.5% منهم أنهم أحياناً يقومون بالمشاركة، بينما تؤكد نسبة 27.8% أنهم لم يقوموا بالمشاركة بتلك الأنشطة الثقافية من قبل.
4. جاء عبارة " تغرس لدي حب الوطن واحترام معتقداته الدينية والثقافية " في الترتيب الأول من اتجاهات الطلاب نحو الدور الوطني التي تقوم به المؤسسات الجامعية من خلال استخدام المنصات الرقمية الخاصة بها بوزن نسبي 86، وجاء في الترتيب الثاني " تحفزني على القيام بالأنشطة التطوعية لخدمة الوطن " بوزن نسبي 85.7.
5. جاءت عبارة " تقوم المنصات الرقمية للجامعات بدور هام في ترسيخ الثقافة المجتمعية." في مقدمة اتجاهات الطلاب نحو الدور الثقافي والتربوي التي تقوم به المؤسسات الجامعية من خلال استخدام المنصات الرقمية الخاصة بها بوزن نسبي 82.3، يليها عبارة " تقدم المنصات الرقمية عدد من الأنشطة الثقافية والمسابقات والفنون " بوزن نسبي 81.3.

**الكلمات المفتاحية:** الهوية الثقافية، الهوية الوطنية، الغرس الثقافي، المنصات الرقمية.

\* باحث دكتوراه بكلية الإعلام جامعة القاهرة

\*\* أستاذ العلاقات العامة والإعلان- كلية الإعلام- جامعة القاهرة

## The role of digital communications in university institutions in strengthening students' cultural and national identity: a field study

### Abstract:

The current study aims to identify the role of digital communications in university institutions in strengthening students' cultural and national identity by relying on the survey approach and using the survey tool on a sample of 400 Saudi universities students. The study reached a number of results, the most important of which were:

1. There is a statistically significant correlation between the intensity of youth exposure to the activities of university institutions through media platforms and their attitudes towards its role in strengthening cultural and national identity among students.
2. There is a statistically significant correlation between the motivations of young people to follow the activities of university institutions through media platforms and their attitudes towards the role of cultural activities carried out by university institutions through their digital platforms.
3. %39.8of students confirmed that they always actually participate in cultural activities organized by colleges within the framework of community and cultural work, while 32.5% of them confirmed that they sometimes participate, while 27.8% confirmed that they had not participated in these cultural activities before. .
4. The phrase "instills in me a love of the homeland and respect for its religious and cultural beliefs" came in first place among students' attitudes toward the national role played by university institutions through the use of their digital platforms, with a relative weight of 86, and in the second place came "it motivates me to carry out volunteer activities to serve "Al-Watan" with a relative weight of 85.7.
5. The phrase "universities' digital platforms play an important role in consolidating societal culture." At the forefront of students' attitudes towards the cultural and educational role played by university institutions through the use of their digital platforms, with a relative weight of 82.3, followed by the phrase "digital platforms provide a number of cultural activities, competitions, and arts" with a relative weight of 81.3.

**Keywords:** cultural identity, national identity, cultural implantation, digital platforms

## مقدمة الدراسة:

في ظل التطور السريع في تكنولوجيا الاتصال وزيادة انتشار ظاهرة العولمة، يعتبر الحفاظ على الهويات الثقافية والوطنية مهمة غاية في الأهمية، وتواجه هذه العملية تحديات كبيرة نتيجة لزيادة تأثير مظاهر العولمة التي يمكن أن تهدد الأصول والقيم التقليدية وتؤدي إلى فقدان الهوية الثقافية. وقد ساعدت وسائل الاتصال الرقمية على ربط أجزاء كبيرة من العالم بعضها ببعض، وقدمت مواقع التواصل الاجتماعي فتحًا تاريخيًا نقل وسائل الاتصال إلى آفاق غير مسبوقة، وأتاحت لمستخدميها فرصًا كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة إلا بشكل نسبي محدود وأبرز حراكًا ثقافيًا سياسيًا ونشاطًا شبابيًا.

وتعتبر الهوية من أهم السمات المميزة للمجتمع، فهي التي تجسد الطموحات المستقبلية في المجتمع، وتبرز معالم التطور في سلوك الأفراد وإنجازاتهم في المجالات المختلفة، بل تنطوي على المبادئ والقيم التي تدفع الإنسان إلى تحقيق غايات معينة<sup>(1)</sup>. كما تعتبر الهوية عماد الأمة وقوتها، حاضرها ومستقبلها، فالهوية إن صلحت صلح المجتمع، وإن انزاحت عن معالم الدولة أهم مقوماتها ستطمس الهوية الوطنية، فلا يستطيع أي مجتمع أن يعيش دون هوية تميزه عن باقي المجتمعات<sup>(2)</sup> وتعد الهوية الوطنية والثقافية إحدى أهم القضايا التي تهتم بها الحكومات العربية، حيث تقوم بتدعيم مشاركة الشباب في القضايا الوطنية، وتهتم بمشاركتهم السياسية على مستوى الدولة، وتقوم في سبيل ذلك بالاعتماد على عدة وسائل ومنها مواقع التواصل الاجتماعي<sup>(3)</sup>.

ونتيجة للصلة الوثيقة التي تربط بين الإعلام والهوية الوطنية فقد حرصت معظم الحكومات على توجيه المؤسسات الجامعية من خلال استخدام المنصات الرقمية في تدعيم الهوية الوطنية والثقافية لدى طلابها، حيث أكدت الدراسات أهمية المنصات الإعلامية في تحقيق وتدعيم الهوية الوطنية والثقافية، كما أوضحت الدراسات أن الإعلام الرقمي كان له تأثير إيجابي في تكوين هوية المواطنين الثقافية الذين اكدوا أن أكبر تأثير لوسائل التواصل الاجتماعي كان لتزايد من اهتمامهم بما يدور داخل بلادهم، بالشكل الذي يجعلهم يفتخرون بوطنهم من خلال ما يشاهدونه عبر تلك الشبكات<sup>(4)</sup> وهو ما يثبت وجود علاقة طردية بين تعرض الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي؛ وإدراكهم لفكرة الهوية الوطنية والثقافية، واتجاههم نحوها<sup>(5)</sup>، كما إن من أبرز الدوافع نحو تأكيد الهوية الثقافية هو ما يشهده العالم اليوم من أحداث ومتغيرات متمثلة في الانفتاح والنمو والتقدم التكنولوجي الذي ربما يكون له تأثير على الهوية الثقافية للمجتمع<sup>(6)</sup> بالإضافة إلى العولمة الثقافية التي أصبحت تباشر تأثيرها على الأجيال الجديدة من أبناء المجتمع، وسيرت مفاهيم جديدة ومفردات غريبة على لغتنا العربية، وصار الشباب يرددونها ويدافع عنها، بل صار مكن الخطورة يتمثل فيما يمكن أن تتعرض له قيم الانتماء والاعتزاز بالوطن من تهديد؛ وصار من الواجب على مؤسسات الدولة عامة والتعليم خاصة وعلى رأسه التعليم الجامعي أن تتحمل مسؤولياتها لاستعادة التوازن المفقود والدفاع عن هويتنا الثقافية<sup>(7)</sup>. وقد زاد دور التربية بظهور بعض المتغيرات التي أثرت على الهوية مثل تنامي تأثير اللغات العالمية مقابل اللغة المحلية بالإضافة لبعض المتغيرات الأخرى ذات التأثير المباشر على الهوية الثقافية، وخاصة في ظل تراجع دور

المؤسسات التربوية التقليدية (كالأسرة والمدرسة)، (8) مما دفعنا إلى البحث والتأكيد على مؤسسات أخرى أكثر تأثيراً كالجامعات لما لهذه المؤسسات من تأثير على أهم الفترات حساسية وتأثيراً في حياة الشباب وخاصة طلاب الجامعات.

ونظراً لأهمية الأنشطة التي تقوم بها المؤسسات الجامعية من أجل تدعيم الهوية الوطنية ونشر ثقافة الهوية لدى الشباب من طلابها والذي يعتبر أساس المستقبل وأمل الغد وبناء التطوير والمحرك الداعم لقضايا التنمية، ونظراً لأهمية ودور المنصات الإعلامية بالنسبة لهذه المؤسسات ودورها في إنجاز المهام الخاصة بها، فسوف نتناول الدراسة الحالية دور الاتصالات الرقمية بالمؤسسات الجامعية في تدعيم الهوية الثقافية والوطنية لدى الطلاب

### مشكلة الدراسة:

يعد تجسيد الهوية الثقافية والوطنية التزاماً وطنياً نحو مفردات الهوية وما تتضمنها من مبادئ وقيم تتم ترجمتها من قبل المواطنين نحو المجتمع بكافة مؤسساته الذي يقع على عاتقه تقديم خدمات متنوعة مقبولة وملموسة لدى الشعب، وتقيس في الوقت نفسه مفهومي الانتماء والولاء لأرض الوطن اللذين يشكلان محورين لبناء أي مجتمع يتطلع نحو إحداث التطوير والتغيير في حياة أفرادهم وفقاً لمتغيرات ومتطلبات كل حقبة زمنية. وتقوم المؤسسات الجامعية بدور مهم في تشكيل ثقافة المجتمع وتقع عليها مسؤولية عظيمة في غرس القيم الإيجابية والاتجاهات العقدية والفكرية التي تتواءم مع الفطرة الإسلامية السليمة، وتتفق مع قيم المجتمع وتوجهاته، ويتضح أهمية الدور الذي تقوم به في الحفاظ على الهوية الثقافية والوطنية كونها تضم فئات من أهم فئات المجتمع وثروة من أغلى ثروات الأمم ألا وهي فئة الشباب، وما يتم تقديمه لهم في هذه المؤسسات تنعكس على تصرفاتهم وسلوكهم.. لذا يمكن صياغة المشكلة البحثية في التعرف على دور الاتصالات الرقمية بالمؤسسات الجامعية في تدعيم الهوية الثقافية والوطنية لدى طلاب الجامعة.

### أهمية الدراسة:

1. تناول الدراسة قضية بالغة الأهمية، وهي قضية الهوية الثقافية والوطنية، باعتبارها تمثل تحدياً مطروحاً علينا بشدة في عصر العولمة والسموات المفتوحة، كما أنها تتعلق بكيفية الحفاظ على ذاتيتنا وخصوصيتنا الوطنية وثقافتنا وعاداتنا، وباعتبارها قضية خلافية تتباين الآراء بشأنها وتتصارع حولها الثقافات.
2. تتبع أهمية الدراسة من خلال موضوعها حول دور الاتصالات الرقمية بالمؤسسات الجامعية من أجل نشر ثقافة الهوية الوطنية لدى الشباب السعودي طلاب الجامعات، وما تمثله تلك المنصات من أهمية بالغة في المساهمة بتحقيق أهداف الحكومة السعودية فيما يتعلق بموضوع الهوية الثقافية والوطنية.
3. الإضافة العلمية التي ستوفرها هذه الدراسة من نتائج وبيانات حديثة التي تم جمعها حول مشكلة الدراسة والوصول إلى معلومات جديدة لم يتم التطرق إليها سابقاً للوصول إلى أدلة موثوقة يمكن الاعتماد عليها في مختلف الحقول، لتحديد النتائج والتوصيات للنظر فيها وأخذها في الاعتبار.

4. أهمية مرحلة الشباب خاصةً وأنها الهدف الأساسي من التنمية في المملكة العربية السعودية كما أنهم الفئة المستهدفة من التطورات الحادثة في المجالات المختلفة.

#### الأهمية التطبيقية:

1. من خلال سعي الباحث للتعرف على دور الاتصالات الرقمية للمؤسسات الجامعية في نشر ثقافة الهوية الوطنية لدى طلاب الجامعات السعودية يمكن المساهمة في تعزيز ذلك الدور من خلال الوقوف على رؤية عينة من الشباب السعودي لدور تلك الوسائل وفعاليتها في نشر الهوية الثقافية الوطنية واتباع أفضل الاستراتيجيات الاتصالية لتحقيق هذا الهدف.
2. يمكن الاستفادة من نتائج هذه الدراسة في خدمة المجتمع وتحقيق فائدة عملية وعلمية للباحثين في المستقبل.

#### أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في: التعرف على دور الاتصالات الرقمية للمؤسسات الجامعية في تعزيز الهوية الثقافية والوطنية لدى طلاب الجامعات، ويترتب على هذا الهدف عدة أهداف فرعية:

1. التعرف على علاقة عينة من الشباب السعودي طلاب الجامعات السعودية بالاتصالات الرقمية التي تستخدمها المؤسسات الجامعية من حيث (مستوى ومعدل المتابعة وأهم المواقع التي يتابعها).
2. رصد أسباب تفضيل عينة من الشباب السعودي طلاب الجامعات السعودية لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالمؤسسات الجامعية دون غيرها من الوسائل، ورصد المزايا التي تتمتع بها هذه الوسائل من وجهة نظرهم.
3. الكشف عن الآليات المستخدمة من قبل المؤسسات الجامعية السعودية من أجل نشر ثقافة الهوية الثقافية والوطنية بين الشباب وذلك من خلال استخدام المنصات الإعلامية.
4. قياس وعي عينة من الشباب السعودي طلاب الجامعات السعودية بمعايير الهوية الثقافية والوطنية السليمة ومدى قدرة المنصات الجامعية في نشر ثقافتها بينهم.
5. تحليل وجهات نظر عينة من الشباب السعودي طلاب الجامعات السعودية حول دور الاتصالات الرقمية بالمؤسسات الجامعية في تعزيز الهوية الوطنية والثقافية لديهم من خلال الدور (الوطني-الثقافي والتربوي)، ومعرفة تقييمهم لكل منها، مع إبراز الآليات المقترحة من قبلهم لزيادة فعاليتها في تعزيز الهوية لديهم.

#### الدراسات السابقة:

تناولت عدد من الدراسات الإعلامية فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية منها دراسة Jürgen Baumert (2024)<sup>(9)</sup> التي تناولت العلاقة بين الهوية الثقافية لدى طلاب الجامعات المهاجرين وتعزيز المستوي الأكاديمي والاجتماعي والشعور

بالانتماء لديهم، اعتمد الباحث في دراسته علي المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من طلاب الجامعات المهاجرين قوامها 1992 مفردة بحثية ومن خلال الاستقصاء أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة طردية إيجابية بين تعزيز الهوية الثقافية للطلاب من خلال دراسة ثقافة وتاريخ الدولة التي ينتمون إليها وبين تحسين الجانب النفسي لديهم، كما بينت نتائج الدراسة ان قيام الجامعات بتخصيص الأنشطة الاتصالية من أجل تعزيز الهوية الثقافية له تأثير كبير علي الشعور بالانتماء والفخر والارتباط بتلك الثقافة والمجتمع المحلي، كما بينت وجود علاقة طردية إيجابية بين تعزيز الهوي الثقافية لدي الطلاب وبين تحسن المستوي الأكاديمي لديهم وذلك بسبب تحسن مستوي الصحة النفسية لديهم والتي تجعلهم يبذلون قصاري جهدهم في العملية التعليمية. وهو ما يتفق مع نتائج دراسة **Sara L. Buckingham (2023)**<sup>(10)</sup> التي تناولت دور الاتصالات الرقمية التي تقوم به الجامعة في تعزيز الهوية الثقافية للطلاب، حيث اعتمد الباحث في دراسته علي المنهج التجريبي، من خلال القيام باختيار عينة عمدية من طلاب الجامعات والذين تم تعريضهم لبرنامج تعزيز الهوية الثقافية لطلاب جامعة الاسكا **The Alaska Native (AN) Cultural Identity Project** قوامها 36 ومن خلال الاستقصاء أشارت نتائج الدراسة الي وجود علاقة طردية إيجابية بين تعرض طلاب الجامعة لبرنامج تعزيز الهوية الثقافية وبين تعزيز وتحسين الهوية الثقافية لديهم، كما بينت نتائج الدراسة ان برنامج تعزيز الهوية الثقافية يعتمد بشكل رئيس علي ربط الطلاب بالتاريخ الأمريكي والثقافة المحلية والإنجازات التي قامت بها الثقافة الأمريكية وتأثيرها المحلي والعالمي مما جعلها محل فخر لدي الطلاب وزيادة شعور الانتماء لديهم وارتباطهم بالثقافة المحلية، كما بينت أن زيادة ربط الطلاب بالثقافة المحلية لأمركية له تأثير إيجابي كبير علي ارتباط الطلاب في الجامعة بالمجتمع وتعزيز الولاء له نتيجة الارتباط بالثقافة المحلية. وهو ما يتفق أيضاً مع نتائج دراسة **Majid Khalaf Alshammari (2023)**<sup>(11)</sup> التي تناولت تأثير الأنشطة الاتصالية علي تعزيز الهوية الثقافية وعلاقته بتعزيز مستوي الولاء والانتماء لدي طلاب الجامعات، حيث اعتمد الباحث في دراسته علي المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمية من طلاب الجامعات في ماليزيا قوامها 220 مفردة بحثية ومن خلال الاستقصاء أشارت نتائج الدراسة إلى الدور الذي تقوم بالجامعات من أجل ربط الطلاب بالثقافة المحلية الموجودة لدي المجتمع الماليزي، كذلك بينت أن الجامعة تقوم بتمشيط بعض البرامج التي تستهدف ربط الطلاب بالثقافة المحلية وتقديمها إلى الطلاب من خلال الأنشطة الاتصالية المتعددة مثل الإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي، كما بينت أن الهدف من ربط الطلاب بالثقافة المحلية تستهدف ربط وتعزيز الطلاب بالثقافة المحلية في ظل الغزو الفكري والثقافي الذي يتعرض له الطلاب مما يجعلهم عرضة للانسلاخ الثقافي والابتعاد عن المعتقدات والثقافة المحلية الموجودة لدى الطلاب، حيث إن التعرض إلى الثقافات الغربية يؤدي إلى زيادة مستوي القلق لدى الطلاب وعدم الثقة بالنفس لكن التعرض إلى البرامج الثقافية يمكن من خلالها ربط الطالب بالثقافة المحلية وزيادة الشعور بالانتماء والفخر لتلك الهوية والتي تجعله يقاوم التعرض إلى الثقافات الأخرى التي تستهدف غرس الثقافات الأخرى لدي الطلاب والتي لا تتفق مع الموجودة لدي المجتمع. وتناولت دراسة **Smets, K. (2023)**<sup>(12)</sup> فعالية استخدام

الجامعات في بوليفيا لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتعزيز الهوية الثقافية لدى الطلاب، حيث اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من طلاب الجامعات في بوليفيا قوامها 105 مفردة بحثية والذين يتعرضون للأنشطة الاتصالية الرقمية التي تقوم بها الجامعة ومن خلال الاستقصاء أشارت نتائج الدراسة إلى مدى فعالية الأنشطة الاتصالية الرقمية التي تقوم بها الجامعات في بوليفيا من أجل تعزيز الهوية الوطنية لدى الطلاب المحليين في ظل تواجد العديد من الجنسيات الأجنبية الأخرى، كما بينت نتائج الدراسة إلى أن الجامعة في بوليفيا تقوم علي التنوع في الأنشطة الاتصالية المستخدمة من أجل تعزيز الهوية الوطنية لدى الطلاب والعمل علي شعورهم بالفخر والانتماء للدولة من خلال الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة رئيسية من أجل تعزيز الهوية وبالتالي تنمية الشعور بالانتماء لدى الطلاب، كذلك من بين الأنشطة الاتصالية المستخدمة ما يعرف بالإذاعة الجامعية الرقمية وهي من اهم الوسائل الفعالية التي تقوم الجامعة باستخدامها من أجل غرس المفاهيم المتعلقة بالفة والثقافة المحلية وبالتالي العمل علي زيادة الشعور بالانتماء والذي ينعكس بشكل مباشر علي تعزيز الهوية لديهم. في حين تناولت دراسة **Matthew MacLean (2023)** (13) تعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب في الإمارات، وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من طلاب الجامعات في المارات قوامها 220 مفردة بحثية ومن خلال الاستقصاء أشارت نتائج الدراسة إلى اتجاه الجامعات في الإمارات نحو تدعيم الهوية الوطنية لدى الطلاب في ظل العولمة التي يشهدها العالم وتعرض الطلاب لكثير من الثقافات التي قد تتناقض مع الهوية الوطنية لدى الطلاب، كما بينت الدراسة الي اتجاه الدولة والجامعات إلى تعزيز الهوية لدى الطلاب من خلال إطلاق برنامج المواطن الذي يستهدف بشكل رئيس ربط الطلاب بالثقافة المحلية لدولة الإمارات، كما بينت الدراسة أن البرنامج يعتمد بشكل رئيس على الإعلام الرقمي من أجل تعريف الطلاب بالثقافة المحلية والخليجية والتعريف بالإنجازات التي تقوم بها الدولة مما يؤدي الي تعزيز مفهوم الهوية لدى الطلاب. بينما تناولت دراسة **Sarah Jay (2023)** (14) استخدام الإعلام الرقمي داخل الجامعات في أيرلندا من أجل تمكين الهوية لدى الطلاب، وقد اعتمد الباحث في دراسته علي المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من طلاب الجامعات قوامها 47 مفردة بحثية ومن خلال الاستقصاء أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة طردية إيجابية بين تعرض الطلاب محل الدراسة إلى الإعلام الرقمي داخل الجامعات وبين تعزيز الهوية الاجتماعية بين الطلاب، كما بينت نتائج الدراسة الي اتجاه الجامعة الي وضع برنامج يستهدف تعزيز الهوية الاجتماعية لدى الطلاب تحت مسمى **The Youth Global Awareness Program (YGAP)** الذي يقوم على توظيف الإعلام الرقمي من أجل ربط الطلاب الثقافة الاجتماعية للدولة مما يساعد علي تعزيز الانتماء للوطن والثقافة الاجتماعية، كما بينت الدراسة أن الجامعة تقوم علي توظيف الاعلام من خلال البرامج التعليمية التي من خلالها نشر الثقافة الاجتماعية بشكل جماعي بين الطلاب أثناء العملية الدراسية مما يؤدي إلى زيادة الوعي بالثقافة الوطنية والاجتماعية وبالتالي زيادة ارتباط الطلاب بالهوية الاجتماعية. وهدفت دراسة **Jie Cui (2023)** (15) إلى التعرف علي فاعلية المنصات الرقمية الحكومية الصينية

في تدعيم الهوية الوطنية على الجمهور المحلي من خلال استخدام الفيديوهات والعناصر المرئية خلال أزمة COVID-19، من خلال التطبيق على عينة عمدية من الحسابات الرسمية للحكومة الصينية على مواقع التواصل الاجتماعي حيث تم تحليل عينة من الفيديوهات والعناصر المرئية في الفترة من مارس إلى مايو 2022، أكدت الدراسة إلى اعتماد الحكومة الصينية على المنصات الرقمية من أجل تدعيم الهوية الوطنية خلال أوقات الأزمات والمواقف الصعبة والتي شملت أزمة COVID-19، وأنه في إطار سياسة الدولة نحو تدعيم الهوية الوطنية تم الاعتماد على مجموعة من الاستراتيجيات تم أبرزها من خلال المحتوى المرئي؛ حيث تمثلت أهم الاستراتيجيات الاتصالية التأكيد على المسؤولية الوطنية في العمل على القضاء على الأزمة الصحية ليس فقط في البر الصيني لكن في جميع أنحاء العالم من خلال العمل على تطوير اللقاحات المضادة للوباء. وعلى صعيد متصل هدفت دراسة **Makoza, Frank (2023)** (16) إلى التعرف على مدى فاعلية استعانة الحكومة في دولة ملاوي للأنشطة الاتصالية الرقمية وعلاقة ذلك بتدعيم الهوية الوطنية للجمهور المحلي، بالاعتماد على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من الأنشطة الاتصالية الرقمية لحكومة ملاوي، بالإضافة إلى إجراء دراسة ميدانية على عينة من الجمهور قوامها 512 مفردة، أشارت نتائج الدراسة إلى اعتماد الحكومة الملاوية على الاتصال الرقمي كوسيلة للتعريف بالجهود التي تقوم بها الحكومة المحلية مما ينعكس بشكل كبير على صورة الحكومة لدى الجمهور، كما بينت أن الحكومة في ملاوي اعتمدت على الإعلام الرقمي كوسيلة للتعريف التي تقوم بها في مجال مكافحة الاتجار بالأطفال ومنع الهجرة الغير شرعية مما انعكس بشكل كبير على الهوية الوطنية الموجودة لدى الجمهور المحلي بسبب الجهود التي تقوم بها الحكومة، وتوصلت إلى أن هناك علاقة طردية إيجابية بين التعريف بالخدمات الصحية التي تقدمها الحكومة وبين تدعيم الهوية الوطنية لدى الجمهور المحلي نتيجة المعرفة بالإجراءات التي تقوم بها من أجل المحافظة على صحة الإنسان. بينما تناولت دراسة **Tisha Lewis Ellison (2023)** (17) استخدام الاتصالات الرقمية في دعم وتمكين هوية الفتيات السود في الجامعات الأمريكية، وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من الفتيات السود في الجامعات الأمريكية قوامها 120 مفردة بحثية ومن خلال الاستقصاء أشارت نتائج الدراسة أن الفتيات السود يعانون من الكثير من المشاكل نتيجة بشرتهم لمسراء مما أثر بشكل سلبي على حالاتهم العقلية والنفسية، كما بينت الدراسة أن نتيجة لذلك اتجهت الجامعات الأمريكية إلى إنشاء وتنفيذ برنامج يستهدف بشكل رئيس تعزيز مستوى لهوية لدي الفتيات السود في الجامعات الأمريكية مما يؤثر بشكل كبير على تحسين حالاتهم العقلية والنفسية، كما بينت أن البرنامج يقوم بشكل رئيس على تعزيز الكفاءة الذاتية ورفع مستوى الشعور بالهوية لدي الفتيات السود وأنهم يعتبرون جزء أصيل في المجتمع الأمريكي وأن أمريكا لا تعتبر لون البشرة سببا في التفريق بين المواطنين الأمريكيين فالجميع لديه الحقوق والواجبات لا فرق بينهم، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية إيجابية بين التعرض إلى ذلك البرنامج عبر مواقع لتواصل الاجتماعي والشعوب بالانتماء وتعزيز مفهوم الهوية لدي الفتيات السود. وتناولت دراسة **Sarah Abdullah S., et al. (2023)** (18) دور منصات التواصل الاجتماعي في



**مواجهة التطرف الفكري من وجهة نظر طلبة جامعة المجمعمة** حيث أجرى الباحثون المنهج الوصفي التحليلي وطبقوا (20) فقرة استبيان لعينة عشوائية قوامها (213) طالباً، وأظهرت النتائج أن: تيك توك وسناب شات كانا في المرتبة الأولى بين عينة الدراسة. كما كان هناك تأثير سلبي معتدل لوسائل التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري، بمتوسط (2.99). ويرجع ذلك إلى طبيعة المحتوى المنشور على الشبكات وتأثيره على المشتركين. كما أشارت النتائج إلى أن منصات التواصل الاجتماعي لعبت دوراً معتدلاً في مقاومة الانحراف الفكري بين أفراد المجتمع بمتوسط 2.96 مشترك، كما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير منصات التواصل الاجتماعي حول الأمن الفكري للشباب ودورهم في مقاومة التطرف الفكري، كما استكشفت أشهر منصات التواصل الاجتماعي بين طلاب الجامعات وأثرها على الأمن الفكري للطلاب، وتدعو نتائج الدراسة إلى ضرورة تفعيل الدور الإيجابي لوسائل التواصل الاجتماعي من خلال استكشاف الجديد نهج لتطوير بدائل فعالة في التعامل مع الشبكات الاجتماعية من خلال تعزيز محو الأمية الإعلامية للشباب. بينما هدفت دراسة بن عمار اشوق وآخرون (2023) (20) إلى معرفة مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) في تعزيز بعدي الهوية الوطنية (الدين الإسلامي- اللغة)، وأكدت أن شبكات التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفييس بوك يسهم في تعزيز الهوية الوطنية في تعزيز بعدي اللغة العربية والدين الإسلامي اللذان يعتبران أهم بعدين مكونين للهوية الوطنية الجزائرية، وذلك من خلال الاعتزاز باللغة العربية والانتماء العربي، وتحسين صورة الإسلام والاعتزاز بالثقافة الإسلامية في هذا الفضاء الإلكتروني بغض النظر على التأثير السلبي لها. واستهدفت أيضاً دراسة علا طلعت (2022) (21) التعرف على علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بتكوين الهوية الوطنية للمراهقين من منظور نظريتي "التماس المعلومات" و"الاعتماد على وسائل الإعلام" من خلال دراسة ميدانية على عينة من الشباب المصري، وتوصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على المراهقين في تكوين هويتهم لما تمدهم من المعلومات حول القضايا المجتمعية المختلفة، أثبتت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي كان لها تأثير إيجابي في تكوين هوية المراهق حيث أكدت العينة أن أكبر تأثير لوسائل التواصل الاجتماعي كان لتزايد من اهتمامي بما يدور داخل بلادي، وأيضاً تجعلني أفتخر بوطني من خلال ما أشاهد عبر تلك الشبكات، ووجود فروق دالة إحصائية على مقياس الهوية الوطنية بين شريحة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي وشريحة غير المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي في اتجاه مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي. واستهدفت دراسة دعاء البنا (2022) (22) في تناول دور الإعلام الشبكي محددًا في شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية، بالاعتماد على تحليل الخطاب المنتج للصفحة الرسمية للمبادرة الرئاسية "اتكلم عربي" على شبكة الفيسبوك، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها رصد موضوعات الخطاب المنتج للهوية الوطنية وأهدافه عبر الصفحة الرسمية للمبادرة على الفيسبوك وتحليله في إطار منهج الاتنوجرافيا الافتراضية، ونظرية ثراء الوسيلة، ونجاح المبادرة في تحقيق عديد من أهدافها في التواصل الفعلي مع أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية، وتعلمهم التحدث باللغة

العربية وتعزيز الهوية الوطنية بمختلف عناصرها من اللغة والتاريخ والثقافة والقيم والعادات والتقاليد لدى المستخدمين أعضاء الصفحة من أبناء المصريين المغتربين في دول العالم، والذين يمثلون الجيل الثاني والثالث من أبناء الجاليات المصرية في الدول الأجنبية والعربية، اعتماداً على التواصل مع الجيل الأول، والتي تتضمن الآباء والأمهات، كما حظت رسائل الخطاب المنتج للهوية الوطنية للمبادرة بنسبة عالية من تفاعل الجاليات المصرية وأبنائهم في مختلف دول العالم. وهدفت دراسة محمد مانع عبد الله (2022) (23) بشكل رئيسي إلى الوقوف على مشكلات الهوية والانتماء لدى طلاب وطالبات المرحلة الجامعية بدولة الكويت في سياق التغيرات الثقافية المعاصرة ووضع تصور مقترح لحل هذه المشكلات، وفي ضوء أسئلتها وأهدافها استعان الباحث بالمنهج الاثنوجرافي والمقابلة كأحدى أدواته، وتوصلت الدراسة إلى مشكلات الهوية والانتماء لدى طلاب وطالبات المرحلة الجامعية بدولة الكويت في سياق التغيرات الثقافية المعاصرة تتخذ صوراً متعددة ومتباينة، فمنها ما يتعلق بشخصية الطالب، ومنها ما يتعلق بأسرته، ومنها ما يتعلق بواقعة التعليمي الأكاديمي، ومنها ما يرتبط ببيئته، ومنها ما يتصل بحالة الطلاب الثقافية أو الاجتماعية، وأوضحت الدراسة أن تشكيل الهوية والانتماء في ظل التغيرات المعاصرة، يتطلبان تعاون بين مؤسسات التنشئة الاجتماعية، كما لا بد من اعتماد اتجاهات معاصرة في أساليب التربية والمناهج وطريقة التدريس الحديثة. وتدور دراسة **Aalsebaei, Maisoon Osama (2021)** (24) حول مساهمة جامعة الشباب السعودي في تعزيز الأمن الفكري على وسائل التواصل الاجتماعي حيث استخدمت الدراسة نظرية المسؤولية الاجتماعية من خلال مقابلة 20 طالب وطالبة في جامعة الملك عبد العزيز بجدة بالمملكة العربية السعودية. أظهرت الدراسة في نتائجها أن: ما يقرب من نصف الباحثين على دراية بمفهوم الأمن الفكري، كما أكد على أهمية الأسرة والتعليم ووسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الأمن الفكري للأفراد، ووجدت النتائج أن للشباب الجامعيين دور واسع وفعال في تعزيز الأمن الفكري للآخرين من خلال وسائل التواصل الاجتماعي لديهم وعي كاف بالجوانب الدينية والوطنية والثقافية والاجتماعية. بالنسبة لمفهوم الأمن الفكري، نجد أن أكثر من نصف المبحوثين من الشباب الجامعي على وعي به، وأن ما يقرب من نصفهم لم يسمعوا به أو سمعوا عنه لكن لا يعرفون معناه. كما تؤكد هذه الدراسة أن معظم المبحوثين من الشباب الجامعي يربطون مفهوم الأمن الفكري بالبعدين الديني والثقافي أكثر من البعدين الوطني والاجتماعي. كما هدفت دراسة عيبر محمود (2021) (25) إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم الهوية الوطنية لدى الشباب المصري، إتمدت على منهج المسح الاعلامي بالعينة بتطبيق استمارة استبيان على عينة عمدية قوامها 400 مفردة من الذكور والاناث من الشباب المصري من سن 18 سنة إلى سن 35 سنة، في النطاق الجغرافي لمحافظة القاهرة والمنصورة. وخلصت نتائج الدراسة إلى أن معدل تعرض المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي خلال الأسبوع كان مرتفعاً، وأكدت نتائج الدراسة أن درجة ثقة المبحوثين في الأخبار والمعلومات التي توفرها تؤثر في تشكيل تلك الوسائل للهوية الوطنية لدى الشباب المصري.

### التعليق على الدراسات السابقة:

ومن العرض السابق للدراسات السابقة نجد أن:

**أولاً: من حيث الأهداف:** هدفت الدراسات السابقة في استخدام الاتصالات الرقمية لتعزيز الهوية الثقافية والوطنية، وتلاحظ زيادة عدد الدراسات الأجنبية عن الدراسات العربية في هذا المجال، وتلاحظ أيضاً أن الدراسات التي تناولت دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ونشر الهوية الوطنية والثقافية كان قليلاً، حيث ركزت معظم الدراسات على شق واحد وهو الشق الميداني من خلال التطبيق على الجمهور، وسوف تتوافق الدراسة الحالية مع الدراسات في دراسة استخدامات المؤسسات الجامعية لمواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الثقافية والهوية الوطنية ولكن سوف تختلف في المنهج والأساليب المتبعة.

**ثانياً: من حيث المناهج العلمية:** كان لمنهج المسح كالعادة النصيب الأكبر من الدراسات التي أجريت في المحورين سواء العربية أو الأجنبية مع حيث كونه أكثر المناهج المستخدمة تناسباً مع الموضوعات الخاصة بدور الوسائل الإعلامية الرقمية في نشر ثقافة الهوية الوطنية والثقافية بين المواطنين، وقد اعتمدت بعض الدراسات على المنهج المقارن، كما تم الاعتماد على المنهج شبه التجريبي بينما قل الاعتماد على منهج دراسة الحالة على الرغم من أهميته بالنسبة للدراسات الإعلامية، وسوف تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات التي اعتمدت على منهج المسح بشقه الميداني.

**ثالثاً: من حيث الأدوات المستخدمة:** اعتمدت معظم الدراسات على منهج المسح بشقه الميداني من خلال الاعتماد على أداة الاستقصاء أو أداة المقابلات المتعمقة، بينما اعتمدت دراسات تحليلية على منهج المسح بشقة التحليلي بالاعتماد على أداة تحليل المضمون لتحليل بعض المواد الإعلامية من أخبار ومنشورات وبرامج، فيما جمعت دراسات إعلامية أخرى بين الشقين الميداني والتحليلي، من خلال الجمع بين أداتي الاستقصاء وتحليل المضمون، بينما اعتمدت دراسات على المنهج التجريبي، وسوف تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات التي تعتمد على منهج المسح الإعلامي بالاعتماد على أداة الاستقصاء.

**رابعاً: من حيث النتائج:** أكدت الدراسات على أهمية الجامعات كمؤسسات للتنشئة الاجتماعية غرس القيم والتقاليد والثقافة الخاصة بالمجتمع كما أكدت على دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة الهوية الوطنية وتعزيز قيم المواطنة الصالحة لدى الجمهور وعليه فسوف تقوم الدراسة الحالية ببحث دور وفاعلية الاتصالات الرقمية للجامعات السعودية في نشر ثقافة الهوية الوطنية لدى طلاب الجامعات السعودية.

**أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:**

**أفاد الباحث من مراجعة الدراسات السابقة في الجوانب التالية:**

1- أمكن للباحث الوقوف على المشكلة الخاصة بدراسته وتحديد تحديد دقيق، وتحديد متغيراتها وأهميتها.

- 2- أمكن الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد النظرية التي اعتمدت عليها الدراسة وهي نظرية الغرس الثقافي، والاستعانة بنتائج الدراسات السابقة في تحديد طبيعة بعض الأسئلة في صحيفة الاستبيان ومحاولة تحري الأسئلة والاتجاهات التي لم تُعْطَها الدراسات السابقة.
- 3- ساعدت الدراسات السابقة الباحث في الاختيار الأمثل لمنهج المسح، وفقا للقواعد المنهجية.
- 4- توضيح الدور المهم والمؤثر لدور الاتصالات الرقمية للمؤسسات الرقمية في تعزيز الهوية الثقافية والوطنية لدى طلابها.
- 5- التعرف على المناهج العلمية المستخدمة، والأدوات البحثية التي استخدمتها هذه الدراسات.

### الاطار النظري للدراسة:

#### نظرية الغرس الثقافي (Cultivation theory):

تعد نظرية الغرس تصويراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى، وتشكيل الحقائق الاجتماعية، والتدريب من خلال الملاحظة، والمهام التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات؛ حيث تؤكد الفكرة العامة التي يجتمع حولها النظريات السابقة قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعوامل المحيطة بهم، ولا سيما للأفراد الذين يتعرّضون لهذه الوسائل بكثافة كبيرة.<sup>(26)</sup>

ويتناول المفهوم كلمتين رئيسيتين:

أ- **الغرس: Cultivation** يعرف أنه زرع وتنمية مكونات معرفية ونفسية تقوم بها مصادر المعلومات والخبرة لدى من يتعرض لها، ومصطلح الغرس أصبح منذ سبعينيات القرن الماضي يرتبط بالنظرية التي حاولت تفسير الآثار الاجتماعية والمعرفية لوسائل الإعلام، والغرس يعتبر حالة خاصة من عمليات أوسع هي التنشئة الاجتماعية.<sup>(27)</sup>

ب- **الثقافة: Cultur** وهي حسب تعريف إدوارد تايلور "كل معتقد من القيم والعادات والتقاليد والأخلاقيات وأنماط السلوك" ويتفق العديد من الدارسين على أن الثقافة هي الأفكار والمعتقدات وأنواع المعرفة بصفة عامة عن شعب من الشعوب وأن الثقافة ليست ظاهرة مادية وليست سلوكيات وإنما هي تنظيم لهذه المكونات.<sup>(28)</sup>

#### فروض نظرية الغرس الثقافي:

تعتمد نظرية الغرس الثقافي في بنائها على الفروض النظرية التالية:

1. إن الناس في المجتمعات المعاصرة، أصبحوا أكثر اعتماداً على مصادر غير شخصية للخبرة، وأن صناعة الثقافة الجماهيرية التي تربط عناصر الوجود معاً وتكون الوعي المشترك، أصبحت منتجاً تقدمه وسائل الإعلام.

2. إن التليفزيون مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى، ينفرد بالاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور، وأن الناس يمتصون المعاني المتضمنة في عالم وسائل الإعلام بشكل غير واع.<sup>(29)</sup>
  3. يدور الفرض الثالث حول التعرض التراكمي لوسائل الإعلام حيث أن خلق وجهات نظر وغرس معتقدات لدى آخرين، يرجع إلى التعرض التراكمي الثابت والمتكرر لعالم وسائل الإعلام.
  4. يرتبط هذا الغرض بتمائل وسائل الإعلام حيث تقدم وسائل الإعلام عالمًا متمثلًا من الوسائل الموحدة والصور المتكررة إلى الحد الذي يعتقد معه المشاهدون أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة نفسها التي تصور من خلال وسائل الإعلام.
  5. يوجد ارتباط قوي بين حجم المشاهدة ومعتقدات المشاهدين حول الواقع الاجتماعي بحيث تتشابه إدراكات كثيفي المشاهدة ويظهرون إدراكات ترتبط بعالم التليفزيون أكثر ارتباطهم بالواقع الاجتماعي.<sup>(30)</sup>
  6. الاعتقاد بأن التليفزيون يغرس معتقدات في عقلية المشاهدين لفترات طويلة من الزمن، خاصةً "كثيفي المشاهدة (viewers heavy)"، بالإضافة إلى الأطفال الذين يكبرون مع وجود التليفزيون بكل مكان في منازلهم، حيث إن الأطفال الذين مازالوا مستمرين في التعرض للرسائل التليفزيونية من المحتمل أن يميلوا إلى تكرار وتشكيل معتقداتهم وقيمهم عن العالم من حولهم.<sup>(31)</sup>
- وقد أدى ظهور وسائل الاتصال الحديثة من الأقمار الصناعية والتليفزيون الكابلي، والإنترنت إلى طرح تساؤل مهم حول مدى تأثير ظهور هذه الوسائل على عملية الغرس الناتجة عن المشاهدة التليفزيونية، ومعرفة تأثيرات البيئة الاتصالية الجديدة على مفاهيم وقيم المجتمع.<sup>(32)</sup>

#### المتغيرات الأساسية في بحوث الغرس:

- 1- **المتغيرات المستقلة "حجم التعرض" (independent variable):** هي عبارة عن حجم التعرض والتفرقة بين قلبي ومتوسطي وكثيفي المشاهدة، ويتم قياسه من خلال توجيه أسئلة مباشرة للمبحوثين عن عدد ساعات المشاهدة وعدد أيام المشاهدة في الأسبوع<sup>(33)</sup> بحيث يمكن تصنيف المشاهدين إلى كثيفي المشاهدة ومتوسطي المشاهدة وقلبي المشاهدة للوسيلة الإعلامية.
- 2- **المتغير التابع "الآراء والاتجاهات والسلوكيات المختلفة" (dependent variable):** هو عبارة عن حدوث الغرس، أي تكوين المعتقدات وتشكيل الاتجاهات نحو موضوع الدراسة، ويتم قياسه من خلال إجابات المبحوثين التي تمثل تصوراتهم ومعتقداتهم حول موضوع الدراسة.<sup>(34)</sup>

### توظيف نظرية الغرس الثقافي (Cultivation theory) في الدراسة الحالية:

تعد الدراسة الحالية مناسبة لتطبيق فروض ومتغيرات الغرس الثقافي حيث أن الشباب المصري طلاب الجامعات يتعرضون بقدر كافٍ لمواقع التواصل الاجتماعي والمحتوي المعروف عليه، والتي تحمل في طياتها موضوعات تتعلق بقضايا الهوية الوطنية والثقافية وتأثيرات تلك القضايا على اتجاهات الشباب عينة الدراسة، وفي ضوء تلك القضايا المقدمة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي فيكون الجمهور صورة وانطباع ذهني لها واتجاه نحو تلك القضايا.

### تساؤلات الدراسة وفروضها:

1. إلى أي مدى يعتمد الشباب السعودي على المنصات الرقمية الخاصة بالمؤسسات الجامعية في متابعة الأخبار والأنشطة الخاصة بالكلية؟
2. ما أسباب متابعة الشباب عينة الدراسة لأنشطة المؤسسات الجامعية على المنصات الرقمية؟
3. ما مدى أهمية الأنشطة والمسابقات الثقافية التي تقوم بها الكليات وتعرضها عبر المنصات الرقمية الخاصة بها من وجهة نظر المبحوثين من الطلاب؟
4. كيف يمكن أن تسهم الاتصالات الرقمية للمؤسسات الجامعية في تعزيز الهوية الوطنية والثقافية لدى الطلاب؟
5. ما تقييم الشباب لكفاءة المنصات الإعلامية الخاصة بالمؤسسات الجامعية في تدعيم ونشر ثقافة الهوية الوطنية والثقافية لديهم؟

### فروض الدراسة:

- الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب لأنشطة المؤسسات الجامعية عبر المنصات الإعلامية وبين اتجاهاتهم نحو دورها في نشر ثقافة الهوية الثقافية بين الطلاب.
- الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب لأنشطة المؤسسات الجامعية عبر المنصات الإعلامية وبين اتجاهاتهم نحو دورها في دعم الهوية الوطنية لديهم.
- الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة الشباب لأنشطة المؤسسات الجامعية عبر المنصات الإعلامية وبين اتجاهاتهم نحو دور الأنشطة الثقافية التي تقوم بها المؤسسات الجامعية عبر منصاتها الرقمية.

### الإجراءات المنهجية للدراسة:

#### نوع الدراسة:

تنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، والتي تهدف إلى تصوير وتحليل خصائص معينة، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم

فيها، وعليه فإن هذه الدراسة تسعى إلى الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن الأنشطة الاتصالية للمؤسسات الجامعية في صفحاتها الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودور هذه الأنشطة في تعزيز الهوية الوطنية والثقافية بين شباب الجامعات، وذلك بغرض الوصول إلى نتائج ودلالات يمكن من خلالها إصدار تعميمات بشأن مدى هذه العلاقة، ومدى أهمية استخدام هذه الأنشطة الاتصالية من جانب المؤسسات الجامعية.

#### منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة في تحقيق أهدافها على منهج المسح الإعلامي بشقيه الكمي والكيفي، وهو يعد من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الإعلامية، حيث يستهدف هذا المنهج تسجيل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها<sup>(35)</sup>، وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح بشقه الميداني من خلال استمارة استقصاء.

#### مجتمع وعينة الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة كافة طلاب الجامعات السعودية إلا أن الباحث سيقوم بسحب عينة من الشباب من طلاب الجامعات السعودية بأسلوب العينة العمدية المتاحة، من جامعات الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وجامعة الملك عبدالعزيز، وجامعة أم القرى، جامعة الملك خالد، وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عدد (400) مفردة من الشباب الجامعي وذلك عن طريق استمارة استقصاء إلكتروني.

### جدول رقم (1)

#### خصائص عينة الدراسة من الشباب الجامعي

البيانات الشخصية		ك	%
النوع	ذكر	282	70.5
	أنثى	118	29.5
	الإجمالي	400	100
السن	من 15 سنة إلى أقل من 20 سنة.	100	25
	من 20 سنة إلى أقل من 25 سنة.	275	68.8
	من 25 سنة إلى 30 سنة.	25	6.3
	الإجمالي	400	100
الجامعة التي ينتمي إليها	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية	120	30.0
	جامعة الملك عبدالعزيز	162	40.5
	جامعة أم القرى	90	22.5
	جامعة الملك خالد	28	7.0
	الإجمالي	400	100.0

## أدوات جمع البيانات:

### استمارة الاستبيان:

اعتمدت الدراسة في الإجابة على تساؤلاتها على استمارة الاستبيان Questionnaire وهي أداة من أدوات جمع البيانات؛ عبارة عن شكل يحتوي على مجموعة من الأسئلة موجهة إلى عينة من الأفراد حول موضوعات ترتبط بأهداف الدراسة، كذلك استئارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوعات الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات وفي هذه الدراسة حدد الباحث المتغيرات الرئيسية وجمع أكبر قدر من المعلومات والآراء حولها، ثم أعاد صياغتها، مع مراعاة التسلسل المنطقي.<sup>(36)</sup>

وفي ضوء ذلك صمم الباحث استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات من شباب الجامعات الذي يتابع الأنشطة الاتصالية الخاصة بها من خلال الصفحة الرسمية للكليات التابعين لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والمواقع الرسمية وتتضمنت مجموعة من الأسئلة التي تقيس متغيرات هذه الدراسة.

### مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

#### الهوية الثقافية:

وتعرف على أنها مجموعة من المقومات والخصائص التي تنفرد بها الشخصية العربية، وتجعلها متميزة عن غيرها من الهويات الثقافية الأخرى، وتتمثل هذه المقومات في: اللغة والدين والتاريخ والجغرافيا والعادات والتقاليد والأعراف.<sup>(37)</sup>

وهي جملة الخبرات الاجتماعية والحكمة الأخلاقية والدينية والاتفاقات الأيديولوجية النظرية التي يصوغها مجتمع ما، بحيث تصبح تلك الخبرات والاتفاقات النظرية قوانين، ملزمة ومحكات أساسية، ليس من اليسير إختراقها أو العبث بها أو محاولة تغييرها إلا من أجل تطويرها والارتقاء بها فحسب والإضافة إليها، وليس طمسها أو محوها أو إزالتها وسلها.<sup>(38)</sup>

وتعرف إجرائياً على أنها خصائص وقيم وثقافة مجموعة أو مجتمع معين والتي تشكل إحساس الشخص بذاته وعلاقته مع الآخرين. ويشمل جوانب مختلفة مثل اللغة والدين والعادات

#### الهوية الوطنية:

تعرف الهوية الوطنية على أنها شكل من أشكال الهوية الاجتماعية التي يمتلكها كل فرد باعتباره عضواً في الجماعة، وبتعبير آخر؛ الهوية الوطنية هي مفهوم الفرد نحو ذاته وجماعته، ونحو القيم والرموز وكل الدلالات التي تميز ذلك المجتمع عن غيره.<sup>(39)</sup>

كما أنها هي التي تعبر عن كيونة الجماعة الوطنية بمكوناتها الحالية وامتداداتها التاريخية وتطلعاتها المستقبلية فهي تعبر عن الولاء والانتماء للوطن بكل ما تحمله الكلمة من معاني، وهي أيضاً مجمل الخصائص والسمات التي تتميز بها جماعة بشرية معينة حيث تعكس روح



الانتماء لدى أبنائها ولها أهميتها في رفع شأن الأمم وتقدمها وبدونها تفقد الجامعة معاني الولاء. (40)

تعرف الهوية الوطنية اجرائياً بأنها ميزات مشتركة أساسية لمجموعة من البشر، تميزهم عن مجموعات أخرى، وربما يختلفون في عناصر أخرى لكنها لا تؤثر على كونهم مجموعة. وهي مجموعة من السمات التي تتميز بها تلك الجماعة، وترجم روح الانتماء لدى أبنائها، ولها أهميتها في رفع شأن الأمم وتقدمها وازدهارها، وبدونها تفقد الأمة كيانها وتاريخها.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

أولاً: المقاييس الوصفية:-

1. التكرارات البسيطة والنسب المئوية؛ وكذلك المتوسط الحسابي.
2. الانحراف المعياري، وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.
3. الوزن النسبي: (المتوسط الحسابي  $\times 100$ )  $\div$  الدرجة العظمى للعبارة.

ثانياً: الاختبارات الإحصائية

1. اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test).
2. كاي 2 (Chi-square) اختبار استقلالية العبارة، ويُستخدم لدراسة معنوية الفروق بين مجموعات المتغيرات الاسمية.
3. تحليل التباين ذو البعد الواحد (One way Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA.

ثالثاً: معاملات الارتباط (Correlation)

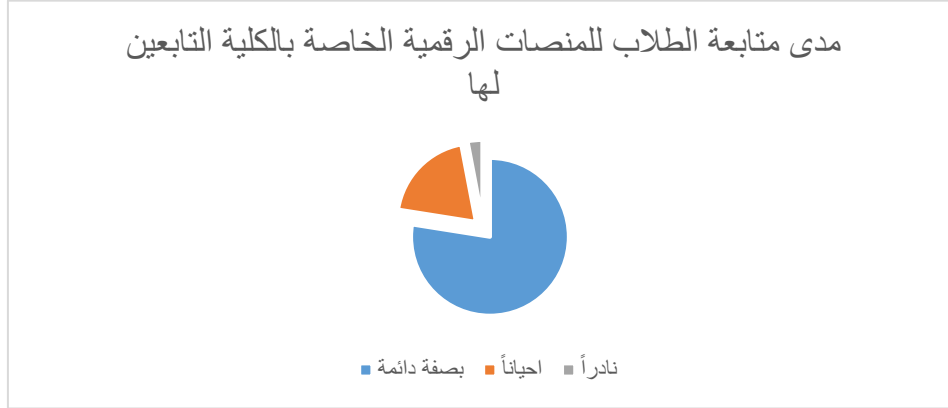
معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient).

## نتائج الدراسة:

### 1- مدى متابعة الطلاب للمنصات الرقمية الخاصة بالكلية التابعين لها:

#### شكل رقم (1)

#### مدى متابعة الطلاب للمنصات الرقمية الخاصة بالكلية التابعين لها



تشير بيانات الشكل السابق إلى مدى متابعة الطلاب لصفحات الكلية على مواقع التواصل الاجتماعي وقد أجابت معظم أفراد العينة بأنهم يقوموا بمتابعتها، حيث جاءت نسبة من يتابعها بصفة دائمة 77.5% بينما يتابعها نسبة 19.5% بصفة غير مستمرة، بينما يتابعها نادراً نسبة 3% فقط من العينة، وهو ما يشير إلى مدى اهتمام عينة الدراسة من الطلاب بمتابعة الصفحات والمنصات الرقمية الخاصة بالمؤسسات الجامعية خاصة لما تتميز به من مميزات تفاعلية ومن مزايا السرعة في نقل الأخبار والأحداث إلى جانب الثراء في متابعة الموضوعات.

### 2- مدة متابعة الطلاب للمنصات الرقمية الخاصة بالكلية التابعين لها:

#### جدول رقم (2)

#### مدة متابعة الطلاب للمنصات الرقمية الخاصة بالكلية التابعين لها

%	ك	مدة متابعة الطلاب للمنصات الرقمية الخاصة بالكلية التابعين لها
32.0	128	من سنتان إلى أقل من ثلاثة سنوات
30.0	120	أكثر من 3 سنوات
18.0	72	من سنة إلى أقل من سنتين
13.0	52	من ستة أشهر إلى أقل من سنة
7.0	28	أقل من ستة أشهر تقريباً
100.0	400	الإجمالي

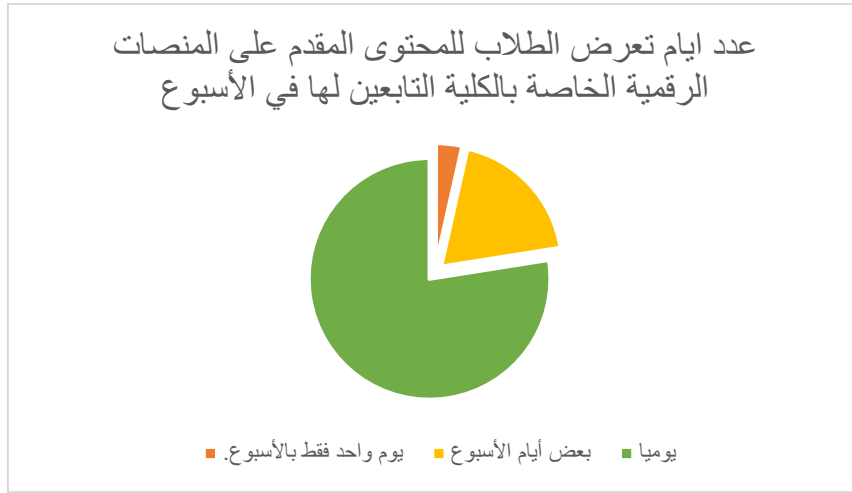
أشارت نتائج الدراسة إلى توقيت متابعة الطلاب للمنصات الرقمية الخاصة بالكلية التابعين لها؛ فذكروا في المرتبة الأولى "من سنتان إلى أقل من ثلاثة سنوات" بنسبة (32%)، ثم

"أكثر من 3 سنوات" بنسبة (30%)، وفي الترتيب الثالث جاءت الفترة من سنة الى أقل من سنتين بنسبة (18%)، ثم من ستة أشهر إلى أقل من سنة بنسبة (13%) وأخيراً "من ستة أشهر تقريباً" بنسبة (7%)، وتشير إجابات المبحوثين أنهم يقومون بمتابعة صفحات الكلية على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير، مما يشير إلى أهمية تلك الصفحات في مساعدة الطلاب للتعرف على كلياتهم ومتابعة محاضراتهم والأنشطة الخاصة بالكلية.

3- عدد أيام تعرض الطلاب للمحتوى المقدم على المنصات الرقمية الخاصة بالكلية التابعين لها في الأسبوع

### شكل رقم (2)

عدد أيام تعرض الطلاب للمحتوى المقدم على المنصات الرقمية الخاصة بالكلية التابعين لها في الأسبوع



تشير بيانات الشكل السابق إلى أن الطلاب يتعرضون لمحتوى المنصات الرقمية الخاصة بالكليات التابعين لها يومياً بنسبة (77.5%) في الترتيب الأول ثم يتابعها بعض أيام الأسبوع بنسبة (19%) وأخيراً يوم واحد في الأسبوع بنسبة (3.5%) من إجمالي العينة.

### جدول رقم (3)

مقياس كثافة تعرض عينة الدراسة للمحتوى المقدم على المنصات الرقمية الخاصة بالكلية

ك	%	كثافة تعرض عينة الدراسة للمحتوى المقدم على المنصات الرقمية الخاصة بالكلية
13	3.3	منخفض
85	21.3	متوسط
302	75.5	مرتفع
400	100	الإجمالي

ويشير مقياس كثافة تعرض عينة الدراسة للمحتوى المقدم على المنصات الرقمية الخاصة بالكلية إلى ارتفاع كثافة تعرض المبحوثين من الطلاب للمحتوى المقدم على المنصات الرقمية الخاصة بالكليات بنسبة 75.5%، يليها مستوى كثافة متوسطة بنسبة 21.3% بينما يعد مستوى كثافة المتابعة منخفضة بنسبة 3.3% وهو ما يشير إلى ارتفاع كثافة متابعة المنصات الرقمية الخاصة بالمؤسسات الجامعية وهو ما يشير إلى أهمية تلك المنصات وضرورتها لمتابعة الأنشطة، كما يتفق مع تطور الشكل الاتصالي بين الطلاب وكلياتهم إلى الشكل الرقمي غير التقليدي وهو ما يؤكد انتشار المنصات الرقمية من مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من تطبيقات الهاتف والموقع الرسمي وهكذا.

#### 4- أسباب ودوافع متابعة الطلاب لصفحات الكلية التابع لها على مواقع التواصل الاجتماعي:-

##### جدول رقم (4)

##### أسباب ودوافع متابعة الطلاب للمنصات الرقمية الخاصة بالكلية التابع لها المبحوثين

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق		إلى حد ما		موافق		الأسباب والدوافع
				ك	%	ك	%	ك	%	
1	95.0	.385	2.85	1.0	4	13.0	52	86.0	344	لأنها حلقة الوصل بيني وبين الكلية
2	83.3	.613	2.50	6.3	25	37.3	149	56.5	226	لأنني أستفيد من الخدمات التي تقدمها
2	83.3	.649	2.50	8.5	34	33.0	132	58.5	234	لتقديمها المساعدة في الشؤون الخاصة بي
3	83.0	.617	2.49	6.5	26	38.0	152	55.5	222	لمتابعة الاخبار والاحداث والفاعليات التي تقوم بها
4	82.3	.561	2.47	3.3	13	46.8	187	50.0	200	للتواصل مع مع المسؤولين عن الكلية
5	80.0	.605	2.40	6.3	25	47.5	190	46.3	185	متابعة الأنشطة الثقافية والفنية
6	72.0	.583	2.16	10.3	41	63.5	254	26.3	105	للتسلية والترفية

أشارت نتائج الدراسة إلى أسباب ودوافع متابعة الطلاب للمنصات الرقمية الخاصة بالكلية التابع لها المبحوثين؛ فكان دافع " لأنها حلقة الوصل بيني وبين الكلية " في المقدمة بنسبة (95%)، حيث يعد المنصات الرقمية أحد أهم وسائط التعامل بين الطلاب وبين كليتهم، وفي الترتيب الثاني جاءت كل من عبارات " لأنني أستفيد من الخدمات التي تقدمها " و " لتقديمها المساعدة في الشؤون الخاصة بي " بوزن نسبي (83,3%) لكل منهما، حيث تقوم الكليات

بعدد من الأنشطة في سبيل دعم العلاقة بينها وبين الطلاب منها تنظيم الندوات والمؤتمرات وحضور الاحتفالات والمناقشات العلمية والندوات الثقافية وتنظيم ورش عمل للطلاب، ويرى الباحث أن من المهام الأساسية للكليات في سبيل دعم التبادل الثقافي بين الشباب أن تقوم بمتابعة نظم تعليم الطلاب في كافة أقسام الكلية وتحاول تقديم العون للطلاب في حالة وجود أي عوائق أو مواقف قد تعيق دراستهم، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة " لمتابعة الاخبار والاحداث والفاعليات التي تقوم بها " بوزن نسبي (83%) وهو ما يؤكد على أهمية استخدام الكليات لوسائل الاتصال الحديثة والاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي حتى يمكنهم من تزويد الطلاب بالآخبار والأنشطة والاحداث التي تقوم بها، يليها " للتواصل مع المسؤولين عن الكلية " بوزن نسبي (82.3%) ، يليها في الدوافع " متابعة الأنشطة الثقافية والفنية " بنسبة (80%) ويعنى ذلك أن الكليات من أهم مهامها ان تقوم بتزويد الطلاب بالأنشطة الثقافية والفنية كالمسارح وورش العمل والمسابقات وغيرها واخيراً " للتسلية والترفية " بنسبة (72%) .

#### جدول رقم (5)

#### مقياس أسباب ودوافع متابعة الطلاب للمنصات الرقمية الخاصة بالكلية التابع لها المبحوثين

المقياس العام حول أسباب ودوافع متابعة الطلاب للمنصات الرقمية الخاصة بالكلية التابع لها المبحوثين	ك	%
ضعيفة	17	4.3
متوسطة	134	33.5
قوية	249	62.3
الإجمالي	400	100
مؤشرات إحصائية ( كا2: 158.760 درجة الحرية: 1 مستوى المعنوية: 0.000 دال)		

تكشف البيانات السابقة عن المق المقياس العام حول أسباب ودوافع متابعة الطلاب للمنصات الرقمية الخاصة بالكلية التابع لها المبحوثين؛ فكانت الأسباب "قوية" بنسبة (62,3%)، ثم "متوسطة" بنسبة (33,5%)، وأخيراً "ضعيفة" بنسبة (4,3%).

تتنسق هذه النتيجة مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (158.760)، عند درجة حرية (1)، ومستوى معنوية (0.000)؛ مما يعني وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين من حيث أسباب متابعتهم مع هذه المنصات.

## 5- وسائل الاتصال الحديثة التي تستخدمها الكليات في التواصل مع الطلاب:

### جدول رقم (6)

#### وسائل الاتصال الحديثة التي تستخدمها الكليات في التواصل مع الطلاب

وسائل الاتصال الحديثة	ك	%
من خلال صفحة الكلية على وسائل التواصل الاجتماعي	132	33.0
من خلال الموقع الإلكتروني	98	24.5
تطبيقات إلكترونية على الهاتف	86	21.5
رسائل SMS على الموبيل	83	20.8
البريد الإلكتروني	62	15.5
اتصال على الهاتف	39	9.8
الإجمالي	400	

أشارت نتائج الدراسة إلى الوسائل التي يتلقى المبحوثين من خلالها المعلومات الجديدة من الكليات التابعين لها؛ فكان " من خلال صفحة الكلية على وسائل التواصل الاجتماعي " في المقدمة بنسبة (33%)، وتشير النتائج إلى أهمية الاهتمام بالصفحات الرسمية على وسائل التواصل الاجتماعي إذ يقوم الأفراد بالتوجه إليها عند طلب خدمة أو التعرف على معلومة، وجاء "الموقع الإلكتروني" في الترتيب الثاني من حيث ترتيب الوسائل التي تعتمد عليها الكليات في التواصل مع الطلاب بنسبة (24.5%)، وتشير النتائج إلى أهمية الوسائل الحديثة في التواصل مع الطلاب والجمهور المستهدف ويرى الباحث أن هذه الوسائل تتمتع بعدد كبير من المميزات التي جعلتها أحد أهم مصادر المعرفة لدى الجمهور والحصول على المعلومات سواء عن منظمة معينة أو عن خدماتها، كما أنها أحد أهم وسائل الاتصال بالجمهور ومن أهم هذه المميزات سرعة التواصل عبر الإنترنت وهي الميزة التي جعلت من مواقع التواصل والمواقع الإلكترونية أحد أهم الوسائل التي يلجأ إليها المؤسسات للتواصل مع العملاء عن الوسائل الأخرى، فهو لا يتطلب أي وقت للتواصل والاتصال ففي ثواني معدودة يمكن الأفراد من الاتصال بغيرهم عن طريق الاتصالات الصوتية أو عرض الصور، ويتردد الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي والموقع الإلكتروني للتعرف على المعلومات وهو ما يتوافق مع ما توصلت إليه دراسة يونج جينفر (2012)<sup>(41)</sup> التي أشارت أن الأمريكيين يقضون وقت طويل على الفيسبوك أكثر من أي موقع آخر وأن الدوافع المعرفية من أهم دوافع الاستخدام، وتشير النتائج تفضيل الجمهور لوسائل الاتصال الحديثة التي تستخدمها الكليات وهو ما يؤكد ما أشارت دراسة شيماء محمد حامد (2018)<sup>(42)</sup> التي تناولت " الاتصال التفاعلي عبر الهواتف الذكية أن الفيسبوك والواتساب يعدان أكثر التطبيقات استخدامًا من جانب المبحوثين، لأنهما دعما عملية التواصل، ومتاحان على الهاتف في أي وقت وأي مكان، كما يتيحان التواصل الفوري والسريع، يليها "تطبيقات الهاتف الإلكترونية" بنسبة (21.5) وهي تطبيقات للتواصل الفعال بين المؤسسة والجمهور المستهدف، ثم "رسائل SMS على الموبيل" (20.8%) وكثيراً ما تعمل المؤسسات على عمل رسائل نصية موحدة تقوم بإرسالها عبر الهاتف للترحيب أو للرد على استفسارات شائعة أو إبلاغ الجمهور عن تحديث معين أو قرار تم اتخاذه من قبل المسؤولين عن المؤسسة،

وفي الترتيب الخامس " البريد الإلكتروني" بنسبة (15.5%) يليها من "الاتصال بالهاتف النقال" (9.8%).

ويشير الباحث إلى أهمية استخدام الوسائل الاتصالية لتحقيق التواصل مع الجمهور وقد أشارت عدي عبد الخالق الأمير (2015) (43) التي تناولت "الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة في المنظمات الدولية غير الحكومية في الأردن، حيث بينت وجود تنوع في وسائل الاتصال المستخدمة للوصول إلى الجماهير المستهدفة، وكانت أكثر الوسائل استخداماً هي: (الهاتف، البريد الإلكتروني، الإنترنت، مواقع التواصل الاجتماعي، البيانات الصحفية).

6- مدى استخدام الطلاب للمواقع الرسمية وصفحات الكليات على شبكات التواصل الإجتماعي للتعرف على المعلومات والأخبار والأنشطة :

#### جدول رقم (7)

مدى استخدام الطلاب للمواقع الرسمية وصفحات الكليات على شبكات التواصل للتعرف على المعلومات والأخبار والأنشطة

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادراً		أحياناً		دائماً		المواقع
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	90.0	.609	2.70	8.0	32	14.0	56	78.0	312	الصفحة الرسمية على الفيس بوك
2	74.3	.527	2.23	5.0	20	67.0	268	28.0	112	الموقع الرسمي
3	50.0	.701	1.50	61.8	247	26.3	105	12.0	48	الصفحة الرسمية على الانستجرام
4	48.0	.698	1.44	68.0	272	20.0	80	12.0	48	الصفحة الرسمية على التويتر

أشارت نتائج الدراسة في الجدول السابق إلى مدى استخدام المبحوثين للمواقع الرسمية أو الصفحات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي للكليات والجامعات للتعرف على الاخبار والمعلومات والأنشطة؛ فكان " الصفحة الرسمية على الفيس بوك " في المقدمة بنسبة (90%)، ويعد الفيس بوك أحد اهم مواقع التواصل الاجتماعي وأشهرها كما أشارت بذلك عدد من الدراسات على اختلاف تاريخها مثل نهاد فتحي (2018) (44)، سارة جميل عبد المولي (2019) (45) كما أكدت يتفق مع دراسة Dadwal, Sumesh & Atalla, Rakan. (2018) التي أشارت الى أن الفيسبوك يأتي في المرتبة الأولى في الدول العربية من حيث متابعة الجمهور له، (46) ثم " الموقع الرسمي " بنسبة (74,3%)، وبمعدل استخدام دائماً وهو ما يشير إلى أهمية ودور الموقع الإلكتروني بالنسبة للمؤسسات الدبلوماسية حيث يعد أحد وأهم وسائل الاتصال التي يعتمد عليها الجمهور للحصول على المعلومات عن المؤسسة والتعرف

على خدماتها وهو ما اشارت اليه نتائج الجداول السابقة، لذلك يجب الاشارة الى اهمية الاهتمام بالموقع الرسمي للمؤسسة وتحديثه باستمرار مع التأكيد على توفير خدمات تواصلية من خلاله وذلك تيسيراً على الجمهور في تلقي خدمات المؤسسات، يليها في الترتيب الثالث الصفحة الرسمية على الانستجرام بوزن نسبي (50) وأخيراً "الصفحة الرسمية على التويتر" بنسبة (48).

وتتوافق نتائج الدراسة الحالية مع ما أشارت إليه دراسة رضا فولفي (2019) (47) التي تناولت "الاتصال التفاعلي لممارسي العلاقات العامة عبر الإنترنت دراسة حالة على قطاع الاتصالات" أن الشركات عينة الدراسة تولى اهتماماً كبيراً بالاتصال التفاعلي من خلال الإنترنت، كما أنها تستخدم العديد من الأدوات الإلكترونية أهمها (الموقع الإلكتروني - مواقع التواصل الاجتماعي) وذلك من أجل تحسين سمعة المؤسسة وإدارة الاتصال بالجمهور المستهدف.

### جدول رقم (8)

المقياس العام حول مدى استخدام الطلاب للمواقع الرسمية وصفحات الكليات على شبكات التواصل الاجتماعي للتعرف على المعلومات والأخبار والأنشطة

المقياس العام حول مدى استخدام الطلاب للمواقع الرسمية وصفحات الكليات على شبكات التواصل الاجتماعي للتعرف على المعلومات والأخبار والأنشطة	ك	%
ضعيف	44	11
متوسط	48	12
قوي	308	77
الإجمالي	400	100
مؤشرات احصائية ( كا: 263.420 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال)		

تكشف البيانات السابقة عن المقياس العام حول مدى استخدام الباحثين للمواقع الرسمية وصفحات الكليات على شبكات التواصل الاجتماعي للتعرف على المعلومات والأخبار والأنشطة؛ فكان الاستخدام "قويًا" بنسبة (77%)، ثم "متوسطًا" بنسبة (12%)، وأخيرًا "ضعيفًا" بنسبة (11%)، وتتسق هذه النتيجة مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا (263.420)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ مما يعني وجود فروق دالة إحصائية بين الباحثين من حيث مدى استخدامهم للمواقع الرسمية أو الصفحات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي للمؤسسات الدبلوماسية للتعرف على الأخبار والمعلومات.



7- مدى أهمية الاتصالات الرقمية للمؤسسات الجامعية من وجهة نظر عينة الدراسة:

جدول رقم (9)

مدى أهمية الاتصالات الرقمية للمؤسسات الجامعية من وجهة نظر عينة الدراسة

مدي أهمية الاتصالات الرقمية للمؤسسات الجامعية من وجهة نظر عينة الدراسة	ك	%
مهم جدا	314	78.5
مهم إلى حد ما	68	17.0
غير مهم	18	4.5
الإجمالي	400	100.0

يشير الجدول السابق إلى مدى أهمية الاتصالات الرقمية للمؤسسات الجامعية من وجهة نظر عينة الدراسة، وقد أشارت نسبة 75.8% من المبحوثين أنه يعد من الأمور الهامة جداً للمؤسسة لتحقيق التواصل الجيد مع الطلاب، وترى نسبة 17% أنه مهم إلى حد ما، بينما ترى نسبة 4.5% فقط من العينة أنه غير هام على الإطلاق، وهو ما يعني أن شباب الجامعات من الطلاب تفضل وجود اتصالات رقمية للتواصل مع الكليات والجامعات التابعين لها وهو ما يشير إلى أهميتها في تحقيق التفاعل والتواصل مع الجمهور بشكل مباشر.

8- اسباب تفضيل المبحوثين للاتصالات الإلكترونية الحديثة (مثل الموقع الإلكتروني/ البريد الإلكتروني/ صفحة فيس بوك/ رسائل SMS على الموبيل/ تطبيقات الهاتف الذكي) للتواصل مع الكليات والمؤسسات الجامعية:-

جدول رقم (10)

اسباب تفضيل المبحوثين للاتصالات الإلكترونية الحديثة التعامل مع المؤسسات الجامعية

اسباب تفضيل المبحوثين للاتصالات الإلكترونية الحديثة	ك	%
لأنها تمثل قنوات جيدة للحوار والتفاعل بين المؤسسة والعملاء	174	43.5
تمثل وسائل هامة لتعزيز العلاقة مع العملاء والحفاظ عليها	106	26.5
يمكن استخدام الوسائل الحديثة على مدار 24 ساعة	89	22.3
أرى أنها مناسبة للرد على استفسارات وشكاوى الجمهور	72	18.0
لأنها تساعد في استطلاع آراء العملاء إلكترونياً	39	9.8
تقدم الوسائل الحديثة المعلومات بشكل فوري للجمهور	34	8.5
الإجمالي	400	

يبين الجدول السابق أسباب تفضيل عينة الدراسة للاتصالات الإلكترونية الحديثة مثل الموقع الإلكتروني/ البريد الإلكتروني/ صفحة فيس بوك/ رسائل SMS على الموبيل/ تطبيقات الهاتف الذكي خلال التعامل مع المؤسسات الجامعية، وقد جاء في مقدمة تلك الاسباب " لانها تمثل قنوات جيدة للحوار والتفاعل بين المؤسسة والعملاء" بنسبة 43.5%، يليها في

الترتيب الثاني " تمثل وسائل هامة لتعزيز العلاقة مع العملاء والحفاظ عليها" بنسبة 26.5%، ثم " يمكن استخدام الوسائل الحديثة على مدار 24 ساعة" بنسبة 22.3%، وفي الترتيب الرابع " يرى أفراد العينة انها مناسبة للرد على استفسارات وشكاوى الجمهور" بنسبة 18%، وايضاً " لانها تساعد في استطلاع آراء العملاء إلكترونياً" بنسبة 9.8%، أخيراً " تقدم الوسائل الحديثة المعلومات بشكل فوري للجمهور" بنسبة 8.5%، وتتوافق نتائج الدراسة الحالية مع ما أشارت إليه دراسة **Pavel Baranov (2020)** (48) أن اعتماد المؤسسات على الاتصالات الرقمية بسبب تفضيل الجمهور التعامل من خلالها حيث يضمن السرعة والفورية في تقديم الخدمات مما يؤدي الي كسب ثقة الجمهور في الأداء الحكومي.

9- الأساليب التي تقوم بها المؤسسات الجامعية لجذب انتباه الطلاب لمتابعة الموقع الإلكتروني وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها:

### جدول رقم (11)

الأساليب التي تقوم بها المؤسسات الجامعية لجذب انتباه الطلاب لمتابعة الموقع الإلكتروني وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها

الاساليب	ك	%
القيام بنشر كافة الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة من أجل تدعيم الجوانب الثقافية لدى الطلاب	209	52.3
نشر عدد من الأنشطة الثقافية واستخدام الفنون والمسابقات والأفكار المبتكرة في الموقع	129	32.3
الرد الفوري على التعليقات والتساؤلات المطروحة	116	29.0
عرض الأخبار الخاصة بالكلية بشكل دوري وأي قرارات تخص الدراسة	103	25.8
استخدام عدد من عناصر الإبراز كالانفوجرافيك والرسوم المتحركة والفيديوهات	84	21.0
الإجمالي	400	

يوضح الجدول السابق الأساليب التي تقوم بها المؤسسات الجامعية لجذب انتباه الطلاب لمتابعة الموقع الإلكتروني وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها، حيث أشارت نسبة 52.3% من عينة الدراسة أن أول هذه الأساليب تتمثل في " القيام بنشر كافة الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة من أجل تدعيم الجوانب الثقافية لدى الطلاب " في الترتيب الأول، يليها " نشر عدد من الأنشطة الثقافية واستخدام الفنون والمسابقات والأفكار المبتكرة في الموقع " بنسبة 32.3%، وفي الترتيب الثالث جاء " الرد الفوري على التعليقات والتساؤلات المطروحة " بنسبة 29%، ثم " عرض الأخبار الخاصة بالكلية وأي قرارات تخص الدراسة " بنسبة 25.8%، وأخيراً " استخدام عدد من عناصر الإبراز كالانفوجرافيك والرسوم المتحركة والفيديوهات " بنسبة 21%،

وتشير النتائج إلى أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية في العمل على تزيد الطلاب بما يستجد من أخبار وفاعليات وأنشطة تقوم بها الكلية في سبيل دعم الهوية الثقافية والوطنية لدى الطلاب، وهو ما يؤكد أهمية استخدام استراتيجيات اتصالية تفاعلية قائمة على التواصل والتفاعل الدائم بين المؤسسة والجمهور، وهو ما يتوافق مع دراسة **Georgios Lappas (2021)** (49) التي توظيف **Facebook** في تعزيز العلاقة بين المؤسسات الحكومية

والجمهور، حيث أشارت إلى تأثير الجمهور بشكل كبير بالأنشطة الاتصالية التي قامت بها المؤسسات عينة الدراسة في اليونان، وأن الاتصال التفاعلي ساهم في فتح حلقات نقاشية Dialogic loop من خلال الإجابة علي جميع تساؤلات الجمهور والمتعلقة بنشاط تلك المؤسسات، كما توافقت مع نتائج دراسة محمد جواد زين الدين (2017) (50) " في اتفاق جميع عينة البحث على ضرورة توظيف العلاقات العامة لوسائل التواصل الإجتماعي في إدارة صورة الشركات حيث كانت الموافقة بنسبة 100% وهذا مؤشر إيجابي يشير إلى أهمية وسائل التواصل الإجتماعي وتوظيفها في إدارة صورة الشركات.

10- مدى مشاركة الطلاب بالانشطة الثقافية والمسابقات والتي تقوم بتنظيمها الكليات بين الطلاب:

### جدول رقم (12)

مدى مشاركة الطلاب بالانشطة الثقافية والمسابقات والتي تقوم بتنظيمها الكليات بين الطلاب

ك	%	مدى مشاركة الطلاب بالانشطة الثقافية والمسابقات والتي تقوم بتنظيمها الكليات بين الطلاب
159	39.8	دائما
130	32.5	أحيانا
111	27.8	لا
400		الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى مشاركة الطلاب بالأنشطة الثقافية والمسابقات والتي تقوم بتنظيمها الكليات بين الطلاب وقد أكدت نسبة 39.8% منهم أنهم دائماً ما يشاركون بالفعل في الأنشطة الثقافية والتي ينظمها الكليات في اطار العمل المجتمعي والثقافي، بينما اكدت نسبة 32.5% منهم أنهم أحياناً يقوموا بالمشاركة عند الزام كلياتهم بذلك أو وجود بعض الامتيازات بها كأن يتم إضافة درجات إضافية للمجموع، بينما تؤكد نسبة 27.8% أنهم لم يقوموا بالمشاركة بتلك الأنشطة الثقافية من قبل.

11- أهمية الأنشطة الثقافية التي تقوم بها الكليات بين الشباب في دعم الهوية الثقافية والوطنية:

### جدول رقم (13)

اهمية الانشطة الثقافية التي تقوم بها الكليات بين الشباب في دعم الهوية الثقافية والوطنية

ك	%	أهمية الأنشطة الثقافية التي تقوم بها الكليات بين الشباب في دعم الهوية الثقافية والوطنية
218	54.5	مهمة جداً
162	40.5	مهمة إلى حد ما
20	5.0	غير مهمة على الإطلاق
400		الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهمية الأنشطة الثقافية التي تقوم بها الكليات في دعم الهوية الثقافية والوطنية بين الشباب وقد أكدت نسبة 54.5% منهم مهمة جداً ، بينما أكدت نسبة 40.5% منهم انهم مهمة إلى حد ما، بينما تؤكد نسبة 5% أنها غير مهمة على الإطلاق.

12- آراء العينة بخصوص الأنشطة الثقافية التي تقوم بها الكليات عبر موقعها الإلكتروني أو صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم ( 14 )

آراء العينة بخصوص الأنشطة الثقافية التي تقوم بها الكليات عبر موقعها الإلكتروني أو صفحاتها على مواقع التواصل

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق على الإطلاق		أوافق إلى حد ما		أوافق جداً		الأنشطة الثقافية عبر المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي
			%	ك	%	ك	%	ك	
80.3	.602	2.41	6.0	24	47.0	188	47.0	188	تعمل المواقع الرقمية على تبادل الأفكار، مما يسهل بشكل كبير عملية الحوار بين الثقافات والتعليم للشباب
79.7	.599	2.39	6.0	24	49.0	196	45.0	180	تعمل المواقع الرقمية على تبادل الإبداعات والفن واللغة لغرض خلق التفاهم بين الأمم والشعوب.
77.3	.583	2.32	6.0	24	55.5	222	38.5	154	تدعم المواقع الرقمية الحوار والتعليم والتبادل الثقافي تطوير التعاون الدولي والازدهار العالمي.
76.7	.607	2.30	8.0	32	54.5	218	37.5	150	تعمل المواقع الرقمية على تعزيز القيم الثقافية، وتعزيز قيم الإسلام المعتدل والعمل من أجل تعاون متبادل في المنفعة
76.7	.609	2.30	8.0	32	54.0	216	38.0	152	تعمل المواقع الرقمية على الاهتمام بالموضوعات التاريخية وبناء دولة مزدهرة وقائمة على التسامح.
75.3	.557	2.26	6.0	24	62.5	250	31.5	126	تعمل المواقع على نشر عدد من مراكز التعليم والثقافة ذات المستوى العالمي مما يبرهن أن قيم التسامح والحرية الدينية والاحترام المتبادل
75.0	.564	2.25	6.5	26	62.0	248	31.5	126	يعمل الموقع على توفير بيئة من الفرص والابتكار والتطوير والتسامح لجميع المواطنين

دور الاتصالات الرقمية بالمؤسسات الجامعية في تدعيم الهوية الثقافية والوطنية لدى طلاب الجامعة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق على الإطلاق		أوافق إلى حد ما		أوافق جداً		الأنشطة الثقافية عبر المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي
			%	ك	%	ك	%	ك	
									والمقيمين والزوار وضمان علاقات قائمة على الاحترام المتبادل والسلام
74.0	.585	2.22	8.5	34	61.0	244	30.5	122	يعمل الموقع على بناء الثقة والتفاهم في ما بينها من أجل معالجة التحديات العالمية بنجاح
73.3	.598	2.20	10.0	40	60.5	242	29.5	118	تعمل المواقع الإلكترونية في القضاء على الانقسامات وبناء الثقة بين الطلاب.

تشير بيانات الجدول السابق إلى آراء العينة بخصوص الأنشطة الثقافية التي تقوم بها الكليات عبر موقعها الإلكتروني أو صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي حيث أشارت عينة الدراسة أن " تعمل المواقع الرقمية على تبادل الأفكار، مما يسهل بشكل كبير عملية الحوار بين الثقافات والتعليم للشباب " بوزن نسبي 80.3، يليها " تعمل المواقع الرقمية على تبادل الإبداعات والفن واللغة لغرض خلق التفاهم بين الأمم والشعوب ب " بوزن نسبي 79.7، ثم " تدعم المواقع الرقمية الحوار والتعليم والتبادل الثقافي تطوير التعاون الدولي والازدهار العالمي." بوزن نسبي 77.3، ثم " جاء كلاً من " يعمل الموقع على إظهار الصداقة تجاه جميع الثقافات والشعوب، وتعزيز قيم الإسلام المعتدل والعمل من أجل تعاون متبادل في المنفعة مع جميع الدول لتحقيق الاستقرار العالمي "، و" يعمل الموقع على الاهتمام بالموضوعات التاريخية وبناء دولة مزدهرة وقائمة على التسامح، من خلال استضافة سائحين من جنسيات مختلفة " و كذلك " تعمل المواقع الرقمية على الاهتمام بالموضوعات التاريخية وبناء دولة مزدهرة وقائمة على التسامح " بوزن نسبي 76.7، يليها " تعمل المواقع على نشر عدد من مراكز التعليم والثقافة ذات المستوى العالمي مما يبرهن أن قيم التسامح والحرية الدينية والاحترام المتبادل " بوزن نسبي 75.3، ثم " يعمل الموقع على توفير بيئة من الفرص والابتكار والتطوير والتسامح لجميع المواطنين والمقيمين والزوار وضمان علاقات قائمة على الاحترام المتبادل والسلام " بوزن نسبي 75، يليها " يعمل الموقع على بناء الثقة والتفاهم في ما بينها من أجل معالجة التحديات العالمية بنجاح " بوزن نسبي 74، وأخيراً " تعمل المواقع الإلكترونية في القضاء على الانقسامات وبناء الثقة بين الطلاب " بوزن نسبي 73.3.

### جدول رقم (15)

مقياس آراء العينة بخصوص الأنشطة الثقافية التي تقوم بها الكليات عبر موقعها الإلكتروني أو صفحاتها

%	ك	المقياس العام لآراء العينة بخصوص الأنشطة الثقافية التي تقوم بها الكليات عبر موقعها الإلكتروني أو صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي
6.0	24	ضعيف
59.5	238	متوسط
34.5	138	مرتفع
100.0	400	الإجمالي
كا 2 : 82.578 درجة الحرية : 6 مستوى المعنوية : 0.000 دال معامل التوافق: 0.414		

يشير الجدول السابق إلى المقياس العام لمقياس آراء العينة بخصوص الأنشطة الثقافية التي تقوم بها الكليات عبر موقعها الإلكتروني أو صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، وكما تشير النتائج غلبة المستوى المتوسط بنسبة 59.5%، يليه المستوى المرتفع بنسبة 34.5% وأخيراً المستوى المنخفض بنسبة 6% فقط.

13- اتجاهات الطلاب نحو الدور الوطني التي تقوم به المؤسسات الجامعية من خلال استخدام المنصات الرقمية الخاصة بها:

### جدول رقم (16)

اتجاهات الطلاب نحو الدور الوطني التي تقوم به المؤسسات الجامعية من خلال استخدام المنصات الرقمية الخاصة بها

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق على الإطلاق		أوافق إلى حد ما		أوافق جداً		اتجاهات الطلاب نحو الدور الوطني التي تقوم به المؤسسات الجامعية
			%	ك	%	ك	%	ك	
86.0	.533	2.58	2.0	8	38.0	152	60.0	240	تغرس لدي حب الوطن واحترام معتقداته الدينية والثقافية
85.7	.588	2.57	5.0	20	33.0	132	62.0	248	تحفزني على القيام بالأنشطة التطوعية لخدمة الوطن
85.7	.770	1.84	39.0	156	38.3	153	22.8	91	تدعوني للحفاظ على العادات والتقاليد المجتمعية
84.7	.538	2.54	2.0	8	42.0	168	56.0	224	تهتم ببناء جيل شبابي مستعد للتضحية من أجل الوطن
83.7	.617	2.51	6.5	26	36.0	144	57.5	230	تعظم من زيادة اهتمامي وتفضيلي للمنتجات الوطنية
82.3	.574	2.47	4.0	16	45.3	181	50.8	203	تعزز لدي الحرس على المشاركة في المناسبات الوطنية

دور الاتصالات الرقمية بالمؤسسات الجامعية في تدعيم الهوية الثقافية والوطنية لدى طلاب الجامعة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق على الاطلاق		أوافق إلى حد ما		أوافق جداً		اتجاهات الطلاب نحو الدور الوطني التي تقوم به المؤسسات الجامعية
			%	ك	%	ك	%	ك	
									والاحتفال بها
81.0	.606	2.43	6.0	24	44.5	178	49.5	198	تنمي لدي اهمية المحافظة على الممتلكات العامة
80.7	.570	2.42	4.0	16	50.0	200	46.0	184	ترفع من مستوى وعيي بالإنجازات التي تقوم بها الدولة في المجالات المختلفة
80.3	.603	2.41	6.0	24	46.5	186	47.5	190	تدعم من مشاركتي في جميع الانشطة المجتمعية
79.7	.600	2.39	6.0	24	48.5	194	45.5	182	تساعدني في الحفاظ على اللغة العربية والاعتزاز بها
79.0	.628	2.37	8.0	32	47.0	188	45.0	180	تشعرتني بأني جزء من مجتمعي وتزيد من ولائي له
78.7	.657	2.36	10.0	40	44.0	176	46.0	184	تغرس بداخلي أهمية الاعتزاز والفخر بقيادة الوطن ورموزه السياسية والدينية والتاريخية
78.7	.656	2.36	10.0	40	44.3	177	45.8	183	تجعلني أرتبط أكثر بتاريخ وطني وأفتخر به
78.7	.804	1.77	46.8	187	30.0	120	23.3	93	تحرص المنصات الرقمية على مواكبة الانتصارات وجهود الدولة في التنمية

يوضح الجدول السابق اتجاهات الطلاب نحو الدور الوطني التي تقوم به المؤسسات الجامعية من خلال استخدام المنصات الرقمية الخاصة بها، وقد جاء في مقدمة تلك العبارات " تغرس لدي حب الوطن واحترام معتقداته الدينية والثقافية " في الترتيب الأول بوزن نسبي 86، وهو ما يشير إلى ارتباط المبحوثين بالجامعات وانها نجحت في جعل العلاقة بينها وبين الجمهور المستهدف من الطلاب يشعرون بالارتباط بها عن طريق ما تقدمه لهم من خدمات وأنشطة، وجاء في الترتيب الثاني " تحفزني على القيام بالأنشطة التطوعية لخدمة الوطن " بوزن نسبي 85.7، ويشير ذلك إلى أهمية التعاون بين المؤسسة والجمهور المستهدف لها في إنجاز بعض المهام والأنشطة، وجاء في الترتيب نفسه " تدعوني للحفاظ على العادات والتقاليد المجتمعية " ، يليه في الترتيب الثالث " تهتم ببناء جيل شبابي مستعد للتضحية من أجل الوطن " بوزن نسبي 84.7، ثم جاءت عبارة " تعظم من زيادة اهتمامي وتفصيلي للمنتجات الوطنية " في الترتيب الرابع بوزن نسبي 83.7، وهو ما يراه الجمهور من الأمور الهامة التي يجب أن تؤكد عليها المؤسسة في العلاقة بينهم. وفي الترتيب الخامس جاءت عبارة " تعزز لدي الحرص على المشاركة في المناسبات الوطنية والاحتفال بها " بوزن نسبي 82.3، يليه في الترتيب السادس " تنمي لدي اهمية المحافظة على الممتلكات العامة " بوزن نسبي 81، يليها " ترفع من مستوى وعيي بالإنجازات التي تقوم بها الدولة في المجالات المختلفة " بوزن نسبي 80.7، ثم " تدعم من مشاركتي في جميع الانشطة المجتمعية " بوزن نسبي 80.3، ويليهما " تساعدني في الحفاظ على اللغة العربية والاعتزاز

دور الاتصالات الرقمية بالمؤسسات الجامعية في تدعيم الهوية الثقافية والوطنية لدى طلاب الجامعة

بها. " بوزن نسبي 79.7، ثم " تشعري باني جزء من مجتمعي وتزيد من ولائي له " بوزن نسبي 79، وقد جاءت كلاً من " تغرس بداخلي اهمية الاعتزاز والفخر بقيادة الوطن ورموزه السياسية والدينية والتاريخية " و " تجعلني ارتبط أكثر بتاريخ وطني وافتخر به "، وكذلك " تحرص المنصات الرقمية على مواكبة الانتصارات وجهود الدولة في التنمية " في نفس الترتيب بوزن نسبي 78.7.

14- اتجاهات الطلاب نحو الدور الثقافي والتربوي التي تقوم به المؤسسات الجامعية من خلال استخدام المنصات الرقمية الخاصة بها

جدول رقم (17)

اتجاهات الطلاب نحو الدور الثقافي والتربوي التي تقوم به المؤسسات الجامعية من خلال استخدام المنصات الرقمية الخاصة بها

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		أحيانا		دائما		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
82.3	0.552	2.47	2.8	11	47.3	189	50	200	تقوم المنصات الرقمية للجامعات بدور هام في ترسيخ الثقافة المجتمعية.
81.3	0.581	2.44	4.5	18	46.8	187	48.8	195	تقدم المنصات الرقمية عدد من الأنشطة الثقافية والمسابقات والفنون
79.3	0.592	2.38	5.8	23	51	204	43.3	173	تسهم المنصات الرقمية للجامعات في نشر صور وفيديوهات تتوافق مع عادات وأخلاقيات المجتمع.
79.3	0.596	2.38	6	24	50.5	202	43.5	174	الافتتاح على ثقافات أخرى عبر المنصات الرقمية للجامعات يمثل تهديدا لبنية وأمن المجتمعات.
78.7	0.605	2.36	6.8	27	50.7	203	42.5	170	نجحت المنصات الرقمية للجامعات في رفع الوعي بمجريات الأحداث في الدول الخارجية.
78.0	0.647	2.34	9.8	39	47	188	43.3	173	تسهم المنصات الرقمية للجامعات في زيادة التقارب الثقافي والفكري بين أفراد المجتمع.
77.3	0.635	2.32	9.3	37	49.8	199	41	164	نجحت المنصات الرقمية للجامعات في نشر الأفكار والقيم المجتمعية بأسلوب شيق وجذاب.
76.3	0.654	2.29	11	44	48.8	195	40.3	161	تسهم المنصات الرقمية للجامعات في الاستفادة من التجارب الناجحة للدول المتقدمة بما يلائم تقاليد مجتمعنا العربي.
72.3	0.709	2.17	18	72	47	188	35	140	تحافظ المنصات الرقمية على اللغة العربية من الاندثار
66.7	0.734	2	26.8	107	46.3	185	27	108	تحدث المنصات الرقمية للجامعات تغيير في نمط حياة الأفراد وثقافتهم.



جاءت عبارة " تقوم المنصات الرقمية للجامعات بدور هام في ترسيخ الثقافة المجتمعية." في مقدمة اتجاهات الطلاب نحو الدور الثقافي والتربوي التي تقوم به المؤسسات الجامعية من خلال استخدام المنصات الرقمية الخاصة بها بوزن نسبي 82.3، يليها عبارة " تقدم المنصات الرقمية عدد من الأنشطة الثقافية والمسابقات والفنون" بوزن نسبي 81.3، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة " تسهم المنصات الرقمية للجامعات في نشر صور وفيديوهات تتوافق مع عادات وأخلاقيات المجتمع" بوزن نسبي 79.3، وجاء في نفس الترتيب عبارة " الانفتاح على ثقافات أخرى عبر المنصات الرقمية للجامعات يمثل تهديدا لبنية وأمن المجتمعات" ثم عبارة نجحت المنصات الرقمية للجامعات في رفع الوعي بمُجريات الأحداث في الدول الخارجية" بوزن نسبي 78.7، يليها عبارة "تسهم المنصات الرقمية للجامعات في زيادة التقارب الثقافي والفكري بين أفراد المجتمع" بوزن نسبي 78، ثم عبارة "نجحت المنصات الرقمية للجامعات في نشر الأفكار والقيم المجتمعية بأسلوب شيق وجذاب" بوزن نسبي 77.3، يليها عبارة "تسهم المنصات الرقمية للجامعات في الاستفادة من التجارب الناجحة للدول المتقدمة بما يلائم تقاليد مجتمعنا العربي" بوزن نسبي 76.3، يليها عبارة "تحافظ المنصات الرقمية على اللغة العربية من الاندثار" بوزن نسبي 72.3، واخيراً عبارة " تحدث المنصات الرقمية للجامعات تغيير في نمط حياة الأفراد وثقافتهم" بوزن نسبي 66.7.

#### جدول رقم (18)

مقياس اتجاهات الطلاب نحو الدور الثقافي والتربوي التي تقوم به المؤسسات الجامعية من خلال استخدام المنصات الرقمية الخاصة بها

ك	%	مقياس اتجاهات الطلاب نحو الدور الثقافي والتربوي التي تقوم به المؤسسات الجامعية من خلال استخدام المنصات الرقمية الخاصة بها
14	3.5	منخفض
198	49.5	متوسط
188	47	مرتفع
400	100	الإجمالي

وتشير بيانات مقياس اتجاهات الطلاب نحو الدور الثقافي والتربوي التي تقوم به المؤسسات الجامعية من خلال استخدام المنصات الرقمية الخاصة بها الى ان المستوى جاء متوسط بنسبة 49.5% ثم مرتفع بنسبة 47% واخيرا منخفض بنسبة 3.5%.

#### نتائج اختبار الفروض:

**الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب لأنشطة المؤسسات الجامعية عبر المنصات الإعلامية وبين اتجاهاتهم نحو دورها في نشر ثقافة الهوية الثقافية بين الطلاب.

### جدول رقم ( 19 )

نتيجة معامل ارتباط بيرسون لبيان العلاقة بين كثافة تعرض الشباب لأنشطة المؤسسات الجامعية عبر المنصات الإعلامية وبين اتجاهاتهم نحو دورها في نشر ثقافة الهوية الثقافية بين الطلاب.

الدالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	كثافة تعرض الشباب لأنشطة المؤسسات الجامعية عبر المنصات الإعلامية وبين اتجاهاتهم نحو دورها في نشر ثقافة الهوية الثقافية بين الطلاب.
دال	0.000	**0.303	
400			إجمالي العينة (ن)

أشارت نتائج الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب لأنشطة المؤسسات الجامعية عبر المنصات الإعلامية وبين اتجاهاتهم نحو دورها في نشر ثقافة الهوية الثقافية بين الطلاب. حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.303\*\*)، عند مستوى معنوية (0.000)؛ مما يعني قبول صحة هذا الفرض.

**الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب لأنشطة المؤسسات الجامعية عبر المنصات الإعلامية وبين اتجاهاتهم نحو دورها في دعم الهوية الوطنية لديهم.

### جدول رقم ( 20 )

نتائج ارتباط بيرسون لبيان العلاقة بين كثافة تعرض الشباب لأنشطة المؤسسات الجامعية عبر المنصات الإعلامية وبين اتجاهاتهم نحو دورها في دعم الهوية الوطنية لديهم

الدالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	كثافة تعرض الشباب لأنشطة المؤسسات الجامعية عبر المنصات الإعلامية وبين اتجاهاتهم نحو دورها في دعم الهوية الوطنية لديهم
دال	0.000	**0.323	
400			إجمالي العينة (ن)

أشارت نتائج الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب لأنشطة المؤسسات الجامعية عبر المنصات الإعلامية وبين اتجاهاتهم نحو دورها في دعم الهوية الوطنية لديهم. حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.323\*\*)، عند مستوى معنوية (0.000)؛ مما يعني انه ثبتت صحة الفرض.

**الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة الشباب لأنشطة العلاقات العامة للمؤسسات الجامعية عبر المنصات الإعلامية وبين اتجاهاتهم نحو دور الأنشطة الثقافية التي تقوم بها المؤسسات الجامعية عبر منصاتها الرقمية

### جدول رقم (21)

نتيجة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين دوافع متابعة الشباب لأنشطة المؤسسات الجامعية عبر المنصات الإعلامية وبين اتجاهاتهم نحو دور الأنشطة الثقافية التي تقوم بها المؤسسات الجامعية عبر منصاتها الرقمية

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	دوافع متابعة الشباب لأنشطة المؤسسات الجامعية عبر المنصات الإعلامية وبين اتجاهاتهم نحو دور الأنشطة الثقافية التي تقوم بها المؤسسات الجامعية عبر منصاتها الرقمية
دال	0.000	**0.337	
400			إجمالي العينة (ن)

أشارت نتائج الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دو دوافع متابعة الشباب لأنشطة العلاقات العامة للمؤسسات الجامعية عبر المنصات الإعلامية وبين اتجاهاتهم نحو دور الأنشطة الثقافية التي تقوم بها المؤسسات الجامعية عبر منصاتها الرقمية، حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون ( $0.337^{**}$ )، عند مستوى معنوية (0.000)؛ مما يعني يشير الى صحة هذا الفرض.

#### أهم نتائج الدراسة:

1. جاءت نسبة من يتابعها بصفة دائمة 77.5% بينما يتابعها نسبة 19.5% بصفة غير مستمرة، بينما يتابعها نادراً نسبة 3% فقط من العينة، وهو ما يشير إلى مدى اهتمام عينة الدراسة من الطلاب بمتابعة الصفحات والمنصات الرقمية الخاصة بالمؤسسات الجامعية خاصة لما تتميز به من مميزات تفاعلية ومن مزايا السرعة في نقل الاخبار والاحداث الى جانب الثراء في متابعة الموضوعات.
2. يتابع الطلاب المنصات الرقمية الخاصة بالكليات التابعين لها "من سنتان الى اقل من ثلاثة سنوات" بنسبة (32%)، ثم "أكثر من 3 سنوات" بنسبة (30%)، وفي الترتيب الثالث جاءت الفترة من سنة الى أقل من سنتين بنسبة (18%)، ثم من ستة اشهر الى اقل من سنة بنسبة (13%) وأخيراً "من ستة أشهر تقريباً" بنسبة (7%).
3. يتعرض الطلاب لمحتوى المنصات الرقمية الخاصة بالكليات التابعين لها يوميا بنسبة (77.5%) في الترتيب الاول ثم يتابعها بعض ايام الاسبوع بنسبة (19%) واخيراً يوم واحد في الاسبوع بنسبة (3.5%) من اجمالي العينة.
4. ويشير مقياس كثافة تعرض عينة الدراسة للمحتوي المقدم علي المنصات الرقمية الخاصة بالكلية الى ارتفاع كثافة تعرض المبحوثين من الطلاب للمحتوى المقدم على المنصات الرقمية الخاصة بالكليات بنسبة 75.5%، يليها مستوى كثافة متوسطة بنسبة 21.3% بينما يعد مستوى كثافة المتابعة منخفضة بنسبة 3.3% وهو ما يشير الى ارتفاع كثافة متابعة المنصات الرقمية الخاصة بالمؤسسات الجامعية.
5. جاء دافع " لانها حلقة الوصل بيني وبين الكلية " في مقدمة اسباب ودوافع متابعة الطلاب للمنصات الرقمية الخاصة بالكلية التابع لها المبحوثين؛ بنسبة (95%)،

- وفي الترتيب الثاني جاءت كلاً من عبارات " لأنني أستفيد من الخدمات التي تقدمها " و " لتقديمها المساعدة في الشؤون الخاصة بي " بوزن نسبي (83,3%) لكل منهما، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة " لمتابعة الاخبار والاحداث والفاعليات التي تقوم بها " بوزن نسبي (83%) يليها " للتواصل مع مع المسؤولين عن الكلية " بوزن نسبي (82.3%) ، يليها في الدوافع " متابعة الانشطة الثقافية والفنية " بنسبة (80%) ويعنى ذلك أن الكليات من اهم مهامها ان تقوم بتزويد الطلاب بالانشطة الثقافية والفنية كالمسارح وورش العمل والمسابقات وغيرها واخيراً " للتسليّة والترفيه " بنسبة (72%) .
6. كانت " صفحات الكلية على وسائل التواصل الاجتماعي " في مقدمة الوسائل التي يتلقى المبحوثين من خلالها المعلومات الجديدة من الكليات التابعين لها بنسبة (33%)، يليها "الموقع الإلكتروني " في الترتيب الثاني من حيث ترتيب الوسائل التي تعتمد عليها الكليات في التواصل مع الطلاب بنسبة (24.5%)، ، يليها "تطبيقات الهاتف الإلكترونية" بنسبة (21.5) وهي تطبيقات للتواصل الفعال بين المؤسسة والجمهور المستهدف، ثم " رسائل SMS على الموبيل" (20.8%) .
7. وكانت " الصفحة الرسمية للكلية على الفيس بوك " في مقدمة الوسائل الرقمية التي يتابعها المبحوثين بنسبة (90%)، ثم " الموقع الرسمي " بنسبة (74,3%)، يليها في الترتيب الثالث الصفحة الرسمية على الانستجرام بوزن نسبي (50) وأخيراً "الصفحة الرسمية على التويتر" بنسبة (48).
8. أشارت نسبة 75.8% من المبحوثين انه وجود اتصالات رقمية للكليات والمؤسسات الجامعية يعد من الأمور الهامة جداً للمؤسسة لتحقيق التواصل الجيد مع الطلاب، وترى نسبة 17% انه مهم إلى حد ما، بينما ترى نسبة 4.5% فقط من العينة انه غير هام على الاطلاق.
9. برز " لانها تمثل قنوات جيدة للحوار والتفاعل بين المؤسسة والعملاء" في مقدمة اسباب تفضيل عينة الدراسة للاتصالات الإلكترونية الحديثة مثل الموقع الإلكتروني/ البريد الإلكتروني/ صفحة فيس بوك/ رسائل SMS على الموبيل/ تطبيقات الهاتف الذكي خلال التعامل مع المؤسسات الجامعية، بنسبة 43.5%، يليها في الترتيب الثاني " تمثل وسائل هامة لتعزيز العلاقة مع العملاء والحفاظ عليها" بنسبة 26.5%، ثم " يمكن استخدام الوسائل الحديثة على مدار 24 ساعة" بنسبة 22.3%، وفي الترتيب الرابع " يرى افراد العينة انها مناسبة للرد على استفسارات وشكاوى الجمهور" بنسبة 18%، وايضاً " لانها تساعد في استطلاع آراء العملاء إلكترونياً" بنسبة 9.8%، أخيراً " تقدم الوسائل الحديثة المعلومات بشكل فوري للجمهور" بنسبة 8.5%.
10. أشارت نسبة 52.3% من عينة الدراسة ان اول الاساليب التي تقوم بها المؤسسات الجامعية لجذب انتباه الطلاب لمتابعة الموقع الإلكتروني وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها تتمثل في " القيام بنشر كافة الانشطة التي تقوم بها المؤسسة من اجل تدعيم الجوانب الثقافية لدى الطلاب " في الترتيب الاول، يليها " نشر عدد

- من الأنشطة الثقافية واستخدام الفنون والمسابقات والأفكار المبتكرة في الموقع " بنسبة 32.3%، وفي الترتيب الثالث جاء " الرد الفوري على التعليقات والتساؤلات المطروحة " بنسبة 29%.
11. أكدت نسبة 39.8% منهم أنهم دائماً ما يشاركون بالفعل في الأنشطة الثقافية والتي ينظمها الكليات في إطار العمل المجتمعي والثقافي، بينما أكدت نسبة 32.5% منهم أنهم أحياناً يقوموا بالمشاركة عند الزام كليتهم بذلك أو وجود بعض الامتيازات بها كأن يتم إضافة درجات إضافية للمجموع، بينما تؤكد نسبة 27.8% أنهم لم يقوموا بالمشاركة بتلك الأنشطة الثقافية من قبل.
12. أكدت نسبة 54.5% على أن الأنشطة الثقافية التي تقوم بها الكليات في دعم الهوية الثقافية والوطنية بين الشباب مهمة جداً، بينما أكدت نسبة 40.5% منهم أنهم مهمة إلى حد ما، بينما تؤكد نسبة 5% أنها غير مهمة على الإطلاق.
13. جاءت عبارة " تعمل المواقع الرقمية على تبادل الأفكار، مما يسهل بشكل كبير عملية الحوار بين الثقافات والتعليم للشباب " في مقدمة آراء العينة بخصوص الأنشطة الثقافية التي تقوم بها الكليات عبر موقعها الإلكتروني أو صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي بوزن نسبي 80.3، يليها " تعمل المواقع الرقمية على تبادل الإبداعات والفن واللغة لغرض خلق التفاهم بين الأمم والشعوب. ب " بوزن نسبي 79.7، ثم " تدعم المواقع الرقمية الحوار والتعليم والتبادل الثقافي تطوير التعاون الدولي والازدهار العالمي. " بوزن نسبي 77.3.
14. جاء عبارة " تغرس لدي حب الوطن واحترام معتقداته الدينية والثقافية " في الترتيب الأول من اتجاهات الطلاب نحو الدور الوطني التي تقوم به المؤسسات الجامعية من خلال استخدام المنصات الرقمية الخاصة بها بوزن نسبي 86، وجاء في الترتيب الثاني " تحفزني على القيام بالأنشطة التطوعية لخدمة الوطن " بوزن نسبي 85.7، ويشير ذلك إلى أهمية التعاون بين المؤسسة والجمهور المستهدف لها في إنجاز بعض المهام والأنشطة، وجاء في الترتيب نفسه " تدعوني للحفاظ على العادات والتقاليد المجتمعية "، ويليه في الترتيب الثالث " تهتم ببناء جيل شبابي مستعد للتضحية من أجل الوطن " بوزن نسبي 84.7، ثم جاءت عبارة " تعظم من زيادة اهتمامي وتفضيلي للمنتجات الوطنية " في الترتيب الرابع بوزن نسبي 83.7، وهو ما يراه الجمهور من الأمور الهامة التي يجب أن تؤكد عليها المؤسسة في العلاقة بينهم.
15. وجاءت عبارة " تقوم المنصات الرقمية للجامعات بدور هام في ترسيخ الثقافة المجتمعية. " في مقدمة اتجاهات الطلاب نحو الدور الثقافي والتربوي التي تقوم به المؤسسات الجامعية من خلال استخدام المنصات الرقمية الخاصة بها بوزن نسبي 82.3، يليها عبارة " تقدم المنصات الرقمية عدد من الأنشطة الثقافية والمسابقات والفنون " بوزن نسبي 81.3، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة " تسهم المنصات الرقمية للجامعات في نشر صور وفيديوهات تتوافق مع عادات وأخلاقيات المجتمع " بوزن نسبي 79.3، وجاء في نفس الترتيب عبارة " الانفتاح على ثقافات

أخرى عبر المنصات الرقمية للجامعات يمثل تهديداً لبنية وأمن المجتمعات" ثم عبارة نجحت المنصات الرقمية للجامعات في رفع الوعي بمُجريات الأحداث في الدول الخارجية" بوزن نسبي 78.7، يليها عبارة "تسهم المنصات الرقمية للجامعات في زيادة التقارب الثقافي والفكري بين أفراد المجتمع" بوزن نسبي 78.

#### التوصيات والمقترحات:

1. ضرورة العمل على تحديث المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالمؤسسات الجامعية بصفة مستمرة ، بما يمكن للطلاب من متابعة أنشطتها وخدماتها بشكل مستمر.
2. إعطاء مزيد من الأهمية بالمبادرات الوطنية التي تستهدف الشباب، وتمكينهم اجتماعياً واقتصادياً لما لها من أهمية كبيرة في تدعيم الانتماء والهوية الوطنية لدى الشباب.
3. تأهيل وتدريب الطلاب، وحثهم على المشاركة في الأنشطة الاجتماعية والعمل التطوعي من خلال ورش العمل، وبرامج التدريب الإلكتروني، والأنشطة الثقافية.

المراجع والمصادر:

- 1) محمد جابر محمود (2015). " دور الجامعة في الحفاظ على الهوية الثقافية لطلابها في ضوء بعض المتغيرات المعاصرة"، *مجلة بحوث التربية النوعية*، جامعة جنوب الوادي، كلية التربية النوعية، مجلد 2015، عدد 37، ص163.
- 2) ماهي أحمد عبيد (2022) "معالجة المجالات الثقافية العربية لأزمة الهوية - دراسة تحليلية"، *أطروحة (ماجستير) غير منشورة*، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام.
- 3) Abrahams، A. (2021). Comparative Approaches to Mis/Disinformation| Electronic Armies or Cyber Knights? The Sources of Pro-Authoritarian Discourse on Middle East Twitter. *International Journal of Communication*، 15(4).
- 4) علا طلعت أحمد (2021) "علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بتكوين الهوية الوطنية للمراهقين: من منظور نظريتي "التماس المعلومات" و"الاعتماد على وسائل الإعلام" دراسة ميدانية"، *أطروحة (ماجستير)* - جامعة سوهاج - كلية الآداب - قسم الإعلام.
- 5) عبير محمود محمد (2021) " دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم الهوية الوطنية لدى الشباب المصري: دراسة ميدانية، أطروحة (ماجستير) - جامعة المنصورة - كلية الآداب - قسم الإعلام.
- 6) سهيل سالم سلمان (2008). " دور مناهج التربية الفنية بالمملكة العربية السعودية في تعزيز القيم و ابراز الهوية الثقافية"، المؤتمر العلمي مناهج التعليم والهوية الثقافية في الفترة من 30-31 يوليو ، القاهرة، الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس، ص531.
- 7) نادية بن سالم بن سعد (2008). " بعض مسؤوليات المدرسة الثانوية تجاة تعزيز الهوية الثقافية لطلابها"، المؤتمر العلمي مناهج التعليم والهوية الثقافية في الفترة من 30-31 يوليو ، القاهرة، الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس، ص1196.
- 8) هانى محمد يونس (د.ت). " دور التربية في الحفاظ على الهوية الثقافية للمجتمع العربي"، جامعة بنها، كلية التربية، ص7.
- 9) Jürgen Baumert. (2024). Cultural identity and academic, Social and Psychological Adjustment of Adolescent with immigration background. *Journal of Youth and Adolescence*. 53(2).
- 10) Sara L. Buckingham. (2023). Elder-led cultural identity program as counterspace at a public university: Narratives on sense of community, empowering settings, and empowerment. *American Journal of Community Psychology*. 3(1).
- 11) Majid Khalaf Alshammari. (2023). Exploring How Cultural Identity and Sense of Belonging Influence the Psychological Adjustment of International Students. *Egyptian Academic Journal of Biological Sciences*. 15(2).
- 12) Smets, K. (2023). Cultural Identity Performances on Social Media: A Study of Bolivian Students. *Journal. Media* 2023, 4(1), 304-321

- 13) Matthew MacLean. (2023). National Identity in the UAE. Middle East Insight. 253(2).
- 14) Sarah Jay. (2023). 'It's a life-changing point for me': critical consciousness, collective empowerment and global awareness as activist identity change in 'popular education'. European Journal of Psychology of Education (2023) 38:161–178
- 15) Jie Cui. (2023). How does the Chinese Government conduct emotional governance over COVID-19? Content analysis of video blogs. Chinese Journal of Communication Volume 16, 2023 - Issue 2
- 16) Makoza, Frank (2023): The effects of media narratives on national identity cards system strategies of Malawi, Working Paper ICTD, No. 05/23, ZBW - Leibniz Information Centre for Economics, Kiel, Hamburg
- 17) Tisha Lewis Ellison. (2023). From *Black Girl Exclusion* to *Black Girl Empowerment*: Understanding one Black girl's digital and STEAM literacy practices as empowering, liberatory, and agentic. International Journal of Qualitative Studies in Education **Volume 36, 2023** - Issue 3
- 18) Sarah Abdullah S., et al. "The Role of Social Media Platforms in Confronting Intellectual Extremism from Majmaah University Students' **Perspective.**" (2023).
- 19) Makoza, Frank (2023): The effects of media narratives on national identity cards system strategies of Malawi, Working Paper ICTD, No. 05/23, ZBW - Leibniz Information Centre for Economics, Kiel, Hamburg
- 20) بن عمار أشواق .بوترعة بلال (2023) "شبيكات التواصل الاجتماعي " الفيس بوك" و تعزيز الهوية الوطنية لدى الطلبة الجامعيين (دراسة ميدانية على بعض الطلبة الجامعيين من جامعة الشهيد حمة لخضر- الوادي)", **مجلة آفاق علمية**، المجلد 15، العدد1، ص ص 139-159.
- 21) علا طلعت أحمد (2022) "علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بتكوين الهوية الوطنية للمراهقين من منظور نظريتي "التماس المعلومات" و"الاعتماد على وسائل الإعلام" "دراسة ميدانية"، **مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم العلوم الانسانية، المجلد 64، العدد 64، ص ص 97-125.**
- 22) دعاء محمد البناء، (2022). "الإعلام الشبكي وتعزيز الهوية الوطنية لدى أبناء الجاليات المصرية في الدول العربية والأجنبية"، **المجلة المصرية لبحوث الراي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 3، ص ص 391-474**
- 23) محمد مانع عبد الله (2022) "مشكلات الهوية والانتماء لدى طلاب وطالبات المرحلة الجامعية بدولة الكويت في سياق التغيرات الثقافية المعاصرة"، **رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة كفر الشيخ، كلية التربية، قسم اطول التربية.**
- 24) Alsebaei, Maisoon Osama. "We are All Responsible: The Contribution of Saudi Youth University to Strengthening Intellectual Security on Social



- Media." **Egyptian Journal of Public Opinion Research** 20.4 (2021): 537-584.
- 25) عبير محمود محمد (2021) "دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم الهوية الوطنية لدى الشباب المصري (دراسة ميدانية)"، **مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة، كلية الآداب، المجلد 70، العدد 70، ص 1.**
- 26) محمد عبدالحميد (2010). "نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (القاهرة: عالم الكتب، الطبعة الثالثة) ص 262.
- 27) حسنين شفيق (2014)، **نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد، (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع)، ص 38.**
- 28) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد (2004). **الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط4، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية)، ص 159.**
- 29) Sinaga, Warisman, and Ramlan Damanik. (2020): "Symbols, Functions and the Meaning of Wedding Clothes in Implanting Simalungun Cultural Values." **International Journal of Research and Review**, 7 p. 25.
- 30) Patterson, Maurice, and Jonathan Schroeder. (2010): "Borderlines: Skin, tattoos and consumer culture theory." **Marketing Theory**, 10.3 p.253.
- 31) DAN LAUGHEY. (2007), "key themes in media theory " 1 sted. (New YORK Mc Graw-Hill) p20
- 32) Sinaga, Warisman, and Ramlan Damanik. (2020) "Symbols, Functions and the Meaning of Wedding Clothes in Implanting Simalungun Cultural Values." **International Journal of Research and Review** 7: p. 44.
- 33) Kami kosenko Geoffrey luurs. andrew r binder sexual behavior .2011-2015 critical review and meta –anlysis of a growing literature" **journal of computer mediated communication** (v22. Issue3 2017). Pp141-169.
- 34) Zsolt boda gabriella szabo the media and attiudes towards crime and the justice system aqualiativ approach in " the European journal of the criminology (v 8 2011) p336.
- 35) محمد عبد الحميد، (1995)، **بحوث الصحافة، (ط1، القاهرة: عالم الكتب)، ص 92.**
- 36) محمد عبدالحميد، (2002)، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، (القاهرة: عالم الكتب)، ص 145.**
- 37) مريم محمد كربية (2015). "اللغة والهوية"، **مجلة الآداب، جامعة الملك سعود، مجلد 27، عدد 1، ص 70.**
- 38) هدى الشامسي (2022). "تحديات العولمة في صياغة الهوية والمواطنة"، **مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، الامارات، المجلة العربية للعلوم ونشر الابحاث، مجلد 6، عدد 13، ص 78.**

- (39) فارس كمال نظمي، (2010) "قياس الهوية الوطنية لدى العاطلين عن العمل في العراق، مجلة شبكة العلوم النفسية العربية، العدد 26-25 شتاء، 1-129
- (40) عبد الفاجر دندن وآخرون (2021). "العلاقات الدولية في عصر التكنولوجيات الرقمية - تحولات عميقة .. مسارات جديدة"، الأردن، دار الكتاب الاكاديمي، ص 305.
- 41) Young, Jennifer M., M.M, (2012),” Political conversations on facebook: Anexploration of practis “**master of rts in communication, culture, and technology**, Georgetown University, pp138.
- (42) شيماء عبد العاطي سعيد(2017)، "الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة ودورها في تعزيز الثقافة التنظيمية للمؤسسات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة بحوث العلاقات العامة، الشرق الأوسط، العدد السابع عشر، أكتوبر- ديسمبر 2017م، ص 203.
- (43) عدي عبد الخالق عبد الكريم الأمير(2015)، الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة في المنظمات الدولية غير الحكومية: دراسة ميدانية في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، الأردن، جامعة اليرموك، كلية الإعلام.
- (44) نهاد فتحى سليمان (2018)، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للقادة السياسيين والمؤسسات السياسية: دراسة مسحية على الشباب المصري"، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة، ص193.
- (45) سارة جميل عبدالمولي(2019). " دور الإعلان في مواقع التواصل الاجتماعي علي اتجاهات المستهلكين نحو العلامة "دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة عين شمس، كلية التجارة، قسم إدارة أعمال.
- 46) Dadwal, Sumesh & Atalla, Rakan (2018)., Impact of social media marketing via Facebook and YouTube on information search stage in luxury retail industry: A case study of luxury retailers in Riyadh, Saudi Arabia.
- (47) رضا فولي (2019). " الاتصال التفاعلي لممارسي العلاقات العامة عبر الإنترنت دراسة حالة على قطاع الاتصالات- في إطار نموذج التسويق بالعلاقات الاجتماعية"، مجلة البحوث الاعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المجلد 51، العدد 51، ص270.
- 48) Pavel P. Baranov (2020)," Interactive communication and modernization techniques of government administration in modern society: main contradictions and development trends “Turismo: Estudos & Práticas (UERN).
- 49) Georgios Lappas (2021)," Harnessing the power of dialogue: Examining the impact of Facebook content on citizen's engagement" Elsevier publishing.
- (50) محمد جواد زين الدين(2017). " توظيف العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة سمعة الشركات (شركات الهاتف النقال : زين ، اسيا سيل نموذجاً)، مجلة أداب الفراهيدي، العدد 28، متاح على <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=133690>