



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة زيان عاشور - الجلفة -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع والاتصال

دور الاعلام في تشكيل الهوية الثقافية للشباب دراسة ميدانية في حي بوتريفيس - الجلفة -

المشرف:

د. بن العايب المسعود

من إعداد :

بن الريم الياس ميلود

السنة الجامعية 2024-2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى أستاذي المشرف الدكتور بن العايب المسعود على توجيهاته القيّمة وصبره الكبير،

كما أشكر كل الأساتذة الذين ساهموا في تكويني العلمي،

والشكر موصول لكل من قدّم لي يد المساعدة خلال مساري الدراسي والبحثي.



إلى من علّمني معنى الصبر والتضحية،

إلى والديّ العزيزين،

إلى كل من دعمني وسندني،

أهدي ثمرة جهدي المتواضع.



فهرس

المحتويات

فهرس المحتويات

.....	شكر وتقدير
.....	الاهداء
.....	فهرس المحتويات
أ.....	مقدمة
13.....	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
13.....	أولا: إشكالية الدراسة
14.....	ثانيا: الأسئلة الفرعية
15.....	ثالثا: الفرضيات
15.....	رابعا: أهمية الدراسة
15.....	خامسا: أهداف الدراسة
16.....	سادسا: أسباب اختيار الموضوع
16.....	سابعا: الدراسات السابقة
20.....	ثامنا: منهج الدراسة
22.....	الفصل الثاني: الإطار النظري للإعلام
22.....	تمهيد
23.....	أولا : مفهوم الإعلام
24.....	ثانيا : نشأة و تطور الإعلام

27	ثالثا: أنواع الإعلام
28	رابعا : خصائص الإعلام.....
30	خامسا: مبادئ الإعلام
31	سادسا: وظائف الإعلام
35	سابعا: تعريفه الإعلام الجديد
36	ثامنا: العلاقة بين الإعلام الجديد والتقليدي
38	تاسعا: العوامل المؤثرة في الإعلام
39	خلاصة الفصل الثاني
41	الفصل الثالث: الإطار النظري للهوية الثقافية
41	تمهيد
42	أولا: مفهوم الهوية الثقافية
44	ثانيا: مسألة الهوية الثقافية في الأنثروبولوجيا
48	ثالثا: مقومات وأسس الهوية الثقافية
49	رابعا: عناصر الهوية الثقافية
51	خامسا: التحديات التي تواجهها الهوية الثقافية
54	سادسا: اغتراب الهوية الثقافية:
56	سابعا: العولمة بلغة المعلومات و تأثيراتها على الهوية الثقافية:
58	ثامنا: و سائل الاتصال الحديثة و انعكاساتها على الهوية الثقافية
61	خلاصة الفصل الثالث

63	الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة.....
63	تمهيد
64	أولاً: المنهج المستخدم في الدراسة
65	ثانياً: أدوات الدراسة
67	ثالثاً: مجتمع وعينة الدراسة
69	رابعاً: أساليب الدراسة
72	خامساً: وصف خصائص عينة الدراسة
75	سادساً: عرض وتحليل عبارات متغيرات الدراسة.....
85	سابعاً: علاقة الاعلام لشباب الحي بالهوية الثقافية:
89	خاتمة
93	قائمة المراجع
97	الملاحق

مقدمة

يعدّ الإعلام في العصر الراهن أحد أبرز الأدوات الفاعلة والمؤثرة في حياة المجتمعات، فقد تجاوز دوره التقليدي المتمثل في نقل الأخبار وتوفير الترفيه ليصبح قوة ناعمة تسهم في تشكيل العقول، وبناء الرؤى، وصياغة الاتجاهات الفكرية والقيمية للأفراد والجماعات. ومع التطور التكنولوجي الهائل، أصبحت وسائل الإعلام جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية، فهي لم تعد مجرد وسيط للتواصل وإنما تحولت إلى مؤثر رئيسي في صياغة الوعي الجمعي وتوجيه السلوك الاجتماعي.

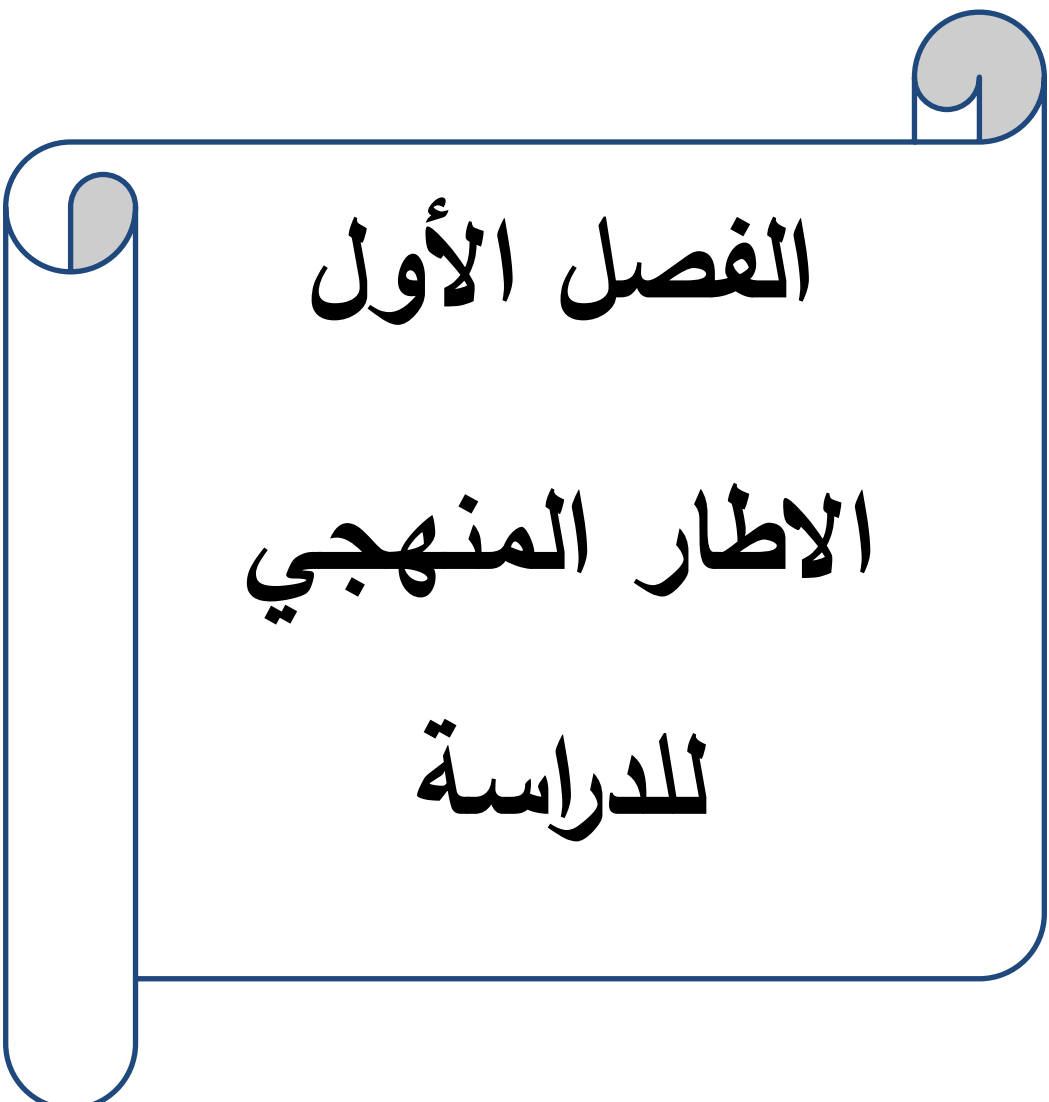
وتبرز فئة الشباب كأكثر الفئات تأثراً بالإعلام، نظراً لطبيعتهم الديناميكية وحاجتهم الدائمة إلى التفاعل والانفتاح على العالم الخارجي. فالشباب، بحكم موقعهم العمري والاجتماعي، يمثلون الفئة الأكثر استهلاكاً لمضامين الإعلام التقليدي (التلفزيون، الإذاعة، الصحافة) والحديث (الإنترنت، مواقع التواصل الاجتماعي)، مما يجعلهم عرضة بشكل مباشر لمختلف التأثيرات الثقافية والفكرية. فهم يعيشون حالة من التفاعل المستمر مع القيم المطروحة في الفضاء الإعلامي، الأمر الذي ينعكس على أنماط سلوكهم، اختياراتهم الحياتية، ورؤيتهم لانتمائهم الثقافي والوطني.

وفي السياق الجزائري، تزداد أهمية هذا الموضوع نظراً للتنوع الثقافي الكبير الذي يميز المجتمع الجزائري، حيث تتعايش فيه مكونات الهوية الوطنية من لغة ودين وتقاليد وعادات راسخة، مع انفتاح متزايد على الثقافات العالمية بفعل العولمة وتدفق المعلومات. إنّ هذه الوضعية تجعل من مسألة الهوية الثقافية للشباب قضية استراتيجية، إذ يشكل الشباب أكثر من نصف عدد السكان، وهم مستقبل الأمة وعماد استمراريتها. غير أن التحديات التي تفرضها وسائل الإعلام، خصوصاً الأجنبية منها، قد تُحدث خلخلة في هذا البناء الهوياتي، سواء من خلال استيراد أنماط سلوكية جديدة، أو من خلال إعادة صياغة منظومة القيم لدى الشباب.

ويبرز الإعلام هنا كعامل مزدوج: فمن جهة يمكن أن يكون ركيزة لتعزيز الهوية الوطنية وترسيخ الانتماء من خلال الترويج للثقافة الجزائرية الأصيلة، والدفاع عن قيم المجتمع ومبادئه. ومن جهة أخرى قد يتحول إلى أداة لطمس الخصوصيات الثقافية وإضعاف الانتماء الوطني إذا ما غلبت عليه المضامين المستوردة أو الموجهة بعيداً عن خدمة المصلحة الثقافية للمجتمع. وبذلك يصبح الإعلام سلاحاً ذا حدين، يرتبط أثره بمستوى وعي الشباب وبطبيعة المضامين الإعلامية التي يتعرضون لها.

ومن هنا تأتي أهمية دراسة دور الإعلام في تشكيل الهوية الثقافية للشباب، خصوصاً في المناطق الحضرية التي تمثل مجاًلاً خصباً للتفاعل الإعلامي والثقافي. فحي بوتريفيس بمدينة الجلفة، باعتباره فضاءً حضرياً يجمع شريحة واسعة من الشباب، يشكل نموذجاً مهماً لدراسة هذه الظاهرة، إذ يحتضن شباباً من مختلف المستويات التعليمية والاجتماعية، يجمعهم فضاء مشترك من التحديات والطموحات، ويختلفون في طرق استهلاكهم للإعلام وفي أشكال تفاعلهم معه.

إنّ دراسة هذه الحالة الميدانية تمثل محاولة للإجابة عن تساؤلات جوهرية تتعلق بكيفية تأثير الإعلام في صياغة الهوية الثقافية للشباب، ومدى قدرته على خلق توازن بين الانفتاح على العالم الخارجي والمحافظة على الخصوصية المحلية. كما تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن طبيعة القيم والعادات والسلوكيات التي يعززها الإعلام أو يضعفها، ومدى وعي الشباب بخطورة التأثيرات الإعلامية على انتمائهم الثقافي.

A decorative scroll frame with a blue border and grey scroll ends, containing the title text.

الفصل الأول

الاطار المنهجي

للدراصة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة

يُعتبر الإعلام أحد أهم الفواعل الاجتماعية والثقافية في العصر الحديث، إذ لم يعد مجرد قناة ناقلة للمعلومة أو وسيلة للترفيه، بل أصبح مؤسسة اجتماعية توازي في تأثيرها المؤسسات التقليدية كالأسرة والمدرسة والمسجد. وبفضل التطور التكنولوجي والانفجار الرقمي، أضحت الإعلام - وخاصة الإعلام الجديد - حاضراً بقوة في تفاصيل الحياة اليومية للأفراد، يوجه اختياراتهم، ويعيد تشكيل وعيهم الجمعي، بل ويؤثر في طريقة تمثلهم لهويتهم الثقافية.

إنّ الهوية الثقافية ليست مجرد شعار يُرفع أو كلمات تُردد، بل هي منظومة متكاملة من القيم والرموز والعادات واللغة والدين والتاريخ المشترك، تُعطي للفرد شعوراً بالانتماء والاستمرارية. غير أنّ هذه الهوية باتت عرضة لضغوط قوية بفعل العولمة الإعلامية التي أزلت الحدود الجغرافية بين الثقافات، وأتاحت للشباب الجزائري إمكانية الاطلاع على أنماط حياتية وقيمية وسلوكية غربية وآسيوية وأفريقية عبر كبسة زر، ما جعلهم يعيشون نوعاً من الازدواجية بين التمسك بالهوية الوطنية والانجذاب نحو أنماط ثقافية دخيلة.

وفي الجزائر، حيث يشكل الشباب أكثر من نصف عدد السكان، تكتسب هذه الظاهرة أهمية خاصة، فالشباب الجزائري يتعرض يومياً لمضامين إعلامية متناقضة: فمن جهة تبذل المؤسسات الإعلامية الوطنية مجهودات لترسيخ مقومات الهوية الجزائرية من خلال نشر البرامج التثقيفية والتوعوية وإبراز الرموز الوطنية، ومن جهة أخرى تغزو الفضاء الإعلامي المحلي قنوات أجنبية ومنصات عالمية تقدم محتويات قد لا تتسجم مع قيم المجتمع. هذا

التناقض يُحدث حالة من الصراع الداخلي لدى الشباب بين الانتماء إلى الخصوصية الوطنية والانبهار بما تقدمه العولمة الإعلامية.

وعند النزول إلى الميدان المحلي، نلاحظ أنّ هذه الظاهرة تتجلى بوضوح في الأحياء الحضرية مثل حي بوتريفيس بالجلفة، الذي يحتضن فئة شبابية واسعة، تتباين في مستوياتها التعليمية والاجتماعية، لكنها تتقاطع في كونها الأكثر عرضة للتأثير الإعلامي. فبعض الشباب يتبنى الإعلام كوسيلة لتعزيز وعيه الوطني وهويته الثقافية، في حين ينجذب آخرون إلى أنماط وقيم جديدة قد تؤدي إلى تراجع انتمائهم للهوية الأصلية. هذا الواقع يعكس الحاجة الملحة إلى دراسة معمقة للعلاقة بين الإعلام والهوية الثقافية للشباب في هذا الحي، باعتباره نموذجاً مصغراً للتحوّلات الثقافية التي يعرفها المجتمع الجزائري عموماً.

وانطلاقاً مما سبق، فإن الإشكالية المركزية التي تطرح نفسها هي:

إلى أي مدى يسهم الإعلام بمختلف وسائله التقليدية والحديثة في تشكيل الهوية الثقافية للشباب في حي بوتريفيس بالجلفة؟

ثانياً: الأسئلة الفرعية

يتفرع عن هذه الإشكالية الرئيسة مجموعة من التساؤلات الفرعية:

1. ما طبيعة العلاقة بين استهلاك الشباب لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وتمثلهم

لمكونات الهوية الثقافية؟

2. ما هي القيم والعادات التي يسعى الإعلام الوطني إلى ترسيخها لدى شباب حي

بوتريفيس؟

3. كيف يؤثر الإعلام الأجنبي في إعادة تشكيل الهوية الثقافية للشباب، وهل يؤدي ذلك إلى تعزيز الازدواجية أو تراجع الانتماء الوطني؟

ثالثا: الفرضيات

1. هناك علاقة إيجابية بين متابعة الشباب لوسائل الإعلام الوطنية وتعزيز الهوية الثقافية لديهم.
2. يسعى الإعلام الوطني إلى ترسيخ قيم الانتماء والهوية، غير أن تأثيره يظل محدوداً أمام جاذبية الإعلام الأجنبي.
3. يؤدي الانفتاح المفرط على الإعلام الأجنبي إلى تراجع تمسك بعض الشباب بالهوية الثقافية الجزائرية.

رابعا: أهمية الدراسة

- إثراء الدراسات الإعلامية والاجتماعية المتعلقة بعلاقة الإعلام بالهوية الثقافية، خاصة في ظل التغيرات الرقمية.
- تقديم معطيات ميدانية لصناع القرار الإعلامي حول كيفية استغلال وسائل الإعلام في حماية وتعزيز الهوية الوطنية للشباب.

خامسا: أهداف الدراسة

1. تحديد حجم وتأثير استهلاك الشباب في حي بوتريفيس لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة.
2. إبراز دور الإعلام الوطني في ترسيخ مقومات الهوية الثقافية الجزائرية.

3. رصد مظاهر تأثر الشباب بالمضامين الإعلامية الأجنبية وانعكاساتها على هويتهم.

سادسا: أسباب اختيار الموضوع

-أسباب ذاتية:

✓ اهتمام الباحث الشخصي بمجال الإعلام وقضايا الهوية الثقافية.

✓ انتماء الباحث إلى الوسط الاجتماعي محل الدراسة، مما يسهّل الفهم العميق للظاهرة.

-أسباب موضوعية:

✓ أهمية موضوع الهوية الثقافية في ظل العولمة والتكنولوجيا.

✓ ندرة الدراسات الميدانية التي تتناول العلاقة بين الإعلام والهوية الثقافية في البيئة المحلية (حي بوتريفيس نموذجاً).

سابعا: الدراسات السابقة

1. محمد الطاهر (2010): تأثير التلفزيون الجزائري في تشكيل القيم الثقافية لدى الشباب الجامعي. أعدها الباحث محمد الطاهر سنة 2010 كرسالة ماجستير بجامعة الجزائر 2، معهد علوم الإعلام والاتصال.

سعى الباحث إلى تحديد الدور الذي يلعبه التلفزيون الجزائري في تعزيز القيم الثقافية للشباب الجامعي، واستخدم المنهج الوصفي التحليلي مستعيناً بعينة من 120 طالباً جامعياً. أظهرت النتائج أن التلفزيون الوطني ساهم بدرجة محدودة في ترسيخ الهوية الثقافية، وذلك من خلال البرامج الدينية والوطنية التي تبرز الرموز الثقافية للجزائر، غير أن هذا التأثير لم يكن بالقوة

الكافية أمام هيمنة القنوات الأجنبية التي تجذب الشباب أكثر بالمحتويات الترفيهية والفنية. وأوضح أن ضعف جاذبية بعض البرامج المحلية وقلة تفاعلها مع اهتمامات الشباب أدى إلى فتور علاقتهم بالإعلام الوطني. وأوصى الباحث بضرورة تطوير البرامج التلفزيونية الوطنية وجعلها أكثر تفاعلاً مع قضايا الشباب، مع توظيف لغة بسيطة وعصرية تعزز الانتماء الثقافي.

2. بومعزة سامية (2015): مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية لدى الشباب في العاصمة الجزائرية. أعدتها الباحثة بومعزة سامية سنة 2015 في شكل مقال علمي محكم نشر في مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة سطيف 2، المجلد 12، العدد 2.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتمثل الهوية الثقافية لدى الشباب، حيث اعتمدت على المنهج الوصفي الكمي بعينة قوامها 200 شاب وشابة من الجزائر العاصمة. أبرزت النتائج أن الاستخدام المكثف للفيسبوك أدى إلى بروز أنماط سلوكية جديدة لدى الشباب، مثل تقليد أساليب اللباس، اعتماد لغة هجينة في التخاطب، وتبني بعض الممارسات الاجتماعية المستوردة من الغرب. وأكدت الدراسة أن هذه التحولات أثرت على تمسك الشباب بجملة من القيم التقليدية المرتبطة بالعائلة واللغة والاحتفالات المحلية. كما خلصت إلى أن الشباب لا يتعاملون مع مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها فضاءً للترويج للهوية الوطنية بقدر ما هي مساحة للتسلية والتواصل. وأوصت الدراسة بضرورة تدخل المؤسسات الثقافية والإعلامية من أجل استغلال هذه المنصات في تعزيز الهوية الوطنية، عبر إنتاج محتويات رقمية موجهة للشباب تعكس قيم المجتمع الجزائري.

3. عبد القادر بن ساسي (2018): دور الإذاعة المحلية في تعزيز الهوية الثقافية: إذاعة الأغواط نموذجاً. أنجزها الباحث عبد القادر بن ساسي سنة 2018 كأطروحة دكتوراه بجامعة قسنطينة 3، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

ركزت الدراسة على الدور الذي تلعبه الإذاعة المحلية في تعزيز الهوية الثقافية للمجتمع، من خلال تحليل حالة إذاعة الأغواط. اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي مستخدماً أدوات مثل المقابلات والاستبيانات التي شملت عينة من 100 شاب من مستمعي الإذاعة. توصلت النتائج إلى أن البرامج الإذاعية التي تعنى بالتراث الشعبي والعادات المحلية أسهمت في تقوية الوعي الثقافي والانتماء الوطني للشباب. كما أوضحت الدراسة أن الشباب ما يزالون ينجذبون للإذاعة كوسيلة سهلة الوصول تعكس همومهم وقضاياهم اليومية. غير أن المنافسة القوية لوسائل الإعلام الرقمية جعلت تأثير الإذاعة محدوداً نسبياً. وأوصت الدراسة بضرورة تطوير البرامج الشبابية التفاعلية عبر الإذاعات المحلية لتعزيز حضورها ومساهمتها في تكوين الهوية الثقافية.

4. عادل حداد (2021): الإعلام الرقمي وأثره على الهوية الثقافية للشباب الجزائري. نشرها الباحث عادل حداد سنة 2021 في شكل مقال علمي محكم في مجلة البحوث الإعلامية بجامعة وهران 1، المجلد 7، العدد 1.

هدفت الدراسة إلى تحليل أثر الإعلام الرقمي العالمي في إعادة تشكيل الهوية الثقافية للشباب الجزائري. اعتمد الباحث على المنهج المسحي التحليلي، وأجرى استبياناً إلكترونياً شمل 350 شاباً من مختلف ولايات الجزائر. كشفت النتائج أن الانفتاح على المنصات الرقمية العالمية مثل يوتيوب، نتفليكس وتيك توك جعل الشباب يعيشون حالة من الازدواجية

الثقافية، حيث يحافظون على بعض مقومات الهوية الوطنية (اللغة، الدين، العادات الأسرية) لكنهم في الوقت نفسه يتأثرون بقيم وأنماط غربية كحرية التعبير الفردي والذوق الفني. وأبرزت الدراسة أن التأثيرات السلبية تتجلى أكثر في ضعف التمسك باللغة العربية الفصحى، وانتشار لغة هجينة. أوصى الباحث بضرورة الاستثمار في إنتاج محتوى رقمي محلي موجه للشباب قادر على المنافسة، ويعزز القيم الثقافية الجزائرية.

5. صبري الغامدي (2022): وسائل الإعلام والهوية الوطنية لدى الشباب العربي في ظل العولمة. أصدرها الباحث صبري الغامدي سنة 2022 في شكل كتاب عن دار الكتاب الجامعي - القاهرة.

جاء هذا العمل في إطار مقارنة بين ثلاثة مجتمعات عربية هي الجزائر، مصر والسعودية. استهدف الباحث الكشف عن دور وسائل الإعلام في تشكيل الهوية الوطنية لدى الشباب في ظل ضغوط العولمة الإعلامية. اعتمد المنهج المقارن مستخدماً استبيانات ومقابلات نوعية مع عينة شبابية واسعة من الدول الثلاث. بينت النتائج أن الشباب العربي يتعرض لضغوط ثقافية متشابهة، حيث تسهم القنوات الفضائية وشبكات الإنترنت في إدخال قيم وسلوكيات أجنبية، غير أن درجة التأثير تختلف تبعاً لسياسة كل دولة في ضبط الفضاء الإعلامي. فقد أظهر الشباب الجزائري والمصري ميلاً أكبر إلى استهلاك المحتويات الأجنبية مقارنة بالشباب السعودي الذي بقي أكثر ارتباطاً بالمحتوى المحلي. وأوصى الباحث بضرورة تعزيز التعاون الإعلامي العربي لإنتاج محتويات شبابية موحدة قادرة على مواجهة التحديات الثقافية للعولمة.

6. Kumar (2023): Media and Cultural Identity among Youth: A

Global Perspective. أنجزها الباحث Kumar سنة 2023 في شكل مقال علمي

نشر في Journal of Global Media Studies، المجلد 15، العدد 3.

هدفت الدراسة إلى تحليل دور الإعلام العالمي في تشكيل الهوية الثقافية للشباب عبر ست دول من أوروبا وآسيا وأفريقيا. اعتمد الباحث مزيجاً من المناهج الكمية والنوعية على عينة دولية قوامها 600 شاب. أبرزت النتائج أن الإعلام الرقمي لا يلغي الهوية المحلية وإنما يخلق هوية هجينة، حيث يمزج الشباب بين القيم الوطنية والرموز الثقافية العالمية. كما أوضحت أن التفاعل مع المنصات العالمية يمنح الشباب فرصاً للتواصل العابر للثقافات، لكنه في الوقت نفسه يضعف بعض القيم التقليدية. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز التعليم الإعلامي للشباب، بحيث يمتلكون وعياً نقدياً يمكنهم من الاستفادة من الإعلام العالمي دون الانصهار الكامل فيه.

ثامنا: منهج الدراسة

-**المنهج المعتمد:** المنهج الوصفي التحليلي، لكونه الأنسب لدراسة الظاهرة الإعلامية وربطها بمفاهيم الهوية الثقافية.

-**أدوات جمع البيانات:** استبيان ميداني موجّه لعينة من شباب حي بوتريفيس، بالإضافة إلى مقابلات شبه موجهة مع بعض الفاعلين المحليين.

الفصل الثاني

الإطار النظري للإعلام

الفصل الثاني: الإطار النظري للإعلام

تمهيد

يُعدّ الإعلام من أهمّ الركائز التي تقوم عليها المجتمعات الحديثة، فهو المرآة العاكسة لواقعها، والوسيلة الأساسية لنقل المعلومات والمعارف وتشكيل الرأي العام. ومع التطور التكنولوجي المتسارع، لم يعد الإعلام مقتصرًا على وسائطه التقليدية من صحافة مكتوبة وإذاعة وتلفزيون، بل تعدى ذلك إلى الإعلام الرقمي الذي غيّر من طبيعة الاتصال وأحدث ثورة في سرعة تداول الأخبار والمضامين. ومن ثمّ فإن دراسة الإعلام من الناحية النظرية تمثل مدخلًا أساسيًا لفهم أبعاده ووظائفه، خاصة وأنه أصبح قوة فاعلة في التغيير الاجتماعي والثقافي والسياسي.

إن الإطار النظري للإعلام يتطلب الوقوف عند المفاهيم الأساسية المرتبطة به، وتوضيح خصائصه وعناصره المختلفة، فضلاً عن تحديد أدواره ووظائفه في المجتمع. كما يقتضي التطرق إلى أهمّ النظريات الإعلامية التي سعت إلى تفسير آلية عمل وسائل الإعلام وتأثيرها على الأفراد والجماعات، مثل نظرية وضع الأجندة، ونظرية الاستخدامات والإشباعات، ونظرية حارس البوابة وغيرها. هذه النظريات تمثل الخلفية العلمية التي تساعد الباحث في تحليل دور الإعلام وتفسير نتائجه وآثاره.

وعليه، فإن هذا الفصل يسعى إلى إرساء القاعدة النظرية لموضوع البحث من خلال استعراض مختلف المفاهيم ذات الصلة بالإعلام، وبيان وظائفه وأنماطه وأبعاده المتعددة، إضافة إلى التطرق لأبرز النظريات التي عالجت تأثيراته في المجتمع. كل ذلك يتيح لنا فهماً معمقاً للإعلام باعتباره ظاهرة اجتماعية وثقافية وسياسية متشابكة الأبعاد، ويضع أساساً متيناً للانتقال لاحقاً إلى الإطار التطبيقي للدراسة.

أولاً : مفهوم الإعلام

يشكل الإعلام المصدر الأساس لتزويد المجتمع بالأخبار ونشر المعلومات التي تسهم في نقل الحقائق، أي : انه يقوم بعملية استقبال المعلومات حول حدث أو تطور ما و إعادة إرسالها ، وعليه فالإعلام وسيلة إيجابية تهدف إلى إيصال فكرة أو معلومة صحيحة للناس، و قد تكون لتصحيح مفهوم خاطئ عن فكرة أو تكون إيضاحاً و تفصيلاً لفكرة يكتنفها الغموض، إذ أن هدفه تقديم معلومات ذات مغزى معين عن خدمة أو منتج، فالإعلام يعني " التعبير الموضوعي الجماعة ما ، و هو يعكس عقليتها و روحها و ميولها " ¹. أي أن الإعلام يقدم خدمة للمجتمع و ذلك بنقل المعلومات والأحداث و الحقائق لتلبية احتياجاتهم وفق ما يتماشى مع رغباتهم و تفكيرهم و يساهم في تكوين رأي عام حول موضوع أو قضية ما.

وهو لفظ يقابله في اللغة الانكليزية Information الذي يعني الاستعلام و الخير و الإعلام ². و يقول شرام : أن كلمة إعلام Communication مشتقة من اللفظة اللاتينية Communis أي شائع Common فنحن حينما نتصل نحاول أن نشارك شخصاً أو عدة أشخاص في معلومة أو فكرة أو توجه ³. أي أن الأشخاص يتبادلون الأفكار و يشاركونها بين بعضهم و هو ما يقوم به الإعلام لأنه جزء من الاتصال يقوم بنقل المعلومات من المرسل إلى المستقبل.

الإعلام هو القيام بالإرسال أو الإيصال، كما هو إعطاء وتبادل للمعلومات سواء كانت مسموعة أو مرئية بالكلمات والجمل أو بالإشارات و الصور و الرموز.

¹ سمير كحيط ، سمير الكريطلي ، مرجع سابق ، ص 21

² نعمان ماهر كنعان، مدخل في الإعلام، دار الجمهورية للنشر والتوزيع، ب، ط، بغداد ، 1968، ص 1.

³ فهد بن عبد العزيز الغفيلي، الإعلام الرقمي أشكاله و وظائفه و سبل تفعيله، دار المجدد للنشر والتوزيع، ط 1 ، الرياض، 2017 ، ص 9.

و الإعلام أيضا هو جعل المعلومات التي نريد إرسالها معروفة ومفهومة لدى المرسل إليه، و لا تعتبر إعلاما كل رسالة لا يفهم المستقبل معناها، ولا يشارك المرسل في فهم رموزها⁴. تتخذ الرسالة الإعلامية عدة أشكال و يتم بنها عبر مختلف الوسائل منها المسموعة كالراديو أو المسموعة المرئية كالتلفاز أو المكتوبة كالصحف و غيرها من وسائل الإعلام التي تساهم في أن تكون الرسالة أكثر تأثيراً، ومن الضروري أن تكون واضحة و مفهومة غير مبهمة. إن الإعلام هو نقل المعلومات والمعارف، والثقافات الفكرية والسلوكية بطريقة معينة، عبر أدوات و وسائل الإعلام والنشر، بقصد التأثير سواء كان التعبير لعقلية الجماهير أو لغرائزها⁵.

يعرف الألماني أوتجروت الإعلام هو " التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير و روحها وميولها و اتجاهاتها في نفس الوقت " معنى ذلك انه ليس تعبيراً ذاتياً من جانب الصحفي أو المذيع أو رجل سينما أو التلفزيون، و إنما هو تعبير موضوعي خالص يقوم على الحقائق أو الأرقام أو الإحصاءات أو عليها معا إذ لزم الحال . معنى ذلك انه يعبر و يلبي احتياجات الجمهور و من ضروري أن يقدم حقائق بصفة موضوعية و ذات مصداقية⁶.

ثانيا : نشأة و تطور الإعلام

هناك من يرى بأن الإعلام قديم قدم البشرية نفسها و انه بدأ مع وجود الإنسان على هذه الأرض، حيث ظهرت حاجته إلى تواصل مع الآخرين و أخبارهم عن حاله، ومعرفة أحوالهم . و لكن الاستخدام الفعلي للإعلام لم يظهر إلا في القرن العاشر، حين بدأ الرومان ينشرون الصحف الحائطية التي أخذت بالتطور، حتى اخترعت الطباعة بواسطة جوتنبرغ 1436 فاعتبر اكتشافه ثورة في الإعلام فابتدأ الإعلام في هذه المرحلة يخرج من مرحلة الفوضى

⁴ عبد الرزاق محمد الدليمي ، مرجع سابق، ص 107.

⁵ فاطمة حسين عواد، مرجع سابق ، ص 13.

⁶ أعبد اللطيف حمزة الإعلام والدعاية ، ط 1 ، بغداد، 1968 ، ص 76.

إلى مرحلة صناعة المتقدمة. حيث كان المجتمع في تلك الفترة مهياً و مستعداً لتطوير ذلك الأسلوب الجديد في الكتابة، وتدوير الأفكار و هو ما ساهم بشكل واسع في انتشار الصحف وكان له أثر بالغ على الإعلام وتطوره.

و لابد هنا من الإشارة إلى المجتمعات العربية التي عرفت الإعلام قبل القرن العاشر الميلادي، في عصور ما قبل الإسلام، وكانت وسائلهم في ذلك الخطابة والشعر اللذين كانا ينتقلان مشافهة، وهو ما يتفق مع تعريف رأيت للإعلام " يتمثل الإعلام في نقل المعنى أو المغزى بين الأفراد ، حيث كانت العرب قادرة على فعل ذلك، مع أن معظمهم كانوا لا يحسنون القراءة و لا الكتابة، في ذلك الوقت، إلا أنهم أجادو هذا الفن و استخدموه الأغراض عديدة مازال يستخدمها الإعلاميون في عصرنا الحديث، كنقل الأخبار والمدح، والهجاء، والثناء والحماسة و غيرها⁷. حيث تعتبر أولى المراحل التي مهدت لظهور الإعلام.

وشهد عقد الثمانينات تطوراً واسعاً في وسائل الإعلام، نتيجة التطورات التكنولوجية التي أحدثتها ثورة المعلوماتية و تطوير شبكات الهاتف، بإدخال وسائط مثل الألياف الصوتية البصرية و الأقمار الصناعية للتسريع بث و نقل وتلقي المعلومات.

لذا فإن نشأة الإعلام وتطوره ارتبط بتطورات تكنولوجية على مستوى الوسائل والمستويات الأخرى كافة منها المؤسسات الصناعية المنتجة للتكنولوجيا ونتاجها المتعدد فهناك تكنولوجيا الالتقاط والإرسال والتخزين كما هناك تكنولوجيا للاستماع و الرؤية و يمكن القول أن وسائل الإعلام مرت بمرحلتين أساسيتين هما:

⁷ فهد بن عبد العزيز الغفيلي، مرجع سابق، ص ص 10.9

1/مرحلة وسائل الإعلام التقليدية : و هي الصحافة⁸ التي لاقت انتشارا كبيرا بفضل الطباعة و أصبح بمتناول الإنسان النشر على نطاق واسع ولكن كانت محتكرة آنذاك على فئة قليلة من الناس الذين يعرفون القراءة فقط لكن مع مرور الوقت والحاجة الملحة إلى التقدم بدا عصر التكنولوجيا الإعلامية التي أحدثت نقلة واسعة و سريعة في مفهوم وأهمية الإعلام وغيّرت في نمط أدواته و أدى ذلك إلى اختراع الراديو الذي كان و مازال وسيلة مهمة من وسائل الإعلام والاتصال، وانتشرت في أصقاع العالم الإذاعات التي سارعت الدول إلى إنشائها بعد أن تيقنت بأهميتها خاصة بعد الدور الكبير الذي لعبته في الحرب العالمية الأولى والثانية و بالخص الإذاعات الموجهة، و أصبحت الإذاعة منافسا كبيرا للصحافة لكنه لم يقض على وجودها بل زاد من أهميتها ، و في منتصف القرن الماضي كانت الثورة الصناعية في أوج قمتها فأثمرت اختراع التلفزيون و مع ثورة الأقمار الاصطناعية انتقلت فكرة التلفزيون من مجرد شاشة محلية إلى محطات وقنوات فضائية يتابعها ملايين البشر وتنتقل الأخبار والأحداث أولا بأول للمتلقي من موقع الحدث⁹. فكل وسيلة تعتبر نقطة انطلاق للوسيلة التي تلتها.

2/ مرحلة تكنولوجيا الإعلام و المعلومات : فلم تقف تكنولوجيا الإعلام عند هذا الحد بل تخطته بمراحل كثيرة و ذلك بظهور الانترنت أصبح الإعلام بلا منازع أهم صناعة تسعى دول العالم جميعها لامتلاكها¹⁰. فالانترنت هي الأخرى ساهمت بشكل واسع و أحدثت نقلة نوعية في المجال الإعلامي و ما أصبح عليه الآن من تقدم و تميز، وتوفره على عدة خصائص من بينها التفاعلية والانتشار الواسع دون حدود زمنية و مكانية وهو ما طغى

⁸ مصطفى يوسف كافي، وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط 1 ، الأردن، 2015، ص 94.

⁹ الملتقى الإعلامي العربي، مسيرة الإعلام، بتاريخ 16/08/2025، الساعة 14:50،

<http://WWW.arabmediaforum.net>

¹⁰ مصطفى يوسف كافي، وآخرون ، مرجع سابق، ص 94.

على كافة شعوب العالم وكأنه أداة مسيطرة تتحكم في منظومة المجتمعات و لا يمكن الاستغناء عنها.

ثالثاً: أنواع الإعلام

الإعلام ليس كتلة صماء واحدة، بل هو مجالات واسعة وأنواع متغيرة ومقاييس مختلفة ومعايير متباينة:

1.1. التصنيف بالانتماء: إذا نظرنا إلى الإعلام من خلال الانتماء و المنطقة الجغرافية

تلاحظ أن هناك الإعلام المحلي، الإعلام الخليجي والإعلام العربي والإعلام الأوروبي و الإعلام الأمريكي و الإعلام الآسيوي و هكذا، أي يتنوع الإعلام حسب البلد فكل وطن إعلام خاص به يتماشى مع تركيبة ذلك المجتمع.

2.1. التصنيف بالملكية: هناك إعلام الحكومي والإعلام شبه حكومي والإعلام التجاري،

و الإعلام الخيري ومثل إعلام المؤسسات الدينية في الغرب القائمة على التبرعات و ذلك راجع للجهة التي تملكه.

3.1. التصنيف بالتخصص: يختلف الإعلام باختلاف تخصصاته ومجالاته حيث يكون

موجه لفئة معينة تقتم به من بينها : نجد الإعلام الرياضي الإعلام الفني والإعلام الاقتصادي، الإعلام التثموي، الإعلام الديني . الإعلام الثقافي الإعلام التعليمي، الإعلام الطبي، إعلام المرأة، إعلام الطفل وهكذا.

4.1. التصنيف بالاتجاهات: لكل مؤسسة إعلامية توجه خاص بها تنتهجها و قيم تحكمها

حسب آراء بعض المتابعين تجدهم يطلقون أوصافا كثيرة على أنواع متعددة من الإعلام

فهناك : الإعلام الصادق، الإعلام الكاذب، الإعلام الذي يخاطب العقول الإعلام الذي يخاطب العواطف الإعلام المغرض الإعلام العدائي وإعلام الحرب.. و هكذا¹¹.

رابعاً : خصائص الإعلام

- الإعلام نشاط اتصالي تنسحب عليه كافة مقومات النشاط الاتصالي و مكوناته الأساسية و هي: مصدر المعلومات الرسائل الإعلامية الوسائل الإعلامية التي تنقل هذه الرسائل، جمهور المتلقين و المستقبلين للمادة الإعلامية والأثر الإعلامي أي انه جزء من الاتصال تنطبق عليه العناصر الأساسية العملية الاتصال فالإعلام ما هو إلا اتصال من مرسل أي الوسيلة الإعلامية إلى مستقبل أي الجمهور.
- يتسم الإعلام بالصدق و الدقة والصرامة وعرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة دون تحريف من الضروري أن تكون الرسالة الإعلامية دقيقة خالية من الكذب و تشويه للمعلومة وعرضها كما هي أي المصادقية و الموضوعية في بث المعلومات و الأفكار.
- يسعى الإعلام إلى محاربة التحيزات و الخرافات والعمل على تنوير الأذهان و تثقيف العقول ذلك عن طريق بث محتويات علمية تثقيفية التي هي بالأساس من وظائف الإعلام المحاربة الجهل و بث الحقائق و تمكين الجمهور من التفريق بين ما هو سلبي و ايجابي.
- يترتب على الجهود الإعلامية الموضوعية تأثير فعال في عقلية الجمهور ومستويات تفكيره و إدراكه، كما يؤدي ذلك إلى إحداث اليقظة والنمو والتكيف الحضاري في المجتمع.

¹¹ فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية - كيف تتعامل مع الإعلام - مكتبة الملك فهد الوطنية أنشاء

النشر، ط1، الرياض، 2010، ص 53.52

- يقوم الإعلام على المناقشة والحوار والإقناع وينزع نزعة ديمقراطية¹²، أي الحوار فيه يقوم على مبادئ الصدق والأمانة والنزاهة والشفافية لترك مجال من حرية التعبير عن الآراء والأفكار وهو ما يؤدي إلى إقناع الجماهير.
- يستهدف الإعلام الشرح والتبسيط و التوضيح للحقائق و الوقائع فيعمل على طرح المواضيع و القضايا التي تهم المجتمع و تفكيك كل جوانبها لتكون واضحة و مفهومة لدى الجماهير.
- تزداد أهمية الإعلام كلما ازداد المجتمع تعقيدا وتقدمت المدينة وارتفع المستوى التعليمي و الثقافي و الفكري لأفراد المجتمع.¹³ أي كلما تطورت المجتمعات أصبح الإعلام ضرورة ملحة فيها.
- الإعلام هنا صار مؤسسات اجتماعية أكثر منها مؤسسة إعلامية يتعدى بذلك وظيفة نقل الأخبار و الوقائع فقط إلى تقديم خدمات متنوعة للمجتمع في كافة القطاعات سواء : اقتصادية، اجتماعية، سياسية، ثقافية و غيرها.
- الجماهير الواسعة هي أكثر ما يميز العمل الإعلامي. أي يتم نشره على نطاق واسع و له قاعدة جماهيرية كبرى.
- الإعلام في الأصل يتسم بالصدق و الموضوعية وعدم التحيز¹⁴ فالصحفي في المؤسسة الإعلامية عليه أن يلتزم بالضوابط المهنية والقانونية وكذا قيم الممارسة الأخلاقية التي تجعل من الإعلام مهنة نبيلة و تساهم في التأثير بشكل فعال و

¹² ماهر عودة الشمايلة، وآخرون، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري ، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع،

ط1، الأردن، 2016، ص 16

¹³ عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 111.

¹⁴ رضا عكاشة، مرجع سابق ، ص ص 17، 18

إيجابي، وكذا التزام بالمصداقية التي هي أساس العمل الإعلامي فإن تم التخلي عن هذه القواعد والضوابط يفقد الإعلام معناه.

خامسا: مبادئ الإعلام

لقد تمكن خبراء الإعلام والعلاقات العامة من التوصل إلى بعض المبادئ الأساسية التي تركز عليها هذه العملية و التي يمكن تلخيصها في الآتي:

- ضرورة الاهتمام بالإنسان حيث أن رفاهيته هي الغاية الكبرى.
- مناسبة الرسائل الإعلامية للجماهير وخصائصهم واتجاهاتهم أن تكون الرسالة تتناسب مع توجهات الجماهير و ما يهمهم و ما يلبي حاجاتهم.
- مناسبة الوسائل الإعلامية المستخدمة مع الجماهير.
- مناسبة أسلوب التخاطب مع الجماهير للمستوى الثقافي لهم¹⁵. أن يكون أسلوب مبسط غير مبالغ فيه يتماشى مع المستوى الفكري للجمهور المتلقي.
- اختيار الوقت المناسب لنشر الرسالة الإعلامية بالشكل الذي يساهم في استقبالها من قبل جماهير واسعة و هو ما يزيد من قوة تأثيرها .وضوح المادة الإعلامية و الاستثارة مبدأ لنجاح الحملة الإعلامية.
- أهمية التبادل الناجح للعلاقة بين المؤسسة و جماهيرها.
- مواجهة الحقيقة و لو كانت قاسية¹⁶.

¹⁵ ماهر عودة الشمالية، وآخرون ، مرجع سابق، ص 85

¹⁶ العملي ، امان، دور الإعلام في رفع كفاءة التسويق السياحي بالجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، إدارة أعمال ، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية و علوم التسيير ، جامعة العربي بن مهيدي أم يوافي - الجزائر ، 2016 / 2017، ص 9.

- تأكيد الحملات الإعلامية على المكاسب التي يمكن أن تتحقق للجماهير.
- العمل على كسب تأييد القيادات المحلية الشعبية. تكرار النشر و الحملات الإعلامية له تأثير ايجابي على الجماهير، أي أن التكرار يؤدي إلى التأثير الفعال والترسيخ في أذهان الجمهور.
- التقويم العلمي للبرامج و الحملات الإعلامية عملية هامة تفيد التخطيط الإعلامي المستقبلي¹⁷

سادسا: وظائف الإعلام

للإعلام 6 وظائف رئيسية هي:

- التوجيه و تكوين المواقف و الاتجاهات
- زيادة الثقافة و المعلومات
- الوظيفة الإخبارية
- الاتصال الاجتماعي و العلاقات البينية
- الترفيه عن الجمهور و تسليته
- الإعلان و الدعاية

1 : التوجيه و تكوين مواقف و الاتجاهات: هي من بين أهم الوظائف للإعلام، فمن المتعارف عليه أن الإعلام يعمل على توجيه الأفراد و تحديد مواقفهم ويساهم في تكوين

¹⁷ مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 19.

رأي عام اتجاه قضية معينة وخاصة و أن المجتمع ليس كله طلابا ولا يتاح عادة لكل الأفراد المجتمع دخول المدارس أو الاستمرار في الدرس والتحصيل .

و إذا كانت المدرسة تقوم بمهمتها تلك عن طريق الهيئة التعليمية والكتاب، فان توجيه المجتمع يمارس بشكل مباشر و غير مباشر على السواء عن طريق وسائل الإعلام المنتشرة عادة فكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة و محتوى و ازداد تأثيرها فلا يعقل مثلا أن تخاطب الذين لا يجيدون اللغة العربية بالغة الفصحى ولا الذين ليس لديهم مستوى ثقافي معين بالمنطق و علم الكلام و الحجج الفكرية و الفلسفية¹⁸.

2 : زيادة الثقافة و المعلومات

ذلك من خلال ما بيئة الإعلام يقوم بتنقيف الأفراد و بث روح التعلم و حب الاطلاع فيهم بالإضافة إلى التعرف على ثقافات الشعوب الأخرى، فالتنقيف العام هدفه زيادة ثقافة الفرد بواسطة وسائل الإعلام وليس بالطرق والوسائل الأكاديمية والتعليمية والتنقيف العام يحدث في الإطار الاجتماعي. أما التنقيف العفوي هو مواجهة دائمة من جانب وسائل الإعلام للفرد، و هذه المواجهة تقدم بدون أن يكون هو المقصود بالذات معلومات و أفكار وصور وأراء، أما التنقيف المخطط فهو حصيلة وظيفة التوجيه¹⁹.

¹⁸ عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص ص 114،115.

¹⁹ عامر إبراهيم الفندجي، الإعلام و المعلومات و الانترنت دار اليازوري للنشر والتوزيع، ب، طلاب ، من با ص

3 : الوظيفة الإخبارية

هي الوظيفة الأولى و الأساسية للإعلام وذلك منذ بداية ظهوره حيث تقوم بتغطية و نقل الأخبار الآنية سواء كانت محلية أم إقليمية أو دولية مهما كان نوعها اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية أو رياضية²⁰.

رابعاً: الاتصال الاجتماعي و العلاقات البيئية

و يعرف الاتصال الاجتماعي عادة بالاحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضهم مع بعض، هذا الاحتكاك هو نوع من التعارف الاجتماعي يتم عن طريق وسائل الإعلام التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية و تنميتها. يعزز التشابك و يقوي الصلات الاجتماعية بين الأفراد فما تقوم به مختلف وسائل الإعلام كل يوم بنقل أخبار اجتماعية عن الأفراد و الجماعات يعتبر همزة وصل تنقل مختلف الأخبار السارة و الحزينة بين الناس فـا في الصحف ليست صفحة الولادات والوفيات و الشكر بصفحة عابرة و غير مهمة بل إنها وسيلة للاتصال الاجتماعي اليومي بين جميع فئات الجماهير و هناك أمر ثان هو قيام وسائل الإعلام كلها تقريبا بالتعريف الناس ببعض الأشخاص البارزين أو الذين هم في طريق الشهرة سوى في المجال السياسي أو الفن أو المجتمع أو الأدب²¹.

5: الترفيه عن الجمهور و تسليته

تقوم وسائل الإعلام فيما تقوم به من وظائف مهمة ملئ أوقات الفراغ عند الجمهور بما هو مسل و مرفه مثل الأبواب المسلية في الصحف أو البرامج الكوميدية في التلفزيون.

²⁰ فهد بن عبد الرحمان الشميمري، مرجع سابق، ص 50

²¹ هشام رشدي خير الله، مرجع سابق ، ص 66

و حتى في مجال الترفيه هناك برامج و أبواب ترفيهية موجهة يمكن عن طريقها الدعوة إلى بعض المواقف و دعم بعض الاتجاهات أو تحويلها حتى تغييرها و هذا يتطلب بالطبع أساليب مناسبة من جانب وسائل الإعلام²² فهي تعتبر أن برامج التسلية و الترفيه ضرورية لتخليص الفرد من عبء العمل و ضغوطات الحياة و الظروف الصعبة التي يعيشها فتخصص بذلك برامج متنوعة من أفلام و مسلسلات و مسابقات و موسيقى لترويح عن النفس و جذب الجمهور إليها.

6: الإعلان و الدعاية

يعتبر الإعلام وسيلة متميزة للإعلان والتعريف بالسلع الجديدة التي تهم المواطنين، كما تقوم بدور مهم في حقول العمل والتجارة عندما تتولى الإعلان عن وجود وظائف شاغرة أو وجود موظفين مستعدين للعمل أو عندما تتولى الإعلان عن إجراء مناقصة أو وضع التزام موضع التنفيذ...²³ لذا تمكنت وسائل الإعلام على اختلافها من صحافة و إذاعة وتلفزيون و سينما أن تقوم بمهمة الإعلان والتسويق المختلف المنتجات و تعريف الجمهور بها وبمزاياها كما تعتبر هاته مصدر دخل للمؤسسات الإعلامية تعتمد عليها في تسيير مؤسساتها .

هذه هي الوظائف الاجتماعية لوسائل الإعلام، و هي إن جرى حصرها في ستة وظائف لكن تبقى هناك مهمات تفصيلية أيضا لوسائل الإعلام تندرج تحت هذه الوظائف، فوسائل الإعلام في الواقع أصبحت تقوم مقام المعلم والمربي، وحتى الأب والأم في حالات كثيرة بما تبثه من برامج و أفلام توعوية وتحسيسية لفائدة الشباب و الأطفال من مخاطر الانترنت و التدخين مثلا وكذا البرامج التربوية والمدرسية و برامج الأطفال و برامج الطلاب و غيرها

²² نفس المرجع، ص ص 66، 67.

²³ ماهر عودة الشمايلة، وآخرون ، مرجع سابق، ص 84.

من برامج تبتها من وسائل الإعلام كما يساهم في التنشئة الاجتماعية لطفل. إنما تلقتي بوظيفة التثقيف ولكنها تتعدى تلك الوظيفة إلى ما هو أعمق و اشمل إلى درجة يمكن القول معها أن الفرد يولد و ينمو قليلا حتى تتولاه وسائل الإعلام وترعاه وتقدم إليه ما يلزم من تثقيف و توجيه و ترفيه و إعلان و تعليم غير ذلك و أحيانا تقدم إليه ما يسيء إلى نمو شخصيته و أرائه فتتحرف بها أو تشوهها²⁴. فكما للإعلام جانب إيجابي له أيضا جانب سلبي من بث أفلام العنف و أفكار التطرف والعنوانية و الإدمان والعزلة، اضطراب الشخصية وغيرها .

سابعاً: تعريفه الإعلام الجديد

مدخل عام حول الإعلام يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-Tech Dictionary الإعلام الجديد بشكل مختصر و يصفه بأنه " اندماج الكمبيوتر و شبكات الكمبيوتر و الوسائط المتعددة" . وبحسب ليستر " : Lester الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولد من التزاوج بين الكمبيوتر و الوسائل التقليدية للإعلام . الطباعة والتصوير الفوتوغرافي و الصوت و الفيديو "²⁵.

الإعلام الجديد يتميز بأنه إعلام متعدد الوسائط و هذا يعني أن المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص و الصوت و الصورة و الفيديو مما يجع المعلومة أكثر قوة وتأثيراً، حيث يدخل ضمنه عدد كبير من الوسائل التي تتميز بالتفاعل ²⁶.

²⁴ نفس المرجع ، ص 85.

²⁵ عباس مصطفى الصادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل و التطبيقات، دار الشروق للنشر و التوزيع، ب، طب، الأردن، ص 91.

²⁶ محمد جمال القار، معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان 2014 ، حر 105.

الإعلام الجديد أو الإعلام الرقمي: يشير إلى مجموعة من الأساليب و الأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج و نشر و استهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة أو الغير متصلة بالانترنت²⁷.

معظم تعريفات الإعلام الجديد تشترك في انه نتاج اندماج 3 عناصر من كمبيوتر و الشبكات والوسائط المتعددة لتشكل بذلك إعلاماً جديد يعتبر من أقوى أدوات الاتصال العصرية بما تتيحه من خصائص.

ثامنا: العلاقة بين الإعلام الجديد والتقليدي

هناك منافسة شديدة بين وسائل الإعلام التقليدي والإعلام الجديد.

هناك أرقام مؤكدة حول انحسار عدد المتابعين لوسائل الإعلام التقليدي وازدياد مستخدمي الإعلام الجديد في المجال الصحفي.

بعض وسائل الإعلام التقليدي أخذت تعيد تكوين نفسها وتعيد بناء ذاتها، لتندمج في الإعلام الجديد و تكون جزءا منه حيث يمثل الإعلام الجديد فرصة للمجتمعات و الثقافات أن تقدم نفسها للعالم فالإعلام الجديد وبشكل خاص الانترنت فتحت المجال أمام الجميع بدون استثناء بدون قيود لوضع ما يريدون على شبكة الانترنت ليكون متاحا للعالم رؤيته وهذا يتطلب استعدادا حقيقيا للاستثمار في هذه الوسيلة بشكل ايجابي و ناجح و فعال²⁸.
أتاح الإعلام الجديد ميزة للوسائل التقليدية و هي أن تحدد من نفسها باستخدام التقنيات الجديدة التواكب تطورات العصر وتحافظ على مكانتها بين الوسائل الجديدة التي تعطي حرية أكثر للتعبير دون قيود و حواجز.

²⁷ رضوان مفلح العلي ، وآخرون، مدخل إلى وسائل الإعلام الالكتروني و الفضائي ، دار الحامد للنشر والتوزيع،

ط1، الأردن، 2016، ص 26

²⁸ فهد بن عبد الرحمان الشميمري، مرجع سابق، ص ص 183/187

تكنولوجيا الإعلام الجديد لم تلغ وسائل الاتصال القديمة و لكن طورتها وساهمت بشكل كبير في جعلها أكثر انتشارا، وتنوعا في تقديم المحتوى الإعلامي بالشكل الذي يجذب إليه الجمهور المتلقي.

كما يرى آخرون أن العلاقة بينهما تتجلى في:

في ظل هذه الهيمنة الإعلامية للإعلام السائد تبرز قدرة المواطن العربي على مقاومة الإعلام السائد عبر التعرض المصادر المعلومات التي تتسق مع قيمه و مواقفه و اتجاهاته و الابتعاد عن الإعلام الذي يصطدم مع تلك القيم و الاتجاهات أي أن الإعلام الجديد يساهم في التخلص من هيمنة وسائل الإعلام التقليدية و إمكانية اختيار الفرد للوسيلة التي تتفق مع قيمه و اتجاهاته.

أن الإعلام الجديد يمثل في رأينا جرس إنذار لوسائل الإعلام التقليدية من جرائد ومجلات وقنوات التي يشعر الناس بالإحباط تجاهها و الشك في مصداقيتها، وعدم المشاركة في صياغة رسائلها .

وذلك من خلال ما يتميز به الإعلام الجديد من خصائص تبرز وتوضح النقص الحاصل في الوسائل التقليدية.

ويرى البعض انه رغم المشكلات العديدة التي يئن تحت وطأتها الإعلام التقليدي إلا أن الإعلام الجديد يعاني أيضا مجموعة من المشكلات الأخرى²⁹.

للإعلام الجديد أيضا مشكلات وسلبيات يعاني منها هو الآخر مثله مثل الإعلام التقليدي من بينها : انتهاك حقوق النشر انتشار الجرائم الإلكترونية، القرصنة وعدم التأكد من صدق المعلومات المتاحة عليه انتشار الشائعات، كذلك إشاعة الفوضى والجرائم الجنائية الرقمية

²⁹ محمد علاوة، مرجع سابق، ص ص 183/185.

انتهاك خصوصية الأفراد الاحتيال و غيرها . فلكل وسيلة جانبين ايجابيين و آخر سلبي و كل شخص وكيف يستغلها.

تاسعا: العوامل المؤثرة في الإعلام

هناك عوامل متعددة تؤثر على فعالية وسائل الإعلام وقدرتها على التأثير والتغيير و قيادة المجتمعات، وهذه العوامل يمكن التعبير عنها بالمتغيرات التالية:

1. **متغيرات البيئة** وهي كافة الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية و هي قد تكون مساعدة لوسائل الإعلام على إحداث التأثير والتغيير أو تكون عوامل تضعف فعالية وسال الإعلام.

2. **متغيرات الوسيلة** هي العوامل المتعلقة بوسائل الإعلام ومصادقيتها وتنوعها، وشمولها و تجانسها، وهل هي متشابهة و متسقة أم لديها تنوع و تعددية إعلامية.

3. **متغيرات المحتوى**: يلعب المحتوى وقدرته على الاستمالة والإقناع و التنوع والتكرار و الجاذبية، و إشباع حاجات المتلقي، دورا مهما في فعالية تأثير وسائل الإعلام.

4. **متغيرات الجمهور** لها دلالة كبيرة في فعالية تأثير وسائل الإعلام حيث يختلف الأفراد في خيراتهم . وثقافتهم. وتعرضهم الانتقائي لوسائل الإعلام وقابليتهم للتأثر، بل انه أحيانا يستجيب الشخص الواحد بشكل مختلف بنفس المحتوى وفقا لظروفه الصحية أو النفسية أو الاجتماعية.

5. **متغيرات التفاعل** : إن آلية التفاعل وطريقته و هل هو جماعي أم فردي كل ذلك يحدد مدى فعالية تأثير وسائل الإعلام³⁰.

³⁰ فهد بن عبد الرحمان الشميمري، مرجع سابق، ص 60.

خلاصة الفصل الثاني

. يُعدّ الإعلام من أبرز الأدوات المؤثرة في حياة المجتمعات الحديثة، حيث لم يعد يقتصر دوره على نقل الأخبار والمعلومات فحسب، بل أصبح وسيلة للتنشئة الاجتماعية، وتشكيل الوعي الجماعي، وتعزيز قيم الانتماء والهوية. ومن خلال استعراض مختلف المفاهيم النظرية المرتبطة بالإعلام، يتبين أنّه يمثل أداة اتصال جماهيري تساهم في التأثير على السلوكيات والاتجاهات، وتفتح المجال للتفاعل بين الأفراد والمؤسسات. كما أنّ تطور وسائل الإعلام التقليدية (كالإذاعة والتلفزيون) وظهور الإعلام الرقمي والفضاءات الافتراضية أحدثت نقلة نوعية في أنماط التواصل، حيث أتاح سرعة الوصول إلى المعلومة وتوسيع نطاق الجمهور.

غير أنّ هذا الدور المزدوج للإعلام، الإيجابي والسلبي، يطرح تحديات كبرى، خاصة فيما يتعلق بمدى صدقية المحتوى الإعلامي، وأثره على القيم الاجتماعية والثقافية، إضافةً إلى قدرته على التأثير في الهوية الوطنية والشخصية الفردية. وفي ضوء ذلك، يظهر الإعلام كعامل أساسي في صياغة الرأي العام، وبناء التوازن بين الانفتاح على العالم والحفاظ على الخصوصية الثقافية للمجتمع.

وبذلك، يخلص هذا الفصل إلى أنّ الإعلام ليس مجرد وسيلة لنقل الخبر، بل هو قوة اجتماعية وثقافية فاعلة تتطلب وعياً نقدياً من طرف المتلقين، ورقابة مهنية وأخلاقية من طرف القائمين عليه، حتى يؤدي رسالته بموضوعية وفعالية في خدمة المجتمع.

الفصل الثالث

الإطار النظري للهوية الثقافية

الفصل الثالث: الإطار النظري للهوية الثقافية

تمهيد

تُعَدُّ الهوية الثقافية من المفاهيم الجوهرية التي شغلت الفكر الإنساني عبر العصور، فهي تمثل الإطار الذي تتحدد من خلاله شخصية الأفراد والجماعات، بما تحمله من منظومة قيمية ورمزية تعكس تاريخهم، معتقداتهم، عاداتهم، وتصوراتهم عن ذاتهم وعن الآخر. إنّ الهوية ليست مجرد معطى ثابت أو موروث جامد، بل هي بناء اجتماعي يتشكل ويتطور بفعل التفاعل المستمر بين الماضي والحاضر، وبين المحلي والعالمي. كما أن بروز التحديات المعاصرة، مثل العولمة والانفتاح الإعلامي والتكنولوجي، قد أعاد إلى الواجهة النقاش حول الهوية الثقافية، خصوصاً في ظل ما يُطرح من مخاطر التذويب والاغتراب، وما يُسجَل في المقابل من محاولات لصون الخصوصية وتعزيز الانتماء.

ومن هذا المنطلق، يهدف هذا الفصل إلى تقديم الإطار النظري للهوية الثقافية، من خلال الوقوف على مفهومها وأبعادها، والعوامل المؤثرة فيها، وكذا الإشكالات النظرية المرتبطة بجدلية الثبات والتغير. كما يسعى إلى إبراز مكانة الهوية في تعزيز التماسك الاجتماعي وضمان الاستمرارية الحضارية للأمم، مع الإشارة إلى التحديات التي تفرضها التحولات العالمية الراهنة. إنّ هذا التمهيد يضع الأساس لفهم معمق للإطار النظري الذي سيتبلور عبر المباحث اللاحقة، في سبيل مقارنة علمية دقيقة لموضوع الهوية الثقافية وأبعاده المتعددة.

أولاً: مفهوم الهوية الثقافية

المقصود بالهوية الثقافية تلك المبادئ الأصلية السامية و الذاتية النابعة من الأفراد أو الشعوب و تلك ركائز الإنسان التي تمثل كيانه الشخصي و الروحي و المادي بتفاعل صورتها هذا الكيان، لإثبات هوية أو شخصية الفرد أو المجتمع أو الشعوب، بحيث يحس يشعر كل فرد بانتمائه الأصلي لمجتمع ما يخصصه ويميزه عن باقي المجتمعات الأخرى والهوية الثقافية تمثل كل الجوانب الحياتية الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية و الحضارية والمستقبلية لأعضاء الجماعة الموحدة التي ينتمي إليها الأفراد بالحس و الشعور الإنتمائي لها، و أيضا هي ذاتية الإنسان ونقائه وجمالياته و قيمه، بحيث تعتبر الثقافة هي المحرك لأي حضارة أو أمة في توجيهها و ضبطها أي هي التي تحكم حركة الإبداع و الإنتاج المعرفي³¹.

الهوية الثقافية كيان يسير و يتطور وليس معطى جاهز و نهائي، فهي تسير و تتطور إما في اتجاه الانكماش، أو في اتجاه الانتشار، وهي تعتني بتجارب أهلها و معاناتهم ، انتصاراتهم ،وتطلعاتهم ، وأيضا باحتكاكهم سلبا و إيجابا مع الهويات الثقافية ، الأخرى التي تدخل معها في تغاير من نوع ما و على العموم تتحرك الهوية الثقافية في ثلاث دوائر متداخلة ذات مركز واحد و كما يلي:

أ . الفرد داخل الجماعة الواحدة: هي عبارة عن هوية متميزة عبارة عن أنا لها أخر داخل الجماعة نفسها، أن تصنع نفسها في مركز الدائرة عندما تكون في مواجهة مع هذا النوع من الأخر القبيلة، المذهب و الطائفة والديانة، التنظيم السياسي و الاجتماعي.

³¹ أسعد السحمراني: ويلات العولمة على الدين و اللغة والثقافة، دار النفائس، الأردن، 2002 ، ص 82.

ب . الجماعة داخل الأمة: هم كالأفراد داخل الجماعة، لكن منها ما يميزها الهوية الثقافية، لكل منها أنا خاصة بها.

ج . الشيء نفسه يقال على الأمة الواحدة إزاء الأمم الأخرى، غير أنها أكثر تجريداً، وأوسع نطاقاً و أكثر قابلية عن التعدد و التنوع و الاختلاف.

يمكن تحديد بعض ملامح الهوية الثقافية و هي مجموعة الملامح الخاصة بجماعة سياسية واحدة لما يميزها عن غيرها من الجماعات و كذا وجود علاقة بين الهوية والثقافة، فالثقافة هي التي تشكل الهوية وهي التي تعطي الاسم والمعنى و الصورة، أي هي التي تجعل جماعة متميزة أو مختلفة عن الجماعات الأخرى³².

في حقل العلوم الاجتماعية يتميز "مفهوم الهوية الثقافية" بتعدد معانيه و انسيابيته، بحيث تحيل مسألة الهوية الثقافية منطقياً، على مسألة أكثر اتساعاً هي مسألة الهوية الاجتماعية و التماهي هي أحد مكوناتها، أما بالنسبة إلى علم النفس الاجتماعي لدى الفرد، إنها تعبر عن محصلة التفاعلات المتنوعة بين الفرد، ومحيطه الاجتماعي ، فالهوية تمكن الفرد من أن يحدد لذاته موضعاً ضمن النسق الاجتماعي و أن يحدد الآخرون موضعه اجتماعياً.

الهوية الاجتماعية استمجا و اقضاء في أن معا : إنها تحدد المجموعة و تميزها عن المجموعات الأخرى، إن الهوية تبدو من هذا المنظور، ككيفية تصنيف للتمايز قائمة على الاختلاف الثقافي³³.

جورج لارين في تحليله لقضية الهوية الثقافية توصل إلى تحديد طريقتين لتصورهما هما:

³² حسن حنفي الثقافة العربية بين الثقافة و العولمة والخصوصية ، مجلة الفكر السياسي العددان (54)، ص 325.

³³ دنيس كوش مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، ترجمة منير السعيداني، المنظمة العربية للترجمة ، لبنان،

2007، ص 149.

أ - تصور الهوية الثقافية كخصوصية ما هوية ضيقة مغلقة مثل هذا التصوير يوقف التاريخ ليصبح صورة هزلية لما يجب أن يكون عليه ويصبح تاريخ اغتراب كبير، وتاريخ فشل للنخب الثقافية التي تلجأ إلى نماذج عقلانية مستتيرة كما هو حادث في مجتمعنا العربي.

ب - إدراك الهوية الثقافية كهوية تاريخية مفتوحة بوصفها شيئاً ما إنتاجه مستمر، فالهوية الثقافية بهذا المعنى التاريخي هو موضوع صيرورة شأنها شأن الوجود being ينتمي للمستقبل بقدر ما ينتمي للماضي³⁴.

ثانياً: مسألة الهوية الثقافية في الأنثروبولوجيا

بدأت الأنثروبولوجيا كميدان للدراسة العلمية حوالي منتصف القرن التاسع عشر، وفي ظروف سيادة الفكر التطوري القائل: يتطور المجتمع الإنساني في خط واحد ذي مراحل، و بالتقدم البشري المتصل على خط متصاعد، ومن ثمة وجود قوانين كلية تحكم الحضارة البشرية، على أن وعي الخطاب الأنثروبولوجي بأهمية إخضاع تاريخ الحضارة بأكمله لقانون واحد ثابت ما لبث أن خف، ليحل محله بالتدريج محل التطورية، و بدأ الاعتقاد بأن كل ثقافة يجب أن يحكم عليها من خلال مقوماتها الخاصة، وأنه من الخطأ مقارنة الثقافات على أساس مطلق، أو القول بتفوق ثقافة على أخرى أو اعتبار ثقافة ما مركز الكل الثقافي³⁵.

في إطار هذا الاتجاه الثقافي الذي يعترف بتواجد ثقافات تختلف من مجتمع إلى آخر و الذي يجعل من الثقافة الحقل الذي تتشكل فيه الهوية وتتنوع.

³⁴ جورج لارين الايديولوجيا والهوية الثقافية : الحداثة وحضور العالم الثالث، ترجمة فريال حسن خليفة، ط 1 ، مكتبة مدبولي، مصر، 2002، ص48

³⁵ جلييلة المليح الواكدي مفهوم الهوية مساراته النظرية والتاريخية في الفلسفة ، في الأنثروبولوجيا و في علم الاجتماع، مركز النشر الجامعي ، تونس، 2010، ص 138.

اختصر "جورج بلاندي" التصنيف حسب محاور اهتمام في اتجاهات التالية:

1- الهوية من منظور التاريخ الثقافي:

الاتجاه الأول رسمه (Boas 1942) اهتم بخصوصية كل ثقافة و حاول إيجاد صلات تاريخية و جغرافية بين الثقافات ، وتلميذه Herskorits ألح استمرارية التاريخية في الثقافة و درس خصوصا عملية التثاقف لدى الأنثربولوجيين الأمريكيين من ممثلي المدرسة الثقافية النسبية مثل "هر سكوفيتس " و "لينتون" Linton و "رادفيلد" "Redfield" "الثقاف ظاهرة عامة ، و يتضمن تلك الظواهر التي تنشأ عن احتكاك مباشر و متواصل لجماعة أفراد لها ثقافتها المختلفة، هذا إلى جانب التغيرات التي تحدث في أنماط الثقافة الأصلية لكل من هذه الجماعات.

2- الهوية من منظور الثقافة وعلاقتها بال شخصية:

الاتجاه الثاني رسمه 1939 "Sapir") يعتبر الثقافة في علاقتها بال شخصية يقول: "هناك علاقة أساسية بين الثقافة والشخصية فمن جهة، لاشك أن مختلف أنماط الشخصية تؤثر تأثيرا عميقا في تفكير كل مجموعة و عملها، و من جهة أخرى تترسخ بعض أشكال السلوك الاجتماعي حتى ولم يتلاءم الفرد معها إلا نسبيا في بعض الأنماط المحددة من أنماط الشخصية.

3 - الهوية من منظور الأنثربولوجيا البنيوية:

الاتجاه الثالث يعتبر الثقافة بالرجوع إلى نظريات الاتصال الحديثة منطلقا أساسا من النموذج اللساني، وهو الاتجاه الذي يعبر عنه "كلود ليفي ستراوس" Strauss.L.C "ممثّل

الأنثروبولوجيا البنيوية يؤكد أن الثقافة هي حقل الذي تتشكل فيه الهوية و أن تنوع الثقافات الإنسانية يوجد وراءنا وحولنا وأمامنا، و الشرط الوحيد الذي يمكن صياغته هو المطالبة بضرورة التنوع في أشكاله وأنماطه المختلفة، بحيث يساهم كل شكل أو نمط في السخاء العظيم للآخرين".

4- الهوية في إطار التيار المنفتح في الأنثروبولوجيا:

في إطار هذا التيار المنفتح في الأنثروبولوجيا لا يفوتنا الإشارة إلى Bastide Roger " Jacques Berques Balandier Georges وتصورهم للهوية في إطار الموقف من التحول و الثبات من الثقافت و من علاقة التحديث بالتقاليد³⁶ .

إن المظاهر الدينامكية للهوية الثقافي في نظر Bastide تتجلى أساس في عملية الثقافت التي تؤدي إلى تجاوز الشروط الثقافية و الاجتماعية الأصلية ووضع قيم ثقافية الأنا وثقافة الآخر موضع تساؤل و نقد ،على نفس الخط و في معرض حديثه عن تفكك الهويات الجماعية و الثقافية المعاصرة بتأثير من التنامي الفردية والعولمة والبطالة ويدين Balandier.G الهويات المغلقة التي هي في نظره بمثابة مقارنة حقيقية للذات ،إن الحركية الاجتماعية و الثقافية التي تشهدها المجتمعات المعاصرة ندفع بنظره إما في اتجاه استعمال الحرية في

إنشاء هويات جديدة متعددة، في تحول مستمر أو في اتجاه معتقدات قديمة يصطلح عليها بعبارة "عبوديات إدارية".

في هذا الإطار المفاهيمي ، وضمن هذا التوجه الفكري يتنزل تعريف Barques Jacques للهوية الجماعية مشددا على الطابع الجدلي للمكونات الخمسة لهذه الهوية:

³⁶ جلييلة المليح الواكدي، مرجع سابق، ص 138.

"جدلية الاستمرار و التحول، جدلية الذاتي و الموضوعي ، جدلية التأثير والتأثير بين مختلف عناصرها، جدلية المماثلة والاختلاف، جدلية المثالي و الواقعي والصوري والمادي". وأثبت ذلك من خلال استمرار الشخصية الجزائرية رغم أكثر من قرب سياسة الانصهار والاحتواء ، وجود ذات جماعية ثقافية هي بمثابة فاعل تاريخي، *histoire de sujet* يثبت في ذات الآن أ، هذه الذات تؤثر و تتأثر وأن لاهوية دون تحول *mutabilité sans identité* d pas أن الأمر في العالم المعاصر لم يعد يتعلق بحدود جغرافية أو تراتبات *strates* اجتماعية أو نفسية بل يتعلق في ظل الحضارة التقنية.....³⁷

يرى حسن رشيق أن هناك طبقتان من الهويات الجماعية على طرفي النقيض: إحداها ناعمة على مستوى التنظيم الاجتماعي (شريحة اجتماعية) وعلى الصعيد الإيديولوجي (قوالب نمطية)، والأخرى خشنة، تحملها جماعة مهيكلت تقوم النخبة بإنتاجها ونشرها بشكل منظم، و هناك نوع من الهويات الجماعية يحتل مكانة وسطية إذ يكون مبنيا على تنظيم مهيكل (القبيلة طريقة دينية..... إلخ) ولكنه غير مؤسس على إيديولوجيا هويتية ممنهجة.³⁸

" لقد كان الإنسان يبحث من البدايات ، عن مرآة يمكن أن يجد فيها صور هويته المشتتة إذ ليس ثمة ما هو أقل تحديدا، وأكثر تشتتا مما هي هوية كل واحد ، ففي الواقع كي أتمكن من أن أقول أنا، ينبغي أن أكون تعرفت إلى نفسي و أعجبت بها و اندهشت في هذه المعجزة الأولى والمطلقة التي هو انعكاس المرأوي³⁹.

³⁷ جلييلة المليلح الواكدي، مرجع سابق، ص 154.

³⁸ حسن رشيق الهوية الناعمة والهوية الخشنة مجلة إنسانيات عدد مزدوج، 4847 جانفي - جوان 2010 ، ص 54

³⁹ جان فرانسوا ماركيه مرايا الهوية: الأدب المسكون بالفلسفة ، ترجمة كميل داغر ، ط1، مؤسسة الفكر العربي ،

لبنان، 2005 ، ص 15.

ثالثا: مقومات وأسس الهوية الثقافية

المقصود بمقومات و أسس الهوية الثقافية بركائزها التي تمثل صلب الهوية الثقافية، وتشمل مقومات الهوية الثقافية أسسا هاما، في حد ذاتها هي موضوعا لها و هي:

أولا - الإنسان: بحيث يعتبر الإنسان هو المعني بالهوية الثقافية وهو المعني بهذه الحياة، وهو محور أساس الهوية الثقافية، لا غيره من الكائنات الحية الأخرى، بحيث أن الإنسان في حضارة الإسلام و في تحقيق أهداف سعادته، يجد انطلاقه في الآية الكريمة بقوله سبحانه وتعالى "لقد كرّمنا بني آدم الآية رقم 70.

ثانيا - التوازن في الشخصية: أي ذلك التوازن المادي و الروحي للأفراد والشعوب، بحيث يكون اعتدال و توازن كفيل بالحفاظ على الحياة الطبيعية للفرد، دون تغليب حياة المادة على حياة الروح، لكي لا يكون هنالك خلا في الشخصية، أو في الذات احتياط لعدم تغليب كفة لكفة أخرى، بتغذية الإنسان ماديا بالأكل و روحيا بالعبادة.

ثالثا - الإيمان الحقيقي: وذلك بإيمان أفراد المجتمعات بما يتماشى وحضارتهم و معتقداتهم ونمط حياتهم و إيمانهم بالانتماء لمجتمع ما في كل جوانب خصوصياته، كما هو في الإيمان في الأمة الإسلامية بالإيمان بالله، و بالرسالات السماوية، فقيم المسلم مستمدة من وحي الله تعالى.

رابعا - النفس و الروح الجماعية و الأخوة الإنسانية: إن الإنسان بحاجة لغيره، وأنه بالطبع اجتماعي و إنساني ليس فردي و ذاتي وأناي، هو بحاجة للتعاون و التعامل وأن يكون عالميا بالحفاظ على شخصه وتفاعله مع غيره.

خامسا - القيم الثقافية: وهذا بتمجيد القيم الحسنة و الفاضلة وحب العدل والحق والمساواة و التطلع إلى المفاهيم فوق الحسية لتشجيع الالتزام بالفضائل ومحاسن الأخلاق⁴⁰.

رابعاً: عناصر الهوية الثقافية

تتجلى عناصر الهوية الثقافية في تلك المظاهر المهمة التي تمثل جوانب الهوية الثقافية بالنسبة للأفراد والشعوب، و إن كانت تتمثل في الغالب في ثلاث عناصر متمثلة في عنصر العقيدة و اللغة والتراث الثقافي.

و عليه يمكن تقديم أهم العناصر الأساسية و هي:

1 - العقيدة أو الدين: يعد الدين أول عنصر من عناصر الهوية الثقافية و لعل العولمة الثقافية، منافية تماما للإسلام في إطار الحرب ضد الإسلام، و حرب الديانات، بحيث يدرك الغربيون الصليبيون والصهيونية أن استعادة المسلمين لهويتهم و انتمائهم القرآني أنه أكبر الأخطار، و عليه فكل قوى التغريب تعمل ضد هذا الاتجاه و ذلك بأسلوب الغزو الثقافي المتمثل في الاستشراق و التنصير.

2 . اللغة: تعد اللغة اللسان الثقافي الأساسي للهوية الثقافية للأفراد وللشعوب، وهي عامل بين اختلاف ثقافة عن أخرى، وهي أسلوب للتواصل و الاحتكاك و إثبات الهوية و تأكيد وجودها، وقد جاءت نظرية صدام الحضارات لتعلن أن العدو الأول للحضارة الغربية هو الإسلام، وأن الثقافة الإسلامية المرتكزة على اللغة العربية ذاتها هي المنافس لتلك الحضارة⁴¹.

⁴⁰ أسعد السحمراني، مرجع سابق، ص 94.

⁴¹ عبد العزيز بوسالم هل تموت الثقافة الوطنية في زمن العولمة ، مجلة أفاق العدد الخاص بالعولمة الاقتصادية،

الجزائر، ص 18

و اللغة العربية تعتبر جزء من الهوية العربية الإسلامية، حيث اكتسبت بفضل الإسلام، بعدا دينيا يتجلى في كل مظاهر الحياة الدينية عند العرب وعند غيرهم من الأقوام والشعوب التي أسلمت، فأصبحت بذلك لغة التعبير عن الإرادة الإلهية و الفعل الإنساني⁴².

3 - التاريخ و الماضي: بحيث يمثل التاريخ و الماضي المشترك للأفراد أو لشعب ما عنصرا يعبر عن الهوية أساسية، فالتاريخ يبين حقيقة الاستعمار المتجدد في العولمة الثقافية، والتاريخ هو من بين عناصر الهوية، باعتباره يدرس الماضي ويقف على الحقائق وتستند إليه الدولة والشعوب للتطلع لبناء الحاضر والتطلع إلى المستقبل.

4 - العادات و التقاليد والأعراف: هذه المجالات هي من صميم هوية المجتمعات من خلال إتباع سلوكيات معينة والتصرف والتعامل وفقا لثقافة تنظمها العادات والتقاليد والأعراف.

5 - العقد الاجتماعي والقـد السياسي: بحيث أن لكل دولة عقد اجتماعي من خلال مبادئ وثوابت المجتمع فيها وما يطابقه من تصور و طموح سياسي مبني على مرجعية العقد الاجتماعي الدولي من خلال دستور أو قانون له الوجه الاجتماعي والسياسي، بحيث الإرادة الثقافية للأفراد تكون مكفولة في الوجه السياسي الذي يعبر عنها.

6 - الحقوق: بحيث لكل دولة أو شعب كيف يرى ثقافته للحقوق والحريات المختلفة، ففي الإسلام تختلف الحقوق والحريات عن تلك الموجودة في الوضع الإنساني، كالتى يصدرها الغرب إلى الدول العربية و الفقيرة، ومن حقوق الإنسان المزيفة والديمقراطية الغربية، فثقافة حقوق وحريات الغرب هي ثقافة لا روح.

⁴² الزهراء عاشور : إشكالية الهوية اللغوية في عصر العولمة: اللغة العربية أنموذجا، دورية دراسات أدبية، مركز البصيرة للبحوث و الاستشارات والخدمات العلمية، عدد 6، الجزائر ، 2008 ، ص 65.

7- الأدب والفنون: حيث كل مجتمع وله أدبه و فنونه التي يزخر بها ، و التي تميزه عن غيره من المجتمعات و التي تكون معبرة عن هويته الثقافية من خلال ثقافة التعبير القصصي و الشعر وفنون التشكيل والرسم والمسرح والتمثيل وفن العمران وغيرها، وكل له رسالة يريد إبلاغها للغير.

8 . طريقة التفكير: يعد التفكير العنصر الحساس في أي ثقافة فطريقة تفكير المسلم غير طريقة تفكير الغرب، فمثلا المجتمع المادي يفكر بطريقة مادية واستهلاكية، وهنا يتجلى المجال التربوي، فهناك التربية الدينية، والتربية الروحية و التربية المادية وغيرها، ونفس الأمر بالنسبة إلى التكوين والتأهيل⁴³.

خامسا: التحديات التي تواجهها الهوية الثقافية

1- الغزو الثقافي.....أم تبعية ثقافية:

إن فكرة التبعية لا تتضمن بأي حال من الأحوال الرفض الساذج للتراث و العلم الغربي أو الدعوة إلى الانغلاق على خصوصية علمية عربية لا ينفتح فيها العلم إلا على ذاته، و لكنها تتطوي على نفي فكرة التراث والعلم الواحد حتى في المجتمع الغربي ذاته، فالواقع السياسي و الاجتماعي هناك متعدد بتعدد مواقع القوى السياسية والاجتماعية المتباينة ومصالحها، ويتعدد وفقا لذلك التراث الثقافي و العلم الإنساني الذي يعكس الرؤى و التفسيرات المتغيرة والمتصارعة لأنماط الحياة و أفضل أساليب تنظيمها و حيث أن واقع مجتمعاتنا العربية هو أنها خاضعة للسيطرة الإمبريالية، بوجودها في شبكة علاقات النظام الرأسمالي العالمي، فإن التقليد لنمط العلم و الثقافة السيطرة في العالم الرأسمالي يخدم بطبيعة الحال

⁴³ زغود محمد أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، الجزائر،

هدف الإبقاء على العلاقات الاجتماعية الراهنة، ويعمل على دعم العلاقات الدولية غير المتكافئة ويساهم في تشديد الروابط مع النظام الرأسمالي العالمي السائد.

فالانغلاق ليس طريق الاستقلال و المواجهة، ففكرة طرح المواجهة بالانغلاق وللعودة إلى الوراء تكفي في نفس تلك المقولة من أساسها ونزع المصادقية عنها وإمكانية تصديها الفعلي لما يسمونه "الغزو الثقافي".

إذا تحقيق التقدم عن طريق ما يسمى "بالانعزال و الانغلاق" أمر لم تؤكد وقائع التاريخ العربي ، بل المؤكد لدينا إنه قبل الحضارة العربية والإسلامية كانت هناك حضارة اليونانية والرومانية التي احتك بها العرب والمسلمون احتكاكا أفادهم كثير في الجوانب العلمية والثقافية والتعليمية بل إن أزهى العصور التي يرغب أهل استخدام مقولة "الغزو الثقافي".

الآن أن يعودوا إليها كانت تلك العصور التي انفتح فيها العرب والمسلمون على الحضارة اليونانية و الرومانية التي كانت حينذاك تعد إنجازا تاريخيا وبشريا حقق لهم استقلاليتهم و تفردهم وتميزهم لأنه لم يكن اندماجا بل كان مراجعة نقدية لها ونوعا من الإفادة من المعارف والعلوم للحضارة المجاورة⁴⁴.

نقول إننا لسنا من أنصار مشايعة الغزو الثقافي، لكننا مع الاحتكاك الثقافي القائم على التكافؤ والندية، وليس المملي علينا أو القائم على شروط الأقوى أو المسيطر لا أحد، لكن في ظل أي ظروف نتعامل معها؟ و ينكر حضارة الغرب و تفوقه وإنجازاته العلمية بشروط من؟ ولمصلحة من؟.

⁴⁴ غريب محمد سيد أحمد : نخبة من الباحثين العرب المجتمع العربي وتحديات القرن الحادي والعشرين : الهوية

الثقافية والشخصية القومية ، دار المعرفة الجامعية، 1995، ص 223-225

لا شك أن أصحاب مقولة "التبعية الثقافية" يرون الصورة بشكل أرحب و أوسع وأشمل و يعتبرون عن شمولية في النظر، وفهم حقيقي للعلاقات التي تحكم دول العالم المعاصر، و ما يترتب عن تلك العلاقات من تبعية و ندية.

و التبعية الثقافية ليست نظرية المعنى العلمي للكلمة، و لكنها مقولة تختبر في الواقع المعاش، و أداة تفسيرية لشروط القهر والتسلط والتخلف التي تعاني منها دول العالم الثالث بمعنى التابع.

إذن القضية ليست غزو بالمفهوم المسطح السائد و لكنه سيطرة و هيمنة من النظام الرأسمالي و المتخلف.

إن الإشكالية التي أمامنا الآن هي كيفية الخروج مما نحن فيه؟ كيفية الخروج من مأزق التبعية؟ لا يكون إلا بإنجاز مشروع للتقدم من أجل الإنسان وتحريره من كافة صنوف القهر و التسلط الواقعة عليه لكي تتطلق طاقاته الإبداعية و الخلاقة و هذا لا يكون أيضا إلا بوجود حياة اجتماعية تحقق له المشاركة الفعلية في القول و العمل⁴⁵.

و فيما يخص النظام الإقليمي العربي فهو نظام تابع للرأسمالية العالمية، يضم الدول العربية القائمة ملكية- جمهورية تقليدية ومحدثة - ويستند إلى استراتيجيات و تصورات و مفاهيم عن الأمن و الدفاع و الاقتصاد و السياسات العامة و أنظمة الحكم والدولة، و العلاقات الداخلية فيما بينها و العلاقات الخارجية ، وضعت قواعده و مطلقاته وأسسها الولايات المتحدة الأمريكية و الحلفاء الغربيون و الصهيونية العالمية، هدفه الأول محاربة و سحق المقاومة

⁴⁵ غريب محمد سيد أحمد، مرجع سابق، ص 230.

والثورة للحفاظ على الأنظمة القائمة تحت شعار مكافحة الإرهاب الإسلامي القومي العربي⁴⁶.

سادسا: اغتراب الهوية الثقافية:

تمثل البيئة الثقافية مجموع العادات و التقاليد والأعراف و القيم و اللغة و الفن و الفنون الشعبية و الدين و العقيدة وغيرها من مكونات الثقافة، و هذه الثقافة قد يعثرها التغيير و التحويل و التبديل والتطور نتيجة التقدم العلمي و التكنولوجي في مجال المواصلات و الاتصالات التي جعلت العالم كأنه قرية صغيرة حيث قربت مسافات مما ساعد على التعامل مع ثقافات جديدة مغايرة للثقافة السائدة، وجعل المجتمع يتعامل مع عقائد و عادات و تقاليد وقيم و اللغة و فنون و أساليب حياة مختلفة تجذب الفرد إليها بحكم جدتها و قوتها إذا المغلوب يقلد الغالب، ويجب الإشارة إلى عدم إنكار وجود عناصر ثقافية عالمية مشتركة يجب الاستفادة منها إن هذا التحول من الثقافة التقليدية إلى الثقافة الجديدة و خاصة في ظل التبعية للأقوى قد يحدث شرخا ثقافيا، يجعل الفرد يعيش في حالة من الصراع بين الثقافة الوطنية و الثقافات الجديدة يؤدي إلى حالة من الاغتراب، فالفرد الذي لم يحافظ على ثقافته السائدة و لم يتفاعل أو يقتنع بالثقافة الوافدة الجديدة سيعيش في حالة من الإطراب و الانحراف في السلوك مما يعني وضع الفرد في حالة من الاغتراب.

لذلك لابد للمجتمع من رسم سياسات واضحة بشأن المحافظة على الهوية الوطنية في مقابل غزو الثقافات الأخرى، لتحصي ن أفراد المجتمع من الاحتلال الثقافي ليكون الفرد قادرا على المحافظة على هويته الثقافية المحلية أمام سيل الثقافات الأخرى الجارفة.

⁴⁶ -محمد سعيد طالب الدولة الحديثة و البحث عن الهوية النظام الإقليمي العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 1999، ص 358.

و لابد من الإشارة إلى أنه لأبأس من الإطلاع على الثقافات الأخرى و اقتباس ما هو حسن منها وترك ما هو سيء، لأن ذلك يغني ويثري الثقافات المحلية على أن لا يمس ذلك الخصوصية الذاتية للثقافة التي تشكل روح الأمة⁴⁷.

إضافة لما سبق فإن الاغتراب يؤثر على الهوية الثقافية إذا يؤدي إلى ضعف روح الانتماء عند أفراد المجتمع و انحراف تفكيرهم، وتناقص قيمهم ، وفقدان هويتهم القومية، كما أن الاغتراب يهدد الانتماء إلى الوطن وحبه و الالتزام بأنظمتة وقوانينه، و الانتماء إلى العشيرة أو القبيلة التي يعيش فيها كما يهدد النظم الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية و التربوية و الثقافية ، و يؤدي الاغتراب إلى سيادة الشخصية الازدواجية التي لا تعرف ما تريد، حيث تسيطر عليها روح الأنانية للوصول إلى هدفها بأقصر الطرق و الميل إلى العمل الفردي بدلا من العمل الجماعي.

لذا فإن الاغتراب ظاهرة ثقافية تؤدي إلى انتقال للمجتمع وتحوله من طور الثقافة التقليدية إلى طور الثقافة الجديدة أو الدخيلة مما يعود إلى حالة من الصراع الثقافي، وهذا يعني أن الهوية الثقافية تواجه تحديا كبيرا من خلال حالة الاغتراب الذي يعاني منه الفرد الذي يشكل العنصر المهم في العملية الثقافية، و أيضا من خلال حالة الاغتراب الذي يعاني منه المجتمع الذي يشكل البيئة الرئيسية في ترشيح الهوية الثقافية، كيف لا إذا علمنا أن الاغتراب هو اغتراب ثقافي في الدرجة الأولى⁴⁸.

⁴⁷ الرقيب محمد السعيد، الهوية الثقافية في الفكر التربوي المعاصر وتحديات المستقبل، دار يافا للنشر والتوزيع،

عمان، 2007، ص 177

⁴⁸ الرقيب محمد السعيد، مرجع سابق، ص 178.

سابعا: العولمة بلغة المعلومات و تأثيراتها على الهوية الثقافية:

التحول الحضاري تحول جذري في الإبداع العلمي النظري والتطبيقي، أو كما يقال في العلم والتقنية، بمعنى تشمل الأدوات المادية و الإطار الفكري (القيمي للإنسان والمجتمع) ويحدث التحول الحضاري استجابة لتحديات وجودية يفرضها الواقع المتجدد بتفاعله مع الإنسان، و ها هنا يكون الإنسان أحد مكونات البنية الحضارية بسلوكه وفكره وقيمه ومصالحه وذاكرته و تاريخه القومي، ويتسق هذا التعريف مع القول بالتعددية الثقافية و التطور في الزمان، و التنوع في المكان، و يخلق التطور الحضاري واقعا لدى الإنسان و المجتمع ككل و مجال التعامل الاجتماعي مع هذا الواقع، و يخلق فكرا جديدا و لغة جديدة و علاقات عمل مغايرة تقتضي بنية اجتماعية جديدة.

و العولمة و إن كانت مصطلح ملتبس الدلالة إلا أنها قرينة ووليدة تطور حضاري، و خلق هذا الواقع الحضاري الجديد من اصطلاح على تسميته مجتمع المعلومات و إنسان مجتمع المعلومات.

حيث أن المعلومة هي الأساس و المحور، فقد تزايدت بصورة هائلة مع أهمية وسائل الاتصال المسموعة والمرئية والمقروءة، أي أهمية الإعلام محتوى و نطاقا، كما بات مجالا للصراع بين المجتمعات، و أصبح إنتاج ونقل المعلومات تجارة عالمية، بل و أداة هيمنة و تلاعبا بالعقول، و طبعا أن الإنتاج و النقل في جميع الأحوال شأن إنتاج النص لا يأتي موضوعيا بريئا، بل مصبوغا برؤى إيديولوجيا للمنتج، وهذا ممكن خطر وحذر، و سادت التطورات التقنية في مجالات الكمبيوتر والمعلوماتية، و عن طريق الشبكات الفضائية على تيسير إمكان الوصول إلى كل أنحاء العالم⁴⁹.

⁴⁹ التوقي جلال، العولمة الهوية و المسار، رؤية عربية، ط1، دار المصرية اللبنانية، مصر، 2007، ص 89

و أفضى مجتمع المعلومات بفضل التطور العلمي و التقني إلى خلق مفهوم جديد عن الإنسان و تحديد هويته مكانا ونشاطا، لم يعد الإنسان حسبا كان في المفهوم السائد مواطنا يجري تعريفه داخل حدود بلده ،بحيث نشاطه و جسده متلازمان داخل الحدود الجغرافية الطبيعية، و إنما أصبح الإنسان فعالية ذهنية نشيطة داخل و خارج الحدود عبر أجهزة الاتصال (القمر الاصطناعي أو الكمبيوتر أو الشبكة الدولية الفضائية أو البريد الإلكتروني)،إنه موجود هنا وهناك و في كل مكان فاعلا وناشطا، لهذا يرى البعض أنه قد انتهى عصر مواطن المدينة citizen ، ووجود نشيط عبر طرق الاتصال سريعة للمعلومات و التي يسميها البعض ban info ، وأصبح الوجود بالنسبة للإنسان من خلال التقنية المعاصرة وجودا خاصا ذاتيا، أي وجود تقطعت فيه العلاقات المجتمعية المباشرة، و هكذا يعيش الفرد و بتفاعل مع تيار دافق من الصور والرموز الكوكبية أي مع واقع مفارق hyper reality للذات و المجتمع و الحدود القومية.

معنى هذا أن المرء يعيش وعيا كونيا و مواطنة كوكبية متجاوزا البيئة الاجتماعية المباشر و متجاوزا قواعد و أسس ثقافة تراثية عن الدين و العرق و الأمة.

ويحفزنا هذا إلى القول أن الإنسانية في ظهورها الجديد إزاء عوامل جديدة سيكون لها أثرها على الثقافات الاجتماعية و على محتوى و كثافة و سرعة التفاعل الثقافي الحضاري، و ثم أهلية الإنسان و المجتمع على التفاعل بين المجتمعات البشرية، فإن البشرية الآن تعيش مجالا مختلفا و سياقاً مغايراً و يدور فيهم الحوار الثقافي ، ويجري الحوار أيضا بأدوات مختلفة ورموز وصور ومفاهيم مختلفة بل وأصبح عالم الرموز و الصور الثقافية مختلفا و متداخلا، و جرى طرح الأفكار الإيجابية منها و السلبية في مجتمع المعلومات.

و على الرغم من تباين و تعدد الطرق والحدودو غيرها، بات لازماً أن تكون الاستجابة فورية في الآن و اللحظة إزاء الوافد من الفكر والقيم علاوة على القدرة على توفير عوامل التكيف حفظ التوازن إزاء أي توترات محتملة نتيجة هذا التغير، و التباين، فضلاً عن السرعة الفائقة في التغير، و ما نقضيه من سرعة فائقة في الملائمة⁵⁰.

ومهما اختلفت الآراء في وظيفة العولمة الثقافية فإنها تبقى حلقة متطورة من حلقات الاستعمار القديم، و إن اختلفت معه في الخطاب و الأساليب، فإن الهدف بقي واحداً، حيث تصفية الثقافات، و السيطرة على المقدرات من خلال استخدام المنتج المتطور في مجالات التقانة المختلفة⁵¹.

ثامناً: و سائل الاتصال الحديثة و انعكاساتها على الهوية الثقافية

وسائل الاتصال بإمكاناته المتطورة و بالغة الدقة، أوجدت مكاناً لدى تأثيرات عديدة و متنوعة في البيانات العامة، لما يمكن أن نسميه بثقافة الفرد، و ثقافة الجماعة، فالتأثير موجود، و مفروض بحكم الواقع الاجتماعي و ما يحتضنه من معطيات، و مؤشرات تسهل، تنفيذ مهام وسائل الاتصال و لا تعرقها.

ذلك أن التأثير قد يكون إيجابياً، بهدف التلقين لما هو سائد، و قد يكون عكس ذلك، أن حركية وسائل الاتصال و فعاليتها تتجه لعرقلة سريان لما هو سائد، و الإيجابي هنا و السلبي أمران نسبيان بحكم قانون التأثير و الهيمنة و في عصرنا الحاضر، و مع تعدد الأنماط التواصلية، ووجود أكثر من قناة تقنية بدأت عملية التنشئة تعد و تصاغ من قبل أكثر من طرف، كما بدأت التأثيرات الثقافية، يمارس من جهات مختلفة.

⁵⁰ التوقي جلال، مرجع سابق، ص 93

⁵¹ محمد الحسن البرغثي، الثقافة العربية و العولمة : دراسة سوسيولوجية لأراء المثقفين العرب، ط 1 ، المؤسسة العربية للنشر والتوزيع، لبنان ، 2007، ص 103

إن التقنية الحديثة لوسائل الاتصال قد لعبت دوراً متميزاً في توجيه الشباب توجيهها يتمشى و ينسجم مع الإطار الفكري لصانعي ومنتجي هذه الوسائل.

و لقد أضحى العالم اليوم، بما يمثل فيه الشباب من قوة عديدة كبرى أسير التأثيرات المتنوعة لوسائل الاتصال و المتوجه إلى صانعي مستقبل بلادهم.

و لعل من صور هذا التأثير الصراع الحاد بين أشكال الاتصال و أنماطه داخل المجتمع فالمؤسسات التقليدية كالمدرسة مثلاً أصبحت عاجزة عن الوقوف في وجهه التأثيرات النوعية لثقافات غير وطنية، تنقلها هذه الوسائل، و من ثم فإن الشباب بجانب القسم اليسير مما يأخذ من المؤسسات التقليدية بدأ يأخذوا و بصفة تدعو للتفكير الجزء الأكبر من المكونات الثقافية، من منابع خارجية.

في هذه الحالة نجد وسائل الاتصال تفرض صورة على المجتمع من تناقضات و لا ترتبط بالواقع بل هي لا تقدم منه إلا ما يتلاءم مع تصورات فئة اجتماعية معينة كما و أنها بدلا من خلق و تقوية ثقافة وطنية أصيلة نجدها تساهم في إضافة ما هو موجود فهي تعزل الأفراد و لو جمعهم و تلهيهم عن واقعهم بنقل أشكال و أنماط ذات مضامين أجنبية تعبر عن مصالح و مطامح متناقضة، مع ما هو سائد لكنها لها فعالية التأثير، لأن من بين شروط فعاليتها هذه في أي وسط اجتماعي، أن تكون مصاحبة بتغيرات عملية في لبنيات السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية له للمجتمع، و لما كانت الثقافة هي المستهدفة و هي جزء رئيسي في عملية التغيير، التي قلنا أن وسائل الاتصال تلعب بشأنها دوراً أساسياً، فإن كل الأطراف المعنية بالأمر يهتمها أن تقوّل ثقافة جديدة، أو تسهر على استمرارية الثقافة

الموجودة لأنها في النهاية تعبير راق عن إنتاج إنساني يمثل مجموع خبرات الإنسان و يحدد 1 أسلوب حياته من طرف وسائل الاتصال⁵².

إذا كان لابد من وجود أرض يجتمعون عليها لتحالفهم وتعاطفهم وتفاعلهم، إلا أنه و بوجود وسائل الإعلام و الاتصال المختلفة يعد التفاعل على أرض واحدة هو الباعث الأول للمجتمع، بل أصبح التفاعل يتم عبر تكنولوجيا و وسائط المعلومات و الإعلام متخطيا الحدود الجغرافيا و عابر فوق الحدود الوطنية.

إن الإعلام الإلكتروني الأثر الفعال على هويات الجماعة، و ذلك عن طريق تقليله لأثر العلاقة القائمة ما بين المكان و الحيز الفيزيائي و طرق الوصول إلى المعلومات⁵³.

⁵² غريب محمد سيد أحمد، نخبة من الباحثين العرب، مرجع سبق ذكره، ص 177.

⁵³ غسان منير حمزة سنو، علي أحمد الطرح الهويات الوطنية و المجتمع العالمي و الإعلام: دراسات في إجراء تشكل الهوية في ظل الهيمنة الإعلامية العالمية ، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2002 ، ص 139

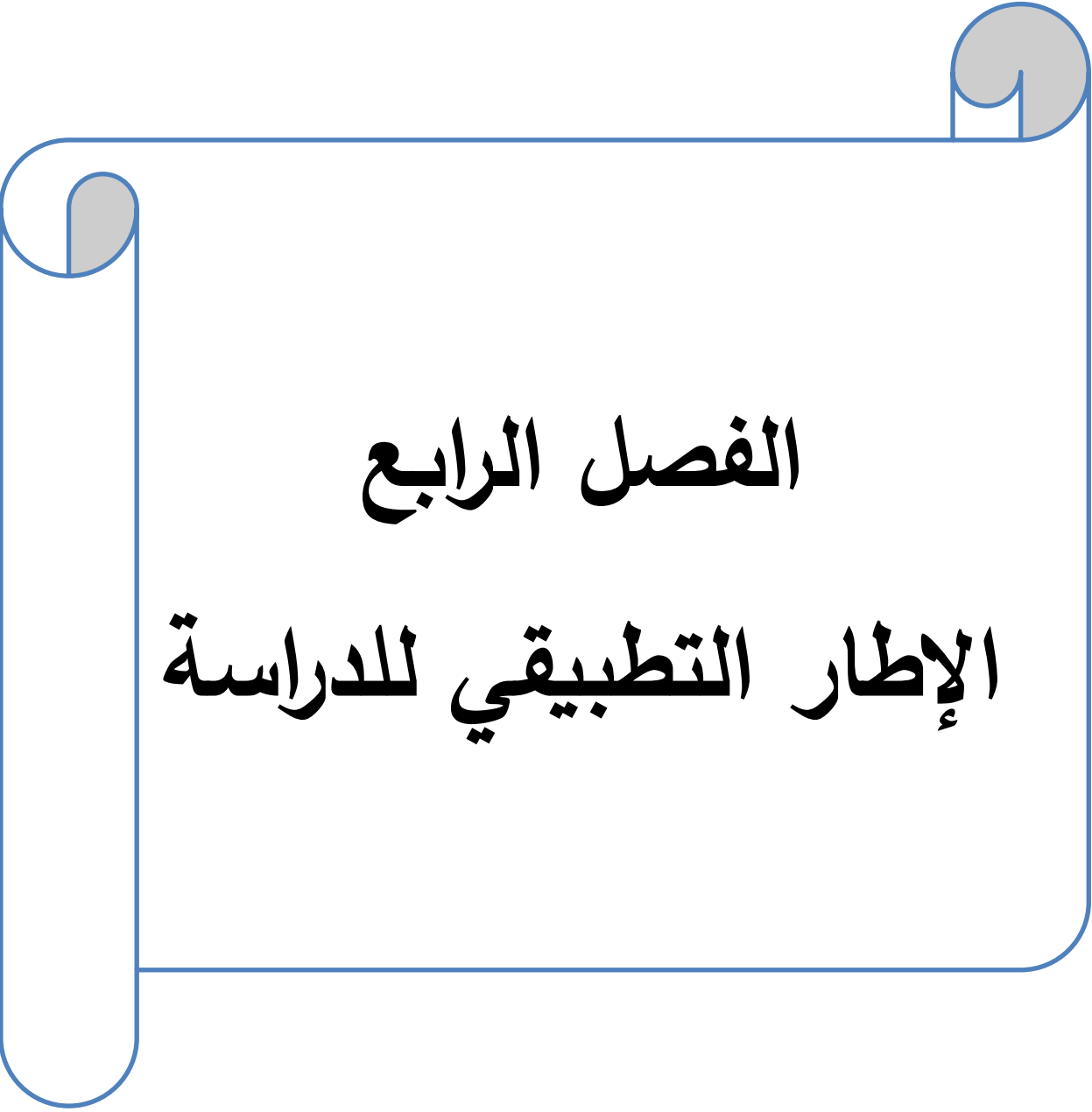
خلاصة الفصل الثالث

يُعتبر موضوع الهوية الثقافية من أبرز القضايا الفكرية والاجتماعية التي شغلت اهتمام الباحثين والمفكرين، لكونها تمثل الإطار المرجعي الذي يحدد انتماء الأفراد والجماعات ويصوغ ملامح شخصيتهم المميزة. فقد تطرق هذا الفصل إلى مفهوم الهوية الثقافية بوصفها عملية ديناميكية متجددة تعكس تفاعل الإنسان مع بيئته وموروثه الحضاري، وليست مجرد معطى ثابت أو جامد. كما أبرزت المقاربة الأنثروبولوجية كيف أن الهوية الثقافية هي نتاج تفاعل متبادل بين الفرد والجماعة، وبين الموروث الثقافي والمعطيات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.

تم الوقوف على مقومات وأسس الهوية الثقافية التي تقوم على الدين، اللغة، التاريخ، القيم والعادات، إضافة إلى عناصرها الأساسية التي تمنحها التماسك والقدرة على الاستمرار في مواجهة التحولات. ومن جهة أخرى، ناقش الفصل التحديات الكبرى التي تواجه الهوية الثقافية في ظل الانفتاح على العالم، مثل التهميش، التبعية الثقافية، الاستلاب، وذوبان الخصوصيات المحلية. كما تناول مفهوم اغتراب الهوية الثقافية الذي يبرز حين يفقد الفرد أو الجماعة ارتباطه بالموروث الحضاري وينجرف وراء أنماط ثقافية دخيلة.

وقد شكّلت العولمة، بلغة المعلومات والتكنولوجيا، أحد أهم المؤثرات الحديثة التي ساهمت في إعادة صياغة العلاقة بالهوية، حيث أحدثت ثورة في القيم وأنماط التفكير، وأثرت على التوازن بين الأصالة والمعاصرة. كما برزت وسائل الاتصال الحديثة كعامل مزدوج: فهي من جهة ساهمت في تسهيل التواصل والانفتاح الحضاري، ومن جهة أخرى مثلت قناة لنشر ثقافات دخيلة قد تؤدي إلى تآكل المكونات الأصيلة للهوية.

وعليه، فإن الفصل خلص إلى أنّ الهوية الثقافية ليست مجرد معطى موروث بل هي كيان متجدد يخضع لإعادة البناء بشكل مستمر، بين الحفاظ على الجذور والانفتاح على العالم. فهي تمثل توازناً دقيقاً بين الأصالة التي تضمن الاستمرارية، والحدثة التي تتيح التفاعل والتجديد، الأمر الذي يجعل من صيانتها وتعزيزها مسؤولية جماعية وفردية في آن واحد.

A decorative frame resembling a scroll, with a blue outline and grey shaded areas at the top and bottom corners.

الفصل الرابع

الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

بعد استعراض الإطارين النظري والمنهجي للدراسة، يأتي هذا الفصل لتطبيق الجوانب النظرية على الواقع الميداني، من خلال دراسة ميدانية بُنيت على جمع وتحليل البيانات المتعلقة بموضوعنا.

ويهدف هذا الإطار التطبيقي إلى التحقق من فرضيات الدراسة والكشف عن طبيعة العلاقة بين التزام الـ«شباب الحي» من جهة، ومستوى الهوية الثقافية لدى التلاميذ من جهة أخرى، وذلك اعتماداً على أدوات منهجية مناسبة، وتحليل النتائج وفق الأساليب الإحصائية الملائمة.

أولاً: المنهج المستخدم في الدراسة

يتوقف تقدم أي علم من العلوم على وجود منهج محدود واضح المعالم للبحث يساعد في التواصل إلى معرفة منضمة بجوانب الواقع، بحيث يعتمد الدارسون على هذه المعارف في تحديد النظريات العلمية، وفي إعادة فحصها من جديد للتأكد من صدقها أو إضافة عناصر جديدة لها، كي تصبح أكثر شمولاً وتكاملاً.

والمنهج ترجمة للكلمة الإنجليزية *Méthod* وللکلمة الفرنسية *Méthode* وللکلمة نظائرها في مختلف اللغات، أستعملها أفلاطون بمعنى البحث أو النظر أو المعرفة، وأستخدمها أرسطو بمعنى البحث، وأستخدمها إبتداءاً من عصر النهضة الأوروبية بمعنى طائفة من القواعد العامة تهين على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة.⁵⁴

ويعرف المنهج بأنه عبارة عن مجموعة العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه وبالتالي فالمنهج الضروري للبحث، إذا هو الذي ينير الطريق، ويساعد الباحث في بط أبعاد ومساعي وأسئلة وفروض البحث.⁵⁵

ومن المعروف إن طبيعة الموضوع هي التي تحدد المنهج الذي يجب على الباحث إتباعه، ومن خلال هذا المنطق نرى بأن المنهج المناسب لهذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي، وقد تم اختياري لهذا المنهج دون غيره لأنه يتناسب مع الظاهرة المدروسة ، إذ

⁵⁴ عبد الباسط محمد حسن: أصول البحث الاجتماعي، مكتبة وهبة، مصر، القاهرة، ط5، 1976 ص210.

⁵⁵ رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دون دار نشر، الجزائر، 2006، ص119.

يتعلق الأمر بتقديم وصف عن الاتصال وأهميته داخل التنظيم، من جهة، ومن جهة أخرى يعتبر أنسب المناهج لمثل هذه المواضيع، وهنا يمكن أن نقوم بتفسير المنهج الوصفي حيث يعرف بأنه... أسلوب من أساليب التحليل المركز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية.

ثانياً: أدوات الدراسة

إن عملية جمع البيانات مهمة جداً في أي بحث كان وخاصة في البحوث الاجتماعية بحيث أن دقة النتائج التي يتوصل إليها الباحث ومدى صحتها وتطابقها مع الواقع تتوقف على الاختيار السليم والمناسب لأدوات جمع البيانات، فهذه الأخيرة عبارة عن مجموعة من الوسائل والطرق والأساليب التي يعتمد عليها الباحث في الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لإنجاز بحث حول موضوع معين.

وإذا كانت أدوات جمع البيانات متعددة ومختلفة فإن طبيعة الدراسة هي التي تحدد حجم ونوعية وطبيعة أدوات جمع البيانات التي يجب أن يتخذها الباحث، وهنا في دراستنا هذه اعتمدنا على أدوات جمع البيانات الضرورية وهي:

أ- الملاحظة:

تعتبر الملاحظة كأحدى أدوات جمع البيانات والمعلومات في الدراسات الميدانية، وقد تكون أداة مساعدة وإضافية للأدوات الأخرى، وهي فحص الدائرة بكل اهتمام وعناية وذلك بتسجيل

الباحث ما يلاحظه في ميدان الدراسة سواء كان ذلك سلوكاً أو كلاماً، وتستخدم في حالة استحالة الحصول على المعلومات عن طريق الاستبانة أو المقابلة، وهي من أقدم وسائل جمع المعلومات حول ظاهرة معينة، وتستخدم خصوصاً في الظواهر الطبيعية، وذلك بمراقبة ومتابعة سلوك الظاهرة المدروسة والظروف المحيطة بها لمدة زمنية معينة باستخدام وسائل متعددة.⁵⁶

ب - الاستبيان:

الاستبيان هو أداة أبحاث تُستخدم لجمع المعلومات والبيانات من مجموعة من الأفراد أو الجهات المستهدفة من أجل تحليل وفهم معين. يتمثل هدف الاستبيان في جمع آراء وتقييمات ومعلومات من مجموعة معينة من الأشخاص حول موضوع محدد. يتم ذلك عادة من خلال مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي يجيب عليها المشاركون.⁵⁷

يمكن استخدام الاستبيانات في العديد من السياقات والأغراض، بما في ذلك الأبحاث الأكاديمية، ودراسات السوق، وتقييم الرضا عن خدمة معينة، والاستطلاعات السياسية، والتقييم الأدائي للمؤسسات، تُصمم الأسئلة في الاستبيان بعناية لضمان جمع المعلومات المرغوبة وتحليلها بشكل فعال.

⁵⁶ موريس الجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية ترجمة بوزيد صحرابي وآخرين، دار القصة للنشر، ط2، 2006، ص206.

⁵⁷ موريس الجرس، مرجع سبق ذكره، ص197.

عند تنفيذ الاستبيان، يجب مراعاة العديد من العوامل مثل اختيار العينة الصحيحة من المشاركين، وضمان توجيه الأسئلة بوضوح ودقة، وتجنب التحيز في التصميم، وضمان السرية والخصوصية للمشاركين، وتحليل وتفسير البيانات بشكل مناسب للوصول إلى نتائج موثوقة. 58

إذا تم تصميم وتنفيذ الاستبيان بشكل جيد، يمكن أن يكون أداة قوية لفهم وتحليل آراء وتوجهات الجمهور المستهدف واتخاذ القرارات بناءً على النتائج المحصلة.

ثالثاً: مجتمع وعينة الدراسة

1. مجتمع الدراسة

يعرف مجتمع البحث "بأنه مجموعة عناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى و التي يجري عليها البحث أو التقصي"⁵⁹، ومن أجل دراسة موضوعنا، فقد وقعت دراستنا على عينة من «أبناء الحي» حي بوتريفيس -الجلفة- .

2. عينة الدراسة

تعرف العينة على أنها مجموعة جزئية من المجتمع الكلي تحوي بعض العناصر يتم إختبارها منه.⁶⁰ وتستخدم العينة عادة عند إستحالة إجراء مسح شامل لمجتمع الدراسة وبما أنه تم الاعتماد على أسلوب الاستبيان في جمع المعلومات والبيانات، فقد ارتأينا تحديد

58 محمود حسين الزعبي الوادي، أساليب البحث العلمي مدخل منهجي تطبيقي، دار المنهل، عمان الأردن، 2011، صص 196-197.

59 مادلين قراف، أنجرس، 2006، ص 62

60 فايزة جمعة، أساليب البحث العلمي منظور تطبيقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة 4، الأردن، 2004، ص

الطريقة التي يمكن من خلالها سحب العينة، والتي سيتم توزيع وإجراء الاستبيان عليها بالاعتماد على «شباب الحي» حي بوتريفيس -الجلفة- ، وهذا لغياب قاعدة البيانات حول المجتمع المدروس من جهة ولسهولة اختيار مفردات العينة من مجتمع الدراسة من جهة أخرى.

حجم العينة

لقد ارتأينا تحديد ودراسة عينة يبلغ عددها 25 «شباب الحي»، حيث وبعد عملية

المراجعة الأولية لقوائم الاستبيان وإجراء عملية الفرز الأولية للإجابات المقدمة

تم توزيع استمارات الاستبيان على مجموعة من «شباب الحي» حي بوتريفيس -الجلفة- ، و

الجدول الموالي يوضح نتائج ذلك :

الجدول رقم 01 : مراحل جمع الاستبيان .

العدد	الاستبيانات
25	الموزعة
25	المستردة
/	المستبعدة
25	الخاضعة للتحليل

المصدر : من إعداد الطالب

رابعاً: أساليب الدراسة

وفقاً لأهداف الدراسة و الأدوات المعتمدة في ذلك ، تم الاعتماد على مجموعة من الأساليب

الإحصائية نوضحها فيما يلي :

الجدول رقم 02 : سلم مقياس ليكرت الثلاثي .

الإجابة	لا	لا أعلم	نعم
الدرجة	1	2	3

المصدر : من إعداد الطالب .

ـ **المدى** : يستخدم هذا الأسلوب لتحديد طول فئات مقياس ليكرت الخماسي المستخدم في محوري

الاستبيان ، و الجدول التالي يوضح طول الفئات كما يلي :

الجدول رقم 03 : طول الفئات حسب مقياس ليكرت الثلاثي .

الإجابة	الدرجة	طول الفئة
منخفضة	1	من 1 الى 1,66
متوسطة	2	من 1,67 الى 2,33
مرتفعة	3	من 2,34 الى 3

المصدر : من إعداد الطالب .

ـ **التكرارات و النسبة المئوية** : و التي تفيد في وصف و تبيان خصائص عينة الدراسة .

_ **المتوسط الحسابي** : تم استعمال هذا المتوسط لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض إجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة الأساسية و هو يساعد كذلك على ترتيب العبارات حسب متوسطها الحسابي .

_ **الانحراف المعياري** : استخدم هذا المقياس لمعرفة مدى إنحراف استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة , و لكل محور من محاورها عن متوسطها الحسابي , حيث كلما كان الانحراف أقل من الواحد الصحيح كلما قل التشتت في استجابات أفراد عينة الدراسة و العكس صحيح .

_ **الانحدار الخطي البسيط** : تم استخدام هذا الاختيار لتحديد أثر المتغير المستقل على المتغير التابع .

ثبات أداة الدراسة :

تم حساب الثبات بطريقة (Cronbach' s alpha) الذي يعتمد على اتساق أداء الفرد من فقرة إلى أخرى , كما يشير أيضا الى قوة الارتباط و التماسك بين فقرات المقياس , لذلك فإن هذا المعامل يتميز بالتقدير الجيد للثبات .

يعكس الجدول التالي نتائج اختيار صدق و ثبات أداة الدراسة .

الجدول رقم 04 : معامل ألفا كرونبا لقياس ثبات الاستبيان .

المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات
الاعلام	09	0,660
الهوية الثقافية	11	0,812
جميع عبارات الاستبيان	20	0,749

المصدر : من إعداد الطالب .

يظهر الجدول أعلاه أن معامل الثبات (Cronbach' s alpha) لكل المحاور و أيضا لأداة الاستبيان ككل قد تجاوز 0,6 ما يعني أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة ثبات عالية تبرر استخدامها لأغراض هذه الدراسة , وعليه يمكن الحكم على أن بيانات هذا الاستبيان في صورتها النهائية صالحة للتحليل و تحقيق أهداف الدراسة .

خامسا: وصف خصائص عينة الدراسة

يتضمن وصف عينة الدراسة التحليل الإحصائي للمعلومات العامة للاستبيان من خلال تحليل البيانات الشخصية و الوظيفية المتعلقة بأفراد عينة الدراسة .

1- توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس :

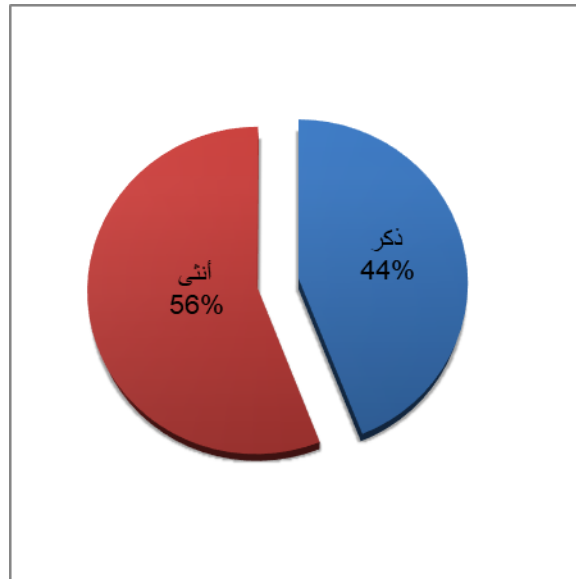
الجدول و الشكل الموالين يوضحان توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس .

الجدول رقم 05 : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس .

الجنس	التكرار	النسبة
نكر	11	% 44
انثى	14	% 56
المجموع	25	%100

المصدر : من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS.

الشكل رقم 04 : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس .



المصدر : من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS .

من خلال نتائج الجدول و الشكل أعلاه نلاحظ أن هناك تقارب بين عدد ذكور و الإناث الـ«شباب الحي» في الثانوية حيث بلغت نسبة الذكور 44% و نسبة الإناث 56% , ويعود ذلك الى أن معظم مهام و وظائف حي بوتريفيس -الجلفة- يتسنى لكلا الجنسين القيام بها .

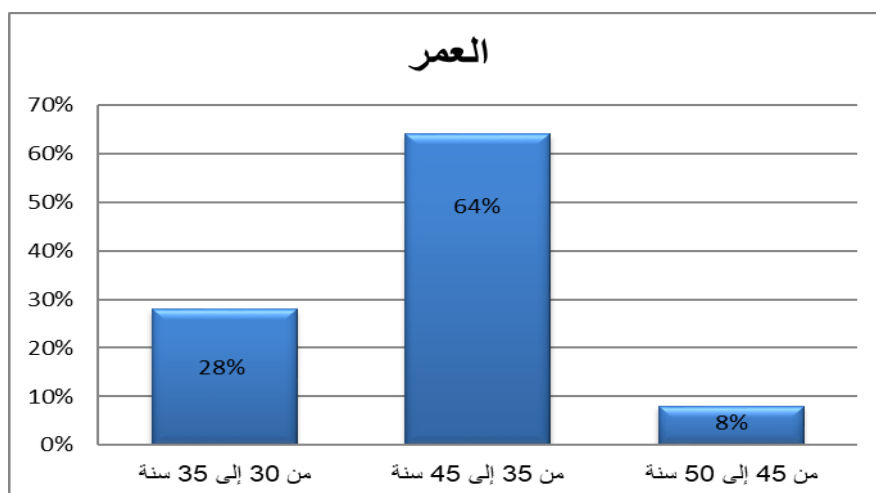
2- توزيع أفراد عينة حسب الفئة العمرية :

الجدول رقم 6 : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية .

العمر	التكرار	النسبة
من 25 الى 30 سنة	0	%0
من 30 الى 35 سنة	7	%28
من 35 الى 45 سنة	16	%64
من 45 سنة الى 50 سنة	2	%8
المجموع	25	%100

المصدر : من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS .

الشكل رقم 05 : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية .



المصدر : من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS .

من خلال الجدول و الشكل أعلاه نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة ينتمون الى الفئة العمرية من 35 الى 45 سنة حيث بلغت نسبتهم 64% , ثم تليها فئة العمرية من 30 الى 35 سنة بنسبة 28% , و في الأخير فئة العمرية من 45 الى 50 سنة بنسبة 8% بينما لم يكن هناك أي تواجد للأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 25 الى 30 سنة . و يعود هذا التوزيع الى غياب التوظيف خلال السنوات الأخيرة .

سادسا: عرض وتحليل عبارات متغيرات الدراسة

عالجت الدراسة الحالية أحد المفاهيم الإدارية الأكثر أهمية و المتمثل في الاعلام و علاقته بالهوية الثقافية , حيث سنقدم في هذا الجزء دراسة واقع الثانوية محل الدراسة من حيث هذه المتغيرات.

1. تحليل عبارات الاعلام :

الجدول رقم 9 : النتائج المتعلقة باتجاه آراء المستجوبين حول عبارات الاعلام .

الرقم	العبارات	لا	لا أعلم	نعم	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
1	1. هل تعتقد أن وسائل الإعلام تؤثر على آراء الشباب في مختلف القضايا؟	1	1	23	2,88	0,440	1	مرتفع
		4,0%	4,0%	92,0%				
2		10	1	14	2,16	0,987	2	مرتفع

				56,0%	4,0%	40,0%	2. هل ترى أن الإعلام يقدم صورة صادقة وموضوعية عن المجتمع الجزائري؟	
مرتفع	2	0,627	2,68	19	4	2	3. هل تظن أن الإعلام يساهم في نشر قيم إيجابية بين الشباب؟	3
				76,0%	16,0%	8,0%		
متوسط	7	0,978	2,04	19	2	11	4. هل تعتبر أن الإعلام يشجع على التقليد الأعمى للثقافات الأجنبية؟	4
				48,0%	8,0%	44,0%		
متوسط	8	0,957	2,0	11	3	11	5. هل تعتقد أن الإعلام المحلي قادر على منافسة الإعلام الأجنبي؟	5
				44,0%	12,0%	44,0%		
مرتفع	5	0,952	2,36	17	0	8		6

							6. هل ترى أن الإعلام يساهم في توجيه سلوكيات الشباب بشكل سلبي؟	
				%68,0	%0	%32,0		
				%72,0	%4,0	%24,0		
منخفض	9	0,870	1,56	6	2	17	7. هل تظن أن الإعلام يساهم في رفع وعي الشباب بالقضايا الوطنية؟	7
				%72,0	%4,0	%24,0		
منخفض	9	0,870	1,56	6	2	17	8. هل ترى أن الإعلام يضعف الانتماء الثقافي لدى بعض الشباب؟	8
				%24,0	%8,0	%68,0		
مرتفع	3	0,872	2,48	18	1	6	9. هل تعتقد أن الإعلام أداة فعالة	

				%72,0	%4,0	%24,0	في ترسيخ الهوية الوطنية؟	
متوسط	0,250	2,29	المجموع					

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS .

من خلال الجدول رقم (9) المتعلق باتجاه آراء المستجوبين حول عبارات الإعلام، نلاحظ أنّ الشباب المستجوبين يتفقون بشكل واسع على أنّ وسائل الإعلام تؤثر على آرائهم في مختلف القضايا، حيث بلغت نسبة الموافقة (92,0%) بمتوسط حسابي (2,88) وانحراف معياري (0,440)، وهو ما يعكس إدراكاً مرتفعاً لقوة تأثير الإعلام على تشكيل المواقف والاتجاهات داخل هذه الفئة.

أما فيما يخص موضوعية الإعلام وصورته عن المجتمع الجزائري، فقد جاءت الآراء متباينة، حيث وافق (56,0%) فقط من الشباب على أنّ الإعلام يعكس صورة صادقة وموضوعية، في حين رفض (40,0%) ذلك، بمتوسط حسابي (2,16). وهذا يشير إلى وجود حالة من التحفظ وعدم الثقة الكاملة في أداء الإعلام المحلي، رغم الاعتراف النسبي بقدرته على نقل صورة عن المجتمع.

وفيما يتعلق بدور الإعلام في نشر القيم الإيجابية، فقد سجلت النتائج اتجاهاً مرتفعاً، إذ عبر (76,0%) من الشباب عن موافقتهم على هذا الدور، بمتوسط (2,68)، ما يعني أنّ الإعلام يُنظر إليه كوسيلة يمكن أن تساهم في نشر القيم الأخلاقية والثقافية بين الشباب. غير أنّ نتائج السؤال المتعلق بكون الإعلام يشجع على التقليد الأعمى للثقافات الأجنبية أظهرت انقساماً شبه متوازن بين الموافقين (48,0%) والرافضين (44,0%)، بمتوسط (2,04)، وهو ما يدل على غياب إجماع واضح حول هذا التأثير.

وفي السياق نفسه، أبدى المستجوبون مواقف متحفظة تجاه قدرة الإعلام المحلي على منافسة الإعلام الأجنبي، حيث انقسمت الآراء بالتساوي تقريباً (44,0% نعم مقابل 44,0% لا)، بمتوسط (2,00). وهذا يعكس قناعة بضعف حضور الإعلام الوطني في مواجهة القنوات الأجنبية الأكثر تأثيراً.

من جانب آخر، أظهرت النتائج أن الإعلام قد يلعب دوراً سلبياً في توجيه سلوكيات الشباب، إذ وافق (68,0%) على هذه الفكرة بمتوسط (2,36)، مما يشير إلى وعي الشباب بخطورة بعض الرسائل الإعلامية على أنماط سلوكهم. في المقابل، جاءت النتائج ضعيفة فيما يخص مساهمة الإعلام في رفع وعي الشباب بالقضايا الوطنية، حيث لم يوافق سوى (24,0%) بمتوسط (1,56)، وهو ما يعكس قصوراً ملحوظاً في الدور التوعوي للإعلام المحلي.

وعند التطرق إلى تأثير الإعلام على الانتماء الثقافي، أظهرت النتائج رفضاً كبيراً لهذا الطرح، حيث صرح (68,0%) بأن الإعلام لا يضعف الانتماء الثقافي لديهم، بمتوسط (1,56). في المقابل، وافق

(72,0%) من الشباب على أنّ الإعلام يعد أداة فعالة في ترسيخ الهوية الوطنية، بمتوسط (2,48)،

وهو ما يعكس ثقة نسبية في قدرة الإعلام على لعب دور إيجابي في مجال تعزيز الهوية والانتماء.

وبشكل عام، يكشف المتوسط الحسابي العام للمحور (2,29) عن اتجاه متوسط نحو دور الإعلام، حيث

يرى الشباب أنه مؤثر بقوة في حياتهم وقيمهم، لكنه ما يزال ضعيفاً في جانب التوعية الوطنية وفي

منافسة الإعلام الأجنبي.

2. تحليل عبارات الهوية الثقافية:

الجدول رقم 10 : النتائج المتعلقة باتجاه آراء المستجوبين حول العبارات الهوية الثقافية.

الرقم	العبارات	لا	لا أعلم	نعم	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
1	1. هل تعتبر أن الشباب متمسك بعاداته وتقاليده الأصيلة؟	14	3	8	1,76	0,926	11	متوسط
		%56,0	%12,0	%32,0				
2	هل ترى أن العولمة تهدد الهوية الثقافية للشباب الجزائري؟	8	8	9	2.04	0.841	5	متوسط
		%32,0	%32,0	%36,0				

مرتفع	2	0,440	2,88	23	1	1	3. هل تعتقد أن اللغة العربية ما تزال تحتفظ بمكانتها بين الشباب؟	3
				%92,0	%4,0	%4,0		
مرتفع	1	0438	2,89	23	1	1	4. هل ترى أن الشباب يفضلون استخدام اللغة الأجنبية على حساب لغتهم الأم؟	4
				%92,0	%4,0	%4,0		
متوسط	6	0,909	1,92	9	5	11	5. هل تظن أن الفنون الشعبية تساهم في تعزيز الهوية الثقافية؟	5
				%36,0	%20,0	%44,0		
متوسط	10	0,866	1,80	7	6	12	6. هل تعتبر أن اللباس التقليدي يعكس الهوية الثقافية للشباب؟	6
				%28,0	%24,0	%48,0		

متوسط	8	0,987	1,84	10	1	14	7. هل ترى أن الأسرة تلعب دوراً محورياً في غرس قيم الهوية؟	7
				%40,0	%4,0	%56,0		
مرتفع	4	0,523	2,76	20	4	1	8. هل تظن أن المدرسة تساهم بفعالية في ترسيخ الهوية الثقافية؟	8
				%80,0	%16,0	%4,0		
متوسط	7	0.997	1.92	11	1	13	9. هل تعتقد أن الانفتاح على الثقافات الأخرى يؤثر سلباً على الهوية؟	9
				%44,0	%4,0	%52,0		
متوسط	9	0,987	1,84	10	1	14	10. هل ترى أن الهوية الثقافية للشباب مهددة بالذوبان في ثقافة الغير؟	10
				%40,0	%4,0	%56,0		
مرتفع	3	0,554	2,84	23	0	2		11

				23%	0%	8,0	11. هل تعتقد أن الشباب قادرون على التوفيق بين الحداثة والهوية الثقافية؟
متوسط	0,471	2,22	المجموع				

المصدر : من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS .

من خلال الاطلاع على نتائج الجدول رقم (10) المتعلقة باتجاه آراء المستجوبين حول عبارات الهوية الثقافية، يتضح أن تمسك الشباب بعاداتهم وتقاليدهم الأصيلة لم يحظَ بنسبة عالية من الموافقة، حيث صرح (32,0%) فقط بالإيجاب مقابل (56,0%) بالنفي، بمتوسط حسابي (1,76). وهذا يشير إلى أن الشباب في حي بوتريفيس لا يُبدون ارتباطاً قوياً بالعادات والتقاليد التقليدية، بل يميلون إلى أشكال جديدة من أنماط الحياة.

وفيما يخص تأثير العولمة على الهوية الثقافية، جاءت الآراء منقسمة بين الموافقين (36,0%) والرافضين (32,0%)، بينما اختار (32,0%) الإجابة بـ "لا أعلم"، بمتوسط (2,04). وهذا يعكس نوعاً من التردد وعدم الحسم لدى الشباب حول خطورة العولمة على الهوية، وهو ما قد يُفسَّر بتأثرهم بالخطاب الإعلامي العالمي وتعايشهم اليومي مع منتجات العولمة.

أما فيما يخص مكانة اللغة العربية بين الشباب، فقد أظهرت النتائج اتجاهاً مرتفعاً للغاية، إذ أكد (92,0%) من المستجوبين أنها ما تزال تحتفظ بمكانتها، بمتوسط (2,88). لكن المفارقة تكمن في أن

النسبة نفسها تقريباً (92,0%) أقرت أن الشباب يفضلون استخدام اللغة الأجنبية على حساب لغتهم الأم، بمتوسط (2,89)، ما يكشف عن ازدواجية لغوية يعيشها الشباب، حيث يجمعون بين الاعتراف بقيمة العربية من جهة، وتفضيل اللغات الأجنبية في الممارسات اليومية من جهة أخرى.

وفيما يتعلق بدور الفنون الشعبية في تعزيز الهوية الثقافية، فقد وافق (36,0%) من الشباب على أهميتها، بينما رفض (44,0%)، بمتوسط (1,92)، ما يعكس ضعف إقبال الشباب على الفنون التقليدية وربما ابتعادهم عن اعتبارها مكوناً أساسياً للهوية. كما أظهرت النتائج اتجاهاً متوسطاً فيما يخص اعتبار اللباس التقليدي مرآة للهوية الثقافية، حيث أيد الفكرة (28,0%) فقط مقابل (48,0%) بالرفض، بمتوسط (1,80). وهذا يكشف عن تراجع ارتباط الشباب بالمظاهر المادية للثقافة التقليدية كاللباس الشعبي.

أما دور الأسرة في غرس قيم الهوية فقد حظي بموافقة (40,0%) فقط من الشباب، بمتوسط (1,84)، ما يعكس ضعف الثقة في دور الأسرة كمؤسسة اجتماعية مقارنة بمؤسسات أخرى كالإعلام والمدرسة. وفي هذا السياق، اعتبر (80,0%) من الشباب أن المدرسة تساهم بفعالية في ترسيخ الهوية الثقافية، بمتوسط (2,76)، وهو اتجاه مرتفع يبرز مكانة المدرسة باعتبارها أحد أهم الفضاءات الرسمية للتنشئة الثقافية والوطنية.

وبالنسبة لمسألة الانفتاح على الثقافات الأخرى، فقد انقسمت الآراء تقريباً بالتساوي بين الموافقة (44,0%) والرفض (52,0%)، بمتوسط (1,92)، مما يشير إلى إدراك متباين بين الشباب: بعضهم يرى أن الانفتاح فرصة، وآخرون يعتبرونه تهديداً. الأمر نفسه ينسحب على سؤال ما إذا كانت الهوية الثقافية للشباب مهددة بالذوبان في ثقافة الغير، حيث وافق (40,0%) فقط على ذلك، بمتوسط (1,84).

وأخيراً، كشفت النتائج عن وعي مرتفع لدى الشباب بقدرتهم على التوفيق بين الحداثة والهوية الثقافية، إذ أكد (92,0%) هذه الإمكانية، بمتوسط (2,84)، وهو ما يعكس نزعة توافقية لدى هذه الفئة، تسعى إلى الجمع بين الأصالة والانفتاح دون الوقوع في التناقض.

وبصورة عامة، فإن المتوسط الحسابي العام للمحور (2,22) يعكس اتجاهاً متوسطاً نحو الهوية الثقافية، حيث يظهر أن الشباب يعترفون بأهمية بعض مقومات الهوية (كاللغة العربية والمدرسة) لكنهم في المقابل يُبدون فتوراً تجاه عناصر أخرى مثل العادات، اللباس التقليدي، والفنون الشعبية.

سابعاً: علاقة الاعلام لشباب الحي بالهوية الثقافية:

لقياس مدى تأثير الاعلام لشباب الحي بالهوية الثقافية في حي بوتريفيس -الجلفة- ، و لتبسيط الدراسة ، تم استخدام أحد الأساليب الإحصائية المناسبة و المتمثل في الارتباط الخطي البسيط و ذلك بقياس العلاقة بينهما .

و قد تم ذلك وفقاً للفرضية التالية :

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير الاعلام على الهوية الثقافية في الثانوية عند مستوى دلالة إحصائية 0,05 .

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية الاعلام على الهوية الثقافية في الثانوية عند مستوى دلالة إحصائية 0,05 .

الجدول رقم 11: العلاقة بين الاعلام والهوية الثقافية.

الاعلام						البيان
Sig	T	α	β	R^2	R	الهوية الثقافية
مستوى المعنوية	المحسوبية	الثابت	معامل الانحدار	معامل التحديد	الارتباط	
0,007	1,145	1,362	0,344	0,368	0,607	

المصدر : من إعداد الطالب بالإعتماد على برنامج SPSS .

✓ معامل الارتباط بلغت قيمته $R = 0,607$ ما يدل على وجود علاقة ارتباط موجبة

و قوية بين الاعلام والهوية الثقافية.

✓ بلغت قيمة معامل التحديد $R^2 = 0,368$ و هذا يعني ان نسبة 36,8% من

التغيرات في مستوى الهوية الثقافية ناتجة عن التغيرات في المستويات الاعلام لشباب

الحي .

✓ كما بلغت قيمة معامل الانحدار $\beta = 0,344$ و هذا يعني ان الزيادة بدرجة واحدة

في مستويات الاعلام تؤدي الى زيادة في مستوى الهوية الثقافية بقيمة 0,344 .

✓ قيمة الثابت بلغت $\alpha = 1,362$ و هي عبارة عن قيمة ثابتة في معادلة الهوية الثقافية

.

✓ فيما بلغت قيمة المحسوبة $T = 1,145$ عند مستوى دلالة معنوية 0,007 أي

$$\text{Sig} < 0,05$$

و منه نرفض الفرضية (H_0) و نقبل الفرضية البديلة (H_1) و التي تنص على :

" يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير الاعلام على الهوية الثقافية في الثانوية عند مستوى دلالة

إحصائية 0,05 "

و عليه تكون معادلة الانحدار الخطي البسيط للدراسة كالآتي :

$$y = 0,344 x + 1,362$$

حيث :

Y : الهوية الثقافية (المتغير التابع) .

X : الاعلام (المتغير المستقل) .

من خلال النموذج المتحصل عليه نجد أن هناك علاقة طردية موجبة بين الاعلام والهوية

الثقافية بحي بوتريفيس -الجلفة- .

الخاتمة

خاتمة

من خلال استعراض الإطارين النظريين للإعلام والهوية الثقافية، يمكن القول إن العلاقة بينهما وثيقة ومعقدة في آن واحد؛ فالإعلام يعد وسيلة محورية في تشكيل الوعي الفردي والجماعي، وفي نقل القيم والرموز الثقافية. وفي المقابل، تشكل الهوية الثقافية مرجعية أساسية تؤطر مضامين الخطاب الإعلامي وتحدد اتجاهاته. وقد بيّنت الأدبيات أنّ الإعلام، إذا ما استُخدم بشكل رشيد ومسؤول، يسهم في تعزيز الانتماء والمحافظة على الخصوصية الثقافية، أما إذا غاب عنه الوعي بالمسؤولية، فقد يصبح عاملاً في تآكل الهوية وذوبانها أمام الثقافات الأخرى. وبالتالي، فإن تحقيق التوازن بين الانفتاح الإعلامي والحفاظ على الهوية الثقافية يظل من أهم التحديات التي تواجه المجتمعات المعاصرة، وهو ما يستوجب تكامل الجهود بين المؤسسات الإعلامية والثقافية والتربوية لحماية الهوية وضمان استمراريتها.

من خلال هذه الدراسة الميدانية التي استهدفت شريحة من شباب الحي، تم التوصل إلى جملة من النتائج المهمة التي تسلط الضوء على طبيعة العلاقة بين الإعلام والهوية الثقافية. لقد أظهرت المعطيات المجمعّة من الاستبيان أن أغلبية الشباب يدركون الدور البارز الذي يلعبه الإعلام في تكوين وتوجيه الرأي العام، كما يقرون بأثره المباشر في تشكيل منظومة القيم الثقافية، سواء عبر المحتوى الإيجابي الذي يعزز الانتماء الوطني، أو عبر المضامين الدخيلة التي قد تهدد الأصالة الثقافية وتضعف من تماسك الهوية المحلية.

كما بيّنت الدراسة أن هناك تبايناً في مواقف الشباب تجاه مدى قدرة الإعلام الوطني على حماية الهوية الثقافية؛ فبينما يرى البعض أن القنوات الوطنية تبذل مجهودات معتبرة في

التعريف بالتراث وإبراز مقومات الثقافة الجزائرية، يعتقد آخرون أن هذا الجهد لا يزال محدودًا مقارنة بما تقدمه القنوات الأجنبية، ما يفتح الباب أمام التأثيرات الخارجية.

وفيما يخص استخدام الشباب لوسائل الإعلام، فقد تبين أن فئة واسعة منهم تعتمد بشكل أساسي على الوسائط الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يضاعف من احتمالية تعرضهم لثقافات وافدة قد تؤثر على تصوراتهم حول الهوية والانتماء. ومع ذلك، فقد أكد العديد منهم أن الإعلام يمكن أن يكون أيضًا وسيلة ناجعة لترسيخ القيم الثقافية الأصيلة إذا ما تم توظيفه بفعالية أكبر.

انطلاقًا من هذه النتائج، يمكن القول إن الإعلام يشكل سلاحًا ذا حدين بالنسبة للشباب: فهو قادر على المساهمة في تعزيز الهوية الثقافية، ولكنه قد يصبح عاملاً مهددًا لها إذا لم يُحسن استغلاله وتوجيهه.

*التوصيات

1. تطوير المحتوى الإعلامي الوطني ليكون أكثر جاذبية للشباب، من خلال التركيز على البرامج الثقافية والترفيهية ذات الطابع المحلي.
2. تشجيع الإنتاج السمعي البصري الذي يبرز التراث والقيم الاجتماعية الأصيلة بطريقة عصرية قريبة من اهتمامات الأجيال الجديدة.
3. تعزيز التكوين الإعلامي للصحفيين والإعلاميين حتى يتمكنوا من تقديم مادة متوازنة تجمع بين الانفتاح على العالم والحفاظ على الهوية.
4. إشراك الشباب في صناعة المحتوى الإعلامي عبر منصات رقمية وقنوات تفاعلية، لزيادة شعورهم بالانتماء والمشاركة الفعلية.

5. التركيز على التربية الإعلامية داخل المؤسسات التربوية والثقافية لتمكين الشباب من التمييز بين المضامين الإيجابية والسلبية.
6. دعم المبادرات الثقافية والإعلامية المحلية التي تسعى إلى إعادة الاعتبار للغات الوطنية، العادات، التقاليد، والفنون الشعبية.
7. الرقابة على المحتوى الإعلامي المستورد وتكييفه بما يتناسب مع القيم الثقافية والاجتماعية الوطنية، دون الانغلاق على المؤثرات العالمية.
8. تشجيع البحث الأكاديمي في مجالات الإعلام والهوية الثقافية قصد تقديم حلول عملية ودقيقة للتحديات المطروحة.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

- ✓ أسعد السحمراني: ويلات العولمة على الدين واللغة والثقافة، دار النفائس، الأردن، 2002.
- ✓ دنيس كوش: مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، ترجمة: منير السعيداني، المنظمة العربية للترجمة، لبنان، 2007.
- ✓ جورج لارين: الأيديولوجيا والهوية الثقافية: الحداثة وحضور العالم الثالث، ترجمة: فريال حسن خليفة، مكتبة مدبولي، مصر، ط1، 2002.
- ✓ جليلة المليح الواكدي: مفهوم الهوية: مساراته النظرية والتاريخية في الفلسفة، في الأنثروبولوجيا، وفي علم الاجتماع، مركز النشر الجامعي، تونس، 2010.
- ✓ جان فرانسوا ماركيه: مرايا الهوية: الأدب المسكون بالفلسفة، ترجمة: كميل داغر، مؤسسة الفكر العربي، لبنان، ط1، 2005.
- ✓ غريب محمد سيد أحمد (مجموعة باحثين): المجتمع العربي وتحديات القرن الحادي والعشرين: الهوية الثقافية والشخصية القومية، دار المعرفة الجامعية، 1995.
- ✓ محمد سعيد طالب: الدولة الحديثة والبحث عن الهوية: النظام الإقليمي العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 1999.
- ✓ الرقيب محمد السعيد: الهوية الثقافية في الفكر التربوي المعاصر وتحديات المستقبل، دار يافا للنشر والتوزيع، عمان، 2007.

- ✓ التوقي جلال: العولمة الهوية والمسار: رؤية عربية، دار المصرية اللبنانية، مصر، ط1، 2007.
- ✓ محمد الحسن البرغثي: الثقافة العربية والعولمة: دراسة سوسيولوجية لآراء المثقفين العرب، المؤسسة العربية للنشر والتوزيع، لبنان، ط1، 2007.
- ✓ غسان منير حمزة سنو، علي أحمد الطرح: الهويات الوطنية والمجتمع العالمي والإعلام: دراسات في إعادة تشكل الهوية في ظل الهيمنة الإعلامية العالمية، دار النهضة العربية، لبنان، ط1، 2002.
- ✓ عبد الباسط محمد حسن: أصول البحث الاجتماعي، مكتبة وهبة، القاهرة، ط5، 1976.
- ✓ رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الجزائر، 2006.
- ✓ موريس الجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات عملية، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرين، دار القصة للنشر، الجزائر، ط2، 2006.
- ✓ محمود حسين الزعبي الوادي: أساليب البحث العلمي: مدخل منهجي تطبيقي، دار المنهل، عمان، 2011.
- ✓ مادلين قراف: أساليب البحث العلمي، أنجس، 2006.
- ✓ فايزة جمعة: أساليب البحث العلمي منظور تطبيقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ط4، 2004.

ثانيا: المقالات والدوريات

- ✓ حسن حنفي: "الثقافة العربية بين الثقافة والعولمة والخصوصية"، مجلة الفكر السياسي، العدد (54)، ص325.
- ✓ حسن رشيق: "الهوية الناعمة والهوية الخشنة"، مجلة إنسانيات، عدد مزدوج (47-48)، جانفي - جوان 2010، ص54.
- ✓ عبد العزيز بوسالم: "هل تموت الثقافة الوطنية في زمن العولمة؟"، مجلة آفاق، العدد الخاص بالعولمة الاقتصادية، الجزائر، ص18.
- ✓ الزهراء عاشور: "إشكالية الهوية اللغوية في عصر العولمة: اللغة العربية أنموذجا"، دورية دراسات أدبية، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات العلمية، الجزائر، عدد 6، 2008، ص65.
- ✓ زغود محمد: "أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب"، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، الجزائر، 2010، ص95.

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الجلفة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



السلام عليكم ورحمته الله وبركاته ام بعد

أخي الكريم / أختي الكريمة

في إطار التخصير لإعداد مذكرة ماستر والتي كانت تحت عنوان:

" دور الاعلام في تشكيل الهوية الثقافية للشباب "

نضع بين ايديكم هذا الاستبيان راجين منكم الإجابة بدقة وموضوعية على جميع الأسئلة وذلك بوضع

علامة (X) في الخانة التي ترونها مناسبة

❖ البيانات الشخصية :

- ✓ الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐
- ✓ العمر : من 25 الى 30 سنة ☐ من 30 الى 35 سنة ☐
- من 35 الى 45 سنة ☐ من 45 الى 50 سنة ☐

❖ أسئلة عن الاعلام لدى الـ«شباب الحي» وعلاقته بالهوية الثقافية

العبارة	نعم	لا	لا أعلم
أولاً: الاعلام			
01 1. هل تعتقد أن وسائل الإعلام تؤثر على آراء الشباب في مختلف القضايا؟			
02 2. هل ترى أن الإعلام يقدم صورة صادقة وموضوعية عن المجتمع الجزائري؟			
03 3. هل تظن أن الإعلام يساهم في نشر قيم إيجابية بين الشباب؟			
04 4. هل تعتبر أن الإعلام يشجع على التقليد الأعمى للثقافات الأجنبية؟			
05 5. هل تعتقد أن الإعلام المحلي قادر على منافسة الإعلام الأجنبي؟			
06 6. هل ترى أن الإعلام يساهم في توجيه سلوكيات الشباب بشكل سلبي؟			
07 7. هل تظن أن الإعلام يساهم في رفع وعي الشباب بالقضايا الوطنية؟			
08 8. هل ترى أن الإعلام يضعف الانتماء الثقافي لدى بعض الشباب؟			
09 9. هل تعتقد أن الإعلام أداة فعالة في ترسيخ الهوية الوطنية؟			

ثانياً: الهوية الثقافية			
10	1.	هل تعتبر أن الشباب متمسك بعاداته وتقاليده الأصيلة؟	
11	2.	هل ترى أن العولمة تهدد الهوية الثقافية للشباب الجزائري؟	
12	3.	هل تعتقد أن اللغة العربية ما تزال تحتفظ بمكانتها بين الشباب؟	
13	4.	هل ترى أن الشباب يفضلون استخدام اللغة الأجنبية على حساب لغتهم الأم؟	
14	5.	هل تظن أن الفنون الشعبية تساهم في تعزيز الهوية الثقافية؟	
15	6.	هل تعتبر أن اللباس التقليدي يعكس الهوية الثقافية للشباب؟	
16	7.	هل ترى أن الأسرة تلعب دوراً محورياً في غرس قيم الهوية؟	
17	8.	هل تظن أن المدرسة تساهم بفعالية في ترسيخ الهوية الثقافية؟	
18	9.	هل تعتقد أن الانفتاح على الثقافات الأخرى يؤثر سلباً على الهوية؟	
19	10.	هل ترى أن الهوية الثقافية للشباب مهددة بالذوبان في ثقافة الغير؟	
20	11.	هل تعتقد أن الشباب قادرون على التوفيق بين الحداثة والهوية الثقافية؟	