الإعلام الجديد ومسألة الهوية الثقافية في المجتمع الجزائري
دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر.

أ.سهام بقلوف
جامعة الجزائر

مقدمة

أحدثت وسائل الإعلام الجديد، ومنها على الأخص مواقع التواصل الاجتماعي، تغيرات عميقة في عملية الاتصال والتواصل الاجتماعي بين الأشخاص والمجموعات البشرية، وأسهمت في تغيير الكثير من السلوكيات والتصرفات، وعملت على إحداث تغييرات في منظومة القيم والتقاليد والعادات داخل المجتمعات العربية، التي لم تستطع شعوبها مقاومة ما يجرفه تيار العولمة الزاحف عبر مواقع تواصل اجتماعي ذات طابع عالم، كوكبي، لا تقيده حدود، ولا تحكمه قيم ولا مبادئ، رهانه هو الانتشار والتوسع ونشر أفكار ومعلومات ذات طابع آني واستهلاكي في غالبها،[1] وعلى أثر هده التطورات التكنولوجية والتقنية المتسارعة تم انتقال المنتجات المعرفية بين المجتمعات التي تعد إحدى أهم وسائل الانتشار الثقافي في المجتمعات الإنسانية نتيجة تبني بعض القيم لجوانب سلوكية سلبية وايجابية شأنها شأن أي من القيم الاجتماعية الأخرى في المجتمع فتؤدي وسائل الاتصال الحديثة الدور الأهم في هذا المجال، إذ أنها تعمل على نقل الأنماط الحياتية للمجتمعات الغربية...[2]

تعد شبكات التواصل الاجتماعي أهم منتجات في الوقت الحالي طغت على الساحة التكنولوجية من حيث كثرة الاستخدام، هدا ما يستدعي ضرورة الدراسة والتمحيص خصوصا فيما يتعلق بالتواصل بين الثقافات المختلفة تماما والمتباينة في أغلبها مع وجود بعض التقاربات على اختلافها، فبالرغم من أن ظهور مثل هذا

النتاج التقني لم يتجاوز بعد العقدين من الزمن إلا أنه خلف أثارا على مختلف الأصعدة مست مختلف الجوانب سواء من ناحية إيجابية تظهر من خلال التواصل الفعال وإلغاء التزامنية وذوبان الحواجز الجغرافية بين المستخدمين، في حين نجد أن لكل جانب مشرق آخر سلبي غالبا ما يكون محل جدال واسعاً ويثير مسائل وإشكاليات عدة لعل أبرزها إشكالية الهوية عامة والهوية الثقافية على وجه الخصوص.

الإشكالية:

في ظل التطور المتنامي لظاهرة العولمة وظهور عالم افتراضي موازي في خصائصه وتجمعاته للعالم الواقعي، أهم ما يميزه التبادل الحر والاتصال المباشر وغير المباشر بين مختلف الدول والعوالم التي كانت مند زمن غير بعيد فقط بعيدة جدا لكن بفعل التكنولوجيا جعلت من العالم قرية كونية صغيرة حسب قول مارشال ماكلوهان في حديثه عن الحتمية التكنولوجية التي فتحت الحدود بين مختلف الشعوب والثقافات فانفتحت كل ثقافة في الأخرى متخطية بدلك الحدود الجغرافية والزمانية والمكانية، هذا الانسياب شكل أحد أخطر أنواع الانسلاخ الذي مس المنظومة الثقافية المشكلة للهوية بفعل القوة الهائلة للتقنية على فصل المكان عن الهوية وتزاوج الحدود الثقافية في ظل ذوبان الحواجز الجغرافية واتساعها مما أسهم في إضعاف حس الانتماء إلى حيز معين، نجم عنه إضعاف الشعور بالانتماء المحلي، فهذه التكنولوجيا عملت على إنتاج هويات افتراضية متماشية مع الهدف الذي أنشئت من أجله فتواجدها الافتراضي وارتباطها بالفضاء الافتراضي جعلها غير مرتبطة لا بزمن ولا بثقافة ولا بدين ولا حتى بمكان، بل نحن في طريقنا لتشكيل هوية موحدة تجعل جميع هويات العالم في بوثقة واحدة تخدم أهداف محددة تتبنى على مجموعة من المعايير لا تمد بصلة الى مجتمعنا، فهذا الغزو الثقافي

والعولمي ذاك الفضاء الافتراضي البراق إنما يحمل في طياته بوادر الاندراج ضمن هوية دخيلة على مجتمعنا تحمل من القيم والمعايير ما هو غير مألوف في مجتمعاتنا العربية فتسهم في انسلاخ بعض الأجزاء من الهوية الموحدة لمجتمع واحد وتضعنا لا محالة مع الاستهلاك غير الواعي في خانة الدفاع الجماعي عن الهوية الافتراضية الموحدة التي تفرضها التقنية بتطوراتها المتسارعة فالعام الافتراضي يعادل أربع (04) سنوات واقعية حسب الزمن الميدياتيكي على حد تعبير عبد الله الحيدري،[3] فالمجتمع الجزائري اليوم ضمن منظومة المجتمعات التي تعيش التطور، والتقدم ضمن سياق التغير الدائم والتفاعل المستمر، إلا أن ما يميزه بروز الجانب التقني كعلامة فارقة لهذا التغير، وكان لهذا الفضاء أثره الكبير على الترابط الهوياتي الاجتماعي والثقافي، وهذا الأثر كان على جانبين محلي وعالمي، فإغفال الجانب السلبي لهذه الشبكات التي أحدثت تغيرات نسبية أمرا غير مبرر، على اعتبار أن الهوية الثقافية هي الأساس الذي يبنى عليه المجتمع، فقد أصبح المستخدم اليوم يعد مجتمعه الافتراضي من ضمن اهتماماته وربما طغى على الجانب الاجتماعي الواقعي، فلم يعد مصطلح "المجتمع الافتراضي" من المفاهيم التى تستوقف الانتباه عند سماعه، إذ أصبح ذا عمومية وانتشار، حيث أصبح مفهوما متداولا عند العديد من المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي، نركز في هده الورقة البحثية على موضوع الهوية الثقافية في ظل انفتاح العالم إعلاميا وثقافيا بحيث يظل التساؤل المطروح دائما هو شكل الهويات الثقافية في المستقبل بعد أن تحولت المعارف إلى سلع ثقافية تشكل تهديدا مباشرا لتلك الهويات الثقافية ودلك من خلال شقين متوازيين إما تصدعها أو تمتينها وتعزيز الانتماء إلى هوية ثقافية موحدة في ظل تمازج الثقافات المختلفة والمشبعة بالقيم الدخيلة على مجتمعنا

في ظل غزو الإعلام الجديد، بما يملكه من تقنيات الاستحواذ على الفرد بفعل قدرة التكنولوجيا على فصل المكان عن الهوية، فقد شغلت قضية الهوية الثقافية بال المفكرين والعلماء والمثقفين والقادة في دول العالم، خاصة في عصر العولمة الذي ترك أثارا نفسية نتج عنها تحول في الهوية،[4] في هذا الصدد نحاول تبيين الأثر ميدانيا من خلال الإجابة على طرح التساؤل الرئيسي التالي: ما هو تأثير الإعلام الجديد على الهوية الثقافية لدى شبابنا في الجزائر؟ وللإجابة على هذا الطرح قسمنا هده الورقة البحثية إلى ثلاثة محاور رئيسية:

ولإسقاط الدراسة ميدانيا لابد لنا من التأسيس لدراسة التأثير من خلال الجانب النظري من أجل الإجابة على الطرح الإشكالي السابق انطلاقا من المفاهيم المتعلقة بالهوية الثقافية، الإعلام الجديد، مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، ونخص بالذكر الفيسبوك كأنموذج بنينا عليه الدراسة الميدانية، متخذين فئة الشباب المستخدم للفيسبوك كعينة بحث قوامها 250 مفردة، من خلال إرسال استبيان الكتروني يضم 4 محاور، محور الهوية، محور اللغة، محور الدين.

1/ الإطار المفاهيمي لمصطلحات الدراسة:

1-1- **الإعلام الجديد:** يذهب جون بافلوك في تعريفه للإعلام الجديد في قوله: إن المشهد الخاص بتكنولوجيات الإعلام الجديدة يتغير بمثل سرعة تطور هذه التكنولوجيات، وهي تحدث تغييرا راديكاليا في كل ما يتعلق بالطريقة التي نتواصل بها والأشخاص الدين نتواصل معهم، كما أنها تغير كافة أوجه الحياة التي نعيشها من بناء العلاقات الشخصية إلى خلق المصادر المالية والرعاية الصحية وغيرها".[5]

وعلى هذا النحو يحيل الإعلام الجديد إلى منظومة تواصلية جديدة مختلفة في طرق اشتغالها عن منظومة التواصل المؤسساتي أو منظومة التواصل الجمعي

(إعلام النحن، إعلام الجماهير)، إذ تقوم هذه المنظومة على نظام محدد بين الفاعلين داخلها.[6] في حين يذهب جونس في تعريفه للإعلام الجديد على انه مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الالكتروني أصبح ممكنا باستخدام الكومبيوتر كمقابل للإعلام القديم التي تشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات..، وغيرها من الوسائل الساكنة، ويتميز الإعلام الجديد عن القديم بخاصية الحوار بين الطرفين، صاحب الرسالة ومستقبلها، ومع ذلك فإن الفواصل بين الإعلام الجديد والقديم ذابت، لأن القديم نفسه أعيد تكوينه وتحسينه ومراجعته ليلتقي مع الجديد في بعض جوانبه.[7]

من خلال التعاريف السابقة نجد أن الإعلام الجديد هو مجموعة التكنولوجيات التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والصورة.[8]

لذا يمكن الإجماع بأن الجدة في الإعلام يمكن استقراؤها من أن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالة الفردية والتخصيص وهما تأتيان كنتيجة لميزة رئيسية هي التفاعلية.[9]

1-2-مواقع التواصل الاجتماعي:

تعرف على أنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.[10] في حين نجد أنها تعني هي مواقع مبنية على فكرة الشبكات الاجتماعية التقليدية حيث تتواصل مع أفراد جدد لا تعرفهم عن طريق أفراد تعرفهم مثل (FaceBook و MySpace).[11] لذلك تم تصنيف هذه المواقع من حيث عدد

مستخدميها إلى قسمين رئيسيين، يتمحور القسم الأول على أنها عبارة عن مواقع تحتوي أفراد آو مجموعات تربطهم مصلحة مشتركة خاصة بمجموعة محددة يمكن للمستخدمين فقط الدخول إليها ولا يسمح لغير الأعضاء بدلك، في مقابل ذلك نجد في القسم الثاني: أنها عبارة عن مواقع متاحة لجميع مستخدمي الانترنت، تمكنهم من الانضمام إلى أي صفحة أو مجموعة كما تتوفر لديهم حرية اختيار الأصدقاء مثل الفيسبوك.[12] وتعرف أيضا بأنها : شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون و في أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الانترنت منذ سنوات وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي و الصوتي وتبادل الصور و غيرها من الإمكانات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم.[13]

1-3-مميزات وخصائص شبكات التواصل الاجتماعي:[14]

تشترك الشبكات الاجتماعية في خصائص أساسية بينما تتمايز بعضها عن الأخرى بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها .أبرز تلك الخصائص:

1.الملفات الشخصية / الصفحات الشخصية (Profile Page):

ومن خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل الجنس ، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصورة الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات.و يعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخراً، من هم أصدقاءه وما هي الصور الجديدة التي رفعها إلى غير ذلك من النشاطات.

2.الأصدقاء / العلاقات (Friends/ Connections):

وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين فالشبكات الاجتماعية تُطلق مسمى صديق على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقائك بينما

تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى " اتصال أو علاقة " على هذا الشخص المضاف لقائمتك.

3. إرسال الرسائل:

وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لا

4.ألبومات الصور: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق حولها.

5.المجموعات: تتيح كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر وألبوم صور مصغر كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين.

6. الصفحات:

ابتدعت هذه الفكرة الفيسبوك ، واستخدمتها تجارياً بطريقة فعّالة حيث تعمل حالياً على إنشاء حملات إعلانية موجّهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددونها من المستخدمين وتقوم الفيسبوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان ، تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات

عن طريق تقسيمات محددة ثم إن وجدوا اهتماماً بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.

كما نجد بعض الخصائص الأخرى أهمها:[15]

7.تفتيت الجماهير (media fragmentation) ويقصد بذلك زيادة وتعدد الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام والذين أصبح وقتهم موزعاً بين العديد من الوسائل مثل المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعية والهواتف الذكية وألعاب الفيديو الالكترونية بجانب الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون.

8.غياب التزامنية: ويقصد بها عدم الحاجة لوجود المرسل والمتلقي في نفس الوقت، فالمتلقي بإمكانه الحصول على المحتوى في أي وقت يريده.

9.الانتشار وعالمية التواصل: ويقصد بالانتشار شيوعه ووصوله إلى جميع شرائح المجتمع تقريبا، إضافة إلى عالميته وقدرته على تجاوز الحدود الجغرافية.

10.قابلية التواصل والتفاعل بصرف النظر عن مواصفات ومقاييس المنشئ للمحتوى، تحدث عن خصائص الإعلام الجديد بالإرتباط بعناصر العملية الإعلامية الأساسية: المصدر – الرسالة – الوسيلة – المتلقي – الاستجابة

الفيسبوك: يعتبر أشهر شبكة اجتماعية في العالم إذ يحتل المرتبة الأولى على مستوى الشبكات الاجتماعية، بدأ كفكرة بسيطة لأحد طلبة هارفرد، وتمكن "مارك زوكيربيرج" صاحب الفكرة من تجسيدها في فيفري 2004، و مع انطلاق الموقع حقق نجاحا كبيرا في غضون أسبوعين فقط، و بدأ نصف طلبة بوسطن بالمطالبة بالانضمام للموقع لأن الدخول كان مقتصرا على طلبة هارفرد فقط،[16] يعد أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار والتوسع، قيمته السوقية عالية وتتنافس على ضمه كبيرات الشركات، نقطة القوة الأساسية في الفيسبوك هي " التطبيقات " التي أتاحت الشبكة فيها للمبرمجين من مختلف أنحاء العالم ببرمجة

تطبيقاتهم المختلفة وإضافتها للموقع الأساسي. سهّل العاملون في الفيس بوك المهمة للمبرمجين بإنشاء – API أكواد برمجية مساعدة – تختصر الكثير عليهم وتساعدهم في الوصول لملفك الشخصي وبناء تطبيق تستفيد منه.[17] ويرى مخترع الفيسبوك مارك زوكربيرج أن فيسبوك هو حركة اجتماعية Social Movement وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنه سوف يزيح البريد الالكتروني ويحل محله، وسوف يسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية. وبالتالي فإن يوصف بكونه "دليل سكان العالم" وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيان عام من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم، ولذلك فإن الهدف من هذا الاختراع هو جعل العالم مكاناً أكثر انفتاحاً. [18]

2/المفاهيم المتعلقة بالهوية الثقافية:

فالهوية من أهم السمات المميزة للمجتمع ، فهي التي تجسد الطموحات المستقبلية في المجتمع ، وتبرز معالم التطور في سلوك الأفراد وإنجازاتهم في المجالات المختلفة ، بل تنطوي علي المبادئ والقيم التي تدفع الإنسان إلي تحقيق غايات معينة ، وعلي ضوء ذلك فالهوية الثقافية لمجتمع ما لابد وأن تستند إلي أصول تستمد منها قوتها ، وإلي معايير قيمية ومبادئ أخلاقية وضوابط اجتماعية وغايات سامية تجعلها مركزا للاستقطاب العالمي والإنساني.[19]

1.2 . مفهوم الهوية: تعني الهوية تمكن الفرد من فهم علاقته بالآخرين، على جانبين شخصي ونفسي، وقد تصل إلى الجانب الاجتماعي، فأي تفاعل أو مشاركة تعني الانتساب إلى هوية معينة،[20]، في حين نجد الجابري محمد عابد: يعتبر الهوية المصدر الأساسي الذي يعتمد عليه الأفراد فيما يقدمونه من معاني للأشياء

والأحداث،[21] هدا ما أشار عليه محمود العالم في حديثه عن أهمية الهوية في تشكيل الشخصية الفردية والمجتمعية،[22]

2.2. مفهوم الثقافة: جاء في الخطة الشاملة العربية : أن الثقافة بالمعنى العربي الأصيل للكلمة تعني سرعة التعليم والحذق والفطنة وثبات المعرفة بما يحتاج المرء إليه".[23]

3.2. العلاقة بين الهُوية والثقافة:[24]أمَّا العلاقة بين الهُوية والثقافة، فإنها تعني علاقة الذات بالإنتاج الثقافي، ولا شك أن أي إنتاج ثقافي لا يتم في غياب ذات مفكرة، دون الخوض في الجدال الذي يذهب إلى أسبقية الذات على موضوع الاتجاه العقلاني المثالي، أو الذي يجعل الموضوع أسبق من الذات، وإن كل ما في الذهن هو نتيجة ما تحمله الحواس وتخطه على تلك الصفحة (ذهن الإنسان) كما يذهب لوك، والاتجاه التجريبي بشكل عام.

الخلاصة أن الذات المفكرة تقوم بدور كبير في إنتاج الثقافة، وتحديد نوعها وأهدافها وهويتها في كل مجتمع إنساني وفي كل عصر من العصور، وبناء على ما سبق فإنه يصعب أن نجد تعريفاً جامعاً مانعاً لمفهوم الهُوية الثقافية، فالهُوية الثقافية تختلف من مجتمع إلى آخر ومن عصر إلى عصر، كما تختلف باختلاف التوجهات الفكرية والأيديولوجية لمنتجي الثقافة.

4.2. مفهوم الهوية الثقافية: يشير مفهوم الهوية الثقافية إلى العدد الثابت والجوهري المشترك من السمات والقسمات العامة التي تميز حضارة الأمة عن غيرها من الحضارات، والتي تجعل للشخصية الوطنية أو القومية طابعا تتميز به عن الشخصيات الوطنية والقومية الأخرى.[25] وهذا ما أكد عليه " عابد الجابري " حين رأي أنه " لا تكتمل الهوية الثقافية ولا تبرز خصوصيتها، ولا تغدو هوية ممتلئة قادرة علي نشدان العالمية إلا إذا تجسدت مرجعتيها في كيان تتطابق فيه

ثلاثة عناصر: الوطن (الجغرافية والتاريخ)، الدولة (التجسيد القانوني لوحدة الوطن والأمة) ، والأمة (النسب الروحي الذي تنسجه الثقافة المشتركة"[26]

5.2. ملامح الهوية الثقافية والعناصر المشكلة لها:

1. **اللغة العربية:** عبر عنها الباحث أحمد أبو زيد في كتابه هوية الثقافة العربية حيث استبعد انفصالها عن اللغة الأم فهي تعد أهم مقوم من مقومات الهوية الثقافية لأنها بمثابة الوعاء الذي تتشكل فيه الهوية وتحدد كيانه الثقافي والحضاري الذي يميزه عن سائر القوميات والهويات الأخرى،[27] تشكل لغة الفكر والتلاحم بين الشعوب على اختلاف مواطنها وتعدد لهجاتها، وتنوعها.

2. **الدين الإسلامي:** تكتسب الهوية الثقافية صيغتها الأساسية من الإسلام، فقبل الإسلام لم يكن لهذه الأمة كيان قائم الذات وإنما كانت قبائل وعشائر لا تجمعها عقيدة ولا يوحدها إيمان، إلا أن جاء الإسلام الذي لم يكن مجرد شريعة نظمت المجتمع العربي دينيا، وإنما كان وما يزال منهاج حياة بكل فصولها والتي يعتبر الجانب الثقافي جزء منها، وعليه يعتبر القرآن الكريم مصدر الأساس للهوية الثقافية العربية، نظرا لما ورد فيه من تعاليم دينية وأخلاقية واجتماعية، وكونه صالحا لكل زمان ومكان ومسايرًا لمتطلبات كل عصر ومستجداته.[28]

3. **المصلحة المشتركة:**

ينطوي هذا المفهوم على مكونات الهوية الثقافية من القيم المادية والمعنوية والتي تتبناها الأمة والتي تؤلف جزءا من أجزاء البناء القومي، كما تعمل المصلحة المشتركة على استقرار الهوية الثقافية وبالتالي تحرير الأمة سياسيا واقتصاديا واجتماعيا، بما تضيفه من مساواة وعدل وبناء مجتمع حضاري مستقر ومزدهر قائم على مجموعة القيم التي تمتاز بها الأمة.[29]

6.2. خصائص الهوية الثقافية العربية:

تتسم الهوية الثقافية العربية بخاصيتين أساسيتين هما:[30]

أ. **الثبوت:** فيما يتعلق بالمصادر القطعية والعناصر الثابتة في تكوينها والمستقاة من عقائد وتشريعات وقيم ومناهج.

ب. **التغيير:** ويتجلى أساسا في اجتهادات العرب القابلة للخطأ والصواب وبالتالي للاختلاف.

إضافة إلى ذلك نجد:

ت. **التعدد والاختلاف:** حيث نلمس تعدد بنيات الهوية وأهمية الهوية الواحدة تكمن في العناصر المشكلة لها، ولا تتشكل هده العناصر إلا بوجود ثقافة أخرى مغايرة فإذا لم ينظر إلى هده الاختلافات بمنظار التنوع ومن جانب يثري الهوية فإنها لا محالة تؤدي إلى تناقضات تفضي إلى عنف وصراعات.

ث. **السياقات الاجتماعية والتاريخية:** لابد للهوية أن تتأسس ضمن سياق اجتماعي تاريخي محدد وبما أن الزمان يتعاقب والمكان يعاد هيكلته والعلاقات تتغير، فان استجابات الناس وخبراتهم تتراكم وتطور وعيهم ما يؤدي إلى تشعب تصوراتهم ومساراتهم.[31]

تأثير الإعلام الجديد على الهوية الثقافية:

أن ما يشهده عالم اليوم المتغير، والمتمثل في الانفتاح والنمو والتقدم التكنولوجي الذي ربما يكون له تأثيراته علي الهوية الثقافية للمجتمع،[32] فبالرغم من تقريب المسافات وإتاحة التواصل الفعال وسرعة الحصول على المعلومة والقدرة على التعرف على ثقافات العالم برمته فالهوية الثقافية هي حجر الزاوية في تكوين الأمم، لأنها نتيجة تراكم تاريخي طويل،[33] هذا في جانبها الايجابي غير أن شقها السلبي والذي لا يمكن التنصل منه أو إغفاله هو أن تكون لها القدرة على طمس معالم

هويات الدول المتأخرة تكنولوجيا، وبالتالي تحطيم ثقافات الدول المتخلفة لصالح الدول المتمركزة على الصعيد التكنولوجي، فلا يمكننا النظر للثورة الرقمية او الإعلام الجديد على أنه ظاهرة استثنائية أنجبته الثقافة الغربية ولا تمتنا صلة بهذا المولود المتمخض عن الثورة الرقمية بما تحويه من انتقائية ومعايير تصطدم بهويات أخرى، بحيث تنطوي هذه السلبية على بعد ديني وثقافي وفكري، وهو ما ينطبق على الفيسبوك الذي يجعل الفرد مرتبط بعالم وهمي غير منتج، بل يستهلك طاقاته ويفقده هويته الحقيقية في ظل اصطناع الشخصيات،[34] وبذلك أصبحت العولمة الثقافية تباشر تأثيرها علي الأجيال الجديدة من أبناء المجتمع ، وسرت مفاهيم جديدة ومفردات غربية علي لغتنا العربية، وصار الشباب العربي يرددها ويدافع عنها، بل صار مكمن الخطورة يتمثل فيما يمكن أن تتعرض له قيم الانتماء والاعتزاز بالوطن والعروبة والإسلام من تهديد.[35]

فإذا كانت الهوية الثقافية تعني التفرد بكل ما تحمله من عادات وقيم ، سلوك ونظرة إلى الكون والحياة، فان الإعلام الجديد يزعم تحويل العالم إلى منظومة ثقافية واحدة وهوية موحدة والخلاص هي طمس الهويات المتنوعة حيث تقطع الصلة بين الأجيال وتسلبهم خصوصيتهم، بما تحققه هذه التكنولوجيا من تنميط نقيض التفرد.[36]

لقد بات الحفاظ على الهوية الحضارية لأي أمة إحدى التحديات المطروحة بشكل متنامي في ظل التطورات التي شكلت المجتمعات الافتراضية(مجتمعات شبكات التواصل الاجتماعي)، من تأثيرات مختلفة تشكل الفكر والوجدان على حد السواء.[37]

الإسقاط الميداني للتأصيل النظري:

تمهيد: تشير الإحصائيات لسنة 2016، أن عدد مستخدمي الفيسبوك تجاوز المليار والستمائة وتسعة مستخدم شهريا، وبهذا صنف الفيسبوك في الترتيب العالمي للشبكات الأول عالميا من حيث عدد المستخدمين،[38] هذا الاستحواذ على الفئة اللامتناهية من المستخدمين يجعل من الفرد معرضا لشتى أنواع الاستلاب فلم يعد له القدرة على الحفاظ على ما يملكه من مدخر فكري ثقافي، في ظل الاختراق المتعدد الأوجه، والدي يمس كل عناصر الهوية الثقافية للشباب حسب موقع أرقام ديجيتال.[39]

الإسقاط الميداني:

في هده الدراسة الميدانية قمنا بتصميم استمارة الكترونية متاحة تحتوي على 4 محاور أساسية في محاولة منا لرصد تأثيرا استخدام الفيسبوك كنتاج للإعلام الجديد على الهوية الثقافية لدى شبابنا الجزائري المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي، قمنا بإتاحة رابط الاستبيان الالكتروني على صفحات الفيسبوك وعلى المجموعات وعلى الصفحات في الفترة الممتدة ما بين 20 ديسمبر 2015 إلى غاية 28 جانفي 2016، حيث تمت الإجابة على 268 استمارة ، تم استبعاد 18 استمارة لعدم استيفائها جميع الشروط وعدم إجابة المبحوثين على كل الأسئلة، فكانت العينة عشوائية تقدر بـ: 250 مفردة، نحاول هنا تحليل الجداول التي توصلنا فيها إلى مجموعة من النتائج تبين تأثير الفيسبوك على الهوية الثقافية لدى مجموعة من الشباب الجزائري المستخدم للشبكة.

الجدول رقم –1– يبين طبيعة هوية المستخدمين حقيقية ام مستعارة .

المتغيرات	التكرار	النسبة
الهوية حقيقية	45	%18
الهوية مستعارة	205	%82
المجموع	250	%100

❖ من خلال القراءة الإحصائية أعلاه يتبين لنا أن أغلب أفراد العينة البالغ عددهم 205 مستخدمين وما يشكل نسبة 82%، يفضلون استخدام هوية مستعارة عبر حسابات الفيسبوك، في حين نجد أن ما نسبته 18%، من المستخدمين يفضلون استخدام هويتهم الحقيقية، ويعود هذا التحفظ في استخدام الهوية الحقيقية حسب البعض أن الهوية المستعارة تشكل جانب من الحرية في التعامل والتخفي وتجسيد مبدأ الهروبية من الواقع الحقيقي رغبة منهم في مستقبل يرجونه، هذا في الشكل الظاهري لكن في طيات هدا التخفي وراء هوية مستعارة يشكل بداية الانسلاخ من أولى مقومات الهوية الذاتية للأفراد وتأثيرها على شخصياتهم ولو بعد حين.

الجدول رقم 2–2 يبين مدى تأثير استخدام الفيسبوك على اللغة كمقوم للهوية الثقافية:

المتغيرات	التكرار	النسبة
اللغة العربيَّة الفصحى	35	%14
اللغة الاجنبية	70	%28
لغة أجنبية معربة	145	%58
المجموع	250	%100

❖ من خلال القراءة الإحصائية للجدول أعلاه تبين لنا أن عدد المستخدمين الدين يستخدمون اللغة الأجنبية المعربة احتلت أكبر نسبة عبر حسابات الفيسبوك بنسبة 58%، تليها استخدام اللغة الأجنبية بنسبة 28%، في حين نجد أن مستخدمي الفيسبوك باللغة العربية الفصحى ما نسبته 14%، إن ظهور لغة بديلة هجينة بفعل ما خلفته التكنولوجيا تسهل التخاطب، مع إضافة بعض الرموز والمختصرات التي لا يفهمها إلا البعض، هذا التزاوج بين اللغة العربية، والأجنبية يشكل تهديدا خطيراً في قوتها لأن نسبة 58% هي نسبة تجاوزت النصف وفي ارتفاع كبير أو ما يطلق عليه صراع اللغات،[40] وهذا إن دل فإنه يدل على أن السمة البارزة للمحادثات والدردشة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي التزاوج اللغوي بين ما هو أصيل ونقصد به اللغة العربية وبين ما هو دخيل ونقصد به اللغة الأجنبية وبعض الرموز المتداولة، هدا التمازج يؤدي مع الاستخدام المتزايد إلى ضياع اللغة العربية المشكلة لهوية الشباب.[41] وهدا ما ينبئ بدق ناقوس الخطر والتخوف من انسلاخ اللغة العربية وترسخ لغة غريبة بين جيل الانترنت الصاعد، وبالتالي ضياع أهم محدد للهوية الثقافية والحضارية للأمة العربية.

الجدول رقم –3– يبين أثر استخدام الفيسبوك على الدين.

التغيرات	التكرار	النسبة
متابعة صفحات تدعوا للدين الإسلامي	148	%59.2
متابعة صفحات أجنبية تنادي بالتنصير	21	%8.4
تستند للمرجعية الدينية في علاقاتك	79	%31.6
زيارة بعض الصفحات المنافية للأخلاق	02	%0.8
المجموع	250	%100

❖ من خلال القراءة الإحصائية للجدول أعلاه نلاحظ أن أكبر نسبة من المستخدمين والمقدرة بـ: 59.2%، تمجد صفحات الدعوة للدين الإسلامي، من خلال مشاركة الروابط الخاصة بنصرة المسلمين في بقاع الأرض كافة مثل صفحة "نصرة محمد"، بعد انتشار الرسوم المسيئة لشخص نبينا الكريم فقد شكلت هده القضية الرأي العام العربي الإسلامي وحتى المتضامنون من الغرب مع المسلمين، في حين نجد ما نسبته 8.4%، من متابعي صفحات التنصير من الشباب، بقول الأغلبية منهم لمجرد التعرف على تعاليم الديانة النصرانية كأسلوب ترغيب من طرف ممولي هده الصفحات إضافة للإغراءات المادية مقابل التنصل من الدين الإسلامي والدخول في الديانات الأخرى، هدا النوع من الاستلاب مفاده تجريد الشباب المسلم بصفة جزئية من مقوماته الأساسية وزرع قيم ديانات دخيلة لا يظهر منها إلا الجانب المضيء أما في طياتها فهي تحمل بوادر الانصهار في بوثقة

الديانة الموحدة والهوية الموحدة التي يحكمها الغرب المنتج ويستهلكها المسلم دون وعي أو تحليل أو إدراك، هذا ما يؤدي به البعد شيئا فشيئا عن الاستناد لمرجعيته الدينية ولو أن نسبة 31.6%، تستند للمرجعية وهذا الهدف من إنقاص النسبة، في حين نجد نسبة 0.8%، تقوم بزيارة صفحات منافية للأخلاق دون ضوابط رادعة نتيجة غياب الرقيب والاستخدام الفردي لهده الحسابات، هذا ما يندر بإمكانية قلب النسب وضرب الدين في مقوماته وأسسه لأن بعض المستخدمين يستخدمون بعض الروابط في شكلها الظاهري تدعو للدين وفي باطنها تخفي ضرب القيم الدينية وزعزعتها.

أهم نتائج الدراسة الميدانية:

من خلال إسقاط الدراسة النظرية ميدانيا توصلنا إلى النتائج التالية:

- ✓ استخدام الشباب الجزائري لشبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك له تأثير مباشر على الهوية الثقافية بأشكال متعددة نتيجة غياب الرقابة على الاستخدام إذ أصبح لا يستغني عن الفضاء المستحدث الافتراضي الذي اتخذه كفضاء لتشكل الذات حسب الصادق الحمامي، فتشكل الذات الافتراضية تبيح مقومات وهويات دخيلة فرضتها العولمة بتجلياتها المختلفة فبدءا بأهم أساس ينبني عليه المجتمع وما يشكل إيديولوجيته ومذهبه وهو الدين كمقوم أساسي للهوية ومحاولة تجريده من معانيه السامية وتحريفه وسحب الشباب من الاستناد إلى مرجعياته المختلفة، وصولا إلى اللغة الهجينة والهوية المستعارة والشخصيات الوهمية وتعدد الحسابات على الفيسبوك كل هذا شكل نوعا من الاغتراب عن العالم الواقعي نتيجة استلاب مقوم اللغة العربية من هويته، كل هذه المستحدثات لا تخضع للرقابة سواء من طرف سلطات الضبط في الدولة، هذا ما شكل مساحة مطلقة للحرية في الاستخدام دون الاستناد إلى أي قيم أو مبادئ تحكم هذا الاستخدام، إضافة إلى أن الإعلام الجديد

أسهم بشكل كبير في إضعاف الشعور بالولاء للأمة العربية والرغبة في الانسياب في الأمم الغربية الأخرى، وبالتالي إضعاف الانتماء الوطني وتعمل على ترسيخ هويات دخيلة افتراضية موحدة وغير مرتبطة لا بمكان ولا بزمان، كما أننا نسير من الحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان والقرية الكونية إلى حتمية إنتاج هوية ثقافية موحدة لهذه القرية الكونية بفضاءاتها الافتراضية المتباعدة والغير متشابهة والتي تفتقر للمقومات الأساسية التي تقوم عليها الهوية داخل المجتمعات كمرجعية الدين، واللغة، تشكل تهديدا خطيرا يجسد مفهوم الاختراق الثقافي للهوية لذلك وجب علينا الانتباه لهذا الخطر ومحاولة ردع هذا الاختراق الطاغي الذي يشكل تهديدا لمنظومتنا الثقافية والهوياتية ضاربا في أعماق مقوماتها في ظل التسارع التقني الذي نمر به في أوج الثورات الرقمية الحالية.

الهوامش:

1 – عبد الكريم تفرقنيت، العلاقات الاجتماعية في ضوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الدولي الثاني، حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام: نظريات الإعلام المعاصرة، يومي:4/3 ديسمبر 2013

2– فلاح جابر الغرابي، وسائل الاتصال الحديثة ودورها في إحداث التغير الاجتماعي، مقالة منشورة ، مجلة القادسية في الآداب والعلوم التربوية، مجلد 8، العدد2، 2009.

3– عبد الله الزين الحيدري، مواقع التواصل الاجتماعي المكان الافتراضي والزمن الميديـاتيكي، متاح على الرابط التالي: http://bouhoot.blogspot.com/2015/04/blog-post_48.html، فتح بتاريخ 28 جانفي2016، على الساعة 22:45د.

4 ـ محمد أحمد محمد إسماعيل: برنامج مقترح لتفعيل دور أنشطة نادي الطفل لتأصيل الهوية الثقافية لمواجهة التحديثات الحضارية بمراكز إعلام محافظة قناة السويس ، مجلة كلية تربية عين شمس، ع 30 ، ج 3 ، القاهرة : مكتبة زهراء الشرق ، 2006 ، ص 373

5– عبّاس مصطفى الصادق، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد، من فانفربوش إلى نيكولاس نيغروبونتي، الإمارات العربية المتحدة، دراسة منشورة، ص 31.

6- الصادق الحمامي، قضيتان للطرح والحوار: الإعلام الجديد، مقاربة تواصلية، معهد الصحافة وعلوم الإخبار، تونس، دراسة منشورة في مجلة إتحاد

إذاعات الدول العربية، عدد 4، 2006، ص 04،

[7] – Steve Jones, Encyclopedia of New Media : An Essential Reference to Communication and Technology . SAGE Publications. 2002.عن: عبَّاس مصطفى الصادق، الإعلام الجديد، دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، ص 6.

8– عَّباس مصطفى الصادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان –الأردن، 2008، ص31.

9 – عبَّاس مصطفى الصادق، الإعلام الجديد، دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة ، دراسة منشورة، ص07.

10– راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد15، 2003،جامعة عمان الأهلية–الأردن– ص23.

11– أمينة عادل سليمان السيد، هبة محمد خليفة عبد العال، الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة، بحث مقدم للجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات ضمن فعاليات المؤتمر 13 لأخصائي المكتبات، جامعة حلوان، مصر، 2009، ص6.

12 – Bolter, Jay David. Grusin Richard, "Remediation: Understanding New Media", USA: The MIT Press; 1st edition, . (February 28, 2000) p. 21

13– عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد و الصحافة الالكترونية، دار وائل للنشر، ط1،الأردن،2011، ص .183

14 – أمينة عادل سليمان السيد، هبة محمد خليفة عبد العال، مرجع سبق ذكره، ص13.

15- حمزه أحمد أمين، أهمية التخطيط الإتصالي والإعلامي لتوظيف وسائل الإعلام الجديد في التوعية بخطورة المخدرات. بحث مقدم المؤتمر «نحو استراتيجية فعالة للتوعية بأخطار المخدرات وأضرارها، مركز النشر العلمي بجامعة الملك عبدالعزيز، بيت المال، (2011)، ص3.

16- http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What _is_social_media-icrossing_ebook.p61,pdf/

17- مازن الدراب، مواقع الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها، متاح على الرابط:

http://knol.google.com/k/mazen-aldarrab، تم الفتح بتاريخ: 2015/12/29، على الساعة: 22.33.

18- صادق عباس، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 15.

19- عبد الودود مكروم: قيم هوية وثقافة الإنماء مدخل لتحديد دور التعليم العالي في بناء مستقبل الأمة العربية، المؤتمر العلمي العشرون " مناهج التعليم والهوية الثقافية " المنعقد في الفترة 30 - 31 يوليو 2008 بدار ضيافة جامعة عين شمس، مجلد 4 ، الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس، ص 1375.

20 - Telhami, Sh. & M. Barnett (2002), "Introduction: Identity and Foreign Policy" in the Middle East"in Telhami, Sh. & M. Barnett (eds.),

21- الجابري محمد عابد، مسألة الهوية، العروبة والإسلام والغرب، ط2، سلسلة الثقافة القومية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1997، ص27.

22- محمود العالم: الفكر العربي بين الخصوصية والكونية، القاهرة: دار

المستقبل العربي، 1996، ص 19

23- حسن عبد الله العايد: أثر العولمة في الثقافة العربية، دار النهضة العربية، بيروت، 2004، ص 20.

24 – شيهب عادل، الثقافة والهوية: إشكالية المفاهيم والعلاقة، جامعة جيجل الجزائر، دراسة منشورة على موقع أرنتروبوس، متاح على الرابط التالي:
http://www.aranthropos.com/wp-content/themes/coffeedesk/style.css

25 – سعاد ولد جاب الله، الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الالكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير غير منشورة، 2005–2006، جامعة الجزائر 3، ص144.

26- محمد عابد الجابري : العولمة والهوية الثقافية ، مجلة المستقبل العربي ، ع 228 / بيروت : مركز دراسات الوحدة مركز دراسات الوحدة العربية، فبراير 1998، ص ص 14–22.

27- بركات محمد مراد، اللغة العربية وتشكيل هوية الطفل العربي، متاح على الرابط: www.alwahamag.com ، فتح بتاريخ: 2015/12/31، على الساعة: 4:20.

28- سعاد ولد جاب الله ، مرجع سبق ذكره، ص 151.

29- الرقب سعيد عبد الرحمن، الهوية الثقافية في الفكر التربوي المعاصر، دراسة منشورة، ص84.

30- عبد العزيز بن عثمان التويجري: الحفاظ على الهوية الثقافية الإسلامية العربية في إطار الرؤية المتكاملة، ص7. متاح على الرابط التالي:

http://www.isslamtoday.net/nr/exers/ ، فتح يوم 2016/01/06، على الساعة 04:33.

31- مصطفى عوفي وآخرون، الهوية الوطنية في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، ع4، جامعة الجزائر، 2012، صص21-22.

32 - سهيل سالم سلمان الحربي: دور مناهج التربية الفنية بالمملكة العربية السعودية، في تعزيز القيم وإبراز الهوية الثقافية، مؤتمر "مناهج التعليم والهوية الثقافية" مرجع سابق ص 531.

33 - محمد عابد الجابري: مسألة الهوية – العروبة والإسلام والغرب ، بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية ، 1995 ، ص 12 .

34 - فؤاد البكري، الهوية الثقافية العربية في ظل ثورة الاتصال والإعلام الجديد، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد، التكنولوجيا الجديدة، لعالم جديد، جامعة البحرين، 2009، ص 385

35- نادية بنت سالم بن سعد الدوسري: بعض مسئوليات المدرسة الثانوية تجاه تعزيز الهوية الثقافية لطلابها ، مؤتمر " مناهج التعليم والهوية الثقافية " مرجع سابق ، ص .196

36- فؤاد البكري، مرجع سبق ذكره، ص387.

37- القليني يوسف فاطمة، القيم كما تعكسها الصحافة المحلية في قيم العمل الجديدة في المجتمع المصري، المكتبة الأنجلومصرية، القاهرة، 2007، ص17.

38- جمال العيفة، الاتصال الشخصي في عصر شبكات التواصل الاجتماعي، ضرورة اجتماعية في عالم متغير، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، ع10، جامعة الجزائر، جوان 2010، ص173.

39- متاح على الرابط: http://digital.argaam.com ، يحتل الفيسبوك الصدارة عالميا من بين الشبكات الاجتماعية العالمية على أساس عدد المستخدمين. إحصائيات جانفي 2016.

40- وازي الطاوس، وسائل التكنولوجيا وتأثيرها على الاتصال بين الآباء والأبناء، الملتقى الوطني الثاني حول: جودة الحياة في الأسرة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة الجزائر، 9-10-2013، ص5.

41- عيساني الطيب رحيمة، اللغة العرب نجليزية في وسائط الإعلام الجديد، ملتقى اللغة العربية في وسائط الإعلام الجديد، جامعة الشارقة، دبي، 07-10 مايو 2013، ص1.