

تأثير وسائل الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية للشباب الجامعي الجزائري

– دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة غليزان –

The impact of new media on the national identity of Algerian university youth -A field study on a sample of Relizane University students-

حنادر عبد الله

¹ جامعة غليزان (الجزائر)، abdellah.hanader@univ-relizane.dz

تاريخ الإرسال: 23-12-2022 تاريخ القبول: 13-06-2023 تاريخ النشر: 16-06-2023

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير وسائل الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية للشباب الجامعي الجزائري – ممثلاً في طلبة جامعة غليزان –، وقد استخدم الباحث المنهج المسحي، موظفاً أداة الاستبيان، والتي تم توزيعها على عينة من الطلبة قوامها 100 طالب؛ وقد أسفرت الدراسة عن جملة من النتائج أهمها:

- الوقوف على مستوى عالٍ من وعي الطلبة بالدور السلبي الذي تقوم به بعض وسائل الإعلام الجديدة في التسويق والدعاية للثقافة الغربية عوض مواجهتها والتصدي لها.
- الإجماع شبه التام على عدم قيام وسائل الإعلام الجديدة بدور في تنمية وترسيخ الهوية الوطنية لدى الطالب الجامعي، وهذا دليل على وعي الطالب الجامعي بالغياب الواضح لدور الإعلام الجديد في تعزيز وتنمية الهوية الوطنية لديهم.

الكلمات المفتاحية: الأثر؛ وسائل الإعلام الجديدة؛ الهوية الوطنية؛ الطالب الجامعي؛ جامعة غليزان

Abstract :

This study aims to identify the extent of the impact of new media on the national identity of Algerian university youth - represented by the students of the University of Relizane -. The researcher used the survey method, using the questionnaire tool, which was distributed to a sample of 100 students. The study resulted in a number of results, the most important of which are :

- Standing on a high level of students' awareness of the negative role played by some new media in the marketing and propaganda of Western culture instead of confronting and confronting it.

تأثير وسائط الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية للشباب الجامعي الجزائري
- دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة غليزان -

- The almost complete consensus that the new media does not play a role in developing and consolidating the national identity of the university student, and this is evidence of the university student's awareness of the apparent absence of the role of the new media in promoting and developing their national identity

Keywords: Effect ; New media ; National Identity ; University student ; Relizane University

المؤلف المرسل: حنادر عبد الله، الإيميل: abdellah.hanader@univ-relizane.dz

1- مقدمة:

لقد أحدثت وسائل الإعلام الحديثة ثورة حقيقية في جميع المجالات نتج عنها التدفق الهائل للمعلومات وأفضت إلى جعل العالم قرية كونية صغيرة بإمكان سكانه الاطلاع على مجريات الوقائع والأحداث أولا بأول ولحظة بلحظة.

فوسائل الإعلام الجديدة بدخولها شتى الميادين أصبحت -لا ريب- القلب النابض وشريان الحياة في عالم اليوم، ولم يكن لها أن تبلغ هذه المرتبة دون التكنولوجيا المستعملة فيها والتي تقتصر على الدول المتقدمة الأوروبية والأمريكية على وجه التحديد مما يؤدي إلى سريان مضامين ثقافية منها إلى بقية مناطق العالم؛ وهو ما أثار إشكاليات عديدة أبرزها مسألة الهوية والهوية الوطنية بالخصوص.

والشباب هم أكثر الاجتماعية استهدفا من عمليات الغزو الثقافي وهذا نتيجة التطور المتنامي لوسائل الإعلام وبالضبط وسائل الإعلام الجديدة التي أصبحت عاملا رئيسا من عوامل تشكيل الوعي الاجتماعي والثقافي للشباب.

ومن الواضح أن تعامل الشباب مع مضامين وسائط الإعلام الجديدة أضحي أكثر من تعامله مع الأفراد المحيطين به من الأسرة أو الجماعة وهذا بحثا عن البديل في المجتمع الالكتروني بدل المجتمع الواقعي؛ وهو ما يؤثر بطريقة أو بأخرى على هويته الثقافية والوطنية على حد سواء.

حنادر عبد الله

والشباب الجامعي الجزائري كغيره من شباب العالم العربي والعالم الثالث معرض للموجات الثقافية الغربية القادمة عبر وسائل الاعلام الجديدة؛ وهو ما قد يمس هويته الثقافية والوطنية بشكل خاص.

وانطلاقا مما سبق قمنا بصياغة اشكالية الدراسة على النحو التالي:

*** ما مدى تأثير وسائط الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية لطلبة جامعة غليزان؟**

أهداف الدراسة: إن الغرض من إنجازنا لهذا البحث هو:

- الوقوف على حقيقة الدور الذي تلعبه وسائط الإعلام الجديدة في تثبيت أو تغيير معالم الهوية الوطنية لدى شريحة مهمة في المجتمع الجزائري.

- التعرف على مدى الوعي الذي آل إليه الشباب الجزائري ممثلين في عينة الطلبة الجامعيين بتأثيرات وسائط الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية.

منهج الدراسة: لقد اعتمدنا على المنهج المسحي المناسب للدراسات الوصفية بحيث اخترنا المسح بالعينة اختصارا للوقت والجهد وتحقيقا لأهداف الدراسة.

أدوات الدراسة: قمنا بجمع المعلومات والبيانات من خلال استمارة الاستبيان التي تم توزيعها عن طريق المقابلة المباشرة مع أفراد العينة.

عينة الدراسة: عمدنا إلى اختيارها بطريقة عشوائية من طلبة جامعة غليزان ، وقد بلغت 100 مفردة.

2. الإطار النظري للدراسة:

1.2. مدخل إلى مفهوم الهوية الوطنية

1.1.2 مفهوم الهوية:

يمكن تعريفها على أنها " الحقيقة المطلقة المشتملة على الحقائق اشتمال النواة على الشجرة في الغيب أي: تلك الصفة الثابتة والذات التي لا تتبدل ولا تتأثر ولا تسمح لغيرها من الهويات أن تصبح مكانها أو تكون نقيضا لها" (زغو، 2010، صفحة 94).

تأثير وسائط الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية للشباب الجامعي الجزائري

– دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة غليزان –

2.1.2 مركبات الهوية: تختلف مركبات الهوية بين عديد المفكرين، لكننا سنقف عند المركبات التي

تشكل محور تداخل بينها والتي نوجزها فيما يلي:

– الدين: يعرف بأنه "المعتقدات والممارسات والقيم الفلسفية المتصلة بتحديد ما هو مقدس، وبفهم الحياة

والتخلص من مشكلات الوجود الإنساني، وكذلك يعتبر الدين طريقا نظاميا نحو النجاة أو الخلاص؛ فيما

تعتبر التقاليد الدينية نتيجة محاولة الإنسان الدائبة الاستئثار بأفكاره الفلسفية والروحية وادخارها بحيث

تكون متاحة أمام الفرد كلما واجه الحياة بتعقيداتها ومشكلاتها وتواترها" (عاطف، 1989، صفحة 382)

– اللغة: " نظام من الرموز الصوتية أو مجموعة من الصور اللفظية تختزن في أذهان أفراد الجماعة اللغوية

وتستخدم للتفاهم بين أبناء جمع معين" (مناصرية ، 2012، صفحة 111).

– الأصل الإثني: " تعبر الإثنية عن مجمل الممارسات الثقافية والنظرة التي تمارسها أو تعتنقها جماعة من

الناس ويتميزون بها عن الجماعات الأخرى في المجتمع" (مناصرية ، 2012، صفحة 111)، بالإضافة إلى

الأبعاد (المركبات) السالفة الذكر للهوية؛ فان هناك أبعادا أخرى تعد أركاننا ثابتة لدى عدد من الجماعات

كالمجال الجغرافي، العلم و النشيد الوطنيين، والتاريخ المشترك، وهذا ما يجعل لكل أمة أبعادا تميزها عن

غيرها.

2.2. الهوية الوطنية وعنصر الشباب

1.2.2- مفهوم الهوية الوطنية:

ينتسب هذا المفهوم إلى الوطن أو الأمة التي ينتمي إليها شعب متميز بخصائص هويته، وهوية أي أمة من

الأمم هي " مجموعة السمات أو الصفات الثقافية العامة التي تمثل الحد الأدنى المشترك بين جميع الأفراد

الذين ينتمون إليها، والتي تجعلهم يعرفون ويتميزون بصفاتهم تلك عما سواهم من أفراد الأمم الأخرى" (بن

نعمان، 1995، صفحة 23).

زيادة على ما سبق يمكن أن نبرز أهم مؤشرات الهوية الوطنية كما يلي :

حنادر عبد الله

مكان الولادة، السلالة، محل الإقامة، طول فترة الإقامة، التنشئة والتربية، الاسم، الشكل الفيزيائي الخارجي، والارتباط المصيري بمكان ما (سنو، 2002، صفحة 20).

2.2.2 أهمية الهوية عند الشباب:

تعد الهوية حاجة إنسانية ضرورية ذلك أن أول ما يميز الإنسان عن الحيوان هو نمط احتياجاته الاختصاصية مما يجعل التعرف عليه بعيدا عن معرفة هذه الاحتياجات أمرا غير ميسور، وأهم هذه الحاجات: الحاجات إلى الانتماء والحاجة إلى الهوية، ذلك أن الإنسان على حد تعبير إيريك فروم بحاجة إلى الشعور بالامتياز والتمايز عن الغير فإن الفشل في تلبية هذا الشعور عن طريق نبوغه يسعى لتحقيق هذا المأرب عن طريق التماثل مع غيره من الناس (سلطان، 2011، الصفحات 351-352)، وهكذا تتبلور شخصية كل إنسان على أساس الفرص والإمكانيات التي يوفرها له المجتمع والثقافة.

تحدد الهوية عند كاستلر (**Kastler**) باعتبارها عملية بناء المعنى على أساس سمة ثقافة مفردة، أو منظومة من السمات الثقافية والتي تعطي الأسبقية على باقي المصادر المنتجة للمعنى (لطرش. ضيف، 2014، صفحة 560).

لكن الواقع الحالي يحتاج إلى هوية التعايش مع الآخر دون أن تنحرف أو تنسلخ من جذورها أو تنصهر في الآخر، ذلك أن طبيعة المجتمعات الراهنة تجعل تكوينها متداخلا بين المحلي والكوني، ونحن جزء لا يتجزأ من العالم الذي نقطن فيه وتعايش معه مع الحفاظ على قيمنا الأصيلة والاستفادة من نتاج الحضارات الأخرى ويثبت هويتنا ويساهم في تجديد حياتنا وتطويرها .

3.2 ماهية وسائط الإعلام الجديدة:

1.3.2: تعريف الإعلام الجديد: هناك العديد من التعريفات التي قدمت للإعلام الجديد؛ نذكر منها التعريفين التاليين:

- تعريف قاموس التكنولوجيا الرفيعة: "الإعلام الجديد هو اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة" (مدفوني، 2019، صفحة 93).

تأثير وسائط الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية للشباب الجامعي الجزائري

– دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة غليزان –

– تعريف ليستر (Lester): " الإعلام الجديد هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو " (بن عبو، 2020، صفحة 27).

2.3.2: تعريف الإعلام الجديد: يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة التالية:

– الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت وتطبيقاتها (صادق، 2012).

– الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف (حسونة، 2014).

– نوع على منصة الوسائل التقليدية مثل: التلفزيون، والراديو التي اضيفت إليها مميزات جديدة مثل: التفاعلية، والرقمية والاستجابة للطلب.

– الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر؛ ويتم تداول هذا النوع إما شبكيا أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل: الأسطوانات الضوئية وما إليها ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب وغيرها (حسونة، 2014).

3.3.2: سمات وسائط الإعلام الجديدة: يتميز بجملة من الخصائص نبرزها كما يلي: (شيخاني، 2010، صفحة 444).

– التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي.

– التفاعلية: تطلق هذه الصفة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها.

– تفنيت الاتصال: ومعناه أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماعة ضخمة كما كان في الماضي.

حنادر عبد الله

- اللاتزامنية: ويقصد بها إمكانية إرسال الرسالة واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.

- قابلية التحويل: وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر.

- قابلية التوصيل: أي إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى وبغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع.

- الشبوع أو الانتشار: ونعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع.

- الكونية: البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية تتبع مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم.

4.3.2: وظائف وسائط الإعلام الجديدة: تتمثل فيما يلي (حسونة، 2014):

- تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي؛ حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيدا عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي.

- سهولة الاتصال بالمواقع الإخبارية وفورية الإعلام.

- القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها ومناهضة غيرها من الأفكار بحيث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام إقليمي أو عالمي نحو القضايا والأفراد في وقت معين.

- غياب المصادر وتحري المصدقية تساعد في تدعيم وظيفة الدعاية التي تسهم في جانبها السلبي في تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة الثقافية والتبعية الثقافية.

- التوسع في استخدام وسائل الإعلام الجديدة في التعليم، فقد انتشرت المفاهيم والاستراتيجيات الخاصة بالتعليم عن بعد من خلال الشبكات والتعليم الافتراضي وغيرها التي تشير إلى دور الحواسيب في التعليم.

- وظيفتي التسويق والإعلان؛ خصوصا بالنسبة للمواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام والدخول.

تأثير وسائط الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية للشباب الجامعي الجزائري

– دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة غليزان –

– أسهمت وسائط الإعلام الجديدة في تحقيق وظيفة التسلية والترفيه التي أصبحت تجذب مستويات عمرية مختلفة.

3. الإطار التطبيقي للدراسة:

الجدول 1: الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة:

النسبة %	التكرار	
60	60	ذكور
40	40	إناث
100	100	المجموع

المصدر: من إعداد المؤلف

يتضح من خلال الجدول أن نسبة الذكور تمثل 60% من أفراد العينة، وهي نسبة تتقارب إلى حد ما مع نسبة المبحوثات الإناث التي تقدر بـ 40%، وتعزى هذه النتائج إلى احتكاك الباحث بفئة الذكور والتواصل معهم بشكل مستمر وبمختلف قنوات الاتصال الممكنة، على عكس الإناث اللاتي يقتصر الاتصال بهن في قاعات التدريس فقط.

الجدول 2: وعي الطلبة بمخاطر وسائط الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية:

المجموع		لا		نعم		
%	ت	%	ت	%	ت	
100	60	13.33	08	86.66	52	ذكور
100	40	35	14	65	26	إناث
100	100	22	22	78	78	المجموع

حنادر عبد الله

المصدر: من إعداد المؤلف

تظهر بيانات الجدول رقم (2) ارتفاع نسبة الذكور الذين لديهم علم بمخاطر وسائط الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية إذ قدرت نسبتهم بـ 86.66% من مجموع أفراد العينة الذكور؛ في حين وصلت نسبة من لا علم لهم بالمخاطر التي تحملها وسائط الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية عند فئة الذكور إلى 13.33% من مجموعهم الكلي.

بينما وردت نسبة الإناث اللائي لهن معرفة بخطورة وسائط الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية بـ 65%، في مقابل 35% منهن لا يعلمن مخاطرها؛ وهذا ما يفسر بارتفاع مستوى الوعي الثقافي والفكري لدى الذكور عنه لدى الإناث في أفراد العينة.

الجدول 3: قيام وسائط الإعلام الجديدة بترسيخ الهوية الوطنية لدى الطلبة:

المجموع	لا		نوعا ما		نعم			
	%	ت	%	ت	%	ت		
100	60	43.33	26	53.33	32	03.33	02	ذكور
100	40	52.5	21	40	16	07.5	03	إناث
100	100	47	47	48	48	05	05	المجموع

المصدر: من إعداد المؤلف

يبرز لنا الجدول رقم (3) أن تمَّ انخفاضاً ملموساً في موافقة الطلبة من الجنسين على أن وسائط الإعلام الجديدة تلعب دوراً رئيساً في تنمية وترسيخ الهوية الوطنية، إذ قدرت نسبة الذكور الذين أجابوا بنعم بـ 03.33%، بينما لم تتعد نسبة الإناث 07.5%، وكانت نسبة الطلبة الذين قالوا بان الإعلام

تأثير وسائط الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية للشباب الجامعي الجزائري

– دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة غليزان –

الجديد يعمل على ترسيخ الهوية الوطنية لدى الطلبة نوعا ما متقاربة بين الجنسين؛ حيث بلغت عند الذكور

53.33% وعند الإناث 40% .

أما نسبة الطلبة الذين يرون بأن وسائط الإعلام الجديدة لا تقوم إطلاقا بترسيخ الهوية الوطنية فقد زادت عند الإناث لتصل إلى 52.5%، أما الذكور فبلغت نسبتهم 43.33%، ويمكن تفسير النتائج السابقة بالوعي الكبير الذي بلغه الطلبة حول الدور الذي يقوم به الإعلام الجديد؛ والذي يكون في غالب الأحيان وسيلة لبث ونشر الثقافة الغربية وليس لتنمية وترسيخ الهوية الوطنية لدى الطالب الجامعي.

الجدول 4: إسهامات وسائط الإعلام الجديدة في دفع الطلبة إلى التمسك بالهوية الوطنية:

إناث		ذكور		
%	ت	%	ت	
32.81	21	41.24	40	قيام مواقع التواصل الاجتماعي بغرس قيم المواطنة وتعزيز مبادئ الانتماء الوطني.
35.93	23	30.93	30	وجود عدد لا بأس به من المواقع الالكترونية التي تقدم مادة معلوماتية صادرة من الثقافة الجزائرية الأصيلة والدين الإسلامي الحنيف.
25	16	17.52	17	سعي العديد من الصحف الالكترونية إلى توعية قرائها بالتمسك بالهوية الوطنية.
06.25	04	10.30	10	بذل أقصى الجهود قصد التعريف بحتمية تعزيز الهوية الإسلامية من خلال نشر الثقافة العربية الإسلامية.
100	64	100	97	المجموع

المصدر: من إعداد المؤلف

تبرز بيانات الجدول الرابع أن ابرز إسهامات وسائط الإعلام الجديدة في دفع الطلبة إلى التمسك

بالهوية الوطنية تتجلى في قيام مواقع التواصل الاجتماعي بغرس قيم المواطنة وتعزيز مبادئ الانتماء الوطني

حنادر عبد الله

في المقام الأول بنسبة 41.24% للذكور و 32.81% للإناث، ليأتي في الوصافة وجود عدد لا بأس به من المواقع الالكترونية التي تقدم مادة معلوماتية صادرة من عمق الثقافة الجزائرية الأصيلة والدين الإسلامي الحنيف بنسبة قاربت 31% للذكور و 36% للإناث، ثم جاء بعد ذلك سعي العديد من الصحف الالكترونية إلى توعية قرائها بالتمسك بالهوية الوطنية بنسبة 17.52% للذكور و 25% للإناث، وفي الصف الأخير ورد بذل أقصى الجهود قصد التعريف بحتمية تعزيز الهوية الإسلامية من خلال نشر الثقافة العربية الإسلامية بنسبة 10.30% و 06.25% للذكور والإناث تواليا.

الجدول 5: الانعكاسات الايجابية لوسائل الإعلام الجديدة في بناء الهوية الوطنية لدى الطلبة:

إناث		ذكور		
%	ت	%	ت	
44.29	31	53.33	48	تمسك الطلبة بالعادات والتقاليد الوطنية والسعي في الحفاظ على التراث الوطني.
32.85	23	22.22	20	حفاظ الطلبة على هويتهم العربية الأصيلة من خلال المظهر اللائق والجيد.
17.14	12	16.67	15	ارتباط الطلبة الوثيق بأخلاقيات الدين الإسلامي الحنيف.
05.71	04	07.77	07	التفاعل الإيجابي للطلبة مع القضايا الوطنية والذود عنها.
100	70	100	90	المجموع

المصدر: من إعداد المؤلف

يبين الجدول أعلاه أهم الآثار الإيجابية لوسائل الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية للطلاب الجامعي، بحيث يساهم في تمسك الطلبة بالعادات والتقاليد الوطنية وحثهم على السعي في الحفاظ على التراث الوطني بنسبة بلغت 53.33% للذكور و 44.29% للإناث، ليرد بعد ذلك حفاظ الطلبة على هويتهم العربية الأصيلة من خلال المظهر اللائق والهندام الجيد بنسبة موافقة قدرت بـ 22.22% لدى الذكور وبنسبة 32.85% للإناث، ثم ارتباط الطلبة الوثيق بأخلاقيات الدين الإسلامي الحنيف بنسبة

تأثير وسائط الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية للشباب الجامعي الجزائري

– دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة غليزان –

16.67% للذكور و17.14% للإناث، وورد في المرتبة الأخيرة التفاعل الايجابي للطلبة مع القضايا الوطنية والذود عنها بنسبة 07.77% للذكور و05.71% للإناث.

الجدول 6: الانعكاسات السلبية لوسائط الإعلام الجديدة في بناء الهوية الوطنية لدى الطلبة:

إناث		ذكور		
%	ت	%	ت	
42.85	30	44.44	40	إكساب بعض القيم والعادات الغربية والغريبة عن المجتمع العربي عموما والجزائري بشكل خاص.
38.57	27	35.55	32	غرس الأفكار الطائفية والعرقية، والدعوة للانضمام إلى التنظيمات الإرهابية.
18.57	13	20	18	الانحراف ونشر الرذيلة والإباحية، وتفشي الجريمة.
100	70	100	90	المجموع

المصدر: من إعداد المؤلف

يوضح هذا الجدول أهم الانعكاسات السلبية لوسائط الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية لدى الطالب الجامعي؛ بحيث تؤدي وسائط الإعلام الجديدة إلى إكساب الطلبة بعض العادات الغربية والغريبة عن المجتمع العربي عموما والجزائري بشكل خاص بنسبة قدرت بـ 44.44% لدى الذكور، وبنسبة 42.85% للإناث، كما يلعب دورا في غرس الأفكار الطائفية والعرقية والدعوة للانضمام للتنظيمات الإرهابية بنسبة وصلت إلى 35.55% للذكور وقارت بـ 39% للإناث، هذا ويساهم الإعلام الجديد في تنامي الانحراف ونشر الإباحية وتفشي الجريمة والتي قدرت عند الذكور بـ 20% وعند الإناث بـ 18.57%.

حنادر عبد الله

الجدول 7: معالم عدم مساهمة وسائط الإعلام الجديدة في نشر ثقافة التمسك بالهوية الوطنية لدى

الطلبة:

إناث		ذكور		
%	ت	%	ت	
43.75	28	51.54	50	الترويج للثقافة الغربية في مقابل إهمال نشر وبث الثقافة العربية عموما والجزائرية بشكل خاص في جل المواقع الالكترونية.
39.06	25	30.93	30	سيطرة المواد الإعلامية الأجنبية الغربية على الكثير من المواقع الالكترونية العربية خصوصا.
17.18	11	17.52	17	التقليد الأعمى للمواد الإعلامية الغربية شكلا ومحتوى.
100	64	100	97	المجموع

المصدر: من إعداد المؤلف

نلاحظ من خلال الجدول رقم (7) أن نسبة 51.54% من الباحثين الذكور يرون أن أهم معلم لعدم مساهمة وسائط الإعلام الجديدة في بث ثقافة التمسك بالهوية الوطنية هو الترويج والتسويق للثقافة الغربية في مقابل إهمال نشر الثقافة العربية الأصيلة عموما والجزائرية بشكل خاص في المواقع الالكترونية، ولم تختلف نسبة الإناث كثيرا عن نسبة الذكور بخصوص هذا المعلم حيث قدرت بـ 44% تقريبا، تلاها سيطرة المواد الإعلامية الأجنبية الغربية على الكثير من المواقع الالكترونية العربية خصوصا بنسبة قارت 31% للذكور و39% للإناث، وحل أخيرا معلم التقليد الأعمى للمواد الإعلامية الغربية شكلا ومضمونا بنسبة 17.52% للذكور و17.18% للإناث.

الجدول 8: أبرز وسائط الإعلام الجديدة المؤثرة في توعية الطلبة بضرورة الحفاظ على التراث والثقافة

الوطنيين:

%	ت	
44.24	96	مواقع التواصل الاجتماعي
32.25	70	المواقع الالكترونية
18.44	40	الصحف الالكترونية

تأثير وسائط الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية للشباب الجامعي الجزائري
 - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة غليزان -

05.07	11	المكتبات الرقمية
100	217	المجموع

المصدر: من إعداد المؤلف

يشير الجدول رقم (8) إلى أن أهم وسائط الإعلام الجديدة التي تؤثر في توعية الطلبة بضرورة الحفاظ على التراث والثقافة الوطنيين تتجلى في مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر، اليوتيوب،...الخ) في الصف الأول بنسبة 44.24%، تليها المواقع الالكترونية بشتى أنواعها بنسبة 32.25%، ثم الصحف والجرائد الالكترونية بنسبة 18.44%، وأخيرا المكتبات الرقمية بنسبة 05.07%؛ وتفسر هذه النتائج بالتعلق الكبير للطلبة والشباب عموما بشبكات التواصل الاجتماعي وبدرجة أقل الوسائل الأخرى.

الجدول 9: أساليب تفعيل مهمة وسائط الإعلام الجديدة في تثبيت قيم الهوية عند الشباب الجزائري:

إناث		ذكور		
%	ت	%	ت	
64.28	45	74.22	72	فرض الرقابة على المواد الإعلامية التي تحاول طمس الهوية العربية والثوابت الوطنية على وجه التحديد.
24.28	17	19.59	19	توعية الشباب بخطورة المضامين الإعلامية الأجنبية التي تسوق لثقافة العولمة.
11.43	08	06.18	06	أخرى

100	70	100	97	المجموع
-----	----	-----	----	---------

المصدر: من إعداد المؤلف

تشير بيانات الجدول (9) أن نسبة 74.22% من الذكور و64.28% من الإناث يرون أن أهم أسلوب لتفعيل أداء وسائط الإعلام الجديدة في ترسيخ قيم الهوية الوطنية لدى الشباب الجزائري هو "فرض الرقابة على المواد الإعلامية التي تحاول طمس الهوية العربية والثوابت الوطنية الجزائرية (بشكل خاص)"، كما ورد بعد ذلك أسلوب آخر وهو "توعية الشباب بخطورة المضامين الإعلامية الأجنبية التي تسوق لثقافة العولمة"، بحيث شغل هذا الأسلوب ما نسبته 19.59% لدى الذكور و24.28% للإناث، واندرج ضمن فئة أخرى أساليب إضافية على غرار؛ إنتاج برامج وطنية تنافس البرامج الأجنبية قصد دفع عجلة التنمية الثقافية الوطنية والعربية، وصياغة برامج إعلامية إلكترونية بصيغة إسلامية تواكب العالمية بلغت في مجملها 06.18% لدى الذكور و11.43% لدى الإناث.

4. نتائج الدراسة: توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى جملة من النتائج نبرزها على النحو التالي:

1- وجود نسبة معتبرة من الشباب الجامعي من الجنسين ليس لها أي فكرة عن طبيعة الأخطار التي تتركها وسائط الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية؛ وهو ما يفسر بوجود نقص واضح في وظائف المؤسسات التقليدية للتوعية والتوجيه (الأسرة، المدرسة، والمسجد) قصد توجيه وإرشاد الشباب وتوعيتهم بالمخاطر التي تحدق بالهوية.

2- هناك إجماع شبه تام على عدم قيام وسائط الإعلام الجديدة بدور في تنمية وترسيخ الهوية الوطنية لدى الطالب الجامعي، وهذا دليل على وعي الطالب الجامعي بالغياب الواضح لدور الإعلام الجديد في تعزيز وتنمية الهوية الوطنية لديهم.

3- الانخفاض الكبير في بعض المظاهر الإيجابية للإعلام الجديد على هوية الطالب الجامعي خصوصا فيما تعلق بالتفاعل مع القضايا الوطنية والذود عنها والتمسك بتعاليم وآداب الدين الإسلامي الحنيف اللذان لم يتعديا في مجموعهما 25% لدى الجنسين.

تأثير وسائط الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية للشباب الجامعي الجزائري

– دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة غليزان –

4- الوقوف على مستوى عال من وعي الطلبة بالدور السليبي الذي تقوم به بعض وسائط الإعلام الجديدة في التسويق والدعاية للثقافة الغربية عوض مواجهتها والتصدي لها.

5- تساهم وسائط الإعلام الجديدة بمختلف وسائله في غرس الأفكار الطائفية والعرقية والمساعدة على نشر الرذيلة وتنامي الانحراف مما يؤثر سلبا على ترسيخ وتعزيز الهوية الوطنية لدى الطالب الجامعي (ذكورا أو إناثا).

6- احتلت مواقع التواصل الاجتماعي المرتبة الأولى في قائمة الوسائل الإعلامية الجديدة التي تسهم في توعية الطلبة بجمعية الحفاظ على التراث والثقافة الوطنيين بنسبة قاربت 45 %، وهذا راجع إلى الولوج الشديد للطلبة بهذه المواقع إذ لا يكاد يوجد طالب لا يمتلك حسابا على الأقل في أحد هاته المواقع (الفيسبوك وتويتر واليوتيوب بشكل بارز)، فهي تمثل بذلك المصدر رقم 01 في وسائل الإعلام الجديدة.

7- ضرورة صياغة أساليب فعالة لدعم مهمة وسائط الإعلام الجديدة في تثبيت وترسيخ قيم الهوية الوطنية وسط الشباب الجزائري والتي أبرزها الرقابة على المضمون الإعلامي وتوعية الشباب بخطورة بعض المضامين الإعلامية وهو ما يفرض ضرورة التصدي لها.

5. الخاتمة:

مما سبق يمكن القول أن وسائل الإعلام الجديد تحتاج إلى دفعة معنوية بإمكانها أن تشكل حيزا تفاعليا واجتماعيا يساهم في إثراء الرصيد المعرفي وتنمية التنوع الثقافي، كما أنها تمنح الفرصة لعديد الثقافات للتعريف عن ذاتها، في ظل الزخم المعلوماتي الكبير الذي تتيحه الوسائط الإعلامية الجديدة.

حنادر عبد الله

وهذا من شأنه أن ينعكس على مرتادي وسائط الإعلام الجديدة سواء سلبا أو إيجابا وتحديدا عنصر الشباب الذين يعدون الفئة الأكثر تعرضا لمضامينها؛ وهذا التعرض يمس بشكل أو بآخر الهوية والهوية الوطنية إن على مستوى تدعيمها أو على مستوى تهديمها.

وعلى هذا الأساس يجب إعادة النظر في دور مؤسسات التنشئة التقليدية (الأسرة والمسجد والمدرسة،....) ووسائل الإعلام التقليدية قصد حماية الشباب من الثقافات المتتالية عبر التكنولوجيات الاعلامية الجديدة من جهة وتعزيز ترسيخ الهوية الوطنية لديهم من جهة أخرى.

6. قائمة المراجع:

الكتب:

- بن نعمان، أحمد، (1995)، الهوية الوطنية، دار الأمة، الجزائر.
- سنو، غسان، (2002)، الهويات الوطنية والمجتمع العالمي والأعلام، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان.
- غيث، محمد عاطف، (1989)، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر.

الأطروحات:

- مناصرية، ميمونة، (2012)، هوية المجتمع المحلي في مواجهة العولمة، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، الجزائر.

المقالات:

- بلغيث سلطان، (فيفري 2011)، تظاهرات أزمة الهوية لدى الشباب، مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، 3(5)، الصفحات 351-352.
- مدفوني جمال الدين، (31 ديسمبر 2019)، الإعلام الجديد؛ قراءة في المفهوم وبحث في الأشكال وأهم المداخر النظرية، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية، 4(4)، الصفحات 91-108.
- شيخخاني سميرة، (2010)، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، 26(2)، الصفحات 435-480.
- زغو محمد، (2010)، أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، (4)، صفحة 94.

تأثير وسائط الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية للشباب الجامعي الجزائري

– دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة غليزان –

– بن عبو وليد، (19 مارس 2020)، الإعلام الجديد: المفهوم، المداخل النظرية، نظرة في الخصائص والعوامل التي تميزه عن الإعلام التقليدي، وطبيعة الفروق بينهما، مجلة الراصد العلمي، 7(1)، الصفحات 24-47.

المداخلات:

– لطرش فيروز، ضيف ياسين، (27/26 نوفمبر 2014)، أثر وسائل الإعلام على الهوية لدى الشباب الجزائري من السياق الواقعي إلى المجتمع الافتراضي، المجالات الاجتماعية التقليدية والحديثة وإنتاج الهوية الفردية والجماعية في المجتمع الجزائري، جامعة ورقلة، الجزائر.

المواقع الإلكترونية:

– حسونة نسرین، (16 مارس 2014)، الإعلام الجديد؛ المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، متوفر على الموقع: www.aluka.net، استرجع بتاريخ: 08 ديسمبر 2022.

– صادق عباس مصطفى، (مارس 2012)، الإعلام الجديد؛ دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، متوفر على الموقع: <http://site.iugaza.edu/jdalou/files>، استرجع بتاريخ: 06 ديسمبر 2022.