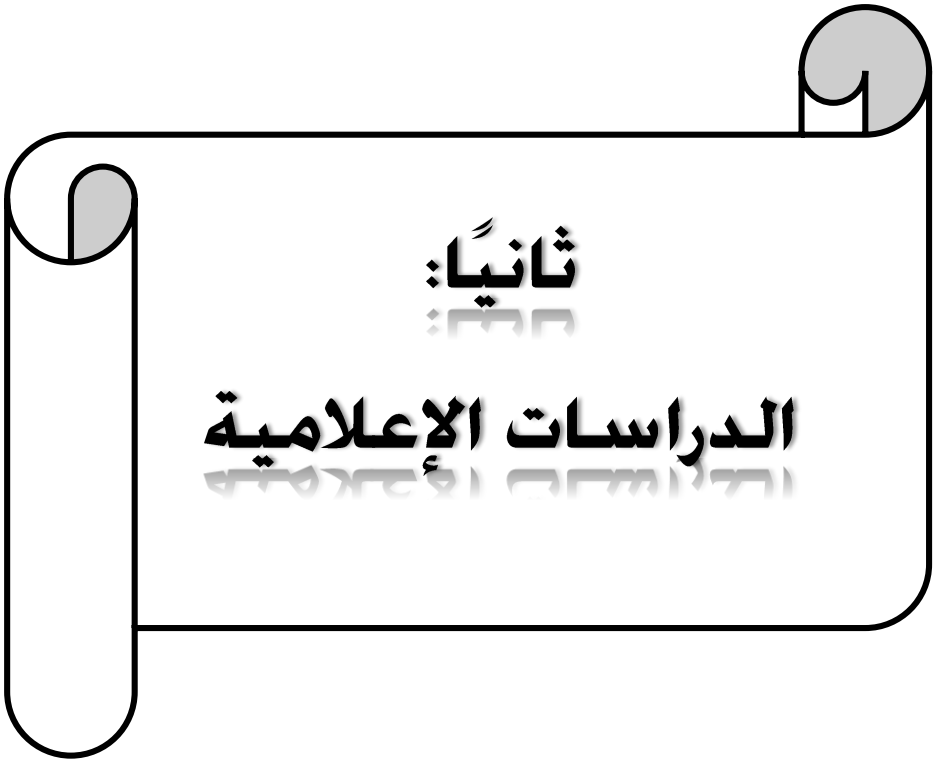
جامعة قناة السويس
معهد الدراسات الأفروآسيوية للدراسات العليا

الإعلام الجديد وعلاقته بالهوية الثقافية العربية

إعداد الباحثة/
كريمة عبد اللطيف عبد اللطيف السيد

مجلة الدراسات الأفروآسيوية
مجلة علمية فصلية محكمة
يصدرها معهد الدراسات الأفروآسيوية للدراسات العليا
جامعة قناة السويس
العدد السابع (يناير – فبراير – مارس ٢٠٢٤م)


ثانيًا:
الدراسات الإعلامية

الإعلام الجديد وعلاقته بالهوية الثقافية العربية

إعداد الباحثة/

كريمة عبد اللطيف عبد اللطيف السيد

المستخلص:

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على الإعلام الجديد وعلاقته بالهوية الثقافية العربية في المجتماعات العربية وبخاصة مجتمع الشباب المصري، وذلك لأن الاهتمام بموضوع الهوية ليس بجديد، وبخاصة في ظل التطورات التكنولوجية وفي ظل ظروف العولمة والانفتاح في شتى المجالات، وبخاصة في مجال الاتصال والإعلام وظهور ما يسمى بالإعلام الجديد، فالإعلام هو وسيلة لنقل الثقافات المختلفة وبخاصة وسائل الإعلام الجديد التي جعلت من العالم قرية كونية صغيرة من خلال عولمة وسائل الإعلام الجديد، ولقد هدفت الدراسة لإبراز أهمية الهوية الثقافية العربية والتعرف على مدى علاقتها بالإعلام الجديد بأنواعه المختلفة وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، باعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر انتشارا وتأثيرا في المجتمعات المختلفة وبخاصة مجتمع الشباب، ومن هنا كان من الضرورى التعرف على العلاقة بين الإعلام الجديد والهوية الثقافية بمكوناتها ومستوياتها المختلفة.

الكلمات المفتاحية: (الإعلام الجديد، الهوية الثقافية العربية، مواقع التواصل الاجتماعي)

Abstract:

The current study aimed: its relationship with Arab cultural identity in Arab meeting and the enormity of the Marri youth community, because the interest is a good night and ,especially in light of technological development and in light of conditions of globalization and openness in various fields, especially in the field of communication and media and the emergence of what are called good media.

The media is a means of purifying the most prestige and noble new media that made the world a small global village with globalization and the means of good science, and the study was aimed at highgighting the importance of identity The Arabian Gaffa Know about Mila who's stuck with the iron sales and the luxury of social networking sit , Batar. The social networking sites are the karanta and aira in soft spots, especially in the youth community. Hence, it was necessary to practic of replaying rhyming rhymes with their dead bodies.

Introductory words: (new media, Arab cultural identity, social media).

مقدمة الدراسة

الاتصال والتفاعل سمة إنسانية منذ قديم الزمان، وقد تعددت وسائل الاتصال قديماً من بين الاتصال الشفهي والمكتوب إلى أن تطورت الوسائل بعد الثورة الصناعية واختراع الصحف والإذاعة والتليفزيون، واستمر الحال لعقود طويلة، وفي ظل عصر العولمة شهد العالم تغيرات وتطورات عالمية جمة نتيجة الثورة التكنولوجية وبخاصة في مجال الاتصال ووسائل الإعلام والذى شهد تطورات سريعة في كل الميادين وظهور ما يعرف بالإعلام الجديد أو الإعلام البديل، ومع ظهور الإنترنت والشبكات الاجتماعية التي قربت المسافات ولغت الحدود، وجعلت من العالم قرية كونية صغيرة، واستخدام المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي في نقل مجريات الأحداث وظهور مجموعة من المؤثرات الإلكترونية التي تنقل أفكار مختلفة للأفراد، فكان لها تأثيرها على حياة المجتمعات باختلاف أعمارهم لكونها قنوات تواصل سريعة بين الأفراد والجماعات عبر العالم ومتاحة في جميع مجالات الحياة، و من ثم فقد أصبح المجتمع مفتوحا ومتاحا للجميع حتى لغير المتخصصين والدارسين لهذا المجال مما تطلب بذل مزيداً من الجهد في التفكير الناقد حيث غيرت هذه الوسائل التكنولوجية كل نواحي الحياة وخلقت أنشطة جديدة للأفراد والمجتمعات، وتتمثل أهمية الإعلام في الآثار التي يحدثها من قيم وأفكار ومعتقدات، فوسائل الإعلام هى مصدر المعلومات ومع التطور التكنولوجي أصبح مصدر المعلومة في وضع خطر فلا ندري ما مصدر المعلومة الصحيح وكيف نتعامل معه.

ومن ناحية أخرى، فقد انتشرت في الآونة الأخيرة مواقع التواصل الاجتماعي كشكل من أشكال الإعلام الجديد، مثل الفيسبوك واليوتيوب والإنستجرام، وانتشرت مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا سريعا وخاصة بين الشباب، الذين وجدوا في تلك المواقع وسيلة للتعبير عن أنفسهم من خلال التفاعل عبر العالم الافتراضي، مما جعل لها دورا مؤثرا في ثقافة الشباب وهويتهم واتجاهاتهم.

ومن خلال هذا العالم الافتراضي أصبحت تظهر أفكار ومعتقدات وآراء واتجاهات مختلفة والتي من شأنها التأثير في ثقافة المجتمع وبخاصة الشباب، والتي تتجلى من خلال ما يتم نشره وتداوله أو حتى التعليقات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مثلاً، بل وأصبحت لها بالغ الأثر في الهوية الثقافية، ومن هنا كان لابد من إلقاء الضوء تأثيرات الإعلام الجديد، والتعرف على العلاقة بين الإعلام الجديد والهوية الثقافية العربية.

الدراسات السابقة: تنقسم الدراسات السابقة إلى محورين وفقاً لمتغيرات الدراسة، المحور الأول تناول تأثيرات الإعلام الجديد، بينما تناول المحور الثانى الهوية الثقافية العربية وتم عرض الدراسات السابقة ترتيبا زمنيًّا من الأحدث للأقدم على النحو التالى:

المحور الأول:
الدراسات التي تناولت تأثيرات الإعلام الجديد

توصلت دراسة (محمد الطاهر عليوى,٢٠٢٢)[١] إلى أن الإعلام الجديد ذو قوة تأثيرية اجتماعية، وتأتى هذه القوة نتيجة لما يتمتع به خصائص تميزه عن الإعلام التقليدي والتي منها التفاعلية والتزامنية وأنه إعلام متعدد الوسائط، وأشارت نتائج الدراسة إلى الآثار السلبية للإعلام الجديد على الهوية الجماعية للمجتمع الجزائري سواء في الدين واللغة العربية والتاريخ الحضاري والهوية الثقافية العربية، وتوصلت الدراسة إلى تقديم اقتراحات عملية حول سبل وآليات مواجهة أخطار الإعلام الجديد في سبيل الحفاظ على الأمن الهوياتي للمجتمع الجزائري؛ كضرورة حتمية لتحقيق أمن فكري دائم له.

بينما أظهرت دراسة (مصطفى حميد كاظم,٢٠٢٢)[٢] أن مواقع التواصل الاجتماعي أضرت بجميع العلاقات الاجتماعية لعينة الدراسة، حيث يرى ٢٣,٦% من المبحوثين أنها أضرت بعلاقتهم مع الأهل والأقارب مقابل ١٩% يعتقدون أنها أضرت بعلاقتهم مع الأصدقاء وزملاء العمل، وأشارت النتائج إلى أن ٤٤% يعتقدون أن مواقع التواصل تسببت بتفكك الروابط الأسرية، مقابل ٢٢,٦% يرون أنها أسهمت في تطوير حياتهم الاجتماعية، وكان ١٤,٣% من العينة يرون أنها يمكن أن تساعد في تقوية الروابط الأسرية، وكان ١١% من المبحوثين يعتقدون أن لها آثار أخرى، بينما يعتقد ٨% أنها تسبب تخلف الحياة الاجتماعية.

وخلصت دراسة (إسماعيل شرقي, ٢٠٢١)[٣] إلى أن وسائل الإعلام الجديد من أهم العوامل المؤثرة في تشكيل الوعي السياسي وتكريس ثقافة المشاركة السياسية التي تؤدي لتكوين اتجاهات إيجابية تجاه الموضوعات السياسية، وأشارت الدراسة لأهمية الإعلام الجديد في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو مختلف القضايا ودورها في التثقيف السياسي وتنمية الوعي السياسي؛ حيث تقوم بنشر المفاهيم السياسية المبتكرة كونها تتيح إمكانية قيام أنظمة سياسية افتراضية تحاكي الأنظمة الحقوقية الموجودة في الواقع، وأكدت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بالديناميكية والتطوروالانتشار وتعرف بالإعلام الاجتماعي، وذلك باعتبارها أبرز وسائل الإعلام الجديد، والتي تتيح وجود عالم افتراضي انتشر على نطاق واسع، وهي بذلك تؤثر في تشكيل الوعي السياسي على مستوى الوطن العربي.

فيما توصلت دراسة (انتصار حمد أمبية الزاوى,٢٠٢٠) [٤] توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: إن الإعلام الجديد يؤدي أدوارا جديدة لم يكن الإعلام التقليدي بوسعه القيام بها، وأكدت على علاقة الإعلام الجديد في صناعة الوعي الاجتماعي سواء من حيث الوعي المعرفي والمعلوماتي واكتساب معارف صحية واقتصادية وثقافية كذلك من ضمن نتائج الدراسة سلبيات وإيجابيات الإعلام الجديد تعتمد على الوعي الاجتماعي الذي يتكون نتيجة تعرض الأفراد للإعلام الجديد في إطار الانتقاء وفهم المادة الإعلامية وتكييفها بما يتفق مع قيم وثقافة المجتمع.

وأشارت دراسة (عبدالله القحطاني, ٢٠٢٠)[٥] إلى أن طبيعة المعلومات التي يبحث عنها الطلاب والطالبات من خلال وسائل الإعلام الجديد تشمل العديد من الاهتمامات، وأن أهم دوافع استخدام وسائل الإعلام الجديد معرفة كل ما هو جديد في مختلف المجالات، بالإضافة لأن وسائل الإعلام الجديد الأكثر استخداما كانت على الترتيب التالي: موقع واتس آب، تويتر، يوتيوب, وأنه توجد موافقة بدرجة عالية على تأثير وسائل الإعلام الجديد في تعزيز الثقافة المعلوماتية، وأوصت الدراسة بضرورة أن تكون هناك برامج توعوية للطلاب في كيفية التعامل مع وسائل الإعلام الجديد، إلى جانب إعطاء المزيد من الاهتمام من قبل الجامعات ومراكز البحث العلمي لدراسة التأثير المحتمل لوسائل الإعلام الجديد خاصة على تشكيل قيم ثقافية جديدة.

المحور الثاني:
الهوية الثقافية العربية والإعلام الجديد

توصلت دراسة (طالب عبد القادر،٢٠٢١)[٦] إلى أن تأثير الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية في بنائها الفكري والثقافي هو نوع من الغزو الثقافي يستهدف كل مقومات الخصوصية الثقافية من قيم وأذواق ومختلف أنماط السلوك، ويعد ترسيخا لمنظومة من القيم التي تختلف عن قيم وثوابت هوية الأمة العربية والإسلامية، ويأتي هذا التأثير من خلال التأثير على اللغة باعتبارها أهم مقومات الهوية الثقافية، وبالتالي سينعكس أثره على الفكر العربي بشكل مباشر، ولذلك توصلت الدراسة لبعض التوصيات والتي من أهمها مكافحة الأمية الثقافية لدى الشعوب العربية، وتنمية الحس الثقافى الجماعى بمخاطر التنميط الثقافي الموجه من خلال الإعلام الجديد، تعزيز الانتماء والتمسك بالقيم من خلال الأسرة ومؤسسات التعليم عبر وسائل الإعلام الجديد.

بينما أشارت دراسة (كريمة محمد كريبة ,٢٠٢١)[٧] إلى أن الإعلام الجديد بمختلف أشكاله سواء المدونات الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع نشر الصور والفيديوهات كان لها تأثيرها في أساليب حياة الأفراد وطرق تفكيرهم وتواصلهم، وهو ما أثر في تمثلاتهم لذواتهم وهوياتهم، وبالرغم من أن الإعلام الجديد كان سببا رئيسا في إنتاج هويات إلكترونية افتراضية خالية من الانتماء والقيم الواضحة إلا أنه أعطى فرصة للمنتمين إلى هوية واحدة للالتقاء ببعضهم البعض ومناقشة الموضوعات المشتركة بينهم مما يؤدي إلى تشكيل ضمير ووعي جمعي يدعم الانتماء والهوية، ولقد أوصت الدراسة بعدة توصيات كان من أهمها إنشاء مجموعات شبابية هادفة على مواقع التواصل الاجتماعي مثال "الفيسبوك".

وأظهرت دراسة (ثريا السنوسي,٢٠٢١)[٨] أن أزمة الهوية ليست معطى ثابتا، بل تتلون في شكلها ومضمونها وحدتها، وتتجلى في شعور المستخدم الشاب العربي بالفجوة بين المجتمعات المصدرة للتكنولوجيا وبين مستهلكيها، مما يجعله مهزوزا لدرجة تجعله يخلق "هوية بيضاء"، كهوية هجينة، عابرة لأشكال الهويات الثقافية المحلية والوطنية، ومحلقة في سماء العالمية.

ووفقًا لعينة الدراسة فإن الأسس السليمة لمواجهة خطر الاستيلاب الثقافي، تمثلت في الانفتاح مع الإبقاء على التوازن بين الأصالة والتفرد، مع ضرورة اضطلاع النخبة المثقفة بدورها الريادي التوعوي والتأصيلي للهوية الثقافية الوطنية عبر وسائل الإعلام الجديد.

وفي السياق نفسه توصلت دراسة (عبد الرحمن محمد محمد، ٢٠٢٠)[٩] إلى أن الإعلام الجديد له تأثيره الواضح على الهوية، وذلك من خلال ما تتيحه هذه الوسائل التكنولوجية من مجتمعات افتراضية التي كان لها بالغ الأثر على تفكير الأفراد والجماعات وتغيير نمطها، حيث أصبحت هذه المجتمعات الافتراضية هي الواقع الجديد الذي يشكل حياة الأفراد، وأشارت الدراسة لأن هذا الواقع الافتراضي أفرز نوعا جديدا من الهوية نتيجة للانفتاح على الثقافات الأخرى.

وأشارت دراسة (زوبير زرزايجي,٢٠٢٠)[١٠] إلى أن الإعلام الجديد بتنوع أشكاله وبتعدد وسائطه يعد المحرك الأساسي للعولمة في عصرنا الحالي بأبعادها الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، وقد نتج عن ثورة النت ومواقع التواصل الاجتماعي ظهور ثقافة وعادات وسلوكيات في مجتمعاتنا العربية ترتبط باستخدام هذه الفضاءات الإلكترونية، مما أدى إلى إحداث تأثيرات ايجابية وسلبية على أنماط ثقافية في مجتمعاتنا، وبالتالى كان لها تأثيرها على الهوية الثقافية للمجتمع، بالإضافة للتأكيد على عدة توصيات أهمها تأكيد الوحدة بين الشعوب العربية وتطوير المنظومة الإعلامية والاتصالية في كل البلاد العربية وضرورة الحفاظ عليها وتطوير البنية الاجتماعية والاقتصادية والفكرية بأعتبارها ركن البناء الحضارى.

وكشفت دراسة (مصطفى حجازي، ٢٠٢٠) [١١] عن عدم إمكانية عودة الحضارة الرقمية إلى الوراء أو وقفها، وأنها تتقدم وتتغلل بشكل متسارع في حياة الامم، وأنه لابد من إعادة تخطيطها لصالح خدمة نمو الإنسان ورفاهيته، وأن تسير جنبا إلى جنب مع الحفاظ على الكيانات الوطنية وتوطيد أركانها وتمكينها، وأنه مع مرور الوقت والوتيرة المتسارعة لتطور التقنيات الرقمية والاتصالية باتت تفرض سيطرتها وهيمنتها على مختلف أوجه الحياة المختلفة، بحيث أصبحت مسألة استثمارها مطروحة بإلحاح على قادة المجتمع السياسيين والعلميين والمفكرين والثقافيين.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

تتمثل أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة في النقاط الآتية:

أ- من خلال اطلاع الباحثة على الدراسات السابقة، فقد ساعدت في تحديد مشكلة هذه الدراسة وتحديد مظاهر المشكلة الدراسية وأبعادها، بالإضافة لكيفية صياغة الفروض والتساؤلات للدراسة بالإضافة لصياغة أهداف جديدة تسعى الدراسة لتحقيقها، وأسهمت في إمكانية تحديد المنهج واختيار العينة المناسبة للدراسة، وتحديد الأدوات اللازمة لجمع البيانات وكيفية تطبيق استمارة الاستبيان.

ب- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في كيفية تفسير ومناقشة النتائج الخاصة بالدراسة من خلال التعرف على نتائج الدراسات السابقة ومقارنتها بنتائج هذه الدراسات.

ت- معرفة الجوانب التي ينبغي التركيز عليها ومناقشتها، والوقوف على الجوانب التي لم تتطرق إليها الدراسات السابقة، والتركيز عليها في الدراسة الحالية.

ث- الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد الإطار النظري للدراسة الحالية وهي نظرية الغرس الثقافي، وتعد نظرية الغرس الثقافي واحدة من أهم النظريات في مجال الإعلام والاتصال والتي تربط بين كثافة وحجم التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرى وبين ما يتم اكتسابه من اتجاهات وأفكار وصور رمزية.

مشكلة الدراسة:

مع ظهور العولمة ونتيجة للثورة التكنولوجية وانعكاساتها على شتى المجالات وبخاصة في مجال الاتصال والإعلام، جاء ظهور الإعلام الجديد الذي أطلق عليه مسميات شتى مثل الإعلام الرقمي أو الإعلام الشبكي نتيجة لارتباطه بظهور الإنترنت ووسائل التكنولوجيا الحديثة، وذلك ما جعله سببا في انتشاره بوتيرة سريعة، ومن ثم أصبحت تحظى بإقبال قوى من أفراد المجتمع على اختلاف فئاته وبخاصة الشباب، وفي ظل تأثير تكنولوجيا الاتصال والإعلام أصبح العالم قرية كونية صغيرة، وذلك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها أهم وسائل الإعلام الجديد وأكثرها انتشارا، والتي تتيح للفرد التعامل من خلال عالم افتراضي، وهذه المجتمعات الافتراضية تتيح المجال للأفراد بأن تكون هويتهم محل استكشاف وتجريب، ومن ثم بإمكان الفرد أن يعرف عن نفسه كما يشاء وبالطريقة التي يبتغيها، وقد يكون ذلك مخالفا لواقعه الحقيقي، ومن ناحية أخرى قد يكون المحتوى الذي ينشر عبر هذه الوسائل مؤثرا في اتجاهات

وسلوكيات الأفراد والمجتمعات وبخاصة الشباب منهم، بحيث أصبحت المجتمعات أمام تحديات جديدة تمثلت في ظهور ثقافة جديدة وهي ثقافة العولمة أو الثقافة الرقمية أو كما يسميها البعض الثقافة الإلكترونية، التي تمتلك تكنولوجيا اتصال تؤثر من خلالها على ثقافات الأفراد والمجتمعات التي تعد أحد مقومات الهوية.

وبناءا على ما سبق ومن خلال ملاحظة الباحثة، ومطالعتها للأدبيات العلمية ذات الصلة بموضوع الدراسة، توصلت لتحديد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس وهو ما العلاقة بين الإعلام الجديد والهوية الثقافية العربية؟

أهمية الدراسة:

تنقسم أهمية الدراسة الحالية إلى أهمية نظرية وأهمية تطبيقية، على النحو التالي:

- **الأهمية النظرية**: تتمثل الأهمية النظرية للدراسة في كونها إضافة للتراث العلمي وللدراسات الإعلامية التي تناولت وسائل الإعلام الجديد وعلاقتها بالهوية الثقافية العربية، وتزداد أهمية الدراسة من خلال محاولة التعرف على تأثير وسائل الإعلام الجديد وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي على ثقافة الأفراد والمجتمعات، بالإضافة لمعرفة مدى تمسك الشباب بالهوية الثقافية في ظل الإعلام الجديد من خلال التعرف على حجم التعرض لوسائل الإعلام الجديد.
- **الأهمية التطبيقية**: تنبع أهمية الدراسة التطبيقية في كونها محاولة للإسهام العلمي في توثيق واحدة من أهم المخاطر والتحديات التي تواجه الهوية الثقافية العربية وهي تأثيرات الثقافات المختلفة التي تفرضها وسائل الإعلام الجديد بما فيها من عادات وتقاليد ومعتقدات وموروثات ثقافية مغايرة للثقافة العربية التي من شأنها التأثير في الهوية الثقافية العربية.

فضلا عن كونها محاولة للكشف عن كيفية المعالجة الإعلامية وإيجاد مقترحات لكيفية التصدي للثقافات المختلفة والحفاظ على الهوية الثقافية العربية.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في التعرف على وسائل الإعلام الجديد وعلاقتها بالهوية الثقافية العربية لدى الشباب المصري محل الدراسة، وينبثق من الهدف الرئيس الأهداف الفرعية التالية:

١- التعرف على معدل تعرض الشباب المصري عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي.
٢- رصد أنماط اللغة الهجين التي يستخدمها الشباب المصري محل الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي.
٣- "التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما لدى الشباب المصري محل الدراسة.
٤- رصد الأسباب والدوافع وراء استخدام الشباب المصري عينه الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي.
٥- الكشف عن العادات والتقاليد التي يكتسبها الشباب عينه الدراسة من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

تساؤلات الدراسة:

تهدف الدراسة إلى الإجابة عن تساؤل رئيس هو: ما العلاقة بين وسائل الإعلام الجديد والهوية الثقافية العربية ؟ وينبثق من التساؤل الرئيس عدة تساؤلات فرعية وهي كالتالي:

١- ما معدل استخدام الشباب المصري عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي؟
٢- ما دوافع وأسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب المصري عينة الدراسة؟
٣- ما تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مكونات الهوية الثقافية (العادات والتقاليد، الثقافة، اللغة، التاريخ، الدين)؟

ولتحقيق أهداف الدراسة والوقوف على إجابة لتساؤلات الدراسة سنحاول إبراز مفهوم الإعلام الجديد ومفهوم الهوية الثقافية والهوية الثقافية العربية وما تحمله من مكونات وعلاقتها بالإعلام الجديد من خلال أهم وسائله وهى مواقع التواصل الاجتماعي.

مفهوم الإعلام الجديد: الإعلام الاجتماعي شأنه شأن مفاهيم العلوم الاجتماعية ليس هناك مفهوم شامل جامع ولكن تتعدد التعريفات والأطروحات التي تناولته، وتعددت صور المفهوم؛ فبعض يسميه بالإعلام الشبكي، وبعض بالإعلام الإلكتروني، وآخرون بالإعلام الرقمي في حين يطلق عليها أحياناً بالإعلام الشبكي أو إعلام المجتمع حيث ظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين، ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدها مجال الإعلام والاتصال، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية، والتي حدثت تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في

وسائل الإعلام، فالإعلام الجديد تولد من خلال اندماج تكنولوجيا الاتصال والبث الجديدة والتقليدية والكمبيوتر وشبكاته (١٢).

يمكن تعريف **الإعلام الجديد في اللغة**: بأنه "هو مصدر أعلم وأعلمت، ويقال استعلم لى خبر فإن وأعلمنيه حتى أعلمه، واستعلمني الخبر فأعلمته إياه"(١٣).

اصطلاحا: أطلق على الإعلام الجديد عدة مسميات؛ فهو الإعلام الرقمي والإعلام التفاعلي، الإعلام التشاركي، الإعلام الإلكتروني والإعلام الشبكي(١٤).

ويعرف بأنه مصطلح يتضمن جميع تقنيات المعلومات الرقمية والاتصالات، والتي أتاحت إمكانية إنتاج واستهلاك ونشر وتبادل المعلومات والتي يديرها المستخدمين فيما بينهم وبالشكل الذى يريدونه، ويتم ذلك من خلال الأجهزة الإلكترونية المتاحة لديهم سواء المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتي أتاحت بفرص واسعة للتواصل الاجتماعي عبر خدمات الهاتف المحمول وشبكات التواصل على الإنترنت.(١٥)

سمات الإعلام الجديد: مع أن الإعلام الجديد يتشابه مع الإعلام التقليدي في بعض جوانبه، إلا أنه يتميز عنه بالعديد من السمات التي يمكن إيجازها بما يأتي:

١. **التحول** من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي.

٢. **التفاعلية**: وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية.

٣. **تفتيت الاتصال**: وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي. وتعني أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

٤. اللاتزامنية وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلّهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.(١٦)

٥. **الحركية**: تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر في أثناء تحرك مستخدمها، ومثال هذا أجهزة التلفاز ذات الشاشة الصغيرة التي يمكن استخدامها في السيارة مثلا أو الطائرة.

٦. **قابلية التحويل**: وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس.(١٧)

٧. **قابلية التوصيل**: تعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى وبغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع. ومثال على ذلك توصيل DVD جهاز التلفاز بجهاز الفيديو.

٨. **الشيوع والانتشار**: ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع.(١٨)

٩. **الكونية**: البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة(١٩)

وسائل الإعلام الجديد: تعددت وسائل الإعلام الجديد وأدواته ومن أهم وسائله:

المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت – الصحافة الإلكترونية – الإذاعة الإلكترونية – القنوات التليفزيونية الإلكترونية – خدمات الأرشيف الإلكتروني – خدمات إعلانية ترفيهية – المدونات – خدمات الهاتف الجوال والسائل النصية – مواقع التواصل الاجتماعي مثل (الفيسبوك – تويتر... وغيرها من المواقع).

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:(٢٠)

تَعرَّف شبكات التّواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت، ظهرت مع الجيل الثانى للويب Web2، وتسمح للأفراد بالتواصل من خلال مجتمع افتراضي، بحيث يجمع بينهم اهتمام مشترك، وتتيح التعرف على اشخاص آخرين والتواصل فيما بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، ويمكن القول بأنها عبارة عن مجتمعات افتراضية يمكن لمستخدميها مشاركة الآراء والأفكار مع الآخرين، بالإضافة لتكوين صداقات.

ومنذ البدايات الأولى لظهور مواقع التواصل الاجتماعي كانت تهدف إلى تحقيق الاتصال والتفاعل بين الأصدقاء دون تحديد نوعية المستخدمين أو طبيعة المناقشات؛ فهي مواقع عامة لجميع المستخدمين على مستوى العالم، وعلى الرغم من ذلك ظهرت العديد من مواقع التواصل الاجتماعي المعنية بفئات معينة وتخصصات محددة ومناقشة موضوعات دون غيرها، وهو ما أدى إلى انتشار العديد من مواقع التواصل الاجتماعي التي تخاطب فئات محددة.

مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية:

يرى بعض الباحثين أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح للفرد التعامل من خلال عالم افتراضي، وهذه المجتمعات الافتراضية تتيح المجال للأفراد بأن تكون هويتهم محل استكشاف وتجريب، ومن ثم بإمكان الفرد أن يعرف عن نفسه كما يشاء وبالطريقة التي يبتغيها، وقد يكون ذلك مخالفا لواقعه الحقيقي، ولعل اعتياد الشباب على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأحد أشكال التقنيات الحديثة، كان له تأثيره في ظهور ثقافة جديدة وهى الثقافة الرقمية أو كما يسميها البعض بالثقافة الإلكترونية، أو ثقافة الشاشة، مما يجعل الفرد يتطلع إلى أبعد من مجتمعه، وهذا الابتعاد الثقافي والاجتماعي يذهب بالفرد لأن يتبنى ثقافة جديدة بعيدة عن نطاق مجتمعه وذلك في محاولة للبحث عن هويته(٢١) .

الهوية الثقافية العربية:

الهويّة الثقافيّة هي عبارة عن ثقافة ما، أو هويّة لمجموعة ما أو شخص ما نظرا لإمكانية تأثر هذا الشخص بهوية المجموعة الثقافيّة، أو ثقافته التي ينتمّي إليها. مصطلح الهوية الثقافية يماثل أو يتقاطع مع مصطلح سياسة الهوية؛ حيث إن الهوية هي ذات الفرد، وتتضمن في معناها عددا من القيم والمعايير، وتشكّل ثقافة الإنسان ومدى معرفته في عدد من المجالات المختلفة، إضافة إلى إلمامه ووعيه بالقضايا المحيطة به في المجتمع، حيث إنها تمثل التراث الفكري له، وترتبط الهوية بالثقافة بطريقة مباشرة، فالثقافة من خلال عناصرها تعكس هويات الشعوب، ومن هنا فالهوية الثقافية من أهم العناصر التي تميز أى أمةعن غيرها، والأمة تعرف بهويتها وحضارتها التي تختلف من مكان لآخر في العالم (٢٢).

الهوية في اللغة: مصدر مركب من "هو" ضميرالغائب المعرف بأداة التعريف "ال" ومن اللاحقة المتمثلة في ال"ى" المشددة للنسب(٢٣).

الهوية اصطلاحا: إحساس الفرد بذاته وفرديته،والشعور بالتكامل الأساسي، ومجموعة القيم والسلوك والأفكار التي تعبر عنه وتميزه عن غيره ويحتفظ بها في مختلف الظروف(٢٤).

التعريف بالثقافة:

الثقافة لغةً: الفعل (ثقف) أصل لغوي يتصل تاريخه بلغة ما قبل الإسلام، ويقال (ثقف)، (رجل ثقافة)، صار حاذقًا، و(ثقفت الشيء) أي حذقته، والرجل المثقف الحاذق الفاهم، وغلام ثقيف: أى ذو فطنة وذكاء(٢٥).

يشير مفهوم" الثقافة" إلى أنها "نتاج البشر من أفكار وتصورات وعادات ونظم اجتماعيةوسياسية ومداولات اقتصادية، وموروثات أدبية وفنية وتقنية عبر التاريخ، وهي نتاج المجتمع كله وتتميز بالتراكمية والاستمرارية ومتعاقبة عبر الأجيال المختلفة"(٢٦).

مفهوم الهوية الثقافية: تعرف الهوية الثقافية على أنها مجموعة من الملامح والأشكال الثقافية الأساسية الثابتة، إضافة لهذا فهي تعني التناسق بين العقل والهوية عن طريق نبذ التعصب والتطرف العرقي والطائفي في شتى صوره وأشكاله، وتعرف أيضا على أنها مركب متجانس من التصورات والذكريات والرموز والقيم والإبداعات والتعبيرات والتطلعات لشخص ما أو مجموعة ما، وهذه المجموعة تشكّل أمةً بهويتها وحضارتها التي تختلف من مكان لآخر في العالم، وعرفت منظمة "اليونسكو" الهوية الثقافية: أنها السمات التي تميز مجموعة من الأفراد ينتمون لجماعة لغوية محلية وإقليمية أو وطنية بما لها من قيم أخلاقية وجمالية، ويعبر عن تاريخ هذه الجماعة وتقاليدها وعاداتها وأساليب حياتها(٢٧).

وفي تعريف آخر للهوية الثقافية:هي كيان يتميز بالاستمرارية والتطور، فهي تسير وتتطور إما في اتجاه الانكماش أو اتجاه الانتشار، فهي تهتم بتجارب أهلها ومعاناتهم، وانتصاراتهم وتطلعاتهم، وهي تتداخل وتتأثر سلبا وإيجابا مع الهويات الثقافية الأخرى(٢٨).

وجاء تعريف حامد عمار: أنها مجموعة من الأفكار والمعتقدات، والعادات والتقاليد،والاتجاهات والقيم وأساليب التفكير، التي يتميز بها مجتمع عن الآخر، وتعد الثوابت الراسخة في الثقافة هى جوهر الهوية الثقافية، وأن الهوية الثقافية كهوية الفرد تتميز بالنمو والتطور والتعايش عبر الزمان والمكان، متجسدة فيما تتجسد وتحققه من خلال مسيرتها الحياتية(٢٩).

مفهوم الهوية الثقافية العربية: "مجموعة من المقومات والخصائص التي تنفرد بها الشخصية العربية، وتجعلها متميزة عن غيرها من الهويات الثقافية الأخرى، وتتمثل هذه المقومات في اللغة، والدين والتاريخ والجغرافيا والعادات والتقاليد والأعراف(٣٠).

ويتضح مما سبق أن الثقافة تمثل سائر المعتقدات والعلوم والمعارف والفنون والآداب والقانون والأعراف والعادات والصفات الخلقية والقيم الاجتماعية وغيرها التي تؤثر في تكوين الفرد وفي حياته منذ الولادة حتى الوفاة باعتباره عضوا في المجتمع. والثقافة ذات طبيعة مركبة جدّا، تتعدد وتتباين بتعدد وتباين الشعوب والأمم، تتطور وتتجدد بتطور وتجدد ظروف الحياة، وتنتشر وتنتقل من جيل إلى جيل ومن مرحلة تاريخية إلى أخرى ومن جماعة بشرية إلى أخرى بواسطة اللغة وبغيرها كالتجارة والأسفار والغزو والاستعمار وغيره، وهي تقوى وتضعف وتتخلّف، وترتبط الثقافة بالحضارة وتعبر عنها وعن مكانتها وقيمتها في التاريخ وبين الحضارات.

مقومات الهوية الثقافية: تنطلق الهوية الثقافية من الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع، فهي تقوم على علاقة تفاعلية بين العناصر والرموز الثقافية وبين أفراد المجتمع، ولقد اختلفت الآراء حول مقومات الهوية، ولكن تتمثل أهم تلك المقومات فيما يلي:

١ – الدين: يعتبر الدين هو الذي يقوم بالعمل على تحديد لكل أمة فلسفتها في الحياة ومقصد وجودها، لما له من تأثير مهم وأساسي في توثيق الهوية الثقافية وإظهارها، وله أهمية أيضا في توجيه أفراد المجتمع لشموله جوانب الحياة الفكرية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها من جوانب الحياة، كما حدد إطار عام يشمل معظم الحياة المادية والاجتماعية والثقافية لتكون مصدرا لهويتهم الثقافية(٣١)

٢–اللغة: تعتبر اللغة هي أهم أداة لنقل ثقافة الأمة إلى أبنائها، وهي أداة التواصل بين الماضي والحاضر والمستقبل، وإذا كانت اللغة هي الأداة الرئيسة للثقافة والاتصال الإنساني، فإن فقدانها فقدان للثقافة وفقدان الثقافة يؤدي لفقدان الهوية(٣٢).

٣–التاريخ: إذا كانت اللغة هي روح الأمة وحياتها ومحور قوميتها وعمودها الفقري، فالتاريخ هو للأمة بمثابة شخصيتها، فهو شعور الأمة وذاكرتها، ووحدة التاريخ تؤصل لوحدة القيم ووحدة اللغة ووحدة الفكر والأدب، ووحدة العادات والتقاليد، وهوية أي أمة ونظامها ينمو ويتطور بفعل ظروف الزمان والمكان، أو بسبب جملة الأحداث التي يمر بها الفرد والمجتمع على حد سواء.

٤–العامل الاجتماعي: يتكون النظام الاجتماعي لأي أمة من مجموع القيم والعادات والتقاليد وكل ما يتعلق بالمسائل الاجتماعية من علاقات للأفراد داخل الأسرة وخارجها، وتوحد أي أمة يتوقف على توحد نظامها الاجتماعي، ومن هنا فإن الحياة التي تقوم

علـى عوامـل المحبـة ويسـودها الألفـة والوحـدة الاجتماعيـة تـؤدي إلى التعـاطف والتماسـك الاجتماعي، وعليه فإن العامل الاجتماعي له دور مهم في تدعيم الهوية الثقافية(٣٣).

مستويات الهوية الثقافية: الهوية الثقافية لها ثلاثة مستويات تميزها، وهي مرنة ومتجددة، وفقًا للظروف والمصالح الفردية والجماعية والوطنية وهي:

١- **الهوية الفردية**: هي هوية مستقلة وقائمة بذاتها،تتيز بالخصوصية عن غيرها.
٢- **الهوية الجماعية**: تعني الجماعة داخل الأمة، تعبر عن مجموعة من الأفراد داخل مجتمع تربطهم هوية ثقافية مشتركة، وهي تحل محل الأنا الفردية، وتسمى بالهوية الجمعوية.
٣- **الهوية الوطنية أو القومية**: ويقصد بها هوية الأمة إزاء الأمم الأخرى، وتعد الهوية هنا أوسع نطاقًا، وأكثرها تعدداوتنوعا واختلافًا، فهي تعكس السمات والخصائص التي تميز أي أمة عن غيرها من الأمم مثل الدين واللغة والعادات والتقاليد والتنظيم الاجتماعي والسياسي(٣٤).

العلاقة بين الهوية والثقافة: ترتبط الثقافة بالهوية ارتباطًا وثيقًا، فالهوية هي قلب الثقافة، وتتكون الثقافة من العادات والتقاليد واللغة والتاريخ والتي هي أساسيات الهوية، والهوية هى تعبير يميز الشخص عن غيره أو مجموعة عن غيرها فقد تكون الهوية وطنية أو هوية ثقافية، والهوية الثقافية تعكس إحساس الانتماء للأمة والوطن، والعقيدة والتراث والحضارة، فهي السمات التي تميز حضارة أمة عن غيرها من الحضارات، فمكونات الثقافة سواء كانت راسخة ثابتة أو متغيرة فهي من صنع الفرد، ومكونات الثقافة وعناصرها هي من صنع الفرد، وقد تتعدد الثقافات في الهوية الواحدة أو تتنوع الهويات في الثقافة الواحدة، وهو ما يعبر عن التنوع في إطار الوحدة، فقد نجد شعبا واحدا تنتمي هويته إلى ثقافات متعددة، حيث تمتزج عناصرها وتندمج مكوناتها، فتتبلور في هوية واحدة، ومن أبرز الأمثلة الهوية الإسلامية، والتي تشكلت نتيجة لاندماجها مع ثقافات الشعوب التي دخلتها سواء اعتنقت الإسلام أو استمرت في عقيدتها، ونجدها اندمجت وامتزجت بالثقافة العربية الإسلامية، وأصبحت جزءا من الحضارة الإسلامية وتشكلت هوية إنسانية متفتحة(٣٥).

علاقة الإعلام الجديد بالهوية الثقافية:

يستخدم الإعلام الجديد لوصف البيئة الإعلامية التي تدمج الإعلام التقليدي بالإعلام الرقمي، وهي البيئة التي تتيح للأفراد بإسماع صوته وصوت مجتمعاتهم للعالم أجمع، ومن هنا كانت هناك عدة جوانب يؤثر من خلالها الإعلام الجديد في الهوية الثقافية وأهمها ما يلي:

١- استخدام وسائل الإعلام الجديد بكثرة يمكن أن تؤدي إلى تفكك في الانتماء، حيث ترجع أهمية عامل المكان كمتغير أساسي في ذات الفرد وشخصيته وهويته، واستخدام وسائل الإعلام الجديد تجعل الفرد ينتمي لثقافات عدة وليس ثقافته فقط، وهو ما يطلق عليه "مواطن الشبكة"(٣٦).

٢- اللغة العربية تمثل أهم مكونات الهوية الثقافية العربية، وسيطرة استعمال اللغة الإنجليزية في وسائل الإعلام الجديد يفرض مضموناً في السلوك والتفكير لا يعبر عن واقع المجتمع العربي، وخاصة مع استعمال الشباب للحروف اللاتينية لكتابة الكلمات العربية وكذلك استعمال مفردات لغوية دخيلة، وهذا من شأنه أضعاف الهوية في أبعادا ومكوناتها من خلال استخدام وسائل الإعلام الجديد.

٣- يعتبر الاعتقاد الديني هو الأساس الذي تقوم عليه الثقافات، وفي إطار الغزو الثقافي للمجتمعات قد تعاني الشعوب والأمم من اعتداء على الخصوصية الثقافية وملامح الهوية من خلال استهداف العقيدة والتشكيك في أصول الدين.

٤- لا أحد ينكر التأثيرات الأخلاقية للإعلام الجديد، فسوء استخدام محتوى الإعلام الرقمي يؤثر سلبا على القيم الأخلاقية، ولقد أكدت الدراسات أن ٦٠% من مستخدمي الإنترنت اطلع ولو مرة واحدة على مواقع غير أخلاقية، وبالتالى فهو يؤثر على القيم الأخلاقية كجزء من هويتنا الثقافية.

٥- إن كثرة استخدام وسائل الإعلام الجديد تؤدي إلى إضعاف بنية التفاعل الاجتماعي، حيث تؤدي إلى العزلة وغياب الاتصال الشخصي والابتعاد عن الأسرة، مما ينتج عنه انحصار العلاقات الاجتماعية ويؤثر في التنشئة الاجتماعية لأفراد المجتمع، بالتالي يضعف علاقة الفرد بهويته ومجتمعه.

٦- ضعف البنية الثقافية ساعد على عملية التأثير الثقافي، وكان له أبلغ التأثير على القيم والعادات والأفكار، وجعل الفرد في حالة من الاغتراب عن مجتمعه وثقافته(٣٧).

الخاتمة:

بما أنّ الإنسان كائن اجتماعي بالطبع أي يميل إلى الاجتماع مع غيره من الجماعات البشرية، والعيش معهم لإشباع حاجاته المتعددة والمختلفة من خلال الاتّصال به، والتواصل معهم عبر ما هو مادي، وتقني، ومنها ما هو معنوي، وبيولوجي واجتماعي، وبالتالي خلق نمط معين من طريقة، وأسلوب للعيش في الحياة اليومية، التي انتهت بمفهوم الثقافة، إذن هناك علاقة بين الثقافة ووسائل الاتصال.

وانطلاقًا مما سبق فلقد مرت الثقافة بالعديد من المتغيرات المتسارعة التي تحمل في طياتها إيديولوجية التنميط، والاختراق الثقافي، والتي تتجلى في صياغة ثقافة عالمية منمذجة لقيم ومعايير وسلوك، وعادات وسيطرة ثقافية على الثقافات بوساطة استثمار مكتبات العلوم، بالإضافة إلى التقدم التكنولوجي في مجال ثورة الاتّصالات والمعلومات، الأمر الذي قد يؤدي إلى ظهور قيم ثقافية، وأنماط سلوكية حيث لا توجد روابط تربطها بنظامها الاجتماعي، وهو ما يؤدي بالتالي إلى حدوث تشويش للهوية الثقافية.

و من أهم التّقنيات الحديثة المؤثرة في ثقافة الإنسان التلفاز، والحاسوب، وشبكة الإنترنت، والهاتف النقال؛ حيث إن الحاسوب أدخل الثقافة، والشبكات المعلوماتية (الإنترنت) التي ساعدت على بروز الثقافة التفاعلية، وإن كان يمس شكل الثقافة، وليس محتواها بالضرورة فإنّه يبرز مدى التفاعل بين الثقافة ووسائل الاتصال، فالثقافة تستوعب وسائل الاتصال(٣٨).

ولقد نتج عن شبكة الانترنت مجموعة كبيرة من أجهزة الكمبيوتر في مختلف أنحاء العالم تتحدث مع بعضها البعض بمعنى أنّ هناك ملايين من أجهزة الكمبيوتر تتبادل المعلومات فيما بينها عبر ما يعرف بالنسيج العالمي متعدد النطاق WORLD WIDE WEL(WWW).

ولقد جاءت وسائل الإعلام الجديد لتحل سيطرة مركزية وسائل الإعلام التقليدية المركزية، وأصبح بإمكان الأفراد والمؤسسات مخاطبة الجميع مباشرة وبتكلفة معقولة، وتكمن قوة وسائل الإعلام الجديدة في كونها لا تقتصر على مجرد خاصية التفاعل التي تتيحها والتي تسمح لكل من المرسل والمستقبل بتبادل أدوار العملية الاتصالية، ولكن تلك الوسائل أحدثت أيضا

ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي متعدد الوسائط والذي يشتمل على النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو(٣٩).

وتعد الثورة المذهلة في عالم التقنية الرقمية وما أفرزته من تطورات في وسائل الإعلام الجديد أدت إلى تحوله من حقل للمعلومات يتيح حرية التعبير عن الرأي إلى وسيلة للتفاعل والتواصل والمشاركة، وتبادل وتناقح الثقافات المختلفة.

هوامش الدراسة:

١- محمد الطاهر عليوي، "**الإعلام الجديد وتحديات الحفاظ على الأمن الوياتي للمجتمع الجزائري**"، جامعة العربي بن مهيدي – أم البواقي، مجلة العلوم الإنسانية، مج ٩، ع ١، ٢٠٢٢، ص ٨٢-١٠٦.

٢- مصطفى حميد كاظم الطائي، "**الإعلام الجديد وآثار تحول المجتمعات العربية من العلاقات التقليدية إلى الافتراضية: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل العربية بدولة الإمارات**"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية – المجلة العربية للإدارة، مج ٤٠–ع١، ٢٠٢٢، ص١٢١-١٤١.

٣- إسماعيل شرقي، "**دور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي السياسي في الوطن العربي: دراسة وصفية**"، مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة ١ الحاج لخضر –كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج ٦، ع١، ٢٠٢١، ص١٢١–١٣٤.

٤- إنتصار حمد أمبية الزاوي، "**الإعلام الجديد وصناعة الوعي في عصر العولمة**" مجلة فكر وإبداع، رابطة الأدب الحديث، كلية الآداب، جامعة بنغازي، مج١٣٥، ٢٠٢٠، ص ٤٠٣– ٤٣٦. متاح خلال الرابط http://search.mandumah.com/Record/1122915

٥- عبد الله القحطاني، "**دور الوسائل الإعلام الجديد في تعزيز الثقافة المعلوماتية: دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك عبد العزيز بجدة**"، مجلة جامعة الملك عبد العزيز – الآداب والعلوم الإنسانية – جامعة الملك عبد العزيز، مج ٢٨، ع ٤، ٢٠٢٠، ص١٢٣– ١٥٣.

٦- طالب عبد القادر، "**الهوية الثقافية العربية في ظل لغة الإعلامية الجديد بين سؤال الانتماء وهاجس الاغتراب**"، مجلة مقامات للدراسات اللسانية والنقدية والأدبية، المركز الجامعي آفلو – معهد الآداب واللغات، مج ٥، ع ٢، ٢٠٢١، ص ١٤٩-١٢٩.

٧- كريمة محمد كريبة، "جدل الهويو والعولمة"، مجلة العلوم والآداب الاجتماعية، مج ١٢،ع ٣، ٢٠٢١ ص٨٢-٩٦، متاح خلال الرابط http://search.mandumah.com/Record/1327435

٨- ثريا السنوسي، "**أزمة الهوية الثقافية الوطنية في الفضاء الإعلامي الجديد: دراسة نوعية**"، المجلة الجزائرية للاتصال، جامعة الجزائر – معهد علوم الإعلام والاتصال، مج٢٠، ع٢٢، ٢٠٢١، ص٧٧– ٩٣.

٩- عبد الرحمن محمد، "**تأثير الإعلام الجديد على تشكليل الهوية العربية**"، مجلة سياسية – المركز العربي للبحوث والدراسات، ع٦٠، ٢٠٢٢، ص٧٢– ٧٤.

١٠- زوبير زرزايجي، "**توضح العلاقة بين الإعلام الجديد ممثلا في شبكات التواصل الاجتماعي وتجليات العولمة الإعلامية والهوية الثقافية في منطقتنا العربية**"، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية ،كلية أصول الدين، مج ٢٤،ع ٥١، ٢٠٢٠، ص٥٣٧–٥٤٩.

١١- مصطفى حجازي، "**الشباب والهوية واللغة في العصر الرقمي**"، مجلة القافلة، مج ٦٩، ع٦، ٢٠٢٠، ص٨٠.

١٢- مفيدة بلهامل، "**الإعلام الجديد: مصطلحات، مفاهيم ونماذج**"، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة محمد خيضر بسكرة –كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع١٢، ٢٠١٤، ص١٥–٤٤،.

١٣- محمد محمود دهبية، **الإعلام المعاصر**، ط١، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، دار أجنادين للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧، ص٧.

١٤- كارم عارف، **الإعلام الجديد**، مجلة العربي للدراسات الإعلامية، ع٤،٢٠١٩،ص ٢٢٢. متاح في الرابط http://search.mandumah.com/Record/1044842

١٥- سعد صالح كاتب، **الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي**،جامعة الملك عبد العزيز، جدة، ٢٠١١، ص٥، متاح خلال الرابط http://revues.univ-biskra.dz.

١٦- بيلي، أولجا جوديس، وبارت كاميرتس، ونيكوكاربنتيير، ترجمة: علا أحمد صلاح، " **فهم الإعلام البديل**"، ط١، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، ٢٠٠٩.

١٧- شيرين خليفة،"**الإعلام الجديد، ورقة بحثية في مساق الصحافة الإلكترونية**"، الجامعة الإسلامية، ٢٠١٢.

١٨- منال حمد مراد عبده، " **الإعلام الجديد وتأثيراتها على الأسرة المعاصرة: الإيجابيات والسلبيات والحلول** "، مجلة كلية الآداب، مج١، ع ٤٦،كلية الآداب –جامعة سوهاج – ٢٠١٨ص٥٠٦.

١٩– سوسن سكي، "**اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي بين التأصيل والتهجين: قراءة في لغة الدردشة**"، مجلة دراسات، مجلة دولية محكمة،ع٦٦، جامعة عمار ثليجى الأغواط–الجزائر،٢٠١٨، ص٧٩.

٢٠– بهاء الدين محمد إبراهيم، "**تكنولوجيا الإعلام الرقمي والتغير الاجتماعي: دراسة ظاهرة الابتزاز الإلكتروني في وسائل التواصل الاجتماعي في سلطنة عمان**"، المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري، مج٣،ع١، ٢٠٢١ص ٦٤

٢١– سهام قنيفي، "**وسائل الاتصال الرقمية أدوات للعولمة في خلق الشعور بالاغتراب النفسي**"، مجلة الدراسات الإعلامية، ع ٣، برلين، ألمانيا، ٢٠١٨ ص١٨٣.

٢٢– رضوان السيد "**الهوية الثقافية بين الخصوصية والتبعية**"، مصدر: تاريخ العرب والعالم، الناشر:دار النشر العربية للدراسات والتوثيق، مج ٢٦،ع ٢٠٠٦،٢٢٢ ص ١٣ – ١٩،.

٢٣– أحمد حمزة غضبان: "**الهوية الثقافية وانعكاساتها على السلوكات العدوانية لرياضيي النخبة** "، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر٣، ٢٠١٠ ص٩٥.

٢٤– شريفة بريجة:"**التغيرات السوسيو– ثقافية وأثرها على الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري – دراسة سوسيوثقافية لبعض مؤشرات التغير نموذجا عبر بعض المدن الجزائرية** "– رسالة دكتوراه، جامعة وهران٢، الجزائر،٢٠١٦، ص٣٨.

٢٥– محمد زغو:"**أثر العولم على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب**"، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية – جامعة حسيبة بن بو على بالشلف، ع ٤، ٢٠١٠ ص ٩٤،. متاح في http://search.mandumah.com/Record/88073

٢٦– رفعت عبد الله سليمان:"**الهوية اللغوية والثقافية في عصر العولمة بين العربية والفارسية**"، مجلة الجمعية المصرية للدراسات السردية، العدد ٢، ٢٠١١، ص٦٣٨، متاح في http://search.mandumah.com/Record/152833

٢٧– زينب سالم أحمد عبد الحمان:" **الطفل العربي والثقافة الإلكترونية**"، ط١، دسوق: دار العلم واليمان للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص٨٣.

٢٨– فتحية نور الهدى بليبليدية: "**إشكالية الهوية الثقافية في ظل الإعلام الجديد: ثنائية الانفتاح والاختراق**"، مجلة الدراسات الإعلامية، ع٣، ٢٠١٨، ص٦٤.

٢٩– نجوى جمال الدين، وآخرون: "**الهوية الثقافية: المفهوم والخصائص والمقومات**"، مجلة العلوم التربوية، جامعة القاهرة –كلية الدراسات العليا للتربية، مج ٢٤، ع ٣، ٢٠١٦، ص٤٠.

٣٠– ثناء هاشم محمد، "**الهوية الثقافية والتعليم في المجتمع المصري: رؤية نقدية**" جامعة بني سويف – مجلة كلية التربية، عدد يناير، الجزء الأول، ٢٠١٩، ص ١٢٧. متاح من خلال https://jfe.journals.ekb.eg

٣١– مليكة صياد: "**الهوية الثقافية: الماهية والمقومات الأساسية في خطاب البشير الإبراهيمي**"، مجلة بدايات،جامعة عمار ثليجي الأغواط –كلية الآداب واللغات، مج ٢/ع ١، ٢٠٢٠، ص ٧٦ – ٨٩.

٣٢– دوجلاس براون، "**أسس تعلم اللغة العربية وتعليمها**"، ترجمة عبده الراجحي، علي أحمد شعبان، دار النهضة العربية، بيروت، ١٩٩٤، ص٢٣.

٣٣– إمام مختار حميدة، عبدالرؤوف حمد الفقي:" **القومية العربية كما تناولتها كتب التاريخ في المرحلة الثانوية العامة في مصر**" مجلة دراسات في المناهج وطرق التدريس، الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس، ع ٣١، ١٩٩٥، ص٩.

٣٤– غالية غضبان، مقلاتي صحراوي "**إشكالية تأثير الإعلام الجديد في الهوية الثقافية في ظل العولمة**"، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر– باتنة، ع ١٢، ٢٠١٤ ص٢٢٠.

٣٥– جمال كانون: "**الإنترنت مجال التفاعل وتشكل الهوية: دراسة لعينة من مستخدمي الإنترنت بمدينة ورقلة**" – رسالة ماجستير– تخصص علم الاجتماع والاتصال في المنظمات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية – جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، ٢٠١٠، ص ٧٣.

٣٦– عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد – المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، الطبعة الأولى، عمان: دار الشروق، ٢٠٠٨.

٣٧– شرفة بريجة، مرجع سابق.

٣٨– عادل شيهب، "**الإعلام الجديد والهوية الثقافية العربية في مجتمع العولمة**"، المصدر: مجلة المعيار، الناشر: جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية –كلية أصول الدين، مج: مج٢٣، ع٤٦، ٢٠١٩، ص٥٤٨–٥٦٦.

٣٩– مصطفى حميد كاظم الطائي، مرجع سابق.

قائمة المصادر والمراجع

١- أحمد حمزة غضبان: "**الهوية الثقافية وانعكاساتها على السلوكات العدوانية لرياضيي النخبة**"، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر٣، ٢٠١٠.

٢- إسماعيل شوقي، "**دور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي السياسي في الوطن العربي: دراسة وصفية**"، مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة ١ الحاج لخضر –كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج ٦، ع ١، ٢٠٢١.

٣- إمام مختار حميدة، عبدالرؤوف حمد الفقي: "**القومية العربية كما تناولتها كتب التاريخ في المرحلة الثانوية العامة في مصر**"- مجلة دراسات في المناهج وطرق التدريس، الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس، ع ٣١، ١٩٩٥.

٤- إنتصار حمد أمبية الزاوى، "**الإعلام الجديد وصناعة الوعي في عصر العولمة**" مجلة فكر وإبداع، رابطة الأدب الحديث، كلية الآداب، جامعة بنغازي مج١٣٥، ٢٠٢٠ ص ٤٠٣– ٤٣٦،. متاح خلال الرابط http://search.mandumah.com/Record/1122915

٥- بهاء الدين محمد إبراهيم، "**تكنولوجيا الإعلام الرقمي والتغير الاجتماعي: دراسة ظاهرة الابتزاز الإلكتروني في وسائل التواصل الاجتماعي في سلطنة عمان**"، المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري، مج٣، ع١، ٢٠٢١.

٦- بيلي، اولجا جوديس، وبارت كاميرتس، ونيكوكاربنتيير، ترجمة: علا أحمد صلاح، "**فهم الإعلام البديل**"، ط١، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، ٢٠٠٩.

٧- ثريا السنوسي، "**أزمة الهوية الثقافية الوطنية في الفضاء الإعلامي الجديد: دراسة نوعية**"، المجلة الجزائرية للإتصال، جامعة الجزائر – معهد علوم الإعلام والاتصال، مج٢٠، ع ٢٢، ٢٠٢١.

٨- ثناء هاشم محمد، "**الهوية الثقافية والتعليم في المجتمع المصري: رؤية نقدية**" جامعة بني سويف – مجلة كلية التربية، عدد يناير، الجزء الأول، ٢٠١٩، ص١٢٧. متاح من خلال https://jfe.journals.ekb.eg

٩- جمال كانون: "**الإنترنت مجال التفاعل وتشكل الهوية: دراسة لعينة من مستخدمى الإنترنت بمدينة ورقلة**" – رسالة ماجستير- تخصص علم الاجتماع والاتصال في المنظمات، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية – جامعة قاصدى مرباح، الجزائر، ٢٠١٠.

١٠- دوجلاس براون، "**أسس تعلم اللغة العربية وتعليمها**"، ترجمة عبده الراجحي، علي أحمد شعبان، دار النهضة العربية، بيروت، ١٩٩٤

١١- رضوان السيد "**الهوية الثقافية بين الخصوصية والتبعية**"، مصدر: تاريخ العرب والعالم، الناشر: دار النشر العربية للدراسات والتوثيق، مج٢٦، ع٢٢٢، ٢٠٠٦.

١٢- رفعت عبد الله سليمان: "**الهوية اللغوية والثقافية في عصر العولمة بين العربية والفارسية**"، مجلة الجمعية المصرية للدراسات السردية، العدد٢، ٢٠١١، ص ٦٣٨. متاح في http://search.mandumah.com/Record/152833

١٣- زوبير زرزايحي، "**توضح العلاقة بين الإعلام الجديد ممثلا في شبكات التواصل الاجتماعي وتجليات العولمة الإعلامية والهوية الثقافية في منطقتنا العربية**" مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين، مج ٢٤، ع٥١، ٢٠٢٠.

١٤- زينب سالم أحمد عبد الحمان: "**الطفل العربي والثقافة الإلكترونية**"، ط١، دسوق: دار العلم واليمان للنشر والتوزيع، ٢٠١٥.

١٥- سعد صالح كاتب، **الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، المؤتمر العالمى الثاني للإعلام الإسلامى**، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، ٢٠١١، ص٥ http://revues.univ-biskra.dz متاح خلال الرابط

١٦- سهام قنيفى، "وسائل الاتصال الرقمية أدوات للعولمة في خلق الشعور بالاغتراب النفسي"، مجلة الدراسات الإعلامية، ع٣، برلين، ألمانيا، ٢٠١٨.

١٧- سوسن سكي، "**اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي بين التأصيل والتهجين: قراءة في لغة الدردشة**"، مجلة دراسات، مجلة دولية محكمة، ع٦٦، جامعة عمار ثليجي الأغواط – الجزائر، ٢٠١٨.

١٨- شريفة بريجة: "**التغيرات السوسيو – ثقافية وأثرها على الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري – دراسة سوسيوثقافية لبعض مؤشرات التغير نموذجا عبر بعض المدن الجزائرية**" – رسالة دكتوراة، جامع وهران٢، الجزائر، ٢٠١٦.

١٩– شيرين خليفة، "**الإعلام الجديد، ورقة بحثية في مساق الصحافة الإلكترونية**"، الجامعة الإسلامية، ٢٠١٢.

٢٠– طالب عبد القادر، "**الهوية الثقافية العربية في ظل لغة الإعلامية الجديد بين سؤال الانتماء وهاجس الاغتراب**"، مجلة مقامات للدراسات اللسانية والنقدية والأدبية، المركز الجامعي آفلو – معهد الآداب واللغات، مج ٥، ع٢، ٢٠٢١.

٢١– عادل شيهب "**الإعلام الجديد والهوية الثقافية العربية في مجتمع العولمة**"، المصدر: مجلة المعيار، الناشر: جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية –كلية أصول الدين، مج: مج٢٣، ع٤٦، ٢٠١٩.

٢٢– عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد – المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، الطبعة الأولى، عمان: دار الشروق، ٢٠٠٨.

٢٣– عبد الرحمن محمد، "**تأثير الإعلام الجديد على تشكيل الهوية العربية**"، مجلة سياسية – المركز العربي للبحوث والدراسات، ع٦٠، ٢٠٢٢.

٢٤– عبد الله القحطاني، "**دور الوسائل الإعلام الجديد في تعزيز الثقافة المعلوماتية: دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك عبد العزيز بجدة**"، مجلة جامعة الملك عبد العزيز – الآداب والعلوم الإنسانية – جامعة الملك عبد العزيز، مج ٢٨، ع٤، ٢٠٢٠.

٢٥– غالية غضبان، مقلاتي صحراوي "**إشكالية تأثير الإعلام الجديد في الهوية الثقافية في ظل العولمة**"، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر– باتنة، ع ١٢، ٢٠١٤.

٢٦– فتحية نور الهدى بليبليدية: "**إشكاليةالهوية الثقافية في ظل الإعلام الجديد: ثنائية الانفتاح والاختراق**"، مجلة الدراسات الإعلامية، ع٣، ٢٠١٨.

٢٧– كارم عارف، **الإعلام الجديد**، مجلة العربي للدراسات الإعلامية، ع ٤، ٢٠١٩، ص ٢٢٢. متاح في الرابط
http://search.mandumah.com/Record/1044842

٢٨– كريمة محمد كريبة، "جدل الهويو والعولمة"، مجلة العلوم والآداب الاجتماعية، مج ١٢، ع ٣، ٢٠٢١ ص٨٢-٩٦. متاح خلال الرابط
http://search.mandumah.com/Record/1327435

٢٩– محمد زغو: "**أثر العولم على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب**"، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية – جامعة حسيبة بن بو علي بالشلف، ع ٤، ٢٠١٠، ص ٩٤. متاح في http://search.mandumah.com/Record/88073

٣٠– محمد الطاهر عليوي، "**الإعلام الجديد وتحديات الحفاظ على الأمن الوياتى للمجتمع الجزائري**"، جامعة العربي بن مهيدي – أم البواقي، مجلة العلوم الإنسانية، مج٩، ع ١، ٢٠٢٢.

٣١– محمد محمود دهبية، **الإعلام المعاصر**، ط١، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، دار أجنادين للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧.

٣٢– مصطفي حجازى، "**الشباب والهوية واللغة في العصر الرقمي**"، مجلة القافلة، مج ٦٩، ع٦، ٢٠٢٠.

٣٣– مصطفى حميد كاظم الطائي،" **الإعلام الجديد وآثار تحول المجتمعات العربية من العلاقات التقليدية إلى الافتراضية: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل العربية بدولة الإمارات**"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية – المجلة العربية للإدارة، مج٤٠–ع١، ٢٠٢٢.

٣٤– مفيدة بلهامل، "**الإعلام الجديد: مصطلحات، مفاهيم ونماذج**"، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة محمد خيضر بسكرة –كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع:١٢، ٢٠١٤.

٣٥– مليكة صياد: "**الهوية الثقافية: الماهية والمقومات الأساسية في خطاب البشير الإبراهيمي**"، مجلة بدايات، جامعة عمار ثليجي الأغواط –كلية الآداب واللغات، مج ٢/ع ١، ٢٠٢٠.

٣٦– منال حمد مراد عبده، "**الإعلام الجديد وتأثيراتها على الأسرة المعاصرة: الإيجابيات والسلبيات والحلول**"، مجلة كلية الآداب، مج١، ع ٤٦، كلية الآداب –جامعة سوهاج –٢٠١٨.

٣٧– نجوى جمال الدين، وآخرون: "**الهوية الثقافية: المفهوم والخصائص والمقومات**"، مجلة العلوم التربوية، جامعة القاهرة –كلية الدراسات العليا للتربية، مج ٢٤، ع ٣، ٢٠١٦.