

الإعلام الجديد يخلق هويات بديلة: الافتراضي يحاصر الحقيقي

New media creates alternative identities: the default traps the real

د/ فاطمة الزهراء تنيو^١

^١ جامعة صالح بونبيدر – قسنطينة ٣ ، الجزائر

© 2020 by the author. Published by the journal. All rights reserved. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

مستخلص البحث:

تهدف هذه الورقة إلى إبراز أهمية البحث في موضوع الهوية وعلاقتها بالإعلام الجديد ووسائطه التي أصبحت تمثل مستحدثات تلقي بظلالها على مختلف المكونات الاجتماعية المادية منها والغير المادية، ففي زمن فرضت فيه العولمة منطقتها على العالم وتعرضت وتعرض فيه الثقافات الوطنية والمحلية وخصوصيات الأمم والشعوب إلى اختراقات ومضايقات وتشويه وتنميط من قبل الصناعات الثقافية والإعلامية العالمية، تطرح إشكالية الهوية الوطنية بقوة وبحدة. وقد تتأثر الهوية الوطنية سلبا في إطار الثقافات الوافدة عبر وسائل الإعلام الجديد، فقضية الهوية الوطنية قضية بالغة الخطورة تمثل تحديا مطروحا بشدة في عصر السماوات المفتوحة والكونية والعالمية، لأنها تتعلق بكيفية الحفاظ على ذاتيتنا وخصوصيتنا الثقافية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الجديد؛ الهوية؛ العولمة؛ المجتمع الافتراضي.

Abstract:

This paper aims at highlighting the importance of identity research and its relationship with New media and its means, which stand for innovations that cast shadow over various social components, either material or non-material, in an era where globalization has dictated its ways over the world, on national and local cultures, nations and peoples particularities ,which they have been subjected and still to breaches and harassment, Distortion and stereotyping by global cultural and media industries. Identity represents a serious issue in the national and universal open spaces era, because it deals with how to preserve ourselves and our cultural identity.

Keywords: New Media ; Identity ; Globalization ;Virtual Community.

مقدمة:

تعتبر مسألة الهوية في علاقتها بالإعلام والاتصال مسألة مركزية في الخطاب الثقافي، حيث جدد الإعلام الجديد بأنواعه المختلفة ومنها شبكات التواصل الاجتماعي التفكير في مسائل الهوية والعولمة. فيصورها هذا الخطاب على أنها وسائل اغتراب ثقافي وتدمير للهوية، خاصة في دول العالم الثالث أو الدول المتخلفة عموماً. وبوجود وسائل الإعلام الجديد لم يعد التفاعل على أرض واحدة هو الباعث الأول للتجمع، بل أصبح التفاعل يتم عبر تكنولوجيا ووسائط المعلومات والإعلام، لهذا فإن للإعلام الجديد الأثر الفعال على هويات الجماعة التي أصبحت تتشكل بعيداً عن الثقافة الأصلية والقيم الاجتماعية السائدة، بل أصبحت خاضعة لهذا الوارد الذي يسعى بقوة لتغيير الثقافات المحلية وتعويضها بالثقافة الكوكبية. وقد تبين أن الإعلام الجديد أدى دوراً أساسياً في

فرض انكماش المكان والزمان العالميين، بحيث بدا عالمنا وكأنه قرية واحدة وعلى ساحتها بدأ الإعلام يؤثر على ثقافات المجتمعات المختلفة وهويتها.

٢. تحديد المفاهيم:

• مفهوم الهوية:

حرصت شعوب العالم منذ بداية البشرية حتى هذا اليوم إلى المحافظة على تميزها وتفردتها اجتماعيا وقوميا وثقافيا، لذلك اهتمت بأن يكون لها هوية تساعد في الإغلاء من شأن الأفراد في المجتمعات، وساهم وجود الهوية في زيادة الوعي بالذات الثقافية والاجتماعية، مما ساهم في تميز الشعوب عن بعضها بعضا، فالهوية جزء لا يتجزأ من نشأة الأفراد منذ ولادتهم حتى رحيلهم عن الحياة. وقد ساهم وجود فكرة الهوية في التعبير عن مجموعة من السمات الخاصة بشخصيات الأفراد، لأن الهوية تضيف للفرد الخصوصية والذاتية، كما أنها تعتبر الصورة التي تعكس ثقافته ولغته وعقيدته وحضارته وتاريخه، وأيضا تساهم في بناء جسور من التواصل بين كافة الأفراد سواء داخل مجتمعاتهم أو مع المجتمعات المختلفة عنهم اختلافا جزئيا معتمدا على اختلاف اللغة أو الثقافة أو الفكر أو اختلافا كليا في كافة المجالات دون استثناء. (أبو خليف، ٢٠١٦)

ولعل المفارقة التي نرى أولوية إبرازها عندما نتصدى لتعريف الهوية هي ما طرحه جوتلوب فريجه Gottlob Frege ومؤداها أن الهوية مفهوم لا يقبل التعريف، وذلك لأن كل تعريف هو هوية بحد ذاته، فالهوية مفهوم أنطولوجي وجودي يمتلك خاصية سحرية تؤهله للظهور في مختلف المقولات المعرفية، وهو يتمتع بدرجة عالية من العمومية والتجريد تفوق مختلف المفاهيم الأخرى المجانسة والمقابلة له. ومع ذلك كله وعلى الرغم من الغموض الذي يلف مفهوم الهوية ويحيط به، يمتلك هذا المفهوم طاقة كشفية لفهم العالم بما يشتمل عليه من كينونات الأنا والآخر. (زاهر، ٢٠١٧، ص ٢٧)

وتعرف الهوية بأنها مجموعة الخصائص التي يمكن للفرد عن طريقها أن يعرف عن نفسه في علاقته بالجماعة التي ينتمي إليها والتي تميزه عن الأفراد المنتمين للجماعات الأخرى، وهذه الخصائص لا تأتي مصادفة بل تتجمع عناصرها وتطبع

الجماعة بطابعها، ففكرة تحول الهوية (الهوية البديلة) عند الأفراد كما تعبر عنها Ibraa هي فك الارتباط الذي ينتج عن الصراع بين الهويات القديمة والجديدة للأفراد، وذلك بتعديل الأنشطة والعلاقات والتمثلات الاجتماعية وإعطاء المعاني للحياة. (حمداوي، ٢٠١٥، ص ٩٧).

والهوية هي إحساس فرد أو جماعة بالذات، وهي نتيجة وعي الذات بأنني أو أننا نمتلك خصائص مميزة ككينونة تميزني عنك وتميزك عنهم، فالطفل الجديد قد يمتلك عناصر هوية ما عند ولادته بعلاقة مع اسمه وجنسه وأبوته وأمومه ومواطنيته، وهذه الأشياء في كل حال لا تصبح جزءا من هويته حتى يعيها الطفل ويعرف نفسه بها. (هنتكتون، ٢٠٠٥، ص ٣٧).

وأصبحت الهوية اليوم قضية حاسمة لأنها تؤثر على جميع جوانب الحياة البشرية. (taoue, 2011, p 608) والإنسان يكتسب هويته من خلال نظرته وشعوره الشخصي لذاته، ومن خلال نظرة يكونها الآخرون عنه. أي أن الفرد يكون صورة وشعورا لهويته بكل أبعادها من جهة، ومن جهة أخرى فالمجتمع والأفراد الآخرين يلعبون دورا هاما في تكوين صورة عن هوية الفرد، ويقول في هذا السياق Liaing.R.D "أن علاقة الفرد بآخر تعتبر بمثابة الوسيلة التي يعزز بها الفرد هويته الذاتية ويبيى بواسطتها صورته عن ذاته، وأنه لا يمكن الفصل بين الهوية الخاصة بالفرد والهوية الموجهة للآخر، ذلك لأن الفرد يريد دائما ثبات نفسه وتحقيق ذاتيته وفرض شخصيته أمام الآخر. (مسلم، ٢٠٠٢، ص ٢٨)

أما الهوية الافتراضية Virtual identity فهي الشخصية التي يتم إنشاؤها من طرف المستخدم الإنسان الذي يعمل كصلة وصل بين الشخص الطبيعي والشخص الظاهري للمستخدمين، وحسب هذا التعريف فإن الهوية الافتراضية هي السمات والمواصفات التي يقدمها الفرد الطبيعي للآخرين عبر الأنترنت، فتتم عملية الاتصال بين ثلاثة أطراف وليس طرفين وهي الشخص العادي والهوية الافتراضية والأشخاص الآخرين. (بايوسف، ٢٠١١، ص ٤٧٠)

• مفهوم الإعلام الجديد:

الإعلام الجديد هو عملية التزاوج ما بين تكنولوجيات الاتصال والبيث الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته، وقد تعددت أسماؤه ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد، ويأخذ هذا الاسم لأنه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية، فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات، ويطلق عليه الإعلام التفاعلي طالما توفرت حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الأنترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الأنترنت وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة. (مصطفى، ٢٠٠٩، ص ١٤٨)

ويعرفه قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-Tech Dictionary بأنه اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة. وبحسب لستر Lester الإعلام الجديد هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام، والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو. (عليوان، ٢٠١٥).

والإعلام الجديد أيضا هو مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالأنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين كائنا من كانوا وأيضا كانوا. وهو مصطلح يضم أشكال التواصل الإلكتروني المختلفة والتي أصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحاسب الآلي. وبالنظر إلى علاقة هذا المصطلح بوسائل الإعلام القديم مثل الصحف المطبوعة والمجلات والتي تتسم بسكون نصوصها ورسوماتها، فإن وسائل الإعلام الجديد تشتمل على: المواقع على الشبكة العنكبوتية، النقل المتدفق للصوت والفيديو، غرف الدردشة، البريد الإلكتروني، مجتمعات الأنترنت، إعلانات الأنترنت، الواقع الافتراضي، دمج البيانات الرقمية مع الهاتف والكاميرات الرقمية والهواتف الجوال. (الجوهرة، ٢٠١٦)

ويضم الإعلام الجديد جملة من وسائل الإعلام والاتصال معا هي: (تنيو، ٢٠١٨، ص ٨١)

- ١- خدمات البث الإذاعي والتلفزيوني على شبكة الانترنت.
- ٢- خدمات البث الإذاعي والتلفزيوني على الهواتف المحمولة.
- ٣- المواقع الإلكترونية للصحف والمجلات والمدونات التي تعتمد على مبدأ النشر المستمر.
- ٤- خدمات البريد الإلكتروني بأنواعها.
- ٥- شبكات التواصل الاجتماعي: الفايسبوك، تويتر، يوتيوب...
- ٦- الكتاب الإلكتروني المتوفر على صفحات الشبكة العنكبوتية.

وقد أصبح الإعلام الجديد واقعا فرض نفسه، ولم يعد الإعلامي هو من يعمل في إحدى المؤسسات، فالأدوات الجديدة أخرجت لنا جيلا جديدا من الإعلاميين أطلق عليهم لقب الصحفي المواطن، الذي قد لا يمتلك نفس المهارات الإعلامية أو الأدوات التكنولوجية التي تتوافر للصحفي المحترف، غير أنه أصبح بمقدوره أن يمارس مهنة الإعلام ويخوض غمارها، ويصبح مصدرا مؤثرا من مصادر الأخبار وكسر احتكار المؤسسات الإعلامية لصناعة المشهد الإعلامي. (تنيو، طائر، ٢٠١٧، ص ٢١١)

● مفهوم العولمة:

لا يوجد اتفاق بين جمهور الباحثين والمحللين حول تحديد بداية زمانية لتفاعلات ظاهرة العولمة ولكن ثمة آراء شائعة تؤكد على أن العولمة ليست نتاج العقود الأخيرة من القرن الماضي والتي تبلور من خلالها المصطلح، بل هي ظاهرة قديمة ذات مصطلح جديد وذات تجليات جديدة لعل أبرزها الثورة المعلوماتية والاتصالية، فالعولمة هي مصطلح جديد للتعبير عن واقع قديم كان ملازما لجميع الأمم والقوى العظمى التي استخدمت جيوشها للهيمنة على غيرها من الدول والممالك، للإمبراطورية الرومانية مثلا بسطت نفوذها على العالم المعروف والمحسوس في زمانها ونشرت أنظمة حكمها وأنماط حياتها السياسية والاجتماعية والثقافية، ممارسة بذلك ضربا من

ضروب العولمة، وهناك من يرى أنها ممتدة عبر التاريخ ومن قرون خلت، معللا ذلك لارتباطها بالنزعة الإنسانية في التملك والسيطرة والمصلحة وحب الذات، وتم التعبير عنها بشكل اعتداءات فردية وجماعية وحروب وغزوات لم تسلم منها نقطة على وجه الأرض ماضيا وحاضرا، ويبدو أن النشأة الفعلية والمحسوسة للعولمة قد تصنف مع وجود النمط الرأسمالي منذ نشأته الأوروبية كموقع خصب لدعواتها، وكما يقول تشومسكي (لا جديد في النظام الدولي، فالقواعد الأساسية مازالت كما هي، قواعد القانون للضعفاء أو سطوة القوة للأقوياء، والعقلانية الاقتصادية والإصلاح الاقتصادي للضعفاء وقوة الدولة وحق التدخل والسيطرة للأقوياء). ويؤكد الكثير من الباحثين على أن العولمة وجدت بداية تشكلها وتكونها الزمني منذ القرن الخامس عشر، ثم تطورت مع التجارة واختراع البوصلة والاكتشافات الجغرافية وولادة الدولة الوطنية واختراع الآلة البخارية والتقسيم الفني للعمل لزيادة الإنتاج والتنافس على امتلاك المستعمرات وظهور الشركات الاحتكارية وتطور العلاقات الدولية في شكل مؤتمرات دولية ثم تنظيمات دولية ليست مقصورة على دول أوروبا، وتطبيق فكرة الزمن العالمية وبداية عصر الذرة والتقدم التكنولوجي وبروز الشركات المتعددة الجنسيات وغزو الفضاء وانهيار النظام الدولي الثنائي القطبية، ومن ثم فإن حقيقة العولمة اليوم قامت على أساس تكاليف واختراعات لاسلكية تتخصص بصورة مستمرة بفضل ما سمي بذرات الكمبيوتر الدقيقة (microchips) والأقمار الصناعية وبصريات الألياف والأنترنيت. (تنيو، ٢٠١٨، ص ص ١٣٣ - ١٣٤)

ويشير مفهوم العولمة في شكله العام والأكثر قبولا إلى عمليات التحول والتطور السريع في الترابط والتشابك والتداخل المعقد بين المجتمعات والثقافات والمؤسسات والأفراد على مستوى العالم على النحو الذي يجعل المجتمعات والثقافات والمؤسسات والأفراد أكثر قربا وتفاعلا مع بعضها البعض، ويمتد مفهوم العولمة ليشمل أيضا العلاقات الاجتماعية، حيث تتمدد العلاقات الاجتماعية التي تحكم حياتنا اليومية من السياقات المحلية إلى السياقات الدولية، وبالتالي يمكن فهم العولمة على أعلى مستوى من العمومية - على أنها السلوك عن بعد. (الجمال، ٢٠٠٥، ص ١٦٧)

• المجتمع الافتراضي:

ظهرت المجتمعات الافتراضية على الخط on line communities في بداياتها بفعل احتياجات التعليم واستخدام تكنولوجيا الحاسوب والاتصالات الرقمية منذ منتصف ثمانينيات القرن الماضي، ثم انبثقت بعد ذلك ما عرف بالمجتمعات الشبكية networked communities في أوائل التسعينيات، حيث تطورت في شكل جماعات معروفة من مستخدمي الأنترنت تشترك في الخصائص والإحتياجات والمهارات، ثم انتشرت هذه المجتمعات الرقمية بانتشار تكنولوجيا الويب. ويقدم "هاورد راينجولد" تعريفاً للمجتمعات الافتراضية فيقول: "هي تجمعات اجتماعية تنشأ من الشبكة، حين يستمر أناس بعدد كاف في مناقشاتهم علنيا لوقت كاف من الزمن بمشاعر إنسانية كافية لتشكيل شبكة من العلاقات الشخصية في الفضاء السائبري cyberspace. وهذا التعريف يشير إلى أن المجتمعات الافتراضية هي شكل جديد من أشكال التجمعات الاجتماعية المستندة على التكنولوجيا. أما "إريكسون" فيرى أن المجتمع الافتراضي كمصطلح يشير إلى المحادثة والحوار المبني على الكمبيوتر، وهو يشير إلى أن الحوار مهما كان نوعه هو مبني أساسا على التفاعلية بين العديد من المتصلين والمستخدمين. (بايوسف، ٢٠١١، ص ص ٤٦٨ - ٤٦٩)

٣- إشكالية الهوية في ظل الإعلام الجديد:

شهد العقد الأخير من القرن الماضي وبداية القرن الحالي تقدما تكنولوجيا هائلا في مجال الاتصال وتقنياته. حيث تطور بشكل متسارع وملفت للانتباه وأصبح له تأثير ملحوظ على الحياة البشرية بأسرها وامتدت التقنيات الحديثة إلى كافة الأنشطة والمجالات، وقد أثر ذلك في البناء الاجتماعي للمجتمعات الإنسانية بشكل عام. ولعل من أبرز ما أفرزته هذه التقنيات ثورة الأنترنت التي أصبحت في متناول شريحة كبيرة من المجتمعات عبر العالم مما جعلها ذات قدرات عالية تحمل في طياتها كل عناصر التفوق على غيرها من وسائل الاتصال الأخرى، ولهذا فرضت نفسها بقوة على الإنسان المعاصر حيث شاع استخدامها. وهي بذلك تترك بصماتها في المجتمع من خلال ما يظهر من تحولات سوسيوثقافية على ملامح حياتنا اليومية ومن خلال التنامي والتزايد

السريع في أعداد مستخدمي شبكات الأنترنت والمستهلكين لمضامينها الثقافية والاجتماعية، وذلك في ظل إتاحة هذه الخدمة في المنازل والمؤسسات والمراكز الثقافية، لا سيما في حالة غياب القوانين والضوابط الاجتماعية وعدم وجود معوقات أمام الاندفاع في استخدامها، وهذا ما جعل لمستخدمي الأنترنت إطارا جديدا للتفاعلات الاجتماعية وخروجها عن طبيعة الجماعات الاجتماعية التقليدية، هذه التفاعلات هي التي من شأنها أن تؤدي إلى تشكيل أو إعادة تشكيل الهوية. (بن عيسى، كانون، ٢٠١١، ص ٥٨٢)

ومع تطور وسائل الاتصال وثورة المعلومات لم يعد الإعلام المعاصر مجرد أداة لتوصيل المعرفة أو نقل الأخبار أو مجرد وسيلة للترويج والتسليّة، بل أصبح أداة فاعلة في تشكيل العقل والسلوك البشري، وقد باتت تكنولوجيا الاتصال من الأسس والركائز لمشروع عولمة فكرية وثقافية، وأصبحت هناك شركات عالمية تتنافس لتقديم سلعها الثقافية إلى المستهلك في إخراج مثير يضع المشاهد تحت وطأة إغراء لا يقاوم، حيث يتم تكريس منظومة جديدة من القيم والمعايير مخالفة لمعايير وقيم مجتمعاتنا العربية والإسلامية.

وفي ظل التحديات سألفة الذكر فإن إدراك القائم بالاتصال ووعيه بالسمات المميزة للهوية الثقافية للمجتمع، يجعله قادرا على طرح التقارير والمواد الإخبارية وصياغتها بشكل وظيفي يدفع بدوره الأفراد نحو الانخراط في الأحداث والقضايا المهمة والتفكير فيها بوصفها تخص آخرين ممن تجمعهم بهم وشائج الهوية الوطنية الواحدة بما يدعم بدوره مشاعر الانتماء والتفاعل داخل إطار المرجعية الثقافية الواحدة. فالهويات الوطنية للشعوب باتت مهددة بالاندثار بسبب شيوع الهوية العالمية، خصوصا في ظل المتغيرات العالمية الراهنة وهيجان أخطبوط العولمة الذي بات يخرب ويدمر كل ما هو أصيل ليحل محله الجديد والغريب الذي قد يؤدي إلى ذوبان الهويات الوطنية في هوية عالمية واحدة ينشأ وسطها الإنسان الكوني (الإنسان المعولم). ويرجع البعض التغيرات التي تطال ثقافة الأفراد إلى جملة آليات تشكل في مجموعها عوامل انتشار العولمة مثل التقنية العالية الدقة، الفضائيات، الأنترنت، الهجرة، أسواق المال... غير أن الخطورة لا تكمن

في الانفتاح المعقلن على ثقافة الآخر، وإنما في الانغماس في هذه الثقافة والانهاربها إلى درجة تفضيلها على ثقافة مجتمعهم، مما يخلق حالة من التناقض النيوي داخل النسيج الاجتماعي في المجتمع الواحد بفعل ضعف الانسجام بين ثقافة الأفراد وثقافة المجتمع.

ولاشك أن هذا هو أحد أهم أهداف العولمة بمنظوماتها المختلفة التي ترمي على المدى البعيد إلى تشكيل سلوك الإنسان وتغيير عاداته وقولبة أفكاره، بما يستجيب لمتطلبات النموذج الاجتماعي الغربي بكل ما يتضمنه ذلك من اغتراب الإنسان العربي المسلم عن ذاته الثقافية واستلابه من أصالته الحضارية. (بلغيث، ٢٠١١، ص ٣٥٢ - ٣٥٣).

ومن أهم المواضيع التي نوقشت في البحوث الدولية حول الآثار المحتملة للإعلام الجديد كوسيلة للتعبير عن الهوية الثقافية، تشير إلى هوية المقاومة في بناء معنى ذاتي مع مواد من الخبرة التاريخية لمواجهة الهيمنة الاجتماعية والثقافية، وبحسب هوية المشروع نعني تأكيد مشروع جماعي لتحقيق أهداف اجتماعية معينة كتعبير عن مجتمع ثقافي من الخبرة المشتركة. وهذا هو المكان الذي يصبح فيه دور الإعلام الجديد أساسيا. وقد وجد أن هناك ارتباط كبير بين الهوية القوية واستخدام الإعلام الجديد. وهوية المقاومة هي سمة من سمات أقلية من الناس، وتتركز في الطبقة المهنية القادمة، والتي هي نشطة بشكل خاص على شبكة الأنترنت. ليس لأن الأنترنت هو مصدر هذه الهوية، بل لأنها تصبح وسيلة متميزة للتعبير عن مشاريع بديلة للتنظيم الاجتماعي، بما في ذلك تجسيد الهوية المتجددة كمشروع وطني جماعي يتكيف مع ظروف القرن الحادي والعشرين. (Manuel Castells and others, 2004, p. 241:244)

وتعمل وسائل الإعلام الجديد على أكثر من مستوى في التوحيد والدمج والتجزئة والتفتيت، فالتطبيقات التكنولوجية الجديدة وقدرة شبكة الأنترنت لا تتوقف على قوتها في نشر الوعي بالهوية وتقريب الناس وتقليل شأن عنصر المكان كوعاء للهويات الوطنية وبروز هويات وطنية تتجاوز الحدود، بل تمتد هذه القوة إلى صناعة الهويات المتخيلة. والإعلام الجديد يخطط ثقافة وطنية مهيمنة من الأجزاء الثقافية المتفرقة للوطن ويصنع

هوية ثقافية جامعة، أو هكذا يتوقع منه، حفاظا على سيادة الدولة واستقرارها وأمنها. ذلك أن عملية تشكيل الأوطان هي جزء من الإجراءات العامة المتعلقة بالتكتل الثقافي وجمهرته، وجعله عنوانا لتجميع الجماهير ضمن الدولة والوطن حول الثقافة الموحدة.

إن العولمة كما هو معروف عنها هي ضغط للزمان وتحطيم للمكان وتقليص للمسافات والتخطي عبر الحدود القومية، وبطريقة ما فإن عولمة الإعلام الجديد أدى إلى تمدد أساسي للإجراءات الأولى القائمة على احتواء المسافات والأمكنة الجغرافية لتطويعها وجعل أمر التحكم فيها ممكنا وسهلا. والإجراءات الحالية لعولمة الإعلام الجديد تقوم على الأسس نفسها وتصل إلى النتائج نفسها، وهو تقديم أكبر قدر ممكن من الجماعات الثقافية العالمية على حساب تلك المحلية. وتكنولوجيا الإعلام الحديثة قادرة على أن تفصل المكان عن الهوية وتقفز فوق الحدود الثقافية والسياسية، وتزيد من ضعف الشعور بالانتماء المرتبط بالمحلي والوطني، وتعمل على تقويضه وتنسج هويات غير متعلقة بالحيز المكاني وتقلل من شعور الانتماء إليه.

والتحولات التكنولوجية غيرت جذريا حدود المكان وما يتعلق به من قضايا اجتماعية وظواهر ونظم. وقد أثار هذه النقطة التيار التكنو. متشدد، حيث أن الجماعات المنفصلة عن بعضها تميل إلى إنشاء تجمعات وجماعات تطوير وروابط اجتماعية، تجمع فيما بينها أبعد من المحلي والوطني، وذلك إذا تواصلت فيما بينها تكنولوجيا واستهلكت وتعرضت للرسائل الإعلامية نفسها. والتوزيع الوطني والعالمي لتكنولوجيا الإعلام وتوسعه وازدياد استهلاكه له نتائج مؤثرة في تشكل الهوية للثقافات الوطنية والعالمية. كما أن تقدم تكنولوجيا الإعلام يسهل نشوء وقيام وعي جديد، أي التعرف على روابط عامة تبلورت في هويات وطنية ومتخطية للحدود الوطنية. فالإعلام الاتصالي يقدم وعيا حول الأماكن البعيدة والعوالم الشاسعة، ومن ثم يؤدي إلى ولادة وعي ثقافي ومعرفة ثقافية جديدة. (قطبي، ٢٠١٨)

وهنا يجب أن نكون حريصين على ألا نفترض أن ثقافات وسائط الإعلام يمكن أن تقتصر حصرا على سلعة أو خصخصة أو أشكال شعبية من المقاومة، فمسائل المواطنة الثقافية تربط بين العلاقات الاجتماعية الحميمة وبين منازعات حقوق

الإنسان، والتي عادة ما تكون بوساطة من خلال عالم ثقافي. واليوم لا توجد معرفة بالمواطنة التي لم تمر في مرحلة ما من خلال وسائل الإعلام، وفي هذا الصدد، تهتم المواطنة الثقافية مركزياً بالمؤسسات الإعلامية والنصوص الثقافية وتصورات وممارسات الجماهير، وقدرتنا على أن نكون قادرين على تشكيل فهم أنفسنا والآخرين في عالمنا المشترك الذي يتزايد تشكيله من خلال الوجود التكنولوجي المتضارب لوسائل الإعلام. (Stevenson, 2003, p p. 121 , 125)

وفي ظل الغياب العربي في مجال الإعلام على المستوى الدولي وحتى المحلي، أصبحت القيم المحلية عرضة للتهديد من طرف السيل الجارف من القيم العالمية الغربية على الخصوص، والتي تندفق من جهة واحدة وتغمرنا بدرجة لا نقدر فيها لا على المواجهة ولا على الحفاظ على أدنى نسبة من قيمنا وثقافتنا. وتصل بهذه المجتمعات إلى التلاشي والذوبان نهائياً، وتغيب معها القيم الدينية أو التراثية أو اللغوية لصالح القيم الجديدة الوافدة مما قد يؤثر على الهوية الثقافية والشخصية الذاتية. (ملاوي، ١٩٩٥، ص ٢٣).

وبالرغم من قدرة وسائل الإعلام الجديد على تقريب المسافات وإتاحة التواصل الفعال وسرعة الحصول على المعلومة والقدرة على التعرف على ثقافات العالم، غير أنها وفي شقها السلبي الذي لا يمكن التنصل منه أو إغفاله هو أن لها القدرة على طمس معالم هويات الدول المتأخرة تكنولوجياً، وبالتالي تحطيم ثقافات الدول المتخلفة لصالح الدول المتمركزة على الصعيد التكنولوجي، فلا يمكننا النظر إلى الثورة الرقمية أو الإعلام الجديد على أنه ظاهرة استثنائية أنجبته الثقافة الغربية ولا تمتنا صلة بهذا المولود المتمخض عن الثورة الرقمية بما تحويه من انتقائية ومعايير تصبدم بهويات أخرى، بحيث تنطوي هذه السلبية على بعد ديني وثقافي وفكري، وهو ما ينطبق على الفايبريوك الذي يجعل الفرد مرتبطاً بعالم وهمي غير منتج، بل يستهلك طاقاته ويفقده هويته الحقيقية في ظل اصطناع الشخصيات، وبذلك أصبحت العولمة الثقافية تباشر تأثيرها على الأجيال الجديدة من أبناء المجتمع، وسرت مفاهيم جديدة ومفردات غريبة على لغتنا العربية.

وإذا كانت الهوية الثقافية تعني التفرد بكل ما تحمله من عادات وقيم وسلوك ونظرة إلى الكون والحياة، فإن الإعلام الجديد يزعم تحويل العالم إلى منظومة ثقافية واحدة وهوية موحدة، وطمس الهويات المتنوعة، حيث تنقطع الصلة بين الأجيال وتسلبهم خصوصيتهم بما تحققه هذه التكنولوجيا من تنميط نقيض الفرد. وقد بات الحفاظ على الهوية لأي أمة إحدى التحديات المطروحة بشكل متنامي في ظل التطورات التي جعلت المجتمعات الافتراضية بتأثيراتها المختلفة تشكل الفكر والوجدان على حد سواء. (بقلوف، ٢٠١٦، ص ص ١٣٤-١٣٥)

ومن المسائل المركزية التي تناولها الباحثون بالدراسة علاقة مواقع الشبكات الاجتماعية بالهوية الذاتية للفرد، فمواقع التواصل الاجتماعي تمثل مجالاً يستعرض فيه الناس أنفسهم وذواتهم في فضائهم الصغير، وقد تناول الباحثون هذه الأخيرة بالدراسة والتحليل من خلال جملة المؤشرات التي يختار المستخدم إبرازها أو إخفاءها والتي تكون ملمحة (كالجنس والعمر والدين والمدينة التي يعيش فيها) ويعتمد المستخدم إستراتيجيات مختلفة للظهور إلى الآخرين كاختيار صورة دون أخرى، ومن هنا فإن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح معرفة استراتيجيات بناء الهوية الذاتية من خلال دراسة التفاعل بين ما يسمى الهوية الواقية والهوية الافتراضية، حيث يتم التركيز على التعمق في دراسة أنماط الهويات لمعرفة مدى إمكانية اعتبارها انعكاساً لما هو حقيقي أو مدى قربها لما هو خيالي وزائف. واستعراض الهوية الرقمية يتأثر بعدة عوامل نلخصها فيما يلي: (كسيرة، ٢٠١٨، ص ١٤٣)

- درجة اندماج المستخدم في المجتمعات الافتراضية ذات الاهتمام المشترك ومشاركاته فيها.
- وتيرة استخدامه ومعدل تردده اليومي عليها على اعتبار أنه كلما زاد حضور المستخدم، زادت حاجته إلى عرض الذات وتبادل المعلومات مع المجموعات ذات الاهتمام المشترك.
- ارتباط هويته الافتراضية المتداولة على المجتمع الشبكي بهويته الحقيقية في الواقع.

➤ طبيعة استجابته، سواء كفاعل أو متفاعل أو متفاعل أو مجرد ناقل للمعلومة أو مرتقب لها، ذلك أن طبيعة تفاعله ومواقفه تحددان وجوده في المجموعات الافتراضية.

وقد أثبتت الكثير من الدراسات أن الشبكات الاجتماعية والفايسبوك خصوصا، غيرت الوجه العام لبناء الهوية من خلال سماحها لمستخدميها عبر العالم بإعادة مفهوم صورهم عن ذاتهم بالانتقال من هويات مؤسسة مكانيا وواقعيًا، إلى أشكال هجينة ومرنة للهوية بفضل الخدمات التي توفرها من تدوين وألعاب ودرشة والانضمام إلى مجموعات معينة وغيرها، حيث تعتبر هذه الخدمات تجارب افتراضية يطور من خلالها مستخدمو الفاييسبوك مفهومهم لذواتهم وهوياتهم الملحقه. إذ تسمح الأنترنت للمستخدم من خلال الشبكات الاجتماعية بأن يستعير ويجرب ما شاء من الذوات، دون أن يتعرض لعقاب فعلي، بل إن الأمر يذهب إلى أبعد من ذلك، فالأدوار التي يتقمصها الفرد في فضاء الشبكات الاجتماعية هي في أغلب الأحيان متناقضة مع الأدوار الفيزيائية والاجتماعية التي يمكن أن يقوم بها في حياته الفعلية، وحسب دراسة جيسكا لي باغ Jessica Lee Pugh من جامعة كاليفورنيا تفسح خاصية جدران البروفايل التي يوفرها الفاييسبوك المجال للمستخدم ليكون أكثر تلقائية في التعبير عن ذاته وهويته، فكل صفحة فاييسبوك هي انعكاس لوقت ولمدارك ولاهتمامات وللانتماء السياسي لصاحبها. حيث تتحدد الهوية حسب الدراسة بالربط بين تمثيلات الشخص لذاته كفرد مستقل، وطرائقه في التواصل مع الآخرين ومع المجموعات الاجتماعية في علاقات مترابطة. (مبني، ٢٠١٤، ص ٨٦)

ويحدد علماء النفس الاجتماعي نوعين من الهوية بينهما درجة كبيرة من الارتباط، هما الهوية الشخصية والهوية الاجتماعية، حيث تقوم الأولى على الخصال الفردية والوعي، أما الثانية فتقوم على الانتماء والجماعة. فالشعور بالهوية الشخصية والاجتماعية هو أساس الشعور بالانتماء، ويشير "كينستون Kinston" إلى أن حالات التمرد والعصيان والخروج عن المألوف والابتعاد عن الأعراف والقيم هو تعبير صريح لرفض الفرد لثقافة المجتمع والشعور بالاغتراب، وشعوره بعدم الرضا

والانسحاب والبعد عن التعامل مع الجماعة وعدم المشاركة في المسؤولية الاجتماعية وعدم القدرة على الاندماج في المجتمع. وفي هذه الحالة يلجأ الفرد إلى المجال الافتراضي، ويسعى إلى التلاعب بهويته بهدف إبراز شخصية يحددها حسب منطلقاته النفسية، ليتفاعل بها مع الآخرين على أساس أن هويته الزائفة أو المتخيلة هي هويته الحقيقية، ويتقمص من خلالها الدور والجنس والمكانة والحالة الاجتماعية التي يريد إبرازها. (مقري، ٢٠٢٠).

وفي العالم الافتراضي يصبح بمقدور الأفراد أن يبنوا هوياتهم وفق مشيئتهم، بدلا من أن يقرر عنهم الآخرون بناء على سمات منحازة، ويعتبر بعض الدارسين هذه النتائج إيجابية مادامت الشبكات الرقمية قد أفضت كأداة إلى التحرر من الأحكام المسبقة التي ميزت مجموعات الهويات التي وجدت في حقبي ما قبل الحداثة والحداثة، إذ أصبح بمقدور الأفراد أن يسيطروا تقنيا على شروط تمثيلهم وذواتهم لهويتهم. لكن هذا التكوين التقدمي والمتفائل لعملية بناء الهوية في عصر الشبكات والإعلام الجديد لا يحظى بإجماع شامل، إذ رأى بعضهم أن غياب الجسد وسرية المعلومات في أثناء التفاعلات الشبكية لا يعالجان المشكلة القائمة على التمييز والانعياز للعالم الحقيقي، بقدر ما يخفيها ويتيح الهروب منها. (كسيرة، ٢٠١٨، ص ١٣٤)

ومما لا شك فيه أن هذه الانتقادات الموجهة إلى الهوية ذات الطابع الشبكي (الافتراضية) تستحق النظر والدراسة، لكنها تظل مع ذلك مثيرة للجدل وبخاصة أن الدراسات التي أجريت مؤخرا أظهرت أن عدد الأفراد الذين يستخدمون الأنترنت بانتظام من أجل بناء هويتهم هو عدد محدود، على الرغم من أولئك الذين يبحثون عن أداء هويات بديلة قد يستمرون وينجحون في تقمص تلك الهويات على منصة الأنترنت.

٤. سبل الحماية:

انطلاقا من تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على الهوية، وتأكيدا على ضرورة حمايتها من المخاطر والتحديات المحدقة بها نرفع التوصيات التالية: (اسماعيلي، ٢٠١٩، ص ص ١٩٣ - ١٩٤)

- تفعيل دور المؤسسات الاجتماعية كالأُسرة والمدرسة والمسجد، من خلال قيامها بمراقبة ما يشاهده الشباب من برامج عبر وسائط الاتصال والإعلام الحديثة، وتوعيتهم بمدى خطورتها على عقيدتهم وحياتهم وإيقاظ همهم.
- اعتماد تخطيط لغوي ناجح من خلال رصد مختلف المشاكل المحدقة بها، ووضع خطة منهجية تقوم على جهود منسقة وفاعلة، وتأخذ بعين الاعتبار كل القضايا المؤثرة فيها، مع العمل على تنفيذها ومتابعتها تحقيقاً للأمن اللغوي والمجتمعي.
- ضبط الأنشطة الإعلامية وإخضاعها لمراقبة صارمة، وفتح قنوات اتصال فعالة بين مختلف المؤسسات الإعلامية والأجهزة المعنية بهدف صون هويتنا وحذف كل ما يتنافى مع قيمنا الأخلاقية.
- ترسيخ مبادئ القانون والعدالة الاجتماعية والاقتصادية.
- تحمل الجهات المسؤولة واجبها تجاه هويتنا بسن تشريعات قانونية ملزمة، واستصدار قرارات حاسمة تحميها من مختلف الأخطار المحدقة بها، وتجعل منها قضية استراتيجية تمس الأمن الثقافي والحضاري للأمة.
- إثراء محتوى وسائل الإعلام الجديد بالثقافة الوطنية مع تركيز الاهتمام بنوعية هذا المحتوى وتسويقه بصورة جاذبة خاصة عبر الفايسبوك واليوتيوب. (علقم، توم، ٢٠١٨، ص ٢٨٩)
- السعي لبناء جيل من الشباب قادر على الموازنة بين متطلبات الحداثة ومقتضيات التراث وقيمه.

٥. الخاتمة:

إن دخول الأنترنت وتطور وسائل الإعلام الجديد قد ترك الأثر على شبكة العلاقات الأساسية في المجتمع، بدءاً من ظهور فجوات بين الأجيال وانتهاءً بزعزعة مستمرة لأنماط استهلاك الإعلام والتفاعل الإعلامي التقليدي.

وقد تبين أن الإعلام الجديد يمكنه إحداث تأثيرات عميقة في مستعمليه ومستخدميه، حيث أصبحت هذه المواقع هي التي تشكل قيم الفرد وتوجهاته وأفكاره بعد أن كانت الأسرة والمدرسة والمسجد هي المسيطرة على ميول الأفراد وتوجهاتهم الفكرية، وأصبحت تفرز قيما وأفكارا ومعتقدات وسلوكات تتنافى وتتناقض وتتنافر مع كل ما هو وطني وقومي ومحلي. وهذا ما يؤدي إلى ظاهرة الاغتراب والانسلاخ والذوبان في الآخر وتقمص واقع وشخصية غريبة لا تمت بواقع وشخصية الوطن والأمة. وعلى حد قول "فرانتز فانون" في كتابه "أقنعة بيضاء وبشرات سوداء"، يلبس الفرد في ظل ظاهرة الاغتراب والانسلاخ أقنعة الآخر ما يجعله تائها في عالم ازدواجية الأنا والشخصية والهوية.

والمأمل في مضامين وسائل الإعلام الجديد والمنتجات الثقافية يلاحظ أنها تشكل خطرا على الهوية الوطنية، والحل الوحيد هو تنشئة جيل مسؤول وواع يعرف كيف يتفاعل مع هذه الوسائط، ويعرف كيف يأخذ منها ما يفيد ويبتعد عن المواد المشبوهة والمواد التي تتنافى وتتناقض مع مبادئ وقيم المجتمع.

📌 قائمة المراجع:

- الكتب:
- ١- تنيو، فاطمة الزهراء (٢٠٢٠) الاتصال الدولي والهيمنة، الجزائر، دار ألفا للنشر والتوزيع.
- ٢- الجمال، راسم محمد (٢٠٠٥) نظام الاتصال والإعلام الدولي - الضبط والسيطرة - القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- ٣- زاهر، ضياء الدين (٢٠١٧) اللغة ومستقبل الهوية - التعليم نموذجا - الإسكندرية، مصر، وحدة الدراسات المستقبلية.
- ٤- مسلم، محمد (٢٠٠٢) الهوية والعملة، وهران، دار الغرب للنشر والتوزيع.
- ٥- ملكاوي، ثابت (١٩٩٥) إشكالية العقل العربي بين الذات والآخر الجديد، بيروت، ط١، دار الطليعة للطباعة والنشر.

- ٦- هنتكتون، صومائيل.ب (٢٠٠٥) من نحن- التحديات التي تواجه الهوية الأمريكية، ترجمة حسام الدين خضور، دمشق، دارالحصاد.
- مقالات:
- ٧- اسماعيلي، أحمد (٢٠١٩) تأثير الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية، ألمانيا، مجلة الدراسات الإعلامية العدد ٧.
- ٨- بايوسف، مسعودة (٢٠١١) الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد - دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ٥.
- ٩- بقلوف، سهام (٢٠١٦) الإعلام الجديد ومسألة الهوية لثقافية في المجتمع الجزائري - دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد ٠٢.
- ١٠- بلغيث، سلطان (٢٠١١) تمظهرات أزمة الهوية لدى الشباب، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ٥.
- ١١- بن عيسى، محمد المهدي وكانون، جمال (٢٠١١) مستخدمو الأنترنت في المجتمع الجزائري بين الهوية المستقلة والهوية المغتربة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ٥.
- ١٢- تنيو، فاطمة الزهراء، طائر، مفيدة (٢٠١٧) المقومات التربوية للناشئة في ظل الإعلام الجديد، مجلة الحكمة للدراسات للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد ١١.
- ١٣- حمداوي، عمر (٢٠١٥) الهوية الجماعية لأفراد الأسرة وعلاقتها بالتحولات الاجتماعية الحديثة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ١٩.

١٤- علقم، رجاء خالد أحمد يوسف، توم، مجدوب بخيت محمد (٢٠١٨) توظيف الإعلام الجديد في ترسيخ الهوية الثقافية- دراسة تطبيقية على فئة الشباب، مجلة العلوم الإنسانية، مجلد ١٩، العدد ٣.

١٥- مبتي، نور الدين (٢٠١٤) الإعلام الجديد والهوية الثقافية والاجتماعية للشباب- الشبكت الاجتماعية أنموذجا- مجلة الكلمة، منتدى الكلمة للدراسات والأبحاث، المجلد ٢١، العدد ٨٣.

١٦- مصطفى، صادق عباس (٢٠٠٧) الإعلام الجديد- دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، الدانمارك، المجلة الأكاديمية العربية المفتوحة، العدد ٢.

- رسائل جامعية:

١٧- كسيرة، اسمهان (٢٠١٨) الشباب الجزائري والهوية الافتراضية- دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك- أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس.

- مراجع باللغات الأجنبية:

18- Castells, Manuel and others (2004). The Network Society A Cross-cultural Perspective. UK & USA: Edward Elgar.

19- Cultural Citizenship C o s m o p o l i t (٢٠٠٣) Stevenson, Nick .UK: Open University Press .a n Q u e s t i o n s

20-Taoue, Ouazi (2011) L'identité entre le paradoxe et l'hyper-complexité, Revue des Sciences Sociales et Humaines, N5.

- مواقع الأنترنت:

٢١- أبو خليف، محمد (٢٠١٨) تعريف الهوية نشر بتاريخ: ٢٠١٨/٠٢/١٢ تم استرجاعه بتاريخ: ٢٠١٨/٠٤/١٥ من :

<http://mawdoo3.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%>

٢٢- الجوهرة (٢٠١٦) الإعلام الجديد وقضايا المجتمع ، نشر بتاريخ: ٢٩/٣/٢٠١٦
تم استرجاعه بتاريخ: ١٤/٤/٢٠١٨ من:

[/http://gnewmedia.blogspot.com](http://gnewmedia.blogspot.com)

٢٣- رقيق، عبد الكريم ومقري، خديجة (٢٠٢٠) الإعلام الجديد والجغرافيا الافتراضية، مجلة لوغوس، مجلة فلسفية محكمة تصدر عن مخبر فينومونولوجيا وتطبيقاتها.

تم استرجاعه بتاريخ: ٣١/٣/٢٠٢٠ من:

<http://labopheno.com/lms/logos-revu/course/media>

٢٤- عليوان، إيمان (٢٠١٥) الأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد نشر بتاريخ:
٢٠١٥/١٢/٠٨

تم استرجاعه بتاريخ: ١٥/٤/٢٠١٨ من:

<http://www.almodon.com/opinion/2015/12/8/%D8%A7%D9%84%D8>

٢٥- قطبي، مصطفى (٢٠١٨) الهوية الثقافية العربية وبركان تكنولوجيا الإعلام

تم استرجاعه بتاريخ: ١٠/٤/٢٠١٨ من:

<http://www.islamtoday.net/services/saveart-42-208488.htm>