ISSN: 2253-0347
مجلـة علوم الإنسان والمجتمع
Journal of Human and Society Sciences
EISSN: 2602-781X
المجلد: 13 / العدد: 02 / السنة: 2024/ ص ص: 307- 325

الهوية الحقيقية والهوية الافتراضية في ظل الإعلام الجديد

Real Identity and Virtual Identity in the Context of new Media

تاريخ الإرسال: 2024/03/04 تاريخ القبول: 2024/05/16 تاريخ النشر: 2024/06/24

صبرينة آيت عبد الله [1]
[1]المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، الجزائر ،
EMAIL: sabrinaait@live.fr

الملخص:

تسلط الدراسة الضوء على إشكالية الهوية في عصر التكنولوجيا والإعلام الجديد، وكيف تمكن الأخير من تحويلها إلى هوية افتراضية. اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب لهذا الدراسة، التي ركزت على تحليل التعليقات الخاصة بمجموعة من المنشورات على موقع الفيسبوك، بالاعتماد على عينة عشوائية قوامها 150 تعليق.

ومن أهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة هي تهجين اللغة العربية وتهديدها، والاعتماد في العديد من الأحيان على الرموز التعبيرية (الإيموجي) بدلا من الكتابة، إضافة إلى بروز مصطلحات وثقافات مستوردة ترجمتها التعليقات التي تم تحليلها.

الكلمات المفتاحية: الهوية، الإعلام، الإعلام الجديد، الهوية الافتراضية.

المؤلف المرسل: صبرينة آيت عبد الله ، **الإيميل:** sabrinaait@live.fr

Abstract:

This study focuses on identity in the age of technology and new media. The study relied on the descriptive analytical approach, as it is the most appropriate approach for this study, who focuses on the comments in social media (FB). A purposive sample of comments consisting of 150 comments.

The study concluded To many results, the most important are hybridization of the arabic language ; and use the Emogies in the comments. In addition the emergence of new cultures and foreign words.

Keywords : Identity, Media, New Media, Virtual Identity.

1. مقدمة:

تعتبر الهوية عنصرا مهما وأساس كل المجتمعات، ولا يمكن لأي مجتمع أو بلد أن يحدد لنفسه مكانة إن لم تكن له هوية تميزه عن غيره. وهناك العديد من العوامل التي تساعد على الحفاظ على هذه الهوية أو طمسها كالتطورات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وحتى العامل الديني والعرقي والانتماء الجغرافي إضافة إلى البعد الاستعماري، الذي يؤثر بدرجة كبيرة على هوية وثقافة البلد.

وإن تحدثنا عن الهوية فإن غالبية المفكرين يربطون الأخيرة بالثقافة، حيث تبدو العلاقة بينهما أكثر وثوقا وهناك من يقترب من التطابق بين المفهومين معتبرين أنه لا هوية بلا ثقافة. من جهة أخرى غالبا ما يتم الربط بين الهوية والإعلام باعتبار الأخير المنظومة التي تحفظ هذه الهوية وتؤرخ لها وتنقلها من جيل إلى جيل، لكن المسألة ربما ليست بهذه البساطة، لأن المنظومة الإعلامية إن كانت غير منتجة بل مستهلكة فقط، فإنها بدلا من الحفاظ على هذه الهوية الوطنية وغرسها في المجتمع، فهي تفرز أفكارا وقيما وسلوكات

ومعتقدات جديدة تتنافى مع هوية ذلك المجتمع وخصوصياته، خاصة مع ظهور ما يسمى بالإعلام الجديد أو البديل.

2. إشكالية الدراسة:

إن التطور الكبير الذي يعرفه الإعلام وتنوع وتطور وسائل الاتصال الجماهيري التي تخطت حدود الزمان والمكان مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات وغيرها، مما يسمى بـ "الإعلام الجديد"، والتي تعتمد أساسا على تقديم أكبر قدر ممكن من الجماعات الثقافية العالمية على حساب تلك المحلية. ومن أبرز أشكال الإعلام الجديد هي مواقع التواصل الاجتماعي، التي تفرز يوميا كما هائلا من الصور والفيديوهات والأخبار والمعلومات أهمها موقع فيسبوك، الذي يتيح للمتصفح التفاعل مع مختلف المنشورات عن طريق التعليق، أو الضغط على زر الإعجاب وغيرها من التعابير المتاحة. هذه التعليقات أبرزت ثقافات وأفكار ولغات وألفاظ وتعابير جديدة لم تكن موجودة في مجتمعنا الجزائري.

وعليه: هل يمكن للهوية الحقيقية أن تتحول إلى هوية افتراضية في ظل الإعلام الجديد؟

وللإجابة على هذه الإشكالية نطرح التساؤلات التالية:

1. ماهي العلاقة بين الإعلام والهوية؟
2. كيف أثر الإعلام الجديد على الهوية؟
3. ما هي انعكاسات تعرض الأفراد لأشكال الإعلام الجديد على هويتهم الحقيقية؟

3. أهداف الدراسة:

لكل بحث علمي ودراسة أهداف تسعى لتحقيقها وتهدف دراستنا إلى التعرف على المعنى الحقيقي للهوية وعلاقتها بالإعلام بصفة عامة، وكذا تأثيرات التكنولوجيات الحديثة في مجال الإعلام أهمها مواقع التواصل الاجتماعي على هوية الأفراد. وتهدف الدراسة كذلك على كشف الانعكاسات السلبية خاصة لاستخدام الأفراد لمواقع التواصل

الاجتماعي(الفيسبوك كنموذج للدراسة) على الهوية الحقيقة للافراد، وفي الأخير معرفة إن كان يمكن للهوية الافتراضية ان تحل محل الهوية الحقيقية، داخل العالم الافتراضي أو ما يسمى كذلك بالإعلام الجديد.

4. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الهوية في حد ذاتها، لأن لكل فرد هوية تعبر عن عاداته وثقافته ولغته. كما تكمن أهمية الدراسة في أهمية الإعلام كلاعب أساسي للحفاظ على هوية الأفراد والأوطان من خلال ما يقدمة من برامج ومحتويات. كما تعتبر الدراسة مهمة لأنها لا تكتفي بدراسة العلاقة بين الهوية والإعلام فقط بل تجاورتها إلى العلاقة بين الهوية والإعلام الجديد، وما أفرزه الأخير من سلوكيات جديدة للأفراد،تظهر جليا من خلال النشر او التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي(الفيسبوك كنموذج لدراستنا)، لذلك اخترنا التعليقات كمادة للتحليل.

5. مفاهيم الدراسة:

تتمثل المفاهيم الأساسية لهذه الدراسة فيما يلي:

1.5. الهوية:

تعرف الهوية على أنها مجموعة الخصائص أو المميزات التي ينفرد بها فرد أو شعب أو أمة، والتي تتوارث عن ماض ذي تاريخ وتراث، وبما في التراث من لغة ودين، وما للأمة من انتصارات وانتكاسات وطموحات وانتماءات وخصائص، تجعل من ينتمي إليها ذا ذاتية متميزة عن غيره، فيصبح ويبقى ذاته ونفسه. وهوية الفرد في عقيدته وجنسه وأرضه ولغته وثقافته وحضارته وتاريخه والروح المعنوية والجوهر الأصيل للكيان الوطني والمصالح المشتركة.(صالح العيد، 2007، ص135)

تعرف الهوية كذلك على أنها موضوعا للتفكير الفلسفي منذ أقدم العصور وإلى الآن، فقد دار الجدل بين المفكرين خاصة في علم المنطق حول مدلول الهوية ومقاييسها وطرق بحثها. وبعيدا عن التعريف الفلسفي لها فإن الغالبية يشيرون إلى الهوية في علاقتها بالثقافة واللغة والانتماء والدولة والمجتمع. فقد ارتبط مفهوم الهوية بالمسألة الثقافية وأداتها الأولى وهي اللغة، وأصبح الثلاثي: هوية، ثقافة، لغة منذ النصف الثاني من القرن 20 من الاهتمامات الأساسية في العلوم الاجتماعية.

ويرى بعض علماء السياسة والاجتماع والنقاد المختصين في الأدب والفنون، أن أزمة الثقافة هي في الحقيقة أزمة الهوية.(محمد العربي ولد خليفة، 2003، ص89،90،91)

كان منطلق البحث في مجال علم النفس الاجتماعي، هو اعتبار الهوية أشبه بجسر ما بين ما هو فردي (سيكولوجي) وما هو اجتماعي (سوسيولوجي)، وخلاصة للتفاعل بين الفرد وبيئته الاجتماعية. لكن الطابع

الاجتماعي للهوية لا يخص الفرد، فهو ينطبق أيضا على الجماعة التي نستخدمها كأداة للإدماج والإقصاء، إدماج مشروط بتوفر عدد من السمات تعتبرها الجماعة أساسية (لغة، عقيدة، طقوس...) وإقصاء من لا تتوفر فيه السمات المشروطة.(محمد العربي ولد خليفة، 2003، ص106)

2.5. الإعلام الجديد:

الإعلام الجديد هو مصطلح حديث يتضاد مع الإعلام التقليدي، كون الإعلام الجديد لم يعد فيه نخبة متحكمة أو قادة إعلاميين، بل أصبح متاحا لجميع شرائح المجتمع وأفراده الدخول فيه واستخدامه والاستفادة منه طالما تمكنوا وأجادوا أدواته. وللإعلام الجديد مرادفات عدة منها: الإعلام البديل، الإعلام الاجتماعي، الصحافة التشاركية، صحافة الهواة وصحافة المواطن.

والإعلام البديل كذلك مصطلح يشير إلى ذلك النشاط الذي يقوم من خلاله فرد من أفراد جمهور وسائل الإعلام بإنتاج مضمون إعلامي ومعالجته، ونشره عبر تقنيات اتصالية متعددة. ويمكن لهذا المضمون أن يكون مقروءا أو مسموعا أو مرئيا أو متعدد الوسائط، وينشر في الغالب عبر شبكة الإنترنيت. ونجد وراء صحافة المواطن أو هذا الإعلام البديل الأفراد الهواة والمستعملين العاديين أي الأشخاص الذين لا يعملون في الصحافة، وبالتالي

فهم يقابلون أو ينافسون الصحفيين المحترفين الذين يمتهنون الصحافة في مؤسسات إعلامية كالتلفزيون والراديو والصحف.

وصحافة المواطن تختلف عن الصحافة التقليدية في كونها تشاركية، أي يشارك في مضمونها مواطنون متطوعون من عدة أماكن، ويؤثر الإعلام الجديد ومحتوياته المختلفة على التوجهات السياسية والثقافية والاجتماعية للأفراد، وعلى الرأي العالم بصفة عامة (Taibi Fatmazohra;2015;p31)

3.5. الإعلام:

الإعلام هو الإخبار وهو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت.(محمد سيد محمد، 1988، ص53) وهو كذلك نشر الحقائق والأخبار والأفكار والآراء بين الجماهير بوسائل الإعلام المختلفة، كالصحافة والإذاعة والسينما والمحاضرات والندوات والمؤتمرات والمعارض وغيرها، وذلك بغية التوعية وكسب التأييد.(أحمد زكي بدوي، 1994، ص83،84) أما المعلومة فبرهاناتها المختلفة وأنواعها وحتى حدودها هي التي أوجدت لوسائل الإعلام المختلفة جمهورا. (Francis Ball; 2004; p53)

4.5. الهوية الافتراضية:

هي عكس الهوية الحقيقية وهي التي يعيش بها الفرد في العالم الافتراضي، عن طريق تصفح لواقع التواصل الاجتماعي أو غيرها أشكال الإعلام الجديد، فيعبر ويتفاعل بطريقة قد لا تعكس هويته ولاثقافته ولا عاداتهوسلوكياته الحقيقية.

6. الدراسات السابقة:

- **الدراسة الأولى:**

دراسة بعنوان: تهجين اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، مقال نشر بمجلة حسور المعرفة، العدد10، جوان2017.

سلطت هذه الدراسة الضوء على كيفية استخدام اللغة في مواقع التواصل الاجتماعي، وتحول اللغة العربية إلى لغة هجينة تجمع بين العربية والفرنسية والأرقام والرموز. وخرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات نذكر منها:

.ضرورة الاهتمام بالتعاون بين مراكز المعلومات والمؤسسات التعليمية للقيام بدراسات مستمرة ودورية لمعرفة مستوى اللغة العربية لدى الطالب ومستخدمي المواقع الاجتماعية، وتوجيههم بالاستخدام الآمن للغة العربية.

- أن استخدام الكتابة في مواقع التواصل الاجتماعي ينمي اللغة العربية ويحافظ عليها، بشرط أن تكون الكتابة بحروف اللغة المستخدمة نفسها، لذا يجب أن تكاتف الجهود للحفاظ

على هوية وخصوصية الحرف العربي باعتباره مكون أساسي في اللغة العربية.

-انشاء قاعدة معلوماتية معرفية تحتوي على برامج تختص بتعليم اللغة العربية نطقا وكتابة لتسهم في نشر اللغة العربية والتعريف بها.

- **الدراسة الثانية:**

دراسة بعنوان تاثير الفيسبوك على العلاقات الأسرية دراسة ميدانية على عينة من الأسر بمدينة بسكرة. مقال نشر بمجلة طبنة للدراسات العلمية والأكاديمية، العدد2، 2023. للباحثين سمير صالحي وعبيدة صبطي.

هدفت الد ا رسة إلى محاولة التعرف على مايلي:

.الكشف عن التأثيرات التي أحدثها موقع الفايسبوك على العلاقة الزوجية.

.محاولة التعرف على واقع العلاقة بين الوالدين وأبنائيم.

.محاولة التعرف على علاقة الأبناء فيما بينيم في ظل استخدامم للفايسبوك.

وخرجت الدراسة بمجموعة من النتائج نذكر منها:

- الإدمان على موقع الفايسبوك أدى بأفراد الأسرة الجزائرية إلى عزلة تامة عن الآخرين,

وخرجت الدراسة يمجموعة من النتائج نذكر منها:

. بينت الدراسة أن العلاقة بين الوالدين وأبنائيم تراجعت بسبب استخدام موقع الفايسبوك سواء من طرف الوالدين أو أبنائهم لأخذه الكثير من الوقت على حساب ما يقضونه في الجموس مع أفراد أسرتهم وتبادل أطراف الحديث معهم.

- لوحظ من خلال هذه الدراسة أن العلاقة بين الإخوة هي علاقة متوترة جراء الخلافات التي أحدثها الاستخدام المتكرر لموقع الفايسبوك وبالتالي انعكس ذلك على تباعدهم عن بعضيم البعض.

- ساهم موقع الفايسبوك في زعزعة استقرار العلاقات الأسرية داخل الأسرة الجزائرية.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

تناولت كلا الدراستين الإعلام الجديد أو أحد أشكاله، وسلطت الضوء على التأثيرات الغير مرغوبة للاستخدام الخاطئ والمتكرر للإعلام الجديد بمختلف أشكاله، تأثيرات على اللغة في الدراسة الأولى وتأثيرات على الأسرة وتماسكها في الدراسة الثانية. وهي تأثيرات سلبية تنعكس على هوية الأفراد والمجتمعات التي قد تتحول إلى هوية افتراضية كلما تعلق الأمر باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أو أحد أشكال الإعلام الجديد.

كما تم الاستفادة من الدراسات السابقة من خلال المساعدة في اختيار الخطوات المنهجية المناسبة للدراسة.

7. الجانب النظري للدراسة:

أدت تكنولوجيا الإعلام والاتصال المتمثلة في حشد من التقنيات المتوفرة على صعيد الاتصالات والمعلومات من الهاتف والتلفاز والحواسيب والأقمار الصناعية والكابلات والوسائط المتعددة (ليديا بوبكر، كمال بوقرة 2024، ص 62) إلى تغير جذري بالوعي الاجتماعي وأزيل عنصر المكان الذي كان أساس التجمع، وبوجود وسائل الإعلام الجديد أو البديل 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.

1. سمات الهوية:

يمكن تقسيم السمات التي تحدد الهوية إلى مجموعتين:

1. هوية الأشياء: أي العلاقة المنطقية التي تتعرف بها كل جماعة ثقافية على شيء يكون هو نفسه في مختلف الأحوال، كأن نقول الشجرة هي الشجرة أو الكتاب هو الكتاب. فيكون أفضل تعرف على هوية شيء ما هو تلك العلاقة التجريدية.

2. هوية الأشخاص والمجموعات البشرية: أي الطريقة التي تعرف بها الفرد أو جماعة على التماثل أو التشابه الموجود في خاصية أو مجموعة من الخصائص المميزة عن بقية الأفراد والجماعات، وبالتالي فإن الهوية بهذا المعنى يمكن أن تبدأ من الأخص وتصعد إلى الأعم بالطريقة التجريبية، أو تنزل من الأهم إلى الأخص وهو المنهج المعتمد في المنطق

الصوري. ونلاحظ أنه في كلتا المجموعتين، الأشياء في ناحية والأشخاص من ناحية أخرى، نجد أن الهوية هو تشابه وتفرد وإفراد عند النظر إلى الموروث الحيوي البيولوجي أو المشترك في الموروث التاريخي الثقافي، فإن هوية الفرد والجماعة تتطلب البحث عما يتفرد به هذا الفرد أو الجماعة، وبالتالي فإن الهوية الاجتماعية تتحول إلى هوية ثقافية عند استخدامها لأغراض التميز والتصنيف على أساس ثقافي.

21- العلاقة بين الهوية والثقافة:

العلاقة بين الهوية والثقافة تبدو أكثر وثوقا وهناك من يقترب من التطابق بين المفهومين، وأصحاب هذا الاتجاه يرون أن الثقافة طبيعة ثانية للفرد يتلقاها من بيئته وكأنها وراثة تتدخل في تكوينه الجيني.(محمد العربي ولد خليفة، 2003، ص108) وهناك اتجاهات أخرى اعتبرت أن الهوية مزيج تتدخل فيه الثقافة فلا هوية بلا ثقافة، ولكن قد توجد ثقافة بلا هوية. وقد ألحت معظم الاتجاهات على أهمية التنشئة الاجتماعية والتربية في تحديد ملامح الهوية وإبراز الفوارق التي تميزها عن الهويات الأخرى. وهناك من يقول أن الهوية تتجاوز بعدها المتوارث والمنقول وكأنها في حالة سكون نهائي وتنتقل أليا من جيل إلى آخر وعلى مستوى مجموعة من البشر، وهذا يؤدي إلى وجود جماعات ذات سمات شخصية متطابقة.(محمد العربي ولد خليفة، 2003، ص110)

ولا يمكن أن نربط بين الهوية والثقافة دون أن نعرف الثقافة، فالثقافة هي تراث وخلق متفاعلين ومتصاهرين ولا يمكن تغليب طرف عن آخر، فهو تراث يتلقاه الإنسان ولا يثمر إلا إذا أخذه بقلب شغوف، وهو خلق لا يستقيم إلا انطلاقا من فكر وروح وشعور.(الشاذلي القليبي، 1978، ص26) والثقافة كذلك هي البيئة الثانوية التي من صنع الإنسان، أي كل ما صنعه الإنسان للتعامل مع بيئته الطبيعية (بيئته الأولية) من عناصر مادية وروحية على سواء.

وتمتزج داخل الثقافة كافة القوى والمنجزات الفكرية الروحية والاجتماعية والمادية، ومن صور التعبير التي تضمها أي ثقافة من الثقافات في الدين والعادات والفنون والمنظمات الاجتماعية.(محمد الجوهري، 1978، ص89) الثقافة كذلك تمثل نمطا متسقا إلى حد ما من الفكر والسلوك، فتوجد داخل كل ثقافة بعض الأهداف المميزة التي

لا تشترك فيها بالضرورة مع أنماط المجتمعات الأخرى، ويحاول كل شعب في تحقيقه لهذه الأهداف أن يركز تجربته وخبرته الخاصة ويبلورها أكثر فأكثر. فالثقافة إذا عبارة عن مركب من أساليب الشعور والفكر والسلوك الذي يميز مجموعة من الناس ويتوارثونه جيلا عن جيل. وترتبط تلك العناصر ببعضها بعلاقات تفاعل وتأثير متبادل، ويؤدي كل عنصر منها وظيفته الخاصة في إطار الثقافة الكلية للمجتمع.(محمد الجوهري، 1978، ص91)

وفي تعريف أخر للثقافة فإن الأخيرة هي المعبر الأصيل عن الخصوصية التاريخية لأمة من الأمم، ففي الثقافة وبالثقافة يدخل الفرد حقا في البعد الإنساني للحياة ويسمو. وبفضلها تتخذ حياته شكلا خاصا فهي التي تعطيه الجذور وهي التي تضعه في المكان والزمان وتجعله حاملا للتراث. وهي كذلك ذلك المركب المتجانس من الذكريات والتصورات والقيم والرموز والتعبيرات والإبداعات التي تحتفظ لجماعة بشرية.(محمد عابد الجابري، 1994، ص213)

ويمكن أن نصنف الثقافة إلى قسمين:

ثقافة جماهيرية: والتي تضم طريقة الحياة المادية والروحية التي تمنح لكل أمة خصوصيتها، فهي إذا معدن الهوية وتمتد من طريقة الملبس والمأكل...إلى مكونات الذاكرة الجماعية وغيرها.

ثقافة عالمة: تضم بالخصوص مدونة المعارف والإبداعات التي يتم إنتاجها واستهلاكها من طرف المشتغلين بشؤون الفكر والأدب والفن...(محمد عابد الجابري، 1994، ص215)

ولقد تفردت الثقافة العربية عبر تاريخها المديد بخصائص أهلتها لتكون ثقافة إنسانية حية، إذ أبدعت قيما ومثلا وأعمالا تجلت في الفكر والتشريع والفقه والأدب والعلوم. ولتحقيق الأمن الثقافي في أي بلد لا بد من توفير أسباب القوة الذاتية للثقافة العربية، بإفساح مناخ الحرية لأبنائها كي يبدعوا ويبتكروا وينتجوا الجديد فيها، وأن تتفاعل هذه الثقافة مع ثقافات أخرى في عملية أخذ وعطاء متكافئة تغنيها وتزيد في حيويتها وأصالتها وعطائها.(المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1994، ص49)

وبعد تعريفنا للهوية والثقافة يمكن أن نستخلص النقاط التالية:

. تستعمل الجماعة إرادة الاختلاف عن طريق إبراز بعض السمات الثقافية لرسم حدود الهوية، والإعلان عن انتماءها النوعي أو المغاير للمجموعة الأكبر عدديا.

. إن مجموعات متقاربة جدا ثقافيا يمكن أن تعتبر نفسها أجنبية تماما عن بعضها، وقد تستخدم جماعة ما ثقافة أخرى أقوى لتأكيد إرادة الاختلاف ومواجهة ثقافة أقرب وأكثر حضورا.

. يمكننا أن نميز بين الهوية والثقافة، فالاشتراك في ثقافة واحدة لا يعني بالضرورة امتلاك هوية تلك الثقافة أو إرادة الانتماء إليها.

. إن نفس الثقافة يمكن أم تستخدم ذرائعيا بطرق متعارضة، إما لإثبات الهوية ودعم حدودها أو لإنكار تلك الهوية والقفز وراء حدودها.

. للهوية حدود متحركة تبعا لتغيير الوضعيات الاجتماعية والاقتصادية يعقب ذلك تغير زاوية الانتماء، فمن المهم دراسة تنقل حدود الهوية والانتماء بين الطبقات الاجتماعية من مدخلين أحدهما متزامن والثاني متغاير.(محمد العربي ولد خليفة، 2003، ص121،120)

2- العلاقة بين الهوية والإعلام الجديد:

عرفت البشرية في السنوات الأخيرة تغيرات وتطورات كثيرة في مختلف الميادين، بفضل ثورة المعلومات والاتصال الحديثة لدرجة أن أصبح أي حديث عن التطور والتقدم في أي ميدان، لا يخلو من التطرق إلى دور التكنولوجيات الحديثة وتأثيرها على هذا المجال أو ذاك. فلا يمكن التغافل عن انعكاساتها الكثيرة التي أدت إلى تغير عدة مفاهيم واستحداث عدة أنشطة وتطبيقات جديدة وإلغاء العديد من الأشياء التقليدية. كما أقصت العديد من المهن والوظائف بعد أن أتت بوظائف حديثة تعتمد على التحكم في التقنيات والتكنولوجيا المعاصرة.

لقد ظهرت العديد من التقنيات والتطبيقات الاتصالية على شبكة الإنترنيت بالخصوص، بدءا بتقنيات المحادثة الإلكترونية والبريد الإلكتروني وطرق الحوار والتراسل النصي وبرمجيات التواصل المباشر، وصولا إلى الأشكال العديدة للصحافة الإلكترونية كالمواقع التكميلية لوسائل الإعلام، المواقع الفردية الشخصية، المدونات الإلكترونية، المواقع التساهمية وغيرها.

1.2. أشكال الإعلام الجديد:

هناك العديد من أنماط وأشكال الإعلام الجديد الموجودة حاليا، والتي تتبلور وتتطور بشكل كبير وتنافس الأشكال التي سبقتها في الظهور، وتنافس حتى وسائل الإعلام التقليدية. نذكر منها:

1. المدونات الإلكترونية: هي مواقع إلكترونية يمتلكها في الغالب أفراد أو مؤسسات وجماعات، يتم الكتابة فيها بأساليب مختلفة يقترب معظمها من الأسلوب الصحفي، وهي تحاول دائما الكتابة في المواضيع الهامة والمثيرة للجدل، وهذا بفضل الحرية وانعدام الرقابة. ويتم فيها نشر المقالات والتسجيلات بشكل ترتيبي، ويمكن للقراء والمستعملين التعليق عليها.

2. وسائل التواصل الاجتماعي: هناك من يسمي هذه المواقع بالشبكات الاجتماعية ومواقع التشبيك الاجتماعي، وهي عبارة عن مواقع تستعمل من قبل الأفراد من أجل التواصل الاجتماعي وإقامة العلاقات، والتعارف وبناء جماعات افتراضية ذات اهتمامات مختلفة، ومن أشهر هذه المواقع الفيسبوك، تويتر...(سالمة شداني، 2017، ص503)

3. مو اقع بث الفيديو: هي مواقع تتيح إمكانية بث مقاطع فيديو مسموعة أو مرئية ويمكن تحميلها و مشاهدتها، وهناك العديد من المواقع المشهورة لدرجة أنها أصبحت تبيع مضامينها لوسائل الإعلام، وحتى هذه الأخيرة تقوم ببث برامجها عبر هذه المواقع، وأشهر هذه المواقع على الإطلاق هو موقع "يوتيوب".

4. المو اقع الإخبارية التساهمية: هي مواقع شبيهة جدا بالصحف الإخبارية، لكن يشارك في محتواها ويحرر مضمونها مواطنون عاديون من مختلف الأماكن، وهم في الغالب متطوعون وناشطون حقوقيون وهواة لمهنة الصحافة.

5. مو اقع التحرير الجماعي: وهي مواقع تعتمد على برمجيات wiki التي تسمح بتحرير مضمونها بشكل جماعي يتيح إمكانية التعديل والتنقيح وأشهرها موسوعة ويكيبيديا.(إبراهيم بعزيز،2012، ص175،174،173)

2.2. خصائص الإعلام الجديد:

يتميز الإعلام الجديد بالعديد من الخصائص منها:

1. التفاعلية: حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية، وليست في اتجاه أحادي بل يكون هناك حوار بين الطرفين.
2. اللاتزامنية: وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواء كان مستقبلا أو مرسلا.
3. المشاركة والانتشار: يتيح الإعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشرا يرسل رسالته إلى الآخرين.
4. الحركة والمرونة: حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسوب الشخصي، الهاتف الجوال وغيرها.
5. الكونية: حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.
6. اندماج الوسائط: في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص والصوت والصورة الثابتة والصورة المتحركة والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد....
7. التخزين والحفظ: حيث يسهل على المتلقي تخرين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها,

3.2. الانعكاسات الثقافية للإعلام الجديد على الهوية:

يمكن القول أن الانعكاسات الثقافية للإعلام الجديد على المستعملين هي الانعكاسات الأهم والأخطر في نفس الوقت، فما لاشك فيه أن استعمال الانترنيت كوسيلة اتصال لا يخلو من تأثير وتأثر بثقافات وهويات الغير. فالشخص الذي يتحادث ويتفاعل مع شخص آخر مختلف عن ثقافته ومجتمعه، لابد أن ينقل كل واحد منهما أفكارا للآخر ويسوق له ثقافته وقيم مجتمعه، فالاتصال أصبح ملازما للهوية والثقافة. وكل هذا بسبب التطور الحاصل في التقنيات الاتصالية وتطبيقاتها المختلفة.

ومن الأخطار المحتملة على المستعملين خطر التغريب الثقافي الذي يمس الشباب على وجه الخصوص، ويجعلهم يتخلون عن ثقافتهم وخصوصيتهم وفي بعض الأحيان عن هويتهم أيضا، نحو هويات أخرى افتراضية، ويبتعدون عن عاداتهم ويتشبثون بالقيم الغربية، وينجر عن هذا الانخداع بالثقافة الغربية اهتمام بالغ بكل ما يفعلونه من سلوكيات وعادات ولباس وغيرها، واهتمام بلغتهم إلى درجة إهمال اللغة الأم وهو ما ينتج

عنه ما يسمى بـ"تفقير اللغة المستعملة"، وبالتالي يحدث عجز في القدرة على الإصلاح وقصور حتى في التفكير الحر.

وفي المقابل هناك من يرى أن التنوع الثقافي عبر تطبيقات وخدمات الإنترنيت، هو عامل إيجابي من الناحية الثقافية إذا تم استغلالها بشكل حسن، خاصة من ناحية تعلم اللغات الأجنبية والتعرف على ثقافات الشعوب والأمم، واكتساب معارف ومعلومات جديدة. حيث هناك من يعتبر "منتديات المحادثة الإلكترونية" كفضاء خصب للأفكار الجديدة، حيث تطرح مختلف الأفكار والآراء من طرف أشخاص لهم مستويات علمية وثقافية متعددة، فيمكن للفرد أن يكتسب معلومات ومعارف كثيرة عبر التفاعل معهم والاحتكاك بهم ولو عن بعد.(إبراهيم بعزيز، 2012، ص77)

8. الجانب التطبيقي للدراسة

1. الخطوات المنهجية المتبعة:

اعتمدنا في هذا الجانب على عملية الوصف والتحليل، ولكشف انعكاسات الإعلام الجديد على هوية الأفراد المجتمعات، اخترنا دراسة موقع الفيسبوك بصفته الأكثر استخداما لدى الجزائريين، ولتنوع محتوياته ومنشوراته سياسية كانت أو ثقافية أو اجتماعية أو رياضية أو غيرها من المواضيع المتداولة في مختلف الصفحات الافتراضية في الجزائر. مع إمكانية التفاعل سواء بالضغط على زر الإعجاب أو مختلف الأشكال التعبيرية أو من خلال التعليقات.

والفيسبوك هو موقع تواصل اجتماعي أسسه مارك زوكربيرغ وهو من أكبر وأشهر المواقع الاجتماعية في العالم. يسمح بنقل وتبادل الرسائل والمحادثات والأفكار والتوجيات من خلال إنشاء حساب افتراضي، وتكوين صداقات. كما يمتاز بخدمات متنوعة كالتواصل والخدمات التجارية والإعلانات والبث المباشر.(سمير صالحي، عبيدة صبطي، 2023، ص843)

وللإجابة على إشكالية وتساؤلات الدراسة اخترنا تحليل ودراسة التعليقات التي تصاحب مختلف المنشورات، فاخترنا باستخدام العينة العشوائية 150تعليق على منشورات

جزائرية مختلفة، وباستخدام آداة الملاحظة لكل من المنشور سواء كان صورة أو فيديو أو منشور مكتوب، وكذا ملاحظة مختلف التعليقات خرجنا بمجموعة من النتائج.

2.نتائج الدراسة:

بعد عملية التحليل التي قمنا بها والتي ركزنا فيها على التعليقات مثلما شرحنا سابقا نستنتج مايلي:

. من خلال التعليقات المختلفة التي قمنا يتحليلها يتضح لنا أن أول أثر غير مرغوب فيه للإعلام الجديد هو تهديد اللغة التي تعتبر جوهرا لهوية اللأشخاص والمجتمعات. فنجد الجزائريين يعلقون بلغة عربية هجينة هي مزيج بين العامية والفرنسية وحتى الإنجليزية، هذا من جهة. ومن جهة أخرى فإن أغلب التعليقات تكون في معناها بالعامية لكن تكتب بحروف لاتينية كأن نقول salam alaykoum عوض "السلام عليكم"

.وفي سياق اللغة دائما يتم في التعليقات استبدال الحروف العربية التي ليس لها مقابل في اللاتينية بأرقام كقلب الحرف "حاء" إلى الرقم 7 والحرف "عين" إلى الرقم 3 و الحرف "خاء" إلى الرقم 5 هكذا.

. استخدام الرسوم التعبيرية أو ما يعرف بـ"emogies" بدلا من الكتابة وإثراء الرصيد اللغوي، أو التعليق بصور أخرى عوض الكتابة دائما، وقد لا تحمل هذه الصور ما يعبر عن ثقافتنا أو عاداتنا أو ديننا ولا هويتنا.

. استخدام التعليقات للترويج لمنشورات أخرى، أو استخدامها لغرض تجاري بدل التعليق على المنشور في حد ذاته خاصة إذا كان مهما أو مفيدا. كما تستخدم للترويج لبعض العادات الغربية كالهالوين أو الفالنتاين وغيرها وهي عادات بعيدة كل البعد عن ديننا وهويتنا، وهنا يصبح التعليق اهم من المنشور في الكثير من الأحيان.

. استخدام أسماء مستعارة أو ما يعرف بـPseudo name" التي تكون في الغالب أسماء غربية أو عبارات غريبة لا تمت بأي صلة لهويتنا الوطنية.

. استخدام عبارات وألفاظ مسيئة وغير أخلاقية في التعليقات، سواء كتعليق على المنشور مباشرة أو كرد على تعليق معين، وهو ما يعتبر طمسا لهويتنا الحقيقية.

. إظهار ملامح البذخ والترف في تعليقات بعض الأشخاص حتى إن كانت غير حقيقية، واحيانا ليس لها علاقة بالمنشور، وبالتالي فهو عبارة عن إظهار لواقع غير الواقع الحقيقي ولهوية افتراضية غير الحقيقية.

. وجود تعليقات تعبر عن الهوية الجزائرية خاصة إذا كان المنشور يتحدث عن العادات والتقاليد، ويكون هنا التعليق حتى باستخدام الصور لتقريب المعنى والهدف من التعليق.

. استخدام التعليقات للدفاع عن الهوية الجزائرية التي حاول البعض طمسها، كالدفاع عن القفطان الجزائري أو بعض الأكلات الجزائرية أو الأزياء أو العادات التي نسبت للغير.

9. خاتمة:

العلاقة بين الإعلام والهوية مرتبطة إلى درجة كبيرة، ولا يختلف اثنان أن الهوية التي يتميز بها مجتمع أو دولة ما ستبرزها وسائل الإعلام المختلفة، هذا من جهة. ومن جهة أخرى فإن الإعلام بوسائله المتعددة له كذلك دور بارز في الحفاظ على هذه الهوية وترسيخها عبر الأجيال، وقد تلعب دورا بارزا كذلك في طمس هذه الهوية وضعفها لتحل محلها هويات أخرى بسبب ما يسمى بالغزو الثقافي أو العولمة، وهو ما يحدث في العالم الافتراضي مع ظهور الإعلام الجديد بمختلف أشكاله. والذي يقوم على تقديم أكبر قدر ممكن من الجماعات الثقافية العالمية على حساب تلك المحلية. وتكنولوجيا الإعلام الحديثة قادرة على أن تفصل الانسان عن هويته، وتزيد من ضعف الشعور بالانتماء المرتبط بالمحلي والوطني، وتعوضه بالافتراضي. (مصطفى قطبي(2018/05/14)، الهوية الثقافية العربية...وبركان تكنولوجيا الإعلام، www.islamtoday.net/services/saveart-42-208488.htm)

نعيش في عصرنا الحالي في عالم افتراضي يستحيل فيه فعليا السيطرة على تدفق المعلومات، ونحن اليوم مطالبون بتوظيف وسائل الإعلام لتنمية القيم الإنسانية والحفاظ على ثقافة وهوية مجتمعنا الجزائري، لذلك يستحيل الفصل بين الإعلام والهوية، وبما أن الإعلام بأنواعه وأشكاله قادر على طمس هذه الهوية فهو كذلك قادر أكثر من غيره من الوسائل للحفاظ على هذه الهوية بل وضمان استمرارها وترسيخها في المجتمع، لذلك نوصي بمايلي:

. الاعتماد على برامج إعلامية تحاول المزج بين المجتمع الحديث والحياة الشعبية التي تركها الأجداد، والمزج هنا معناه عدم الانفصام بين النواحي الحياتية والتجارب الموروثة التي لا بد أن تحضر وتحلل وتقدم في ثوب جديد مع الحفاظ على الإبداع فلكل ثقافة محلية خصوصية، لكن تجتمع كلها في صفات مشتركة تكون السمة الغالبة للهوية الثقافية. .وسائل الإعلام الجديد ليست دائما سلبية

وإنما هي كذلك قادرة على الحفاظ على الهوية، بفضل قدرتها الكبيرة على التأثير وقدرتها على الوصول لأكبر عدد من الناس وتخطيها لحدود المكان.

. مراقبة كل ما ينشر في الفضاء الافتراضي والإعلام الجديد حيث لابد أن يكون إعلاما منتجا قادرا على التصدي ومقاومة الإعلام المضاد وليس السير على خطاه وتقليده.

10. قائمة المراجع:

1.المؤلفات:

1.صالح العيد (2007)، في الهوية الوطنية، (د.ط)، الجزائر، دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع.

2. محمد العربي ولد خليفة (2003)، المسألة الثقافية وقضايا اللسان والهوية، (د.ط)، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.

3. الشاذلي القليبي (1978)، الثقافة رهان حضاري، (د.ط)، تونس، الدار التونسية للنشر.

4. محمد الجوهري (1978)، علم الاجتماع وقضايا التنمية في العالم الثالث (ط.1)، مصر، دار المعارف.

5. محمد عابد الجابري (1994)، المسألة الثقافية، (ط.1)، لبنان، مركز دراسات الوحدة العربية.

6. المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (1994)، الثقافة ووسائل نشرها في الوطن العربي، تونس.

7. محمد سيد محمد (1988)، الإعلام والتنمية، (ط.4)، مصر، دار الفكر العربي.

8. أحمد زكي بدوي، أحمد خليفة (1994)، معجم مصطلحات الإعلام، (ط.2)، مصر،لبنان، دار الكتاب المصري ودار الكتاب اللبناني.

9. إبراهيم بعزيز (2012)، تكنولوجيا الاتصال الحديث وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، (د.ط)، الجزائر، دار الكتاب الحديث.

10. ثريا تيجاني (2011)، القيم الاجتماعية والتلفزيون في المجتمع الجزائري، (د.ط)، الجزائر، دار الهدى.

11. Francis Ball : LES MéDIA, Editions Point Delta, 6eme édition, Paris, 2004, .

2. المجلات الأكاديمية:

1. Taibi fatma zohra ; Etat des lieux des TIC et des reseaux sociaux au Mghreb et en Egypte : Etude descriptive et analytique ; La revue de la communication et du journalisme ;N03 ; 2015.

2.ليديا إيناس بوبكر، كمال يوقرة، تأثير التكنولوجيا الرقمية على التنشئة الأسرية في المجتمع الجزائري.دراسة ميدانية على عينة من الأسر الجزائرية بمدينة بسكرة.، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد01، 2024.

3.سمير صالحي، عبيدة صبطي، تأثير الفايسبوك عمى العلاقات الأسرية.دراسة ميدانية على عينة من الأسر بمدينة بسكرة- مجلة طبنة للدراسات العلمية والأكاديمية، العدد06، 2023.

4.سالمة شداني: تهجين اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة جسور المعرفة، العدد10، 2017.

3.مواقع الانترنيت:

1. مصطفى قطبي(2018/05/14)، الهوية الثقافية العربية...وبركان تكنولوجيا الإعلام، www.islamtoday.net/services/saveart-42-208488.htm، *بتاريخ (2023/07/28).*