

أثر وسائل الإعلام على الهوية الثقافية لطلبة جامعة -باتنة 1
دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسمي الأدب وعلوم الإعلام والاتصال –
Media impact on the cultural identity of the students
of the University of Batna 1- An applied study on a
students' sample from the departments of literature
and information and communication sciences

مجاني باديس¹- جامعة باتنة 1
medjanibadis@gmail.com
مرازة سارة جامعة باتنة 1
merazga-sara@hotmail.com

تاريخ الإرسال: 2018/12/15 تاريخ المراجعة: 2019/02/22 تاريخ القبول: 2019/05/08

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى معرف الأثر الذي تحدثه وسائل الإعلام المختلفة على الهوية الثقافية للشباب الجامعي، فالهوية الثقافية ورغم صعوبة تحديد تعريف واضح لها وخاصة في ظل العولمة، إلا أنها لا تخرج من كونها احساس بالإنتماء لجماعة لهم نفس الخصائص والمميزات الاجتماعية والثقافية والدينية، والمعيشية والتاريخية، وتكمن أهمية هذه الدراسة في معرفة عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام المختلفة، وكذا الوسيلة الإعلامية المفضلة لديه للوصول إلى مدى الأثر الذي تركته وسائل الإعلام على الهوية الثقافية. ولتحقيق ذلك استخدم الباحثان المنهج المسحي واستمارة استبيان على عينة قصدية قوامها 100 مفردة من الذكور والإناث من طلبة الإعلام والاتصال وطلبة الأدب العربي بجامعة الحاج لخضر باتنة للوصول إلى النتائج المتوخاة من الدراسة.

الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام، الشباب، الهوية، الثقافة، الهوية الثقافية.

¹ - المؤلف المراسل

Abstract :

The purpose of this study is to identify the impact of different media on the cultural identity of university youth. Cultural identity, although difficult to define clearly, especially in the shadow of globalization, But it does not come out of being a sense of belonging to a group with the same characteristics and characteristics of social, cultural, religious, and living and historical, and the importance of this study to know the habits and patterns of university youth use of various media, as well as the media preferred to reach the extent of the impact left by the media on Cultural Identity.

To achieve this, the researchers used the survey method and questionnaire form on a sample of 100 male and female students from the media and communication students and students of Arabic literature at Al-Haj Lakhdar Batna University to reach the results expected from the study.

Keywords: media, students, identity, culture, cultural identity.

مقدمة:

الشعب الجزائري كغيره من شعوب العالم له هويته الثقافية التي تمتد إلى عمق تاريخ الجزائر، إذ نجد أن هناك تلاقحاً وتفاعلاً بين الثقافات، وأخذ وعطاء بين مختلف الحضارات المتوافدة عليها من فنيقيين ورومان وعرب وفرنسيين... إلخ، بما تحمله من القيم الروحية والثقافية واللغة والعادات والتقاليد وحتى الطقوس التي يمارسها السكان كالتداوي أو إحياء مختلف المناسبات، ومع التطور العلمي والتكنولوجي الذي مس جميع ميادين الحياة وانتشار وسائل الإعلام المختلفة، وإتساع دائرة الجمهور الذي يتعرض لها ساهمت هذه الأخيرة في إحداث تغييرات كثيرة مست الهوية الثقافية للشعب الجزائري وخاصة فئة المراهقين والشباب كونهم الفئة الأكثر استخداماً وتفاعلاً معها، حيث غيرت من طريقة تفكيرهم وكذا من عاداتهم وتقاليدهم وساهمت في انتشار الفساد الأخلاقي والإبتعاد عن الدين الإسلامي وتنامي

إنتشار اللغات العالمية مقابل لغة المحلية وغيرها من التحديات التي فرضت نفسها علي هويتنا الثقافية، وألقت بثقلها على مجتمعا.

مشكلة الدراسة:

يعد الإعلام أحد أهم روافد الثقافة، فهو الأداة الناقلة للثقافات بين الشعوب، ومن خلال هذا المقال الذي تتمحور إشكاليته في معرفة أثر وسائل الإعلام المختلفة والمتزايدة يوما بعد يوم من خلال ما توفره من خصائص ومميزات لإغراء مستخدميها، مما زاد من تأثيرها بصورة ملحوظة على جميع فئات المجتمع وخاصة فئة الشباب الذي أثبتت الدراسات أنهم الفئة الأكثر تأثرا بما تقدمه هذه الوسائل، وفي ظل غياب الوسائل الإعلامية العربية التي تواجه الغزو الثقافي الغربي الذي تتعرض له عاداتنا وتقاليدينا وديننا، وحتى لو وجدت فإنها لا تكفي لمواجهة القصور الذي تعاني منه معظم وسائل الإعلام في نشر الثقافة وترسيخها.

وعليه يمكن طرح الاشكال التالي: ما أثر استخدام وسائل الإعلام على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري؟

ويندرج ضمن هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات التالية:

- ماهي عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي للوسائل الإعلامية؟
- هل تأثر وسائل الإعلام على الهوية الثقافية للشباب الجامعي؟
- ما الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيرا على الهوية الثقافية للشباب الجامعي؟
- فرضيات الدراسة:
- تختلف عادات وأنماط استخدام وسائل الإعلام بين الشباب الجامعي في كل من تخصصي الأدب وعلوم الإعلام والاتصال.
- وسائل الإعلام لا تؤثر على الهوية الثقافية للشباب الجامعي من طلبة الأدب والإعلام والاتصال.
- الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيرا على الهوية الثقافية لكل من طلبة الإعلام والاتصال والأدب العربي هي التلفزيون

أهداف الدراسة:

هناك مجموعة من الأهداف التي نحاول الوصول إليها من خلال دراستنا هذه وهي:

- 1 - التعريف بالهوية الثقافية.
- 2 - معرفة الوسائل الإعلامية المفضلة لدى للشباب الجامعي الجزائري.
- 3 - محاولة معرفة الأثر الذي تتركه وسائل الإعلام على الهوية الثقافية للشباب الجامعي.

تحديد المفاهيم والمصطلحات الإجرائية المستخدمة في الدراسة:

أولاً: الأثر

عرفه بوجلال عبد الله بأنه: " هو بعض التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة الإعلامية، فقد تلفت انتباهه ويدركها، وقد تضيف له معلومات جديدة، وقد تجعله يكون إتجاهات جديدة أو يعدل القديمة وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل من سلوكه السابق (بوجلال، 1992). ويعرف أيضاً بأنه: العملية التي تسعى إلى إحداث تغيير في سلوك الناس عن طريق دفعهم لتبني أفكار وآراء وسلوكيات معينة أو التخلي عن بعض الأفكار أو اكتساب مهارات وأفكار جديدة من شأنها أن تخدم الهدف الذي يسعى إليه مصدر التأثير (العبدالله، وشين، 2014).

فيما عرفه السعيد بومعيزة بأنه: تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الإعلام، وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها، وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيرو شيئاً ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي، ومن جانب أفراد الجمهور فهم يستعملون وسائل الإعلام ويتعرضون لمحتوياتها لأسباب مختلفة باختلاف سياقاتهم الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والثقافية، وهذا وفقاً للقيمة التي تحملها هذه المحتويات وما تمثله بالنسبة إليهم ومدى قدرتها على إشباع حاجاتهم المختلفة (بومعيزة، 2006/2005، ص ص 29، 30).

التعريف الاجرائي: هو التغيير الثقافي الذي يحدث لدى الشباب بسبب وسائل الإعلام باختلافها.

ثانيا: وسائل الاعلام:

يقصد بها في الأصل جميع الأدوات التي تستعمل في صناعة الإعلام وايصال المعلومات الى الناس بدءا من ورق الصحيفة وانتهاء بالحاسبات الآلية والأقمار الصناعية، إلا ان وسائل الاعلام أو كما تسمى (وسائل الاتصال الجماهيري) تنقسم بصفة عامة إلى وسائل مقروءة، سمعية، ووسائل سمعية بصرية.(تيتي، 2013/2014، ص 16)

2- 1 - أنواع وسائل الاعلام:

أ/ الصحيفة: تعني الصحف، والصحف هيكل ما يطبع على ورق ويوزع في مواعيد دورية وينقسم من حيث الهيئة الشكلية وطبيعة المضمون إلى الجرائد والمجلات، كما ينقسم من حيث مواعيد الصدور فبالنسبة للجرائد تنقسم إلى صباحية، يومية، أسبوعية، نصف أسبوعية، نصف شهرية، دورية تصدر على فترات معينة أو مرة واحدة في العام(منيرحجاب، 2008، ص 58).

ب/الإذاعة: ما ييثر عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية، وربط مستمعيها برباط مباشر وسريع (دليو، 1998، ص135).

ج/ التلفزيون: عرفه معجم مصطلحات الإعلام بأنه وسيلة نقل الصورة والصوت في وقت واحد بطريق الدفع الكهربائي، وهو من أهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال بالجماهير عن طريق بث برامج معينة (عيساني، 2007، ص 146).

د/ الانترنت: كلمة أنترنت internet ومعناها شبكة المعلومات العالمية، الشبكة التي يتم فيها ربط مجموعة شبكات مع بعضها البعض في العديد من الدول عبر الهاتف والأقمار الصناعية، ويكون لها القدرة على تبادل المعلومات بينها من خلال أجهزة كمبيوتر مركزية تسمى باسم أجهزة الخادم التي تستطيع تخزين المعلومات الأساسية فيها والتحكم بالشبكة بصورة عامة (تيتي، مرجع سبق ذكره، ص2).

ثالثا: الثقافة:

لغة: ثقف الرجل ثقافة، أي صار حذقا حفيفا، ورجل ثقف، أي حاذق الفهم والمهارة، وذو فطنة وذكاء، والمراد أنه ثابت المعرفة بما يحتاج إليه، ويقال ثقف الشيء، وهو سرعة التعلم (معجم لسان العرب، ص ص 493، 492) اصطلاحا: لقد تنوعت تعاريف الثقافة واختلفت حتى فاقت حسب العديد من الباحثين الثلاثمئة تعريف، ولهذا سوف تكتفي الدراسة بالتعاريف الذي تخدم موضوع البحث، ويعود مفهوم الثقافة إلى المفكر الإنجليزي "تايلور" عام 1871 إذ اعتبرها ذلك الكل المركب الذي يتضمن المعرفة العقيدة، الفن، القوانين الأخلاق، العادات، التقاليد والقدرات الأخرى التي يكتسبها الإنسان بصفته عضوا في المجتمع (قزادري، ص 16).

التعريف الاجرائي:

تعتبر الثقافة النشاط والإنتاج الفكري والروحي الذي ينجز أناس متميزون، وهي ذلك الكل المركب من العادات، التقاليد، اللغة، الدين والعرف، يشترك فيها مجموعة من الأشخاص في تميز ونعن غيرهم.

رابعا: الهوية:

لغة: يعني مصطلح الهوية الذات والأصل الإلتواء والمرجعية، وهي مأخوذة من كلمة "هو" أي جوهر الشيء وحقيقته، أي هوية الشيء تعني ثوابته وأيضا مبادئه (زغو، 2010، ص 94).

إصطلاحا: يطلق مفهوم الهوية على نسق المعايير التي يعرف بها الفرد، وينسحب ذلك إلى هوية الجماعة أو المجتمع أو الثقافة، فالهوية ليست كيانا يعطي دفعة واحدة إلى الأبد، إنها حقيقة تولد وتتكون وتتغير وتشيع وتعاني من الأزمات الوجودية والإستلاب.

والهوية هي محصلة لمجموعة من العلاقات والدلالات التي يضع فيها الفرد لنفسه نطاقا يشكل في إطاره هويته، بحيث تتوفر لهم نجراء ذلك إمكانية تحديد ذاته داخل الوسط الإجتماعي الثقافي الذي يعيش فيه، بإعتبار نظاما مرجعيا على مستوى السلوك.

وتتمثل الهوية في مجموع الأساليب التي يتميز بها المجتمع، وتشمل العادات والمعتقدات واللغة والتراث المسجل والشفوي والإنتاج الفكري والأدبي والفني، ويوجد فيها وسائله للتعبير عن الذات (الكحكي، ص4).

خامسا: الهوية الثقافية:

المقصود بالهوية الثقافية هي تلك المبادئ الأصلية السامية والذاتية النابعة من الأفراد أو الشعوب، وتلك ركائز الإنسان التي تمثل كيانه الشخصي والروحي والمادي، بتفاعل صورتي هذا الكيان لإثبات هوية أو شخصية الفرد أو المجتمع أو الشعوب، حيث يحس ويشعر كل فرد بإنتمائه الأصلي لمجتمع ما، يخصص هو يميزه عن باقي المجتمعات الأخرى (زغو، مرجع سبق ذكره، ص 94).

يحيل مفهوم الهوية الثقافية إلى مجموع العناصر والمقومات الثقافية التي تسمح بالتعرف على الإنتماء الثقافي لشخص ما أو لمجموعة بشرية معينة، كما يمكن أن يحيل عموم إلى الوعي الضمني أو الصريح بالإنتماء إلى جماعة بشرية معينة تعيش في فضاء جغرافي محدد ولها تراث ثقافي متميز يشمل تاريخا مشتركة، ولغة وعادات وتقاليد وتطلعات مستقبلية (الداوي، 2013، ص 154)

التعريف الإجرائي: هي مجموعة السمات والخصائص والمميزات التي تنفرد بها الشخصية العربية بصفة عامة والشخصية الأمازيغية بصفة خاصة وتجعلها متميزة عن غيرها من الهويات الثقافية الأخرى، وتتمثل تلك الخصائص في اللغة والدين والتاريخ والتراث والعادات والتقليد والأعراف وغيرها من المكونات الثقافية.

5- 1 عناصر الهوية الثقافية:

تتكون الهوية الثقافية العربية من عدة عناصر مرتبطة ببعضها، وأي خلل في أحدها يؤدي إلى خلل في باقي مكوناتها، ومن أبرز هذه المكونات:

1 - اللغة: تعد اللغة هي المكون الأول والرئيس في الهوية الثقافية، فهي حياة الأمة وهي بدايتها ونهايتها لأن اللغة في أي مجتمع ليست مجرد كلمات وألفاظ للتفاهم بين أفراد المجتمع، ولكنها وعاء يحوي مكونات عقلية

ووجدانية ومعتقدات وخصوصيات هذا المجتمع، وبالتالي فالحفاظ على اللغة يعني ضمان بقاء واستمرارية أي مجتمع.

2 - الدين: لا يمكن تصور وجود للهوية الثقافية العربية إلا بوجود الدين الإسلامي بإعتباره سمة مميزة للمجتمعات العربية والإسلامية، وأداة المسلمين لمقاومة الإغتراب الثقافي، وبالتالي فأى هجوم على الإسلام هو بمثابة محاولة استلاب للهوية الثقافية والحضارية للأمة العربية.

3 - التاريخ: لا يمكن لأية أمة أن تشعر بوجودها بين الأمم إلا عن طريق تاريخها؛ الذي يمثل أحد قسما هويتها، فالتاريخ هو السجل الثابت لماضي الأمة وديوان مفاخرها وذكرياتنا، وهو آمالنا وأمانينا، بل هو الذي يميز الجماعات البشرية بعضها عن بعض، فكل الذين يشتركون في ماض واحد يعتزون ويفخرون بمآثره يكونون أبناء أمة واحدة، فالتاريخ المشترك عنصر مهم من عناصر المحافظة على الهوية الثقافية (موسى، ص ص 27، 25).

وهناك من صنف عناصر الهوية في مجموعة من العناصر يمكن تلخيصها فيما يلي:

أولاً: العناصر المادية والفيزيائية: وتشتمل على الحيايات، القدرات (الاقتصادية، العقلية) والتنظيمات المادية، الإنتماءات الفيزيائية، السمات المورفولوجية.

ثانياً: العناصر التاريخية وتتضمن الاصول التاريخية مثل الاسلاف الولادة الاسم المبدعين الاتحاد... الاحداث التاريخية المهمة، الاثار التاريخية، العقائد والعادات والتقاليد... الخ).

ثالثاً: العناصر الثقافية والنفسية: وتتضمن النظام الثقافي، مثلاً لعقائد والأديان والرموز الثقافية والإيديولوجيا ونظاما لقيم الثقافية وأشكال التعبير الأدبي والفني ثم العناصر العقلية مثلاً لنظرة للعالم نقاط التقاطع الثقافية... الخ) ثم النظام المعرفي ويتضمن السمات النفسية الخاصة اتجاهات نظام القيم.

رابعاً: العناصر النفسية الاجتماعية: وتتضمن الاسس الاجتماعية مثل الاسم والسن والجنس والمهنة والسلطة والدور الاجتماعي والأنشطة والإنتماءات ثم

القدرات الخاصة بالمستقبل مثل القدرة والإمكانات والإثارة الإستراتيجية والتكيف ونمط السلوك (بنحضير، 2012، ص ص 53، 52)

1 - منهج الدراسة:

نظرا لكون دراسات تمثل في معرفة أثر وسائل الاعلام على الهوية الثقافية للشباب الجامعي، فإن طبيعة هذه الدراسة تفرض علينا أن نعتمد المنهج المسحي الذي يعتبر من أنسب المناهج العلمية للدراسات الإستطلاعية بصفة عامة، حيث يعرف بأنه: "هو دراسة شاملة مستعرضة ومحاولة لجمع البيانات وتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة، ووقت محدد. (عوض صابر، وعلي خفاجة، 2002، ص 123)

2 - أدوات جمع البيانات:

إن طبيعة دراستنا تتطلب منا الإعتماد في دراستنا على أداة مضبوطة علميا ومنهجيا لجمع المعلومات التي تخص دراستنا، وذلك بمراعاة توافقها مع منهج دراستنا ألا وهي استمارة الاستبيان.

احتوت استمارة الاستبيان على 20 سؤال موزعة على ثلاثة محاور:

المحور الأول: البيانات الشخصية (04 أسئلة).

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لوسائل الإعلام (06 أسئلة).

المحور الثالث: تأثير وسائل الإعلام على الهوية الثقافية (10 أسئلة).

3 - عينة الدراسة:

ولإنجاز هذه الدراسة لا بد من تحديد العينة والتي تعرف بأنها مجموعة جزئية من الأفراد والمشاهد أو الظواهر التي تشمل مجتمع الدراسة الأصلي (عمار بوحوش، 2000، ص 130).

وتعرف أيضا بأنها ذلك الجزء من مجتمع البحث الذي سنجمع من خلاله المعطيات في ميدان العلم (موريس أنجرس، المرجع السابق، ص 301).

وبما أن مجتمع بحثنا متكون من مستويات مختلفة وطبقات فوجب علينا الاعتماد على العينة الطبقية، وفيها يتم تقسيم المجتمع إلى طبقات معينة بموجب مواصفات معروفة تؤخذ وحدات من كل طبقة للحصول على عينة

مؤلفة من مجموع هذه الأجزاء وهذه العينة تمثل المجتمع بجميع طوائفه وطبقاته ويتم اختيارها بأن يستجيب من كل طبقة عينة عشوائية يتناسب حجمها مع حجم الطبقة فتكون العينة الطباقية هي العينة العشوائية التي تمثل فيها طبقات المجتمع بأعداد تتناسب مع حجمها وتتطلب هذه الطريقة معرفة مسبقة بالمجتمع وطبقاته وعدد من متغيراته كما تتطلب عملية تصنيف تحتاج إلى بعض الوقت والجهد ولكنها وسيلة هامة لاختيار عينة عشوائية صغيرة الحجم تمثل المجتمع تمثيلاً جيداً وفي هذه الطريقة قد تتداخل أنواع العينات العشوائية والمنظمة والعمدية والفئوية في اختيار العينة الطباقية (مروان إبراهيم عبد المجيد، دس، ص162). حيث قدر حجم العينة بـ 100 مفردة.

مجالات الدراسة:

- 1 - المجال الجغرافي: ويقصد به النطاق المكاني لإجراء الدراسة، حيث أجرينا دراستنا الميدانية في ولاية باتنة وبالضبط على طلبة جامعة الحاج لخضر -باتنة - وبما أن دراستنا تعتمد على الطلبة الجامعيين أخذنا عينة من طلبة كلية الإعلام والاتصال وأخرى من كلية الأدب العربي.
- 2 - المجال الزمني: ويقصد به المدة الزمنية التي تم فيها إنجاز هذه الدراسة وتقسّم إلى جانبين جانب نظري وجانب ميداني استمر البحث فيهما من 25 ديسمبر 2015 إلى 29 جانفي 2016.
- 3 - المجال البشري: ويشمل هذا المجال أفراد عينة البحث التي تشملهم الدراسة، وهم مجموعة من الطلبة الجامعيين من مختلف الأعمار والمستوى التعليمي، وصولاً إلى إختلاف الكليات (كلية اعلام واتصال - أدب عربي).

فبنسبة 27.57%، فيما جاءت نسبة طلبة الاعلام والاتصال الذين يفضلون الصحيفة بنسبة 27.14%، والاذاعة بنسبة 15.58%، اما التلفزيون فقد بلغت النسبة 21.28% فيما بلغت نسبة تفضيلهم للانترنت 36%.

- توصلت الدراسة إلى أن نسبة البرامج المفضلة لدى طلبة الإعلام والاتصال متقاربة حيث جاءت البرامج الرياضية بنسبة 19.81%، تليها البرامج الدينية والثقافية بنفس النسبة 14.41% ثم الأفلام والأخبار بنفس النسبة كذلك 12.61%، وينسب قليلة البرامج الغنائية والترفيهية، أما بالنسبة لطلبة الأدب العربي ذكور فقد نالت البرامج الرياضية النسبة الأكبر 25.45%، تليها البرامج الدينية بنسبة 16.36%، ثم الأفلام والأخبار بنفس النسبة 12.72%، ثم البرامج الترفيهية والسياسية بنسبة 10.90%، أما بالنسبة للإناث فقد كانت أعلى نسبة 20.40% للبرامج الثقافية ثم الأخبار بنسبة 18.36% ثم البرامج الدينية بنسبة 16.32%، والأفلام بنسبة 12.24%، وفي الأخير المسلسلات والأفلام بنسبة تراوحت بين 10.20% و 11.22%.

- توصلت الدراسة إلى أن الشباب الجامعي من طلبة الأدب العربي يفضلون متابعة وسائل الإعلام صباحا بنسبة 04%، وفي منتصف النهار بنسبة 12%، وفي المساء 52%، وفي الليل بنسبة 32% أما طلبة الإعلام والاتصال فنجدهم لا يتابعون وسائل الإعلام في الصباح ومنتصف النهار 00% وفي فترة المساء 40%، أما في فترة الليل 60%.

- توصلت الدراسة إلى أن طلبة الأدب العربي الذين يتابعون وسائل الإعلام وحدهم هي 64%، ومع العائلة بنسبة 32%، فيما جاءت نسبة متابعتهم مع الأصدقاء بنسبة 04%، اما طلبة الاعلام والاتصال فنجد انهم يتابعون وسائل الاعلام وحدهم بنسبة 32%، اما مع العائلة فبنسبة 78%، ومع الاصدقاء بنسبة معدومة 00%.

- توصلت الدراسة الى ان نسبة طلبة الادب العربي الذين يتابعون وسائل الاعلام أين تتابع وسائل الاعلام في البيت هي 97% وفي المقهى بنسبة 02%، وفي

الإقامة الجامعية 01%، أما طلبة الإعلام والاتصال 98% في البيت، و02% في المقهى.

نتائج خاصة بمحور أثر وسائل الإعلام على الهوية الثقافية:

- توصلت الدراسة إلى أن نسبة طلبة الأدب العربي الذين يرون أن الهوية الثقافية تعني التفرد بصفات وخصائص معينة تميز المجتمعات عن بعضها البعض وهي غير قابلة للتغيير هي 48%، وطلبة الإعلام والاتصال بنسبة 76%، أما أن الهوية الثقافية تعني العادات والتقاليد التي عاشها الإنسان منذ ولادته وتربى عليها وكانت شيئاً أساسياً في تكوينه بنسبة 52% لطلبة الأدب العربي، و24% لطلبة الإعلام والاتصال.

- توصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام تقوم بتقديم برامج للحفاظ على الهوية الثقافية بنسب متقاربة 52% لطلبة الأدب العربي 48% لطلبة الإعلام والاتصال، أما الاحتمال (لا) فكانت نسبة طلبة الأدب العربي 48% وطلبة الإعلام والاتصال بنسبة 52%.

- توصلت الدراسة إلى أن نسبة طلبة الأدب العربي الذين يحرصون على متابعة البرامج التي تتماشى مع هويتهم الثقافية فهي 100%، أما نسبة طلبة الإعلام والاتصال فهي 80%، واحتمال (لا) بنسبة 20%.

- توصلت الدراسة إلى أن نسبة طلبة الأدب العربي الذين يرون أن المواضيع المطروحة في وسائل الإعلام تساعدهم على التمسك بقيمتهم ومبادئهم فهي 48%، ونسبة طلبة الإعلام والاتصال 56%، أما الاحتمال (لا) أي أن المواضيع المطروح في وسائل الإعلام لا تساعدهم على التمسك بقيمتهم ومبادئهم فكانت نسبة طلبة الأدب العربي 32%، وطلبة الإعلام والاتصال بنسبة 44%.

- توصلت الدراسة إلى أن نسبة طلبة الأدب العربي الذين يرون أن ما يعرض في وسائل الإعلام غيرت من هويتنا الثقافية هي 48%، ولدى طلبة الإعلام والاتصال بنسبة 52%، أما الاحتمال (نوعاً ما) فكانت نسبته عند طلبة الأدب العربي 52%، ولدى طلبة الإعلام والاتصال 48%.

- توصلت الدراسة إلى أن نسبة طلبة الأدب العربي الذين يرون أن وسائل الإعلام تخترق منظومة القيم والعادات بشكل سلبي فهي 16%، ولدى طلبة الإعلام والاتصال بنسبة 20%، أما الإحتمال (أحيانا) فكان بنسبة 84% لدى طلبة الأدب العربي، وبنسبة 80% لدى طلبة الإعلام والاتصال، وقد أرجع الطلبة ذلك للنتائج التالية:

- التسرب المدرسي، العلاقات الوهمية عبر الأنترنت أو ما يسمى المجتمع الافتراضي والابتعاد عن الواقع وما سببه ذلك من أمراض نفسية، التقليد الأعمى للأجانب، الابتعاد عن الدين (اللبس الغير محتشم والابتعاد عن الحجاب للمرأة)، الحرية المطلقة التي أعطتها العائلات للأبناء بحجة التقدم الحضاري، عرض وسائل الإعلام لمواضيع وأفلام تتنافى ديننا وعاداتنا وتقاليدنا كالأفلام الهندية والمسلسلات الميكسيكية المدبلجة باللغة العربية، والبرامج الغنائية المتنوعة التي تشجع على الإختلاط بين الشباب والبنات كبرنامج ستار أكاديمي وحتى برنامج ألحان وشباب الجزائري الذي يمثل مجتمعنا الجزائري المحافظ أصبح خطرا على عاداتنا وتقاليدنا، الخيانات الزوجية التي تشجع عليها المسلسلات التركية...إلخ

- توصلت الدراسة إلى أن نسبة طلبة الأدب العربي وكذا طلبة الإعلام والاتصال الذين يرون أن وسائل الإعلام تشجع على الإنحراف الأخلاقي والسلوكي فكان بنفس النسبة 36% لكلا التخصصين، أما الإحتمال (أحيانا) فكان بنفس النسبة كذلك 64%.

- توصلت الدراسة إلى أن نسبة طلبة الأدب العربي الراضين عن ما تقدمه وسائل الإعلام اليوم للإحتمال (لا) 44%، ونسبة الاحتمال (نوعاما) هي 56%، فيما انعدمت نسبة الإحتمال (نعم) أما طلبة الإعلام والاتصال الراضين عما تقدمه وسائل الاعلام اليوم للإحتمال (لا) فقد بلغت النسبة 24% وللإحتمال (نوعاما) 19%.

وكإجابة عن لماذا هم ليسوا راضين عما تقدمه وسائل الإعلام اليوم (مع العلم أن معظم المبحوثين لم يجيبوا على السؤال المفتوح (لماذا) كانت إجابات طلبة الإعلام والاتصال كالتالي:

تقليد البرامج الغربية كما هي مثل البرامج الغنائية arab idol محبوب العرب، معظم المواضيع والقضايا المطروحة في وسائل الإعلام لا تمت للواقع بصلة، تشجع على الانحراف الأخلاقي، إنعدام المصادقية... أما طلبة الأدب العربي فكانت إجاباتهم كالتالي:

تعرض على العنف، تنشر الفضائح، تخدم أهداف من يمولها، الانحراف السلوكي والأخلاقي، نشر الإشاعات والأفكار السلبية، الإهتمام بقضايا ومواضيع لا تخص مجتمعنا العربي، تعرض مشاهد تخدش الحياء، تضليل المشاهد من خلال المبالغة في تقديم المواضيع وتضخيمها...
التوصيات:

- 1 - محاولة إستخدام شبكة الأنترنت في الحوار وتبادل المعلومات العلمية والثقافية مع مفكري وعلماء البلاد الأخرى.
- 2 - إسهام الأسرة بدورها في التأكيد على القيم الداعمة للهوية الثقافية ومواجهة التدايعات السلبية للعولمة علي أبنائهم.
- 3 - التنشئة الدينية الصحيحة والإهتمام بالجوانب الروحية والإبتعاد عن الجوانب المادية.
- 4 - النهوض باللغة الأمازيغية التي تعد من أهم مكونات هويتنا الثقافية واستخدامها في مناهج التعليم لكل المستويات.

الخاتمة:

جاءت هذه الدراسة كمحاولة لمعالجة إحدى الظواهر الاتصالية والاعلامية الحديثة في مجتمعنا، والمتمثلة في وسائل الإعلام ومالها من تأثير على هويتنا الثقافية، حيث تعرضنا فيها لعادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لوسائل الاعلام، حيث أكد أفراد عينة الدراسة على أن وسائل الإعلام بمختلف أنواعها وخاصة التلفزيون والانترنت فتحت لهم ابواب المعرفة من خلال مواقعها كشبكة الانترنت التي ساعدتهم بشكل كبير في مجال البحث

العلمي، وكذا ما يعرض عبر التلفزيون وفي فضائياته المختلفة منبرا مجموعة وحصص زادت من وعيهم وثقافتهم وكذا مجارات ما يحدث في العالم من أحداث، فهذا العالم المفتوح على بعضه جعل العادات والتقاليد تمتزج فيما بينها، هذا ما جعلها تؤثر على هويته الثقافية، وقد استنتجنا من إجابات أفراد العينة أن وسائل الإعلام تؤثر بدرجات متفاوتة على هويتهم الثقافية. وفي الأخير نرجوا أن تسهم هذه الدراسة في لفت النظر إلى أهمية الحفاظ وتعزيز هويتنا الثقافية العربية الإسلامية، وإلى أهمية اتخاذ مزيد من الخطوات وبذل المزيد من الجهود للحفاظ على هويتنا الثقافية؛ خاصة في ظل المتغيرات المتسارعة والمتلاحقة التي تجتاح العالم.

قائمة المراجع:

المعاجم والقواميس:

- مي العبدالله، عبدالكريم شين: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال - المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2014.
- الكتب:
- عيساني رحيمة. (2007). مدخل إلى الاعلام والاتصال، ط1. مطبوعات الكتاب والحكمة. باتنة. الجزائر.
- فاطمة عوض صابر، وميرفت علي خفاجة. (2002). ط1. أسس ومبادئ البحث العلمي. مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية.
- دليو فضيل. (1998). مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر.
- محمد منيرحجاب. (2008). ط1. وسائل الاتصال نشأتها وتطورها. دار الفجر للنشر والتوزيع. مصر.
- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبه للنشر، الجزائر، ط2، 2006.
- عمار بوحوش، (2000) منهج البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، د ط، الجزائر.
- مروان إبراهيم عبد المجيد، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الورق للنشر والتوزيع، ط1، عمان.
- الرسائل الجامعية:
- تيتي حنان. (2014/2013). دور وسائل الاعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام - حالة الثورات وقيم الإنتماء لدى الشعوب العربية. رسالة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية. جامعة محمد خيضر. بسكرة. الجزائر.

- لعرج سمير (2007/2006) دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري - دراسة ميدانية - أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال.
- السعيد بومعيزة. (2006/2005). اثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب -دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية. أطروحة دكتوراه دولة في الاعلام والاتصال. الجزائر.
- الدوريات:
- بوجلال عبدالله. (1992). آثار التلفزيون على الأطفال، مجلة بحوث. ع1، جامعة الجزائر.
- زغو محمد. (2010). أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب. كلية العلوم القانونية والادارية. الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية. ع4. الشلف. الجزائر.
- الداوي، عبدالرزاق. (2013). في الثقافة والخطاب عن حرب الثقافات. ط1. حوار الهويات الوطنية في زمن العولمة - المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت.
- عزة مصطفى الكحكي. تعرض الشباب العربي لبرامج تلفزيون الواقع بالفضائيات العربية وعلاقته بمستوى الهوية لديهم، قسم الإعلام، جامعة قطر.
- ميهوبي فوزي، وبوطب السعد الدين. (2014). اتجاهات الشباب الجامعي نحو المواطنة في الجزائر. مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية. ع14.
- هاني محمد يونس موسى. دور التربية في الحفاظ على الهوية الثقافية للمجتمع العربي. كلية التربية. جامعة بنها.