

الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟

الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟

د. حسين المختار محمد الشاوش

قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الزاوية

#### ملخص:

يعنى هذا البحث بموضوع الإعلام الجديد والهوية الثقافية نظرا لما يثيره هذا المفهوم من إشكاليات بين الباحثين والدارسين والمفكرين، لكونه من أكثر المفاهيم إثارة للجدل والنقاش، وعلى اعتبار أن مفهوم الهوية الثقافية ليس معطى ثابتا، وإنما هو معطى يتسم بالدينامية، خاضعا في الوقت نفسه إلى مبدأ التأثير والتأثر في ظل الإعلام الجديد، بما يحمله هذا الأخير من رسائل ومضامين مشبعة بقيم جديدة ومتنوعة، قد لا تتفق في أحيان كثيرة مع قيم المجتمع، مما اوجد أشكالا جديدة للعلاقات بين الأفراد بغض النظر عن البعد المكاني والزمني، ونتج عنه تذبذب في الهوية الثقافية لديهم، من خلال تبنيهم هوية مهجنة ومزدوجة الثقافة، جعلت منهم أفراد متعددي الثقافة وذو توجه عالمي.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الجديد، الثقافة، الهوية الثقافية.

#### Summary:

This research is concerned with the topic of new media and cultural identity due to the problems this concept raises among researchers, scholars and thinkers, as it is one of the most controversial and debated concepts, given that the concept of cultural identity is not a fixed given, but rather a dynamic given, subject at the same time to the principle of Influence and being affected in light of the new media, with what the latter carries of messages and contents saturated with new and diverse values, which may not often agree with the values of individuals, which created new forms of relations between individuals regardless of the spatial and temporal

الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟

dimension, and resulted in a fluctuation in their cultural identity. By adopting a hybrid and bi-cultural identity, it made them multicultural and globally oriented individuals

**Keywords:** new media, culture, cultural identity.

مقدمة :

مع بروز الإعلام الجديد - بما يحمله من قيم ثقافية واجتماعية- أتاح للأفراد الاطلاع على ثقافات عالمية متنوعة، الأمر الذي يتطلب معه إعادة قراءة للواقع الثقافي والاجتماعي، لمعرفة إلى أي مدى ساهم الإعلام الجديد في تهديد الهوية الثقافية أو تعزيزها للأفراد والمجتمعات؟. وخاصة إذا ما عرفنا أن الناس اليوم باختلاف مشاربهم وأصنافهم تشكل لهم وسائل الاتصال والمعرفة القديمة منها والحديثة موضعاً مركزياً طال ويطل حياتهم اليومية، أي أن هذه الوسائل أصبحت تقيم علاقة منتظمة أو شبه منتظمة مع كل أبعاد حياتهم الاجتماعية: العمل، البطالة، التربية، الترفيه<sup>(1)</sup>.

وإذا كانت الثقافة ليس ثابتة أو ساكنة، فهي مستمرة وفي حالة حركة دائمة وهي تراكمية أيضاً، فمن الطبيعي أن تكون الهوية غير ثابتة أيضاً، مما جعل أزمة الهوية بشكل عام والثقافية خصوصاً لا تتجلى في عالمنا الثالث التابع لتكنولوجيا إلى العالم المتقدم، وإنما هي إشكالية مطروحة على مستوى عالمي، فحتى الدول المتقدمة تعاني مجتمعاتها اليوم من فقدان الانتماء، والهوية الوطنية والثقافية، وحول هذا الموضوع كشفت نتائج الأبحاث العلمية التي طبقت على أعضاء المجتمع الافتراضي في المجتمعات الغربية في دول متعددة، إن زيادة الانخراط في المجتمع الافتراضي يؤدي إلى تضائل نزعة الفرد للاهتمام بواقعه، والاتجاه نحو نزعة الانتماء للفكرة، أو الاهتمام المشترك الذي ينتمي إليه في مجتمعه الافتراضي، وذلك كونه يتعرف على مجتمعات وثقافات مختلفة لأماكن أخرى من العالم ليصبح مواطن عالمي التوجه.<sup>(2)</sup>

مشكلة الدراسة:

**الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟**

ظهر الإعلام الجديد حاملا معه خصائص ومميزات ربما تختلف عن وسائل الإعلام التقليدية، وذلك بفضل ما شهده هذا الإعلام من تطورات تكنولوجية، الأمر الذي جعل منه جزء من حياة الأفراد اليومية، وبذلك تصدر هذا الإعلام المشهد تاركا آثاره الثقافية والاجتماعية والحضارية على الشعوب وعلى المجتمعات.

وتعد الهوية الثقافية من أهم القضايا التي استحوذت على اهتمام الكثير من المفكرين والمثقفين ، كونها قضية محلية ذات بعد عالمي، ونتيجة لما أحدثه الإعلام الجديد من تأثيرات عميقة على الأفراد والمجتمعات نتج عنها تغير في مفهوم الهوية بشكل عام والهوية الثقافية بشكل خاص، ترجم ذلك سلوك الأفراد وتصرفاتهم وحتى مظهرهم. حيث ساهم الإعلام الجديد في استحداث هويات جديدة للأفراد والمجتمعات من خلال منح فضاءات ومساحات كبيرة وغير محدودة من الحرية، الأمر الذي نتج عنه إشكالية في الهويات الثقافية، وينطلق هذا البحث من التساؤل الرئيسي: ما طبيعة العلاقة بين الإعلام الجديد والهوية الثقافية ؟ وينبثق من هذا التساؤل التساؤلات الفرعية التالية:

1- ما هي الثقافة؟

2- ما هي الهوية؟

3- ما المقصود بالهوية الثقافية؟

4- ما هو الإعلام الجديد؟

5- ما هي العلاقة بين الهوية الثقافية والإعلام الجديد؟

**أهمية الدراسة:**

1- تكمن أهمية هذه الدراسة في حداثة الموضوع نفسه، وهو الإعلام الجديد والهوية الثقافية.

2- ترجع أهمية هذه الدراسة للأهمية دراسة الإعلام الجديد وعلاقته بالهوية الثقافية ، في ظل التطورات التكنولوجية من خلال دراسة مختلف أبعادها.

3- إن هذه الدراسة تتبع من قوة تأثير الوافد القديم الجديد، وهو ما يطلق عليه الإعلام الجديد وما يتميز به من خصائص تختلف عن بقية وسائل الإعلام الأخرى.

#### أهداف الدراسة:

- 1- محاولة التأسيس النظري لموضوع الدراسة، في ظل شح البحوث والدراسات المحلية التي تناولت هذا الموضوع.
- 2- محاولة إضافة الجديد في رصيد الدراسات والبحوث في هذا المجال، وكمساهمة علمية متواضعة لإثراء هذا الموضوع.
- 3- معرفة العلاقة بين الإعلام الجديد والهوية الثقافية.

#### منهج الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف معين، يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس، أو مجموعة من الأحداث، أو مجموعة من الأوضاع، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها. (3) كما أن هذا النوع من الدراسات يهدف أيضا إلى دراسة الأوضاع الراهنة للظاهرة من حيث خصائصها، وأشكالها، وعلاقاتها، والعوامل المؤثرة فيها، بما يسهم في تصحيح الواقع، أو تحديثه، أو استكمالها، أو تطويره، أي فهم الحاضر بهدف توجيه المستقبل. (4)

#### الهوية:

الهوية مأخوذة من " هو "، بمعنى أنها جوهر الشيء وحقيقته المشتملة عليه اشتمال النواة على الشجرة وثمارها، فهوية الإنسان أو الثقافة أو الحضارة هي جوهرها وحقيقتها، ولما كان في كل شيء من الأشياء - أنسانا أو ثقافة أو حضارة - " الثوابت " و " المتغيرات " فإن هوية الشيء " ثوابته" التي تتجدد ولا تتغير، فتتجلى وتصح عن ذاتها دون أن تخلي مكانها لنقيضها، طالما بقيت الذات على قيد الحياة، إنها كالبصمة بالنسبة للإنسان، يتميز بها عن غيره وتتجدد فاعليتها، ويتجلى وجهها كلما أزيلت من فوقها طوراي الطمس والحجب، دون أن تخلي مكانها ومكانها لغيرها. (5)

الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟

والهوية هي السمات المميزة لطابع الفرد أو الجماعة التي تتصل بماهيتهم وبالمعاني ذات الدلالة العميقة لوجودهم، ومن المصادر الرئيسية للهوية: الجنسية، والقومية، والأصل الإثني، والطبقة الاجتماعية، والاسم هو من المعالم المهمة لهوية الفرد، كما أن التسمية مهمة جدا لهوية الجماعة.(6)

ويرى " هول " أن مفهوم الهوية نشأ من أفكار الفيلسوف الفرنسي " ديكارت " 1596-1650، إذ اعتقد ديكارت بوجود فارق أساسي بين الفكر " Mind " والموضوع " Matter "، وكانت الفكرة لديه مزدوجة عن الإنسان الذي في رأيه ينقسم إلى جزأين : العقل والجسم، وعقل كل إنسان منفصل عن عقل أي إنسان آخر، وبالتالي كل شخص يصبح مميزا، إن التميز في عقل الإنسان عبر عنه " ديكارت " بقوله: أنا أفكر أنا موجود. (7)

كما يرى " ميشلي Mucchielli " أن الهوية تتضمن دائما مختلف الفاعلين في السياق الاجتماعي الذين لديهم قراءة لهويتهم ولهوية الآخرين، وذلك حسب الحالات وقضاياهم ومشاريعهم، وهذه الهوية في تحول مستمر، لأن السياقات المرجعية لهذه الهوية ( السياق البيولوجي، النفسي، الزمني، المادي، الاقتصادي، الثقافي، السياسي ) في تطور دائم نتيجة تلك التفاعلات. (8)

ويقصد بالهوية الوصف الثقافي الذي يحدد على أساسه شخص معين ما يجعله ينتمي إلى مجتمع آخر، بمعنى ما يراه الشخص مشتركا ثقافيا مع غيره من الأفراد، وما يراه مميزا له عن سواهم، والذي يتدخل في تحديد علاقته بمحيطه الخارجي ( المجتمع ). (9)

والهوية هي الذاتية، وهي مجموع القيم والمثل والمبادئ التي تشكل الأساس الراسخ للشخصية الفردية أو الجماعية، وهوية الفرد عقيدته ولغته وثقافته وحضارته وتاريخه، الهوية هي ما به يكون الشيء، وهو ما يحقق ذاته ويحقق تميزه، فالهوية تعيد التشابه والوحدة وتعارض كل ما هو مختلف ومتنوع، فالهوية إذن تمثل خصوصية وفي ذات الوقت تميزا عن الآخرين. (10)

فالهوية هي صفات وأحاسيس ونمط حياة، وهي في كل شيء، في الملابس، والمأكل، والموسيقى والفن، والثقافة، وفي الحرية والمقاومة والصمود، فهي نمط معيشي يتفاعل مع

الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟

التغيرات المحيطة به دون أن يذوب فيه، الهوية إذن هي أحد مكونات الشخصية الوطنية.  
(11)

إن الهوية باعتبارها خزاناً للخصوصية الثقافية والتصورية لأي مجتمع من المجتمعات، ليست نسقا مغلقا معزولا، بل حصيلة تراكمات تاريخية قائمة على التغير والتطوير والاختلاف والتنوع والامتداد، بما مفاده أن الهوية ليست جامدة ولا تركزن لزمان دون غيره، فهي منتقلة متمددة من حيث طبيعة تطلعات من يكسبونها صبغة الهوية، وبالتالي لا خوف من فوبيا الانفتاح على الأقل بصريا. (12)

كما أن الهوية هي وعي للذات والمصير التاريخي الواحد من موقع الحيز المادي والروحي الذي نشغله في البيئة الاجتماعية، وبفعل السمات والمصالح المشتركة، التي تحدد توجهات الناس وأهدافهم، وتدفعهم للعمل معا في تثبيت وجودهم والمحافظة على منجزاتهم، وتحسين وضعهم وموقعهم في التاريخ، والهوية من حيث كونها أمرا موضوعيا وذاتيا معا، هي وعي الإنسان وإحساسه بانتمائه إلى مجتمع، أو أمة، أو جماعة، أو طبقة في إطار الانتماء الإنساني العام، إنها معرفتنا بما وأين نحن، ومن أين أتينا وإلى أين نمضي، وما نريد لأنفسنا والآخرين، وموقعنا في خريطة العلاقات والتناقضات والصراعات القائمة. (13)

ويرى " بارث " إن الأهم في عملية اكتساب الهوية وهو إرادة وضع حد بين " هم " و " نحن "، وبالتالي ما يسميه ب " الحد " والحفاظ عليه وبشكل أدق، فإن " الحد " في الموضوع ينجم عن اتفاق بين ذلك الحد الذي تزعم الجماعة بأنها وضعت له وبين الحد الذي يريده الآخرون وضعه لها، طبعا الحد المقصود هنا هو " الحد الاجتماعي الرمزي "، وإن ما يفصل بين مجموعتين عرقيتين - ثقافيتين ليس الاختلاف الثقافي كما يتصور البعض، إذ يمكن للجماعة أن تعمل تماما وفي كنفها شيء من التعددية الثقافية، ويعود السبب في هذا الفصل أي وضع " الحد " إلى إرادة الجماعة في التميز واستخدامها لبعض السمات الثقافية كمحددات لهويتها النوعية، ومن شأن الجماعات القريبة من بعضها ثقافيا أن تعد نفسها غريبة تماما عن بعضها البعض بل ومتعادية حينما تختلف حول عنصر منعزل في المجموعة الثقافية. (14)

الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟

أبعاد مفهوم الهوية: لمفهوم الهوية بعدين اثنتين هما<sup>(15)</sup>:

**1- البعد السيكولوجي :** تتشكل هوية الفرد من خلال التطور التاريخي لشخص بما يتوافر له من تكوين في اللغة والعادات، إضافة إلى تدريبات أساسية لضبط السلوك وإشباع الحاجات، والأدوار التي يقوم بها في إطار المنظومة الثقافية للمجتمع. فترتبط الهوية بالعامل السيكولوجي الذي يصعب فصله عما هو اجتماعي، لأن الفصل بين السلوك وشخصية الفرد ومعايشه النفسي هو دلالة وجود خلل في التوازن النفسي والتكيف الاجتماعي، فقد حدد " مارشيا " أربع رتب للهوية تتمثل في:  
أ- تحقيق الهوية: وفيها يقضي الفرد وقتا فعلا لتحديد هدفه من الحياة، واعتبار الذات والقيم التي يؤمن بها وتعهد الشخص بالكفاح في سبيل الوصول إلى الأهداف التي يؤمن بها .

ب- تشتت الهوية: حيث يعاني الفرد من أزمة الهوية، وليس لديه تعهد لخطة ما أو هدف يحققه في حياته أو إرساء مبادئ عامة.  
ت- انغلاق الهوية: وتعني الشخص الذي لا يتعهد بشيء محدد يلتزم به، وليس لديه إحساس بأزمة الهوية.  
ث- تعليق الهوية: وتمثل ميل الفرد إلى البحث عن هويته الشخصية، ومحاولته التوصل إلى ذلك مع عدم القدرة على الوصول إلى حل لازمته الشخصية.

**2- البعد السوسولوجي :** يتمثل في معيارية الثقافة ورمزيتها، فقد يتميز الترابط الإنساني عن غيره من أنواع الترابط الأخرى بالخاصية المعيارية، إذ يعيش الفرد حياة اجتماعية ترابطية هذه الخاصية المعيارية المتمثلة في الثقافة، بمعنى أن الفرد لا يولد مزودا بالمعايير والأنماط الثقافية السائدة في مجتمعه، وإنما يكتسبها من الآخرين والتي تنتقل من جيل إلى آخر بواسطة العلاقات الاجتماعية كما تتميز بالطابع التراكمي.

#### الثقافة:

إن الطبيعة الحركية Dynamic لمفهوم الثقافة جعل هذا المفهوم من أكثر المفاهيم تداولاً ولكنه أكثرها غموضاً وتلونا، فهو مفهوم متعدد المعاني إلى حد كبير، فالتعريف التي

الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟

اقترحت في المائة سنة الأخيرة على الأقل بلغت حد من التنوع يصعب معه الاتفاق على تعريف محدد، وإذا كان " كروبير Kroeber " و " كلوكهن Kluchohn " عالما الأنثروبولوجيا الأمريكيان قد صنفا قبل ربع قرن ما لا يقل 160 تعريفا للثقافة، فإن التفرعات التي تبلورت بعد ذلك تزيد - ولا شك - في عدد هذه التعاريف . (16)

يعتبر مفهوم الثقافة من المفاهيم المعقدة، فمثلا " ريموند وليم Remond Wellm أحد المنظرين في الثقافة يرى أنها تعد واحدة من أكبر المفردات تعقيدا في اللغة الانجليزية، حيث استعملت بطرق مختلفة سواء من جانب علماء الاجتماع أو غيرهم، إذن الثقافة هي رمزية تكتسب بالتعلم وتشكل مظاهر للمجتمع الإنساني. (17)

إن مفهوم الثقافة من المفاهيم التي تثير الكثير من الغموض والجدل، وذلك لأسباب عديدة لعل أهمها: التطور اللغوي والفكري للكلمة ذاتها، سواء في اللغة العربية أو غيرها من اللغات الأجنبية الأخرى، فكما يقول " دينز كوش Danz Koush " من أجل فهم المعنى المعاصر لمفهوم الثقافة واستعمالاته المختلفة في العلوم الاجتماعية، من الضروري استرجاع كيفية تشكيله وتتبع شجرة تطوره، والوقوف على أصوله، ولكل جيل ثقافته التي استمدها من الماضي وأضاف إليها ما أضاف في الحاضر، وهي عنوان المجتمعات البشرية. (18) ولهذا نلاحظ وجود ما يعرف بالفجوة بين الأجيال.

إن غياب إجماع مفهومي على الثقافة في الوسط الأكاديمي أمر شديد الوضوح، ليس فقط لأن مجالات مثل الأنثروبولوجيا وعلم الاجتماع والدراسات الثقافية لها أساليبها الخاصة في استشراف الموضوع، وإنما بداخلها كذلك هناك اختلافات في الرأي حول الثقافة من خلال عدد من مؤسسات التطبيع الاجتماعي والممارسات. (19)

يشتق مصطلح الثقافة من كلمة Culture اللاتينية المشقة بدورها من فعل Colure، وهو ينطوي على أعلى مستوى في التغيير الإنساني، ولطالما كان ينافس مصطلح الحضارة الذي معناه الكلاسيكي بالإحالة إلى تحسين المواقف وتلطيف السلوكيات تتناقض مع مصطلح الهمجية، ينطوي مصطلح الثقافة على دلالات متعددة وينطبق على الأعمال الميدانية، كما على الانجازات التقنية وعلى القدرات الفكرية، كما على التمرين الجسدي، وعلم الإحياء، كما على الأدب واللسانيات(20).



**الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟**

يعرفها بعض الباحثين بأنها " مجموعات الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي يتلقاها الفرد منذ ولادته كرسائل أولي في الوسط الذي ولد فيه، وتكون هي المحطة الذي يشكل فيه الفرد طباعه وشخصيته، والطرائق والأساليب والأشكال التي يبدعها الإنسان من ابتكارات يعزز بها إنسانيته وينظم حياته الاجتماعية، والخاصة، والفكرية، والروحية، والجمالية، وتشمل الثقافة مجموعة النشاط الفكري والفني وتضم جميع السمات المميزة للأمة من مادية وروحية وفكرية وفنية ووجدانية، وتشمل المعارف والقيم والالتزامات الأخلاقية المستقرة فيها، وطرائق التفكير والإبداع الجمالي والفني والمعرفي والتقني، وسير السلوك والتصرف والتعبير وطرز الحياة، كما تشمل تطلعات الإنسان للمثل العليا. (21)

وقد عرف " ادوارد تابور " الثقافة بأنها كل مركب يشمل على المعرفة والمعتقدات والفنون والأخلاق والعرف، وغير ذلك من الإمكانيات أو العادات التي يكتسبها الإنسان باعتبارها عضو في المجتمع. (22)

والثقافة هي القيم والاحتفالات ووسائل الحياة التي تميز جماعة ما، ويشيع استخدام فكرة الثقافة شأنها شأن مفهوم المجتمع بصورة واسعة في السوسولوجيا وفي العلوم الاجتماعية الأخرى، ولاسيما الأنثروبولوجيا، وتعد الثقافة واحدة من أهم الخصائص المميزة للمجتمعات البشرية. (23)

وقد ظهر اتجاهين حول تحديد الثقافة وهما: **الاتجاه الواقعي**، الذي يرى أن الثقافة هي كل ما يتكون من أشكال السلوك المكتسب والخاص بمجتمع إنساني معين أو جماعة معينة من البشر، والاتجاه الثاني **التجريدي**، الذي يرى أن الثقافة هي مجموعة من الأفكار يتجردها العالم من ملاحظته للواقع المحسوس الذي يشتمل على أشكال السلوك المكتسب الخاص بمجتمع أو جماعة معينة. (24)

ويرى عالم الأنثروبولوجيا " روي فاجنر Roy Waqher " أن الثقافات دائمة التغير، ويعاد تحلقها كجزء من عملية مستمرة وعلى نحو خاص كما تغذيها ضغوط ومؤثرات داخلية عدة، مما يؤكد أنها ليست جامدة أو ثابتة كذلك فإنها تشكل بفعل قوى خارجية، وبالتالي فهي ليست كيانات متجانسة أو منفردة أو محددة بل إنها بالأحرى تقوم بعملية مراكمة وتأخذ عن

الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟

تقاليد أخرى، فالثقافات ليست ساكنة أو ثابتة، إنها تتحرك وتتكيف وتتغير، ولهذا السبب فإن فكرة الثقافات في حالة حركة قد تطورت لتصبح طريقة للتفكير في هذا الشأن. (25)

وهذا يقودنا إلى متضمنات الهوية وتكوينها فمادامت الثقافات في حالة تغير وحركة مستمرة فإن الهويات ليست ثابتة أو مستقرة، على أنه ينبغي ألا نبالغ في أهمية مدى التغير وسرعته في لحظة ما، لأن الثقافات إذا كانت غير ثابتة وفي حالة تغير دائم فسوف يكون من الصعب على الناس أن تتماهى معها أو تسكنها، من هنا لا بد أن تكون هناك محطات استقرار فترة من الزمن تتماهى فيها شبكات أو مجموعات من البشر مع أشياء من قبيل الأفكار والقيم والرموز، وترتبط بمظاهر ثقافية مثل الآثار الفنية، والنصوص، وتكون قادرة على إضفاء الطابع المحلي عليها، بمعنى آخر فإنه حتى في عالم دائم الحركة مازال يعاد إنتاج الثقافات داخل عدد وافر من النظريات الاجتماعية بأطر تفسيرية، ونظم قيمية ومصادر الهوية (26).

إن إشكالية الصناعات الثقافية، والتي تم إقحامها الحقل الأكاديمي في أوروبا وكندا على وجه الخصوص، حيث تطور هذا المفهوم بكيفية مكنته من احتواء الظواهر الجديدة الناجمة عن التوسع في استعمال المستحدثات التكنولوجية في شتى مناحي الحياة العامة، حيث تجاوز دراسات مسألة الصناعة الثقافية بكثير من المقاربات الأحادية التخصص، التي تنظر إلى المنتجات الثقافية نظرة سلعية بضائية تحدد قيمتها قوانين العرض والطلب في السوق، لتشمل مختلف الانعكاسات على الفرد والجماعة والمجتمع، وعلى الاقتصاد والسياسة وأيضاً وخاصة آثار هذه المستحدثات التكنولوجية على الاتصال والثقافة، وفي جميع الأصعدة المحلية والوطنية والإقليمية والجهوية والعالمية والكونية. (27)

ونشير هنا إلى أن الخصوصية الثقافية وإن اختلفت التسميات التي أطلقت عليها، والتي من أبرزها ( النمط الثقافي ) و ( النسق الثقافي ) و ( الذاتية الثقافية )، حيث تتصل مسألة الذاتية الثقافية بموضوع العلاقة بين الثقافة والمجتمع اتصالاً عضوياً ومصيرياً من حيث أن الثقافة في أي مجتمع هي جماع ومحصلة النشاط الاجتماعي، وأساليب الحياة وأنماط القيم، وما يتخذه الإنسان من أدوات ومعدات تسهل له سبل العيش، لذا فالذاتية الثقافية هي التي تحدد بنية الشخصية بوصفها -أي البنية- شديدة التبعية للثقافة المميزة لمجتمع خاص،

**الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟**

حيث ينزع كل مجتمع إلى تكوين كل ثقافي أصيل. (28) آخذين في الاعتبار مسألة التعددية الثقافية للمجتمعات وللمجتمع الواحد أيضا.

والذي نلاحظه في هذا الشأن أن علماء الأنثروبولوجيا حساسين بالنسبة لمسألة التعددية الثقافية، وهي نظرة تعود إلى عالم الأنثروبولوجيا الشهير " فرانس بواس Franz Boas"، الذي يؤكد ضرورة احترام الفروق الثقافية، والاعتراف بأن كل ثقافة مرتبطة بأسلوب حياة محدد ومتوافق تاريخيا، ولكن الحال بالنسبة لمفهوم " بورديو" عن الاعتياد يصبح من المنطقي أن نتساءل ما إذا كان التمايز الثقافي الذي يعنيه، قابلا كذلك للتطبيق في ظروف العولمة. (29)

وهذا يقودنا إلى وظيفة الثقافة، فقد تؤدي الوظيفة المزدوجة ( النفسية - الاجتماعية ) للثقافة، إلى قولبة الشخصية الفردية والجماعية قولبة حية غير مباشرة، في عالم عقلي - أخلاقي - رمزي مشترك بين مجموعة من الناس، وبذلك فهي تشكل في الوقت نفسه إطارا ومحتوى للشخصية الحضارية التي تركز في تكوينها على مفهوم أساس هو الثقافة، حيث أن الثقافة هي روح الحضارة، وهذا ما يفسر لنا رأي البعض في أن لكل ثقافة من الثقافات تسطير عليها اتجاهات عامة وشاملة تطبعها بطابع خاص يميزها عن غيرها اسمها " روث بندكيت" بنظرية ( الصيغة الثقافية العامة )، والتي تعد السلوك الفردي مجرد اتفاق وتواءم مع التعاليم والمثل والقيم والاتجاهات الثقافية الموجودة بالفعل، وما أكده البعض الآخر من أن أية ثقافة من الثقافات لا تخلو من وجود ( نسق ) للقيم الخاصة بها، بل إن في كل ثقافة يوجد نسق للقيم هو الذي يعطي هذه الثقافة تماسكها واستقرارها واستمرارها، كما أنه هو الذي يبرر سلوك الأفراد وأفكارهم. (30)

إن المفهوم التقليدي للثقافة لم يعد يتناسب مع مفهوم الثقافة في عصر الإعلام الجديد، إلا في جانب يسير منه، وأكثر ما تعاني منه الثقافة اليوم هو التمازج الثقافي أو التنوع الثقافي حين تجتمع في دولة واحدة أو امة واحدة، مما يجعل الهوية الثقافية غير مستقرة. (31)

**الهوية الثقافية:**

الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟

ثمة علاقة وثيقة بين الهوية والثقافة بحيث يتعذر الفصل بينهما وما من هوية إلا وتختزل ثقافة، وقد تتعدد الثقافات في الهوية الواحدة، كما قد تتنوع الهويات في الثقافة الواحدة، وكل ما يعبر عنه بالتنوع في إطار واحد، والعلاقة بين الهوية والثقافة تعنى علاقة الذات بالإنتاج الثقافي، ولاشك أن أي إنتاج ثقافي لا يتم في غياب ذات مفكرة<sup>(32)</sup>.

وترتبط فكرة الهوية بإحكام إلى فكرة الثقافة، والهوية يمكن أن تتشكل عبر الثقافات الرئيسية والثقافات الفرعية التي ينتمي لها الأفراد أو التي يشاركون فيها، والعديد من نظريات الهوية ترى العلاقة بين الثقافة والهوية تأخذ أشكالاً مختلفة، فالباحثين الذين تأثروا بالنظريات الحديثة للثقافة والهوية ينظرون إلى الهوية باعتبارها نشأت بطريقة واضحة من الانخراط في ثقافات وثقافات فرعية معينة، أما النظريات التي تأثرت كثيراً بما بعد الحداثة فهي تميل للتأكيد على اعتبار المسألة أكثر تعقيداً. <sup>(33)</sup> ويرى الفيلسوف الإنجليزي هربرت سينسر Herbert Spencer ( 1820 – 1930 ) إن التطور الثقافي يأتي نتيجة التطور

الاجتماعي الذي يعكس بدوره تغيرت العوامل الطبيعية للمادة والطاقة.<sup>(34)</sup>

ومن المفاهيم التي قدمت للهوية الثقافية ما تبنته منظمة اليونسكو، والذي ينص على أن " الهوية الثقافية تعني أولاً قبل كل شيء أننا أفراد ننتمي إلى جماعة لغوية محلية، أو إقليمية، أو وطنية، بما لها من قيم أخلاقية وجمالية تميزها، ويتضمن ذلك أيضاً الأسلوب الذي نستوعب به تاريخ الجماعة وتقاليدها وعاداتها، وأسلوب حياتها، وإحساسنا بالخضوع له، والمشاركة فيه، أو تشكيل قدر مشترك منه، وتعني الطريقة التي تظهر فيها أنفسنا في ذات كلية، وتعد بالنسبة لكل فرد منا نوعاً من المعادلة الأساسية التي تقرر بطريقة ( ايجابية أو سلبية ) الطريقة التي ننتسب بها إلى جماعتنا والعالم بصفة خاصة. <sup>(35)</sup>

الهوية الثقافية تعني حقيقة الشيء التي تشمل على صفاته الجوهرية، وتميزه عن غيره، ويتميز عن مجتمع بشخصية ثقافية، تتمثل في مجموع الأساليب التي يمارس بها إنسانيته، وتشمل العادات والمعتقدات والفلسفة والتراث والإنتاج الفني والفكري، وفيها يحدد الفرد وسائله المفضلة للتعبير عن ذاته، وهي كما يحددها اليونسكو ليست تراثاً جامداً بل هي ديناميكية داخلية وعملية إبداع مستمر للمجتمع بموارده التراثية، تغذيها التنوعات القائمة بصورة واعية ومقصودة وتقبل الإسهامات الآتية من الخارج باستيعابها وتحويلها عند الاقتضاء، وهي تتأى

الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟

عن أن تكون صور من صور الانطواء على مجتمعات لا تقبل أن تنغلق على نفسها وتعد عامل تعريف حي ومتجدد على الدوام<sup>(36)</sup>.

وتمثل الهوية الثقافية نسقا متراكما من الخبرات المعاشة والمستمرة، التي تتحكم في عناصر الاستقرار والتطور لدى تصورات الأفراد والجماعات حول واقعهم، وعاداتهم، وتقاليدهم، وموروثهم الحضاري، من خلال احتكاكهم الثقافي والمعرفي الذي يمكنهم من تبادل المعرفة، الأمر الذي يعطي الفرد الشعور بأنه يتغير في تواصله مع الآخرين، في الوقت نفسه بالقدر الثابت من شخصيته<sup>(37)</sup>.

ومن المعروف إن الهوية الثقافية تثري وتزدهر بالتبادل بين الثقافات، الذي يدعمه ويسره الاتصال بوسائله الإعلامية الجديدة والمتنوعة، وهو أمر لا يمكن تفاديه بل لقد تزايدت صورته في العقود الأخيرة بعد حدوث ثورة الاتصالات، مع الأخذ في الاعتبار ضرورة التفريق بين التبادل والتبعية، فالتبادل كما يجمع الباحثون يقتضي الحد الأدنى من التكافؤ بين الثقافات التي يتم التبادل فيما بينها، أما التبعية فتتمثل في الغزو والنتاج عن ثقافتين غير متكافئتين، وبهذا المعنى فإن الاتصال بين الثقافات يثريها وينميها والعكس صحيح<sup>(38)</sup>.

ويرى " ستيفن فروش Stephen Frosh " إن الهوية إفراس من الثقافات ولكنها لا تتكون منها بتلك البساطة، فهو يقول " النظرية الحديثة لعلم النفس وعلم الاجتماع تؤكد أن هوية الفرد هي في الحقيقية متعددة، وربما سائلة حيث إنها تتكون عبر التجربة وتترسخ برموز لغوية، والأفراد حين يطورون هوياتهم إنما ينجذبون إلى المعطيات الثقافية الموجودة في الشبكة الاجتماعية المباشرة لهم، تلك الموجودة في المجتمع ككل، وعملية بناء الهوية تبعا لذلك ستؤثر عليها بشكل كبير جميع التباينات والأمزجة السائدة في البيئة الثقافية والاجتماعية المحيطة<sup>(39)</sup>. ووفقا لما سبق ذكره تظهر لنا مجموعة من العناصر الهامة وهي (40) :

1. إن قضايا الثقافة هي القضايا ذات البعد الإنساني لا المادي عقائديا وقيميا وفنونا ونظما وأعرافا.

2. إن هذه القضايا تتمثل في صورة بناء متكامل وليست جزئيات منفصلة عن بعضها.

الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟

3. أنها ليست تميزا فرديا لشخص، وإنما هي اجتماعية، فالشخص يعيشها في ظل مجتمع أو أمة تعيشها كذلك.
4. إنها ليست معارف نظرية أو فلسفية أو فكريا مجردا، ولكنها حياة اجتماعية وواقع فكري وسلوكي يتحرك به الناس.
5. إنها بمجموعتها مميزة لأهل ذلك المجتمع أو لتلك الأمة عن مجتمعات وأمم أخرى، وهذا هو الواقع، فإن التمايز بين الأمم إنما هو بهذه القضايا والعقائد والقيم والنظم والأعراف أي الثقافة.

فالهوية الثقافية بالمحصلة تمثل ذلك الرابط الاجتماعي الذي يعمل على بناء علاقات بين ذاتية الفرد وموضوعية الآخرين، وهوية الفرد تصنع في إطاره الاجتماعي الثقافي والحضاري، فهي تمثل فهم المرء لذاته في علاقته مع الآخرين، وليست شخصية أو نفسية ولكنها في الأساس اجتماعية علائقية وتتحدد ويتفاعل المرء وعلاقاته مع الآخرين، ومن ثم فقد تكون مشروطة ، بمعنى أنها تتوقف على تفاعل المرء مع الآخرين ومكانه في السياق المؤسسي.(41)

وقد تتحرك الهوية الثقافية في ثلاث دوائر متداخلة ذات مركز واحد كما يلي:

- 1- الفرد داخل الجماعة الواحدة: وهي هوية متميزة عبارة عن " أنا " لا آخر داخل الجماعة نفسها، أن تضع نفسها في مركز الدائرة عندما تكون في مواجهة مع هذا النوع من الآخر القبيلة - المذهب - الطائفة أو الديانة - التنظيم السياسي أو الاجتماعي.
- 2- الجماعة داخل الأمة: الأفراد داخل الجماعة لكل منها ما يميزها داخل الهوية الثقافية المشتركة لكل منها " أنا " الخاصة بها.
- 3- الشيء نفسه يقال على الأمة الواحدة إزاء الأمم الأخرى، غير أنها أكثر تجريدا وأوسع نطاقا وأكثر قابلية عن التعدد والتنوع والاختلاف (42).

مكونات الهوية الثقافية:

تتعدد مكونات الهوية الثقافية ومن بينها(43):

- 1- البعد الزمني / المكاني: وهو الموقع الجغرافي وما ظهر به من حضارات قديمة.

الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟

2- اللغة: تعد اللغة من أهم مكونات الهوية الثقافية التي تعبر عن أفكار ومعتقدات الأفراد، واللغة هي التي تجعل وجود للثقافة وتناقلها من فرد لآخر ومن جيل لآخر أمر ممكنا الحدوث.

3- الدين: يشكل الدين جوهر الهوية الثقافية، وهو المكون الأول لها، لأنه هو الذي يحدد للأمة فلسفتها الأساسية عن سر الحياة وغاية الوجود.

4- التاريخ: لا يمكن لأية أمة أن تشعر بوجودها بين الأمم إلا عن طريق تاريخها الذي يمثل إحدى قسّمات هويتها.

1- العادات والتقاليد: إن العادات والتقاليد هي فعل اجتماعي متوارث يتركز على تراث يدعمه ويغذيه لها قوة معيارية، وتتطلب الامتثال الاجتماعي والطاعة الصارمة وتكون مرتبطة بظروف المجتمع الذي تمارس فيه.

وتمثل اللغة القاسم المشترك بين المخاطبين لأنها ترتبط بالذاكرة الثقافية Cultural Memory بوصفها الذاكرة التي يتم فيها تخزين المشترك الثقافي، وترتبط الثقافة باللغة لأن اللغة تقدم إمكانيات للمساهمة والمشاركة في أنشطة التواصل الاجتماعي، وحيث أن اللغة والثقافة منغمسان في سباق التفاعل الاجتماعي، فإن اللغة تضطلع بدور مهم في إبراز الوضع الاجتماعي للمتكلم ووظيفته داخل المجتمع، وجنسيته ومستواه الثقافي وعرقه وديانته، وبهذا المعنى تلعب اللغة دورين أساسيين : يتمثل الدور الأول في الاضطلاع بتعويض النقص الذي يسم ذاكرة العمل، وذلك من خلال الاستعاضة عن معالجة اللغة قطعة بمعالجة سلسلة من القطع، حيث تقوم اللغة بتعويض النقص الذي يسم ذاكرة العمل من خلال استدعاء ومعالجة سلاسل كلامية دون الحاجة إلى تعرف القطع والعناصر المكونة لها، ويتمثل الدور الثاني في رسم هوية مستعمل اللغة والسياق التواصلية الذي تجري فيه المحادثة. (44)

فاللغة تشكل صورة المجتمع عن نفسه وتعكس أولويات وكيفية تعبيره عن ذاته وطرائق فهمه لعلاقته بأفراده وبالأخرين وبالعالم، كما أن اللغة لا يتصل معناها الشمولي بالمجتمع وبصورته عن نفسه فحسب، بل يتصل أيضا بمجريات التطور الثقافي والاجتماعي ووعي

**الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟**

المجتمع بذاته ومهماته وألوياته، وتوقه الحثيث إلى الاتصال بالحضارات الإنسانية الأخرى والتفاعل معها دون التخلي في المقابل عن الخصوصيات الثقافية لأبنائه. (45)

فكل فرد من أفراد المجتمع يمارس مجموعة من السلوكيات المادية والمعتقدات المعنوية التي تصل إلى عقله ووجدانه من خلال اللغة التي تعتبر وعاء لهذه الثقافة، ولقد كان الارتباط الوثيق بين اللغة والثقافة يقف وراء الاهتمام الذي أبداه الأنثروبولوجيون لدراسة لغات المجتمعات التي اهتموا بها، لأنها تعتبر المفتاح الذي يساعدهم على الولوج إلى هذه المجتمعات. فالمجتمعات لم تعرف الثقافة إلا عندما علف الإنسان كيف يشير إلى الأشياء، أي أن ظهور الثقافة قد ارتبط بظهور الرموز والعلامات التي تكون نظام اللغة، وإذا كانت كلمة ثقافة تشير في كتابات الأنثروبولوجيين إلى أسلوب الحياة السائدة في مجتمع ما، فإن هذا يعني وجود علاقة وثيقة بين اللغة والثقافة. (46)

ويقودنا الحديث عن التراث باعتباره مكونا أساسيا للهوية، والهوية معبرة عن التراث وناقلة عنه، والأمم تعرف بهويتها التراثية التي تجسد الثقافة والحضارة والمحافظة على التراث بأشكاله وأنماطه وتجلياته المتعددة، وهناك ترابط وثيق بين التراث والهوية، إذ لا هوية من دون تراث تستند إليه، ولا تراث لا يؤسس للهوية، فالتراث والهوية عنصران متلازمان من عناصر الذات ومكونان مكتملان من مكونات الشخصية الفردية والجماعية... فالتراث هوية ثقافية بما ينطوي عليه من عناصر توحيدية، وهو بوتقة مشكلة للوعي، وهو في المجتمعات العربية خاصة والإسلامية على وجه العموم احد أهم عناصر وحدتها وتكاملها سيكولوجيا وثقافيا. (47)

يشكل التراث احد أركان الهوية الثقافية للشعوب والأمم، ويمكن القول أنه يشكل المضمون الثقافي لهوية الأمة أو المجتمع، فهو المخزون النفسي لدى الجمهور والطاقة الحيوية الوجدانية لأي أمة، والتراث في النهاية هو عبارة عن مجموعة من الطول التي توصلت إليها الأجيال السابقة لبعض مشاكلها، وهذا يعني أنه يجسد ثقافة المجتمع الحيوية الماثلة في العمق الإنساني، فالعناصر التراثية في الثقافة تشكل مركز الثقل في أي ثقافة اجتماعية، أو هوية ثقافية، وما الهوية سوى تعبير ثقافي يجسد أعماق مكونات الحياة الثقافية والاجتماعية، إنها حالة من التشعبات الثقافية التراثية في جوهرها التي يعرف بها المجتمع



**الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟**

من المجتمعات وتميزه عن غيره، فالعادات والتقاليد والفلكلور والأزياء هي تعبير عن هوية المجتمع الثقافية، والتراث يشكل أعمق مكونات الهوية وأكثر عناصرها دلالة وأهمية. (48) إلا أنه في بعض الأحيان تظهر لنا على السطح بعض التحديات وهو ما يطلق عليه " التمثيل الاجتماعي" و" التغيير الاجتماعي " فالأول هو أن تستغرق الجماعات المحلية في ثقافة العولمة عن طريق مختلف أشكال الاتصال والمشاركة، ويترتب على هذا الاستغراق هجر السمات الثقافية الأصلية وإحلالها بسمات ثقافية العولمة، أما الثاني " التغيير الاجتماعي" فهو يحدث تدريجي وغالبا ما يقتصر في البداية على مواقف معينة، حتى يصدق المفهوم الذي صاغه كل من " بارك وبيرجيس " حينما ذهبوا إلى القول أن التمثيل هو عملية تغل وتحام يكتسب الأفراد والجماعات من خلالها اتجاهات ومواقف وعواطف وأفكار أفراد آخرين، بحيث تستوعبهم الثقافة العامة نتيجة المشاركة في الخبرة والتاريخ. (49)

**الإعلام الجديد:**

يكاد يتفق الكثيرون أنه لا يوجد تعريف متفق عليه إلى حد الآن لماهية الإعلام الجديد، ولم ترق الصياغات اللغوية المختلفة التي تناولته إلى تحرير صيغة موحدة لمدلوله، وتعود الإشكالية في ذلك إلى أن المفهوم نفسه لا يزال في إطار ديناميكية التشكيل، والإضافات المتنوعة والتحفظات المختلفة، كما تعود صعوبة الاتفاق أساسا إلى تأخير التنظير الأكاديمي عند الممارسة المهنية في مجال دراسات الإعلام الجديد بشكل كبير، والحديث هنا في الغرب وعن الغرب، فما بالك عن البيئة الاتصالية العربية، ففي حين قطع استخدام مواقع الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي شوطا كبيرا، إلا أن الدراسات في هذا المجال لا تواكب التطورات المتلاحقة والمتسارعة، كما لا ترصد كافة التغيرات الهائلة في بيئة هذا الإعلام. (50)

والإعلام الجديد هو كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقوم في شكل تفاعلي، وينقسم إلى أربعة أقسام بحسب ما يقوم عليه منها، ما يقوم على شبكة الانترنت، أو على الحاسب الآلي، أو

الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟

على الأجهزة النقالة، أو على وسائل الإعلام التقليدية بعد إضافة الرقمية والتفاعلية إليها. (51)

والإعلام الجديد هو إعلام تعددي بلا حدود ومتعدد الوسائط يؤدي أدوارا جديدة كليا لم يكن بوسع الإعلام التقليدي تأديتها، وتتميز وسائل الإعلام الجديد بالرقمية، والتفاعلية، والفردية، والتخصيص، والجماهيرية، وتزواج الوسائط والتكنولوجيات، كما أن هناك مستحدثات إعلامية غير مسبوقه تأخذ مكانها مثل آلات الإعلام، فالإعلام الجديد عبارة عن شبكات المعلومات ومواقع التواصل الاجتماعي والمدونات والمنتديات وغرف المحادثة، ويكون بين طرفين: مرسل ومستقبل، فهو إعلام شخصي فردي، إذ لم يعد حكرا على طبقة معينة كما كان الشأن مع الإعلام التقليدي، بل أضحى المواطن مساهما في صناعة الرسالة الإعلامية فاعلا في المنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي. (52)

ويعرف أيضا بأنه كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، وهناك حالتان تميزان الجديد عن القديم والتي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه وهي أهم سماته. (53)

الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليدا لتزواج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر: ظاهرة تفجير المعلومات Information Explosion وظاهرة الاتصال عن بعد Telecommunication ، وله خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعل Interactivity . (54)

وصار الإعلام الجديد تفاعليا يقوم على تبادل الأدوار ويتمتع بمجموعة من الخصائص، تتمثل في دمج الوسائط المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد على منصة الكمبيوتر وشبكاته، وما ينتج عن ذلك من الاندماج من تغير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث، وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج التقليدي، فضلا عن تبنى هذا الإعلام للتكنولوجية الرقمية وحالات التفاعلية وتطبيقات الواقع الافتراضي وتعددية الوسائط وتحقيقه لميزات الفردية والتخصص. (55)

الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟

وفي كتابه "مجتمع الشبكات" يشرح الباحث الاجتماعي "مانويل كاستل Manuel Castells"، مسألة بروز مجتمع الشبكات عبر تفاعل ظاهرتين تاريخيتين: تتمثل الأولى في تحول ثقافي انطلق في ستينيات القرن العشرين، (انتشار روح الفوضى وعقلية نصيرة للحرية المطلقة، التوق إلى بناء علاقات اجتماعية أكثر مرونة وتفاعلية)، وتتجسم الظاهرة الثانية في ثورة تكنولوجية برزت إلى الوجود في سبعينيات القرن المنقضي، خاصة في مجال الاتصالات اللاسلكية وعلم الوراثة. (56)

وفي ظل ثورة التكنولوجيا الرقمية انتشرت ثقافة جديدة بدأت ملامحها تتسرب في داخل المجتمعات التي لا يزال انخراطها ضمن النظام الرقمي بطيئا وأحيانا لا دلالة له (الوطن العربي ودول العالم الثالث) ذلك أن تكنولوجيا المعلومات ليست مجرد وسائط يسخرها الإنسان لتطوير بيئته الثقافية والاقتصادية وتحقيق متطلبات عصره، ولعل الرأي السائد قد يعتبرها أدوات حيادية غارقة برمتها في محيط المكونات المادية. (57)

وبعبارة أخرى يمكن للإنسان الواقع تحت هيمنة العولمة- حيث يتسلل الإعلام ببطء وهدوء إلى العقل- أن يكتسب مختلف السلوكيات والممارسات عبر عملية الملاحظة، ثم الإعجاب والتقليد، لينتهي به الأمر إلى تعلم ما رأى ولاحظ وشاهد في غياب المنبهات سواء كانت تلك المنبهات دينية أو قانونية أو اجتماعية - إلى المحاكاة والتمثيل والتجسيد الفعلي لما رأى ولاحظ وشاهد، وبعد عملية التمثيل تظهر ملامح أخرى لعملية أخرى يسميها "ببوار بورديو" إعادة الإنتاج، أي إعادة النماذج والصور التي تعلمها الإنسان بشكل قصري في قالب هادئ وموضوعي، حيث أن من يملك المعلومة يسيطر ويحكم. (58)

ويمكننا القول إن الهوية الثقافية لا يمكن أن تمحى أو تطمس بفعل مستجدات تكنولوجية أو ثورة إعلامية، وغالبا ما يمثلها بعدي الزمان والمكان (الزمان في المسيرة التاريخية) الطويلة و(المكان في حقائق الجغرافيا) (59).

**علاقة الإعلام الجديد بالهوية الثقافية:**

لا ينحصر دور وسائل الإعلام سواء القديمة منها أو الحديثة في عملية نقل ونشر الثقافة والحفاظ على الموروث الثقافي والحضاري للشعوب، بل يحقق مع الثقافة نوع من

**الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟**

التكامل الاجتماعي، مما يجعل لوسائل الإعلام دورا رئيسيا في بلورة الثقافة وإزالة ما يلصق بها من تشوهات وشوائب، وهذا ما يجعل وسائل الإعلام بشكل عام والجديد منها بشكل خاص أدوات لنشر الثقافة، ويناط بها الدور الأكبر في التواصل الثقافي بين المجتمعات، وانتقاء المحتوى الثقافي، وعملية التبادل الثقافي مع الثقافات الأخرى.

إن الإعلام الجديد قد فتح الباب واسعا لإعادة النظر في كثير من المفاهيم التقليدية استنادا إلى سمات البيئة الجديدة التي يوفرها للمستخدمين، مع إتاحة آليات غير مسبوقه في التواصل وتكوين جماعات افتراضية ترقى إلى أن تصبح " مجتمعات افتراضية " موازية للمجتمعات التقليدية، لها القدرة على إنتاج المعنى وإنتاج خطابات نافذة والكشف عن الهامشي والمسكوت عنه، والقدرة عن التعبير على الاهتمامات الخاصة لأفرادها، الذين أصبحوا في ظل شبكات التواصل الاجتماعي " الذي يوفرها الإعلام الجديد أكثر تحررا من القيود بأبعادها المختلفة، وهو ما يمنح لهم إمكانية إنشاء وتنشئة هويات جديدة افتراضية لها ملامحها وخصائصها وتجلياتها.(60)

ويعتبر دينيس ماكويل " Danas Maxwell " أحد أشهر منظري الإعلام في العالم في كتابة الشهير " نظريات الإعلام " في طبعته السادسة الصادرة عام 2010، بأن ثمة تطورات هائلة في ممارسة الاتصال من خلال الميديا الجديدة، وهذه التطورات تستدعي الانتقال إلى مرحلة جديدة في التطوير، حيث خصص فصلا كاملا في هذا الكتاب معنوننا ب " هل هي نهاية الإعلام الجماهيري التقليدي " ، للحديث عن هذا الموضوع قائلا بأن ثمة حاجة ملحة لتقديم أفكار أكثر عمقا لفهم الميديا الجديدة، وبأن النظريات الحالية المتمحورة حول فهم الوسيط medium غير كافية.(61) وتعد وسائل الإعلام الجديدة من أهم وسائل نقل الأفكار والآراء، ومن ابرز عوامل التأثير في المتلقي وتكمن أهمية الإعلام الجديد في ما يلي (62):

**1- أهمية قيمية:**

لقد تغيرت الوسيلة وتغيرت معها الأهداف والغايات، وما من وسيلة إعلامية جديدة اليوم إلا وتحمل في خلفياتها قيمة ثقافية واجتماعية تعزز غايات مصدر انطلاقها لتعبر بها

**الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟**

الفضاءات المفتوحة، لأنها تحمل قيما ثقافية تعبر عن حاجات فئات اجتماعية مختلفة، إن الرسائل الإعلامية المتداولة اليوم أصبحت مفخخة بتلك القيم الخفية أو الملونة بألوان الطيف، التي تغري الجمهور، وتبدو أنها موضوعية في جوهرها ولكن حقيقتها غير ذلك، فالقيمة تشكل إحدى المداخلات الأساسية لوسائل الاتصال الجماهيرية، ومن ثم تتحول هذه الوسائل إلى قنوات تتحرك في إطارها القيم بدل أن تكون عاملا في إبعاد هذه القيم ودفع الإنسان إلى تقديس ذاته وهواه.

وبما أن القيم الثقافية والاجتماعية هي مصدر قوة وتميز لأي شعب من الشعوب، وتعتبر رأسماله الحقيقي في إثبات وجوده من ناحية البناء الوظيفي والاجتماعي، وإن رأسمال القيمي يرتبط بالتطور الحضاري وليس انحطاطه، فمكانة القيم مؤشر على مستوى الحضارة لأي مجتمع.

**2- أهمية معرفية:**

إن الإعلام الجديد بكل وسائله الاتصالية يسعى إلى تزويد الجمهور بكافة المعارف والمعلومات سواء كانت مستحدثة أو قديمة، ومما زاد من قوته في هذا الجانب أنه أصبح الرافد الحقيقي للمعلومة، فهذه الأخيرة أضحت اليوم تدور في سياح وسائل الإعلام المتطورة التي غيرت العالم وجعلته قرية صغيرة كما عبر عنها "مالكو هان"، بل جعلت منه شاشات ذكية تزوده بالمعلومة تارة وتغير من أفكاره وسلوكه تارة أخرى.

لقد مكن الإعلام الجديد الأفراد من إنشاء هويات ثقافية جديدة في عالم افتراضي، وهذه الهويات هي هويات متحركة ديناميكية يكونها الفرد السيبري في مجتمع الإعلام الجديد، وهي في هذا المجتمع تتسم بلامح رئيسية أو بالأحرى مقدمات مظهرية لوجودها في الفضاء السيبري، وهذه الملامح هي<sup>(63)</sup>:

- 1- لها مطلق الحرية أن تختار وفق التقنيات المتاحة خصائص تظهرها كشخصية حوارية عبر قنوات الانترنت بأنواعها وقد تكون فرد/ جماعة.
- 2- هي شخصية قابلة للتغير والتبدل في أي لحظة بحسب اختيارات الفرد الإنساني نفسه.

الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟

3- هي أيضا قابلة للتغير والتبدل حسب اختيارات أطراف أخرى، ربما شخصيات افتراضية أخرى تتقمص هويات غيرها أو من اختراقات برمجية أو توظيفات متنوعة لهوية متنقلة لا تستقر على وضع خصائصها.

وتتسم الثقافة الجديدة ( الالكترونية ) بتشتت مراكز الثقافة والمعرفة وبطوفان معلوماتي لا حدود له، كما أدت هذه الثقافة إلى تغير مفهوم المعرفة بشكلها التقليدي فعلى رأي الكاتب الفرنسي جيرون بيندي " Geron Bendy " لم تعد المعرفة معارف مكتسبة ثابتة ككتاب مفتوح في عقلنا، بل أصبحنا نسبح فيها بكل حرية، ننقل من نص إلى آخر ومن فكرة إلى أخرى ومن صورة إلى أخرى، وبالتالي علينا أن نميز بين الثقافة الجديدة في علاقتها شبه الإلزامية بالثقافة القديمة أو التقليدية، وفي قدرتها على طرح نفسها بشكل جديد ومتميز، فالثقافة في الماضي كانت تحرك الخيال نحو استشراف ما هو كائن، أما ثقافة اليوم تخصب الخيال وتزرعه بما يمثل امتدادا للواقع، مما يجعل الصورة اليوم تسبق الواقع الذي يفترض أنها تمثله، بينما صور الماضي تجيء تالية للواقع ومتوقفة عليه، فالواقع القديم كان منطلق الصورة ولكن الواقع الجديد منطلق من الصورة(64).

ومن أبرز ملامح الثقافة الجديدة هو إن الرقمنة قد شرعت في إعادة تشكيل العلاقات الاجتماعية على نحو ظل فيه التفاعل الاجتماعي مبنيا على الخطابات المتبادلة السارية في كيان المجتمع، معنى ذلك أن التفاعل الاجتماعي لا يتحقق إلا باستخدام الوسيط التقني بوصفه منتجا للمضامين ونقلها، وهذه حقيقة صرفت النظر في مجال الإعلام بالخصوص إلى الاهتمام بكيفية السيطرة على الوسيط المادي أكثر من الاهتمام بإنتاج المضمون الذي يستقبله. (65)

كما تؤدي الثقافة الجديدة التي نتجت عن الإعلام الجديد إلى تكسير الطابوهات الاجتماعية والثقافية وإضعاف الحساسية اتجاهها على حسب تعبير المفكر عبد الرحمن عزي، وهو الأمر الذي جعل ( جيل الانترنت ) أو الإعلام الجديد يظهر كجيل ثنائي الهوية فهو من ناحية هش وغير راشد ويحتاج دائما إلى الأخذ بيده في مجاهيل التكنولوجيا الحديثة لتأسيس علاقة " سوية " بها، ومن ناحية أخرى فهو جيل فضولي ومعمد على ذاته وليس

د. حسين المختار محمد الشاوش

الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟

امتاليا وذكي ويملك القدرة على التكيف ويميل إلى تثمين ذاته إضافة إلى كون صاحب رؤية شاملة في توجيه نفسه<sup>(66)</sup>.

تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية:

انطلقت الأشكال الجديدة والأنماط المستحدثة للثقافة إلى آفاق وأبعاد جديدة بدأت بتغيير محتوى الإعلام التقليدي ليخلق ثقافة مهجنة وممتزجة بثقافات أخرى لم تكن متاحة ومعروفة بنفس الكم من قبل، ثم تعمقت تلك التغيرات مع دخول التكنولوجيا الرقمية والتطبيقات الجديدة للتواصل عبر الفضاء الإلكتروني، ومع انتشارها وتعميق أثرها تحولت أنماط الثقافة عند كثيرا من الشباب إلى المجال الافتراضي.<sup>(67)</sup>

ويرى البعض أن التكنولوجيا الحديثة - الإعلام الجديد - تنطوي على طمس الهوية الثقافية للشعوب، فالهوية تعنى التفرد بكل ما يتضمن معنى الثقافة من عادات وقيم وسلوك ونظرة إلى الكون والحياة والتكنولوجية الحديثة تزيد من درجة النمطية أو التتميط التي هي بطبيعتها نقيض التفرد.<sup>(68)</sup>

لقد افرز الإعلام الجديد واقعا جديدا جعل البعض يتوقع أن ينتهي زمن التنوع الثقافي ومن ثم إعادة تشكيل هويات رقمية جديدة، تفرز مزيجا جديدا من السمات والتفاعلات والتمظهرات الفردية والجماعية في فضاء سيبري لا حد له ولا قيد عليه.<sup>(69)</sup>

وخلاصة القول: إذا كان الفضاء الإلكتروني - الذي يصنعه الإعلام الجديد - مجالا للتفاعل، فإن ما ينتج عن هذا التفاعل يمثل مجموعة من الممارسات تؤثر في القيم والثقافات ولكنها في الوقت نفسه تؤثر على زيادة المعلومات والمعارف.<sup>(70)</sup>

الاستنتاجات العامة:

1- أصبح الإعلام الجديد جزء من حياة الأفراد اليومية، وفرض نفسه كإعلام بديل بطريقة جعلت منه في مقدمة وسائل الإعلام استخداما، وخير دليل إقامة المؤتمرات العلمية التي أخذت الطابع الافتراضي، والتعليم عن بعد، وغيرها والذي يستند إلى قوة وهيمنة الإعلام الجديد.

الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟

2- إن استخدام الإعلام الجديد قد ينتج عنه ميلاد ثقافة جديدة، تحمل في طياتها قيم جديدة قد تكون مخالفة لقيم المجتمع الذي يعيش فيه الفرد، وقد تؤدي إلى تغير في طريقة تفكيره وسلوكه في اللغة والملبس والمشرب والأكل.. الخ، وقد يتبنى فيها الفرد قيم جديدة خارجة عن قيم مجتمعه، وقد تسهم بشكل أو بآخر في تشتيت الذات ودفعها إلى اللانتماء.

3- يعد البعد الزماني/ المكاني، واللغة، والدين، والتاريخ، والعادات والتقاليد، والتراث من المكونات الأساسية للهوية الثقافية لأية مجتمع ولأية أمة.

4- افرز الإعلام الجديد واقعا جديدا قد ينتج عنه انتهاء زمن التنوع الثقافي، وقد يؤدي إلى هيمنة وسيطرة الثقافة الواحدة، وبالتالي ربما تتم إعادة تشكيل الهويات الثقافية وفقا لهذا الواقع الجديد، وظهور أنماط جديدة في السلوكيات والسمات الفردية/ الجماعية في الفضاء السيبري الذي أكسب الفرد حرية مطلقة لا حدود لها ولا رقابة عليها.

5- على اعتبار أن الثقافة ديناميكية ومتحركة وغير مستقرة وتراكمية، فإن الهوية الثقافية أيضا ليست ثابتة، وهي تتغير وفقا للبيئة التي تعيش فيها، وبالتالي فمن أبرز ملامح الثقافة الجديدة هو أن الرقمنة قد تعمل على إعادة تشكيل العلاقات الاجتماعية وظهور مجتمعات افتراضية وكأنها مجتمعات واقعية، مما أنتج هويات ثقافية تشكلت ملامحها بوضوح في مجتمع الإعلام الجديد (المجتمع الافتراضي) .

2- إن الهوية الثقافية تثري وتزدهر بالتبادل الثقافي بين الشعوب من خلال وسائل الإعلام والاتصال بشكل عام، والإعلام بشكل خاص، والتي مكنت الفرد من أن يتعرف على مجتمعات وثقافات جديدة ومختلفة ومتنوعة في أماكن أخرى من العالم، متأثرا بتلك الثقافة من خلال بعض الممارسات والسلوكيات وأنماط من التفكير، مما جعل الفرد بذلك متعدد الثقافة وعالمي التوجه.

الهوامش

1) يوسف بن رمضان، الاتصال الجديد والديناميات الثقافية في المجتمعات المعاصرة، مجلة الإذاعات العربية، تونس، العدد الثالث، 2011، ص 8



الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟

- (2) سهام قنفي، أدوات للعولمة في خلق شعور بالاغتراب النفسي، مجلة الدراسات الإعلامية، برلين، ألمانيا، المركز الديمقراطي العربي، العدد الثالث، يونيو 2018، ص 176
- (3) سمير حسين. بحوث الإعلام ، ط1 ، القاهرة عالم الكتب، 2006 ، ص 123
- (4) محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2000، ص 78
- (5) محمد عمارة. مخاطر العولمة على الهوية الثقافية، ط1، القاهرة، نهضة مصر، 1999، ص 6
- (6) ديفيد انغليز - جون هبسون، مدخل إلى سوسيولوجيا الثقافة: ترجمة لما نصير، ط1، بيروت، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات ، 2013، ص 344
- (7) هولميس وهوبورن، سوسيولوجيا الثقافة والهوية: ترجمة حاتم حميد محسن، ط1، دمشق، دار كيوان للطباعة والنشر، 2010، ص 95
- (8) حفيظة محلب. الإذاعة المحلية والهوية الثقافية الجزائرية في ظل تحديات العولمة، الجزائر، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 15، ص 376
- (9) وليد بقاس، التلفزيون والاسلاموفوبيا ومسألة الاندماج لدى الشباب الفرنسي من أصول مغربية، مجلة الدراسات الإعلامية، برلين، ألمانيا، المركز الديمقراطي العربي، العدد الرابع، أغسطس 2018، ص 58
- (10) الفرار العياشي، الهوية الافتراضية طبيعتها . خصائصها. وعلاقتها بالمجتمع الواقعي، مجلة الدراسات الإعلامية، برلين، ألمانيا، المركز الديمقراطي العربي، العدد الحادي عشر، مايو، 2020، ص 314
- (11) حفيظة محلب . مرجع سابق، ص 377
- (12) إكثيري ابوجمعة، دور المواريث الثقافية في سياسات صناعة الانتساب في السينما المغربية ، مجلة الدراسات الإعلامية، برلين، ألمانيا، المركز الديمقراطي العربي، العدد الثالث، يونيو 2018، ص 139

- 13) نبيلة جعفري، انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجزائري، الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 31 ديسمبر 2017، ص 83
- 14) ناصر سعيد، الهوية والثقافة، متاح على الموقع الإلكتروني [www.alarabimaq.com](http://www.alarabimaq.com). تاريخ الدخول يوم الخميس الموافق 2020/8/27 الساعة 22 ليلا.
- 15) زهيرة مزارة، ورقة بحثية بعنوان: أزمة الهوية الثقافية العربية في ظل العولمة: بين متطلبات تفعيل الوحدة الوطنية وتحقيق الاستقرار السياسي. الجزائر نموذجاً، الملتقى الوطني حول القراءات للتراث والهوية في زمن العولمة 2017، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجيلاني أبو نعامة - خميس مليان، ص 5
- 16) حميدة المهدي سميم، بنية الصورة وسياسة الاتصال: دراسة في إشكالية البنية الاتصالية الاستهلاكية والثقافة العربية، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، عدد مزدوج 6-7، حزيران - أيلول، 2009، ص 18
- 17) ابراهيم يحيياوي. الآثار الثقافية (القيمية والسلوكية) للإعلام الجديد على المستخدمين، مجلة جيل للعلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، العدد 50، ص 37
- 18) المرجع السابق، ص 37
- 19) بول هوبر، نحو فهم للعولمة الثقافية، ترجمة: طلعت الشايب، ط1، القاهرة، المركز القومي للترجمة، 201، ص 58
- 20) ابراهيم يحيياوي. مرجع سابق، ص 37
- 21) جيل فيريول، معجم مصطلحات علم الاجتماع: ترجمة محمد الأسعد، ط1، بيروت، دار مكتبة الهلال، 2011، ص 66
- 22) ابراهيم يحيياوي. مرجع سابق، ص 37
- 23) ديفيد انغليز - جون هبوسون، مرجع سابق، ص 336
- 24) ابراهيم يحيياوي. مرجع سابق، ص 37

- (25) بول هوبر، مرجع سابق، ص 60-61
- (26) بول هوبر، مرجع سابق، ص 62
- (27) حميدة محلب . مرجع سابق، ص 381
- (28) حميدة المهدي سميسم، مرجع سابق ، ص 19
- (29) بول هوبر، مرجع سابق، ص 59
- (30) حميدة المهدي سميسم، مرجع سابق ، ص 19
- (31) نبيلة جعفري، مرجع سابق، ص 83
- (32) ناصر سعيد، الهوية و الثقافة، مرجع سابق، متاح على الموقع الالكتروني [www.alarabimaq.com](http://www.alarabimaq.com)
- (33) هولمبس وهوبورن، مرجع سابق، ص 15
- (34) ديفيد انغليز - جون هبوسون، مرجع سابق، ص 35
- (35) حميدة محلب .المرجع السابق، ص 377
- (36) فؤاد البكري، الهوية الثقافية في ظل ثورة الاتصال والإعلام الجديد، أبحاث المؤتمر الدولي - الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 7 - 9 ابريل 2009، ص 379
- (37) ابراهيم يحيوي، القنوات الفضائية وثقافة الشباب: الطالب الجامعي الجزائري أنموذجاً، دكتوراه منشورة ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، الجزائر 2018، ص 190
- (38) فؤاد بكري ، مرجع سابق ، ص 380
- (39) هولمبس وهوبورن، مرجع سابق، ص 15
- (40) ناصر سعيد الهوية والثقافة، مرجع سابق ، متاح على الموقع الالكتروني [www.alarabimaq.com](http://www.alarabimaq.com) .
- (41) ابراهيم يحيوي، القنوات الفضائية وثقافة الشباب: الطالب الجامعي الجزائري أنموذجاً، مرجع سابق، ص 190

- 42) زهيرة مزارة، مرجع سابق، ص 7
- 43) حميدة محلب، مرجع سابق، ص 377-380
- 44) عبدالرحيم ناجح، كثافة اللغة الصبغية في الخطاب الإعلامي: مقارنة بين البرامج التلفزيونية المباشرة والصحافة المكتوبة، مجلة الدراسات الإعلامية، برلين، ألمانيا، المركز الديمقراطي العربي، العدد الحادي عشر، مايو، 2020، ص 58
- 45) ابراهيم يحيوي، القنوات الفضائية وثقافة الشباب: الطالب الجامعي الجزائري أنموذجا، مرجع سابق، ص 285
- 46) عبيدة صبطي، عادل قايد، الصورة الفنية ودورها في بناء الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري ( قراءة سيمولوجية لصورة الفنان دينيه)الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية العدد 29 جوان 2017، ص 203
- 47) قواسم بن عيسى، تمثالات الخطاب التراثي الجزائري في الرسائل الإشهارية البصرية: من الإرث إلى الأثر، مجلة الدراسات الإعلامية، برلين، ألمانيا، المركز الديمقراطي العربي، العدد الحادي عشر، مايو 2020، ص 361
- 48) المرجع السابق، ص 362
- 49) حميدة محلب، مرجع سابق، ص 382
- 50) مفيدة بالهامل، الإعلام الجديد: مصطلحات، مفاهيم، ونماذج، الجزائر، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 12، نوفمبر، 2014، ص 16
- 51) ابراهيم يحيوي. الأثار الثقافية ( القيمة والسلوكية ) للإعلام الجديد على المستخدمين، مرجع سابق، ص 36
- 52) المرجع السابق، ص 36
- 53) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد ( المفاهيم والوسائل والتطبيقات ) ط1، الأردن، دار الشروق، 2008، ص 32
- 54) سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، المجلد 26- العدد الأول والثاني، سوريا، جامعة دمشق، 2010، ص 442

- (55) حسنين شفيق. الإعلام الجديد والجرائم الالكترونية، مصر، دار فكر وفن ، 2015،  
ص 36
- (56) يوسف بن رمضان، مرجع سابق، ص 9
- (57) عبدالله الزين الحيدري، الإعلام الجديد: النظام والفوضى، أبحاث المؤتمر الدولي -  
الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 7 - 9 ابريل 2009،  
ص 130
- (58) حميدة مطلب ، مرجع سابق، ص 382
- (59) فؤاد البكري، مرجع سابق ، ص 380
- (60) باديس لونيس، الإعلام الجديد والهوية: دراسة نظرية في جدلية العلاقة والتأثير، مجلة  
العلوم الاجتماعية والإنسانية، الجزائر، جامعة الحاد خضر، باتنة، العدد 31، ديسمبر  
2014، ص 267
- (61) نور الدين همبسي ، الأطر النظرية والمنهجية لدراسة الميديا الجديدة : فراءات نقدية ،  
الجزائر ، مجلة علوم الإنسان والمجتمع ، العدد 12 ، نوفمبر 2014 ، ص 84
- (62) بلبلدية فتحية نورالدين، إشكالية الهوية الثقافية في ظل الأعلام الجديد: ثنائية الانفتاح  
والاختراق، مجلة الدراسات الإعلامية، برلين، ألمانيا، المركز الديمقراطي العربي، العدد  
الثالث، يونيو 2018، ص ص 68-71
- (63) باديس لونيس، مرجع سابق، ص 286
- (64) سعدية قرش، أهمية تكنولوجيا الاتصال في نشر الثقافة المواجهة للعولمة ، رسالة  
ماجستير منشورة\_، الجزائر ، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام ، قسم  
علوم الإعلام والاتصال ، 2009، ص 115
- (65) عبدالله الزين الحيدري، الإعلام الجديد: النظام والفوضى، أبحاث المؤتمر الدولي -  
الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 7 - 9 ابريل 2009،  
ص 132
- (66) باديس لونيس، مرجع سابق، ص 286

الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي علاقة وأي تأثير؟

67) داليا أشرف، التفاعلية والهوية الثقافية لدى الشباب المصري، رؤية تحليلية، مجلة

عرب ميديا، العدد رقم 23، الشتاء - الربيع 2017

68) فؤاد البكري، مرجع سابق، ص 380

69) باديس لونيس، مرجع سابق، ص 286

70) الصادق الحمامي، الميديا الجديدة الايستمولوجيا والإشكاليات والسياقات، جامعة منوبة

، سلسلة البحوث والمنشورات، 2012، ص 18