

تأثير استخدام الإعلام الرقمي على تمثيلات الهوية الثقافية لدى طلبة الجامعات الجزائرية
The Impact of Digital Media Use on the Representations of Cultural Identity among Algerian University Students

ط / د- زيام مروان كلية الإعلام – جامعة الزيتونة - ليبيا

البريد الإلكتروني merwenziam3@gmail.com

merwenziam¹ Faculty of Media – Al-Zaytouna University – Libya

تاريخ الاستلام: 2025-06-15، تاريخ القبول: 2025-06-28، تاريخ النشر: 2025-07-22.

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تأثير استخدام الإعلام الرقمي على تمثيلات الهوية الثقافية لدى طلبة الجامعات الجزائرية مع التركيز على دور نوع الوسيلة الرقمية ومستوى استخدامها. أظهرت النتائج أن وسائل الإعلام الرقمية المختلفة تؤثر بشكل متباين على تصور الهوية الثقافية، حيث تلعب مواقع التواصل الاجتماعي والفيديوهات دورًا أكثر وضوحًا مقارنة بالمدونات. كما تبين أن كثافة وتكرار استخدام هذه الوسائط الرقمية يعزز من قوة تأثيرها في إعادة تشكيل التمثيلات الثقافية، لكنه في الوقت نفسه يسهم في تآكل بعض القيم والممارسات الثقافية التقليدية لدى فئة من الطلبة، وتؤكد الدراسة على ضرورة تعزيز التربية الإعلامية، وتشجيع إنتاج محتوى رقمي يعكس الهوية المحلية، بالإضافة إلى دعم الأنشطة الثقافية التي تحافظ على التراث، وذلك للحفاظ على توازن بين الانفتاح الرقمي والحفاظ على الهوية الثقافية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي - تمثيلات الهوية الثقافية - طلبة الجامعات الجزائرية .

Abstract: The study aims to examine the impact of digital media usage on the cultural identity representations among Algerian university students, focusing on the role of the type of digital media and the level of its use. The results showed that different digital media platforms have varying effects on the perception of cultural identity, with social media and videos playing a more prominent role compared to blogs. It was also found that the intensity and frequency of using these digital media enhance their influence in reshaping cultural representations, while at the same time contributing to the erosion of some traditional cultural values and practices among a segment of students. The study emphasizes the necessity of strengthening media literacy, encouraging the production of digital content that reflects local identity, and supporting cultural activities that preserve heritage, all aimed at maintaining a balance between digital openness and the preservation of cultural identity.

Keywords: Digital media –Cultural identity representations–Algerian university students

مقدمة :

في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم المعاصر، أضحت الإعلام الرقمي أحد أبرز مظاهر العولمة الثقافية والتكنولوجية، لما له من قدرة فائقة على تجاوز الحواجز الجغرافية واللغوية والزمنية، مما جعله يشكل فضاءً مفتوحًا للتفاعل الثقافي والاجتماعي والفكري. فقد أصبح الإعلام الرقمي بمختلف وسائطه مثل شبكات التواصل الاجتماعي، المنتديات، المواقع التفاعلية، والمنصات الإعلامية الرقمية مكوناً رئيسياً في الحياة اليومية للأفراد، وخصوصاً فئة الشباب الجامعي التي تُعدّ من أكثر الفئات استخداماً لهذه الوسائل.

وفي هذا السياق، يبرز التساؤل حول تأثير هذا الإعلام الجديد على هوية الأفراد، لا سيما الهوية الثقافية التي تمثل البنية الرمزية التي يتشكل من خلالها وعي الإنسان بانهنائه الحضاري، وتمسكه بقيمه

وتقاليد وموروثه الثقافي. وتعتبر الهوية الثقافية من أكثر الأبعاد حساسية في مواجهة تحديات الرقمنة والعولمة، خاصة عندما يتعلق الأمر بشباب في طور بناء ذاتهم وتكوين رؤيتهم للعالم من حولهم. أما في الجزائر، فقد ساهم الانتشار الواسع لاستخدام الإعلام الرقمي بين طلبة الجامعات في بروز تغيرات ملحوظة على مستوى تمثلاتهم لثقافتهم المحلية وهويتهم الوطنية، سواء من حيث اللغة، أو العادات، أو القيم الاجتماعية، أو رموز الانتماء، ففي الوقت الذي وفر فيه الإعلام الرقمي فرصاً لتعزيز التعبير عن الذات والتفاعل مع الثقافة الوطنية، فقد فتح الباب أيضاً أمام التأثير بثقافات أخرى، وغالباً ما تكون هذه التأثيرات سطحية أو انتقائية، مما يؤدي إلى تشوش في التمثلات أو حتى أزمة هوية لدى البعض.

من هنا تنبع أهمية تأثير استخدام الإعلام الرقمي على تمثلات الهوية الثقافية لدى طلبة الجامعات الجزائرية، بهدف فهم مدى التغير الذي تفرضه هذه الوسائط الحديثة على تمثلات الطلبة لثقافتهم، وتحديد ما إذا كان الإعلام الرقمي يمثل وسيلة لتعزيز الهوية أم عاملاً لتفكيكها أو إعادة تشكيلها وفق معايير جديدة. كما تكتسي هذه الدراسة بعداً استراتيجياً من خلال ما تتيحه من نتائج يمكن أن تسهم في توجيه السياسات الإعلامية والثقافية والتعليمية، لمواكبة التحول الرقمي مع الحفاظ على مقومات الهوية الوطنية والثقافية.

1- مشكلة الدراسة :

في ظل الثورة الرقمية التي يشهدها العالم اليوم، أصبحت وسائل الإعلام الرقمي، مثل شبكات التواصل الاجتماعي، المنصات الإلكترونية، وتطبيقات الهواتف الذكية، جزءاً لا يتجزأ من حياة الشباب، وبخاصة طلبة الجامعات الذين يقضون أوقاتاً طويلة في التفاعل مع هذه الوسائط. هذا الانتشار الواسع للإعلام الرقمي لم يقتصر تأثيره على الجانب الترفيهي أو الاجتماعي فقط، بل امتد ليشمل التأثيرات العميقة على الإدراك الثقافي والهوية الذاتية للأفراد.

الهوية الثقافية، التي تمثل مجموعة القيم والمعتقدات والعادات والتقاليد التي تميز جماعة معينة، تواجه اليوم تحديات جديدة بسبب هذه التحولات الإعلامية الرقمية. ففي الوقت الذي توفر فيه هذه الوسائط فرصاً للتواصل والتبادل الثقافي، فإنها تطرح في الوقت نفسه أسئلة جوهرية حول مدى استمرارية الهوية الثقافية التقليدية، وصمودها أمام التغيرات التي يحدثها الإعلام الرقمي في محتوى وسلوكيات الشباب. في السياق الجزائري، الذي يتميز بتنوع ثقافي غني وتاريخ طويل من التقاليد والموروثات، يصبح هذا السؤال أكثر إلحاحاً وأهمية. كيف يؤثر الإعلام الرقمي، بهذه الخصائص التقنية والاجتماعية، على تمثلات الهوية الثقافية لدى طلبة الجامعات؟ هل يشكل هذا الإعلام أداة لتعزيز هذه الهوية من خلال نشر الثقافة واللغة والقيم المحلية، أم أنه يمثل تحدياً يؤدي إلى تآكل هذه الهوية، وإضعاف ارتباط الشباب بجذورهم الثقافية؟ وهل يساهم الإعلام الرقمي في خلق هويات جديدة متداخلة ومتغيرة تعكس واقع العولمة والتقنيات الرقمية؟

تنبع إشكالية البحث من هذه التساؤلات الجوهرية التي لم تحظَ بعد بدراسة كافية في السياق الجزائري، خصوصاً على مستوى طلبة الجامعات الذين يشكلون فئة مؤثرة في المجتمع ومستقبل الثقافة الوطنية. إذ تزداد أهمية هذا البحث في فهم طبيعة العلاقة بين الإعلام الرقمي والهوية الثقافية، وتحليل كيفية تمثيل الشباب لهويتهم في ظل هذا التحول الرقمي العميق.

بالتالي، يسعى هذا البحث إلى الإجابة عن السؤال المركزي: إلى أي مدى يؤثر استخدام الإعلام الرقمي في تشكيل وتمثيل الهوية الثقافية لدى طلبة الجامعات الجزائرية؟، مع التركيز على استكشاف الأبعاد الإيجابية والسلبية لهذا التأثير، وفهم كيفية تعامل الشباب مع هذه الوسائط في سياقهم الثقافي والاجتماعي الخاص.

إن دراسة هذه الإشكالية ليست مهمة فقط لفهم الظاهرة نفسها، بل تكتسب أيضاً أهمية عملية في توجيه السياسات الثقافية والإعلامية التي تساهم في حماية الهوية الثقافية وتعزيزها في عصر الرقمنة، بما يحفظ توازناً بين الأصالة والمعاصرة، ويعزز انتماء الشباب لهويتهم الوطنية.

2- أهمية الدراسة: تكتسب هذه الدراسة أهميتها من الحاجة الملحة لفهم تأثير الإعلام الرقمي الذي أصبح جزءاً لا يتجزأ من حياة الشباب الجامعي، على تمثلات الهوية الثقافية في الجزائر من خلال تحليل هذا التأثير، تسعى الدراسة إلى:

- تقديم رؤية علمية تساهم في تعزيز الهوية الثقافية وسط التحولات الرقمية المعاصرة.

-مساعدة صناع القرار في الجامعات والمؤسسات الثقافية على تطوير استراتيجيات مناسبة للحفاظ على القيم الثقافية.

-توجيه الباحثين في مجال الإعلام والثقافة نحو مجالات بحثية جديدة تتعلق بالتفاعل بين التكنولوجيا والهوية الثقافية.

3-تساؤلات الدراسة :

-كيف يؤثر استخدام الإعلام الرقمي على تمثيلات الهوية الثقافية لدى طلبة الجامعات الجزائرية؟

-ما هي الوسائط الرقمية الأكثر تأثيراً في تشكيل وعي الطلبة الثقافي؟

-هل توجد فروقات بين الطلبة من حيث تمثيلاتهم للهوية الثقافية بناءً على كثافة استخدام الإعلام الرقمي؟

-ما هو دور الإعلام الرقمي في تعزيز أو تآكل القيم الثقافية التقليدية لدى الطلبة؟

4-فرضيات الدراسة:

الفرضية العامة :

-هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الإعلام الرقمي وتمثيلات الهوية الثقافية لدى طلبة الجامعات الجزائرية.

الفرضية الجزئية :

-تستخدم وسائل الإعلام الرقمية المختلفة (مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات، الفيديوها) بشكل متباين في تشكيل تصور الهوية الثقافية.

-يختلف تأثير الإعلام الرقمي على تمثيلات الهوية الثقافية باختلاف مستوى الاستخدام (كثافة وتكرار الاستخدام).

-الإعلام الرقمي يؤدي إلى تآكل بعض القيم والممارسات الثقافية التقليدية لدى فئة من الطلبة.

5-أهداف الدراسة :

-معرفة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الإعلام الرقمي وتمثيلات الهوية الثقافية لدى طلبة الجامعات الجزائرية.

-معرفة تستخدم وسائل الإعلام الرقمية المختلفة (مثل مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات، الفيديوها) بشكل متباين في تشكيل تصور الهوية الثقافية.

-- معرفة تأثير الإعلام الرقمي على تمثيلات الهوية الثقافية باختلاف مستوى الاستخدام (كثافة وتكرار الاستخدام).

- معرفة مساهمة الإعلام الرقمي يؤدي إلى تآكل بعض القيم والممارسات الثقافية التقليدية لدى فئة من الطلبة.

6-مصطلحات الدراسة:

الإعلام الرقمي :مجموعة الوسائط والمنصات الإلكترونية التي تتيح نقل وتبادل المعلومات والمحتوى الثقافي عبر الإنترنت، مثل مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات، الفيديوها الرقمية.

الهوية الثقافية :مجموعة القيم، العادات، المعتقدات، والتقاليد التي تميز مجموعة أو مجتمعاً معيناً، والتي تشكل وعي الأفراد بذاتهم وثقافتهم.

تمثيلات الهوية الثقافية :التصورات والطرق التي يُعبّر بها الأفراد عن هويتهم الثقافية ويفهمونها، والتي قد تتغير بفعل تأثيرات داخلية أو خارجية.

طلبة الجامعات الجزائرية :الشباب الذين يدرسون في مؤسسات التعليم العالي داخل الجزائر، والذين يُعتبرون فئة ذات تأثير وتأثر كبير في المشهد الثقافي والاجتماعي.

7-الدراسات السابقة :

أحمد ومحمد (2022) بعنوان "الإعلام الرقمي والهوية الثقافية: دراسة تحليلية لسلوك الشباب في عالم وسائل التواصل الاجتماعي" هي دراسة تحليلية وصفية تهدف إلى تحليل تأثير الإعلام الرقمي على تشكيل الهوية الثقافية لدى الشباب. اعتمد الباحثان على تحليل محتوى الوسائط الرقمية بالإضافة إلى استبيانات إلكترونية لجمع البيانات، حيث لم يتم تحديد حجم العينة بدقة. اتبع الباحثان المنهج الوصفي التحليلي في دراستهما، وأظهرت النتائج أن الإعلام الرقمي يعزز التواصل الثقافي ويوسع مدارك الشباب، ولكنه في نفس الوقت يسبب تداخلاً في القيم التقليدية ويعيد تفسير مفهوم الهوية الثقافية بين الشباب، مما يعكس الطبيعة المركبة لتأثير الإعلام الرقمي على الوعي الثقافي.

سامي وليلى (2021) بعنوان "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لطلبة الجامعات: دراسة ميدانية في مصر" هي دراسة ميدانية وصفية هدفت إلى قياس تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى طلبة الجامعات. شملت الدراسة عينة مكونة من 300 طالب وطالبة من جامعات مصرية، واستخدمت استبياناً ميدانياً يحتوي على أسئلة مقننة. تبنى الباحثان المنهج الوصفي التحليلي لتحليل البيانات، وأكدت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مزدوجاً، فهي تعزز الوعي بالهوية الوطنية، ولكنها في الوقت ذاته تطرح تحديات في الحفاظ على التقاليد المحلية والقيم الثقافية الأصيلة.

بن سليم خالد (2023) بعنوان "الإعلام الرقمي والتغير الثقافي: دراسة حالة الشباب الجزائري في عصر الرقمنة" هي دراسة ميدانية وصفية استهدفت دراسة التأثيرات الاجتماعية والثقافية للإعلام الرقمي على الهوية والتمثيلات الذاتية لدى الشباب الجزائري. شملت الدراسة عينة من الشباب الجزائري، واستخدمت أدوات متعددة مثل الاستبيانات، والمقابلات شبه المفتوحة، وتحليل المحتوى الرقمي. اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي مع دمج الأساليب الكمية والنوعية. أشارت النتائج إلى أن الإعلام الرقمي يشكل ساحة صراع بين القيم التقليدية والحديثة، مما يؤدي إلى ظهور هويات متداخلة ومتغيرة لدى الشباب الجزائري في ظل البيئة الرقمية المتسارعة.

مجموعة باحثين (2020) بعنوان "تأثير الإعلام الرقمي على الهوية الثقافية في المجتمعات العربية: مراجعة نقدية" هي مراجعة منهجية استهدفت استعراض وتحليل أكثر من 30 دراسة تناولت تأثير الإعلام الرقمي على الهوية الثقافية في العالم العربي. اعتمد الباحثون على المنهج النقدي التحليلي لتحليل الدراسات السابقة، وخلصوا إلى أن الإعلام الرقمي يشكل تحدياً وفرصة في الوقت ذاته، مؤكداً على ضرورة صياغة سياسات إعلامية تُعزز الهوية الثقافية وتحميها في ظل انتشار التكنولوجيا الرقمية المتسارع.

فاطمة الزهراء ومنصور (2024) بعنوان "استخدام الإعلام الرقمي وعلاقته بالهوية الثقافية: دراسة حالة طلاب الجامعات في تونس" هي دراسة ميدانية وصفية هدفت إلى قياس مدى ارتباط استخدام الإعلام الرقمي بتمثيلات الهوية الثقافية لدى طلبة الجامعات، وشملت الدراسة عينة مكونة من 250 طالباً جامعياً من تخصصات ومستويات تعليمية مختلفة، واستخدمت استبياناً مقنناً لجمع البيانات. اتبع الباحثان المنهج الوصفي التحليلي في تحليل النتائج، والتي أظهرت تأثيراً إيجابياً واضحاً للإعلام الرقمي على الوعي الثقافي لدى الطلبة، مع ملاحظة وجود تفاوتات بين الطلبة حسب التخصص والمستوى التعليمي.

7-1- تعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة الدراسات السابقة، يتضح أن الإعلام الرقمي يُعد أحد العوامل المؤثرة بعمق على تمثيلات الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي، سواء في الجزائر أو في المجتمعات العربية عامة. وقد تنوعت المقاربات المنهجية بين الدراسات التحليلية النظرية (مثل دراسة مجموعة الباحثين 2020)، والدراسات الميدانية الوصفية (مثل دراسة بن سليم خالد 2023 ودراسة سامي وليلى 2021). كما استخدمت هذه الدراسات أدوات بحثية متعددة كالاستبيانات، والمقابلات، وتحليل المحتوى الرقمي، مما يبين الطابع المركب للظاهرة المدروسة.

ومن خلال نتائج الدراسات، نلاحظ أن الإعلام الرقمي يؤدي دوراً مزدوجاً؛ فهو من جهة يعزز الوعي الثقافي والانفتاح على العالم، لكنه من جهة أخرى يخلق نوعاً من التوتر بين القيم التقليدية والمعاصرة، ويحدث أحياناً تداخلاً أو تشويشاً في تمثيلات الهوية، خاصة بين فئة الشباب. كما أظهرت الدراسات أهمية السياق المحلي (الجزائري، المصري، التونسي) في تشكيل العلاقة بين الوسائط الرقمية والهوية الثقافية، وهو ما يدفعنا إلى التأكيد على ضرورة إنجاز دراسات ميدانية تراعي الخصوصيات الثقافية لكل مجتمع. **منهجية الدراسة:**

تعتمد هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، باعتباره الأنسب لفهم الظاهرة المدروسة من خلال رصد الواقع الميداني لطلبة الجامعات الجزائرية وتحليل العلاقة بين استخدام الإعلام الرقمي وتمثيلات الهوية الثقافية لديهم، و سيسمح هذا المنهج بجمع البيانات من المبحوثين وتحليلها في ضوء الأطر النظرية ذات الصلة لفهم طبيعة التأثيرات وأبعادها المختلفة.

مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة : من طلبة الجامعات الجزائرية في مختلف التخصصات والمستويات التعليمية، كونهم الفئة الأكثر استخدامًا لوسائل الإعلام الرقمي، والأكثر عرضة للتأثر بها على مستوى التمثيلات الثقافية. **عينة الدراسة،** فسيتم اختيارها بطريقة عشوائية طبقية لضمان تمثيل مناسب لمختلف التخصصات والمستويات (ليسانس، ماستر). ومن المتوقع أن تتراوح حجم العينة ما بين 60 طالب وطالبة لضمان كفاية البيانات وموثوقيتها.

أولاً-الاطار النظري للدراسة :

تُعد الهوية الثقافية من أبرز مكونات شخصية الفرد والمجتمع، حيث تمثل البنية الرمزية التي تتضمن القيم والمعتقدات والعادات والتقاليد التي تميز جماعة عن أخرى، وتؤطر الإحساس بالانتماء والانغماس في بيئة ثقافية معينة. ومع الثورة الرقمية وتزايد استخدام الإعلام الرقمي، أصبحت هذه الهوية عرضة للتأثير المباشر وغير المباشر من خلال التفاعلات المتعددة التي تتيحها الوسائط الرقمية الحديثة، خاصة لفئة الشباب الجامعي التي تمثل الفئة الأكثر استخدامًا لهذه الوسائل.

1-الإعلام الرقمي المفهوم والدور

يشير مفهوم الإعلام الرقمي إلى مجموعة الوسائط التكنولوجية المعتمدة على الحوسبة والاتصال الشبكي لنقل المعلومات وتبادلها، وتشمل الإنترنت، شبكات التواصل الاجتماعي، المدونات، القنوات الرقمية، منصات الفيديو، وغيرها. وقد امتاز الإعلام الرقمي بخاصية التفاعلية الفورية، والانفتاح على ثقافات العالم، وانحياز الحواجز الزمانية والمكانية.(Castells, 2010)

وتبرز أهمية الإعلام الرقمي في كونه لم يعد فقط وسيلة لنقل المعلومات، بل أصبح بيئة ثقافية حية تؤثر على تمثيلات الأفراد وسلوكياتهم وقيمهم وتصوراتهم الذاتية، حيث يتفاعل المستخدم مع المحتوى بشكل فعال، ويُنتج أحياناً بنفسه، في ما يُعرف بثقافة "المستخدم – المنتج".(Jenkins, 2006) "

2-الهوية الثقافية – المفهوم والأبعاد تُعرف الهوية الثقافية بأنها مجموع السمات الثقافية التي تحدد خصوصية الفرد أو الجماعة، وتشمل اللغة، الدين، العادات، القيم، الرموز، وأنماط العيش. وتعتبر هذه الهوية بناءً ديناميكياً يتأثر بالمحيط الاجتماعي والسياسي والإعلامي الذي يعيش فيه الفرد (Hall, 1996). وتتضمن الهوية الثقافية عدة أبعاد أساسية:

الانتماء الوطني: الشعور بالولاء والانتماء للأرض والتاريخ والمجتمع.

اللغة: بوصفها أداة تعبير ومرآة للثقافة.

القيم والمعتقدات: والتي تمثل المرجعية السلوكية والأخلاقية.

العادات والتقاليد: التي تتجلى في الممارسات اليومية.

الرموز الثقافية: مثل اللباس، الموسيقى، المأكولات، الأعياد...

وتشير الدراسات إلى أن الهوية الثقافية ليست بنية ثابتة، بل هي في تحول مستمر، خصوصاً مع الاحتكاك

المتزايد بثقافات أخرى (Erikson, 1968)

3- العلاقة بين الإعلام الرقمي والهوية الثقافية

إن التأثير المتبادل بين الإعلام الرقمي والهوية الثقافية هو ظاهرة متعددة الأبعاد، حيث يُسهم الإعلام الرقمي في إعادة تشكيل إدراك الأفراد لذواتهم ولثقافتهم، كما يُعيد تعريف مفهوم "الانتماء" في ظل عالم معولم رقمياً.

وقد أظهرت دراسات حديثة أن الإعلام الرقمي يمكن أن يكون:

أداة لتعزيز الهوية الثقافية، من خلال تسهيل التواصل بين الأفراد الذين يشتركون في خلفيات ثقافية

متقاربة، وتمكينهم من التعبير عن رموزهم الثقافية وتداولها عالمياً (Lim,2016)

أو أداة لتفكيك الهوية الثقافية، بفعل الانبهار بالثقافات الأخرى، وانتشار أنماط العيش الغربية، مما يخلق

صراعاً بين الهوية الأصلية والهويات الوافدة، خاصة لدى فئة الشباب (Alghamdi, 2020)

4- النظريات المفسرة للعلاقة :

نظرية التمثل الاجتماعي: قدّمها Serge Moscovici، وتفترض أن الأفراد لا يكتفون باستقبال المعلومات، بل يقومون بإعادة بنائها ضمن شبكات من المعاني المشتركة مع الآخرين. فتمثيلات الهوية الثقافية تتشكل وتتغير من خلال التفاعل مع الرسائل الإعلامية ومحتوى الوسائط الرقمية (Moscovici, 2000).

نظرية الغرس الثقافي : وضعها George Gerbner، وتقتض أن الاستخدام الكثيف والمستمر للإعلام، خاصة الإعلام البصري، يغرس في أذهان الأفراد صورة معينة للعالم تختلف عن الواقع الحقيقي. وبذلك يمكن أن تتغير تصورات الشباب عن هويتهم الثقافية نتيجة الانغماس في ثقافات معروضة إعلامياً (Gerbner et al, 2002).

نظرية الاستخدامات والإشباع : تفترض هذه النظرية أن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لأغراض متعددة، من بينها إشباع الحاجات المتعلقة بالهوية والانتماء والاندماج. ومن خلال اختيارهم لنوعية المحتوى الرقمي، يساهمون في تشكيل وتأكيده (أو تعديل) تمثلاتهم لهويتهم الثقافية (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973).

خامساً: الإعلام الرقمي وتمثلات طلبة الجامعات الجزائرية

تُعد فئة الطلبة الجامعيين من أكثر الفئات تفاعلاً مع الإعلام الرقمي، سواء عبر شبكات التواصل الاجتماعي Facebook، Instagram، TikTok أو المنصات التعليمية الرقمية أو الإعلام البديل. ويُعتقد أن هذا الانخراط المكثف يُسهم في:

- بناء تمثلات جديدة للهوية الثقافية تنطلق من مزج العناصر المحلية بالعناصر العالمية.
- تعزيز بعض القيم مثل الانفتاح والتنوع، مقابل تراجع أو تشويش في تمثل القيم التقليدية.
- ظهور هويات هجينة أو متعددة، تنعكس في اللغة المستعملة، نمط اللباس، اختيارات الترفيه، وحتى في الرؤية للذات.

ثانياً- الدراسة الميدانية :

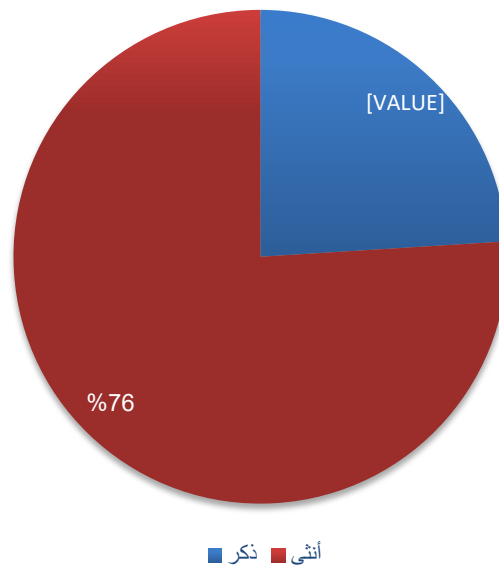
1- تحليل البيانات الشخصية :

❖ حسب متغير الجنس:

الجدول رقم (01) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	35	58.3%
أنثى	25	41.7%
المجموع	60	100%

يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس



تحليل نتائج الجدول : أظهرت نتائج توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس أن نسبة الذكور بلغت 58.3%، أي ما يعادل 35 فرداً من مجموع العينة، في حين شكّلت الإناث نسبة 41.7%، بما يعادل 25 مفردة من أصل 60 مشاركاً في الدراسة. يُشير هذا التوزيع إلى أن الذكور يُمثلون النسبة الأكبر ضمن

عينة البحث، مع وجود تمثيل معتبر للإناث، مما يُضفي نوعاً من التوازن المقبول الذي يسمح بإجراء مقارنات وتحليلات إحصائية بين الجنسين عند دراسة العلاقة بين استخدام الإعلام الرقمي وتمثيلات الهوية الثقافية.

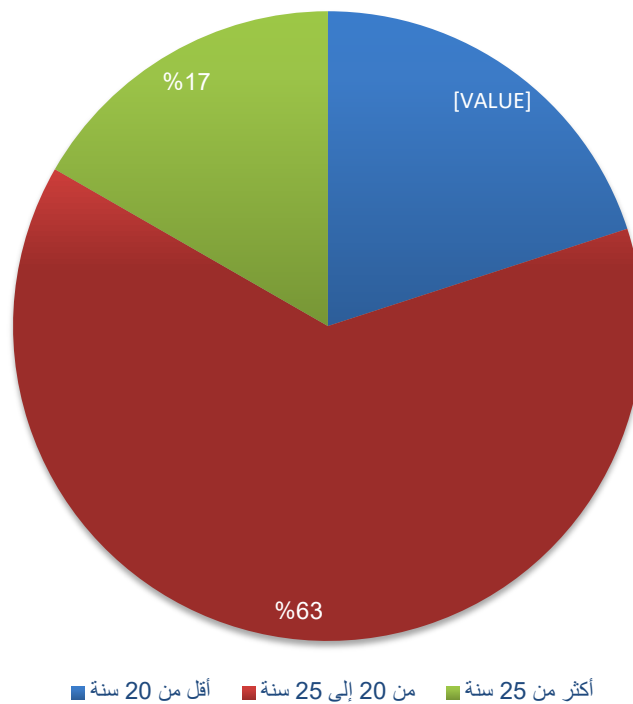
❖ حسب متغير السن:

الجدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

النسبة	التكرار	الفئة العمرية
20%	12	أقل من 20 سنة
63.3%	38	من 20 إلى 25 سنة
16.7%	10	أكثر من 25 سنة
100%	60	المجموع

تحليل نتائج الجدول : أوضحت نتائج توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية أن غالبية المشاركين تندرج ضمن الفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة، بنسبة بلغت 63.3%، أي ما يعادل 38 فرداً من مجموع العينة، وهي فئة تعكس شريحة الطلبة الجامعيين النشطين رقمياً والثابت ارتباطهم بوسائل الإعلام الحديثة. بينما جاءت الفئة الأقل من 20 سنة في المرتبة الثانية بنسبة 20% (12 فرداً)، تلتها الفئة الأكبر من 25 سنة بنسبة 16.7% (10 أفراد).

يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن



2- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة :

الفرضية 1: تستخدم وسائل الإعلام الرقمية المختلفة (مثل مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات، الفيديوها) بشكل متباين في تشكيل تصور الهوية الثقافية.

الجدول رقم (03): نتائج اختبار t-test للفرضية الأولى

العبارات	الفرق المتوسط	الحد الأدنى	الحد الأعلى	t-test	df	Sig	القرار الاحصائي
س1	1.267	1.01	1.52	10.033	60	.000	دال
س2	1.400	1.11	1.69	9.957		.000	دال
س3	1.300	1.04	1.56	10.140		.000	دال
س4	1.167	1.03	1.31	16.858		.000	دال
س5	1.167	0.97	1.36	12.042		.000	دال

تحليل نتائج الجدول : تشير نتائج الجدول إلى أن جميع القيم الاحتمالية كانت أقل من 0.05، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 95%، كما أن قيم t-test جاءت موجبة ومرتفعة، مما يؤكد وجود تأثير معنوي قوي، اعتماداً على فروق متوسطة إيجابية وذات دلالة عالية ($p < 0.001$)، فإن هناك دلالة إحصائية تدعم الفرضية "تستخدم وسائل الإعلام الرقمية المختلفة (مثل مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات، الفيديوها) بشكل متباين في تشكيل تصور الهوية الثقافية"، ويعزى هذا التباين إلى اختلاف خصائص كل وسيلة؛ فمواقع التواصل الاجتماعي تتميز بسرعة الانتشار والتفاعل المباشر، مما يمنحها تأثيراً واسعاً وعميقاً في تشكيل التمثيلات الثقافية، في حين تقدم المدونات محتوى أكثر تحليلاً وعمقاً لكنه أقل انتشاراً، أما الفيديوها فتجمع بين الصوت والصورة وتحدث تأثيراً وجدانياً وبصرياً قوياً. وبناءً على ذلك، فإن دراسة تأثير الإعلام الرقمي على الهوية الثقافية تقتضي عدم التعامل مع هذه الوسائط ككتلة واحدة، بل يجب التمييز بينها حسب طبيعتها ومدى انتشارها وتأثيرها، لأن لكل وسيلة دوراً خاصاً ومتفرداً في بناء أو إعادة تشكيل تصور الهوية الثقافية لدى الأفراد.

الفرضية 2 : يختلف تأثير الإعلام الرقمي على تمثيلات الهوية الثقافية باختلاف مستوى الاستخدام (كثافة وتكرار الاستخدام).

الجدول رقم (04): نتائج اختبار t-test للفرضية الثانية

العبارات	الفرق المتوسط	الحد الأدنى	الحد الأعلى	t-test	df	Sig	القرار الاحصائي
س6	1.500	1.18	1.82	9.542	60	.000	دال
س7	1.400	1.11	1.69	9.957		.000	دال
س8	1.433	1.14	1.72	10.145		.000	دال
س9	1.300	1.04	1.56	10.140		.000	دال
س10	1.667	1.31	2.02	9.520		.000	دال
س11	1.933	1.57	2.30	10.802		.000	دال

تحليل نتائج الجدول : تشير نتائج الجدول إلى أن جميع القيم الاحتمالية (Sig) كانت أقل من 0.05، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%، كما أن قيم t-test كانت موجبة ومرتفعة، فإن هناك دلالة إحصائية تدعم الفرضية، تشير النتائج الإحصائية إلى صحة الفرضية الثانية، حيث تؤكد أن تأثير الإعلام الرقمي على تمثيلات الهوية الثقافية ليس ثابتاً، بل يتغير باختلاف مستوى الاستخدام. فقد أظهرت القيم الاحتمالية دلالة إحصائية قوية، مما يدل على وجود فروق واضحة بين الأفراد تبعاً لكثافة وتكرار استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمية. فكلما زاد مستوى الاستخدام، زادت فرص التعرض للمضامين الرقمية المختلفة، وما تحمله من رموز وقيم وصور ثقافية، مما يؤثر بشكل مباشر في كيفية إدراك الأفراد لهويتهم الثقافية وتصوراتهم الذاتية. وبالتالي، فإن كثافة وتكرار استخدام وسائل الإعلام الرقمية يمثلان عاملين حاسمين في تحديد مدى هذا التأثير، وهو ما يستدعي التركيز عليهما في الدراسات المتعلقة ببناء الهوية في العصر الرقمي.

الفرضية 3 : الإعلام الرقمي يؤدي إلى تآكل بعض القيم والممارسات الثقافية التقليدية لدى الطلبة
الجدول رقم (05): نتائج اختبار t-test للفرضية الثالثة

العبارات	الفرق المتوسط	الحد الأدنى	الحد الأعلى	t-test	df	Sig	القرار الاحصائي
س12	1.833	1.48	2.19	10.571	60	.000	دال
س13	1.500	1.18	1.82	9.542		.000	دال
س14	1.867	1.50	2.23	10.506		.000	دال
س15	1.633	1.32	1.95	10.521		.000	دال

تحليل نتائج الجدول: تشير نتائج الجدول إلى أن جميع القيم الاحتمالية (Sig) كانت أقل من 0.05، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%، كما أن قيم t-test جاءت موجبة ومرتفعة، مما يؤكد وجود تأثير معنوي قوي على المحافظة على الموظفين، فإن هناك دلالة إحصائية تدعم الفرضية

تؤكد النتائج الإحصائية صحة الفرضية الثالثة، حيث يتبين أن الإعلام الرقمي لا يقتصر فقط على تشكيل الهوية الثقافية، بل قد يكون له تأثير سلبي جزئي يتمثل في تآكل بعض القيم والممارسات الثقافية التقليدية . وعليه، فإن هذه النتائج تستدعي انتباهاً بحثياً وتربوياً، خاصة عند التعامل مع فئة الشباب الجامعي الذين يُعتبرون الأكثر تفاعلاً مع المحتوى الرقمي، والأكثر عرضة لتغيرات الهوية والتقاليد الثقافية

3- مناقشة النتائج :

الفرضية الأولى: أظهرت النتائج الإحصائية أن وسائل الإعلام الرقمية تُستخدم بشكل متباين في تشكيل تصور الهوية الثقافية، إذ لا تؤثر جميع الوسائط بنفس الدرجة أو الاتجاه. فمثلاً، تبين أن مواقع التواصل الاجتماعي (مثل فيسبوك، إنستغرام، تيك توك) لها تأثير واسع وعميق بسبب خصائصها التفاعلية وسرعة تداول المعلومات، في حين أن المدونات تميل إلى التأثير في النخبة المثقفة بسبب طابعها التحليلي، أما الفيديوهات فتؤثر من خلال الجانب البصري والوجداني. هذه النتائج تؤكد أن لكل وسيلة رقمية خصوصية في التأثير، ما يستوجب دراسة كل وسيلة وفقاً لطبيعتها وأسلوب تفاعل المستخدمين معها.

أظهرت نتائج هذه الدراسة أن تأثير وسائل الإعلام الرقمية على تصور الهوية الثقافية ليس موحدًا، بل يختلف باختلاف نوع الوسيط الرقمي. وقد دعمت هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة أحمد ومحمد (2022) التي بينت أن الإعلام الرقمي له تأثير مزدوج على الهوية؛ فهو يعزز إدراك الشباب للثقافات المختلفة، لكنه أيضاً يعيد تشكيل القيم التقليدية بطريقة مركبة. كما أن نتائج الدراسة الحالية تنسجم مع ما ذكرته دراسة مجموعة باحثين (2020) بأن لكل وسيلة رقمية خصوصيتها في التأثير على الهوية، وهو ما يُحتم ضرورة معالجتها بتحليل نوعي متميز. إضافة إلى ذلك، فإن ما تم رصده حول الطابع النخبوي للمدونات يقابل ما أشار إليه بن سليم (2023) من أن بعض الوسائط تستقطب فئات معينة من الشباب بناءً على اهتماماتهم ومستواهم الثقافي، مما يخلق تبايناً في تمثيل الهوية الثقافية.

الفرضية الثانية: أوضحت نتائج التحليل وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات استخدام الإعلام الرقمي، حيث يختلف التأثير على تمثيلات الهوية الثقافية باختلاف كثافة وتكرار الاستخدام. وقد تبين أن الطلبة الذين يستخدمون الإعلام الرقمي بشكل مكثف ومتكرر، أكثر عرضة لتبني أنماط ثقافية جديدة وإعادة تشكيل تصورهم للهوية، مقارنة بمن يستخدمونه بوتيرة أقل. وهذا يشير إلى أن مستوى التعرض الرقمي يعد عاملاً حاسماً في مدى تأثير الأفراد بالرموز، والقيم، والتمثيلات الثقافية المتداولة عبر هذه الوسائط.

أكدت نتائج الدراسة أن كثافة استخدام الإعلام الرقمي تؤثر بشكل مباشر على مدى تغير تمثيلات الهوية الثقافية. ويتقاطع هذا الطرح مع نتائج دراسة سامي وليلى (2021) التي أثبتت أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على قيم الشباب، وي طرح تحديات على مستوى الحفاظ على التقاليد. كما تتوافق هذه النتيجة مع دراسة فاطمة الزهراء ومنصور (2024)، التي أشارت إلى أن درجة التأثير بالهوية الرقمية تختلف حسب كثافة الاستخدام والمستوى التعليمي للطلبة، مما يعكس أثر التفاعل المستمر والمكثف مع الوسائط الرقمية على مفاهيم الهوية والانتماء. وتؤكد هذه المعطيات أن الاستخدام المتكرر يشكل بيئة خصبة لإعادة إنتاج التصورات الثقافية وتمثلها.

الفرضية الثالثة: أثبتت البيانات الإحصائية أيضاً وجود تأثير سلبي يتمثل في تآكل بعض القيم والممارسات الثقافية التقليدية لدى الطلبة نتيجة الاستخدام المكثف للإعلام الرقمي. حيث رصدت الدراسة تحولات ملموسة في سلوكيات الشباب، مثل تغير أساليب التفاعل الاجتماعي، تراجع بعض العادات والطقوس التقليدية، واعتماد أنماط تعبيرية جديدة مستوحاة من الثقافة الرقمية العالمية. هذا التراجع يشير إلى أن الإعلام الرقمي لا يساهم فقط في تشكيل هوية جديدة، بل قد يؤدي في بعض الأحيان إلى تفكيك الهويات الثقافية الراسخة أو تهيمشها، خاصة في ظل غياب التوجيه والتربية الإعلامية.

أما فيما يخص الأثر السلبي المتمثل في تآكل بعض القيم والممارسات الثقافية التقليدية نتيجة الاستخدام المكثف للإعلام الرقمي، فقد دعمت هذه النتيجة بشكل واضح دراسة أحمد ومحمد (2022)، التي أوضحت أن الإعلام الرقمي يعيد تفسير مفاهيم الهوية لدى الشباب ويؤدي إلى تراجع بعض القيم التقليدية. كما تتفق مع دراسة بن سليم (2023) التي أكدت أن الإعلام الرقمي يمثل مجالاً لصراع مستمر بين القيم الحديثة والتقليدية، مما ينتج عنه هويات مركبة وهشة أحياناً لدى الشباب. كذلك أشارت مراجعة مجموعة باحثين (2020) إلى أن الإعلام الرقمي يمثل خطراً على استمرارية الهوية الثقافية الأصيلة ما لم ترافقه سياسات توجيه وتربية إعلامية. وهذا ينسجم مع ما كشفته هذه الدراسة من تراجع في بعض الطقوس والسلوكيات الثقافية لدى الطلبة.

التوصيات :

تُبرز نتائج هذه الدراسة أن الإعلام الرقمي بات فاعلاً مركزياً في تشكيل وإعادة تشكيل الهوية الثقافية لدى الطلبة، ما يفرض على المؤسسات المعنية واجب التوجيه، والمتابعة، والتمكين المعرفي، لضمان تفاعل إيجابي مع هذا الإعلام دون المساس بالثوابت الثقافية والاجتماعية. إن بناء وعي نقدي رقمي هو السبيل الأمثل لتحقيق التوازن بين الانفتاح على العالم والحفاظ على الهوية الوطنية انطلاقاً من النتائج المتوصل إليها، تقدم الدراسة مجموعة من التوصيات الموجهة للباحثين، والفاعلين التربويين، والمؤسسات المعنية بالثقافة والإعلام، وذلك على النحو الآتي:

-من الضروري إدراج التربية الإعلامية ضمن البرامج التعليمية في الجامعات والمدارس، بهدف تطوير الوعي النقدي لدى الطلبة وتمكينهم من التعامل مع المضامين الرقمية بوعي وتحليل، لا باعتبارهم متلقين سلبيين فقط. فامتلاك مهارات القراءة النقدية للوسائط الرقمية يسمح بالتمييز بين المحتوى الموجّه، والمحتوى الذي يعزز القيم الثقافية الإيجابية.

-ينبغي دعم وتشجيع الشباب والمؤثرين الرقميين على إنتاج محتوى يعكس الهوية الثقافية المحلية، ويظهر التنوع الثقافي الوطني بشكل إيجابي وجذاب. فكلما زادت فرص تمثيل الثقافة الوطنية في الفضاء الرقمي، زادت فرص الحفاظ عليها وتثبيتها في الوعي الجمعي.

-من المهم إطلاق مبادرات توعوية حول مخاطر الاستهلاك المفرط وغير الواعي للمحتوى الرقمي، مع توجيه الطلبة إلى الاستخدام المتوازن، بما يعزز انفتاحهم على الثقافات الأخرى دون التخلي عن مكونات هويتهم الثقافية.

-ينبغي دعم الدراسات والأبحاث المتخصصة في تأثير الإعلام الرقمي على الهوية والثقافة، خاصة تلك التي تستند إلى مناهج ميدانية وتحليلية. فطبيعة الإعلام الرقمي دائمة التغير، مما يستوجب رصدًا مستمرًا للتحولات الثقافية والاجتماعية الناتجة عنه.

-في مواجهة التأثيرات الرقمية المتسارعة، من المهم تعزيز الأنشطة الثقافية التقليدية (مثل المعارض، الأيام التراثية، المهرجانات الشعبية...) التي تساهم في ربط الشباب بجذورهم الثقافية، وتعزز من حضور الثقافة المحلية في الحياة اليومية، كمكمل ضروري للفضاء الرقمي.

-ينبغي تفعيل التكامل بين القطاعات الثلاثة (التعليم، الإعلام، الثقافة) من خلال سياسات وطنية واضحة تهدف إلى تحقيق توازن بين الحداثة والانتماء الثقافي، وتحصين الأجيال القادمة من الذوبان في ثقافات عابرة للهوية.

قائمة المراجع :

1. العتيبي، م. ع. (2021). دور وسائل الإعلام الرقمية في تشكيل الهوية الثقافية لدى الشباب الجامعي. مجلة الإعلام والمجتمع المعاصر، 5(2)، 104-88.
2. منصوري، ن. (2019). تأثير الإعلام الجديد على الهوية الثقافية للشباب في الجزائر. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، 12(4)، 236-221.

3. بوراوي، س. (2018). التمثيلات الثقافية في ظل الإعلام الرقمي: دراسة ميدانية. مجلة الدراسات الإعلامية المعاصرة، 6(3)، 175-190.
4. أحمد، م، محمد، ع. (2022). الإعلام الرقمي والهوية الثقافية: دراسة تحليلية لسلوك الشباب في عالم وسائل التواصل الاجتماعي. مجلة الإعلام الجديد، 14(2)، 75-93.
5. سامي، م، ليلي، ع. (2021). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لطلبة الجامعات: دراسة ميدانية في مصر. مجلة البحوث الاجتماعية، 29(1)، 113-132.
6. بن سليم، خ. (2023). الإعلام الرقمي والتغير الثقافي: دراسة حالة الشباب الجزائري في عصر الرقمنة. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 21(3)، 52-71.
7. مجموعة باحثين. (2020). تأثير الإعلام الرقمي على الهوية الثقافية في المجتمعات العربية: مراجعة نقدية. مجلة الدراسات الثقافية، 18(4)، 95-120.
8. فاطمة الزهراء، م، منصور، ك. (2024). استخدام الإعلام الرقمي وعلاقته بالهوية الثقافية: دراسة حالة طلاب الجامعات في تونس. مجلة علوم الإعلام والاتصال، 17(1)، 44-63.

9. Castells, M. (2010). The Rise of the Network Society (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
10. Hall, S. (1997). Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. Sage Publications.
11. Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York University Press.
12. Boyd, D. (2014). It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens. Yale University Press.
13. Giddens, A. (2003). Runaway World: How Globalization is Reshaping Our Lives. Routledge.
14. Buckingham, D. (2008). Youth, Identity, and Digital Media. MIT Press.
15. Ess, C. (2014). Digital Media Ethics (2nd ed.). Polity Press.
16. Al-Otaibi, M. A. (2020). The role of social media in enhancing physical activity participation among people with disabilities. Journal of Human Sport and Exercise, 15(2), 300-314. <https://doi.org/10.14198/jhse.2020.15.Proc2.06>
17. Hegel, R. (2020). Social media and disability sports: A case study of digital empowerment. International Journal of Sport Communication, 13(1)55-72 <https://doi.org/10.1123/ijsc.2020-0012>