

توظيف الإعلام الجديد في ترسيخ الهوية الثقافية
(دراسة تطبيقية على فئة الشباب)

رجاء خالد أحمد يوسف علقم ومجدوب بخيت محمد توم
جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا – كلية علوم الاتصال

المستخلص

جاءت الدراسة بعنوان : توظيف الإعلام الجديد في ترسيخ الهوية الثقافية (دراسة تطبيقية على فئة الشباب) ، وهدفت إلى التعرف على مدى توظيف الشباب للإعلام الجديد في نشر الموروث الثقافي السوداني، ومعرفة مدى تمسك الشباب بالهوية الثقافية في ظل الإعلام الجديد، وتم استخدام المنهج الوصفي المسحي وتحليل البيانات إحصائياً باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) ، وخلصت الدراسة إلى نتائج أهمها أنّ الإعلام الجديد يسهم في تشكيل ثقافة الشباب ، وأنه يمكن أن يجذب الشباب للموروث الثقافي السوداني إذا تم تسويقه بصورة جذابة في وسائل الإعلام الجديد ، وعلى تمسك الشباب بالموروث الثقافي وحمايته ، وعلى حرصهم وأهتمامهم بالبحث عن الثقافة الوطنية عبر وسائل الإعلام الجديد، وأن الصراع الثقافي الذي يعيشه الشباب يرجع إلي الاختلاف بين الثقافة الموروثة وثقافة الإعلام الجديد وتعرضهم لوسائله وصعوبة الصمود أمام المتغيرات الثقافية الجديدة، وأنّ النزعة نحو التجديد والابتكار ورغبة الشباب في تأكيد الذات وإثبات تميزهم على الكبار سبباً لاستخدام الشباب لثقافة خاصة بهم.

الكلمات المفتاحية : الإعلام الجديد، توظيف، الهوية الثقافية.

Abstract

The study entitled: Employment of the New Media in Strengthening the Cultural Identity (Applied Study on Youth). The study aimed to identify the recruitment of youth for the new media in the dissemination of Sudanese cultural heritage, beside to uncover to extent are the youth sticking to the cultural identity under the new media. The researchers used the descriptive and survey method. analyzing data statistically by using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS). The study reached to some results top of them: that the new media contributes in forming the youth culture, that the youth can be attracted to the Sudan's cultural heritage if it marketed attractively in the means of the new media, that the youth's sticking to and protecting the cultural heritage, their keenness and concerning to search for the national culture through the means of the new media. that the cultural conflict being experienced by youth is due to the difference between the inherited culture and culture of the new media . Besides their susceptible to its means, the difficult of resisting before the new cultural changes, and that the tendency towards rejuvenation, innovation and the interest of youth in self-assertion and prove their excellence from the old people as a cause to youth being using their own culture.

Keywords: New Media, Employment, Cultural Identity.

المقدمة

إن الإعلام الجديد بوسائله المختلفة استطاع أن ينتشر بوتيرة سريعة بفعل ثورة الاتصالات والمعلومات ، وأصبح إقبال الجمهور على هذه الوسائل قوياً . لذا كان المحتوى الذي ينشر عبر تلك الوسائل مؤثراً في سلوكيات واتجاهات الفرد والأسرة ، بل والمجتمع عموماً ، ولا سيما اتجاهات الشباب الثقافية ، فهذه الوسائل شكلت قوةً تستوعب اهتمامات الشعوب وطموحاتهم . وتبين أن الإعلام الجديد أدى دوراً أساسياً في فرض انكماش المكان والزمان العالميين ، بحيث بدأ عالمنا وكأنه قرية واحدة على ساحتها بدأ الإعلام يؤثر على ثقافات المجتمعات المختلفة وهويتها، ومن ثم وضعت وسائل الإعلام الجديد المجتمعات أمام تحديات جديدة تمثلت في أن ثقافة القوى العالمية المسيطرة "ثقافة العولمة" تمتلك تكنولوجيا اتصال فعالة تخترق بواسطتها الثقافات المحلية فسقطت بسببها الحدود التي تُشكل أحد مقومات الدولة وهويتها الوطنية ، وأصبحت الفضاءات الثقافية مفتوحة تعمل على إعادة وتشكيل وتغيير هوية المجتمعات .

وفي ظل تأثير تكنولوجيا الاتصال والمعلومات التي (شبكت) العالم ، ولأن الإعلام الجديد أضحى يؤدي دوراً مهماً في تسويق ونشر الثقافات ، كان لابد من التأكيد على ضرورة استثمار وتوظيف الإمكانيات الإيجابية الهائلة لهذه الوسائل بإبراز ثقافتنا وتراثنا القومي ، فهي تفتح نوافذ الثقافة المحلية على غيرها من الثقافات الأخرى ، كما أنّ الإعلام الجديد بمعطياته المختلفة يمكن أن يسهم في ترسيخ وحفظ الهوية الثقافية للمجتمع إذا أحسن توظيفه.

أهمية الدراسة

تتبع أهمية الدراسة في كونها من الدراسات التي تتناول البعد الثقافي للجمهور في ظل إعلام جديد يسعى بوسائله المختلفة لإذابة المقومات الثقافية من أجل بناء ثقافة عالمية تسيطر على الخاصية الثقافية للدول، وتزداد الدراسة أهمية في محاولة التعرف على مدى تمسك الشباب بالثقافة المحلية ومدى تفاعله بثقافة الإعلام الجديد . كما تتبع أهمية هذه الدراسة في محاولة استكمال النقص في الدراسات التي تناولت ثقافة الشباب في ظل الإعلام الجديد.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى

1. التعرف على مدى توظيف الشباب للإعلام الجديد في نشر الموروث الثقافي السوداني .
2. معرفة مدى تمسك الشباب بالهوية الثقافية في ظل الإعلام الجديد.

مشكلة الدراسة

لقد تغيرت البيئة الاتصالية للإنسان تغييراً جذرياً، وذلك منذ العقد الأخير من القرن العشرين، ويتمثل ذلك باستحداث وسائل جديدة، مما انعكس بشكل أو بآخر على الفرد وطريقة تفاعله مع هذه الوسائل المختلفة، من هنا فإن مشكلة هذا البحث تكمن في التعرف على ثقافة الشباب ودور الإعلام الجديد في ترسيخها، وذلك بالتعرف إلى الدور المتزايد الذي تلبيه وسائل الإعلام الجديد لإحتياجات الشباب سواء بشكل سلبي أو إيجابي، والتطور السريع والمتلاحق في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والدور الكبير الذي تؤديه هذه التكنولوجيا في حياتنا المعاصرة، ليس من حيث تنوع وسائل الاتصال فحسب ولكن من حيث الكم الهائل والمتنوع من المعلومات التي تقدمها هذه الوسائل.

وبناء على ما سبق فإن مشكلة الدراسة تتمثل في التساؤلات التالية

1. ما مدى تمسك الشباب بالهوية الثقافية ؟
2. هل يمكن توظيف وسائل الإعلام الجديد لترسيخ الهوية الثقافية للشباب؟

حدود الدراسة

تتمثل حدود الدراسة فيما يلي:

* الحد المكاني: ولاية الخرطوم .

* الحد الزمني: طبقت الدراسة خلال الفترة من يناير 2015م - يناير 2017م.

الدراسات السابقة:

تم الاطلاع على عدد من الأبحاث والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، وتم اختيار أهم النماذج لتلك الدراسات :

دراسة (الضو ، 2017م) بعنوان: "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات الحضارية للشباب دراسة حالة السودان 2014م-2016م"

هدفت الدراسة إلى التعرف على حجم استخدام الشباب لهذه المواقع وإلى معرفة اتجاهات الشباب حول توظيف تلك المواقع ومعرفة الآثار الإيجابية لإستخدام هذه المواقع ومدى إنعكاس التعامل الإلكتروني على حياة الشباب ومجتمعهم وإلى إستكشاف الأشكال الحضارية على الشباب المرتبطة بتأثيرات المواقع ، وتم استخدام المنهج التاريخي والمنهج الوصفي وصفاً وتحليلاً ، كما اعتمدت الباحثة على مجموعة من الأدوات في جمع البيانات تمثلت في الملاحظة حيث استفادت منها الباحثة في رصد ظاهرة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال المتابعة المعيشة لبعض فئات المجتمع واستخدمت الباحثة المقابلة في إستنباط رأي الخبراء في هذا المجال وذوي الإختصاص من علماء النفس والإعلاميين والتربويين حيث تم استخدام أداة الإستبيان ، وشملت الدراسة الميدانية عينة من الشباب السوداني بلغت (1004) شاب وشابة وذلك لتقصي دور الشباب عن تأثيرات هذا الاستخدام لقراءة ما يمكن أن يكون عليه المستقبل في المجتمع السوداني. وقد خلص البحث لعدة نتائج أهمها إسهام المواقع في زيادة الكفاءة المهنية والنجاح الوظيفي وتأثير مواقع التواصل على الهوية الوطنية ، وذلك من خلال دورها في تعزيز ثقافة الإنفتاح مع الآخر والتسبب في عولمة المجتمعات وبمساهمتها في زيادة مساحة التطرف الديني في المجتمع.

دراسة (لقمان ، 2015م) بعنوان: "دور الإعلام الجديد في تشكيل الإتجاهات الاجتماعية لدى الشباب السوداني دراسة وصفية تحليلية على عينة من الشباب بولاية الخرطوم المستخدمين لموقعي face book و whatsapp في الفترة من يناير 2013م إلى ديسمبر 2014م"

هدفت الدراسة للإسهام في وضع الوصف العلمي الصحيح لما أحدثه الإعلام الجديد من تغيير جديد للإتجاهات الاجتماعية للشباب السوداني والوقوف على حجم التغيير الاجتماعي في إتجاهات الشباب السوداني الاجتماعية بفضل استخدامه وتفاعله مع وسائل الإعلام الجديد والكشف عن طبيعة التغييرات السالبة على الإتجاهات الاجتماعية للشباب السوداني نتيجة استخدامه لأدوات وسائل الإعلام الجديد ووضع نتائج التغييرات على الإتجاهات الاجتماعية للشباب السوداني نتيجة لدور الإعلام الجديد أمام الجهات ذات الصلة والوقوف على حجم ما وصلت إليه وسائل الإعلام الجديد من قدرة على تغيير الإتجاهات الاجتماعية للمجتمع، واعتمد البحث على منهج المسح الوصفي عبر مسح الرأي العام بالنظر لموضوع البحث ، واستخدم الباحث لجمع بيانات البحث على الملاحظة والمقابلة والإستبيان ، وشملت عينة الدراسة الشباب السوداني من عمر 18 إلى 40 سنة الناشطين في الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وموقعي فيسبوك واتساب، وخلص البحث إلى عدة نتائج منها زيادة الوعي المعرفي والمعلومات للشباب والإنفتاح على الثقافات والمجتمعات الأخرى ونقل المعارف وزيادة المهارة النفسية للشباب السوداني وربطهم بقضايا مجتمعهم ، إضعاف الإعلام الجديد لدور الأسرة والمجتمع في توجيهه الشباب ورعايتهم وحدوث خدش للحياء وتراجع في الأدب العام مع آثار الاستخدام السيئ وضعف اللغة المستخدمة.

الإتفاق والإختلاف بين هذه الدراسة والدراسات السابقة

أتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من حيث

- المنهج المستخدم "الوصفي المسحي" في الدراسات السابقة والدراسة الحالية.
- أداة جمع البيانات (الملاحظة، الاستبانة) وأضافت دراسة لقمان المقابلة كأداة لجمع البيانات.
- عينة الدراسة وهم الشباب.
- المتغير الثابت وهو الإعلام الجديد بمختلف مسمياته.
- الدور الفاعل لهذه الوسائل على حياة الشباب وإحداث تغيير في حياتهم بسبب تعرضهم لهذه الوسائل.
- اتفقت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في الدور الذي تؤديه هذه المواقع في التواصل الاجتماعي ونقل الثقافات والمعارف .

إختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من حيث

- عينة الدراسة الحالية طلاب الجامعات بولاية الخرطوم بينما الدراسات السابقة شملت الشباب السوداني عامة.
- ركزت الدراسات السابقة على القضايا التي يتناولها الشباب على وسائل الإعلام الجديد عامة وتأثيرات استخدامات الشباب لهذه المواقع سلباً وإيجاباً بينما حددت الدراسة الحالية الدور الذي تؤديه هذه المواقع في تشكيل ثقافة الشباب الجامعي.
- اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في أنّ هذه المواقع لم تؤثر على الهوية الوطنية للشباب ،بل أنّ الشباب يرون أنه من واجبهم التمسك بالموروث الثقافي وحمايته .
- اختلفت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في أنّ لمؤسسات التنشئة الاجتماعية وخاصة "الأسرة" دور في تشكيل ثقافة الشباب .

منهج الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي المسحي إذ يعد هذا المنهج من أنسب المناهج العلمية ملائمة لهذه الدراسة. حيث يقوم الباحثان بتحليل المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة للوصول الى نتائج تعمل على إثراء الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة

ينحصر مجتمع الدراسة في طلاب الجامعات بولاية الخرطوم . وبناءً عليه فقد تم اختيار عينة من طلاب الجامعات بولاية الخرطوم كممثلين لفئة الشباب ، ولتعويض الدراسة فقد تم اختيار عينة أخرى عمدية من الخبراء الأكاديميين والتربويين للحصول على رأي أهل الخبرة حول موضوع الدراسة .
أدوات جمع البيانات:

وفقاً لطبيعة المشكلة موضوع الدراسة، فإنه تم استخدام الأدوات التالية

أولاً : الملاحظة: وهي أسلوب علمي يهدف إلى الوصول إلى معلومات بناءً على قراءات الباحث .
ثانياً : الاستبيان: أداة مفيدة من أدوات البحث العلمي للحصول على الحقائق ، حيث استعان الباحثان بالاستبيان لمعرفة اتجاهات وآراء عينة الدراسة والخبراء المهتمين بالشأن الإعلامي والتربوي. فيما يتعلق بموضوع الدراسة.

الإعلام الجديد

إنَّ القرية الكونية التي بشر بها خبير الإعلام الكندي ماكلوهان أصبحت شاشة صغيرة لم تترك المشاهد متفرجاً فقط ، بل جعلته مشاركاً. فوسائل الإعلام الثلاث"الصحف الورقية والإذاعة ثم التلفزيون"هي في نهاية المطاف داخل العملية الاتصالية، لكن الإنترنت أضاف لنا بعداً إعلامياً جديداً يتمثل بالوسائط المتعددة وأساس كل ذلك الثورة الرقمية التي قاربت بين مختلف أنظمة الوسائل لتلتقي في نظام وحيد يجمع النص والصوت والصورة ، وأطلق عليه الوسائط الإعلامية المتعددة "Multimedia" ، لهذا فإننا أمام إعلام جديد اختلفت فيه مؤسساته وأدواته وأساليبه وأهدافه وحتى مالكه. إن مفهوم السلطة الرابعة الذي يطلق عادة على وسائل الإعلام الثلاث لم يعد صالحاً لأنه تولدت سلطة جديدة لإعلام جديد والذي أسماها خبير الإعلام الفرنسي أيانسو رامونيه "السلطة الخامسة"والتي تعتمد أساساً على ثورة تكنولوجيا الاتصال الحديثة "الإنترنت والموبايل والمواقع الإلكترونية" التي يطلق عليها تسمية مواقع التواصل الاجتماعي ، وهذا الوضع خلق لنا بيئة إعلامية جديدة قوامها المجتمع المدني(المقدادي، 2013، ص223-224) بتصرف) .

ف عصر المعلومات أفرز نمطاً إعلامياً جديداً يختلف في مفهومه وخصائصه ووسائله عن الأنماط الإعلامية السابقة . كما يختلف في تأثيراته الإعلامية والثقافية والتربوية الواسعة النطاق لدرجة أطلق فيها بعضهم على عصرنا هذا إسم عصر (الإعلام) ليس لأن الإعلام ظاهرة جديدة في تاريخ البشرية، بل لأن وسائله الحديثة قد بلغت غايات بعيدة في عمق الأثر وقوة التوجيه وشدة الخطورة أدت إلى تغييرات جوهرية في دور الإعلام وجعلت منه محورياً أساسياً في منظومة المجتمع(شيخاني، 2010، ص437).فالتطور المذهل لشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وانتشار التقنيات الحديثة للاتصال ، وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام والاتصال ساهم في ظهور نوع جديد من الإعلام ، وهو الإعلام الإلكتروني "المقروء والمرئي والمسموع" (كنعان، 2014، ص86) . تعددت تصنيفاته ومسمياته لدى المهتمين والمختصين الإعلاميين الذي أطلقوا عليه الإعلام الجديد ، والإعلام البديل ، الذي يشمل الشبكات الاجتماعية الإفتراضية والمدونات والمنتديات الإلكترونية والمجموعات البريدية وغيرها من الأشكال والأنواع المتعددة(علم الدين، 2014، ص54). وقُدرت ثورة الاتصالات التي شملت ميادين وسائل الاتصال الجماهيري جميعها ، أسهمت في إختراق الآفاق وإختزال الأبعاد والمسافات ، وهذا بدوره يؤدي إلى إنتشار الثقافات ، وبذلك أصبح من المتعذر فرض رقابة الدولة على الإعلام الوافد، وليس بمقدور أي بلد من العالم أن يعيش بمعزل عن العالم(عبد الرازق، الساموك، 2011، ص18-19)بتصرف).

فئة الشباب

يشير مفهوم الشباب إلى فئة تتمتع بالقوة والنشاط والفاعلية في بناء المجتمع المعاصر ، فالفاعلية التي تشكل لب الحركة ومضمون التجديد في النسيج الاجتماعي ، تستمد قوتها من فئة الشباب ، ولهذه الفئة إرتباط وطيد بالوضع الثقافي الذي يعيشه الوضع العالمي، لأنَّ الشباب يؤثرون في الثقافة التقليدية من خلال التحديث ، وبذلك فالشباب حقيقة اجتماعية ، قبل أن تكون حقيقة بيولوجية(يوسفي، 2011، ص195).

ويعرف الشباب في المعجم الوسيط على أنه "من أدرك سن البلوغ إلى سن الرجولة والشباب يعني الحداثة، وشباب الشيء أوله". وفي قواميس اللغة الإنجليزية نجد أن مصطلح "youth" يعني " تلك الفترة الزمنية التي توجد بين مرحلتَي الطفولة والرجولة أو الأنوثة ، كما يشير إلى ذلك الشخص صغير السن سواء كان ذكراً أو أنثى"، كما يعرف على أنه "الفترة الزمنية المبكرة من حياة الإنسان" (موسى، 2009، ص15-16) بتصرف).

كما ورد في التعريفات اللغوية أن مرحلة الشباب هي مرحلة الفتوة التي تعني القوة والنشاط ، ولذلك إستخدم القرآن لفظ فتية في قصة أصحاب الكهف قال تعالى : " تَحْنُ نَفْصُ عَلَيكَ نَبَأُهُم بِالْحَقِّ ، إِنَّهُمْ فِتْيَةٌ آمَنُوا بِرَبِّهِمْ وَرِذْنَاهُمْ هُدًى (الكهف، آية13) ، أي إنهم فتية آمنوا إيماناً صادقاً خالياً من ضروب الشرك وآثامه ، وزادهم هدى وربط على قلوبهم وقواها حتى لم يعد فيها مكان للشك والنفاق، وقال سيد قطب في تفسير هذه الآية "إنهم فتية أشداء في أجسامهم أشداء في إيمانهم

أشداء في إبتكار ما عليه قومهم" ، وما ورد في النص القرآني "آمنوا بربهم وزدناهم هدى" نجد أن الله سبحانه وتعالى قد أعطاهم نعمة الإيمان والقابلية ، وهذه إشارة إلى القدرة والإستعداد (عبد الهادي، 2009م، ص12).

فالشباب أعز ما بكاه الناس بعد فواته، إذ هو مجمع محاسن أعمارهم ، وإذا فات بغير ثمرة لم يكن بعده إلا النذل والهوان، فالكلمة ومشتقاتها تدل على القوة والجمال، والنماء والتنوع والسرعة والحماسه ، والتجديد والإبء، ولذلك فإنهم يقولون فرس مُشَبّ، إذا كان إبياً عصي القيادة ، وشباب الشهر، وأوله وما تجدد منه، والشباب النشاط. وفي هذا المدلول اللغوي لكلمة الشباب ، ما يرشد لإهمية الإعتناء بهم ، فإنهم بما لهم من صفات وإمكانات قادرين على تغيير وجه العالم فهم فاعلون في المجتمع . ولذلك إعتنى الإسلام بالشباب، وحذر الناس أن يضيعوا شبابهم ، وأخبرهم النبي صلى الله عليه وسلم مرتين أنهم مسؤولون عن شبابهم ، مرة ضمناً عند السؤال عن أعمالهم خلال حياتهم، ومرة إبتقلاً عن مدى إستفادتهم وإستغلالهم لشبابهم، عن أبي برزة نصلة بن عبيد الأسلمي رضي الله عنه قال قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "لا تُزُولُ قَدَمًا عِندَ يَوْمِ الْقِيَامَةِ حَتَّى يَسْأَلَ عَنْ عَمَلِهِ فِيمَ أَفْنَاهُ، وَعَنْ عَمَلِهِ فِيمَ فَعَلَ فِيهِ وَعَنْ مَالِهِ مِنْ أَيْنَ اكْتَسَبَهُ وَفِيمَ أَنْفَقَهُ وَعَنْ جَسَمِهِ فِيمَ أَبْلَاهُ" (النووي ، ص191).

إنّ الشباب يمثل إهتمام كافة المجتمعات الإنسانية لما يتميز به من قابلية للتزود بالمعرفة والخبرة وأكثر قدرة على تحمل المسؤولية وذلك أملاً في تحقيق متطلبات أساسية لعل من أبرزها تواصل الثقافة والحفاظ على طبيعة ونمو خصائصه ودعم بناءات القوة وتركيباتها الاجتماعية. ونجد أن أهمية الشباب المتعلم راية التغيير والتجديد بما يملكه من طاقات وقدرات على العمل والنشاط ويقع على الشباب دور كبير خصوصاً في مجالات البناء والتنمية والتوعية للأجيال من بعدهم وأن يتحلوا بالمسؤولية والقيم والأخلاق على قدر كاف من المبادئ لينعكس ذلك إيجاباً على مجتمعاتهم.

فعنصر الشباب في أي أمة يعتبر المصدر الأساسي لهذه الأمة ومعقد آمالها، والدرع الواقي الذي تعتمد عليه في الدفاع عن كيانها. ويرى "عرجون" أن الشباب يعد عصب الأمة وموضع آمالها ، وعدم التمسك بأداب الدين ، سوف يذهب بكل عمل يعمل ، ويهدد كل بناء بينه ، فالتفكير في توجيه الشباب توجيهاً علمياً صالحاً ، وإعداده لتحمل أعباء الحياة الفاضلة ليس بأقل قيمة من التفكير في أعظم المشروعات الاقتصادية التي تتغذ الأمة من مشكلة الفقر والبؤس، لأن إعداد الشباب القوي الصالح هو مشروع الحياة المستقبلية للأمة التي تجد فيها الضمان لصيانة ما بنته .

ويرى الكثيرون أن الشباب طاقة متجددة وذات ميول جديّة للإبتكار والخلق وذات تفكير اجتماعي حيوي ، وبصفة عامة كان الشباب مرحلة من مراحل العمر الإنساني أو مجموعة من السمات والصفات الإنسانية والاجتماعية والنفسية ، فهو ولا شك طاقة تعتمد عليها المجتمعات في نموها ورفقيها (البنداري، 2013م، (256-259)بتصرف).

الهوية الثقافية

تعد مسألة الهوية من الموضوعات التي تواجه العديد من الشعوب والمجتمعات سواء أكانت العناصر المكونة لها ذات أصول قديمة من حيث الزمان أو حديثه ، وذلك لوجود متغيرات دولية عالمية متسارعة يستتبعها متغيرات إقليمية مؤثرة على ذاتية المجتمع من خلال مجالات عدة ثقافية واجتماعية واقتصادية وسياسية ، ومفهوم الهوية من المفاهيم التي تعددت بشأنها الدلالات المتقاربة أحياناً والمختلفة أو المتباعدة أحياناً أخرى، فمنها ما هو مقدس ومطلق ومنها ما هو غير ذلك فيخضع للمفهوم النسبي والمتغير وأيضاً لصلة المفهوم بقضايا كثيرة ذات صلة وثيقة به، كالقومية وعلاقة الأنا بالآخر ومسألة التواصل والحدثة والزمان والصراع والتغير والإختلاف والتنوع والثقافة والتراث. ويعرف الجابري الهوية بأنها عبارة "عن كيان تراكمي ولا يعطى جاهزاً فإنه يتطور ويتغير إما في إتجاه الإنكماش أو في إتجاه الإنتشار فهي تكون عينة تجارب أهلها ومعاناتهم وثقافتهم وإحتكاكهم بالهويات الثقافية الأخرى سلباً أو إيجاباً" (حافظ، 1433هـ-2012م ، ص17-21)بتصرف).

أن الدول في كافة أنحاء العالم أعدت بهوياتها الثقافية ، لدلائها على شكل إنتمائها وعلى سعة معارف المجتمعات ، وقد ضم التقرير النهائي للجنة الدولية حول الثقافة فقرات منها: "إن التنمية بلا ثقافة هي نموذج بلا روح" وأيضاً ما ذهب إليهم أحدهم عندما قال " إن أمة بلا ثقافة هي أمة بلا مستقبل ، بل هي أمة ميتة" ، لذا أعدت الأمم الخطط للحفاظ على الهوية لأن هذا من شأنه النهوض بالشعور بالذات وتنمية القيم بين أفراد المجتمع(الهزايمة،1433هـ-2012م ،ص(72-73)بتصرف).

الإجراءات المنهجية لاستمارة البحث

صدق وثبات أدوات جمع البيانات

للتحقق من صدق وثبات أداة جمع البيانات تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين وتم إجراء التعديلات المقترحة. وتم تحقيق ثبات أداة الدراسة من خلال إعادة الاختبار للتأكد من مدى صحة نتائج الدراسة وثباتها عن طريق إجراء اختبار قبلي للإستمارة على عينة عشوائية من طلبة الجامعات مجتمع الدراسة للتأكد من مدى مطابقة النتائج وتم قياس درجة الإستبانة المحتملة علي الفقرات إلي تدرج خماسي حسب مقياس ليكرت الخماسي في بعض العبارات وخيارات ثلاثية وثنائية في البعض الآخر وقد كان الغرض من ذلك هو إتاحة المجال أمام أفراد العينة لإختيار الإجابة الدقيقة .

مقياس الدراسة

أولاً: تم قياس درجة الإستبانة المحتملة علي الفقرات إلي تدرج خماسي حسب مقياس ليكرت الخماسي، في توزيع أوزان إجابات أفراد العينة والذي يتوزع من أعلي وزن له والذي أعطيت له (5) درجات والذي يمثل في حقل الإجابة (أوافق بشدة) إلي أدني وزن له والذي أعطي له (1) درجة واحدة وتمثل في حقل الإجابة (لا أوافق بشدة) وبينهما ثلاثة أوزان، وكان الغرض من ذلك هو إتاحة المجال أمام أفراد العينة لإختيار الإجابة الدقيقة حسب تقدير أفراد العينة كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم(1) يوضح درجات الوزن الخماسي

| درجة الموافقة | الوزن النسبي | الوزن المرجح | النسبة المئوية | الدلالة الإحصائية |
|---------------|--------------|--------------|----------------|------------------------|
| أوافق بشدة | 5 | 5 - 4.2 | أكبر من 80% | درجة موافقة عالية جداً |
| أوافق | 4 | 4.2 - 3.4 | 70-80% | درجة موافقة عالية |
| محايد | 3 | 3.4 - 2.6 | 50-69% | درجة موافقة متوسطة |
| لا أوافق | 2 | 2.6 - 1.8 | 20-49% | درجة موافقة منخفضة |
| لا أوافق بشدة | 1 | 1.8 - 1 | أقل من 20% | درجة موافقة منعدمة |

وعليه يصبح الوسط الفرضي للدراسة

الدرجة الكلية للمقياس هي مجموع درجات المفردة على العبارات $(3) = 5/(5+4+3+2+1)$ وهو يمثل الوسط الفرضي للدراسة وعليه إذا زاد متوسط العبارة عن الوسط الفرضي (3) دل ذلك علي موافقة أفراد العينة علي العبارة. ثانياً: الوزن الثنائي تم قياس درجة الإستبانة المحتملة علي الفقرات إلي تدرج ثنائي يوضح توزيع أوزان إجابات أفراد العينة والذي يتوزع من أعلي وزن له والذي أعطيت له (1) درجة والذي يمثل في حقل الإجابة (نعم) إلي أدني وزن له والذي أعطي له (2) درجة وتمثل في حقل الإجابة (لا)، وكان الغرض من ذلك هو إتاحة المجال أمام أفراد العينة لاختيار الإجابة الدقيقة حسب تقدير أفراد العينة كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم(2) يوضح درجة الوزن الثنائي

| الفقرة | نعم | لا |
|--------|-----|----|
|--------|-----|----|

| | | |
|--------------|--------|--------|
| الوزن | 1 | 2 |
| الوزن المرجح | 1.49-1 | 2-1.50 |

ولتحديد بداية لكل خيار وبمنطقية من المحايدة وباستخدام المدى يكون الوزن المرجح لإجابات كل عبارة من العبارات علي النحو التالي:

(1-1.5 نعم)، (2-1.5 لا) وعليه يصبح الوسط الفرضي للدراسة أو الدرجة الكلية للمقياس مجموع درجات المفردة علي العبارات $1.5 = (2/3) = 2/(2+1)$ وهو الوسط الفرضي للدراسة وعليه إذا قل متوسط العبارة عن الوسط الفرضي (1.5) دل ذلك علي إجابة أفراد العينة هي (نعم) وإذا كانت (1.5) فما فوق (دل ذلك علي إجابة أفراد العينة هي (لا).

نتناول نتائج الدراسة الميدانية ، وذلك من خلال تحليل بيانات المبحوثين على الأسئلة التي تم إعدادها ضمن صحيفة الإستقصاء (لمجتمع الدراسة وعينة الخبراء). حيث تم توزيع الإستبانة على عينة الدراسة التي قوامها (400) مفردة من طلبة الجامعات بولاية الخرطوم وحصل الباحثان علي العدد الكلي (400) إستبانة ، كما تم توزيع 24 إستبانة على الخبراء واستجاب منهم (18) فرد وتم ملء الاستبانات بكل المعلومات المطلوبة في شهري أبريل ومايو 2017م.

الجدول رقم (1) يوضح مدى إسهام مؤسسات التنشئة في تشكيل ثقافة الشباب

| الترتيب | الاتجاه | الوسط الحسابي | لا | نعم | مؤسسات التنشئة الاجتماعية |
|---------|---------|---------------|-------|-------|---------------------------------------|
| 1 | نعم | 1.15 | 60 | 340 | الأسرة |
| | | | %15.0 | %85.0 | |
| 3 | نعم | 1.31 | 123 | 277 | المؤسسات التعليمية (المدرسة والجامعة) |
| | | | %30.8 | %69.3 | |
| 4 | نعم | 1.44 | 174 | 226 | وسائل الإعلام الجديد |
| | | | %43.5 | %56.5 | |
| 5 | لا | 1.53 | 211 | 189 | المؤسسات الدينية |
| | | | %52.8 | %47.3 | |
| 2 | نعم | 1.28 | 112 | 288 | الأصدقاء |
| | | | %28.0 | %72.0 | |

يتضح من الجدول أعلاه، أنَّ ما نسبته %85.0 يرون أن الأسرة تسهم في تشكيل ثقافة الشباب، ثم يليها بنسبة %72.0 الأصدقاء، ثم يليها بنسبة %69.3 المؤسسات التعليمية، ثم تليها بنسبة %56.5 وسائل الإعلام الجديد، ويليهما أخيراً بنسبة %47.3 المؤسسات الدينية، وحيث جاء الوسط الحسابي حول الرقمين (1 و2) لأغلب العبارات، ومن خلال قيم الوسط الحسابي وحسب المقياس الثنائي لأوزان الخيارات والذي تم توضيحه سابقاً الرقم (1) يقابل الخيار نعم وهذا يؤكد أن آراء أفراد العينة حول العبارات أغلبها تتجه نحو الخيار نعم بينما تم رفض العبارة الرابعة وصيفياً.

جدول رقم (2) يوضح مدى تمسك الشباب بالموروث الثقافي

| العبارة | أوافق بشدة | أوافق | محايد | لا أوافق | لا أوافق بشدة | الوسط الحسابي | الاتجاه | الترتيب |
|--|------------|-------|-------|----------|---------------|---------------|----------|---------|
| ثقافة الشباب الجامعي عبارة عن تحديث للموروث القديم | 33 | 123 | 117 | 100 | 27 | 3.09 | المحايدة | 5 |
| | % 8.3 | %30.8 | %29.3 | %25.0 | %6.8 | | | |

| | | | | | | | | |
|------|------------------|------|------|-------|-------|-------|-------|---|
| 4 | المحايدة | 3.29 | 21 | 92 | 100 | 125 | 62 | لم يستطع الكبار إيجاد لغة تداول بينهم وبين الشباب |
| | | | %5.3 | %23.0 | %25.0 | %31.3 | %15.5 | |
| 3 | الموافقة | 3.54 | 20 | 62 | 86 | 146 | 86 | اهتم بالبحث عن الثقافة الوطنية عبر وسائل الإعلام الجديد |
| | | | %5.0 | %15.5 | %21.5 | %36.5 | %21.5 | |
| 2 | الموافقة | 3.98 | 10 | 19 | 74 | 162 | 135 | من واجبي التمسك بالموروث الثقافي وحمايته |
| | | | %2.5 | %4.8 | %18.5 | %40.5 | %33.8 | |
| 1 | الموافقة بشدة | 4.33 | 3 | 12 | 36 | 149 | 200 | يمكن أن يجذب الشباب الجامعي للموروث الثقافي السوداني إذا تم تسويقه بصورة جذابة في وسائل الإعلام الجديد |
| | | | %8 | %3.0 | %9.0 | %37.3 | %50.0 | |
| %100 | الموافقة | 3.65 | %3.9 | %14.3 | %20.7 | %35.3 | %25.8 | المجموع |

يتضح من الجدول أعلاه عبارات المحور الثاني نجد أن نسبة الموافقين بشقيها والتي بلغت 87.3% تعتبر أنه يمكن أن يجذب الشباب الجامعي للموروث الثقافي السوداني إذا تم تسويقه بصورة جذابة في وسائل الإعلام الجديد وجاءت العبارة في المرتبة الأولى، ثم تلتها بنسبة 74.3% للموافقين بشدة والموافقين في عبارة من واجبي التمسك بالموروث الثقافي وحمايته، ثم تلتها بنسبة 58% للموافقة بشقيها عبارة أهتم بالبحث عن الثقافة الوطنية عبر وسائل الإعلام الجديد، ثم تلتها بنسبة 46.8% للموافقة بشدة والموافقة عبارة لم يستطع الكبار إيجاد لغة تداول بينهم وبين الشباب، أخيراً بنسبة 39.1% عبارة ثقافة الشباب الجامعي عبارة عن تحديث للموروث القديم. عليه جاءت النسبة النهائية لجميع العبارات للموافقين بشدة بلغت (25.8%) والموافقين بلغت نسبتهم (35.3%)، المحايدون بلغت نسبتهم (20.7%) وهناك (14.3%) غير موافقون، (3.9%) غير موافقون بشدة. وجاء الوسط الحسابي حول الأرقام (3 إلى 5) لكل العبارات، ومن خلال قيم الوسط الحسابي لعبارات المحور وحسب المقياس الخماسي ليكرت لأوزان الخيارات والذي تم توضيحه سابقاً الأرقام (3 إلى 5) تعني الخيارات الموافقة بشدة والموافقة والمحايدة وهذا يؤكد أن آراء أفراد العينة للعبارات هي الثلاثة خيارات المذكورة، وكل ذلك يعني أن هنالك رأي إيجابي لمحور تمسك الشباب بالموروث الثقافي.

جدول (3) يوضح دور الإعلام الجديد في تسويق الثقافة

| الترتيب | الاتجاه | الوسط الحسابي | لا أوافق بشدة | لا أوافق | محايد | أوافق | أوافق بشدة | العبارات |
|---------|----------|---------------|---------------|----------|-------|-------|------------|---|
| 3 | الموافقة | 3.55 | 20 | 68 | 61 | 176 | 75 | للتقافة السودانية وجود علي وسائل الإعلام الجديد |
| | | | %5.0 | %17.0 | %15.3 | %44.0 | %18.8 | |

| | | | | | | | | |
|------|---------------|------|------|-------|-------|-------|-------|--|
| 4 | الموافقة | 3.51 | 18 | 63 | 78 | 178 | 63 | تلعب وسائل الإعلام الجديد دوراً في نقل ونشر الموروث الثقافي السوداني |
| | | | %4.5 | %15.8 | %19.5 | %44.5 | %15.8 | |
| 2 | الموافقة | 3.81 | 12 | 50 | 57 | 165 | 116 | يلعب الشباب الجامعي دوراً في تسويق وتطوير الثقافة السودانية عبر وسائل الإعلام الجديد |
| | | | %3.0 | %12.5 | %14.3 | %41.3 | %29.0 | |
| 5 | الموافقة | 3.37 | 31 | 77 | 81 | 134 | 77 | أقوم بنشر بعض المقاطع والمواضيع المتعلقة بالثقافة السودانية عبر وسائل الإعلام الجديد |
| | | | %7.8 | %19.3 | %20.3 | %33.5 | %19.3 | |
| 1 | الموافقة بشدة | 4.31 | 3 | 14 | 27 | 169 | 187 | ساهمت وسائل الإعلام الجديد في التواصل الثقافي بين الشعوب |
| | | | %0.8 | %3.5 | %6.8 | %42.3 | %46.8 | |
| %100 | الموافقة | 3.71 | %4.2 | %13.6 | %15.2 | %41 | %26 | المجموع |

يتضح من الجدول أعلاه ، أن ما نسبته 46.8% يعتبرون أن وسائل الإعلام الجديد ساهمت في التواصل الثقافي بين الشعوب، ثم تلتها بنسبة 41.3% يلعب الشباب الجامعي دوراً في تسويق وتطوير الثقافة السودانية عبر وسائل الإعلام الجديد، ثم تلتها بنسبة 44.0% للثقافة السودانية وجود علي وسائل الإعلام الجديد، ثم تلتها بنسبة 44.5% تلعب وسائل الإعلام الجديد دوراً في نقل ونشر الموروث الثقافي السوداني، ثم تلتها بنسبة 33.5% أقوم بنشر بعض المقاطع والمواضيع المتعلقة بالثقافة السودانية عبر وسائل الإعلام الجديد، عليه فإن النسب النهائية لجميع العبارات للموافقين بشدة بلغت (26%) والموافقين بلغت نسبتهم (41%)، المحايدون بلغت نسبتهم (15.2%) وهنالك (13.6%) غير موافقون، (4.2%) غير موافقون بشدة حيث جاء الوسط الحسابي حول الأرقام (4و5) لكل العبارات. ومن خلال قيم الوسط الحسابي لعبارات المحور وحسب المقياس الخماسي ليكرت لأوزان الخيارات والذي تم توضيحه سابقاً الرقمين (4و5) يعينان الموافقة بشدة والموافقة وهذا يؤكد أن آراء أفراد العينة للعبارات تتجه نحو الموافقة بشقيها .

جدول رقم (4) يوضح الصراع الثقافي الذي يعيشه الشباب الجامعي في ظل الإعلام الجديد

| العبارات | أوافق بشدة | أوافق | محايد | لا أوافق | لا أوافق بشدة | الوسط الحسابي | الإتجاه |
|--|------------|-------|-------|----------|---------------|---------------|---------------|
| الإختلاف بين الثقافة الموروثة وثقافة الإعلام الجديد. | 6 | 9 | 2 | 1 | 0 | 4.11 | الموافقة |
| | %33.3 | %50.0 | %11.1 | %5.6 | .0% | | |
| الثقافة الوطنية لا ترضي طموحات الشباب. | 5 | 3 | 2 | 7 | 1 | 3.22 | المحايدة |
| | %27.8 | %16.7 | %11.1 | %38.9 | %5.6 | | |
| صعوبة الصمود أمام المتغيرات الثقافية الجديدة. | 12 | 6 | 0 | 0 | 0 | 4.67 | الموافقة بشدة |
| | %66.7 | %33.3 | %0.0 | %0.0 | %0.0 | | |
| تعرضهم لوسائل الإعلام الجديد. | 4 | 10 | 2 | 2 | 0 | 3.89 | الموافقة |
| | %22.2 | %55.6 | %11.1 | %11.1 | .0% | | |

يتضح من الجدول أعلاه ، أن (6) أفراد وما نسبته (33.3%) يوافقون بشدة على ما جاء بالعبارة، و(9) أفراد نسبته(50%) موافقون على ما جاء بالعبارة، بينما هنالك فردين بنسبة (11.1%) محايدون، فرد واحد بنسبة (5.6%) لا يوافق على العبارة، لا يوجد من لا يوافق بشدة على ما جاء بالعبارة بنسبة (0%). اما العبارة الثانية "الثقافة الوطنية لا ترضي طموحات الشباب" نجد أن (5) أفراد بنسبة (27.8%) يوافقون بشدة على ما جاء بالعبارة، و(3) أفراد بنسبة (16.7%) موافقون على ما جاء بالعبارة، بينما هنالك فردين بنسبة (11.1%) محايدون، (7) أفراد من العينة بنسبة (38.9%) لا يوافقون على العبارة، فرد واحد بنسبة (5.6%) لا يوافق بشدة على ما جاء بالعبارة. أما العبارة الثالثة "تعرضهم لوسائل الإعلام الجديد" نجد أن (12) فرد بنسبة (66.7%) يوافقون بشدة على العبارة، و(6) أفراد بنسبة

(33.3%) موافقون على ما جاء بالعبارة، لا يوجد محايدون، لا يوجد من لا يوافق على العبارة، لا يوجد من لا يوافق بشدة على العبارة بنسبة (0%). أما العبارة الرابعة "صعوبة الصمود أمام المتغيرات الثقافية الجديدة" نجد أن (4) أفراد وبنسبة (22.2%) يوافقون بشدة على ما جاء بالعبارة، و(10) أفراد بنسبة (55.6%) موافقون على ما جاء بالعبارة، بينما هنالك فردين وبنسبة (11.1%) محايدون، فردين وبنسبة (11.1%) لا يوافقون على العبارة، لا يوجد من لا يوافق بشدة على ما جاء بالعبارة بنسبة (0%)، حيث جاء الوسط الحسابي حول الأرقام (3 و4 و5) لكل العبارات، ومن خلال قيم الوسط الحسابي لعبارة المحور وحسب المقياس الخماسي ليكرت لأوزان الخيارات والذي تم توضيحه سابقاً الأرقام (3 و4 و5) تعني المحايدة أو الموافقة أو الموافقة بشدة وهذا يؤكد أن آراء أفراد العينة للعبارات هي المحايدة أو الموافقة بشقيها.

جدول رقم (5) يوضح استخدام الشباب الجامعي لثقافة خاصة بهم

| العبارات | أوافق بشدة | أوافق | محايد | لا أوافق | لا أوافق بشدة | الوسط الحسابي | الاتجاه |
|---|------------|-------|-------|----------|---------------|---------------|----------|
| التردد على النظام الاجتماعي السائد | 3 | 7 | 3 | 4 | 1 | 3.39 | الموافقة |
| | 16.7% | 38.9% | 16.7% | 22.2% | 5.6% | | |
| رغبتهم في تأكيد الذات وإثبات تميزهم عن الكبار | 5 | 10 | 2 | 1 | 0 | 4.06 | الموافقة |
| | 27.8% | 55.6% | 11.1% | 5.6% | 0% | | |
| اعتقادهم بأنهم مقصيون ومهمشون | 2 | 7 | 3 | 6 | 0 | 3.28 | المحايدة |
| | 11.1% | 38.9% | 16.7% | 33.3% | 0% | | |
| النزعة نحو التجدد والابتكار | 3 | 12 | 0 | 3 | 0 | 3.83 | الموافقة |
| | 16.7% | 66.7% | 0% | 16.7% | 0% | | |

يتضح من الجدول أعلاه، أنّ (3) أفراد وبنسبة (16.7%) يوافقون بشدة، و(7) أفراد بنسبة (38.9%) موافقون، (3) أفراد وبنسبة (16.7%) محايدون، (4) أفراد وبنسبة (22.2%) لا يوافقون، فرد واحد وبنسبة (5.6%) لا يوافق بشدة. أما العبارة الثانية "رغبتهم في تأكيد الذات وإثبات تميزهم عن الكبار" أنّ (5) أفراد وبنسبة (27.8%) يوافقون بشدة، و(10) أفراد وبنسبة (55.6%) موافقون، بينما هنالك فردين وبنسبة (11.1%) محايدون، فرد واحد وبنسبة (5.6%) لا يوافق، لا يوجد من لا يوافق بشدة وبنسبة (0%). أما العبارة الثالثة "اعتقادهم بأنهم مقصيون ومهمشون" فردين وبنسبة (11.1%) يوافقون بشدة، و(7) أفراد وبنسبة (38.9%) موافقون، و(3) أفراد وبنسبة (16.7%) محايدون، (6) أفراد وبنسبة (33.3%) لا يوافقون، لا يوجد من لا يوافق بشدة وبنسبة (0%). أما العبارة الرابعة "النزعة نحو التجدد والابتكار" أنّ (3) أفراد وبنسبة (16.7%) يوافقون بشدة، و(12) فرد بنسبة (66.7%) موافقون، لا يوجد محايدون، و(3) أفراد وبنسبة (16.7%) لا يوافقون، لا يوجد من لا يوافق بشدة بنسبة (0%). وجاء الوسط الحسابي حول الرقمين (3 و4) لكل العبارات ومن خلال قيم الوسط الحسابي لعبارة المحور وحسب المقياس الخماسي ليكرت لأوزان الخيارات والذي تم توضيحه سابقاً الرقمين (3 و4) يعينان المحايدة أو الموافقة وهذا يؤكد أن آراء أفراد العينة للعبارات هي المحايدة والموافقة.

مناقشة نتائج الدراسة الميدانية

1. بالإطلاع على نتائج الدراسة التحليلية أعلاه نجد أنّ وسائل الإعلام الجديد تسهم في تشكيل ثقافة الشباب.
2. يتضح من الجدول رقم (2) إمكانية أن يجذب الشباب الجامعي للموروث الثقافي السوداني إذا تم تسويقه بصورة جذابة في وسائل الإعلام الجديد، كما أكد الشباب تمسكهم بالموروث الثقافي وحمائته وأهتمامهم بالبحث عن الثقافة الوطنية عبر وسائل الإعلام الجديد، وبينوا أنّ ثقافة الشباب الجامعي عبارة عن تحديث للموروث القديم، وأكد الشباب عن عجز الكبار في إيجاد لغة تحاور بينهم وبين الشباب.
3. يوضح الجدول رقم (3) أنّ وسائل الإعلام الجديد ساهمت في التواصل الثقافي بين الشعوب، وأنّ للثقافة السودانية وجود علي وسائل الإعلام الجديد، وأنّ للشباب الجامعي دوراً في تسويق وتطوير الثقافة السودانية عبر هذه الوسائل. ويؤكد

الشباب إلى أنّ لوسائل الإعلام الجديد دوراً في نقل ونشر الموروث الثقافي السوداني، كما أنهم يقومون بنشر بعض المقاطع والمواضيع المتعلقة بالثقافة السودانية عبرها.

4. يلاحظ من الجدول رقم (4) إلى أنّ الصراع الثقافي الذي يعيشه الشباب الجامعي بسبب صعوبة الصمود أمام المتغيرات الثقافية الجديدة والإختلاف بين الثقافة الموروثة وثقافة الإعلام الجديد ، ونتيجة لتعرضهم لوسائل الإعلام الجديد.

5. يتضح من الجدول رقم (5) أنّ رغبة الشباب في تأكيد الذات وإثبات تميزهم عن الكبار والنزعة نحو التجدد والابتكار والتمرد علي النظام الاجتماعي السائد سبباً لاستخدام الشباب لثقافة خاصة بهم.

نتائج الدراسة

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1. أنّ الإعلام الجديد يسهم في تشكيل ثقافة الشباب.
2. أن الشباب يمكن أن يجذب للموروث الثقافي السوداني إذا تم تسويقه بصورة جذابة في وسائل الإعلام الجديد.
3. تمسك الشباب الجامعي بالهوية الثقافية والعمل على حمايتها.
4. إهتمام الشباب بالبحث عن الثقافة الوطنية عبر وسائل الإعلام الجديد.
5. عجز الكبار في إيجاد لغة تحاور بينهم وبين الشباب.
6. أنّ وسائل الإعلام الجديد ساهمت في التواصل الثقافي بين الشعوب.
7. الإختلاف بين الثقافة الموروثة وثقافة الإعلام الجديد سبباً للصراع الثقافي الذي يعيشه الشباب الجامعي.
8. تعرض الشباب لوسائل الإعلام سبباً للصراع الثقافي الذي يعيشه الشباب الجامعي.
9. رغبة الشباب في تأكيد الذات وإثبات تميزهم عن الكبار والنزعة نحو التجدد والابتكار سبباً لاستخدام الشباب لثقافة خاصة بهم.

توصيات الدراسة

بناءً على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج يمكننا استخلاص التوصيات التالية:

1. تطوير أساليب ووسائل الأجهزة التربوية والتعليمية الخاصة بالشباب. مع السعي لتوفر مناخ تربوي ثقافي مصحوب بالتسلح بأدوات العولمة والإستفادة من جوانبها الإيجابية التي في مقدمتها العلم والتكنولوجيا .
2. من عناصر القوة التي يتمتع بها الشباب الجامعي هو تمسكه بالموروث الثقافي. ويمثل هذا العنصر حافزاً لاستثمار هذه الطاقات الشابة لتسويقه محلياً وعالمياً عبر تلك الوسائل.
3. إثراء محتوى وسائل الإعلام الجديد بالثقافة الوطنية مع تركيز الإهتمام بنوعية هذا المحتوى وتسويقه بصورة جذابة لهذه الفئة خاصة عبر "الفيس بوك" والواتساب واليوتيوب" فهي أكثر الوسائل استخداماً لعينة الدراسة.
4. تفعيل لغة الحوار والتفاهم بين الكبار والشباب مما قد يقلل بشكل كبير من حدة الصراع بين الأجيال ومن تأثير المحيط الخارجي عليهم.
5. السعي لبناء جيل من الشباب قادر على المواءمة بين متطلبات الحداثة وبين مقتضيات التراث وقيمه.

الخاتمة

تطرقنا في هذه الورقة للتحديات المعاصرة التي تواجه الأمم في كيفية الحفاظ على هويتها الثقافية في ظل التقدم المتسارع لوسائل الاتصال والمعلومات . إذ أصبح من الصعوبة بمكان التحكم فيما يبثه الإعلام الجديد بوسائله المختلفة وتأثيره على الهوية الثقافية للشعوب. فالعالم اليوم أصبح سماءً مفتوحاً على جميع الأشكال الثقافية. إذ تكاد تنعدم الحدود المتعارفة أمام

غزو الإعلام الجديد ، وإذا هذه التحديات لايمكن مواجهة هذا الغزو الثقافي بالإنطواء على الذات وإنما بالتوظيف والاستخدام الأمثل لهذه الوسائل ،وذلك بالإنفتاح والحضور الفاعل للمحتوى والموروث الثقافي في هذه الوسائل . فالدراسة أوضحت لنا إهتمام الشاب بوسائل الإعلام الجديد وتعاطيهم معها وأنها أصبحت مصدراً ووعاءً ينهلون منه المعارف ويتعرفون من خلاله على الثقافات الأخرى . بل إنها أضحت من الوسائل الفاعلة في تسويق وترسيخ الهوية الثقافية للشباب .

المصادر والمراجع

المصادر

1. النووي ،الإمام أبي زكريا يحيى بن شرف 631هـ-676هـ:رياض الصالحين من كلام سيد المرسلين،دار إحياء الكتب العربية فيصل عيسى البابي الحلبي .

المراجع

1. المققادي،كاظم شنون،(2013م):الإعلام الدولي والجديد وتصعد السلطة الرابعة،دار أسامة للنشر والتوزيع،عمان، ط.1
2. الهزايمة،محمد يوسف،(1433هـ-2012م):العولمة الثقافية واللغة العربية (التحديات والآثار)،الأكاديميون للنشر والتوزيع،عمان،ط.1.
3. البنداري، مصطفى عبد العزيز،(2013م): وسائل الاتصال الجماهيري وعلاقتها بالتنمية لدى المرأة والشباب،المكتبة العصرية للنشر والتوزيع،القاهرة، ط.1.
4. حافظ ،أشرف ،(1433هـ-2012م) :الهوية العربية والصراع مع الذات دعوة للنهضة الفكرية وإعادة صياغة المفاهيم ،دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع،عمان،ط.1.
5. علم الدين،محمود ،(2014م): الإعلام الرقمي الجديد البيئة والوسائل،السحاب للنشر والتوزيع ،مصر الجديدة،ط.1.
6. كنعان ،علي ،(2014م): تخطيط وتنظيم البرامج الإعلامية،دار الأيام للنشر والتوزيع،عمان.
7. موسى ، أحمد محمد ،(2009م): الشباب بين التهميش والتشخيص رؤية إنسانية،المكتبة العصرية للنشر والتوزيع ،القاهرة ،ط.1.
8. يوسف،آمال،(2011م):الممارسات الثقافية لدى الشباب في الوسط الحضري،بحث مقدم ل"الندوة الدولية التي انتظمت ببيت الحكمة "بعنوان "الشباب ثقافة"،بتاريخ/11-12/10/2010م،مطبعة الرشيد،تونس.

الدوريات

1. عبد الهادي،محمد البشير محمد،(2009م): الشباب والتنمية البشرية،إصدار هيئة علماء السودان سلسلة دراسات الأسرة والمجتمع.

الرسائل والأبحاث الجامعية:

1. الضو ، ليلي الضو سليمان (2017): مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات الحضارية للشباب دراسة حالة السودان 2014م-2016م ، رسالة دكتوراة غير منشورة،جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا،كلية الدراسات العليا .
2. لقمان،خالد حسن أحمد (2015م): دور الإعلام الجديد في تشكيل الإتجاهات الاجتماعية لدى الشباب بولاية الخرطوم المستخدمين لموقعي face book و whatsapp ،في الفترة من يناير 2013م-ديسمبر 2014م ،رسالة ماجستير غير منشورة،جامعة أمدرمان الإسلامية، كلية الدراسات العليا،قسم الصحافة والنشر .

الإنترنت:

1. شيخاني، سميرة، (2010م):الإعلام الجديد في عصر المعلومات، بحث منشور في مجلة جامعة دمشق، المجلد 26،العدد الأول والثاني،تم التحميل من موقع [www:damascusuniversity.ed/stories](http://www.damascusuniversity.ed/stories)،بتاريخ/2015/8/17م.
2. عبد الرزق، الساموك ، إنتصار إبراهيم ،صفد حسام،(2011م): الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة ،وزارة التعليم العالي والبحث العلمي -جامعة بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة،الطبعة الإلكترونية الأولى ،تم تحميل من موقع [www:uobaghd.com](http://www.uobaghd.com) ،بتاريخ/2015/8/1م.