



■ **Prof. adj. Sami Abdel Aziz**

Professeur et ancien doyen de la faculté des médias
Université du Caire

Le Rôle des Médias dans la Construction de l'identité Nationale et la Diffusion des Modèles à Imiter

Introduction:

Les médias jouent un rôle d'une grande importance dans l'édification de l'être humain en renforçant son appartenance nationale, en l'éduquant et en lui faisant connaître ses droits et ses devoirs, et pour édifier la société en édifiant les visions et les perceptions qui aident les gens à participer efficacement au processus de développement et à la fusion de la communauté nationale.

Les médias, avec leurs différents moyens, ont l'autorité d'influencer l'opinion publique et de changer les modèles de comportement des masses en combattant les comportements que la société cherche à arrêter ou à modifier, et à aider à établir des valeurs et à construire de nouveaux comportements destinés à prévaloir dans la société, y compris le rôle qu'elle devrait jouer dans le développement de l'appartenance nationale, à condition que cela s'incarne dans la forme d'un comportement qui soutient la construction et le progrès de la nation. À la lumière de ce qui précède, outre les diverses transformations qui ont eu lieu dans la société égyptienne et ses relations avec les médias - qu'ils soient traditionnels ou modernes - il est clair qu'il est important de mener une étude sur le rôle des médias dans la construction du caractère national et la diffusion de modèles.

Le problème de l'étude :

Certes, les médias égyptiens devraient être essentiellement un processus politique, économique, scientifique et culturel national lié à la vie globale des citoyens et de la patrie, et sur cette base, le problème de cette étude est « **le rôle des médias dans la promotion des concepts de citoyenneté et d'identité pour soutenir la construction de la personnalité égyptienne et la diffusion de modèles parmi les membres de la société** ».

Les dimensions de ce problème sont présentées dans le cadre de quatre axes principaux :

- 1- Les médias et le problème de la construction du caractère national.
- 2- Les médias et le problème de la diffusion de l'exemple et du modèle positif.
- 3- Les défis auxquels sont confrontés les médias

dans la construction de la personnalité égyptienne.

- 4- Mécanismes de stratégie médiatique pour construire la personnalité nationale et soutenir la diffusion de l'exemple.

Objectifs de l'étude :

- 1- Parvenir à une vision claire de l'impact des médias sur les individus.
- 2- Révéler le rôle des médias dans la construction du caractère national et les défis auxquels ils sont confrontés.
- 3- Identifier la relation des médias aux valeurs, ainsi qu'à l'identité.
- 4- Identifier les rôles des médias dans la diffusion de l'exemple et du modèle positif.
- 5- Développer une stratégie médiatique ciblée pour construire le caractère national égyptien et soutenir la diffusion de modèles.



Questions d'étude :

1. Quelles sont les limites de l'influence des médias sur les individus ?
- 2- Quel est le rôle des médias dans la construction du caractère national ? Quels sont les principaux défis auxquels ils sont confrontés ?
3. Comment se matérialise le rapport des médias aux valeurs et à l'identité ?
- 4- Quels sont les rôles des médias dans la diffusion du modèle et du modèle positif ?
- 5- Quels sont les éléments les plus importants de la stratégie médiatique appropriée pour construire le caractère national égyptien et soutenir la diffusion des modèles ?

Méthodologie de l'étude :

- 1- L'approche inductive descriptive : comme une approche qui réfléchit sur les parties de l'accumulation scientifique pour atteindre le chercheur à travers celle-ci à une description générale du phénomène étudié.
- 2- Approche comparative : C'est l'approche qui dépend de la comparaison dans l'étude du phénomène, où elle met en évidence les similitudes et les différences entre deux ou plusieurs phénomènes, ou entre deux ou plusieurs sujets, à travers ces comparaisons le chercheur comprend les choses mystérieuses et ambiguës entourant le problème de recherche⁽¹⁾.

L'outil d'analyse de deuxième niveau a également été utilisé, qui dépend de l'examen analytique systématique des études et des recherches publiées dans un domaine spécifique et sur une longue période de temps et à partir d'une variété de sources, et le chercheur a utilisé cet outil pour effectuer une analyse de données pour des recherches et des études liées au sujet de l'étude publiées dans une revue arabe à comité de lecture et des revues scientifiques étrangères, ainsi que des thèses de maîtrise et de doctorat au cours de la période allant du début de 2013 à la fin de décembre 2023.

Contenu de l'étude :

- 1- Les médias et le problème de la construction du caractère national.
- 2- L'impact des médias sur la personnalité nationale.
- 3- Les résultats de l'étude et la proposition de confrontation.

Premièrement : Les médias et le problème de la construction du caractère national :

L'identité nationale revêt une grande importance au niveau social en raison de sa relation directe et étroite avec l'appartenance sociale des individus, ainsi que de la préservation du tissu social général des nations et des sociétés, autant que du succès dans la construction et la formation d'une identité nationale distincte qui inclut

divers membres de la société, cela permet d'atteindre des degrés avancés d'avancement et de développement communautaires, et l'identité nationale est ce qui distingue les membres de la société des autres et leur donne un sentiment d'appartenance à la patrie, et travaille à renforcer la cohésion des individus dans ce que la communauté a accompli. Parmi eux et forment la force motrice de la production et du don.

Si nous voulons nous mettre d'accord sur le terme « personnalité nationale », nous pouvons dire que c'est la personnalité du citoyen qui jouit des éléments de la citoyenneté et de ses spécifications réelles, en particulier l'appartenance à la patrie et jouit d'un sens inné de la responsabilité nationale, ce qui exige le raffinement, la cristallisation et la construction objective de cette personnalité et de ses caractéristiques intellectuelles et mentales et de ses rôles sociétaux à travers les médias et les institutions de l'éducation sociale.

Nous aborderons les concepts de médias et le problème de la construction du caractère national à travers les éléments suivants :

L'influence des médias, la relation des médias aux valeurs, ainsi que la relation des médias à l'identité, puis vers une compréhension plus profonde de la nature des médias sociaux.

L'influence des médias sur le public :

Il est bien établi qu'il n'y a pas d'accord complet entre les chercheurs sur l'influence supposée des médias, entre un groupe qui voit qu'il n'y a pas d'effets du tout, et un autre groupe qui y voit des effets et qu'ils sont très forts...

En même temps que les médias affectent le système social, ils sont affectés par celui-ci pendant leur travail, ce système social dans lequel les médias opèrent est l'une des principales forces qui affectent les communicateurs, tout système social qui implique des valeurs et des principes cherche à approuver et travaille à les accepter aux citoyens, et les médias reflètent cet intérêt dans leurs tentatives de maintenir les valeurs sociales dominantes. Dans certains cas, les médias ne couvrent pas pleinement les événements qui se produisent autour de lui ou ce qu'on appelle le scoop, par sens de la responsabilité sociale ou par désir de renforcer les valeurs et les traditions de la société.

Parfois, les médias évitent de critiquer les individus qui jouent certains rôles sociaux et culturels afin de renforcer la structure sociale et culturelle de la société et de ne pas perturber ses valeurs ou son système moral. Les médias, par leur performance au travail vis-à-vis des individus et de la société, se heurtent à certains obstacles ou équipements qui réduisent leur efficacité, et ces obstacles sont appelés en sciences de la communication « opérations sélectives », à savoir :

- 1- **Attention sélective** : Le contenu est que les gens ne peuvent pas prêter attention à tout ce qui leur est adressé, mais s'ils essaient de le faire, ils subiront immédiatement une surcharge, ils limitent donc leur attention à une partie limitée de ce qui est disponible quotidiennement et négligent les autres parties, et cette sélection est associée à l'intérêt individuel et à l'affiliation factionnelle et aux liens sociaux.
- 2- **Perception sélective** : toute interprétation du discours médiatique selon des modalités qui varient d'un individu à l'autre ou d'un groupe à l'autre en fonction des caractéristiques psychologiques et des orientations comportementales des groupes sociaux, et des appartenances aux liens sociaux.
- 3- **Rappel sélectif** : Il existe certains types de discours médiatiques pour certains types de public, qui sont mémorisés rapidement et longtemps, tandis que ce discours lui-même peut être rapidement oublié par d'autres groupes ayant des structures cognitives, des affiliations factionnelles et des liens sociaux différents.
- 4- **Comportement sélectif** : Chaque individu ne se comportera pas de la même manière à la suite de l'exposition à un certain discours médiatique, et ces réponses dépendent des effets de chevauchement des variables existantes.

En général, on peut dire que les médias affectent le cours du développement humain, il existe une relation de cause à effet entre l'exposition aux médias et le comportement humain, mais les effets de ces moyens sont nombreux et d'intensité différente, peuvent être à court ou à long terme, visibles ou cachés, forts ou faibles, et peuvent affecter les opinions ou les valeurs et le niveau d'information, les compétences, le goût et le comportement.

En ce qui concerne le rôle du discours médiatique et son impact sur les valeurs et les tendances, il est généralement admis que les médias affectent les valeurs sociales, mais la période pour provoquer cet impact est encore controversée, et la plupart des études indiquent que les médias jouent un rôle tangible dans la formation des valeurs et des opinions plus qu'ils ne contribuent à les changer, tout en soulignant que la cohérence entre ce qui est présenté à travers les médias et sa répétition établit l'idée présentée et la rend acceptable pour le public cible d'y croire et d'y croire.

L'une des raisons pour lesquelles les médias renforcent des valeurs qui existent déjà est la tendance des êtres humains à se protéger par une exposition sélective, une perception sélective et un souvenir sélectif. Les spécialistes des médias et de la communication ont noté que les médias soutiennent

non seulement les valeurs antérieures, mais soutiennent également les attitudes et le comportement de la société, car le discours médiatique comble le fossé entre les tendances individuelles privées et la morale publique qui prévaut dans la société.

Il y a aussi des études qui se sont intéressées à mesurer ce qu'on appelle (effet de spectacle) ou biais de l'opinion qui est censée représenter la majorité, et cela se produit lorsque des individus adoptent certaines opinions - non pas à partir d'une croyance originale en leur importance ou sincérité - mais parce qu'elles semblent être les opinions de la plupart des gens, et les groupes minoritaires essaient de résister à un tel examen ou à un effet biaisé de la majorité, mais ils n'ont pas le soutien d'un groupe de référence solide, ils sont donc obligés de dériver derrière la majorité.

Il y a au moins cinq façons dont les médias peuvent avoir des effets sur les valeurs sociales ou sur le comportement individuel ou collectif :

- 1- Les médias doivent être la seule cause directe, car l'impact des médias augmente lorsqu'ils sont la seule source d'information.
- 2- Les médias peuvent être à l'origine de l'impact en cas de facteurs intermédiaires, et ces facteurs intermédiaires peuvent agir avant, pendant ou après l'exposition au discours médiatique.
- 3- Les médias peuvent être le facteur médiateur, tandis que d'autres facteurs sont à l'origine de l'impact, comme l'assassinat d'une certaine personnalité nationale, où les médias conduisent ici à augmenter ou à réduire l'impact à travers les messages qu'ils reflètent.
4. Les médias peuvent être une cause nécessaire, mais ils ne sont pas suffisants pour avoir un impact, parmi de nombreux autres facteurs.
5. Les médias peuvent être une raison suffisante mais pas nécessaire pour produire l'effet, lorsque d'autres causes sont également possibles.

Médias et valeurs :

La relation entre le système médiatique et le système de valeurs sociales et morales est une relation efficace et interdépendante, compte tenu du fait que les médias dans toute société sont les moyens qui transmettent des modèles de pensée, de connaissances et de valeurs, et contribuent ainsi à la création d'une grande partie de la culture sociale et du mode de vie d'une personne ou d'un groupe de population particulier.

Le pouvoir de l'influence des médias n'est pas seulement au niveau des personnes, mais aussi au niveau de la culture, des comportements, des valeurs et des attitudes adoptés par ces personnes, où les médias promeuvent les normes sociales avec leurs valeurs et héritages culturels et les diffusent conformément aux normes et à l'approche du communicateur.



Que sont les valeurs sociales :

Chaque société a un ensemble de valeurs et de normes sociales qui déterminent le comportement de ses membres et affectent leur degré d'acceptation du changement, et puisque la réalité économique, sociale et culturelle change constamment à des degrés divers dans toutes les sociétés, certaines valeurs et normes sociales valables à une époque deviennent invalides pour une autre période, et donc ces valeurs sont soumises à des influences internes et externes, et dans le cadre des influences externes, les médias s'efforcent de reconstruire les masses intellectuelles pour influencer leurs croyances à travers la position de ces messages comme un outil d'expression La superstructure et sa base matérielle et par son rôle dans l'activité intellectuelle et sociale.

Ainsi, le contenu des médias contribue au réarrangement des valeurs et du comportement des masses en trouvant de nouvelles valeurs et normes qui aident à établir des règles de conduite pour le développement dans l'esprit des gens, en renforçant les tendances établies et en construisant des tendances qui les favorisent.

Le concept de valeurs varie selon les nombreuses définitions qui traitent de la nature des valeurs ou de leur signification, les valeurs sont « **des perceptions et des concepts dynamiques, explicites ou implicites, caractérisent l'individu ou le groupe et déterminent ce qui est souhaitable socialement et affectent le choix des objectifs, des méthodes, des méthodes et des moyens de ceux qui possèdent ou incarnent déjà leurs manifestations dans les tendances des individus et des groupes et ce qu'ils font des modèles de comportement et sont liées au reste des composantes de la construction sociale de sorte qu'elles l'affectent et sont affectées par elle** »⁽²⁾.

Les valeurs sont divisées en valeurs de base qui sont difficiles à changer, et en valeurs secondaires associées aux affaires de la vie quotidienne et sont soulevées lorsque l'individu est confronté à des alternatives qu'il doit choisir entre elles et ce type de valeurs est sujet à changement en fonction des attitudes, des événements et des informations que l'individu reçoit de son environnement social, ce qui conduit à la correction ou à la reformation de la structure des valeurs de l'individu conformément au comportement acceptable dans la société.

Nous constatons qu'il existe une multiplicité de concepts de valeurs, et peut-être l'une des plus importantes de ces définitions est celle qui se rapproche le plus de l'étude selon laquelle les valeurs sont « **un ensemble de croyances et de comportements adoptés par une personne et affectent directement et indirectement son mode de vie et son comportement**

quotidien et sont transmises d'une génération à l'autre et découlent de la religion, des traditions et des coutumes dominantes qui n'entrent pas en conflit avec la vraie religion » ⁽³⁾.

En ce qui concerne la réalité égyptienne au niveau des médias et des valeurs, les résultats d'une des études récentes indiquent ce qui suit ⁽⁴⁾ :

- 1- Le progrès technologique a affecté nos habitudes, nos valeurs et notre comportement de 89,5%, ce qui montre l'impact négatif de la technologie sur les valeurs sociales dans la société égyptienne.
- 2- Il existe un fossé clair et tangible entre les générations dans la société égyptienne qui a atteint 95%.
- 3- Les nouveaux concepts et idées acquis n'existaient pas chez les parents avec le progrès technologique, car ils sont venus à 70%, ce qui explique la différence entre les deux générations et l'écart entre elles.
- 4- Les raisons pour lesquelles l'ancienne société était plus cohérente dans son système de valeurs étaient l'absence de technologie de 50,5%, puis la bonne socialisation en deuxième position de 35%, suivie de l'absence de divertissement de 7,5% et de la réduction des heures de travail de 6,5%.

La nature des sites de réseautage social :

Les sites de réseaux sociaux ont réussi à faire un modèle de transformation de la mentalité de la tribu à la pensée collective commune, et à réaliser la communication entre des individus unis par des caractéristiques et mus par des motifs, et donc la transformation des médias publics en médias personnels, qui ont été connus sous le nom de « **médias du nouveau siècle** » et le coup d'État qui en a résulté du changement du modèle de communication hérité, permettant à l'individu ordinaire de transmettre son message à qui il veut et au moment qu'il veut, et de manière large et non de haut en bas selon le modèle de communication traditionnel.

Ces sites ont adopté des applications de réalité virtuelle et ont atteint des fonctionnalités et une personnalisation individuelle, transcendant le concept d'État national et de frontières internationales, et offrant à ses utilisateurs de grandes opportunités d'influencer et de se déplacer au-delà des frontières sans restriction ni censure, sauf d'une manière relativement limitée.

L'utilisation a évolué du chat personnel aux mouvements de groupe, mais il semble qu'une vague de maturité ait coulé, et les jeunes échangent leurs points de vue, afin d'exiger une amélioration du rythme de la vie politique, sociale et économique, d'où la formation de « **mouvements de rejet de la jeunesse** », et ces idées de rejet des politiques se sont facilement croisées à travers les réseaux sociaux.

Par conséquent, on peut dire que les sites de réseaux sociaux ont poussé les individus à se rebeller contre le « **repas médiatique préparé** » qui leur était fourni par les médias traditionnels, qui provenaient d'un seul parti, et l'individu est devenu un participant, interagissant et analyste de tous les événements autour de lui, fournissant des idées, analysant les nouvelles et répondant à certaines opinions, qui contredisent ses intérêts et commentent les utiles, et ne permettent jamais de saper sa dignité ou de le rabaisser, lui et sa personnalité et son rôle actif dans le processus médiatique, en rejetant la méthode d'endoctrinement Ce qui est suivi par les anciens médias officiels.

Des études indiquent que de nombreuses personnes ont recours à l'utilisation de sites et de réseaux de réseaux sociaux en raison de la présence de motifs qui les affectent et les poussent à leur utilisation, il peut s'agir de la distance entre les parents et les proches motivation à chercher un moyen de communiquer avec eux, et l'évasion des problèmes familiaux et les pressions qu'ils provoquent rendent le recours à des sites et des réseaux de communication nécessaire pour atténuer l'anxiété et la tension, car certains remplissent le temps libre et se font de nouveaux amis dans le but d'éliminer le sentiment d'ennui et le désir de renouveau⁽⁵⁾

selon la théorie, le processus de communication se concentre sur l'individu récepteur, qui est le point de départ de la communication et non le moyen de communication ou de message médiatique, et que les individus se précipitent vers les médias sociaux en raison d'influences sociales, psychologiques et culturelles qui leur font avoir besoin de communication et de médias⁽⁶⁾.

La théorie des usages et des gratifications est l'une des théories de l'influence sélective à l'entrée des groupes sociaux, où elle adopte le principe de sélectivité et que l'utilisation des moyens de communication est soumise à des traits personnels, à des considérations individuelles et à des circonstances subjectives, la théorie des usages et des gratifications a examiné différemment la relation entre les moyens de communication et le public, car elle voit que le public récepteur utilise des matériaux médiatiques pour satisfaire certains besoins et désirs qu'il a, et après que les moyens de communication sont ceux qui déterminent pour le public le type de messages médiatiques qu'il reçoit, le public est devenu utilisant ces moyens pour satisfaire ses désirs Ce public en est venu à contrôler dans une large mesure le contenu des messages présentés par les moyens de communication.

La théorie des usages et des gratifications suppose que le public n'est plus un destinataire négatif des moyens de communication, mais qu'il est devenu une sélection positive de ce qu'il désire, et pour répondre

à ses besoins psychologiques et sociaux qui reflètent ses intérêts et ses attentes, et que le désir de choisir un moyen de communication particulier pour satisfaire certains besoins est dû au public, qui a la liberté de choix déterminée par les différences individuelles des utilisateurs, les individus sont ceux qui utilisent les moyens de communication, et ils connaissent le bénéfice qui leur revient en satisfaisant les besoins qu'ils doivent satisfaire, et par conséquent, l'inférence de normes La culture qui prévaut dans la société est l'utilisation des moyens publics de communication et non le contenu des messages des moyens de communication⁽⁷⁾.

La question se pose alors : qui est l'audience des médias alternatifs et des réseaux sociaux ?

- **D'abord** : les classes populaires marginalisées.
- **Deuxièmement** : la catégorie des élites, qu'elles appartiennent à des partis politiques ou à des organisations de la société civile, ou qu'elles ne soient que des personnalités indépendantes.
- **Troisièmement** : les élites juvéniles marginalisées, c'est-à-dire les titulaires de diplômes et les diplômés universitaires.

Deuxièmement : L'impact des médias sur la personnalité nationale

Étant donné que le sujet principal de l'étude est le rôle des médias dans la construction du caractère national et la diffusion de modèles, il est utile, dans le cadre de notre lien avec la sécurité nationale, d'aborder les points suivants :

Avantages des sites de réseautage social :

L'un des avantages obtenus par les sites et les réseaux de communication est l'expression de l'identité et de soi, l'amélioration des différences individuelles entre les individus, l'amélioration de certaines parties de leur identité telles que la race et l'origine culturelle, et l'amélioration des relations personnelles en développant les capacités des jeunes à établir de nouvelles relations, et il joue également un rôle important dans la création d'un sentiment d'appartenance et d'un sentiment d'identité collective et la promotion de la santé mentale et du bien-être des jeunes, en plus de faciliter l'apprentissage, de développer les compétences et de soutenir les connaissances, et d'augmenter la possibilité de regarder la famille, les parents et les amis malgré les distances, et il permet également aux individus d'obtenir Toutes les capacités et tous les outils dont ils ont besoin pour acquérir des expériences diverses dans le monde entier et se faire des amis dans le monde entier⁽⁸⁾.

Modèles de communication et motifs de l'exposition du public aux sites de réseautage social:

En général, on peut mentionner ce qui suit en ce qui concerne les sites de réseaux sociaux :



Le Rôle des Médias dans la Construction de l'identité Nationale et la Diffusion des Modèles à Imiter

Prof. adj. Sami Abdel Aziz

Partie I

Etudes Stratégiques

- Sa capacité à mobiliser le public et à gagner en popularité.
- Contribué à l'émergence d'une citoyenneté active et positive.
- Il s'agissait de contre-propagande et de rumeurs, et aidaient les gens à analyser les données publiées par le gouvernement.
- Contribué à la formation d'une nouvelle prise de conscience par le biais d'un mouvement de politisation rapide et intensif et de la coordination du mouvement de terrain des citoyens en créant un environnement de communication dans lequel les modèles de communication sociale et politique ont changé.

L'impact des réseaux sociaux sur les valeurs et les normes du groupe :

En général, les chercheurs différaient en ce qui concerne le type d'effets qu'Internet et les sites de réseautage social peuvent avoir sur les valeurs et les relations sociales des individus, de sorte que deux écoles ou entrées contradictoires sont apparues, dont l'une est l'école optimiste ou l'entrée positive, qui croit qu'Internet conduit à la communication sociale et augmente les relations sociales entre les individus (en particulier ceux qui sont éloignés spatialement) en restant en contact constant avec eux, et l'autre école est l'école pessimiste ou entrée négative, qui croit que l'utilisation d'Internet conduit à un manque de temps passé par l'individu Avec les membres de la famille et les amis et avec les moyens de communication traditionnels, et que le temps passé sur Internet est du temps volé à d'autres activités de communication dédiées à la communication avec les autres.

Que nous soyons dans la ligne de telle ou telle tendance, il est certain que les valeurs sociales et les normes de groupe sont des variables très importantes que les médias sociaux ont récemment influencées, et selon l'étude de « **Speer** » et d'autres, les médias sociaux ont des effets différents sur les jeunes et les écoliers en particulier, où les médias sociaux s'opposent aux valeurs familiales et scolaires enseignées par les parents et les enseignants, et de nombreuses études ont confirmé que presque tous les modèles de contenu des médias sociaux sont graves. La « **toxicité** » des valeurs sociales et des normes du groupe religieux, et le fait que le contenu des médias sociaux consultés par les adolescents - en particulier dans les écoles secondaires - présente un risque pour le comportement moral de ces adolescents et affecte leur sens du jugement sur les valeurs sociales et le comportement moral ⁽⁹⁾.

D'autres études indiquent que les comportements immoraux se sont répandus dans la vie de nombreux adolescents en raison de l'utilisation des médias

sociaux, notamment la violence, les fréquentations, les agressions sexuelles, l'intimidation, le harcèlement, la criminalité, etc⁽¹⁰⁾.

Inconvénients et aspects du danger des sites de réseautage social :

- L'utilisation abusive de la liberté d'expression qu'il offre ou liée à son utilisation comme outil de criminalité, d'incitation à la violence ou de diffusion de valeurs, de courants et d'idées étrangers à la société.
- Divulgarion massive d'informations qui incluent tous les détails de la vie privée et publique.
- Permis le piratage des pages des personnes ou l'utilisation d'images et de vidéos « **baisées à un certain point de vue** » pour faire payer l'opinion publique et qui peuvent être installées ou fabriquées d'une manière qui nuit aux intérêts de la patrie.
- Lancer une guerre psychologique, qui comprend la propagation de rumeurs susceptibles de nuire aux intérêts nationaux et qui peuvent être utilisées par certaines parties externes hostiles pour influencer la stabilité interne, comme des appels à paralyser les agences de l'État et les installations vitales, à passer de l'expression de l'opinion à l'exercice de la pression, puis le risque de passer à un comportement violent en utilisant la force contre les institutions de l'État.
- L'anonymat des véritables sources derrière les utilisateurs des réseaux sociaux, qui a conduit à leur utilisation à des fins de chantage, d'usurpation d'identité, de diffusion de désinformation et de diffamation.
- Promouvoir des idées destructrices au sein de la société ou les utiliser dans des insultes et des calomnies entre individus, en plus de leur impact psychologique tel que « l'addiction à l'usage », ou leur impact sur les relations conjugales et la famille et le gaspillage de ressources humaines et de temps.

Les nouveaux médias et leur impact sur la formation identitaire :

Le sujet de l'identité nationale et de sa composition pour le public est l'un des sujets les plus importants sur lesquels il faut se concentrer, l'identité est l'un des traits distinctifs les plus importants de la société, qui incarne les ambitions futures en elle, et met en évidence le développement du comportement des individus et leurs réalisations dans divers domaines, mais implique plutôt les principes et les valeurs qui poussent l'être humain à atteindre certains objectifs, et à la lumière de cela, l'identité culturelle d'une société doit être basée sur les atouts dont elle tire sa force, et pour valoriser les normes, les principes moraux et les contrôles sociaux La question de l'identité

culturelle a préoccupé les penseurs, les scientifiques, les intellectuels et les dirigeants dans tous les pays du monde, en particulier à l'ère de la mondialisation, qui a laissé des effets psychologiques entraînant des transformations majeures de l'identité.

Les moyens de communication des deux types - traditionnels et nouveaux - jouent un rôle important dans la formation de l'identité et la conscience communautaire indirectement, car ils affectent la vie des sociétés en tant qu'éditeur et promoteur de la pensée et de la culture car ils ont des implications économiques, politiques, idéologiques, sociales, sécuritaires et autres, c'est une arme à double tranchant où ils ont la capacité de confirmer l'interdépendance entre les membres de la société en consolidant la culture de cette société et son identité, ou en travaillant à détruire les sociétés en répandant la sédition et en effaçant les faits ou en ne se concentrant pas sur la Avantages.

Il est établi que les médias nationaux jouent leur rôle dans la lutte contre les idées et les rumeurs destructrices, et jusqu'à récemment, les médias visuels et audio étaient l'un des outils idéologiques les plus importants chargés de la mise en œuvre de la socialisation dirigée et intentionnelle, puis de la mise en œuvre de l'ingénierie sociale visant à faire face aux idées et aux phénomènes indésirables, et à remplacer les souhaités, mais avec l'expansion significative de l'utilisation d'Internet et des sites de réseautage social, le rôle des médias traditionnels - télévision, radio et journaux - a diminué, si Par rapport aux sites de réseaux sociaux basés sur le World Wide Web.

Au cours des deux dernières décennies, à la suite des développements scientifiques et techniques et de la révolution des technologies de l'information à la lumière de la mondialisation, qui représentait un système culturel, politique et économique, le contenu fourni par les moyens de communication, qu'ils soient traditionnels ou nouveaux, a été affecté par les attitudes de ses utilisateurs, en particulier des jeunes, car ce contenu représente une variable sociale et culturelle dans leur vie, ainsi que l'une des principales sources d'information, d'apprentissage et de sensibilisation aux problèmes sociétal.

Par conséquent, on peut dire que les nouveaux médias ont affecté négativement les cultures nationales, profitant de l'état d'aliénation culturelle subi par les sociétés et du sentiment d'infériorité ou de faiblesse de leurs membres face au flux occidental et à la démolition des symboles nationaux et à la distorsion parmi les jeunes, les médias ont contribué à l'ère moderne au transfert de comportements et de cultures entre les peuples, les sociétés n'ont plus de valeurs fixes avec des spécificités uniques, et les médias internationaux ont remodelé les identités culturelles

et nationales, et la technologie des médias a conduit à un changement radical de la conscience sociale, et l'élément de lieu a été supprimé. L'interaction sur un territoire n'est plus le premier motif de rassemblement et de formation de l'identité, et l'interaction est devenue virtuelle qui transcende l'espace et le temps, car elle a lieu par le biais de la technologie Internet et des sites de communication.

Au niveau égyptien, l'État a connu ces dernières années d'importantes transformations à plusieurs niveaux et à différentes étapes liées à sa reconstruction, et ces transformations ont affecté son entité et sa reconfiguration, et de nombreux défis ont émergé dans cette nouvelle phase tels que le chaos médiatique et les guerres de rumeurs, et ont ainsi accru la dépendance des jeunes aux moyens de communication dans la formation de leurs attitudes envers les questions sociétales ⁽¹¹⁾.

Évaluation du rôle des médias égyptiens à la lumière des exigences du processus de construction de la personne égyptienne et de soutien à son identité :

Les médias égyptiens, sous leurs différentes formes, n'ont pas joué le rôle qui leur était demandé dans la construction de la personnalité de la personne égyptienne à la lumière de la mondialisation, de l'invasion culturelle et des poisons des sites de communication, où l'on note ce qui suit :

- Les médias, par exemple, ont affaibli le processus de dégustation de la bonne musique et ont affecté le goût du public dans l'industrie du théâtre et du cinéma.
- Est apparu et a diffusé un groupe de chaînes satellitaires qui se moquent de la mentalité du spectateur en le séduisant avec des compétitions vulgaires et triviales qui ne sont pas valables pour être présentées ou répondues.
- Les chaînes qui hébergent des personnalités prétendant interpréter les rêves, lire la fortune et la chance et traiter de l'occulte, se sont répandues, et tout cela affecte le caractère égyptien avec deux choses, soit dériver derrière ce type de contenu, soit s'échapper et chercher d'autres contenus dans les médias occidentaux loin de nos valeurs et de nos composantes culturelles et patrimoniales.

Les défis auxquels sont confrontés les médias dans la construction de la personnalité égyptienne :

Dans le cadre de l'effort du pays pour construire une nouvelle république dans laquelle la construction de l'être humain est la première place, de multiples défis se présentent à la personne égyptienne à travers des tentatives de fragmentation de l'identité et de dispersion du patriotisme et de la citoyenneté parmi le peuple, en plus de l'utilisation de la guerre anti-guerre



Le Rôle des Médias dans la Construction de l'identité Nationale et la Diffusion des Modèles à Imiter

Prof. adj. Sami Abdel Aziz

avec des plans destructeurs systématiques à plusieurs armes, en particulier l'arme des rumeurs et le grand danger qu'elle représente pour la sécurité intérieure, en plus de tout cela, le statut des plateformes de médias sociaux parmi les nouvelles générations et ce qu'elles ont ouvert Des portes du danger, qu'il soit intentionnel ou non, à la sécurité intellectuelle, qui fait de la sensibilisation communautaire une question d'État, un objectif de sécurité nationale et un pilier du lancement de la Vision 2030 de l'Égypte, et la sensibilisation citoyenne commence par sa conscience de son identité en tant qu'Égyptien, puis de l'identité de sa patrie et de sa fierté d'y appartenir⁽¹²⁾.

Il montre également certains défis liés à la nature du système médiatique lui-même et liés au professionnalisme, à l'éthique, au leadership, à la planification stratégique, aux études et à la recherche.

Défis liés aux médias destinés aux enfants :

Les médias pour enfants connaissent une croissance remarquable et se sont rapprochés de l'enfant à l'intérieur de la maison, ce qui lui a fait cacher de nombreux risques et négatifs, et cette propagation rapide a apporté avec elle de nouvelles méthodes plus sophistiquées pour attirer l'enfant et contrôler son esprit et ses comportements et le pousser à la dépendance aux jeux électroniques et à regarder des animations occidentales, et il est connu que les entreprises produisant ces contenus sont des entreprises occidentales qui suivent des règles capitalistes strictes et une compréhension occidentale des significations du divertissement et du divertissement.

Ainsi, ces entreprises ont transféré à l'enfant égyptien les pratiques et les coutumes des sociétés occidentales, et elles s'occupent également de la mentalité de nos enfants en termes de marché et des lois de l'offre et de la demande sans prêter attention à nos valeurs et à nos coutumes, ce qui expose les enfants à un état d'occidentalisation culturelle, qui leur fait perdre toutes les significations de l'appartenance à la patrie et de son amour et du sentiment qu'ils sont une composante majeure de son tissu.

Les médias et le problème de la diffusion du modèle et du modèle positif :

Le développement réalisé par les médias traditionnels et l'émergence de nouveaux médias et leur lien avec le changement des moyens technologiques cognitifs ont eu un impact significatif sur les dimensions de la construction sociale, et il était clair que les effets sur le comportement de l'individu à travers la disponibilité d'informations affectent le cercle de son magasin de connaissances et le poussent à effectuer un travail différent de celui qu'il avait l'habitude de faire.

Ce changement signifie l'acceptation d'un nouveau point de vue qui a su s'imposer et dépasser

les idées et les croyances précédentes, et cela peut être le cas, et cela peut même aller jusqu'à avoir des effets sur différents idéaux, valeurs, normes et concepts, et adopter des concepts différents.

L'un de ces concepts, qui peut être grandement influencé ou adopté différemment, est le concept de « **modèle** », qui est appelé l'acte ou la chose à citer ou à imiter, et qui s'applique également à la personne à partir de laquelle cet acte se produit. Le concept de modèle n'est pas seulement appelé la personne qui suit son exemple, mais aussi les actions qui viennent de lui⁽¹³⁾.

La jeunesse égyptienne est fortement influencée par les modèles qui lui sont présentés à la télévision et sur Internet, y compris les sites de réseautage social⁽¹⁴⁾, par exemple, la société égyptienne est intrinsèquement connue pour ses liens amicaux chaleureux, sa confiance mutuelle et ses réseaux de voisinage étroits dans le cadre des rituels religieux et des traditions communautaires. Les Égyptiens sont également connus pour leur comportement sincère et généreux envers les étrangers dans les rues, et ce sont quelques-uns des stéréotypes sur la société égyptienne, qui peuvent apparaître dans les drames télévisés et les films, en particulier avec de nouveaux jeunes acteurs célèbres. Avec leur orientation patriotique, leur générosité, leur dévouement et leur courage dans l'action⁽¹⁵⁾.

À cet égard, l'une des études récentes sur la « **simulation et l'imitation de jeunes artistes en tant que modèle** » a abordé l'impact de la violence dans le contenu télévisuel de l'un des artistes célèbres sur la jeunesse égyptienne à la lumière de la popularité de cet artiste et de la diffusion rapide de ses œuvres parmi eux⁽¹⁶⁾.

La recherche a utilisé le modèle général d'agression (GAM), une abréviation de modèle général d'agression, pour mesurer les niveaux moyens de confiance sociale chez les jeunes Égyptiens, et selon Anderson (2018), ce modèle est une théorie descriptive intégrative complète qui fournit des preuves pratiques pour comprendre la relation entre la violence dans les médias et l'agression humaine associée⁽¹⁷⁾.

Les résultats ont montré que les personnes exposées à du matériel médiatique violent et influencées par leur modèle – qui fournit ce matériel – peuvent développer une personnalité agressive avec des décisions violentes.

Le phénomène des influenceurs sur les sites de réseaux sociaux et sa relation avec le modèle chez les jeunes :

Il y a un changement rapide et dangereux de la nature du modèle médiatique parmi la jeunesse égyptienne, passant de l'attachement aux célébrités de l'art et aux stars du chant et du football à

l'attachement aux stars et aux célébrités des sites de réseaux sociaux ou des soi-disant influenceurs des médias sociaux, où les sites de réseaux sociaux permettaient aux gens ordinaires d'apparaître au milieu d'une foule d'utilisateurs de ces sites.

L'influenceur est une personne professionnelle, qui devient une source fiable qui présente ses opinions, ses interprétations et ses analyses au grand public en raison de ses connaissances et de son expérience dans un domaine, et ses opinions sont bien appréciées en raison de la crédibilité et de la confiance dont il jouit, et avec l'expansion de l'utilisation d'Internet, et l'augmentation du nombre d'utilisateurs des sites de réseaux sociaux, les influenceurs sont apparus à travers ces sites, et leurs rôles ont augmenté et ils sont devenus une partie indépendante qui façonne la façon dont le public utilise les canaux de communication fournis par les sites de réseaux sociaux.

L'utilisateur des sites de réseaux sociaux devient influent lorsqu'il a la capacité de produire un discours qui provoque des interactions énormes et continues entre lui et ses abonnés, et en raison de ses capacités d'influence, les entreprises le recherchent à de nombreuses reprises afin de promouvoir leurs marques ou services, et les influenceurs peuvent publier via n'importe quelle plateforme de médias sociaux. Le discours des influenceurs à travers les sites de réseaux sociaux comprend une variété de contenus qui varient en fonction de leur environnement et de leur chronologie, ainsi que selon les orientations des influenceurs et les objectifs de leurs financeurs dans certains cas.

Au cours des dernières années, le discours des influenceurs sur les médias sociaux est devenu inclusif de l'engagement et de la réponse des utilisateurs 24 heures sur 24, et a abouti à un marketing sans couture caractérisé par l'intelligence et le dynamisme dans l'interaction avec les modèles de réponse du public, ce qui a conduit à l'émergence rapide de groupes d'influenceurs de plus en plus puissants, ce qui a marqué un changement significatif dans leurs activités de communication par le biais des sites de réseautage social.

Au fil du temps, les influenceurs ont gagné du terrain sur tous les sites de réseaux sociaux en partageant les détails de leur vie puis en gagnant un grand nombre de followers, ce qui en fait des leaders d'opinion pour ces followers, jusqu'à ce que certains voient que citer des influenceurs est plus efficace que de citer des célébrités traditionnelles, d'autant plus que ces influenceurs partagent avec leurs followers les détails de leur vie quotidienne et qu'ils sont ensuite devenus plus efficaces et plus proches du public que les célébrités au point de les décrire comme une voix fiable pour le public⁽¹⁸⁾. Le danger de certaines

célébrités des médias sociaux réside dans le fait qu'elles ne cherchent peut-être pas à être un modèle pour quiconque, mais peuvent être un moyen de diffuser certaines idées ou peuvent être un outil pour commercialiser une pensée extrémiste ou déviante.

Troisièmement : Les résultats de l'étude et la proposition de confrontation

Une stratégie médiatique globale peut être mise en avant pour construire la personnalité nationale et soutenir la diffusion de l'exemple, et avant de présenter certains aspects de cette stratégie, et comme fondement et prélude à celle-ci, on peut dire qu'il y a des rôles souhaitables pour les médias dans les exigences du processus de construction de la personne égyptienne, où les médias doivent chercher à jouer les rôles suivants :

- Assurer la sécurité nationale en immunisant le citoyen contre toute invasion médiatique ou intellectuelle hostile.
- Développer la conscience politique des citoyens et comprendre ce qui se passe sur le plan national.
- Aborder et traiter les problèmes nationaux qui affectent les capacités politiques de l'État.
- Présenter au citoyen les causes des problèmes auxquels le pays est confronté et la méthode pour y faire face, les soumettre au débat public et l'associer à leur résolution.

Tout en soulignant la nécessité de ce qui suit :

- Former les communicateurs des médias traditionnels et électroniques sur les principes et les bases des médias de sécurité et militaires, en particulier en temps de crise et de guerre, afin de faire face à la contre-propagande et à la guerre psychologique, ainsi qu'à l'invasion culturelle et intellectuelle hostile.
- L'existence d'une liberté d'information responsable par l'adoption d'un système législatif et l'autocontrôle de la profession.
- Suivi communautaire de la performance médiatique à travers les associations de la société civile et la recherche académique.
- Activation des associations de droits des téléspectateurs en vigueur dans plusieurs pays.

Voici quelques étapes à prendre par les institutions pour traiter le contenu des sites de réseautage social :

- Surveiller et analyser le contenu des médias sociaux de manière permanente et périodique.
- Avoir l'initiative et ne pas suivre le principe de «réaction» et de posture défensive, ce qui rend l'institution toujours proactive et pas en retard.
- Développement continu des capacités et des compétences des institutions et de leurs employés, en fonction de la nature des sites de réseautage social et de leurs relations.



- Évaluation continue de l'effort et de la performance de l'institution, et ajustement des plans pour atteindre les objectifs souhaités.

Les principales caractéristiques des mécanismes médiatiques les plus importants pour construire le caractère national et soutenir la diffusion de modèles de rôle :

Il repose sur trois mécanismes :

- L'éducation aux médias comme moyen de réduire les risques liés aux médias électroniques.
- Lancement d'une plateforme électronique pour soutenir l'identité égyptienne.
- Développer des modèles et des techniques artistiques pour produire du contenu médiatique traditionnel.

1- L'éducation aux médias comme moyen de réduire les risques liés aux médias électroniques:

Si les nouveaux médias contribuent à la diffusion de l'information et de l'information et à la construction de ponts de communication entre les peuples et les cultures et à l'augmentation de la communication entre eux, il y a en revanche de nombreuses répercussions négatives qui nécessitent attention et attention, et dans ce contexte, l'éducation aux médias est une question importante qui nécessite attention et attention en raison de son grand rôle dans le processus de développement de la prise de conscience des problèmes résultant de ces contenus, qui sont souvent en conflit avec les cultures locales.

L'éducation aux médias émerge comme un mécanisme qui établit des contrôles qui guident l'utilisation des médias d'une manière qui profite à l'individu et lui fait prendre conscience des effets négatifs des médias traditionnels et nouveaux, c'est-à-dire le processus de formation des individus sur la façon de traiter avec divers médias par le biais d'informations, de connaissances et de compétences qui les aident à utiliser de manière organisée ces médias en évitant leurs répercussions négatives.

L'éducation aux médias vise à développer les compétences d'analyse critique des messages médiatiques et de participation créative à la production de symboles et de significations de la communication et des messages médiatiques, afin de construire un citoyen rationnel et efficace.

Essentiellement, l'éducation aux médias s'intéresse à deux dimensions principales, la première : la relation de l'individu avec le contenu médiatique en termes de choix, de consommation, de participation et d'évaluation, et la deuxième dimension est l'activation de la relation entre le système médiatique et le système éducatif ; afin d'impliquer les médias dans le processus éducatif

et d'exploiter les technologies médiatiques dans le processus éducatif.

Tout en soulignant la nécessité d'élaborer des textes législatifs relatifs à l'éducation aux médias, de lui donner des dimensions organisationnelles, ainsi que d'œuvrer à l'intégration de l'éducation aux médias dans les programmes scolaires, grâce à une coordination entre spécialistes dans les domaines des médias et de l'éducation.

2- Lancement d'une plateforme électronique de soutien à l'identité égyptienne :

Il s'agit d'une plate-forme électronique qui travaille à la production d'un large éventail de programmes documentaires, documentaires et dramatiques qui transmettent divers aspects de la culture et de l'héritage égyptiens aux jeunes en plusieurs langues, à condition qu'elle comprenne une base de données culturelle qui permet à tous les segments égyptiens d'y accéder et de télécharger tous les livres et encyclopédies culturelles traitant de la civilisation égyptienne.

Le fonctionnement et la production du contenu de cette plate-forme sont adoptés dans le cadre d'un partenariat institutionnel entre les secteurs privé et public, à condition qu'elle présente des caractéristiques uniques qui incluent le contrôle de validité pour réduire les rumeurs et les tentatives de falsification de l'histoire ou de remise en question et de déformation des symboles nationaux, avec la possibilité de les relier aux bases de données internationales des institutions travaillant dans le domaine de la science et de la culture.

3- Développer des modèles techniques et des techniques de production pour les contenus médiatiques traditionnels, à travers:

- A- Axer les enquêtes de la presse et de la télévision sur les initiatives de la jeunesse, les innovations distinguées et les prix remportés par la jeunesse égyptienne.
- B- Prêter attention aux médias de développement et développer les médias locaux au service des objectifs de développement durable de l'État.
- C- Développer des programmes télévisés et des pièces de théâtre pour enfants et lancer des plateformes électroniques qui répondent à leurs intérêts et développent les valeurs d'appartenance et de patriotisme.
- D- Évitez de fournir des programmes qui reposent sur la copie, la localisation ou l'imitation de programmes étrangers.
- E- Présenter des fictions originales qui œuvrent à la transmission de l'héritage égyptien en toute honnêteté et objectivité et à relier les générations, ce qui est en soi l'essence du développement de l'identité et de la construction du caractère national en restaurant le rôle du secteur de la production égyptienne.

Résumé:

Les nouveaux médias apparaissent comme un domaine prometteur, avec le consommateur en son trône, car ils ont de multiples choix et capacités, et sont un partenaire actif dans l'industrie du contenu et la circulation. Les nouveaux médias s'étendent au renouvellement des médias traditionnels et des institutions médiatiques existantes, à les pousser à plus de communication avec leurs publics et à innover dans des services médiatiques renouvelés.

Si la question du «rôle des médias dans l'identité nationale, les valeurs et les modèles» est l'une des questions importantes que les chercheurs ont travaillé dur à étudier, les nouveaux médias en général restent un secteur prometteur, difficile de prédire son avenir et ses transformations, et malgré cela, ils ont réussi à accumuler suffisamment pour connaître leur orientation générale, et leurs caractéristiques de base qui permettent de connaître relativement leur impact sur les valeurs et les transformations qu'ils leur imposent ; La phase de formation, dont la constante est le changement constant. Il est vrai que nous parlons des nouveaux médias avec une grande hospitalité, en raison de la fascination pour leur potentiel infini et leur renouvellement continu, mais notre admiration pour les nouveaux médias ne cache pas encore notre manque de conscience de leurs véritables dimensions et caractéristiques et des transformations qu'ils imposent à nos vies, dont la plupart sont latentes et incompréhensibles, et nécessitent des recherches et des études scientifiques plus sérieuses.

Enfin, il convient de souligner que le renforcement de l'identité nationale et la construction du citoyen égyptien ne devraient pas être un travail saisonnier associé à des événements nationaux au cours desquels les médias parlent de patriotisme et le reste de l'année est oublié.

References:

- (1) Palys, T., Research decisions: Quantitative and qualitative perspectives, 4th. Ed, (ON: Nelson, Toronto, 2017), p.34.
- (2) كمال التابعى، الاتجاهات المعاصرة فى دراسة القيم والتنمية، دار المنارة، القاهرة، ١٩٨٥م، ص ٤٤.
- (3) سامية عواج، تأثير الإعلام التفاعلى على منظومة القيم الاجتماعية، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد ٢، العدد ٢٠١٨م، ص ٥٠.
- (4) شيرين جمال حسن، الإعلام الرقمى وتأثيره على القيم الاجتماعية بين الأجيال: دراسة ميدانية مقارنة بين الكبار والصغار، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، يناير ٢٠٢٤م، ص ١٢١٣-١٢٨٨.
- (5) Al-Miqdadi, G., "Social Network Revolution - Social Media Sites and Dimensions", Dar Al Nafees for Publishing and Distribution, Amman, 2014, p.35.
- (6) هناء النابلسى، مواقع التواصل الاجتماعى وأثرها على الشباب الجامعى: دراسة على عينة من طلبة الجامعات الأردنية، دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية عمادة البحث العلمى، المجلد ٤٨، العدد ٢، سبتمبر ٢٠٢١م، ص ٣٧٤-٣٩٧.
- (7) AlMazhara, M., "Communication Theories", Al-Masirah Publishing & Distribution, Amman, 2012, p.181.
- (8) Hwang, H. "Benefits and Challenges of Social Networks in Kazakhstan", International Journal of Software Engineering & Its Applications, Australim Science & Engineering Research, Support society, Vol.7, No.4, July 2013.
- (9) Shabir, G., Hameed, Y. M. Y., Safdar, G., & Gilani, S. M. F. S., The impact of social media on youth: a case study of bahawalpur city. Asian Journal of Social Sciences & Humanities, 3(4), 2014, pp.132-151.
- (10) Ovie, O. V., & Majority, O. J. I. The Influence of Social Media on Moral Values and Group Norms among Secondary School Students A Study of Delta State, International Journal of Social Science Humanity & Management Research, Vol.3, No.5, 2024, p.484.
- (11) جيلان شرف، اعتماد الشباب على وسائل الاتصال فى تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد (١٦)، ٢٠١٨م، ص ١.
- (12) أيمن محمد عدلى، استخدام الخطاب الإعلامى لترسيخ مفهوم الهوية الوطنية وتعزيزه فى رفع الوعى المجتمعى: دراسة وصفية، المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمى، العدد الثالث، يناير ٢٠٢٣م، ص ١٧٦.
- (13) أحمد أحمد عثمان، تعرض المراهقين فى مصر لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية وعلاقته بمفهوم القدوة لديهم، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٨٢، ج ١، أبريل / يونيو ٢٠٢٣م، ص ١٥٧.
- (14) Williams, K. Social networks, social capital, and the use of information technology in the urban village: A study of community groups in Manchester, England. Chinese Journal of Library and Information Science, Vol, 4(3/4), 2011..
- (15) Aboulez, N. M. Superhero v bystander effect: Effects of fictional and non-fictional media priming on situational altruism, Master Thesis, American University in Cairo, 2016.
- (16) Habib, M. Y. The Impact of Media Violence on Social-Trust levels among Egyptian Youth: Using General Aggression Model (GAM). Journal of Media and Interdisciplinary Studies, 1(1), 2022, pp.5-34.
- (17) Anderson, C. A., & Bushman, B. J., Media violence and the general aggression model. Journal of Social Issues, 74(2), 2018, pp.386-413.
- (18) شريف نافع، استخدام المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعى فى الحملات الإعلامية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد ٢٠١٩، العدد ١٨، يوليو ٢٠١٩م، ص ١٣٨.



Le Rôle des Médias dans la Construction de l'identité Nationale et la Diffusion des Modèles à Imiter

■ *Prof. adj. Sami Abdel Aziz*

*Professeur et ancien doyen de la faculté des médias
Université du Caire*

Résumé:

Les médias affectent la construction de l'être humain en renforçant son appartenance nationale, en l'éduquant et en lui présentant ses droits et ses devoirs, et en construisant la société en élevant les visions et les perceptions qui aident les gens à participer efficacement au processus de développement et à la fusion de la communauté nationale, et les médias ont leurs divers moyens l'autorité d'influencer l'opinion publique et de travailler à changer les modèles de comportement des masses en luttant contre les comportements que la société cherche à arrêter ou à modifier, et aident à établir des valeurs et à construire de nouveaux comportements destinés à prévaloir dans la société, y compris ce qui devrait être. Il joue un rôle dans le développement de l'appartenance nationale, à condition que cela s'incarne sous la forme d'un comportement qui soutient la construction et le progrès de la nation. À la lumière de ce qui précède, outre les diverses transformations qui ont eu lieu dans la société égyptienne et ses relations avec les médias - qu'ils soient traditionnels ou modernes - il est clair qu'il est important de mener une étude sur le rôle des médias dans la construction du caractère national et la diffusion de modèles.

Mots-clés: médias, personnalité, modèle.

دور الإعلام في بناء الشخصية الوطنية ونشر نماذج القدوة

■ أ.د/ سامي عبد العزيز

أستاذ الإعلام، وعميد كلية الإعلام السابق - جامعة القاهرة

المستخلص:

يؤثر الإعلام في بناء الإنسان عبر تعزيز انتمائه الوطني وتثقيفه وتعريفه بحقوقه وواجباته، وفي بناء المجتمع من خلال الارتقاء بالرؤى والتصورات التي تساعد الناس في المشاركة بفاعلية في عملية التنمية وانصهار الجماعة الوطنية، ويملك الإعلام بوسائله المختلفة سلطة التأثير على الرأي العام والعمل على تغيير الأنماط السلوكية للجماهير عن طريق محاربة السلوكيات التي يسعى المجتمع لوقفها أو تعديلها، والمعاونة في إرساء قيم وبناء سلوكيات جديدة يراد لها أن تسود المجتمع، ومن ذلك ما ينبغي أن يقوم به من دور في تنمية الانتماء الوطني على أن يتجسد ذلك في صورة سلوك يدعم بناء الوطن وتقدمه. وفي ضوء ذلك، بالإضافة للتحويلات المختلفة التي طرأت على المجتمع المصري وتعامله مع وسائل الإعلام - سواء التقليدية أو الحديثة - تتضح أهمية إجراء دراسة حول دور الإعلام في بناء الشخصية الوطنية ونشر نماذج القدوة.

الكلمات المفتاحية: الإعلام، الشخصية، القدوة.