

مقاربة نظرية حول الإعلام والهوية الثقافية: قراءة فلسفية إعلامية

Approach to media and cultural identity Read media philosophicalعبد المومن بشبيش¹¹ كلية علوم الإعلام والاتصال/ جامعة الجزائر3 (الجزائر). bichbich.abdelmoumene@univ-alger3.dz

تاريخ الاستلام: 2022/03/18 تاريخ القبول: 2022/03/22 تاريخ النشر: 2022/05/10

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على موضوعي الإعلام والهوية الثقافية من منظور اعلامي فلسفي، خاصة وأن جدلية الهوية من أهم المواضيع التي شغلت الفلاسفة لما تحتويه من أبعاد اللغة والانتماء والأصالة، والتي يعتبر الإعلام الوعاء الناقل لها والمؤثر فيها، وهذه الأبعاد تصبح أكثر تعقيدا حينما نسقطها على المجتمعات العربية، خاصة في عالم أصبح بفضل التطور التقني والفيض المعرفي العلمي متقارب الحدود متفتحا ومتداخل العناصر والهويات. وعليه جاءت دراستنا لمناقشة ظاهرة الإعلام الثقافي المحلي الذي يثير تساؤلات حول واقع حضوره ومدى قدرته على صناعة المحتوى، ومدى قدرته على تقديمه بشكل يعكس ما يقف خلفه من خطط والذي يعد مرآة تجسد صورة حضور الإعلام الثقافي بوصفه حاملا للهوية وقيم الوطنية.

كلمات مفتاحية: الإعلام، الهوية، الانتماء، التأثير، المحلي.

Abstract: This study seeks to research the media and cultural identity from a philosophical media perspective, especially as the dialectical identity is one of the most important topics that the philosophers has been met with the dimensions of the language and belonging, which is the media and influence on the one hand, and these dimensions become more Even when we drop it on Arab societies, especially in a world with technical evolution, an opening-up and overlap and identities. Our study came to discuss the phenomenon of local cultural media, which raises questions about its presence and its ability to manufacture media content, and its ability to provide media content is a mirror that embodies the presence of cultural media as a pregnant identity and national values.

Keywords: Media; identity; belonging; impact; domestic.

المؤلف المرسل: د. عبد المومن بشبيش

1. مقدمة:

"مشهد مثير لشخص تاه عن منزل وجوده في صحراء قاحلة وافتقد لكل أثر يمكن أن يقوده إلى منزل وجوده الأصلي. يقوم التائه بجهود مضمينة للبحث عن طريق العودة، لكن الصحراء المقفرة تخفي كل أثر أو معالم، تتعدد المحاولات وتتكبر لكنها تنتهي إلى الفشل.

بعد تفكير طويل يهتدي هذا الشخص إلى تقليد أصوات كلاب القبيلة أملا في أن ترد عليه للاهتمام إلى موطنه. يبذل الشخص جهودا مضمينة للعودة إلى موطن وجوده الأصلي ولو عبر تقليد لغة /صوت الكلاب، لكن هاته الحيلة نفسها تعترضها عوائق من قبيل وجود كلاب أخرى ضالة ومضللة..". (كيليپو، 1999، صفحة 127)

تطرح الحكاية على طرفتها مشكلة التيه عن الموطن الأصلي والرغبة في العودة، المشهد الروائي يختزل سؤال وجوديا يرتبط بلماذ هاته الرغبة الجامحة في العودة إلى الأصل؟

هذا التشبث القوي بالعودة إلى الأصل هل هو عجز عن التكيف مع معطيات الواقع الجديد؟ أم مجرد حنين مأساوي يرتبط برغبة نفسية مسنودة بذلك الخوف الفطري من المجهول؟

ألا يمكن أن نحيا إلا بهاته العودة؟ هل العجز عن التكيف مع المعطيات الجديدة في الصحراء يولد الحنين إلى الحزن الأول حيث العشيرة والقبيلة والعادات والتقاليد، و الموطن الجغرافي، واللغة المتداولة والدين المعروف؟ هاته الأسئلة على بساطتها الظاهرة تختزل كل مقومات التعقيد والقلق التي يختزنها سؤال الهوية، غير أن الأمر يصبح أكثر تعقيدا حينما نسقط هاته الأسئلة على حالة المجتمعات العربية، بهويتها وخصوصيتها الثابتة في عالم أصبح بفضل التطور التقني والفيض المعرفي العلمي متقارب الحدود متفتحا ومتداخل العناصر والهويات، عالم السرعة كما يحلو للفيلسوف الفرنسي فيريليو أن يسميه. خاصة في ظل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، خاصة الإعلام الثقافي منها بإعتباره المسؤول عن نقل الإرث الثقافي والتنشئة الاجتماعية وفق ما تقتضيه لترسيخ قيم الهوية والحفاظ عليها. حيث يثير واقع الإعلام الثقافي عامة والمحلي خاصة في وسائل الإعلام المحلية صحافة وإذاعة وتلفزيونا، الكثير من التساؤلات حول واقع حضور هذا الإعلام، ومدى قدرته على صناعة المحتوى الثقافي الإعلامي، ومدى قدرته على تقديم محتوى إعلامي يعكس ما يقف خلفه من خطط واستراتيجيات إعلامية يتضح من خلال صفحاته وأثيره وبرامجه اهداف واضحة يعكسها الإقبال الجماهيري الذي يعد مرآة تجسد صورة حضور الإعلام الثقافي بوصفه حاملا للهوية وقيم الوطنية.

كما يجب الاعتراف بأن موضوع الهوية يتحرك ضمن حقل شديد الحساسية، باعتباره صعب المعالجة داخل كل إدعاء نظري كيفما كان تخصصه، فداخله تلتقي السوسيولوجيا بالسيكولوجيا والانثروبولوجيا والإيديولوجيا والسياسة.

2. مدخل مفاهيمي للهوية والالام الوطني (المحلي):

1.2 ماهية الهوية والانتماء واللغة (أمال، 2009، صفحة 209):

عرف المَعْجَمُ الوسيطُ الصادر عن مَجْمَعِ اللُّغة العربية "الهَوِيَّةَ" بأنها: "حقيقة الشَّيء أو الشَّخص التي تميزه عن غيره".

ويذهب المَعْجَمُ إلى تحديد معنى آخر للهويَّة حين تُضاف إلى الكلمة "بطاقة"، أو تُوصف بالنَّعت "الشَّخصية"، لتجعلنا نحصل على المصطلح "بطاقة الهويَّة" أو "البطاقة الشَّخصية"، المتداولين حديثاً، فيذكرُ أَنَّ "الهويَّة بطاقة يثبتُ فيها اسمُ الشَّخص وجنسيتهُ ومولدهُ وعمله".

يميز برهان غليون، أستاذ العلوم السياسية في جامعة السوربون، ما بين الهوية من حيث واقع الجماعة المادي والعملي، وبين تصور الجماعة لهذه الهوية، فيقول: "قد أكون عربي الأصل واللغة (أي شخصيتي المادية) ولكني أعتبر نفسي غير ذلك، أو أرى نفسي في مرآة عقيدة تجعلني أنظر إلى هذه الحقيقة الموضوعية نظرة ذاتية مختلفة".

فتحديد الهوية ليس في جميع الأحوال مسألة اعتراف بسيط بواقع، إنما هو إعادة تركيب هذا الواقع المعقد الذي نسميه (الشخصية التاريخية) و بالتالي القومية أو الهوية.

فيما يذهب الدكتور أحمد عبد الملك، في تعريفه إلى تقسيمة من شقيين، الأولى تستهدف الهوية الفردية، فيما تختص الثانية بمفهوم الهوية الجماعية.

فيقول في إستعراضة لها: "أن الهوية الجماعية هي الهوية النابعة من أن الأفراد ينظرون إلى أنفسهم كأعضاء في جماعة، يتمثلون معها، ويطورون شعورهم ضمن مفهوم (نحن كأعضاء نمثل جماعة)".

و يشتمل تعريف الهوية الجماعية على: إيجاد قيم ومعايير مشتركة لأعضاء الجماعة، وصياغة علاقتهم بتقاليد الماضي، والقدرة على التجند الجماعي من أجل إنجاز أهداف مشتركة، وتعبيرات تضامن بين أعضاء الجماعة وأشياء أخرى.

و من جهته يرى الدكتور رشاد عبد الله الشامي، في كتاب إشكالية الهوية في إسرائيل الصادر عن سلسلة عالم المعرفة، مجموعة من التعريفات التي يحاول من خلالها الوصول إلى أقرب تعريف حقيقي للهوية، فيقول: يمكن تعريف الهوية بأنها الشفرة التي يستطيع الفرد عن طريقها أن يعرف نفسه في علاقته بالجماعة الاجتماعية التي ينتمي إليها، والتي عن طريقها يتعرف عليه الآخرون باعتباره منتماً إلى تلك الجماعة، وهي شفرة تتجمع عناصرها العرقية على مدار تاريخ الجماعة وتراثها الإبداعي وطابع حياتها.

ويضيف د. الشامي، إن "الهوية بالإضافة إلى الشفرة تتجلى من خلال تعبيرات خارجية شائعة مثل الرموز والألحان والعادات التي تنحصر قيمتها في أنها عناصر معلنة تجاه الجماعات الأخرى وهي أيضاً التي تميز أصحاب هوية ما مشتركة عن سائر الهويات الأخرى، ولكن الملامح الحقيقية للهوية هي تلك التي تنتقل داخل الجماعة، وتظل محتفظة بوجودها وحيويتها مثل الأساطير والقيم والتراث الثقافي. وتحدد الهوية الشعور العميق الوجودي الأساسي للإنسان."

فيما تعتبر الدكتورة- فريال مهنا، أستاذة سوسولوجيا الإعلام . قسم الصحافة في جامعة دمشق، أن هناك حقيقة لغوية يؤديها الواقع ويؤكددها التاريخ، وهي ارتباط اللغة - أي لغة- بحضارة أصحابها: بمعنى أن (اللغة والحضارة يتناسبان تناسباً طردياً)، هذا يعني ببساطة أن اللغة ظاهرة اجتماعية تعيش مع الإنسان جنباً إلى جنب، تضعف بضعفه، وتنمو وتزدهر بنموه وازدهاره.

وأخيراً يرى الأستاذ عبد القادر بن الشيخ، أن الإنسان يحقق إنسانيته من خلال اللغة، كونه عبرها يثبت وجوده وتعامله مع الآخرين، وبها يؤكد منزلته كعضو فاعل ومنتج في مختلف الفضاءات الاجتماعية فيعتبر بن الشيخ اللغة "إحدى مقومات الأمة نظراً لدورها في بناء وتجذير الشعور بالانتماء إلى مجموعة لها خصوصياتها الثقافية."

فتمثل اللغة برأيه، أحد العناصر الأساسية للهوية، التي لا يقتصر مضمونها على التضامن المكون للذات الجماعية فحسب، إنما يمتد إلى الفاعلية التاريخية التي تتجلى . عبر اللغة . بالمقدرة على المشاركة في الإنتاج الحضري، أي بالإضافة الفكرية، لأن الهوية بناء تاريخي متجدد، وهذا يعني أن اللغة هي أيضاً في "صلب ديناميكية التطور" على حد تعبيره.

من خلال هذه التعاريف، ومجموعة كبيرة من التعاريف الأخرى التي تتطرق لإحوانب متعددة من مفهوم الهوية واللغة، كلٌّ من منطلقه، وحسب معطياته وأهدافه، يمكن الخلاص إلى أن مفهوم الهوية في أغلب التعاريف، يرتبط بالتاريخ والانتماء - الإثني العقائدي والقومي، و عُبر عنه من خلال أداته الأولى والأكثر وضوحاً (اللغة) متجلياً في اللكنات والتعابير والمصطلحات. ولكون الإعلام بالمعنى العام، أو على الأقل (كما يفترض له أن يكون) هو - الناطق الرسمي والأكثر انتشاراً و شيوعاً- باسم جماهيرها و المنتمين إلى منشأة، فيمكن الافتراض أنها أحد أشكال التعبير عن هويتهم، و ذلك من خلال انعكاسات اللغة وقوالها فيها.

2.2 الاعلام الوطني (المحلي) والاعلام الثقافي: (M) B. , 1978, p. 34)

يلعب الإعلام المحلي دوراً مهماً في التعبير عن اهتمامات واحتياجات المجتمع المحلي وتعزيز الوعي بين المواطنين بالقضايا التي تعاني منها البيئة المحلية على المستوى السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي، مما أوجد ارتباطاً بين دور الإعلام والتنمية والمشاركة الشعبية تعرف بالإعلام التنموي الذي يشارك فيه المواطنين بجهودهم وهو ما يمتد بدورة الى توعيتهم بالمشاركة السياسية في صناعة القرار والمشاركة في ادارة الشأن العام بهذة الاقاليم.

الإعلام الثقافي المتخصّص هو رصّد وعرض، وتحليل، ونقد النتاج الثقافي بكل مكوّناته؛ ذلك أن المفهوم العلمي للثقافة واسع وعريض، إذ الثقافة تعني كل ما أضافه الإنسان إلى الطبيعة من فكر، وعلم، وإبداع، وإنشاء في كل مناحي الحياة الإنسانية... الخ. ولكن المفهوم الأكثر استخداماً وانتشاراً، يكاد يقصر الثقافة على فعاليات محدّدة مثل الفكر، والأدب، والفن، والمسرح، والسينما، والموسيقى.

ونورد هذا السرد التاريخي لمجموعة من التحولات والإشكاليات والمعطيات السياسية والاجتماعية في فتره ممتدة من سنة 1958 (الوحدة العربية بين مصر وسورية)، مروراً بالتطورات التي طرأت على الواقع العربي والإعلامي بشكل خاص بعد انهيارها سنة 1961، فمرحلة السادات ومشروع السلام والتطبيع مع اسرائيل سنة 1981، وصولاً إلى الحرب الأهلية اللبنانية التي أفرزت بشكل ما دعامة أساسية لواقع الإعلام العربي الحالي (1975- حتى معاهدة الطائف سنة 1989) فمع بداية مشروع الوحدة، (الجمهورية العربية المتحدة) والذي يمكن القول بأن كل مواطن عربي ومسلم تبناها وأيدها، كونه اعتبرها المشروع المنقذ له ولهويته وانتمائه، من الصراعات والإعتداءات ومحاولات السيطرة.

انعكاسات هذه المرحلة على الواقع العربي عديدة، إلا أنني سأخص الحديث هنا عن واقع انعكاس الوحدة في تجليات اللغة في وسائل الإعلام العربية في تلك الفترة:

فكون الدولتين المتحدتين - سورية ومصر - هما من أوائل الدول المنشأة لنظام إعلامي مرئي ومسموع في الوطن العربي، فلقد تمايزت معالم الوحدة من خلال أساليب لغوية عربية فصيحة رنانة الكلمات والمعاني، أكدت على البلاغة ولجأت أحياناً لكلمات عربية قديمة وصعبة، ولقيت هذه الأساليب تقبل واندماج من قبل المواطن العربي (السوري والمصري) خاصةً، والمواطن العربي عموماً، لما مثل له المشروع من أمل تبناه وتمسك به.

كما أنه يمكن القول أن أساليب الصياغة كانت تميل إلى الأنماط الحربية والتعبوية في بنائها، وكل هذا من خلال عربية فصيحة تراعي كل قواعد ولوازم اللغة.

من أهم تجليات اللغة العربية الفصيحة لتلك المرحلة في الخطاب والرسائل الموجهة للجماهير والمتلقين، كانت تبرز من خلال خطابات الرئيس المصري - جمال عبد الناصر- حيث أن المتتبع لجميع خطباته والتي كان يغلب عليها طابع الإرتجال، يلحظ اعتماده على العربية الفصحى السليمة إلى حد كبير، و نادراً ما كان يستعمل مصطلحات محلية، ليس بإمكان المستمع العربي من دول شقيقة استيعابها أو فهمها.

ويسند الباحثين أسلوب الرئيس عبد الناصر في الخطاب، إلى أن المشروع العربي حينها كان يقوم أساساً على مبدأ القومية والتي توحدتها أولاً اللغة العربية، كما أن خطاب الرئيس عبد الناصر كان مسموعاً من قبل كل مواطن عربي يفهم ويتحدث العربية، فهو موجه للجميع باختلاف لكاناتهم، وبالتالي لا بد من اعتماد خطاب يفهمه الجميع.

3. محاولة ضبط العلاقة بين الإعلام والهوية الثقافية

1.3 وسائل الإعلام وتعزيز الشعور بالانتماء:

الإنسان اجتماعي بطبعه، ومدني ببطرته، لا يستطيع أن يعيش منعزلاً دون الإحساس بالانتماء إلى كيان أكبر منه؛ سواء كان هذا الكيان هو أسرته الصغيرة، أو قبيلته، أو وطنه ودولته، أو حتى العالم الكبير الذي يعيش فيه؛ لأنه من خلال هذه الانتماءات أو بعضها يحقق الإنسان إنسانيته، ويتحقق وجودياً في مجتمعه؛ لذلك يعد مفهوم الانتماء من المفاهيم المركزية التي تحدد طبيعة علاقة الفرد بالجماعة في كل زمان ومكان، ويقابله على الضد تماماً مفهوم الاغتراب الذي يعني الابتعاد النفسي للفرد عن ذاته وعن جماعته. (الحמיד، 2013)

وعليه، فإن الانتماء للوطن من أهم القيم التي يجب على المؤسسات التربوية أن تحرص على تنميتها لدى الطلاب، نظرًا لما يترتب عليها من سلوكيات إيجابية، ينبغي غرسها في نفوس الناشئة، ويأتي كذلك عامل الأسرة وهو عامل ربما يعده بعضهم أهم من أي عامل آخر، بحكم أن كلاً منا يولد ويعيش ويتربى داخل الأسرة أولاً وأخيراً، بل ويتعلم ويتشرب كثيراً من القيم والعادات والسلوكيات من داخل الأسرة، وقد تتفق مع هذا الرأي، ولكن بعد تطوّر التكنولوجيا بمبرزاتها المختلفة والهائلة - مثل: الأقمار الصناعية والشبكات العنكبوتية، والحاسبات الآلية، ووسائل الاتصال المختلفة من جوّالات وغيرها - فقد تضاءل دور الأسر، وضعف بعد الغزو الفضائي والتكنولوجي المنافس للدور الرئيسي للأسرة، فدخلت معها عوامل مؤثرة أخرى ومهمة في عملية التنشئة الاجتماعية، وتعزيز المواطنة والانتماء، وهي الإعلام بوسائله المختلفة.

إن وسائل الإعلام أصبحت جزءاً من حياة الناس، وغدت هذه الوسائل من إذاعة وتلفزيون وإنترنت، وصحافة وفضائيات وغيرها - ذات تأثير قوي في صناعة شخصية الفرد، وأصبحت هي الموجّه الأول لفكر الفرد.

فقد بات واضحاً للجميع أن لوسائل الإعلام تأثيراً فاعلاً - سواء كان إيجابياً أو سلبياً - على قيم الانتماء للوطن، وعلى المواطن والولاء، فتضرب وسائل الإعلام الحديثة على أوتار تلك القيم بصورة مباشرة، وتسعى إلى دغدغة المشاعر بشأنها، فإما أن تُقوِّمها وتُرسخها، وتُعزز حضورها في نفس المرء ووجدانه وشعوره، وتُتمنّ بنائها داخل كيانه؛ حتى يلتحم معها، وتصبح جزءاً من كليته، وإما أن تُزعزع الثقة بها، وتهدم بنائها، وتُشكك في ضرورة وجودها، بل في أهميتها لأي إنسان في هذا العالم المفتوح ثقافياً وفكرياً واقتصادياً. (الحميد، 2013)

وللإعلام الأثر الأكبر في عصرنا، حيث يعدّ أداة تفاهم تقوم على تنظيم التفاعل بين الناس وهو الذي يكون في المجتمع المواقف والاتجاهات ويغير القنوات والسلوك .

فالهوية هي الذاتية والخصوصية وهي القيم والمثل والمبادئ التي تشكل الأساس الذي تقوم عليه شخصية الفرد والمجتمع . وهوية الفرد هي عقيدته ولغته وثقافته وحضارته وتاريخه، وكذلك هوية المجتمع هي الروح المعنوية والجوهر الأصيل لكيان الأمة .

ويقسّم الناس في نظرهم إلى الإعلام إلى ثلاثة أقسام كما هو الحال في تعاملهم مع العولمة حيث برز قوم يهتمون بالإعلام بأنه سبب كل بلاء ورفضه رفضاً قاطعاً وأبوا أن يقبلوا منه شيئاً واعتبر هذا القسم غير منطقي ولا واقعي وقسم آخر يرى أن الإعلام لا دعوى له بصراع الهوية وانه مجرد تسلية وأفكار تأملية تلغى بعد مشاهدتها مباشرة والدليل على ذلك أن الغرب يواجه إعلاماً اقوي وأشرس من إعلامنا ومع ذلك لم تهدد هويته، ذلك أن الغرب بنى حياته على أصول ارتضاها ومن أهمها قيام حياته على أصول الحضارة والاستخلاف الأرضي كالعدل والحرية والمساواة وإعطاء الحقوق ومنع ظلم السلطة وهي أمور شهد لهم بها عمرو بن العاص رضي الله عنه فإذا داهمهم إعلام يهدد الهوية فان تأثيره يكون على الجانب الأضعف عندهم وهو ما اعترفوا به هم من نسب الجرائم والتفسخ الأخلاقي والأبناء غير الشرعيين وتهديد الأسرة وغيرها أما الجانب الآخر فيظل متماسكاً قويا وهذه سنة الله في الأرض.

أما إذا جئنا للدول النامية والمستبدة فإنها لا تقاوم أي تهديد لأن قيم الحضارة تسقط في ظل الاستبداد وهشاشة التماسك وبقاء الهوية يتزعزع مع هذه الهجمات ولهذا قلنا إن مكونات الهوية مترابطة ومنها الدين والقيم .

أما القسم الثالث فهم القسم المتوسط، الذين ينظرون إلى الإعلام على انه وعاء وآليات نحن من نسهم في بنائه وقيامه على أسس من هويتنا ونحن من يملك استغلاله للدفاع عن قضايانا وهؤلاء هم من يحذر عبر الصحف ووسائل الإعلام من مغبة إغفال هذا الجانب .

د. عبد المومن بشبيش

وعند الحديث عن التعاون بين الإعلام والتعليم لا بد أن نشير إلى علاقة الإعلام بالقيم خصوصاً أننا نعيش في زمن حضارة الصورة، وهذا الكلام لا دعوى له بقنوات العري والتفسخ بل حتى لو كانت القناة جادة فإنها تلغي البعد التأملي في إدراك الحقائق.

وبالنظر إلى منظومة القيم التي يتبناها الفرد والمجتمع نوقن أنها هي المكون الأساس للأيديولوجيا المحركة لأفكاره وأقواله، كما أنها المكون الأساسي لشخصية الأمة؛ وهي المحرك لمشاعرنا ومفاهيمنا وقيمتنا وتأثرنا وتأثيرنا. وعن قنوات الإعلام العربي والدفاع عن هوية بلدهم عربياً وعالمياً فهي لم تساهم بذلك، وفي تقرير الاستخبارات الأمريكية (CIA) ما يلي:

-13000 ثلاثة عشر ألف قناة في العالم/ منها 7500 قناة مشفرة/ 5500 مجانية.

-في العالم العربي 696 قناة على (17) قمر صناعي يشاهدها أكثر من 150 مليون مشاهد للقنوات المفتوحة بينما 42 مليون للمشفرة.

-ومن ضمن القنوات الموجهة لنا (112 قناة) جنسية بالهجات العربية.

-إذا تخرج الشاب العربي من الثانوية يكون قد أمضى أمام الشاشة ما يعادل 22 ألف ساعة/ في المقابل يكون قد أمضى في مقاعد الدراسة ما يقارب 14 ألف ساعة/ أما في الجامعة فيكون أمضى أمام الشاشة أكثر من ألف ساعة بينما في الدراسة (600 ساعة).

-لو أن بلداً عدد سكانها عشرة مليون، وعدد الذين يشاهدون التلفاز 25% منهم فقط ومعدل الجلوس ساعتين يومياً فإن الهدر السنوي من الوقت يكون مليار وسبعمائة وخمسين مليون ساعة أي ما يعادل مائتين وخمسين مليون يوم عمل. -دراسة أمريكية تؤكد أن أطفال اليوم إذا بلغوا سبعين سنة يكونون قد أمضوا عشر سنوات أمام الشاشات. وفي مصر وجدت دراسة أن أطفال القاهرة يمكثون أكثر من ثمان وعشرين ساعة أسبوعياً أمام الشاشات .

وعند النظر إلى الواقع العربي فإن أول قناة فضائية عربية هي المصرية عام (1990م) ثم (1991م) MBCم بمعنى أننا أكملنا عشرين عاماً ولنا أن نسأل عن رصد واقع إعلامنا العربي من خلال تأثيره ومقارنته بتأثير الإعلام اليهودي، فنحن إلى الآن لم نستطع إقناع العالم بعدالة قضيتنا في فلسطين، كما يمكن رصد واقعنا من خلال تقنية البلوتوث واليوتيوب فجل ما في اليوتيوب من العرب ليس إلا مقاطع بسيطة في تفكيرها أو فضائح أو مقاطع عنصرية وقحة ومناطقية ومذهبية، بينما نحن أقل الشعوب في الاستفادة التعليمية من هذه التقنية. (M) B. , 1980, p. 201)

-قال هيرتشلر مؤلف كتاب (وسائل الإعلام والإمبراطورية الأمريكية) (إن صناعات القرار السياسي في الغرب انشغلوا بالبحث عن بدائل للسيطرة الأمريكية فلم يجدوا أفضل من ضخ عالم المعلومات).

فما معنى ذلك؟ نلاحظ أن 50% فأكثر من البرامج الفضائية تأتي من أمريكا وتصل أحياناً إلى 80% والدليل أن أربع وكالات إعلام عالمية تحتكر الأخبار وهي من أمريكا وفرنسا وبريطانيا.

-وعند النظر إلى دور القنوات الحكومية في بناء قيم المواطنة والبناء فإننا نجد بعداً كبيراً وضعفاً لدور القنوات الحكومية حسب دراسة أجراها الباحث المغربي عبد اللطيف كيداني أكد فيها أن التلفزيونات الحكومية لا تبني المواطنة بل تساعد على حالة من الاغتراب والانتقال إلى قيم أخرى تخلق حالة من التفكك من القيم وفقدان الهوية.

2.3 أسس البناء الاعلامي للهوية الثقافية: ((i))، (1981، صفحة 134)

وتتمثل في مجموعة من الأسس وهي:

أولاً: قلب موازين المشاعر والحواس:

يؤكد الباحثون أن أي فكر منشغل بوسائل الإعلام يستعيد الأسئلة الفلسفية الكبرى حول الحقيقة والمعنى والذات والمعرفة لأن العملية التواصلية هي أساس العملية الإنسانية، حيث إن منظومة القيم التي يتبناها الفرد والمجتمع هي المكون الأساس للأيدولوجيا المحركة لأفكار وأقوال هذا المجتمع وبالتالي القيم هي المحرك لمشاعرنا وأقوالنا ومفاهيمنا لذا يرى المفكر ماكلوهان (أن الإنسان كان يعتمد في الاتصال على الأذن والعين ثم انتقل إلى الاعتماد على حاسة العين، ولكن الإعلام المعاصر جمع بينهما مع إحداث تعديل في محيط الإنسان النفسي... ثم يصل إلى نقطة مفصلية يرى فيها أن التمييز بين الحواس يكون على ضوء قاعدة (كلما اقتربت الحاسة مما هو مجرد ارتقت المكانة، وكلما نزعت الحاسة إلى المجسد أصبحت جزئية وظرفية) وهذا أبرز صفة للحضارة الغربية التي هي حضارة الجسد واللذة الآنية والتي نقلها الإعلام، وهي التي سماها المفكر عبد الوهاب المسيري، ثقافة المجسد، وهذه ثقافة إعلام الصورة حيث ثبت أن العين تنشد إلى صور متتالية دون تأمل وقد تكون غير منطقية.

أجريت دراسة لتفعيل حواس الإنسان حيث أقيمت محاضرة على عدد من المستمعين من أعمار وتخصصات مختلفة ثم طلب منهم تسجيل ما ثبت لديهم من المحاضرة التي حوت ثمان صفحات فلم يتذكروا سوى نصف صفحة؛ ثم قدمت المحاضرة في مضمون إعلامي (صورة تسجيلية) تذكروا من إحداث الصورة أكثر من سبعين بالمائة. -وقد أثبتت الدراسات أن كثرة مشاهدة التلفاز تضعف القدرة على التفكير وتبني الكسل الذهني وتضعف الجانب الأيسر من الدماغ وهو الذي يتولى عملية التنظير والتحليل.

وخطورتها الأمر هنا في أنه يوجد واقع مزيف كما يسميه جان بودريان وهو (عالم الواقع المفرد).

ويؤكد عالم الاجتماع إنتونيفغدنز أن مضمون الإعلام العربي لا يحتوي في الغالب على ما يحتاجه الجمهور أو على ما يمكن أن يساعده في تكوين شخصية الإنسان الواعي بمشكلات وقضايا وطنه.

أما في الغرب فتغلب صورة الزيف الذي نحذر منه كما يقول العالم الغربي أورونو في كتاب (النظرية الاجتماعية) (والشعور بأننا نملك قوة لا يمكننا استخدامها هو شعور مدمر، لذا فقد هيئت الثقافة العامة لإنتاج شعور بديل هو في حقيقته شعور زائف بالأمان والاستقرار، ويتم خلق ذلك الشعور الزائف بطريقتين:

1- بتوحيد المواصفات القياسية لمنتجات الثقافة، حيث تحاول وسائل الثقافة جميعها من التمثيليات إلى أغاني الشباب إلى الأنشطة الرياضية كل بطريقتها الخاصة التركيز على بث الدعة والاطمئنان، ولهذا تتشابه الحكبات والأنغام بحيث يمكن وضع بعضها موضع البعض الآخر.

2- وفي الوقت ذاته تبدو على هذه المنتجات المتشابهة مسحة فردية زائفة، بحيث تترك انطباعاً بحرية الاختيار، وبأنها تعبر عن معان فردية، وعلى هذه الشاكلة يمكننا التجادل عن أي الأغاني أفضل أو أي الفرق أحسن، أي أننا نتجادل ونختلف على فروقات واختلافات مصطنعة، وهذا إحساس زائف بالأمان بفعل التشابه الكامن بين هذه الأشياء.

-مصطفى حجازي في كتابه (حصار الثقافة بين القنوات الفضائية والدعوات الأصولية) يؤكد على تزايد قوة ثقافة

الصورة ونفاذها في أمور عدة:

-أيدولوجيا السوق (تأثير الصورة على الإعلان) وهو تأثير كبير وواضح يدفع المستهلك إلى التعلق بقوة الصورة.

ففي دراسة أجراها الدكتور عبد العزيز تركستاني على الإعلان في التلفزيون السعودي و MBC والفضائية المصرية

أكد أن جملة من المخاطر تكتنف الإعلان منها:

1- العارضة بجسدها هي المقصود الأول في الإعلان.

2 - صفات الإغراء والزي الغربي.

3- الصورة التغريبية في الإعلان بالموسيقى والمعنى واللفظ.

كما يسأل الدكتور مصطفى حجازي، بعد إيراده لما سبق عن بنية ثقافة اقتصاد السوق التي يحددها في عوامل عدة

منها:

-الصفقة والقنص المالي: حيث التركيز الكبير على أخبار سوق المال وهذا حول الناس إلى قناصين كبار وصغار

ومستضعفين ففتح الباب إزاء إغراءات التلاعبات المالية والصفقات غير المدروسة بسبب الإغراء الإعلامي للصورة والخبر.

-يصل الإنفاق العالمي على الإعلان أكثر من (700 مليار دولار سنوياً) أي ضعف الدخل العالمي من النفط وهو مرشح

للزيادة مما يدل على أن فسيولوجية الإعلان تقوم على بيع الأحلام، ودغدغة المشاعر، وإثارة الرغبات، وتعزيز التأثير الإعلاني بالإغراق.

إن الاختراع العبقري للنظام الإعلامي هو أن يرضينا حتى التخمّة بالمظهر، وبعبارة أخرى أن يعيشنا باللاشيء وذلك

من خلال احتلال العينين بدل البلدان لأجل شغل الرأس، وهذا قمع في غاية الخفاء ولا يدركه إلا القلة ولتأكيد ذلك أذكر

بعض الدراسات السريعة:

-نشر المعهد الوطني حول الميديا والعائلة بأمريكا إحصائية أن نسبة الفتيات غير الراضيات عن أجسادهن قد بلغت

53% عند سن الثالثة عشر، وترتفع هذه النسبة لتصل عند السابعة عشر إلى 78% وذلك بعد مشاهدة كليبات أو برامج شبابية.

- انتشار دائرة استخدام هرمونات النمو، فقد ذكر أحد الأطباء أن الكثير من الآباء قد أصبحوا مهووسين بقامة

أبنائهم وبكل الطرق التي يمكن أن تساهم في زيادتها.

-تشير الدراسات الغربية إلى أن عدم الرضا عن المظهر الجسدي عند الذكور قد تضاعف إلى ثلاث مرات خلال

الثلاثين سنة الأخيرة، حيث بلغت 43%.

-تشير الدراسات المختلفة إلى أن كل مظاهر الخلل الاجتماعي من ملابس فاضحة وعبودية للجسد وفراغ في الروح،

وتحول الجسد إلى قاهر للذات وما ينتج عنه من معاكسات وانحراف أخلاقي واغتصاب وتحرش جنسي ما هو إلا نتيجة

طبيعية لطبع المجتمع بطابع جنساني وتحويل الجسد إلى يقين وحيد للفرد بسبب قلب موازين المشاعر والأحاسيس بسبب

ثقافة الصورة (المجسد).

أما على مستوى الطفل فحدث ولا حرج فقد أكدت الباحثة الأمريكية تريسيات رينفيلد: أن ما تغير خلال خمسين

سنة المنقضية هو استخدام الطفل لعينيّه أكثر من حواسه الأخرى مما جعل قدرته تحليلية بصرية وهذا خطير جداً في

إعطاء تصورات للصورة وهو عقدة الواقع من خلال المجسد وبه يحصل تحطيم القيم وزرع أنماط سلوكية جديدة.

ثانياً: يرى الدكتور عبد الرحمن عزي بروفيسور الإعلام أن المؤسسات الوسيطة الحاجزة بين المجتمع ووسائل الإعلام قد

غابت، مثل المجلس القروي والمقهى والنادي والمسجد، وأنه لا بد من تفعيلها واستعادتها لأنها ستعيد حاسة الاستماع التي

قل استعمالها ومن ثم قل المعنى في حياة الكثير من الناس وانعكس على علاقتهم بالآخرين وبالله سبحانه وتعالى.

-تشير الدراسات والاستبانات البحثية إلى غياب الأفراد عن تجمعات العائلة المعتادة بسبب متابعة وسائل الإعلام.. فقد نشرت إحدى الصحف المحلية (السعودية) خبراً مفاده أن رجلاً أقام مأدبة عشاء جمع فيها أقاربه لانقطاع أغلبهم بسبب متابعة مسلسل تركي شهير.

-وقد عانى المجتمع السعودي مؤخراً من غياب اللقاء الأسري أو الانضمام إلى المؤسسات الوسيطة (المجلس العائلي وما في حكمه) بسبب إما متابعة المباريات أو المسلسلات التي تستدعي غالباً تجمعاً شبابياً بعيداً عن أنظار العائلة. يقول د. أحمد عبد الملك في لقاء أجري معه في مجلة الشقائق عدد 35: لم تعد الأسرة الحاضن الوحيد والمناسب للنشء فلقد وفرت لنا مخرجات الثورة التكنولوجية أنماطاً من وسائل الترفيه واللهو مما جعل دور الأسرة هامشياً.. ولا أدل على ذلك أن ما يقضيه الشاب أو الفتاة مع الفضائيات أو الإنترنت أكثر مما يقضيه من وقت مع والديه أو حتى مع المدرسة أو المسجد أو غيرها.

وقد دلت دراسات أمريكية أن التلفزيون يجمع العائلة فيزيائياً ويفرقها عاطفياً لذلك قد لا نستغرب أن نشاهد فتاة في العشرين عاماً لا تأكل مع أهلها وتذهب الخادمة بالطعام إلى غرفتها وقد يمر يومان أو ثلاثة دون أن تجلس مع والديها. وتؤكد الدراسات الغربية أن التلفزيون هو الوالد البديل للأبناء.. سئلت طفلة روسية مما تتكون أسرته؟ فأجابت: باب وماما وجدتي والتلفزيون.

-وفي مؤتمر (الأسرة والإعلام وتحديات العصر) الذي عقد في جامعة القاهرة في شهر فبراير عام (2009م) وقدمت فيه أبحاث كثيرة حذرت من غياب دور الأسرة والمؤسسات الوسيطة في التربية ليتولى الإعلام الدور بشكل خطير ومخيف، وأثبتت بعض الأوراق أن تهتك النسيج الأسري بفعل تأثير الإعلام السلبي والذي يؤدي إلى تآكل منظومات القيم والمعاني الموجهة للتفاعل الأسري والمعنوي للأسرة.

-كما أكد عالم الاتصال هالوران من خلال دراسة أجراها أن 97% من عينة الدراسة في سن الحادية عشرة أعلنوا أنهم يثقون بالتلفزيون كمصدر إعلامي أكثر من ثقتهم بوالديهم.

لقد ظهرت صور غياب المؤسسات الوسيطة في شكل استنفار نفسي أو عزلة فردية أقصت الجيل المعاصر عن كل أشكال التناغم مع هذه المؤسسات أو مع كبار السن وأهل الخبرة والتجربة.

ثالثاً: الإعلام وثقافة القراءة: (عشراتي، 2002، صفحة 186)

-تؤكد الدراسات أن زمن القراءة للطفل العربي لا تتجاوز ست دقائق في العام الواحد حسب تقرير الايسيسكو.

-وتؤكد الدراسات ضعف القراءة بسبب الإعلام، وقد أجريت دراسة نشرتها جريدة الوطن في عددها (696) تؤكد أن

32% من عينات الدراسة ممن يشاهدون الشاشات بكثرة حصل لديهم ضعف في الالتزام الدراسي.

-في كتاب (التنشئة الأسرية) محمد عباس نور الدين أكد فيه أن دراسات كثيرة أثبتت قلة الميل للقراءة بين الأطفال

بسبب كثرة مشاهدة التلفزيون.

تستطيع قوة الإعلام فعل الكثير من أجل خير المجتمع وتقدمه ونمائه الى جانب ما يتوافر على الإعلام من أجهزة تقنية معقدة ومتطورة.. وهذا التقدم المذهل والمضطرد في عالم الاتصال يشير الى خطورة الدور الذي يقوم به الاعلام في مواجهة قضايا أمتنا على اختلاف أنواعها ومضامينها، وذلك كله يعتمد على التوجيه الذي يعني الإعلام «بالإلحاح عليه» والافكار التي يعرضها عبر أجهزته وصفحاته وشاشاته ووسائله المختلفة.

وذلك من خلال إمكانية الوصول الى مختلف فئات المجتمع وإحلال مساحات واسعة من وقت الانسان المستهدف بالرسائل الإعلامية، وتشكيل الرأي العام والإسهام الفعلي في تكوينه من خلال الإلحاح على الفكرة وتكرارها وتقديمها بوسائل وأساليب وقادرة على غرس الفكرة وتثبيتها. مخاطبة الفئات العمرية المختلفة وخاصة الناشئة التي تستطيع الرسائل الإعلامية التأثير فيها لطاوة عودها. ومما سبق ذكره تتضح المسؤولية الكبيرة التي يتحملها الإعلام إزاء قضية الهوية الثقافية أو الذاتية الثقافية التي قوامها عدد من الركائز الأساسية تتمثل في الدين، اللغة والانتماء الى تراث حضاري وثقافي له أسسه وملامحة الواضحة والثابتة، خاصة في حال المجتمع الجزائري.

فالمجتمع الجزائري كباقي الدول المستعمرة قد شهد غزوا ثقافيا واقتصاديا واجتماعيا يعود إلى زمن طويل، فهذا التنوع من الأجناس والغزوات المتواصلة على هذه البلاد قد تكون له تأثيرات بالسلب والايجاب على مجتمعا. فبعد الاستقلال شهدت الجزائر تغيرات وتحولات في مختلف الميادين منها ما يجبرها على الالتحاق بالركب الحضاري، وأخرى تسعى إلى التمسك بخصوصية هذا الوطن.

وباعتبار المجتمع الجزائري تقليديا بمختلف مكوناته الاجتماعية، فقد نشأ بدويا بطبعه حتى التنشئة الاجتماعية كانت كذلك وهو ما يؤكد د/عشراتي بقوله: فالسلف لم ينشأ فقط بداءة، ولكن ثقافة البادية والعقلية الرعوية والزراعية قد لازمتهم عهود طويلة قبل أن يدركوا مستوى التمدن والاستقرار.

لقد سادت روح القبلية وطبعت التاريخ الوطني للجزائر، وطريقة عيش مجتمعه، وما يلاحظ إلى يومنا هذا نشأة المدن و القرى تخضع بدورها إلى تجمع انتماءات عائلية وقبائلية، التي تعتبر من العقلية التقليدية التي حافظ عليها المجتمع الجزائري وهذا بالنظر إلى صلابة البناء الاجتماعي "بيئتنا لا فكرية بسبب طغيان قيم البداوة".

لكن بالنظر إلى التطور الحضاري والعالمي صارت حتمية التغير واجبة على المجتمع الجزائري فالتفتح نحو العالم والاحتكاك الثقافي لابد منه، ففي رأي د/عشراتي: " أن الأجيال الصاعدة وجدت نفسها تعيش شباها من غيرها تحصيل، و راحت تكلف مواعيدها بارتجالية وتقليد للأجنبي". وهو ما يحتاج إلى برامج اعلامية مكثفة تعزز هوية هذا الشعب وانتمائه.

(M), B. (1980). *la famille Algerienne*. Alger: SNED.

(M), B. (1978). *Psychiatrie société et développement*. Alger: SNED.

أ، ب. ن. (1981). *التعريب بين المبدأ والتطبيق*. الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع.

سليمان عشراي. (2002). *الشخصية الجزائرية: الأرضية التاريخية والمحددات الحضارية*. الجزائر: د. دار نشر.

عبد الفتاح كيليطو. (1999). *الكتابة والتناسخ*. القاهرة: دار الفكر والثقافة.

فاضل أمال. (2009). *آليات حل الأزمة في الجزائر بالأساليب السلمية (1992-2008)*. الجزائر: د. دار نشر.

مواقع الأنترنت:

سعد بن عبد الله الحميد. (15 05، 2013). *الانتماء للوطن ما بين عوامل تؤثر فيه أو تتأثر به في ظل الشريعة الإسلامية*.

تاريخ الاسترداد 23 02، 2022. من الألوكة الاصدارات والمسابقات:

http://www.alukah.net/publications_competitions/0/54565/#ixzz3yix3mnN0