

إشكالية تأثير الإعلام الجديد في الهوية الثقافية في ظل العولمة

أ. د : مقلاتي صحراوي جامعة باتنة

أ / غالية غضبان جامعة باتنة

الملخص:

تعرف المجتمعات اليوم ثورة إعلامية ومعلوماتية وتحولات تكنولوجية كبيرة، تمثل في حقيقتها عصر العولمة، حيث سيطرت فيه قوى عظمى، فيما بقيت أخرى مغلوب على أمرها، لا تتعدى فيه دور التلقي، وأدى هذا التطور المتسارع في تكنولوجيا الاتصال وثورة المعلومات إلى جعل العالم قرية كونية مفتوحة، ألغى كل المفاهيم التقليدية للحدود بين الدول، سواء كانت هذه الحدود جغرافية أو سياسية أو ثقافية. حيث تحاول الدول المنتجة بث مضمانيها وقيمتها ونظمها إلى الدول المستهلكة، بهدف التأثير في عاداتها وسلوكياتها وأفكارها.

ولعل المساس بالهوية والخصوصية الثقافية التي تميز المجتمعات والدول، قد شغل بال المفكرين والباحثين منذ القدم ولكنه اليوم زاد نتيجة عامل قوي لا تستطيع المجتمعات والدول إلا التأثير به وهو ثورة الاتصال التي أنتجت الكثير من وسائل الإعلام الجديدة.

وفي هذه الدراسة سنحاول معرفة تأثير الإعلام الجديد في الهوية الثقافية، وهو نفس الطرح الذي أثير مع القنوات الفضائية والبث المباشر، في الكثير من الدراسات والبحوث.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الجديد، الهوية الثقافية، الاحتراق الثقافي.

Résumé

Aujourd'hui, les sociétés connaissent une révolution communicative et informatique et de grands bouleversements technologiques, qui expriment dans la réalité l'époque de la mondialisation, où les grandes forces dominent et les autres pays restent sous la puissance des forces autoritaires et ils ne dépassent pas le rôle d'un récepteur.

A cause de ce grand développement dans les technologies de la communication et la révolution de l'information, le monde devient un petit univers ouvert, annule tous les termes traditionnels de frontières entre les pays, que se soit géographiques, politiques ou culturelles, dont les pays producteurs tentent de diffuser leurs contenus, leurs valeurs et règlement aux pays consommateurs afin d'influencer sur les (habitudes) les coutumes, les comportements et les idées de ces derniers.

Le fait de toucher l'identité et la spécificité culturelle qui caractérise les sociétés et les pays, présente un problème chez les chercheurs et les investisseurs depuis longtemps.

Mais aujourd'hui ce problème s'augmente à cause d'une raison : son influence sur les sociétés et les pays c'est une évidence : celle de la révolution communicative qui crée une série de moyens d'information. Dans cette étude nous tentons de connaître l'identité culturelle et c'est le même sujet présent sur des chaînes télévisées et dans des émissions directes.

Mots clés : Information nouvelle, Identité culturelle, Métamorphose culturelle.

مقدمة:

تعتبر التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينيات من القرن الماضي، نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث انتشرت الشبكة العنكبوتية في كافة أنحاء العالم، وربطت جميع أجزائه المترامية، جاعلة منه قرية صغيرة، مكنت المجتمعات والشعوب من التعارف والتقارب وتبادل الأفكار والآراء والخبرات، كما فتحت المجال لكل مستخدم من الاستفادة من الوسائط المتعددة الجديدة، والخدمات التي توفرها هذه الأخيرة.

ومع ظهور هذا العصر الذي يموج بالتغيرات العالمية المعاصرة عصر العولمة والذي كان له تأثير كبير على المجتمعات الإنسانية، وعلى هويتها وثقافتها وأنساقها القيمية السائدة فيها، حيث يرى الباحثون في هذا المجال أن التأثير الكبير الذي يمارسه النظام الإعلامي الجديد عبر شبكة الانترنت، والإعلام الرقمي بصفة عامة، يعمل بصورة مستمرة، يأتي من جهة الشمال ليصل إلى دول الجنوب، محاولا تشكيل نظام عالمي واحد، مبني على هوية واحدة.

حيث سنحاول من خلال هذه الدراسة معرفة التأثير الذي يلعبه الإعلام الاجتماعي في الهوية والخصوصية الثقافية لدى المستخدمين في ظل موجات العولمة التي عرفها العالم بصفة عامة والعالم العربي بصفة خاصة، حيث تحمل هذه الثقافة الآتية من وراء البحار قيما مناقضة للثقافة العربية وللعادات والتقاليد والأعراف، وتعمل على تنميط كل الثقافات الأخرى وصهرها في قالب واحد، هذا ما كان له انعكاسات عديدة على المجتمعات.

وعليه نطرح التساؤل الرئيسي التالي: ما هي جوانب تأثير الإعلام الجديد في الهوية الثقافية؟ ويندرج تحت هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية: ما المقصود بالإعلام الجديد؟ ما المقصود بالهوية الثقافية؟ ما هي أهم التأثيرات الناتجة عن الإعلام الجديد في الهوية الثقافية؟

1- الإعلام الجديد - المفهوم، الخصائص، والوسائل -

يعتبر مفهوم الإعلام الجديد مفهوماً مثيراً للجدل، حيث أنه لم يجد تعريفاً واحداً بين منظري الإعلام والعلوم الإنسانية، نظراً لتداخل الآراء في دراسته، فالإعلام الجديد ما تولد من التزاوج بين تكنولوجيا الاتصال والبنية الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته.

ومن تعريفات الإعلام الجديد²:

يعرفه قاموس التكنولوجيا الرقمي بأنه: " اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة ".

وعرفه ليستر: هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام، الطباعة، والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو.

ويعرف قاموس الكمبيوتر الإعلام الجديد عبر مدخلين هما:

" إن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والانترنت. وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة

² عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 2008، ص ص 31-33

بالإضافة إلى التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق".

المفهوم يشير أيضا إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس إمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع³.

وعموما فمفهوم الإعلام الجديد يستخدم لوصف البيئة الإعلامية التي تدمج بين الإعلام التقليدي كالتلفزيون والراديو... من جهة والإعلام الرقمي من جهة أخرى، خاصة الإعلام التفاعلي أو الرقمي. وقد تعددت أسماء الإعلام الجديد، ولم تقف كذلك على اسم موحد، ومن هذه الأسماء:⁴

- **الإعلام الرقمي:** لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل التلفزيون الرقمي، الراديو الرقمي وغيرهما، أو للإشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر.
- **الإعلام التفاعلي:** طالما توفرت حالة من العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الأنترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وغيرهم من النظم الإعلامية التفاعلية.
- **الإعلام الشبكي:** على خطوط الاتصال بالتركيز على تطبيقاته في الأنترنت وغيرها من الشبكات.

³ محمود الفطافطة: علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية، ص 19.

⁴ نسرین حسونة: الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، شبكة الألوكة،

- **الوسائط السيبرونية:** من تعبير الفضاء السيبروني الذي أطلقه كاتب روايات الخيال العلمي ويليام جيبسون في روايته التي أصدرها عام 1984م.

- **إعلام الوسائط المتعددة:** حالة الاندماج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو.

خصائصه: يتميز الإعلام الجديد بمجموعة من الخصائص نذكرها في ما يلي:⁵

(1) **التفاعلية:** وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها المشاركون في عملية الاتصال متأثرين في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها.

(2) **تفتيت الاتصال:** وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضا درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

(3) **اللاتزامنية:** وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في الوقت المناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.

(4) **قابلية التحرك أو الحركية:** تنتج وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر أثناء تحرك مستخدميها.

⁵ سميرة شيخاني: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد 1 و 2، 2010، ص ص 444-446.

(5) **قابلية التحويل:** وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس.

(6) **قابلية التوصيل:** وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى، وبغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع، مثال ذلك توصيل جهاز التلفاز بجهاز الفيديو DVD.

(7) **الشيوع والانتشار:** ويعني الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر في البداية على أنها مجرد تسلية وترف ثم تتحول إلى ضرورة.

(8) **الكونية:** البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة، تعقد المسالك التي يندفق عليها رأس المال الإلكتروني عبر الحدود الدولية.

(9) **إعلام متعدد الوسائط:** تتميز وسائل الإعلام والاتصال الحديثة مقارنة بالوسائل التقليدية بكونها وسائل متعددة الوسائط، تجمع من الناحية الاتصالية بين المطبوع والصوت والصورة بنوعيهما الفيديو والفتوغرافية والرسومات الرقمية، وهكذا يستطيع المرء أن يشاهد ويسمع ويقرأ في آن واحد، ولم تعد للوسائل الإعلامية التقليدية كالصحافة والإذاعة والتلفزيون هوية مستقلة، بل اندمجت في الشبكة المعلوماتية العالمية، حيث أنشأت لها مواقع إلكترونية وأصبحت جزءاً من الويب.

(10) **كثافة المعلومات:** أتاح الإعلام الجديد للمستخدم وفرة هامة من المعلومات على اختلافها، وذلك بتعدد المواقع وتنوعها، من المواقع العامة إلى المواقع المتخصصة، إلى بنوك المعلومات، وبالتالي أصبح أمام

المستخدم مشكل وفرة المعلومات بعد ما كانت له مشكلة ندرة المعلومات في ظل الوسائل التقليدية.

(11) **الفورية:** ألغت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحواجز الزمنية، كما ألغت الحواجز المكانية، إذ يتم الاتصال بشكل فوري بغض النظر عن مكان المرسل أو المستقبل، بحيث لا تلاحظ عند اتصالك بحاسب في الصين أنك استغرقت وقتاً أطول مما لو كان الاتصال بحاسب في مدينتك. **وسائله:** تتمثل أهم الأشكال الرئيسية للإعلام الجديد في:⁶

(1) **الشبكات الاجتماعية:** التي تسمح لمستخدميها بإنشاء صفحات ومساحات خاصة ضمن الموقع نفسه، ومن ثمة التواصل مع الأصدقاء ومشاركة المحتويات والاتصالات، ومن أشهرها الفيس بوك.

(2) **الويكي:** وهي المواقع التي تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها، حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة جماعية، أشهرها وكيبيديا الموسوعة التي تتضمن ملايين المقالات بمعظم لغات العالم.

(3) **المدونات:** التي تعتبر أشهر أوجه الإعلام الجديد، وتتجسد من خلال مذكرات ترتب، حيث توضع التدوينات الأحدث في أعلى الصفحة الرئيسية للمدونة، تليها المدونات الأقدم، وتتيح المدونات التعليق على ما يكتب فيها، كما يمكن لصاحب المدونة التحكم في محتوياتها بسهولة كبيرة مقارنة بمواقع الويب التقليدية ومن أشهر منصات التدوين: Bloggs, Wordpress

⁶دليلة غروية: الأنترنت، الشبكات الاجتماعية وثورة الإعلام الجديد، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية العدد 15، 2013، ص 303.

2 الهوية الثقافية – مفهومها، المقومات، والتحديات –

قدمت اليونسكو في دليل عمل العقد العالمي للتنمية الثقافية 1988/1997م الصادر تحت عنوان A.Practical Guide to orldDecade for CulturalDevelopment 1997/1988م تعريفا للهوية الثقافية نصه: "الهوية الثقافية تعني أولا قبل كل شيء تعريفنا التلقائي بأننا أفراد ننتمي إلى جماعة لغوية محلية أو إقليمية أو وطنية بما لها من قيم تميزها (أخلاقية، جمالية،... إلخ)، ويتضمن ذلك أيضا الأسلوب تستوعب به تاريخ هذه الجماعة وتقاليدها، وعاداتها وأساليب حياتها، وإحساسها بالخضوع أو المشاركة فيه أو تشكيل قدر مشترك، وتعني الطريقة التي تظهر فيها أنفسنا في ذات كلية، حيث نرى انطباعاتنا الخاصة بصفة مستمرة، مما يمكننا من بناء شخصياتنا من خلال التعليم والتعبير عنها في العمل الذي يؤثر بدوره في العالم الذي نحيا فيه".⁷

والهوية الثقافية هي القدر الثابت والمشارك من السمات العامة التي تميز حضارة الأمة عن غيرها من الحضارات والتي تجعل للشخصية الوطنية، أو القومية طابعا يميزها عن الشخصيات الأخرى، فهي الحلقة الأساسية التي تربط الإنسان بتراب وطنه، وبهذا المعنى فإن الهوية الثقافية هي النقيض للعلومة التي تعني تحويل العالم إلى قرية واحدة بلا حدود.⁸

⁷ مجدي عزيز ابراهيم: المنهج التربوي العالمي، أسس تصميم منهج تربوي في ضوء التنوع الثقافي، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 2001، ص ص 23-24.

⁸ فؤاده البكري: الهوية الثقافية العربية في ظل ثورة الاتصال والإعلام الجديد، ورقة بحثية مقدمة ضمن أبحاث المؤتمر الدولي – الإعلام الجديد: تكنولوجيا، لعالم جديد، جامعة البحرين، 7 – 9 أبريل، 2009، ص 379.

مقوماتها: يقصد بمقومات الهوية الثقافية تلك الخصائص العقلية والانفعالية أو الوجدانية، وبالتالي السلوكية التي تشيع بين عدد كبير من أفراد قوم ما وتتخذ شكل النمط الذي يميزهم عن غيرهم من الأقوام، وفيما يلي سنلقي الضوء على أهم العوامل التي تؤثر في الأمم أو في هويتها الثقافية:

أولاً: العامل الديني: إن الدين الإسلامي هو أحد مقومات الهوية الثقافية العربية، وبقدر ما يقوم الدين بتشكيل الثقافة يقوم أيضاً بشحنها بالرموز والمضامين والقيم، وهو يفضي إلى تعبئة المخيال الاجتماعي برموز وقيم وعادات وتقاليد من شأنه استثمارها في الحقل الثقافي.⁹

ثانياً: العامل اللغوي: تعتبر اللغة وعاء الثقافة لأنها تشتمل على تاريخ الأمة وعلى أدبها من نثر وشعر وعلى تراثها الفكري من علوم ومعارف، ولذا فهي العنصر الأهم من العناصر البنائية لثقافة الأمة، وهي التي تهب الفرد انتمائه الحقيقي إلى مجتمعه القومي، وهي التي تجعل لكل مجتمع كيانه الثقافي والحضاري الذي يميزه عن سائر القوميات. (صالح أبو الأصعب، ص 46) فاللغة العربية مثلاً هي العامل الأساسي المحرك للهوية الثقافية العربية وشرط حصانتها وديمومتها.¹⁰

ثالثاً: العامل التاريخي: يعد التاريخ بمثابة شعور الأمة وذاكرتها، إذا كانت اللغة روح الأمة وحياتها ومحور قوميتها وعمودها الفقري، فالتاريخ يكون للأمة شخصيتها، وإذا كانت لكل أمة هويتها أو نظامها الذي ينمو ويتطور بفعل ظروف الزمان والمكان جميعاً، أو بفعل جملة الأحداث التي يمر بها

⁹ عماد عبد الغني: سوسولوجيا الثقافة، المفاهيم والإشكاليات... من الحداثة إلى العولمة، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، 2006، ص 138.

¹⁰ محمد عبد الرؤوف عطية: التعليم وأزمة الهوية الثقافية، القاهرة، مؤسسة طيبة للطبع والنشر، ط1، 2009، ص 47.

الفرد والمجتمع على حد سواء، فإن التاريخ يشكل الروابط القائمة بين أفراد المجتمع الواحد من جانب وبين المجتمع وغيره من المجتمعات من جانب آخر، كذلك فإن وحدة القيم ووحدة اللغة ووحدة الفكر ووحدة الأدب ووحدة العادات والتقاليد، ووحدة النظر إلى الحياة، يرجع ذلك كله في المقام الأول إلى وحدة التاريخ، فجميع تلك المقومات الثقافية وليدة عملية تاريخية، وعليه فإن العامل التاريخي من أهم عوامل تشكيل القومية فهو الذي يصنع وجدان الأمة ويكون ضميرها ويحدد فلسفتها ويبلور أهدافها.¹¹

رابعا: العامل الاجتماعي: إن توحيد أمة من الأمم يتوقف بالضرورة على وحدة نظامها الاجتماعي المكون من القيم والعادات والتقاليد وكل ما يتعلق بالمسائل الاجتماعية من علاقات لأفراد داخل الأسرة وخارجها، ولا شك أن الحياة القائمة على عوامل المحبة والألفة والوحدة الاجتماعية تؤدي إلى التعاطف والتماسك الاجتماعي، ومن هنا كان للعامل الاجتماعي دور هام في تدعيم الهوية الثقافية.¹²

التحديات التي تواجه الهوية الثقافية: يمكن تقسيم التحديات التي تواجه الهوية العربية إلى تحديات داخلية وأخرى خارجية:

أولا: التحديات الخارجية: تعد " العولمة" التي ظهرت بقوة على الساحة خلال العقد الأخير من القرن الفائت أبرز تحد يواجه الهوية العربية وأصعب اختيار لمدى تأمل هذه الهوية في الكيان العربي وقدرتها على الصمود ومقاومة

¹¹ إمام مختار حميدة وعبد الرؤوف محمد الفقي: القومية العربية كما تناولتها كتب التاريخ في المرحلة الثانوية العامة في مصر، مجلة دراسات في المناهج وطرق التدريس، الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس، العدد 31، ماي 1995، ص ص 9-10.
¹² محمد عبد الرؤوف: مرجع سبق ذكره، ص 48.

الذوبان والاضمحلال، ويمكن القول أن الهوية العربية بحق تقف الآن عند مفترق الطرق.¹³

فلقد ارتبط سؤال الهوية بعملية العولمة باعتبارها القضية المحورية التي تعبر عن مدى التحدي الحضاري الحقيقي الذي يشهده العالم العربي مع نهاية الألفية الثانية، حيث يكاد يكون سؤال الهوية الهاجس الوحيد الثابت في أي معالجة لسيرورة العولمة وبخاصة وأن البعض يراها وكأنها مخطط محكم، وإستراتيجية محددة تم تخطيطها وتنفيذها بوعي، وقصد بها اجتياح بقية العالم وتهديد الثقافات المحلية والقومية الأخرى.¹⁴

إن الزيادة في المضامين الغربية الموجه للمنطقة العربية والتي تنبث عبر مختلف وسائل الإعلام الجديد قد يهدد بنوع من الذوبان الثقافي، وغياب أهم ملامح الهوية الثقافية العربية.

ثانيا: التحديات الداخلية: وتتمثل في غياب دور الأسرة، وتعدد أنظمة التعليم، واختلاف فلسفتها، بالإضافة إلى البعد عن العربية اللغة الأم، واستبدالها في كثير من المواقع بالإنجليزية، هذا إلى جانب شيوع اللهجات الدارجة بما فيها من تعبيرات تعكس مدى انحدار المستوى اللغوي في المنطقة العربية، ونلمس ذلك جليا خاصة في مواقع الدردشة على شبكات التواصل الاجتماعي.

إن الهوية الثقافية العربية تمر حاليا بفترة عصبية نتيجة لتوارد متغيرات عدة مرت عليها، وعلى الرغم من أن لبعض هذه المتغيرات جذور سابقة، إلا أن وطأتها قد زادت حدة في الآونة الأخيرة، نظرا لبروز معطيات

¹³ محمد ناصر عبد الباسط: الإعلام الفضائي والهوية الثقافية، الإسكندرية، دار المعرفة، الجامعية، 2012، ص 174.

¹⁴ حيدر إبراهيم: العولمة وجدل الهوية الثقافية، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، عالم الفكر، المجلد 28، العدد الثاني، 1998، ص 101.

عديدة على الساحتين، الدولية والإقليمية أوصلتها إلى ما يمكن تسميته بمرحلة الانحسار المهدد للانكسار.¹⁵

ثالثا: الهوية الثقافية وأزمة الاختراق الثقافي:

تطرح قضية الهوية الثقافية نفسها في ظل تحولات العولمة، و التي تثير أزمة اختراق الثقافة، و النظر إلى هذه الأخيرة يكون من منطلق أنها: " ظاهرة تتعرض لها مختلف الثقافات الوطنية بما في ذلك ثقافات أوروبا، ناهيك عن ثقافات البلدان الواقعة تحت نفوذ الغرب و هيمنتها، بلدان عالم الجنوب، ومن بينها دول العالم العربي الإسلامي ".¹⁶

مفهوم الاختراق الثقافي: و يعني مفهوم الاختراق الثقافي مجموعة من الأنشطة الثقافية و الفكرية و الإعلامية التي توجهها جهة أو عدة جهات نحو مجتمعات و شعوب معينة، بهدف تكوين أنساق من الاتجاهات السلوكية العلمية، أو أنماط و أساليب من التفكير و الرؤى لدى تلك المجتمعات و الشعوب بما يخدم مصالح و أهداف الجهة أو الجهات التي تمارس عملية الاختراق هذه بمضمونها الثقافي و الحضاري.¹⁷

وبالتالي ففعل اختراق الثقافة هو سلب للخصوصية، و هو فعل اعتداء على الآخر، وهو يتجلى في صياغة ثقافة عالمية منمنجة، لها قيم و معايير و سلوك و عادات، و سيطرة ثقافية غربية على سائر الثقافات بواسطة استثمار

¹⁵ عبد الرحمن محمد الشامي: الأنترنت والهوية العربية، الفروض والمخاطر – دراسة تحليلية، أبحاث المؤتمر العلمي السنوي العاشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة ، ص 635. محمد عابد الجابري: المسألة الثقافية في الوطن العربي قضايا في الفكر المعاصر، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ص 209.¹⁶ سامي شريف: قضايا الإعلام الدولي، القاهرة، دار النهضة العربية، 2007، ص 17.¹⁶

مكتسبات العلوم و التقدم التكنولوجي في مجال ثورة الاتصالات و ثورة المعلومات.

ويمكن القول أن الاختراق الثقافي يستهدف اختراقا للهوية الحضارية للأمم والشعوب، من خلال اختراق المنظمات المكونة لثقافتها.¹⁸

أبعاد الاختراق الثقافي: يتضمن مفهوم الاختراق الثقافي الأبعاد التالية:¹⁹

- ✓ تبعية ثقافة الدولة المستقبلية لثقافة الدولة المرسلية، واعتمادها عليها اعتمادا بنويا في إنتاج القيم والمعاني والأفكار و المعارف التي تحتاج إليها، سواء أكان ذلك بسبب تفوق ثقافات الدولة المخترقة وقدراتها، أم بسبب انعدام الثقة في النفس لدى الثقافات المستقبلية.
- ✓ وضع العقبات أمام الجهود التي تبذلها الدول النامية لتثبيت دعائم استقلالها الثقافي وضمان سيادتها.
- ✓ تعطيل الإرادة الوطنية للدولة التابعة ثقافيا، وفقدان سيطرتها على إعادة تكوين ذاتها وتجديدها.

3- الإعلام الجديد وتأثيره في الهوية الثقافية:

هناك عدة جوانب يؤثر فيها الإعلام الجديد في الهوية الثقافية، ويمكن أن نورد أهمها فيما يلي:

أولا: التأثير على الانتماء: الانتماء هو أعلى سلم في الهوية كسمة تعبر عنها، واستخدام وسائل الإعلام الجديد مع الكثرة يمكن أن يحدث تفككا في الانتماء بكل أبعاده، حتى مع المكان والذي يمثل تمازج بين الطبيعة والقيم والثقافة وأنماط

¹⁸ محمد عابد الجابري: مرجع سبق ذكره، ص 214.

¹⁹ المرجع نفسه: ص (217)

التعامل مع البيئة والآخر والعمران،²⁰ ومع استخدام الانترنت ووسائل الإعلام الجديد عموماً فإنه قد تراجعت أهمية عامل المكان المعايير كمتغير أساسي في تأسيس ذات الفرد وانتمائه و شخصيته في المجتمع المعاصر إلى حد كبير،²¹ بمعنى هناك قضاء على الانتماء للمكان، هذا المكان الذي يمثل الوطن والأرض، فالفرد أصبح ينتمي في إطار مفهوم العولمة إلى مجتمعات وليس إلى مجتمع، ولأديان وليس لدينه، ولثقافات وليس لتقافته، إنه ما أطلق عليه " مواطن الشبكة".

ثانياً: التأثير في اللغة: يتفق الباحثون على اختلاف مذاهبهم في العلوم الإنسانية والاجتماعية على أن ثقافة كل أمة كامنة في لغتها، كامنة في معجمها ونحوها ونصوصها، واللغة بلا منازع تبرز السمات الثقافية بأنواعها.²² واللغة العربية تمثل أحد مكونات الهوية الثقافية العربية وخير معبر عنها. هذا ما يؤدي إلى طرح قضية استخدام الوسائط الجديدة وتأثيره في اللغة العربية، فالتأثير القائم في هذه الوسائل

هو غلبة المحتوى باللغة الانجليزية، وبالتالي سيطرتها، ذلك أن استعمال اللغة الأجنبية يفرض مضمونا معيناً من التفكير والسلوك، المرتبطين بالتطورات التي تحدث في مجتمعات ما وراء البحار، أكثر مما تعبر عن واقع

²⁰ عزي عبد الرحمن: دراسات في نظريات الاتصال، نحو فكر إعلامي حضاري متميز، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، 2003، ص 15.

²¹ المرجع نفسه: ص 104

²² علي محمد رحومة: الانترنت والمنظومة التكنولوجية الاجتماعية، بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، العدد 53، يوليو 2005، ص 344.

المجتمع العربي²³ ، كذلك يطرح إشكال اللغة المستخدمة في التطبيقات أو الخدمات التي يوفرها هذا الإعلام، والتي يستعمل فيها الشباب مفردات لغوية دخيلة، وكذا استعمال حروف لاتينية لكتابة كلمات عربية، واستخدام اللهجات الأمر الذي من شأنه إضعاف حضور اللغة العربية لدى المستخدمين، الذين خلقوا لأنفسهم لغة خاصة بهم.

وبالتالي هذه أزمة تعانيتها الهوية في أبعادها ومكوناتها من خلال استخدام الإعلام الجديد، الذي أثار احتمال تأثيره في اللغة العربية، حيث تسيطر اللغة الانجليزية على أكثر من 80% من المواد المعروضة، هذا ما أدى إلى بالشباب إلى ابتداء لغة جديدة بعيدة كل البعد عن اللغة العربية، وهي لغة مختزلة مبتورة، فاقدة لأي قواعد، لا علاقة لها بالفصحى ولا بالفرنسية ولا بالإنجليزية، إنها هي خليط من الأحرف والأرقام وهي أقرب إلى اللهجات المحلية بمفردات أجنبية مع استعمال الأحرف اللاتينية.²⁴

ثالثا: التأثير في الدين الإسلامي: الدين الإسلامي من معالم ومرتكزات الثقافة العربية، ولقد أدى الإسلام دورا هاما في نشر الهوية والثقافة العربية، والاعتقاد الديني هو الأساس الذي تقوم عليه الثقافات،²⁵ وإذا كان هناك اعتداء على الخصوصيات الثقافية وملامح الهوية من خلال تكنولوجيا الاتصال الحديثة، فالأكيد أن هناك اعتداء واضح عبر هذه الوسيلة على أحد معالم

²³ عمار بوحوش: لغتنا العربية، جزء من هويتنا، مجلة المستقبل العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 35، جانفي 1999، ص 124.

²⁴ صلاح الدين الجورشي: الشباب العربي والانترنت، هروب من السياسة أم محاولة لإعادة بنائها؟ مجلة شؤون عربية، الأمانة العامة الجامعية للدول العربية، العدد 182، 2007، ص 80.

²⁵ محمد الجوهري: العولمة والثقافة الإسلامية، دار الأمين للنشر والتوزيع، ط1، 2002، ص 122.

الثقافة وعناصرها " الدين "، وهذا في إطار الغزو الثقافي للمجتمعات، حيث تعاني كل الشعوب والأمم منه، أما في جوهره وأساسه فإنه يستهدف الإسلام بالدرجة الأولى، يحاول تشويه حقائقه والتشكيك في أصوله، لأن الإسلام هو الطاقة الوحيدة التي تصنع من ضعف المسلمين قوة، ومن تمزقهم وحدة.

ومن خلال الوسائط المتعددة الجديدة نجد أن هناك حرب حالية ضد العقيدة الإسلامية تتم باختراق المواقع العربية وتدميرها، أو وضع صور مخلة عليها، أو إنشاء مواقع لتثويبه صورة الدين الإسلامي، وهي كلها جرائم مستحدثة وخطورتها أن هذا الإعلام عالمي يصل إلى الجميع، وفي إطار هذا التأثير نجد أن من أهم المشكلات تعزيز النزعة المادية على حساب الجانب الروحي والإيمان وإظهار شعائر أهل الكفر ورموز أديانهم الباطلة وتشويه صورة الإسلام والمسلمين.²⁶

فالإعلام الرقمي وما يحتويه من مضامين سلبية تسعى إلى تشويه صورة الإسلام عن طريق الترويج للأفكار الإستشراقية الموبوءة عن التاريخ الإسلامي، واتهام المسلمين بالخروج عن قيم التحضر وقوانينه ولجؤه إلى العنف.²⁷ وبالتالي ما ينشر من أفكار منحرفة ضد الدين، يهدف إلى التشكيك في المعتقدات الدينية، واستبعاد الإسلام وتفريغ المناسبات الدينية من كل مدلولاتها وقيمها، وتصوير الدين على أنه يخدم حرية المرء، وكل هذا يندرج ضمن تأثيرات العولمة الساعية لمحاربة الهوية العربية الإسلامية، كما

²⁶ دحماني سمير: أثر استخدام شبكة الأنترنت على الهوية لدى الشباب في ظل العولمة الإعلامية، رسالة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2009/2008، ص 87.

²⁷ صبري مصطفى البياتي: المعلوماتية وانعكاساتها السلبية على الطفل العربي، مجلة المستقبل العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 308، أكتوبر 2004، ص 151.

نجد أن الزمن الإعلامي يؤثر في الزمن الديني، بمعنى يؤثر في الوقت المخصص للعبادات، وبالتالي إضعاف الجانب الديني لدى مستخدمي الإعلام الجديد.

رابعاً: التأثير في الأخلاق: لا أحد ينكر التأثيرات الأخلاقية للإعلام الجديد، حيث أثبتت العديد من الدراسات أن نسبة كبيرة من مستخدميته يتعرضون للمواقع الإباحية بالدرجة الأولى، وهذا المشكل يأتي في المرتبة الأولى من بين مخاطر الإعلام الجديد، حيث أخذت الإباحية بشتى وسائل عرضها من صور وفيديو وحكايات تنشر وتصبح في متناول الجميع، ولا جدال أو شبهة في أن تلك الإباحية الإلكترونية من أخطر ما يمس بفضيلة الحياء والقيم الدينية والخلفية التي ينبغي أن يتحلى بها كل فرد وفي أي مجتمع.

وبالرجوع إلى الدراسات التي أقيمت في هذا الأمر، نجد حسب الإحصائيات أن 60% من مستخدمي الانترنت اطلع ولو مرة واحدة على موقع من مواقع الإباحية الجنسية.²⁸

فسوء استخدام محتوى الإعلام الرقمي بهذا الشكل السلبي من شأنه إضعاف الحساسية والاستحياء من الممنوعات الأخلاقية، وتكرار الفعل لمرات ربما يتجاوز هذا الممنوع إلى القيام به دون أدنى وازع، وبالتالي تصغير هذا الفعل، والتأثير على القيم الأخلاقية كجزء من هويتنا الثقافية.

خامساً: التأثيرات الاجتماعية: وتأتي هذه التأثيرات نتيجة لكثرة الاستخدام، والتي تؤدي إلى إضعاف بنية التفاعل الاجتماعي، فكثرة استخدام الزمن الإعلامي يؤدي إلى التأثير وربما التقليل على الزمن الاجتماعي، بمعنى آخر التأثير في الوقت المخصص للتواصل مع الأسرة والأصدقاء، وهذا ما يؤدي

²⁸ سمير دحماني: مرجع سبق ذكره، ص 88.

إلى العزلة عن الآخرين، وما يزيد ذلك سوءاً طبيعة الاستخدام المنفرد لهذه الوسائل، وبالتالي التباعد بين أفراد الأسرة وكذا المجتمع، وغياب الاتصال الشخصي بينهم، وهذا كله يؤثر في التنشئة الاجتماعية لأفراد المجتمع، وانحصار العلاقات الاجتماعية، وتجميد التنقل والحراك الاجتماعي، مما يضعف علاقة الفرد بهويته ومجتمعه.²⁹

سادساً: التأثيرات الثقافية: إن كل التأثيرات السابقة تدخل ضمن هذه التأثيرات، وطالما أن الثقافة مرتبطة بوسائل الإعلام باعتبارها المضمون الذي تقدمه، فإن أكبر التحديات التي تواجه الهوية هي عولمة الثقافة، فليست المشكلة في عولمة الأدوات والوسائل، وإنما تكمن في عولمة المضمون المقدم عبرها، والتي تحاول الدول المنتجة لهذه المضامين فرضه لصالح ثقافة عالمية واحدة.³⁰ خاصة وأن الواقع يقول بأن الدول التي تمتلك الوسائل الجديدة هي التي تتحكم في بناء الثقافات وفقاً لقيمتها وأفكارها، وبثها إلى الدول التي لا تمتلك هذه الوسائل، لتستهلك تلك القيم والأفكار دون أن تشارك بقيمتها ونظمتها،³¹ ومع ضعف البنية الثقافية في منطقتنا العربية، الذي سهل عملية التأثير الثقافي، وبالتالي الوقوع في وحل التغريب الثقافي، وتنامي الفردية وتراجع الجماعية، والتأثير على القيم والعادات والأفكار ووصول الفرد إلى الاغتراب عن مجتمعه وثقافته.

²⁹ المرجع نفسه: ص 89.

³⁰ سامي شريف: مرجع سبق ذكره، ص 20.

³¹ عبد الباسط سلمان: عولمة القنوات الفضائية، القاهرة، الدار الثقافية للنشر، ط1، 2005، ص 05.

فالعالم يتشكل اليوم بطريقة مختلفة وبقوى جديدة، وهذا يعني أن الثقافة بدأت تتغير سواء من حيث أطرافها ومضامينها، أو من حيث وسائلها واتجاهها.

الخاتمة:

يتميز الإعلام الجديد بخصائص وسمات اتصالية عديدة، ميزته عن الإعلام القديم، حيث يجمع وبشكل تكاملي بين العديد من الخدمات والوظائف، ويجمع بين أكثر من وسيلة، هذا ما جعله مفضلا عند كثير من الناس خاصة الشباب. إن طبيعة هذا الإعلام بما يحمله من محتوى يثير مخاوف لدى الباحثين من تأثيره في جميع الأصعدة، وعلى صعيد الهوية الثقافية على الأخص، ما يطرح أبعادا إيجابية وسلبية لهذا التأثير، خاصة مع تدني في المشهد المعلوماتي للدول العربية.

قائمة المصادر والمراجع:

1. إمام مختار حميدة وعبد الرؤوف محمد الفقي: القومية العربية كما تناولتها كتب التاريخ في المرحلة الثانوية العامة في مصر، مجلة دراسات في المناهج وطرق التدريس، الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس، العدد 31، ماي 1995.
2. حيدر إبراهيم: العولمة وجدل الهوية الثقافية، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، عالم الفكر، المجلد 28، العدد الثاني، 1998.
3. دليلة غروبة: الأنترنت، الشبكات الاجتماعية وثورة الإعلام الجديد، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية العدد 15، 2013.
4. سامي شريف: قضايا الإعلام الدولي، القاهرة، دار النهضة العربية، 2007.
5. سمير دحماني: أثر استخدام شبكة الأنترنت على الهوية لدى الشباب في ظل العولمة الإعلامية، رسالة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2009/2008.
6. سميرة شيخاني: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد 1 و 2، 2010.
7. صالح أبو الأصبع: تحديا الإعلام العربي، دراسات الإعلام، المصداقية، الحرية، التنمية، والهيمنة الثقافية، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 1999.

8. صبري مصطفى البياتي: المعلوماتية وانعكاساتها السلبية على الطفل العربي، مجلة المستقبل العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 308، أكتوبر 2004.
9. صلاح الدين الجورشي: الشباب العربي والانترنت، هروب من السياسة أم محاولة لإعادة بنائها؟ مجلة شؤون عربية، الأمانة العامة الجامعية للدول العربية، العدد 182، 2007.
10. عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 2008.
11. عبد الباسط سلمان: عولمة القنوات الفضائية، القاهرة، الدار الثقافية للنشر، ط1، 2005.
12. عبد الرحمن محمد الشامي: الأنترنت والهوية العربية، الفروض والمخاطر - دراسة تحليلية، أبحاث المؤتمر العلمي السنوي العاشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة.
13. عزي عبد الرحمن: دراسات في نظريات الاتصال، نحو فكر إعلامي حضاري متميز، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، 2003.
14. علي محمد رحومة: الأنترنت والمنظومة التكنولوجية الاجتماعية، بحث تحليلي في الآلية التقنية للأنترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، العدد 53، يوليو 2005.
15. عماد عبد الغني: سوسيولوجيا الثقافة، المفاهيم والإشكاليات... من الحداثة إلى العولمة، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، 2006.
16. عمار بوحوش: لغتنا العربية، جزء من هويتنا، مجلة المستقبل العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 35، جانفي 1999.

17. فؤاده البكري: الهوية الثقافية العربية في ظل ثورة الاتصال والإعلام الجديد، ورقة بحثية مقدمة ضمن أبحاث المؤتمر الدولي - الإعلام الجديد: تكنولوجيا، لعالم جديد، جامعة البحرين، 7 - 9 أبريل، 2009.
18. مجدي عزيز إبراهيم: المنهج التربوي العالمي، أسس تصميم منهج تربوي في ضوء التنوع الثقافي، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 2001.
19. محمد الجوهري: العولمة والثقافة الإسلامية، دار الأمين للنشر والتوزيع، ط1، 2002.
20. محمد عابد الجابري: المسألة الثقافية في الوطن العربي قضايا في الفكر المعاصر، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية،
21. محمد عبد الرؤوف عطية: التعليم وأزمة الهوية الثقافية، القاهرة، مؤسسة طيبة للطبع والنشر، ط1، 2009.
22. محمد ناصر عبد الباسط: الإعلام الفضائي والهوية الثقافية، الإسكندرية، دار المعرفة، الجامعية، 2012.
23. محمود الفطافطة: علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية
24. نسرين حسونة: الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، شبكة الألوكة.