

أثر الإعلام الجديد على الهوية الثقافية والخصوصية الإسلامية

The Impact of New Media on Cultural Identity and Islamic Privacy

الدكتور : علي الوحيشي، جامعة الزاوية، ليبيا alielwahishi@gmail.com

تاريخ القبول : 2018/01/28

تاريخ الاستلام : 2018/01/01

الملخص:

يمثل الإعلام الجديد حلقة وصل وتفاعل بين مختلف ثقافات العالم من خلال الإتصالات وتبادل الرسائل، والإشراك المعرفي الذي يتم بين مستخدمي وسائل الإعلام الجديد، بغض النظر عن المسافة والحدود الجغرافية الفاصلة بينهم، فالأفراد يتواصلون مع بعضهم البعض في غضون ثوانٍ في إطار ما يسمى Global Village، ويعتبر التواصل والتفاعل بين الأفراد من العوامل الرئيسية التي تؤثر في التكيف الثقافي داخل المجتمعات، كما إن للإعلام الجديد تأثير كبير على الإدراك المعرفي والثقافي للأفراد، إذا ما إستخدمت تلك الوسائل بالشكل الصحيح، وهذا لا ينفي مخاطر وسائل الإعلام الجديد على الهوية الثقافية والخصوصية الإسلامية، خاصة بعد إن أصبح الإعلام صناعة تتنافس عليها الشركات الكبرى، وتسعى من خلالها الدول المتقدمة لسيطرتها على الدول الأخرى سياسياً وإقتصادياً وثقافياً.

الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام الجديد؛ الهوية الثقافية؛ الخصوصية الإسلامية.

Abstract:

The New Media represents a link and interaction between the different cultures of the world through communications, exchange messages, and sharing knowledge that happened between the users of the new media, regardless on the distance and the geographical borders that separate between them. Individuals communicate with each other within seconds in the framework of the so-called Global Village. The communication and interaction between individuals considered as the main factors that affecting the cultural adjustment within communities, as well as the new media has significant impact on the cognitive and cultural of the individuals if they use those means properly. This does not negate the risks of the new media on cultural Identity and Islamic Privacy, especially after the media became as an industry that competing on it the major companies and countries, which seek to extend their control on the other countries economically, politically, and culturally.

Keywords, new media, cultural identity, Islamic privacy,

مقدمة:

تمتاز الألفية الثالثة بالتفوق التكنولوجي والمعربي في إطار ما يسمى بثورة المعلومات Information Revolution، التي ساهمت في سرعة إنتشار الإعلام الجديد على شبكة الإنترنت World Wide Web والذي لقي إهتماماً متزايداً من قبل الأفراد والجماعات في أماكن مختلفة من أنحاء العالم، في بيئة إفتراضية خلقت آفاق من التواصل الثقافي والمعربي، وقربت المسافات وأختصرت الزمن، فالإعلام الجديد دفع بسرعة الإتجاه نحو العولمة، وخلق تفاعل ما بين الإنسان والمجتمع، والتواصل ما بين الثقافات المختلفة داخل الدولة وخارجها، ووفر فضاء للناس مكنهم من التعبير بحرية أكبر عن آرائهم ومعتقداتهم، وإقامة علاقات فيما بينهم.

وفي الإتجاه الأخر، هذا التطور كان له بالغ الأثر على الهوية الثقافية والاجتماعية والخصوصية الدينية، بل وعلى السلوك والأخلاق، ولم تكن المنطقة العربية والإسلامية بمنأى عن هذا التطور الذي إنعكس إيجاباً في بعض الأحيان، حيث ساهم في تشكيل الوعي والإدراك المعربي للمجتمعات في كافة المجالات السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، وسلباً في أحيان أخرى، خاصة في ظل إنتشار الفقر، وتدني المستوى التعليم والثقافي لبعض الفئات التي أرتقى كثيراً منها في أحضان الجماعات الإرهابية، الأمر الذي تطلب من مجتمعاتنا العربية والإسلامية العمل على تحصيل الشباب من سلبات الإعلام الجديد، وذلك من خلال إعادة النظر في المناهج الدراسية لمختلف المراحل التعليمية، بما يواكب التطور والتقدم العلمي والمعربي، الذي يشهده العالم اليوم، والحفاظ على القيم الإسلامية، وأيضاً من خلال إيجاد نظاماً إعلامياً قادراً على التواصل مع مختلف الثقافات العالمية، نهبك عن العمل الجاد للقضاء على الفقر والفساد الإداري والمالي، والفوارق الاجتماعية والاقتصادية، التي أستشرت اليوم وبشكل متزايد في مجتمعاتنا، مما جعل الفرد يعيش غريباً في وطنه.

I. 1- إشكالية البحث

إنقسمت نظرة المهتمين إلى وسائل الإعلام الجديد، بين النظرة الإيجابية التي ترى بأن الإعلام الجديد وسيلة للتنامي والتلاحم بين الأفراد من مجتمعات وثقافات مختلفة، بما يعزز ويقرب وجهات النظر المختلفة في عالم إفتراضي يساعد على التبادل الثقافي والمعربي، ويزيد من مستويات الإندماج الفكري في المجتمعات المحلية والدولية، حيث يُستخدم الإعلام الجديد كوسيلة لترويج اللغة والثقافة في المجتمعات

الحديثة، وذلك من منطلق إن الإعلام الجديد أتاح لكل شخص فرصة إكتساب المعارف والمهارات من خلال المشاركة والإستفادة من هذه التقنية، بينما ترى وجهة النظر السلبية الإعلام الجديد بمثابة محاولة لسيطرة الطرف الذي يمتلك هذه التقنية على الطرف الأخر، على كافة المستويات السياسية والاقتصادية والثقافية بل وحتى الدينية.

لذلك ينطلق هذا البحث من التساؤل التالي:

هل تشكل وسائل الإعلام الجديد تحدياً كبيراً للمجتمعات العربية والإسلامية، مما يدفع بكثير من الشباب المسلم لتبني ممارسات غريبة على المجتمعات الإسلامية؟

I.2- فرضية البحث

يستند هذا البحث على فرضية مفادها: بأن وسائل الإعلام الجديد أصبحت صناعة تتنافس فيها الدول والمؤسسات الكبرى لبسط سيطرتها على الدول الأخرى، سواء كان ذلك على المستوى السياسي، أو الاقتصادي، أو الاجتماعي، أو الثقافي، أو الديني، وبالتالي تحمل وسائل الإعلام الجديد في طياتها الكثير من المخاطر على الهوية الثقافية، بل وعلى الخصوصية الدينية للمجتمعات العربية والإسلامية، الأمر الذي يتطلب منا التنبيه لهذه المخاطر التي تستدعي مواجهتها من خلال تحصيل الشباب المسلم، وتنمية إدراكهم المعرفي والثقافي بما يعزز الوازع الديني لديهم.

I.3- أهمية البحث

نظراً للدور الخطير الذي تلعبه وسائل الإعلام الجديد في التأثير على الهوية الثقافية والمعرفية فإن أهمية هذا البحث تركز على:

- محاولة التعرف على أثر وسائل الإعلام الجديد في تنمية الإدراك المعرفي والثقافي لدى المجتمعات المسلمة.

- تبيان أثر وسائل الإعلام الجديد على الخصوصية الإسلامية، وكيفية التصدي لها من خلال تحصيل الشباب المسلم بالتوجيه الإسري والمجتمعي، وتنمية المعرفة والثقافة لديهم.

I.4- أهداف البحث

يهدف الباحث من وراء عرض هذا البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- 1- إبراز مفهوم الهوية الثقافية.
- 2- تبيان أثر الإعلام الجديد على الهوية الثقافية والإدراك المعرفي.
- 3- الكشف عن أثر الإعلام الجديد على الخصوصية الإسلامية.

I.5- الدراسات السابقة

إن الدراسات والبحوث وفيرة حول وسائل الإعلام الجديد وأثرها على المجتمعات، ولكن ما أعتقد بالنسبة جديد في هذا البحث هو التركيز على أثر وسائل الاعلام الجديد على الهوية الثقافية والخصوصية الإسلامية في المجتمعات العربية والإسلامية، وإظهار مخاطر تلك الوسائل على الشباب المسلم، ومن هذه الدراسات:

1- دراسة أسعد ملي (2010). بعنوان التدايمات الاقتصادية لعولمة الإعلام وأثرها على الهوية الثقافية.

خلصت دراسته إلى النتائج التالية:

- إن الصراع الأشد في عصر العولمة الإعلامية سيكون صراعاً ثقافياً.
- هناك تأثير طاعني لوسائل الإعلام في الفرد ومن ثم في المجتمع، وهذا يترك تأثيره في ثقافة المجتمع وفي أنماط سلوك الأفراد.
- لا يوجد خيار لرفض أو قبول العولمة الإعلامية، فهي حقيقة موجودة والخيار الوحيد هو كيفية التعامل معها.

2- دراسة حسن السوداني (2014). بعنوان: تكنولوجيا الإعلام الجديد وإنتهاك حق الخصوصية. توصل الباحث في دراسته إلى نتيجة مفادها:

-أبأن وسائل الإعلام الجديد تزيد من حدة التحريض على العنف والكرهية، وهذا ما يُعرض السلم والأمن الاجتماعي في البلاد للخطر، خاصة في ظل غياب الجانب الرقابي تحت غطاء حرية التعبير.

- إن لوسائل الإعلام الجديد تأثيرات سلبية على المجتمع يجب معالجتها وإيجاد الحلول لها من أجل الحفاظ على السلم الاجتماعي والخصوصية الثقافية لكل مجتمع.

3- دراسة عبدالمخالق بدرى. (2014). الجماعات الافتراضية ومسألة الهوية. أوضح الكاتب في بحثه بأن التحولات المتسارعة في مجال التكنولوجيا خلقت أزمة في الهوية، فكلما تزايدت السرعة في أي مجال كلما إزداد البحث عن الثابت في الهوية، فهناك أعداد متزايدة من الناس يقضون أوقاتاً مطوّلة أمام شاشة الكمبيوتر لقضاء حياة أخرى تحت هوية غير هويتهم المعتادة، وذلك سواء عند المشاركة في فضاءات الدردشة كما هو الحال في البالتوك Paltalk أو السكايب Skype، أو في فضاءات افتراضية مفتوحة مثل الفيس بوك Facebook و تويتتر Twitter و ماي سبيس MySpace، فيقوم بتقمص شخصيات مغايرة لشخصياتهم المعتادة، أو أثناء التواصل عبر هذه الوسائط الإتصالية الحديثة، فيتحقق التأثير والتأثر في أحاسيس وعلاقات وهوية الشخص عندما يقضي ساعات طوال في تصفح الأنترنت في عوالم افتراضية، يلتقي فيها بطريقة تفاعلية مع أشخاص آخرين من هويات مختلفة.

I. 6- منهجية البحث

يعتمد هذا البحث على منهج التحليل الوصفي في وصف وتحليل أثر الإعلام الجديد على الهوية الثقافية والمعرفية، وكيفية التقليل من مخاطره من ناحية، وتحليل أثر الإعلام الجديد على الخصوصية الإسلامية من ناحية أخرى.

II. مفهوم الهوية الثقافية

هناك علاقة متداخلة ومعقدة بين الهوية والثقافة، فالثقافة هي القيم والمعتقدات وأنماط التفكير والسلوك التي يتعلمها الفرد طيلة حياته، بينما الهوية هي تعبير يميز الشخص عن غيره أو مجموعة عن غيرها، وقد تكون هوية وطنية أو ثقافية، فالهوية الثقافية تعكس إحساس الإنتماء إلى الأمة، والوطن، والعقيدة، والثرث، والحضارة، فهي سمات تميز حضارة أمة عن غيرها من الحضارات، فلا يوجد تعريف واحد متفق عليه لتحديد مفهوم الهوية الثقافية. فقد شاع استخدام مصطلح الهوية الثقافية في كثير من الكتابات حيث تمثل ثقافة الأمة للبعث إنعكاساً لحضارتها، وثرثها الفكري، والأدبي والفلسفي، وهي تعزز لدى الفرد الولاء والإنتماء الوطني والعقائدي والديني، لذلك تعد الهوية الثقافية من القضايا الهامة

التي تتجلى في مجموعة خصائص بشرية تربط بينهم أواصر عدة: التاريخ المشترك والعادات والأعراف الاجتماعية، فالهوية الثقافية تمثل قضية سياق إجتماعي، وليست عوارض جغرافية (1).

إن الهوية الثقافية هي نظام من القيم والتصورات التي يتميز بها مجتمع ما تبعاً لخصائصه التاريخية والحضارية، وكل شعب من الشعوب البشرية ينتمي إلى ثقافة تميزه عن غيره، وهي كيان يتطور باستمرار، ويتأثر بالهويات الثقافية الأخرى، ولهذا الأخيرة مستويات ثلاث هوية فردية، وهوية جماعية، وهوية وطنية (2).

فالهوية على مستوى الفردي، هي شعور الشخص بالانتماء إلى جماعة أو إطار إنساني أكبر يشاركه في منظومة من القيم والمشاعر والاتجاهات، والهوية بهذا المعنى حقيقة فردية نفسية ترتبط بالثقافة السائدة وبعملية التنشئة الاجتماعية. وهناك ثانياً التعبير السياسي الجمعي عن هذه الهوية في شكل تنظيمات وأحزاب وهيئات شعبية ذات طابع تطوعي وإختياري. وهناك ثالثاً، هوية في حال تبلور وتحدد هذه الهوية في مؤسسات وأبنية قانونية على يد الحكومات والانظمة (3).

فالهوية الثقافية هي المركب الذي يشتمل على المعرفة والمعتقدات والفن والسلوكيات والقانون والعرف، ويدخل في ذلك القدرات والسلوكيات التي يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع، كما أن تلاقح الثقافات من خلال الانفتاح على الآخر والحوار معه والأخذ من إيجابياته، وتبادل المنافع معه يعتبر عملاً في غاية الأهمية (4).

تتفق أغلب التعريفات بأن الهوية بمفهومها العام هي مجموعة الخصائص التي يمكن للفرد عن طريقها أن يعرف نفسه في علاقته بالجماعة الاجتماعية التي ينتمي إليها، والتي تميزه عن الأفراد المنتمين للجماعات الأخرى، هذه الخصائص أو المميزات الجمعية لا تتكون صدفة، أو بقرار في لحظة تاريخية ما، بل تتجمع عناصرها، وتطبع الجماعة بطابعها على مدار تاريخ الجماعة من خلال تراثها الإبداعي (الثقافة) وطابع حياتها (الواقع الاجتماعي)، وتعبيرات خارجية شائعة مثل: الرموز، والعادات، والتقاليد واللهجة، أو اللغة، وأهم مكونات الهوية هي تلك التي تنتقل بالوراثة Hereditary، داخل الجماعة، وتظل محتفظة بوجودها، وحيويتها بينهم مثل: الأساطير، والقيم، والتراث الثقافي، فالهوية Identity ترتبط بالشخص، أو الجماعة سواء أكانت الجماعة تعيش على أرضها التاريخية، أو موزعة في أرض الشتات، ولكن يجب توفر عنصر الإلتناء Affiliation للجماعة والوعي بالهوية (5).

في هذا الإطار يمكن تعريف الهوية العربية والإسلامية *Arabic and Islamic Identity*، بأنها جوهر وحقيقة وثوابت الأمة العربية التي إصطبغت بالإسلام منذ أن أعتنقتها غالبية هذه الأمة، فأصبح هو الهوية الممثلة لأصالة ثقافتها، فهو الذي يعكس ثقافتها وعاداتها وتقاليدها، وأعرافها وأداؤها وفنونها وسائر علومها الإنسانية والاجتماعية، وعلومها الطبيعية والتجريبية، ونظرتها للكون، والذات، وللآخر، وتصوراتها لمكانة الإنسان في الكون، وحكمة هذا الوجود، ونهايته، ومعايير المقبول، والمرفوض، والحلال، والحرام هي عناصر لهويتنا (6).

III. أثر الإعلام الجديد على الهوية الثقافية والإدراك المعرفي

أصبحت وسائل الإعلام الجديد *Means of New Media*، محط اهتمام كبير في عالمنا المعاصر المسمى بعصر العولمة *Globalization Era*، حيث وفر سياق لكثير من الناس من جميع أنحاء العالم للتواصل وتبادل الرسائل والمعرفة والتفاعل بغض النظر عن المسافة الفاصلة بينهم، هذه البيئة الجديدة عززت التكيف والإندماج الثقافي بين مستخدمي تلك الوسائل، حيث فرض الإعلام الجديد على الدول والشعوب واقعاً جديداً، إما التكيف مع وسائل الإعلام الجديد التي تتعدى كل الحدود الجغرافية الفاصلة بين الدول بإيجابياتها وسلبياتها، وإما العيش بمنأى عن هذه التكنولوجيا، مما سيؤثر سلباً على مواكبة التقدم التكنولوجي والمعرفي.

نجد أن هناك صعوبة كبيرة في العيش بمنأى عن استخدام وسائل الإعلام الجديد، وبالتالي يتطلب الأمر تحصين الشباب المسلم من سلبيات الإعلام الجديد، وهذا يتوقف على دور الأسرة ومؤسسات المجتمع في توجيه الشباب نحو الاستخدام الإيجابي لهذه التقنية، لأنها في كثير من الأحيان تتصادم مع الخصوصية الثقافية المحلية. فقد أشار *Guo-Ming Chen* بأن هناك ثلاثة عوامل ثقافية تؤثر في كيفية تصرف الناس في الإعلام الإلكتروني، وهي أنماط التفكير *Thinking Patterns*، أساليب التعبير *Expression Style*، والسياق الثقافي *Cultural Context*، وهذه العوامل الثلاثة تعتبر مظهر من مظاهر القيم الثقافية *Manifestation of Cultural Values*، التي تميز المجتمعات بعضها عن بعض (7).

ويقصد هنا أولاً: - بأنماط التفكير، المستوى الثقافي والمعرفي للفرد، فعندما يكون الفرد على مستوى عالي من الثقافة والمعرفة، يكون تأثير وسائل الإعلام الجديد على الفرد تأثيراً إيجابياً، لأنه يستطع

التفاعل معها بطريقة إيجابية مما يُنمي الوعي الثقافي لديه ويحافظ على هويته الثقافية، على عكس الفرد الذي لديه مستوى ثقافي ومعرفي محدود ربما ينجر وراء سلبات الإعلام الجديد التي قد تقوده، إم نحو الإنحراف الأخلاقي، أو الوقوع في أحضان الإرهاب Terrorism، بما ينعكس سلباً على المجتمع والبيئة المحيطة للفرد. ثانياً: - أساليب التعبير التي تعكس شخصية الفرد الذي يعتبر مرسل ومتلقي للمعلومات في آن واحد، فالإعلام الجديد يخلق مجال Space، يعبرون فيه الأفراد بجرية أكبر عن آرائهم وأفكارهم خاصة أولئك الذين يكونون من ثقافات مختلفة، بل وقيمون علاقات فيما بينهم، فالفرد يؤثر ويتأثر باستخدامه لوسائل الإعلام الجديد، وبالتالي يتحصن الفرد من المؤثرات السلبية إذ كان مدركاً لإيجابيات وسلبات هذه الوسائل التي تمكنه من الحفاظ على هويته الثقافية، بل وتُنمي الوازع الديني والإخلاقي لديه. ثالثاً: - السياق الثقافي، وهو الذي يكتسبه الفرد من خلال البيئة المحيطة، شأنها في ذلك شأن التنشئة الاجتماعية والسياسية التي تعتمد اعتماداً كبيراً على دور الأسرة، والمدرسة، والرفاق، والمسجد، هذه المؤسسات تعتبر المصدر الأول لثقافة الفرد التي تنمو وتزدهر مع مرور الوقت، ولا يوجد حد معين لإكتساب الفرد للثقافة، فهي تلازمه طيلة حياته.

V. التقليل من مخاطر الإعلام الجديد على الهوية الثقافية

يمكن التقليل من مخاطر الإعلام الجديد والعولمة على الهوية الثقافية في المنطقة العربية والإسلامية، من خلال الدعوة إلى تحصين الهوية الثقافية العربية والإسلامية، ودعم مقوماتها ومركزاتها، وترسيخ الانتماء إليها في قلوب الشباب المسلم وعقولهم من أهم واجبات المؤسسات الأكثر تأثيراً في توجيهات وإنتماءات الشباب، والمتمثلة في الإعلام والمدرسة والأسرة⁽⁸⁾.

فقد أشار جمال نصار إلى مجموعة من النقاط التي تحدد من مخاطر وسائل الإعلام الجديد على

الهوية الثقافية:

أولاً: - صياغة إستراتيجية شاملة للتعامل مع التكنولوجيا الحديثة، وإعادة النظر في المناهج الدراسية لمختلف المراحل التعليمية بما يهدف إلى ترسيخ ملامح الحضارة العربية والإسلامية للتصدي للتحديات التي تواجهها.

ثانياً: - خلق إعلام ناضج يكون قادراً على التحاور مع الثقافات الأخرى، ويحافظ على هوية الأمة وقيمها السامية والنبيلة.

ثالثاً:- التركيز على العولمة الثقافية والكشف عن نقاط الضعف والقوة فيها، ودراسة سلبياتها وإيجابياتها بعقلانية وتروي، في إطار البحث والدراسة والتعرف على ثقافات العالم (9).

IV. أثر الإعلام الجديد على الخصوصية الإسلامية

هناك تحديات كبيرة تواجه الدول العربية والإسلامية، في إطار تنامي وإنتشار وسائل الإعلام الجديد، إن تعرض الهوية العربية والإسلامية للخطر الخارجي ليس بالأمر الجديد والغريب، فيرجع ذلك إلى عصور قديمة، و زاد ذلك في إطار سياسة الغرب الإستعمارية والهيمنة التي وضعت نصب عينها تحطيم وتذويب هوية شعوب المنطقة، بإعتبار الهوية عامل إستنهاض وتوحيد للأمة، حيث قام بالتشكيك في تاريخ الأمة، موظفاً في ذلك علم الإستشراق Orientalism، وإثارة النعرات الطائفية والعرقية، ومحاولة إستمالة شرائح وفئات من العالم العربي والإسلامي لتحقيق المشروع الإستعماري، فالخطر اليوم هو أكثر تهديداً في ظل إنتشار الثورة المعلوماتية وضعف الثقافة الوطنية Weakens of national identity، للشعوب العربية والإسلامية (10).

إن الإعلام الجديد سلاح ذو حدين، فمن ناحية يستطع الأفراد من خلاله تنمية مداركهم العلمية والمعرفية والتبادل الثقافي بينهم وبين أفراد من ثقافات مختلفة، ومن ناحية أخرى قد تستخدم وسائله في إتجاه أخر يفضي إلى التعصب الديني، والخصوصيات الضيقة، وتراجع الإنتماء، والولاء، وبالتالي يفرغ مفهوم الهوية العربية والإسلامية من أركانه الرئيسية، الدين، والقيم، والتراث، والتاريخ. وبالتالي يقع على عاتق المجتمعات العربية والإسلامية العمل على تأصيل القيم، والمهارات، والمعارف، والمعلومات في المجتمع، وتحصين أبنائه من الثقافات التي تتعارض والقيم الإسلامية، بل والعمل على بناء إطار جديد للعلاقات المتبادلة يركز على القيم، والإخلاق (11).

كما تساعد وسائل الإعلام الجديد في التأثير على الرأي العام المحلي والعالمي، ومخاطبة الملايين من مستخدميه، وإيصال صوتهم إلى كل من يساند قضيتهم، ومثال ذلك، عندما أسس الشيشانيون مواقع بلغات متعددة لفضح الممارسات والإنتهاكات الروسية بالصوت والصورة في القوقاز (12).

إن لوسائل الإعلام الجديد دوراً في الحفاظ على الهوية الإسلامية، حيث تتمكن الجاليات المسلمة في الدول الغربية من الحفاظ على هويتها الإسلامية، بل وتقويتها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، والمواقع الإسلامية والتفاعل معها، وكذلك مع الفضائيات الإسلامية، هذا يتطلب المشاركة

الفاعلة، والتنسيق في تدفق المعلومات بين الجالية المسلمة وبين المؤسسات الدينية والإعلامية العربية والإسلامية (13).

وبالتالي يجب الأخذ بعين الإعتبار إن من يمتلك الفضاء الإلكتروني يستطيع أن يحجبه عنا، أو يحجبنا عنه، بل ويكشف أورقنا متى أراد، ويعد لنا عدته للتدخل في إفساد شبابنا متى أراد (14).

فكثير من مواقع التواصل الاجتماعي كانت سبباً في تجنيد الشباب المسلم ليكونوا وقوداً للإرهاب، والحركات المتطرفة في ظل الفقر، والبطالة، وغياب الرقابة، والتوجيه سواء كان ذلك من الأسرة، أو المجتمع، كل ذلك إنعكس سلباً على التنمية البشرية في المجتمعات العربية والإسلامية، وأعاق تقدمها، بل وخلق الحجاج الواهية للتدخل الخارجي للحرب على الإرهاب War on Terrorism.

و يمكن مواجهة مخاطر العولمة في مجال العقيدة والأخلاق بتعزيز الهوية الإسلامية، والعودة إلى مبادئ الدين الإسلامي، وتربية الأمة على توحيد الله سبحانه وتعالى التي تجعل المسلم في عزة معنوية عالية، وبشريعته السمحة، وأخلاقه، وقيمه الروحية، فالهزيمة الحقيقية هي الهزيمة النفسية من الداخل؛ حيث يتشرب المنهزم كل ما يأتيه من المنتصر، أما إذا نُزِزَت الهوية ولم تستسلم من الداخل؛ فإنها تستعصي ولا تقبل الذوبان، وإبراز إيجابيات الإسلام، وعالميته، وعدالته، وحضارته، وثقافته، وتاريخه للمسلمين قبل غيرهم، ليستلهموا أمجادهم، ويعتزوا بهويتهم، فقد إستيقظت أوروبا في القرن الحادي عشر الميلادي على رؤية النهضة العلمية الإسلامية الباهرة، وسرعان ما أخذ كثيرون من شبابها يطلبون معرفتها فرحلوا إلى مدن الأندلس؛ يريدون التثقف بعلومها، وتعلموا العربية، وتتلذذوا على علمائها، وإنكبوا على ترجمة نفائسها العلمية والفلسفية إلى اللاتينية، وقد أضاعت هذه الترجمات لهم مسالكهم إلى تحضنتهم العلمية الحديثة، وتقدموا على الأمة العربية والإسلامية بمئات السنين (15).

VI. الخاتمة

أصبحت وسائل الاعلام الجديد شائعة في حياتنا اليومية وخلقت فضاء Space، للتواصل بين مختلف الثقافات في عالمنا اليوم، وألغت كل الحدود الفاصلة بين الدول، وأتاحت كم هائل من المعلومات والأخبار للمتلقي، لم تكن متوفرة في ظل الإعلام التقليدي، الذي أعتمد على سير الإعلام في إتجاهاً واحداً، فوسائل الإعلام الجديد لم تقتصر على نقل وتبادل المعلومات بين الأفراد والجماعات، بل ساهمت في تنوع آلية النقل من حيث تبادل النصوص والصور، حيث أصبح الفرد منتج إعلامي ينتج ويث في آن واحد ما يريده عبر صفحات الإنترنت، هذا الإتجاه ربما يكون إيجابي من ناحية، ولكن من ناحية أخرى قد يكون سلباً، لأنه يعتمد اعتماداً كبيراً على الرقابة الذاتية التي يجب أن يتصف بها المستخدم User .

وفي ظل غياب الرقابة الذاتية قد يؤدي ذلك إلى الإنحراف الإخلاقي، والديني، والقيمي، ولا تكاد تخلو أمة أو شعباً من الشعوب من تأثير وسائل الإعلام الجديد على أبنائها إيجاباً وسلباً، حيث يقع على عاتق الدول العربية والإسلامية تحديات كبيرة خاصة في ظل حملات تشويه صورة الإسلام والمسلمين، يستوجب على الأمة أن توجه شبابها نحو الإستخدام الأفضل لوسائل الإعلام الجديد، بما ينمي قدراتهم الذهنية والمعرفية، والحفاظ على قيمنا الإسلامية النبيلة التي تخدم الفرد والأمة، هذا يتأتى من خلال دور الأسرة والمجتمع، للحفاظ على الهوية الثقافية هي حفاظ على هوية الأمة الإسلامية وثراها الأصيل، فعندما كانت الأمة الإسلامية متمسكة بمبادئ الإسلام تمكنت من بناء حضارة إسلامية Islamic civilization، سادت قروناً من الزمن، وعندما ضعف الوازع الديني تخلفت هذه الأمة عن ركب الحضارة، وأصبحت توصف بالدول المتخلفة أو دول العالم الثالث Third World .

VII النتائج

- 1- أحدث الإعلام الجديد نقلة نوعية في مختلف ميادين المعرفة إلى جانب تعزيز الترابط، والتكامل بين الأفراد من ثقافات مختلفة، وهو ما عجزت عن توفيره وسائل الإعلام التقليدي.
- 2- أصبح الإعلام الجديد حقيقة واقعة يجب التعامل معها بإيجابياتها وسلبياتها، ويتطلب ذلك توجيه الشباب المسلم سواء من الأسرة أو المجتمع للإستخدام الأمثل لهذه التقنية .
- 3- وفر الإعلام الجديد فضاء لحرية التعبير والتواصل لاسيما بين الشباب المسلم ونظرائهم من ثقافات مختلفة.
- 4- هناك أوجه قصور تعاني منه المجتمعات العربية والإسلامية في التصدي لمخاطر الإعلام الجديد، والمتمثلة في إنعدام القدرة على تصنيع التقنية الحديثة المستخدمة في الإعلام الجديد، ومقاومة حملات التشويه التي تتعرض لها الأمة العربية والإسلامية بإستمرار.

VIII. التوصيات

- 1- يجب مواكبة التطور الحاصل في مجال الإعلام الجديد بما يساعد على تصحيح صورة الإسلام والمسلمين في العالم، والتواصل مع الثقافات الأخرى في إطار حوار الثقافات.
- 2- يقع على عاتق الأسرة والمجتمع توجيه وترشيد الشباب المسلم في كيفية الإستخدام الأمثل لوسائل الإعلام الجديد، بما يعزز الولاء والأنتماء لله أولاً ثم الوطن، والحفاظ على القيم والأخلاق الإسلامية وإحترام الأخر.
- 3- يجب ترسيخ مبادئ القانون، والعدالة الاجتماعية والاقتصادية، وإيجاد حلول لمشاكل الفقر والبطالة لتخفيف معاناة الشباب المسلم.
- 4- إعادة النظر في المناهج الدراسية بما يواكب التطور العلمي الحاصل من ناحية، وترسيخ قيم الإسلام من ناحية أخرى.

5- يجب التحقق وتوخي الحذر من صحة المعلومات المتاحة على شبكة المعلومات، وهذا لا يتأتى إلا بتنمية وتطوير الجوانب الفكرية، والتربوية، والإخلاقية لدى الشباب المسلم حتى لا يتأثروا سلباً بالإعلام الجديد.

❖ هوامش البحث:

(1) عبدالعليم محمد. إسماعيل علي (2012)، الهوية الثقافية. مجلة العلوم الإجتماعية. العدد (352).

(2) جمال نصار (2015)، الهوية الثقافية وتحديات العولمة، مركز الجزيرة للدراسات.

<http://studies.aljazeera.net/issues/2015/01/201512895243715948.htm>

(2018/1/2)

(3) رسمية محمد (2011)، الهوية العربية في عالم العولمة. الحوار المتمدن (العدد 3331).

(2018/1/2)

<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=254207>

(4) حمد بن عبدالله اللحيدان (2011)، دور الهوية الثقافية في تعزيز الوحدة والانتماء.

جريدة الرياض اليومية، (العدد 15768).

<http://www.alriyadh.com/662090> (2018/1/2).

(5) إبراهيم أبراش (2008)، الفكر العربي ومسألة الهوية في عصر العولمة الثقافية.

<http://www.palnation.org/vb/showthread.php?t=174> (2018/1/4)

(6) ميلاط صبرينة (2015)، الهوية العربية والإسلامية وتحديات العولمة.

<https://www.google.com.ly> (2018/1/5)

(7) Chen, Guo-Ming. (2012). **The Impact of New Media on Intercultural Communication in Global Context**. China Media Research, 8(2). 4

(8) حمد اللحيدان (2011)، مرجع سبق ذكره.

(9) جمال نصار (2015)، مرجع سبق ذكره

(10) إبراهيم أبراش (2012)، مرجع سبق ذكره

(11) عبدالله بدران (2012)، صراع الهوية الإسلامية.

<http://www.alwaei.com/site/index.php?cID=1085> (2018/2/5)

(12) إسماعيل عبدالمجيد.(2012)، الفضاء والبني المعلوماتية. مجلة الوعي الإسلامي. العدد.

(564).

(13) عبدالله بدران(2012)، مرجع سبق ذكره.

(14) علاء عبدالفتاح (2012)، الحروب الإلكترونية والوعي المفقود. مجلة الوعي الإسلامي،

(العدد564).

(15) جمال نصار(2015)، مرجع سبق ذكره.