العولمة الاعلامية والهوية ـــفي وسائل الاعلام العربية (التلفزيون نموذجا)

د . براردي نعيمة بجامعة محمد بوضياف المسيلة

الملخص

يزداد تأثير وسائل الاعلام وخاصة التلفزيون في حياتنا حيث أصبح المصدر الاساسي لثقافتنا ولإطلاعنا على كل ما يدور من حولنا في العالم , مما يستدعي من الباحثين في مجال الاعلام الانتباه لهذا التأثير خاصة مع التدفق الاعلامي الاحادي الجانب في اطار العولمة وتصدير المضامين الثقافية نحونا والتي لا تتناسب مع ثقافتنا وهويتنا العربية والإسلامية.

وفي ظل التحولات التي يشهدها الوطن العربي من صراعات سياسية وثقافية واجتماعية و الاختلالات التي انعكست سلبا على تطور المجتمع الثقافي , ولا يمكن لأي مجتمع اليوم أن يفرض مكانته بعيدا عن كيانه الاجتماعي والثقافي , كما لا يمكن الحديث اليوم عن الهوية في المجتمع دون أن نربطها بالتاريخ وبالقيم الدينية ومدى مساهمة مؤسسات التنشئة الاجتماعية في تكوين هويته وثقافته , حيث تشكل العولمة بكل أشكالها تحديا حقيقيا للمجتمعات العربية بالنظر الى تأثيرها على الهوية الثقافية والحضارية للمجتمع العربي .

مقدمة:

يتخذ الفرد مواقف وسلوكيات تجاه قضايا معينة وتجاه حياته بشكل عام بناء على المعلومات التي يتلقاه وعلى اعتبار أن وسائل الاعلام هي المصدر الرئيسي لهذه المعلومات سواء كانت صحيحة أو غير ذلك , فالفرد يكون صورته الذهنية من خلال الوقائع والأحداث المحيطة به بناءا على الصورة الرمزية التي تقدمها وسائل الإعلام بغض النظر عن مدى صدق تعبيرها عن الواقع كما هو موجود أو غير ذلك .

وعلى اعتبار وسائل الإعلام المختلفة في العصر الراهن أكثر قدرة على الوصول والتأثير على الأفراد بعد الانتشار الواسع للقنوات التلفزيونية الفضائية واتساع شرائح المتابعين لهذه الوسائل على الرغم مما نراه من دور سلبي وواضح للعديد من وسائل الإعلام العربية والأجنبية في تنشئة الجيل العربي والمساهمة في تغريبه عن قضاياه ومجتمعه من خلال تمييط سلوكاته وثقافته وفق ثقافة معولمة من خلال وسائل الاعلام وخاصة التلفزيون الذي يقدم مضامين تكرس الثقافة الموحدة دون مراعاة خصوصيات كل مجتمع وطمس معالم هويته الحقيقية .

والفرد العربي اليوم في حالة بحث عن هويته وانتمائه في ظل التدفق الكبير للمحتويات الثقافية العالمية مما عمق شعور الفرد بالتشتت الهوياتي والثقافي خاصة مع المضامين التي تقدمها وسائل الاعلام والتي خلقت اغتراب الفرد بين ما يتصوره وبين الواقع المعاش , والتأثيرات التي تحدثها تلك الوسائل في الأفراد والجماعات من خلال ما تنشره أو تبثه من قيم وأفكار تتعارض في الكثير من الاحيان مع ثقافتنا وهويتنا , ومن هنا نطرح تساؤلنا الرئيسي : ماهي أدوار وسائل الاعلام في الحفاظ على الهوية العربية في ظل العولمة ؟

وهل وسائل الاعلام العربي خاصة التلفزيون قادرة على مواجهة افرازات العولمة الاعلامية والمحافظة على الهوية الثقافية العربية ؟

1/ العولمة الاعلامية والبث الفضائي :

لقد وصل البث الفضائي في وقتنا الراهن الى تحقيق الكثير ومنه مايلي :

امكانية استقبال القنوات الفضائية من جميع الاقطار اعطى فرصا للجمهور للتنويع والانتقاء لمشاهدة البرامج من مختلف الباقات البرامجية . [1]

كما أن البث الفضائي قد اتاح الفرصة لظهور قنوات تعليمية وتثقيفية وكذلك الاخبارية التي توافي الجمهور بالمستجدات أولا بأول وتضعه في صورة ما يجري حوله .

كما أعطت هذه القنوات فرصة لما يسمى التواصل الثقافي عن طريق معرفة ثقافات أخرى .

وتتمتع القنوات الفضائية بحرية اعلامية أكثر وجرأة الطرح ويبرز هذا أكثر مع التنافس الشديد بين القنوات في تقديم موادها .

وقدرة القنوات الفضائية على وضع الأحداث السياسية للدول بما تنتجه من اخبار ومعلومات تفرض المناقشة السريعة والضرورية للقضايا والمشكلات .[2]

وإذا كان مبدأ العولمة الاعلامية الذي اصبح سائدا في نهاية القرن العشرين هو مبدأ فتح الابواب للمعلومات والآراء و ليس اغلاقها , وقبول تعددية الثقافات وليس حصرها , والاعتراف بالأخر وليس رفضه , وتمهيد طريق تامين الحريات الفردية , وممارسة الديمقراطية للجماعات وإعطاء الجميع الحق في الحصول على المعلومات , والاستفادة منها في بلورة الرأي وتكوين الموقف , فان واقع الحال قد خيب الامال التي عقدت عليها , واسكت الاصوات المتفائلة اذ ادى التطور التكنولوجي في مجال الاتصال والمعلومات الى زيادة الفجوة بين الدول الصناعية والدول النامية , مما نتج عنه ايجاد ثنائية جديدة في النظام الاعلامي الدولي تقوم على هيمنة عدد قليل من الدول المتقدمة على غالبية الدول النامية . [3]

لقد تم استغلال وسائط الاتصال الحديثة والمتطورة من قبل الدول الغربية , ومنها البث الفضائي المباشر في عملية التدفق الدولي والترويج من خلال ذلك لمظاهر العولمة الاعلامية انطلاقا من يصنع ومن يمتلك تكنولوجيات الاتصال يتحكم في صياغة المادة الاعلامية . [4]

ولان جوهر هذه العولمة الذي تأتي الثورة الفضائية ضمن اطارها هو عملية تنميط للعالم بحيث يصبح العالم بأسره وحدات متشابهة هي في جوهرها وحدات اقتصادية يتم ترشيدها أي اخضاعها لقوانين مادية عامة مثل قوانين العرض والطلب .[5]

فظهور نمط واحد من الثقافة الكونية في كل مجالات الحياة ومستوياتها المادية والمعنوية من شانه ان يحول المجتمع الى كتلة متشابهة ومنمطة تفتقر الى روح الابداع والى جمالية الاختلاف والتباين ، وإذا أمكن لهذا التماثل الكوني أن يتحقق فانه سيكون من الصعب عندئذ تحصين المجتمع من التبعات الممكنة . [6]

يقول **تومسون** : يجب ألا تغيب عن اذهاننا حقيقة اننا نعيش في عالم تتغلغل فيه- بصورة متزايدة - منتجات الصناعات الاعلامية وان مجالا جديدا رئيسا قد نشا لعملية تشكيل الذات ... انه مجال منفصل عن القيود الزمانية والمكانية المؤقتة المتماثلة في التعامل المبار وجها لوجه , وقد جعلت سهولة تناول التلفزيون وانتشاره عالميا , امر استعماله والحصول عليه متاحا بصورة متزايدة للأفراد في جميع انحاء العالم .

2/ <u>وسائل الاعلام العربي: المحتوى.. والدور</u>

ان المؤسسات الاعلامية هي تنظيم يقوم بوظيفة اجتماعية وهي بناءات لنشر افكار وقيم عامة ، وامتداد للحاجات الانسانية وهي عمل جماعي للأفراد في المجتمع ومهما اختلفت النظم فهي تنظيم اجتماعي يحول الفردية ويصهرها في اناء عام ويقوم على الاهداف الاجتماعية بالدرجة الاولى وليس على الاهداف الفردية . [7]

يتفق مفهوم العرض الانتقائي مع المفاهيم الخاصة بترتيب الاولويات والغرس وتوجيه الرأي العام من خلال الافكار والمعاني المنتقاة التي تستهدف رسم صورة ذهنية معينة للوقائع الاجتماعية تتفق مع أهداف وسياسات المؤسسة وعلاقاتها وانتماءاتها. [8]

ويحدد الباحثين اتجاهات القنوات الفضائية العربية وأنماطها وايجابياتها على النحو الاتي:[9]

1 – مهما تعددت البواعث والأسباب لإنشاء الفضائيات العربية فان تيارا اعلاميا حقيقيا فرض قواعده على القنوات المستقلة فقط , بل حتى على تلك الرسمية التي اضطرت الى مجاراة عصر العولمة ودخول حقل الفضائيات الحديثة شكلا ومضمونا .

2 - استحواذها على غالبية المشاهدين العرب وشغلتهم عن متابعة القنوات الدولية الاخرى بسب : كثرتها وتعددها حيث وفرت خيارات متعددة للمشاهدين العرب واستعمالها اللغة العربية وتقديمها للجديد وخروجها عن قيود الاعلام التقليدي السلطوي .

3 – خلق التفاعل بينها وبين المجتمع من خلال طرح قضايا الوطن العربي وتحدياته .

4 – تكريس طرق وأساليب جديدة للسيطرة من خلال سيطرة الانظمة على الفضائيات التجارية خاصة من خلال توظيف مجال الصورة والإعلام .

5 – مواجهة النفوذ الاعلامي الغربي خاصة في مجال الاخبار وتحسين الاداء الاعلامي والمهني وتوسيع دائرة الحوار السياسي والاجتماعي .

يتأثر مضمون الخطاب الاعلامي للمؤسسة الاعلامية أيضا بالمجتمع , وبالمستوى الحضاري والثقافي والتعليمي , وبالأفكار السائدة , ومستوى الوعي , ونوعية المزاج , والخبرة الاتصالية , والعادات والتقاليد , والمواقف والاتجاهات السائدة في المجتمع في مرحلة تاريخية معينة . ولكن هذا التأثر ومهما كان قويا في هذا الوقت او ذاك , وبصدد هذه القضية أو تلك , لا يمكن أن يكون العامل الحاسم في تحديد مضمون الخطاب الاعلامي الصادر عن هذه المؤسسة الاعلامية (صحيفة كانت أو اذاعة أو محطة تلفزيون) .[10]

كما أن وسائل الاعلام تلعب دورا مهما في التأثير على الرأي العام وتوجيهه ازاء القضايا المطروحة من خلال ما تعرضه من مضامين وهي لم تعد في يومنا هذا مجرد مصدر للأخبار أو أداة للترفيه , بل أصبحت تساهم بشكل كبير في صياغة الآراء والقيم , ويمكنها التأثير في مختلف فئات المجتمع إزاء مواضيع وقضايا معينة , كما يمكنها تعبئة وتوجيه الرأي العام خاصة مع التطورات والتحولات التي يشهدها العالم من حولنا والتي أثرت بشكل كبير على مجتمعاتنا من كافة النواحي , سياسية أو اجتماعية أو ثقافية ....الخ

حيث تتصدر وسائل الاعلام الوسائل الاخرى في بناء هذه المعاني أو الصور , نظرا لان وسائل الاعلام قد تطورت الى الحد الذي أصبحت فيه المصدر الاساسي للمعرفة لقطاع كبير من الافراد في اي مجتمع وأصبح هذا القطاع يتعامل مع ما تقدمه وسائل الاعلام على أنه الحقيقة نفسها , بل انه يكتفي بما تقدمه وسائل الاعلام , لرسم الصور والعوالم المحيطة به , لاعتقاده بان الواقع أكثر تعقيدا على فهمه وإدراكه , وبالتالي فان وسائل الاعلام بتأثير امكانياتها وطاقاتها , يمكن أن تقدم هذه الصور مبسطة تيسر عليه الفهم والإدراك بجانب تقريبها ونقلها اليه عبر الحدود والمسافات .[11]

3/ التلفزيون والهوية الثقافية :

يعتبر التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيري الحديثة ووسيلة من وسائل اشباع الحاجات الاعلامية والاتصالية ومؤسسة للإنتاج الثقافي والإعلامي ومصدر أساسي لها , حيث تعتبر أحد أهم مصادر الثقافة والمعرفة واحدى ركائز التأثير والتغيير في أيدي من قوى السيطرة والهيمنة الاعلامية والثقافية .

وتلعب الصورة (المفهوم , المعنى , التعميم) دورا مفتاحيا في معرفة وإدراك وسلوك الفرد , وتثبت الدراسات أن الفرد في المجتمع الجماهيري (والى حد ما في المجتمعات الاخرى الاقل تطورا) يتعامل مع الواقع الاجتماعي ويقترب منه ويتعرف عليه ويسلك فيه من خلال الصور التي عملت قوى ووسائل ومصادر متنوعة (الاسرة , المدرسة , التنظيمات المختلفة ووسائل الاتصال والانتماء الاجتماعي) على ادخالها ومن ثم ترسيخها في ذهنه على مسافة زمنية ممتدة وعبر عملية معقدة من التنشئة الاجتماعية , كما تشير الكثير من الدراسات الى ان هذه الصور (المعاني , المفاهيم , التعميمات) تصبح بالنسبة للفرد بديلا للواقع أو مفتاحا لمقاربة هذا الواقع .[12]

حيث يعتبر **تومسون** انه مع قيام الناس بتلقي واستيعاب رسائل ومعاني التلفزيون , فإنهم يدمجون هذه الرسائل والمعاني بشكل روتيني في حياتهم وإحساسهم بأنفسهم في سياق الزمان والمكان , بعبارة أخرى : المعاني التي ينتجها الناس من خلال التفاعل مع النصوص التلفزيونية وتؤول الى نسيج تقوم عليه مشروعات هويتهم .[13]

لقد وضع تطور التلفزيون العالمي – باعتباره شكلا تجاريا في الاساس – ذلك النشاط المحوري المتصل بثقافة المستهلك , ألا وهو الاعلان المعتمد على الصور المرئية في مقدمة انشطته , وبالتالي يلعب التلفزيون دورا محوريا في انتاج وإعادة انتاج ثقافة ترويجية تركز على استخدام الصور المرئية من اجل خلق علامات تجارية أو سلعية ذات قيمة مضافة .[14]

ومن خلال مايقدمه التلفزيون من محتوى خاصة الموجه لفئات الاطفال والمراهقين تزايد قلق المؤسسات الاجتماعية من مدى التأثير السلبي على التنشئة الاجتماعية وغرس قيم معينة لدى هذه الفئات ...

ويتجلى انشغال الاجندة العمومية من خلال ردود افعال المؤسسات الاجتماعية على غرار الأسرة التي أصبحت تتنافس مع وسائل الاعلام من أجل كسب ولاء الاطفال وأظهرت قلقا عبر عنه أحد الباحثين "ان الأولياء الجدد هم وسائل الاعلام " والمعلمون قلقون بشأن المدة الزمنية التي يقضيها التلاميذ أمام شاشة التلفزيون وأثر ذلك على الأداء المدرسي ومن بين التأثيرات السلبية أيضا أن "نسبة الذكاء تقل كلما زادت مدة المشاهدة". [15]

وهذا ما يشكل اليوم أحد أهم الانشغالات التربية والتنشئة الصحيحة لأطفالنا فحين تصبح وسائل الاعلام وتحديدا القنوات التلفزيونية الموجهة للأطفال هي بديل عن الاسرة والمدرسة وباقي مؤسسات التنشئة هنا تكمن الخطورة الحقيقية , ثم كيف لنا أن نثق فيما تقدمه هذه القنوات التلفزيونية من محتوى ملائم أو يحمل قيم تساعد على التربية الصحيحة للطفل ؟

أما اذا اتجهنا الى فئات الشباب والمراهقين خاصة بالنسبة الى المراهقات المولعات بالمسلسلات مهما كان مصدرها المهم أنها تقدم قصص درامية تحقق اشباعات مرتبطة بالخيال الرومانسي البعيد عن واقع الحياة خاصة في مجتمعاتنا العربية التي تأثرت على مر الزمن بالمسلسلات المدبلجة والمترجمة من مكسيكية وأمريكية والآن التركية والهندية والتي يتابعها اليوم أغلبية الجمهور العربي والتي لا ترتبط مضامينها بأي شكل من الاشكال بقيمنا ولا ببيئتنا العربية .

وتتميز المسلسلات التلفزيونية بالمبالغة في التركيز على البعد النفسي في السرد كأرضية تتحرك عليها العلاقات بين الشخصيات , الامر الذي يجعل المشاهد يعتقد أن كل ما يحدث على الشاشة لا يتعلق بالممارسة الاجتماعية بل بالشروط النفسية والإنسانية لهذه الشخصيات , وبالتالي لا تعبر تصرفات الشخصيات عن بنية العلاقات الاجتماعية التي تعطيها معنى , بقدر ما تعبر عن صورة ما

هو نفسي وشخصي في تركيب هذه الشخصيات , تؤدي هيمنة البسيكولوجيا على تنظيم العالم المتخيل ...الى توظيف الاجتماعي كذريعة فقط للسرد والى تقديم المشاكل الاجتماعية ليس باعتبارها مشاكل فعلية ملموسة , بل باعتبارها مشاكل روائية مختلقة لضرورة السيناريو .[16]
وعليه ليس من مهمة المسلسلات أو الافلام أن تقارب الواقع الحقيقي لحياتنا بل هي مجرد أدوات تحقق أهداف مرتبطة بالصناعة الترفيهية و لكنها تؤثر في نفوس وعواطف الجمهور .

ان مشاهدة التلفزيون مسألة لا تتصل فقط بالمعنى النصي بل – ايضا – بموقع التلفزيون داخل ايقاع و روتين الحياة المنزلية اليومية , وعلى وجه الخصوص تمثل مشاهدة التلفزيون شيئا يفعله معظمنا في أماكن محددة في المنزل – مثل غرفة المعيشة - ومع أشخاص آخرين تربطنا بهم في الغالب – وليس دائما – علاقة أسرية ، وهكذا بدأ الكتاب يهتمون بالأماكن المنزلية التي يشاهد فيها التلفزيون ويذهبون الى وجود صلة بين الاماكن والأنشطة وبناء الهويات .[17]

لان فعل المشاهدة تحول الى ممارسة يومية وجزء من حياة الافراد سواء كان فرديا أو جماعيا وطبيعة المضمون الذي يتعرض له تحدد توجهاته , سياسية , رياضية , ثقافية , ترفيهية ...الخ

ان مواقف الجمهور المتعددة ليست منسجمة فقط مع الثقافة الاستهلاكية الاوسع المتصلة بالتسويق الاجتماعي للأفكار المطروحة لكن تبني أية ايديولوجية أو هوية - سواء أكانت نقدية أو محافظة – يتطلب من الجمهور أن يتفاعل بفاعلية مع النصوص . ان الجمهور فاعل دائما والمعنى غير مستقر دوما ، وتحيط التساؤلات بالنقطة التي يتم عندها تثبيت وتنظيم المعاني والهويات . بعبارة أخرى : كيف تسعى الايديولوجية – في ظل الحركة الفوضوية لقدرات ومهارات الجمهور المتصلة بالخطاب و " المعاني المفضلة " للتلفزيون – الى تثبيت وترسيخ التمثيلات التي يتوحد معها الجمهور ومن ثم بناء هوياته , هنا ينظر الى الهويات من جديد على أنها " نقطة الالتحام " بين النصوص والهويات في هذا السياق تنشئ مشاهدة التلفزيون اشكال الهوية الثقافية وتنشأ بواسطة هذه الاشكال , بعبارة أخرى : يشكل التلفزيون موردا لبناء الهوية الثقافية مثلما يستخدم الجمهور هوياته الثقافية المترسبة وقدراته الثقافية لكي يتفاعل مع البرامج بطريقته الخاصة .[18]

يرى **باندورا " A .Bandura"** أن الانسان يقوم بتخزين الوقائع والأحداث في شكل صور ذهنية , أو في شكل رموز لفظية , في نظام معرفي يسمح بالتفسير والتقييم والاستعادة تمهيدا للقيام باستجابة معينة. وتقدم وسائل الاعلام العديد من الصور الذهنية والرموز اللفظية التي ترسم من خلالها الصور الحياتية التي تقدمها في أعمالها ففعل المشاهدة المتمثل في مشاهدة التلفزيون , يعتبر ممارسة اجتماعية , رغم انها تبدو كقرار فردي حميمي يتخذ داخل الوسط العائلي ومن الاهمية بمكان أخذ هذه النقطة بعين الاعتبار في كل دراسة لفعل المشاهدة .[19]

ونظرية المعايير الثقافية أحد النماذج الثقافية في عملية التأثير تقوم على أساس ارتباط ما تقدمه وسائل الاعلام وما تؤكد عليه من أفكار بالمعايير الثقافية السائدة (بما فيها القيم) او النماذج التي يلتزم بها الجمهور في موضوع معين أو موقف معين وذلك لان السلوك الفردي أيضا يسترشد عادة بهذه المعايير أو النماذج , ومن هنا يتضح اتجاه كل من وسائل الاعلام والجمهور الى تبني الموضوعات والنماذج التي ترتبط بهذه المعايير . [20]

هناك قوى اجتماعية محافظة رافضة للتغيير وتقاومه بشدة باعتبار أن الحالة الساكنة تخدم مصالحها وهي بذلك تقوم بتوظيف وسائل الاعلام وتوكل لها مهمة قولبة الرأي العام وتجميده في أطر معينة , وتوكل لها أيضا مهمة تفسير الاحداث وتقييمها , بل أحيانا أخرى توكل لها حتى مهمة التضليل , وتفسير وتبرير التعاسة الاقتصادية المادية والاجتماعية , التي يعيشها الافراد والجماعات وتستنجد في ذلك وسائل الاعلام بالتراث الثقافي والمنظومة القيمية , التي تحمل بعض القيم البالية الداعية الى الجمود والخنوع وقبول الوضع القائم , وعدم الخروج عليه من خلال توظيفها في أشكال وقوالب صحفية معينة , ابتداء من الخبر الى المسلسل , الى الفيلم والسبب في حدوث هذا هو الطبيعة العلنية للاتصال التي تقيد وظيفة التوجيه والتفسير أو مجالاته .[21]

ويمكن القول أن:[22]

- الهوية ليست " شيئا " ثابتا بل هي وصف لأنفسنا (تمثل) نتوحد معه.
- التلفزيون هو الاداة الرئيسية لنشر التمثيلات في الثقافة المعاصرة .

- عولمة التلفزيون مكنت من ازاحة " الثقافة " من مكانها , وهو ما أدى الى تجاور مجموعة متنوعة من الخطابات العالمية .
- مزيج التمثيلات العالمية الذي ينشره التلفزيون ويروجه ينشئ هويات ثقافية متزايدة التعقيد .

ان الاستخدام المخطط لوسائل الاعلام في المجتمع ,يشير الى تأثير وسائل الاعلام في المجتمع ,ويمكن أن يلمس الجميع ذلك , من خلال الملاحظة المباشرة , لمجالات التغير في المعرفة , والسلوك على المستوى الفردي , والجماعي , في علاقتهم بوسائل الاعلام , أثناء التعرض لها , مما يؤدي الى تغييرات على المستوى الاجتماعي وفي البناء الثقافي واتجاهاته .[23]

فالتلفزيون من خلال القنوات الفضائية وبما يملكه اليوم من امكانيات حديثة متطورة يعد من ارقى الوسائل الاعلامية الثقافية , وأكثرها نفاذا وتأثيرا على البنية الاجتماعية والثقافية للمجتمع .

ولا يخفى علينا اليوم أن مضامين التلفزيون تشكل صناعة قائمة بذاتها فهي تعرض الخدمات ومنتجات المؤسسات صناعية أو تجارية ولها تأثير كبير في صنع القرار السياسي وتوجيه الرأي العام وصنع الثقافة والترفيه , وهي بذلك تلعب دورا هاما في حياة الأفراد إلى جانب المؤسسات الأخرى كالمؤسسة التعليمية بل تكاد تتفوق عليها في كثير من الأحيان .

الخاتمة :

فوسائل الاعلام في كثير من الحالات تعمل على تكبيل القدرات النقدية للفرد , وتجعله فردا منسابا مستسلما وهذا باستعمال عدة وسائل وعدة طرق يكون الهدف منها هو التحايل على المتلقي , بل يقتنع بالآراء المعلبة المقدمة له عن العالم من حوله , الشخص الذي يعتاد باستمرار على قبول الاراء ووجهات النظر التي تقدم له ولا يحاول أن تكون له أراء خاصة به يصبح مواطنا غير فعال أو يصبح أقل قدرة على العمل بفعالية , كانسان يحكم عقله في مختلف الامور .[24]

ولهذا يتطلب منا اليوم توجيه مضامين وسائل الإعلام العربية نحو تنشئة أفراد يحافظون على هويتهم وتراثهم وأصالتهم , والتفاعل بالتوازي مع الحياة المعاصرة تفاعلا ايجابيا , فالحفاظ على الهوية لا يعني

الجمود , بل هو عملية تتيح للمجتمع أن يتطور ويتغير دون أن يفقد هويته , فتأثير وسائل الإعلام اليوم لا يتجلى فقط في تغيير الأفكار والرؤى بشكل مباشر وفوري إزاء موضوع أو قضية معينة وإنما تظهر من خلال أنماط سلوكية ومواقف واتجاهات هي وليدة التعرض المستمر لوسائل الإعلام هذه الأخيرة التي أصبحت في مجتمعاتنا العربية المصدر الوحيد للمعلومات , ولكي يكون لكل مجتمع قيمه لابد أن يكون له قاعدة أساسية يستند إليها هي مجموع العناصر الأساسية المكونة من ثقافة ودين وهوية وتاريخ , وهو الأساس الذي لابد من المحافظة عليه في ظل التغيرات التي يشهدها العالم من حولنا والتي تجرف قيم المجتمع معها أو تجعل الأفراد يعيشون حالة من الاستبعاد بين ما يريدونه وماهو موجود في مجتمعاتهم من تناقضات .

هذا ما يدفعنا إلى الاهتمام بتأثير وسائل الإعلام والتركيز على تفسير نوع ذلك التأثير وعلاقته بحركية التفاعل الاجتماعي بهدف الوصول إلى صياغة مضامين إعلامية واضحة ومحددة موجهة لأفراد المجتمع العربي وتتماشى مع قيمنا وتراثنا وثقافتنا , حيث تسمح لنا بمواجهة التحديات الثقافية للعولمة.

الهوامش :

[1] ـ نسيمة طبطوش ، القنوات الفضائية وأثرها على القيم الاسرية لدى الشباب ، الجزائر ، كنوز الحكمة ، 2011، ص 25

[2] ـ المرجع نفسه ، ص 26

[3] ـ محمد عبد القادر حاتم ، العولمة مالها وما عليها ، القاهرة : البيئة العامة للكتاب ، 2005، ص 549.

[4] ـ رحيمة عيساني ، مدخل الى الاعلام والاتصال ، جدارا للكتاب العالمي ، الاردن ، 2008 ، ص 120

[5] ـ فاطمة حسين عواد ، الاعلام الفضائي ، ط1 ، دار اسامة ، عمان ، 2010 ، ص 40.

[6] ـ نسيمة طبشوش ، مرجع سابق ، ص 28.

[7] ـ بلقاسم بن روان , وسائل الاعلام والمجتمع , دار الخلدونية , ط1 , الجزائر , 2007، ص 95

[8] ـ محمد عبد الحميد , نظريا ت الاعلام واتجاهات التأثير , عالم الكتب , ط3 , القاهرة , 2010 , ص 461 .

[9] ـ ياس خضير البياتي , الاتصال الدولي والعربي مجتمع المعلومات ومجتمع الورق , ط1 , دار الشروق , الاردن ، 2006 ،

[10] ـ اديب خضور " صورة المرأة في الاعلام العربي , ط1 , دار الايام للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 1999، ص 17

[11] ـ محمد عبد الحميد ، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ، عالم الكتب ، ط3 ، القاهرة ، 2000، ص246

[12] . -اديب خضور ، صورة المرأة في الاعلام العربي ، ط1 ، دار الايام للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 1999، ص 21

[13] ـ كريس باركر ، التلفزيون والعولمة والهويات الثقافية ، ترجمة علا أحمد اصلاح ، مجموعة النيل العربية ، مصر ، 2006، ص 19

[14] ـ كريس باركر ، نفس المرجع السابق ، ص 104

[15] ـ بوجلال عبد الله " الأطفال و التلفزيون.المجلة الجزائرية للاتصال. العدد14 1993، .ص 61

[16]. ـ بيام جون ماري ، التلفزيون كما نتحدث عنه ، ت.لعياضي نصر الدين ، مراكش ، دار العيون ، 1992، ص32

[17] - كريس باركر ترجمة علا احمد اصلاح ، مرجع سابق ،ص 192 .

[18] . ـ كريس باركر ، مرجع سابق ، ص 187

[19] ـ بلقاسم بن روان ، وسائل الاعلام والمجتمع ، دار الخلدونية ، الجزائر ، 2007، ص 66.

[20] ـ محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 181.

[21] ـ بلقاسم بن روان ، مرجع سابق ، ص 124 .

[22]. ـ كريس باركر، المرجع السابق ، ص 105

[23]. ـ محمد عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص 245

[24] ـ بلقاسم بن روان ، مرجع سابق ، ص 127.