

العولمة والهوية الثقافية في زمن الاعلام الجديد

Globalization and Cultural Identity in the New Media Era

زويير زرزايحي¹

جامعة باجي مختار -عنابة-

z.zerzaihi@hotmail.fr

تاريخ الوصول: 2019/03/21 القبول: 2019/05/12 /النشر على الخط: 2020/06/15

Received: 21/03/2019 / Accepted: 12/05/2019 / Published online : 15/06/2020

الملخص:

يعتبر الاعلام الجديد بتنوع أشكاله وبتعدد وسائطه المحرك الأساسي للعولمة في عصرنا الحالي بأبعادها الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، وقد نتج عن ثورة النت ومواقع التواصل الاجتماعي ظهور ثقافة وعادات وسلوكيات في مجتمعاتنا العربية ترتبط باستخدام هذه الفضاءات الإلكترونية، مما أدى إلى احداث تأثيرات ايجابية وسلبية على أنماط ثقافية في مجتمعاتنا. وهذه الورقة العلمية هي مقارنة وقراءة في العناصر السالفة توضح العلاقة بين الاعلام الجديد ممثلا في شبكات التواصل الاجتماعي وتجليات العولمة الاعلامية والهوية الثقافية في منطقتنا العربية.

الكلمات المفتاحية: العولمة والهوية، العولمة الاعلامية، الهوية الثقافية، الاعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي.

Abstract:

The new media with their varied forms and multiple modes are considered in our contemporary era the main driver of globalization in its social, cultural and economic dimensions. The revolution of internet and the social networking sites have resulted in the emergence of culture, customs and behaviors in our Arab societies related to the use of these electronic spaces that led to positive and negative effects on cultural models in our societies. This paper is an approach and reading in the above elements that illustrate the relationship between the new media, represented in social networks, and manifestations of media globalization and cultural identity in our Arab region.

Keywords: Globalization, media globalization, identity, cultural identity, new media, social networks

¹ المؤلف المرسل: زويير زرزايحي البريد الإلكتروني: salmi.z.zerzaihi@hotmail.fr

1. مقدمة:

أحدثت التحولات في الأنماط السياسية والاقتصادية والتكنولوجية على مستوى العالم تطورا ملحوظا في تكنولوجيات الاعلام والاتصال، ما جعل هذه الأخيرة تمارس دورا بارزا في إثارة اهتمام المجتمعات بالقضايا الاجتماعية والثقافية المطروحة من خلالها ومهدت الثورة الاتصالية الحالية لظهور إشكالات كثيرة على مستوى القيم الثقافية والاجتماعية للمجتمعات المستقبلية للمضامين الاعلامية المختلفة، واحتلت آثار الاعلام الجديد من حيث الأداء والوسيلة والوظيفة الريادة في الدراسات الاعلامية خلال السنوات الاخيرة من القرن الواحد والعشرين، وكان من نتائج هذه الدراسات ان المنظومة التفاعلية في مجال الاعلام الجديد أصبحت الأداة الاتصالية الفاعلة التي تعمل على عولمة الثقافة والاعلام وتوحيد الأنماط والقيم الثقافية للمجتمعات المنتجة لهذه القيم الإستهلاكية.

في ظل التنامي المتسارع للشبكات الاجتماعية وقنوات الاعلام الجديد، يتجلى الحديث عن ظاهرة العولمة الاعلامية والثقافية التي نمت بمعدلات متسارعة وبرزت تجلياتها وأبعادها في المجال الاقتصادي والثقافي والاتصالي.

وقد فرضت العولمة نفسها بعد انتهاء الحرب الباردة وأفرزت نظاما عالميا يعتمد على الانفتاح الاعلامي والتفاعل الاجتماعي، رافقه التطور الهائل في أشكال الاتصال الجديدة التي أتاحتها شبكة الأنترنت وتطبيقاتها، كمواقع التواصل الاجتماعي والمدونات الالكترونية ومجموعات الاخبار ومواقع الدردشة... الخ

إن الخدمات والنماذج الاعلامية الجديدة وفرت فتحا تاريخيا نقل العولمة إلى آفاق غير مسبوقه للتأثير والانتقال عبر الحدود السياسية والجغرافية للدول، وذلك من خلال تطور العملية الاتصالية باستخدام التقنيات الحديثة الناتجة عن شبكة الأنترنت بميزاتها وخصائصها المتعددة كالحرية الواسعة والتفاعل والتنوع والشمول.

والاعلام الجديد بتنوع اشكاله وبتعدد وسائطه، فرض نوعا جديدا من العولمة الثقافية والفكرية من حيث سرعة الانتشار وتقريب المسافات، ليصبح العالم قرية الكترونية صغيرة يتداول أخبار بعضه البعض عن طريق الفيس بوك والتويتير واليوتيوب وغيرها.

كما فتح افقا اخرى لتشكيل عادات اجتماعية حول ثقافة التواصل عبر النت، لذلك كان لهذه الثقافة آثارا ايجابية وسلبية على هوية وعادات وسلوكيات مجتمعاتنا العربية على عمومها، فبمجرد الإنضمام إلى موقع من مواقع الأنترنت فذلك يعني الإنضمام إلى ثقافة المجتمع الإلكتروني.

وقبل ان نتطرق إلى إشكالية الاعلام الجديد والعولمة والهوية الثقافية في منطقتنا العربية، نقف عند مفهوم العولمة.

2. مفهوم العولمة:

كثير الحديث والجدل في الآونة الأخيرة حول العولمة، ولم تقتصر الخلافات حول تسميتها فقط (الكوكبة، الأمركة، الكونية...) وإنما مست كذلك مضامين المفهوم ودلالاته.

فجيمس روزناو أحد علماء السياسة الأمريكيين يحددها في ثلاثة أبعاد، يتعلق أولها بانتشار المعلومات على نطاق واسع وثانيها تذويب الحدود بين الدول، أما البعد الثالث فيمثل زيادة معدلات التشابه بين الجماعات والمجتمعات والمؤسسات¹.
فغالبا ما يوظف لفظ العولمة مع مصطلحات ومفاهيم تنطوي على كثير من التداخل بين ما يقصد به الإرتقاء بالأشياء إلى المستوى العالمي، وما يتضمن الاختراق والهيمنة من أجل الوصول الى هدف التنميط، أي جعل نمط معين من المعايير والقيم وأساليب الحياة يسود المجتمع البشري. وفي كلتا الحالتين يحتاج الامر إلى أدوات ووسائل للوصول إلى الهدف المنشود، وأبرز تلك الوسائل هي وسائل الاعلام والاتصال الحديثة على اختلاف أنواعها ودرجة تأثيرها، الأمر الذي جعلها الأداة الأقوى لترويج سياسات القوى المهيمنة والتي تسعى إلى الهيمنة في المجال الثقافي.

إن الدور المزدوج للاعلام الجديد في إبراز السمات والخصائص الثقافية للجماعات من خلال التركيز والتكرار على ما يراد نشره أو العكس من ذلك بطمس وتشويه ما يراد له ذلك، هي في الحقيقة مؤشرات أخطار العولمة الاعلامية على هوية وثقافات الشعوب عامة².

1.2 تجليات العولمة :

يشير البروفيسور عبد الرحمان عزي في أبحاثه واسهاماته في اطار نظرية الحتمية القيمة للإعلام، إلى ظاهرة العولمة على أنها حالة بدأت تستفحل وتتجلى أكثر فأكثر مع تنامي وتطور تكنولوجيا الاتصال حيث يقول: "ينذر تفجر الظاهرة المعلوماتية الاتصالية بتقلص ثقافات افريقيا وآسيا وأمريكا اللاتينية والعالم الاسلامي وانحصارها في شكل كيانات فلكلورية هشة لا مكانة لها في المسار التاريخي والبناء الحضاري...، وتندر هذه الثورة الاتصالية التي لم تعد تتقيد بعوائق الوقت والجغرافيا بتحول العالم الى ما سماه ماكلوهان إلى وحدة قبلية أو قرية واحدة"³.

العولمة ظاهرة اجتماعية تلف المجتمع العالمي كله وتطبعه بطابعها، وتظهر بتجليات كثيرة أهمها الإقتصادية، التي تعتمد على التبادل بين اقتصاديات الدول ووحدة الأسواق المالية، وتعمق المبادلات التجارية وإقامة التكتلات الإقتصادية الدولية، ونشاط الشركات المتعددة الجنسيات وبروز أهمية المؤسسات الأخرى كالبنك الدولي، صندوق النقد الدولي، ومنظمة التجارة العالمية.
أما التجليات الثقافية فتتمثل في صياغة ثقافة عالمية أطلق عليها الجابري استراتيجية الإختراق، حيث تحولت التبعية الثقافية إلى عملية ترسيخ لثقافة الإختراق. ويميل الباحث إلى استخدام هذا المصطلح، باعتبار أن التبعية الثقافية تفترض علاقة من التابع إلى المتبوع تعبيراً عن حاجة، فيما تشير عبارة الإمبريالية الثقافية إلى علاقة هيمنة يقوم بها الطرف القوي على الضعيف، ويستبعد عبارة الغزو الثقافي التي راج استخدامها لما تحمله من مضامين ايديولوجية⁴.

¹ - السيد يسين: العولمة والطريق الثالث، ميريت للنشر والمعلومات، 1999. ص18.

² - حسين خريف: العولمة الاعلامية والهوية الثقافية، المنتدى الوطني حول العولمة والهوية الثقافية، منشورات مخبر علم الاجتماع الاتصال للبحث والترجمة ماي 2010 جامعة منتوري قسنطينة، ص169

³ عزي عبد الرحمان: الاعلام الاسلامي ، تعثر الرسالة في عصر الوسيلة، حوليات جامعة الجزائر، 1989-1990 (د ص).

⁴ محمد عابد الجابري: المسألة الثقافية في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية ، ط2، 1999، ص 174.

أما التحليات الاعلامية والاتصالية، فيعبر عنها بالقنوات الفضائية والشبكات الاجتماعية والتنامي المطرد للإعلام الجديد، وتمكنه من اختراق فئات اجتماعية واسعة، فقد انتج هذا الوضع الجديد تنامياً لقيم العولمة، توهم بامتلاك الحرية المطلقة في الاختيار والاستحواذ الخصوصي للأشياء والأفكار، عبر خلق احتياجات جديدة يصبح معها للمستهلك استعداد نفسي للإنخراط في منظومة الإستهلاك، ولهذا بالرغم من الاحساس بامتلاك الحرية في وسائل الإعلام الجديد، إلا أنه وهم، قد نجح التضليل الاعلامي في تكريسه من خلال صياغة تعريف محدد للحرية في عبارة تتسم بالنزعة الفردية¹.

والإعلام الجديد نتيجة حتمية لتطور تكنولوجيا الاتصال، أتاح للمواطن خيارات جديدة للتواصل فاتحا بذلك عهداً جديداً للمنافسة مع القنوات الفضائية، إذ أصبح الفرد يتنقل بيسر بين التطبيقات التي أتاحها شبكة الأنترنت دون رقابة إلا من نفسه أو من ضميره ووفق إمكانياته الثقافية واللغوية.

وبدأ الإعلام الجديد يأخذ مكانة هامة بين الباحثين والمتخصصين، إذ يرى البعض أن تأثيره على الفرد قد يكون إيجابياً أو سلبياً أو الاثنين معاً، فمن الآثار الايجابية أنه يجدد الثقافة الوطنية الراكدة في بعض الأحيان بتطعيمها بنماذج وتطلعات عصرية جديدة تتعلق بالإبداع والأداء والايقاع السريع مع تشجيع التبادل الحضاري ونشر المعلومات والافكار بين الشعوب، أما ما ارتبط بالجوانب السلبية فيه فيتمثل في التلاعب بالعقول واتجاهات الرأي العام، كما يشيع استخدام تطبيقات الإعلام الجديد ميولاً استهلاكية ورغبات في التقليد والمباهاة وحقق وجدان المجتمع بقيم ومعايير وسلوكيات لا تتوافق مع الثقافات المحلية.

فالمتطلع اليوم إلى الثورة المتصاعدة في عالم الاتصالات، يقف مندهشاً لما يراه ويشاهده من تسابق وتحد في هذا المضمار، فالعصر الذي نعيشه تصدق عليه حقاً صفة "عصر الاتصالات" وخاصة عبر الأقمار الصناعية واستخدام التكنولوجيا الحديثة.² ومع تطور وسائل الاعلام الإلكترونية بدأت حقبة إنسانية جديدة، تم من خلالها الغاء حاجز المسافة الذي كان يبعد بين الدول والشعوب، والإعلام كسلطة تكنولوجية ذات منظومة معقدة تستخدم تقنيات متطورة في نقل المعلومات والأفكار والإيديولوجيات وقد تعددت وتوسعت مهام وسائل عولمة الاعلام بعد أن أضيفت لها وسائط اتصال حديثة وفعالة أهمها أقمار الاتصال وقنوات البث الفضائي والحاسوب والانترنت³.

2.2 مفهوم الاعلام الجديد وخصائصه:

في قاموس التكنولوجيا الرقمية High-tech dictionary الاعلام الجديد هو: "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة". وعرفه ليستر: "هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من تزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام، والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو.

وفي موسوعة ويب أويديا من ناحية أخرى تعرف الإعلام الجديد بأنه: "مصطلح يضم أشكال التواصل الإلكتروني المختلفة والتي أصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحاسب الآلي. وبالنظر إلى علاقة هذا المصطلح بوسائل الإعلام القديم مثل الصحف المطبوعة والمجلات والتي تتسم بسكون نصوصها ورسوماتها"⁴.

¹ هربرت شيلر: المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، ع 243، 1999، ص 96.

² سعيد بن عائض الزهراني: الاعلام الاجنبي الوافد وأثره على المجتمع العربي، دار بلال بيروت، لبنان، ط 1، 1998، ص 131.

³ عبد الله الدناني: البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الاعلامية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، مصر، 2006، ص 268.

⁴ سعود صالح كاتب: الاعلام الجديد وقضايا المجتمع، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، 2011، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، المملكة العربية السعودية.

والإعلام الجديد هو العملية الاتصالية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر هي الكمبيوتر والشبكات والوسائل المتعددة، وتعتمد وسائل الإعلام على الحاسب الآلي في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات، وتقدم ذلك بأسلوب ميسر وبسرعة منخفضة، وتصنف التفاعل المباشر، وتلزم من المتلقي انتباهها، وتدمج وسائل الإعلام التقليدية، أو هو كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل تفاعلي.

أما اللجنة العربية للإعلام فتعرفه: بأنه " الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الاعلامي آليا أو شبه آلي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون، ويشمل الإشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة لمواد اعلامية¹.

تقوم فلسفة الإعلام الجديد على مبدأ الدمج بين الوسائل المحوسبة والشبكات الإلكترونية وتكنولوجيا الإتصالات.

ويضم الإعلام الجديد جملة من وسائل الإعلام والاتصال معا:

خدمات البث الاذاعي والتلفزيوني على شبكة الانترنت.

خدمات البث الاذاعي والتلفزيوني على الهواتف المحمولة.

المواقع الالكترونية للصحف والمجلات والمدونات التي تعتمد على مبدأ النشر المستمر.

خدمات البريد الالكتروني بأنواعها.

شبكات التواصل الاجتماعي - فيس بوك - تويتر - يوتيوب.

الكتاب الالكتروني المتوفر على صفحات الشبكة العنكبوتية.

لقد أشار تقرير الأمم المتحدة لاقتصاد المعلومات لسنة 2010 إلى أن المعرفة أصبحت متاحة وبمتناول الجميع وهي جزء أساسي من حياة كل فرد.

وفي إحصائيات جديدة أظهرت أن المشاركين على صفحات الفيس بوك وصل إلى 750 مليون مشارك.. كما بلغ عدد مستخدمي الهواتف المحمولة 5 مليار شخص وبنسبة زيادة من 2% إلى 25%، أما عدد الذين يستخدمون الأنترنت فقد وصل إلى أكثر من 2 مليار نسمة في العالم.. وهذه النسبة بازدياد سريع².

3. العولمة والهوية الثقافية:

لكل مجتمع ثقافته ولكل ثقافة هويتها الخاصة التي تنطلق منها، وتخضع لها في جميع نتائجها، وتمثل هذه الهوية فيما يمكن أن نسميه " نسق القيم الأساسية" وينبثق هذا النسق من النظام السائد الذي يمكن أن يكون عبارة عن دين أو مذهب فيشمل كل أنحاء الثقافة.

¹ علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 53.

² كاظم المقدادي : الإعلام الدولي والجديد وتصدع السلطة الرابعة، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 01، عمان، 2012، ص ص 208، 209.

وهذا تصور عند بعض العلماء الغربيين منهم " جورج ستانينو" و" روبرت اغروس" أما مالك بن نبي فيقول عن الثقافة أنها: " نظمت الملحمة الإنسانية في جميع أدوارها من لدن آدم عليه السلام، فلا يسوغ أن نعتبرها علما يتعلمه الناس، بل هي محيط يحيط به وإطار يتحرك داخله، ويغذي الحضارة في أحشائه، فهي الوسط الذي تتكون فيه جميع خصائص المجتمع المتحضر¹. إن ما نلاحظه اليوم هو السعي إلى تشكيل نسق ملزم من العادات السلوكية والقواعد الأخلاقية وجعلها موحدة بين شعوب العالم، أي أن هناك صراع دائم بين ما هو خاص وعام بين الخصوصية والمشارك ما بين المجتمعات، والعملة الثقافية تتضمن بلوغ البشرية مرحلة الحرية الكاملة لانتقال الأفكار والمعلومات والبيانات والقيم والأذواق على الصعيد العالمي². وقد فقدت الدول في ظل الإعلام الجديد القدرة على التحكم في تدفق الأفكار والقيم فيما بين المجتمعات، حيث حملت العملة في طياتها ايدولوجية التمييز والإختراق الثقافي التي تركز على صياغة ثقافة عالمية مندمجة لها قيمها وعاداتها وأخلاقها ومعاييرها لضبط سلوك الأفراد والشعوب.

وبما أن التمييز الثقافي يتعارض مع الخصوصية والهوية الثقافية للشعوب، فإن النمطية المطروحة تؤدي إلى تطويع الأفراد وسلبهم إرادة الإختيار، فالسلع والخدمات المستوردة، وأنماط الإنتاج والاستهلاك تحمل ثقافة المجتمع القادمة منه، مما يؤدي مستقبلا إلى تغيير العادات والقيم، ويبدو هذا التأثير الثقافي والإعلامي قويا في المجتمع العربي. وفي ظل الثورة الاتصالية التي يشهدها العالم في العصر الحديث لم يكن المجتمع العربي في معزل عن هذه الأحداث، إذ دخلت تكنولوجيا الاعلام المتقدمة، وانتشرت ظاهرة الإبحار عبر شبكات التواصل الاجتماعي لدى فئات واسعة من المجتمع، ومن هنا كان من الضروري أن تنتج آثار استخدامها على الهوية الثقافية العربية.

1.3 الاعلام الجديد وحماية الهوية الثقافية العربية:

أصبحت وسائل الاعلام تلعب دورا أساسيا في تشكيل اتجاهات الجماهير والمحافظة على الشكل الاجتماعي للمجتمع، ووسائل الاعلام باستطاعتها التأثير في سلوك الجماهير والعمل على إبراز العادات والتقاليد التي تعمل على زيادة الإرتباط بين أفراد المجتمع الواحد، وقد ربط العلماء بين التقدم المادي والاعلامي في المجتمع وزيادة وعي الأفراد، أي أن هناك إنتاج ذهني واجتماعي، وتلعب القوانين الاجتماعية والنظم الثقافية دورا هاما في المجتمع، ويأتي ذلك من خلال مواكبة التقدم في مجالات التكنولوجيا المتعددة³.

فالاعلام الجديد كشكل من أشكال الاعلام التشاركي الذي يقوم على الحوار والتبادل أعطى وسائل الاعلام المعنى الحقيقي للحرية الاجتماعية وحق الافراد والجماعات في المشاركة في العمليات الاتصالية أخذا وعطاء.

¹ مراد زعيمي: الثقافة والعملة بين التكيف والتفاعل، منشورات جامعة منتوري قسنطينة، 2001، ص120.

² طه عبد العاطي نجم: الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2004، ص 217.

³ Stuart Hall. culture the media and the ideological effects; in James Curan, mass communication and society, the open university. 1979, pp315-316.

يرى البعض أن التكنولوجيا الحديثة تنطوي على طمس الهوية الثقافية، فالهوية تعنى التفرد بكل ما يتضمن معنى الثقافة من عادات وقيم وسلوك ونظرة إلى الكون والحياة، والتكنولوجيا الحديثة تزيد من درجة النمطية أو التنميط التي هي بطبيعتها نقيض التفرد.

إن التكنولوجيا الاتصالية عملت على إزالة الحواجز والقيود وهدفت إلى العولمة كما عملت على تمكين الشركات متعددة الجنسيات من العمل وسيولة الأفكار والايديولوجيات، وانتشار المعلومات عبر الصور والوسائل السمعية والبصرية بالإضافة إلى أن هذه الثورة عملت على تسطيح الوعي بمعنى أن مجموعة الصور والمشاهد ذات الطابع الاعلامي الذي يجلب العقل ويقلل من أهمية الوعي يتم بموجبه اخضاع النفوس والتشويش على نظام القيم وقبوله وذلك بهدف تكريس نوع من الاستهلاك يشمل ما يطلق عليه بـ"ثقافة الاختراق" فلا تعرف الحدود الثقافية، بل حدودها غير مرئية قصدها الهيمنة على الأخلاق والنفس والسلوك¹.

لثورة الاتصال والثورة التكنولوجية تأثيراتها فقد نتج عنهما ظاهرة العولمة التي تعمل عملها في خلق سوق عالمية تتحكم بالأسعار والحاجات والثروات، وهي بهذا المعنى تعد وجهاً آخرًا للإستعمار، وأنها كما يذكر "روجية جارودية" تعمل على تذويب ثقافات الشعوب.

هذه الآثار الاجتماعية والثقافية هي أشد خطراً، حيث تحدث متغيرات في قوى الإنتاج عبر الثورة الإلكترونية مما قد يتناقض مع قيم المجتمع، إلى جانب انتشار البطالة واهمال البعد الاجتماعي والإنساني واستيعاب النفوذ الاجتماعي بزيادة تفككه وخلق عادات وأعراف اجتماعية جديدة، وتقليص الخدمات الاجتماعية وإضعاف مسؤولية الدولة وخلق التوتر الاجتماعي والغربة واللامبالاة لدى الأفراد.

فعلى الرغم من المزايا المتعددة التي أضافتها النظم الحديثة في الإعلام الجديد و الاتصالات إلا أنها تمثل تحدياً عظيماً يواجهها ويمثل هذا التحدي في انعدام الرقابة على محتويات وسائل التواصل الحديثة، وفقدان الدولة قدرتها على السيطرة ورقابة القنوات الاتصالية، الأمر الذي أدى إلى بث برامج تروج عدداً من الايديولوجيات الفكرية ذات المردود السلبي. نتيجة احتكار الاتصال وقصوره على مجموعة من الدول المتقدمة دون الدول النامية، الأمر الذي أدى إلى اتساع الفجوة الثقافية بين الدول، نتيجة زيادة قنوات الاتصال لدى البعض وافتقار مجموعة أخرى من الدول لهذه القنوات. والإبتعاد عن غرس القيم والفضائل ومحاوله اجتذاب المشاهدين بمخاطبة مشاعرهم وارضاء رغبتهم من خلال التوسع في عرض الأفلام والمواد الاعلامية الإباحية أو العنيفة والعدائية، مما يؤدي إلى تغيير اتجاهات وسلوكيات الجمهور والتأثير على عمليات التنشئة والتأهيل، بل والتأثير على معتقداتهم واتجاهاتهم نحو الجنس والدين والأخلاق مما جعل البعض يطلق على تلك الظاهرة السطوة الفكرية².

وهذا يستدعي إعادة بناء الثقافة العربية ومراجعة السياسات الثقافية الرسمية والمحلية والعالمية، وتطوير استراتيجيات جديدة لبناء الوعي والضمير الإنساني من قبل المثقفين وصانعي الثقافة أيضاً.

1 فؤاده البكري: الهوية الثقافية العربية في ظل ثورة الاتصال والاعلام الجديد، أبحاث المؤتمر الدولي: الاعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ايام 7-9 افريل 2009 جامعة البحرين.

2 فؤاد البكري: مرجع سابق، ص385.

ولا يمكن التغلب على المشكلات والتحديات التي تطرحها العولمة، والتي أتت بها الإعلام الجديد وثورة الاتصال على المجتمعات العربية برفضها أو الهرب منها أو إدانتها، وإنما بخلق الشروط الاقتصادية والسياسية والثقافية التي تسمح بالسيطرة على آلياتها، والاستفادة منها لإعادة بناء هذه المجتمعات نفسها وإعادة الثقة لقواها الاجتماعية والثقافية.

وفي هذه الحالة يمكننا بعد أن أصبحت منطقتنا مسرحاً للنزاعات الدولية والمحلية أن نتحول إلى فرص للتقدم والخروج من الهامشية والجمود الذي فرض على مجتمعاتنا منذ أكثر من أربعة عقود والأمر يتوقف على مبادرتنا وقدرتنا على التحكم بقراراتنا والسير قدماً نحو تجميع جهود البلدان العربية، وإطلاق طاقات شعوبها وتحرير إنسانها من الوصايات المتعددة السياسية والفكرية والروحية¹.

2.3 شبكات التواصل الاجتماعي والعولمة:

تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية من أكثر المواقع انتشاراً في العالم، وبات من لا يمتلك صفحة خاصة على أحد مواقعها يبدو منعزلاً عن العالم حيث تقول "دانا بويد" Danah Boyd " من لا يوجد على صفحات ماي سبيس فهو غير موجود"².

وتشير بعض الأرقام إلى أن من بين 50 موقعا الأكثر زيارة في العالم نجد 10 مواقع للشبكة الاجتماعية.

يشير مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسراع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع³.

وتعرف أيضا بأنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات والهوايات نفسها".

وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك face book والتويتير twitter وجوجل + Google plus وماي سبيس MY SPACE وهاي فاي HI5 ولايف بون LIFE Boon ولينكد ان linked in وغيرها، من أشهر المواقع التي تقدم خدمات للمستخدمين وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل مع أصدقائهم ومعارفهم، ونعرف بعضها منها⁴:

¹ المرجع نفسه: ص 388.

² Rob Nyland . *The Gratification Niches of Internet Social Networking, E-mail, and face to face Communication* .:Master of Arts, Department of communications Brigham Young University .2007، p3.

³ عبد الغاني عماد: سوسيولوجيا الثقافة – المفاهيم والاشكاليات من الحداثة إلى العولمة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، (د ت)، (د ص).

⁴ محمد محمد عبد المنعم ، الرشيد إسماعيل الطاهر، زينب عبد الرازق غريب: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل، دراسة على عينة من طلبة جامعة الملك فيصل السعودية. السنة 1436 هـ

الفيسبوك: face book وهو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين.

التويتير Twitter وهو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة الشرق الأوسط، وأخذ تويتير اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني "التغريد" واتخذ من العصفورة رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصا، ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتير أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات أو التويتيرات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتير خدمة التدوين المصغرة، وإمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة « RSS » عبر الرسائل النصية « SMS ».

اليوتيوب « youtube » : اختلفت الآراء حول موقع "يوتيوب"، وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أم لا، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو « video sharing site »، غير أن تصنيفه كنوع من مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لاشتراكه معها في عدة من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظرا لأهميته الكبيرة في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع.

أي أن اليوتيوب موقع الكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل و تنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني، وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها.

وتشارك الشبكات الاجتماعية في خصائص أساسية بينما تمتاز بعضها عن البعض بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها.

إن بروز وسائل "الاعلام الاجتماعي" الجديدة، أدى إلى ظهور أشكال متعددة للعوامة من أهمها العوامة الاجتماعية والثقافية والتي تعززت بفضل تقنيات التواصل الجديدة وتزايد أعداد مستخدمي ورواد مواقع التواصل الاجتماعي .

لقد أصبح العالم قرية واحدة بفضل تواصل الأفراد مع بعضهم البعض على منصات -السوشيال ميديا-، فيتناقلون فيها معلومات جديدة تغذي عقولهم وتغير ميولاتهم واتجاهاتهم مما أدى إلى بروز تيار عولمي جديد يهدد النسيج الاجتماعي للشعوب، ويعمل على تفكيك الهوية الثقافية المستقلة مما يطرح اشكالات عديدة حول مخاطر عوامة شبكات التواصل الاجتماعي، مع تزايد أعداد مستخدميها حول العالم.

وقد أشارت إليزابيث ليندر المختصة في السياسات والشؤون الحكومية في الفايس بوك إلى أنه بات من المواقع التي تستخدم يوميا من قبل الناس، بحيث يكتبون ويضعون كل المعلومات التي تهمهم على صفحاتهم.

وأكدت أن " هذا الموقع يلبي حاجات الناس من خلال مراقبتنا ما يفعلون، ففي البداية لاحظنا أنهم يحبون تبديل الصور الشخصية وتيقنا أن موضوع الصور يهتمهم، لهذا أضفنا إمكانية تحميل الصور على الموقع، في إشارة الى أن القائمين على الفايس

بوك يهتمون بتلبية رغبات العملاء من خلال مكاتب دراسات متخصصة تمكنهم من ضبط التوجهات العامة التي يميل إليها المتعاملون، وقالت أن الموقع لم يعد محمدا ضمن أطر التواصل الاجتماعي فقط، فكل شخص يجد اهتماماته عليه إذ يمكنه أن يتابع الأخبار السياسية إن كانت تهمه، أو أي مجال آخر.

إن الفكرة الأساسية واللافتة للانتباه في تصريح السيدة اليزابيث ليندر، هو كون الفاييس بوك لم يعد محمدا لأطر التواصل الاجتماعي فقط، بمعنى أن هذه التقنية تعدت مجال صلاحيتها المخولة فقد انصهرت ضمن منظومة متكاملة من التقنيات والوسائل العصرية المتاحة لتشكيل بذلك رافدا أساسيا من روافد العولمة، والإقرار كذلك بأنه عالم واقعي وهوية حقيقية هي إشارة خطيرة إلى الدور المنوط بالفايس بوك وما يمكن أن يقوم به من تحولات في المستقبل، بمعنى أنه سيعمل في مجال الواقع على صياغة خريطة بشرية جديدة بأنماط مستحدثة لا تنتمي إلى مجال التراث ولا إلى البعد الواقعي الراهن، وإنما تتشكل في عملية أشبه ماتكون بالقطيعة الاستيمولوجية مع الماضي لتؤسس من الواقع الافتراضي أبعادا حضارية جديدة مجهولة الهوية إنتماؤها الوحيد إلى سلسلة قيم الفاييس بوك¹.

4. شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الهوية الافتراضية :

أدت مواقع التواصل الاجتماعي دورا بارزا ومهما في حياة الافراد والمجتمعات العربية في كثير من الجوانب الاجتماعية والثقافية، وامتدت بعدها الى جوانب أخرى ارتبطت بالسياسة والاقتصاد والدين.

وقد لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا فاعلا في الأعمال الانسانية المفيدة للمجتمع بيسر وسهولة، حيث أن المستخدم لهذه الوسائل يقوم بأداء مسؤوليته الاجتماعية تجاه نفسه وأسرته وأصدقائه بمشاركته الفعالة فيها².

إن شبكات التواصل الاجتماعي مع انتشارها وتطورها تشكل حركة ديناميكية، أثرت ما يُطلق عليه حاليا الإعلام الجديد- البديل - الذي غير طبيعة العلاقات الاجتماعية، ورفع من وتيرة مشاركة الفرد في الحياة بامتياز، كما ساهم في ميلاد هوية وطنية للفرد تُسائر وتُعزز مبادئ الديمقراطية والتحرر، بالمقابل خلقت هذه الشبكات أمام إلغاء فويا الزمان والمكان، وسيطرة العالم الافتراضي بخصائصه التي تؤكد أيديولوجيا نشأة هذه الشبكات موضحة شبابية عزلت الفرد عن قيمه الوطنية وهويته العربية.

ومع زيادة حجم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الجديدة من قبل فئات مختلفة من المستخدمين ، فإن موضوع الهوية الافتراضية أضحي من أهم القضايا التي يثيرها هذا الاستخدام، وعليه فإن الهوية الافتراضية انما تكون قد تولدت عن استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي من خلال انضمام الفرد الى الفضاء السيبري الذي يفرض عليه أن يقدم بيانات الهوية التي يتواصل بها مع الآخرين ويتفاعل بها مع مختلف الجنسيات والاعراق والديانات.

1 بدر الدين بن بلعباس: شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين، ماجستير غير منشورة، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014-2015، ص ص 119، 120.

2 حسني عوض محمد: أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب تجربة مجلس شباب عرار، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 10، العدد 2، السنة 2013.

وفي الوقت الذي يفضل فيه بعض مستخدمي الفايبروك إبراز هويتهم على الحقيقة كما هي عليه في واقع الامر، كإبراز السمات العامة (الجنس، السن، المهنة أو النشاط... الخ)، فإن البعض الآخر يعزف عن ذلك ويتجه الى منحى يتخفى من وراءه بهويات لا تمت بصلة الى هويته الحقيقية، لسبب من الاسباب أو لسبب وجيه يدفع بمعظم الممثلين افتراضيا أن يتمثلوا أمام غيرهم بما يريدون أن يروهم عليه¹.

وتتخذ الهوية الافتراضية حيزا مهما ضمن شبكات التواصل الاجتماعي، فلا يتمكن المستخدمون من التعرف على من يتواصلون معهم، واستحداث محددات الهوية المتعارف عليها في العالم الفيزيائي بسياقات افتراضية، قد مكن المتفاعلين من تجاوز الاكراهات الفيزيائية المرتبطة بسياقات حضور الحقيقة وطقوس المكان. فلقد غدا ممكنا التواصل مع الغير بطريقة تتيح التكم التام عن الهوية الفعلية أو الفيزيائية والحضور غير التجسدي، ومع ذلك فالهوية الافتراضية حسب بعض الدارسين قد تكشف حقيقة أسلوب تفكير المستخدم ومستواه الثقافي والكثير من الحثيات عنه. الا أنه من الواضح اليوم أن تشكيل هوية الفرد الاجتماعية وفق النموذج المرجعي أضحى أمام منافسة شرسة من قبل فضاءات تفاعلية جديدة منها ماهو واقعي ومنها ماهو افتراضي، وعليه فإن هذا التنوع في التغذية بمختلف النماذج الثقافية المتاحة قد يؤدي الى تغيير فعلي في طبيعة التفاعلات القاعدية للأفراد في مجالهم الاجتماعي الأسري والاجتماعي الواقعي².

5. خاتمة:

في ظل العولمة الشبكية الجديدة، الحفاظ على الذاتية الثقافية عملية تتيح للمجتمع أن يتغير ويتطور دون أن يفقد هويته الأصلية، وأن يتقبل التغيير دون أن يغترب فيه، وتأكيد الثقافة الذاتية لا ينفصم عن القيم المرتبطة بالتراث على أن يكون العمل مرتبطا بالفعل الإبداعي ومنطلقا للثقافة المستمرة والمتجددة.

وقوى العولمة اليوم تسعى إلى فصل الثقافة عن المكان، إذ أصبحت تشكل تحديا للثقافات المحلية عبر الرسائل والمضامين الاعلامية التي تبثها عبر وسائل الاتصال المختلفة، لذلك على المجتمعات العربية أن تعي ذلك وتتجه إلى الحفاظ على الهوية العربية بأبعادها التراثية من خلال تحقيق جملة من الرهانات أهمها:

- إثراء شخصية الفرد وتأكيد وعيه بعقيدته وكرامته وعربيته وقدرته على مواكبة التطور الانساني المعاصر والمشاركة الفعالة فيه.
- تطوير البنى الاجتماعية والاقتصادية والفكرية بوصفها ركن البناء الحضاري.
- تأكيد الوحدة بين الشعوب العربية والعمل على تجسيدها.
- تطوير المنظومة الاعلامية والاتصالية في كل البلاد العربية والحفاظ عليها.

1 بلحضري بلوفة، كسيرة اسمهان: مواقع التواصل الاجتماعي " الفايبروك" والهوية الافتراضية، مجلة الصورة والاتصال (مخبر الاتصال الجماهيري وسيميولوجيا الأنظمة البصرية) جامعة وهران 1، مجلد 6، العدد 1، ص ص 12، 13

2 المرجع السابق: ص 13

ومما تقدم يمكن القول أن حماية الهوية الثقافية في زمن الاعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي بات أمرا صعبا، فالبلدان التي تتجلى آمنة في هويتها تجد نفسها محاصرة بكم هائل من المعلومات والأفكار الواردة اليها في اطار ما يعبر عنه بالغزو الثقافي الناتج عن الإبحار في شبكة الانترنت ومختلف الوسائل الاتصالية الأخرى التي تروج لظاهرة العولمة عبر رسائل ومضامين متعددة.

قائمة المراجع:

1-الكتب:

1. السيد يسين. العولمة والطريق الثالث، ميريت للنشر والمعلومات، 1999.
2. عزي عبد الرحمان. الاعلام الاسلامي، تعثر الرسالة في عصر الوسيلة، حوليات جامعة الجزائر، 1989-1990.
3. محمد عابد الجابري. المسألة الثقافية في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط2، 1999.
4. هربرت شيلر. المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، ع 243، 1999.
5. سعيد بن عائض الزهراني. الاعلام الاجنبي الوافد وأثره على المجتمع العربي، دار بلال بيروت، لبنان ، ط01، 1998.
6. عبد الله الدناني. البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الاعلامية، المكتب الجامعي الحديث ، الاسكندرية، مصر ، 2006.
7. علي خليل شقرة. الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) ، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
8. كاظم المقدادي. الاعلام الدولي والجديد وتصعد السلطة الرابعة، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 01 ، عمان، 2012.
9. مراد زعيمي. الثقافة والعولمة بين التكيف والتفاعل، منشورات جامعة منتوري قسنطينة ، 2001.
10. طه عبد العاطي نجم. الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية، مصر ، 2004.

Culture the media and the ideological effects ;in James Curan, mass .Stuart Hall.-11

1979.the open university communication and society,

12- Rob Nyland .**The Gratification Niches of Internet Social Networking,E-mail,and face to face Communication** :.Master of Arts,Department of communications Brighan Young University .2007، ،p.3.

13. عبد الغني عماد. سوسيولوجيا الثقافة - المفاهيم والاشكاليات من الحداثة إلى العولمة، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت .

14. بدر الدين بن بلعباس: شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين، ماجستير غير منشورة ، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2014-2015 .

2- الملتقيات:

15- حسين خريف: العولمة الاعلامية والهوية الثقافية، الملتقى الوطني حول العولمة والهوية الثقافية، مخبر علم الاجتماع الاتصال للبحث والترجمة ماي 2010 جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر.

16-سعود صالح كاتب: الاعلام الجديد وقضايا المجتمع، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، 2011، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، المملكة العربية السعودية.

17-فؤاده البكري: الهوية الثقافية العربية في ظل ثورة الاتصال والاعلام الجديد، أبحاث المؤتمر الدولي: الاعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ايام 7-9 افريل 2009 جامعة البحرين.

18- محمد محمد عبد المنعم ، الرشيد إسماعيل الطاهر، زينب عبد الرازق غريب: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل، دراسة على عينة من طلبة جامعة الملك فيصل السعودية. السنة 1436هـ

1 <https://www.minia.edu.eg/edu> (ت د) 2018/09/21 الساعة 15.00

19 بارة سمير: تأثير المواطنة الافتراضية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية العربية، مقارنة لفهم العلاقة بين البناء والترهل، ورقة مقدمة في اطار ندوة علمية دولية بجامعة قاصدي مرياح ورقلة يوم 11-4-2017م.

3-المجلات:

20-بلحضري بلوفة، كسيرة اسمهان: مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك" والهوية الافتراضية، مجلة الصورة والاتصال (مخبر الاتصال الجماهيري وسيميولوجيا الأنظمة البصرية) جامعة وهران 1، مجلد 6، العدد1، السنة 2017

21. حسني عوض محمد: اثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب تجربة مجلس شباب علالر، مجلة جامعةالشارقة للعلوم الانسانية والاجتماعية،المجلد 10، العدد 2 ، السنة 2013.