

رهانات التداخل بين التربية الإعلامية وعادات مشاهدة المواد الدرامية التلفزيونية وأثارها على الهوية الثقافية

أ. العيفي سمير

جامعة محمد الشريف مساعدي - سوق اهراس -

مقدمة:

اقتترنت التربية بالتعليم القاعدي في المدارس طيلة الأطوار الثلاثة (الابتدائي، المتوسط، الثانوي) وفق منظومة قيمية تستند إلى المخزون الثقافي الاجتماعي، ووفق قوانين منظمة للمسارات التعليمية على مستوى هاته المؤسسات التربوية، تعتمد على تنظيم القطاع التربوي من الناحية الشكلية مركزة بصورة أساسية على الانضباط في السلوك داخل المدارس، بجهاز يوظف هاته العملية التربوية في أدق تفاصيلها، من المظهر إلى تلقين التلميذ أبجديات السلوك السوي، مستندة إلى جملة من القيم الاجتماعية الثقافية التي تنبثق عن الوعي الثقافي للمجتمع، وتحصر هاته المنظومة التربوية بكل ما أوتيت من قوة على فرض نظام تعليمي تربوي يقوم على تقديس القيم السلوكية الأخلاقية النبيلة في الأوساط التربوية، إلى درجة إقتران هذا المنهج التعليمي في المدارس بالعقاب لكل من يخرج أ ويشذ عن القواعد السليمة الموضوعة والمحددة سلفا.

هذا وسارت العملية التربوية في المدرسة جنبا إلى جنب وباقي المؤسسات الاجتماعية الأخرى وعلى رأسها الأسرة، مكملة لمختلف الوظائف التربوية القيمية التي تؤسس إلى خلق فردا يستطيع أن يضمن لنفسه سلوكا قويا في حياته المستقبلية، بل تعدى هذا التماسك الكبير بين المؤسسات الاجتماعية (الأسرة والمدرسة) إلى درجة الاندماج والتكامل الوظيفي، ما ولد عن هاته العلاقة الوظيفية درجة عالية من الثقة المتبادلة بين الطرفين

من زاوية أخرى فرض التطور التكنولوجي على مختلف الأصعدة دخول متغير هام جدا في إطار العلاقات الاجتماعية وبقيم تحمل في ظاهرها معالم العصرية والتطور، لكن في جوهرها تتميز بالغموض والتغريب والتنافي وماهوسائد من قيم أخلاقية نبيلة، كما يسر توفر المعلومات والبيانات وسهولة تداولها في الأوساط الاجتماعية عملية تقبل وإعتناق هاته القيم الدخيلة على المجتمعات، ما تولد عنها سلوكيات أقرب ما يمكن أن نصفها به أنها تتميز بالتححرر والتفتح إلى درجة الدفع إلى الانعتاق مما هو سائد من قيم اجتماعية تربوية أخلاقية نشأ عليها الفرد.

ومن بين الوسائط والدعامات الاتصالية التي حملتها تكنولوجيا المعلومات سحر الصورة الثابتة والصورة المتحركة، والصوت، ومختلف الألوان الدرامية التي يتم تداولها بين الأوساط الاجتماعية التي باتت تحاكي الواقع الطبيعي في أدق تفاصيله، تستند إلى واقع افتراضي لا يجرم من يعيش فيه ولا يلزمه بالعقاب، واقع يحترم مختلف التمثيلات الفردية، يعتمد على الشخصية الافتراضية والتي غالباً ما تكون بعيدة جداً عن حقيقتها الواقعية.

ما إنبثق عنه استقطاباً قيمياً حاداً بات يعيشه المجتمع، ضعف من قيمة العلاقات الاجتماعية الواقعية، وعمق من الارتباط القيمي في الواقع الافتراضي كنوع من الهروب إن صح التعبير عن الالتزام الاجتماعي، وبحثاً عن التسلية كوظيفة محورية من وظائف وسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة هاته، في ظل عالم بات أكثر تعقيداً يضج بالمتاعب الحياتية اليومية، فأصبح الفرد يقضي ما يعادل الـ 10 ساعات يومياً أمام شاشات الحاسوب، بنسبة تعادل 70 % بحثاً عن في مواقع التواصل الاجتماعي، يتداول المواد الدرامية ويربط علاقات في العالم الافتراضي. وأمام هذا الواقع التربوي القيمي بات ضرورياً أن تكيف المؤسسات الاجتماعية وعاءها التربوي لخلق نظام تربوي جديد يأخذ على عاتقه الجوانب الإعلامية، وأما بات يعرف "بالتربية الإعلامية" التي فرضت نفسها في المنظومة التعليمية الحديثة، بعد أن أصبح الإعلام والمعلومات محورا رئيسيا في بناء النسيج الاجتماعي.

الإشكالية:

خلق الواقع الافتراضي الذي أوجدته الميديا نسيجاً اجتماعياً جديداً، يركز على عناصر بعيدة عن الواقع الذي جسده المؤسسات الاجتماعية التقليدية من الأسرة إلى المدرسة، الواقع الذي ضعفت أمامه العلاقات الاجتماعية على مستوى القيم الفردية التي تمثل الرابط الأساسي الذي يحكم النسيج الاجتماعي، كما إختزلت المجتمعات قيم بعيدة كل البعد عن خصوصياتها المألوفة والمعهود، لنقف أمام أجيال هجينة تعقدت أمامها سبل التقويم والتربية المألوفة والتقليدية.

هذا الواقع الذي أفرزته الميديا في شتى أشكالها وصورها حتم على المجتمعات أن تولي الاهتمام الكبير إلى تطوير مناهج تربوية تأخذ بعين الاعتبار الأبعاد الإعلامية، بل تنفرد بمداخل تربوية أساسها هو الإعلام وحيثياته إنطلاقاً من المفهوم القاعدي للعملية الاتصالية ووظائفها، دون أن تستثني في ذلك عمراً وطوراً حياتياً معيناً.

بمفهوم قاعدي فمنهم من يرى أنه يجب أن ننطلق في التأسيس لمفهوم التربية الإعلامية من منطلقات اتصالية صرفة تقوم على وظائف الإعلام الأربع والتي تعد التنشئة الاجتماعية أحد

عناصرها المحورية، دون إغفال الوعاء القيمي للمجتمعات، الذي يمثل المحدد الرئيسي لاتجاهات التربية في أي مجتمع من المجتمعات بكل ما يختصره المفهوم من عناصر ثقافية وتاريخية وحضارية تخص المجتمع.

نحاول في هذه المداخلة أن نسبر أغوار العلاقة الوطيدة بين ثلاث عناصر رئيسية : التربية الاعلامية، المواد الدرامية عبر الوسائط الاتصالية الحديثة، الهوية الثقافية، والتي تتداخل مجتمعة فيما بينها لتعطي ذاتا جديدة للفرد في مجتمعه، هاته الذات التي تقوم على ما يعرف بالاحلال والابدال القيمي في ظل الاندماج والذوبان الشبه الكلي والتأثر الكبير بالمواد الدرامية التي يتلقاها المشاهد يوميا على مختلف الوسائط الحديثة للاتصال، ومدى إرتباطها بواقعه الاجتماعي اليومي، وقيمه، ومقوماته وسلوكاته وردود أفعاله في بيئته الواقعية الطبيعية في ظل اندماجه الكبير في هذا الواقع الافتراضي الذي بات حتمية يعيشها كل فرد.

فماهي أسس التربية الاعلامية من منطلق قيمي يأخذ بعين الاعتبار العلاقة الوطيدة بين تلقي الفرد للمواد الدرامية على مستوى مختلف الوسائط الحديثة للاتصال ؟

ويتفرع هذا التساؤل الرئيسي الى عدة تساؤلات فرعية :

- ماهي حدود هاته التربية في الواقع المادي إذا كان التعامل مع واقع افتراضي بعيد عن التمثلات الحقيقية للقيم الواقعية ؟

- ماهي الحدود والفواصل بين التربية الاعلامية والتربية المدرسية من منظور قيمي ؟

- ماهي القيم والهوية ومحل التربية الاعلامية منهما ؟

- بأي أساليب نعتمد تربية إعلامية أمام المحتوى الدرامي المتداول عبر وسائل الاتصال الجماهيري؟

- ماهي الرؤية المنهجية التي يمكن على أساسها اعتماد مناهج تربوية تأخذ الإعلام بعين الاعتبار ؟

هذا ما تم تناوله في أربع محاور رئيسية تشكل رؤية نظرية نقدية للعلاقة بين التربية المدرسية، التربية الاعلامية، القيم، والهوية الاجتماعية، وكذا إستخدام المواد الدرامية عبر الوسائط الحديثة للاتصال.

المحور الأول: التربية المدرسية والتربية الإعلامية (الوسائل والرسائل والمعاني).

التربية مفهوم سلوكي يرتبط بتقويم أو تعديل أو تدعيم ردود أفعال الفرد وفق هدف منشود يستند الى منظومة قيمية اجتماعية ترتبط بعناصر الاسناد والترسيخ من خلال التكرار والمتابعة والمرافقة، هي تدريب منهجي يرتبط بعناصر التهذيب الاخلاقي وتقويم الذات بخلق عادات سليمة وفق المنظور المحدد له سلفا، فلم تعد التربية ملازمة للتعليم فقط، بل أضحت التربية أكثر إلحاحا في مجال تداول المعلومات

فالجدل القائم حول العلاقة بين التربية والإعلام ليس بالجديد، وقد أوضحت الدراسات والندوات التي تناولت هذه العلاقة أن هناك كثيراً من جوانب المقاربة والمفارقة بينهما، وأن التطور التكنولوجي فرض مظهراً مهماً من مظاهر التكامل بين الإعلام والتربية، وأن الإعلام قد أصبح محوراً من محاور العملية التعليمية، وتم إدراج الإعلام التربوي ضمن التخصصات التربوية المنتشرة في المؤسسات التربوية.

إن الثورة التكنولوجية جعلت التربية الإعلامية أكثر إلحاحاً وبخاصة بعد أن فقدت الدول السيطرة الكاملة على البث المباشر للبرامج التلفزيونية، وفقدت قدرتها على التصدي للبث الإعلامي الخارجي والاكتماس الثقافي الأجنبي. وبعد أن ساعدت شبكة الانترنت على الغز والثقافي وتهديد كثير من الثقافات الوطنية، وتفاعل معها الصغار والشباب والكبار في تناول التيارات الثقافية والمذهبية والسياسية، ما أصبح واقعا قائما بذاته.

1. مفهوم التربية الإعلامية:

التربية الإعلامية هي عملية توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية المرسومة في السياسة التعليمية والسياسة الإعلامية للدولة. ولذا لا يقتصر تأثيرها على الطلبة في المدرسة، وإنما يتعدى ذلك إلى التأثير في الآباء والأمهات والأخوة والأخوات داخل الأسرة، وإلى التأثير في كافة أفراد المجتمع¹.

فالإعلام التربوي مطالب بمتابعة سلوكيات الطلاب في داخل المدرسة وفي المجتمع، وأن يؤكد لهم ضرورة الحفاظ على المدرسة بمبناها ومعناها، والمحافظة على سلوكيات طالب العلم

¹ شحاته حسن، معجم المصطلحات التربوية والنفسية، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية) 2003، ص211.

بالتحلي بالأخلاق الكريمة، واحترام المعلم، وحب الوالدين،¹ والرغبة الملحة في العلم، وحبه لزملائه، وولائه لوطنه، والحفاظ على النظام، والنظافة والبعد عن كل ما هو مشين، والتعاون في الخير، و الارتباط بالأسرة والمجتمع، والمحافظة على البيئة، والاتصاف بصفات المسلم الكريم والعربي الأصيل.

والإعلام التربوي مطالب بأن يكون معيناً للآباء والأمهات في تقريب المعلومة لذهن الطلبة، ومشجعاً لهم على تحصيل العلم والمعرفة، وغرس القيم الإسلامية النبيلة، ومعايشة ظروف المجتمع، وتأكيد المفاهيم الحقيقية للتعليم، والعمل، والانتماء للوطن.²

1. التربية الإعلامية المدرسية:³

تحقق التربية الإعلامية المدرسية عدة أهداف تربوية تتمثل في عدة أمور نناقش منها: زيادة فاعلية العمل التربوي المدرسي، ومواجهة التحديات الحضارية، والارتقاء بالحياة الطلابية المدرسية. وفيما يلي نبذة مختصرة عن تلك الأهداف.

1. زيادة فاعلية العمل التربوي المدرسي:

تقوم التربية الإعلامية المدرسية بدور كبير في تطوير وزيادة فاعلية العمل التربوي المدرسي من خلال الممارسات التالية :

- أ - الإسهام في توفير الصلة بين المدرسة والحياة.
- ب - الإسهام في تحقيق التماسك الاجتماعي.
- ج - مساعدة الطلبة على تفهم وجهات النظر والرؤى العالمية المختلفة.
- د - تعزيز مفاهيم الشورى عند الطلبة.
- هـ - الإسهام في معالجة مشكلات الطلاب المعقدة كالفقر والمخدرات والتشرد والجوع والعصابات والبطالة.

1

² محمد بن شحات الطيب، دور المدرسة في التربية الإعلامية، ورقة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية (وعي ومهارة إختيار) المنعقد في قاعة الملك فيصل للمؤتمرات بمدينة الرياض الرياض، 14-17/2/1428هـ (4-2007/3/7م) .

³ محمد بن شحات الطيب، نفس المرجع، ص 12 .

و- مساعدة المدارس على تحقيق الفهم الصحيح لدى الطلبة لمفاهيم العدالة الاجتماعية والتكافل الاجتماعي.

ز - تعزيز الطلبة على تحمل المسؤولية، وترسيخ جذور التعاون.

ح - مساعدة الطلبة على فهم دلالات التربية المهنية.

2. مواجهة التحديات الحضارية:

صاحب ظهور العولمة وانتشارها الكثير من التحديات العالمية في المجالات الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية، ومن أبرزها الاختراق الثقافي وانتشار ثقافة العولمة، وهذا يتطلب من التربية الإعلامية المدرسية مساعدة الطلبة على مجابهة العديد من تلك التحديات الحضارية والثقافية ومن أبرزها

أ - تعزيز الهوية الدينية الدينية.

ب - مواجهة التغير القيمي.

ج - مواجهة تحدي التواصل الثقافي.

د - مواجهة التوترات بين المحلية والعالمية.

هـ - مواجهة التوتر بين التقاليد والحداثة.

و- مواجهة التوتر بين الروحي والمادي.

ز - مواجهة التوتر بين الكلي والخاص.

ح - مواجهة التوتر بين المدى الطويل والمدى القصير.

3. الارتقاء بالحياة الطلابية المدرسية:

تعالج التربية الإعلامية المدرسية عدداً كبيراً من الميادين والمجالات ذات الصلة بمعيشة الطالب المدرسية والحياتية ومن أهمها:

أ - مساعدة المدرسة لتكوين بيئة تعليمية حقيقية، يكون التفاهم، والصراحة، والحوارية أبرز آلياتها ومنهجياتها.

ب - تعزيز مكانة المدرسة الاعتبارية من حيث كونها مؤسسة لإكساب الطلبة القيم.

- ج - مساعدة الطلبة في مدارسهم على إعادة تشكيل المفاهيم السالبة حول الأشياء والأشخاص لتكون إيجابية بعد اتضاح اللبس وزوال الغموض. كما إن التربية الإعلامية يمكنها أن تجعل ما هو غير مأمون على الصعيد المدرسي بالنسبة لشريحة أ وأكثر من الطلبة مأموناً.
- د - تساعد التربية الإعلامية المدارس والطلبة على تخطي الحدود الضيقة وتجاوزها إلى حدود أرحب وأكثر اتساعاً وشمولية.
- هـ - تمكن التربية الإعلامية المدارس من تقويم الذات وإعادة تطوير الذات في شكل ومضمون جديدين مناسبين للظروف والمتطلبات المعاصرة.
- و - مساعدة الطلبة على النجاح المتواصل الذي لا يتوقف عند حد معين.
- ز - تمكن التربية الإعلامية الطلبة من خوض غمار المغامرات الجريئة في العمل التعليمي، فلا تصبح العوائق التقليدية (المعلم، الكتاب، النظام المدرسي السائد، الوسائل، الإدارة المدرسية) سبباً في عدم وصولهم إلى المعلومات وتحقيقهم للابداع.
- ح - تساعد التربية الإعلامية على تكوين القيادات الطلابية، وعلى جعل المدرسة نفسها مدرسة قيادية للمدارس الأخرى بحكم نشاطاتها وإنجازاتها ومبادراتها.
- ي - توفر التربية الإعلامية المدرسية غطاء علمياً وثقافياً مناسباً لكثير من الخطط والبرامج المستقبلية للمدرسة وطلابها.
- ك - تمكن التربية الإعلامية المدرسية طلابها من تطوير البيئة المحلية وإصلاحها وصناعة التقارب بين سكانها والتلاحم بين أعضائها، فتستفيد المدرسة من هذا التحول في دفع عجلة التطوير المدرسي إلى أقصى سرعة ممكنة.
- ل - تساعد التربية الإعلامية المدرسية طلابها على مشاركة أقرانهم بالمدارس المماثلة التصورات والرؤى حول العمل المدرسي، على مستوى المنطقة التعليمية وعلى المستوى الوطني على السواء. وكل هذه العناصر مجتمعة تشكل مادة أولية لصياغة الهوية الثقافية للمجتمع، وتكون البناء الاجتماعي، ولا يمكن أن نطبق مناهج تربوية سواء كانت مدرسية أو إعلامية دون العودة إلى فهم العلاقة بين الهوية الثقافية والمجتمع.

المحور الثاني: القيم، والهوية الاجتماعية، والتربية الإعلامية.

1. مفهوم الهوية الثقافية:

ركزت بعض الآراء في تعريفها لمفهوم الهوية، باعتبارها مجموعة من القيم تنسب إلى جماعة معينة وفي بعض التعريفات هي "مجموعة من الخصائص تميز مجموعة معينة أ وجماعة فرعية، متمثلة في القيم والافتراضات الأساسية إضافة إلى أي سلوك يظهر منهم"¹.

والثقافة هي كل ما صنعه يد الإنسان وعقله من مظاهر وأشياء في البيئة الاجتماعية، وعلى هذا الأساس يقسم الأنثروبولوجيون الثقافة إلى مظاهر مادية ومعنوية، فالمظاهر المادية متمثلة في المنشآت الصناعية وكل ما هو مادي محسوس في البيئة الاجتماعية، أما المظاهر المعنوية فتتمثل في المعتقدات والعادات والتقاليد والأعراف والقيم الأخلاقية².

يرى Reddi أن الثقافة هي منهج الحياة لشعب ما، حيث تتألف من العادات والأعراف التاريخية المعيشية، ومن القيم التي تنعكس في صور الفنون الموسيقية والرقص والمسرح وفي كيفية اللبس وماهية الذوق العام، كما تبرز الثقافة أيضا في الممارسة الدينية للنظام المجتمعي³. والثقافة دائما عالمية من حيث الوظيفة، لأنها تتوجه لكل إنسان، فهي تنطوي إذا على ظاهرتين متناقضتين هما: خصوصية قومية من حيث الإنتاج، وعمومية إنسانية من حيث الوظيفة، ولذلك فالعنصر الهام في الإنتاج الثقافي هو خصوصيته وأصالته، أي هويته الثقافية التي تميزه⁴.

ولما كانت الثقافة تمثل الأشياء الموروثة والمكتسبة جاءت الهوية الثقافية لتمثل نموذجا ثقافيا مكتسبا وموروثا نابعا من الثوابت والمتغيرات التاريخية والطبيعية والبشرية التي تتميز

¹ نصير بوعلي، " أثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري (دراسة ميدانية وتحليلية) "، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (الجزائر:كلية العلوم السياسية والإعلام، 2002)، ص 216.

² نصير بوعلي، تقديم البروفسور عزي عبد الرحمن، الإعلام والبعد الحضاري (دراسات في الإعلام والقيم)، ط1 (الجزائر:دار الفجر للطباعة والنشر، 2007)، ص 122.

³ عبد اللطيف ذبيان العوفي، الهوية الثقافية الوطنية والقنوات الفضائية، المجلة التونسية للاتصال، العدد 31، تونس، ص ص 32-33.

⁴ Paul velerin.les specifiques de la culture moderne, edition le seuil, Paris 1980, p31.

بالثبات النسبي، ولكن في نفس الوقت تتميز بالتغير نفسه، تتميز بالتغير والتطور عبر العصور والقرون، وإن كان تغيراً تدريجياً وعلى جرعات وليس بالتغيرات الجذرية الحادة¹.

ويمكن أن توصف الهوية الثقافية بأنها النواة الحية للشخصية الفردية والجماعية والعامل الذي يحدد السلوك ونوع القرارات والأفعال الأصلية للفرد والجماعة، والعنصر المحرك الذي يسمح للأمة بمتابعة التطور والإبداع مع الإحتفاظ بمكوناتها الثقافية الخاصة وميزاتها الجماعية التي تحدت بفعل التاريخ الطويل واللغة القومية والسيكولوجية المشتركة وطموحات الغد، فالهوية الثقافية في واقع الأمر جزء عضوي من فكرة الثقافة، لأنها مهما اختلفت أنواعها فإن التعبير عنها يظل ذاتياً بصورة من الصور².

الهوية مأخوذة من "هُوَ.. هُوَ" بمعنى أنها جوهر الشيء، وحقيقته، لذا نجد أن الجرجاني (الشريف علي بن محمد الجرجاني) في كتابه الذائع الصيت "التعريفات" يقول عنها بأنها "الحقيقة المطلقة المشتملة على الحقائق إشتمال النواة على الشجرة في الغيب المطلق"³. فهوية الإنسان.. أ والثقافة.. أ والحضارة، هي جوهره وحقيقته، ولما كان في كل شيء من الأشياء -إنساناً أ وثقافة أ وحضارة- الثوابت والمتغيرات.. فإن هوية الشيء هي ثوابته، التي تتجدد ولا تتغير، تتجلى وتفصح عن ذاتها، دون أن تخلي مكانها لنقيضها، طالما بقيت الذات على قيد الحياة⁴.

"إن هوية أية أمة هي صفاتها التي تميزها من باقي الأمم لتعبر عن شخصيتها الحضارية"⁵. والهوية دائماً جماع ثلاثة عناصر: العقيدة التي توفر رؤية للوجود، واللسان الذي يجري التعبير به، والتراث الثقافي الطويل المدى⁶.

¹ محمد سكران، العولمة والهوية الثقافية، رؤية نقدية : ندوة العولمة والخصوصية الثقافية، جامعة السلطان قابوس وجامعة الزيتونة التونسية، مسقط 1999، ص 4.

² طه عبد العاطي ومصطفى نجم، البث المباشر والهوية الثقافية العربية، ندوة العلاقات العربية الأمريكية نح ومستقبل مشرق الجامعة الأردنية، 2000، ص 160.

³ الشريف الجرجاني، التعريفات، ط 1، (بيروت: دار عالم الكتب، 1987) ص 314.

⁴ محمد عمارة، مخاطر العولمة على الهوية، ط 1 (مصر: دار نهضة مصر للطباعة والنشر، 1999) ص 6.

⁵ ندوة الهوية العربية عبر حقب التاريخ، للمدة 25-26/6/1997م، المجمع العلمي بغداد، الكلمة الافتتاحية للندوة، ص 7.

⁶ محمود سمير المنير، العولمة وعالم بلا هوية، ط 1، (المنصورة: دار الكلمة للنشر والتوزيع، 2000) ص 146.

فأوروبا مثلا ترفض انضمام تركيا إلى الاتحاد الأوروبي بسبب الهوية ليس إلا، وكما قال الرئيس التركي أوزال (1989-1993) في سنة 1992م "سجل تركيا بالنسبة لحقوق الإنسان سبب ملفق لعدم قبول طلب إنضمامها إلى الاتحاد الأوروبي، السبب الرئيسي- هو أننا مسلمون وهم مسيحيون"¹.

كما أن مصطلح الهوية يرتبط دائما بالثقافة فيجب أن نقف أولا على مفهوم الثقافة، ثم نكشف عن العلاقة التي تربط الهوية بالثقافة، نجد أن كلمة "ثقافة" باللغة العربية التي يرادفها لفظ "culture" باللاتينية هي كلمة مشتقة من الفعل "ثقف" بمعنى "حذق وفطن"². فارتباط الثقافة بالحدق والفطنة أي الذكاء يشير إلى العلاقة القوية التي تربط الثقافة بالعقل، كما تعني الثقافة باللغة اللاتينية "الفلاحة والتهديب"³، أي أن الثقافة ليست نبته بريّة يمكن أن تنبت وتنم وفي أي مكان، بل غراسه مروية تحتاج إلى عناية الفلاح ورعايته، وتحتاج إلى الجهد الإنساني المتواصل من العطاء والإبداع والابتكار في ظروف تتميز بالحرية وتسمح بولادة الإبداعات المتنوعة في شتى العلوم والفنون الإنسانية.

أما العلاقة بين الهوية والثقافة، فإنها تعني علاقة الذات بالإنتاج الثقافي، ولاشك أن أي إنتاج ثقافي لا يتم في غياب ذات مفكرة، دون الخوض في الجدال الذي يذهب إلى أسبقية الذات على موضوع الإتجاه العقلاني المثالي، أ والذي يجعل الموضوع أسبق من الذات، وأن كل ما في الذهن هونتيجة ما تحمله الحواس وتخطه على تلك الصفحة (ذهن الإنسان).

إذا فالذات المفكرة تقوم بدور كبير في إنتاج الثقافة، وتحديد نوعها وأهدافها وهويتها في كل مجتمع إنساني وفي كل عصر من العصور، وبناءا على ما سبق فإنه يصعب أن نجد تعريفا جامعاً مانعاً لمفهوم الهوية الثقافية، فالهوية الثقافية تختلف من مجتمع لآخر ومن عصر لآخر، كما تختلف باختلاف التوجهات الفكرية والإيديولوجية.

ويشير مفهوم الهوية الثقافية أيضا إلى ظاهرتين متكاملتين هما: إحساس داخلي بالجماعة أ والتوحد مع ثقافة معينة أ وثقافة فرعية، وإحساس خارجي يندرج ضمن ثقافة معينة كي تشارك إحساس ما هومشترك مع الثقافات الأخرى وما يميزه منها.

¹ صاموئيل هنتنغتون، ترجمة طلعت الشايب، تقديم صالح قنصوة، صدام الحضارات ..إعادة صنع النظام العالمي، ط2، 1999، ص433.

² عبد المنعم حنفي، المعجم الشامل لمصطلحات الفلسفة، (القاهرة : مكتبة مدبولي، 2000) ص 223 .

³ عبد المنعم حنفي، مرجع سابق، ص 225 .

كما يصعب واقعيًا رسم حدود الهوية أو الخصوصية الثقافية، لذلك يرى الكثيرون أن الهوية مفهوم إيديولوجي أكثر منه علمي، خاصة أن الهوية يمكن التعبير عنها وتجسيدها من خلال سمات كثيرة ومختلفة، فقد يعبر عنها من خلال الدين أو اللغة أو الدولة الوطنية أو القومية، وكل هذه الخصائص متغيرة حسب طريقة إستخدامها وتوظيفها، ولذلك يمكن لمجتمع أن يبدل هويته حسب المراحل التاريخية والظروف الراهنة كما هو الحال بالنسبة إلى تركيا في عهد كمال أتاتورك إذ تحول نظام الحكم بصفة جذرية إلى نظام علماني يفصل الدولة عن الدين.¹

ويمكن تحديد هوية الأمة بعلاقتها مع الأمم الأخرى، فالأمة تتشكل من مجموعة من الأفراد ينتسبون إلى مكان معين وإطار تاريخي محدد، لديهم عادات مشتركة ولهم نفس الحقوق والواجبات ويمكنهم تمييز أنفسهم عن الآخرين، ولذلك تتشكل الهوية بعوامل الجغرافيا والتاريخ والعادات ورموز السلطة والرموز الدينية، كل هذه العوامل تتفاعل فيما بينها في ضوء السياق الاجتماعي والمشروع الثقافي لتشكل هوية الأمة في إطار زمني محدد.²

2. الهوية الثقافية والقيم الاجتماعية:

كما سبق وأن تقدم فإن الهوية في مجموعها هي جملة من القيم التي تتخذ نسقًا متجانسًا يرتبط بمجموعة من الأفراد أو بشعب من الشعوب أو أمة من الأمم. تذكر بعض الدراسات أن الألمان هم أول من استخدم مصطلح القيم "wert" بالمعنى الفلسفي، وبفضل كتابات الفيلسوف "Nietzsche" شاع استخدام مصطلح "القيمة" وسط أهل الفكر، ومع حلول القرن العشرين أصبحت نظريات القيمة من المنظور الفلسفي متداولة في ألمانيا أساسًا والعالم الغربي بصفة عامة.³

¹ حيدر إبراهيم، العولمة وجدل الهوية الثقافية، مجلة عالم الفكر، المجلد الثامن والعشرون، العدد الثاني، أكتوبر /ديسمبر 1999 (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب) ص 103.

² خيرت معوض محمد عياد، الهوية العربية كمتغير في معالجة الصحافة العربية للغز والانجلوامريكي للعراق، (القاهرة: كلية الإعلام)، ورقة مقدمة إلى المؤتمر السنوي العاشر - الإعلام المعاصر والهوية العربية - في الفترة من 04 إلى 06 ماي و2004، ص 03.

³ فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية: بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية، ط2 (بيروت: دار النهضة العربية، 1980) ص 15.

ويعرف المفكر "وايت" *White* القيم بأنها (هدف أ ومصدر يستخدم للحكم على الإنسان من حيث قواعد السلوك) وعرفها "ستيوارت" *stewart* بأنها (مواقف ومعايير للحكم على ما هومهم) أما " كلكهون " *kluchhon* فيرى أنها (مفهوم صريح أ وضمني لما هو مرغوب)¹ . وعليه فإن القيم عامل مهم في التنظيم الاجتماعي لسلوك الفرد والعلاقات البشرية المتبادلة، ومنه يبرز مفهوم يرتبط بالقيم وهوتوجهات القيم *orientations value* وتعني: الأسس الفكرية، السياسية، الأخلاقية والجمالية وغيرها من الأسس اللازمة للتقييم الشخصي والموقف الذاتي من الواقع المحيط.

وتتشكل توجهات القيم في استيعاب الخبرة الاجتماعية (التنشئة)، وتلاحظ في الأهداف الشخصية والمثل العليا والمعتقدات والاهتمامات وغيرها من السمات الفردية² ، وبالتالي تصبح من المحددات العليا للسلوك الإنساني لأنها تعمل كقواعد أ وكمعايير للسلوك الاجتماعي وأهم شيء في القيم الاجتماعية هو صعوبة دراستها وتحديدها بدقة إذ يصفها " *toffler* " في كلمات محدودة بقوله (القيم مثل الطفل الغير سعيد الذي يعاني بؤس وشقاء عدم علمنا به ..)³ . لأنها متعلقة بالحياة اليومية، وهذه الأخيرة متغيرة بفعل العديد من العوامل الاجتماعية والحضارية والاقتصادية والعقائدية والسياسية.

الشيء الذي أكده "الدكتور عزي عبد الرحمن" إذ ربط القيم بالدين من خلال تقديم هرم تحتل فيه القيم أعلاه، فالقيمة ما يسم وبالفرد ويرفعه من معاني يمكن إدراكها أ واستنباطها من النص القرآني والسيرة النبوية والنصوص المرجعية التي أنتجتها الحضارة العربية الإسلامية إضافة إلى النصوص "النهضوية" الحديثة (بمفهوم القرية زمانيا). فالقيمة سبقت فعل الإنسان "في البداية كانت الكلمة" وكلمة "إقرأ" في الآية القرآنية اتبعت "باسم ربك." أي تكون القراءة في سياق تعاليم إلهية وليست قراءة من دون مرجعية. ويمكن فهم العلاقة بين المعتقد والقيمة والإنسان ل ودققنا في معنى واشتقاقات كلمة "الخلق" (بفتح الخاء وتسكين اللام) باللغة العربية. فالخالق تعالى هو الأول والآخر و"إليه يصعد الكلم الطيب والعمل الصالح يرفعه"، أما "الخلق" (بفتح الخاء وتسكين اللام) ومنها الإنسان فمن صنع الخالق تعالى "منها خلقناكم

¹ صالح حسن الداهري ووهيب مجيد الكبيسي، علم النفس العام، ط1، (الأردن : دار الكندي للنشر والتوزيع) ص 121-126.

² بتر وفسكي وياروشفسكي، معجم علم النفس المعاصر، ط1، (القاهرة : دار العالم الجديد، 1996) ص 324 .

³ سمير خطاب، التنشئة السياسية والقيم، (القاهرة :ايتراك للطباعة والنشر، 2004) ص 60 .

ومنها نعيدكم،" وأما "الخلق" (بضم الخاء واللام) فتشير إلى القيمة (الأخلاق بوصفها باب من أبواب القيمة) ومن المعلوم أن خلق (من القيمة) الرسول (صلعم) كان القرآن، إذا فإن هناك ارتباط وثيق بين الخالق تعالى والخلق (الإنسان) والخلق (القيمة). وكلما ارتبطت الرسالة بالقيمة كان أثرها إيجابيا وكلما ابتعدت احتملت الأثر السلبي وحادت عن الأصل على النح والمشاهد في العديد من النصوص الإعلامية كالنصوص الغريزية مثلا. هذا الجانب يمثل جزءا من المعادلة¹. ويحدد الدكتور عزي عبد الرحمن القيم أكثر بقوله (القيمة ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية، ويكون مصدر القيم في الأساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدر القيم، وإنما أداة يمكن أن تتجسد فيه القيم)².

ما يمكن أن نلاحظه على هذه المجموعة من التعاريف للقيم نجدها تختلف باختلاف المجال المعرفي الذي يعمل في إطاره كل باحث أ وفيلسوف ونقطة تركيزه، إلا أن معظم التعاريف لا تخرج عن إطار أربعة مقتربات حصرها "Adleur" فيما يلي:³

المقرب الذي ينظر إلى القيم في جوهرها كالأفكار الخالدة أ وكالمطلق أ وكجزء الهي.

المقرب الذي يرى القيم كقوى ملازمة للحاجات التي تسعى إلى تحقيقها أ والرغبات التي نود تلبيتها.

المقرب الذي يعتبر القيم سوى مجموعة من التفصيلات الموروثة أ والتي تعلمها الفرد.

المقرب الذي يربط القيم بالنشاط وتحديد قيم الأفراد يتم عن طريق تحليل النشاط.

4. مصادر الثقافة الإعلامية:

أولا: وسائل الإعلام الفضائية:

يشكل البث الفضائي (التلفزيون والإذاعة) أبرز مصادر الثقافة الإعلامية، وتكمن خطورته في عدم القدرة على الحد من تأثيراته السلبية على الرغم من الجوانب الإيجابية التي لا يمكن

¹ حوار الدكتور السعيد بومعيزة مع المفكر الجزائري أد:عزي عبد الرحمن

<http://www.geocities.com/dr.azzi/introvd.pdf>

² عبد الرحمن عزي، الثقافة وحتمية الاتصال : نظرة قيمية، مجلة المستقبل العربي، السنة 26، العدد 256، أيلول 2003 ص ص 15-34 .

³ بنت طاع الله بكار، قراءة الصحف اليومية والقيم الشخصية، دراسة تحليلية وتطبيقية لقيم شوارتز وقراء عاصمة الأغواط، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الجزائر: قسم علوم الإعلام والاتصال، 2001) ص 35.

إنكارها، والتي تشكل مصدراً جيداً للثقافة الإعلامية، لكن التأثيرات السلبية هي الغالبة على ما تقدمه القنوات الفضائية المرئية منها والمسموعة، فالمتابعة الكثيرة للقنوات الإذاعية والفضائية يمكن أن يخرج منها المتابع بحصيلة وافرة من الآثار التي تخلفها المواد الإعلامية التي يتم بثها، خاصة تلك المضامين التي تحملها المواد الإعلامية وتكون متناقضة مع المضامين التربوية التي يتلقاها الفرد من المجتمع، علماً بأن أكثر المتأثرين بهذه المواد الإعلامية هم جيل الشباب وخاصة الطلاب والطالبات. فالمواد الإعلامية التي تقدمها القنوات الفضائية ترتبط بأساليب تشويق وجذب تفتقر إليه مصادرها الثقافية التربوية، فالصورة والصوت تترافقان - عادةً - مع مؤثرات تسيطر على إدراك المشاهد ووعيه، وتبث إليه بصورة غير مدركة قيماً ومفاهيم ونماذج للحياة يتلقاها المشاهد والمستمتع بحواسه ثم يختزلها في عقله الباطن لتتحول بعد ذلك إلى سلوك وعادات قد لا تتفق مع ما عليه المجتمع من قيم وأعراف.

لقد تطورت أدوات الإعلام السمعية والبصرية تطوراً واسعاً وسريعاً ليس على مستوى الإمكانيات المادية بل على مستوى المحتوى الإعلامي الذي تقدمه، فمنذ دخل التلفزيون إلى حياة الإنسان على يد عالم الفيزياء الأمريكي (الروسي الأصل) فلاديمير كوزما زوريكين، عام 1924 شهدت البشرية نقلة نوعية في مجال الاتصال، ازدادت تطوراً مع التقدم العلمي الذي وصلت إليه البشرية في عصرنا الحاضر، وازداد بالمقابل تأثيرها على الفرد والأسرة والمجتمع.

إن معظم الدراسات العلمية تشير إلى أن مدى تأثير وسائل الإعلام على تكوين ثقافة الفرد وسلوكه، خاصة السلوكيات السلبية في حياة كثير من الشباب فقد جاء في إحدى المجلات: (أن الفضاء العربي ازدحم في وقت قصير نسبياً بنحو 500 قناة فضائية وتزايدت نسب مشاهدة الجمهور لهذه الفضائيات وتفيد إحدى الدراسات العلمية الحديثة أن نسبة 69 % من الجمهور العربي يشاهدون الفضائيات لمدة أربع ساعات يومياً وأن 31 % منهم يشاهدونها لمدة ثلاث ساعات يومياً و34.5 % لمدة ساعتين و15 % لمدة ساعة واحدة يومياً على حين بلغت نسبة نم ومقتني أطباق البث 12 % سنوياً و40 % من هذه الفضائيات تتبع الحكومات العربية والبقية تعتبر مستقلة ظاهرياً فقط، وتمثل البرامج الإخبارية في هذه الفضائيات حوالي 5 % فقط.

وأكد استبيان أجرته مجلة (ولدي) على 57 من آباء والأمهات و65 من الأبناء في كل من (الكويت والسعودية والإمارات) أن: الأبناء من سن 3 أعوام إلى 18 عام يشاهدون " الفيديو كليب، منهم 92.3 % من الأبناء يتابعون باستمرار " الفيديو كليب " و7.7 % فقط من العينة من لا تحرص على متابعتها وأن 39 % من الأبناء تعجبهم كلمات الأغنية و31 % يشاهدونها لجمال

المغني / المغنية والراقص والراقصة و 26 % منهم يجذبهم إخراج الأغنية وعلاقة المرأة بالرجل فيها و 25 % يتابعها لما تحتويه من إثارة وتشويق¹.

وتأتي التأثيرات الثقافية على الشباب من إنفتاح الفضاء أمام قنوات مختلفة منها ما يسهم إسهاماً إيجابياً، ومنها ما يؤدي إلى انحراف فكري وسلوكي لدى بعض الشباب، ولم يعد من الممكن السيطرة على ما تبثه القنوات الفضائية العربية منها والدولية، خاصة في ظل تراجع وضعف القنوات الرسمية، ففي استفتاء أجراه موقع (Arab polls) للاستفتاءات العربية أشار 53,3 % ممن تم استقصاء آرائهم أنهم لا يثقون في الصحافة والتلفزيون الحكومي في بلدانهم، كما أشار 20 % فقط أنهم يثقون بها، بينما توزعت بقية النسبة تقسيمات أخرى، وعند سؤالهم عن القنوات التي يتابعونها تبين أن معظمها قنوات غير حكومية، مما يشير إلى أن ما يتلقاه شبابنا ومن بينهم طلاب وطالبات المؤسسات التربوية من الثقافة ليس بيد المؤسسة الرسمية – في الغالب – وأن مكونات هذه الثقافة ليست – بالضرورة – هي المكونات الثقافية السائدة في المجتمع، وهذا ما يفسر بعض مظاهر التقليد التي تنتشر بين طلابنا وطالباتنا، فهي انعكاس لما يتلقونه من ثقافات متعددة، وليس هذا شأن شبابنا فقط، فقد أصبحت الظاهرة عالمية، وغير مقتصرة على مجتمع دون غيره².

وتشير دراسة أخرى إلى أن 21 % من المشاهدين يشاهدون التلفزيون ساعة، و 27,5 % يشاهدونه لمدة ساعتين، و 22,5 % يشاهدونه لمدة ثلاث ساعات، أما الذين تزيد مدة مشاهدتهم عن 3 ساعات فهم 29 %، أما نوعية البرامج المفضلة لدى الشباب فهي 4,5 % البرامج الإخبارية و 4 % التربوية والتعليمية و 9,5 % المسرحيات و 10,5 % الدينية و 14 % الرياضية و 26 % للأغاني والموسيقى و 8 % للأفلام العاطفية و 11 % لأفلام العنف والجريمة و 4,5 % للبرامج الثقافية و 8 % لأفلام الرعب³.

أما عن دور التلفزيون في إضعاف العلاقات الأسرية فإن 57,5 % أجابوا بأن التلفزيون يتسبب في ذلك، كما أجاب 51 % بأن التلفزيون أكثر تأثيراً في الشباب من الأسرة، كما أجاب 66 % بأن للتلفزيون تأثيرات سلبية على قيم وعادات الشباب.

¹ مجلة البيان، (دراسات اعلامية عن الوطن العربي)، عدد رقم 189 .

² الموقع: www.arabpolls.com آخر زيارة 22 ماي 2008.

³ ياسر خضر البياتي، التأثيرات الاجتماعية المحتملة للتلفزيون على الشباب، مجلة شؤون اجتماعية، عدد 90، 2006، ص 133.

وتشير دراسة إلى أن 31% من شباب الخليج العربي يتابعون برامج (تلفزيون الواقع) أو (التصوير الحي) مثل برامج (ستار أكاديمي وسوبر ستار والوادي)¹.

وإذا كانت هذه الأرقام تشير إلى عظم الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية فإن تأثيرها يأتي مساوياً لهذا الدور، فقد نشرت إحدى الصحف تقريراً حول تأثير العنف التلفزيوني جاء فيه " أجرى أحد المواقع الإلكترونية الكندية والمسمى *IJP* استطلاعاً لآراء 100 شاب كندي يعيشون في مدن مختلفة، ولاحظت من خلال طرح عدة أسئلة، الأسباب المولدة للعنف لدى الشباب والتأثير القوي للتلفزيون، كأحد العوامل التي تفرز العنف لدى الشباب. وكانت الأسئلة تنحصر في إطار التلفزيون وما ينتجه من أفلام تعرض على العنف وتبعث عليه فكان السؤال الأول على الشكل التالي: إذا كنت تحضر أفلام العنف، هل هذا يجعلك تقوم بحركات عنيفة تقلد بها ما شاهدته عبر التلفزيون؟ وجاءت إجابات الشباب بنسبة 58% نعم و42% لا. وكان الاستنتاج أن أفلام العنف تولد لدى الشباب غريزة التقليد، فيقلد بطل الفيلم بحركاته وبما يقوم به من أعمال عنيفة، وتدمير وقتل وحرق. أما السؤال الثاني فكان يتعلق بحالة العنف في العالم هل ما نشهده اليوم في العالم من أعمال عنف لدى الشباب سببه التلفزيون؟ فأجاب 62% من الشباب بالإيجاب و38% منهم بالنفي، فتبين من الأجوبة أن الشباب يعترفون بالتأثير الجامح للتلفزيون، ولمعرفة ميول الشباب تجاه الأصناف المتعددة للأفلام كانت النسبة الكبرى لأفلام العنف دون غيرها من الأفلام حيث بلغت النسبة المئوية 42% يحبذون أفلام العنف في حين أن محبي الأفلام الكوميدية كانوا 6% وأفلام الحب كانت حصتها 26%، وأفلام الرعب كان معجبوها يشكلون 26% من مجموع الشباب الذين أجرى عليهم الاستفتاء، وهذه النسب تدل على أن الشباب يفضلون أفلام العنف، إذ بإمكاننا أن نجمع النسبة المئوية لأفلام العنف مع النسبة المئوية لأفلام الرعب فنحصل على 68% من الشباب الذين يفضلون مشاهدة أفلام العنف².

ولعل من أهم الآثار التي تخلفها المواد الإعلامية المستقاة من القنوات الفضائية هو تأثيرها على الهوية، إذ أن كثيراً مما تبثه هذه الفضائيات يأتي من الدول الأجنبية بكل ما تحمله من قيم ومفاهيم وأسلوب حياة بل إن كثيراً مما ينتج ويقدم محلياً إنما هو صورة مكررة ومشوهة لما تقدمه الفضائيات الأجنبية، فهناك قنوات عربية لا تقدم إلا مواداً أجنبية بكل ما تحمله من

¹ الحمود مشاري وآخرون - اتجاهات الشباب الخليجي نح ووسائل الاعلام - منتدى التنمية الخليجي - 7 فبراير 2007م .

² جريدة الجزيرة السعودية بتاريخ 11 شوال 1424 هـ .

تصورات ومفاهيم وقيم تختلف أ وتتناقض في كثير من جوانبها مع مقومات الهوية التي يتبناها المتلقي للرسالة الإعلامية.

وإلى جانب هذا هناك التأثيرات السلوكية التي تخلفها القنوات الفضائية، فقد أصبح لها تأثيرات سلبية كما تشير إلى ذلك الإحصائيات والدراسات، ففي دراسة البياتي السالفة الذكر أجاب 66% أنهم يرون أن للتلفزيون آثار سلبية على عادات وقيم الشباب، كما أجاب 3% أنه (التلفزيون) يؤدي إلى انتشار الجريمة، وأجاب 14% أنه يؤدي إلى الكسل والتراخي و2% إلى شيوع الرذيلة، وأجاب 22% بأن التلفزيون يؤثر سلباً على المستوى الدراسي، لكن 59% أجابوا بأن التلفزيون يتسبب في كل تلك الآثار السلبية، وفي سؤال آخر أجاب 80% إلى أنه يؤدي إلى شيوع الاستهلاك في حياة الفرد والأسرة، وفي إجابة أخرى ذكر 26,5% أن التلفزيون يشيع ظواهر الموضة وقص الشعر، وأجاب 9,5% أنهم يقلدون نجوم التمثيل والأفلام والمسلسلات في سلوكهم، وأجاب 8,5% أنهم يتأثرون بالمفردات والكلمات والألفاظ السلبية من خلال التلفزيون، وقد أجاب 55,5% بأنهم يعتقدون أن التلفزيون يؤدي إلى كل تلك الظواهر السلبية¹.

ومن التأثيرات السلبية الثقافية – التي تخلفها وسائل الإعلام – هو التأثير على اللغة العربية إذ تحولت هذه اللغة لدى بعض أبنائها إلى لغة (هجين) خليط من لغات شتى حتى أصبح كثير من طلاب المؤسسات الجامعية وطالباتها لا يحسن التعبير باللغة العربية أ والكتابة بها.

ثانياً: وسائل الإعلام والوسائط التكنولوجية:

فتحت ثورة المعلومات عصراً جديداً للبشرية يقارن بعصر الثورة الصناعية التي غيرت كثيراً من أوجه النشاط الإنساني، وجاءت ثورة المعلومات لفتح آفاق جديدة للمعرفة والثقافة وأصبح الإنسان قادراً على التواصل مع الآخر دون حواجز أ وموانع، وتعددت مصادر المعرفة التي يمكن أن ترفع السوية الثقافية للمتعاملين معها، ولعل أبرز وسائل الاتصال الحديثة تأثيراً في ذلك هي الوسائل التقنية كشبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني (*e-mail*) والرسائل الهاتفية النصية (*s.m.s*) التي تجاوز دورها كوسيلة للاتصال إلى مصدر من مصادر الثقافة والمعرفة، فشبكة الإنترنت أصبحت مصدراً مهماً للوصول إلى المعلومات سواء كانت معلومات متخصصة أم عامة، وسواء كانت مقروءة أم مسموعة أم مرئية، مع تيسير سرعة الوصول إلى المعلومة وسهولة

¹ ياسر خضر البياتي، مرجع سابق، ص 145 .

الحصول عليها وتعدد هذه المعلومة، وتزداد المادة المطروحة على شبكة الإنترنت يوماً بعد يوم فهناك اليوم ملايين الكتب والدراسات والمقالات والأبحاث التي يمكن للإنسان الاستفادة منها بسهولة ويسر، وتجاوز الإنسان بذلك الجهد الكبير الذي كان يبذله للحصول على هذه المعلومة في وقت واحد ومكان واحد¹.

وإذا كان هذا شأن شبكة الإنترنت بصفة عامة، فإن استفادة الطلاب والطالبات – بصفة خاصة – تأتي في مقدمة المستفيدين منها، نظراً لحصولهم – في الغالب – على تأهيل وتدريب علمي يمكنهم من الاستفادة من هذه الشبكة بصورة جيدة وسهلة، كما أن مهاراتهم التقنية أكبر من غيرهم ممن لم يتوفر لهم حظ التعرف على هذه التقنية، وهذا ما نجده في الفرق بين طلاب المؤسسات التربوية وعامة الناس بل وبعض آبائهم في استخدام شبكة الإنترنت، ففي دراسة حول استخدام الطلبة لشبكة الانترنت أجاب 75.4% أنهم يستخدمون الشبكة لمدة تتراوح بين 1-2 ساعة، بينما أجاب 17% أنهم يستخدمونها بين 3-4 ساعات، وأجاب 3.8% أنهم يستخدمونها أكثر من 5 ساعات²، وفي دراسة أخرى أجاب 26% أنهم يستخدمون شبكة الانترنت أقل من ساعة بينما أجاب 30% أنهم يستخدمونها ما بين 1-2 ساعة، أجاب 26% أنهم يستخدمونها ما بين 2-4 ساعات، أما الذين يستخدمونها أكثر من 4 ساعات فإن نسبتهم تبلغ 18% ويلاحظ أن الذين يستخدمون شبكة الانترنت من الشباب لأكثر من ساعة تبلغ نسبتهم 74% مما يشير إلى أهمية ودور هذه الشبكة وتأثيرها في تكوين وعي الطلاب والطالبات، وقد ساعد على ذلك الانتشار الواسع لهذه الشبكة في الجامعات والمؤسسات والبيوت والمقاهي والأماكن العامة بحيث لم يعد هناك معوق يقف دون استخدام هذه الوسيلة التي أصبحت مصدراً للثقف العلمي والسياسي والاجتماعي والصحي والاقتصادي وغيرها من صور الثقافة التي يحتاجها الإنسان في حياته³.

ولعل من مميزات شبكة الإنترنت هوانفتاحها على ثقافات العالم وتنوع محتواها مما يفتح آفاقاً واسعة أمام المتعامل معها.

¹ ياسر خضر البياتي، مرجع سابق، ص 172 .

² العاني ووجيه ثابت – اهتمامات الشباب الثقافية المعاصرة – مؤتمر الأطفال والشباب في مدن الشرق الأوسط وشمال أفريقيا – التصدي لتحديات التعليم دبي 16-18 ماي و2005م – ص 22 .

³ الحمود وآخرون، مرجع سابق، ص 33.

وتزداد أهمية شبكة الإنترنت من خلال استخدامها وسيلة للاتصال عبر البريد الإلكتروني (*e.mail*) وبوابات التواصل بين المستخدمين للشبكة، وإذا كانت الشبكة الأم تضم معلومات لا يستطيع المتصفح لها تغيير المادة المعروضة أمامه، فإن البريد الإلكتروني يحقق تلك الرغبة للتعامل معها من خلال ما يرسله من معلومات أو مواد علمية أو ثقافية عامة أو رسائل شخصية أو صور أو ملفات مسموعة أو مرئية أو غيرها من المواد، ومما ساعد على ذلك أن مزايا استخدام البريد الإلكتروني سهلة ورخيصة؛ فالمتعامل لن يضطر إلى مراعاة فروق التوقيت أو المسافات الجغرافية، كما أن الاستخدام أقل تكلفة وأقل جهداً؛ فهي لا تحتاج إلى التعامل مع مكان معين أو شخص بعينه، كما أن حجم ما يتم إرساله ليس محدوداً بل يمكن استخدام أعداد كثيرة من الرسائل والمعلومات لإرسالها وفقاً للطاقة الاستيعابية للبريد الإلكتروني، ولقد أحدث البريد الإلكتروني ثورة في العملية التعليمية، فقد أصبح وسيطاً بين الأساتذة والطلاب والطالبات حيث يمكن التواصل بينهم لإرسال الواجبات الدراسية أو التكاليفات أو تقديم الأسئلة وتلقي الردود عليها، وحتى لاستخدام البريد الإلكتروني أو شبكة الإنترنت - بصفة عامة - للتواصل بين المجموعات خلال الدروس (الإلكترونية) أو الساعات المكتبية، كما أن الشبكة يسّرت للطلاب والطالبة التسجيل في المسابقات الدراسية (لطلبة الجامعات) أو تغييرها أو تقديم الإمتحانات غير المباشرة وتلقي نتائج الإمتحان أو غيرها من أشكال التواصل غير المباشر، وإذا كان هذا شأن الطلاب والطالبات فإن أعضاء هيئة التدريس أكثر استفادةً وذلك في تواصلهم مع طلابهم أو مع الإدارات المختلفة في المؤسسة الجامعية أو التواصل مع زملائهم في الجامعات والمعاهد والمؤسسات المختلفة.

لقد أحدثت شبكة المعلومات (الإنترنت) "نقلة مهمة في آليات التعليم والتعلم، فهي تعمل على توفير الخدمات التربوية بصورة أسرع وبتكلفة أقل، هذه المكاسب تعود إلى إعادة النظر في فلسفة العمل التربوي ومناهجه وآلياته، والعمل على دمج قواعد المعلومات التربوية وتكاملها. كما أنها تطور نظام الإدارة التربوية والمدرسية (*School Governance*) وتعمل على إيجاد علاقة جديدة بين العاملين في الحقل التربوي وبعضهم البعض من جانب، وبينهم وبين الشركاء التربويين والمستفيدين من الخدمات التربوية من جانب آخر¹.

¹ مكتب التربية، التعليم والحكومة الالكترونية، ص 30

وبفضل هذه الشبكة " فقد ظهرت اليوم بوادر نقل الثقافة من جيل إلى جيل آخر بدون استخدام الورق. ولدى البحث في الإنترنت يجد القارئ مواد كثيرة تحت عنوان صفوف بلا أوراق (Paperless Classroom).

وبجانب ذلك يجمع بعض الأساتذة بين الصفوف التي دون أوراق والطريقة الكلاسيكية التي تستخدم فيها الأوراق في أداء الامتحانات والواجبات البيتية فقط، وتبرز جوانب إيجابية عديدة للصفوف التي بدون أوراق، ويزداد اهتمام الطلاب ويصل إلى الذروة باستخدام التكنولوجيا المتقدمة، ويحصل الطلاب على درجاتهم في الامتحانات والواجبات البيتية مباشرة دون أي تأخير، ويوفر استخدام الآلة المبرمجة للأساتذة الوقت للانشغال بأمور أكثر أهمية¹.

وإذا كانت هذه الاستخدامات تتم من خلال شبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني فإن البريد الإلكتروني أصبح مصدراً للتثقيف العام بما يتلقاه الطلاب والطالبات من رسائل متعددة المصادر، فبين مقالة ورسالة وحكمة وموقع وخبر ومعلومة صحية أو اجتماعية أو تربوية أو غيرها تتواصل الرسائل الإلكترونية مقدم خدمة تثقيفية واسعة على الرغم من الآثار السلبية التي يمكن أن تخلفها بعض الرسائل التي تصل على البريد الإلكتروني كالرسائل الإعلانية أو الرسائل الخادعة باسم الكسب السريع أو الثراء المالي، أو الرسائل غير الأخلاقية أو الأخبار الكاذبة أو الإشاعات أو غيرها من الطرق السيئة لاستخدام هذه الوسيلة التقنية،

وأشارت إحدى نتائج الاستطلاعات إلى أن معظم الأطفال يملكون عناوين بريد إلكتروني خاصة بهم، كما أن أكثر من 50 % منهم يتفقدون بريدهم الإلكتروني باستمرار دون أي رقابة من أهاليهم، حتى أن 76 % من هؤلاء يملكون أكثر من عنوان بريد إلكتروني واحد. وعندما سئل هؤلاء الأطفال الذين شاركوا في الاستطلاع عن عدد المرات التي يتفقدون فيها بريدهم أشار 72 % منهم إلى أنهم يتفقدونه عدة مرات كل يوم. وعند ما سئلوا عما إذا كانوا يتفقدونه بحضور أحد الوالدين، أشار أكثر من 30 % منهم إلى أنهم لا يولون ذلك أي اهتمام، كما أن 16 % منهم أعربوا عن عدم رغبتهم في إطلاع أهاليهم على الرسائل التي تصل إلى بريدهم الإلكتروني. ولما تم سؤالهم ما إذا كانوا يستأذنون أهاليهم عندما يريدون إعطاء عنوان بريدهم الإلكتروني لأحد الأصدقاء أو أحد مواقع الإنترنت فقد أجاب 46 % منهم بـ "لا".

¹ رضا أنور طاهر، الثقافة : سباق الورقة والشاشة، ص 26

لكن أخطر التأثيرات على مستخدمي البريد الإلكتروني هي الرسائل والاستخدامات غير الأخلاقية، ففي تقرير أجري على طلاب المدارس في بريطانيا تبين أن واحداً على الأقل من كل 10 قد استخدم رسائل البريد الإلكتروني أ والرسائل الهاتفية النصية في التهكم على الآخرين. ويقول تقرير بثته إذاعة بي بي سي أنه تصعب مواجهة أ ومنع الاستخدام المسيء لمثل تلك الوسائل الحديثة حتى على الآباء والجمعيات المهتمة وفي المدارس¹.
لكن هذه السلبيات والمخاطر لا يمكن أن تقف عائقاً دون الاستخدام الأمثل لشبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني خاصة إذا خضعت هذه الشبكة لمراجعة وتنقية من الجهات المشرفة على تقديم الخدمة.

ومن وسائل التثقيف العامة لدى طلاب المؤسسات التربوية والتعليمية وطالباتها، الرسائل الهاتفية النصية (s.m.s)، فقد وفرت هذه الخدمة الإلكترونية وسيلة سهلة وبسيطة للتواصل بين الناس، وقد زاد الإقبال عليها في السنوات الأخيرة كوسيلة تثقيفية أيضاً إذ تصل رسائل من مصادر عامة كالمؤسسات التعليمية والمؤسسات الحكومية والشركات وغيرها معرفةً بنشاطها أو برامجها وأخبارها، كما تصل رسائل شخصية مباشرة كالرسائل التي يتبادلها الناس يوم الجمعة والمناسبات تحمل توجيهات دينية أو أدعية أو حث على أداء فريضة أو ونهي عن سلوك سيء أو وغير ذلك من الرسائل القصيرة التي أصبح لها تأثير واضح على متلقيها، وقد تستعمل هذه الرسائل كذلك في المناسبات العامة أو الخاصة كالتهنئة بحلول شهر رمضان أو والعديد أو التهنئة بالمناسبات الخاصة كالزواج والنجاح والسفر وغيرها، كما تتضمن بعض الرسائل تعريف بالأنشطة التي تقوم بها المؤسسات التعليمية كالمحاضرات العامة والندوات والمؤتمرات وغيرها مما يشكل مصدراً تثقيفياً جديداً بدأ يلج إلى ساحة المؤسسات التعليمية، كما يمكن الاستفادة تربوياً من هذه الوسائل.

¹ مجلة العالم الرقمي (الإلكتروني) عدد 160 بتاريخ 30 إبريل 2006 .

المحور الثالث: الدراما في وسائل الاتصال الجماهيري:

1. مفهوم الدراما ونشأتها:

اشتقت كلمة دراما من الفعل اليوناني (دراؤ) بمعنى (اعمل)، ولما إنتقلت الكلمة إلى اللغة العربية إنتقلت كلفظ لا كمعنى، فهي لفظ شائع بدأ في اللغة اليونانية ثم انتقل إلى جميع اللغات، ورغم أن الدراما معناها في اللغة اليونانية هو الفعل، إلا أن الدراما استعمالها كعنوان لنوع معين من الفن جعلها إحدى تلك الكلمات التي يجب تفسيرها أو شرحها في بضع كلمات أو جمل.

فالدراما تشير إلى نوع من الفن لا بد وأن تتوافر له عدة مقومات وشروط كي يمكن أن يطلق عليه اسم دراما¹.

فإذا كان الإنسان هو موضوع العمل الفني، فإن الدراما بمفهومها الواسع هي تصادم الطباع المعبر عنه من خلال الفعل، وينشأ الصراع نتيجة تصادم القوى المتعارضة، تصادم البشر- والإرادات، وإذا استند تطور الصراع على الشخصيات المرسومة بوضوح فإن ذلك يعد عملاً فنياً جيداً².

وولع الإنسان بالمحاكاة يرجع إلى أنه يحصل منها على المتعة، فالمحاكاة هي مصدر من مصادر المتعة للإنسان، فنحن نتأمل هذه الأعمال بقدر كبير من المتعة، ويزيد هذا القدر كلما زادت قدرة هذه الأعمال على محاكاة الأشياء كوسيلة من وسائل المعرفة، والمعرفة في حد ذاتها متعة طبيعية للإنسان، وهي ليست مقصورة على الفلاسفة بل هي عامة للناس أجمعين³. في الحقيقة أن الدراما في وجهها المتكامل لا بد من أن تتضمن الفعل والمشاهدة وهذا ما يعبر عنه بكلمات اصطلاحية متزاوجة مثل المسرحية والعرض أو النص والإخراج أو الكلمة والتجسيد أو المؤلف والممثل، بمعنى هذا أن الدراما تتألف من شقين أولهما يتمثل في عمل المؤلف والآخر في عملية التجسيد.

والدراما ليست كالفنون الأدبية الأخرى، من حيث أنها تكتب أساساً لكي يقرأها الناس وهم جلوس في مقاعدهم كما هو الحال لما يقرأون الروايات والمقالات والسير الذاتية، وإنما تكتب

رضا عدلي، الدراما في الرادي ووالتلزيون (القاهرة: دار الفكر العربي، 1984) ص 35.¹

علي أب وشادي، سحر السينما (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب 2006) ص 35.²

رشاد رشدي، نظرية الدراما من أوسط وإلى الآن، (القاهرة: المكتبة الانجلومصرية)، ص 40.³

طبقاً لأصول وقواعد خاصة بها كي يعرضها الممثلون بوسائلهم الخاصة أمام جمهور من المتفرجين، ومن ثم تتحقق الإستجابة الجماعية التي هي من صميم طبيعة الدراما، وإنما هناك خصائص مشتركة بين الدراما كنوع أدبي، وبين الأنواع الأدبية الأخرى كالشعر والملحمة والرواية والقصة القصيرة، إلا أن لها طبيعة خاصة تتميز بها، فالدراما إذن هي تجسيد حي لحادثة أو لمجموعة من الأحداث ذات قيمة معينة، وتعتبر الدراما منذ فجر التاريخ سبيلاً من أقوى وأعمق سبل التعبير¹.

2. الدراما في وسائل الاتصال الجماهيري :

في أواخر القرن التاسع عشر، ومع شعور سكان المدن بوجود فراغ كبير متوافر أرادوا أن يقضوه في شيء آخر غير القراءة، فبدأت الاختراعات الميكانيكية من كل تلك الأنواع محاولة تغيير نمط الحياة في أمريكا وأوروبا، وفي مثل هذا المناخ ظهرت السينما². فأصبحت الدراما في التلفزيون المادة الإعلامية الأولى التي تشغل حيزاً كبيراً من ساعات البث، وتبرز التمثيليات والمسلسلات من بينها كواحد من أهم هذه الأعمال التي تلعب دوراً مؤثراً وفعالاً لجذب الجمهور وشد انتباهه، إذ أن كثيراً من الأفراد أصبحوا يهجرون البرامج الثقافية والعلمية والسياسية وغيرها ويتجهون إلى التمثيليات والمسلسلات لا سيما وأن هذه التمثيليات يتم بثها في أوقات يجتمع فيها شمل الأسرة في المنزل وحول الشاشة الصغيرة، وهي الأوقات التي ترتفع فيها كثافة المشاهدة التلفزيونية بصفة عامة حيث يتنافس المعلنون لعرض منتجاتهم، ويلاحظ المشاهد ذلك من خلال الكمية الهائلة من الإعلانات التي تسبق التمثيليات. إلا أنه لم يستطع (الراديو) أن ينافس التلفزيون، في هذا الصدد كما أن الراديوي يقدم للمستمع صورة صوتية فقط، في حين أن التلفزيون يمثل إمتداداً للقوى السمعية والبصرية معا ويخاطب جميع أفراد المجتمع على إختلاف مستوياتهم العلمية والثقافية دون جهد يذكر ببذله هؤلاء الأفراد للحصول على المعلومات التي يقدمها لهم التلفزيون وإدراكها³.

¹ محي الدين عبد الحليم، دراسات في الإعلام الإسلامي: الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1984) ص 16.

² شاكر عبد الحميد، عصر الصورة (السلبات والإيجابيات)، مجلة عالم المعرفة، العدد 311، يناير 2005، ص 259.

³ محي الدين عبد الحليم، مرجع سابق، ص 08.

إن أهم البرامج التي ابتكرها مهني والتلفزيون ليمارسها مجتمع المشاهدين بصفة عامة وجمهور النساء بشكل خاص هو مشاهدة الأوبرا الصابونية*، أ والمسلسل في التلفزيون. وهناك اعتقاد سائد مفاده أن مشاهدي المسلسل هم عادة من النساء دون الرجال من ذوي المستويات المعيشية الدنيا، إلا أن مثل هذه الاعتقادات لا يمكن تعميمها بدرجة من الثقة، ففي الجزائر مثلا وعلى غرار ما يحدث في بقية بلدان العالم يلتقي جمهور المشاهدين بشخص المسلسل اليومي لمتابعة أحداث القصة المقترحة في ج ويسوده الصمت التام تارة والتعليقات بالموافقة أ والمعارضة تارة أخرى، وذرف دموعه أ وأكثر أحيانا وما إن تنتهي القصة بانتصار الحق على الباطل والمحبة على الكراهية والحب بالزواج والخيانة بالفراق والقانون على اللاقانون حتى يضرب للجمهور موعد آخر مع مسلسل جديد، هكذا على مر الأيام وعلى مدى زمن عرض المسلسلات يتم إستقبال الواقع بالخيال لبعض لحظات ولكنها كافية لإنساء المتفرجين همومهم ومعاناة الحياة¹.

إن الأعمال الدرامية تثير في الإنسان غريزة من أهم الغرائز البشرية وهي غريزة المحاكاة والتقليد، كما أن إنسان العصر الذي يعاني الكثير من هموم الحياة وضغوطها يجد في التمثيلية والمسلسل متنفسا له من هذه الهموم، بالإضافة لذلك فإن الترابط الأسري الذي كان يجمع أفراد العائلة الواحدة لتحقيق الأهداف المشتركة في مناخ اجتماعي يحكمه هذا الترابط، قد أصابته متطلبات الحياة وظروف العصر بكثير من التفكك، وتحولت العائلة الكبيرة إلى أسر صغيرة، شغلته صراعات الحياة، والسعي الدائب وراء الكسب المادي وأصبحت هذه الأسر بمثابة ذرات منفصلة، لا تجد ما يشبع حياتها الاجتماعية بالقدر الكافي، فتجد في مشاهدة التلفزيون عوضا لها عن التجمعات والعلاقات العائلية والتجتماعي، وهنا تبرز مكانة التمثيلية والمسلسل التلفزيوني الذي يتمتع بقدرة هائلة على جذب الجماهير وتجميعهم وتعويضهم عما أصاب ترابطهم الاجتماعي من شظايا العصر².

من هذا نفهم أن الدراما التلفزيونية أصبحت مادة الترفيه الرئيسية في القنوات المختلفة، كما أضحت المادة الأكثر رواجاً ومشاهدة وربما تأثيراً، بالرغم من وجود تفاوت كمي ونوعي في

* كانت شركات الصابون هي الراعي الوحيد لهذه البرامج لهذا سميت الأوبرا الصابونية.

¹ السعيد بومعيزة، فضاء الإعلام : سلسلة الدراسات الإعلامية، (الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية)، ص 37-38.

² عبد الحليم محي الدين، مرجع سابق، ص 9.

مشاهدة المسلسلات التلفزيونية من مجتمع لآخر أ ومن شريحة إجتماعية لأخرى، فإن الأبحاث تؤكد أن الشرائح المختلفة من جمهور المشاهدين تقبل على مشاهدة المسلسلات بغض النظر عن النوع، السن، المستوى التعليمي والاقتصادي¹.

3. التربية الاعلامية والصناعات الدرامية :

إذا كانت التربية الاعلامية عكس التربية المدرسية لا ترتبط بسن معين ولا بأطوار تدرس معينة، فهي ترتبط بكل فرد في المجتمع في اطار قيمي يستند الى الهوية الثقافية، وإذا كانت اهم معايير واساليب تعزيز هذه المناهج التربوية هي المؤسسات الاجتماعية القاعدية (الاسرة، المدرسة) فنحن ملزمون ان نكيف هاته البرامج على مستوى الاسرة، ونقصد بالاسرة الام التي تتلقى يوميا كما غير محدود من المواد الدرامية من افلام ومسلسلات تحمل معها كما هائلا من القيم الاجتماعية الوافدة بصورة مصطنعة تحاكي الواقع في ادق تفاصيله معتمدة على جماليات وسحر الصورة والصوت، فلا بد أن لا نهمل دور التربية الاعلامية وعلاقتها بالمضمون الدرامي خاصة ذلك المحتوى الموجه إلى الأسرة بالتحديد، وما يتبعه من اسقاطات على الواقع الاجتماعي من طرف هاته المؤسسات الاجتماعية القاعدية. فلا بد من الأخذ بعين الاعتبار حدود هذا التأثير وانتقاء برامج تربوية إعلامية تأخذ بعين الاعتبار حقيقة هاته الصناعات الدرامية ومدى تمثيلها للواقع من عدمه.

الخاتمة :

بالعودة إلى مفهوم التربية المجرد الذي يستند إلى برامج وخطط وإستراتيجيات لتنفيذه في إطار مؤسسات إجتماعية يمكن أن نجعلها في كلا من الأسرة اللبنة الأولى للنسيج الإجتماعي، والمدرسة المحطة الثانية مباشرة للوجود القيمي والفكري للفرد، نجد أن التربية الإعلامية يجب أن تؤسس إنطلاقا من هاتين المؤسستين الإجتماعيتين، الأسرة أولا، ونخص بالذكر عماد البناء الأسري وهما الأبوين، كما يجب أن نأخذ بعين الإعتبار الرسائل الإعلامية التي تتلقاها الأسرة يوميا، خاصة الأم التي تنتفن في إنتقاء المحتوى الدرامي بصورة يومية، لتسقط تلك القيم النافذة إلى ذهنها على كل من في هذه المؤسسة الاجتماعية، ولعل الأقرب منها هم الأبناء، كذلك الأب

¹أديب خضور، سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون - الدراما التلفزيونية - الطبعة الأولى (دمشق: المكتبة الإعلامية، 1997) ص 20 .

الذي نجده يقضي ساعات طويلة أمام شاشات الحاسوب وكذا الأبناء، يجب أن تكون هناك معايير تربوية إعلامية تأخذ بعين الاعتبار الوضع الأسري، وتحدد حجم الرسائل ونوعها من خلال إعلام موجه يقوم على تدعيم القيم المحلية.

من زاوية أخرى نرى أن المدرسة لها نفس الأبعاد الاجتماعية كحاضنة ثانية للطفل طيلة الأطوار الدراسية، هذا الطفل الذي هوفي حاجة ماسة إلى التربية إلى جنب التعليم، يجب أن يوجه وفق برنامج تربوي إعلامي هادف يقوم على تدعيم القيم الاجتماعية ويهذب السلوك الفردي، ويقطع الطريق أمام كل ماهودخيل عن قيم المجتمع في ظل هذا الانفتاح أمام وسائل الاتصال الجماهيري ذات البعد التفاعلي.

قائمة المراجع :

1. شحاته حسن، معجم المصطلحات التربوية والنفسية، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية) 2003.
2. محمد بن شحات الطيب، دور المدرسة في التربية الاعلامية، ورقة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية (وعي ومهارة إختيار) المنعقد في قاعة الملك فيصل للمؤتمرات بمدينة الرياض الرياض، 14-17/2/1428هـ - (4-7/3/2007م).
3. Alfred grosser: les identités abusives: le monde 28 janvier 1998.
4. نصير بوعلي، تقديم البروفسور عزي عبد الرحمن، الإعلام والبعد الحضاري (دراسات في الإعلام والقيم)، ط1 (الجزائر: دار الفجر للطباعة والنشر، 2007).
5. نصير بوعلي، تقديم البروفسور عزي عبد الرحمن، الإعلام والبعد الحضاري (دراسات في الإعلام والقيم)، ط1 (الجزائر: دار الفجر للطباعة والنشر، 2007).
6. عبد اللطيف ذبيان العوفي، الهوية الثقافية الوطنية والقنوات الفضائية، المجلة التونسية للاتصال، العدد 31، تونس.
7. Paul velerin.les specifiques de la culture moderne, edition le seuil, Paris 1980.
8. محمد سكران، العولمة والهوية الثقافية، رؤية نقدية : ندوة العولمة والخصوصية الثقافية، جامعة السلطان قابوس وجامعة الزيتونة التونسية، مسقط 1999.
9. طه عبد العاطي ومصطفى نجم، البث المباشر والهوية الثقافية العربية، ندوة العلاقات العربية الأمريكية نح ومستقبل مشرق الجامعة الأردنية، 2000.

10. الشريف الجرجاني، التعريفات، ط1، (بيروت: دار عالم الكتب، 1987).
11. محمد عمارة، مخاطر العولمة على الهوية، ط1 (مصر-: دار نهضة مصر- للطباعة والنشر، 1999).
12. ندوة الهوية العربية عبر حقبة التاريخ، للمدة 25-26/6/1997م، المجمع العلمي بـغداد، الكلمة الافتتاحية للندوة.
13. محمود سمير المنير، العولمة وعالم بلا هوية، ط1، (المنصورة: دار الكلمة للنشر- والتوزيع، 2000).
14. صاموئيل هنتنغتون، ترجمة طلعت الشايب، تقديم صالح قنصوة، صدام الحضارات. إعادة صنع النظام العالمي، ط2، 1999.
15. عبد المنعم حنفي، المعجم الشامل لمصطلحات الفلسفة، (القاهرة : مكتبة مدبولي، 2000).
16. حيدر إبراهيم، العولمة وجدل الهوية الثقافية، مجلة عالم الفكر، المجلد الثامن والعشرون، العدد الثاني، أكتوبر /ديسمبر 1999 (الكويت : المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب).
17. خيرت معوض محمد عياد، الهوية العربية كمتغير في معالجة الصحافة العربية للغز والانجلوامريكي للعراق، (القاهرة : كلية الإعلام)، ورقة مقدمة إلى المؤتمر السنوي العاشر - الإعلام المعاصر والهوية العربية - في الفترة من 04 إلى 06 ماي و2004.
18. فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية : بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية، ط2 (بيروت: دار النهضة العربية، 1980).
19. صالح حسن الداهري ووهيب مجيد الكبيسي، علم النفس العام، ط1، (الأردن : دار الكندي للنشر والتوزيع).
20. بتر وفسكي وياروشفسكي، معجم علم النفس المعاصر، ط1، (القاهرة : دار العالم الجديد، 1996).
21. سمير خطاب، التنشئة السياسية والقيم، (القاهرة :ايتراك للطباعة والنشر، 2004).
22. عبد الرحمن عزي، الثقافة وحتمية الاتصال : نظرة قيمية، مجلة المستقبل العربي، السنة 26، العدد 256، أيلول 2003

23. بنت طاع الله بكار، قراءة الصحف اليومية والقيم الشخصية، دراسة تحليلية وتطبيقية لقيم شوارتز وقراء عاصمة الأغواط، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الجزائر: قسم علوم الإعلام والاتصال، 2001).
24. ياسر خضر البياتي، التأثيرات الاجتماعية المحتملة للتلفزيون على الشباب، مجلة شؤون اجتماعية، عدد 90، 2006
25. الحمود مشاري وآخرون - اتجاهات الشباب الخليجي نح ووسائل الاعلام - منتدى التنمية الخليجي - 7 فبراير 2007م.
26. العاني ووجيه ثابت - اهتمامات الشباب الثقافية المعاصرة - مؤتمر الأطفال والشباب في مدن الشرق الأوسط وشمال أفريقيا - التصدي لتحديات التعليم دبي 16-18 ماي و2005م -
27. مكتب التربية، التعليم والحكومة الالكترونية.
28. رضا أنور طاهر، الثقافة : سباق الورقة والشاشة.
29. مجلة العالم الرقمي (الإلكترونية) عدد 160 بتاريخ 30 إبريل 2006.
30. رضا عدلي، الدراما في الرادي و والتلفزيون (القاهرة: دار الفكر العربي، 1984).
31. علي أب وشادي، سحر السينما (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب 2006).
32. رشاد رشدي، نظرية الدراما من أرسط وإلى الآن، (القاهرة: المكتبة الانجلومصرية).
33. شاكر عبد الحميد، عصر الصورة (السلبيات والايجابيات)، مجلة عالم المعرفة، العدد 311، يناير 2005.
34. محي الدين عبد الحليم، دراسات في الإعلام الإسلامي: الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1984).
35. السعيد بومعيزة، فضاء الإعلام : سلسلة الدراسات الإعلامية، (الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية).
36. أديب خضور، سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون - الدراما التلفزيونية - الطبعة الأولى (دمشق: المكتبة الإعلامية، 1997).