

سوسيولوجيا الإعلام وعولمة المفاهيم

Media sociology and globalization of concepts

دليلة خينش¹¹جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، d.khineche@univ-biskra.dz

Abstract

ملخص

The study aims analyzing the relationship between the media and society and the globalization of media and concepts from the perspective of sociology, and the impact of media content on the identity and cultural privacy of Arab society using media messages includ concepts and meanings related wasterm ideology to aim changing and guiding the knowledge, attitudes of the recipient The selection of the concept in the media must be taken into account their dimensions historical, regional, and cultural identity

Keywords: media; Globalization of the media; Globalization of concepts; Media Sociology

تهدف الدراسة إلى تحليل العلاقة بين الإعلام والمجتمع وعولمة الإعلام والمفاهيم من وجهة نظر السوسيولوجيا، وأثر مضمون وسائل الإعلام والاتصال على الهوية والخصوصية الثقافية للمجتمع العربي باستخدام رسائل إعلامية تتضمن مفاهيم ومعاني لها أبعاد أيديولوجية غربية الغرض منها تغيير وتوجيه معارف واتجاهات ومواقف المتلقي، لذا لابد من مراعاة انتقاء المفهوم لما يحمله من سمات تاريخية وإقليمية وهوية ثقافية.

الكلمات المفتاحية: إعلام؛ عولمة إعلام؛ عولمة مفاهيم؛ سوسيولوجيا إعلام

1- مقدمة

مع عصر تطور وسائل الإعلام والاتصال لم تعد هذه المؤسسة مجرد مساهم في عملية التنشئة الاجتماعية، فقد استطاعت وسائل الإعلام أن تصل وتخطب كافة أفراد الأسرة وكل شرائح المجتمع؛ بل يمكن القول في ظل تدهور وتدني أدوار معظم المؤسسات الاجتماعية بما فيها الأسرة - ودور والدين خاصة- تتنامى وتتصاعد أدوار وسائل الإعلام عبر رسائلها الإعلامية المشحونة بمفاهيم وأفكار وقيم تتربسب مع مرور الوقت لتكون لدى الفرد المتلقي إطار مرجعي معين.

إن الكثير من الناس يتعاملون مع وسائل الإعلام على أنها مجرد أداة ترفيه وتسليه آنية ليس أكثر، أو اعتبارها مصدرا للأخبار اليومية والحقيقة؛ لكن هذه الرؤية يشوبها نوع من التموه - إن صح التعبير - لأن كل ما نقرأه أو نسمعه ونراه لا يخلو من هدف ما؛ بمعنى مشحون بالقيم. فترويج وسائل الإعلام لآراء وأفكار معينة خلقت نوع من التوجه الفكري لدى الجمهور المتلقي، وذلك بهدف تميظه فكريا وسلوكيا.

تتعدد مصادر المعلومات وتتسارع وتيرة المعطيات والأحداث، وتتصارع الأفكار في ظل تطور مجريات الأحداث اليومية. وتتجدد وتتحدد المفاهيم طبقا للمعاني والقيم التي تتضمنها، ويبقى التساؤل المطروح إن كانت هذه المعاني دالة عليها في الأصل أو تم تعديلها أو تغييرها لتتوافق مع أيديولوجية معينة.

فالتعامل مع المفاهيم لصياغة وصفية لحدث معين عبر وسائل الإعلام تحدده موازين القوى في إطار جدلية من يملك أكثر المعلومات ومن يملك القدرة الفائقة على كيفية استغلال المعلومات وتوظيفها إعلاميا - عبر مفاهيم معينة - توصف الحدث وتصيب الهدف. إن وسائل الإعلام اليوم تصيغ رسائلها الإعلامية حسب توجهاتها الإيديولوجية، وبذلك فهي تتعامل مع المفاهيم طبقا لتوجهاتها الفكرية لذلك سوف نحاول في هذه الدراسة الاجابة على التساؤلات التالية:

- ما هي أهم آليات العولمة الثقافية؟
- كيف تعمل عولمة الإعلام على التوجيه المعرفي والمفاهيمي لدى المتلقي؟
- ما أثر عولمة الإعلام والقيم والمعاني والمفاهيم على الهوية والخصوصية الثقافية؟

2- أهداف الدراسة:

- التعرف على أهم آليات العولمة الثقافية وأهميتها في التنشئة الاجتماعية للأفراد.
- تحليل العلاقة بين عولمة الإعلام وتغيير التوجه المعرفي والفكري لدى المتلقين، وأثر ذلك على الهوية والخصوصية الثقافية.

3- أهمية الدراسة:

تحليل العلاقة بين الإعلام والمجتمع من ناحية سوسيولوجية، وتقديم رؤية علمية تتطلب الحرص والاهتمام لذوي الاختصاص في سبيل تقليل الأثر السلبي لعولمة الإعلام على هويتنا وخصوصيتنا الدينية والثقافية.

4- وسائل الإعلام كمؤسسة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية

تعرف التنشئة الاجتماعية على أنها عملية تعليمية يتم بمقتضاها بث القيم والعادات والتقاليد والثقافة، ونقل السلوك السوي والاتجاهات التي ترتضيها الجماعة أو المجتمع وتتوافق معه إلى الأفراد الذين يعيشون فيه. أما التنشئة الثقافية فهي عملية اجتماعية يكتسب الفرد بمقتضاها ثقافة مجتمعه، كالعقائد والعادات والأخلاق، وصفات الثقافة التي يولد فيها، وكل ما يجعله جزء من ثقافته ومجتمعه. (خضير شعبان، 1422هـ، 53)

يتفق الاجتماعيون والتربويون على أن هناك مؤسسات معينة في كل مجتمع تقوم بتنشئة الأفراد وتنقيفهم وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعياً، إضافة إلى تلقينهم المعارف والعقائد التي تشكل هويتهم الثقافية والحضارية ويقوم عليها أمر دينهم ومن هذه المؤسسات الأسرة والمدرسة والمسجد ووسائل الإعلام. (محمد عبد الرحمن الحضيف، 1994، 33)

أكدت الدراسات أن إدخال وسائل إعلام جديدة، وخاصة التلفزيون في المجتمعات التقليدية أدى إلى زعزعة عادات ترجع إلى مئات السنين وهذه الوسيلة الإعلامية أدت إلى زعزعة الدين والأخلاق في الدول العربية، وفي نفس هذا السياق أكدت الدراسات أنه بدلاً من الدقائق الـ 35 التي ينصح علماء النفس والاجتماع والأطباء بالأطفال يجتازها الأطفال في مشاهدة التلفزيون في اليوم الواحد، أضحى الأطفال يمضون ساعات طويلة في المشاهدة وتتضاعف المدة في العطلات الصيفية.

5- العولمة الإعلامية

إن الاستعمار الإستراتيجي كان له دور في تغيير معالم الحضارة العربية والإسلامية في الوطن العربي، فطيلة فترة الاحتلال عمل المستعمر على إنشاء النظم السياسية والأجهزة التشريعية والمؤسسات التعليمية والإعلامية على النمط الغربي وكانت له في هذا أهداف واضحة، واليوم بات ما يعرف بالاستعمار الثقافي والفكري.

من أخطر وسائل وآليات التغيير الثقافي التي لجأ لها المستعمر هي الإعلام بكل أنواعه وجميع مستوياته، هذه السياسات التغريبية نجحت وساعد على نجاحها الانفتاح العالمي والتقدم المذهل في وسائل الاتصال، حيث تساقطت الحدود الجغرافية والسياسية وتسابق أصحاب الأيدولوجيات في ميدان الإعلام مستخدمين أحدث الوسائل للوصول إلى قلوب الجماهير وعقول الناس. يعمل الإعلام المعولم كآلة فاعلة لتسريع عملية العولمة ويجسد بوضوح قيم ومعاني ورموز إيديولوجية العولمة، ويروج لها من خلال خطاب مرواغ وبراق لكنه مضلل وزائف وكشفت الدراسة عن أن الإعلانات تركز على نشر وتمجيد ثقافة الاستهلاك وتمجيد التقدم التكنولوجي واستخدامه كمدخل لتبرير اقتناء استهلاك نماذج حديثة من منتجات مختلفة وعلى فرض الهيمنة على الشرق وعلى المستهلكين من خلال توحيد وتنميط الأذواق. (رضا عبد الواحد أمين، 2007، ص 23)

وكثيرا ما نتناول في أدبيات الإعلام الاختراق الثقافي الذي اقترن بالتطور التقني في مجال الاتصالات والمعلومات، وفي ضوء ذلك يعرف الاختراق الثقافي بأنه "مجموعة من الأنشطة الثقافية والإعلامية والفكرية التي تواجهها جهة أو عدة جهات نحو مجتمعات وشعوب معينة، بهدف تكوين أنساق من الاتجاهات السلوكية والقيمية أو أنماط وأساليب من التفكير والرؤى والميول لدى تلك المجتمعات والشعوب، بما يخدم مصالح وأهداف الجهة أو الجهات التي تمارس عملية الاختراق". (أيمن منصور، 1996، 14-15)

إن التحديات والتطورات التي يواجهها العالم العربي في هذه المرحلة قد أفرزت عدّة مفاهيم ومصطلحات وتوجهات جديدة بما فيها قضية العولمة والإرهاب والعولمة الإعلامية التي حولت طبيعة وتركيبية الإعلام من أداة لعامة الناس إلى شركة خاصة عابرة للقارات والحدود. وقد ساعد انتشار مفاهيم العولمة والكوكبية والكونية على أن تحتل وسائل الإعلام دورا هاما في تصدير الأفكار والسياسات الخاصة بهذه المفاهيم لقدرتها على عبور الحواجز والمسافات، وقدرتها أيضا على اختراق الثقافات والوصول إلى الوعي العام لكافة الشعوب بتأثير التطور التكنولوجي الذي استقادت منه هذه الوسائل. (محمد عبد الحميد، 2004، 449)

تسعى الدول الغربية إلى الهيمنة على الهوية الثقافية العربية والإسلامية من خلال محاولات عولمة الحياة والثقافة عموماً، عن طريق تركيز وسائل الإعلام (صحافة، إذاعة، تلفزيون، إنترنت.. وغيرها) على ما تشاء من القيم، وإهمالها لما تشاء، وبالتالي سعيها لفرض ثقافة بذاتها، وهذا ما يجري بوعي من قبل من يملك هذه الوسائط، وبدون وعي من قبل المستفيد (أسامة أمين الخولي، 2000، 135).

فمن سمات عولمة الإعلام نشر وشيوع منظومة قيمية عالمية تعرف عند مصدرها بالانفتاح الثقافي وعند متلقيها بالغزو الثقافي. فلم تعد الثقافة اليوم كما كانت في الماضي خاضعة لوسائل تقليدية في النشر والانتشار وإنما أضحت متأثرة إلى حد بعيد بالتكنولوجيا عامة وتكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة؛ التكنولوجيا التي يسرت عملية الاختراق الثقافي للمضامين الثقافية الوافدة. إذ بإمكان توظيف التكنولوجيا لنشر الثقافة والايديولوجيا التي تخدم مصالحها.

من هذا المنطلق جاء مصطلح «العولمة الثقافية» أي قدرة الثقافات الأقوى تكنولوجياً على السيطرة على الثقافات الأضعف تكنولوجياً إذ أن التكنولوجيا بدأت تلعب دوراً بارزاً ليس على نطاق محلي فحسب وإنما على نطاق عالمي. والعولمة الثقافية بصورة أوضح هي محاولة مجتمع تعميم نموذج الثقافي على المجتمعات الأخرى من خلال التأثير على المفاهيم الحضارية والقيم الثقافية والأنماط السلوكية لأفراد هذه المجتمعات بوسائل سياسية واقتصادية وثقافية وتقنية متعددة. يقول الجابري: «إننا معرضون لغزو ثقافي مضاعف الغزو الكاسح الذي يحدث على صعيد عالمي غزو تمارسه علينا الدول الاستعمارية التقليدية أما الوسائل فهي نفسها، الإعلام الذي يغزو العقل والخيال والعاطفة والسلوك ناشراً قيماً وأذواقاً وعادات جديدة تهدد الثقافات الوطنية والقومية في أهم مقوماتها ومكان خصوصيتها (يعقوب ألمليجي، 2003، ص40).

إن مراكز المعلومات وتكنولوجيا الاتصال هي التي تمتلك اليوم مفاتيح الثقافة، ولذلك نجحت الدول الغربية في نشر ثقافتها عبر المحيطات والقارات والترويج لأفكارها وقيمها الثقافية والأخلاقية والاجتماعية والسياسية على حساب اكتساح الثقافات الوطنية. حيث تشير الإحصائيات إلى أن 97 % من الأجهزة المرئية موجودة في دول الشمال، فضلاً عن 87% من الأجهزة المسموعة من مجموع ما تملكه دول العالم، وإن دول الشمال هي المصدر الأساس لأكثر من 90 % من مصادر الأخبار، وتطبق هذه الحقائق على شبكة المعلومات العالمية الانترنت فقد أصبحت لغات هذه الدول لا سيما اللغة الانجليزية المهيمن الكامل على اللغات المستخدمة في مجال الانترنت، ذلك أن معطيات 88 % من الانترنت تبث باللغة الانجليزية مقابل 9 % بالألمانية و2 % بالفرنسية فيما يوزع 1 % على بقية لغات العالم. ويتركز 60 % من مجموع شبكة الانترنت في العالم في الولايات المتحدة و 26 % في دول أوروبا فيما تضم بقية دول العالم 14 % (عبد الرزاق محمد الدليمي، 2004، ص127).

تسعى بعض الدول الغربية إلى حماية ثقافتها وإعلامها من الغزو الثقافي المتضمن النزعة الاستهلاكية الذي بدأ يغزو الأسواق الغربية وذلك بفضل التقدم التكنولوجي الهائل والتطور الذي لحق شبكات البث، فكندا مثلاً قدمت نموذجاً رائداً من حيث تعاون مبرمج ومنظم بين السياسة العامة للإعلام

والاتصال خاصة المرئي المسموع والخطه الثقافيه بحيث أن كل الوسائل تخضع لسياسة عامه وضعت وفقا لخطه شامله ثقافيه وتربويه وتراعي جميع الأهداف القوميـه. (نسمه أحمد البطريق، 2004، 235-236)

تعتبر المدرسه إحدى أدوات المجتمع التي تحقق أهدافه التربويه من خلال جميع العادات السلوكيه التي تؤمن للتلاميذ النمو السليم والمتكامل الى جانب الإعداد والتكيف للمستقبل بعد الحصول على النجاح والانخراط في مؤسسات الدوله او مزاوله النشاط الاقتصادي ويتعدى الأمر الى أكثر من ذلك في كثير من الأحيان بحيث يتشكل من خلال التعليم أبرز ملامح المجتمع وتتحدد مكانته في السلم الحضاري. لذا على المدرسه تحقيق جميع ذلك من خلال وسائل وفلسفه تربويه قائمه على أسس معرفيه تقوم الجهات التربويه المختصة بتحديدـها.

تسعى جل دول العالم لمواكبه التطور التكنولوجي الحاصل الذي شمل جميع نواحي الحياه، وقد زاد الاهتمام أكثر بميدان التربيه والتعليم من خلال إدخال إصلاحات تربويه جذريه، أهمها الاهتمام بالطرق التدريسيه الحديثه وتطبيقها بتنوع الانشطه التدريسيه التي تستطيع امتصاص الطاقات الكامنه في التلميذ وبالتالي الابتعاد عن السلوكيات غير البناءه. وأهم هذه المشكلات وأخطرها على الإطلاق مشكله الانقطاع المدرسي التي باتت تهدد فئات كثيره من المتمدرسين

لذا ستتطرق هذه الورقه البحثيه الى آليه من آليات مواجهه المشكلات المتعلقة بالانقطاع المدرسي من خلال الإجابة على التساؤل التالي: كيف يكون للأنشطه الصفيه دور في التصدي لمشكله الانقطاع المدرسي؟

6- تغيير الإعلام للمفاهيم

تمتلك وسائل الإعلام من خلال ما تبثه من رسائل إعلاميه القدره على تغيير نظره الناس إلى الحياه وإلى العالم من حولهم، وذلك من خلال تغيير مواقفهم تجاه الأشخاص والقضايا، فيتغير حكمهم عليها وموقفهم منها تبعاً لذلك فمثلاً حينما تتعرض وسائل الإعلام الغربي للعديد من المواضيع عبر وسائلها المختلفه عن دوله ما تنتهك فيها حقوق الإنسان، أو دوله ترعى الإرهاب.. تكون النتيجة أن القارئ قد يغير موقفه من هاته الدول، فتصبح بالتالي هذه الأخيرة تشكل خطراً يهدد الأمن الإقليمي.

إن التغيير في المواقف والاتجاهات لا يقتصر على تغيير موقف المتلقي أو رأيه حول قضيه معينه، بل يشمل أيضاً تغيير في القيم والمعاني وكذا المظهر الخارجي والسلوك. فكثيراً ما تقبل الناس سلوكيات كانوا يرفضونها تماماً، وكثيراً ما تخلى الناس عن قيم كانت راسخه واستبدلوها بقيم دخيله كانت في وقت سابق مرفوضه.

إن المتغير الدخيل الذي أثر في منظومة القيم سببه التعرض المستمر للكم المعلوماتي المنبثق من وسائل الإعلام والاتصال، وما يتضمنه من معاني ومفاهيم وقيم مناقضة للثقافة المحلية. فالأ توافق القيمي بين ما يبثه الإعلام وثقافة المجتمع العربي والإسلامي، وكذا حملات الإثارة التي تقودها القنوات الفضائية المختلفة، إضافة إلى تراجع الدور التربوي للأسرة ومؤسسات المجتمع التربوية الأخرى، وعجزها عن تحصين الأطفال والشباب أدى إلى هذا التراجع الأخلاقي الذي نشهده اليوم الذي أصبح بدوره يهدد النظام القيمي والمجتمعي ككل.

وقد توقع كثير من الخبراء في ظل الفضاء المفتوح وعولمة الإعلام والاتصال أن تكون عمليات انتقال القيم من مجتمع إلى آخر من السهولة واليسر، بحيث يمكن الحديث عن مجتمع معلوماتي عالمي؛ وهي قيم تعبر في واقع الحال عن المجتمعات التي تحتكر هذه الصناعات بالدرجة الأولى، على أن عملية انتشارها ستكون في مجتمعات تختلف تركيباتها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية اختلافا كبيرا. ويعتقد معظم الخبراء أن الفضائيات الوافدة إلى مجتمعاتنا الإسلامية خاصة ستخلق الكثير من المشاكل أبرزها التأثير في القيم والأفكار والمواقف والاتجاهات، ومحو القيم المحلية واستبدالها بأنماط جديدة، وعدم الاستقرار في العلاقات الاجتماعية التقليدية، وربما حدوث اضطراب اجتماعي. من السلوك والقيم الأخلاقية والعقائد التي تتعارض مع طبيعة الحياة العربية الإسلامية (ياس خضير البياتي، 1991، ص 30)

إن الإعلام الغربي اليوم يمارس دوره في عالمية البث المتجدد والمتنوع، للوقوف عند الحقيقة، أو تجاوزها بما يتناسب والترويج الإعلامي والثقافي، باختيار الوسيلة المؤثرة لاحتواء وتضمين الذاكرة بقيم جديدة ومتنوعة باستخدام الإعلام الجديد والذي يعمل بدوره بإدارة منظمة للوصول إلى العقل وإعادة تدوين حدث محدد باتجاه أيديولوجي معين يحدد له المصدر الغايات والأهداف، وذلك بعد دراسة نسبة الوعي عند المتلقي لاحتواء عالمه إراديا وإرباك مكامن الوعي ومحاصرة تفكيره.

إن صناعة الصورة تتطور يوما بعد يوم لنقل صورة الحدث وتغيير المفاهيم وقيادة الوعي في اتجاه عولمة الثقافة. فالتلقي المتواصل للرسائل الإعلامية، ومعاودة تكرارها لدى المتلقي بوصفها منجزا فنيا أو حدثا قائما في حينه، يفرض عليه حالة من الانتباه والتركيز، ومن ثم الاقتناع لتسكن الصورة بمفهومها الجديد في اللاوعي الجماعي.

تقوم وسائل الإعلام بدور هام في صنع الصورة النمطية من خلال عرض صورة لشخصية ما، وهذه الصور تحمل سمات يتم تكرارها في وسائل الاتصال المختلفة، مما يؤدي إلى رسوخ هذه السمات عن تلك الشخصية، وكذلك يتم صنع الصور النمطية عن الشعوب مثل الصورة التي رسمها الإعلام الغربي عن

الفلسطينيين والمسلمين كإرهابيين. وعليه يمكننا أن نلاحظ أن التعرض المستمر لتحريف الواقع الذي تقدمه وسائل الإعلام عبر الكلمة والصورة سيؤدي إلى أن يتجه الناس نحو قيم ومعتقدات مزيفة غير واقعية (صالح أبو أصبع، 1999، 70-71). وهكذا يبقى الإعلام عاملاً مؤثراً ورئيساً في عملية التغير في الموقف أو الاتجاه في مختلف القضايا، بغض النظر إن كانت الرسائل الإعلامية على جانب كبير من الصدق أو لا، فالمتلقي هنا يبني تصوره وموقفه واتجاهه على أساسها.

إن حكم الفرد على مختلف القضايا نابع من الكم الهائل من المعارف والمعلومات التي اكتسبها من بيئته الاجتماعية والثقافية، والآن تلعب هذا الدور وسائل الإعلام التي لا تتوان يومياً في إرسال معلومات تحاول من خلالها ترسيخ منظومة قيمية تهيئ الفرد لتقبل ثقافة أخرى تغير نظرتة وحكمه على واقعه المعاش. وتبني منظومة فكرية تزواج بين القيم الاجتماعية والثقافية المحلية وتلك الدخيلة.

إن وسائل الإعلام أصبحت تؤثر في مواقف الأفراد نتيجة التعرض المستمر لها، والنتيجة الطبيعية لحالة التلقي من (مصدر واحد) هي فهم الأمور والحكم عليها بطريقة واحدة من خلال وجهة نظر واحدة، إن وجهة النظر ذات البعد الواحد غالباً بل دائماً ما تكون ناقصة ومنحازة.

7- وسائل الإعلام.. والتوجيه المعرفي والمفاهيمي.

تعرف المعرفة على أنها مجموع المعلومات التي يمتلكها الفرد وتشمل الاعتقادات والمواقف والآراء والسلوك، المعرفة بوصفها هذا، أعمق أثراً في حياة الإنسان، إن التغير في المواقف طارئ وعارض سرعان ما يزول بزوال المؤثر فيعود كما كان سابقاً، أو ربما ينحى منحى إيجابياً عكس ما كان عليه. أما التغير المعرفي يمر بعملية تحول بطيئة تستغرق زمناً طويلاً. تؤثر وسائل الإعلام في التكوين المعرفي للأفراد، من خلال عملية التعرض لوسائل الإعلام لمدى بعيد كمصادر للمعلومات فتقوم بإزالة قيم معرفية متعلقة بحكم ما لمجموعة من المسائل لدى الأفراد، وإحلال قيم معرفية جديدة بديلة عنها.

إن هدف وسائل الإعلام ليس إيصال الحقيقة فحسب، وإنما تهدف أحياناً إلى صناعة الحقيقة وتغيير الرأي العام لفترة تجعل المتلقي المستهدف مؤيد لهذه الفكرة وفترة أخرى ضد نفس الفكرة. أهم المخاطر في وسائل الإعلام هي أنها تصل إلى القاعة الجمهور بشكل بسيط ومتدرج وليس بشكل مباشر. وعموماً تتجه نحو تغيير القيم والمعتقدات والسلوك بشكل غير مباشر، فهي تقدم نموذج يستحوذ الإعجاب ويرغب بالتقليد لأن المباشر يؤدي إلى حالة استفزاز وعدم قبول ومعارضة

فمثلاً التداول الإعلامي لبعض القضايا العربية والعالمية وانتقاء مفهوم المقاومة في فلسطين ولبنان أو أي بلد مسلم اختلف تداوله في الإعلام الغربي وحتى العربي لما يحمله المفهوم من أبعاد أيديولوجية

وجغرافية وسياسية، خاصة درجة الحرص الشديد الذي تتبعه مختلف المؤسسات الإعلامية والحذر المسيطر على الإعلاميين أثناء تداول المفهوم أو حتى منع الإشارة له أثناء وصف الحدث وصياغة الخبر. وكثيرة هي المفاهيم الجديدة التي أدخلت عليها تضمينات مفتعلة هادفة، يبقى الغرض من تحديدها بالطريقة هذه أو تلك يحمل معاني معينة ترجع بأصولها لعصور عدائية غابرة.

فلسطين المحتلة تصبح الضفة وغزة، والعدو الإسرائيلي يصبح إسرائيل، وشهيد الوطن يعبر عنه بالخسائر في الأرواح، والدين الاسلامي إسلام فوبيا، والمسلم انتحاري وإرهابي. والصورة النمطية للباس المسلم والمسلمة هو مظهر الارهابيين وإيران محور الشر. وهنا صنع الإعلام الغربي في سبيل توجيه الرأي العام صورة نمطية تشير إلى كل مسلم بأنه إرهابي، وما الإسلام -حسب ما يروج إلا عقيدة الإرهابيين، واقترن مفهوم الإسلام بالسياسي فأصبح مفهوم الإسلام السياسي أكثر المفاهيم تداولاً عبر وسائل الإعلام وخاصة الإخبارية.

إن إشكالية ضبط وتحديد المفهوم امتد إلى الإعلام العربي وانعكس هذا سلباً على كيفية التعامل معه بحذر أحياناً، لأن الخطأ في الإشارة إليه أو تداوله له عواقب جمة. فأتى صياغة شريط الأخبار العاجل في بعض القنوات الإخبارية هناك من تتطرق إلى مفهوم "الاحتلال الأمريكي" في العراق، أفغانستان، ليبيا... ، وأخرى تشير إليه "بالقوات الأمريكية"، وأخرى تشير إليه "بقوات التحالف" في أرض العراق لكن القراءة المتأنية والمتكررة لهذه المفاهيم تعكس المعاني والمتضمنات التي تحملها ومدى أثرها على مدركات وبناء المعرفة في ذهن المتلقي، ولا شك أن التعرض المستمر للكلمة المفاهيمية ومعانيها يكون له دور في تشكيل اتجاه أو موقف ما من قضية ما يدخل في إطار العولمة الإعلامية للمفاهيم ومعانيها.

8- خاتمة:

أصبح الإعلام علماً يدرس وله مؤسسات ومعاهد متخصصة وأصبحت وسائله ذات تقنية عالية، وأصبح للإعلام اليوم بجانب دوره الترفيهي أدواراً أخرى واضحة تعمل على صياغة المجتمعات وتشكيل الرأي العام العالمي، وإيجاد نمط حياتي جديد للمجتمع العالمي. فالإعلام اليوم يوظف الترفيه والتسلية لأداء رسالة، وإيصال فكرة وتشكيل عقل وصناعة ذوق عام وتنمية اهتمامات معينة. حتى أنه لم يكتف برصد الحدث وإيصال المعلومة؛ بل أصبح بما يمتلك من قوة وعوامل تأثير وضغط وتحكم يقوم بصنع الحدث والتحضير له في نفس الوقت.

إن هذه الرؤية الإعلامية الجديدة تقوم بها المؤسسات الإعلامية الضخمة في الدول الغربية، وهي تملك أساسيات التقنية المتقدمة وتحكم المعلومات وتنتج المادة الإعلامية، وتهيمن على عمليات البث

والتوزيع في العالم. فالكم المعلوماتي المرسل من قبل وسائل إعلامية عالمية، تملك أحدث التكنولوجيات، وتعتمد على آخر ما توصلت إليه نتائج الأبحاث المتعلقة بدراسات الجمهور وقياس للرأي العام، مستعينة بمعاهد ومدارس إعلامية، لا شك أنها تعمل بتخطيط إعلامي يندرج في إطار إستراتيجية إيديولوجية هدفها تهيئة تدريجية لعقول الجماهير وتعبئتها. في إطار تحقيق أهداف العولمة الثقافية لذا لابد تفعيل الإعلام في تكثيف الرسائل والمفاهيم التي تركز على الهوية والخصوصية الثقافية من خلال ما يلي:

- على إعلامنا أن يكون مساهما فعالا وعمليا في الحفاظ على القيم وعقيدة الأمة وشخصياتها وكيانها ودعم قيمها الأصيلة، وإعادة ترسيخ قواعد الحضارة العربية والإسلامية، ونشر الثقافة الرفيعة وتحقيق التعاون النزيه والتوعية.
- تشكيل لجنة مكونة من إطارات إعلامية كفؤة تهتم بمتابعة ورقابة وتوحيد المفاهيم المتداولة في مختلف وسائل الإعلام والمحلية.
- إحداث أي تغيير في أي نمط من أنماط السلوك الاجتماعي يتطلب ذلك إحداث تغيير مواز في مفاهيم أفراد المجتمع، وذلك يتطلب إحداث تغيير جوهري وأساسي في أدوار المؤسسات التربوية في المقام الأول ثم المؤسسات الإعلامية اللتان تتكاملان مع بعضهما في غرس المفاهيم والثقافات الإنسانية. لذا لا بد الاهتمام بالتأهيل والتدريب للإعلاميين لكيلا ينحصر دورهم في التقديم والدور الإعلاني.
- العولمة ليست مجرد نظام عالمي جديد ولكنها تنطوي على منظومة واسعة النطاق من المفاهيم. لذا لا بد من تنشئة شخصية مفتحة مبدعة، وأن ينحو الإعلام نحو تعليم كيفية التفكير، وإن كان العالم باتجاه أن يكون عالما واحدا فلا يعني هذا الذوبان وفقدان معالم الذاتية الثقافية.
- ضبط وتحديد وتوحيد المفاهيم المتداولة في القنوات الإخبارية الإعلامية العربية والمحلية، طبقا لمعانيها الحقيقية. والتي تحمل السمات التاريخية والإقليمية والثقافية والهوية.
- طالما أن ثقافة أي مجتمع تتضمن مفاهيمه ومعانيها فان الخلط في استخدام المفهوم هو تعدي على هوية الأمم.
- إن الاختراق الثقافي لا يشمل التمييز بقالب ثقافي معين وإكساب أفراد المجتمع سلوك ما عن طريق اجتذابهم وتشويقهم بمضمون رسالة إعلامية بعينها ولكن الأخطر هو الخطأ في تحديد معنى يبعد المفهوم الأصلي المتداول به عن حقيقته بل يتعارض معه أحيانا.

- كثيرا ما تلجأ وكالات الأنباء إلى صياغة مفهوم ما أثناء بيعها لخبر ما يخص المنطقة العربية، وما على إعلامنا العربي المستهلك لهذا المد الإخباري إلا نشره كما هو بحجة دعم حرية الإعلام ونشر الحدث في حينه والسبق الصحفي، ولكن لا بد من اتخاذ الحيطة والحذر أثناء توظيف المفاهيم وذلك عن طريق إجراء قراءات مستفيضة لما تحمله المعاني الحقيقية للكلمات المفاهيمية الواردة.
- لا بد من إحكام التركيز أثناء ترجمة الخبر من اللغة الأصلية وذلك عن طريق حسن اختيار وانتقاء اللفظ المقابل في اللغة المنقول إليها دون إهمال البعد الحضاري والتاريخي والإقليمي لمعنى المفهوم.

9- قائمة المراجع

- أسامة أمين الخولي (2000) العرب والعولمة، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- إسماعيل معارف (2007) الإعلام حقائق وأبعاد. ط 2. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- أيمن منصور (1996) الاختراق الثقافي عن طريق البث الوافد، دراسة مسحية. معهد البحوث والدراسات العربية: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.
- خضير شعبان (1422 هـ) مصطلحات في الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
- رضا عبد الواحد أمين (2007) الإعلام والعولمة، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- صالح أبو اصبع (1999). تحديات الإعلام العربي دراسات الإعلام -المصادقية -الحرية - التنمية والهيمنة الثقافية عمان (الأردن): دار الشروق.
- عبد الرزاق محمد الدليمي. (2004) الإعلام والعولمة. عمان: دار مكتبة الرائد العلمية.
- محمد عبد الحميد (2004) نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 3. القاهرة: عالم الكتب.
- محمد عبد الرحمن الحضيف (1994) كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات والأساليب. الرياض: مكتبة العبيكان.
- نسمة أحمد البطريق (2004) الإعلام والمجتمع في عصر العولمة -دراسة في المدخل الاجتماعي. القاهرة: دار غريب.
- يعقوب المليجي (2003) المدخل للثقافة الإسلامية. مصر: مؤسسة الثقافة الجامعية،
- ياس خضير البياتي (1991) احتلال العقول. بغداد: دار الحكمة.