

جامعة الشارقة - كلية الاتصال
مؤتمر الهوية الثقافية وتحديات الفضاءات العربية

11-12 ديسمبر 2007

[الهوية الثقافية وتحديات الفضاءات العربية في ظل العولمة]

إعداد:

صالح خليل أبوأصبع

نائب رئيس جامعة فيلادلفيا

جامعة فيلادلفيا

عمان - الأردن

ورقة مقدمة إلى:

مؤتمر الهوية الثقافية وتحديات الفضاءات العربية

11-12 ديسمبر 2007

الهوية الثقافية وتحديات الفضاءات العربية فى ظل العولمة



1- أولاً: المدخل

التحديات ومآلة الهوية الثقافية فى غابة الفضاءات المعولمة

2- ثانياً: فى المفاهيم

2.1 الثقافة

2.2 الهوية

2.3 الهوية الثقافية العربية

2.4 الهوية العربية بين الثبات والحركة .

2.5 العولمة

2.5.1 تعريف العولمة

2.5.2 مخاطر العولمة والحركة المناهضة لها:

2.6 مفهوم الفضاءات العربية

3 - ثالثاً : قوة الفضاءات العربية وحدود تأثيراتها فى قضايا تمس الهوية:

3.1 ترابط المجتمع ونقل تراثه:

3.2 ثانياً : وتأثير الفضاءات فى البعد القومي فى ظل فرضية الامبريالية الثقافية:

1. 3.2 فى خلق مناخ قومي والاسهام فى تعزيزه

2. 3.2 تعزيز الخصوصيات القطرية

3.3 ثالثاً : الانفتاح على العالمية عبر الفضاءات

3.4- رابعاً: تأثير الفضاءات فى اللغة العربية والهوية الثقافية.

3.5- خامساً: تأثير الفضاءات العربية فى الثقافة الجماهيرية والشعبية .

3.6- سادساً: الفضاءات والعادات والسلوك والقيم الطارئة.

3.7- سابعاً: تأثير الفضاءات على تدفق المعلومات والأفكار وحدود الحرية والحوار.

3.8- ثامناً: الفضاءات العربية وتحريك الراى العام العربي.

3.9- تاسعاً: الفضاءات والتذوق الفنى فى مجالى الغناء والموسيقى .

3.10- عاشرأ: الإعلان التلفزيونى: الصورة الخادعة والكلمة المراوغة.

3.11- حادى عشر : الفضاءات والترفيه.

4 - رابعاً: خاتمة وتوصيات



الهوية الثقافية

وتحديات الفضائيات العربية فى ظل العولمة

د. صالح خليل أبوأصبغ

 - أولاً: المدخل

التحديات ومآلة الهوية الثقافية فى غابة الفضائيات المعولمة

يعيش الوطن العربي منذ القرن الماضي أشكالاً متعددة من التحديات والصراعات التي سببت فى معاناة للإنسان العربي ، مهما قرب من هذه التحديات، وقد شكلت هذه التحديات والصراعات جزءاً من ممارسة عملية تربط ذات الإنسان العربي الفردية بالذات الكلية أي جزءاً من تجسيد هويته القومية .

و ليست التحديات التي تواجه العرب اليوم فى الألفية الثالثة سياسية أو اجتماعية أو سياسية أو ثقافية فحسب ، بل هي مزيج منها جميعها فى ظل متغيرات عالمية كبرى تقود إلى التسريع فى فرض العولمة الثقافية بكل ما تنطوي عليه من أنماط الحياة الغربية المعاصرة وقيمها وثقافتها وفرض لغتها- اللغة الانجليزية كلغة عولمة - فى المدارس والجامعات وفى وسائل الإعلام .

لقد شكلت هذه التحديات للثقافات الوطنية بعناصرها المختلفة وإبداعاتها الفنية والأدبية مجالاً لتحدي الثقافة السائدة للجمهور العربي من المحيط إلى الخليج. إذ بات الوصول الآن إلى النص والعمل الأدبي والفني المسموح والمحظور أمراً يسيراً لأولئك الذين يتعاملون مع الإنترنت والذين يتابعون الفضائيات العربية والأجنبية.

وتستدعي التحديات التنبيه إلى ما يلي :

- فرضية الامبريالية الثقافية/ الغزو الفكري-الثقافي فى مواجهة فرضية الحفاظ على الثقافات المحلية.

لا تسير العولمة عند أنطوني جيدنز(2000) بعدالة ، كما أن عواقبها ليست بالهينة. فبالنسبة لأولئك الذين يعيشون خارج أوروبا وأمريكا الشمالية يبدو الأمر تغريباً Westernization ، أو ربما أمركة Americanization ، نظراً لكون الولايات المتحدة الآن هي القوة العظمى الوحيدة التي لها حضور مهيم اقتصادياً وثقافياً وعسكرياً فى النظام

العالمي . كما أن كثيراً من تعبيرات العولمة الشهيرة أتت من أمريكا ؛ كوكاكولا ،
ماكدونلد و CNN . (ص 35)

- فرضية حرية تدفق المعلومات في مواجهة فرضية قيود استهلاك الاتصال والقدرة على عولمته.

على الرغم مما توفره تكنولوجيا الاتصال من إمكانيات هائلة للتواصل باختراق المسافة والزمن، فإن هذه المقدرة محكومة بالفرضيات السابقة. فنحن يمكننا أن نفترض بأن الاتصال الإلكتروني قادر على الوصول إلى كل البشر، ولكن هذه الفرضية تستدعي التساؤل حول مجموعة من التحديات :

1. من هم أولئك الذين يمتلكون إمكانية التواصل مع الناس في كل أرجاء المعمورة ؟ هل بمقدور دول مثل دول العالم الثالث أن تفعل ذلك فتصل رسائلها إلى جميع القارات.
2. هل يمتلك كل سكان المعمورة الإمكانيات التي تتيح لهم استقبال الاتصال والتفاعل مع الرسائل التي تصلهم من دول الشمال التي تحتكر صناعة تكنولوجيا الاتصال وتمتلك القدرة على بث رسائله مهما كان حجمها أو مضمونها إلى سكان الأرض؟
3. هل يمكن أن نتجاهل ما يمكن أن تحدثه الفضائيات من تعديل للأذواق والعادات الاستهلاكية والتي تعمل على خلق نمط إنساني موحد ؟
4. هل يمكن للإنسان العادي أن يتجاهل الرسائل التي تترك تأثيراتها عليه والتي تقود إلى تغيير في الاتجاهات والسلوك والقيم ، وبالتالي تؤثر مع مرور الزمن في هويته .

منذ مطلع القرن الماضي عرفت الساحة الإعلامية الدولية ، الإذاعة الدولية باعتبارها إحدى أدوات الصراع في الحرب الباردة، وفي إطار السباق الإعلامي الدولي الساعي إلى استهداف الجمهور العربي للسيطرة على المنطقة العربية، فقد تسابقت الدول الكبرى على تقديم برامجها باللغة العربية وتطور ذلك مع العولمة إلى توجيه قنوات فضائية خاصة بالجمهور العربي ،واليوم يأخذ التنافس الإعلامي الدولي في الساحة العربية لاستقطاب الجمهور العربي شكلين :

أولهما : الإعلام الفضائي وذلك بدخول الدول الأجنبية ساحات المنافسة في الفضاء الإعلامي العربي ، وذلك بطريقتين :



1. توجيه برامجها الأجنبية مباشرة من خلال البث على ترددات يستطيع المواطن العربي استقبالها سواء كان ذلك من خلال استغلال الأقمار الصناعية العربية مثل : النايل سات والعرب سات أو من خلال الأقمار الأوروبية أو الآسيوية الموجهة للمنطقة العربية . تقديم برامج باللغة العربية في ساعات محدودة مثل ما تفعله الألمانية والإيطالية والفرنسية والصينية .

2. منافسة الإعلام الأجنبي الدولي للمحطات الفضائية العربية على أمل استقطاب الجمهور العربي ، وذلك بالبث باللغة العربية وقد بدأت الولايات المتحدة ذلك بالفضائية الأمريكية (الحرة) ومحطتها الإذاعية (سوا) وستدخل إلى الفضاء الإعلامي العربي BBC العربية والروسية العربية بمحطات موجهة بالكامل للجمهور العربي .

ثانيهما : الإعلام الرقمي : ويتمثل الآن بوجود مواقع إنترنت باللغة العربية للمحطات الفضائية مثل CNN و BBC وكذلك مواقع لوكالات الأنباء العالمية مثل الفرنسية ورويترز . هذا كله يقودنا إلى تحديات كبرى تواجه المواطن العربي الذي يستقبل الآن من غابة القنوات الفضائية العربية بثاً عبر الأقمار الصناعية عربسات ونايلسات ونورسات - ناهيك عن الأقمار الأوروبية والآسيوية - التي لا قبل له بمتابعتها . فاليوم يوجد نحو (370) ثلاثمائة وسبعين قناة عربية خالصة - وهي قابلة للزيادة كل شهر -

و يمتلك القطاع الخاص 71٪ منها . ومن بين هذه القنوات هناك 38 قناة عامة فضائية حكومية ، بينما يوجد 56 قناة عامة للقطاع الخاص وهناك 54 قناة مختصة بالموسيقى (جريدة الغد ، 2007/11/16) . هذا ناهيك عن المحطات الأخرى المتخصصة بالخدمات المختلفة مثل: العقارات، والصحة، والبيئة، والزواج، والأبراج، والسحر والسياسة والأطفال والمرأة والغذاء وغيرها.

وإذا أضفنا إلى ذلك العديد من المحطات الأجنبية الناطقة بالعربية ، والمحطات الأخرى الموجهة إلى الفضاء العربي فإن المواطن العربي سيضيع في متاهة غابة الفضائيات المعولمة التي تشتمل على أنواع مختلفة من المحطات التي تقدم برامج مختلفة تتنوع كتشجار الغابة بعضها مثمر وبعضها غير مثمر ، بعضها جميل وبعضها غير جميل وبعضها أصيل وبعضها غير أصيل. والفضائيات المنوعة تستهدف الاستحواذ على جمهور معين وبخصائص معينة وتعتمد في تمويلها إلى استغلال الناس وذلك بمخاطبة غرائزهم وحاجاتهم .

ولكن ما هي طبيعة المشاهد العربي في ظل التحدي لغابة الفضائيات المعولمة هذه؟



يمكن تصنيف المشاهد العربي إلى عدة أنواع :

- هناك المشاهد العادي الأمي
- هناك المشاهد العادي المتعلم
- هناك المشاهد المثقف الذي لا تتجاوز ثقافته حدود اللغة العربية
- هناك المشاهد المثقف الذي يمكنه متابعة البرامج باللغات الأجنبية إضافة إلى لغته العربية .

وبالإضافة إلى هذا التصنيف المرتبط بالتعليم والثقافة ، فإن المشاهد العربي يمكن تصنيفه إلى رجل وامرأة، وعمرياً (الأطفال والشباب والكبار) . وهناك تصنيفات للجمهور حسب المهن .

يتوزع ولاء الجمهور العربي الذي تحدثنا عنه من حيث مشاهداته على بضع محطات، ولا يقتصر على مشاهدة البرامج التي تقدمها محطاته المفضلة، بل ينتقل من محطة إلى أخرى بناء على البرامج التي يفضلها، بغض النظر عن المحطة، سواء كانت محطة خاصة أو حكومية، وهل هي محطة عامة أو متخصصة وهل هي عربية أو أجنبية تبث بالعربية .

تطرح البرامج ونوعية موضوعاتها التي تعرضها الفضائيات العربية تحديات للقيم العربية والثقافة العربية، وعلى سبيل المثال قامت الفضائيات العربية بطرح:

- أكثر من محطة لقضايا الشذوذ الجنسي بجرأة لم يعهدها المشاهد العربي .
- طرح طبيعة العلاقة بين الجنسين بصراحة متجاوزة لحدود العرف الاجتماعي والموروث الثقافي.

- طرح استقلالية الشباب عن الوالدين في عمر مبكر على الطريقة الغربية .

- طرح مشكلات عربية تثير نوعاً من الحساسيات

بين الشعوب العربية تحت مظلة حرية الحوار .

- عرض نماذج لتعاطي المخدرات .

- الإعلانات التي تزيد من الرغبة في الاستهلاك

واستغلال المرأة في الإعلانات .

- تسويق المرأة كسلعة مثيرة في الفيديو كليب .

- أنماط سلوك غير مقبولة في الثقافة العربية

والإسلامية ، من أمثلتها ما يتم عرضه في تلفزيون الواقع .



2- ثانياً : في المفاهيم

استعرضنا في المدخل بعض جوانب التحديات ، ويستدعي العنوان المقترح (الهوية الثقافية وتحديات الفضائيات العربية في ظل العولمة) أن نتعرف على مجموعة من

المفاهيم التي تقودنا إلى فهم أعمق لتحديات الفضاءات للهوية ببعديها الثقافي والقومي . والمفاهيم التي تستدعي ايضاحا هي :

الثقافة /الهوية/ الهوية الثقافية العربية/ العولمة/ الفضاءات العربية

2.1 مفهوم الثقافة:

من أكثر التعريفات شيوعاً في الدراسات الانثربولوجية للثقافة بمفهومها الاجتماعي الواسع تعريف تايلور Taylor الذي يرى أن الثقافة "هي تلك المجموعة المركبة التي تتضمن المعارف والمعتقدات والفن والحق والأخلاق والأعراف وكل الاستعدادات والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان باعتباره عضواً في المجتمع." (د. مصطفى حجازي (1990 ص 19). ويخلص حجازي إلى أن الثقافة هي: "..... مجمل ما يقدمه المجتمع لأبنائه من عادات وقيم وأساليب سلوك وتوجهات وعلاقات وأدوار وتقنيات كي يتعلموها ويتكيفوا معها، فهي نمط معيشة للجماعة لا أكثر ولا أقل. إنها طريقة ائتلاف هذه العناصر معاً كي تكون كلاً يعطي للجماعة طابعها المميز، وكياناً من أساليب السلوك والعلاقة والتعبير. ومع أن المقومات الأساسية للثقافة متقاربة في مختلف المجتمعات إلا أن هناك اختلافاً في التآلف يعطي بنى مختلفة ومتفاوتة في درجة تعقيدها، وهو ما يميز ثقافة عن أخرى. (ص 21) ويحدد هذا التعريف بشموليته العناصر الرئيسة التي تدخل في صميم أي هوية وخصوصا الهوية القومية . وما للغة والأدب والفن والعادات والدين إلا عناصر مشتركة في المجتمع العربي، وهذه العناصر تشكل بنية الهوية للفرد والأمة .

فالثقافة لدى جان بيير فارنيي (2003) كلية معقدة من المعايير والعادات وقوائم السلوك والتمثل ، اكتسبها الإنسان بصفته عضواً داخل مجتمع . وكل ثقافة هي ثقافة فريدة وموضوعة جغرافياً أو اجتماعياً ، وموضوع للتعبير الخطابي داخل لغة معطاة وعامل لتعيين هوية الأفراد والجماعات ولتمييزهم عن الآخرين ، كما أنها عامل لتوجيه الفاعلين في علاقتهم ببعضهم وفي علاقاتهم بمحيطهم . وتنقل كل ثقافة عبر التقاليد التي يعاد تشكيلها وفق السياق التاريخي . وتتكون الثقافات من ممارسات ومعتقدات دينية وتربوية وغذائية وفنية ولعبية ، وتتعلق كذلك بقواعد تنظيم القرابة والعائلة والتجمعات السياسية ، وتحتل فيها الممارسات والمعتقدات المرتبطة بالجسد والصحة والمرض موقعاً هاماً . ويتطلب نقلها واستيعابها وقتاً كافياً . (ص.ص 19 - 20)



ويرى فارنيي أيضاً أن الثقافة تمتلك بعض الخصوصيات بصفتها كلية معقدة شاملة للمقدرات والعادات التي اكتسبها الإنسان بحكم عضويته في المجتمع . ولا توجد أي ثقافة

غير مرتبطة بمجتمع معطى ومحدد تاريخيا وجغرافيا . ولا يمكن لثقافة أن تعيش وتتنقل بكيفية مستقلة عن المجتمع الذي يغذيها . وبالمقابل ، لا يوجد في العالم مجتمع لا يملك ثقافته الخاصة . وبهذا ، فإن كل ثقافة مدمجة اجتماعياً . إن الثقافات فريدة وعجيبة التنوع ومموضعة . وهذه الموضعة جغرافية في أغلب الحالات . غير أنها قابلة لأن تكتسي بعداً اجتماعياً أكثر مما هو مكاني في حالة الطوائف التي تفرقت عبر العالم . (نفسه ص ص 11-12)

وهذا الأمر يعني أن الثقافة بتعقيدها تكتسب خصوصية لمجموعة من البشر يتواجدون في مكان ما لهم هويتهم الخاصة ببعدها الاجتماعي . وهذا التعقيد في عناصر الثقافة هو الذي يجعل فهمنا لها لا ينحصر بالعاديات القيم والسلوك بل يتعداها إلى المؤسسات الاجتماعية التي تنبثق عنها تلك القيم والعلاقات، وتجعل دراسة الثقافة أشمل لتستوعب دراسة المؤسسات التي توجه السلوك الإنساني والأنشطة الأخرى كاللغة والإبداع.

وكما يرى الباحثان هيرسكوفتز Herskovits ورفيقه باسكوم Bascom (1966) "أن الثقافة لا تضم فحسب المؤسسات الاجتماعية وأشكال السلوك المكتسب التي تنبثق منها، بل تضم أيضاً تلك المظاهر من قوى الإنسان الخلاقة التي تمكن الفنان من إنتاج شيء جديد متميز ينفرد في إنتاجه ضمن نطاق الأشكال والأنماط التي تعتبر جزءاً من ثقافته، وتمكن الفيلسوف أو الكاهن من التوفيق بين التناقضات الظاهرية في المعتقدات الدينية، تمكن الراوي من الاهتمام إلى نقطة تحول جديدة في موضوع إحدى القصص المألوفة، وهي التي تمكن المخترع من إدخال تغيير التكنولوجية تستند إلى معارف سابقة. ولا تقتصر الثقافة على المؤسسات التي تتحكم في ردود فعل الإنسان تجاه زملائه في المجتمع، وإنما تتناول أيضاً أوجه السلوك الإنساني الخارجة عن نطاق المؤسسات كاللغة، والعلاقة بين اللغة والسلوك، والعلاقة بين الشخصية والثقافة، ونظام القيم الذي منح دلالاته لطرق السلوك المقبولة عند أي شعب من الشعوب." (ص 22)

تضع رؤية الباحثين هيرسكوفتز وباسكوم عناصر أساسية للمفهوم الفكري للثقافة مثل الإبداع واللغة ونظام القيم والعقيدة كجزء أساسي من الثقافة من خلال التفاعل بين العناصر المختلفة ويتوصل برهان غليون (1987) إلى تعريف الثقافة باعتبارها جملة الأنماط (القيم والقواعد والأعراف والتقاليد والخطط ... إلخ) التي تبعد وتنظم لدى جماعة ما حقل الدلالات (العقلية الروحية والحسية) وتحدد بالتالي لدى هذه الجماعة أسلوب استخدامها لإمكانياتها (البشرية والمادية) ونوعية استملاكها لبيئتها." (ص 88)

والثقافة بمفهومها الشامل الذي تعرفنا عليه أعلاه تشكل جوهر الهوية ، فثقافة إنسان ما تشكل هويته ، فالإنتماء لثقافة ما يحمل معه جملة السمات والملامح الخاصة التي

تميز مجتمعاً معيناً سواء كانت روحية أو مادية، فكرية أو عاطفية. " وذلك لأن الثقافة- كما يراها (د. عبدالله عبدالدائم-1983) - تضم جوانب حضارية تتصل باللغة والفكر والعقيدة التشريع والقانون والأدب والفن والعلم التقنية، ولذا فإنه حدد الثقافة بأنها " (ص 26)

2.2 مفهوم الهوية :

يعرف الكس ميكشيللي(1993): الهوية بأنها " مركب من العناصر المرجعية المادية والاجتماعية والذاتية المصطفاة التي تسمح بتعريف خاص للفاعل الاجتماعي" (ص. 19). وطبيعة عناصر الهوية : " ...تتراوح بين عناصر مادية فيزيائية تحمل قدرات اقتصادية عقلية وتنظيمات مادية، وعناصر تاريخية تتضمن الأصول التاريخية المختلفة(الأسلاف، القرابة، الأحداث التاريخية المهمة، العقائد، العادات والتقاليد وغيرها) إضافة إلى عناصر ثقافية ونفسية تتضمن النظام الثقافي بما فيه من رموز ثقافية وأشكال تعبير أدبية وفنية خاصة. كذلك تضم إلى هذه العناصر مجموعة من الأسس الاجتماعية الخاصة، يضاف إليها نقاط التقاء ثقافية ومعايير جمعية تجمع العالم برمته." (د.رزان إبراهيم-2003 ص.215) فالهوية بذلك تعطي الكائن خصائصه الأساسية التي تحدد أسلوب تفاعله مع المحيط الخارجي .

وطالما أنها مركب من عناصر متفاعلة فإن هذا التفاعل يحصل في سياق الزمن ، لذلك بالضرورة ستكون متغيرة ، فالهوية أحد متغيرات الشخصية الإنسانية . في الوقت نفسه الذي تتميز فيه بثبات عناصر أساسية محددة لها.

ويرى جون جوزيف(2007) أن الفرق بين الهوية الفردية والهوية الجماعية هو فرق حقيقي ويقول : "وتبدو هويات الجماعة أكثر تجريداً من هويات الفرد، باعتبار أن "الأمريكانية" America ness لا توجد بمعزل عن الأمريكيين الذين يمتلكونها، إلا كتصور مجرد. ومع ذلك، فإن مركبات من هذه التجريدات هي ما تتشكل منه هوياتنا الفردية الخاصة. وعلاوة على هذا، كثيراً ما تجد هوية الجماعة مظهرها الأكثر "واقعية" في فرد رمزي مستقل. إن هويات الجماعة التي نتقاسمها تغذي إحساسنا الفردي بماهيتنا،ولكن يمكن لها أيضاً أن تكتمه. كما يمكن ترسيخ الهوية الفردية جزئياً حسب المنزلة في علاقتها بالآخرين الذين ينتمون إلى هوية المجموعة نفسها." (ص-ص 21-23)

وتتحدد الهوية عند جان بيير فارنيي (2003) بصفاتها مجموع قوائم السلوك واللغة والثقافة التي تسمح لشخص أن يتعرف على إنتمائه إلى جماعة اجتماعية والتماثل معها . غير أن الهوية لا تتعلق فقط بالولادة أو بالاختيارات التي تقوم بها الذوات . وفي الحقل

السياسي لعلاقات السلطة ، يمكن للجماعات أن تمنح هوية للأفراد . (...) فالواقع أن التقاليد التي تنقل الثقافة عبرها تبصم الإنسان منذ طفولته جسداً وروحاً بكيفية غير قابلة للمحو . (ص 14)

ويرى تركي الحمد (1999) أن " . الهوية ممارسة وسلوك، قبل أن تكون تصورا ذهنيا، ومن خلال الممارسة تتكون الهوية وتثرى. نعم، هناك سمات عامة لأية هوية نتحدث عنها، ولكن هذه السمات تكتسب من خلال تفاعل الجماعة وليس من خلال التركيز وانتقاء عناصر دون أخرى من عناصر الهوية الثقافية، وتثبيت هذه العناصر إلى درجة السمو المطلق، والقداسة المفترضة. " (ص: 19)

2.3 الهوية الثقافية العربية

حينما نتحدث عن الهوية الثقافية العربية فإننا نتحدث عن القومية العربية باعتبارها هوية للأمة العربية والثقافة العربية بعناصرها المركبة هي التي تمنحها سماتها. وقبل أكثر من نصف قرن انعقد في القاهرة من 9-15 ديسمبر (كانون الأول) عام 1957 مؤتمر الأدباء العرب الثالث كان محوره القومية العربية والأدب ... وكأنا نعود نصف قرن إلى الوراء ... لنستذكر الواقع ونتساءل أين هي الهوية القومية بعد ذلك اللقاء العربي ؟

هل انتهت الهوية القومية كما قال فؤاد عجمي منتصرا لرغبة الغرب – أم أنها مازالت حية ؟ وفي توصيات ذلك المؤتمر عام 1957 أعلن الأدباء العرب إيمانهم بما يلي :

" إن القومية العربية حقيقة نابعة من أعماق الذات العربية ، ومن تفكير كل عربي وشعوره أينما كان منزله ، وهي تعبير عن شخصية الأمة العربية في أمانها وحاجاتها ومصالحها وما هو قائم بين أبناء العروبة من أواصر التاريخ والتراث الثقافي واللغة الواحدة والمصير المشترك ، كما أنها إعراب عن عزم ونضال من أجل حرية الأمة العربية ووحدتها فتستطيع أن تسهم إسهاماً فعالاً في بناء عالم متحرر من آفات الاستعمار ومآثم العدوان ونزعات الطغيان وفي حماية الحضارة الإنسانية وتنميتها . " (المؤتمر الثالث للأدباء العرب 1957 : ص . 293)

إذن فتحديد الهوية العربية ، يرتبط بمفهوم القومية العربية، التي تمنح الشخصية العربية خصائصها المختلفة عن الشخصية الصينية / أو الفرنسية أو الإسبانية ...



وإذا كانت الهوية بالنسبة للأفراد والأمم هي ما يجعلها متميزة بملامحها عن الآخرين، فإن هوية الأمة العربية هي هوية ثقافية ترتكز إلى وحدة اللغة والثقافة .

وقد جهدت بعض الكيانات القطرية السياسية لخلق هويات مرتبطة بالحدود السياسية ولكنها أخفقت في خلق هويات ثقافية مرتبطة بتلك الحدود . فأقصى نجاحاتها الإقليمية لا

يزد عن صنع كيان سياسي بهوية سياسية غير ناضجة ، أما الهوية الثقافية فكانت تتجاوزها، على الرغم من الهويات المصطنعة لأدب أردني أو سوري أو مصري أو سعودي أو فلسطيني ..الخ. فهي هويات سياسية ترتبط بحدود مصطنعة لا تعترف الثقافة ولا الأدب ولا الفنون بها .

وهذا لا يعني أنه لا توجد مجالات للخصوصية في الأدب والفن ، فهذا أمر وارد في إطار القطر الواحد بل والمدينة الواحدة، فالخصوصية تقود إلى التنوع الذي يثري الوحدة ويعزز دعائم الهوية الثقافية، ناهيك عن الوحدة القومية .يقول د. عبد العزيز الدوري(2000) :
" ... والفكرة العربية أو العروبة تعبر عن الانتماء إلى أمة . وهذه الأمة تكونت في الإسلام ، في إطار التاريخ وعلى قاعدة اللغة والثقافة ، فأساس القومية العربية ثقافي ، فهي ليست عنصرية أصلا وهي ترفع صوتها في وجه الإقليمية من جهة ، وفي موقف الدفاع عن العروبة والحضارة العربية الإسلامية في مواجهة حملات غربية . والحركة القومية في الأساس سياسية هدفها أن تحقق للأمة العربية كيانا سياسيا موحدًا . أما الإسلام فدعوة شاملة ونظام حياة " (ص 113)

2.4 الهوية العربية بين الثبات والحركة :

هناك مجموعة من العناصر الثابتة في مفهوم الهوية العربية وهناك عناصر متغيرة، ومادامت الهوية تعبيراً عن شخصية الناس في حدود الزمان والمكان ، وما دام الناس يتفاعلون في ظل حركة إنسانية لا يمكن عزلها عن الحضارات الأخرى وخصوصا في عالم اتصالي سماؤه مفتوحة لكل ألوان الثقافات، فلا يمكننا الحديث عن هوية جامدة ، وإن كانت لديها مجموعة من الثوابت التي تسمها بسمات مميزة .

وكما يرى تركي الحمد : "مفهوم العرب والعروبة وإن كان ذا شكل ثابت نسبيا نتيجة ثبات عناصره الموضوعية ، إلا أنه متحرك متغير جوهريا نتيجة متغيرات الزمان والمكان التي تطرأ على المفهوم فتثريه وتوسعه أو تضيقه بحسب المتغيرات وطبيعتها وبحسب التدايعات المختلفة التي يستدعيها المفهوم في مكان ما أو زمان ما أو في الاثنين معا." (تركي الحمد 1999:ص-201)

ويعتبر على حرب (1993) أن التعامل مع الهوية هو تعامل مع شرط قابل للتغيير إذ أن التعلق بالهوية يجب ألا يحول دون الازدهار والابداع حيث يقول:

" إذا كنت أتماهى مع أهلي وقومي ، عبر ذلك الرأسمال الرمزي الذي يجمعني بهم ، فإنني لا أتعامل مع هويتي القومية أو الدينية كجوهر ما ورائي أو كعنصر نقي أو كبنية ثابتة أو كحقيقة متعالية أو كشعار مقدس ، بل أتعامل معها كشرط يمكن تغييره أو تجاوزه ، كمعطى ينبغي صنعه وتحويله . بكلام آخر ليس همي أن أعمل على تجسيد هوية لي

ثابتة ، وإنما همي أن أتغير باستمرار انطلاقاً مما أنا عليه ، أي أن أكون على غير ما كنته ، وأن أفكر فيما لم أكن أفكر فيه وأن أعمل ما لم يكن باستطاعتي عمله . المهم أن لا يحول تعلقي باسمائي وهويتي دون ازدهاري وتألقي ، دون تفردني وابتداعي . فالخصوصية فرادة يكون بها الواحد عالمياً ، كتلك التجربة الفذة التي جعلت سقراط أو النبي العربي معلماً للبشرية . وأما الذين يقلدون ، فإنهم يبتعدون عن الخصوصية بعدهم عن العالمية . (ص 73)

وقد يبدو للوهلة الأولى أن علي حرب يدعو إلى تفكيك الهويات القومية وهذا ما لا يسعى هو إليه وإن كان كذلك لا نوافق عليه، ولكن فهمنا لأطروحاته إنما تتجاوز ذلك لتؤكد حيوية الهوية وتجدها بما يساهم في تطورها وازدهارها وكي تكتسب الهوية طابعاً إبداعياً .

تجسد القومية العربية بوصفها هوية منجزاً تاريخياً وواقعياً ومستقبلياً ، نعبر عنها باللغة وسيلة التواصل ووعاء الفكر، وتجسدها وحدة الثقافة التي تحقق وحدة الانتماء ، وتجسدها وحدة الفنون التي تصنع وحدة المشاعر، وتحمل معها هموم الواقع وتحديات المستقبل والحلم الآتي لأجيال جديدة في ظل وطن حر موحد .

ولعل هذا ما حدا بكاتب فلسطيني يعاني من وطأة الاحتلال أن يقارن بين هذه الهوية المنجزة التي تستند على وحدة اللغة وبين الهوية الأوروبية التي عليها أن تبحث عن لغة مشتركة لتصنع الهوية الأوروبية البديلة للهويات القطرية كما اقترح الكاتب الألماني ارفين شاغاف ، يقول علي الخليلي:

"فإذا كانت الحال كذلك ، في مشروع الوحدة الأوروبية ، متوقفة عند إمكانية "اختراع" لغة أم جديدة ، فكيف حال مشروع الوحدة العربية التي تسبح في اللغة الأم الخاصة بها ، منذ مئات السنين ، من المحيط إلى الخليج ؟ إن الثقافة العربية كلها ، بغض النظر عن إشكالياتها وأزماتها الأسلوبية ، قائمة على هذه اللغة الأم ، اللغة العربية ، وإن الدين العربي الأساس - الإسلام - قائم عليها ، في القرآن الذي جعلناه قرآناً عربياً ، لعلمكم تفقهون " ، فلماذا لا تعمل هذه اللغة الأم ، إذن ، في تفعيل إرادة الوحدة العربية ؟ وفي إشعال قناديل الوعي الجاد ، على الأقل ، لهذه الإرادة؟" (علي الخليلي 1997 : ص -ص 133-134)

وخلاصة القول كما يقول تركي الحمد " إن مفهوم العرب والعروبة وإن كان ذا شكل ثابت نسبياً نتيجة ثبات عناصره الموضوعية ، إلا أنه متحرك متغير جوهرياً نتيجة متغيرات الزمان والمكان التي تطرأ على المفهوم فتثريه وتوسعه أو تضيقه بحسب المتغيرات وطبيعتها وبحسب التداخيات المختلفة التي يستدعيها المفهوم في مكان ما أو زمان ما أو في الاثنين معاً. أزمة الهوية وإشكالية الانتماء وما يتفرع عنهما من مشكلات إنما تبرز حين التعامل مع المتغيرات على أنها ثابتة أو العكس، دون أخذ معادلة " الشكل والجوهر" في

الاعتبار، مما يشكل أكبر تهديد لفاعلية الجماعة بل لوجودها في مثل هذا العالم.؟" (تركي الحمد: 1999 ص:)

ولهذا حينما نتحدث عن تأثير الفضائيات يجب ألا يكون مصدر رعب من أن هويتنا العربية سوف تتغير تماما أو تزول أو تتماهى بثقافة العولمة الغربية عموما والأمريكية خصوصا.

2.5. العولمة :

منذ نهاية القرن العشرين أخذ مفهوم العولمة بعده الواقعي وذلك بسيطرة الولايات المتحدة على الساحة السياسية الدولية والقطب الأوحدي في العالم بعد انهيار المعسكر الاشتراكي. وقد سعت الولايات المتحدة لبسط سيطرة شركاتها العابرة للقارات ، لفتح مصاريع الحدود الدولية أمام أنشطتها ، وهكذا أخذت الشركات العالمية العابرة للحدود القومية والدولية تنتشر، لتؤكد عولمة الاقتصاد حيث البضائع والخدمات ما عادت تعترضها الحواجز القديمة .

هذا في المجال الاقتصادي. أما المجال الإعلامي فإننا نلاحظ أن المؤسسات الإعلامية التي كانت تقدم إعلاماً مرتبطاً بالأمة أو الدولة لم تعد كذلك، فلقد تسارع نمو المؤسسات الإعلامية التي تنطلق أنشطتها لتتجاوز آفاق الحدود القومية والدولية وخير أمثلة عليها شبكة CNN وشبكة BBC و MTV وقناة الجزيرة وقناة CNBC . وقد كان من نتائج مثل هذا التوسع في الاتصال المعولم؛ أن قدمت وسائل الإعلام الجماهيرية لملايين البشر على اختلاف أعراقهم ولغاتهم وثقافتهم وأماكن تواجدهم فرصة للتفاعل لم تكن متاحة كما هي الآن ، وذلك حيث وفر الاتصال المعولم للناس- حيثما تواجدوا- فرصاً واسعة للوصول إلى المعلومات واستقبالها والتفاعل معها واستقبال أشكال الترفيه والأخبار والمعلومات من خلال ما تقدمه الفضائيات والانترنت .

وتعتبرد. نجاح كاظم(2002) أن من ميزات العولمة تأثيرها في المجتمعات المحلية بانتقالها إلى آفاق أرحب تقود إلى التغيير لخلق نمط عالمي متشابه، وهي تقول : " أن الميزة الرئيسية لظاهرة العولمة هي التحول من الممارسات والمعايير والقواعد المحلية من فنائها الضيق وانتقالها إلى فناء أوسع . ولذا فإن مصطلح العولمة يدل ضمناً على التغيير كعملية داخلية ومستمرة . وهذا ما يميز ظاهرة العولمة كعملية فاعلة بدلاً من حالة سائدة أو سمة غالبية . كما وتكشف هذه الظاهرة عن تطور سلسلة من عمليات التغيير في العقل والسلوك معروفة في الممارسة اليومية في تحقيق الأهداف المرسومة للمنظمات والتركيبات البنوية . والميزة الأخرى لعملية العولمة أنها لا تقف عند حد أو تمنع من قبل حاجز أو قانون . وتكون هذه العملية من قوى قاعلة متمثلة في أفراد ومجاميع ومؤسسات عاملة بأشكال أو صيغ متشابهة من الممارسات والسلوك وبشكل شامل ومتربط . (ص

(128)

2.5.1 تعريف العولمة

يعرّف د. إسماعيل صبري عبد الله (2004) العولمة التي أسماها بالكوكبة كما يلي: " التداخل الواضح لأمر الاقتصاد والاجتماع والسياسة والثقافة والسلوك دون اعتبار يذكر بالحدود السياسية للدول ذات السيادة أو الانتماء إلى وطن محدد أو لدولة معينة ودون حاجة لإجراءات حكومية (مجلة منتدى الحوار /ع-2 أغسطس 2004 ص7)

وتتمثل العولمة عند أنتوني جيدنز (1999) في مجموعة معقدة من العمليات التي يحركها مزيج من التأثيرات السياسية والاقتصادية. إنها تغير الحياة اليومية ، خاصة في الدول النامية ، من خلال ما تخلقه من نظم وقوة عبر قومية . إنها ليست صدى للسياسات المعاصرة : والعولمة إذا نظرنا إليها نظرة كلية تعمل على تغيير المؤسسات في المجتمعات التي نعيش فيها . ومن المؤكد أنها لعبت دوراً مباشراً في ظهور " النزعة الفردية الجديدة " ، والتي أخذت حيزاً كبيراً في الجدل الدائر حول الديمقراطية الاجتماعية . (ص 67)

ويرى ديفيد كروتو ووليام هوينس (2003) David Croteau & William Hoynes p338-239 أنه يمكننا أن نفهم العولمة من خلال إدراك مكونين أساسيين لها:

- **المكون الأول :** يرتبط بتغير الدور المعروف للمسافة الجغرافية والمادية حيث يمكن نقل الاتصال الفوري والتفاعل عبر وسائل الاتصال الإلكترونية مخترقاً المسافات، وبهذا تنقل العولمة هذه الظاهرة إلى حدود كوكبنا ومن أمثلة ذلك: أن أنظمة الاتصال تسهل التدفق الفوري لرأس المال وانتشار التصاميم والإنتاج وتسهيلات التسويق. وبذلك تقودنا العولمة إلى حقيقة توسيع تفاعلنا واعتماديتنا المتبادلة إلى حدود أبعد من المحلية والإقليمية والحدود القومية لتشمل كوكبنا الأرضي. ومن ثم تخترق العولمة جدران العزلة ولا تتركنا بعيدين عن مجالات تأثير أولئك الذين لا يمتون إلى مجتمعاتنا المحلية بصلة. إذ أصبحت العولمة تعني أننا لسنا محصورين في التعامل مع أولئك الذين يشبهوننا فحسب، إذ إن المسافة لم تعد حاجزاً يحول دون مثل هذا التفاعل وبذلك اختزلت العولمة -عن طريق وسائل الاتصال الإلكتروني- المسافة والزمن في التواصل بين البشر.
- **المكون الثاني :** يرتبط بعولمة مضمون الاتصال حيث تقوم الفضائيات والوسائل الإلكترونية بإتاحة المجال لنشر الأفكار والصور والصوت للثقافات المختلفة لتكون متوافرة لشبكات واسعة من البشر بعيداً عن مصدرها" (p. p238-239)

وترى فريدة النقاش (2004): "...نظرية العولمة الثقافية ما تزال قيد التشكل وهي موضوع جدل واسع بين المفكرين والأدباء والمثقفين لأنها ما تزال نوعاً جديداً من الظواهر الاجتماعية التي تخص الثقافة ووسائل الاتصال والتعليم والنظريات الفكرية والسينما والمسرح والاستهلاك والحياة اليومية ونمط العيش، ويربط بين هذه الحقول جميعاً التوسع الهائل في الاتصال العالمي عبر الإنترنت، وانتشار الفضائيات (...). وتقوم في هذا السياق عملية دائبة مزدوجة هي في حالة جدل مستمر بين أطرافها يتم فيها عولمة الفريد والخاص أي إدماجه في العالمي، وتفريد العالمي والعام وإدماجه في المحلي فيصبح كل منهما جزءاً عضواً من الآخر". (ص 30)

وقد شهد الاتصال المعولم سعي مجموعة من الشركات الإعلامية الكبرى للسيطرة على الاتصال في العالم ، نجد انعكاساتها في السيطرة على مضامين الفضائيات الوطنية . بل نجد أن الفضائيات العربية أصبحت تقدم نسخاً عربية من البرامج الأجنبية التي تنتجها تلك الشركات الأجنبية ، سواء كان ذلك في برامج المسابقات أو برامج تلفزيون الواقع Reality TV أو نقل برامج الأحاديث الخاصة بالمجتمع الأمريكي مثل برنامج أوبرا وبرنامج د. فيل وغيرها، بل وبعض المحطات التي تبث برامجها نقلاً كاملاً عن محطات أجنبية مثل (mbc4/mbc3) .

لقد باتت الأنشطة الإعلامية ذات طبيعة تنافسية على مستوى عالمي، وأصبحت المحطات الفضائية التليفزيونية مثالا على ذلك، وتقدم شبكات الإنترنت أيضا مثلاً على هذه العالمية، ولذا فإن الأخذ في الاعتبار بعالمية التنافس الإعلامي يصبح ضرورة لازمة لما له من تأثير على الفضائيات العربية من حيث نوعية أدائها وإبداعها وظروف حرياتها. يشكو العمل التلفزيوني من نقص واضح في الإمكانيات التي تتوفر لإنتاج برامج ثقافية راقية مثل البرامج التي تقدمها محطات مثل Discovery Channels , Animals , National Geography

ولقد نقلت الفضائيات العربية إلى الساحة العربية أشكالاً فنية عديدة من التلفزيونات الأجنبية، فقد تم استنساخ العديد من البرامج الأجنبية بقناع عربي، من خلال إنتاج برامج مسابقات وبرامج المواهب الفنية، وبرامج تلفزيون الواقع، مثل برامج : من سيربح المليون، والحلقة الأضعف، وتحدي الخوف، وسوبر ستار، وستار أكاديمي وغيرها، ولعل أفضل ما تم استنساخه البرامج الحوارية (مثل الاتجاه المعاكس)، لما وفرته من فرص حوار بين أطراف مختلفة الرأي لم يعهدها المشاهد العربي من قبل . وتعتمد برامج وجهات النظر الحوارية التي تقدم (الرأي والرأي الآخر) في كثير منها منطق الرقابة الذاتية، معتمدة على موازين القوى الداخلية والسياسية للمجتمع،

بالإضافة إلى تدخل مباشر باختيار من يشارك مباشرة في الحوار، أو سيتدخل هاتفياً في الحوارات، وذلك بناء على ترتيب مسبق من معدي البرامج مع الذين يشاركون فيها. ويقود عدد محدود من الفضائيات العربية الآن المسيرة الإعلامية العربية ، عبر تنميط أشكال معينة من الاتصال: ففي المجال الإخباري - السياسي تقف الجزيرة والعربية نموذجاً بارزاً، وتقف المستقبل وLBC نموذجاً للمحطات الشاملة المنوعة، وتقف محطة روتانا وميلودي مثلاً للمحطات الموسيقية والغنائية . وهذه النماذج تترك بصماتها في التأثير في المحطات التلفزيونية الأخرى والفضائية على حد سواء.

وإذا كانت المبتكرات التكنولوجية قد مكنت شعوب العالم من التواصل عبر اختراق المسافات والحدود وباختزال الزمن فإن أهمية العولمة ترتبط بنقل مضمون الاتصال الذي يشكل تبادلاً لنماذج الثقافات من جميع أنحاء المعمورة. فمضمون وسائل الإعلام بوصفه منتجاً ثقافياً أصبح متاحاً لجميع البشر، وتشكل الموسيقى مثلاً واضحاً للاختلاط الثقافي الراهن ، إذ تتداخل الإيقاعات والألحان والأدوات الموسيقية وتتفاعل وتنتقل عناصرها إلى الموسيقى التي يسمعها الناس على هذا الكوكب، وقد أدى ذلك إلى خليط موسيقي هجين من ثقافات مختلفة، استطاعت معها موسيقى (الروك) اختراق الثقافات، ودخلت موسيقى (الراي) إلى السوق العالمي، وعبرت الموسيقى الإفريقية واللاتينية إلى ذائقة الناس حيثما كانوا .

2.5.2 مخاطر العولمة والحركة المناهضة لها:

إن مخاطر العولمة على الهوية الثقافية كما يرى د. حسن حنفي (1999) إنما هي مقدمة لمخاطر أعظم على الدولة الوطنية والاستقلال الوطني والإرادة الوطنية والثقافة الوطنية . تعني العولمة مزيداً من تبعية الأطراف للمركز ، تجميعاً لقوى المركز وتفتيتاً لقوى الأطراف بما في ذلك الدولة الوطنية التي قامت بدور التحرر الوطني وتحديث المجتمع والتي قاومت شتى أشكال الهيمنة القديمة والجديدة حتى انهيار المعسكر الاشتراكي .(ص 33)

ويؤكد د. حسن حنفي إنه باسم المثاقفة يتم انحسار الهويات الثقافية الخاصة في الثقافة المركزية مع أن اللفظ سلبي Acculturation ويعني القضاء على الثقافة لصالح أخرى ، ابتلاع ثقافة الأطراف داخل ثقافة المركز ، وتخفف بعض المصطلحات الأخرى من مستوى عدم الندية بين الثقافات فتبرز مفاهيم التفاعل الثقافي ، والتداخل الحضاري ، حوار الحضارات ، التبادل الثقافي ، وهي مفاهيم تنتهي إلى أن ثقافة المركز هي الثقافة النمطية ممثلة في الثقافة العالمية والتي على كل ثقافة احتذاؤها . وتنتهي أسطورة التعددية التي طالما قامت عليها حضارة المركز ، وعبر عنها وليم جيمس في " عالم

متعدد " لصالح عالم أحادي الطرف ، ثقافة تبعد وثقافات تستهلك ، ثقافة تصدّر ،
وثقافات تنقل .(ص 34-35)

أضحى واضحاً في عام 1999 أن هناك حركة عالمية واضحة لمقاومة العولمة تجلت في
اعتراضات على العولمة من قبل حركات ومنظمات شعبية من مختلف أنحاء العالم -والغرب



خصوصاً- في أثناء الاجتماع الثالث لمنظمة التجارة العالمية الذي
انعقد في سياتل - الولايات المتحدة 1999/11/30، وشارك
بالمظاهرة الاحتجاجية على العولمة أكثر من خمسين ألف
متظاهر، وقد رأت أن صندوق النقد والبنك الدوليين ومنظمة

التجارة العالمية تقود العالم إلى رأسمالية متوحشة لصالح الشركات والاستثمارات العالمية
العابرة للقارات دون أن تأخذ في اعتبارها ما يؤول إليه هذا الانتشار للتكلفة التي سيعاني
منها شعوب العالم ثقافياً واجتماعياً وبيئياً واتصالياً، وقد بلغ عدد المنظمات غير الحكومية
ذات الطابع الدولي أكثر من 25.000 منظمة ساهمت شبكة المعلومات العنكبوتية الدولية
في تواصل أنشطتها وترابطها على المستوى الشعبي لتدافع عن القضايا الدولية ومن
بينها البيئة والصحة وديون الدول الفقيرة والفساد، وقد تطور نشاط هذه المنظمات بحركة
العولمة البديلة التي تقود "المنتدى الاجتماعي العالمي" كحركة مناهضة للمنتدى
الاقتصادي العالمي " وعقدت اجتماعاتها بالتزامن مع اجتماعات المنتدى الاقتصادي العالمي
(نادية رفعت 2004، منتدى الحوار ص.ص. 35-39).

وفيما يتصل بالرؤى حول آليات وكيفية مواجهة عواقب العولمة وآلياتها، وموضع البعد
الثقافي- وبعد القيم من هذه العملية ترى د. نادية محمود مصطفى(2004): "أن الدلالات
الثقافية والقيمية للأثار الاقتصادية والسياسية والعسكرية المباشرة على الأمة، تدفع
للقول بأنه لا يكفي أن تجري عملية مواجهة مباشرة على هذه الأصعدة فقط، بل قد لا
تتحقق نتائجها، نظراً لإشكالية العلاقة بين الممكن والمستحيل في ظل التدهور الحالي
للقوة المادية الإسلامية، ونظراً لأن هذه العواقب والمشكلات المادية ذات أبعاد ثقافية
خطيرة، فهي ناجمة عن قصور في الرؤية الكلية للعلاقة بين العالم والإنسان والكون.
ترتب عليها فصل القيم عن العقل، ومن هنا أهمية الرؤية الكونية المؤمنة التي تركز على
الاجتماع الإنساني. ومن ثم فإن فقه مواجهة العولمة لا بد أن ينطلق ابتداءً من الإنسان
وكل ما يتعلق به، سواء من إعادة تشكيل البناء العقلي، والتربية العقيدية الجهادية من
أجل علاج ما أصاب الهوية الحضارية الإسلامية من مثالب انعكست في شكل تدهور
القدرات المادية." (ص22)

ويتطلب الدفاع عن الهوية الثقافية عند د. حسن حنفي (1999) كسر حدة الانبهار بالغرب ،
ومقاومة قوة جذبه ، وذلك برده إلى حدوده الطبيعية ، والقضاء على أسطورة الثقافة

العالمية . فكل ثقافة مهما ادعت أنها عالمية تحت تأثير أجهزة الإعلام فإنها نشأت في بيئة محددة ، وفي عصر تاريخي معين . ثم انتشرت خارج حدودها بفعل الهيمنة وبفضل وسائل الاتصال . (ص 37)

إن حركة مناهضة العولمة تتيح لنا الفرصة لاستقراء جوانب من تحديات العولمة الاتصالية التي تتمثل بقضايا حرية الاتصال وتدفق المعلومات بشكل متوازن بين من يملك ومن لا يملك، وتتمثل كذلك في ما يمكن أن تحدته العولمة الاتصالية من تأثيرات على المجتمع من حيث الهوية والقيم وزيادة التوقعات، والاستهلاك.

2.6 مفهوم الفضائيات العربية

الفضائيات العربية : هي جميع القنوات التلفزيونية الناطقة بالعربية التي تبث عبر الأقمار الصناعية ويمكن أن يستقبل الجمهور برامجها عبر أجهزة خاصة متخطية عوائق الحدود السياسية والجغرافية.

واليوم يمكننا تصنيف الفضائيات المتاحة للمشاهد العربي إلى عدة أنواع وهي:

1. المحطات الفضائية الإخبارية (العربية) مثل الجزيرة والنيل والعربية والإخبارية.
2. المحطات الفضائية العامة (العربية) مثل الفضائيات الوطنية لكل قطر عربي مثل الأردنية / دبي / أبوظبي / الشارقة / الفضائية المصرية إلخ.
3. الفضائية العربية (الخاصة) مثل MBC، ART والتي تقدم برامج عامة وخدمات متنوعة بما فيها الخدمات الإخبارية.
4. الفضائيات الترفيهية العربية الغنائية والرياضية والغذائية والأزياء.
5. الفضائيات الدينية.
6. الفضائيات الترفيهية الأجنبية (الرياضية والدرامية والغنائية).
7. فضائيات التسويق لبيع السلع والعقارات
8. الفضائيات المتخصصة لفئات محددة من الجمهور مثل قنوات الأطفال والمرأة والشباب ورجال الأعمال
9. المحطات الفضائية الأجنبية الناطقة بالعربية مثل : الحرة الأمريكية ، وعربية CNBC الناطقة بالعربية ، والعالم.

10. الفضائيات الأجنبية الإخبارية الناطقة بلغاتها مثل CNN، BCC واليورو نيوز.

وتتوجه هذه الفضائيات إلى الجمهور العربي بمختلف فئاته سواء عن طريق الأقمار الصناعية العربية مثل عربسات والنايل سات والهوت بيرد وغيرها. ولا يخفى على المتابع تنافس الفضائيات العربية على استقطاب المشاهد العربي بأساليب عدة؛ منها مخاطبة جمهور خاص تسعى للاستحواذ عليه ، مما يجعلنا ننظر في إعادة تصنيفها إلى ثلاث شرائح رئيسة بناء على نوعية ما تقدمه من المضامين فهناك :



1- الفضائيات الجادة

- الفضائيات الجادة العامة متنوعة البرامج سواء أكانت المحطات حكومية أم من القطاع الخاص.
- الفضائيات الجادة المتخصصة: ويدخل ضمنها الفضائيات الإخبارية والفضائيات الثقافية والتعليمية والوثائقية والدينية وفضائيات الأطفال والمرأة والصحة .

2- فضائيات الترفيه والتسلية

- فضائيات الترفيه والتسلية : مثل الفضائيات الرياضية/ والموسيقى والأفلام (الدرامية / الكوميديا)/الأزياء والموضة ..
- فضائيات التخدير والابتزاز التي تعتمد على بيع الوهم والإثارة : مثل الفضائيات النصية) التي تستقبل رسائل نصية وتنشرها على الشاشة (/ الأبراج / الألعاب / الزواج / الجنس وبعض الفضائيات الدينية .



3- فضائيات التسويق مثل:

- بيع السلع الاستهلاكية
 - العقارات
 - السياحة
 - الخدمات الطبية
- واتجاهات الإعلام الفضائي من حيث الجدية والرصانة هي ذات أربعة اتجاهات :

- فهناك الاتجاه الذي يوفر المعلومات الجادة والرصينة،
- وهناك الاتجاه الذي يوفر الترفيه، ويعتمد إلى ترويج التسلية،
- وهناك اتجاه يحاول الجمع بينهما .
- وهناك الاتجاه التجاري البحت الذي يستغل الغرائز والمشاعر الانسانية بدون وازع أخلاقي .

3 - ثالثاً : قوة الفضائيات العربية وحدود تأثيراتها في قضايا تمس الهوية:

يستعمل الأفراد وسائل الإعلام لأغراض متنوعة ويحققون بها إشباع رغبات وحاجات مختلفة، فهم يحصلون منها على المعلومات ويقضون معها أوقات ممتعة تُسرِّي عن النفس، وتريح من عناء العمل فيرتحل المشاهدون إلى آفاق جديدة ويتعرفون على عادات وقيم وتقاليد جديدة.

وهكذا غدت وسائل الإعلام سلاحاً ذا حدين :

- أولاً: هي قوة إيجابية داخل المجتمع تعمل على تماسكه وتدعيم بنائه وتزويد الأفراد بالمعرفة والأخبار، كما تعبر عن قضاياها وتكشف عن ألوان الفساد والمحاباة والانحراف، وتساهم في دفع عجلة التنمية فيه.
- ثانياً: وهي قوة سلبية إذا لم يحسن استخدامها. وذلك أنها قد تعمل على تخريب المجتمع، وتفتيته، وتحطيم معنوياته، وتشويه شخصيته الوطنية بغرس قيم غريبة فاسدة، وبتقديم صور من النماذج الغريبة للاحتذاء، ولهذا فإن فهم وظائف وسائل الإعلام واستخداماتها يصبح ضرورة للتعامل مع هذه القوة، التي يمكن ان تكون قوة خير تعمل لصالح المجتمع، أو قوة شر تسهم في تعطيل قواه التنموية.

للفضائيات -مثل وسائل الاتصال الأخرى- قوة تأثير ذات أبعاد اجتماعية وسياسية واقتصادية وثقافية - إيجابية وسلبية - تنقل إلينا المعلومات والآراء والأفكار والاتجاهات، والعادات والتقاليد، وتؤدي أدواراً مختلفة فهي ذات دور ترفيهي وثقافي ولها دورها التعبوي في تشكيل الرأي العام، وتقوم بتعزيز القيم السائدة في المجتمع وقد تسهم أيضاً بهدم قيم وخلق قيم جديدة.

ولكن حينما نتحدث عن تأثير يرتبط بالهوية ، فإننا لا نتحدث عن تأثيرات فورية تأخذ دورها مباشرة ، وإنما تأثيرات طويلة الأجل تتحقق بناء على تأثير تراكم المعلومات والخبرات لدى الفرد ، بحيث تأخذ أسلوب التأثير النائم .

ولذا تثير رسائل الفضائيات جملة من التحديات التي لها انعكاساتها على الهوية بطريق مباشر أو غير مباشر ، وهنا سنناقش مجموعة قضايا ذات صلة بالهوية تحتاج إلى دراسة أعمق لدور الفضائيات فيها وتحليل أشمل لظواهرها ، (صالح أبواصب-2005 / ص.ص246- 256) وتستدعي منا أن نقف وقفة فاحصة معها وهي تتمثل فيما يلي:

3.1 ترابط المجتمع ونقل تراثه:

الاتصال هو السبيل الوحيد إلى ترابط المجتمع، فهو الذي يربط أفراد الأسرة، وهو الذي يربط أفراد المجتمع، ويوثق العلاقة بين الشعب وحكومته. ويقوم الاتصال من خلال نقل تراث الشعب - لغته وقيمه وعاداته وتقاليده - بأهم وظيفة له إذ تمكّن شعباً ما من أن يمتلك خصائصه المميزة، وحفظ تماسكه ووحدته. إن قنوات الاتصال ضرورية لاستمرارية ترابط المجتمع، والحفاظ على كيانه، ومعتقداته، وحماية فلسفته، وتوحيد أفراد المجتمع، لتحقيق آمالهم، وأهداف مجتمعاتهم. ومن ثم فإنه عن طريق الاتصال تتم التنشئة الاجتماعية السياسية والدينية. ومن هذا المنطلق يجوز لنا القول بأن وسائل الاتصال في المجتمع كالجهاز العصبي في الجسم كلاهما يعمل على تماسك الأعضاء وتنسيق حركاتها.

وإذا كانت القنوات الفضائية عموماً لها قوتها التأثيرية في شرائح مهمة من المجتمع مثل الأطفال والشباب ، فإن الفضائيات الترفيهية - وهي ذات هدف تجاري بحت - لا تراعي جوانب بنائهم الفكري والنفسي ، بمقدار ما تستهدف استقطابهم عن طريق الإثارة، إضافة إلى أن البرامج الثقافية الموجهة لهم لا تشغل حيزاً يُعتد به من خلال برامج تلك المحطات.ومن هنا تبرز لنا جدية المخاوف على الهوية في ظل العولمة الاتصالية .



مثل هذه المحطات تقدم برامج ومواد ذات مضامين مختلفة وتخدم أجناس مختلفة... ولكنها تؤثر في الشباب إذ إنها تفرض أنماطاً من السلوك القابل للاحتذاء، وتكرس أذواقاً جديدة من الفن، وتعرض وجهات نظر وقيماً متناقضة من محطات دينية وإخبارية إلى محطات رقص وعُري وجنس وبذاءة ومحطات تسويق، وتسهم في التأثير على الرأي العام لدى الشباب وخصوصاً في الدور التخديري الذي تلعبه فيما يتعلق بالقضايا الوطنية والقومية والسياسية عموماً.

فقد شهد الجمهور برنامجاً ما زال ييبث في ديسمبر 2007 على فضائية LBC وعنوانه (هزي يا نواعم) وهو مسابقة عالمية للرقص الشرقي ، ولا يخفى على أي مشاهد أن مثل

هذه البرامج ليست سوى برامج إثارة غرائز واستقطاب جمهور يستهوي الترفيه ويستسهل نوع المتعة البصرية على حساب المتعة العقلية والفكرية والثقافية التي يمكن أن تقدمها البرامج الجادة في الفضائيات مثل البرامج التسجيلية والوثائقية ، وبهذا ينأى دورها عن كونها حاملة لقيم المجتمع وحامية لها مما يقود إلى تفسخ المجتمع بوجود فئة مستلبة من أبناء المجتمع .

3.2 ثانياً : تأثير الفضائيات في البعد القومي في ظل فرضية الامبريالية الثقافية:

يمكن أن تلعب الفضائيات دورين يبدوان بأنهما متناقضين ، وهو تعزيز الثقافات القومية وهويتها ، والمساهمة في اصطناع الثقافة المحلية بهدف خلق هوية قطرية في مواجهة الهوية القومية.

3.21 -- تهديد الثقافات القومية وهوياتها:

تبث الفضائيات العربية نسبة عالية جدا من المعلومات و البرامج والأفلام الأجنبية الي تحمل معها قيماً غربية، والمسلسلات والأفلام الدرامية مشحونة بالجريمة والعنف والجنس والسلوك غير المقبول اجتماعياً لدى العرب، و تسهم في زيادة التوقعات وما يتلوها من إحباطات لدى المشاهد.

ونحن في عالم تتداخل فيه المصالح المتبادلة ويكون التفاعل المتبادل بين حضارات الشعوب أمر حتمي، ومن هنا فإن إدراكنا لوجود بعض السلبيات في التلفزيون واستقبال الفضائيات الوافدة لن يقود إلى تحطيم خصوصية الثقافة القومية، لأن لكل أمة آلياتها الفاعلة للدفاع عن ذاتيتها الثقافية، وأي تأثير وتأثر هما نتيجة حتمية لما يمكن أن نتوقعه كحصيلة لتطور المجتمعات وتفاعلها.

ويرى دينيس Dennis (2006) بأن العولمة تفيد الناس بشكل كبير، وعبر وسائل الإعلام وحرية التعبير، معتمدةً على مقولة أنتوني سميث Anthony Smith الذي تنبأ بأنه في عصر الاتصال الجديد سيصبح لا معنى للحدود القومية حيث أنه بوصول وسائل الإعلام إلى الناس تم قهر الزمان والمكان.

والتقنية الجديدة لها عواقبها الهائلة على الأفراد والمؤسسات ،ولم تعد الحكومات قادرة على السيطرة على المضمون وسائل الاتصال العالمي ، وأصبح دخولها سهلاً إلى السوق العالمي ، ولم يعد بإمكان الحكومات كما يرى Walter Winston السيطرة على المضمون الذي يصل بلدانها ، ولا أن توقف الحوار العالمي الحتمي الذي تحققه وسائل الاتصال الجديدة .

ويرى Dennis أن قدرة وسائل الإعلام على وصولها كونياً أصبحت تفيد الناس بإعطائهم منفذاً كبيراً للمعلومات والترفيه . (pp225-226)
وقد رأى نقاد العولمة أن الشركات المعولمة تسيطر على وسائل الإعلام في العالم ولكنها تستعبد البشر من خلال برامج ذات نوعية منخفضة ومعلومات رخيصة، وغذاء ترفيهي معلب.

ولذا يرجع الإحساس الطاغي لدى شعوب العالم الثالث بأن ثقافتهم مهددة في ظل سطوة ثورة الاتصال والمعلومات إلى عدة أسباب:

أ. التقدم التكنولوجي لدى الدول الغنية الغربية / دول الشمال وتفوق مواردها وإنتاجها للمعلومات ولما تعرضه وسائلها الاعلامية المرئية والمسموعة والمقروءة .

ب. تعاني شعوب العالم الثالث من الجهل الذي ينعكس في نسب الأمية العالية، ومن ثم فقدرتها على انتاج واستهلاك المعلومات والمعرفة محدودة.

ج. تعاني هذه الشعوب من فقر وإمكانيات اقتصادية متواضعة ومن ثم فإنها لا تمتلك التكنولوجيا الاتصالية المناسبة.

د. تعاني هذه الشعوب من تدفق الاتصال باتجاه واحد من دول الشمال إلى الجنوب، ومن الدول الغنية إلى الدول الفقيرة مما لا يعطي هذه الدول قدرة على صد فيض المعلومات التي تصلها عبر أشكال الاتصال المختلفة ولا توفر فرص التفاعل المتبادل المتكافئ بين شعوب العالم.

هـ. تعاني هذه الشعوب من السيطرة الحكومية على الاتصال بطريق مباشر أو غير مباشر كما تعاني من فقدان الديمقراطية والمعاناة في الحصول على حقها في التعبير والوصول إلى المعلومات وخصوصاً ما يتعلق بالجانب السياسي .

و. تعزز ذاكرة شعوب العالم الثالث التي عاشت التجربة الاستعمارية مشاعر الخوف وتعزز فرضية استهدافها والرغبة في السيطرة عليها اقتصادياً وثقافياً.

ولذا فإن ما تعانيه دول العالم الثالث عموماً والوطن العربي خصوصاً هي معضلة تاريخية، مرتبطة دوماً بحدود إمكانيات من يملك ومن لا يملك، ومن لديه القوة ومن لا يمتلكها، وتصبح سطوة ثقافة الغازي وقوتها لها تأثيرها على المغزوة ، لتؤكد ما ذكره ابن خلدون في مقدمته حول تشبه المغلوب بالغالب.

ولكن هذا الأمر لا يعني أن تمرير أجنادات الثقافة الغازية أمر سهل. فنحن نتحدث عن هويات ثقافية للشعوب تمتد جذورها آلاف السنين تلك التي نحتت هوية شعوبها وصقلتها.

ومن هنا فإننا نتحدث دائماً عن تهديدات للهوية الثقافية العربية ولكننا لا نتحدث عن محو هذه الهوية، فالهوية العربية لها آلياتها (ميكانزماتها) التي تدافع بها عن نفسها.

لقد طرح مارشال مكلوهان Marshall McLuhan مقولته حول القرية العالمية The Global Village في كتابه The Gutenberg Galaxy حيث يقول: (... ولكن من المؤكد ان الاكتشافات الكهرومغناطيسية قد ساهمت في خلق المجال المترامن في مناحي الحياة الإنسانية كافة، بشكل جعل المجتمع البشري يعيش في جو يمكن تسميته بالقرية العالمية، فنحن نعيش في مجال ضيق محدود يتناغم مع دقات الطبول القبلية).

لقد حقق التقدم التكنولوجي اليوم فرصة لربط العالم عبر الأقمار الصناعية من خلال البث التلفزيوني الفضائي، والاتصالات الهاتفية والإنترنت. وصار بإمكان صياد في شواطئ الامارات أو جنوب اليمن، مع مزارع في سهول الرباط مع مثقف في الإسكندرية أن يشاهدوا برنامجاً واحداً تبثه محطة عربية أو أوروبية أو آسيوية.

وهنا تبدو - لكل معني بالثقافة الوطنية/القومية - وجهة التساؤل حول الخطر الجارف مما يسميه البعض بالاستعمار الثقافي أو الإمبريالية الثقافية أو الاستعمار الإلكتروني، ولا شك أن المخاوف في مثل هذا الحال مبررة، وخصوصاً إذا علمنا أن ما تعرضه التلفزيونات العربية بل والأجنبية كذلك يكاد يطغى عليه الإنتاج الغربي وتحديداً الأمريكي. بالإضافة إلى هيمنة الشبكات الأمريكية الكبرى مثل: ABC و NBC و CBS و CNN و FOX، وهيمنة إنتاج هوليوود السينمائي والتلفزيوني على السوق الإعلامي العالمي وهي هيمنة لا تحتاج إلى إيضاح.

إن المصطلح الذي أطلقه مكلوهان بخصوص القرية العالمية صحيح إلى حد ما من حيث القدرة الهائلة والإمكانات المتاحة نحو تدفق الاتصال الدولي وتوافره، وهذا يعني كما رأى كثير من المنظرين الإعلاميين، مزيداً من الانفتاح العالمي والتفاعل بين الثقافات الإنسانية. ورغم التنوع ووفرة وسائل الاتصال فقد أصبح توفر القنوات المحلية والقومية - التي تتنافس فيما بينها، وتنافس القنوات الأجنبية- يحول دون تفاعل الشعوب بالمستوى المأمول خاصة أن الإعلام يقدم صوراً مثالية أو محسنة للواقع وليست واقعية أو حقيقية. فعلى سبيل المثال، فقد بات بمقدور المشاهد العربي، أن يختار من بين مئات القنوات الفضائية العربية والأجنبية التي تتنافس في ما بينها، لاجتذاب المشاهد العربي.

وإذا كان بإمكان الجمهور العربي أن يختار من نحو 370 قناة فضائية عربية ومئات القنوات الأجنبية، بأقل تكلفة مادية ممكنة، فإن هذا الجمهور - بسبب اللغة والثقافة المشتركة - ميال إلى متابعة المحطات الفضائية العربية، ولذا فإن الخيارات المطروحة عربياً أمامه تتيح له مجالات الاختيار ترفيهياً وثقافياً وأيديولوجياً، وما نفترضه هنا أن القرية العالمية الصغيرة، سوف تعزز ما نسميه في القرن الحادي والعشرين بالقبائل في القرية العالمية

الصغيرة الموصولة، وهذا يعني أن وسائل الاتصال وخصوصا المحطات الفضائية، سوف تؤدي إلى تعزيز الهويات القومية والخصوصية الثقافية والثقافات الشعبية.

إذن فمثل هذا الدور الذي تلعبه وسائل الاتصال في إطار القرية العالمية، سيميل إلى تشظية المجتمعات، التي تتنوع فيها الثقافات والأعراق، بحيث يزداد التوجه نحو القوميات وتعزيز ثقافات وهوياتها القومية أي أن القرية العالمية ستكون قرية قبائل متنوعة.

ولعل ما نتوقعه بالنسبة للأمة العربية، وبالنسبة للقوميات الأخرى التي تتاح لها فرص اتصال مناسبة، أن تسير في اتجاه تعزيز هوياتها القومية وترسيخها وزيادة التفاعل بين شعوب القومية الواحدة كالأمة العربية. إن ما تقدمه الآن الفضائيات العربية، وعلى الرغم من تحفظنا على نوعية ومستوى ما تقدمه بعضها، من حيث الأسلوب والمضامين، إلا أنها تصنع مناخاً مناسباً للحوار والتفاعل العربي، ومجالاً للنقاش حول قضاياها من الرباط إلى مسقط ويسهم فيها الجمهور ويبدى رأيه فيها. أعتقد أن هذا يشكل تياراً يشق طريقه بين الناس بصمت، ويعزز وجود (قبيلتنا العربية) في إطار القرية العالمية الصغيرة بقبائلها (قومياتها) العديدة. (أبوصعب 1997)

هذا الرأي الذي تبنيناه منذ عشر سنوات حول تشظية المجتمعات نتيجة عولمة الاتصال وما اسميناه بالقبائل القومية في القرية الكونية نجد صداه بعد ذلك لدى باحثين، أولهما Jon B. Alterman إذ يكتب جون ب. ألترمان (2003) حول عودة "العروبة" بقوله:

" لعل من أبرز آثار وسائل الإعلام العربية الجديدة على المدى الطويل عودة الإحساس بفكرة "العروبة" أو القومية العربية في المنطقة بعد عقود من تدهورها أو حتى سقوطها. لكن "العروبة" أو القومية الجديدة يتبناها ويقودها العامة وليس الحكومات كما كان في نشأتها الأولى، ثم إنها تختلف في صبغتها الجديدة عن تلك المتقدمة. "القومية الجديدة" تبدو إسلامية النزعة مقابل تلك النزعة العلمانية التي تأسست عليها القومية القديمة، ثم إن الجديدة انبثقت من إقليم الخليج الفارسي مقابل تلك التي جاءت من المشرق العربي في نشأتها الأولى. وكما هو حال القومية القديمة تملك القومية الجديدة جذوراً وأصولاً تتمثل في اللغة والتاريخ، لكن تتميز الجديدة بقدرتها على خلق مجتمع يتصل أعضاؤه فيما بينهم بشكل مباشر دون وسطاء، وتلك ميزة وفرتها الثورة التكنولوجية. إن التبادل الهائل للمعلومات في المنطقة العربية والمصاحب دائماً لقوة التطورات العابرة للحدود في المنطقة لم يعد متوقفاً فقط لكنه يقترب من التحقق. " (ص.ص. 175 - ص. 176)

وينقل شاكر عبد الحميد في كتاب ثقافة الصورة (2005) رأي ريتشارد بليك الذي يتفق مع وجهة نظرنا :

"إن القرية العالمية التي زعم مكلوهان وجودها في الستينيات لم يعد لها وجود حقيقي منذ التسعينيات، فالتطور التكنولوجي الذي استند إليه مكلوهان عند وصفه القرية العالمية في الستينيات استمر في مزيد من التطور بحيث أدى إلى تحطيم هذه القرية العالمية وتحويلها إلى شظايا ... فالعالم الآن أقرب -في رأيه- إلى مجموعة من البنايات الضخمة التي تضم عشرات الشقق السكنية، التي يقيم فيها أناس كثيرون، لكن كلا منهم يعيش في عزلة ولا يدري شيئاً عن جيرانه الذين يقيمون معه في البنايات نفسها. هكذا فإنه مع تعدد القنوات وتعدد الخدمات وإمكان الاختيار الفردي من بدائل عديدة أصبح لكل فرد وسيلته الخاصة ومن ثم زادت الفروق والاختلافات. ص.(425)

3.2.2 تعزيز الخصوصيات القطرية لخلق هوية قطرية :



يتساءل أنتوني جيدنز (1999) هل أصبحت " الدولة القومية " محض خيال ، كما اقترح أومي Ohmae وهل أصبحت الحكومة فكرة بالية من أفكار الماضي ؟ إن هذا لم يحدث بعد ، ولكن كلا من شكل الدولة والحكومة يتغير الآن .فالعولمة تشدنا بعيداً عن الدولة القومية بحيث أضعفت

بعض القوى التي كانت تملكها بعض الدول ، بما فيها تلك التي كانت تستخدم إدارة اقتصادية نابغة من أفكار كينز . كذلك تجذبنا العولمة إلى أسفل ، بحيث تخلق أشكالاً جديدة للطلب وإمكانيات مستحدثة لتجديد الهويات المحلية . فلا يجب أن ننظر إلى الصحوه التي ظهرت مؤخراً للقومية الاسكتلندية في بريطانيا بعيداً عن العولمة . فهي استجابة لنفس العمليات البنائية التي تضرب العالم هنا وهناك ، كتلك التي تحدث في كيبك (في كندا) أو في قطلونيا . غير أن القوميات المحلية ليست تفتيتية بالضرورة . فقد تنفك كيبك عن كندا وقد تنفك اسكتلندا عن المملكة المتحدة . ولكن كلا منهما يمكن أن تسير في الطريق الذي سلكته قطلونيا ، بحيث تتحول إلى أجزاء شبه مستقلة تحت مظلة الكيان القومي الأكبر . (ص 65 - 66)

تتسابق الحكومات العربية والمستثمرون العرب في انشاء الفضائيات. ويعمد بعضها الى خلق هوية خاصة مرتبطة بالطائفة أو القبيلة أو القطر ، وليس في مجال اهتمامها بناء الوعي القومي أو تغذية الهوية القومية .

ولذا لايمكننا أن نتجاهل الدور السلبي للمحطات الفضائية .فالمحطات الفضائية الترفيهية التجارية الموسيقية والرياضية وقنوات الأفلام وغيرها ، ذات دور فعال في

استلاب الشباب وانغماسهم في تسلية خالية من المضمون، تؤثر سلباً على استخدام فئة الشباب - خصوصاً استهلاكهم للوقت- الذي يمكن أن يستثمر في أنشطة أكثر فائدة مثل ممارسة الرياضة والقراءة وغير ذلك .

تشكل العولمة عند أنطوني جيدنز (2000) سبباً لإحياء الهوية المحلية في الكثير من أرجاء العالم . ولو تسألنا عن سبب مطالبة الاسكتلنديين بمزيد من الاستقلال عن المملكة المتحدة ، أو عن سبب ظهور حركة انفصالية في مقاطعة كيبيك (الكندية) ،



فإننا لن نجد الجواب في تاريخهما الحضاري فقط . إن الحركات القومية المحلية تظهر استجابة للنزوع نحو العولمة ، إذ تتضاءل سيطرة الدولة . (ص 33)

ويكتب حسن الحارثي بعنوان شعبية الفضاء (2007) عن الدور السلبي للمحطات الفضائية في تعزيز "ثقافة القبيلة" على حساب "المواطنة"، و"تأجيج العصبية"، و"الردة الثقافية" :

" مدهش فعلا ما تطالعنا به القنوات الفضائية المتخصصة. مدهش الى حد الضحك الذي يشبه في أكثر حالاته البكاء. شريط رسائل الـ"أس أم أس" القابع أسفل الشاشة، يضعك في قلب الفكرة والمناسبة. تقرأ من خلاله ثقافة مجتمع، بدلاً من سنوات من البحث والتقصي للدنو منها.ويغلب على الرسائل المعروضة في هذه القنوات، الإفراط في مديح القبائل وشيوخها وأبنائها بالأسماء. القبيلة تحضر في شكل لافت في المادة الإعلامية المقدمة في هذه القنوات، حتى أنك تستشعر إطلاق قناة مخصصة لقبيلة بعينها، في الآتي من الأيام. ويبدو من خلال سياسة هذه القنوات أن لا مكان للمشاهدة والتعرف على الموروث، ما لم يكن لك انتماء قبلي، يكون "ثيمة" الدخول في معترك المشاهدة.

تعزير "ثقافة القبيلة" على حساب "المواطنة"، و"تأجيج العصبية"، و"الردة الثقافية" كلها اتهامات تحوم حول هذه القنوات. غير أن المستثمرين وحتى المتابعين، يؤكدون أنها حضرت في الوقت المناسب، لتحل بديلاً عن قنوات العري والإسفاف والابتذال، التي حاصرت عيون المشاهد لسنوات..ربما يكون لديهم وجهة نظر تستحق الاحترام، ولكن السؤال هنا، هل نحتاج إلى كل هذا "الردح البدوي"، ليعرف العالم أن موروثنا الشعبي ملهم "تجارياً" حد الثراء؟ (حسن الحارثي- الحياة اللندنية شعبية الفضاء جريدة الغد نشر: 2007 /11/15)

3.3 الانفتاح على العالمية عبر الفضائيات

ندرك أن الفضائيات مثلها مثل وسائل الإعلام الأخرى؛ تقدم المعلومة، كما تقدم الترفيه، وتفسح المجال للحوار حول بعض القضايا وتؤدي دوراً مهماً في نقل التراث وتعزيزه، وتعمل على تشكيل الرأي العام ، وندرك كذلك أن التلفزيونات الفضائية تخاطب جمهوراً واسعاً متنوعاً من حيث المستوى التعليمي والثقافي والاجتماعي والاقتصادي والجنس والاهتمامات. ولكن هذا لا يعني ان هذه الوعود التي تحملها الفضائيات لا تطوي بين جنباتها بعض المحاذير وعوامل تهديد للهوية.

وندرک أننا في عالم لا يمكن فيه أن نغلق نوافذ التواصل ، وكما تحمل الفضائيات معها سلبياتها فإنها تحمل إيجابياتها، إذ يمكن النظر إلى أن كثيراً من البرامج الأجنبية تفتح أمام المشاهد العربي آفاقاً وعوالم جديدة وتتيح فرصاً عديدة أمامه للاطلاع على حضارات الأمم الأخرى وتفتح النوافذ على مصراعيها أمام البشر ليطلعوا على تجارب الآخرين من شعوب هذه المعمورة ، والمعرفة بعوالم جديدة كل الجدة بالنسبة للمشاهد العربي فتوسع مداركه وآفاقه في اطلاعه عبر البرامج والأفلام الوثائقية على حضارات وتاريخ الشعوب الأخرى والانجازات الحضارية والتكنولوجية المعاصرة.

وإذا كنا ندرک بأن ساعات البث الطويلة لدى التلفزيونات الأرضية والفضائية، لا يمكن تغطيتها بانتاج محلي أو عربي، فقد باتت تغطية ساعات البث الطويلة بتلك البرامج المستوردة أمراً حتمياً، وهي ذات إمكانيات فنية عالية وأسعارها منافسة وذات قدرة فائقة تنافس البرامج المحلية، وغالبا ما تقدم بأسعار رمزية إلى السوق العربية لأن الهدف الثقافي كامن وراء توصيلها بهذه الأسعار ، مما جعل البعض يعتبر أن الفضائيات تحمل معها مظاهر الغزو الثقافي الأجنبي، ومما يجعل فكرة الغزو موضع تفحص من قبل البعض، إذ إن المحطات الفضائية العربية والتلفزيونات بشكل عام تبث نسبة كبيرة من برامجها مسلسلات وأفلام وبرامج، وأخبار ذات مصادر غربية وخصوصاً أميركية..

ما تقدمه الفضائيات العربية والعالمية من برامج وأخبار وأفلام ومسلسلات ومعلومات واستعراض لتجارب الشعوب الأخرى وثقافات وتاريخها سيقود الثقافة العربية إلى انفتاح على الثقافات الانسانية الأخرى وتتجلى مظاهره في اتجاهين :

أ- **الاتجاه الايجابي:** وهو تغير أو نمو إيجابي في الهوية القومية بالتفاعل مع الثقافات العالمية .

وسوف توفر شبكات الإنترنت والمحطات الفضائية الدولية مثل الأمريكية CNN، والبريطانية BBC، والفرنسية TV5، وغيرها، وكذلك الصحافة الراقية الغربية التي يتم تسويقها عالمياً مثل Time، News Week ودير شبيجل، ولوموند والفيغارو وغيرها بطبعاتها الورقية أو مواقعها الإلكترونية.

ب- الاتجاه السلبي: وهو تغيير في الثقافة وذوبان في الثقافة الغربية المسيطرة التي تقود إلى خلق نوع النمط الثقافي السائد نتيجة الميل في المجتمعات إلى التجانس والتوحد والتماهي مع الثقافة المسيطرة مما يفقد الشعوب خصوصيات هوياتها الثقافية .

3.4 - رابعاً: الفضائيات والتأثير في اللغة: تطرح

العولمة إمكانية خلق نمط عالمي موحد ولذا يصبح الحديث عن تعزيز الهوية الثقافية العربية في ظل العولمة أمراً ضرورياً. فالهوية الثقافية قوة فاعلة ودينامكية، تقود إلى تماسك الأمة والحفاظ على كيانها، ودفع عجلة تقدمها، والصمود أمام أية قوة أجنبية تحاول السيطرة عليها مادياً أو فكرياً، وفي ظل الصراع الثقافي الدائر الآن، فإن هوية الأمة هي القادرة على التصدي للتيارات التي تسعى إلى تزويد شخصيتها وذلك من خلال تعزيز الانتماء للأمة العربية وبلورة فكر عربي أصيل متفتح على الحضارات المعاصرة وقابل للتفاعل مع الثقافات الأخرى في إطار توازن يحافظ على التراث ويجدده ويدعم عناصر الإبداع والتطوير والتقدم.

اللغة العربية الفصحى هي أداة التوصيل التي يتم استخدامها في معظم وسائل الإعلام. وتشكل أهم العناصر القدرة على صيانة الشخصية القومية للأمة العربية. وهي المقوم الجامع لها والحاضنة لثقافتها مما يستلزم عدم تعليم اللغات الأجنبية على حسابها، ويستدعي كذلك تقليص استخدام اللهجات المحلية وهيمنتها على بعض البرامج والمحطات التلفزيونية، وذلك لتعميم استخدام اللغة العربية في وسائل الإعلام والاتصال والمعلومات والاعتناء بها وتطويرها، ذلك أن الفضائيات تؤدي الآن دوراً مهماً في التأثير على اللغة ونموها وطريقة استعمالنا لها. إذ تزودنا وسائل الإعلام بمصطلحات جديدة، ويدخل إلى قاموس حياتنا مفردات عديدة بعضها يفد إلينا من لغات أجنبية ، كما تأتينا كذلك من خلال استخدام القنوات الفضائية للهجات المحلية.

ولا يغيب عن بالنا الدور الإيجابي الذي تؤديه الفضائيات اليوم في التأثير على اللغة المحكية اليومية، هذا التأثير الذي بات يقرب بين اللهجات العربية ويجعل الإنسان العادي قادراً على فهم أخيه العربي مهما نأت المسافات، وصار هذا يساعد في تكوين اللغة الوسطى التي أصبحت لغة الإعلام.

نحن ندرك تماماً بأن تاريخ اللغة العربية هو تاريخ يقوم على الانفتاح والتفاعل المبني على العطاء المتبادل. ويقدم القرآن الكريم خير مثال على ذلك ، فقد وردت فيه مجموعة من الكلمات الأعجمية التي عربها وهذبها الاستعمال القرآني ، ومع ازدهار الترجمة في العصر العباسي ومع

اختلاط العرب بالشعوب المختلفة التي دخلت الإسلام لتشكل في مجموعها أمة واحدة، دخلت مفردات كثيرة الى اللغة العربية(*)).

وأخالي لا أجافي الحقيقة إذا قلت أن العطاء المتبادل بين اللغة العربية واللغات الأخرى / الإسبانية / الفرنسية / الإنجليزية / الفارسية التركية إلخ هو تفاعل باتجاهين فالمفردات العربية تسلت إلى تلك اللغات كما أن اللغة العربية استفادت من تلك اللغات بإثراء معجمها. وعليه فإننا لا ننكر استخدام اللغة الإنجليزية في البرامج والإعلانات، ولكننا نطالب باحترام لغتنا وأن تأخذ دورها اللائق وسيلة للتواصل مع أبنائها.

إن الحفاظ على اللغة العربية لا يعني عدم نموها، ولكنه يعني حمايتها من تدهور مستواها وخصوصاً في الأداء الإعلامي، الذي بات تأثيره طاعياً على لغة الإنسان، وصار ضرورياً العمل على حماية اللغة العربية لضمان مستوى أدائها، وخصوصاً في الأداء المحكي في الإذاعة والتلفزيون. ويمكننا أن نلاحظ أن بعض الفضائيات وخصوصاً اللبنانية تعتمد اللهجة المحلية في الأداء وفي أسماء برامجها (وقف تألك - يا ليل يا عين - عالبال يا شباب) وفي بعض نشرات أخبارها (فضائية الآن / فضائية OTV).

ويزداد الخطر على اللغة في عصر العولمة الذي يجعل الإنجليزية هي اللغة العالمية وتتسلل مفرداتها إلى اللغات الإنسانية وثقافتها، وليس غريباً أن تصدر فرنسا قراراً يطالب الإذاعة والتلفزيون بأن تكون 60% من برامجها باللغة الفرنسية وذلك إدراكاً منها لأخطار العولمة الثقافية.

ناهيك عن الإعلانات باللغة الإنجليزية التي أصبحت تذيّعها الفضائيات ، مع أن جمهورها المستهدف هم من المواطنين الذين يعرفون اللغة العربية حتى وإن كانوا يتقنون الانجليزية .

قد يقول قائل وما الضير في ذلك ؟ ولماذا لا نستخدم اللغة الإنجليزية أو نتخرج في استخدامها ونحن نعيش في عصر العولمة ؟ نحن لا ننفي أهمية استخدام اللغة الانجليزية التي أصبحت اللغة العالمية الأولى في العالم ، ولكننا نؤكد ألا يكون استخدامها على حساب اللغة العربية أو بنفي اللغة العربية وتجاهلها تماما.

ويرى نهاد الموسى ، (2007) "أن الإنجليزية بما هي لسان العولمة المركزية ليست ناموساً لغوياً نافذاً بإطلاق ، إذ إنها تلقى من المدافعة ما تلقاه العولمة ، بل إن الأمر على مستوى اللغة يتجاوز ذلك ، فقد امتدت المدافعة إلى الولايات المتحدة الأمريكية (مركز

(*) نجد التفاعل المدهش للغة العربية مع غيرها من اللغات الأجنبية ويزخر معجمها اللغوي بمفردات أعمية / أجنبية دخلت إلى قاموس اللغة العربية، والذي يقرأ ترجمات كتاب الشعر لأرسطو يمكنه أن يكتشف عدم التحرز لدى العرب القدامى من استخدام المفردات الأجنبية التي لا مقابل لها في العربية، وتعريبها لتكون جزءاً من المعجم اللغوي العربي.

العولمة) ، إذ كانت البلد الذي اعتاد سكانه الانصهار في بوتقة لغة واحدة وإن كانوا قد جاؤوا من شتى بقاع الأرض ، ولكن ملايين المواطنين هناك الآن يضربون عن التحدث بالإنجليزية ، وخاصة أولئك الذين انحدروا من أصول تتحدث الإسبانية وإن كانوا من الجيل الثاني أو الثالث - وهما جيلان قد نشأ أو ولدا في الولايات المتحدة ابتداء . وقد شهد مد اللغة الإنجليزية جزراً في أثناء النصف الثاني من القرن العشرين ، فقد نقل صامويل هنتنغتون أن " نسبة المتكلمين باللغة الإنجليزية في العالم انخفضت من 9.8% بين الناس الذين كانوا يتكلمون سنة 1958 بلغات يتحدث بها على الأقل مليون شخص إلى 7.6% في سنة 1992. (ص 168)

إن التجاذب بين استخدام اللغة العربية - لغة الثقافة والهوية القومية- وبين استخدام اللغة الانجليزية - لغة العولمة - لن يقود إلى فرض الانجليزية كلغة عالمية على الانسان العربي ، خصوصاً لما تحمله اللغة العربية من رموز مقدسة باعتبارها لغة القرآن الكريم .ولكون تراثنا على امتداد التاريخ تراث لسانه عربي مبين ، وكون اللغة الانجليزية تحمل معها خبرات الغزو والمستعمر والاحتلال لسنوات طويلة .



ولكن هذا البعد الثقافي للعولمة كما يرى نهاد الموسى ، (2007) يلقي مدافعة لدى الثقافات التي تؤول إلى بعد ديني كالثقافة العربية ؛ وتتمثل هذه المدافعة في بعض القنوات الفضائية والاتجاهات الاجتماعية المحافظة والتوجهات الدينية الخالصة ، ولكن هذه المدافعة محتاجة إلى أن تطور خطابها

ووسائلها على أنحاء منهجية جذابة مبتكرة تمكنها من المنافسة ، وتنشئ تياراً من الوعي قادراً على ميز الغث والزبد من السمين وما ينفع الناس . وإنما نتوقف إلى عولمة الثقافة في هذا المقام لأنها تتغلغل في اللغة العربية من جهة المضمون وتنزاح بها عن محمولاتها الثقافية من القيم فتصبح " مطية " لمحمولات مناهضة لمنظومتها من القيم التي تمنحها خصوصيتها الثقافية . إن هذا الضرب من الاستلاب اللغوي الواغل من مد العولمة يمثل اختراقاً مغايراً لما سبقه في أزمان الاستعمار التقليدي . إنه يتسلل من نوافذ الاستهواء بكل ما يحوطها من ألق وإغراء وجاذبية ودرامية مثيرة (في الأفلام والمسلسلات) . وهو يأتي في سياق التلفزة حيث لا يتكلف المشاهد جهداً في تلقي هذه المتعة ، ويستثمر الميل الوجودي للإنسان في تفضيل السهل على الصعب . (ص 170)

وخلاصة القول كما يرى جون جوزيف(2007) ، توجد قوتان تعملان على منع حدوث عملية التجانس اللغوي: فهناك إملاءات الهوية اللغوية لدى الفرد، التي تتطلب تغييراً وتفضل

القدرة على الفهم، وإملاءات الهوية اللغوية القومية/الإثنية/الدينية، حيث الحاجة إلى تأسيس "جماعات متخيلة" والحفاظ عليها، وإلى التمثل الذاتي للمجموعة التي تقوم على اختلاف مؤسس في تاريخ حقيقي أو مفترض تفرضه الحاجة إلى الأستناد (أي التباعد اللغوي)... أي اختلاف بنيوي ذي نظام يعيق فهما بينياً. وإن ما يشير إليه بينيكوك (1998، 2001) و كانغاراجاه Canagarajah (1999) وغيرهما بوصفه "مقاومة" ضد لغة استعمارية لهو دليل على هذه الحاجة الملحة للتنوع اللغوي. (ص. 257)

3.5- خامساً: تأثير الفضائيات العربية في الثقافة الجماهيرية والشعبية والهوية الثقافية

تؤدي الفضائيات دوراً في التأثير على الثقافة السائدة في المجتمع وتشكيلها وخلق أنماط جديدة منها. ويفرق الباحثون في مجال الثقافة بين ثلاثة أنواع من الثقافة: الثقافة الراقية High Culture والثقافة الشعبية Popular Culture والثقافة الجماهيرية Mass Culture. والثقافة الراقية هي ثقافة النخبة Elite Culture التي سجلت في الكتب الدراسية والأدبية والفنية، وفي الأعمال الفنية الراقية والتي أنتجت للنخبة المتعلمة. أما الثقافة الشعبية / الفولكلورية فهي تتسم بالتلقائية التي يصنعها الشعب وتنمو نمواً من أسفل إذ تصنعها الجماهير لتعبر بها عن نفسها من خلال مواهب طبيعية لدى الفنان الشعبي.

أما الثقافة الجماهيرية فهي التي تستمد مضمونها من الثقافة الراقية ومن الثقافة الشعبية، وهي منتج من منتجات وسائل الاتصال الجماهيري الراديو والأفلام وكتب التسلية والقصص التلفزيونية والسينما، وهي معدة للاستهلاك الجماهيري.

فالثقافة الجماهيرية هي الرسائل الاتصالية التي تبثها وسائل الإعلام الجماهيري، ولسيت موجهة إلى طبقة محددة ولا إلى مستوى ثقافي أو تعليمي محدد.

يعتمد مضمون الثقافة الجماهيرية على الأغنية والتمثيلية والمسلسلات والفيلم وبرامج المسابقات والرياضة، إنه مضمون ترفيهي مسيطر يخضع لقانون السوق التجاري. ويستدعي تبسيطاً وتسطيحاً للثقافة ويهدف إلى اقتناص أكبر عدد ممكن من الجمهور عن طريق هذا المضمون الترفيهي. وتتسم الرسائل الاتصالية الجماهيرية بالتمائل والسطحية وتعمل على إرضاء أذواق الجماهير وتعمل على تنميطها وتوحيدها، وهي ثقافة مُصطنعة مفروضة على الجماهير من أعلى من قبل وسائل الاتصال الجماهيري .

إن العلاقة بين التلفزيون والثقافة الجماهيرية علاقة تفاعلية، إذ يقوم التلفزيون بضخ مضامينها كمنتجات موجهة إلى الاستهلاك الجماهيري. وباتت هذه الثقافة الجماهيرية تشكل قيماً تفرض نفسها على جمهور المتلقين، وتشكل قيماً أخرى تؤثر على المتصلين،

لقد أصبحت المسلسلات تركز شخصية الجاهل الذي يمتلك الثروة كشخص مقبول للزواج من طبيبة أو مهندسة. لقد أصبحت الرياضة -على سبيل المثال- لها شعبيتها، وهذه الشعبية أصلاً يتم تغذيتها من خلال وسائل الإعلام التي توصلها للجماهير، وهكذا نجد أن الفضائيات تغطي أي حدث رياضي بتفاصيله بينما لا تلقى الأنشطة الثقافية الاهتمام أو التغطيات المناسبة.

وهكذا تقوم وسائل الإعلام بترتيب الأولويات وبناء المسرح وتحديد الممثلين عليه وتطالب الجمهور بالمشاهدة، بأسلوب يمتاز بالمحاصرة والتكرار، مما يجعل الجمهور يقبل على هذه البضاعة الجماهيرية التي تعرض أمامه ويعتاد عليها وأحياناً دون وجود اختيارات كبيرة حتى وإن تعددت الوسائل الإعلامية أو اختلفت، فمضامينها، تكاد تكون متشابهة، لا تتجاوز الترفيه والمزيج من الترفيه.

يناقش آرثر أسا بيرجر (2007) Arthur Asa Berger في كتابه وسائل الإعلام والمتجمع: وجهة نظر نقدية، فرضية الثقافة الجماهيرية والمجتمع الجماهيري، ويضع الفرضية في موضع تساؤل: هل فرضية الثقافة الجماهيرية هي أسطورة أم حقيقة؟ وذلك من خلال استعراض أفكار وفرضيات أمثال Gunther Andres و T.W Adorno الذين قدموا فرضياتهم في الخمسينيات على اعتبار أن وسائل الإعلام والثقافة الشعبية ستقود المجتمع إلى الثقافة الجماهيرية حيث يعيش الأفراد في المجتمع الجماهيري بشكل معزول وفردٍ ويكونون حساسين جداً لرسائل وسائل الإعلام. وبناء على هذه الرؤية فإن وسائل الإعلام تحدد وعي الأفراد.

سوف تقود القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت وشبكات الاتصال الدولية الأخرى إلى تعزيز امتيازات الثقافة الأرستقراطية لمن يملك، مقابل ثقافة المحرومين أي وجود ثقافتين: ثقافة النخبة والثقافة الشعبية أو الجماهيرية، وهذا مناقض ما اقترحه هربرت ماركوز (1998) الذي يرى: "أن المجتمع المعاصر يميل إلى إلغاء امتيازات الثقافة الإقطاعية والأرستقراطية وإلى إلغاء مضمونها في آن واحد. لقد كانت الامتيازات الثقافية تعبر عن كون الحرية مجحفة، وتعبر عن التناقض بين الأيديولوجية والواقع، كما تكشف عن أن هناك هوة بين الإنتاج الفكري والإنتاج المادي، ولكنها كانت تقيم أيضاً ميداناً مغلقاً مسوراً يمكن فيه للحقائق -التابو- أن تعيش وتحافظ على كمالها. أما اليوم فقد تلاشى هذا الانفصال وتلاشى معه التجاوز والوضع في قفص الاتهام، وصحيح أن النص واللهاجة ما يزالان موجودين، ولكن المسافة الفاصلة التي كانت تجعل منها ريتماً آتية من الكواكب الأخرى سوف تختفي". (ص.ص 100-101)

3.6- سادساً: الفضائيات والعادات والسلوك والقيم الطارئة:

يدرك المرء أن وسائل الإعلام عموماً لها دورها في التنشئة الاجتماعية وتأثيراتها على الأفراد والجماعات والمجتمعات في مجالات القيم والعادات والسلوك. وإذا كنا نعرف بأن



الفرد هو نتاج تنشئته الاجتماعية، إذن فوسائل الإعلام لها تأثيرها الفاعل في شخصية الفرد وبنائه النفسي والاجتماعي. ومن ثم فإن ما تعرضه الفضائيات من برامج تستهدف الأطفال كما تستهدف الكبار. وتحمل في طياتها كميات من العنف والجريمة والقيم الغريبة عن قيم وسلوك وعادات المجتمعات العربية .

ولكن آثار العولمة الثقافية في الفضاء العربي كما يرى نهاد الموسى ، (2007) ما تزال تشهد امتداداً وازدياداً ؛ تستعيرها الفضائيات العربية ، أو تحتذي على مثالها ، ويشغف بها قطاع عريض من الناشئة . وغدت أفلام العنف و " الحدثان -Action " بأساليبها البهلوانية ومنطوياتها العدوانية ، والمسلسلات التي تتمحور على المواعدة والمرودة ومهرجانات عروض الزعيق الذي يصم الأذان ، غداً ذلك كله ونظائره يستحوذ على الناشئة ويأخذهم إلى عوالم من الرؤى والمفاهيم والاتجاهات ويستدرجهم إلى غربة ثقافية مرعبة وقطيعة مع المعرفي والجمالي والإنساني في ثقافتهم وتراثهم وأسئلة حاضرتهم ووجودهم . (نهاد الموسى ، 2007-ص 170)

إن ما تقدمه الفضائيات من برامج ومواد ذات مضامين مختلفة وتخدم أجناساً مختلفة تحمل معها قيماً وعادات وأنماطاً من السلوك تترك آثارها على الفرد والمجتمع على المدى البعيد تستهدف الأطفال والشباب كما تستهدف الكبار، من عدة زوايا من بينها :

1. أنها تعرض أنماطاً من السلوك (الإيجابي والسلبي) القابل للاحتذاء.
2. وتخلق لدى الجمهور أذواقاً جديدة في التعامل مع الفن - خصوصاً في مجال الغناء والموسقى - متأثرين بما يتم عرضه وتكراره في الفضائيات.
3. وتعرض وجهات نظر وقيماً متناقضة من محطات دينية وإخبارية إلى محطات رقص وعري وجنس وبذاءة.
4. وتسهم في التأثير على الرأي العام في القضايا الوطنية والقومية وخصوصاً فئة الشباب.
5. وتحمل في طياتها القيم الغريبة عن مجتمعاتنا التي -تعزز في أحيان كثيرة روح الفردية والاستلاب .

مثل هذه التأثيرات ستغير نسيج المجتمعات العربية ببطء ولكنها تأثيرات تراكمية ستقود مستقبلاً إلى تغييرات نوعية في قيم المجتمعات العربية وسلوكها وعاداتها. ونحن ندرك أن أي هوية ثقافية قابلة للتغيير على امتداد الزمن.

وشاهد الجمهور العربي رزان المغربي مقدمة برامج موسيقية في قناة MBC وهي ترتدي قميصاً زهري اللون مستلقية على سرير والأزهار من حولها، وتقدم برنامج POPS & TOPS في يوم 2000/4/16، وتقدم برنامجها بغنج ودلال، وهي تقدم أغانيها إلى الشباب، والكثير ممن يسمعون الأغاني لا يدركون معانيها. كيف يمكن أن ننظر إلى مثل هذا المشهد من خلال ثقافتنا العربية ؟



وكانت آخر الصرعات في الفضائيات العربية تقديم برامج التلفزيون الواقعي الذي يسلط الكاميرات على مجموعة من الشباب ذكورا وإناثاً يعيشون معا تحت سقف واحد، وهي برامج تجارية لاقيمة لها مثل برنامج على الهوا سوا، و برنامج (الأخ الكبير / الرئيس) Big Brother الرئيس (الأخ

الكبير) وستار أكاديمي، ونمط الحياة الاجتماعي في هذه البرامج لا يمت بصلة إلى قيم مجتمعاتنا. ولعل هذا السبب هو الذي حال دون استمرار برنامج (الأخ الكبير / الرئيس) الذي بدأت القناة الثانية /م.بي. سي MBC بثه من البحرين في شهر شباط 2004 حيث جوبه بمعارضة ومظاهرة أمام البيت الذي يقيمون فيه واضطرت القناة إلى إيقافه في أقل من أسبوعين.

ويرى نهاد الموسى ، (2007) أن: " أخطر ما في هذا " الحصار الفضائي " محموله الثقافي ، ذلك أن الثقافة الكونية التي تبشر بها (العولمة) تلحق بظاهرة الترابط البيئي الكوني الذي يحمل خارج الحدود المحلية الخاصة ، إلى فضاءات محلية خاصة أخرى ، سيل السلع والأفراد والمعرفة والصور والجريمة والمخدرات والجنس والمعتقدات والحركات الاجتماعية ، و" إن انتشار هذه الثقافة في الفضاءات المحلية ذات الثقافات الوطنية أو القومية أو الدينية أو الإثنية يُعدّل من طبيعة هذه الثقافات ويعيد تشكيلها أو يقلقلها ، ولربما آذن بخطر زوالها " .

ولعله ليس من الفضول بل لعله تذكّار نافع أن نستعيد في هذا السياق " ما تقصد إليه محطات الإذاعة والتلفزة " الموجة " - العربية وغير العربية - التي تحترف الانصراف إلى المقطع الشبابي من مجتمعاتنا فلا تبث له على مدار الساعات الأربع والعشرين إلا منتجات " الغريزة " المدمرة لقواعد " العقل " والعلم والمعرفة والقيم الجمالية والأخلاقية الرفيعة" (ص 169)

3.7- سابعاً: تأثير الفضائيات على تدفق المعلومات والأفكار وحدود الحرية والحوار:

إذا كانت وسائل الإعلام ذات مهمات أساسية تتلخص في إنتاج ونقل ونشر الأفكار والمعلومات، فإن السيطرة على الفضائيات، تقترن بالسيطرة على تدفق المعلومات وتداولها ونشر الأفكار والحوار حولها وتقييد الحريات . و لكي تقوم بذلك فإنها تتخفى في أحيان كثيرة تحت مظلة الخصوصية الثقافية، وحماية الثقافة الوطنية والقيم السائدة والتراث، وهذه المبالغة أدت وتؤدي إلى خلق نمط من أنماط الرسائل الإعلامية التي تنظر إلى العالم بعين واحدة هي عين الرقيب أو عين المغربل Gate Keeper، وتحاول ان تفصل مقاييس معينة لما ينشر أو لا ينشر ولما يذاع أو لا يذاع.

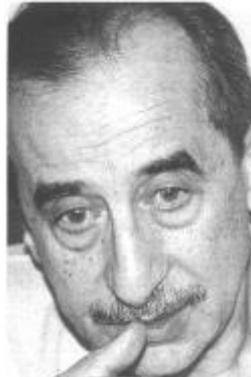
وفضلا عن السيطرة الرسمية على الفضائيات، فهناك نوع آخر من السيطرة الاقتصادية فالفضائيات العربية مثل: MBC،ART وإمبراطورية الأمير وليد بن طلال الإعلامية(روتانا وLBC) وغيرها ، تفرض شروطها على الإنتاج الإعلامي وما يحمله من مضامين وأشكال وبالتالي تفرض شروطها على المبدع والجمهور في آن واحد.

ويفرض الرقيب قائمة من الممنوعات على الانتاج التلفزيوني العربي، جعلت الكاتب والمنتج والمخرج يعدّ عمله وعينه تنظر إلى الفضائيات الخليجية وجيبه تنتظر السوق الخليجي، لذا فإنه سيلتزم بالشروط التي يفرضها الرقيب الخليجي، وهذا يؤدي إلى انتاج الأعمال الدرامية التلفزيونية العربية التي صممت لملاءمة شروط ذلك الرقيب.

وتقدم بعض الفضائيات برامج حوارية يظن البعض أنها تفتح أبواب الحوار بحرية على مصراعيها، ولكن ذلك كله مقيد بشروط ومصالحة المحطة الفضائية ورؤية راعيها



فيصل القاسم



حمدي فنديل



حماد الدين أحمد

وتوجهاته.

وهكذا فان للحرية حدودها المبرمجة سلفاً من مالك القناة الفضائية. فالفضائيات تفتح المجال لنقد القضايا العربية التي لا تختص بمجتمعاتها وإذا تعرضت لنقد في فضائية أخرى فإنها ستكون عرضة للعقاب وما حصل مع قناة الجزيرة في أكثر من بلد عربي خير مثال على ذلك.

ولعل أفضل ما تم استنساخه البرامج الحوارية (مثل الاتجاه المعاكس)، لما وفرت من فرص حوار بين أطراف مختلفة الرأي لم يعدها المشاهد العربي من قبل . وتعتمد برامج وجهات النظر الحوارية التي تقدم (الرأي والرأي الآخر) في كثير منها منطق الرقابة الذاتية، معتمدة على موازين القوى الداخلية والسياسية للمجتمع، بالإضافة إلى تدخل مباشر باختيار من يشارك مباشرة في الحوار، أو سيتدخل هاتفياً في الحوارات، وذلك بناء على ترتيب مسبق من معدي البرامج مع الذين يشاركون فيها.

وتقدم البرامج الحوارية مثل الاتجاه المعاكس لفيصل القاسم ، والنقدية مثل رئيس التحرير لحمدي قنديل، مدخلا جديدا للحراك الفكري والثقافي العربي، وتعزيز الجراءة في طرح القضايا القومية. إلا أن حدود الحوار وأسلوب إدارته تجعل من بعض البرامج غير قادرة على تغطية موضوع الحوار بطريقة أشبه بحوار الطرشان مما يجعلها لا تستوفي شروط الحوار الصحي فيفقد الحوار بذلك أهميته.

3.8-ثامنا:الفضائيات العربية وتحريك الرأي العام العربي.

عصفت أحداث سبتمبر 2001 في واشنطن ونيويورك بالهبة الأميركية، ولكنها أيضاً عصفت بالعرب والمسلمين في الوقت ذاته ، إذ وضعت هذه الأحداث العرب والمسلمين على حد سيف عالمي اسمه مقاومة الإرهاب، وباتت وسائل الإعلام الغربية تعزف عزفا جماعيا على هذا الوتر،الذي قدم العربي والمسلم في صورة الإرهابي المتوحش الهمجي المهدد للسلام العالمي. وفي هذه الأثناء فقدت الانتفاضة بريقها

والدعم العالمي لها ، بل واستشرس شارون وحكومته وخليفته في قمع الانتفاضة اغتياً للقيادات، وتجريفاً للأراضي، وهدماً للمنازل، واعتقالاً للآلاف من الشباب والنساء والاطفال، وإقامة السور العازل ، بدعوى مكافحة الإرهاب. والعالم يسكت على ما تقترفه إسرائيل من جرائم ، ووقفت الدول الغربية موقفاً مسانداً للغزو الإسرائيلي للبنان في صيف 2006 .

ولا شك أن للفضائيات الإخبارية مثل الجزيرة والعربية والنيل للأخبار وغيرها دورها الفاعل في تشخيص حرية الرأي والتعبير عنه وزيادة الوعي في القضايا العامة- وخصوصاً العربية- ومن ثم لها دورها في وضع الأجندة للجمهور وتشكيل الرأي العام. إن المرء الذي عاش مشاعر الإحساس القومي وشاهد تفاعل الشارع العربي مع قضاياها القومية في القرن الماضي يعرف كيف لعبت وسائل الإعلام -وخصوصاً الإذاعة - دورها في تعزيز المشاعر القومية ، ولا يزال أبناء ذلك الجيل يتذكرون قوة إذاعة صوت العرب في التأثير في الشارع العربي .



ويمكن للمرء أن يلحظ كذلك كيف تطور الموقف العربي من رفض كامل لوجود إسرائيل وتسميتها بدلاً من ذلك بالكيان الإسرائيلي أو الصهيوني، إلى تقبلها كأمر واقع ، وأصبح الفدائي يسمى بالناشط والاستشهادي بالانتحاري. ويتذكر العرب كيف استطاعت صور استشهاد محمد الدرة التي تناقلتها الفضائيات

العربية والعالمية أن توحد جماهير العرب إسناداً وتعاطفاً مع انتفاضة الأقصى عام 2000 .

وقامت الفضائيات العربية - وخصوصاً قنوات الجزيرة والعربية وأبو ظبي - خلال حرب العراق وغزو إسرائيل للبنان ومحاكمة صدام بدور مهم في نقل ما يجري. وما زالت هذه المحطات تقوم بدور في تغطية الانتفاضة وأعمال المقاومة والوضع العراقي ، وأصبحت هذه المحطات ذات قدرة على استقطاب الجمهور العربي من المحيط الى الخليج وفي المهجر، وتحققت قدرتها على التأثير وتحريك الرأي العام العربي الذي كان يشكل دوماً هاجساً يؤرق الإدارة الأميركية لموقفه منها . مما جعل الولايات المتحدة توجه نقداً لهذه المحطات وتتهمها بالتحيز. وخصوصاً أنه لأول مرة تصبح هناك وسائل اتصال عربية ذات قدرة لفرض تقاريرها وصورها على وكالات الأنباء وشبكات التلفزة العالمية.

ولا شك أن مقدرة الفضائيات العربية على توحيد الرأي العام العربي أوخلق رأي عام عربي جديد

أمران يسهمان في تعزيز الهوية القومية وتوثيق روابطها .

ومن جانب آخرسوف توفر قاعدة تؤثر عملياً في خلق نخبة عالمية قادرة على التفاعل لخلق رأي عام عربي دولي جديد ، وخصوصاً فيما يتعلق بالمشكلات الدولية والقضايا الاقتصادية العالمية، ويمكن أن يكون لهذه النخبة - بوصفها قادة رأي في مجتمعاتها- دور كبير في التأثير على مجتمعاتها.

وهنا يمكن القول إن الحديث عن رأي عام دولي عربي في القضايا الدولية ذات الطبيعة غير الجدلية والإنسانية مثل قضايا البيئة، والحريات والديمقراطية، سيكون ممكناً تشكيهه مستقبلاً، ما دام موضوعها لا يتعارض مع الهموم أو المصالح القومية، ولا يؤثر في الخصوصية الثقافية في المجتمع. وفي إطار تشبيك العالم عبر الفضائيات وشبكة الإنترنت في عالم القرية العالمية فإن الفرص أمام النخب العالمية للاتصال والتفاعل الإنساني سوف تزداد، ولكن ذلك سيؤدي إلى مزيد من الحوارات والاعتمادية المتبادلة في الحصول على المعلومات وتوفيرها للنخب السياسية والثقافية والعلمية والتكنوقراط. وسيقود ذلك إلى ثقافة أكثر انفتاحاً ، و يتيح للهوية الثقافية / القومية تفاعلاً خصباً ويعزز حضورها العالمي .

3.9 تاسعاً: الفضائيات والتذوق الفني في مجال الموسيقى والأغاني :

استطاعت الإذاعة - في الماضي- أن تقوم بدور مهم في زيادة وعي الجمهور الفني، وخلق قاعدة جماهيرية واسعة من المحيط إلى الخليج تستمع إلى أم كلثوم وعبد الوهاب وفيروز وعبد الحليم حافظ وفريد الأطرش ووردة وغيرهم. ومع زيادة شعبية هؤلاء وتكرار أغانياتهم أصبحت الأغنية العربية أكثر الرسائل العربية شعبية ووصولاً إلى الجماهير العربية، واستطاعت الأغنية أن تسهم في صياغة الوجدان العربي المشترك، وتؤثر في لغة الخطاب اليومي للإنسان العربي وباتت مفردات الأغنيات تتردد على أفواه الناس وتستخدم في حديثهم اليومي.

أما اليوم فإن الأغاني- المعروفة بالشبابية - صارت فارغة من المضمون تلك التي تذيئها الإذاعات والفضائيات العربية وتنتشر عبر الأفلام السينمائية وأشرطة الكاسيت والأقراص المدمجة وال MP3 .

وهذا النوع من الأغاني التي تجد طريقها من خلال (الفيديو كليب) تسهم في إفساد الذوق بكلماتها الهابطة، وفقدانها للشعرية التي امتازت بها الأغنية العربية، حيث بات يغلب على كلماتها النزعة الفردية والغرق في أغاني الحب المهزوم. وباتت تعتمد على الإثارة

الجسدية والرقص الخليع المرافق للأغنية مهما يكن مضمونها، حتى الأغنية الباكية على هجر الحبيب نراها مصحوبة بالابتهاج والأداء الراقص . يفتقد الفيديو كليب في أكثر نماذجه إلى اللياقة والتهديب المعهود في المجتمع العربي ، فهو تجارة بجسد المرأة العارية التي تتمايل لتهز الجسد ومعها تهتز القيم . ناهيك عن البذاءة التي نشاهدها في رسائل sms، المدونة على الشاشات، ولا تكتفي بنزع الخصوصية عن علاقات الناس، بل تتعداه إلى الإساءة إلى أذواق الناس ومشاعرهم وانتماءاتهم.

وعندما تسهم الفضائيات في ترويج هذا النمط السطحي، فإنها تسقط في شرك الاستهلاكية وإفساد الذوق الفني، ولا تبذل جهداً بمحاولة الارتفاع بالذوق العام، والارتقاء بالذائقة الشعبية، التي يمكن توجيهها والتخطيط لها عبر وسائل الإعلام المختلفة.

وترى فريدة النقاش (33-ص- 2004) أن تسلل الفن الهابط لمغنين من الفن الشعبي هو من ظواهر ما بعد الحداثة وتقول: "وتطرفت بعض اتجاهات ما بعد الحداثة قائلة بنهاية الفن وتلاشي الحدود بينه وبين الواقع فكل شيء في الحياة هو قطعة فنية. وسوف نلاحظ نمواً لمثل هذا التوجه إلى الثقافة الشعبية في حالة الإقبال الهائل على نوعية الغناء التي يقدمها في بلادنا كل من "أحمد عدوية" و"شعبان عبد الرحيم" و"حسن الأسمر" والتعاطي الثقافي معها بجدية في محاولة لاستخلاص المعنى من هذه الموجه بخصائصها كما فعل المخرج "داود عبد السيد" حين اختار عبد الرحيم واحداً من أبطال فيلمه موطن ومخبر وحرامي، وكما تقول لنا أرقام توزيع أشرطة الكاسيت التي ينتجها" (ص 33) ومن يستمع إلى شعبان عبد الرحيم مغنياً ومتحدثاً سوف يتساءل عن الموهبة المتميزة التي يمتلكها وعن أي ذوق تفرضه وسائل الإعلام على الجمهور".

3.10- عاشرًا: الإعلان التلفزيوني: الصورة الخادعة والكلمة المراوغة:

تعتمد الفضائيات الآن اعتماداً كبيراً على الإعلان المتكرر ضمن البث اليومي الذي يعرض في أحيان كثيرة برامجنا المفضلة أو البرامج ذات الشعبية الكبيرة. والإعلان ليس مجرد ترويج لسلعة أو خدمة ما، إنه يحمل في طياته ثقافة: إذ أنه يحمل معه ثقافة مُصدر السلعة وثقافة المعلن وثقافة مصنع الإعلان. والقليل من ينظر إلى الإعلان كمادة ثقافية تتجاوز رسالتها التسويقية.

وتوظف الإعلانات الصورة الجميلة والمثيرة للانتباه وتعتمد على استغلال جسد المرأة والموسيقى والرقص كي تكون رسالة مغرية لشراء السلعة.

ورسالة الإعلان عبارة عن كلمات تحمل غموضاً وتراوغ في معانيها. ولنأخذ أمثلة من بعض ما نسمع أو نشاهد يومياً ونحلل كلمات أي إعلان، لعل ذلك يرشدنا إلى طريقة استخدام اللغة التي تحاول أن تستميل مشاهديها أو قارئها ... ولكنها لغة إذا لم تكن صادقة فإنها لغة تفتقد إلى قدرتنا على التثبت من صحة مضمونها، فكيف نثبت صحة ما تدعيه؟

وبمراجعة إعلانات التلفزيون التي تستخدم الكلمة والصورة والحركة والموسيقى نرى إلى أي حد يمكن لهذه الإعلانات بصورها الخادعة وكلماتها المراوغة واعتمادها على إثارة الغرائز أحياناً، فتتسلل إلى عقول الناس ويتخذون قراراتهم بناء عليها وتصبح جزءاً من حياتهم اليومية. أن تخلق عند المشاهدين حاجات ليست ضرورية وتعودهم على استهلاك ما لا حاجة لهم به. فهي بذلك تخلق أنماطاً جديدة من الحياة في المأكل والملبس والشراب والحاجات.

وقد شاهد الجمهور العربي أشكالاً من الإعلانات التي تجرح الذوق العام مثل الإعلانات عن أدوية القدرة الجنسية (الفياجرا أو ما شابه) والفوط النسائية ... إلخ.

ونحن ندرك أن الإعلان ذو بعد اقتصادي لا تخفى جوانبه من حيث تنشيط الحركة الاقتصادية. لكن هذا الجانب يحمل معه بعداً ذا أثر سيء، من حيث إشاعة النمط الاستهلاكي في مجتمعات غير منتجة، وتعويد الناس على شراء سلع كمالية، مما يشكل فيما بعد عادات تتسلل إلى ثقافة الناس وحياتهم الفردية، وتصبح جزءاً من هويتهم.

3.11-حادي عشر : الفضائيات والترفيه.

لا شك أن هدف الربح، سيظل عنصراً أساسياً بالنسبة للفضائيات الخاصة ، لأنه يدعم حياتها، ويعطيها حافز الاستمرار والتقدم. ولهذا نتوقع أن تزداد رغبة الفضائيات الخاصة وقدرتها على توفير التسلية المنزلية للأطفال واليافعين والراشدين في آن واحد.

ويجب النظر بجدية إلى تأثير هذه النوعية من البرامج الترفيهية، على حياة الأفراد واستغلالهم للوقت، وتأثيرها في الأنشطة الأخرى وفي الحياة الاجتماعية بشكل عام وتأثير القيم الكامنة فيها وأنماط السلوك.

وتؤدي الفضائيات أدواراً متشابهة وان كانت متفاوتة في ذلك. وبمراجعة ما تقدمه من برامج فإن أي مراقب محايد سيلاحظ حجم الترفيه فيما تبثه، وسيلاحظ كذلك

حجم ما يقدم من برامج غربية تؤدي إلى السلبية والانعزال، وتؤدي إلى تجذير النمط الاستهلاكي عند الناس، وإلى غرس أنماط غربية عن المجتمعات العربية. وهذه النماذج التي تشكل مثلاً أعلى ونماذج للتفوق الأسطوري للغرب تؤدي إلى خلق ثقافة الهروب والعزلة والاستلاب. ولقد نقلت الفضائيات العربية إلى الساحة العربية أشكالاً فنية عديدة من التلفزيونات الأجنبية، فقد تم استنساخ العديد من البرامج الأجنبية بقناع عربي، من خلال إنتاج برامج مسابقات وبرامج ومسابقات المواهب الفنية في الغناء والرقص، وبرامج تلفزيون الواقع، مثل برامج: من سيربح المليون، والحلقة الأضعف، وتحدي الخوف، وسوبر ستار، وستار أكاديمي وغيرها.

وتسعى شركات الإنتاج السينمائي والتلفزيوني والإذاعي، إلى زيادة الإنتاج بالجملة وبأرخص التكاليف، بمضامين نمطية تكاد تكون متكررة، وتخفي عجزها بأشكال جذابة، فمضامين المسلسلات تكاد تتكرر حكاياتها، وتثير انتباه المتلقي من خلال فنون إخراجية وتكنولوجيا عالية الكفاءة، قادرة على جذب الجمهور. أما مادة الإنتاج، فيجب أن تكون مقبولة من الجميع، ولا تثير الجدل إذ إنها تبحث عن سوق تختلف فيه الرؤى والاهتمامات والمصالح والأيدولوجية والقيود لفضائيات تبلغ المئات.

ويسعى الإعلام الفضائي كما نلاحظ إلى استثارة استجابات متشابهة عند أكبر قدر ممكن من الجمهور، متجاهلاً خصائصهم الفردية ورغباتهم وتفضيلاتهم الشخصية وقيمهم وهوياتهم الثقافية. ومن أجل الحصول على مثل هذا الجمهور، يحرص الإعلام الفضائي على تقديم الترفيه لجمهوره، ولا يتيح التركيز على الترفيه في المحطات الفضائية تحقيق الدور الذي يتوقعه التنمويون والمصلحون والقادة من وسائل الإعلام في دعم وتعزيز الهوية القومية، ذلك أن مالكي وسائل الإعلام الفضائي ينظرون إلى جمهورهم بوصفهم زبائن مربحين. ولتحقيق ذلك فإن سعيهم الدائب نحو السيطرة على هذا الجمهور يعتمد على استحوادهم من خلال الترفيه والمزيد من الترفيه، ولا يقابله تحمل مسؤولية واعية حقيقية نحو مصلحة المجتمع أو بما يعزز هويته القومية.

ولا نغالي إذا قلنا بأن أهم المشكلات التي تواجه الثقافة الجماهيرية الآن هو سيطرة الترفيه على مضمون برامج التلفزيونات، بالإضافة إلى أن المواد الثقافية التي تقدمها سطحية للغاية. هذا الترفيه، كما أشار تقرير اليونسكو الذي أشرف على إعداده شون ماكبرايد ورفاقه (1981):

(... مبتذل ونمطي بدرجة تجعله يحد من الخيال بدلا من أن يثريه. وتحمل تأثيرات المصالح التجارية والإعلانية وكذلك ما يقره البيروقراطيون من كل نوع من التزام ثقافي عقيم، مخاطر تسطيح وإفقار وتجويف الحياة الثقافية، وليست هذه هي أوجه التناقض،

ففي بعض الأحيان أدت الفرص الجديدة المتاحة إلى إثارة الإبداع الخلاق لدى الأفراد، وأدت في أحيان أخرى إلى تشجيع التقليد والسلبية لدى الجمهور. وقد تأكدت في بعض الأحيان الذاتية الثقافية للأقليات العرقية وغيرها من الأقليات باستغلال السبل الجديدة للتعبير، وان كانت المؤثرات الخارجية قد طغت عليها في أكثر الأحيان. إن المسؤولية الملقاة على عاتق وسائل الإعلام الجماهيرية مسؤولية هائلة -سواء أكان ذلك خيراً أم شراً- ذلك أنها لا تقوم بمجرد نقل الثقافة ونشرها بل بانتقاء محتواها أو ابتداعه). (356 - 366)



4 - رابعاً: خاتمة وتوصيات

لعل من أبرز مظاهر العولمة ذلك الدور الذي يؤديه الاتصال الجماهيري في المجتمعات المعاصرة ، وما ينتج عنه من تحديات وتأثيرات على المجتمعات والشعوب والثقافات القومية وهوياتها.

ولا شك أن مثل هذه التحديات ستظل جزءاً من هموم الاتصال العربي وخصوصاً مع ما يثيره هذا التزاخم من الفضائيات العربية والأجنبية وزخم المنافسة في الفضاء الاتصالي الدولي وما يثيره كل ذلك من تساؤلات حول مستقبل الهوية الثقافية العربية.

إذ إن الهوية لا يمكن أن تكون جامدة وفيها عناصر متغيرة، وإن كانت لديها مجموعة من الثوابت التي تسمها بسمات مميزة ، ومادامت الهوية تعبيراً عن شخصية الناس في حدود الزمان والمكان ، وما دام الناس يتفاعلون في ظل حركة إنسانية لا يمكن عزلها عن الحضارات الأخرى وخصوصاً في عالم اتصالي مفتوحة سماؤه لكل ألوان الثقافات.

ويثير هذا الزخم من المنافسة بين الفضائيات العربية والأجنبية جملة من القضايا التي تحتاج إلى دراسة أعمق وتحليل أشمل لظواهرها لما لها من انعكاسات على الهوية الثقافية والهوية القومية ،

وخصوصاً أن استقبال الفضائيات بات ظاهرة متاحة لمتوسطي الدخل في المجتمعات العربية . ونسبة كبيرة مما تقدمه الفضائيات العربية هي برامج ومواد مصادرها أجنبية وتحديداً من الولايات المتحدة (في مجال الأخبار والدراما السينمائية والتلفزيونية والبرامج الوثائقية والغناء) . و يطغى الترفيه على ما تبثه المحطات الفضائية والتي يدخل ضمنها المسلسلات والأفلام والأغاني وبرامج المسابقات والرياضة.سهّلت الفضائيات العربية التواصل والحوار بين أبناء الأمة العربية ، وهي كغيرها ستقود إلى تعزيز الهويات القومية على مستوى عالمي ، وهو ما أسمىناه بظاهرة القبائل في القرية العالمية . إن هناك مجموعة من الظواهر التي تستأهل الوقوف عندها في مجال تأثيرات الفضائيات على الهوية الثقافية /القومية وهي تتمثل في الجوانب التالية :

أولاً ترابط المجتمع ونقل تراثه:

ثانياً : وتأثير الفضائيات في البعد القومي في ظل فرضية الامبريالية الثقافية:

• في خلق مناخ قومي والإسهام في تعزيزه

• تعزيز الخصوصيات القطرية

ثالثاً الانفتاح على العالمية عبر الفضائيات

رابعاً:تأثير الفضائيات في اللغة العربية والهوية الثقافية.

خامساً رابعاً:تأثير الفضائيات العربية في الثقافة الجماهيرية والشعبية والهوية الثقافية.

سادساً الفضائيات والعادات والسلوك والقيم الطارئة.

سابعاً تأثير الفضائيات على تدفق المعلومات والأفكار وحدود

الحرية والحوار.

ثامناً:الفضائيات العربية وتحريك الرأي العام العربي.

تاسعاً: الفضائيات والتذوق الفني في مجال الموسيقى والأغاني

:

عاشراً: الإعلان التلفزيوني: الصورة الخادعة والكلمة المراوغة:

حادي عشر : الفضائيات والترفيه.

ويظل بعد هذا أن مثل هذه الجوانب تحتاج إلى دراسات أعمق وبحوث ميدانية تستقصي أبعادها .





توصيات :

والمطلوب من الفضائيات كي تؤدي دورا إيجابيا يساعد في تعزيز الهوية الثقافية
ويصونها:

1. برامج ذات معيار عال الجودة.
2. برامج صالحة للتقديم لجميع الناس توفر لهم الأخبار - التعليم - التسلية.
3. برامج تقدم خبرات مشتركة للإسهام في الحس بالموطنة وتعزيز الهوية الوطنية والقومية.
4. تقديم تحليلات شاملة وموثوقة وعميقة وتغطيات لأخبار الشؤون المحلية والدولية، لتعميق وعي المواطن.
5. تعزيز مفاهيم الحاكمية الرشيدة - الديمقراطية- والمجتمع المدني والمسؤولية الاجتماعية للفرد والمؤسسات.

6. وضع موثيق ومعايير تلتزم بها الفضائيات العربية.
7. تعزيز دور الفضائيات الرقابيّ وخصوصاً فيما يتعلق بالأداء الحكومي والمؤسسات العامة مما يكسب الثقة بها.
8. تعزيز وضمان حرية التعبير وتداول المعلومات وإفساح المجال للتفاعل الحر بين المواطنين والفضائيات.
9. العمل على أن تؤدي الفضائيات دورها الثقافي في الربط بين الدولة والشعب.
10. تشجيع الثقافة الفردية ونشرها وتعزيز الإحساس بالهوية القومية.
11. الاهتمام ببرامج الأطفال من حيث المستوى الفني والمضمون اللائق للذات يعززان بناء شخصية الطفل النقدية ويوثقان انتماءهما.
12. تعزيز التنوع وإتاحة فرصة تفاعل الثقافات الفرعية لإغناء الوحدة وكسر الحواجر بين الثقافات الفرعية والثقافة الأم واشتمال البرامج العامة على رسائل تخاطب الأقليات وتعزز انتماءها للجماعة الأم.
13. تعزيز المنافسة والحد من سيطرة الشركات واحتكارها أو الأفراد مما يجعل فرصة التنوع في البرامج وتحمل المسؤولية أكثر حضوراً في الفضائيات.
14. تشجيع المعايير الاجتماعية والأذواق الاجتماعية واحترامها.
15. وضع معايير فنية عالية للأغاني التي تذيعها الفضائيات من حيث المضمون والصوت والإنتاج الملتزم بالأخلاقيات والذوق الاجتماعي.
16. تشجيع إجراء البحوث التي تتناول ما يلي:

- البرامج من حيث المهمة والأداء وهوية المحطة والتعاون مع المؤسسات الأخرى.
- الجمهور من حيث نوعيته، واستقباله للرسائل وثقته بها .
- المؤسسة الإعلامية من حيث بناؤها وثقافتها وشفافيتها وكفاءتها وإبداعها وخدمة المجتمع.



المراجع وقراءات مختارة :

1. إسماعيل صبري عبد الله (2004) (القاهرة: مجلة منتدى الحوار /ع-2 أغسطس 2004 ص7)
2. ألكس ميكشيلي (1993): الهوية ترجمة علي واصف. دمشق دار الوسيم
3. أنتوني جيدنز ، الطريق الثالث تجديد الديمقراطية الاجتماعية . ترجمة أحمد زياد و محمد محي الدين . مراجعة وتقديم : محمد الجوهرى . المجلس الأعلى للثقافة المشرع القومي للترجمة . 1999
4. أنتوني جيدنز (2000) عالم جامع كيف تعيد العولمة تشكيل حياتنا ، ترجمة : عباس كاظم و حسن ناظم . بيروت المركز الثقافي العربي (2000) .
5. برهان غليون (1987)"اغتيال العقل: محنة الثقافة العربية بين السلطة السلفية والتعبية" (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر ص.ص82-83.
6. بسام ضو. (1993) قوة الإعلام الغزو المقنع . مجلة الفكر العربي ، مجلة الإنماء العربي للعلوم الإنسانية ، (معهد الإنماء العربي ، بيروت)
7. بول ريكور (2005) الذات عينها كأخر ترجمة د. جورج زيناتي . بيروت المنظمة العربية للترجمة) .
8. تركي الحمد(1999) ، الثقافة العربية في ظل العولمة. بيروت : دار الساقى ص: 19 ص: 256
9. ج. تيمونز وبيرتس وایمی هاین (2004) . من الحداثة إلى العولمة . ترجمة سمر الشيشكلي (الكويت سلسلة عالم المعرفة 309 نوفمبر 2004) .
10. جان بيير فارنيي (2003) ، عولمة الثقافة ، ترجمة : عبد الجليل الأزدي ، القاهرة الدار المصرية اللبنانية . الطبعة الأولى - يناير.
11. جلال آل أحمد (1999) ، " الابتلاء بالتغرب " ترجمة وتقديم :د. إبراهيم الدسوقي شتا. مصر ، المجلس الأعلى للثقافة.
12. جون توملينسون- الإمبريالية الثقافية) (2004) فرانك جي لتشنر وجون بولي -تحرير (2004) . العولمة الطوفان أو الإنقاذ ؟ الجوانب الثقافية والسياسية والاقتصادية . ترجمة فاضل جتكر .بيروت المنظمة العربية للترجمة . مركز دراسات الوحدة العربية . مارس (2004)
13. جون جوزيف(2007) اللغة والهوية: قومية - إثنية - دينية ترجمة د. عبد النور خرافي(الكويت سلسلة عالم المعرفة 342/أغسطس 2007)
14. جون سنكلير ، إليزابيث جاكا ، ستيوارت كينغهام- (2004) (نظرة هامشية) فرانك جي لتشنر وجون بولي - تحرير (2004) . العولمة الطوفان أو الإنقاذ ؟ الجوانب الثقافية والسياسية والاقتصادية . ترجمة فاضل جتكر .بيروت المنظمة العربية للترجمة . مركز دراسات الوحدة العربية . مارس (2004)
15. جيرار ليكلرك (2004) ، " العولمة الثقافية - الحضارات على المحك " . ترجمة: جورج كتورة . بيروت ، دار الكتاب الجديد المتحدة .
16. حسن الحارثي (2007)- الحياة اللندنية شعبية الفضاء جريدة الغد نشر: 2007 /11/15
17. حسن حنفي: الثقافة العربية بين العولمة والخصوصية (1999) في كتاب العولمة والهوية - تحرير ومراجعة صالح أبو أصعب ، عز الدين المناصرة ، ومحمد عبید الله (1999)العولمة والهوية أوراق المؤتمر العلمي الرابع لكلية الآداب والفنون . عمان ، منشورات جامعة فيلادلفيا
18. د. نجاح كاظم (2002)، العرب وعصر العولمة المعلومات : البعد الخامس ، المركز الثقافي العربي . الطبعة الأولى 2002 .
19. دون ب. أترمان (2003) إعلام جديد، سياسة جديدة؟ من القنوات الفضائية إلى الإنترنت في العالم العربي ترجمة د. عبد الله الكندي(غزة - فلسطين دار الكتاب الجامعي2003)
20. رزان إبراهيم (2003) :خطاب النهضة والتقدم في الرواية العربية المعاصرة (عمان : دار الشروق) .

21. سادكو أوغاتا فرانك جي (2004). **السلم والأمن والعمل الإنساني** (لتشنر وجون بولي) (2004). **العولمة الطوفان أو الإنقاذ؟ الجوانب الثقافية والسياسية والاقتصادية**. ترجمة فاضل جتكر. بيروت المنظمة العربية للترجمة . مركز دراسات الوحدة العربية . مارس (2004)
22. السيد يسين . **الامبراطورية الكونية الصراع ضد الهيمنة الأمريكية** (القاهرة مكتبة الأسرة : دار نهضة مصر للطباعة والنشر) .
23. شاكر عبد الحميد- (2005) **ثقافة الصورة : السلبيات والإيجابيات** (الكويت سلسلة عالم المعرفة 311يناير 2005)
24. شون ماكبرايد ورفاقه (1981): **أصوات متعددة وعالم واحد** (الجزائر : اليونسكو والشركة الوطنية للتوزيع (356 - 366)
25. صالح أبو أصعب ، عز الدين المناصرة ، ومحمد عبيد الله (تحرير ومرجعة) (1999)**العولمة والهوية أوراق المؤتمر العلمي الرابع لكلية الآداب والفنون** . عمان - منشورات جامعة فيلادلفيا .
26. صالح أبو أصعب ورفيقاه (تحرير) (1999) **العولمة والهوية** (عمان - منشورات جامعة فيلادلفيا) .
27. صالح أبوأصعب (1999-ب-): **تحديات الإعلام العربي** (عمان: دار الشروق ص-ص. 88-93)
28. صالح أبوأصعب (أ-1997) **مؤتمر الاتصال والدبلوماسية: آفاق جديدة في عصر المعلوماتية ، المشاركة بورقة "** تحديات الاتصال في القادم: الحالة العربية "، المعهد الدبلوماسي الأردني قسم الصحافة والإعلام/جامعة اليرموك و الرابطة العربية لأساتذة الاتصال ، عمان 6 -1997/9/8.
29. صالح أبوأصعب(1999-أ-): **الاتصال الجماهيري** (عمان: دار الشروق ص-ص. 232-234)
30. صالح أبوأصعب (2005) **استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته** (عمان - دار مجدلاوي للنشر والتوزيع)
31. عبد العزيز الدوري (2000): **الهوية الثقافية العربية والتحديات التي تجابهها** . في كتاب : **النهضة العربية الثانية تحديات وآفاق**. تحرير غسان عبد الخالق عمان مؤسسة عبد الحميد شومان 2000 - ص 113)
32. عبد الله عبدالدايم (1983) **"في سبيل ثقافة عربية ذاتية: الثقافة العربية والتراث"** (بيروت: دار الآداب 1983)
33. عبيد الشقصي (2005) ، **" ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي - الواقع والطموح**. عمان ، جامعة السلطان قابوس
34. العرب وعصر العولمة (2000) **العرب وعصر العولمة : المعلومات البعد الخامس** (بيروت : المركز الثقافي العربي) .
35. علي الخليلي (1997) **النص الموارد في الخطاب الثقافي السياسي**. الخليل : دار المستقبل
36. على حرب (1993) **غزو ثقافي أم فتوحات فكرية ؟ . مجلة الفكر العربي** ، مجلة الإنماء العربي للعلوم الإنسانية ، (معهد الإنماء العربي ، بيروت)
37. فرانك جي . لتشنر وجون بولي (تحرير) (2004) **العولمة الطوفان أم الإنقاذ ؟ الجوانب الثقافية والسياسية والاقتصادية** . ترجمة فاضل جتكر (بيروت المنظمة العربية للترجمة - مركز دراسات الوحدة العربية) .
38. فرانك كيلش (2000) ، **" ثورة الإنفوميديا - الوسائط المعلوماتية وكيف تغير عالمنا وحياتك ؟ "** . ترجمة حسام الدين زكريا . عالم المعرفة (253) . الكويت ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
39. فريدة النقاش (القاهرة: **مجلة منتدى الحوار** /ع-2 أغسطس 2004)
40. فيليب تايلور (2000) ، **" قصف العقول - الدعاية للحرب منذ العالم القديم حتى العصر النووي "** . ترجمة سامي خشبة . عالم المعرفة (256) . الكويت ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب .
41. **القنوات الفضائية العربية في خدمة الثقافة العربية الإسلامية "** (1998) . تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم .
42. كلود حجاج (2003) ، **" إنسان الكلام - مساهمة لسانية في العلوم الإنسانية "** ترجمة : د. رضوان ظاها . بيروت ، دار الطليعة للطباعة والنشر .
43. المؤتمر الثالث لأدباء العرب **توصيات المؤتمر الثالث لأدباء العرب(1957)** . القاهرة من 9-15 ديسمبر (كانون الأول) عام 1957)

44. المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام (2005) ، " الفضائيات العربية ومتغيرات العصر " . مصر، الدار المصرية اللبنانية .
45. مايكل تومبسون ورفيقاه (1997) . **نظرية الثقافة** ترجمة د. علي سيد الصاوي (الكويت سلسلة عالم المعرفة 223) .
46. مايكل كاريذرس (1998) ، " لماذا ينفرد الإنسان بالثقافة ؟ الثقافات البشرية نشأتها وتنوعها " ترجمة : شوقي جلال . عالم المعرفة (229) . الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب .
47. مصطفى المصمودي (1982): **النظام الإعلامي الجديد** (الكويت :المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب) ص- ص 17-19
48. مصطفى حجازي وآخرون(1990) "**ثقافة الطفل العربي بين التغريب والأصالة**" (الرباط: المجلس القومي للثقافة العربية، 1990) ص 17.
49. المنظمة العربية للتنمية والثقافة والعلوم: **الإعلام العربي حاضراً ومستقبلاً** (تونس الالكسيو) ص.ص. 99-111
50. نادية رفعت (القاهرة: **مجلة منتدى الحوار** /ع-2 أغسطس 2004 ص.ص. 35-39)
51. نادية محمود مصطفى (2004) (القاهرة: **مجلة منتدى الحوار** /ع-2 أغسطس 2004 ص21)
52. ناصيف نصار (2000) **النهضة العربية الثانية وتحدي الحرية في كتاب : النهضة العربية الثانية تحديات وآفاق** تحرير غسان عبد الخالق عمان مؤسسة عبد الحميد شومان
53. نبيل على (2001) ، " **الثقافة العربية وعصر المعلومات - رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي** " عالم المعرفة (265) . الكويت ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب .
54. نعوم تشو مسكي (2004) **الهيمنة أم البقاء : السعي الأمريكي إلى السيطرة في العالم** (بيروت : دار الكتاب العربي) .
55. نهاد الموسى ، (2007) **اللغة العربية في العصر الحديث ، قيم الثبوت وقوى التحول** .عمان- دار الشروق للنشر والتوزيع . الطبعة الأولى .
56. نيسبات وابردين وبارتشيا(1991):**الاتجاهات الكبرى عام2000**. ترجمة.العجيلي السيري (مالطة مركز دراسات العالم الإسلامي)
57. هارالد موللر (2005) **تعايش الثقافات مشروع مضاد لهنتغتون** . ترجمة إبراهيم أبو هشيش (بيروت دار الكتاب الجديد المتحدة) .
58. هربرت ماركوز (1998):**الإنسان ذو البعد الواحد**. ترجمة جورج طرابيشي (بيروت : دار الآداب) ص.ص.100-101
59. هيرسكوفتز وياسكوم (1966)"مشكلة الاستقرار والتغيير في الثقافة الإفريقية" في كتاب "**الثقافة الإفريقية: دراسات عناصر الاستمرار والتغيير**" وليم باسكوم وملفيل سكوفتز (محرران)، ترجمة عبد الملك الناشف (بيروت - المكتبة العصرية 1966) ص 22.

60. David Croteau & William Hoynes(2003) p338-239 Media Society 3rd edition Pine Forge Press, London, Publications Sage . 2003

61. Arthur Asa Berger,Media and Society, A Critical Perspective, Second Edition, with illustrations by the Author, Rowman & Littlefield Publishers, Inc., New York, 2007.

62. Denis McQuail(1995):" Mass Communication and the Public Interest: Towards Social Theory for Media Structure and Performance." In Communication Theory Today: Edited by David Crowley and David Mitchell (Cambridge :Polity Press)

63. Everette E. Dennis & John C. Merrill (2006) Media Debates. Great Issues for the Digital Age. Canada: Thomson Wadsworth(pp.225-226)

64. Everette E. Dennis, Media Debates, Great Issues for the Digital Age, Fourth Edition Fordham University, John C. Merrill, University of Missouri, Thomson Wadsworth, Australia, 2006.
65. Hiebert, Ugurait & Bohn . (1978) Mass Media II (New York & London: Longman P. 351
66. Hui Kyong Chun & Thomas Keenan, New media old media, A History and Theory Reader, Edited by Wendy, Routledge, New York, 2006.
67. Jon B. Alterman (1998): New Media New Politics? From satellite Television to the Internet in the Arab World . (Washington D.C.: The Washington Institute For
68. Marshall McLuhan (1989): The Gutenberg Galaxy. (New York: The New American Library).
69. McQuail. D. (1994) Mass Communication Theory: An Introduction (3rd Edition) London: Sage
70. Media, Information & Communication . (California: Sage Publication).
71. Past, Present and Future. (London : University of London) Near East Policy).
72. Patrice Flichy (1995) Dynamics Of Modern Communication: The Shaping and Impact of New Communication Technologies, Translated by Liz Libbrecht (London. Thousand Oaks. New Delhi :SAGE Publications)
73. Philo. Greg (1990). Seeing and Believing: The Influence of Television. Routledge. London.

