



مجلة العلوم الإسلامية

تصدعات الهوية الدينية في ظل القوالب الإعلامية المعاصرة رؤى وتحديات

إعداد

أ.م.د. رعد حميد توفيق البياتي

الجامعة العراقية/كلية العلوم الإسلامية

Abstract:

The public opinion industry aims to isolate the acceptance of a position contrary to the position of the dominant classes, to limit its influence to the maximum extent possible, and to highlight the industry of public opinion as a strategy To practice unilateral politics or to fragment major identities and esteemed ethnicities.

The problem of research: The problem of the current research begins with a main question: Is there an integrative relationship between the ideas of the new media makers and identity and how to preserve them? To determine the problem more precisely, the researcher asked sub-questions:

1. What is the definition of religious identity and the new media and the extent to which Arab identity is influenced by flags and methods of influence.
2. What are the dimensions of providing contemporary media templates for the floor needed to exchange ideas and opinions for all audiences?
3. Are there certain bodies that control the orientation of the ideas, opinions and public opinion of the peoples of the national identity is stable?
4. What is the connection between Arab public opinion and the new media?

المقدمة

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى اله وصحبه أجمعين. فتعد صناعة وبناء الرأي العام في العالم المتحضر من أهم القنوات لتشكيل وتغليب مواقف الطبقات المسيطرة على الطبقات التي أدنى منها أو الطبقات التي تحتاج إلى إخضاع فكري.

إذ تتدخل في عملية ترصين الهوية للشعوب الكثير من المؤثرات الاعلامية واهمها عملية بناء الرأي العام واستقراره وعوامل الحفاظ على الهوية العربية للشعوب، حيث تستهدف صناعة الرأي العام عزل قبول موقف النقيض عن موقف الطبقات المسيطرة، وتحجيم تأثيره إلى أقصى حد ممكن، وتبرز صناعة الرأي العام كإستراتيجية لممارسة السياسة الاحادية او لتفتيت الهويات الكبرى والاثنيات المعتمدة.

مشكلة البحث: تتطرق مشكلة البحث الحالي عبر تساؤل رئيسي يقول: هل هناك علاقة تكاملية بين أفكار صنّاع وسائل الإعلام الجديد والهوية وكيفية الحفاظ عليها؟ ولتحديد المشكلة بصورة أدق طرح الباحث تساؤلات فرعية:

1. ما تعريف الهوية الدينية والإعلام الجديد ومدى تأثير الهوية العربية بالاعلام وأساليب التأثير.
2. ما مديات توفير القوالب الاعلامية المعاصرة للأرضية اللازمة لتبادل الأفكار والآراء لجميع الجماهير؟
3. هل هناك جهات معينة تسيطر على توجيه الأفكار والآراء والرأي العام للشعوب من شأنه استقرار الهوية الوطنية؟
4. ما الارتباط بين الرأي العام العربي ووسائل الإعلام الجديد؟

فرضية البحث: إن تحديد فرضية يعتمد بصورة كاملة على تساؤلات المشكلة وتناولها لجوانب البحث بصورة متكاملة، وعليه افترض الباحث فرضية لبحثه تقول: ان اغلب وسائل الإعلام يقف خلفها موجهين استراتيجيين وصنّاع قرار وأفكار ورأي عام عالمي ومحلي واقليمي، بسبب عودة استعمال نظرية محقنة الابرة ولا سيما في العالم العربي ويرجع ذلك الى ضعف وسائل التوعية من حيث المخططات الغربية بصورة عامة وضعف قادة الرأي في التوجيه الصحيح او وقوعهم هم أيضا تحت طائلة التأثير الاعلامي الممنهج وهو ما يؤدي الى تفتيت وتصعد الهويات الكبرى في المجتمعات العربية.

اهمية البحث: يكتسب البحث أهميته من أهمية الإعلام في استقرار وتحصين الهوية الوطنية للشعوب بحيث أصبح المعزز والموجه لتفكير الشعوب والتجمعات الإنسانية وبه تتقارب الجماعات المتضادة وبه تتباعد

الجماعات المتقاربة والمتوائمة، وذلك عبر وسائل الإعلام ولا سيما بعد دخول ثورة الاتصالات الرقمية، اذ تطور إيصال المعلومة بسرعة لم يعرف تهاهيا من عدمه بحسب التقدم والتطور التقاني.

أهداف البحث: يهدف البحث الى نقاط عدة:

١. إن الإعلام الجديد أصبح الفاعل في كثير من التغيرات التي تمر بها الانسانية ولا سيما العالم العربي.
 ٢. إن الهوية الوطنية تشكل وتتحدد وتتأطر على ضوء ملامك هذا الإعلام ومن يقف ورائه.
 ٣. إن الرأي العام العربي اصبح من حيث التغذية هدف الإعلام الجديد بحيث تشكل الرؤى العامة للشعوب العربية بالاعتماد على فكرة معينة قد يقف ورائها مؤسسات او أحزاب بعينها.
 ٤. ان دور الإعلام الجديد في صياغة التطور الاجتماعي بين الشعوب يمثل احد الأذرع الاخطبوطية للعولمة، والتي تهدف الى نشر الحضارة والثقافة والهوية الغربية على حساب الحضارات الأخرى.
- منهجية البحث: تنتمي هذه الدراسة إلى نمط البحوث النوعية (الكيفية) حيث يذهب فريق من الباحثين إلى القول: إن مجال البحوث الكيفية يبعد كل البعد عن وضع تعريف محدد وقواعد ومعايير محددة يلتزم بها الباحثون، وتعرف البحوث النوعية (الكيفية) بأنها سلسلة من التوقعات والتناقضات والأحكام غير المؤكدة، وعلى الرغم من ذلك توفر البحوث النوعية (الكيفية) العديد من الوسائل التي يمكن من خلالها تعرف كيفية تعامل الأفراد مع عالمهم، وتعتمد هذه البحوث على عدد من الأنظمة مثل النقد الأدبي والعلوم الإنسانية والاجتماعية والتحليل، كما تعتمد على إدراك الباحث ومعرفته بالتقاليد الاجتماعية السائدة تمتاز البحوث النوعية (الكيفية) بمرونة شديدة، فهي لا تحتاج إلى نظام استقصاء دقيق، ومن الممكن ألا يكون الباحث الذي يقوم بتنفيذ البحث منظماً، وفي البحوث النوعية الكيفية لا يوجد مفهوم مطلق للحقيقة قابلة القياس فهو مفهوم يختلف من باحث إلى آخر، وحتى يفهمه الباحث لابد له من النظر إلى كل الأجزاء، وتهدف البحوث الكيفية إلى التوصل إلى تفسير موحد لظاهرة في موقف ما.

هيكلية البحث: يتكون البحث من مقدمة وثلاثة مباحث وخاتمة

المبحث الأول: الإعلام الجديد والهوية الدينية

المبحث الثاني: علاقة الإعلام في تغيير الاتجاهات

المبحث الثالث: انعكاسات القوالب الإعلامية المعاصرة على الهوية الدينية للشعوب.

المبحث الأول

الإعلام الجديد والهوية الدينية

تمهيد:

من المعروف أن تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية هو أمر لازم لا بد منه في كل بحث علمي وذلك من أجل إدراك المعاني والأفكار التي يريد الباحث أن يبحث فيها، ولأهمية التعريف بالمصطلحات يسعني في هذا المقام الحكمة الشهيرة لفولتير^(١) الذي قال فيها: (إذا أردت أن تتحدث معي فعليك بتحديد مصطلحاتك)، وذلك لأن المصطلح أو المفهوم هو وسيلة رمزية يستعين بها الإنسان للتعبير عن المعاني والأفكار المختلفة بُغية توصيلها لغيره من الناس، (وتعد المفاهيم دائماً من الصفات المجردة التي تشترك فيها الأشياء والوقائع والحوادث دون أن تعني واقعة أو حادثة بعينها أو شيئاً بذاته)^(٢).

المطلب الأول: الإعلام الجديد

الإعلام بصورة عامة هو التشارك بالأخبار والأفكار والآراء بين مرسل ومستقبل وقد تبدل الاتجاهات^(٣) تبعاً لأنماط ذلك الإعلام.

إن الإعلام ليس مجرد إعطاء معلومات ومعارف وإنما المقصود هو عملية تغيير اتجاهات وتحريك الجماعات للعمل في اتجاه معين لتحقيق الأهداف المرجوة، وبعبارة أخرى فإن وسائل الإعلام تسهم في بلورة صورة المستقبل، صورة قادرة على دفع الإنسان لعمل ما يجب أن يعمل، وقادرة نوعاً ما على تغيير البنيان الأخلاقي

(١) فولتير (فرانسوا ماري أرويه دي) Voltaire (١٦٩٤، ١٧٧٨): فرنسي الأصل من عائلة برجوازية تعلم في الكلية اليسوعية، كان مزاجه فلسفياً فجاءت أغلب كتاباته الأدبية فلسفية المنحى والتناول، وهو من دعاة الاستبدادية المتنورة، التي تعني: إقبال الملوك على دراسة الفلسفة وقبول أفكار الفلاسفة لتكون أساساً ترتكز عليه الملكية، وأن كانت ملكية مستبدة؛ إلا أنها متنورة بنور الفلاسفة، وأهم مؤلفاته: رسائل فلسفية، رسائل في أدبيات وروح الشعب القاموس الفلسفي لم يعد إلى فرنسا إلا قبل وفاته بشهر واستقبله أهلها. ينظر: عبد المنعم الحفني، موسوعة الفلسفة والفلاسفة، ج ٢ ط ٢، القاهرة، مكتبة مدبولي، ١٩٩٩ م ص ١٠٤٢.

(٢) عبد الباسط حسن، أصول البحث الاجتماعي ط ٤، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٥ م ص ١٥٥.

(٣) الاتجاه: وتعرف الاتجاهات بأنها مجموعة مترابطة من الآراء المستقرة نسبياً، والاتجاه مفهوم يعكس مجموعة من استجابات الفرد، كما تتمثل في سلوكه نحو الموضوعات والمواقف الاجتماعية التي تختلف نحوها استجابات الأفراد نتيجة جدلية هذه الموضوعات، وتتسم استجابات الأفراد بالقبول أو الرفض بدرجات متباينة. ينظر: عزيز حنا داود، و تحسين علي حسين: علم تغيير الاتجاهات، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ب ت، ص ١٦.

للمجتمع^(١)، لكن وبعد حدوث ذلك الانفجار المعرفي والتكنولوجي المتسارع الإيقاع تبين أن الإعلام أصبح لا يقتصر على التشارك في المعلومة فقط، بل أصبح شكل من اشكال النشاط الإنساني بجوانبه كافة، المادية والروحية والتشارك بالفكر والمشاعر والأنشطة المختلفة.

إن الإعلام وبعد ان أصبح رقميا او فضائيا أصبحت حتى تعاريفه قابلة للإضافات المتلاحقة؛ بفعل طرو إضافات تقنية جعلت الإعلام يقوم بجوانب اكثر مما يتصوره المرء في بداية معرفته به.

إن هذه التطورات التكنولوجية الهائلة جعلت الإعلام يرتقي مكانة عالية ولا سيما في العلاقات الاجتماعية بين الشعوب، وجعلته يأخذ أهميته ولاسيما من حيث التأثير والحاجة.

يجب الإقرار بأن الإعلام الجديد الذي تولد من التزاوج ما بين تكنولوجيات الاتصال وطرق البث الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته، تعددت أسماؤه ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد، ويأخذ هذا الاسم لأنه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية، فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات.

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه " اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة "^(٢). وبحسب ليستر: "الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو"^(٣)، ويعرفه قاموس الكمبيوتر عبر مدخلين هما:

• إن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والإنترنت، وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقّالة.

^(١) يُنظر: إبراهيم إمام: الإعلام والاتصال بالجماهير، ط ٢، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1985، ص ٤٣١

⁽²⁾ Definition for New Media, High-Tech Dictionary

<<http://www.computeruser.com/resources/dictionary/dictionary.html>> Accessed: Oct. 2006

⁽³⁾ Dr. Paul Martin Lester, California State University

<<http://commfaculty.fullerton.edu/lester/curriculum/newmedia.html>> Accessed: July. 2006

• المفهوم يشير أيضا إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع⁽¹⁾.

يعرف قاموس الانترنت الموجز تعبير الإعلام الجديد بأنه يشير إلى: " أجهزة الإعلام الرقمية عموما، أو صناعة الصحافة على الإنترنت، وفي أحيان يتضمن التعريف إشارة لأجهزة الإعلام القديمة، وهو هنا تعبير غير إنتقاصي يستخدم أيضا لوصف نظم إعلام تقليدية جديدة: الطباعة، التلفزيون، الراديو، والسينما"⁽²⁾.

يتميز الإعلام الجديد عن القديم بخاصية الحوار بين الطرفين، صاحب الرسالة ومستقبلها، ومع ذلك فإن الفواصل بين الإعلام الجديد والقديم ذابت، لأن القديم نفسه أعيد تكوينه وتحسينه ومراجعته ليلتقي مع الجديد في بعض جوانبه.

كما تضع كلية شريديان التكنولوجية تعريفا عمليا للإعلام الجديد بأنه: كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، لذا هنالك حالتان تميزان الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد والكيفية التي يتم من خلالها الوصول الى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته، وعلى ذلك، يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة الآتية:

- ✓ الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت وتطبيقاتها
- ✓ الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف.
- ✓ نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة كالتفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.
- ✓ الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر، ويتم تداول هذا النوع، اما شبكيا او بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية، وما إليها ويشمل العروض البصرية والعباب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها.

(1) Definition: New Media . Computing Dictionary .

< <http://computing-dictionary.thefreedictionary.com/new+media> > Accessed: Sep. 2006

(2) New Media . Condensed Net Glossary

<http://www.saila.com/usage/glossary/> > Accessed: Sep. 2006.

لهذا يحصر نيغروبونتي^(١) الميزات التي يتحلى بها الإعلام الجديد مقارنة بما سبقه في: استبداله الوحدات المادية بالرقمية، أو البتات بدل الذرات.

من خلال مجموعة التعريفات المختلفة يستشف الباحث استحالة وضع تعريف شامل عن الإعلام الجديد، لأسباب عدة، تبدأ بأن هذا الإعلام هو في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل والتطبيقات والخصائص التي لم تتبلور بشكل كامل وواضح، فهي ما زالت في حالة تطور سريع، وما يبدو اليوم جديدا يصبح قديما في اليوم التالي، وإذا ما أردنا وضع تعريف للإعلام الجديد بناء على الوسائل الجديدة فهي بالتأكيد ستكون قديمة بمجرد ظهور مبتكرات جديدة، وهذا مدعاة لصعوبة وضع تعريف صارم.

يمكن أن نخلص من جملة التعريفات الأولية إلى شبه اتفاق بأن فكرة الجودة يمكن استقراؤها من أن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية والتخصيص، وهما تأتیان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية.

المطلب الثاني: الرأي العام

في المجتمعات الإسلامية يعد الدين الإسلامي الهوية الأساسية والرسمية لها، فهو الانتهاء الحقيقي والرمز ومحور حياة المجتمع، من خلالها يتفاعل أفراد المجتمع، وحينما يضعف التمسك بالدين والالتزام به في نفوس الأفراد يظل هو الهوية المفقودة^(٢) التي نبحت عنها، وذلك بحكم أننا مسلمون أولاً وأخيراً، ولأنه ليس من الممكن أن نختار غير الإسلام هوية ونظل مع ذلك مسلمين، فنحن حينما ابتغينا الإسلام ديناً، فقد ارتضينا هوية^(٣). وهوية المسلم تتمثل في حفاظه على دينه، واعتزازه به وتمسكه بتعاليمه والتزامه بمنهج في صغير الأمور وكبيرها^(٤)، قال تعالى: (إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ)، والدين في المنظور الإسلامي هو النظام أو المنهج الذي يحكم جميع جوانب الحياة^(٥).

(١) Nicholas Negroponte. Being Digital. Publisher Vintage USA 1996. p 37

(٢) سليمان العقيل، بعض مؤشرات الحفاظ على الهوية، مجلة جامعة الملك سعود، المجلد ١٦، ص ٢٤٣.

(٣) علي مذكور، البحث عن هوية تربية، دراسات تربوية، ص ١٠٧.

(٤) بدر البدر، أهمية التعليم في الحفاظ على الهوية الإسلامية، مجلة الجندي المسلم www.jmuslim.naseej.com

(٥) علي مذكور، البحث عن هوية تربية، دراسات تربوية، ص ١٠٧.

فالهوية تعني كامل الانتماء بكل أبعاده المادية والمعنوية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية ولا تقتصر على مجرد الانتماء العصبي أو القبلي أو العنصري أو الجغرافي^(١) فهي تكامل نفسي فكري^(٢) وانتماء جاء تحقيقاً وتطبيقاً لقول الله تعالى: (صِبْغَةَ اللَّهِ وَمَنْ أَحْسَنُ مِنَ اللَّهِ صِبْغَةً)، فالصبغة هي الهوية، والهوية هي الإسلام^(٣) والإسلام يصبغ الإنسان بصبغة خاصة في عقيدته وفكره ومشاعره وتصوراته وآماله وأهدافه وسلوكه وأعماله^(٤) قال القرطبي في تفسيره للآية السابقة: (فسمى الدين صبغة استعارة ومجازاً حيث تظهر أعماله وسمته على المتدين، كما يظهر أثر الصبغ في الثوب)^(٥)

وبعد أن اتضحت الركيزة الأساس للهوية الإسلامية، تليها هنا في الأهمية ركيزة أخرى، وهي اللغة العربية التي اختارها الله لتحمل رسالة السماء الخالدة، فهي لغة القرآن الكريم، ولسان الإسلام. وارتباط اللغة العربية بمصدر الإسلام الأول كتاب الله، جعل لها وثيق الصلة بالهوية الإسلامية، فهي لغة فكر وعقيدة، ولا يفهم الدين، ولا تدرك مقاصده إلا عن طريقها، فهي طريق فهم القرآن والسنة، فأصبحت بذلك إحدى القربات التي يتقرب بها إلى الله تعالى بتعلمها، وقد قرر بعض العلماء أن تعلمها واجب، فما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب.

وقد اشتملت اللغة العربية على كافة أصناف البلاغة والسمو اللغوي، وكان العرب قبل الإسلام يتكلمون على السليقة دون لحن، ولكن بعد بزوغ شمس الإسلام وانتشاره في المعمورة، واختلاط الفاتحين بغيرهم من أصحاب البلاد المفتوحة، ظهرت بوادر اللحن، الأمر الذي دفع الغيورين على دينهم للمسارعة في وضع قواعد تعصم اللسان من الخطأ أو اللحن في كتاب الله، وتساعد على فهمه، فجمعت اللغة وتم ضبطها وتحديد ألفاظها، فأدى ذلك إلى ظهور المعاجم اللغوية ونشأة

(١) محمد النبهان، أزمة البحث عن هوية في مواجهة الحضارة الغربية، المسلمون وحوار الحضارات في العالم المعاصر، مؤسسة آل البيت للمجتمع الملكي لبحوث الحضارة الإسلامية، الدورة العاشرة.

(٢) جمال سلطان، ندوة عن "هويتنا الإسلامية" بين التحديات والانطلاق "الحلقة الثانية"، مجلة البيان، العدد ١٢٩، جمادى الأولى، ١٤١٩هـ.

(٣) سليمان العقيل، بعض مؤشرات الحفاظ على الهوية، مجلة الملك سعود، المجلد ١٦، ص ٤٣.

(٤) عمر الأشقر، معالم الشخصية الإسلامية، ص ١٩.

(٥) محمد القرطبي، الجامع لأحكام القرآن، ١٤٤/٢.

وازدهار علوم اللغة العربية، وظهرت المؤلفات في النحو والصرف والعروض... وبذا أصبحت اللغة العربية أداة مثلى لنشر الفكر الإسلامي، وركيزة مهمة للهوية الإسلامية، التي جمعت بين أجناس وشعوب، ووحدت بينها تحت راية الإسلام.

والهوية بشكل عام والإسلامية بشكل خاص هي جماع ثلاث ركائز تتمثل فيما يلي:
أولاً: العقيدة التي توفر رؤية كونية (عقيدة التوحيد)

ثانياً: اللسان الذي يجري التعبير فيه. "اللسان العربي الذي اتخذ القرآن لساناً.

ثالثاً: التراث الثقافي ذو المدى الطويل. (المرتبط بوجود المسلم بفكره وقيمه وعاداته وتقاليده)^(١)

وجميع ذلك له انعكاس كبير على الراي العام للشعوب ومدى استقراره، اذ بدأت أهمية الراي العام في الثلاثينيات من القرن العشرين اذ تناما الاهتمام الجدي بهذا المفهوم واستخداماته ولا سيما في السياسة والاقتصاد والدعوة الى العقائد والأفكار، واصبح يحتل مكانا مرموقا في جميع دول العالم على الرغم من الاختلافات السياسية والنظم الدولية وذلك على مستوى النظرية والتطبيق.

إن الراي العام كعلم اصبح له استقلالية إعلامية وعلمية ومعرفية؛ لاهميته المعاصرة اذ صارت له نظرياته وتقنياته المختلفة وأساليب قياسه وقياس عناصره، وجرى الاهتمام بالعناصر المساعدة على توجيهه كما أصبح من المواد المهمة التي تدرس في العلوم الاجتماعية والإعلامية في جامعات مختلفة، وقد بالغت بعضها الى جعل هذا التخصص له كليات بعينها، كما أصبح بعض مراكز البحوث تُعول عليه في كثير من استبياناتها وتوجهاتها، اذ دعا ذلك من له غاية بهذا المفهوم الى تطويعه ليتلاءم مع أحزاب وسياسات او أيولوجيات معينة.

فضلا عن ذلك الاهتمام بالراي العام لدى جميع المنظمات الدولية والإقليمية، والمهم في ذلك التعرف على الآراء والاتجاهات فيما تقدمه من خدمات الاندماج^(٢)، ولو أراد باحث يتحرى الموضوعية في التعاريف الوصول الى تعريف جامع مانع لمفهوم الراي العام لما توصل الى تلك الدرجة من الرضا عن تعريف محدد؛ وذلك بسبب وجود اتجاهين لتعريف الراي العام في الوقت الحاضر:

(١) أحمد عبد السلام، الاتصال اللغوي بين الشباب المسلم في ظروف العولمة، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، بحوث المؤتمر العالمي التاسع، ص ٤١١.

(٢) يُنظر: مصطفى انطاكي، رؤى واستشرافات مستقبلية حول الاعلام، مركز الدراسات الاستراتيجية، دمشق ٢٠٠٥، ص ١١١

١. الاتجاه التقليدي الذي ساد في القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين ويرى هذا الاتجاه أن الرأي العام هو: مجموعة من الآراء التي يتمسك بها الأفراد والتي تتعلق بأمور تؤثر وتهم المجتمع.
٢. الاتجاه الحديث ويرى أصحاب هذا الاتجاه أن عبارة الرأي العام تعطي معناها بالإشارة الى وضع فردي متعدد فيه يعبر الأفراد عن أنفسهم او يمكن ان يدعو للتعبير عن أنفسهم للتأييد والإسناد او عدم التأييد لمعارضة بعض الأحوال او الأشخاص او المقترحات ذات الأهمية الواسعة الانتشار، بحيث يؤدي ذلك الى احتمال التأثير بصورة مباشرة او غير مباشرة في العمل نحو الموضوع المقصود.
- إن الرأي العام هو الرأي الغالب او الاعتقاد السائد او الإجماع على الآراء او الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب او الجمهور تجاه امر او ظاهرة او قضية او حدث او موضوع معين يدور حوله الجدل، وهذا الإجماع له قوة وتأثير على القضية او الموضوع الذي يتعلق به^(١).
- كما يظهر ان لكل رأي عام على الساحة السياسية او الدينية او الساحات الأخرى يجب ان تتوفر فيه عناصر عدة هي:
 ١. الجمهور^(٢) وهم محور الرأي العام الذي يحدد اتجاهات الرأي العام اذ الجمهور هم اصحاب المصلحة الحقيقية في تحديد السلوك الاجتماعي.
 ٢. البيئة: اذ هي التي تضخم التوجه او تسوفه وتتنوع ما بين الاثنيات الثقافية او الدينية او القومية او العرقية.
 ٣. الحاجات النفسية: وهي التي تبرز تكتلات الرأي العام والتوجهات كالتحديات العقائدية او السياسية او الاقتصادية.
 ٤. المستوى الثقافي للانسان وهذا العنصر ضروري في تحديد سلوك الناس حول رأي معين او وجهة محددة.

(١) يُنظر: وجيه الشيخ، الاعلام والدعاية، دمشق، ١٩٩٣، ص ٢٢٨.

(٢) يُعرف الجمهور لغة: بأنه الرمل الكثير الواسع المتراكم، وجماهير الناس وجلهم والجماهير: الضخم من الأشياء. وهو في الاصطلاح كما لُخص: بأن الجمهور مجمله، ويقال: (الجمهور هو معظم كل شيء). وقيل مجموعة كثيرة من الناس في المجالات والطبقات كافة. يُنظر: أبو البقاء أيوب بن موسى الحسيني اللغوي، (ت ١٠٩٤ هـ)، الكليات، معجم من المصطلحات والفروق اللغوية ٢، لبنان، المنده للطبع والنشر فهارسه، عدنان درويش ومحمد المصري، مؤسسة الرسالة بيروت ١٤١٩ هـ - ١٩٩٨ م ص ٣٣١. ويُنظر: جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، بيروت، دار الفكر العربي، ١٩٧٥ م ص ٤٧.

المبحث الثاني

علاقة الإعلام في تغيير الاتجاهات

المطلب الأول: الفواعل الرئيسية في تغيير الاتجاهات

بعد ان أصبحت وسائل الإعلام الجديد كالانترنت والقنوات الفضائية الى غيرها هي الفاعل والجهة الرئيسية في تعبئة الشارع العالمي والمحلي، وبعد ان تفككت سيطرة الدولة بمختلف درجات تطورها الدعائي، وبعد ان افرز لنا الإعلام الجديد أشخاص وجماعات يمكنهم استعمال هذا الإعلام لتشارك المعلومة وطبيعة التأثير على تداعيات الهوية الدينية للشعوب وتشكيل الرأي العام وطبيعة المساهمين فيه⁽¹⁾، وهذا التشكل والتغولب ولا سيما للرأي العام العربي تحدد عبر اطر وأساليب، هي:

١. تنامي ظاهرة العولمة، اذ بعد ظهور مجتمع المعرفة والمعلومة بعد التطور الهائل في وسائل الاتصال الرقمي، ادى ذلك الى تحويل العالم الى طابع العالم الرقمي الافتراضي، وشهد العالم على أثرها موجة تعبوية نحو الديمقراطية والتوجه نحو الاقتصاد ورأس المال، وجميع ذلك اثر سلبا على الجانب القيمي والعقائدي للشعوب، حيث اصبح الفرد حرا في التلقي بلا قيود تحد من انسيابية المعلومات الوافدة اليه إن كانت سياسية او دينية او فكرية وهذا مما حد من سيطرة النظم الشمولية ومرحلة الطاعة العمياء للدولة او للمؤسسة بتخصصاتها كافة، وموقع الفيس بوك اقرب دليل على ذلك، اذ اصبح يقوم بدور يفوق في أهميته التوجيهية والتعبوية عن دور المسجد (او الخطاب الديني بصورة عامة)، في حشد الجماهير، والثورات العربية الأخيرة تدلل على ذلك.

ان العالم اليوم وبعد تنامي العولمة ولا سيما في الإعلام المعولم اصبح عرضة للدلجة المقصودة من قبل رساميل الاقتصاد العالمي الذين يؤقلمون (يُهيكلون) الشعوب تبعا لسوق العرض والطلب، وهذا الاقلمة تكون عبر خلق رأي عام محلي لتلك الأقاليم، تتحدد على ضوئه تلك الاقاليم ديموغرافيا.

٢. تسارع تطور الإعلام الجديد، اذ بعد ثورة المعلومات العالمية برزت ثلاثة عناصر رئيسة أثرت على الرأي العام، وهي المعلومات، والفضاء الالكتروني، والطابع الالكتروني للمعلومات، فالمعلومة هي محور ثورة المعلومات وهي التي دارت حولها الاكتشافات التكنولوجية وتتنافس على مدى سرعة استقبالها وارسالها، اما

(١) ادهم عدنان طيبيل، الاعلام الحديث في ظل العولمة، ٢٠٠٧/٥/٢، على الرابط

الفضاء الإلكتروني فهي الصورة الافتراضية التي بدأت تتنامى في عقلية الانسان عاما بعد عام عن وجود عالم افتراضي رقمي يتم التبادل والتعامل والتعارف من خلاله على الآخر، ويتم البيع والشراء ومعاملات الحياة الأخرى^(١).

اذ اصبح هذا المصطلح يشير الى مكان افتراضي بعيد عن العالم المادي الطبيعي حيث يصير مستخدم هذا العلم فرد مادي متعلق بعالم الافتراض الرقمي، وتقرب العلاقة بين العالم المادي والعالم الرقمي بحيث يحصل مستخدمو الكمبيوتر على خبرات لا وجود لها يكتسبونها عن طريق هذا الاستخدام فتؤثر تلك المكونات الرقمية الالكترونية على العالم الواقعي المادي، وتصبح القيمة الحقيقية للفضاء الإلكتروني هي القدرة على الاستفادة من كم المعلومات الموجودة في داخله^(٢).

المطلب الثاني: الأسباب المساعدة في تشكيل الهوية الوطنية والرأي العام

يعد بناء واستقرار الهوية والرأي العام من أهم القنوات لتلميع موقف الطبقات المسيطرة (السياسية، الاقتصادية)، والإسهام في التأثير على شرائح أو فئات المجتمع من خلال كل الممارسات الاجتماعية والثقافية القادرة باختلاف أوضاعها ومصالحها الآنية والمستقبلية على صناعة الرأي العام.

تبرز أهمية او قيمة الرأي العام كإستراتيجية لممارسة السياسة، حين تكون موازين القوى مختلة (بين السياسيين او الاقتصاديين او بين السياسيين والاقتصاديين) لمصلحة الطبقات المسيطرة سياسيا، وعليه ينشئ الرأي العام من:

١. المرجعيات الدينية والثقافية والمهنية: اذ تشكل "المرجعيات" الدينية والثقافية والمهنية من مؤسسات معنوية وفي غالب الأحيان من أشخاص ذاتيين، وتكون هذه "المرجعيات" ذات مشروعية ترتبط بانتماء عائلي، قبلي، طرقي، أو بعلم، أو بكفاءة، وهذا الانتماء أو العلم أو الكفاءة يمكن أن تكون حقيقية أو مدعاة أو مكتسبة عبر تركيزها إعلاميا ومؤسساتيا، فليس غريبا أن يصبح بعض "المتخصصين" هم أصحاب القول "الفصل" في كل

^(١) يُنظر: على محمد رحومة، علم الاجتماع الالي، سلسلة عالم المعرفة، المجلس للثقافة والفنون والادب، الكويت، ٢٠٠٨، ص ٤٥.

^(٢) يُنظر: حسن مظفر الرزق، "الفضاء المعلوماتي"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت ٢٠٠٧ ص ص ٢١٣-٢٢٣،

and: " Air & Space Power Dominant Air, Space, and Cyberspace Operations(8) Lt Col Paul D. Berg," Journal, Summer Issue - 2007.

ما يتعلق بقضايا الوطن التي من المفروض أن تكون قضايا التنظيمات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية المعبرة عن مختلف مكوناته.

٢. مراكز الدراسات والأبحاث: تلعب مراكز الأبحاث والدراسات المتخصصة أدواراً مهمة في تشكيل الرأي العام من خلال النتائج التي تنشرها في أوساط النخب، وفي غالب الأحيان، تنتج هذه المراكز دراسات وأبحاثها في "استقلال" عن مؤسسات الدولة، وتصبح أرقام هذه المراكز وخلصتها منطلقاً لعمل النخب في تأطير المجتمع وتوجيهه بوعي أو دونه، ولا يحد من الهيمنة المطلقة لهذه المراكز إلا ظهور مراكز مستقلة فعليا تمارس الدراسة والبحث من منطلق علمي، يتقصى الحقيقة النسبية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية.

٣. وسائل الإعلام السمعية البصرية والمكتوبة: إن تعدد وسائل الإعلام لا يعني بالضرورة حرية الرأي والتعبير، بل إن إغراق السوق بالصحف والمجلات والقنوات يمكن أن يكون وسيلة من وسائل تعويم حرية الرأي والتعبير (وذلك لأن ملاك هذه الوسائل يحملون أفكاراً ذاتية)، فلا استقرار لرأي واحد بل ان الغلبة في تشكيل رأي معين يكون لمن له الصدارة في خداع البصر واللعب على العواطف.

٤. التظاهرات واستعراض القوى: تتميز التنظيمات السياسية باستعمال الاستعراض كوسيط لترهيب المجتمع، وهذا الأسلوب يتم اللجوء له من طرف صنّاع الرأي العام كذلك، من أجل خلق حالة من الرعب تجاه قوى معينة، هذا ليس معناه أننا ننفي خطورة هذه القوى على تقدم المجتمع بل العكس هو الصحيح، لكن المنطلق يختلف^(١)، لهذا يرى "صموئيل بيكر: أن دور الإعلام الأساسي هو خدمة النظام السياسي التي تتجلى بتسهيل التماسك الاجتماعي، وتفسير المجتمع لنفسه، وخدمة النظام الاقتصادي^(٢).

(١) يُنظر: حميد الهاشمي الجزولي، الحوار المتمدن - العدد: ٩٦٩ - ٢٠٠٤ / ٩ / ٢٧ - ١١:٥٠ على الرابط:

<http://www.alahwer.org/debatq/show.art>

(٢) يُنظر: فؤاد عبد السلام: الإعلام والصراع العالمي، القاهرة: مكتبة الفكر العربي، دت، ص ١٦.

المبحث الثالث

انعكاسات القوالب الإعلامية المعاصرة على الهوية الدينية للشعوب

المطلب الأول: تشكل الهويات في العالم العربي

لا يستطيع منصف أن يتجاهل حقائق الأرقام حول صناعة الإعلام، ومدى تأثيرها في الحياة العامة وبناء الأفكار والتوجهات وتشكيل الآراء الموحدة، ففي آخر إحصائية رسمية مسجلة بنهاية عام ٢٠١٠م، بلغ عدد الهيئات العربية التي تبث أو تعيد بث قنوات فضائية على شبكاتها ٤٧٠ هيئة منها ٢٦ هيئة حكومية، و ٤٤٤ هيئة خاصة، وهي تبث أو تعيد بث ٧٣٣ قناة متعددة الأهداف ومختلفة الأصناف والأطراف، مستعملة في ذلك سبعة عشر قمرًا صناعيًا^(١)

ولو أردنا التدليل على مدى استطاعة الإعلام الاستحواذ على تغذية الرأي العام العربي والتفرد بتزويد الجماهير بالمعلومة والفكرة والرأي والاستشارة، هو أن الجمهور المصري من عام ٢٠٠١م، تبلغ نسبة متابعته للقنوات الفضائية بشكل إجمالي ٩٩/٥% منهم ٥٠/٢% بصفة منتظمة وأن هذه الشريحة في ازدياد منذ ذلك العام إلى أن وصلت إلى ٧٥%، هذا العام ٢٠١١م^(٢).

كما أن نسبة المشتركين العرب في موقع face book بلغ قبل الثورات العربية مباشرة وبنهاية ديسمبر ٢٠١٠م، نحو ٢١/٣ مليون مشترك، ونضاعف هذا العدد بنهاية عام ٢٠١١م^(٣).

لقد تخطى الإعلام دور المؤثر على الرأي العام ليتحول إلى صانع مهم له، وأصبح أخطر الأدوات التي تشكل الخريطة الفكرية والثقافية على حد سواء مع الخريطة السياسية والاقتصادية والعسكرية التي تسود العالم^(٤)، ومن يملك الآلة الإعلامية المناسبة في عالم اليوم هو من يفرض على الناس كيف يفكرون وماذا يختارون، وذلك عن طريق كل وسائل الإبهار والخداع البصري والسمعي وغيرها، وفي الوقت نفسه دارت الآلة الإعلامية التغريبية

^(١) يُنظر: الموقع الرسمي لاتحاد الإذاعات العربية، (www.asbu.net).

^(٢) يُنظر: هويدا مصطفى، دور الفضائيات العربية في تشكيل معارف الجمهور، تونس، بحث من سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (٢٠٠٨م).

^(٣) يُنظر: صحيفة الشرق الأوسط، ٨/٢/٢٠١١م.

^(٤) يُنظر: مصعب الطيب با بكر، الإعلام الإسلامي، محاذير وتبیهات، مجلة البيان، (ص ٧٩)،

لتروج بطريقة دعائية هجومية للتيارات السياسية الليبرالية واليسارية على حد سواء، حتى غدت البرامج الانتخابية التي تتبناها تلك الأحزاب من رسم محترفي وسائل الإعلام^(١).

يقول إدموند تايلور في كتابه "أغنى بأسيا": "في الأيام الأولى لشركة الهند الشرقية التي أوكل إليها استعمار الهند بداية أرغم الإنكليز على أن يستخدموا، بدرجة كبيرة، ما يعرف اليوم بـ "الحرب النفسية"^(٢) وذلك باستخدامهم "الطابور الخامس" واستخدام أساليب فجحة من الدعاية السرية مما مهد الطريق لجنود الشركة^(٣) وللكويزلنجيين الوطنيين الذين عينوا حكماً ليخففوا العبء عن إداريي الشركة في الأماكن المحتملة، فيتابع تايلور القول: "عمد الإنكليز إلى المناورة لإبقاء القوى السياسية المضادة لهم ضعيفة ومنقسمة. وبواسطة الدعاية نجحوا في أن يملأوا عقول الهنود بخرافات مضللة. فتظن كل مجموعة من المجتمع الهندي أن الجماعة الأخرى تقف ضدها." ما أقرب الأمس الهندي من اليوم وربما من غد العربي! أكثر من ذلك، "كانت الحكومة الوطنية ما يسمى الوطنية في البلاد الهند تستخدم الجواسيس بأعداد كبيرة للتعرف على اتجاهات الرأي العام واي الهويات يلتفون حولها، في هذه البلاد الواسعة لضبط أي تأمر، حتى قيل أن العدد كان يصل في هذا العصر المبكر إلى ثلاثين ألفاً في خدمة راجاه واحد من حكام الأقاليم."^(٤)

علما ان التأثير يكون أكثر يسراً وفعالية، إذا كان متعلقاً بموضوعات جديدة، أو مسائل لم يسبق أن تكوّنت خيالها آراء واتجاهات، وهناك عدة أساليب تقليدية أبرزها (التكرار والملاحقة- الإثارة العاطفية- تحويل انتباه الجماهير- أسلوب تنفيذ البرامج المحددة).

المطلب الثاني: إشكالية استقرار الهوية العربية

تميز الإعلام العربي بطابعه القطري فالقطرية هي أهم حقيقة في الإعلام العربي، إذ كان من السمات العامة للخطاب الإعلامي العربي في السنوات الأخيرة للقرن العشرين، تزايد طابعه القطري وتكثيف جهوده وتركيز اهتماماته على كل ما هو قطري، وبدأ ذلك في المجال السياسي، وتم الأخذ به في المجال الثقافي والفولكلوري والموسيقي، ومنه: القيم المغربية، والثقافة الأردنية، والموسيقى المصرية... وغيرها. وتتضح سمة القطرية أيضاً في استخدام وسائل الإعلام العربية في مجالات الدعاية بشكل كبير، لإبراز محاسن النظم السياسية ومنجزاتها، فضلاً

^(١) ينظر: نورينا هيرتس، السيطرة الصامتة، عالم المعرفة ٢٠٠٦م، (ص ١٢٧)

^(٢) الحرب النفسية: هي استخدام أي وسيلة بقصد التأثير على الروح المعنوية وعلى سلوك أي جماعة لغرض عسكري معين. للاستزادة: صلاح نصر، الحرب النفسية: معركة الكلمة والمعتقد، ط ٢، دار القاهرة للطباعة والنشر، ١٩٦٧، ج ١ ص ٩٠.

^(٣) تذكر بلاك ووتر (Black Water) في العراق

^(٤) ينظر: فهمي النجار، الحرب النفسية (اضواء اسلامية) دار الفضيلة الرياض السعودية، ص ١٥٦-١٥٨.

عن مهاجمة النظم الأخرى التي لا تتفق معها في الرأي، وكان من نتائج ذلك أن يكون الإعلام العربي أحد أدوات تأجيج الصراع السياسي العربي - العربي^(١)، وفي الوقت نفسه أهم أداة لتوحيد العرب حول هوية واحدة دينية او وطنية او رأي عام او قضية بعينها.

لقد أدت سيطرة النظم الحاكمة على وسائل الاتصال الجماهيري العربية إلى جعل المضمون الإعلامي تابعاً للسلطة، وباتت مهمة القائمين بالاتصال مركزة على تلبية احتياجات هذه السلطة، حتى ولو كان الدفاع عنها ضد مصالح الغالبية من الجماهير، الذين أصبحوا بحكم ما قدمته هذه الوسائل من قيم وأفكار بعيدة عن الواقع الموضوعي، لا يدركون حقوقهم السياسية والمدنية، ولم تكن وسائل الاتصال العربية تقوم بدور محايد ومجرد وسيط في الصراع الفكري والسياسي الذي كان من أبرز سمات المجتمع السياسي العربي المعاصر، بل أداة عضوية للجماعات الحاكمة، تعكس في تعبيرها الإعلامي نمطاً ومجالاً محدداً للسيطرة مستفيدة من المقدرة الإيديولوجية للإعلام كوسائل جماعية، تتبع قدرتها من إنها تستطيع أن تقول الشيء نفسه لملايين البشر في الوقت ذاته^(٢).

يصوغ الإعلام في العصر الرقمي ملامح عصر جديد من خلال وسائل جديدة، ويقدم مضامين جديدة، لا بد أن يكون لها وظائف جديدة تنعكس في آثار جديدة، فمن الأسس التي تركز عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في استقاء المعلومات زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتلك الوسائل على هؤلاء الأفراد^(٣)، ولاشك أن الطاقة الإعلامية الهائلة مع وجود أزمة روحية وغياب الضوابط الفكرية والأخلاقية بإمكانها ممارسة نشاط تخريبي واسع النطاق، إذ ان الجانب الروحي الذي يرتبط به العالم الاسلامي في تراجع بسبب سياسات الأقلية والقطرية التي تمارسها الأنظمة الحاكمة حفاظا على مراكزها، وذلك عبر تخدير الشعوب عن طريق خلق رأي عام مرحلي وهويات متبعثرة ووقتيية ترتبط بوجود الأنظمة الحاكمة وهو امر متجدد يلتقي مع الأهداف الشخصية لتلك الأنظمة، في المقابل ثمة وظائف كامنة لوسائل الإعلام

^(١) ينظر: هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2008، ص 401

^(٢) ينظر: شريف درويش اللبان وهشام عطية مقصود، مقدمة في مناهج البحث الاعلامي، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2008، ص 146

^(٣) Stanly. J. Barran & Dennis، R. Davis: Mass Communication Theory، Foundation.Ferment and Future (New York:Wads Worth Publishing Company 1995). p. 226....

والانصال من اهمها (تغيير الاتجاه، والتأثير غير المباشر في السلوك، والهروب من الواقعية، والتشكيك في الثوابت)، وهي أشد تأثيراً من وظائفها الظاهرة في تغيير المواقف والاتجاهات والقيم، وبعض أنماط السلوك، فكثيراً ما يقبل الناس، ويتعاملون بلا مبالاة، مع سلوك كانوا يرفضونه بل كان يثير اشمئزازهم، وكثيراً ما تخلى الناس عن قيم كانت راسخة، واستبدلوا بها قيماً دخيلة، كانت موضع استهجان فيما سبق؛ لأن المتغير الجديد أحدث خللاً في منظومة القيم التي تحكم علاقاتنا تجاه الآخرين، وتحكم كذلك رؤيتنا للأمر نتيجة تعرض منظومتنا القيمية والأخلاقية والاجتماعية لسيل لا ينقطع من المفاهيم، والتصورات المضادة والقيم المتناقضة والثقافات الأخرى عبر مصادر معلومات متعددة، في مقدمتها وسائل الإعلام والاتصال التي أحدثت الخلخلة التي نراها في النظام الأخلاقي والسلوك العام للمجتمع^(١).

إن الفضائيات ووسائل الإعلام الإلكترونية مع انها وسائل فعّالة في صياغة الرأي العام فهي أيضاً خيار معرفي وبديل دعوي يقوم على عوربة واسلمة الثقافة وإشاعة الفكرة والممارسة الإيمانية، وليس ببعيد ان دور الفضائيات الإسلامية المعاصرة في تحريك الشعب المسلم إيمانياً وعملياً نحو التغيير الإيجابي الذي يعم بلاداً عربية كثيرة في عالمنا اليوم.

تمارس وسائل الإعلام والاتصال هذا الدور من خلال تكوين وتغيير المعرفة بوساطة المعلومات التي تعد أساس للمعرفة، والمعرفة مجموعة المعاني والمعتقدات والأحكام والمفاهيم والتصورات الفكرية التي تتكون لدى الإنسان نتيجة محاولات متكررة لفهم الظواهر والأشياء المحيطة^(٢)، كما يختلف بذلك رصيد المعرفة لدى الشخص الواحد من وقت إلى آخر بحصوله على تقارير جديدة من المعرفة والخبرة^(٣).

صحيح أن عالم الفرد اتسع مع وسائل الإعلام الجديد، وأصبح بمقدوره إصدار أحكام وتكوين آراء واتجاهات نحو أمور متعددة بعيدة عن تجربته الشخصية، لكن الصحيح أيضاً أن ذلك زاد من توتره وإحساسه بالقلق، لأن قدراته لم تزد بمقدار زيادة التكنولوجيا وتطورها، فعندما تتولى فئة لها قبول او تأثير في وسائل الإعلام

^(١) ينظر: محمد الحضيف: وسائل الإعلام هل تهدد نظامنا القيمي والاجتماعي.

Available: <http://www.media.effects.org/wnb22/alelam.htm>.

^(٢) ينظر: فيليب تايلور: فصف العقول، ترجمة سامي خشبة، عالم المعرفة، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، نيسان

2000، ص 371. وينظر: أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت: مكتبة لبنان، 1982، ص 234.

^(٣) ينظر: محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1998، ص 25.

لتشكيل هوية دينية فرعية او وطنية مؤدلجة او لبناء رأي عام معين وتحت شعارات (حقوق الانسان، محور الشر، الإرهاب، حرية المرأة، اسلحة دمار شامل) نجدها تهدف باتجاه هدم تماسك الاثنيات ولا سيما في العالم العربي والاسلامي، اذ ان اغلب هذه الشعارات رفعت كردة فعل على افعال اتهم بها العرب والمسلمون وبعض المذاهب الدينية او القومية.

تعزى حالات الانهيار المجتمعي والتفكك العقائدي وعدم التوافق الاثني في كثير من الأحيان إلى ما تقدمه وسائل الإعلام الجديد حين ترسم صورة خيالية لواقع غير موجود او افتراضي عبر الإعلام الجديد، وتقدم نموذجاً خيالياً لا يمكن الوصول إليه في الواقع، لأن الفكرة المعروضة أحياناً غير حقيقية أو تعرض بشكل متناقض، مع نقص المفاهيم المتضمنة فيها أو تقديمها بشكل مشوه أو مبتور.

لهذا يتعين على قادة الرأي، والذين يوجهون الشعوب ان تتوفر فيهم تأملات روحية وأهداف أخروية تعود بالخير على قرارات الشعوب والتفافها حول رأي عام واحد او معين، كما يجب على الدعاة إلى الله أن يكون بيانهم الإعلامي حاضرًا في القضايا التي تستجد، فالإسراع في بيان الرأي يفيد كثيرًا في التأثير على الناس^(١)، كما يجب أن يتحول الدعاة من دائرة رد الفعل إلى الفعل، ذلك أن صاحب الكلمة الأولى إعلاميًا هو صاحب الكلمة العليا والمؤثرة غالبًا.

المطلب الثالث: الحفاظ على وحدة الهوية العربية والإسلامية

إن النقطة الجوهرية التي تنطلق منها عملية الحفاظ على رصانة الهوية العربية او الاسلامية او الدينية بشكل اوسع تصطدم بالتصدع الذي يهدد أساس الحفاظ على الرأي العام العربي، اذ كما دلت البحوث في بحثه أن لوسائل الإعلام الغربية استحواذ شبه مطلق على إنتاج الرسائل الإعلامية ولا سيما بعد عصر الإعلام الجديد، فضلا عن أن النشأة الإعلامية وان كانت تحت صبغات إسلامية او عربية الا أنها نشأت في أحضان ملاك وسائل الإعلام الغربية، تنفيذًا لغاياتهم آنذاك، وهو السيطرة على الشعوب المستعمرة وبث أفكار المحتل، وتهيئة الرأي العام لتقبله، لذا فان آلية الحفاظ على رصانة الرأي العام العربي تصطدم بهذه الأسس الفكرية لنشأة الإعلام العربي والاسلامي، الذي دأب أعدائه على بذر بذور الفرقة والبغضاء بين المسلمين والعرب وتهيئتهم وتوجيههم تبعًا لفكر المستفيد.

(١) يُنظر: محمد موفق الغلاييني، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة، دار المنارة، ١٩٨٥م، (ص ١٠٠).

ان الخطر الذي يهدد تماسك الهوية الاسلامية العربية هو الاعتراف بذلك التشرذم التوجهي للشعوب، وهذه النقطة هي النقطة الجوهرية على سُلّم الإصلاح والتمحور حول قضايا العالم العربي؛ لهذا فان أول إستراتيجية لتقوية الرأي العام العربي، هو بالحفاظ على الهوية إن كانت إسلامية او عربية بلا تمايز بينهما، والاتكال على أساس غير خاضع لأهواء وتقلبات السياسة الإقليمية والمحلية، وهذا الاساس يعالج قضايا الأمة من موقع أعلى، يشخص العلل ويعطي العلاج، ولم نجد من تلتقي هذه المميزات فيه إلا القرآن الكريم الذي يكون في بعده التعبوي الوجه الاول الى كل امر فيه التماسك والاتحاد والتكاتف، وفيه إسعادٌ للبشر، بينما تنشأ توجهات الرأي العام قصيرة الأمد الى تقلبات عاطفية تتحكم في تقييد حرية الحكم في اتخاذ القرارات، وبحجة السير مع الرأي العام قتل لروح الحرية الفكرية؛ لان الحرية الثقافية تصطدم مع العاطفة في التوعية حول قضاياها المصيرية ولا سيما في العام العربي، حيث وسيلة الإعلام مستنسخة من الغرب وعلم الإعلام وقوالبه يتعلمه العرب من مدارس الغرب، حتى إنَّ بثَّ غايات الرأي العام اقتبست أساليبها من الانظمة السياسية والأحزاب المتنافسة، اذ صارت الشعوب العربية تلتقي حول من يستطيع استرضاء عواطف الجماهير عبر الإعلام بخدعه وإشكاله، إن كان انترنت او فضائيات، حتى اصبح الرأي العام العربي خاضعا لتوجهات الإعلام، ومن ثم فهو خاضع لمن يسيطر على هذا الإعلام وتبديل آراء الجماهير تبعاً لما يريده المُلّاك وواضعي الاستراتيجيات الإعلامية والدعاية.

الخاتمة:

بعد حمد الله تعالى على إتمام البحث الذي تناول امرأً ابتليت به الأمة الإسلامية والعربية، ألا وهو توجهها وفكرها ورأيها الذي أصبح خاضعاً لتنظير وتشكيل الآخر الغربي أو غير العربي، إذ لا شك أن لوسائل الإعلام ولا سيما في عصر الجدة في الحداثة والأسلوب والتقنية هو ذلك الدور الكبير في توجيه سلوك المتلقين والتأثير فيهم، ومع أن طبيعة هذا التأثير ومداه لم تفر كحقيقة علمية متناهية أو محددة، لكن الدراسات لم تنفها، وعملية التأثير والتأثر بوسائل الإعلام والاتصال شيء مركب إذ تتداخل فيها عوامل كثيرة، كشخصية الإنسان وبنية الاجتماعية، وتشكيله الثقافي، والاهم من ذلك مرجعه الروحي لان اغلب ما مر من أمور تحدث وتقتنى بتعاليم حصولية ولكن المشاعر والانتماء الروحي أمر حضوري يلقيه الله في قلوب الحاملين لهموم هذه الأمة، ومع خلو الفرد من الرسوخ الروحي تستطيع وسائل الإعلام الجديد أن تحدث تغييراً معرفياً لدى الجمهور متى استطاعت أن توظف العوامل السابقة، وتوجهها في إيقاع واحد متناغم، يعجل بالتغيير المعرفي المنشود، بحسب الاتجاه الذي تريده ويريده من خلفها ملاك تلك الوسائل، ضد ما هو قائم ومناقض له ان كان فكراً او عقيدة او رأياً، أو مع ما هو قائم وداعم له، وعندما اندمجت وسائل الإعلام والاتصال أخذت تمارس دوراً جديداً في تشكيل آراء المتلقين واتجاهاتهم وقيمهم بوسائل جديدة، وفي مستويات متعددة، وبتكرارها لما تقدمه شكلاً ومضموناً تكراراً مجمعاً أو موزعاً، تعيد صياغة قيم المجتمع وهوياته الدينية او الوطنية ورأيه العام، ومن ثم الشعوب بالطريقة التي تلائم صانعي هذا الإنتاج ومروجيه.

اذ بخلو هذه الشعوب عمّا قدمنا نكتفي الديموقراطية الشكلية بتنظيمات فارغة المحتوى كفزاعات قابلة للاستعمال، ومتخصصين يدورون مع الزمن (٩٠ أو ١٨٠ درجة)، وصحافة تضخم هذه الفزاعة أو تلك، حسب الطلب، وجميع ذلك هو جعل العالم العربي الإسلامي في دوامة لا تنتهي إلا بانتهاً آخر مركز ثقل يمكن لها الالتفاف حوله وهو قدسية القرآن الكريم وتعاليمه وجوانب الولاء فيه من البراء، ومن خلال هذه الخلاصة فقد توصل الباحث الى نتائج عدة:

١. إن الإعلام الجديد اخذ تعريفه وأهميته من أهمية الوسائل المتغيرة التي نظراً عليه لا لحقيقته.
٢. إن الشارع العربي منتهك استقرار هويته الوطنية والدينية والرصانة الفكرية والاستقلالية الكاملة لتعبئة رأيه العام لاسباب كثيرة اهمها العولمة الاعلامية وهذا يدل على كثير من الخطوات التي تحدث وبعد حين تظهر انها كانت خاطئة.

٣. إن عدم الحفاظ على استقرار الرأي العام العربي يعود في الأساس الى ضعف القيادة الموحدة التي تهتدي بهدي فوقي مقدس يحرك العقيدة والضمائر حول القضايا المصرية.
٤. لزيادة الترابط بين الشعوب وزيادة التماسك الثقافي والهوياتي يجب تثقيف العالم العربي بالتاريخ الذي مر به العالم العربي والاسلامي والغربي، وطرق واساليب المؤامرات التي حيكت على الشعوب المتناحرة.
٥. الحد الفاصل في صد أي شق في الهوية الذاتية للشعوب والبناء المعرفي وزرع لرأي عام معادي او مشبط للعالم العربي الاسلامي، هو بإنشاء مراكز دراسات وأبحاث تتناول تدريس علوم الحرب النفسية وأساليبها وطرق بث الإشاعة وتاريخها وأشكالها، فضلا عن إعداد مؤتمرات تؤصل لكيفية الحفاظ على الرأي العربي والاسلامي وكيفية الحفاظ عليه من المشتتات الفكرية.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين

قائمة المصادر والمراجع:

١. إبراهيم إمام: الإعلام والاتصال بالجماهير، ط 2، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1985
٢. أبو البقاء أيوب بن موسى الحسيني اللغوي، (ت ١٠٩٤ هـ)، الكليات، معجم من المصطلحات والفروق اللغوية ط ٢، لبنان، المنده للطبع والنشر فهارسه، عدنان درويش ومحمد المصري، مؤسسة الرسالة بيروت ١٤١٩ هـ ١٩٩٨ م
٣. أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت: مكتبة لبنان، 1982
٤. أحمد عبد السلام، الاتصال اللغوي بين الشباب المسلم في ظروف العولمة، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، بحوث المؤتمر العالمي التاسع
٥. ادهم عدنان طيل، الاعلام الحديث في ظل العولمة، ٢٠٠٧/٥/٢، على الرابط:
<http://pulpit.alwatanvoice.com/content-89911.html>
٦. بدر البدر، أهمية التعليم في الحفاظ على الهوية الإسلامية، مجلة الجندي المسلم.
٧. جمال سلطان، ندوة عن "هويتنا الإسلامية" بين التحديات والانطلاق "الحلقة الثانية"، مجلة البيان، _ العدد ١٢٩، جمادى الأولى، ١٤١٩ هـ.
٨. جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، بيروت، دار الفكر العربي، ١٩٧٥ م
٩. حسن مظفر الرزوز، "الفضاء المعلوماتي"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت ٢٠٠٧
١٠. حميد الهاشمي الجزولي، الحوار المتمدن - العدد: ٩٦٩ - ٢٠٠٤ / ٩ / ٢٧ - ١١:٥٠ على الرابط:
<http://www.alahwer.org/debatq/show.art>
١١. سليمان العقيل، بعض مؤشرات الحفاظ على الهوية، مجلة الملك سعود، المجلد ١٦
١٢. سليمان العقيل، بعض مؤشرات الحفاظ على الهوية، مجلة جامعة الملك سعود، المجلد ١٦
١٣. شريف درويش اللبان وهشام عطية مقصود، مقدمة في مناهج البحث الاعلامي، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2008
١٤. صلاح نصر، الحرب النفسية: معركة الكلمة والمعتقد، ط ٢، دار القاهرة للطباعة والنشر، ١٩٦٧
١٥. عبد الباسط حسن، أصول البحث الاجتماعي ط ٤، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٥ م
١٦. عبد المنعم الحفني، موسوعة الفلسفة والفلاسفة، ج ٢ ط ٢، القاهرة، مكتبة مدبولي، ١٩٩٩ م
١٧. عزيز حنا داود، وتحسين علي حسين: علم تغيير الاتجاهات، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ب ت
١٨. علي محمد رحومة، علم الاجتماع الالي، سلسلة عالم المعرفة، المجلس للثقافة والفنون والادب، الكويت، ٢٠٠٨
١٩. علي مذكور، البحث عن هوية تربوية، دراسات تربوية
٢٠. عمر الأشقر، معالم الشخصية الإسلامية
٢١. فهمي النجار، الحرب النفسية (اضواء اسلامية) دار الفضيلة الرياض السعودية
٢٢. فؤاد عبد السلام: الإعلام والصراع العالمي، القاهرة: مكتبة الفكر العربي

٢٣. فيليب تايلور: قصف العقول، ترجمة سامي خشبة، عالم المعرفة، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، نيسان. 2000.
٢٤. محمد الحضيف: وسائل الإعلام هل تهدد نظامنا القيمي والاجتماعي.
٢٥. محمد القرطبي، الجامع لأحكام القرآن، ١٤٤/٢.
٢٦. محمد النبهان، أزمة البحث عن هوية في مواجهة الحضارة الغربية، المسلمون وحوار الحضارات في العالم المعاصر، مؤسسة آل البيت المجتمع الملكي لبحوث الحضارة الإسلامية، الدورة العاشرة.
٢٧. محمد موفق الغلاييني، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة، دار المنارة، ١٩٨٥ م
٢٨. محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1998
٢٩. مصطفى انطاكي، رؤى واستشرافات مستقبلية حول الاعلام، مركز الدراسات الاستراتيجية، دمشق ٢٠٠٥
٣٠. مصعب الطيب با بكر، الإعلام الإسلامي، محاذير وتنبهات، مجلة البيان
٣١. الموقع الرسمي لاتحاد الإذاعات العربية، «www.asbu.net».
٣٢. نورينا هيرتس، السيطرة الصامتة، عالم المعرفة ٢٠٠٦ م
٣٣. هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2008
٣٤. هويدا مصطفى، دور الفضائيات العربية في تشكيل معارف الجمهور، تونس، بحث من سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (٢٠٠٨ م).
٣٥. وجيه الشيخ، الاعلام والدعاية، دمشق، ١٩٩٣.
36. Air & Space Power Dominant Air, Space, and Cyberspace Operations(8) Lt Col Paul D. Berg, "Journal, Summer Issue - 2007.
37. <<http://commfaculty.fullerton.edu/lester/curriculum/newmedia.html>> Accessed: July. 2006
38. Available: <http://www.media.effects.org/wnb22/alelam.htm>.
39. Definition: New Media. Computing Dictionary. < <http://computing-dictionary.thefreedictionary.com/new+media>> Accessed: Sep. 2006
40. Dr. Paul Martin Lester, California State University
41. <http://www.saila.com/usage/glossary/> > Accessed: Sep. 2006.
42. New Media. Condensed Net Glossary
43. Nicholas Negroponte, Being Digital. Publisher Vintage USA 1996
44. Stanly. J. Barran & Dennis. R. Davis: Mass Communication Theory, Foundation, Ferment and Future (New York:Wads Worth Publishing Company 1995)