



Journal of University Studies for inclusive Research (USRIJ)
مجلة الدراسات الجامعية للبحوث الشاملة
ISSN: 2707-7675

Journal of University Studies for Inclusive Research

Vol.3, Issue 21 (2023), 11045- 11075

USRIJ Pvt. Ltd.

الخطاب الإعلامي والتحولت الثقافية في المجتمع العربي

الزهرة الغلبي أستاذة بجامعة شمالي غرب الصين للمعلمين

مدينة لانتشو جمهورية الصين الشعبية.

Media discourse and cultural shifts

In the Arab community

**EZZOHRA El rhalbi , professor at Northwest Normal University,
Lanzhou, China**

ملخص :

تزامن ظهور الإعلام مع بداية اللبنة الأولى للتعايش بين الأفراد، أي منذ أن أصبحت الحاجة تتطلب نقل الأخبار، وتطور بتطور آليات التواصل عبر ثلاث مراحل، ابتداءً من استقبال المعلومة على طبيعتها ثم اختيارها وإرسالها للمتلقي، كما تزوج مع التطبيقات الإعلامية فأحدث انفجاراً عالمياً على



مستوى المعلومة، فهو يركز على الإنترنت من جهة والتكنولوجيا من ناحية أخرى، ويعتبر ضرورة من ضرورات الحياة والتي من خلالها تستطيع كل الأنظمة العالمية أن تتكرر وتستخدم المعلومة لتقوم بأداء أنشطتها.

وبالمقابل ارتبط الخطاب الإعلامي بمجالات متنوعة مثل السياسة والاقتصاد والثقافة والمجتمع الخ، تحت سيطرة المؤسسات الإعلامية والتي خلقت من خلال هذه المنظومة ثقافة عالمية دمرت بعض العربية، في حين زرعت أخرى دخيلة، ويجب أن نتساءل عن كل هذا وخاصة أننا مع G5 ،

الكلمات المفتاحية: الإعلام المعاصر ، الهوية الثقافية ، تحولات المجتمع، الإنترنت، الخطاب.

Abstract :

The emergence of the media coincided with the beginning of the first building blocks of coexistence between individuals, that is, since the need came to require the transmission of news, and the development of communication mechanisms through three stages, starting from receiving information on its nature and then selecting it, then sending it to the recipient, as well as intermarried with media applications, which caused a global explosion at the level of information . It focuses on the internet on the one hand and technology on the other hand, and is considered a necessity of life through which all global systems can inn On the other hand, the media discourse was linked to various fields such as politics, economy, culture, society, etc., under the control of media



institutions that created through this system a global culture that destroyed some Arabic, while others were planted exotic, and we must ask about all this, especially with G5 .

Key words: contemporary media, cultural identity, transformations of society, the internet, discourse.

المقدمة :

شكل الإعلام على مر العصور محورا مهما لتكوين وبناء الدول، وقد ارتبطت بدراسات وبحوث متطورة ركزت على الكيفية التي تؤثر بها وسائل الإعلام على الجمهور، وأهمت أغلب الدراسات الإعلامية المحتوى والشكل الذي يجب تمريره للمتلقي، حيث تضع في الأولوية مصلحة الدول القوية وقد رافق ذلك، خطاب إعلامي تنتهجه مجموعة متعددة الجنسيات تؤثر من خلاله على الموروث الثقافي، مستفيدة من التكنولوجيا الجديدة، حيث أبهرت به الدول، لكن مقابل كل هذا الانبهار يوجد تخوف وتشويش على الثقافة والحياة الخاصة للأفراد، وما ينتج عن ذلك من ضرر معنوي ومادي الذي يصيب المتلقي (الغلبي، 2020، ص81)، ونخص بهذا التطور التطبيقات الالكترونية وخاصة " التويتر " و" الواتساب " " الفايسبوك " و" اليوتيوب"

لقد أصبح الخطاب الإعلامي قادرا على أن يغير الواقع ويعيد ترتيبه باستخدام وسائل مختلفة، ويمكن طمس الاختلاف الثقافي في العالم وتوحيده تحت علم المجموعة الإعلامية المتعددة الجنسيات والتي هي تحت سيطرة الدول المتقدمة مثل: الولايات المتحدة الأمريكية ، باعتماد نص في الغالب مدمر

لكل ما هو محلي، ولم يتم الاهتمام بهذا الخطاب على المستوى العربي إلا بعد ثمانينيات القرن الماضي، حيث عرف المجال العديد من المدارس التاريخية العالمية خاصة الأوروبية مثل المدرسة التوليدية التحويلية والتوزيعية ومدرسة باريس السيميوطيقية ومدرسة التحليل الثقافي الخ، لكن في ورقتنا هذه سنقتصر على مدرسة التحليل الثقافي.

وبناء عليه سنتناول في هذا المقال ثلاث محاور: المحور الأول مدرسة التحليل الثقافي، ثم في المحور الثاني دور المؤسسات الإعلامية في الخطاب، وفي المحور الثالث والأخير سنتناول بعض التطبيقات الإعلامية وتأثيرها على بعض الفئات من المجتمع العربي.

المحور الأول : مدرسة التحليل الثقافي في الخطاب الإعلامي

تعتبر مدرسة التحليل الثقافي من أهم المدارس التي عرفها الخطاب الإعلامي، وقبل الخوض في هذه النقطة سنتوقف أولاً عند بعض المفاهيم للإحاطة بالموضوع أكثر .

1- مفهوم الخطاب

يعتبر علماء اللسانيات الخطاب سلسلة من الجمل المحكية والمنقولة شفها بين طرفين يحاول أحدهما وهو المتحدث إخبار المُستمع بأحداث ووقائع قد تكون حقيقية أو من نسج الخيال بقصد التأثير عليه، كما أنه الوسيلة التي يتم من خلالها تطويع كلمات اللغة بشكل ممنهج ومتسلسل باعتبارها وحدة تأثيرية (بوداود "تحليل الخطاب الميني روائي في الجزائر"، 2020، <https://mawdoo3.com>).

إن الخطاب هو محكي يهدف من خلاله إقناع المستمع بمحتوى الرسالة، وهناك أنواع كثيرة منه الإعلامي والسياسي والديني والإبداعي والإشهاري ...

يشمل الخطاب الإعلامي نظام من الصور والرموز الذي تتطور بشكل اجتماعي لنقل مجموعة متسقة ومتناسكة من المعاني حول موضوع معين، وهذه المعاني تخدم مصالح هذا الجزء من المجتمع المنتج لهذا الخطاب، الذي يعمل بشكل إيديولوجي على تحويلها إلى معاني طبيعية بشكل يجعلها أقرب إلى المنطق المعقول ذي المعنى الوطني أو القومي أو حتى العالمي، وبهذا تختفي الإيديولوجية التي تخدم مصالح طبقة معينة أو فئة بعينها، (حسام الدين اسماعيل، 2014، ص83)، أي يتم تدوير وسلب قوة عقل المخاطب، حيث يخضع للخطاب دون أن يعلم بأنه أصبح دمية في يد المخاطب، لأنه يتلقى معلومات تبدو له منطقية ومعقولة.

وتسيطر الخطابات وخاصة الإعلامية على المثقف كما غير المثقف، إن لم يتمتع المتلقي بنوع من الفراسة والذكاء للتمييز بين المفيد والمفسد، وتتضرر بعض الفئات المجتمعية من جراء ذلك، ولاسيما فئة الأطفال والمراهقين لأنهم أكثر انفعالية ومندفعون تجاه كل ما هو جديد عليهم .

2- الثقافة

تعني الثقافة مجموعة من العقائد والقيم والقواعد التي يقبلها أفراد المجتمع، وأيضا تعرف بأنها المعارف والمعاني التي تفهمها جماعة من الناس وترتبط بينهم من خلال وجود نظم مشتركة، وتساهم في

الحفاظ على الأسس الصحيحة للقواعد داخل المجتمع، ومن التعريفات الاصطلاحية الأخرى للثقافة هي وسيلة تعمل على الجمع بين الأفراد عن طريق مجموعة من العوامل السياسية والاجتماعية والفكرية والمعرفية وغيرهم من العوامل الأخرى. ("CULTURE", TEXAS A&M UNIVERSITY, Retrieved 2016.(<https://mawdoo3.com/>)

إذن تعد هذه الأخيرة مجموعة من الممارسات المجتمعية عبر التاريخ أساسها الدين والعقيدة والعادات والتقاليد في مختلف الأشياء: اللغة، اللباس، الأكل، الأخلاق، الذوق والسلوك... ولكل مجتمع ثقافته الخاصة به والتي يتم توريثها جيل بعد جيل، للحفاظ على مميزات وقوانين كل مجتمع، فالمس بموروث أي طرف يعتبر غلط وحيث في حقه، وينظر التحليل الثقافي إليها على أنها مجموعة من الممارسات المجتمعية عبر التاريخ، ولذا يجب فهم التاريخ على أنه عملية ذاتية من إنتاج المعاني وتوزيعها، لأنه في التحليل النهائي يظهر لنا التاريخ كخطاب يضم مجموعة من النصوص التي لها علاقة وثيقة بما يحدث في الحاضر .

3-مدرسة التحليل الثقافي

يعود تأسيس مدرسة التحليل الثقافي لما بعد خمسينيات القرن العشرين بالدولة البريطانية وتحديدًا سنة 1964م، ويعتبر ريتشارد هوجارت و تومبسون، وستيوارت هل من أهم روادها، وترتبط بين الثقافة والإعلام الجماهيري متأثرة بالفكر الماركسي التقليدي والمدارس النقدية خاصة مدرسة فرنكفورت، وقد قدم بعض العلماء الكثير من الدراسات حول نظرية التحليل الثقافي ويعتبر (فان ديك) من بينهم والذي وضع مخططًا من العلاقات بين كل من المجتمع وأيديولوجيا الخطاب والإدراك، كل هذه العوامل تحدث ما يسمى

بالتفاعل الاجتماعي الذي يقدم على شكل نص/ خطاب، يتم إدراكه وفقا للذاكرة التي تتكون من قصيرة الأجل وأخرى طويلة المدى ، وهذه الأخيرة تحتفظ بالمعرفة الاجتماعية المتضمنة لمعرفة اللغة والخطاب والاتصال والأشخاص والمجموعات والأحداث الموجودة في النصوص المكتوبة، كما تمكث المواقف الاجتماعية في الذاكرة طويلة الأجل وتقدم مزيدا من الإرشادات لفك رموز النصوص ، (محمد حسام الدين اسماعيل، 2014، ص 87) ، يعني أن كل ما تحتويه الذاكرة طويلة الأجل هو ثقافة مجتمعاتية.

إن الخطاب الإعلامي هو أكثر الخطابات التي تدخل للذاكرة وتظل بداخلها، لاسيما مع خاصية التكرار التي ترسخ بعض أفكار داخل المجتمع يصعب تغييرها ، وغالبا ما تكون هذه الأفكار الإعلامية دخيلة على ثقافة ما، فتذهب الأصلية وتخلق نوع من الشرخ والهوة بين الأفراد داخل نفس المجتمع أي ما يسمى بصراع الأجيال ، مثلا تجد في بعض المجتمعات الآسيوية وخاصة الصينية ثقافة شرب المشروبات الغازية غير مستحبة عند جيل الآباء والأجداد، وتحضر مكانها ثقافة شرب الشاي والماء الساخن، لكنها حاضرة وبقوة عند جيل الأبناء والأحفاد بالرغم من محاربة الجيل الأول، ونفس الشيء بالنسبة للأطعمة الدخيلة العالمية مثل: تهافت الشباب على البرغر والبيتزا عوض الشعيرية مع لحم البقر (Niurou) Mian) والشربات الصينية المختلفة الأنواع، وهذا سببه الانفتاح الذي عرفته جمهورية الصين الشعبية على العالم في العقد الأخيرة هذا من جهة، ومن جهة أخرى الخطابات الإعلامية التي تخططها المجموعات الإعلامية المتعددة الجنسيات التي تروج لبعض المنتجات مثل كوكاكولا وبيبسي والتي هي في ملكية بعض الدول العظمى...وهذا ما سنحلله في المحور الثاني من هذا المقال .

المحور الثاني : دور المؤسسات الإعلامية في الخطاب الإعلامي .

يعتبر الخطاب الإعلامي الحق الذي يتم استغلاله في تمرير السياسات الإعلامية المختلفة التي تحتوي على أفكار وثقافات للإنتاج من خلال وسائط الإعلام المتنوعة، إنه يمثل السلطة التي تؤثر على قيم وقواعد المجتمع الواحد، مشكلا قوة ناعمة التي تسيطر على الدول النامية، وقد هيمنت الولايات المتحدة خلال العقود السابقة ولا زالت على قوة الخطاب في وسائل الإعلام العالمية، حيث يتم نقل الثقافة الأمريكية إلى الخارج من خلال هذه الوسائل، فأصبحت هيمنتها قوة مهمة للحفاظ على مكانتها العالمية (تشانغ قوه ، 2012 محرك البحث بايدو) ومما لاشك فيه أن الوسيلة التي تسيطر من خلالها أمريكا على هذه الدول ثقافيا هي المؤسسات الإعلامية المتعددة الجنسية والتي تمتلك من خلالها حصة الأسد.

أولا - مبدأ : صاحب القوة هو صاحب الحق في الإعلام

تنسج المفاهيم الإعلامية الرنانة ظلا للسياسات القوية ضد حق الشخص في أن يعيش على تقاليده وعاداته التي ورثها عن الأجداد ومن بين هذه المفاهيم حرية التعبير وحرية اللباس وحرية الفكر وحرية الأديان، لكن في الحقيقة فالخطاب الإعلامي جعل من كل ما هو موروث بمثابة تفاهة ورجعية، فالتقاليد يجب نبذها والثورة عليها.

إن الشخص الذي لا يواكب ما تنتشره الخطابات الأجنبية فهو يطير خارج السرب، فعوض أن تهاجر كل النوع من أنواع الطيور مع بعضها، أصبحت الغربان تهاجر مع الصقور والنقرس يسافر مع



السمان و الكركي مع النسور إلخ... هذه هي النتيجة التي حصلت من جراء الخطابات الإعلامية الغربية وخاصة الأمريكية لامتلاكها الحق في الكلام، الذي تحوله إلى خطب تتضمن حقوق اقتصادية وسياسية وثقافية وهمية، ويرتبط الحق في الكلام ارتباطاً وثيقاً بالوسائط، فوسائل الإعلام هي الناقل والأداة الأساسية لنشره.

تلعب وسائل الإعلام التقليدية والحديثة عن الرسائل من خلال مختلف الأعمال مثل الأفلام التلفزيونية والموسيقى والبرامج الثقافية والاقتصادية والسياسية والألعاب ووسائل الترفيه، سواء كانت تقوم بها المؤسسات الإعلامية المتعددة الجنسية أو تخولها لبعض المؤسسات الداخلية مع التمويل الكامل للمؤسسة، لهذا تجد كل وسيلة إعلامية صغيرة ما هي إلا صورة لمؤسسة أكبر تتحكم في خطها التحريري وتحرك خيوطها عن بعد كيف تشاء لأنها صاحبة الرأسمال، وهذا ما نلاحظه في بلداننا العربية بالتحديد، حيث تجد بعض المؤسسات تستمر في العيش في ظل الأزمات المختلفة التي تعيشها الصحافة في زمننا هذا.

يوجد بعض مهني الإعلام ينعمون بحياة البذخ والغنى المادي، حيث يركبون السيارات الفخمة ويسكنون البيوت الكبيرة الواسعة، بالرغم من وفاة صاحبهم سريريا، وأخص هنا بعض الجرائد التي تعتبر نفسها مستقلة في دولنا العربية...ومما لا شك فيه، أن المؤسسات الإعلامية المتعددة الجنسية قد غزت الخط الإعلامي العربي بأكمله، وأجزم بأنه في زمننا هذا لا يوجد منبر إعلامي مستقل، حيث تتمركز مؤسسات الإعلام متعددة جنسيات التي احتكرت السوق الدولية بحلول عام 2011، والتي أسستها



الولايات المتحدة مثل: شركة جنرال إلكتروك، وشركة ديزني ، وفياكوم ، وتايم وارنر ... سنفصل في هذه الشركات في مقالنا هذا.

أنشأت هذه الشركات منهجًا للوسائط المتعددة والمركبة بعد سنوات من التوسع، وتوظف أكثر من 100000 شخص حول العالم وتصل إلى الجماهير في مختلف البلدان، وتشمل أعمالهم الأفلام والتلفزيون الكابلي والأنترنت والمدن الترفيهية والموسيقى والنشر والإعلان في الهواء الطلق وبرامج الألعاب، وحتى المسابقات الرياضية التجارية (تشاو شوان ، 2014، محرك البحث بايدو) فهي قد فتحت منذ سنوات سوق شغل عريضة وشاسعة، ووظفت أتباع لها في كل الأقطار ونشرت الثقافة الغربية في مختلف المجالات من لباس وأكل وألعاب ترفيهية، فتجد الآن مطاعم KFC و Pizza Hut / McDonald's /Burger King منتشرة في كل زقاق وشارع من شوارع مدن الدول العربية والغربية، وكذا أنواع الملابس، والبرودة في العلاقات بين العائلة، ناهيك عن فقدان التراث العربي وموت كثير من الأجناس الثقافية والأدبية مثل الحكاية ونظم الكلام وفن الحلقة بين الشباب والمراهقين وعدم الاهتمام بتاريخ وطنهم الأم، بالمقابل ظهرت أشكال ثقافية أخرى مثل ضرب البيانو والقتارة على الشوارع والغناء باللغات الأجنبية من طرف شباب في الساحات مثل: ساحات لندن وباريس والدار البيضاء ولانتشو ويونشوان ... ما يسمى بالفن الموسيقي في الشوارع.

وقد طرح مارشال ماكلوهن منذ ستينيات القرن الماضي تصوره الذي يقول من خلاله بأن العالم آنذاك في طريقه إلى أن يصبح قرية كونية صغيرة بفضل وسائل الاتصال، وقد تحققت سيناريوهات ماكلوهن، حيث انتقال المعلومة التي تريدها مؤسسات الإعلام بسرعة بين شرق وغرب الكرة الأرضية



بمجرد نقرة خفيفة على الهاتف أو الحاسوب، وأصبحت الإنترنت مثل الهواء أو الماء اللذان يصعب العيش بدونهما.

طالب بعض أعضاء اللجنة الاستشارية لحوكمة الإنترنت العالمية بالحق في أن تصبح متاحة للجميع بدون شراء أو اشتراك، ومن بين المدافعين والمطالبين عن هذا الحق طلال أبو غزالة مؤسس ورئيس لمجموعة تحمل اسمه وهو رجل أعمال وخبير اقتصادي فلسطيني - أردني، ونحن نعلم أن بعض الدول الغربية تتصارع من أجل الحفاظ على الصدارة في مجال هذه الأخيرة وخاصة واشنطن التي تعزم على الاحتفاظ بدورها المشرف على كيفية عمل الإنترنت (عبد الغني ، 2006، ص19)

فهل تستطيع هذه اللجنة تحقيق مطلب الإنترنت للجميع والعالم على أبواب G5، التي خلقت الكثير من الصراعات الباردة، مثل البحث عن فرض عقوبات اقتصادية على بعض الدول ووضع سياسات معرقة في طريق تطورها، وهذا ما حدثت في السنوات الأخيرة بين جمهورية الصين الشعبية والولايات المتحدة الأمريكية. ليبقى السؤال مطروح لعل السنوات القادمة ستجيبنا عنه، مع تمنياتنا الخاصة بأن تستطيع مثل هذه اللجان تحقيق نوع من العدالة التكنولوجية حتى لا تظل الدول التي تعتبر نفسها قوية اقتصادية مسيطرة على العالم.

تحدث مارشال مالكوهن عن القرية الصغيرة التي قلصت هذا العالم، وهذه النبوءة الفريدة التي تنبأ بها هذا المفكر الكندي- الذي ترك لنا في مجال الإعلام والاتصال إرثا مهما- استغللت نبوءة مارشال من طرف مجموعات إعلامية أمريكية وأوروبية والتي أحدثت تغييرات في هيكل وشكل وقوة الخطاب في

وسائل الإعلام ومن بين هذه التحولات : أولاً : تقترب في السنوات الحالية العلاقة بين الشركات الأمريكية الكبرى ووسائل الإعلام المعاصرة، بحيث إن أي صناعة في الولايات المتحدة لها وسائل إعلامية لتمثيل خطابها، كما أن الكثير من الشركات لها حصص مشتركة في مجموعة من وسائل الإعلام، كما أن المشاركة المتبادلة لهذه الشركات متعددة الجنسيات والمجموعات الإعلامية قد أضافت المزيد من العولمة على الوسائل الصحفية الأمريكية السائدة ، ووسعت نفوذها وعززت صوتها الدولي.

ثانياً: تم توسيع نطاق التقارير الإخبارية تدريجياً وأصبح المحتوى أكثر تركيزاً، وأضحت خصائص التشابه في تقارير أخبار وسائل الإعلام الوطنية واضحة بشكل متزايد، سواء كانت مشاهدة الأخبار التلفزيونية أو قراءة الصحف، فإن الأخبار والتفسيرات التي يراها الجمهور متشابهة، مما أثر على تصور الجمهور للعديد من القضايا إلى حد كبير، وتم التحكم من خلال ذلك في توجه وتوجيه الرأي العام.

ثالثاً ، أظهرت وسائل الإعلام وظيفة قوية لتحديد القضايا في مجال الدبلوماسية، مثل جلب بعض الأحداث التي لا تعتبرها الحكومة أو البلدان التي لا توليها الحكومة اهتماماً كافياً، ورفع القضايا والبلدان التي كانت على جدول الأعمال إلى موقع استراتيجي مهم، ثم ازداد تأثير المجموعات الإعلامية الكبيرة على الشؤون الداخلية للبلاد والسياسة الخارجية بشكل تدريجي، وعندما تكون البلاد في حالة حرب، فإن توزيع الصحف سوف يرتفع، وستزداد معدلات مشاهدة التلفزيون والاستماع إلى الراديو بشكل كبير (تشاو

شوان، 2014، محرك البحث بايدو .)

رابعاً : تتأثر وسائل الإعلام حتماً بالشركات التابعة والمنظمات المرتبطة بها، باستثناء عدد قليل جداً من وسائل الإعلام الأمريكية التي يدفعها دافعوا الضرائب مقابل المدفوعات المالية، يتم التحكم في وسائل الإعلام الأخرى بواسطة شركات خاصة، ومن وجهة نظر اقتصادية فإن المتداولين وراءها هم دائماً مجموعة مصالح قوية واتحادات كبرى وشركات عملاقة.

خامساً: تتمتع المجموعات الإعلامية الكبيرة بالمزيد من التحكم في وسائل الإعلام وتوجيه أقوى للرأي العام، لقد حصلت الوسائل الرئيسية على الحق في التحدث إلى الجمهور وحتى سلطات الدولة، وتم تحسين تأثيرها بشكل كبير، وأصبح تحقيق تبادل المعلومات والتعاون المتبادل بين الصحف والمجلات ومحطات الإذاعة والتلفزيون والإنترنت وشركات الأفلام أمراً سهلاً (تشاو شوان ، 20147، محرد البحث بايدو) ، إذن هذه مجموعة من التغييرات التي أحدثتها المؤسسات الإعلامية العملاقة والتي تتحكم في خيوط اللعبة الصحفية والاتصالية والتواصلية بالعالم، بحيث تسيطر على جميع المجالات بما فيها الثقافة، ولهذا عوض الحديث عن الثقافة العربية أو الآسيوية أو الأوروبية أصبح الحديث عن ثقافة عالمية، وسيطرت هذه المؤسسات على هذه الأخيرة وبات الشعب مستهلك لهذه النوعية الغربية المنتجة.

ثانياً : المجموعات الإعلامية العالمية.

توجد ست مجموعات إعلامية في العالم أربعة منها أمريكية واحدة أوروبية وأخرى أسترالية

أمريكية، وهي كالتالي :



1. تايم ورنر Time Warner

أكبر مؤسسة إعلامية في العالم؛ إذ تفوق مبيعاتها 25 بليون دولار، ثلثها من أمريكا والباقي من العالم. ويتوقع ارتفاع دخلها من خارج أمريكا إلى 50%، وتملك العديد من الأنشطة الإعلامية المتنوعة.

2. مجموعة برتلزمان Bertelsmann

هي أكبر مجموعة إعلامية في أوروبا وثالث أكبر مجموعة في العالم. دخلها السنوي يجاوز 15 بليون دولار، وتتميز بأن لها تحالفات وتعاوناً مع العديد من المجموعات الإعلامية الدولية في أوروبا واليابان.

3. مجموعة فياكام: Viacom

تعتبر مجموعة إعلامية قوية في الولايات المتحدة الأمريكية؛ وربع دخلها السنوي (13 بليون دولار) من خارج أمريكا، تعمل على التوسع في العالم؛ حيث أنفقت بليون دولار في السنوات الأخيرة للانتشار في أوروبا.

4. ديزني: Disney

تعتبر أكبر متحدٍ لمجموعة تايم ورنر في العولمة الإعلامية، لها دخل يفوق 24 بليون دولار، ولها حضور قوي في مجال الأطفال بل تعتبر أكبر منتج لمواد الأطفال في العالم، ولها حضور من



أقصى الشرق (الصين) إلى أوروبا والشرق الأوسط حتى أمريكا اللاتينية، وهي مشهورة في الأعمال المتعلقة بالأفلام وخاصة أفلام الخيال العلمي والبرامج التلفزيونية والألعاب مثل ألعاب ديزني.

5. نيوز كورپريشن News Corporation

تعد خامس أكبر مجموعة إعلامية من حيث الدخل (10 بليون دولار) لكنها أكبر لاعب دولي في مجال الإعلام حول العالم، وأسس المجموعة روبرت مردوخ Keith Rupert Murdoch ويملك ثلثها، وهو صاحب مقولة الإعلام هو الأصعب الصغير الذي يتحكم من خلاله في الذراع بأكمله .

6. مجموعة: لاغادير

تأسست في البداية عام 1829، كمكتبة : تمكنت سنة 1947 من أن تتحول إلى مسير أساسي لمؤسسة توزيع الصحافة الباريسية ، كما أصبحت مساهمة في العديد من المجالات ، تتبع لهذه المجموعة عدة مؤسسات إعلامية أوروبية (بلعربي، ص 8)

وتؤدي المجموعات الإعلامية السابقة دورا مهما في تشكيل ثقافة عالمية بعد عولمة الإعلام، وتشكل قدرة تنافسية قوية لتوزيع منتجات وأعمال مختلفة ، يمكن القول أن الولايات المتحدة ترشد وتعزز اتجاه التنمية الشعبية، كما تهيمن أمريكا على معايير تقييم المنتجات الثقافية في الساحة الدولية تحت سيطرة الغرب ، كما تضع معايير خاصة في تقدير جودة وفنية هذه الأخيرة، وتستخدم العديد من الجوائز من أجل إنجاح ذلك، بشرط أن تتبع الجائزة تقاليد الأيديولوجية وخطها التحريري، مستفيدة من



تطورها التكنولوجي وقوتها الاقتصادية في المقابل لدينا دول نامية تتوفر على عدد قليل من التقنيات والمنتجات التي لها حقوق ملكية فكرية مستقلة.

تنظم بعض المنظمات الدولية داخل الدول العربية في كل عام مجموعة من التظاهرات في مختلف المجالات، قد تكون فنية أو رياضية ... والتي لا تستحق بهرجة كبيرة، ويتم تخصيص لذلك غلاف مالي ضخم، بالمقابل أصبحت الدول العربية تعاني من لا تنظيم والشعبوية في مجتمعاتها وأصبح الخطاب عموديا بين السلطة والقاعدة أو الجماهير، ويعتقد المواطن بأنه يجب أن يتبادل الأدوار بينه وبين الحاكم، فأحيانا يكون هو السلطة وعلى الحاكم التنفيذ فقط، من خلال الخروج إلى شارع والاحتجاج عند أي مسألة في نظره مشكلة، رافضا الإصغاء والنتيجة انقلابات وثورات عربية فاشلة، نحن هنا لسنا ضد المطالبة بالتغيير ولكن مع مصدر التغيير الذاتي والداخلي وليس الأجنبي، قد فرضت هذه معادلة على الدول العربية من خلال الخطابات الإعلامية الغربية التي تتكرر في جل التطبيقات الإعلامية، وفي النتيجة ترسيخ فكرة الذل وفساد التي تشمل جميع الحكام العرب، فعوض أن يرى المتلقي العربي الكأس بنصفه المملوء والفراغ للأسف يشاهد فقط الفراغ.

بالإضافة إلى سياسة البهرجة تجيد بعض المؤسسات الإعلامية ممارسة الخداع عن عمد ببث فيديوهات قديمة على أنها حديثة أو استخدام تقنية الفوتوشوب في فبركة الصور ، ويكون هذا باستخدام مزيعون ومذيعات حققوا النجومية الإعلامية من خلال برامج التوك شو ، وترفهم السريع يكشف مصدر أموالهم التي غالبا ما تكون من جهات أجنبية (ابراهيم اسماعيل ، ص 240) ، ومن بين الرسائل التي يمررونها الإساءة لثقافة الشعوب العربية المتمسمة بالأخلاق الحميدة والخصال الفاضلة والغنى العلمي

والأدبي، ، وذلك بإعادة نفس السيناريو من طرف مختلف المنابر لغاية أن تتكون لدى المتلقي ثقافة البلد المصدر للمعلومة، خاصة إذا ربطنا الأمر باللغة المسيطرة في العالم، ومن القضايا المهمة التي خطت لها الولايات المتحدة الأمريكية منذ عقود وهي نشر اللغة الانجليزية في جميع الدول، ونفس الطريق تذهب فيه جمهورية الصين الشعبية ، فهي تدرس اللغة الصينية في مختلف الدول ، كما أنها تشجع على تعلمها بالبلد الأم عن طريق تقديم منح.

كما تعتمد الشركات الإعلامية على الأسلوب الترفيهي في نشر ثقافتها داخل مختلف الدول التي لديها ثقافة محافظة وتقليديه، حيث أولاً تخلق بيئة اقتصادية لتحسين مستوى عيش المواطن عن طريق الإنترنت، الذي تكون لديه أوقات فراغ عوض أن يقضيها مثلاً في العبادات أو في صلة الرحم أو القراءة والبحث، كما كان يفعل الأجداد والآباء يتجه للترفيه والألعاب بسبب الوسائل المتوفرة، وهكذا يكون قد ابتعد عن شيء اسمه الدفاء العائلي وتصبح مشاعره تجاه أقربائه باردة ومستوى علمي ضعيف.

تنتشر التغيرات الثقافية أكثر في بعض الدول التي تحسنت اقتصادياتها خلال العقود الماضية مثل بعض الدول العربية ليبيا قبل أن تدمر، المملكة العربية السعودية الإمارات المتحدة... بل حتى جمهورية الصين الشعبية التي بنت نفسها بنفسها لم تسلم وألعاب ديزني هي أكبر تواجد لهذا النوع من الإعلام، وتوجد بمدينة شنغهاي أكبر المدن الصينية، حيث تدفع بالأفراد إلى تفضيل اللهو والمرح عوض السفر لزيارة مريض أو شخص عجوز من العائلة أو الاعتكاف في المكتبات للبحث عن المعلومة أو إحياء بعض الرياضات مثل الكونفو ، ويظن بأنه يخلق توازن في حياته بين الشغل والتسلية والترفيه، لكنه في



حقيقة الأمر أصبح أسيرا للثقافة الغربية، الأمر الذي دفع بالحكومة الصينية إلى إعادة إحياء الثقافة الكنفشيوسية لمحاربة الدخيلة.

اختارت مجموعة الوسائط المتعددة الجنسيات الترفيه كنقطة انطلاق، وجعلته محتوى عالمياً وممتعاً، وعبرت عن أشياء شائعة في الإنسانية بطريقة عاطفية، كما تلتقط الاحتياجات النفسية الأساسية وتوجهات السوق، وتستكشف باستمرار تزامن المحتوى الافتراضي والعالم الروحي للجماهير.

بالإضافة إلى الألعاب الترفيهية هناك أفلام الخيال العلمي والتي تسيطر من خلالها على عقول الجماهير ، وهذه الأفلام ما هي إلا سياسة أو مخططات أمريكية يتم تلقينها للمتلقي في قالب التسلية، وقد سيطر هذا النوع من الإعلام لسنوات عدة، ونحن نعلم الرسائل العديدة التي يتم تمريرها من خلال عرض المشاهد المصورة، وتتوزع بين الثقافية والسياسية .

كما عملت المجموعة الإعلامية التي سبق ذكرها على إنشاء منصة عبر الوسائط لتنفيذ اتصال ثقافي، حيث دمجت وسائل الإعلام المطبوعة (الصحف والمجلات والكتب وغيرها) والوسائط (التلفزيون والإذاعة والأفلام وما إلى ذلك) ووسائل الإعلام عبر الإنترنت، ووسعت من قوتها ونفوذها في العالم وكسبت أموال ضخمة وحصلت على الدعاية العالمية، وقد شعرت بعض الدول بهذا الخطر، وأصبحت تنتج هذه الأفلام عوض الاستهلاك فقط.



تطرقنا لهذه المؤسسات أو الأخطبوطيات الضخمة من أجل توضيح الإعلام الذي يفرض على المتلقي العالمي ثقافة استهلاكية جاهزة دخلية، ويجدر بنا التعامل معه بذكاء وفطنة عاليين، لاسيما أمام تنوع التطبيقات الإعلامية المعاصرة.

المحور الثالث: تأثير تطبيقات الإعلام المعاصر على الثقافة العربية.

أحدث الإعلام المعاصر نهضة فكرية وعلمية مهمة في العقود الأخيرة، ونقصد به ما بعد الألفية الثالثة، حيث تعددت تطبيقاته بين وكالات الأنباء والتلفاز الحديث والصحف الإلكترونية والهواتف الذكية والكمبيوتر ... ، وجاء كل هذا عن طريق التزاوج الذي حصل بين الحاسوب أو الهاتف والشبكات، والوسائط المتعددة التي أطاحت برؤساء عرب خلدوا في السلطة لعقود من الزمن، ولولا التطبيقات الإعلامية المعاصرة لما شاهدنا الاحتجاجات في بعض الدول الغربية بسبب العنصرية والعصبية، ولما عرفنا ما تتعرض له الجاليات العربية من إقصاء داخل بعض الدول التي تنادي بالديمقراطية والمساواة، لولاها لما عرفنا أن الرئيس الفرنسي ماكرو ترك السيدة العجور مريم " صوفيا سابقا " التي كانت رهينة في دولة مالي، أمام باب الطائرة بعدما هم لاستقبالها لا لشيء سوي لأنها أصبحت مسلمة، ولما عرفنا فضيحة البرلمان الفرنسي عندما دخلته طالبة مسلمة... فقد انقلب السحر على الساحر .

كما قدم هذا الإعلام مادة إعلامية سامة - لأنه سيف ذو حدين- تخرب كل الأجسام والعقول خاصة العربية، والتي لم تتعامل معه بنوع من الذكاء لأنه لا يصدر للعقل البشري إلا السداجات ويسوق

الذي يريد ويهمل التي يكره، وطبعا الثقافة التي يمرر هي الخاصة بالترفيه والمتعة ويغيب الأدبية والعلمية وذبح الثقافة العربية.

نلاحظ هذا في كل دقيقة وثانية من خلال بعض البرامج الاجتماعية التي تبث في مختلف التطبيقات الإعلامية سواء كانت بصرية أو سمعية أو سمعية - بصرية ، باعتبار هذه الوسائل هي الأكثر مشاهدة بخلاف المكتوبة، لأن من بين سياسات الإعلام المعاصر نبذ القراءة. وقد أثر بشكل كبير على بعض الفئات داخل المجتمعات العربية وخاصة فئة الشباب والمراهقين والمرأة، لأنهم الفئات الهشة التي توجد أمام مدفع المؤسسات الإعلامية الكبرى.

1- تأثير التطبيقات الإعلامية على المرأة العربية.

أصبح أغلب الناس في الدول العربية مدمنين على بعض وسائل الإعلام المعاصر، وخاصة تلك المرتبطة بالهواتف الذكية مثل الفايسبوك والتويتر واليوتيوب بعد اندلاع ما سمي بالربيع العربي في مصر وتونس وليبيا وسوريا واليمن، حيث انخرطت جميع الفئات الشعبية في الحراك سواء كانوا مثقفين أم عمال أم تلاميذ وطلبة أم فلاحين. وللوقوف على حجم الانفجار الإعلامي والمعلوماتي الذي خلفته التطبيقات الحديثة، تم سرد في دراسة سابقة لبعض الإحصائيات الصادرة عن الاتحاد العالمي للاتصالات في نهاية الربع الأول من 2013 ما يلي :



- أعلنت الشركة التي صممت تطبيق WhatsApp في مطلع مايو 2013، أن عدد الرسائل التي تم تبادلها بواسطة هذا التطبيق تصل في بعض الأحيان إلى عشرين مليار رسالة عبر العالم في اليوم الواحد.
- أربع مليارات مشاهدة يوميا لمقاطع فيديو اليوتيوب.
- ثماني مليارات تغريدة كل يوم على التويتر .
- خمسة عشر مليار بوست تعليق ومشاركة كل يوم على الفيسبوك (ابراهيم اسماعيل ،ص 13) وهذا الكم الهائل والمخيف سببه تحولات اجتماعية في دولنا العربية، حيث سمح بدخول جميع المحتويات الإعلامية السيئة منها والإيجابية إلى البيوت غير مميز بين الطفل والمراهق .
- تعتبر المرأة الريفية أكثر الفئات تعرضا لهذا النوع الإعلامي الاجتماعي، وكأننا نعيش في حرب بربرية قديمة، وبمجرد نقرة واحد تجد جرائم غزيرة وانحلال أخلاقي كلي في مجتمعاتنا التي كان الغرب يتعلم منها معنى الصدق وعدم الغش والرحمة البر بالوالدين واحترام الزوج وتقدير الزوجة وتربية الأبناء على العقيدة الإسلامية، وتشارك في هذه التغيرات المجتمعية جل الدول العربية بدون استثناء سواء تلك التي تدعي التشبث بالتقاليد والمحافظة على الموروث الثقافي، أو التي دخلت في عولمة جعلتها صورة طبق الأصل عن بعض الدول الغربية.

دعونا نبدأ بتأثير بعض التطبيقات مثل قنوات اليوتيوب على المجتمع والمرأة خاصة التي أصبحت منتشرة خارج قانون يوطرها ، فبدأت النساء تبحثن عن وسيلة لتحقيق كل ما تتلاقاه من رسائل إعلامية، وأخص بالذكر المرأة غير المتعلمة أو التي تعلمت القليل، حيث أثرت على مسارات معتقداتها وثقافتها وعلى حياتها الاجتماعية ودورها في تربية الأطفال، ووظيفتها الأولى كمعلمة بالبيت، باحثة عن تحقيق استقرار مادي ومعنوي ، متنكرة للتراث والتقاليد التي نشأت عليها نائرة على كل شيء الذي تعتبره مقيدا لحريتها، ويكفي أن نعود للمحاكم لنعرف الكم الهائل من القضايا الطلاق بسبب الفايسبوك أو الواتساب أو قنوات اليوتيوب الأمر الذي أحدث شرخا اجتماعيا كبيرا، ولد أجيالا مستهترة وغير مسؤولة .

إذا فقدت الأم الثقافة العربية فلا ننتظر أن تتعلمها الابنة أو الابن، بل أكثر من ذلك وبسبب حب المادة المحسوسة أصبح الرجل ورب البيت أيضا يتخلى عن ثقافته العربية تحت قناع ما يسمى بالحدثة، في حين علينا أخذ من الإعلام ما هو ايجابي فقط وغربة السلبي، وكما قال الأديب والمفكر عباس محمود العقاد " لم أتعلم من الغرب أخلاقا وإنما تعلمت منه الفكر والفلسفة" (العقاد،

<https://www.youtube.com/watch?v=vbumcLHIArw>) البعض للأسف يتعلم من الغرب الترفيه

والتسلية والرجس، ولا يتعلم منهم العلوم الحديثة من أجل الرقي بالفكر والأسلوب الحسن في التعامل .

أضع بين أيديكم نموذجا من المملكة المغربية وهو فقط نقطة ماء ملوثة في وادي سببته مياه

المجري التي خلفتها بعض وسائل الإعلام البعيدة عن أخلاقيات المهنة :

راجت في الأيام القليلة الماضية قضية في المحاكم المتهم فيها ضحية والضحية متهم، حيث توجد ربة بيت تدير أحد القنوات على اليوتيوب ما يسمى بروتيني اليومي، بعد أن طعنها الزوج في أحد مناطق جسدها والأحداث هي كالتالي: كما تناقلتها تطبيقات الإعلام المختلفة.

فإن الحادثة وقعت عندما عاد الزوج على حين غرة إلى منزله ليجد أم أولاده وهي تقوم بتصوير جسدها على شاكلة بطلات "روتيني اليومي"، بينما شخص غريب يشاهدها على الطرف الآخر من الهاتف حسب ادعائه، وأضافت ذات المصادر أن الصدمة جعلت الزوج يثور بشكل جنوني، حيث أقدم على استئلال سكين وتوجيه طعنات غائرة جدا لمؤخرة زوجته، مما تسبب لها في جروح وصفت بالخطيرة استدعت نقلها إلى قسم المستعجلات من أجل رتقها.

قد جرى اعتقال الزوج المعتدي مباشرة بعد الواقعة، حيث اعترف أنه قام بفعلته دفاعا عن شرفه وشرف أبنائه، ليتم الإبقاء عليه تحت تدابير الحراسة النظرية إلى حين انتهاء التحقيقات. لكن أصدرت فيما بعد المحكمة ابتدائية قرارا يقضي بالإفراج عن المعتدي وحسب مصادر إعلامية، فإن القرار جاء بعدما قدمت الزوجة الضحية تنازلا مكتوبا عن حقها في متابعة زوجها، إثر صلح تم إبرامه بين الطرفين (جريدة أخبارنا، 2020-<https://www.akhbarona.com/society/304654.htm>) وشوهد في الحلقات بعد الحادثة،،، الزوج يساعد زوجته في تصوير روتينها اليومي قاضيا على مبدأ السلطة الأبوية في البيت التي تفرض نظام يحترم الصغير الكبير ولا يسمح بدخول الغريب إلى البيت حتى لا يعيب فيه، في حين أصبحت كل الأبواب والنوافذ مشرعة ومفتوحة لدخول كل المخلوقات العاقلة وغير العاقلة ، المحترمة والفاصلة



توجد الآلاف النماذج مثل هذه الحادثة في مجتمعاتنا العربية، والتي جاءت نتيجة التحولات الثقافية التي فرضتها المؤسسات الإعلامية الكبرى بمساعدة أغصانها في الدول العربية .

وقد انتشر الإعلام المعاصر الرخيص لأن الدولة فقدت جزءا من سيطرتها عليه، فلم يعد لها مطلق الحرية في منع أو منح التصاريح لممارسة الإعلام، إذ أصبح بمقدور كل مؤسسة أو فرد إنشاء موقع أو فتح قناة إلكترونية وإذا فكرت الدولة في حجب مواقع الكترونية أو إيقاف خدمات الإنترنت والجوال تضع نفسها في موضع شجب واستنكار من المجتمع الدولي ومنظمات حقوق الإنسان الدولية المنتشرة حول العالم والتي تعمل وفق أجندات معينة (ابراهيم اسماعيل، ص 25).

بالإضافة إلى قتل السلطة الأبوية في البيت فقدت المرأة العربية نخوتها الاجتماعية وجمالها العربي وأخلاقها العربية ، حيث أصبحت تابعة لجهة هي غير معترفة بوجودها، فذهبت المرأة الجدة المسنة المصلحة بين الجيران والصغار والشباب التي لا يرد لها كلام، كما فقدت احترامها، وأصبحت الجدة مثل الأم ومثل البنات، فأرجو من المرأة العربية أن تستيقظ من هذه الغفلة لأنها في مستتقع سيضيع هويتها الثقافية.في حين إذا حافظت المرأة على دورها داخل الأسرة تحافظ على هويتها التي تمررها بدورها إلى أطفالها، وقد طُبقت دراسة وصفية على عينة عشوائية من طلاب المرحلة الثانوية، وأظهرت أهم النتائج أن تعزيز عنصر اللغة العربية في نفوس الطلاب أثر بدرجة كبيرة في تكوين ملامح الهوية الثقافية، وأن غرس مبادئ العقيدة والإعتزاز بالتاريخ والتراث مرتكز أساسي للهوية الثقافية (محمد سالم الوكيل ، 2012، ص 356-393) وهذا التراث والقيم الثقافية الخاصة بالأفراد الذين يجتمعون في مجتمع معين ما هي إلا حصيلة تكونت منذ مرحلة الطفولة والمراهقة، لكن هذا الموروث العربي العظيم

بدأنا نفقده شيئاً فشيئاً والدول والمؤسسات العربية التربوية والمؤسسات الدينية تقف جامدة مكبلية الأيدي تتفرج على بعض الثقافات الأجنبية المسوقة إلى الدول العربية والتي حلت محل الأصلية.

2- تأثير التطبيقات الإعلامية على المراهقين والشباب

يتم إسقاط أغلب التجارب الإعلامية على فئة المراهقين والشباب باعتبارها الفئة الواسعة التي تصلح للتجارب الإعلامية المختلفة، كما أنها أكثر اندفاعية تجاه بعض التغيرات المجتمعية، وتعتبر الأحداث التي عاشتها الدول العربية والمتعلقة بالربيع العربي، أكثر نموذج على مدى تأثير التطبيقات الإعلامية المعاصرة على الشباب والمراهقين وخاصة الفيسبوك والتويتر .

وقد أكدت دراسة نصر الدين العياضي (2012م) (17) استهدفت الكشف عن أنماط استخدام الشباب للإنترنت في دولة الإمارات، طبقت دراسة مسحية على عينة عشوائية قوامها (115) من الشباب في سن (15 - 30 سنة)، وتوصلت النتائج إلى أن استخدام موقع الفيس بوك لدى الشباب يفوق استخدامهم لموقع اليوتيوب (47% مقابل 37%) ويعود ذلك إلى أن الفيس بوك يتيح توكيد الذات والقضاء على الملل، وتبادل الخدمات والمعارف (شريف العرضاوي ، 2014، ص265) ، حيث يسهل توجيه الفئة السالفة الذكر نظراً لحدائث سنها وقلة تجربتها فتجد أن الكثير منها يترك الدراسة ويتجه للشغل البسيط وبعضهم يبتز والديه من أجل سهر الليالي في الأماكن الحمراء ، والجيد منهم من أجل دفع رسوم الأنترنت للعب فدخل مواقع الاتصال الاجتماعي، متحررين من كل ثقل أخلاقي ، كما يعتبر ملجأ للفئة المهمشة .

يعتبر فقد التسلسل الهرمي في الاحترام داخل البيوت من بين أهم التغيرات الثقافية أيضا، وأصبح لدينا هرم مقلوب، بحيث الأب يهاب الولد والأم أصبحت آمة للأبناء وهذه حقيقة نعيشها داخل بعض الأسر المغربية خاصة، بالإضافة إلى فقدان مكانة كبير السن في البيت بالمقابل كثرت دور العجزة، وفي كل يوم نشاهد مشهد ابن أو ابنة ترمي أحد الوالدين في الشارع، هذا بسبب البرود العاطفي التي تسببت فيه التطبيقات الإعلامية والتي هي نتيجة لسياسة ثقافية غربية دنيئة ضد كل الثقافات العربية الإسلامية التي تبجل الأصول فتعتني بالفروع .

غياب الحوار والنقاش البناء في الموضوعات المهمة داخل البيت والتصل من المسؤولية والهروب إلى وسائل الترفيه في الكمبيوتر أو الهاتف النقال، كما أصبح أمر الحصول على هاتف الحديث تقنية أهم من توفير بعض النقود لمساعدة شخص محتاج من الأقرباء أو الإنفاق على أحد الأصول، والخوف من أن يتم طمس المبادئ الأخلاقية الدينية نهائيا من حياة المراهقين والشباب والتي يتم تعليمها في المسجد وفي المدرسة وفي البيت والشارع .

يجب دق ناقوس الخطر في دولنا العربية ولا ننسى أيضا الجرائم الدموية التي أصبحت تنفذ بكل سهولة فيتم تقطيع الضحية وأمام شاشات كاميرا الهاتف، لو عاش عالم الإجرام الإيطالي لمبروزو في الدنيا لغاية عصرنا هذا لدهش أمام ما يقع من جرائم في دولنا العربية.

ويقول مارشال ماكلوهن : مضمون وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقلا عن تكنولوجيا وسائل الإعلام نفسها (علي فرح ، 2014، ص115) ، فوسائل الإعلام المعاصرة سلطة جمعت بين

جل السلطات، ولم تعد تعتبر فقط سلطة رابعة متملصة من الرقابة، بل جعلت من المواطن المتلقي إعلامي، وبالأحرى جعلته في خدمتها وسلبته ملكة العقل التي يميز فيها بين الجدي والرديء.

يعيش المخاطب في جميع الأمكنة فاقدا مكانه الحقيقي الذي هو الأسرة والمجتمع العربي، حيث قال زيجمونت باومن : هناك من لديه الشجاعة للبحث عن المكان السعيد في اللامكان (زيجمونت باومن، 2017، ص 110) يخلق له استقرار مع جماعات مختلفة، الكل يعيش في حلقة افتراضية فارغة تولد له نفسية متأزمة، بعيدة عن الصلاح والإصلاح، وعندما يبحث عن نفسه في هذا الفضاء ولم يجدها يبدأ في التفكير في بعض الحلول الأخرى، ونحن نعلم بأن بعض الألعاب الإلكترونية دفعت بالعديد من المراقين إلى التفكير في ظاهرة الانتحار ، وهناك من يضع حدا لحياته وعلى المباشر عبر وسائل الاتصال الاجتماعية.

وقد أدت المؤسسات الحكومية العربية ومؤسسات التنشئة الاجتماعية دورا مهما في قتل الثقافة العربية، حيث مهدت الطريق للمحتويات الإعلامية الرديئة للدخول للبيوت نتيجة بعض السياسات الفاشلة التي تشبثت بها، المبنية على التمييز بين فئات الشعب، واستفحال مظاهر الفساد المالي والأخلاقي، والخنوع لتوصيات البنوك العالمية.

خاتمة:

يستخلص من خلال ما سبق أن الخطاب الإعلامي من أكثر الخطابات التي تغير الثقافة داخل المجتمع ، نظرا لكم الهائل للرسائل التي يمررها في غفلة من المتلقي، ولاسيما فئة الأطفال والمراهقين لأنهم فئة يؤثر عليهم بسهولة نظرا لحدائثة نشأتهم وتكبر أفكارا ما معهم ليتم تطبيقها في مرحلة الشباب، فيتم زرع ذلك من طرف المجموعات الإعلامية المتعددة الجنسية والتي أغلبها ذات جنسية أمريكية، عندما نتحدث عن هذا النوع من المؤسسات أقصد حتى تبيعاتها في الدول النامية، والنتيجة اختلال النظام في التعامل والمعاملات وانتشار الخطابات الشعبوية وابتعادنا عن التعليم وعن الثقافة والتثقيف والقراءة، و تكوين عقول استهلاكية وغير منتجة جوفاء فارغة. .

كما أصبحنا نعيش عنفا باردا في المجتمع العربي ، فأصبح حلم كل شاب عربي هو الهجرة والعيش بالبلدان الغربية ومن نتائج هذه السياسات الإعلامية أيضا الثورات العربية المبهمة المصدر ، وأصبح الفرد لا يعرف من الظالم ومن المظلوم، جب عميق وقع فيه العرب والنتيجة خراب جل الدول العربية التي عاشت هذه الانتكاسة قبل عشرة سنوات، كما أصبحنا نعيش انحطاط أخلاقي جرائم اغتصاب الأطفال وغير الأطفال ، جرائم انتحار ، التجارة في الأعضاء البشرية ، تقاعس مستوى التعليم وتدني الصحة.

من بين التوصيات التي خلصنا إليها من خلال مقالنا هذا :



- ✓ يجب إحداث مؤسسة حكومية تسهر على مراقبة كل ما ينشر في وسائل الإعلام المعاصرة
- ✓ فرض نوع من الرقابة على التطبيقات الإعلامية الحديثة مثل الفايسبوك وتويتر تيك توك ...
- ✓ تعاون بين وزارة الاتصال والأمن و الثقافة في مكافحة الأفكار والمعلومات الدخيلة .
- ✓ تعليم في المدارس الابتدائية والإعدادية والثانوية خطر المؤسسات الإعلامية الكبرى على الموروث الثقافي ، حيث يتم تعليمهم كيفية انتقاء المعلومة المفيدة .
- ✓ فرض الدولة سلطتها على التطبيقات الإعلامية الحديثة التي تعتمد تقنية الفيديو :
الفايسبوك والتيك توك و اليوتيوب ...



المراجع

1. ابراهيم اسماعيل ، الإعلام المعاصر ،وسائله ،مهاراته ، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون ، قطر ، الطبعة الأولى.
2. تشانغ قوه تشينغ ، الحق في التحدث في وسائل الإعلام- كيف تؤثر وسائل الإعلام الأمريكية على العالم [م]. بكين: مطبعة جامعة زنمين الصينية ، 2012..
3. الزهرة الغلبي، التكنولوجيا بين الحياة الخاصة والأسرية دراسة تحليلي، مجلة جيل للبحث العلمي، العدد67 ، سنة 2020.
4. زيجمونت باومن، الأزمنة السائلة العيش في زمن اللايقين، ترجم حجاج ابو حجر ، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، لبنان، الطبعة الاولى، 2017 .
5. سميرة بلعربي المجموعات الإعلامية دراسة في العلاقة بين الإعلام و المجموعات الاقتصادية، جامعة أكلي محند اولحاج " البويرة " ، الجزائر الشقيقة.
6. محمد حسام الدين اسماعيل ، ساخرون وثوار ،دراسات علامتية وثقافية في الإعلام العربي، سنة 2014 .
7. محمد علي فرح، صناعة الواقع : الإعلام وضبط المجتمع ، مطابع البانات الدولية ، لبنان ، الطبعة الاولى. 2014.



8. مرفت محمد شريف العرضاوي، دور الإعلام الجديد في تشكيل الهوية الثقافية للمراهقين السعوديين، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز ، 2014 .
9. مصطفى عبد الغني، الرقابة المركزية الأمريكية على الإنترنت في الوطن العربي، دار العين للنشر القاهرة ، الطبعة الاولى ،سنة 2006.

مواقع على الإنترنت:

1. حوار تلفزي لعباس العقاد مع أماني ناشد
<https://www.youtube.com/watch?v=vbumcLHIAr>
2. لامية بوداود، "تحليل الخطاب الميني روائي في الجزائر"، صفحة 12،
<https://mawdoo3.com>اطلع عليه بتاريخ 4 فبراير 2020.
3. جريدة أخبارنا، 17-10-2020- 10h.
<https://www.akhbarona.com/society/304654.htm>
4. "CULTURE", TEXAS A&M UNIVERSITY, <https://mawdoo3.com/>

Retrieved 23-10-2016. Edited.