

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

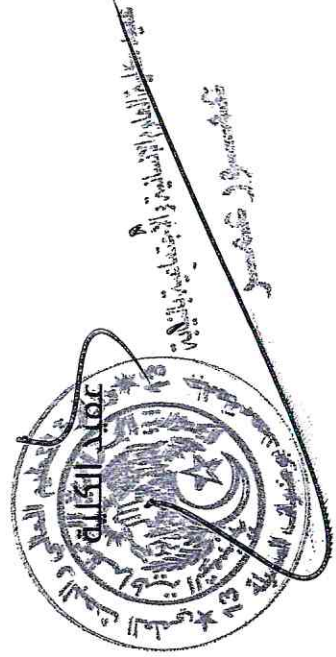
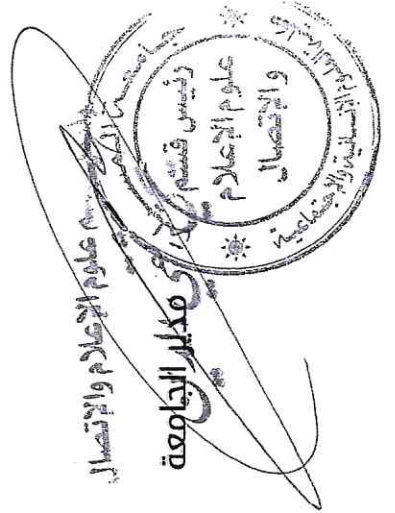
قسم علوم الاعلام والاتصال



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

رئيس الملتقى الوطني "مداخل الابداع في علوم الاعلام والاتصال" بمنح هذه الشهادة
للأستاذ (ة) الفاضل (ة): عفيفة لعجال

وبذلك يوم الأربعاء 24 أفريل 2019 بمجمع علوم الإعلام والاتصال



برنامج الملتقى الوطني حول مداخل الإبداع في علوم الإعلام والاتصال، 24 أبريل، 2019 -
مجمع علوم الإعلام والاتصال



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

ينظم ملتقى وطني حول:

مداخل الإبداع في علوم الاعلام والاتصال

يوم 24 أبريل 2019

محاور الملتقى:

- المدخل التكنولوجي وتأثير التقنية: أثر التقنية في الإبداع
- المدخل المعرفي وأفاق التكوين في علوم الاعلام والاتصال
- المدخل الوظيفي والممارسات المهنية في علوم الاعلام والاتصال
- مدخل التدريب في الوسط المهني الاعلامي
- مدخل الابتكار وأفاق التطوير في علوم الاعلام والاتصال
- مدخل وسائط التواصل الاجتماعي والإبداع الاعلامي

بمساهمة:



TSM
Tous sur MSIA
كل شيء عن المسيلة

برنامج الملتقى الوطني حول مداخل الإبداع في علوم الإعلام والاتصال 24 أبريل 2019 -
مجمع علوم الإعلام والاتصال



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7

Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

التوقيت
09:30-09:00
زيارة مجمع علوم الإعلام والاتصال

- النشيد الوطني
- الكلمات الافتتاحية:
- كلمة عميد كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- كلمة رئيس قسم علوم الإعلام والاتصال.
- الكلمة العلمية للملتقى.
- كلمة المنسق العام للملتقى.
- كلمة الافتتاح : السيد مدير الجامعة

10:30 - 09:45
قاعة الندوات زهير
إحدادن
بمجمع علوم
الإعلام والاتصال

- الجلسة الافتتاحية
- رئيس الجلسة: د. تقي الدين يحي

اسم المشارك	عنوان المشاركة	الجامعة
د. رضوان بوقرة د. سعاد ولد جاب الله	شبكات التواصل الاجتماعي وبناء الرأسمال الاجتماعي الاقتراضي	جامعة محمد بوضياف - المسيلة-
د. نعيمة براردي	الإعلام الجديد، المهنة الصحفية وإشكالية العلاقة ...	جامعة محمد بوضياف - المسيلة-
د. سلامي اسعيداني د. رضوان جدي	الدور الإبداعي للعلاقات العامة والإعلام في تطوير الإستراتيجية الاتصالية المؤسسة	جامعة محمد بوضياف - المسيلة-
د. سامية عواج أ. سارة شابي	دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق الإبداع الإعلامي	جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2
د. سمير رحمانى أ. هارون جفال	إبداع صناعة الخبر في ظل تقنيات وسائل التواصل الاجتماعي	جامعة الحاج لخضر باتنة 1-
د. عبد الحميد بلعباس أ. ميلود رحالي	دور الإعلام الجزائري في التعريف بثلاثية الإبداع: القيم، التخطيط، التنمية".	جامعة محمد بوضياف - المسيلة-
د. آيت طالب نورة أ. لامية عطايلية	الابداع التكنولوجيا	جامعة باجي مختار- عنابة-

12:00 - 10:30
قاعة الندوات زهير
إحدادن
بمجمع علوم
الإعلام والاتصال

برنامج الملتقى الوطني حول مداخل الإبداع في علوم الإعلام والاتصال 24 أبريل 2019 -
مجمع علوم الإعلام والاتصال



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

مناقشة عامة			12.20-12.00
■ استراحة (إكراميات)			12.30 – 12.20
■ الورشة الأولى - رئيس الورشة: د. بوبكر بوعزيز - مقرر الورشة: د. رضوان بوحيلة			14:00 - 12:30 القاعة رقم 01 بمجمع علوم الإعلام والاتصال
جامعة محمد خيضر - بسكرة	التكنولوجيا السحابية والعمل الإعلامي ... إبداع بلا حدود	د. سامية جفال أ. خرفية جودي	
جامعة باجي مختار - عنابة	حملات التوعية الصحية والابداع في الاعلام الالكتروني	د. ليليا سعيدون أ. منال نصري	
جامعة أكلي محند - أولحاج - البويرة	مقومات الإبداع: قراءة نظرية في دور الاتصال الداخلي و ثقافة المؤسسة	د. فضيلة سبع	
المدرسة العليا الوطنية لعلوم الإعلام و الصحافة	من الصناعات الثقافية إلى الصناعات الإبداعية في ظل التكنولوجيا الحديثة	د. رضوان سلامن أ. يسرى بوترعه	
جامعة 20 اوت 1955 - سكيكدة	تكنولوجيا الاعلام الجديد ميزة لتحقيق الابداع الاعلامي .	أ. جمال شريف أ. آسيا بريغيت	
جامعة محمد بوضياف - المسيلة	آليات صناعة الإبداع الاعلامي باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي	أ. سعيدة حيمر	
جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2	تقنيات الهواتف الذكية وتطوير الإبداع الصحفي لدى الصحفيين	د. جنات رجم أ. الطاهر راجعي	
جامعة محمد بوضياف - المسيلة	قراءة نفسية لمتطلبات الإبداع في بيئة العمل	د. نصيرة لمين أ. حنان عبد الكبير	
مناقشة عامة - الورشة الثانية ■ رئيس الورشة: د. نعيمة براردي - مقرر الورشة: أ. فيصل بيبي			14:00 - 12:30 القاعة رقم 02
جامعة عمار ثليجي -	الإبداع اللغوي في علوم الإعلام والاتصال ودوره في	د. الأزهار دمانة أ. الطيب بن زنيد	

برنامج الملتقى الوطني حول مداخل الإبداع في علوم الإعلام والاتصال 24 أبريل 2019 -
مجمع علوم الإعلام والاتصال



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

المجلس الأعلى للغة العربية	الأخطاء اللغوية الشائعة في لغة الإعلام: دراسة وتقييم	د. عبد الرزاق بلغيث
جامعة محمد بوضياف - المسيلة.	"تكنولوجيا الإتصال ومهنة الصحافة (التأثيرات والتحديات)	د. باية سيفون د. فطوم بلقبي
جامعة محمد بوضياف - جامعة ابو بكر بلقايد	الآليات الحجاجية وتقنيات التأثير في الجمهور عبر وسائل الإعلام : -الإذاعة أنودجا-	د. عبد المالك صاولي - صاولي سلمى
جامعة محمد بوضياف - المسيلة.	المنتج الثقافي في الفضائيات العربية بين الابداع والصناعة - مقارنة نقدية-	د. حنان رقاد
جامعة محمد بوضياف - المسيلة.	الضغوط النفسية وتأثيرها على التفكير الابداعي في الممارسة الاعلامية : مراسل الحرب انموذجا.	أ. حمديني ابتسام
جامعة محمد بوضياف المسيلة	الإبداع الإعلامي الدّعائي في عصر شبكات التواصل الاجتماعي - بروباقاندا E-flies - ال-نموذجا	أ. غرابي عبد السلام
جامعة الحاج لخضر باتنة 1-	أهمية الابتكار المفتوح في مؤسسات الاعلام و الاتصال	د. سعاد مخلوف أ. أمال زرفاوي
جامعة محمد خيضر -بسكرة-	دور الإعلام الرقمي في تكريس الصناعات الإبداعية	أ. أحمد بودادة أ سامي علي مهني
مناقشة عامة - الورشة الثالثة - رئيس الورشة: د. رضوان بوقرة - مقرر الورشة: خضرة واضح		
جامعة 20 اوت 1955- سكيكدة.	دور التدريب الاعلامي في تحسين الاداء المهني للإعلام بين دراسة ميدانية - إذاعة سوق أهراس	د. سعيد مراح أ. مباركة منماني
جامعة محمد بوضياف -	التدريب الإعلامي ودوره في صناعة الكادر البشري	د. خولة شادي د. محمد دحماني

14:00 - 12:30
القاعة رقم 03
بمجمع علوم
الإعلام والاتصال

برنامج الملتقى الوطني حول مداخل الإبداع في علوم الإعلام والاتصال 24 أفريل 2019 -
مجمع علوم الإعلام والاتصال



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

جامعة باجي مختار - عنابة	مهارات إعداد الصحفي للكتابة للصورة: نحو نموذج عملي	د. جمال العيفة أ. سعاد بن سالم
جامعة العربي التبسي - تبسة	التدريب في الوسط المهني الإعلامي.	أ. لطيفة صافي أ. رمزي غربي
جامعة الجزائر 3	فاعلية الدورات التدريبية في تكوين طلبة علوم الإعلام والاتصال : الدورة التدريبية الإعلامية المكثفة للموسم 2019/2018 بجامعة باتنة 1 نموذجا	أ. فاتح بوفروخ أ. سارة قطف
جامعة الجزائر 3	إشكالية تكوين الإعلامي المهني: دراسة على عينة من مراكز التكوين والتدريب في الجزائر	أ. أحمد غربي
جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة	تصميم حملات اعلانية مبدعة في ظل التكنولوجيا الحديثة	د زينب لموشي د. أحلام بولكعبيات
جامعة محمد بوضياف - المسيلة	واقع استخدام الانترنت في التعليم .	موساوي ام السعد
جامعة الجزائر 3	التدريب الصحفي و دوره في تنمية القدرات الإبداعية في المؤسسة الصحفية.	أ. منير عيادي أ. فاطمة صابي
مناقشة عامة		
- الورشة الرابعة - رئيس الورشة: أ.د قدور جدي - مقرر الورشة: رابح طيبي		
جامعة محمد بوضياف - المسيلة	ارغونوميا التصميم وجماليات الهندسة الشكلية لمحتوى المواقع الإخبارية الجزائرية	د. عبد الرزاق غزال أ. وفاء بورحلي
جامعة الحاج لخضر - باتنة 1	تصميم مواقع الويب: بين المعيارية والابداع .	أ.د خالدة هناء سيدهم أ. وحيد لقويرح
جامعة باجي مختار - عنابة	الإبداع في الأشهار	أ. بديعة حنون

14:00 - 12:30
القاعة رقم 04
بمجمع علوم
الإعلام والاتصال

برنامج الملتقى الوطني حول مداخل الإبداع في علوم الإعلام والاتصال 24 أبريل 2019 -

مجمع علوم الإعلام والاتصال



nitro

This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

أ. نور الهدى خلافي	توظيف تقنيات الملتيميديا في	جامعة محمد
أ. راضية داوود	الصورة التلفزيونية وإبداع	جامعة محمد
د. سعاد بن قفة	التأقي - صور ثلاثية الأبعاد	جامعة محمد
د. عبد الكريم هاجر	نموذج -	جامعة محمد
أ. فريدة فلاك،	الأبعاد التربوية لوسائل	جامعة محمد
د. مومن لامية	التواصل الاجتماعي في ظل	جامعة محمد
أ. بن عمر سمية	معطيات البيئة الرقمية	جامعة محمد
د. عبد الكريم هاجر	الإبداع الإشعاعي التلفزيوني	جامعة محمد
أ. فريدة فلاك،	بين ثلاث الإقناع التجديد	جامعة محمد
د. مومن لامية	وفعالية التجسيد	جامعة محمد
أ. بن عمر سمية	الممارسة الإعلامية في	جامعة محمد
	الجزائر بين الواقع والمأمول	جامعة محمد
مناقشة عامة		
- الورشة الخامسة		
- رئيس الورشة: د. سعاد ولد جاب الله		
- مقرر الورشة: أ. ابتسام حمديني		
د. أحمد المهدي	فنون الإبداع في التحرير	جامعة محمد
د. شمس ضيات	الصحفي	جامعة محمد
أ. حدة لويضة	دور التقنيات الحديثة في	جامعة محمد
د. جمال زوبيري	تشكيل الصورة الذهنية	جامعة محمد
د. عفيفة لعجال	للمؤسسة	جامعة محمد
أ. الوليد رفاص	صناعة الهوية الإعلامية و	جامعة محمد
أ. ياسين حامدي	الإعلام الجديد	جامعة محمد
أ. مصطفى قندز	بين العولمة وتنمية الإبداع	جامعة محمد
د. بوبصبع سلاف	الخارطة المستقبلية للتكوين	جامعة محمد
د. سمية بورقعة	الجامعي في تخصص علوم	جامعة محمد
أ. فاطمة لقمش	الإعلام والاتصال.	جامعة محمد
	قراءة نظرية في وظائف	جامعة محمد
	وسائل الإعلام في المجتمع	جامعة محمد
	وعلى المستوى الفردي.	جامعة محمد
	المستخدم و التقنية: امتدادات	جامعة محمد
	إبداعية .	جامعة محمد
	حرية الإعلام بين التشريع	جامعة محمد
	والممارسة في ظل قانون	جامعة محمد
	الإعلام الجزائري: دراسة	جامعة محمد

14:00 - 12:30
القاعة رقم 05
بمجمع علوم
الإعلام والاتصال



برنامج الملتقى الوطني حول مداخل الإبداع في علوم الإعلام والاتصال 24 أبريل 2019 –

مجمع علوم الإعلام والاتصال



nitro

إستقرائية مسحية لعينة من

الطلاب

04 2014

This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7

Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

جامعة محمد بوضياف – المسيلة	الإبداع في الإخراج الإذاعي والتلفزيوني	أ. جوردوخ مليكة
جامعة محمد خيضر – بسكرة	الخبر في مواقع التواصل الاجتماعي... بين الحرية والانفلات الإعلامي	أ. سهام قنيقي أ. حنان علال
مناقشة عامة		
قراءة التوصيات اختتام أشغال الملتقى		





الملتقى الوطني الثاني لقسم علوم الإعلام و الاتصال حول

This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

....نحو اتجاهات عصرية متميزة....

محور المداخلة .مدخل وسائط التواصل الاجتماعي و الإبداع الإعلامي

أ.لعجال عفيفة

جامعة محمد بوضياف المسيلة

عنوان المداخلة

صناعة الهوية الإعلامية و الإعلام الجديد

بين العولمة و تنمية الإبداع ...

ملخص المداخلة.

الإعلام هو أداة تفاهم تقوم على تنظيم التفاعل بين الناس و هو الذي يكون المواقف و الاتجاهات و يغير القناعات و السلوك و هو بذلك يؤكد على الهوية و الخصوصية و القيم إذا ما أحسن استخدامه ،خصوصا أننا نعيش حضارة و عولمة الصورة و هنا فإن منظومة القيم التي يتبناها الفرد و المجتمع هي المكون الأساس للايدولوجيا المحركة لأفكاره و لشخصية الأمة،حيث تعمل وسائل الإعلام الجديد بقدرتها التكنولوجية على الولوج إلى عالم الأفراد لتفرض نفسها في تشكيل هوياتهم بصورة تتجاوز الحدود بل تمتد إلى صناعة هويات افتراضية تحدد البنية التحتية للمجتمع..

فكيف يمكن صناعة الهوية الإعلامية في ظل تكنولوجيات الكترونية ؟ لنجعل منها محورا أساسيا في منظومة المجتمع و دمجها جميعا في ثقافة واحدة ذات ملامح و خصائص تعكس ثقافة الأمة العربية و ذلك بتنمية الإبداع ليؤخذ نموذجا يحتذى به و قدوة في مجال التصرف و التفكير.

الكلمات المفتاحية.الإعلام الجديد ،العولمة ، الهوية و صناعة الهوية الإعلامية



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

المعلوماتية التي تقدمها لصانعي القرار مع التحليل الدقيق المتمثل في الانتشارية و اللحظية فالتفوق الإعلامي يشكل ظاهرة من اخطر الظواهر التي تواجهها الأمة في الألفية الثالثة ذلك لان هذا التفوق بتحكم استعماري لعقول أبناء الدول المتخلفة فان هذا التفوق يعتبر ظاهرة اختراق للآخر و سلبه خصوصيته و أبعاده عن هويته الأصيلة.

حيث تبرز أهمية جمع المعلومات لاعتبارات شتى تقود بالنتيجة إلى معرفة القوة الحقيقية للمجتمع فان المعلومات المتحققة سواء أكانت اقتصادية أم السياسية أم الثقافية أم الاجتماعية و القصد من ذلك التركيب الاثني للبيئة الداخلية للقرار مما يتيح فرصة التأثير فيه بالاتجاهات المطلوبة للبيئة الداخلية للقرار مما يتيح التأثير فيه بالاتجاهات المطلوبة فالمعرفة المعلوماتية بحد ذاتها قوة.

لذا فان فلسفة صناعة الإعلام هي المعلومة بذاتها أو بمعنى آخر المضمون الإعلامي، فكان هذا الإغراق للدول بالمواد الإعلامية على اختلاف أنواعها بقصد التأثير في عقول الناس و اختراقها و السيطرة عليها و تسويقها من هنا يقول "ألفين توفلر" في كتابه حضارة الموجه الثالثة " فالمعرفة هي المحور الذي ستدور حوله حروب المستقبل و ثوراته الاجتماعية أنها القاعدة الأساسية لظاهرة العولمة "(1).

هكذا إذن نظرية توفلر فيما يخص حضارة الموجه الثالثة أنها ثورة الاتصالات و المعلومات و التغير المتسارع و كما يقول سارتر "من الصورة إلى الرسم و من الرسم إلى تبيان و من تبيان إلى الكلام يوجد استثمار تدريجي للمعرفة".

و بالتأكيد فان أدوات الاتصال تمارس دورا مساعدا و خطيرا في تحقيق الامتصاص اللاواعي للآخر إلى حد التلاشي و ذلك بسرائنا رموز الغير و ثقافته من خلال إنتاجه المادي و هو ما يقوم باستغلاله الآخر، المنتج في إقناع المستهلك بمصادقية الصورة التي يروجها و تمثل عملية تجاوز المستهلك مع رسالة المنتج نجاح عملية الاتصال المركبة التي تمت لذلك .

فوضعية العالم العربي لما يتلقونه من الخارج هي وضعية المستسلم دون قدرة على مواجهة هذا المد الإعلامي فالعقل العربي يبدو متلقيا أو معزولا و مؤطرا بأشكال و منظومات هي من إنتاج العقل الغربي و هذا ما يؤدي إلى اغتراب الذات و الانخداع بمظاهر الاستهلاكية و تحول دون إشراك القوى البشرية الفاعلة في عمليات الإنماء .

(1) محمود عبد الله: الإعلام و إشكاليات العولمة، دار أسامة للنشر و التوزيع عمان الأردن، 2010، ص 173



nitro

This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

و بعبارة أدق كما يقول "رولان بارت" انه يدعو المستهلك إلى صيغة من الصيغ المزعشة للمجعله
شريكاً لا مستفيداً من النتيجة فحسب بل المادة هنا تزوده بحالات من
و قد أكدت مختلف الدراسات و الأبحاث أهمية وسائل الإعلام المختلفة في صناعة الهوية

و صياغة القيم و النهوض بمخرجاته الثقافية و الهوية و تزداد أهمية الحديث عن العلاقة بين الإعلام و
الهوية في العالم العربي اليوم أكثر من أي وقت مضى مع سيادة صورة تركيبيّة قائمة عن الهوية العربية التي تقتبس
من الكل الثقافات شرقية و غربية مما يطرح بقوة أهمية تجديد الإعلام العربي لوظيفته و دوره في صياغة هوية
ثقافية عربية صرفة.⁽²⁾

حيث يشير مفهوم الهوية في أبعاده الثقافية و الفكرية و السياسية و الدينية أسئلة شائكة لكونه من
أكثر المفاهيم إثارة الجدل و النقاش بين مختلف الباحثين و الدارسين و رغم تعدد زوايا النظر إلى مفهوم الهوية
فان هناك اتفاقاً عاماً على أن مسألة الهوية ليست معطى جامداً و ثابتاً و إنما هي معطى تاريخي خاضع للتأثير
و التأثير و من هنا ضرورة إعادة البحث في ماهية الهوية و مقوماتها وفق ما يفرضه الواقع من تحديات .
كما أن هناك العديد من التساؤلات على ولادة مجتمعات جديدة تستخدم التقنيات الحديثة المعقدة
و المتقدمة بعدما اكتشفت قوة الاتصال و مدى تأثيره في قطاعات كثيرة سياسية و ثقافية و ما تمثله من ثورة
في المعلوماتية التي تقدمها لصانعي القرار مع التحليل الدقيق المتمثل في الانتشارية و اللحظية فالتفوق الإعلامي
يشكل ظاهرة من أخطر الظواهر التي تواجهها الأمة في الألفية الثالثة ذلك إن هذا التفوق يقتصر بتحكم
إستعماري لعقول أبناء الدول المتخلفة و بالتالي فان هذا التفوق يعتبر ظاهرة اختراق للآخر و سلبه خصوصيته
و إبعاده عن هويته الأصيلة .

كما أن ثورة الاتصالات الرقمية و ما أقرته من تسهيل و سرعة في عمليات التواصل و الوصول إلى
المعلوماتية غيرت من نمطية الإعلام و الاتصال في الوطن العربي بفضل استحداث وسائل جديدة للإعلام
شبكات التواصل الاجتماعي التي تمتاز بالتفاعلية و التأثير المباشر، فمنحت المستخدم العربي فرصاً لإحياء
مكانتها و إيقاظ وعيه التام بما يدور داخل مجتمعه و في هذا السياق نجد أن ما بات يعرف بالإعلام الجديد
قد منح للمواطن العربي فرصاً جديدة للمشاركة المدنية الفعالة على نطاق أوسع من ما كانت عليه و جعلته
يعيد النظر في بعض المسائل الوطنية كتجديد نخب النظام السياسي و الاجتماعي... الخ .

كما تستغل وسائل الإعلام و القائمين عليها و المنتجين اللعب على الحاجات و الغرائز و الحوافز
النفسية في معظم موادها الإعلامية⁽³⁾، من الترفيه إلى الاقتصاد إلى التربية و التوعية إلى الأعمال الدرامية و

⁽¹⁾ رولان بالات :ميثولوجيات " ترجمة مصطفى كمال نشرته مجلة بيت الحكمة المغربية العدد 7، 1988 صفحة 31-32.

⁽²⁾ المؤتمر الدولي الإعلام و الهوية ،شبكة ضياء للمؤتمرات والدراسات و الأبحاث ، تاريخ الفعالية 17-18 افريل 2019 .
<https://diae.net/61216>

⁽³⁾ عزام ابو الحمام :الإعلام و المجتمع ،دار أسامة للنشر و التوزيع الأردن ،عمان،2011،ص 116.



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

الناس.

بل إن الأساليب الدعائية و من خلال الوسائل الإعلامية تحتل بمختلف التكتيكات لتحقيق هذا الغرض مثل تقديمها نماذج مثلى أو نماذج قدوة لتشجيع الناس و تحفيزهم على امتلاك السلعة أو تبني النشاط و ذلك مثل الانضمام لبعض الأندية الرياضية أو مثل ضرورة الحصول على ملابس أو رحلات أو حفلات و هي بذلك كأنها تقول للناس إذ لم تستهلك هذه السلعة أو تلك الخدمة فأنت لا تعد من المجتمع أولا تعد من الأحياء أو المخطوظين فهي بذلك تقوم على أساس التشكيك و نزع الثقة من النفس لدفعها إلى الهدف أو إلى المصيدة⁽¹⁾.

كما في كثير من وسائل الإعلام الجديد في العالم يجري اللعب على أوتار عنصرية معينة تناسب قطاع الأكثرية التي تتوجه لها الوسيلة الإعلامية و يأتي ذلك اللعب بطرق ضمنية تارة و سطحية تارة أخرى ففي بعض المجتمعات التي تتألف من مجموعات عرقية و طائفية أو دينية تستغل بعض الوسائل الإعلامية تلك الفسيفساء فتتشر مواد إعلامية تتضمن تحكما أو تحقيرا أو إدانة لهذا الطرف أو ذاك . و الحقيقة أيضا أن هذا التلاعب ليس حكرا على وسائل الإعلام الجديد فقط كما تحاول أيضا الكتب إبراز هذا الأثر بل يجب الاعتراف أن مثل هذه الظواهر تبدو في المجتمعات العربية أيضا و الوقائع في وسائل الإعلام العربية كثيرة خصوصا في المواقع الالكترونية التي تتعاطى المواد الإعلامية الأكثر تحررية و اقل مهنية . حيث نعيش عصر جديدا تصنع فيه الهويات و تتطور بشكل متسارع لتشكّل نمط الحياة بشكل مختلف فما هو مفهوم صناعة الهوية الإعلامية ؟ و ما هي الملامح التي تحدّد هذه الهوية في وسائل الإعلام الجديد؟ و ما هو دور الشباب في بناء منظومة إعلام المستهلك ؟

يكشف النقاش السياسي الاجتماعي الحاد الذي تديره وسائل الإعلام هذه الأيام و في أكثر من مجتمع عربي عن دور الإعلام في تحريك الوطنية الراكدة و في استيقاظ مشاعر حادة بعضها مبرر و لكن أكثرها غير مبرر ما يطرح سؤال الهوية في المجتمعات المتحوّلة هل هذا الحراك الحاد هو بداية الحسم التاريخي لمسائل الهوية أم انه مجرد موجه إعلامية عابثة ؟ هنا تبدو أهمية صناعة الهوية في المجال الإعلامي من جديد حيث هناك ثلاث مسارات أساسية يدور حولها الجدل الاجتماعي و هي:

- مسار تشكّل و بناء الهوية - مسار صناعة الهوية- مسار تنمية الهوية
- و تتداخل هذه المسارات فلا يوجد فصل واضح بينهما في المجال الإعلامي الراهن.

(1) عزّام أبو الحمام : المرجع السابق ص 116.



تعمل وسائل الإعلام الجديد على أكثر من مستوى في التوحيد و الدمج و التجزئة .

This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

فالتطبيقات التكنولوجية الجديدة و قدره شبكة الانترنت لا تتوقف في شأن الهوية الوطنية و بروز هويات وطنية تتجاوز الحدود بل تمتد هذه التوجهات

صناعة الهويات .. (1)

1. مفهوم صناعة الهوية . ارتبط اختراع الطباعة و ظهور الجيل الأول من الصحف بأصول الأوطان الحديثة و الوطنيات حدث ذلك بشكل جلي في نموذج بناء هوية الدولة القومية في أوروبا فتكنولوجيا الطباعة جعلت أمر تثبيت اللغات الوطنية و تنميتها و نشرها أمرا ممكنا و أساسا لإرساء الانتماء و الهوية من خلال استهلاك الأفراد أخبارا و أفكارا مشتركة أي إنتاج وعي النخبة الوطنية التي تقوم بوظيفة نشر وعي وطني مشترك .

حيث ساهمت وسائل الإعلام في ترجمة " نظرية الانصهار في البوتقة " في النموذج الأمريكي من خلال الدور الذي قامت به الصحافة ثم الإذاعة و التلفزيون فيما بعد في الاندماج الاجتماعي و قد اتبع النظام الإعلامي الأمريكي سياسة المحلية في وسائل الإعلام بصرامة أي منح المضامين المحلية الأولوية و الحصة الكبرى في اهتمامات وسائل الإعلام لخلق التوافق بين المضامين الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية في إطار ثقافي مشترك صارم .

كما لعبت السياسة المحلية في وسائل الإعلام دورا حاسما في مسار الأمم الجديدة أي عملية بناء الهوية التي تجمع العديد من الثقافات و الأعراق و الأديان و طورت الخبرة المهنية تجارب جديدة في النصف الثاني من القرن العشرين تدل على قدرة وسائل الإعلام على نشر ثقافة وطنية شاملة (2) .

و من خلال ما سبق يمكن تحديد مفهوم صناعة الهوية الإعلامية بأنها "إنتاج شيء معين بمواصفات معيارية محددة و بهدف الاستخدام في أغراض معينة عن طريق الاستخدام المنظم لمجموعة من الأشياء و الأدوات كما تنقسم أنواع الصناعات إلى صناعات معنوية خاصة بالمعرفة و الثقافة و أخرى مادية خاصة بالمنتجات المادية من ماكينات و أجهزة .. الخ .

و وفقا لذلك فان صناعة الهوية تعتبر من الصناعات المعنوية الصلبة الثقيلة التأسيسية لبناء المجتمعات و الأمم الحديثة حيث تعتبر صناعة الهوية مسؤولة عن تصميم و إنتاج و إدارة القوة البشرية للمجتمع و التي تمثل الأساس لكل ما يمكن أن يتم من صناعات تحويلية داخل المجتمع و الدولة .

(1) باسم الطويسي . الإعلام و الهوية :الوطنيات القلقة ،ديسمبر 2012، <https://alghad.com>.

(2) المرجع نفسه . <https://alghad.com>.



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

2. مفهوم الإعلام الجديد

الإعلام الجديد هو مصطلح حديث العهد مثير للجدل و لم يجد تعريفاً محدداً بين مؤرخي الإعلام، المولود من نظرة لتداخل الآراء و الاتجاهات في دراسته ،و يقف هذا المصطلح أمام رؤيتين الأولى الإعلام الجديد برسمه

بديلاً للإعلام التقليدي و الثانية هي الإعلام الجديد بوصفه تطوراً لنظيره التقليدي و من تعريفات الإعلام الجديد.

- تعريف قاموس التكنولوجيا الرقمية "هو اندماج الكمبيوتر و شبكات الكمبيوتر و الوسائط المتعددة".
- عرفه ليستر بأنه "مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من تزاوج بين الكمبيوتر و الوسائل التقليدية للإعلام و الطباعة و التصوير و الصوت و الفيديو"
- هي وسائل الإعلام التي تعتمد على الحاسب الآلي في إنتاج و تخزين و توزيع المعلومات و تقديمها بأسلوب ميسر و بسعر منخفض و تصنف التفاعل المباشر و تلتزم من المتلقي انتباهها و تدمج وسائل الإعلام التقليدية أو هي كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل تفاعلي⁽¹⁾.

3. الإعلام الجديد السمات و الخصائص .

- على الرغم من أن وسائل الإعلام الجديد التي أفرزتها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة تكاد تشابه في عدد السمات من الوسائل التقليدية إلا أن هناك ميزات للوسائل الإعلامية الراهنة خاصة بها و من بيت هذه السمات ما يلي⁽²⁾.
- اللامجاهيرية .و تعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى الفرد و إلى المجموعة معينة و ليس إلى الجماهير ضخمة كما كان في الماضي و تعني أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مستهلكها.
- صناعة الرأي العام .حيث تجري صناعة الرأي العام وفق مقاسات الهدف الأساسي المحدد من قبل الطبقة السياسية و الاجتماعية المهيمنة كما تتم وفق مقاسات الجمهور الذي لم يعد يشكل كتلة كبيرة متماسكة.
- التكثيف .حيث أصبح بمقدور القائمين بالاتصال إمداد المتلقين جرعات متعددة الأوجه و مفتوحة الاحتمالات.
- الشبوع و الانتشار.و يعني بع تغلغل وسائل الاتصال حول العالم ز داخل كل طبقة اجتماعية فتكنولوجيا الاتصال تتجه من الضخم إلى الصغير و المعقد إلى البسيط و من الأحادي إلى المتعدد مثل

⁽¹⁾ نسرین حسونة .الإعلام الجديد المفهوم و الوسائل و الخصائص و الوظائف ،شبكة الالوكة،القاهرة ،ص 2

⁽²⁾ محمد شطاح .قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا و الايدولوجيا،دار الهدى للطباعة و النشر 2006، ص 26.



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

الكمبيوتر الذي تميز في أجياله الأولى بالضخامة والعمليات المحددة ليصبح فيما بعد صغيرا متناول
تختلف الشرائح و متعدد الخدمات
- العالمية و الكونية . أدت تكنولوجيا الاتصال إلى خلق بيئة جديدة لوسائل الاتصال و قضت على

المحلية التي اتسمت بها لعقود كثيرة فأصبحت الصورة و الكلمة تنتقل في ثواني و لعل شبكة الانترنت ابرز
هذه النماذج من حيث استخداماتها إذ ترتبط مع الآلاف من شبكات الكمبيوتر و يستخدمها الملايين
من العملاء في معظم أنحاء العالم.

- التفاعلية. هي من أهم سمات الإعلام الجديد الذي يمتاز بالتشبيك أي الربط بين مستخدمي الشبكة
و التشبيك يعني أيضا إمكانية رد الفعل السريع و ما يسمى بدائرية التغذية الاسترجاعية التي هي أكثر
إثارة لثورة المعلومات و الاتصالات الثورية نتيجة التغيير المستمر للمعلومات طبقا لما يروونه من ردة فعل
و هذا ما يتعلق بالسرعة أو ما يسمى بالوقت الحاسوبي الذي ينتج عنه تغير شبه دائم من المحيط.⁽¹⁾

4. وسائل الإعلام الجديد .

يتضح من خلال تعريفات الإعلام الجديد إن هناك حالتين تميز الإعلام الجديد من القديم حول الكيفية
التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد و الكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته فهو يعتمد على
اندماج النص و الصورة و الفيديو و الصوت مع بعضها البعض فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له
في عملية الإنتاج و العرض أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي التي تميزه و هي من سماته.
كما أن فكرة الجودة يمكن استقراؤها من أن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الإشكال
و التكنولوجيا و الخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات
الفردية و التخصيص و هما تأنيان كنتيجة لميزة رئيسية هي التفاعلية.⁽²⁾ و من خلال ما سبق يمكن تقسيم
الإعلام الجديد إلى⁽³⁾ :

أولا. مواقع الشبكات الاجتماعية⁽⁴⁾. حيث انتشرت هذه الشبكات في نهاية 2007 و هي مواقع تستخدم
للتواصل و التشبيك الاجتماعي و أشهرها الفيس بوك face book و ماي سبيس Myspace و تميزت
بالسرعة في نقل الخبر و تدعيمه بالصورة الحية و المعبرة و سرعة مواكبة الأحداث على مدار الساعة و نقلها

⁽¹⁾ خالد محمد غازي . ما بعد العولمة صناعة الإعلام و تحول السلطة، خالد محمد غازي . ما بعد العولمة صناعة الإعلام و تحول السلطة، وكالة الصحافة العربية الطبعة 4، المجلد الاول 2011، ص 37.

⁽²⁾ شبكة أمين الإعلامية: الإعلام الجديد .. المفهوم و الوسائل و الخصائص و الوظائف ، أ.نسرين حسونة

<http://blog.amin.org>

⁽³⁾ المرجع نفسه.

⁽⁴⁾ رشا عبد الله. مواقع الشبكات الاجتماعية الالكترونية بين الخصوصية و الحرية ضمن كتاب الثقافة العربية في ظل وسائط
الاتصال الحديثة ، كتاب العربي ، العدد 81، (جويلية 2010) ص 123.



مباشرة من مكان حدوثها و هذه الشبكات مكنت الناس من التعبير عن طموحاتهم ومطالبهم
من خلال مشاركتهم في تعدية هذه الشبكات بالأخبار و المعلومات و
المضامين الإعلامية و جعلتهم أكثر تفاعل و مشاركة في مختلف القضايا..

This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

ثانيا. المدونات :هي يوميات شخصية على الشبكة يتم إدراجها بواسطة برامج بسيطة تسمح بطبع نص على الحاسوب و إرساله فور الاتصال بالشبكة ليظهر على صفحة الموقع المعني و هي تمزج عمدا بين المعلومات و الآراء كما تتوافق مع ربط بمصدر أصيل ينصح بما كاتب اليوميات أو يعلق عليها.

و مدونات الانترنت تعتبر واحدا من أهم تطبيقات الإعلام الجديد هو بلوج blog أو ويب لوج weblog ما أطلق عليه عربيا المدونة و هي عبارة عن موقع على الانترنت يستخدم كصحفية يوميات الكترونية فردية تعبر عن صاحبها و تركز على موضوع مثل السياسة أو الأخبار المحلية و يمكن أن تكون عبارة عن مذكرات يومية و هي تنشر بالنصوص و الصور و الفيديو و الصوتيات و تحمل وصلات لمدونات أخرى مواقع انترنت أو وسائل متعلقة بالمقالة.⁽¹⁾

ثالثا. الويكي . WIKI هي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات و تعديل الموجود منها حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة جماعية أشهر هذه المواقع موقع الويكيبيديا و هو الموسوعة التي تضم ملايين المقالات بمعظم لغات العالم .

رابعا. البودكاست. هي خدمة تتيح الحصول على ملفات الصوت و الفيديو من موقع معين بمجرد أن تدرج فيه دون الحاجة إلى زيارته في كل مرة و تحمل المحتوى يدويا فالمستخدم الذي يملك تطبيقا على جهازه كتطبيق iTunes Apple مثلا يمكنه الاشتراك في خدمة البودكاست. لأي موقع يريد بشرط ان يقدم الموقع هذه الخدمة ثم يقوم بتحميل هذه الملفات الجديدة أوتوماتيكيا.

خامسا. المنتديات. هي عبارة عن برامج خاصة تعمل على الموقع الإعلامي أو أي مواقع أخرى ذات طابع خاص او عام على شبكة الانترنت مثل المواقع المتخصصة و تسمح بعرض الأفكار و الآراء في القضايا و الموضوعات المطروحة للمناقشة على الموقع و إتاحة الفرصة للمستخدمين أو المشاركين في الرد عليها و مناقشتها فوراً سواء أن كان ذلك مع أو ضد الآراء و الأفكار المطروحة دون قيود على المشاركين باستثناء القيود الذي يضعها المنتدى من نظام ضبط و تحكم المقام على البرنامج.

سادسا. مجتمعات المحتوى . هي مجتمعات أو موقع على الشبكة تسمح بتنظيم و مشاركة أنواع معينة من المحتويات أشهر المجتمعات تهتم بالصور كموقع Flickr و حفظ المواقع Bookmark Links ... الخ.

⁽¹⁾ إبراهيم بعزیز : دور وسائل الاتصال الجديدة في إحداث التغيير السياسي في البلدان العربية، مجلة المستقبل العربي، العدد 390 (أوت 2011) ص 175.

5. وظائف الإعلام الجديد. حيث حدد شرام و لاسويل عددا من الوظائف الرئيسية والفرعية للإعلام في المجتمعات ووجد وليرشام أن هناك أربعة عشرة وظيفة أو مهمة رئيسية وهي: (1) توفير الاتصال بين الناس و هي، مراقبة الناس و التعلم منهم توسع أفاق التعرف على العالم ،توسيع التركيز و الاهتمام ،رفع معنوية الناس

و التعلم منهم ، رفع معنويات الأفراد ،خلق الأجواء الملائمة للتنمية ،يساعد بصورة غير مباشرة على تغيير الاتجاه يغذي قنوات الاتصال بين الأشخاص تدعيم الحالة الاجتماعية توسيع نطاق الحوار السياسي تقوية المعايير الاجتماعية تنمية أشكال التذوق الفني و الأدبي يؤثر في الاتجاهات الضعيفة و يقويها يعمل مدرسا و يساعد في جميع أنواع التعليم و قد ولد تطور الحاجات الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية للمجتمعات المختلفة وظائف للإعلام الجديد المعاصر منها⁽²⁾:

- تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيدا عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي .
- سهولة الاتصال بالمواقع الإخبارية و فورية الإعلام من خلال نشر الوقائع و الأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم في لحظة وقوعها.
- القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها و مناهضة غيرها من الأفكار بحيث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام إقليمي أو عالمي نحو المواقف و القضايا و الأفراد.
- غياب المصادر و تحري المصادقية تسهم في تدعيم وظيفة الدعاية التي تسهم في جانبها السلبي في تحقيق الغزو الثقافي و الهيمنة الثقافية و التعبئة الثقافية.
- تقديم المعلومات المتعددة و المتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال و المعلومات .
- استخدامات الإعلام الجديد في التعليم يشهد توسعا كبيرا خاصة انتشار المفاهيم و الاستراتيجيات الخاصة بالتعليم للمستويات التعليمية المختلفة.
- أهميته في التسويق و الإعلان بالنسبة للمواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام و الدخول إليها .
- وظيفة التسلية و الترفيه التي أصبحت تجذب مستويات مختلفة بجانب ما تقدمه المواقع الإعلامية من إذاعة مواد إعلامية التي تساهم في تحقيق هذه الوظيفة و حاجات جمهور المستخدمين منها.

6. الإعلام الجديد و العولمة...مقاربة مفاهيمية

إن من العبث تجاهل دور الإعلام في ظل التطور اللحظي،الذي استطاع أن ينقل الأخبار في لحظة واحدة إلى جميع أرجاء الكون فلم يعد احد بإمكانه أن يختفي بأسراره حيث أن المختصون معنيون بالنظر إلى

⁽²⁾ شبكة أمين الإعلامية:الإعلام الجديد ..المفهوم و الوسائل و الخصائص و الوظائف ، أ.نسرین حسونة



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

إذ ذاك ستكون ضارة بشخصيتنا و بهويتنا .

فعلينا أن نوفر من إمكانياتنا الذاتية ما يستجيب لتحدياتنا بتحد أصيل يتمكن من إيجاد الموازنة بين الاقتباس بلا ضوابط و التحليل السليم عبر تقديم فهمنا لها و بين خصوصية الأمة التي لها قضاياها و مشكلاتها المتفاوتة تفاوتاً نسبياً من حيث قيمتها و أولوياتها بدءاً من قضايا التحرير و التوحيد و الاستقلال و انتهاء بقضايا التقدم و الرقي و الازدهار .

فنظراً لأن الملمح الاقتصادي هو الملمح الفاعل و المحرك لمختلف أبعاد العولمة فإن القطاعات الإعلامية العربية تأثرت بالنمط الاقتصادي العولمي حيث أسهمت تأثيرات ذلك النمط في تفعيل الغايات و الأهداف المرجوة من وراء ظهور فكرة إقتصادات الإعلام ⁽¹⁾، التي كانت الرائدة فيما يسمى حالياً بإعلام العولمة تلك " السلطة التكنولوجية ذات منظومات معقدة لا تلتزم بالحدود الوطنية للدول إنما تطرح حدوداً فضائية غير مرئية ترسمها شبكات اتصالية معلوماتية على أسس سياسية و اقتصادية و ثقافية و فكرية لتقيم عالماً من دون أمة و من دون وطن هو عالم المؤسسات و الشبكات التي تتمركز و تعمل تحت إمرة منظمات ذات طبيعة خاصة و شركات متعددة الجنسيات يتسم مضمونه بالعالمية و التوحيد على الرغم تنوع رسائله التي تبث عبر وسائل تتخطى حواجز الزمان و المكان و اللغة لتخاطب مستهلكين متعددي العقائد و الرغبات و الأهواء " ⁽²⁾

و بما أن هذا الإعلام يتسم بالتعظيم المتسارع و المذهل في قدرات و وسائل الإعلام و المعلومات على تجاوز الحدود السياسية و الثقافية بين المجتمعات بفضل ما تقدمه التكنولوجيا الحديثة و التكامل و الاندماج بين هذه الوسائل بهدف دعم و توحيد و دمج أسواق العالم و تحقيق مكاسب لشركات الإعلام و الاتصال و المعلومات العملاقة .

و من خلال التأمل في ديناميكيات إعلام العولمة في وسائل الإعلام الجديد خاصة نستنبط جملة من السمات و الخصائص المتعلقة بذلك الإعلام التي يأتي في مقدمتها.

أولاً . أنه إعلام استهلاكي يهدف إلى تحقيق الآتي.

- السعي لتشكيل الحياة الاجتماعية للشعوب وفق مصالح الأطراف المهيمنة على مراكز الإعلام.
- إعلام يعمل على تغيير الواقع الثقافي من خلال تعويد العقول على مشاهدة و معايشة أنماط ثقافية غريبة و مغرية.

⁽¹⁾ السيد احمد مصطفى عمر :إعلام العولمة و تأثيره في المستهلك ،مجلة المستقبل العربي ،العدد 206،جويلية 2000،ص

⁽²⁾ محمود عبد الله .المرجع السابق، ص 66.

- إعلام يشجع على الانخراط النشط في الثقافة الغربية بالأشكال الجديدة لها خصائص ثقافية
و موروثة من ما كولات و ملبوسات و ترفية و إلقاء يتجاوب مع حاجة العصر الحديث
- إعلام يتفنن في تطوير أساليب ووسائل التأثير في المتلقي و من أهمها التكيف مع ثقافة السوق و المستهلك

المواد الإعلامية السهلة و السريعة و البسيطة و التأثير في المتلقي عبر وسائل عدة منها التدفق الحر للمعلومات و تنوع الرسالة الإعلامية و البث السريع المتواصل و الاعتماد على أساليب السيكلوجية في إحداث التغيير على المتلقي*.

ثانيا. إعلام شبه مؤمرك لا يحترم خصوصية الآخر الثقافية. باعتبار أن التهجين الثقافي يعد احد أهم الروافد الأمركة الإعلامية الموجهة ضد دول الشمال و الجنوب على حد سواء.

ومن هنا تبرز عدة تحديات تطرح تساؤلات هامة و ملحة حول مدى قدرة الإعلاميات العربية على مواجهتها و تحصين الدول الموجودة في إطارها من عواقبها و تداعياتها السلبية.. إن المتتبع لواقع الإعلام العربي يجد أنها إعلاميات هشة و هلامية و لا تملك ادني وسائل المناعة التطبيقية التي تمكنها من تفعيل و تطوير آليات دفاعها المهني ضد تحديات العولمة الإعلامية⁽¹⁾.

و مثل هذه الوسائل و البرامج تغذي و تدعم لدى المستخدم العربي ما يأتي:

- الشعور بالنقص نحو الآخرين.
- انصراف الجمهور عن برامج الوطنية.
- عدم الرضا عن واقعه السياسي .
- فرض نموذج لمجتمع إستهلاكي يسعى فيه المرء لتحقيق مختلف متطلباته بأساليب مشروعة و غير مشروعة.
- كما تعمق هذه البرامج الشعور بالحرمان مما يؤدي إلى المقارنة بين من يعيش في أعلى السلطة و ما دونه.
- الإثارة الإباحية و الهدف من خلالها تخريب مجموعة القيم الأخلاقية و الدينية المتجذرة في الذات الإسلامية و العربية ثم تشويه الواقع العربي لتأسيس حالة من اليأس و الإحباط لدى الجماهير.
- صعوبة الوثوق و التحقق من صحة و صدقية العديد من البيانات و المعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية و التعليمية للمتلقي.
- ضعف ضبط الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية و الاجتماعية و الثقافية للمجتمعات

* يعمل هنا الإعلام على التوظيف الأمثل للرسالة الاتصالية من خلال اعتماد أسلوب الصدمة العقلية و هو أسلوب يعمل وفق آليات عدة لعل أهمها التركيز على حاسة البصر باعتبارها اقوي الحواس و لفت الانتباه عبر تغيير الرسالة .

⁽¹⁾ عواطف عبد الرحمن قضايا إعلامية معاصرة في الوطن العربي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1997ص 24.



- ضعف ضوابط السيطرة على العنف و التطرف .
 - عدم التوازن بين حجم و نوعية الرسائل الإعلامية الموجهة
 - بالرأي و الرأي الآخر .
 Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

- تفتيت دائرة المتلقي و التركيز على مخاطبة الأفراد و الجماعات الصغيرة وفق الميول و الاحتياجات الفردية.

- انتهاك حقوق النشر و الملكية الفردية.

- ارتكاب التكنولوجيات الحديثة الجرائم الالكترونية باستخدام التقنيات الحديثة.

7. الرقابة و التوازن الإعلامي مدخل لصناعة الهوية الإعلامية في الإعلام الجديد

فإذا كان الإعلام يرتبط إلى حد بعيد بمكونات الهوية الوطنية فان الكلام على إشكالية الإعلام الذي يمثل المنظومة التي تحفظ هذه الهوية و تؤرخ لها و التي تنقلها من جيل إلى جيل فان مخرجاته تخدم دون ادني شك هذه الهوية و تعمل على صيانتها و تقويتها و صيانتها إما إذا كانت المنظومة الإعلامية مهزومة و غير منتجة مستقبلية و مستهلكة فقط فإنها تفرز معطيات تتنافى مع كل ماهو وطني و قومي و محلي.

و على حد قول "فرانز فانون" * ، في كتابه يلبس الفرد في ظل ظاهرة الاغتراب و الانسلاخ لأقنعة الآخر ما يجعله تائها في عالم ازدواجية الأنا و الشخصية و الهوية و في النهاية يجد نفسه كالذي لا أصل له ولا نسب . ففي عالم يسوده الصراع على الصورة و الرأي العام تعاني دول و شعوب كثيرة من أزمة هوية و في عالم أصبح فيه الواقع الذي تقدمه الصناعات الإعلامية و الثقافية.

و وفقا لذلك تطرح إشكالية الهوية الوطنية بقوة واحدة لان الأمر يتعلق بموضوع استراتيجي يهم كيان الأمة ووجودها و تاريخها و حاضرها و مستقبلها،و إذا كانت الرسالة الإعلامية عاجزة عن تقديم من نحن و ماهو رأينا وموقفنا مما يجري في العالم و ماهي خصوصيتنا و الأشياء التي تتميز بها عن غيرنا و نختلف عن الآخرين والاكتفاء فقط بتقديم الآخر بأفكاره و منتجاته لنا فان المدخل الأساسي الذي يمكن أن نصارع به على حماية هذه الهوية هو الإعلام في حد ذاته باعتباره كمدخلات و مخرجات يمكن من خلالها حماية المجتمع أخلاقيا و دينيا و قيميا و ثقافيا و تاريخيا و اجتماعيا.

8. آليات صناعة الهوية الإعلامية و تنمية الإبداع

إن الانفراد في جانب معين و الحفاظ على الاستمرارية فيه من العوامل التي تساهم في بناء هوية إعلامية الخاصة على هذه المواقع فما نجده اليوم من تكرار من قبل بعض المؤثرين ساهم إلى حد كبير في قتل الإبداع .



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

أولاً. الدين. لاشك أن سلوك الإنسان يبنى على تصوره لنفسه أولاً ما أصله و ما مصيره و تصوره لخالفه الذي يعبد ثم تصوره للكون و الحياة و الدين هو أول المكونات التي تشكل هذا التصور فالإنسان الذي يعتقد هذه المفاهيم و يدركها إدراكاً حسناً يكون صالحاً مع نفسه مصلحاً لغيره قائماً بالحق و العدل في الأرض مثلاً للخير و البر ناهياً عن الشر .

ثانياً. اللغة. تعد اللغة إحدى الركائز الأساسية التي تكون الهوية و هي الوسيلة الأساسية في التواصل و العلاقات الإنسانية من حيث التوصيل أو النقل و التعبير عن الأفكار و المعاني و الرغبات و اللغة العربية هي وعاء الثقافة لكل الشعوب الناطقة بها من خلالها يتم تلقي المعرفة و تدوينها و نقلها إلى الأجيال و بها يمارسون العبادة و الشعائر و هذه اللغة التي وسعت كتاب الله لفظاً و غاية و حملت نصه المعجز محفوظة بحفظ القرآن الكريم و باقية ببقائه .

ثالثاً. البيئة الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية. لاشك أن البنية التي يعيش فيها الفرد تؤثر على بنائه الفكري و العقلي بالقدر الذي يؤثر فيه التاريخ.

و عموماً يمكن تلخيص أهم آليات و بواعث صناعة الهوية في الإعلام كما يلي:

- حاجة المجتمعات العربية إلى الاحتشاد و تعزيز الاستقرار المجتمعي كأساس للتنمية.
- يجب تطبيق قانون تمدد القوة وحاجاته لمساحات واسعة جديدة يتمدد فيها و من ثمة يتحول من قوة محلية إلى إقليمية ثم دولية.
- أن نربط الإعلام بتنظيم جيد للمحافظة على دور الرقابة و التوازن من اجل المعادلة المفقودة بين قدرة الإعلام و بين مسؤوليتها .
- التغيير في المواقف و تشكيل رأي عام جديد يختلف بتوجهاته عن أصالته و نقل التراث التاريخي و الحضاري و القيمي للأمة في صيغ و قوالب تتماشى مع المجتمع الرقمي الذي نعيش فيه.
- يجب أن يجعل في المقام الأول اللغة و هو الآلية الأكثر تأثيراً و قوة في صناعة الهوية و التعبير عنها و عن معالمها و صيانتها و نشرها و الدفاع عنها.
- تنشئة جيل مسؤول وواعي يعرف كيف يتفاعل مع هذه الوسائط ،و كيف يأخذ منها ما يفيده و يبتعد عن المواد المشبوهة و التي تتنافى و تتناقض مع مبادئ و قيم المجتمع .

(1) عليّة دبا عباد. الهوية العربية الاسلامية في ظل العولمة ،صحيفة سبتمبر الالكترونية رقم 26



This file was edited using the trial version of Nitro Pro 7
Buy now at www.nitropdf.com to remove this message

- تقديم البديل و الاستثمار في الصناعات الإعلامية و الثقافية فالجمهور بحاجة إلى بديل و أخبار و برامج و مواد ثقافية محلية تعكس شخصيته و هويته و اهتماماته و اندماجه.

- أهمية التجديد و التطوير المستمر في صناعة الهوية و هذا طبعا في الدول التي تمتلك مشروعا للهوية و لا تملكه
الأكثر إلحاحا في الدول التي لا تمتلك مشروعا للهوية مما يجعلها ميدانا مفتوحا لتمدد هويات الأخرى.

قائمة المراجع .

أولا . الكتب

1. إبراهيم بعزيز : دور وسائل الاتصال الجديدة في إحداث التغيير السياسي في البلدان العربية، مجلة المستقبل العربي، العدد 390 (أوت 2011)
 2. السيد احمد مصطفى عمر : إعلام العولمة و تأثيره في المستهلك ،مجلة المستقبل العربي ،العدد 206،جويلية 2000،
 3. عزام أبو الحمام :الإعلام و المجتمع ،دار أسامة للنشر و التوزيع الأردن ،عمان،2011،
 4. عواطف عبد الرحمن قضايا إعلامية معاصرة في الوطن العربي، القاهرة،دار الفكر العربي ،1997
 5. محمود عبد الله :الإعلام و إشكاليات العولمة ،دار أسامة للنشر و التوزيع عمان الأردن ،2010،
 6. محمد شطاح .قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا و الايدولوجيا،دار الهدى للطباعة و النشر2006
 7. نسرین حسونة .الإعلام الجديد المفهوم و الوسائل و الخصائص و الوظائف ،شبكة الالوكة،القاهرة ،
 8. رشا عبد الله.مواقع الشبكات الاجتماعية الالكترونية بين الخصوصية و الحرية ضمن كتاب الثقافة العربية في ظل وسائل الاتصال الحديثة ،كتاب العربي ،العدد 81،(جويلية 2010)
 9. خالد محمد غازي . ما بعد العولمة صناعة الإعلام و تحول السلطة، وكالة الصحافة العربية الطبعة 4، المجلد الأول 2011.
- ثانيا . منشورات الانترنت
10. باسم الطويسي . الإعلام و الهوية :الوطنيات القلقة ،ديسمبر 2012،<https://alghad.com>.
 - المؤتمر الدولي للإعلام و الهوية ،شبكة ضياء للمؤتمرات والدراسات و الأبحاث ، تاريخ الفعالية 17-18
[/https://diae.net/61216](https://diae.net/61216)
 11. محمد قيراط .الإعلام و الاغتراب و الهوية الوطنية ،عميد جامعة الشارقة،26.مارس 2010،albayan.ae
 12. علية دبا عباد.الهوية العربية الاسلامية في ظل العولمة ،صحيفة سبتمبر الالكترونية رقم 26
[26sep.net /newsweekarticle](http://26sep.net/newsweekarticle)
 13. شبكة أمين الإعلامية:الإعلام الجديد..المفهوم و الوسائل و الخصائص و الوظائف ، أ.نسرین حسونة
<http://blog.amin.org>