



الإعلام العربي والهوية العربية

سهام سالم الامين علي

قسم الاعلام... كلية الآداب الجميل / جامعة صبراته - ليبيا

Seham.alamen@sabu.edu.ly

تاريخ الاستلام: 2025/11/20 - تاريخ المراجعة: 2025/12/10 - تاريخ القبول: 2025/12/26 - تاريخ للنشر: 2026 /1/28

الملخص

يهدف هذا البحث إلى دراسة العلاقة بين الإعلام العربي والهوية العربية، وتحليل دور الإعلام في تعزيز مكونات الهوية أو إضعافها في ظل التحولات الإعلامية المعاصرة، ولا سيما العولمة الإعلامية، وتنامي دور الإعلام الفضائي والرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي. اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تحليل الأدبيات النظرية والدراسات السابقة ذات الصلة بالإعلام والهوية الثقافية العربية.

وتوصل البحث إلى أن الإعلام العربي يؤدي دورًا مزدوجًا في تشكيل الهوية العربية؛ إذ يسهم بعض الخطاب الإعلامي في تعزيز اللغة العربية، والقيم الثقافية، والانتماء الحضاري، في حين يسهم خطاب إعلامي آخر، متأثر بالنماذج الإعلامية الوافدة، في تهميش بعض مكونات الهوية وإضعاف حضورها، خاصة لدى فئة الشباب. كما أظهرت النتائج أن التطورات الرقمية والعولمة الإعلامية زادت من تعقيد العلاقة بين الإعلام والهوية، وفرضت تحديات ثقافية تتطلب تبني رؤية واستراتيجيات إعلامية واعية.

وأوصى البحث بضرورة تطوير الخطاب الإعلامي العربي، وتعزيز المحتوى الثقافي الهادف، ودعم استخدام اللغة العربية الفصحى، وتوظيف الإعلام الرقمي بصورة إيجابية تساهم في حماية الهوية العربية وترسيخها في الوعي الجمعي.

الكلمات المفتاحية: الإعلام العربي، الهوية العربية، الخطاب الإعلامي، العولمة الإعلامية، الوعي الثقافي.

Abstract

This study aims to examine the relationship between Arab media and Arab identity, and to analyze the role of media in either reinforcing or weakening the components of identity in light of contemporary media transformations, particularly media globalization and the growing influence of satellite and digital media as well as social networking platforms. The study adopts a descriptive-analytical approach based on reviewing and analyzing relevant theoretical literature and previous studies on media and cultural identity.

The findings indicate that Arab media plays a dual role in shaping Arab identity. On one hand, certain media discourse contributes to strengthening the Arabic language, cultural values, and a sense of cultural belonging. On the other hand, media discourse influenced by foreign media models contributes to marginalizing some elements of Arab identity and weakening their presence, especially among youth. The study also reveals that digital transformations and media globalization have intensified the complexity of the relationship between media and identity, creating cultural challenges that require conscious and strategic media approaches.

The study recommends developing Arab media discourse, enhancing purposeful cultural content, supporting the use of standard Arabic, and positively employing digital media to protect and reinforce Arab identity within collective cultural awareness.

Keywords: Arab Media, Arab Identity, Media Discourse, Media Globalization, Cultural Awareness.

المقدمة

يُعدّ الإعلام من أبرز المؤسسات الاجتماعية التي تضطلع بدور محوري في تشكيل الوعي الجمعي للأمم، نظرًا لما يمتلكه من قدرة مؤثرة على نقل المعارف، وصياغة الاتجاهات، وترسيخ القيم الثقافية والاجتماعية السائدة. وتزداد أهمية الإعلام في المجتمعات العربية على وجه الخصوص، لارتباطه الوثيق بقضية الهوية العربية، التي تُعد الإطار الجامع للغة العربية، والتاريخ المشترك، والدين، والقيم الحضارية التي تميز الأمة العربية عن غيرها من الأمم.

وقد شهد الإعلام العربي خلال العقود الأخيرة تحولات بنيوية وتقنية متسارعة، جاءت في سياق التطورات العالمية المتلاحقة، ولا سيما مع تصاعد ظاهرة العولمة الإعلامية، وانتشار القنوات الفضائية، وتنامي دور وسائل الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي. وأسهمت هذه التحولات في إحداث تغييرات واضحة في طبيعة الخطاب الإعلامي العربي، من حيث المضمون والشكل وطرق التأثير.

وأبرز هذا الواقع الإعلامي الجديد أنماطاً متنوعة من الخطاب، كان لها انعكاسات مباشرة على تمثيلات الهوية العربية، حيث أسهم بعضها في تعزيز مقومات الهوية وترسيخ الانتماء الثقافي، في حين أدى بعضها الآخر إلى تهميش بعض عناصرها، أو إضعاف حضورها في ظل التأثير بالنماذج الإعلامية الوافدة.

ومن هذا المنطلق، تبرز الحاجة العلمية الملحة إلى دراسة العلاقة بين الإعلام العربي والهوية العربية، وتحليل أدواره المختلفة في ظل التحديات الثقافية والفكرية المعاصرة، بما يسهم في فهم أعمق لتأثير الإعلام في تشكيل الوعي الثقافي، واستشراف سبل توظيفه توظيفاً إيجابياً في خدمة قضايا الهوية العربية.

مشكلة البحث

تنطلق مشكلة البحث من ملاحظة وجود تباين ملحوظ في أداء الإعلام العربي تجاه قضايا الهوية العربية، حيث يتراوح الخطاب الإعلامي بين توجه يسعى إلى المحافظة على الخصوصية الثقافية واللغوية، وتعزيز مقومات الهوية العربية، وتوجه آخر يتأثر بالنماذج الإعلامية الوافدة، وما تحمله من مضامين وقيم قد لا تتسجم بالضرورة مع الخصوصية الثقافية العربية. وقد أسهم هذا التباين في إثارة تساؤلات علمية حول طبيعة الدور الذي يؤديه الإعلام العربي في ظل التحولات الإعلامية المعاصرة، ولا سيما في سياق العولمة الإعلامية والتطورات التقنية المتسارعة.

وفي ضوء ذلك، تتمحور مشكلة البحث حول التساؤل الرئيس الآتي:

إلى أي مدى يسهم الإعلام العربي في تعزيز الهوية العربية أو في إضعافها في ظل التحولات الإعلامية المعاصرة؟

أهمية البحث

تتجلى أهمية هذا البحث في الجوانب الآتية:

1. إبراز الدور الثقافي والحضاري للإعلام العربي في تشكيل الهوية،
2. الإسهام في إثراء الدراسات الإعلامية ذات البعد الثقافي،
3. تتبع المؤسسات الإعلامية إلى مسؤولياتها تجاه قضايا الهوية،
4. توفير مرجع علمي للباحثين والدارسين في مجالات الإعلام والثقافة.

أهداف البحث

يهدف البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. توضيح مفهوم الهوية العربية، وبيان مكوناتها الأساسية في السياق الثقافي العربي.
2. تحليل دور الإعلام العربي في تشكيل الوعي بالهوية العربية.
3. الكشف عن أثر العولمة الإعلامية في طبيعة الخطاب الإعلامي العربي.
4. تشخيص أبرز التحديات التي تواجه الهوية العربية في وسائل الإعلام العربية المعاصرة.
5. اقتراح آليات واستراتيجيات تساهم في تعزيز الدور الإيجابي للإعلام العربي في حماية الهوية العربية.

تساؤلات البحث

يسعى البحث للإجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما مفهوم الهوية العربية، وما أبرز مكوناتها؟
2. ما طبيعة العلاقة بين الإعلام والهوية الثقافية؟
3. كيف يؤثر الإعلام العربي في ترسيخ الهوية العربية أو إضعافها؟
4. ما أبرز التحديات الإعلامية التي تواجه الهوية العربية؟
5. كيف يمكن تطوير الخطاب الإعلامي العربي بما يخدم الهوية؟

منهجية البحث

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، لملاءمته لطبيعة موضوع الدراسة وأهدافها، وذلك من خلال تحليل الأدبيات النظرية والدراسات السابقة المتعلقة بالإعلام والهوية العربية. كما تم توظيف الأسلوب التحليلي في تفسير أدوار الإعلام العربي وانعكاساته الثقافية، في ضوء التحولات الإعلامية المعاصرة.

حدود البحث

- الحدود الموضوعية: الإعلام العربي والهوية العربية،
- الحدود المكانية: الوطن العربي،
- الحدود الزمانية: الدراسات الصادرة من عام 2010م إلى الوقت الحاضر،
- الحدود المنهجية: الاعتماد على المصادر النظرية والدراسات الأكاديمية.

الدراسات السابقة

دراسة الحداد (2012) بعنوان العولمة الإعلامية وأثرها في الخطاب الإعلامي العربي، نُشرت في مجلة دراسات إعلامية. هدفت الدراسة إلى تحليل تأثير العولمة الإعلامية في طبيعة الخطاب الإعلامي العربي، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي. وتوصلت نتائجها إلى ضعف القدرة التنافسية للإعلام العربي أمام الإعلام العالمي، مما انعكس سلباً على حضور القيم الثقافية العربية، وأوصت بضرورة تطوير خطاب إعلامي عربي يحافظ على الخصوصية الثقافية.

دراسة بن رمضان (2015) بعنوان الإعلام العربي والهوية الثقافية في ظل التحولات المعاصرة، نُشرت في مجلة الفكر الثقافي. سعت الدراسة إلى إبراز العلاقة بين الإعلام والهوية الثقافية العربية، مستخدمة المنهج التحليلي، وأظهرت نتائجها وجود تراجع في تمثيل القيم الثقافية العربية في بعض الوسائل الإعلامية، وأكدت ضرورة تبني خطاب إعلامي واع يعزز الهوية الثقافية.

دراسة العتيبي (2017) بعنوان دور القنوات الفضائية العربية في تعزيز الهوية الثقافية، نُشرت في مجلة البحوث الإعلامية. هدفت إلى الكشف عن إسهام القنوات الفضائية في ترسيخ الهوية الثقافية العربية، واعتمدت المنهج الوصفي، وتوصلت إلى أن دور هذه القنوات لا يزال محدودًا، وأوصت بإعادة توجيه المحتوى الإعلامي لخدمة قضايا الهوية.

دراسة الزهراني (2019) بعنوان الإعلام الرقمي وتأثيره في الهوية الثقافية لدى الشباب العربي، نُشرت في مجلة العلوم الاجتماعية. هدفت إلى دراسة تأثير الإعلام الرقمي على الهوية الثقافية، واعتمدت المنهج الوصفي التحليلي، وأظهرت نتائجها وجود تأثير مزدوج للإعلام الرقمي، وأوصت بتعزيز الوعي الإعلامي لدى الشباب.

دراسة القحطاني (2021) بعنوان الخطاب الإعلامي العربي وقضايا الهوية في عصر العولمة، نُشرت في مجلة الإعلام المعاصر. سعت إلى تحليل الخطاب الإعلامي العربي من منظور ثقافي، مستخدمة منهج تحليل الخطاب، وتوصلت إلى هيمنة المضامين الاستهلاكية على حساب القيم الثقافية، وأوصت بإعادة بناء الخطاب الإعلامي العربي.

دراسة الشريف (2022) بعنوان وسائل التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية العربية، نُشرت في مجلة الدراسات الثقافية. هدفت إلى الكشف عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في الهوية الثقافية، واعتمدت المنهج الوصفي التحليلي، وأظهرت النتائج تراجع استخدام اللغة العربية الفصحى، وأوصت بتعزيز المحتوى العربي الهادف.

دراسة العوضي (2023) بعنوان الإعلام الجديد وتحولات الهوية الثقافية في المجتمعات العربية، نُشرت في مجلة الإعلام الرقمي. هدفت إلى دراسة انعكاسات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية، واعتمدت المنهج التحليلي، وأظهرت نتائجها تزايد التأثيرات العابرة للثقافات، وأوصت بوضع استراتيجيات إعلامية داعمة للهوية.

دراسة المري (2024) بعنوان دور الخطاب الإعلامي في تعزيز الانتماء الثقافي العربي، نُشرت في مجلة الدراسات الإعلامية المعاصرة. هدفت إلى تحليل دور الخطاب الإعلامي في تعزيز الانتماء الثقافي، واعتمدت المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت إلى أهمية المحتوى الإعلامي الواعي في ترسيخ الهوية، وأوصت بدعم المبادرات الإعلامية ذات البعد الثقافي.

المصطلحات

الإعلام العربي :

يُقصَد به في هذا البحث مجموع الوسائل الإعلامية العربية التقليدية والرقمية التي يتم تحليل مضامينها وخطابها للكشف عن مدى إسهامها في تعزيز الهوية العربية أو التأثير فيها، خلال الفترة الزمنية التي تغطيها الدراسة.

الهوية العربية :

تُعرّف إجرائياً بأنها مجموعة المظاهر الثقافية واللغوية والقيمية التي يتم رصدتها وتحليل حضورها في الخطاب الإعلامي العربي، مثل اللغة المستخدمة، والقيم الثقافية، والانتماء الحضاري، كما تظهر في مضمون الرسائل الإعلامية محل الدراسة.

العولمة الإعلامية :

تُقاس في هذا البحث من خلال رصد مظاهر التأثير بالمضامين الإعلامية العالمية في الخطاب الإعلامي العربي، مثل تبني نماذج إعلامية وافدة أو مضامين ثقافية غير محلية، وانعكاس ذلك على تمثيل الهوية العربية.

الخطاب الإعلامي :

يُقصد به مجموعة النصوص والمضامين الإعلامية التي يتم تحليلها في هذا البحث، سواء كانت مرئية أو مسموعة أو مكتوبة، بهدف الكشف عن الدلالات الثقافية والقيمية المرتبطة بالهوية العربية.

الوعي الثقافي :

يُعرّف إجرائياً بمدى إبراز وسائل الإعلام العربية لمكونات الثقافة والهوية العربية في مضامينها، وما تعكسه من قيم وانتماءات تسهم في تشكيل وعي الجمهور تجاه هويته الثقافية.

الفصل الأول: الإطار النظري للإعلام والهوية

• تمهيد

يمثل الإطار النظري الأساس العلمي الذي تُبنى عليه الدراسات الإعلامية، إذ يوفر المفاهيم والمداخل التحليلية اللازمة لفهم الظواهر الإعلامية وتفسير أبعادها الثقافية والاجتماعية. وفي هذا السياق، يكتسب تناول الإعلام والهوية أهمية خاصة، باعتبارهما من أكثر المفاهيم تداولاً وتأثيراً في تشكيل الوعي الجمعي للمجتمعات، ولا سيما المجتمعات العربية التي تواجه تحديات ثقافية متسارعة في ظل التحولات الإعلامية المعاصرة. فالإعلام لم يعد مجرد وسيلة لنقل الأخبار والمعلومات، بل أصبح فاعلاً مركزياً في إنتاج المعاني، وصياغة القيم، وإعادة تشكيل التصورات المرتبطة بالانتماء والخصوصية الثقافية.

وانطلاقاً من ذلك، يسعى هذا الفصل إلى إرساء الأسس المفاهيمية والنظرية التي تحكم العلاقة بين الإعلام والهوية، من خلال توضيح مفهوم الإعلام ووظائفه المختلفة في المجتمع، واستعراض التطور التاريخي للإعلام العربي، وصولاً إلى بيان مفهوم الهوية الثقافية ومكوناتها، مع التركيز على الهوية العربية بوصفها إطاراً حضارياً جامعاً. كما يتناول الفصل طبيعة العلاقة التفاعلية بين الإعلام والهوية، ودور الإعلام في التأثير الثقافي، سواء في تعزيز الهوية والمحافظة عليها، أو في إضعافها نتيجة هيمنة أنماط إعلامية وافدة. ويهدف هذا التمهيد إلى تهيئة الأرضية النظرية اللازمة لفهم الأدوار الإعلامية اللاحقة، وتحليل انعكاساتها على الهوية العربية في الفصول التالية.

• مفهوم الإعلام ووظائفه في المجتمع

يُعدّ الإعلام من الركائز الأساسية في البناء الاجتماعي المعاصر، لما يؤديه من أدوار محورية في نقل المعرفة، وتشكيل الوعي الجمعي، والتأثير في اتجاهات الأفراد وسلوكهم. ولم يعد الإعلام في

الدراسات الحديثة يُنظر إليه بوصفه مجرد قناة لنقل الأخبار، بل أصبح منظومة اتصالية متكاملة تسهم في إنتاج المعاني، وإعادة تشكيل التصورات الاجتماعية والثقافية داخل المجتمع. ومن هذا المنطلق، فإن تناول مفهوم الإعلام يقتضي النظر إليه في إطاره الوظيفي والثقافي، بوصفه فاعلاً اجتماعياً مؤثراً يتجاوز حدود الإخبار إلى مجالات التأثير والتوجيه.

وفي هذا السياق، يُعرّف مصليحي الإعلام بأنه «عملية منظّمة لنقل المعلومات والمعارف والرسائل الرمزية إلى جمهور واسع، باستخدام وسائل اتصال متعددة، بقصد الإخبار والتثقيف والتأثير، ضمن إطار اجتماعي وثقافي محدد» (مصليحي، 2019، ص 34). ويُبرز هذا التعريف الطبيعة المركبة للإعلام، حيث يجمع بين البعد الاتصالي والبعد التأثري، ويؤكد أن التأثير في الوعي العام يُعد هدفاً جوهرياً للعمل الإعلامي.

وانطلاقاً من هذا المفهوم، ترى الباحثة أن الإعلام يؤدي مجموعة من الوظائف المتداخلة داخل المجتمع، تأتي في مقدمتها الوظيفة الإخبارية، التي تتمثل في إمداد الجمهور بالمعلومات والوقائع، بما يُسهم في تكوين معرفة عامة تساعد الأفراد على فهم ما يدور حولهم من أحداث وقضايا. كما يؤدي الإعلام وظيفة تثقيفية، من خلال نشر المعارف، وتعزيز الوعي الثقافي، والمساهمة في بناء الرصيد المعرفي للمجتمع. وإلى جانب ذلك، يضطلع الإعلام بوظيفة تربوية، تسهم في عملية التنشئة الاجتماعية، وغرس القيم والمعايير السائدة، وتعزيز أنماط السلوك المقبولة اجتماعياً.

وتشير بعض الدراسات الحديثة إلى أن من أبرز وظائف الإعلام في العصر الراهن الوظيفة التوجيهية، التي تتجسد في قدرته على ترتيب أولويات القضايا المطروحة أمام الجمهور، وصناعة الأجندة العامة، بما يؤثر في اهتمامات الأفراد واتجاهاتهم. وفي هذا الإطار، يؤكد الزبيدي أن الإعلام «يمارس تأثيراً غير مباشر في الرأي العام، من خلال إبراز قضايا معينة وتهميش أخرى، الأمر الذي ينعكس على وعي الجمهور وتصورات» (الزبيدي، 2021، ص 58).

وفي ضوء ما سبق، ترى الباحثة أن وظائف الإعلام في المجتمعات العربية تكتسب أهمية مضاعفة، نظراً لارتباطها الوثيق بقضايا الهوية العربية، واللغة، والقيم الثقافية. فالإعلام العربي لا يؤدي أدواراً إخبارية وثقافية فحسب، بل يتحمل مسؤولية حضارية تتمثل في المحافظة على الخصوصية الثقافية، وتعزيز الانتماء، في ظل ما تفرضه التحولات الإعلامية والعولمة الثقافية من تحديات متزايدة.

• تطور الإعلام العربي تاريخياً

مرّ الإعلام العربي بمراحل تاريخية متعاقبة، ارتبطت في مجملها بالتحولات السياسية والاجتماعية والثقافية التي شهدتها الوطن العربي، إذ لم يكن تطوّر الإعلام مساراً مستقلاً، بل جاء انعكاساً لطبيعة البنى السائدة، ومستوى الوعي المجتمعي، ودرجة الانفتاح على العالم الخارجي. ومن هذا المنطلق، ترى الباحثة أن فهم تطوّر الإعلام العربي يُعد مدخلاً أساسياً لتحليل أدواره الراهنة وتأثيره في قضايا الهوية والثقافة.

بدأت المرحلة الأولى للإعلام العربي مع ظهور الصحافة العربية المطبوعة في أواخر القرن التاسع عشر، حيث مثّلت الصحف آنذاك أداة للتعبير وبعث الوعي القومي، والدفاع عن اللغة العربية، ومقاومة الهيمنة الأجنبية، وقد ارتبطت هذه المرحلة بالحركات الإصلاحية والفكرية التي سعت إلى إحياء الهوية العربية وترسيخ الانتماء الثقافي. وفي هذا السياق، يشير عبد الله إلى أن

الصحافة العربية المبكرة «أدت دوراً تثقيفياً وتوعوياً مهماً، وأسهمت في بلورة الوعي القومي والدفاع عن الخصوصية الثقافية العربية» (عبد الله، 2020، ص 77).

ومع منتصف القرن العشرين، دخل الإعلام العربي مرحلة جديدة تمثلت في الإعلام المسموع، خاصة الإذاعة، التي اكتسبت انتشاراً واسعاً بين مختلف فئات المجتمع، وأسهمت في نقل الخطاب القومي وتعزيز الروابط الثقافية بين الأقطار العربية. وقد تميّزت هذه المرحلة بقدرة الإذاعة على الوصول السريع إلى الجمهور، مما جعلها أداة فعالة في التأثير السياسي والثقافي، وفي تعزيز الشعور بالانتماء المشترك.

ثم جاءت مرحلة الإعلام المرئي مع انتشار التلفزيون في الدول العربية، حيث شكّل نقلة نوعية في طبيعة الخطاب الإعلامي، من خلال الجمع بين الصورة والصوت، وما لذلك من تأثير بالغ في المتلقي. وترى الباحثة أن هذه المرحلة شهدت تحولاً في مضمون الرسالة الإعلامية، إذ تزايد الاهتمام بالبرامج الترفيهية على حساب المضامين الثقافية، الأمر الذي أثار تساؤلات حول دور الإعلام في حماية الهوية العربية. وفي هذا الصدد، يؤكد شرف الدين أن التلفزيون العربي «أسهم في إعادة تشكيل الثقافة الجماهيرية، لكنه في الوقت ذاته فتح المجال لتسلل أنماط ثقافية وافدة» (شرف الدين، 2022، ص 112).

ومع نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين، دخل الإعلام العربي مرحلة الإعلام الفضائي والرقمي، التي اتسمت بتعدد القنوات، وتسارع تدفق المعلومات، وتراجع احتكار الدولة للخطاب الإعلامي. وقد فرض هذا التحول تحديات جديدة على الإعلام العربي، أبرزها المنافسة مع الإعلام العالمي، وتأثير العولمة الثقافية في المضمون الإعلامي. وفي هذا الإطار، يرى مصيلحي أن الإعلام العربي في عصر الرقمنة «يواجه إشكالية التوازن بين مواكبة التطور التقني والحفاظ على الهوية الثقافية واللغوية» (مصيلحي، 2019، ص 64).

وانطلاقاً مما سبق، ترى الباحثة أن تطوّر الإعلام العربي تاريخياً يكشف عن مسار متداخل بين التقدم التقني والتحوّلات الثقافية، وأن التحدي الحقيقي لا يكمن في تطوّر الوسائل بحد ذاتها، بل في كيفية توظيفها لخدمة قضايا المجتمع العربي، وفي مقدمتها الحفاظ على الهوية العربية وتعزيزها في ظل بيئة إعلامية مفتوحة ومتغيرة.

• مفهوم الهوية الثقافية

تُعَدّ الهوية الثقافية من المفاهيم الأساسية في العلوم الاجتماعية والإنسانية، لما لها من دور محوري في تحديد ملامح الجماعات الإنسانية، وضبط علاقتها بذاتها وبالأخرين. فالهوية الثقافية تمثل الإطار المرجعي الذي تتشكل في ظله القيم، والمعتقدات، والأنماط السلوكية، والرموز المشتركة، والتي تمنح الأفراد شعوراً بالانتماء والاستمرارية التاريخية. ومن هذا المنطلق، لا يمكن النظر إلى الهوية الثقافية بوصفها مجرد عناصر مادية أو رمزية منفصلة، بل هي بناء متكامل يعكس تفاعل الإنسان مع بيئته الاجتماعية والثقافية عبر الزمن.

وترى الباحثة أن الهوية الثقافية ليست مفهوماً جامداً أو ثابتاً، وإنما هي عملية ديناميكية تتطور بتطور المجتمعات، وتتأثر بالتحوّلات السياسية والاقتصادية والتكنولوجية، وبطبيعة التفاعل مع الثقافات الأخرى. فهي من جهة تعبّر عن الخصوصية والتميّز، ومن جهة أخرى تخضع لعمليات إعادة تشكيل مستمرة بفعل الاحتكاك الحضاري والانفتاح الثقافي. وفي هذا السياق، يبرز دور

المؤسسات الاجتماعية، وعلى رأسها الإعلام، في ترسيخ ملامح الهوية أو إعادة إنتاجها وفق تصورات ومعايير معينة.

وقد عرّف شرف الدين الهوية الثقافية بأنها «مجموعة الخصائص الرمزية والمعنوية التي تميز جماعة بشرية عن غيرها، وتشمل اللغة والقيم والأنماط الفكرية، والتي تمنح أفرادها الإحساس بالاستمرارية والانتماء» (شرف الدين، 2022، ص 41). ويُبرز هذا التعريف البعد الرمزي والمعنوي للهوية الثقافية، ويؤكد ارتباطها الوثيق بالذاكرة الجماعية والخبرة التاريخية المشتركة، باعتبارهما عنصرين أساسيين في الحفاظ على تماسك الجماعة واستقرارها.

وانطلاقاً من ذلك، ترى الباحثة أن الهوية الثقافية تؤدي دوراً أساسياً في تحقيق التوازن الاجتماعي، إذ تساهم في توحيد الرؤى والتصورات داخل المجتمع، وتعزيز الشعور بالانتماء، وترسيخ القيم المشتركة التي تضبط السلوك الاجتماعي. كما تُعد الهوية الثقافية عاملاً مهماً في مواجهة التحديات الخارجية، لأنها تمثل خط الدفاع الأول أمام محاولات الطمس أو الهيمنة الثقافية، خاصة في ظل العولمة وما تفرضه من نماذج ثقافية مهيمنة.

وفي المقابل، فإن إضعاف الهوية الثقافية أو تهميشها قد يؤدي إلى بروز مظاهر الاغتراب الثقافي، وضعف الانتماء، واهتزاز منظومة القيم، وهو ما ينعكس سلباً على الاستقرار الاجتماعي. ومن هنا، تكتسب دراسة مفهوم الهوية الثقافية أهمية خاصة في إطار البحث الإعلامي، باعتبار الإعلام من أكثر الأدوات تأثيراً في تشكيل الوعي الثقافي، ونقل القيم، وإعادة إنتاج المعاني المرتبطة بالانتماء والخصوصية. فالإعلام قادر، وفقاً لطبيعته خطابه ومضامينه، على دعم الهوية الثقافية وتعزيزها، كما يمكن أن يساهم في إضعافها إذا غابت الرؤية الثقافية الواعية، وهو ما يجعل هذا المفهوم محورياً أساسياً لفهم العلاقة بين الإعلام العربي والهوية العربية.

• مكونات الهوية العربية

تُعدّ الهوية العربية تركيبة ثقافية حضارية متكاملة تشتمل على مجموعة من العناصر الأساسية التي تمثل القاسم المشترك بين أبناء المجتمع العربي، وتُميّزهم عن غيرهم من الشعوب. ويمثل فهم هذه المكونات مدخلاً ضرورياً لتحليل طبيعة الانتماء الثقافي، ووظيفة الإعلام في الحفاظ على هذه الانتماءات أو التأثير فيها.

وتشمل مكونات الهوية العربية مجموعة من العناصر المتداخلة، أبرزها اللغة العربية التي تُعدّ الركيزة الأولى في بنية الهوية، لأنها ليست مجرد أداة للتواصل فحسب، بل هي وعاء الفكر، ومصدر الإنتاج الثقافي الذي يحمل رموز الأمة وجذورها التاريخية. فاللغة تُمكن أفراد المجتمع من فهم تراثهم وتاريخهم، وتُساهم في ترسيخ الانتماء الجماعي من خلال الاستخدام المشترك بين الشعوب العربية.

ويأتي البعد التاريخي كأحد المكونات الجوهرية، إذ تُشكل الخبرة التاريخية المشتركة، بما فيها الأحداث الكبرى، والتجارب الثقافية، والإرث الحضاري، مرجعاً مشتركاً يستند إليه الفرد في إدراك ذاته وجماعته، ويؤسس لشعور بالاستمرارية والامتداد عبر العصور.

كما يُعدّ الدين والقيم المشتركة من المكونات الأساسية للهوية العربية، نظراً لدورها في تشكيل منظومة السلوك والقواعد الاجتماعية، بما يتماشى مع الثقافة المشتركة، ويساهم في تعزيز القيم الإنسانية والأخلاقية التي تُرسخ العلاقات الاجتماعية وتدعم التماسك المجتمعي.

وتدرج ضمن هذه المكونات أيضاً العادات والتقاليد الاجتماعية التي تعكس أساليب الحياة اليومية، وأنماط التفاعل بين الأفراد والجماعات، والتي تشكل جزءاً من ذاكرة المجتمع الجماعية، وتسهم في بناء التجربة الثقافية المشتركة.

وفي هذا السياق، يشير حسن أن «الهوية العربية مفهوم متعدد الأبعاد، يتكون من لغة، وقيم، وتاريخ مشترك، وعادات اجتماعية، ويستمر في التشكل من خلال عمليات تفاعله مع المتغيرات الداخلية والخارجية» (حسن، 2021، ص 112). ويُبرز هذا الاقتباس الطبيعة المركبة والديناميكية للهوية العربية، حيث تتفاعل العناصر المختلفة لتكون إطاراً ثقافياً متماسكاً.

وترى الباحثة أن إدراك هذه المكونات بصورة واضحة يساعد في فهم كيفية تأثير الإعلام العربي في الهوية، سواء عبر تعزيز هذه العناصر أو الإسهام في تهميشها، لا سيما في سياق العولمة الإعلامية والانفتاح الثقافي.

• العلاقة بين الإعلام والهوية

تُعدّ العلاقة بين الإعلام والهوية من أكثر العلاقات تشابكاً وتعقيداً في الدراسات الاتصالية والثقافية، إذ يُمثل الإعلام وسيطاً أساسياً في إنتاج المعاني المرتبطة بهوية الجماعات الاجتماعية، وتثبيتها، وإعادة تمثيلها داخل الوعي الجمعي. فالهوية لا تُفهم بوصفها مجموعة من الخصائص الثابتة أو الجامدة، وإنما تُعد عملية اجتماعية ديناميكية تتشكل وتتجدد باستمرار عبر التفاعل مع السياقات الثقافية والاجتماعية المختلفة، ويأتي الإعلام في مقدمة هذه السياقات بوصفه فاعلاً مؤثراً في بناء الدلالات وصياغة التصورات المشتركة.

وترى الباحثة أن الإعلام، من خلال ما يقدمه من مضامين ورموز وصور، يضطلع بدور محوري في تأطير الهوية وإضفاء المعنى عليها، سواء عبر تعزيز عناصرها الجوهرية وترسيخها، أو من خلال إعادة بنائها في ضوء التحولات الاجتماعية والثقافية. وفي السياق العربي، تكتسب هذه العلاقة أهمية خاصة، حيث يصبح الإعلام مجاًلاً لتداول الرموز والقيم الثقافية، وأداة مؤثرة في تشكيل مستويات الوعي والانتماء، الأمر الذي يجعل العلاقة بين الإعلام والهوية علاقة تبادلية؛ إذ يستمد الإعلام مادته الرمزية من الهوية، وفي الوقت ذاته يسهم في إعادة تشكيلها وتوجيهها.

وفي هذا الإطار، يشير البنائي إلى أن «الإعلام لا يقتصر على توصيل الخبر والمعلومة، بل يتدخل في عملية إنتاج الهوية الثقافية والاجتماعية من خلال اختيار الموضوعات، وصياغة الخطاب، وتحديد الإطار الرمزي الذي تُقدّم به القضايا» (البنائي، 2020، ص 143)، وهو ما يبرز البعد البنوي للإعلام بوصفه فاعلاً ثقافياً يتجاوز الوظائف التقليدية للإخبار والتثقيف.

وتزداد ديناميكية هذه العلاقة في ظل التطورات التكنولوجية المعاصرة، حيث أسهمت الوسائط الرقمية في توسيع دوائر إنتاج الخطاب وتداوله، وتعزيز حضور الجمهور بوصفه شريكاً في صناعة المعنى، الأمر الذي عمّق من دور الإعلام في إعادة تشكيل التصورات المرتبطة بالهوية ضمن سياقات متغيرة ومتداخلة.

وبناءً على ما سبق، تتسم العلاقة بين الإعلام والهوية بطابع تفاعلي متعدد الاتجاهات، يجعل من فهمها مدخلاً نظرياً أساسياً لتحليل دور الإعلام العربي في التعامل مع قضايا الانتماء الثقافي، سواء من حيث تعزيز مكونات الهوية العربية أو إعادة صياغتها في ضوء المتغيرات المحلية والعالمية.

- الإعلام بوصفه أداة للتأثير الثقافي.

يُعدّ الإعلام من أبرز الأدوات المؤثرة في المجال الثقافي، لما يمتلكه من قدرة عالية على إنتاج المعاني، ونشر الرموز، وتوجيه الأنماط الفكرية والسلوكية داخل المجتمع. فلم يعد الإعلام يقتصر على نقل الواقع أو عكسه، بل أصبح فاعلاً رئيساً في تشكيل الثقافة وإعادة إنتاجها، من خلال ما يقدمه من مضامين ورسائل تحمل قيماً وتصورات قد تسهم في ترسيخ الثقافة المحلية أو في إضعافها لصالح أنماط ثقافية وافدة. ومن هذا المنطلق، ترى الباحثة أن الإعلام يمثل قوة ثقافية ناعمة ذات تأثير عميق في بنية الهوية والوعي الجمعي.

ويتمثل التأثير الثقافي للإعلام في قدرته على إعادة تشكيل منظومة القيم، وتوجيه الذوق العام، وصياغة الصور الذهنية عن الذات والآخر، عبر التكرار، والانتقاء، وطريقة العرض، وأطر التداول. فاختيار القضايا المطروحة، واللغة المستخدمة، والرموز البصرية، وأنماط السرد، كلها عناصر تسهم في بناء خطاب ثقافي قد يعزز الخصوصية الثقافية، أو يعمل على تذويبها تدريجياً. وفي هذا السياق، لا يُعد التأثير الإعلامي فعلاً مباشراً فقط، بل هو عملية تراكمية طويلة الأمد، تتسلل إلى الوعي الجمعي بصورة غير محسوسة.

وتؤكد الباحثة أن خطورة التأثير الثقافي للإعلام تتضاعف في ظل العولمة الإعلامية، حيث تتدفق مضامين ثقافية عابرة للحدود، تحمل قيماً وأنماط عيش قد لا تتسجم مع الثقافة المحلية، وهو ما يجعل الإعلام ساحة مركزية للصراع الرمزي بين الثقافات. وفي المجتمعات العربية، يظهر هذا التأثير بوضوح في قضايا اللغة، والأنماط الاستهلاكية، وصورة القيم الاجتماعية، الأمر الذي يفرض على الإعلام العربي مسؤولية ثقافية تتجاوز البعد المهني إلى البعد الحضاري.

وفي هذا الإطار، يشير عبد الله إلى أن «الإعلام يُعد أداة فعالة للتأثير الثقافي، إذ يسهم في إعادة إنتاج القيم والمعاني السائدة، ويؤثر في تشكيل وعي الأفراد واتجاهاتهم، سواء بصورة إيجابية تعزز الهوية الثقافية، أو بصورة سلبية تُقضي إلى تهميشها» (عبد الله، 2020، ص 156). ويُبرز هذا الطرح الدور المزدوج للإعلام، بوصفه أداة يمكن توظيفها إما لحماية الثقافة والهوية، أو لإضعافها تبعاً لطبيعة الخطاب الإعلامي.

وانطلاقاً من ذلك، ترى الباحثة أن الإعلام العربي، إذا ما استند إلى رؤية ثقافية واعية، قادر على أداء دور إيجابي في حماية الهوية العربية، وتعزيز اللغة والقيم والتراث، أما في حال غياب هذه الرؤية، فإنه قد يتحول إلى قناة لإعادة إنتاج ثقافات مهيمنة، تسهم في تآكل الخصوصية الثقافية. وعليه، فإن دراسة الإعلام بوصفه أداة للتأثير الثقافي تُعد مدخلاً أساسياً لفهم التحديات التي تواجه الهوية العربية في العصر الحديث.

الفصل الثاني: الإعلام العربي في ظل التحولات المعاصرة

- تمهيد

يشهد الإعلام العربي في العصر الراهن تحولات عميقة ومتسارعة، جاءت نتيجة التطور التكنولوجي المتلاحق، وتساعد العولمة الإعلامية، وتنامي دور الوسائط الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي أعاد تشكيل بنية الخطاب الإعلامي وأنماط إنتاجه وتلقيه. ولم تقتصر هذه التحولات على الجوانب التقنية أو الشكلية فحسب، بل امتد تأثيرها إلى المضامين الثقافية والقيمية، وإلى طبيعة الدور الذي يؤديه الإعلام في المجتمعات العربية، ولا سيما فيما يتصل بقضايا الهوية والانتماء.

وفي ظل هذا الواقع الجديد، أصبح الإعلام العربي جزءاً من فضاء إعلامي عالمي مفتوح، تتداخل فيه الثقافات، وتتعدد فيه المرجعيات، وتتزايد فيه المنافسة بين الخطابات المحلية والعبارة للحدود. وقد أفرز هذا الانفتاح تحديات ثقافية وهوياتية معقدة، تمثلت في تراجع بعض المضامين الثقافية الأصيلة، وصعود الخطاب الترفيهي والاستهلاكي، إضافة إلى التأثير المتزايد للنماذج الإعلامية الوافدة، وما تحمله من قيم وأنماط سلوكية قد لا تتسجم مع الخصوصية الثقافية العربية.

وانطلاقاً من ذلك، يهدف هذا الفصل إلى تحليل واقع الإعلام العربي في ظل التحولات الإعلامية المعاصرة، من خلال تناول أثر العولمة على الإعلام العربي، ودور الإعلام الفضائي والرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي في إعادة تشكيل الخطاب الإعلامي، فضلاً عن مناقشة قضايا اللغة العربية، وصورة القيم الثقافية، والتحديات التي تواجه الإعلام العربي في أداء دوره الثقافي والهوياتي. ويسعى هذا التحليل إلى تهيئة الإطار اللازم لفهم طبيعة التأثيرات التي تمارسها هذه التحولات في الهوية العربية، تمهيداً للانتقال في الفصل اللاحق إلى دراسة دور الإعلام العربي في تعزيز الهوية العربية وسبل تطوير خطابه الثقافي.

• العولمة وتأثيرها على الإعلام العربي

أفرزت العولمة تحولات عميقة في بنية النظام الإعلامي العالمي، كان لها انعكاسات مباشرة على الإعلام العربي من حيث المضمون، والوسائل، وأنماط الإنتاج والتلقي. فلم تعد وسائل الإعلام العربية تعمل في إطار محلي مغلق، بل أصبحت جزءاً من فضاء إعلامي مفتوح تتداخل فيه الرسائل، وتتقاطع فيه الثقافات، وتتراجع فيه الحدود الجغرافية أمام التدفق السريع للمعلومات والرموز. ومن هذا المنطلق، ترى الباحثة أن العولمة لم تؤثر في الإعلام العربي على المستوى التقني فحسب، بل امتد تأثيرها ليشمل البعد الثقافي والهوياتي.

وقد أسهمت العولمة الإعلامية في إحداث تحوّل في طبيعة الخطاب الإعلامي العربي، نتيجة المنافسة الشديدة مع المؤسسات الإعلامية العالمية، وما تفرضه من معايير إنتاجية ومهنية جديدة. فأمّام هيمنة النموذج الإعلامي الغربي، لجأت بعض الوسائل الإعلامية العربية إلى تبني أنماط شكلية ومضمونية مستوردة، أملاً في جذب الجمهور ومواكبة التطور، وهو ما انعكس في تراجع الاهتمام بالمضامين الثقافية المحلية، وتزايد حضور القيم الاستهلاكية والرموز الثقافية الوافدة.

وترى الباحثة أن من أخطر آثار العولمة على الإعلام العربي إضعاف الدور الثقافي والرسالي لوسائل الإعلام، حيث تحوّل التركيز في كثير من الأحيان من القضايا الثقافية والهوية إلى المضامين الترفيهية السطحية، بما يحّد من قدرة الإعلام على أداء وظيفته في تعزيز الانتماء الثقافي والوعي الجمعي. كما أسهمت العولمة في إعادة تشكيل الذوق العام، خاصة لدى فئة الشباب، من خلال الترويج لأنماط حياة وقيم لا تتبع من الخصوصية الثقافية العربية.

وفي هذا السياق، يشير مصيلحي إلى أن «العولمة الإعلامية فرضت على الإعلام العربي تحديات مركّبة، تمثلت في ضغوط المنافسة، وتغليب الاعتبارات التجارية، وتراجع الدور الثقافي للإعلام في مقابل تصاعد التأثيرات الثقافية العبارة للحدود» (مصيلحي، 2019، ص 91). ويُبرز هذا الاقتباس طبيعة التحدي الذي يواجه الإعلام العربي، باعتباره صراعاً بين متطلبات الاندماج في النظام الإعلامي العالمي، والحفاظ على الخصوصية الثقافية والهوية العربية.

وانطلاقاً من ذلك، ترى الباحثة أن تأثير العولمة على الإعلام العربي ليس بالضرورة تأثيراً سلبياً مطلقاً، إذ يمكن توظيف أدوات العولمة وتقنياتها الحديثة في خدمة الثقافة العربية، شريطة توافر

رؤية إعلامية واعية تُوازن بين الانفتاح على العالم والحفاظ على المقومات الثقافية والهوية. وعليه، فإن التحدي الحقيقي لا يكمن في العولمة ذاتها، بل في كيفية تعامل الإعلام العربي معها، وقدرته على تحويلها من عامل تهديد إلى فرصة لتعزيز الحضور الثقافي العربي في الفضاء الإعلامي العالمي.

• الإعلام الفضائي والهوية العربية

شكل ظهور الإعلام الفضائي تحولاً نوعياً في المشهد الإعلامي العربي، إذ أسهم في كسر احتكار الدولة لوسائل الإعلام، وفتح المجال أمام تعددية في الخطاب الإعلامي، وتنوع في مصادر المعلومة والرأي. وقد أتاح هذا التحول فرصاً جديدة للتواصل الثقافي بين المجتمعات العربية، إلا أنه في الوقت ذاته أفرز تحديات جوهرية تتصل بقضية الهوية العربية، نتيجة الانفتاح الواسع على مضامين ثقافية عابرة للحدود.

وترى الباحثة أن الإعلام الفضائي العربي أدى دوراً مزدوجاً في علاقته بالهوية العربية؛ فمن جهة، أسهم في تعزيز الوعي بالانتماء العربي المشترك، من خلال نقل القضايا العربية، وإبراز الهموم الجماعية، ودعم اللغة العربية بوصفها أداة للتواصل الثقافي بين الشعوب العربية. وقد ساعدت القنوات الفضائية الإخبارية والثقافية في تقريب المسافات بين الأقطار العربية، وتكوين فضاء إعلامي عربي مشترك عزز الشعور بالانتماء القومي.

ومن جهة أخرى، أسهم الإعلام الفضائي في إدخال أنماط ثقافية جديدة إلى البيئة العربية، سواء من خلال البرامج الترفيهية المستوردة، أو عبر تقليد النماذج الإعلامية الغربية في الشكل والمضمون. وقد انعكس ذلك في تراجع حضور المضامين الثقافية العميقة لصالح الخطاب الاستهلاكي والترفيهي، الأمر الذي أثار مخاوف تتعلق بتهميش اللغة العربية الفصحى، وإضعاف القيم الثقافية الأصيلة، خاصة لدى فئة الشباب.

وفي هذا السياق، يشير عبد الله إلى أن «الإعلام الفضائي العربي أصبح فاعلاً رئيساً في تشكيل الوعي الثقافي، لكنه في الوقت ذاته فتح المجال لتأثيرات ثقافية خارجية قد تُقضي إلى إعادة تشكيل الهوية العربية بصورة لا تتسجم دائماً مع خصوصيتها الحضارية» (عبد الله، 2020، ص 134). ويُبرز هذا الاقتباس الطبيعة الإشكالية للإعلام الفضائي، بوصفه أداة يمكن أن تُسهم في تعزيز الهوية أو في إضعافها، تبعاً لطبيعة الخطاب الإعلامي والسياسات التحريرية المعتمدة.

وانطلاقاً من ذلك، ترى الباحثة أن التحدي الحقيقي للإعلام الفضائي العربي لا يكمن في تعدد القنوات أو التطور التقني، بل في مضمون الرسالة الإعلامية، ومدى التزامها بقضايا الهوية العربية، واللغة، والقيم الثقافية. فالإعلام الفضائي، إذا ما استند إلى رؤية ثقافية واعية، قادر على أن يكون أداة فاعلة في حماية الهوية العربية وتعزيزها، أما إذا خضع لمنطق السوق والمنافسة التجارية وحدها، فإنه قد يسهم في تآكل هذه الهوية تدريجياً.

• الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي

أدى ظهور الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي إلى إحداث تحول جذري في طبيعة الاتصال الجماهيري، وفي أنماط إنتاج المحتوى وتداوله، حيث انتقل الجمهور من موقع المتلقي السلبي إلى فاعل مشارك في صناعة الرسالة الإعلامية ونشرها. وقد أسهم هذا التحول في توسيع دائرة التأثير الإعلامي، وتسريع تدفق المعلومات، وإلغاء كثير من القيود المكانية والزمانية التي

كانت تحكم وسائل الإعلام التقليدية. ومن هذا المنطلق، ترى الباحثة أن الإعلام الرقمي لم يعد مجرد تطور تقني، بل أصبح فضاءً ثقافياً واجتماعياً مؤثراً في تشكيل الوعي والهوية. وتُعد شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز تجليات الإعلام الرقمي، لما تتيحه من إمكانيات للتفاعل المباشر، وتبادل الآراء، وبناء المجتمعات الافتراضية، وهو ما جعلها أداة فاعلة في إعادة تشكيل التصورات الثقافية لدى الأفراد، خاصة فئة الشباب. فقد أسهمت هذه الشبكات في تعزيز حرية التعبير، وتوسيع مساحة النقاش العام، إلا أنها في الوقت ذاته فتحت المجال أمام تدفق مكثف لخطابات وقيم ثقافية متعددة، بعضها لا ينسجم مع الخصوصية الثقافية للمجتمعات العربية.

وترى الباحثة أن التأثير الثقافي للإعلام الرقمي يتسم بكونه تراكمياً وغير مباشر، إذ يتسلل عبر المحتوى اليومي المتداول، والصور، والرموز، وأنماط الخطاب، ليؤثر تدريجياً في اللغة، والذوق العام، وأنماط التفكير. كما أن هيمنة المحتوى الترفيهي والسطحي في كثير من المنصات الرقمية أسهمت في تراجع المضامين الثقافية العميقة، وأضعفت حضور اللغة العربية الفصحى لصالح اللهجات المحلية أو اللغات الأجنبية.

وفي هذا السياق، يشير شرف الدين إلى أن «وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت من أقوى الفضاءات المؤثرة في تشكيل الوعي الثقافي، لما لها من قدرة على إعادة إنتاج القيم والرموز بصورة سريعة، وهو ما يجعل الهوية الثقافية عرضة لإعادة الصياغة المستمرة» (شرف الدين، 2022، ص 167). ويُبرز هذا الاقتباس خطورة الدور الذي تلعبه المنصات الرقمية في التأثير على الهوية، خاصة في ظل غياب الضوابط الثقافية والإعلامية الواضحة.

وانطلاقاً من ذلك، ترى الباحثة أن الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي يمثلان سلاحاً ذا حدين؛ فمن جهة، يمكن توظيفهما في خدمة الثقافة العربية، ونشر اللغة، وتعزيز الوعي بالهوية، ومن جهة أخرى، قد يسهمان في إضعاف الهوية العربية إذا غابت الرؤية الثقافية الواعية، وسيطر المحتوى الوافد والموجّه. وعليه، فإن التعامل مع الإعلام الرقمي يستلزم تبني استراتيجيات إعلامية وثقافية قادرة على توجيه هذا الفضاء المفتوح بما يخدم الهوية العربية ويحافظ على خصوصيتها.

• اللغة العربية في الخطاب الإعلامي

تُعد اللغة العربية ركناً أساسياً في تشكيل الخطاب الإعلامي العربي، وأحد أهم مقومات الهوية الثقافية والحضارية للأمة. فاللغة لا تمثل مجرد أداة للتواصل ونقل المعلومات، بل هي وعاء للثقافة، وحامل للذاكرة الجماعية، ووسيلة لإنتاج المعاني والقيم والرموز المشتركة. ومن هذا المنطلق، ترى الباحثة أن الخطاب الإعلامي العربي يؤدي دوراً محورياً في ترسيخ مكانة اللغة العربية أو إضعافها، تبعاً لطبيعة الاستخدام اللغوي السائد في وسائل الإعلام المختلفة.

وقد شهد الخطاب الإعلامي العربي، في العقود الأخيرة، تحولات ملحوظة في بنيته اللغوية، تمثلت في تراجع استخدام اللغة العربية الفصحى في بعض الوسائط الإعلامية، ولا سيما القنوات الفضائية الترفيهية والمنصات الرقمية، لصالح اللهجات العامية أو اللغات الأجنبية. وترى الباحثة أن هذا التحول لا يقتصر على كونه خياراً أسلوبياً، بل يعكس تغيراً أعمق في طبيعة الخطاب الإعلامي، وتأثره بمتطلبات السوق الإعلامي، وسعيه إلى تحقيق الانتشار السريع وجذب الجمهور، خاصة فئة الشباب.

وفي المقابل، لا يزال للغة العربية الفصحى حضور فاعل في بعض المجالات الإعلامية، مثل النشرات الإخبارية، والبرامج السياسية، والخطاب الرسمي، حيث تُوظف بوصفها لغة جامعة تعبّر عن الجدية والمصداقية، وتسهم في الحفاظ على وحدة الخطاب الإعلامي العربي. وترى الباحثة أن هذا التباين في الاستخدام اللغوي داخل الإعلام العربي يعكس صراعاً بين البعد الهوياتي للغة العربية، ومتطلبات التحديث والتجديد التي تفرضها البيئة الإعلامية المعاصرة.

وفي هذا السياق، يشير إبراهيم إلى أن «اللغة العربية في الخطاب الإعلامي ليست مجرد وسيلة للتعبير، بل هي عنصر فاعل في بناء الوعي الثقافي، وأن تهميشها أو تشويهها في وسائل الإعلام يؤدي إلى إضعاف الانتماء اللغوي والثقافي لدى المتلقي» (إبراهيم، 2021، ص 96). ويؤكد هذا الطرح العلاقة الوثيقة بين اللغة والهوية، ويبرز خطورة التقريط في البعد اللغوي داخل الخطاب الإعلامي.

وانطلاقاً من ذلك، ترى الباحثة أن الحفاظ على اللغة العربية في الخطاب الإعلامي لا يعني الجمود أو رفض التطوير، بل يقتضي توظيفها بأساليب معاصرة قادرة على مواكبة التحولات الإعلامية، دون المساس بقواعدها أو مكانتها الثقافية. فالإعلام العربي، إذا ما أحسن استخدام اللغة العربية، يمكن أن يسهم في تعزيز الهوية، وترسيخ الانتماء، وبناء خطاب ثقافي متوازن يجمع بين الأصالة والتجديد.

• صورة القيم العربية في وسائل الإعلام

تُعدّ القيم العربية من المرتكزات الأساسية التي تقوم عليها البنية الثقافية والاجتماعية للمجتمع العربي، لما تحمله من معانٍ تتصل بالتكافل الاجتماعي، واحترام الأسرة، والالتزام الأخلاقي، والانتماء، والاعتزاز بالتراث. وتمثل وسائل الإعلام أحد أهم الفضاءات التي تُعاد من خلالها صياغة هذه القيم وتمثيلها أمام الجمهور، سواء عبر الخطاب الإخباري، أو البرامج الثقافية، أو الأعمال الدرامية والترفيهية. ومن هذا المنطلق، ترى الباحثة أن صورة القيم العربية في وسائل الإعلام تُعد مؤشراً دالاً على طبيعة الدور الثقافي الذي تؤديه هذه الوسائل.

وقد شهدت صورة القيم العربية في الإعلام العربي تحولات ملحوظة، نتيجة تأثر الخطاب الإعلامي بالمتغيرات الاجتماعية والاقتصادية، وبضغوط المنافسة في السوق الإعلامي، فضلاً عن تأثير العولمة الثقافية. ففي حين تسعى بعض الوسائل الإعلامية إلى إبراز القيم العربية الأصيلة، مثل التضامن الأسري، واحترام الكبير، والالتزام الأخلاقي، تميل وسائل أخرى إلى تقديم مضامين ترفيهية تُغلب البعد التجاري على البعد القيمي، مما يؤدي في بعض الأحيان إلى تشويه صورة هذه القيم أو تهميشها.

وترى الباحثة أن الأعمال الدرامية والإعلام الترفيهي يُعدّان من أكثر الأشكال الإعلامية تأثيراً في تشكيل صورة القيم العربية، نظراً لما يمتلكانه من قدرة على التأثير الوجداني والرمزي في الجمهور. فقد أسهمت بعض الأعمال في إعادة إنتاج أنماط سلوكية وقيمية لا تتسجم مع الثقافة العربية، من خلال تطبيع سلوكيات فردية أو استهلاكية، على حساب القيم الجماعية التي تُعد سمة مميزة للمجتمع العربي. وفي المقابل، لا يمكن إغفال وجود نماذج إعلامية إيجابية سعت إلى تقديم صورة متوازنة للقيم العربية، وربطها بالواقع المعاصر دون إخلال بجوهرها الثقافي.

وفي هذا السياق، يشير قنديل إلى أن «وسائل الإعلام تؤدي دوراً محورياً في تشكيل صورة القيم داخل المجتمع، وأن طريقة تمثيل القيم العربية في الخطاب الإعلامي تؤثر بشكل مباشر في وعي الأفراد، خاصة فئة الشباب، وتوجهاتهم السلوكية» (قنديل، 2020، ص 118). ويُبرز هذا الطرح خطورة الدور الإعلامي في إعادة تشكيل المنظومة القيمية، سواء باتجاه التعزيز أو الإضعاف.

وانطلاقاً من ذلك، ترى الباحثة أن الحفاظ على صورة إيجابية ومتوازنة للقيم العربية في وسائل الإعلام يتطلب تبني سياسات إعلامية واعية، تُوازن بين متطلبات الجذب الجماهيري والالتزام بالمسؤولية الثقافية. فالإعلام العربي قادر، إذا ما أحسن توظيفه، على أن يكون أداة فاعلة في تعزيز القيم العربية، وترسيخها في الوعي الجمعي، بما يسهم في حماية الهوية الثقافية في مواجهة التحديات المعاصرة.

• التحديات الثقافية التي تواجه الإعلام العربي.

يواجه الإعلام العربي جملةً من التحديات الثقافية المعقدة التي فرضتها التحولات المتسارعة في البيئة الإعلامية العالمية، والتي انعكست بصورة مباشرة على طبيعة الخطاب الإعلامي ومضامينه. فلم يعد الإعلام العربي يعمل في إطار ثقافي مغلق أو متجانس، بل أصبح جزءاً من فضاء إعلامي عالمي تتقاطع فيه القيم، وتتنافس فيه الخطابات، وتتصارع فيه المرجعيات الثقافية. ومن هذا المنطلق، ترى الباحثة أن هذه التحديات لا تقتصر على الجانب التقني أو المهني، بل تمتد إلى جوهر الدور الثقافي للإعلام العربي ووظيفته في الحفاظ على الهوية.

ومن أبرز هذه التحديات **هيمنة النموذج الإعلامي العالمي**، ولا سيما الغربي، الذي يفرض معاييره وقوالبه الجاهزة على الإنتاج الإعلامي، الأمر الذي يدفع بعض الوسائل العربية إلى تقليد هذا النموذج شكلاً ومضموناً، على حساب الخصوصية الثقافية المحلية. ويترتب على ذلك تراجع المضامين الثقافية الأصيلة، وصعود خطاب إعلامي يميل إلى الترفيه السطحي والاستهلاك، بعيداً عن القيم والمعاني التي تعبّر عن الواقع العربي.

كما يواجه الإعلام العربي تحدياً يتمثل في **تراجع دور اللغة العربية الفصحى** داخل الخطاب الإعلامي، مقابل تصاعد استخدام اللهجات العامية أو اللغات الأجنبية، خاصة في الإعلام الرقمي والإعلاني. وترى الباحثة أن هذا التحول يُسهم في إضعاف الارتباط اللغوي، ويؤثر سلباً في الهوية الثقافية، نظراً لما تمثله اللغة من وعاء أساسي للثقافة والانتماء.

ويُضاف إلى ذلك **ضغط العولمة الرقمية**، التي أسهمت في فتح المجال أمام تدفق مكثف للمضامين الإعلامية الأجنبية، دون وجود ضوابط ثقافية واضحة، وهو ما يجعل الجمهور، ولا سيما فئة الشباب، أكثر عرضة للتأثر بقيم وسلوكيات لا تتسجم مع المنظومة الثقافية العربية. كما أدى هذا الانفتاح إلى تراجع قدرة المؤسسات الإعلامية على التحكم في المحتوى المتداول، في ظل الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي.

وفي هذا السياق، يشير مصيلحي إلى أن «الإعلام العربي يواجه تحديات ثقافية حقيقية في ظل العولمة والرقمنة، تتمثل في صعوبة الموازنة بين متطلبات السوق الإعلامي والحفاظ على الهوية الثقافية والقيم المجتمعية» (مصيلحي، 2019، ص 143). ويُبرز هذا الاقتباس طبيعة الإشكالية التي يعيشها الإعلام العربي، بوصفها صراعاً بين البعد التجاري والبعد الثقافي.

وانطلاقاً من ذلك، ترى الباحثة أن مواجهة هذه التحديات تتطلب تبني رؤية إعلامية وثقافية شاملة، تقوم على تطوير الخطاب الإعلامي، وتعزيز المحتوى الثقافي الهادف، ودعم اللغة العربية، وبناء وعي إعلامي قادر على التفاعل الإيجابي مع المتغيرات المعاصرة دون التفريط في مقومات الهوية. فالإعلام العربي، رغم التحديات، يظل أداة مركزية يمكن توظيفها في حماية الثقافة العربية وتعزيزها إذا ما توفرت الإرادة والرؤية الواعية.

الفصل الثالث: دور الإعلام العربي في تعزيز الهوية العربية

• تمهيد

بعد أن تناول الفصلان السابقان الإطار النظري للعلاقة بين الإعلام والهوية، وتحليل واقع الإعلام العربي في ظل التحولات الإعلامية المعاصرة، يركز هذا الفصل على استجلاء الدور الإيجابي الذي يمكن أن يضطلع به الإعلام العربي في تعزيز الهوية العربية، وترسيخ مكوّناتها الثقافية واللغوية والقيمية في وعي الجمهور. وينطلق هذا الفصل من فرضية مفادها أن الإعلام، بوصفه أداة تأثير ثقافي واجتماعي، لا يقتصر دوره على نقل الواقع أو عكسه، بل يمتد ليشمل الإسهام في بناء الوعي بالهوية، وحماية مقوماتها، وإعادة إنتاجها بصورة تتفاعل مع متطلبات العصر دون التفريط في خصوصيتها.

وفي هذا السياق، يتناول الفصل كيفية إسهام الإعلام العربي في بناء الوعي بالهوية العربية، ودوره في حماية اللغة العربية بوصفها أحد أهم مرتكزات الهوية الثقافية، إضافة إلى دوره في الحفاظ على الذاكرة التاريخية، وتعزيز قيم الانتماء والولاء، وترسيخ القيم العربية في الخطاب الإعلامي. كما يناقش الفصل مجموعة من الاستراتيجيات الإعلامية التي يمكن توظيفها لتعزيز الهوية العربية في ظل التحديات التي فرضتها العولمة الإعلامية والرقمنة.

ويهدف هذا الفصل إلى الانتقال من مستوى التحليل الوصفي للواقع الإعلامي إلى مستوى أكثر تطبيقاً وتوجيهياً، من خلال إبراز الآليات التي تمكّن الإعلام العربي من أداء دوره الثقافي والهوياتي بفاعلية. وبذلك، يشكّل هذا الفصل امتداداً منطقياً لما سبقه، وخلاصة تحليلية تسهم في تقديم رؤية علمية متكاملة حول سبل توظيف الإعلام العربي في خدمة الهوية العربية وتعزيز حضورها في الوعي الجمعي.

• الإعلام وبناء الوعي بالهوية

يُعدّ الإعلام من أهم الأدوات الفاعلة في بناء الوعي بالهوية، لما يمتلكه من قدرة على التأثير في إدراك الأفراد لذواتهم، وتشكيل تصوراتهم حول الانتماء الثقافي والاجتماعي. فالإعلام لا يكتفي بعرض الوقائع والأحداث، بل يشارك بصورة مباشرة في إعادة صياغة المعاني المرتبطة بالهوية، من خلال اختيار الموضوعات، وطريقة المعالجة، واللغة المستخدمة، والرموز التي يوظفها في خطابه. ومن هذا المنطلق، ترى الباحثة أن الإعلام يؤدي دوراً محورياً في تشكيل الوعي الهوياتي، سواء على المستوى الفردي أو الجمعي.

ويسهم الإعلام في بناء الوعي بالهوية عبر ترسيخ الصور الذهنية المرتبطة بالتاريخ المشترك، والقيم الثقافية، واللغة، والعادات الاجتماعية، إذ تعمل الرسائل الإعلامية المتكررة على تحويل هذه العناصر إلى مكونات راسخة في الوعي الجمعي. كما يساعد الإعلام على تعزيز الشعور

بالانتماء من خلال إبراز القضايا الوطنية والقومية، وتسليط الضوء على الرموز الثقافية والحضارية، بما يعمق الإحساس بالانتماء والاعتزاز بالهوية.

وترى الباحثة أن الإعلام يلعب دوراً مهماً في توجيه عملية الإدراك، من خلال ما يُعرف بترتيب الأولويات، حيث يُسهم في تحديد القضايا التي يوليها الجمهور اهتمامه، ويمنحها قيمة رمزية داخل الوعي الاجتماعي. فحين يُبرز الإعلام قضايا الهوية واللغة والتراث، فإنه يسهم في تعزيز حضورها في وعي المتلقي، أما حين يُهمشها لصالح مضامين ترفيهية أو استهلاكية، فإن ذلك يؤدي تدريباً إلى تراجع الوعي الهوياتي.

كما يسهم الإعلام في بناء الوعي النقدي بالهوية، من خلال فتح فضاءات للنقاش والحوار حول قضايا الانتماء، والتعدد الثقافي، والتحديات التي تواجه الهوية في ظل التحولات المعاصرة. فالإعلام الواعي لا يكتفي بتقديم صورة نمطية أو جامدة عن الهوية، بل يعرضها بوصفها مفهوماً متجداً يتفاعل مع الواقع، ويستوعب التغيرات دون التفریط في مقوماته الأساسية.

وفي المقابل، ترى الباحثة أن غياب الرؤية الثقافية في الخطاب الإعلامي قد يؤدي إلى تشويه الوعي بالهوية، عبر تقديم نماذج ثقافية بديلة، أو تكريس أنماط سلوكية وقيمية لا تتسجم مع الخصوصية الثقافية للمجتمع. وعليه، فإن بناء الوعي بالهوية عبر الإعلام يتطلب سياسات إعلامية مدروسة، ومضامين هادفة، وخطاباً متوازناً يربط بين الأصالة والمعاصرة، ويُسهم في حماية الهوية وتعزيز حضورها في الوعي الجمعي.

• دور الإعلام في حماية اللغة العربية

تُعدّ اللغة العربية أحد أبرز مقومات الهوية الثقافية، وحاملاً أساسياً للتراث الفكري والحضاري للأمم، ومن ثمّ فإن الحفاظ عليها يُعد مسؤولية جماعية تتصدرها وسائل الإعلام بوصفها الأداة الأكثر تأثيراً في التداول اللغوي اليومي. وترى الباحثة أن الإعلام يؤدي دوراً محورياً في حماية اللغة العربية، ليس فقط من خلال استخدامها المباشر في الخطاب الإعلامي، بل عبر ترسيخ مكانتها في الوعي الجمعي، وتعزيز حضورها في مختلف أشكال التعبير المعاصر.

ويسهم الإعلام في حماية اللغة العربية من خلال الالتزام باستخدام اللغة العربية الفصحى السليمة في النشرات الإخبارية، والبرامج الحوارية، والمضامين الثقافية، بما يرسّخ النموذج اللغوي الصحيح لدى الجمهور، خاصة فئة الشباب. فالتعرض المتكرر للغة السليمة في وسائل الإعلام يساعد على تنمية الحس اللغوي، ويحدّ من انتشار الأخطاء اللغوية والتراكيب الدخيلة التي قد تُضعف سلامة اللغة وتشوّه بنيتها.

كما يؤدي الإعلام دوراً مهماً في تعزيز الوعي بأهمية اللغة العربية، عبر تسليط الضوء على قضاياها، ومناقشة التحديات التي تواجهها في ظل العولمة والرقمنة، والترويج لاستخدامها في الفضاءات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي. وترى الباحثة أن الإعلام، حين يتناول اللغة العربية بوصفها قيمة ثقافية وحضارية، يسهم في ترسيخ الاعتزاز بها، ويُعيد الاعتبار لدورها في بناء الهوية والانتماء.

ويُعدّ المحتوى الثقافي والإبداعي من أهم المجالات التي يمكن للإعلام من خلالها حماية اللغة العربية، إذ إن البرامج الثقافية، والأعمال الدرامية الهادفة، والمواد الوثائقية، قادرة على تقديم اللغة في قالب جذاب ومعاصر، يوازن بين سلامة اللغة ومتطلبات التواصل الحديث. فالإعلام الذي

يُقدّم اللغة العربية بأسلوب مرن ومبتكر، يُسهم في تقريبها من الجمهور، ويُبعد عنها الصورة النمطية المرتبطة بالجمود أو الصعوبة.

وفي المقابل، ترى الباحثة أن تراجع الالتزام باللغة العربية في بعض وسائل الإعلام، لصالح اللهجات العامية أو اللغات الأجنبية، يشكل تحدياً حقيقياً لحماية اللغة، لما له من أثر سلبي في إضعاف الارتباط اللغوي، وتشجيع أنماط لغوية هجينة قد تؤدي إلى تآكل الفصحى على المدى البعيد. وعليه، فإن دور الإعلام في حماية اللغة العربية لا يتحقق إلا من خلال تبني سياسات لغوية واضحة، وتكوين كوادر إعلامية مؤهلة لغوياً، وتوظيف اللغة العربية بوصفها عنصراً أساسياً في الخطاب الإعلامي المعاصر، بما يضمن استمراريته وحضورها الفاعل في الحياة الثقافية.

• الإعلام والذاكرة التاريخية

تُعدّ الذاكرة التاريخية أحد الركائز الأساسية في بناء الهوية الجماعية للأمم، إذ تمثل الرصيد الرمزي الذي يربط الماضي بالحاضر، ويمنح الأفراد والجماعات شعوراً بالاستمرارية والانتماء. وفي هذا الإطار، يؤدي الإعلام دوراً محورياً في حفظ هذه الذاكرة، وإعادة إنتاجها، وتقديمها للأجيال المتعاقبة، من خلال ما يختاره من أحداث وشخصيات وروايات تاريخية، وما يمنحه لها من دلالات ومعانٍ داخل الخطاب الإعلامي.

وترى الباحثة أن الإعلام لا ينقل التاريخ بوصفه مادة جامدة، بل يشارك في تشكيل الوعي التاريخي عبر آليات الانتقاء، والترتيب، والتأطير، حيث يسلط الضوء على أحداث معينة، ويهمّش أخرى، بما يؤثر في كيفية إدراك الجمهور لتاريخه الوطني والقومي. فطريقة عرض الأحداث التاريخية، واللغة المستخدمة في سردها، والرموز المصاحبة لها، جميعها عناصر تسهم في بناء صورة ذهنية محددة عن الماضي، قد تعزز الشعور بالفخر والانتماء، أو تؤدي إلى تشويه الوعي التاريخي إذا افتقرت إلى الموضوعية والعمق.

كما يسهم الإعلام في ربط الذاكرة التاريخية بالواقع المعاصر، من خلال استدعاء التجارب التاريخية في تفسير الأحداث الراهنة، أو في تعزيز القيم المرتبطة بالصمود، والوحدة، والتضحية. وترى الباحثة أن هذا الربط، إذا ما تم بعوي ومسؤولية، يساعد على تحويل التاريخ من مجرد سرد للأحداث إلى مصدر إلهام وبناء للوعي، يعزز قدرة المجتمع على فهم حاضره واستشراف مستقبله.

ويؤدي الإعلام المرئي والمسموع، ولا سيما الأفلام الوثائقية، والبرامج التاريخية، والأعمال الدرامية، دوراً بالغ الأهمية في ترسيخ الذاكرة التاريخية، لما تمتلكه هذه الأشكال من قدرة على التأثير الوجداني، وإحياء الأحداث والشخصيات بصورة قريبة من المتلقي. غير أن هذا التأثير قد يحمل في طياته مخاطر، في حال خضع المنطق الإعلامي لاعتبارات تجارية أو أيديولوجية، الأمر الذي قد يؤدي إلى تبسيط التاريخ أو توظيفه بصورة انتقائية تخدم أهدافاً آنية.

وانطلاقاً من ذلك، ترى الباحثة أن مسؤولية الإعلام في التعامل مع الذاكرة التاريخية مسؤولية ثقافية وأخلاقية، تتطلب الدقة، والموضوعية، واحترام التعدد في قراءة التاريخ، بعيداً عن التزييف أو التوظيف المخل. فالإعلام العربي، إذا ما أحسن أداء هذا الدور، يمكن أن يسهم في حماية الذاكرة التاريخية، وتعزيز الوعي بالهوية، وربط الأجيال بتاريخها الحضاري، بما يدعم التماسك الاجتماعي ويحصّن المجتمع من فقدان مرجعيته التاريخية.

• الإعلام وقضايا الانتماء والولاء

تُعد قضايا الانتماء والولاء من القضايا المحورية في بناء الهوية الجماعية، لما لها من دور أساسي في تعزيز التماسك الاجتماعي والاستقرار الثقافي والسياسي داخل المجتمع. ويؤدي الإعلام دوراً بالغ الأهمية في تشكيل الوعي بهذه القضايا، من خلال ما يقدمه من خطابات ورسائل تساهم في ترسيخ مشاعر الانتماء للوطن، والأمة، والثقافة المشتركة، أو على العكس قد تُسهم في إضعافها إذا افتقرت إلى الرؤية والمسؤولية.

وترى الباحثة أن الإعلام يساهم في بناء الانتماء عبر إبراز الرموز الوطنية، وتسليط الضوء على القضايا المشتركة، وتعزيز الإحساس بالمصير الواحد، من خلال الخطاب الإخباري، والبرامج الحوارية، والمحتوى الثقافي. فحين يقدم الإعلام صورة إيجابية عن المجتمع وتاريخه وإنجازاته، فإنه يعمق شعور الأفراد بالانتماء، ويعزز ارتباطهم بالوطن والهوية الجامعة. كما يساهم الإعلام في تنمية الولاء من خلال ترسيخ قيم المسؤولية، والمشاركة، والالتزام بالقضايا العامة، بما يدعم الثقة المتبادلة بين الفرد والمجتمع.

وفي المقابل، ترى الباحثة أن الخطاب الإعلامي قد يتحول إلى عامل مُضعف للانتماء والولاء إذا اتسم بالتجزئة، أو المبالغة في تضخيم الخلافات، أو ترويج خطابات الإقصاء والتهميش. كما أن التركيز المفرط على النماذج الثقافية الوافدة، وتقديمها بوصفها نماذج مثالية، قد يؤدي إلى تراجع الشعور بالانتماء الثقافي، وإضعاف الولاء للمرجعيات المحلية، خاصة لدى فئة الشباب.

كما يلعب الإعلام دوراً مهماً في إدارة التعدد داخل المجتمع، إذ يمكنه أن يساهم في بناء ولاء جامع يقوم على قبول الاختلاف، واحترام التنوع الثقافي والاجتماعي، إذا ما تبنى خطاباً عقلانياً متوازناً. وترى الباحثة أن هذا الدور يتطلب وعياً إعلامياً قادراً على الجمع بين تعزيز الانتماء الوطني والقومي، وعدم الانزلاق نحو خطاب الإقصاء أو التعصب.

وانطلاقاً من ذلك، ترى الباحثة أن الإعلام العربي يتحمل مسؤولية مضاعفة في قضايا الانتماء والولاء، في ظل التحولات الثقافية والإعلامية المتسارعة. فالإعلام الواعي قادر على أن يكون أداة فاعلة في ترسيخ الانتماء الإيجابي، وبناء الولاء القائم على الوعي والمشاركة، أما الإعلام غير المنضبط فقد يساهم في إضعاف هذه القيم، بما ينعكس سلباً على استقرار المجتمع وتماسكه.

• استراتيجيات إعلامية لتعزيز الهوية العربية

يمثل تعزيز الهوية العربية أحد التحديات الرئيسية التي تواجه الإعلام العربي في ظل التحولات الثقافية والإعلامية المعاصرة، وهو ما يستدعي تبني استراتيجيات إعلامية واعية قادرة على الموازنة بين متطلبات التطور التقني والانفتاح الثقافي، والحفاظ على المقومات الأساسية للهوية. وترى الباحثة أن هذه الاستراتيجيات ينبغي أن تنطلق من رؤية ثقافية واضحة تُدرك أهمية الإعلام بوصفه أداة لبناء الوعي، وليس مجرد وسيلة لنقل المحتوى.

وتتمثل إحدى أهم الاستراتيجيات في تعزيز المحتوى الثقافي الهادف، من خلال إنتاج برامج إعلامية تُبرز التاريخ العربي، والتراث الحضاري، والقيم الثقافية، بأساليب معاصرة قادرة على جذب الجمهور، خاصة فئة الشباب. فالمحتوى الثقافي، إذا ما قُدّم بصورة جذابة، يساهم في ترسيخ الاعتزاز بالهوية، ويُعيد ربط الأفراد بجذورهم الثقافية.

كما تُعد اللغة العربية محوراً أساسياً في أي استراتيجية إعلامية لتعزيز الهوية، إذ يتطلب الأمر الالتزام باستخدام اللغة العربية الفصحى السليمة في الخطاب الإعلامي، مع تطوير أساليب

تقديمها بما يتناسب مع الوسائط الحديثة. وترى الباحثة أن حماية اللغة العربية وتوظيفها بمرونة وإبداع يُسهمان في تعزيز الانتماء الثقافي، ويحدان من هيمنة اللغات الأجنبية واللهجات الهجينة في الإعلام.

وتشمل الاستراتيجيات كذلك **تأهيل الكوادر الإعلامية ثقافياً ولغوياً**، بما يضمن إنتاج خطاب إعلامي وإع بقضايا الهوية، وقادراً على التعامل المسؤول مع المحتوى الثقافي. فالإعلامي المؤهل لا يقتصر دوره على نقل المعلومة، بل يسهم في توجيه الرسالة الإعلامية بما يخدم القيم والهوية.

وتؤكد الباحثة أيضاً على أهمية **توظيف الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي** في خدمة الهوية العربية، من خلال إنتاج محتوى رقمي عربي يواكب اهتمامات الجمهور، ويُسهم في نشر الثقافة واللغة والقيم العربية في الفضاء الإلكتروني، بدلاً من ترك هذا الفضاء خاضعاً للهيمنة الثقافية الخارجية.

وانطلاقاً من ذلك، ترى الباحثة أن نجاح الاستراتيجيات الإعلامية في تعزيز الهوية العربية يتطلب تكاملاً بين السياسات الإعلامية، والمؤسسات الثقافية، والأنظمة التعليمية، بما يضمن توحيد الجهود في مواجهة التحديات الثقافية، وتحويل الإعلام إلى أداة فاعلة في حماية الهوية العربية وترسيخها في الوعي الجمعي.

• آفاق تطوير الخطاب الإعلامي العربي.

يمثل تطوير الخطاب الإعلامي العربي ضرورة ملحة في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها المشهد الإعلامي العالمي، وما تفرضه من تحديات ثقافية وهوياتية على المجتمعات العربية. وترى الباحثة أن آفاق هذا التطوير لا تنحصر في تحديث الوسائل والتقنيات فحسب، بل تمتد لتشمل مضمون الخطاب، وأدواته التعبيرية، ومرجعياته الثقافية، بما يضمن قيام الإعلام بدوره في بناء الوعي والحفاظ على الهوية العربية.

وتتمثل إحدى أهم آفاق تطوير الخطاب الإعلامي العربي في **الانتقال من الخطاب التلقيني إلى الخطاب التحليلي التفاعلي**، القائم على تعميق الفهم، وإثارة التفكير النقدي، ومناقشة القضايا المجتمعية بموضوعية ومسؤولية. فالإعلام الذي يكتفي بالسرد السطحي للأحداث يعجز عن التأثير العميق في وعي الجمهور، في حين يسهم الخطاب التحليلي في بناء إدراك وإع بالقضايا الثقافية والهوياتية.

كما ترى الباحثة أن تطوير الخطاب الإعلامي يقتضي **إعادة الاعتبار للبعد الثقافي** داخل المضامين الإعلامية، من خلال دمج القيم العربية، واللغة، والتاريخ، والرموز الحضارية في الخطاب الإعلامي، دون الوقوع في الجمود أو الخطاب الوعظي المباشر. فالخطاب الإعلامي المتوازن هو الذي يقدم الهوية بوصفها مكوناً حياً ومتجدداً، قادراً على التفاعل مع الواقع المعاصر.

ويُعد **توظيف الوسائط الرقمية الحديثة** من أبرز آفاق تطوير الخطاب الإعلامي العربي، إذ تتيح هذه الوسائط إمكانات واسعة للتفاعل، والوصول إلى فئات متنوعة من الجمهور، خاصة الشباب. وترى الباحثة أن الاستثمار في الإعلام الرقمي ينبغي أن يترافق مع إنتاج محتوى عربي نوعي، يجمع بين الجاذبية الفنية والعمق الثقافي، بما يعزز حضور الخطاب العربي في الفضاء الإعلامي العالمي.

كما يرتبط تطوير الخطاب الإعلامي العربي بـ بناء كوادر إعلامية مؤهلة تمتلك وعياً ثقافياً ومعرفياً، إلى جانب المهارات المهنية، بما يمكنها من إنتاج خطاب إعلامي مسؤول، قادر على الموازنة بين حرية التعبير والالتزام بالقيم المجتمعية. فالإعلامي الواعي يشكل حجر الأساس في أي مشروع لتطوير الخطاب الإعلامي.

وانطلاقاً من ذلك، ترى الباحثة أن آفاق تطوير الخطاب الإعلامي العربي تتطلب رؤية شاملة تُدرك دور الإعلام بوصفه شريكاً في التنمية الثقافية وبناء الهوية، لا مجرد أداة للترفيه أو الترويج. فالإعلام العربي، إذا ما أُعيد توجيهه وفق هذه الرؤية، يمكن أن يسهم بفاعلية في تعزيز الوعي، وحماية الهوية العربية، وترسيخ حضورها في ظل بيئة إعلامية عالمية متغيرة.

• النتائج

في ضوء ما تناولته الباحثة من إطار نظري وتحليل للأدبيات والدراسات ذات الصلة، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أبرزها ما يأتي:

1. تبين أن العلاقة بين الإعلام العربي والهوية العربية علاقة تفاعلية وديناميكية، يتبادل فيها كلٌّ من الإعلام والهوية التأثير، حيث يستمد الإعلام مضامينه الرمزية من الهوية، وفي الوقت ذاته يسهم في إعادة تشكيلها وتوجيهها.
2. أظهرت النتائج أن الإعلام العربي يؤدي دوراً مزدوجاً في تعامله مع قضايا الهوية؛ إذ تسهم بعض المضامين الإعلامية في تعزيز اللغة العربية، وترسيخ القيم الثقافية، وتعميق الانتماء الحضاري، في حين يسهم خطاب إعلامي آخر، متأثر بالنماذج الإعلامية الوافدة، في تهميش بعض مكونات الهوية العربية.
3. كشفت الدراسة أن العولمة الإعلامية والتطورات التقنية المتسارعة أسهمت في تعقيد دور الإعلام العربي، من خلال تكثيف تدفق المضامين الثقافية العابرة للحدود، وما تحمله من قيم وأنماط ثقافية قد لا تتسجم مع الخصوصية الثقافية العربية.
4. تبين أن الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي يُعدّان من أكثر الوسائط تأثيراً في تشكيل وعي فئة الشباب بالهوية العربية، نظراً لما يتسمان به من سرعة الانتشار، والتفاعل، ومشاركة الجمهور في إنتاج المحتوى.
5. أظهرت النتائج أن اللغة العربية الفصحى تواجه تحديات متزايدة في الخطاب الإعلامي المعاصر، نتيجة تصاعد استخدام اللهجات العامية واللغات الأجنبية، الأمر الذي ينعكس سلباً على البعد اللغوي للهوية العربية.
6. أوضحت الدراسة أن وسائل الإعلام، ولا سيما الأعمال الدرامية والمحتوى الترفيهي، تؤدي دوراً بارزاً في إعادة تشكيل صورة القيم العربية، سواء بصورة إيجابية تعزز هذه القيم، أو بصورة سلبية تسهم في تراجعها لصالح القيم الاستهلاكية.
7. خلصت الباحثة إلى أن تعزيز الدور الإيجابي للإعلام العربي يتطلب تبني رؤية ثقافية إعلامية واعية قادرة على التفاعل مع التحولات المعاصرة، دون التفريط في مقومات الهوية العربية.

• التوصيات

- في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، توصي الباحثة بما يأتي:
1. ضرورة العمل على تطوير الخطاب الإعلامي العربي ليكون أكثر وعياً بقضايا الهوية العربية، وأكثر توازناً بين متطلبات الحداثة والحفاظ على الخصوصية الثقافية.
 2. تعزيز إنتاج المحتوى الإعلامي الثقافي الهادف الذي يُبرز التاريخ العربي، والتراث الحضاري، والقيم الثقافية الأصيلة، بأساليب معاصرة قادرة على جذب مختلف فئات الجمهور.

3. دعم استخدام اللغة العربية الفصحى في مختلف الوسائط الإعلامية، مع تطوير أساليب تقديمها بما يتلاءم مع متطلبات الإعلام الرقمي.
4. الاهتمام بتأهيل الكوادر الإعلامية تأهيلاً ثقافياً ولغوياً، بما يضمن إنتاج خطاب إعلامي مسؤول يسهم في تعزيز الهوية العربية.
5. توظيف الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي توظيفاً إيجابياً في خدمة الهوية العربية، من خلال تشجيع المبادرات الإعلامية التي تعزز المحتوى العربي الهادف.
6. تعزيز التعاون بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات الثقافية والتعليمية، بما يسهم في توحيد الجهود الرامية إلى حماية الهوية العربية.
7. تشجيع إجراء دراسات ميدانية مستقبلية تتناول أثر الإعلام العربي في الهوية الثقافية، خاصة لدى فئة الشباب.

• الخاتمة

سعت هذه الدراسة إلى تناول العلاقة بين الإعلام العربي والهوية العربية، وتحليل أدوار الإعلام في تعزيز مكونات الهوية أو الإسهام في إضعافها في ظل التحولات الإعلامية المعاصرة. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الإعلام العربي يُعد فاعلاً أساسياً في تشكيل الوعي الثقافي، لما يمتلكه من قدرة على إنتاج المعاني، ونقل القيم، وإعادة بناء التصورات المرتبطة بالانتماء والهوية. كما بينت الدراسة أن التحديات التي يواجهها الإعلام العربي، ولا سيما العولمة الإعلامية والتطور الرقمي، تفرض ضرورة إعادة النظر في طبيعة الخطاب الإعلامي، والانتقال من التركيز على المضامين الاستهلاكية والترفيهية إلى خطاب ثقافي واعٍ يعزز الهوية العربية ويحافظ على مقوماتها الأساسية. وتخلص الباحثة إلى أن الإعلام العربي، إذا ما أحسن توظيفه ضمن رؤية ثقافية متكاملة، قادر على أداء دور إيجابي في حماية الهوية العربية وترسيخها في الوعي الجمعي، والمساهمة في بناء مجتمع عربي أكثر وعياً بذاته الثقافية في ظل عالم سريع التغير.

قائمة المراجع

1. إبراهيم، أحمد. (2021). اللغة العربية والخطاب الإعلامي المعاصر. القاهرة: دار الفكر العربي.
2. حسن، محمد. (2021). الهوية العربية في ظل التحولات الثقافية. عمان: دار المسيرة.
3. شرف الدين، علي. (2022). الإعلام والهوية الثقافية. بيروت: المركز العربي للأبحاث.
4. عبد الله، خالد. (2020). الإعلام العربي والتحولات الثقافية. القاهرة: دار المعرفة الجامعية.
5. قنديل، محمود. (2020). القيم الثقافية في الخطاب الإعلامي. عمان: دار الصفاء.
6. مصيلحي، أحمد. (2019). الإعلام والعولمة الثقافية. القاهرة: عالم الكتب.
7. الزبيدي، فهد. (2021). صناعة الرأي العام والإعلام. الرياض: مكتبة العبيكان.