

منشورات مركز البحث في العلوم الإسلامية و الحضارة الأوغاط- الجزائر



دور المؤسسات الإعلامية في تعزيز قيم التسامح و التعايش السلمي



دور المؤسسات الإعلامية في تعزيز قيم التسامح و التعايش السلمي

تأليف:
مجموعة من الباحثين

تأليف:
مجموعة من الباحثين

تحرير و إشراف:
د. محمد الفاروق عاجب - د. عمر بن عيشوش

تقديم:
د. أحمد بن الصغير

ISBN: 978-9931-705-59-8



مطبعة مركز البحث في العلوم الإسلامية و الحضارة الأوغاط- الجزائر

البريد الإلكتروني: imprimerie@crsic.dz الهاتف: (+213) 29.14.61.89 الفاكس: (+213) 29.14.61.88

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

دور المؤسسات الإعلامية في تعزيز قيم التسامح و التعايش السلمي



الرقم الدولي للكتاب

ISBN:978-9931-705-59-8



الطبعة الأولى

1444 هـ - 2023 م

تصميم الغلاف: طارق مجلد

جميع الحقوق محفوظة

مطبعة مركز البحث في العلوم الإسلامية والحضارة
العنوان : مقابل المستشفى الجامعي الأغواط - الجزائر
الهاتف / فاكس : 29.14.61.90 (+213)
البريد الإلكتروني : imprimerie@crsic.dz

إن الآراء والاتجاهات الوارد الحديث عنها في هذا الكتاب، لا تعبر بالضرورة عن رأي مركز
البحث في العلوم الإسلامية والحضارة بالأغواط- الجزائر، وإن كانت في سياق اهتماماته المعرفية.

يمنع نسخ أو استعمال أي جزء من هذا الكتاب بأي وسيلة تصويرية أو إلكترونية أو ميكانيكية
أو أي وسيلة نشر أخرى من دون إذن خطي من إدارة المركز.

الهيئة المشرفة على الكتاب

د. محمد الفاروق عاجب

مدير قسم بحث الفكر والعقيدة والحوار مع الغير (CRSIC)

د. عمر بن عيشوش

مسؤول فرقة بحث حوار الحضارات وتحديات العولمة (CRSIC)

اللجنة الاستشارية والعلمية:

المؤسسة	الاسم واللقب
جامعة بن يوسف بن خدة - الجزائر	أ.د. عبد المنعم نعيمة
جامعة مولود معمري - تيزي وزو	أ.د. عبد النور بوصابتة
جامعة الوصل - دبي / الامارات العربية المتحدة	أ.د. أحمد حساني
جامعة أم القرى - السعودية	أ.د. عبد الحلیم قابتة
مركز البحث في العلوم الإسلامية والحضارة - الأغواط	د. أحمد بن الصغير
الجامعة الإسلامية العالمية - ماليزيا	د. ناصر يوسف
جامعة عمار ثليجي - الأغواط	د. حرز الله شوشة
مركز البحث في العلوم الإسلامية والحضارة - الأغواط	د. أحمد بن قسمية
مركز البحث في العلوم الإسلامية والحضارة - الأغواط	د. الجيلالي بن الطيب
جامعة محمد أمين دباغين - سطيف	د. مولود آيت عيسى
جامعة يحي فارس - المديتة	د. حورية مرصالي
جامعة بن يوسف بن خدة - الجزائر	د. مسعود فشييت

فهرس المضامين

07	<p>تقديم د. أحمد بن الصغير مركز البحث في العلوم الإسلامية والحضارة بالأغواط - الجزائر</p>
11	<p>كلمة هيئة التحرير والإشراف د. محمد الفاروق عاجب - د. عمر بن عيشوش مركز البحث في العلوم الإسلامية والحضارة بالأغواط - الجزائر</p>
15	<p>مفهوم التعايش السلمي في ضوء دستور المدينة د. مليكة زيد جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي - الجزائر</p>
51	<p>المؤسسة الإعلامية كشرية اجتماعي وثقافي داخل المجتمع د. آنسة الشيكو معهد الصحافة وعلوم الأخبار - جامعة منوبة - تونس</p>
69	<p>تحليل سيميائي للتضاد بين الهوية الإسلامية وقيم العولمة - الإعلام الهادف بوصفه تنمية - د. ناصر يوسف مركز البحوث - الجامعة الإسلامية العالمية - ماليزيا</p>
107	<p>الخطاب الإعلامي من وجهة نظر المدرسة الفرنسية لتحليل الخطاب - دراسة مفاهيمية - د. مختار حسيني مركز البحث في العلوم الإسلامية والحضارة بالأغواط - الجزائر</p>

فهرس المضامين

129	<p>البعء الأءلاقي لءءنفاء الإءلام والاءءصال ء. العاء ذوءب ءامعة عمار ءلءءء بالآءواط</p>
155	<p>ءور الءطاب الإءلامء الءءنءء فء ءءءق الأء الفءكراء -مءالءة الإراءاب الإلءكءرونء فء الشراء الأوسط وشمال إفرءقءا أنوءءءا- ء. عمر بن عاءشوش - ء. مءمء الفاروق عاءب مراءر البءء فء العلوم الإءلامءة والءضارة بالآءواط - الءزائر</p>
177	<p>مساءى وعء الشباب الءامعء العربء لءور ءساءء الفءكراء فء الءء من نشر العنء والءكراءهء والءطرف فء ظل الإءلام الءءءء ء. سلءمان عبء الواءء ءوسف كلءة ءربءة - ءامعة قناء السوءس - مصر ء. هءى ملوء الفضلء كلءة العلوم الاءءماعءة - ءامعة الكوءء - الكوءء</p>
199	<p><i>Media and Peacebuilding Potential Impact, Interventions and Challenges Dr. Ikhlas Gherzouli University of Mohamed Lamine Debaghine, Sétif 2 (Algeria) Dr. Madiha Senouci University of Mohamed Lamine Debaghine, Sétif 2 (Algeria)</i></p>
219	<p><i>The Role of English Speaking Media in Promoting and Protecting Peaceful Coexistence in Algerian Society Dr. Mouloud AIT AISSA University of Mohamed Lamine Debaghine, Sétif 2 (Algeria)</i></p>
241	<p>فهرس المضامء</p>

تحليل سيميائي للتضاد بين الهوية الإسلامية وقيم العولمة الإعلام الهادف بوصفه تنمية

*A Semiotic Analysis of the Contrast between Islamic Identity and the Values
of Globalization Purposeful Media as Development*

د. ناصر يوسف

مركز البحوث - الجامعة الإسلامية العالمية - ماليزيا

ملخص:

نوظف المنهج السيميائي في هذا البحث بغرض استكشاف العلاقة بين الهوية الإسلامية وقيم العولمة؛ حيث نقف على فرضية أنّ هناك تضاداً بينهما؛ حيث اتسعت دائرة هذا التضاد داخل آلة الإعلام الرهيبة التي تنتصر للحرية المفتوحة اللامسؤولية، بعدما اتخذت من قيم العولمة هوية عالمية جديدة لنسف الهويات الأخرى المختلفة؛ ما عمّق من حفرة التخلف في العالم العربي والإسلامي؛ لأنّ التضاد لا يكشف عن أخطاء قابلة للتصحيح والمراجعة، وإنما يكشف عن تناقض جذري ينسف أيّ تقارب بين قيم متضادة؛ ولعلّ المربع السيميائي قد أبرز هذه التناقضات التي ليست في صالح التنمية والتقارب. وإذ عكف الإعلام المعولم على الترويج لهذه القيم المتناقضة، فقد ظهرت سوءته وبنان قبحه؛ فلا يقدم للمتلقي شيئاً هادفاً؛ لأنّ رسالته غير هادفة لا تشجع على السلام والدفء والتعايش.

الكلمات المفتاحية: الهوية الإسلامية، القيم، العولمة، الإعلام، السيميائيات.

Abstract:

We employ the semiotic approach in this research in order to explore the relationship between Islamic identity and the values of globalization. Where we stand on the premise that there is a contradiction between them; Where the circle of this contradiction widened within the terrible media machine that triumphs for open and irresponsible freedom, after it took from the values of globalization a new global identity to blow up the different identities of others; How deep is the pit of backwardness in the Arab and Islamic world? Because antagonism does not reveal errors that can be corrected and reviewed, but rather reveals a radical contradiction that destroys any convergence between opposing values. Perhaps the semiotic square highlighted these contradictions that are not in favor of development and rapprochement. And as the globalized media has been promoting these contradictory values, its badness and its ugliness have been revealed. It does not offer the recipient something meaningful; because his message is not purposeful and does not encourage peace, warmth and coexistence.

Keywords: Islamic identity, values, globalization, media, semiotics.

مقدمة

نقلع في هذا البحث من فرضية سيميائية مفادها أن هناك تضاداً بين الهوية الإسلامية وقيم العولمة؛ حتى تثبت البراءة إذا هي حصلت طبعاً، لا سيما أن المعاصرة الحبلى بإنسان عولمي متناقض تختزن بداخلها أزمة جهّزت للتضاد الحضاري؛ هذه الأزمة هي الإنسان نفسه في عقله المأزوم وفعله الزؤوم. لقد باتت قيم العولمة تشكّل هوية الآخر بعد أن فصل الآخر الإنسان عن الدين الذي استبدله بقيم بشرية، استحالت -مع مرور الوقت- قيماً عولمية. إنها عودة غريبة وبشكل آخر متناقض، إلى الوصل بين الإنسان والدين، وبالتحديد بين الإنسان وقيم العولمة

حيث إن هذه القيم التي أعلنت عن موت الإنسان الفطري، قدّمت نفسها بوصفها هوية عالمية جديدة لإنسان عولمي جديد.

أوضحت قيم العولمة متغلغلة في (الشيء) و(المعرفة) المتحكّمين في العالم عبر وسائل الاتصال والتواصل الرهيبة. وهذه القيم في أشكالها المعنوية الزائدة، الثقافية والاجتماعية والتربوية، والتي تستمد جاذبيتها من الشيء والمعرفة المنشدّين إلى (الحرية المفتوحة اللامسؤولة) تتمثل في الآتي: المساواة الهجينة بين الجنسين من أجل إعادة تنظيم الأسرة وتقسيم الميراث. النسوية حيث إنّ "الأخلاقيات النسوية المادية ترفض المقاربة العمومية الثابتة لقيم أخلاقية تكون قائمة على طبيعة إنسانية راسخة (أصيلة)".¹ الجنوسة بوصفها مقولة جديدة تتخذها المرأة للتحرر قدوةً بتحرر الرجل، كما يتخذها المتحوّل جنسياً للتحرر كبقية النساء والرجال، وهي جنوسة لأنها تتخذ من الجسد رمزاً للتحرر، فمثلاً التشيكيات رائدات الجنوسة في العالم قد التزمن "بجعل الحياة الجنسية مركزية في المذاهب النسوية التشيكانية".² التعددية الثقافية الليبرالية التي تنصّر إلى فعالية الزمان على حساب أصالة المكان، والتي من الخطأ تفسيرها "على أنها الحق في المحافظة على التراث الثقافي الأصيل".³ اللاتوطين حيث إنّ وسائل الاتصال هي الوطن الافتراضي البديل. الحرية اللامسؤولة وهي تحصيل لحاصل المساواة الهجينة والنسوية والجنوسة والتعددية الثقافية الليبرالية واللاتوطين؛ لأنّ كل هذه القيم تمارس بحرية لا مسؤولة كونها تعالج العنف المسلط عليها كما تجادل وتدّعي -وهو إن سلّمنا جدلاً بأنه عنف فهو عنف مغلق- بعنف مفتوح تسهم الصورة والإعلانات في الترويج له وتزيينه، فيتناسل العنف ويتباسل؛ إذ يتحوّل من عنف جسدي كان يصيب الفرد إلى عنف جنسي يصيب الأسرة وأماكن العمل والمجتمع؛ حتى الأفلام التي يحتفي بها الإعلام المعولم لا تخلو من المساواة الهجينة والنسوية والجنوسة والتعددية الثقافية الليبرالية واللاتوطين؛ إنها المشاهد الأكثر شهرة وجذباً للجماهير المتحللة من المسؤولية والمفتوحة على الحرية. إنه إعلام يقف على أفلام تعكس بجلاء قول الله تعالى ﴿وَاللَّهُ يُرِيدُ أَنْ يَتُوبَ عَلَيْكُمْ وَيُرِيدُ الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الشَّهَوَاتِ أَنْ تَمِيلُوا مَيْلًا عَظِيمًا﴾

(النساء: 27). ولا غرو أن تكون هذه الآية الكريمة في سورة النساء؛ هؤلاء النساء الأكثر احتفاء بهم إعلامياً على مستوى الصورة والإشهار؛ حيث إن السلع الثقافية مثل النسوية والجنوسة هي سلع شهوانية، الميل إليها يبهج الإعلام المعولم ويلهج الجمهور المداوم. كما أن العوائد المادية المستجلبه من اقتصاد السوق، وتحرير التجارة، والحريات السياسية والفرص الاقتصادية، وغير ذلك؛ صارت لا تحصل في البلدان المحرومة والفقيرة والتابعة إلا بالزوائد المعنوية. عوائد مادية قد يفيد منها العالم؛ ولكن الزوائد المعنوية (قيم العولمة التي عدّناها أنفًا) يلفظها شطر كبير من العالم بوصفها متاع الغرور. بل وإن الشطر الذي يمارسها يألم بها مثلما يألم بها من فرضت عليه فرضاً؛ وهو ما يجعل العالم في آلام مستمرة لقوله تعالى ﴿إِنْ تَكُونُوا تَأْلَمُونَ فَإِنَّهُمْ يَأْلَمُونَ كَمَا تَأْلَمُونَ وَتَرْجُونَ مِنَ اللَّهِ مَا لَا يَرْجُونَ وَكَانَ اللَّهُ عَلِيمًا حَكِيمًا﴾ (النساء: 104). إنها معركة عولمية يألم بها الجميع؛ فهناك شطر آمن بقيم العولمة ومن ثم هو يألم نفسياً وجسدياً بمتعها وترفها، وشطر آخر -منهم المسلمون- يألمون نفسياً بمغرياتهما. إن عزاء من تحمله هوية إسلامية، وليس يحملها وحسب، يكمن في قوله تعالى ﴿وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُواتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ إِنَّمَا يَأْمُرُكُمْ بِالسُّوءِ وَالْفَحْشَاءِ وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ﴾ (البقرة: 168-169)، وقوله تعالى: ﴿وَمَا أُوتِيتُمْ مِنْ شَيْءٍ فَمَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَزِينَتِهَا وَمَا عِنْدَ اللَّهِ خَيْرٌ وَأَبْقَى أَفَلَا تَعْقِلُونَ﴾ (القصص: 60).

باتت هذه الآلام مادة خصبة للإعلام المعولم غير العاقل، ليس لغرض تشخيصها وتقديم الحلول لها، بل لأن الإعلام المعولم بوصفه السوق الأعظم، وليس الدولة كما اعتقد ابن خلدون في وقته، طفق يتخذ من هذه الآلام مادة للتواصل مع المتلقي الذي تهبأ لها في ظل انتشار ظاهرة (فيس بوك) وسلّم بها واستسلم؛ حيث سوق الإعلام المعولم لهذه الآلام بوصفها آمال الإنسان في التجديد ونبد القديم، فكدنا نرى تداخلاً هجيناً بين الهوية الإسلامية في نقائها الخالص، وبين قيم العولمة بما تستجلبه من شقاء لجزء كبير من الناس. هذا التداخل الهجين يقوده الإعلام المعولم

الذي جعل الإعلامي في العالم العربي والإسلامي أداة عنيفة في يد قيم العولمة تصيب بها الهوية الإسلامية وتحقرها، بل تجعلها أكثر شططاً وهي تدافع عن مكتسباتها التاريخية والحضارية. إذًا، قيم العولمة، وفي محصلتها الحرية المفتوحة اللامسؤولية، نجحت إلى حد بعيد في ضرب الهوية الإسلامية من الداخل بالإنسان المسلم نفسه -الملقي/ الإعلامي، والمتلقي/ المتابع- ما جعل قيم العولمة خصمًا لا يتوانى عن استعراض أساليبه السيئة التي تعمل على تحقير الهوية الإسلامية وإبقاها في تبعية مستمرة. إنها قيم تدعي أنها جامعة مانعة؛ تجمع العالم على الزوائد المعنوية القتالة؛ بينما تتناقض مع نفسها عندما تمنح غالبية العالم من العوائد المادية للعولمة؛ حيث التناقض يظهر بأن القرية الصغيرة التي تبشّر بها العولمة ذات الوجه الإنساني لا تحصل أبدًا في ظل حرمان هذه القرية من أبسط إنجازات العولمة المادية. لا سيما أن "العولمة بحسب الصياغات المتداولة حاليًا، هي اختراع من بنات أفكار دول شمال الأطلنطي، ويمكننا أن نقول وبكل ثقة: إنها مصممة لزيادة ثروة أهل تلك البلدان، وتعزيز هيمنتهم التي فرضوها من زمن بعيد على الشعوب الأخرى في مختلف بقاع العالم".⁴ ومن الطبيعي أن تأتي قيم العولمة أيضًا مصممة ومهيمنة ومفروضة؛ حتى تكون الأراضي التي تفتحها هذه القيم مستباحة في إنسانها وهوياتها. ومع هذا كله لا يهمننا، في بحثنا هذا، العولمة في إنجازاتها المادية، فذلك إرث بشري أسهم فيه العالم كله؛ حيث تعدّ العقول المهاجرة ذات الهوية الإسلامية جزءًا متنفذًا في العولمة المنجزة ماديًا ولكن الذي يعيننا هي العولمة في انتصاراتها المعنوية. وإذ يعني الانتصار أن هناك عالمًا آخر يعاني من وطأة الهزيمة، فإنّ هذا الذي يراده الانهزام القيمي هو (الأنا) بوصفه مسالمًا آمنًا، وليس مؤمنًا وحسب. ومع ذلك فمن حق المنهزم، وهو حق يقوّه الخصم، في أن ينظّم موافقه، ويجدّد موافقه بحيث لا يخونها فتنتقم منه. إنّ "الأفكار-حتى تلك التي نستوردها-ترتد على من يخونها وتنتقم منه".⁵

وفي ظل تداخل العلامات والتلاعب بالمعاني، في باحة الإعلام المعولم وساحته، يقف المنهج السيميائي منهجًا صارمًا لتوضيح دور العلامة والمعنى في إيصال الرسالة الإعلامية السيئة

من غير ضجيج يقلق الجماهير ويستنزف هويتها ويستنزفها، لا سيما قيم العولمة في جوانبها السلبية (الزوائد المعنوية) التي تتجه إعلامياً وتربوياً وثقافياً واجتماعياً نحو نفس هادئ لما تأسست عليه الهوية الإسلامية عبر التاريخ الحافل بالإنجازات الحضارية الكبرى.

إنَّ العبرة من المربع السيميائي لثنائية الهوية الإسلامية وقيم العولمة الذي سنرسم زواياه ونبسط محتواه، هو إنتاج أكثر من معنى، وتوليد شبكة من العلامات والمعاني، مثل: المسؤولية (=الهوية الإسلامية)، والحرية غير المسؤولة (= قيم العولمة: المساواة الهجينة، النسوية، الجنوسة التعددية الثقافية الليبرالية، اللاتوطين)، والتنمية، والتخلف، والإعلام، والتبعية، وما إلى ذلك. ومن ثم فإنَّ مسالك المعاني وشبكة المفاهيم هذه، ستعيننا على معرفة جوانب الاختلاف والاتلاف، التفاعل والصراع، النفي والإثبات. ولهذا فإنَّ "السيميائيات طريقة جديدة في فهم الظواهر وتأويلها، وهي أيضًا طريقة جديدة في التعامل مع المعنى".⁷ ما يجعل الإعلام المعولم أكثر تمددًا بفعل ما يطلقه من معان جديدة، قد تنقل الحرية المسؤولة (= الهوية الإسلامية) إلى دائرة الحرية المفتوحة اللامسؤولة (= قيم العولمة)، وتدمجها فيها، ومن ثم تحيلها إلى وحدة واحدة متناقضة.

أولاً: مقاصد الهوية الإسلامية ومفاسد قيم العولمة

نذهب إلى القول، إنَّ الهوية الإسلامية هي التعبير عن الذات أو الأنا أو النحن، والتي تتخذ من الإسلام سقفًا عاليًا في التعاطي مع الإنسان والكون. ومن ثم فإنَّ الهوية الإسلامية في تميُّزها عن الهويات الأخرى، تتخذ من القرآن والسنة المرجعية الأولى في معرفة الله والإنسان والعالم. ولحصول إعلام منهجي هادف، يفترض أن "يقوم على منهج الإسلام وبيانه من خلال مصدره الأصليين الكتاب الكريم، والسنة المطهرة، ويهدف إلى إقامة شرع الله عزَّ وجل وآدابه".⁷ بحيث تتقصد هذه المرجعية العليا كل ما هو فطري وهادف وحسن وطيب، وتنفر من

كل ما هو قبيح وفساد وسيء. وكلما نأت الهوية الإسلامية عن مرجعيتها القرآن والسنة، أتت من غير شخصية تاريخية وحضارية؛ وإذ تتخطفها قيم أخرى فإنها تفسد جوهرها النقي.

لقد استمرت الهوية الإسلامية فاعلة لفترة طويلة من الزمن حيث وظفت أصالتها في عملية التنمية، وصمدت لفترة من الزمن هي الأطول من نوعها، على الرغم من حصول جمود في الاجتهاد وصل إلى حد تقليد التقليد، نجم عنه انغلاق استغله الاستعمار، فكاد يقضي على الهوية الإسلامية لولا أن حاربت بمرجعيتها العليا القرآن والسنة وأخرجته، ومن ثم استحالت قوة مؤثرة في الإنسان المسلم الذي بجهوده أيضًا تم استعادة هويته والحصول على استقلالها. ومن باب قوله تعالى ﴿أَحْسِبَ النَّاسُ أَنْ يُتْرَكُوا أَنْ يَقُولُوا آمَنَّا وَهُمْ لَا يُفْتَنُونَ﴾ (العنكبوت: 2)، تنامت إيديولوجيات مفسدة ومذاهب هدامة، كان همها تفريق المسلمين طرائق وتمزيقهم حزائق؛ إلا أن الهوية الإسلامية صمدت؛ لكن أتى هذا الصمود يمشي على استحياء، ما دفع الإعلام المعولم إلى اهتبال هذه الفرصة، وهو المدجج بقيم مؤثرة في ماديتها ومغرية في معنوياتها قيمٌ تمتلك قوة مفسدة في الأرض لا تبغي الإصلاح، وغير مسبوقه في تاريخ البشرية؛ إنها الصورة التي تتمدد أشكالها وتتعدد وسائلها وتتجدد رسائلها، فتتلاعب بالمتلقي والمشاهد، بالإثراء والإغراء، في ظل غياب إعلام هادف ونخبة مخلصه لهويتها.

إن أخطر ما في قيم العولمة هي الحرية المفتوحة اللامسؤولة التي تستهوي الجميع. هذه الحرية التي تهفو إليها النفوس الضامئة المعدبة، والتي تجد في قيم العولمة ضالتها المفقودة؛ قيمٌ إذا ساقى المسلم أوردته مسالك المهالك؛ لأن باب الحرية المفتوحة اللامسؤولة يفضي إلى أبواب أخرى، الدخول إليها ليس كالخروج منها؛ حيث لكل باب منهم جزء مقسوم. ومع ذلك لا يقع المسلم في الفساد إذا كان بعيداً عنه نائياً بنفسه عن الشبهات، يقول الرسول صلى الله عليه وسلم: (الحلال بينٌ والحرام بينٌ وما بينهما أمورٌ مُشْتَبِهَةٌ فَمَنْ تَرَكَ مَا شَبَهَ عَلَيْهِ مِنَ الْإِثْمِ كَانَ لِمَا اسْتَبَانَ أَتْرَكَ وَمَنْ اجْتَرَأَ عَلَى مَا يُشْكُ فِيهِ مِنَ الْإِثْمِ أَوْشَكَ أَنْ يُوقَعَ مَا اسْتَبَانَ وَالْمَعَاصِي حِمَى اللَّهِ وَمَنْ يَرْتَعْ حَوْلَ الْحِمَى يُوشِكُ أَنْ يُوقَعَ). هذه الحمى هي الحرية المفتوحة اللامسؤولة، بينما أبوابها

هي المشتبهات. وإذ نركّز على أهمية المسؤولية في تحصيل إعلام مسؤول وتنمية مسؤولة؛ فلأنّ المسؤولية تعد ركيزة أساسية في الهوية الإسلامية؛ إذ جاء في السنة النبوية عن الرسول صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، قال: (أَلَا كَلُّكُمْ رَاعٍ، وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ فَالْإِمَامُ الَّذِي عَلَى النَّاسِ رَاعٍ وَهُوَ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ، وَالرَّجُلُ رَاعٍ عَلَى أَهْلِ بَيْتِهِ وَهُوَ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ، وَالْمَرْأَةُ رَاعِيَةٌ عَلَى بَيْتِ زَوْجِهَا وَوَلَدِهِ وَهِيَ مَسْئُولَةٌ عَنْهُمْ، وَعَبْدُ الرَّجُلِ رَاعٍ عَلَى مَالِ سَيِّدِهِ وَمَسْئُولٌ عَنْهُ أَلَا فَكُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ).⁹

إنّ قيم العولمة تنطوي على كثير من العلامات التي تدلف بصاحبها إلى الحرام، مثل: النسوية والجنوسة وما خرج من باب الحرية اللامسؤولة، وأخرى تترواح بين النهي ومعانيه ومع ذلك هي مشتبهات يفترض التعاطي معها إعلامياً وجاهيرياً بحزم مسؤول، وبما تمليه الهوية الإسلامية وتمنعه. وإذا كانت للعولمة المادية منافعها الإنسانية الكثيرة، فإنّ القيم المعنوية التي جاءت بها جعل منها بضاعة فاسدة وضارة، لا سيما إذا كانت هذه القيم الفاسدة تجر المجتمعات الفقيرة والمسألة على الأخذ بها، مثل الديمقراطية التي هي حق أريد به باطل؛ فأينما أريد للديمقراطية التطبيق في الدول الفقيرة، ومن قبل نخبة متأزمة في هويتها، أتت ثمارها زقوماً؛ لأنّ "الإنسان الذي لا هوية له لا يمكنه أن يبدع؛ فالإنسان لا يبدع إلا إذا نظر للعالم بمنظاره وليس بمنظار الآخرين".¹⁰

في عهد سابق كانت الهوية الإسلامية تكافح خصماً واحداً يطل عليها من خارج بيتها في شكل إيديولوجيات زاحفة تتوجه تلقاء نخبة غير واعية بقضايا أمتها؛ ولكن حالياً باتت الهوية الإسلامية تواجه عدوين شرسين؛ الإعلام المعولم وقيم العولمة؛ إعلام الصورة الذي يكون في متناول الجماهير ويعمل بحيل خبيثة على دغدغة مشاعرهم والفتك بها، علاوة على قيم العولمة التي تتعاطى مع النخبة التي تعادي هويتها وتستحي منها. هذا السلاح المزدوج من الخارج والداخل، ليس من السهل مقاومته إلا بالذكر والصبر.

نقصد بالذكر الالتزام بما جاء في القرآن والسنة بوصفها المرجعية العليا للهوية الإسلامية الحافظة لها من سوء الأفعال، وتوظيفها على مستوى السلوك والتصرفات؛ إذ ليس من السلوك الحسن أن يلقي المسلم السمع والبصر والفؤاد لإعلام سيء ومغرض، لا سيما أن الهوية الإسلامية تتقصد كل شيء جميل وحسن وهادف. أما الصبر فهو الوقوف في وجه مفاسد قيم العولمة، في وجه إعلامها وصورتها وإعلاناتها بشيء كبير من التحدي الذي هو فعل المنجز غير العاجز؛ حيث إن الصبر هو أن يبذل المسلم جهداً كبيراً في إيجاد البديل الحسن، ثم ينتظر الفرج من الله سبحانه وتعالى ﴿وَلَيَنْصُرَنَّ اللَّهُ مَن يَنْصُرُهُ إِنَّ اللَّهَ لَقَوِيٌّ عَزِيزٌ﴾ (الحج: 40). وإذ عرفنا قصدنا من الذكر والصبر، فإنه بالذكر تُحفظ المقاصد ﴿وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الذِّكْرَ لِتُبَيِّنَ لِلنَّاسِ مَا نُزِّلَ إِلَيْهِمْ وَلَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ أَفَأَمِنَ الَّذِينَ مَكَرُوا السَّيِّئَاتِ أَن يَحْسَفَ اللَّهُ بِهِمُ الْأَرْضَ أَوْ يَأْتِيَهُمُ الْعَذَابُ مِنْ حَيْثُ لَا يَشْعُرُونَ﴾ (النحل 44-45) حيث في الذكر تبيان وتفكير. أما بالصبر فتجهد المفاسد ويُغلب عليها ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ﴾ (آل عمران: 200).

ثانياً: مقاصد الرسالة الإعلامية الهادفة بوصفها تنمية: الملقى والمتلقي

يعدُّ إيصال الرسالة الإعلامية بشكل هادف وإفادة الآخر منها، أحد أهم انشغالات مقاصد التواصل بين الملقى والمتلقي. فإذا لم تُفد الذات المتواصلة الآخر المتلقي، فما الفائدة من هذا التواصل؟ بل إن مثل هذا التواصل الذي لا يعدو كونه اتصالاً مادياً وآلياً ونفعياً لطرف دون غيره، لا يحقق المقاصد العليا للتواصل، مثل المسؤولية. إن إضفاء البعد الإنساني على الفعل الإعلامي، هو الذي يجعل الإنسان يصغي بأمانة، وترجم ما تلقاه بإخلاص، ويتصرف برشد. إن "الإعلام الإسلامي إعلام يتسم بالاستقلال والحرية... الإعلام الإسلامي حر بشرط ألا يؤدي بسوء استخدامه والتعسف في تطبيق الحرية إلى إيذاء الآخرين أو الاعتداء على الحريات الفردية والاجتماعية" لا سيما إيذاء رموز الأمة الإسلامية. ومن ثم يشترط لتحقيق مقاصد

الرسالة الإعلامية الهادفة التركيز على إنضاج المسائل التي تتعلّق بالتنمية بهدف تقريب وجهة النظر الإعلامية تجاهها؛ لأنّ مقاصد التواصل من طريق الإعلام تتوخّى تبادل الاحترام بين الملقّي والمتلقّي لتعميم عناصر الإفادة؛ إذ من غير هذا الاحترام في القول والإصغاء، فإنه تُعدّم فرص التقارب والتجاوب.

إنّ مقاصد الرسالة الإعلامية هو أن تبقي التواصل بين الملقّي والمتلقّي في إطار إنساني يبغي تحقيق المزيد من التواصل الإعلامي؛ لأنّ المتلقّي هو إنسان، ومن ثم يُفترض أن يركّز الملقّي على قضاياها الإنسانية والإنائية، والعمل على نبذ الكلمات البديئة واختيار أحسن الألفاظ وأرق المعاني؛ وكل هذا يعدّ مقصدًا ساميًا من مقاصد التواصل الإنساني والإنائي من طريق رسالة إعلامية هادفة. وعليه تعبّد القيم الإنسانية، مثل: احترام المتلقّي، وتشخيص الاختلافات وإيجاد الحلول لها، والصدق، والنزاهة، طريقًا سهلاً أمام إنجاح مقاصد الرسالة الإعلامية وتفعيلها في أوساط الجماهير؛ إذ يشعر الناس في باحة الإعلام الهادف الناضج بالحاجة إلى إبداء آرائهم وعرض اقتراحاتهم، وليس الركون إلى إعلام يسحر العين بالصورة ويزيّف الوعي بالإعلانات التي تعطلّ الرقابة العقلية لدى المشاهد، لا سيما أنّ آلة الإعلام المعولة باتت تتحكم في الثقافات إذ "أصبحت الثقافة مرئية أكثر من دون أدنى شك".¹² بل انتقل الإعلام، بفعل تطور قيم العولمة من الرؤية القلقة إلى الفعل المقلق الذي ينحر الأسر وينخر المجتمع، و"هكذا كانت وسائل الإعلام بواسطة تبسيط الإدراك (ما الذي نراه) بينما هي تعقد الاستجابة إلى حد كبير (ما الذي نفعله)، معلّمًا عظيمًا للمعالجات الداخلية".¹³ وكأنا أمام المشهد الإعلامي التاريخي الساحر يكرّر نفسه، ﴿يُعَلِّمُونَ النَّاسَ السِّحْرَ وَمَا أُنزِلَ عَلَى الْمَلَكَيْنِ بِبَابِلَ هَارُوتَ وَمَارُوتَ وَمَا يُعَلِّمَانِ مِنْ أَحَدٍ حَتَّى يَقُولَا إِنَّمَا نَحْنُ فِتْنَةٌ فَلَا تَكْفُرْ فَيَتَعَلَّمُونَ مِنْهُمَا مَا يُفَرِّقُونَ بِهِ بَيْنَ الْمُرءِ وَزَوْجِهِ﴾ (البقرة: 102).

قد يتعدّر استثمار مقاصد الرسالة الإعلامية في غياب هوية إعلامية جامعة غير مفرّقة وإن حصلت الاستقلالية في الرسالة الإعلامية يفترض أن تحترم خصوصيات الجماهير، وأن

تبتعد ما أمكن ذلك عن الخلافات فلا تنكشها أو تنفشها. إن حضور الإخلاص في تنمية المتلقي يسهم بفعالية في الوصول بالتفاعل الإيجابي بين الملقي والمتلقي إلى ذروة نشاطه الإنساني والإنمائي؛ لأن الإخلاص لا يشترط حصول الإفادة أثناء التواصل وحسب؛ وإنما ينشأ حصول توافق إنساني عام يجعل الهوية الجامعة في خدمة التنمية؛ لا سيما أن التنميات الغالبات هي صناعة هويات.

إن مثل هذا التوافق الإنساني يتأتى من التعامل مع المتلقي على أنه إنسان له قضاياها واهتماماته وانشغالاته ومعتقداته؛ ما قد يقلل من سلبيات الإعلام الملقى المتمثلة في: التعالي والاحتقار، والإهانة، والبجاجة، والإساءة، والبذاءة، والدناءة، والرداءة؛ حيث إن رسوخ هذه المشاهد السخيفة والعبارات الفسيخة في ذهن الملقي، أمكنها أن تكون سبباً في تشويه مقاصد الإعلام الهادف، نظراً إلى ما قد ينجم عنه من غضب. ومن ثم تحويل الهوية، بهدف الدفاع عنها، إلى أداة عنيفة في مواجهة الرسالة الإعلامية غير الهادفة التي لا تراعي الخصوصيات، خصوصاً أهمية الهوية في تشكيل وعي الأمة.

يفترض حصول الحرص - في أثناء توصيل الرسالة الإعلامية - على توظيف أخلاقيات وقيم وضوابط، تساعد على احترام الإنسان والاقتراب منه بقيم تخاطب هويته بأساليب غير عدائية، وبوسائل إنمائية تنمي إنسانيته. فأن يكون الإنسان إنساناً مربيّاً إعلامياً فذلك هو خلق التواصل الإنساني بين الملقي والمتلقي. وأن يكون الإنسان منمياً لغيره، فذلك هو خلق التواصل الإنمائي مع المجتمع كله؛ وإلا فإن التناقض يستمر حاكماً هائماً؛ ومتى كان التناقض يصنع تنمية من داخل هوية إسلامية تشكّلت من معان ساميات واضحات؟

ثالثاً: مداخل التحليل السيميائي للهوية الإسلامية وقيم العولمة

يستكشف التحليل السيميائي للهوية الإسلامية وقيم العولمة مدى زيف الخطاب الإعلامي، وطريقته السيئة في عرض قيم العولمة باعتبارها هوية العالم الجديدة، وكيف يشر هذا

الإعلام المغلق بنهاية الهويات التاريخية والحضارية التي لا تسندها قوة مادية وعسكرية؛ بينما يكاد يجمع المتابعون على أن العولمة هي استمرار للتاريخ الرأسمالي المتناقض والمتأزم الذي يتجدد داخل آليات تاريخية غير مشروعة، مثل: آلية الاستعمار، وآلية التبادل اللامتكافئ، وحاليًا آلية الإعلام والصورة؛ وحيث إن الإعلام هو هوية العولمة، فإن الهوية الإسلامية هي الهدف المفضل للقفز الإعلامي بغير وجه حق. ولنا دروس وعبر تاريخية تضع الآخر في مرمى الاتهام؛ لأن الاستعمار اقتصر في الغالب على الدول العربية والإسلامية من طنجة إلى جاكرتا؛ وأيضًا التطور اللامتكافئ الحاصل بين الدول العربية الإسلامية المستهلكة والدول الغربية المنتجة، ثم الإعلام والصورة المتواجدان بكثافة في بيوت المسلمين. إن غالبية معظم دول العالم العربي والإسلامي تعاني من وطأة قيم العولمة التي هي من غير هوية واضحة، تشكك في الهوية الإسلامية وتشوش عليها الرؤية الإنمائية بمزيد من التكرار الإعلامي بأن قيم العولمة هي هوية العالم الجديد الذي من غيره لا تحصل التنمية أبدًا.

إن هناك علاقة استراتيجية بين قيم العولمة بوصفها هوية جديدة، وبين الإعلام المكرر لهذه الهوية العولمية الجديدة والمسوق لها؛ حيث إن المكرر في الغالب هو الشيء السيء في إعلام العولمة؛ لأن التكرار لا يبذل صاحبه جهدًا في صنعه والتلفظ به، كما يسعد المتلقي الذي يميل إلى الإصغاء الكسول الذي يخدر العقول بحثًا عن المتعة المجانية.

إن بعضًا من نخبة العالم العربي والإسلامي التي تتخذ من العولمة هوية جديدة لها، تتجه نحو التشكيك في الهوية الإسلامية بحجة تحصيل التنمية التي باتت وسيلة الفقراء وغاية الأغنياء؛ حيث يروج الإعلام غير الهادف بأن التنمية في أشكالها المادية هي وسيلة وغاية في آن ما يجعل الأشكال المعنوية والروحية غير ذات أهمية. إن هذه النخبة التي تدير الإعلام في العالم العربي والإسلامي، تكاد تميل ميلاً عظيماً إلى قيم العولمة المعاصرة (= الحرية اللامسؤولية)؛ قيم تستعملها النخبة لجذب المتلقي / الجماهير إليها، وهي بذلك تتناقض مع القيم التقليدية في العولمة (= الديمقراطية)، فتسعى إعلامياً إلى تعنيف الجماهير والتشكيك المنهج في قيمها الحضارية

وتقييد حريتها في إرغامها على تلقي تاريخها وحضارتها من إعلاميين يفرضون عليها المادة المكتوبة والمسموعة غير المعقولة، ومشاهدة الصورة غير المقبولة؛ وفي هذا عنف وتطرف واضحين يتناقضان مع العولمة في أشكالها الإنسانية المتفق عليها (= الحوار/ التنمية البشرية والحوار/ القرية الصغيرة). إنَّ إعلام العولمة السيء يتجه نحو طمس ذاكرة الجماهير ومواجهتها وتطلعاتها.

رابعاً: المربع السيميائي: ثنائية الهوية الإسلامية وقيم العولمة

من طريق المربع السيميائي الغريباسي، تتضح رسالة الإعلام المعولم التي تحجم عن ربط الهوية الإسلامية بالجماهير؛ لأنَّ رسالتها قُدت من قيم العولمة التي تبقي الجماهير تدور في دائرة التخلف والحرية اللامسؤولة والتبعية. ومن ثم فإننا نتخذ المربع السيميائي متكاً للوقوف على طريقة الإعلام المعولم في توظيف الشيء بوصفه علامة (= التنمية المستهلكة المفتوحة)، والمعرفة باعتبارها معنى (= الحرية اللامسؤولة) في مخاطبة الجماهير وإغرائها عبر قيم العولمة التي تنقل الجماهير إلى عوالم افتراضية حرِّموا منها، وأهمها التحرر المجاني؛ حيث إنه باستجلاب قيم العولمة والترويج لها، وفي ظل تحقير الهوية الإسلامية بشكل يومي، تحصل الحرية اللامسؤولة، وترتفع حصة القابلية لمزيد من الإعلام غير الهادف الذي يعصف بمستقبل الهوية الإسلامية على الأقل إنمائياً.

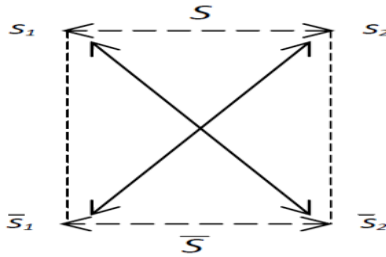
1- التضاد بين الهوية الإسلامية وقيم العولمة

هناك تضاد بين S_1 و S_2 لا يجتمع فيه الحد ونقيضه في الوقت نفسه، كما وأنَّ هناك تحت التضاد بين S_1 و S_2 يكون طبيعياً يُحتمل فيه حصول الوسط كما هو مرسم في المربع السيميائي لدى غريباس في الشكل الرقم (1).¹⁴ وإذ نلفي نظرية التقابلات مستندة من الأوليات الرياضية والمنطقية، فإنَّ بنيتها تتألف "عند أرسطو من حدين متناقضين: موجود/ لا موجود أو من ثلاثة حدود اثنان متضادان بينهما واسطة: أبيض/ رمادي/ أسود، أو من أربعة حدود

تحكمها علائق التناقض، والتضاد، وشبه التضاد، والعموم والخصوص إثباتاً أو نفيًا".¹⁵ إنَّ السيميائيات ليس بدعاً في بسط القول بـ: (ما تحت التضاد)، بل نلني ذلك واضحاً في القرآن الكريم، لا موت ولا حياة، في قوله تعالى: ﴿ثُمَّ لَا يَمُوتُ فِيهَا وَلَا يَحْيَىٰ﴾ (الأعلى: 13).

الشكل رقم (1)

المربّع السيميائي لدى غريماس



المصدر: Algirdas Julien Greimas,

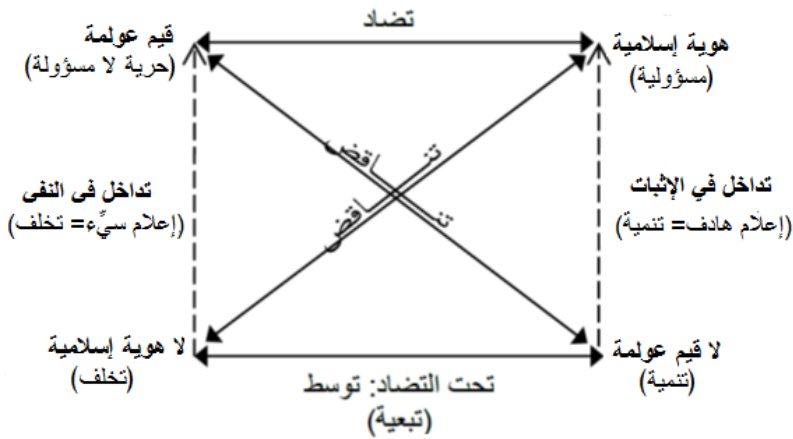
On Meaning: Selected Writings in Semiotic Theory, P49.

أما المربّع السيميائي لثنائية الهوية الإسلامية وقيم العولمة، فنبسّط علاماته ومعانيه في

الشكل الرقم (2).

الشكل رقم (2)

المربّع السيميائي: ثنائية الهوية الإسلامية وقيم العولمة



المصدر: من عمل الباحث

وهذه العلامات والمعاني تقف على تضاد، وتحت التضاد، وتناقضين، وتداخل في الإثبات

وتداخل في النفي.

تضاد	←	قيم عولمة	←	هوية إسلامية
تحت التضاد	←	لا هوية إسلامية	←	لا قيم عولمة
تناقض	←	لا هوية إسلامية	←	هوية إسلامية
تناقض	←	لا قيم عولمة	←	قيم عولمة
تداخل في الإثبات	←	هوية إسلامية	-----	لا قيم عولمة
تداخل في النفي	←	قيم عولمة	-----	لا هوية إسلامية

إن الميل العظيم إلى الهوية الإسلامية علامة على تماسك المجتمع بحيث تجعل الحرية ممكنة في حدود المسؤولية؛ فمتى وجدت المسؤولية حصلت التنمية؛ أما في حالة وجود حرية لا مسؤولية يصبح الإعلام غير مسؤول هو الآخر؛ إذ في ظل الحرية اللامسؤولية تنشط قيم العولمة وتشتط. وعليه فإن الهوية الإسلامية هي فعل جماعي مسؤول: السلطة والنخبة والجمهير. وإذا لم يبارس الثلاثة هذا الفعل المسؤول، فإن قيم العولمة تكون جاهزة لاختزال هذا الفعل وتفكيكه من طريق الإعلام المفكك لا سيما عبر النخبة المعولمة، وذلك في غياب مؤسسات تديرها السلطة وتحميها، علاوة على قابلية الجماهير للتلقي من غير وعي. ومن هنا نلغي (المعرفة) التي تحوزها النخبة، و(القيم) التي تحتمي بها الجماهير، هي علامات ومعاني يحسن الإعلام التلاعب بها وتفكيكها وتوظيفها لخدمة قيم العولمة؛ فيضرب الجماهير بالنخبة ويوقع بينهما. إن الإعلام السيء هو إعلام وقيعة؛ حيث إن الوقيعة لا تصنع تنمية أبداً.

إن الإعراض عن الهوية الإسلامية ومحاربتها من طريق الإعلام في العالم العربي والإسلامي، هو إعراض عن التوحيد والاستخلاف والعدل والأمانة والصدق والإخلاص والعمل وبذل الجهد ونبد الفساد؛ وهو إعراض ليس في صالح التنمية؛ ما يستجلب التنمية الضنك التي تكون في صالح قيم العولمة. إن قيم العولمة في العالم العربي والإسلامي تتعايش مع

كل شيء يكون في عداء مع الهوية الإسلامية؛ لأنّ العولمة تنوي أن يحصل لها القيادة؛ بينما الهوية الإسلامية ترفض هذه القيادة باسم السيادة.

من وجهة أخرى، يسعى الإعلام المعولم إلى التشكيك في الهوية الإسلامية، وبذلك يكتسب الإعلام قيمة اجتماعية لدى النخبة المعولمة المتعبة بهويتها الإسلامية، فتجعل من أزمة الهوية في مجتمعاتها أزمة نفسية للجماهير. إذًا، (لا هوية إسلامية) كما جاءت في المربع السيميائي تميل إليها النخبة المعولمة، كونها هوية ذابت في قيم العولمة بوصفها الهوية المرجعية للنخبة، وهي ما نطلق عليه (لا هوية إسلامية). إنّ العولمة بوصفها هوية عالمية تلغي الهوية المحلية، وتفضي إلى الفوضى في التحصيل الإنثائي وتنخر المجتمع، وترسم حدود التباين بين النخبة والجماهير. ومن ثم هناك تضاد واضح ومعقد بين الهوية الإسلامية وقيم العولمة. إنّ التضاد بينهما هو دليل على حصول تناقض واضح بين النخبة والجماهير في توظيفها للهوية الإسلامية وقيم العولمة لا سيما من طريق الإعلام الذي تديره النخبة المعولمة. في عولمة الإعلام تحضر المعرفة الشبئية التي تروّج لها النخبة لإلغاء قيم الجماهير؛ إذ إنّ قيم العولمة التي يروّج لها إعلامياً عبر المعرفة الشبئية، هي قيم تنتفع منها النخبة.

إنّ ثنائية التضاد بين الهوية الإسلامية وقيم العولمة، تكشف لنا عن خطاب الإعلام المعولم فيما يتعلق بالشبئية والمعرفة والهوية. فكلما زاد الشبئية والمعرفة لدى النخبة من قبل الإعلام المعولم فإنّ الهوية الإسلامية تظل محل نزاع في داخل التنمية التي تأتي من غير شخصية؛ لأنّ الهوية الإسلامية التي تتعايش مع الهويات، وقيم العولمة التي تلغي الهويات، هما في الواقع ليسا إلفين بل هما بمنطق الإعلام غير الهادف إلفان غير متآلفين، فلا ينسجمان ولا ينجذبان، بل هما متضادان.

إذن التضاد ليس مسألة راسخة وطبيعية لا حل لها، وإنما التضاد صنعة بشرية يمكن التفاهم حولها والإقرار بأنّ الفرادة في الهوية والقيم غير موجودة إلا لدى أصحابها، لا تتعدى لغيرهم بالإكراه وإن حصلت فبالإقناع؛ ولكن التناقض يوحى بأنّ هناك صراعاً مصطنعاً بين

دين لا يتبدل تدور الهوية الإسلامية في فلكه، وبين قيم خفية تتلّون؛ وهو ما يجعل التنمية في ظل العولمة في عوائدها المادية متناقضة أيضًا؛ لأنها تمنح وتأخذ من غير وجه حق؛ حيث إنّ الأزمات المالية والاقتصادية التي تحصل من حين لآخر هي وليدة هذا التناقض الذي يمتح أسلوبه العنيف كعنف الأزمات من التضاد الذي يفضّل الصراع والصدام على الحوار والتواصل. ومن الطبيعي أن يأتي الإعلام متناقضًا مع معروضاته وعنيفًا في مشاهدته، لأنه متحلّل من المسؤولية المهنية ومتسلّل إلى بيوت الناس بحرية. وهذه هي الحرية اللامسؤولة للإعلام المعولم.

2- تحت التضاد أو الوسط بين لا هوية إسلامية ولا قيم عولمة

أما تحت التضاد؛ فهو طبيعي يعبر عن التبعية التي هي عند البعض وسط؛ بينما في الهوية الإسلامية لا يوجد الوسط بوصفه تبعية. الوسط هو الاستقلال عن قيم العولمة بالاستمساك بالهوية الإسلامية في العملية الإنائية والإعلامية. إنّ الوسط لا يفترض أن يستجلب أمة تابعة بل تقف عليه أمة عاملة وفاعلة غير تابعة؛ أمة مستقلة لا يديرها الإعلام السيء أو يشكك في هويتها. يعيش العالم العربي والإسلامي في تبعية لأنّ الهوية الإسلامية غير حاضرة في الإعلام وموجّهة؛ ومن ثم فإنّ التبعية هي تنمية - لا هي معولمة ولا هي ذات هوية إسلامية - تنتفع منها نخبة العالم العربي والإسلامي المعولمة التي تكدح لدى الإعلام المعولم؛ فلا هي شقية ولا هي سعيدة؛ ولكن هي في موضع يغلب عليه الشقاء الدنيوي. وقد عبّر الله سبحانه وتعالى عن الشقاء الأخرى، لا حياة ولا موت، بقوله عزّ وجلّ ﴿ثُمَّ لَا يَمُوتُ فِيهَا وَلَا يَحْيَى﴾ (الأعلى: 13). وهذه، لا حياة ولا موت، أرادها الله سبحانه وتعالى لأهل النار في الآخرة لسوء عملهم. إنهم يريدون للأمة الإسلامية أن تكون لها تنمية (= لا تخلف) وتخلّف (= لا تنمية) في الدنيا، وذلك طبعًا من سوء عملهم؛ فمن سوء عملهم يأتي الشقاء لغيرهم في الدنيا، ولسوء عملهم يأتي الشقاء لهم في الآخرة.

إنَّ تحت التضاد، يجعل الفعل الوسط قلقاً لا يقف فيه الإنسان على حل وسط يغنيه بل نراه يشقيه. فمثلاً في المربع السيميائي لثنائية حياة ومات كتضاد؛ فإنَّ تحت التضاد (الوسط) هو لا حياة لا ممات، وهو موضع النار والعذاب كما جاء في القرآن الكريم. وكذلك في ثنائية حلال وحرام كتضاد؛ فإنَّ تحت التضاد (الوسط) هو لا حلال لا حرام، وهو موضع المشتبهات كما جاء في الحديث الشريف. ومن ثم فإنَّ التضاد وتحت التضاد والنفي والتناقض ليست حلولاً سعيدة بل شقية، تماماً مثلما نلفي التبعية في المربع السيميائي تقع بين الهوية الإسلامية المشكَّك فيها من قبل نخبة الإعلام غير المسؤول في العالم العربي والإسلامي، وبين قيم العولمة التي تراحم قيم الجماهير وتتجه بها إلى أن تمارس هي الأخرى الحرية اللامسؤولية، نظراً إلى ما تلقاه من سوء من الإعلام غير الهادف. إنَّ التبعية لقيم العولمة في العالم العربي والإسلامي هي صناعة إعلامية وعلى الرغم من ذلك فإنَّ التبعية هي ما يقلق نخبة الإعلام في العالم العربي والإسلامي أكثر من سواها؛ فهي تابعة مرتين: تبعتها للإعلام المعولم على مستوى القيم والمعرفة، وتبعتها للسلطة المعولمة على مستوى الشيء والقبول بالأمر الواقع؛ لا سيما أنَّ النخبة وجدت لأن تكون مستقلة بمكانتها ومنتفذة بمعرفتها، وهي بذلك تناقض نفسها فلا تحترم دورها الحضاري بل تخونه فتسقى ولا ترقى.

3- التناقض بين الهوية الإسلامية وقيم العولمة

في الإعلام المعولم السيء، نلفي (لا قيم عولمة) التي تتناقض مع (قيم عولمة) وتدعي أنها تتعايش مع الهوية الإسلامية كما في المربع السيميائي، أتت لاستقرار ثنائية التضاد بين الهوية الإسلامية وقيم العولمة. إنَّ (لا قيم عولمة) عبر الإعلام غير الهادف جاءت للإيهام بأنَّ الحرية بإمكانها أن تغير من وضعية الجماهير، فتقلها من التخلف إلى التنمية بحجة أنَّ التنمية حرية مفتوحة؛ مما يزيد في معاناة الجماهير التي تغريها النخبة بأنَّ الإعلام المعولم لا يتناقض مع الهوية

الإسلامية بل يتضايّف معها؛ لأنّ ذلك في نظرها يجعل التنمية بوصفها حرية مفتوحة تجلب للجماهير الأشياء والمعرفة والتعليم والتدريب والتأهيل واكتساب المهارات.

إنّ المزيد من إغراءات (لا قيم عولمة) تزيد من فرص وقوع الجماهير في مصيدة الإعلام السيء للإفادة من الشيء والمعرفة التي يفيد منها النخبة بشكل كبير؛ حيث لا يمكن تصديق بأنّ هناك (لا قيم عولمة) في ظل المشاهد السيئة والصورة الفاتنة والإعلانات المغرية والشركات العملاقة؛ إذ هي علامات واضحات تفضح الإعلام غير الهادف بالترويج الخادع لـ: (لا قيم عولمة) التي تتعايش مع الهوية الإسلامية لتنويم الجماهير وتخديرها. ومن ثم فإنّ الإعلام المعولم يستبعد الهوية الإسلامية للإفادة من الشيء والمعرفة؛ ولكن يبقى النخبة منتفعة تحت غطاء (لا قيم عولمة) لتنويم الجماهير تمهيداً لبسط قيم العولمة. كما يعمل الإعلام المعولم على تأجيج الصراعات داخل هذه الهوية فلا تأتي أصيلة ولا فاعلة. وإنّ الخاسر غالباً هو الجماهير وقيمها خاصة إذا التزمت النخبة الهادفة بالصمت، وتكاسلت عن إيجاد بدائل إنمائية تتحرك بداخلها الهوية الإسلامية وتنشط من غير أن تشتط.

إنّ علامة (لا قيم عولمة) تفتح الطريق أمام (لا هوية إسلامية)؛ إذ تنطوي على تُقية تخفي حقيقة تغوّل قيم العولمة وتوغّلها في المجتمع العربي والإسلامي، وتحجبها بالمزيد من الشيء والمعرفة التي تشغل بها النخبة والجماهير وتتفع منهما، وأيضاً فإنّ هدف الإعلام المعولم غير الهادف هو تنمية النخبة المعولمة فقط. هذه التنمية المروّج لها إعلامياً تتناقض مع قيم العولمة المادية التي تبسّر بالتنمية البشرية المستديمة التي من المفترض أن يفيد منها الجماهير. إذا استبعدت الهوية من طريق الجماهير، استبعدت الجماهير من التنمية؛ إذ لا يعقل أن تحصل تنمية الجماهير بمساعدة الإعلام المعولم السيء؛ وإلا فتأتي تنمية سيئة تتضاد مع هوية الجماهير. وإذا أتت تنمية من غير هوية فلا يمنع لدى الإعلام المتعولم غير الهادف من أن يروّج لها بأنها تنمية تدور في فلك (لا قيم عولمة)، بحيث تمتص غضب الجماهير تجاه قيم العولمة التي هي في تضاد خفي مع الهوية الإسلامية غير حفي بها.

ويبقى التضاد من غير حل، عندما تحسب النخبة المتغرّبة أنها تحسن صنعاً، وهي تعتمد إلى تحويل الدين الذي هو بنية الهوية الإسلامية إلى ثقافة تنهاهى مع قيم العولمة وتذوب فيها، بحكم أنها الأقوى والأعظم؛ حيث إنّ "أساس الإسناد هو الثقافة الغربية، واستخدام العناصر الإسلامية في الواقع ليس أكثر من وسيلة لتحقيق الفعالية. وبالفعل يبدو أنّ هذا ينطبق على معظم المحاولات الرامية إلى تحويل الدين إلى ثقافة، وهي جهود تزعم أنها تنهي ازدواج الآراء العالمية وازدواج الشخصيات. وتعترف مثل هذه المساعي بإخفاق الدين كدين في توفير الرموز الملائمة وفي ربط طرق الحياة الجديدة ربطاً فعالاً بالقيم المتغيرة"¹⁶. ولأنّ الدين لا يتعايش مع التناقض، فيجهد البشر في ترجمته إلى ثقافة وإيديولوجية تعادي الدين في رموزه وعلاماته بإيحاءات جنسية وتعنيفات جسدية.

إنّ التسليع الثقافي للإنجيل البشري، وبهدف إضفاء مزيد من المتعة والإباحية لدى المستهلكين، دفع بالمنتجين الإعلاميين (الكتاب والنسّاخ والحكائيين والقصاص والوعاظ) إلى عرض وتصوير بعض الأنبياء، زوراً وبهتاناً، بأنهم قدوة للتحلل الجنسي الأسري. ومن ثم فإنّ العولمة في زوائدها المعنوية وفي قمة عنفها الجنسي والجسدي، لم تأت من لا شيء، بل أتت من الدين المحرّف الذي استحال فعلاً ثقافياً بشرياً مشحوناً بالعلامات والرموز والمعاني التي تلهب المستهلك طالب الفرجة الإباحية والمتعة المجانية. إنّ قيم العولمة في زوائدها المعنوية تعكس ما جاء في بشرية الإنجيل. لا شيء من لا شيء؛ الهوية أتت من القرآن والسنة، وقيم العولمة المذكورة أعلاه اجترحت من الإنجيل المتناقض في صورته البشرية المتناقضة والمتعددة، والمبدّدة لبعضها البعض.

يستعصى التقارب في ظل التضاد إذا كان أحد الطرفين مثقلاً بالتناقض، مثل: المساواة الهجينة التي تجعل الوظائف البشرية غير متوازنة، وتفقد العدالة توازنها، إذ يصبح القضاء في خدمتها فيجلب للمجتمع الجرائم؛ ما يعني أنّ القضاء يفصل قوانين للمساواة الهجينة فيحصل جرائم ينتفع مادياً في الدفاع عنها، وهذا هو التناقض عينه. أما الجنوسة التي تستجلب المزيد من

العنف الجنسي لا تحل مشكلة العنف الجسدي؛ حيث إن هتك الجسد جنسيًا من غير عنف هو عنف جسدي أيضًا؛ لأن المرض الذي يصيب الجسد من جراء هذا الانتهاك هو عنف حفي بالجسد يهزس عليه بشكل خفي، ومن ثم فإن الجنوسة متناقضة مع السلام، فهي وليدة العنف النفسي والجسدي، ومع المرأة خصوصًا وما يروّج له بالمثلثة أيضًا؛ إذ كل هذا جاء وليد تخطيط رهيب، أسهم الإعلام في إخراجه للناس في زينتته التي لا تقاوم. وقد شهد شاهد من أهلها؛ إذ يقول هتنتجتون: "قد استطاع الغرب أن يكسب العالم، ليس فقط بسبب تفوق أفكاره أو قيمه أو دينه (الذي تحوّل إليه عدد من الحضارات الأخرى)، وإنما بالأحرى بسبب تفوقه في تطبيق العنف المنظم".¹⁷

بالنسبة إلى النسوية التي تريد أن تحل محل المجتمع الذكوري، فإنها تجلب المزيد من الذكورية للنساء، فتتصارع الأسر وتنفكك في واقع هذا التناقض الجسدي والجنسي المتداخلين. بينما التعددية الثقافية الليبرالية في الواقع جاءت لتقديم حلول للتعدد العرقي والطائفي في إطار ثقافي ليبرالي منفتح ومتعدد؛ والمشكلة لا تكمن في الثقافة بل في أصل العرق؛ فللمثال "إن ما يزدريه العنصري ليس ثقافة السود، بل إنه يزدري السود أنفسهم، فلا يوجد أي تضارب في الرؤى بين ثقافات السود والبيض بحيث نعتبره مصدرًا للخلاف العنصري... إن الثقافة ليس هي المشكلة كما أنها ليست الحل".¹⁸ من وجهة أخرى فإن التعددية الثقافية الليبرالية متناقضة في طروحاتها؛ إذ تطمح إلى المساواة بين الأعراق والثقافات التي يتشوّف أصحابها إلى الاختلاف في الوقت نفسه؛ ما يعني أن "التجانس الثقافي الكلي هدف مستحيل (وبالنسبة إلى معظم الناس غير مرغوب فيه) إنجازه حتى في المجتمعات المتجانسة عرقياً، ستكون هناك دائماً طوائف دينية أو أقليات جنسية، للإشارة فقط إلى اثنين من الأمثلة الأكثر جلاء، وهي تطالب بحقوقها في أن تكون (متساوية ولكن مختلفة)".¹⁹

إن اللاتوطين يعني أن الإنسان من غير شخصية، ومن ثم هو إماعة تعبت به رياح المصالح والمنافع بشكل مقصود. ومن لا شخصية له فهو متناقض في قراراته وتصرفاته. لقد جاءت

الديمقراطية بهذه القيم، على الرغم من تناقضاتها، لتصبح لا مسؤولة في المجتمعات الفقيرة أيضًا. وهذه غاية صنّاع قيم العولمة المنتفعة في أن يكون العالم من غير غاية ولا هدف. إذا كانت الهوية الإسلامية تنتصر للمكان، فإنّ قيم العولمة في إعلامها تنتصر إلى اللامكان إلى اللاتوطين ومع ذلك فإنّ هذه القيم خرجت من المكان، ولكن تتطور في المكان نفسه (أمريكا)؛ فهي تريد اقتلاع الناس من أماكنها لتبقى هي في مكانها، ما يعمّق من تناقضاتها وأنانيتها. إنّ عبقرية المكان تبرز من شخصية المكان المختار تاريخياً وحضارياً؛ ما يفترض تفضيلها على الجوار (قيم العولمة) التي في نيتها التقارب مع الهوية الإسلامية والتعايش معها، وذلك من غير أن تختار الهوية الإسلامية قيم العولمة أو تكون سبباً في استجلابها؛ إذ ليس كل جار مختاراً من جاره، أي ليس كل جار قد اختاره جاره ليكون بجواره. إنّ الإعلام المعولم، والذي تديره نخبة من العالم العربي والإسلامي، مثله كمثل الجار الذي لم يلتزم بحق الجوار لكونه ما زال يتعاطف مع المكان الذي جاء منه، ويريد أن يفرض على جاره قيماً جديدة عليه ومسيئة؛ ما يجعلنا نتساءل مع السائلين "كيف يؤدي استخدام تكنولوجيا الاتصالات والتقنيات الإعلامية إلى اللاتوطين: كيف تقتلعنا من ارتباطنا الثقافي بل والوجودي بنا حيننا المنفصلة، وبمعان عديدة، فتحت عوامنا الحياتية على عالم أكبر".²⁰ وتكون الإجابة ليس هو حصول إنسان عولمي يبشّر بالتقارب كما يعتقد أصحاب السؤال؛ وإنما حصول قيم مغرية غير مقنعة تفرض أساليبها بشكل غير حضاري يسرق الإنسان من إنسانيته فتأتي ضائعة في عالم الإنس وجائعة للجنس. اللاتوطين معناه أن "الأماكن لم تعد تمثل الدعوات الواضحة لهوياتنا".²¹

إنّ التناقض هو أن يعرض الإعلام سلعةً ثقافية متناقضة مع شطر كبير من الإنسانية المشاهدة والمستهلكة؛ وإذ ليس كل من يذهب إلى السوق للاستهلاك فهو جائع، فإنه ليس كل من يتعاطى مع الإعلام فهو ضائع. وإذ لا يعرض الإعلام مادة ناقدة للتسليع الثقافي العولمي فإنّ المتلقي الواعي والرائي يتعامل مع المعروضات بوصفها نفايات ثقافية، من واقع أنّ كل بيت لا يخلو من سلة مزبلة تُشاهد يومياً، ثم ترمى لتأتي أخرى. وإذا أتت رائحة المزبلة عنيفة تنته، فإنّ

العيش في البيت يصير مستحيلاً لا يطاق. وهكذا فإنّ الإعلام الذي يقدّم بضاعة قدرة هو إعلام عنيف وتنن، يجعل الانسجام في البيت غاية لا تُدرَك. وإذا حصل التناقض في الإعلام فإنه لا يحصل الانسجام في البيت.

إننا نسلّم بتناقض الفكر البشري؛ ولكن نرفض التناقض العنيف الذي يختزل العالم المتعدد الأبعاد في بعد واحد وهوية واحدة، لا سيما وأنّ "العنف ينمو عندما نعمق إحساساً بالحنمية حول هوية يُزعم أنها فريدة".²² وقد زعمت قيم العولمة فرادتها لما "فرضت القوانين والاتفاقات الدولية لتحل محلّ الشرع الحنيف وإحالة المرأة المسلمة والأسرة إلى تلك القوانين الوضعية المخالفة في معظم بنودها للشرع".²³ إنّ التناقض يأتي من غياب الدين في تفصيل القيم وتأصيلها؛ لأنّ التناقض أسلوب بشري له معانيه ورموزه لتحصيل المزيد من المنافع وتعظيم اللذات لإسعاد الذات؛ حيث إنّ المنافع الإنمائية هي التي تدفع الناس وترغمهم على التناقض مع الفطرة التي فطروا عليها. يقول الله تعالى: ﴿وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَكِنْ يُضِلُّ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَلَتُسْأَلُنَّ عَمَّا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ﴾ (النحل: 93).

4- تداخل في الإثبات: هوية إسلامية ولا قيم عولمة

تداخل في الإثبات يجعل المؤشر إيجابياً؛ حيث تعني هوية إسلامية أنّ هناك (لا قيم عولمة) تفضي إلى الحرية المسؤولة (=التنمية). وهي تنمية إعلامية ترشد الجماهير إلى قضاياها نتيجة وعي النخبة برسالتها الحضارية حيث تبلّغها الرسالة الإعلامية الهادفة. ومع هذا يفترض تعزيز الوعي من خديعة القول ب: (هوية إسلامية) في ظل (لا قيم عولمة)، لا سيما أنّ الهوية الإسلامية غير ثابتة وليست مضمونة في مجتمع تغيب فيه مؤسسات قوية تحفظ الهوية الإسلامية من استغلالها عبر خديعة الجماهير إعلامياً بقيم عولمية أخرى تأتي في الوهلة بريئة، فتكون مدخلاً غير مباشر للقيم غير البريئة في العولمة التي تبشّر بها مؤسسات عملاقة ذات مصداقية لدى الجماهير.

5- تداخل في النفي: قيم عولمة ولا هوية إسلامية

تداخل في النفي يجعل المؤشر سلبياً؛ حيث تعني قيم العولمة أن هناك (لا هوية إسلامية) تفضي إلى استبعاد قيم الجماهير، واستجلاب قيم العولمة (=الحرية اللامسؤولية)، بحيث تجعل النخبة والجماهير غير مسؤولة أيضاً؛ ما يؤدي إلى التراجع عن الرسالة الحضارية والإعلامية ويعزز من فكرة القابلية للإعلام السيء. وهذا التداخل في النفي يعمق من ساحة التناقض ويجعل المعركة غير متساوية يكون الرابح فيها هو الأكثر تناقضاً مع الفطرة، في عالم تجرد من كل حياء، يجعل الإنسان يفعل ما يشاء، فيتزود بأساليب المكر والخبث والدهاء الذي نراه في الإعلام المعولم الملحد والهدام، و"لا ريب أن هناك أقلماً مؤمنة تستطيع أن تحرس السنة الإلحاد، وأن تنزل معها في صراع حر لا ترى بعده إلا أن تفر وتخزي.. لكن الحرب غير متكافئة".²⁴

ثالثاً: تحليل سيميائي للإعلام السيء وموقفه من ثنائية الهوية الإسلامية وقيم العولمة

تقرّر لنا مما سلف، أن معاني المسؤولية التي تبشّر بها الهوية الإسلامية وقيم الحرية اللامسؤولية الجامعة لقيم العولمة، تفرز تناقضاً حاصلاً بين الهوية الإسلامية وقيم العولمة؛ فلا يكون هناك جمع بينهما ولا وسط، ولا يرتفعا معاً؛ إذ إنّ "الفرق بين النقيضين والضدين، أن النقيضين: لا يجتمعان ولا يرتفعان كالعدم والوجود، وغير متصور أن يكون إنسان معدوماً في مكان وموجوداً في نفس المكان، وفي نفس الوقت. وأما الضدان: فهما لا يجتمعان لكن يمكن يرتفعان كالسواد والبياض. والتداخل يطلق على معان. الأول كون الشئين بحيث يصدق أحدهما على بعض ما يصدق عليه الآخر".²⁵ ومن ثم فإن الاستمسك بالهوية الإسلامية هو حفاظ على المكتسبات التاريخية والحضارية؛ حيث إنّ "تفعيل الهوية شيء أساسي في عملية النهوض الحضاري، فهويتنا قد تشكّلت عبر التاريخ حتى أصبحت منا وأصبحنا منها".²⁶ إنّ ازدياد الشخصية والهوية يجعل المكان عنيفاً أليماً في حالات، ومتناقضاً مهجوراً في حالات أخرى، لا سيما أن "الهوية هي الشيء الذي تسكن إليه وتطمئن إليه، وتشعر من خلاله بالحماية

والأمان، والتميز، فهو يخلصك أنت ولا يخلص غيرك من غير المتمين إليه".²⁷ وإن تناقض اللاتوطين الذي يروج له الإعلام المعولم المتضاد، حوّل الأمكنة إلى أزمنة تسافر بصاحبها في عالم افتراضي لا يعاش ولكن يُتخيّل؛ حيث إنّ "الذي فعله التلفزيون هو أنه كسّر المكان ولم تعد للمنزل قيمته الأولى في أنه المخبأ والحصن".²⁸

1. الإعلام اللامسؤول بوصفه كتلة من التناقضات

يحتفي الإعلام المعولم بهذه الحصص من التناقضات فيأتي متناقضاً مع رسالته التي هي النصح للإنسان المتلقي والمشاهد والقارئ؛ إذ في الغالب ما يبسط الإعلام هذه التناقضات فتشتط عليه، وكأنه هو الآخر يتفرّج عليها فصبح قيمة من قيمها المتناقضة؛ فلا ندري من يتفرّج على من؟ هل الإعلام فُرجة تتخذ من هذه القيم تسلية ثقافية ومادة استهلاكية لتحصيل المزيد من الأرباح، أم أنّ هذه القيم هي التي تحيله إلى وسيلة لتحصيل مكاسب غير إنسانية هي بالنسبة لصنّاع العولمة غاية؟ فإذا كان الإعلام فُرجة وتسلية فهو من غير شخصية تعدم فيها حس النقد المسؤول، وإذا كان وسيلة لغاية فهو من غير رسالة هادفة، لأنّ الوسيلة غير النبيلة هي قيمة دنيئة وبديئة ورديئة.

إنها الحرية اللامسؤولة، وهو أن يكون الإنسان العولمي حرّاً إعلامياً؛ لأنّ الإعلام حر فيما يستعرضه من سلع ثقافية، وليس مسؤولاً لأنّ هذه القيم غير مسؤولة، فذاك من ذاك. وفي غياب القيم غير المسؤولة فإنّ الإعلام المتعولم تسود تحليلاته القوة وممارسة العنف، ولا يولي للأخلاق قيمة. إنّ قيمة الحرية اللامسؤولة تتناقض مع السلام والمسؤولية والاعتبارات الإنسانية والأخلاقية، ونأخذ مثلاً على ذلك اتصفت به النخبة الغربية اللامسؤولة، وهي تحلّل النتائج اللإنسانية بعد الحروب الفضيعة، فقد "كانت القنبلتان الذريتان الوحيدتان اللتان ألقيتا على هدف بشري هما القنبلتان اللتان ألقيتا على هيروشيما وناجازاكي في آب عام 1945، وكانت أرضية النقاش حول استخدامها تدور في معظمها حول صحة أو خطأ الإرهاب ضد السكان

المدنيين... ولم يكن هناك نقاش علني يذكر حول أسباب إسقاط القنبلتين".²⁹ علاوة على أنه عندما يتعامل الإعلام اللامسؤول مع مشاهد العالم العربي والإسلامي نلفيه يفتقر فقراً إلى النزاهة ويمكر مكرًا في تشويه الصورة التي انطبعت لدى العالم عن المسلمين، ليس لأن بعض التصرفات لديهم مخطئة وحسب، بل لكونهم يدينون بالإسلام؛ وإلا لماذا البوذيون والإلحاديون والهندوس في منأى عن التصريح والتجريح بالشكل الذي يصيب الإسلام والمسلمين؛ فلا غرو أنّ "صورة الإسلام في الإعلام الغربي المقروء، والمسموع، والمرئي، ظلت صورة واحدة ثابتة لا تتغير من أية زاوية نظرت إليها، ومهما تكن المادة المعروضة".³⁰

مثلاً، التلفزيون بوصفه وسيلة إعلام متنفذة في المجتمع يعمل على خلق وعي زائف ما يعمق من التناقض بين الصورة والواقع، فلا يبرز إلا قيم العولمة المتمثلة في الرفاهية والسعادة المادية والاستهلاك والإعلانات الحسية والجنسية؛ إذ "تميل القصص التي تعرض على شاشة التلفزيون إلى الإيحاء بأن ما يسمى بـ: (الحلم الأمريكي) لا يزال قائماً وبخير؛ وأن أي شخص لديه ما يكفي من العزم والإرادة، سوف ينجح حتماً. معظم الشخصيات في السرد التلفزيوني تميل إلى أن تكون من الطبقة المتوسطة أو الغنية. هذا يعني أننا نعيش في مجتمع لا طبقي، وذلك لأنه تم تصويره - لأغراض عملية - على أنه حصرياً من الطبقة المتوسطة. في حين الأقليات والجماعات الإثنية والعرقية والجماعات الأخرى، يتم تجاهلها، ونادراً ما يتم التعامل مع الصعوبات الرهيبة التي يواجهها الناس من الطبقة العاملة. يقول بعض نقاد التلفزيون إنه يمكن أن ينظر إليه على أنه نوع بارع من غسل الدماغ، يهدف إلى إقناع الناس بقبول الوضع الراهن وافترض أنه لا يمكن تغيير أي شيء".³¹ إنها قيم عولمية تبرز مفاتها وتلغي الآخر، الذي يعرض عنها، وتسمه بالقبح.

إنّ العيش من غير هوية هو استمرار للقابلية لقيم إعلام العولمة اللامسؤول. إنّ قيم العولمة في أشكالها السيئة التي تتضاد مع الهوية تعدّ ثقيلة؛ ومن ثم فإنّ نخبة الإعلام غير الهادف في العالم العربي والإسلامي تقلد شيئاً ثقيلًا عليها. إنّ التبعية خروج عن الاجتهاد؛ وإذ يقف

الإعلام المعولم على إعادة تشكيل العقل الإسلامي وتفريغه من كل ما يمت بصلته إلى الوعي والمسؤولية، فإنّ الهدف من ذلك هو تقديم مادة إعلامية متناقضة لا يفقه كنهها الوعي الزائف والحرية اللامسؤولية؛ ما يجعل قيم العولمة بديلاً إنسانياً تبشّر به إيديولوجية التنمية البشرية الجامعة للبشر تحت مظلة قيم العولمة. إنّ "من المهام التي يعني بها اليهود في مجال الإعلام إضعاف الرأي العام العالمي، وإفساده، وإشغال أذهان الناس بها لا طائل تحته ولا خير فيه وذلك بموالاتة الحملات الإعلامية المتكررة عليه، حتى يفقد القدرة الصالحة على التفكير"³².

إنّ مشكلة العالم العربي والإسلامي تكمن في التبعية اللامسؤولية للآخر إعلامياً. إنّ التبعية تختزن بداخلها تنمية غير مسؤولة حضارياً تجعل الإنسان العربي والمسلم متناقضاً مع نفسه في الوقوف بين الهوية الإسلامية وقيم العولمة؛ حيث تفيد من هذا التناقض نخبة الإعلام المعولم، التي لم تقف في الوسط بل فضّلت التبعية؛ حيث إنّ الوسط لا يوجد بين الهوية الإسلامية وقيم العولمة، بل الوسط هو نفسه الهوية الإسلامية التي في مكنتها أن تتحكّم في قيم العولمة وتغيّر مسارها بحيث لا تصطدم مع الجماهير. وهذه التنمية غير المسؤولة - الناتجة عن التناقض بين قيم عولمة ولا قيم عولمة في ظل حصول (لا هوية إسلامية) في التنمية - تخفي عيوب التبعية في ظل البحث عن سبل اللحاق بالعولمة على الأقل إعلامياً. إنّ القابلية للإعلام المعولم السيء واللامسؤول، تكمن في تعاطي النخبة في العالم العربي والإسلامي مع مقولات التنمية من غير هوية (=قيم العولمة). إنّ البحث عن التنمية من غير هوية هو نفسه القابلية للتعاطي مع مادة الإعلام غير الهادف؛ لأنّ كل ما هو غير هادف يتضاد مع الهوية الإسلامية.

وإذ تصبح الهوية الواحدة مفروضة على العالم عبر الإعلام اللامسؤول، فإنّ التفكير سيكون واحداً؛ ما يتناقض ذلك مع السنن الكونية، لا سيما أنّ "مفهوم الهوية يؤثر، بوسائل كثيرة مختلفة، في أفكارنا وأفعالنا"³³. إذ يستحيل أن يكون الفعل واحداً حتى لو كانت الأفكار واحدة؛ مما يفترض من الإعلام المعولم أن تكون أفعاله غير منحازة لهوية بعينها. وإذا استمر الإعلام تابعاً سيئاً، فإنه يكتسب مستهلكين يتناقضون معه ويقابلونه بالعنف اللساني في البيت

والعنف الجسدي والنفسي والجنسي والدموي في الشارع والمدن. ومن ثم أليس هذا الإعلام هو من علم الناس كيف يشادون في دينهم بحجة الدفاع عن هويتهم المغلوبة والمسلوبة، بينما يصف نخبة الإعلام المنتنعين والوصوليين والانتهازيين هؤلاء بالمتشددين والأصوليين والإرهابيين مَنْ أوجد مَنْ؟ مَنْ أُرهب مَنْ؟ البحث عن حلول للإرهاب أضحي من مهمة الإعلام المعولم وليس الدين. كيف نقنع المتدين الساخط أنه منحرف دينياً؟ كيف نقنع الإعلام الساقط أنه منحرف إعلامياً؟ كيف نقنع قيم العولمة الساخطة والساقطة في أنها منحرفة عالمياً وإعلامياً؟

2- لعبة الشيء والمعرفة في أوساط نخبة الإعلام اللامسؤولية

إنّ المعرفة المتشبيّهة التي تحصل عليها نخبة العولمة يكون الهدف منها تعميم معارف قيم العولمة في أوساط الجماهير المتعلّمة بهدف التشكيك في قيمها من هوية وثقافة، وترسيخ قيم العولمة؛ وإذ تعدّ قيم الجماهير وسيلة لجمع الثروة والشيء وزيادة في المعرفة، فإنها تدفع الجماهير إلى المطالبة بالحرية اللامسؤولية؛ لأنّ قيم العولمة تتضاد مع الهوية الإسلامية وتحتقرها، علاوة على أنّ قيم العولمة عبر الإعلام غير الهادف، تمتلك لغة إعلامية بذئنة مؤثرة في الجماهير، وفي الغالب تكون معانيها غامضة، وعلاماتها مغرية تزيد في سرعة عملية جذب المتلقي إلى الرسالة الجديدة لقيم العولمة.

يجنح الإعلام المتعولم لا سيما في قيمه إلى النخب الصاعدة ويزوّدّها بالمعارف التي لا هوية لها، فلا تتواصل الجماهير مع النخبة ولا يعي بعضها البعض؛ لأنّ قيم العولمة عبر الإعلام السيء تتحايل على الهويات الأخرى بقناع الإقناع وليس الإقناع نفسه، وهو قناع يتخفّى وراء الصورة والإشهار. فكلما كانت القيم في مركز إعلامي قوي، مارست سلطتها اللانسانية المتمثلة في الكذب والخداع والتحايل؛ ما يفضي إلى تنمية مخادعة ومتحايلة ومعولمة. في حين الهوية تستدعي التعاون وتعزّز من التنمية المحلية والإقليمية، ومن ثم فإنها ليست حكراً على النخبة التي تراكم المعرفة بقيم عولمية لا تستجيب للبيئة. إنّ قيم العولمة تبسّر بالفعالية ولكن

من غير هوية؛ ما قد يؤدي إلى استئصال الأصالة من عملية التنمية. وإذ نلقي قيم العولمة والأصالة لا يلتقيان ولا يجتمعان، فإن ذلك يزيد من بقاء ثنائية الهوية والعولمة متضادة على حالها. وفي تجريد التنمية من الهوية الإسلامية تكون النخبة تابعة للإعلام المعولم فلا يأتي هادفاً لأنّ مصالح نخبة العولمة هي مصالح شيئية ومعرفية يدفعون ثمنها فيما يتلفظون به في الإعلام السيئ، بخلاف الجماهير التي تكمن مصالحتها في الهوية التاريخية والحضارية التي كسبتها عبر الأسلاف. إن غاية الإعلام المعولم ألا تكون الهوية الإسلامية حاضرة في عملية التنمية؛ حتى تأتي هذه التنمية صنعة قيم العولمة العنيفة. إن "تضليل عقول البشر هو، على حد قول باولو فريير (أداة للقهر)، فهو يمثل إحدى الأدوات التي تسعى النخبة من خلالها إلى تطويع الجماهير لأهدافها الخاصة"³⁴.

إنّ (قيم العولمة) التي تنصدرها نخبة الإعلام السيئ بوصفها قلّة تكثر بكثرة قيم العولمة التي تستقوي بالشيء والمعرفة؛ أما (لا هوية إسلامية) أو لا لقيم الجماهير، وعلى الرغم من كثرتها، إلا إنها غير متسقة وغير منسجمة، علاوة على أنّ قيم العولمة تراحمها بوصفها كثرة بمفاسدها أيضاً؛ ما يجعل الإعلام المعولم في مركز مادي قوي تحميه مؤسسات إعلامية عملاقة تجلب إليها النخبة عبر المعرفة المتشيئة؛ ولكن لا تحصل التنمية للجماهير في ظل تراوحها بين (لا قيم عولمة) و(لا هوية إسلامية). ومع ذلك فإنّ وجود (لا هوية إسلامية) مقرون بالنوايا السيئة للإعلام المعولم تجاه الجماهير. فإذا أتت المعرفة لا مسؤولية، فإنه حسب المربع السيميائي نلني علامة (لا قيم عولمة) خادعة لتقريب الجماهير إلى الإعلام المعولم الذي يخلط عملاً صالحاً (=هوية إسلامية) وآخر سيئاً (قيم العولمة)، ونتيجة الخلط هي (لا هوية إسلامية). كما بدت وضعية (لا قيم عولمة) في المربع السيميائي من غير هوية واضحة تخلط بين قيم العولمة اللامرئية والهوية الإسلامية للإبقاء على ثنائية الهوية الإسلامية وقيم العولمة قائمة من غير حل.

إنّ الإعلام غير الهادف في نخبته، وفي وسائله المدسوسة في المعرفة المتشيئة، يعمل على توسيع دائرة الحريات غير المسؤولة، وإلغاء الآخر الراض لها، والتشكيك في هويته. وعليه فإنّ

قيم العولمة تتناقض مع المسؤولية. إنَّ الإعلام المعولم يستبيح أرض الهوية؛ وأول الهوية وصاية الإنسان على أرضه. أما قيم العولمة المفتوحة فإنها تقمع حرية الإنسان المسؤولة؛ وأول هذه الحرية توظيف الهوية الإسلامية في عملية التنمية. وبذلك يقف الإعلام وقيمه المتعولمة ضد خيارات الإنسان والهوية الإسلامية، ومن ثم يعمد الإعلام إلى خلق التناقضات داخل هذه الهوية. وإذا أصبح الدين / الهوية خطرًا على مصالح العولمة، أو مصالح الدول المتأثرة بقيم العولمة، فإنها "تسمح لاتجاهات وآراء متضاربة أن تظهر في إعلامها".³⁵

وعليه فإنَّ وضعية (لا قيم عولمة) تستدعي إعادة النظر في العلاقة غير البريئة بين نخبة الإعلام في العالم العربي والإسلامي، وبين قيم العولمة، ويكون ذلك بمراجعة مصادر المعرفة المشيئة من داخل توظيف الهوية إعلاميًا؛ وتغليب الحوار من قبل نخبة الإعلام مع الهوية الإسلامية، بدلاً من تقبل قيم العولمة من غير نقد أو ورد، لا سيما أنَّ قيم العولمة أتت مصحوبة بإكراهاتها الثقافية والنفسية والجنسية؛ حيث بات معها التوصل إلى تقارب وتواصل من المستحيلات والمصيبات؛ ما قد يعمق من الكراهية بين الجانبين. إنَّ آليات التواصل معدومة في ثنائية الهوية الإسلامية وقيم العولمة؛ وإلا فإنَّ "التواصل أسلوب في العلاج النفسي وتطهير لها من الأحقاد والكراهية والضغائن وروح الانتقام وتوخي النصح بالنقد الموضوعي البناء. فإذا حصل التفاهم تقلصت دوائر الجهل، وفترت الغرائز العدوانية".³⁶

في الجهة اليمنى (= تداخل في الإثبات)، تبرز التنمية بوصفها حرية مسؤولة لا سيما في ظل تواجد إعلام هادف؛ بحيث تكون الحرية مسؤولة باستحضار الهوية لمراقبة قيم العولمة حرية في أن تكون هوية الجماهير هي نفسها هوية النخبة العاقلة؛ وإلا فإنَّ نخبة وجماهير لا مسؤولة، تفضي إلى تنمية لا مسؤولة. ومن ثم على النخبة تغليب هوية الجماهير التي هي هويتها أيضًا على قيم العولمة المبشرة باللاتوطين.. باللاتنمية.. بالتبعية وانفصام الشخصية.

في الجهة اليسرى من المربع السيميائي (= تداخل في النفي)، تظهر لا مسؤولة نخبة الإعلام في العالم العربي والإسلامي، التي تعنت في الترويج لقيم العولمة المفتوحة اللامسؤولة

ما قد يدفع ذلك إلى عولمة الجماهير بالقيم فتأتي هي الأخرى لا مسؤولية أيضًا. يتم ذلك بترسيخ المعرفة الشيعية في وعي النخبة، وتفعيل المعرفة التي تتناقض مع قيم التنمية ذات الهوية الإسلامية. إن الهدف من بسط المعرفة الشيعية على نخبة العالم العربي والإسلامي هو مزيد من انتشار قيم العولمة في أوساط الجماهير المحرومة من الشيء والمعرفة؛ حيث الحصول عليهما يشترط انخراط الجماهير في قيم العولمة وتمثلها (= الحرية اللامسؤولية)؛ ما يعني المزيد من العنف اللامسؤول الذي هو صنعة إعلامية عولمية بامتياز. هذا إن لم يسارع عقلاء الأمة، مهما اختلفت توجهاتهم الدنيوية، في كبح آلة الإعلام السيئة، وتقديم بدائل إعلامية معرفية وشيئية هادفة تحافظ على شخصية الأسرة والمجتمع ولا تخدش حياءها.

خاتمة

من منطلق إيماننا بأنه حيث وجدت الهوية وجدت التنمية؛ فإن التضاد الذي أقامته العولمة لم يأت في صالح التنمية المستديمة التي يبشر بها إعلام العولمة. وهذا نظرًا إلى أن قيم العولمة المتناقضة مع الوجه الإنساني في العولمة هي وليدة نص قيادي عقلائي يتضمن الكثير من اللاعقلانية، اصطدم بالهوية الإسلامية في مرجعيتها السيادية القرآن والسنة؛ حيث إن المستقبل لهذا الدين.. لهذه الهوية الإسلامية.

هذا، وقد خلصنا إلى النتائج الآتية:

1. هناك تضاد واضح بين الهوية الإسلامية وقيم العولمة استجلب معه تناقضاته.
2. هناك تناقض بين (الهوية الإسلامية) التي تمثلها الجماهير أساسًا، وبين (لا هوية إسلامية) التي تستغلها قيم العولمة للترويج لإعلام سيء، يستحي القائمون عليه من هويتهم الإسلامية.

3. هناك تناقض بين (قيم عولمة) و(لا قيم عولمة)؛ بحيث يشوِّش الإعلام المغرض على المتلقي وعلى هوية الجماهير الإسلامية؛ ما يجعل الإعلام أكثر تقيّةً ونفاقاً؛ إذ إنّ النفاق كتلة مثقلة بالتناقض.

4. (لا هوية إسلامية) و(لا قيم عولمة) لا يأتیان بحل وسط؛ ما يعني أنّ الإعلام في العالم العربي والإسلامي، بوقوفه في هذا الوسط غير الوسطي، هو في تبعية من غير شخصية مسؤولة؛ بل نلفي (لا هوية إسلامية) التي يبشّر بها الإعلام المعولم، تنتصر لقيم العولمة عبر هامش (لا قيم عولمة)؛ ما قد يرفع من وتيرة الإعلام السيء الذي يستند إلى (لا هوية إسلامية) فلا يُقيّم، ويرتكز على قيم العولمة فلا يُراقب.

5. تميل قيم العولمة إلى نخبة في العالم العربي والإسلامي متشبّعة بقيمها ومؤمنة أيضاً ومزوّدة بألية السوء والنفاق والتقية، وتوسيع فجوة التضاد؛ حيث إنّ فشل قيم العولمة في استيعاب الهوية الإسلامية، يدلُّ على صحة فرضية التضاد وما تستجلبه من تناقضات تنسف فرص السلام والتعايش.

أما عن التوصيات، فهي على النحو الآتي:

أ. صناعة إعلام جديد به مشروعات مرئية، عملية وواقعية، تشجّع على الحفاظ على الهوية الإسلامية حتى في النشاطات الإنمائية المادية، بحيث يستحدث من هذه الهوية برامج هادفة تخاطب الأطفال والكبار، وتكون موازية للنشاطات المدرسية مما يسهل محاكاتها وتنزيلها.

ب. تكوين نخبة عالمة وتدريبها على مخاطبة العولمة بلغاتها التي تفضح قيمها السيئة، وتبرز الوجه الإنساني في العولمة.

ج. تطهير البيئة الإعلامية من المظاهر التي تتعايش مع قيم العولمة، وتنجذب لها، ويكون ذلك بالتوعية الإعلامية أيضاً.

د. تحسين أداء المدارس والجامعات بإدخال مقررات ومساقات تكون ناقدة لهذه القيم ومفندة.

هـ. مراقبة القضاء للإعلام السيء بوصفه إجراماً محترفاً.

و. ضرورة إيجاد حلول مدروسة للبطالة، وبناء مؤسسات تستوعب الشباب؛ لأنّ

الإعلام السيء يشغل في دائرة الفراغ التي يملأها بفجوره وبيجوره؛ إذ إنّ كثيراً من المذاهب الهدامة والإيديولوجيات الملحدة استغلّت إعلامياً هذا الفراغ القاتل، فأنت خاتلة وقاتلة.

- هوامش ومراجع البحث:

- 1- "مقاومة حجاب الامتياز: مد جسور الهويات كسياسة أخلاقية للمذاهب النسوية العالمية"، آن فيرغسون في: نقض مركزية المركز: الفلسفة من أجل عالم متعدد الثقافات بعد-استعماري ونسوي، أوما ناربان وساندرا هاردنغ (محررتان)، ترجمة: يمني طريف الخولي، ط1، 2013م. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ج2، ص56.
- 2- "المواقع واللغات: التشكيكات ينظر للمذاهب النسوية"، آيدا أورتادو، في: نقض مركزية المركز: الفلسفة من أجل عالم متعدد الثقافات بعد-استعماري ونسوي، أوما ناربان وساندرا هاردنغ (محررتان)، ترجمة: يمني طريف الخولي، ط1، 2013م. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ج1، ص228.
- 3- أوديسا التعددية الثقافية: سبر السياسات الدولية الجديدة في التنوع، ويل كيمليكا، ترجمة: إمام عبد الفتاح إمام، ط1، 2012م. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ج1، ص130.
- 4- الإسلام والأمة الإسلامية: خطب وكلمات مختارة، محضير محمد، ط1، 1423هـ/ 2002م. دمشق: دار الفكر، ص23.
- 5- مشكلة الأفكار في العالم الإسلامي، مالك بن نبي، ترجمة: بسام بركة، وأحمد شعبو، ط2 1420هـ/ 2000م. بيروت: دار الفكر المعاصر، ص75.
- 6- "السيميائيات: النشأة والموضوع"، سعيد بنكراد، مجلة عالم الفكر. الكويت: العدد3، المجلد 35 يناير- مارس 2007م، ص12.
- 7- أضواء على الإعلام في صدر الإسلام، محمد عجاج الخطيب، ط2، 1407هـ/ 1987م. بيروت: مؤسسة الرسالة، ص17.
- 8- صحيح البخاري، محمد بن إسماعيل البخاري، حقق أصولها وأجازها: الشيخ عبد العزيز بن عبد الله بن باز طبعة محققة على عدة نسخ وعن نسخة فتح الباري (القاهرة: المكتبة التوفيقية، د.ط، د.ت)، ج2 ص6-7 أخرج البخاري في صحيحه، كتاب البيوع، باب: الحلال بين والحرام بين وبينهما أمور مشبهات الرقم 2051.
- 9- أخرج البخاري في صحيحه، كتاب الأحكام، باب: وقوله تعالى: ﴿أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ﴾ (النساء: 59)، ج2، ص371، الرقم 7138.

- 10- الهوية والحركة الإسلامية، عبد الوهاب المسيري، تحرير: سوزان حربي، ط2، 1431هـ/2010م. دمشق: دار الفكر، ص 148.
- 11- "وسائل الإعلام بين إزالة الحواجز وبناء الجسور"، صالح بن عبد العزيز التويجري، في: دراسات في الشأن الإسلامي، ربيع الآخر 1428هـ/2007م. مكة المكرمة، رابطة العالم الإسلامي، ص 278.
- 12- جغرافيات العولمة: قراءة في تحديات العولمة الاقتصادية والسياسية والثقافية، ورويك موراي ترجمة: سعيد متاق، ط1، 2013م. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ص 264.
- 13- "زوال المجتمع التقليدي"، دانييل ليرنر، في: ج. تيمونز روبرتس وأيمي هايت (محرران)، من الحدائث إلى العولمة: رؤى ووجهات نظر في قضية التطور والتغيير الاجتماعي، ترجمة: سمر الشيشكلي، ط1 2004م. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ص 191.
- 14- Algirdas Julien Greimas, *On Meaning: Selected Writings in Semiotic Theory*, Translation: Paul J. Perron and Frank H. Collins (London: Frances Pinter, 1987), P49.
- 15- "أوليات منطقية رياضية في النظرية السيميائية"، محمد مفتاح، مجلة عالم الفكر. الكويت: ع3 مج35 يناير-مارس 2007، ص 136.
- 26- "أزمة الهوية في الإسلام"، خلدون دوران، في: إسلاميات في مفهوم القيادة، مجموعة من المؤلفين، ط1 1993م. بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ص 56.
- 17- صدام الحضارات: إعادة صنع النظام العالمي، صامويل هنتنغتون، ترجمة: طلعت الشايب، ط2 1999م. دن: د.ت.، ص 85.
- 18- الثقافة والمساواة: نقد مساواتي للتعددية الثقافية، بريان باري، ترجمة: كمال المصري، ط1، 2012م. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ج2، ص 249.
- 19- العرقية والقومية: وجهات نظر أنثروبولوجية، توماس هايلاند إريكسن، ترجمة: لاهاي عبد الحسين، ط1 2012م. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ص 225.
- 20- العولمة والثقافة: تجربتنا الاجتماعية عبر الزمان والمكان، جون توملينسون، ترجمة: إيهاب عبد الرحيم محمد 2008م. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ص 242.
- 21- المرجع السابق، ص 145.
- 22- الهوية والعنف: وهم المصير الحتمي، أمارتيا صن، ترجمة: سحر توفيق، ط1، 2008م. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ص 9.

- 23- "الإعلام الإسلامي الموجه للمرأة بين النظرية والتطبيق"، نجاة عبد الجبار، في: الخطاب الإسلامي في عصر الإعلام والمعلوماتية، عدد من الباحثين، بحوث المؤتمر العلمي الثاني الذي أقامته الرابطة الإسلامية للإعلام، ط1، 1431هـ/ 2010م. عمان: دار النفائس، ص381.
- 24- كفاح دين، محمد الغزالي، ط1، 1424هـ/ 2003م. دمشق: دار القلم، ص170.
- 25- موسوعة كشاف اصطلاحات الفنون والعلوم، محمد علي التهانوي، د. ط، 1996م. بيروت: مكتبة لبنان ج1، ص466 وص401، وص514.
- 26- الهوية والحركة الإسلامية، عبد الوهاب المسيري، ص149.
- 27- الهوية الإسلامية في زمن العولمة، خليل نوري مسيهر العاني، ط1، 1430هـ/ 2009م. بغداد: مركز البحوث والدراسات الإسلامية، ص44.
- 28- الثقافة التلفزيونية: سقوط النخبة وبروز الشعبي، عبد الله الغذامي، ط2، 1331هـ/ 2010م. الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي، ص121.
- 29- "التكتم الحكومي ووسائل الإعلام في الولايات المتحدة وبريطانيا"، جون دواننج، في: سلطة وسائل الإعلام في السياسة، ترجمة: أسعد أبو لبدة، ط1، 1420هـ/ 1999م. عمان: دار البشر، ص509.
- 30- "الهوية الإسلامية في ظل العولمة الوضعية المعاصرة"، أحمد إبراهيم أبو شوك، مجلة التجديد. الجامعة الإسلامية العالمية ماليزيا، س9، ع18، أغسطس 2005م/ رجب 1426هـ، ص88.
- 31- وسائل الإعلام والمجتمع: وجهة نظر نقدية، أرثر آسا بيرغر، ترجمة: صالح خليل أبو أصبع 2012م. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ص103.
- 32- الإعلام اليهودي المعاصر وأثره في الأمة الإسلامية، يوسف محي الدين أبو هلاله، ط1 1408هـ/ 1987م. عمان: مكتبة الرسالة الحديثة، ص90.
- 33- الهوية والعنف، أمارتيا صن، ص8.
- 34- أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الشركة، باب هل يقرع في القسمة والاستهام فيه؟ رقم 2493، ج2 ص116.
- 35- المتلاعبون بالعقول، هبرت أ. شيللر، ترجمة: عبد السلام رضوان، ط1، 1999م. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ص5.

تحليل سيميائي للتضاد بين الهوية الإسلامية وقيم العولمة
الإعلام الهادف بوصفه تنمية

د. ناصر يوسف

36- الإعلام: نشأته، أساليبه، وسائله، ما يؤثر فيه، يوسف محي الدين أبو هلاله، ط 1408 هـ/ 1987 م.

عمان: مكتبة الرسالة الحديثة، ص 80.

37- سيميائيات التواصل وفعالية الحوار: المفاهيم والآليات، أحمد يوسف، ط 1، 2004 م. الجزائر: جامعة

وهران- منشورات مختبر السيميائيات وتحليل الخطاب، ص 166.

تحليل سيميائي للتضاد بين الهوية الإسلامية وقيم العولمة
الإعلام الهادف بوصفه تنمية

د. ناصر يوسف
