جامعة محمد بوضياف–المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تأثير الإنتاج الإعلامي الغربي في القنوات الفضائية على الهوية الثقافية للشباب الجزائري

(الأفلام الأمريكية نموذجا)

–دراسة وصفية لعينة من شباب مدينة المسيلة–

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالب:

رضوان لمين

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
بوحيلة رضوان	أستاذ مساعد أ	رئيسا
بلعباس عبد الحميد	أستاذ مساعد أ	مشرفا
اسعيداني سلامي	أستاذ محاضر أ	مناقشا

جـوان 2016

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

الحمد والشكر لله عز وجل الذي وفقني لإتمام هذا البحث، ويسر لي كل الطرق من أجل التحصيل

الدراسي طيلة خمس سنوات

أتقدم بجزيل الشكر للأستاذ المشرف عبد الحميد بلعباس

كما أتقدم بجزيل الشكر لجميع أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال

وإلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد .

رضوان

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
قائمة المحتويات.....	**أ–د**
قائمة الجداول.....	**هـ–و**
قائمة الأشكال.....	**ز**
مقدمـــة.....	**1**
الفصل التمهيدي: الإطار المنهجي	
أولا–إشكالية الدراسة وأهميتها.....	**4**
ثانيا–تساؤلات الدراسة.....	**5**
ثالثا–أهداف الدراسة.....	**5**
رابعا–المفاهيم الأساسية للدراسة.....	**5**
1- التأثير.....	**6**
2- الهوية الثقافية.....	**6**
3- البث الفضائي (عبر الأقمار الصناعية)	**7**
4- الشباب.....	**8**
خامسا–التوجه النظري.....	**8**
سادسا–الدراسات السابقة.....	**11**
سابعا–الاستراتيجية المنهجية.....	**13**
1- نوع الدراسة ومنهجها.....	**13**
2- أدوات جمع البيانات.....	**13**
3- مجتمع البحث وعينة الدراسة.....	**14**
4- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة.....	**15**
الفصل الأول: الهوية الثقافية والاستهلاك التلفزيوني للثقافة	
تمهيـد.....	**16**
أولا–بين الثقافة والهوية.....	**17**
1. مفهوم الثقافة.....	**17**
أ- تعريف الثقافة لغة.....	**17**
ب- تعريف الثقافة اصطلاحا.....	**18**
2. خصائص الثقافة.....	**20**

3. مفهوم الهوية..... 21
أ- تعريف الهوية لغويا..... 21
ب- تعريف الهوية اصطلاحا..... 22
4. عناصر الهوية..... 24
ثانيا–مدخل نظري عن الهوية الثقافية..... 26
1. مفهوم الهوية الثقافية..... 26
2. مستويات الهوية الثقافية..... 27
3. عناصر الهوية الثقافية..... 28
ثالثا–الثقافة والإعلام المتلفز..... 30
1. علاقة وسائل الإعلام والاتصال بالثقافة..... 30
2. التلفزيون واستهلاك الثقافة..... 33
أ- التلفزيون وصناعة الثقافة..... 34
ب- التلفزيون والثقافة الجماهيرية..... 37
خلاصـة..... 38

الفصل الثاني: التلفزيون والهوية الثقافية للشباب الجزائري

تمهيـد..... 39
أولا–خلفية نظرية عن مفهوم الشباب..... 40
1. تعريف الشباب..... 40
أ- تعريف الشباب لغة..... 40
ب- تعريف الشباب اصطلاحا..... 40
2. العناصر المكونة للشخصية الشابة..... 42
3. خصائص الشباب..... 43
أ- الخصائص السلبية لمرحلة الشباب (الانفعالية)..... 44
ب- خصائص مرحلة الشباب الإيجابية..... 45
4. حاجات الشباب..... 46
ثانيا–الشباب ودور التلفزيون التنشئة الثقافية..... 49
1. علاقة الشباب بالتلفزيون..... 49
2. دور التلفزيون في التنشئة الثقافية للشباب..... 50
ثالثا–الهوية الثقافية الجزائرية..... 53

1. الخصائص الثقافية للمجتمع الجزائري..... 53
2. ثقافة الشباب الجزائري وسماتها..... 55
3. الهوية الثقافية للشباب الجزائري..... 57
خلاصــة..... 62

الفصل الثالث: عولمة الإعلام والتغير الثقافي

تمهيــد..... 63
أولا–بين عولمة الإعلام وإعلام العولمة..... 64
1. مفهوم العولمة..... 64
أ– تعريف العولمة لغة..... 64
ب– تعريف العولمة اصطلاحا..... 65
2. مفهوم عولمة الإعلام..... 67
3. إعلام العولمة بين الخصائص والأهداف..... 69
أ– خصائص إعلام العولمة..... 70
ب– أهداف إعلام العولمة..... 74
ثانيا–مظاهر عولمة الإعلام وإشكاليتها..... 76
1. مظاهر عولمة الإعلام..... 76
2. إشكاليات عولمة الإعلام..... 80
ثالثا–العولمة الثقافية في ظل عولمة الإعلام..... 84
خلاصــة..... 87

الفصل الرابع: أدوات الهيمنة الإعلامية

تمهيــد..... 88
أولا–الإعلام الفضائي..... 89
1. البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية..... 89
أ– لمحة عن الأقمار الصناعية..... 89
ب–تعريف البث الفضائي..... 94
2. البث الفضائي العربي..... 96
– بداية البث الفضائي في الجزائر..... 99
ثانيا–هيمنة السينما الأمريكية..... 101
1. لمحة عن السينما..... 101

2. غزو السينما الأمريكية لشاشات العالم..... 102
ثالثا–المخاطر الثقافية لعولمة الإعلام..... 105
خلاصـــة..... 109

الفصل الخامس: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

أولا–البيانات الشخصية..... 110
ثانيا–عادات وأنماط مشاهدة الشباب للأفلام الأمريكية عبر القنوات الفضائية..... 111
ثالثا–تأثير الأفلام الأمريكية على الهوية الثقافية للشباب حسب اتجاهاتهم لعناصر هويتهم الثقافية 122
رابعا–العوامل المساعدة في تأثير الأفلام الأمريكية على الهوية الثقافية للشباب..... 137
نتائج عامة..... 141
خاتمـــــــة..... 143
قائمة المصادر والمراجع..... 145
الملاحـــــق
الملحق رقم (1): استمارة الاستبيان..... 152
الملحق رقم (2): الأعمدة البيانية للبيانات الشخصية..... 157
الملحق رقم (3): مجال تغطية القمر الصناعي نايلسات..... 159

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	خصائص عينة الدراسة	15
02	نظام "عربسات" بمختلف أجياله	92
03	التغطية الجغرافية لأقمار "عربسات"	96
04	التغطية الجغرافية لأقمار "نايلسات"	96
05	أهم القنوات الناقلة للأفلام الأمريكية	98
06	القنوات الفضائية الجزائرية التابعة للقطاع الحكومي	100
07	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	110
08	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	110
09	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة	111
10	تعود أفراد العينة مشاهدة على مشاهدة الأفلام الأمريكية	111
11	تعود أفراد العينة مشاهدة على مشاهدة الأفلام الأمريكية وفقا لمتغير المهنة	112
12	ظروف مشاهدة أفراد العينة للأفلام الأمريكية	113
13	عدد سنوات مشاهدة أفراد العينة للأفلام الأمريكية	114
14	أماكن مشاهدة الأفلام الأمريكية بالنسبة لأفراد العينة	115
15	القنوات المفضلة لمشاهدة الأفلام الأمريكية بالنسبة لأفراد العينة	116
16	تخصيص أيام معينة لمشاهدة الأفلام الأمريكية بالنسبة لأفراد العينة	117
17	الأوقات المفضلة لمشاهدة الأفلام الأمريكية بالنسبة لأفراد العينة	117
18	الأوقات المفضلة لمشاهدة الأفلام الأمريكية وفق متغير المهنة	118
19	معدل مشاهدة أفراد العينة للأفلام الأمريكية	119
20	تلقي المعارضة من الأهل بسبب مشاهدة الأفلام الأمريكية	120
21	نوع الأفلام الأمريكية المفضل بالنسبة لأفراد العينة	120
22	أسباب مشاهدة أفراد العينة لأفلام الأمريكية	121
23	الصفات المحددة لتمسك الفرد بهويته الثقافية	122
24	مدى اعتقاد أفراد العينة بتأثير مشاهدة الأفلام الأمريكية عليهم	123
25	الجوانب التي أثرت فيها الأفلام الأمريكية على أفراد العينة	124
26	نوعية تأثير الأفلام الأمريكية حسب أفراد عينة الدراسة	124

27	**إيجابيات مشاهدة الأفلام الأمريكية حسب أفراد عينة الدراسة**	125
28	**سلبيات مشاهدة الأفلام الأمريكية حسب أفراد عينة الدراسة**	126
29	**توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لآرائهم نحو تأثير الأفلام الأمريكية** العبارة رقم (1): أتاحت لي مشاهدة الأفلام الأمريكية الاطلاع على عادات وتقاليد شعوب كثيرة.	128
30	**توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لآرائهم نحو تأثير الأفلام الأمريكية** العبارة رقم (2) من متابعتي للأفلام الأمريكية أدركت محتواها السلبي يؤثر على الفرد، وأفكاره وانتمائه الديني وولائه لمجتمعه.	129
31	**توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لآرائهم نحو تأثير الأفلام الأمريكية** العبارة رقم (3): من خلال مشاهدتي للأفلام الأمريكية أشعر بالرغبة في اتباع ثقافة المجتمع الأمريكي.	131
32	**توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لاتجاهاتهم نحو عناصر هويتهم الثقافية** العبارة رقم (1): اعتز بلغتي العربية ولهجات بلدي.	132
33	**توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لاتجاهاتهم نحو عناصر هويتهم الثقافية** العبارة رقم (2): شرف لي أن أكون مسلما.	133
34	**توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لاتجاهاتهم نحو عناصر هويتهم الثقافية** العبارة رقم (3): أعتز بقيم وتقاليد مجتمعي.	134
35	**توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لاتجاهاتهم نحو عناصر هويتهم الثقافية** العبارة رقم (4): الدين الإسلامي لا يواكب تطورات العصر	135
36	**توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لاتجاهاتهم نحو عناصر هويتهم الثقافية** العبارة رقم (5): أعتز بتاريخ هذا الوطن وانتمائي إليه.	136
37	**خصائص الأفلام الأمريكية والتي ساعدت في تأثيرها على الشباب**	137
38	**الأسباب المتعلقة بالشباب والتي ساعدت في تأثير الأفلام الأمريكية عليهم**	138
39	**كيفية المحافظة على هويتنا الثقافية في ظل ما تحمله الأفلام الأمريكية من سلبيات**	139

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	ظاهرة الاندماج بين وسائط الاتصال والعولمة الإعلامية	69
02	توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	157
03	توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	157
04	توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة	158

مقدمـــة

مقدمـــة:

إن عصرنا الحاضر هو عصر الإعلام، ليس لأن الإعلام ظاهرة جديدة في تاريخ البشرية، بل لأن الوسائل الإعلامية الجديدة قد بلغت حدودا أبعد في عمق الأثر وقوة التوجيه، بل وحتى شدة الخطورة، في عالم اليوم تعددت وسائل الإعلام وتنوعت طرق تبليغها للناس، وتطورت أساليب استخدامها بشكل مذهل إلى درجة ألغت معها حاجزي الزمان والمكان، إن لهذه الوسائل دور كبير في تكوين الاتجاهات والمعتقدات، وبما أن المجتمع الإنساني لا يستطيع العيش في غياب الاتصال، كما أن هذا الأخير لا حدوث له خارج نظام اجتماعي، فإنه وفي ضوء تعاظم دور وسائل الإعلام يذهب البعض إلى أن التغير الثقافي ما هو إلا ثمرة من ثمراتها.

إن الحديث عن التغير الثقافي لدى مواطن العالم الثالث من قبل وسائل الإعلام الأجنبية الوافدة مهمة عسيرة، كما أنه ليس من السهل تحديد التغير الثقافي تحديدا واضحا، وتكمن الصعوبة هنا في أن الجوانب الثقافية للإنسان هي حصيلة تراكمات ناجمة عن التفاعل الإنساني، إضافة إلى أنها مرت بمراحل طويلة من البناء والصقل، فضلا عن أن الأفراد يعيشون في مجتمعات تتميز بتركيب اجتماعي معين يختلف من مجتمع لآخر، فكل مجتمع يتضمن مؤسسات اجتماعية مختلفة تفرض أنماطا معينة من الفكر والسلوك، وهي تشكل الأبعاد الثقافية التي تتبلور فيها أخلاقيات الفرد وعاداته وميوله واتجاهاته وأنماطه ورغباته وعقائده ومختلف سلوكياته، فالتنشئة الاجتماعية بما تشمله من أسرة ومدرسة ومؤسسات دينية تمثل في الواقع مؤثرات ثقافية لها دور في تشكيل شخصية الفرد وتكوينه الثقافي، ويمكن القول أن مدى ثبات هذا التكوين الثقافي ومدى استقراره في شخصية الفرد يمثل عاملا فعالا فيما يخص التأثر بالرسائل الإعلامية سلبا أو إيجابا.

وبسبب تكنولوجيا الاتصال الحديثة يعيش العالم اليوم مرحلة متقدمة من مراحل تطوره الاتصالي، هذه المرحلة التي بدأت منذ منتصف الثمانينيات وحتى وقتنا الحاضر، عرفت خلالها وسائل الإعلام تطورا متسارعا كما عرفت هذه المرحلة اندماج الوسائل الإعلامية بما تحمله كل وسيلة من خصائص، لتنتج للإنسانية إعلاما شاملا متجاوزا الحدود المكانية والزمانية، ومن أبرز الظواهر الإعلامية التي أفرزها عصر ثورة الاتصالات وتطور تكنولوجيا الاتصال هي ظاهرة البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية، والتي في ظلها بدأت صياغة معالم مجتمع دولي يتعرف الفرد فيه على إيديولوجيات أخرى وثقافات وأجناس أخرى.

هذه التكنولوجيا الاتصالية عملت على إزالة الحواجز الزمانية والقيود المكانية-كما ذكرنا آنفا-وهدفت أيضا إلى عولمة الإعلام من خلال تمكين الشركات الإعلامية العملاقة من إحكام قبضتها على دواليب السلطة

الإعلامية وكذلك عملت هذه التكنولوجيا الاتصالية على خلق سيولة للأفكار والإيديولوجيات وانتشار الصور والوسائل السمعية البصرية، وبذكرنا لشركات الإعلام العملاقة لا بد من الإشارة إلى أن المشرف الأول على هذه الشركات هي الولايات المتحدة الأمريكية التي لم تدخرا مالا ولا جهدا في سبيل سيطرتها على هذه الشركات ومنه السيطرة على تكنولوجيا الإعلام وعلى توجيه العالم إعلاميا وثقافيا.

في ظل هذا التسارع الإعلامي التكنولوجي الرهيب، والمتبنى أساسا من قبل الولايات المتحدة الأمريكية، نأتي للحديث عن الهوية الثقافية، خاصة بعد انفتاح العالم إعلاميا وثقافيا وبعد تحول المعارف إلى سلع ثقافية تشترى مثل باقي السلع وتباع، وما يمكن قوله هو أن هذه الطفرة الإعلامية وما أحدثته من نتائج قد أحدثت وغيرت هويات ثقافية وأشكال الهويات المتوقعة–فالهوية الثقافية كيان يصير ويتطور–هذا في ظل عدم قدرة أي كان على إيقاف هذا المد الإعلامي التكنولوجي، أو أن يمتنع عن الاستفادة منه، فإعلام اليوم هو إعلام بلا حدود سياسية أو دينية أو قومية أو ثقافية، ويستطيع الفرد أيا كان مكانه أو لونه أو عقيدته أن يلتقط البرامج والأحداث وغيرها من خلال الأطباق المستقبلة من الأقمار الصناعية، هذه الأطباق التي أصبحت تكسو أحياءنا اليوم.

وبتطور البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية، أصبحت مجتمعات العالم الثالث تطل من نافذة القنوات الفضائية على ما تنسجه الأنامل الإعلامية الغربية وخاصة الأمريكية، وبالتأكيد فإن لهذا النسيج الإعلامي تأثير على هويات شعوب الصف الثالث، الذي تنتمي إليه الشعوب العربية بما فيها شعبنا الجزائري، فأصبحنا اليوم كعرب نستهلك إعلاما وافدا، أجنبيا، غربيا، أمريكيا، ولعل أهم منتجات أمريكا الإعلامية يتجسد في القوة السينمائية العالمية التي تمتلكها، وتربع أفلامها على عرش السينما العالمية، فهي الأكثر انتشارا وتوزيعا وهي الأغلى ثمنا والأعلى دخلا.

من هذا المنطلق تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على تأثيرات الأفلام الأمريكية على الهوية الثقافية للشباب الجزائري، في ظل العولمة الإعلامية التي يشهدها المجال الإعلامي في وقتنا الراهن، وما تحمله من أنماط تكرس مبدأ التغير الثقافي وهيمنة الثقافات على بعضها، وذلك من خلال السعي للسيطرة على الإعلام في العالم.

وتضم هذه الدراسة **فصلا تمهيديا** يمثل الإطار المنهجي لها ويشمل كل من: إشكالية الدراسة وأهميتها، إضافة إلى تساؤلات الدراسة، وأيضا أهداف هذه الدراسة، إلى جانب المفاهيم الأساسية لها، فضلا عن التوجه النظري للدراسة والمتمثل في الاعتماد على نظرية الغرس الثقافي، وأيضا عرض الدراسات السابقة، وأخيرا الاستراتيجية المنهجية، وتحتوي هذه الدراسة على خمسة فصول:

يأتي **الفصل الأول** تحت عنوان: "الهوية الثقافية والاستهلاك التلفزيوني للثقافة"، وفيه نقدم تعاريف لمفهوم الثقافة والهوية، والهوية الثقافية، إضافة إلى دور وسائل الإعلام وعلى رأسها التلفزيون في إكساب الثقافة طابع استهلاكي.

فيما يتطرق **الفصل الثاني** والمعنون بـ: "التلفزيون والهوية الثقافية للشباب الجزائري"، إلى تقديم لمحة نظرية حول مفهوم الشباب، إضافة إلى دور التلفزيون في التنشئة الثقافية لهذه الفئة، ثم الانتقال للحديث عن الهوية الثقافية الجزائرية، وذلك بالتطرق إلى الخصائص الثقافية للمجتمع الجزائري، وأيضا سمات ثقافة شباب هذا المجتمع، وأخير هوية الشباب الجزائري الثقافية.

أما **الفصل الثالث** والذي جاء تحت عنوان: "عولمة الإعلام والتغير الثقافي"، فيشتمل على موضوع عولمة الإعلام وإعلام العولمة، وهذا من حيث التعريف والمظاهر والإشكاليات، إضافة إلى التطرق للعولمة الثقافية التي يشهدها العالم من خلال المد الإعلامي والتكنولوجي الكبيرين.

فيما يختص **الفصل الرابع** والمعنون بـ: "أدوات الهيمنة الثقافية"، بالحديث عن البث الفضائي باعتباره أداة من أدوات الهيمنة الإعلامية التي تمارسها قوى الإعلام في العالم، إضافة إلى الحديث عن البث الفضائي العربي، وأيضا السينما الأمريكية، وما يميز أفلامها من شعبية وانتشار على مستوى العالم، ثم في الأخير التطرق إلى المخاطر الثقافية لعولمة الإعلام.

وأخيرا **الفصل الخامس** الذي يهتم بعرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية، ثم عرض النتائج العامة، ثم تأتي الخاتمة التي تتضمن أهم ما جاء في الدراسة من مضامين الفصول ونتائج الدراسة.

الفصل التمهيدي: الإطار المنهجي

أولا–إشكالية الدراسة وأهميتها

ثانيا–تساؤلات الدراسة

ثالثا–أهداف الدراسة

رابعا–المفاهيم الأساسية للدراسة

1. **التأثير**
2. **الهوية الثقافية**
3. **البث الفضائي (عبر الأقمار الصناعية)**
4. **الشباب**

خامسا–التوجه النظري

سادسا–الدراسات السابقة

سابعا–الاستراتيجية المنهجية

1. **نوع الدراسة ومنهجها**
2. **أدوات جمع البيانات**
3. **مجتمع البحث وعينة الدراسة**
4. **الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة**

الفصل التمهيدي: الإطار المنهجي

أولا–إشكالية الدراسة وأهميتها:

مع تطور تكنولوجيا الاتصال خاصة خلال النصف الثاني من القرن العشرين وانتشار وسائل الإعلام الالكترونية، وبداية مرحلة التلفزيون الفضائي المباشر منذ سنة 1985، زالت كل الحواجز الثقافية والاتصالية بين شعوب العالم، وتحول هذا الأخير إلى ما سماه ماكلوهان "قرية واحدة"، وزاد الإقبال على هذه الوسائل خاصة الجماهيرية منها، وكغيره من المجتمعات لم يكن المجتمع الجزائري بمنأى عن تأثيرات هذه التطورات في الميدان التكنولوجي والإعلامي، وكان للشباب الجزائري باعتباره الفئة الغالبة في هذا المجتمع، نصيب من التعرض للمضامين الإعلامية الوافدة من الغرب باختلاف أنواعها وأشكالها.

ولعل من أهم ما تقدمه لنا المنظومة الإعلامية الغربية وخاصة (الأمريكية)، ما نشاهده اليوم في القنوات الفضائية من كثافة في الإنتاج السينمائي، والأعداد الهائلة من الأفلام الأمريكية التي أضحت تغزو بيوتنا، وما يصاحب هذا الغزو الإعلامي من مخاطر تهدد أطفالنا وشبابنا، باعتبار أن هذه المنتجات الإعلامية الأمريكية وعلى رأسها الأفلام تحمل في طياتها العديد من المفاهيم التي تتعارض وطبيعة مجتمعنا، سواء من الناحية الدينية أو اللغوية، أو الانتمائية، أو حتى طبيعة العلاقات الاجتماعية.

وعلى ضوء ما سبق يمكن طرح التساؤل التالي:

هل تؤثر مشاهدة الأفلام الأمريكية المعروضة في القنوات الفضائية على هوية الثقافية للشباب الجزائري؟

أهمية الدراسة:

من خلال الإشكالية المطروحة أعلاه، نستطيع بناء تصور حول أهمية هذه الدراسة سواء من الناحية العلمية أو الأكاديمية، وذلك من خلال النقاط التالية:

- ظاهرة الحضور المكثف للأفلام الأمريكية، وغزوها البيوت الجزائرية عبر القنوات الفضائية (الهوائيات المستقبلة من الأقمار الصناعية) وما لها من تأثيرات لا تتوافق في غالب الأحيان مع طبيعة مجتمعنا المادية والفكرية، أمر يستحق ويستدعي إلقاء الضوء عليه، من خلال الدراسات والأبحاث خاصة الأكاديمية منها.
- إن هذه الدراسة تتناول شريحة اجتماعية مهمة في تركيبة أي مجتمع؛ ألا وهي الشباب، وهناك حاجة إلى دراسة ما يمكن أن يطرأ على هذه الفئة من تغيرات فكرية وثقافية، جراء هذا المد الإعلامي الغربي الجارف.

- إلقاء الضوء على تأثير المضامين الأجنبية الوافدة-الأفلام الأمريكية بصفة خاصة-على انتماء شبابنا الثقافي، والتأثيرات التي من شأنها أن تجر بنية هويته الثقافية إلى الهامش، وبالتالي تحويل هذا الشباب من مصدر قوة وإنتاج وعطاء، إلى معول هدم وتدمير داخلي لمجتمعنا.
- نقص وندرة الدراسات والمؤلفات التي تتناول موضوع الهوية الثقافية الجزائرية بشكل أكثر دقة وتوسع وشمول في ظل التطورات والتغيرات الإعلامية الحاصلة خاصة تلك التي شهدها العقد الأخير من القرن العشرين وحتى يومنا هذا، وهذه دعوة لإعطاء هذه الهوية حقها من التأليف والاهتمام الجدي، والدراسة الدقيقة لها.

ثانيا-تساؤلات الدراسة:

من خلال الإشكالية تنبثق مجموعة من التساؤلات هي:

- ما هي عادات وأنماط مشاهدة الشباب الجزائري للأفلام الأمريكية المعروضة في القنوات الفضائية؟
- هل مشاهدة الأفلام الأمريكية المعروضة في القنوات الفضائية يؤثر على هوية الشباب الجزائري الثقافية، حسب ما تحمله هذه الفئة من اتجاهات نحو عناصر هويتها الثقافية؟
- ما هي العوامل المساعدة في تأثير الأفلام الأمريكية المعروضة في القنوات الفضائية، على الهوية الثقافية للشباب الجزائري؟

ثالثا-أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:

- التعرف على عادات مشاهدة الشباب الجزائري للأفلام الأمريكية المعروضة في القنوات الفضائية.
- معرفة تأثير مشاهدة الشباب الجزائري للأفلام الأمريكية المعروضة في القنوات الفضائية على الهوية الثقافية لهذه الفئة، حسب ما تحمله الأخيرة من اتجاهات نحو هويتها الثقافية.
- معرفة العوامل المساعدة في تأثير الأفلام الأمريكية المعروضة في القنوات الفضائية، على الهوية الثقافية للشباب الجزائري.

رابعا-المفاهيم الأساسية للدراسة:

يعد تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية من أهم الخطوات المنهجية التي يجب أن تراعى في تصميم البحوث، لأنها تساعد القارئ على أن يتعرف بوضوح على المفاهيم الأساسية المستخدمة في الدراسة وبالتالي معرفة السياق العام الذي تنتمي إليه، وعليه سنقوم بتحديد المفاهيم التالية:

1- التأثير:

التأثير في اللغة: "هو إبقاء الأثر في الشيء، وأثَّر في الشيء: ترك فيه أثرا، الأثر: بقية الشيء".[1]

ويعرف التأثير في مجال الإعلام والاتصال على أنه: "عنصر أساسي من عناصر الاتصال، وهو المحصلة النهائية لعملية الاتصال، ويتم بتغيير السلوك الإنساني نحو الأفضل أو نحو الأسوأ.[2]

ويعرف التأثير في المجال الإعلامي أيضا على أنه: "بعض التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد، فقد تلفت الرسالة انتباهه ويدركها، وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة، وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة، أو يعدل اتجاهاته القديمة، وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة، أو يعدل في سلوكه السابق، فهناك مستويات عديدة للتأثير،[3] وأقرب مجالات التأثير إلى دراستنا هذه هو: التنشئة الاجتماعية؛ إذ أن وسائل الإعلام تساهم في مهمة تنشئة الأفراد، فضلا عن تزويدهم بالمعارف وتشكيل هويتهم ومعتقداتهم، حيث اقتحمت وسائل الإعلام-بما فيها التلفزيون-مختلف المجالات الفكرية منها والترفيهية، واستهدفت العقول والعواطف معا، فمضامينها مشحونة بالقيم.[4]

التعريف الإجرائي: التأثير في هذه الدراسة هو التغييرات التي تتركها الأفلام الأمريكية المعروضة في القنوات الفضائية الباثة لهذا النوع من البرامج الإعلامية، على هوية الشباب الجزائري الثقافية، هذه التغييرات التي تنتمي إلى مصدرها-وهو الأفلام الأمريكية-من حيث اشتمالها على القيم والثقافة الأمريكية.

2- الهوية الثقافية:

يذهب (محمد عابد الجابري) إلى القول بأن الهوية الثقافية: "هي في الغالب ثلاث مستويات؛ فردية، جمعوية، ووطنية قومية، والعلاقة بين هذه المستويات تتحدد أساسا بنوع الآخر الذي تواجهه، إن الهوية الثقافية كيان يصير، يتطور، وليست معطى جاهز ونهائي. هي تصير وتتطور، إما في اتجاه الانكماش وإما في اتجاه الانتشار، وهي تغتني بتجارب أهلها ومعاناتهم، بانتصاراتهم وتطلعاتهم، وأيضا باحتكاكها سلبا وإيجابا مع الهويات الثقافية الأخرى التي تدخل معها في تغاير من نوع ما. ويرى (الجابري) أن هناك مستويات ثلاث في الهوية الثقافية، لشعب من الشعوب: الهوية الفردية، والهوية الجمعوية، والهوية الوطنية (أو القومية)، والعلاقة بين هذه

---

[1] ابن منظور: **لسان العرب**، مجلد 4، دار صادر، بيروت، [د.ت]، ص 5.

[2] عيسى الشماس: تأثير الفضائيات التلفزيونية الأجنبية في الشباب، **مجلة جامعة دمشق**، مجلد21، عدد2، جامعة دمشق، 2005، ص17.

[3] سهام باجي: **تأثير تلفزيون الواقع في تغيير الصورة الذهنية عن الجنسين لدى الشباب الجزائري**، ماجستير في الإعلام، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية، 2011-2012، ص: 8-9.

[4] نفس المرجع، ص 9.

المستويات ليست قارة ولا ثابتة، هي علاقة تتحدد أساسا بنوع "الآخر"، بموقعه وطموحاته؛ فإن كان داخليا ويقع في دائرة الجماعة، فالهوية الفردية هي التي تفرض نفسها ك "أنا"، وإن كان يقع في دائرة الأمة فالهوية الجمعوية (القبلية، الطائفية الحزبية...إلخ) هي التي تحل محل "الأنا "الفردي. أما إن كان "الآخر" خارجيا، أي يقع خارج الأمة (والدولة والوطن) فإن الهوية الوطنية –أو القومية–هي التي تملأ مجال "الأنا،[1] وما يهمنا في هذه الدراسة هو المستوى الثالث الذي يمثل الهوية الوطنية القومية التي تتضمن: الدين، اللغة، التاريخ، والعادات والتقاليد، والتي سنأتي على شرحها في الفصل القادم.

ويرى (جلال أمين) أن الهوية: "معناها في الأساس التفرد، والهوية الثقافية هي التفرد الثقافي، بكل ما يتضمنه معنى الثقافة من عادات وأنماط سلوك وميل وقيم ونظرة إلى الكون والحياة."[2]

إذن فالهوية الثقافية هي: كل ما من شأنه أن يميز أمة من الأمم عن غيرها، من الناحية الثقافية، ويجعلها تتفرد عن الأمم الأخرى بسمات خاصة بها.

3– البث الفضائي (عبر الأقمار الصناعية):

يعرفه الدكتور (أحمد عبد المالك) بأنه: "الاستلام المباشر من القمر الصناعي، إلى جهاز الاستقبال بالمنزل، أو عبر الكابل المرتبط بمحطة استقبال وتوزيع الترددات، أما ميكانيكية هذا البث فتعتمد على قيام محطة ببث برامج أو مادة يحجز لها وقت على قمر صناعي تتعامل معه، بحيث يقوم القمر الصناعي ببث المادة، إلى الدول أو الدولة المستقبلة لها". ويعرف أيضا على أنه: "عبارة عن اتصال يتم بصفة آلية من محطة الإرسال التلفازي إلى جهاز التلفاز البيتي، دون أي وسيط سوى أقراص الالتقاط المقعرة، ويتماثل هذا الإرسال بالاتصال الإذاعي الذي يتقيد بحدود المكان والزمان".[3]

ومنه فالبث الفضائي هو: إرسال المواد الإعلامية عبر القنوات الفضائية، عن طريق القمر الصناعي الذي يستقبل من المحطة، ويعيد إرسال ما استقبله إلى أجهزة التقاط خاصة، والتي يتعرض المشاهد من خلالها لهذه المواد.

---

[1] محمد عابد الجابري: **الهوية الثقافية...والوطن والأمة والدولة**، على موقع: www.mokarabat.com، تاريخ الدخول: 2016/03/13.

[2] جلال أمين: **العولمة**، دار الشروق، القاهرة، 2009، ص 50.

[3] رحيمة عيساني: **الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية**، دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية وعلوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005–2006، ص 163.

والقناة الفضائية: هي وسيلة لإرسال البرامج التلفازية عبر الأقمار الصناعية، بشبكات اتصال أرضية، ترسل وتستقبل من أحد الأقمار الصناعية، أي أنها وسيلة لبث البرامج من محطة أرضية إلى الأقمار الصناعية، ليتم استقبالها من خلال الأطباق اللاقطة، المنتشرة على سطوح المنازل، أو الأماكن المرتفعة.[1]

4- الشباب:

الشباب لغة كما ورد في كتاب (لسان العرب) "لابن منظور": " الشباب: الفتاء والحداثة، ويقال: شَبَّ يَشِبُّ شَبَاباً، وشَبِيبَةٌ. والاسم الشبيبة وهو خلاف الشيب، والشباب جمع شابٍّ، وكذلك الشبان، وامرأة شَابَّةٌ من نِسْوَةٍ شَواب.[2]

يعد الشباب فئة اجتماعية ومرحلة عمرية لها وضع مميز في بنية المجتمع، وهو كفئة عمرية يعتبر من أكثر الفئات نشاطا وحيوية وقدرة على القيام بأدوار اجتماعية مختلفة، وهي أكثر الفئات أيضا استجابة للتجديد نتيجة تمتعها ببناء نفسي وثقافي يساعدها على التكيف والتوافق والمشاركة والاندماج.[3]

والملاحظ عند تناولنا لمفهوم الشباب هو تعدد التعريفات المقدمة لهذا المفهوم من طرف الباحثين، لكنها تمحورت في مجملها حول الخصائص النفسية والاجتماعية والفيزيولوجية لفئة الشباب، أما وجه الاختلاف بينها فهو تحديد المرحلة العمرية، وعليه فقد تبنينا في هذه الدراسة المرحلة العمرية من 18-35 سنة.

خامسا-التوجه النظري:

لقد اعتمدنا في هذه الدراسة على "نظرية الغرس الثقافي"، التي تعتبر أنسب النظريات توافقا مع هذه الدراسة، وترجع أصول هذه النظرية إلى المفكر الأمريكي (جورج جربنر، G. Gerbner)، الذي بحث تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية على البيئة الثقافية، وتعتبر هذه النظرية تصورا تطبيقيا للأفكار الخاصة بالأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في المجال الثقافي.[4] هذه الوسائل تمتلك قدرة كبيرة على التأثير، خاصة على الأفراد الذين يتعرضون لها بكثافة، حسب ما اتفق عليه الباحثون في نظريات الاتصال.

[1] عيسى الشماس، تأثير الفضائيات التلفزيونية الأجنبية في الشباب، مرجع سابق، ص17.

[2] ابن منظور، **لسان العرب**، مجلد 1، مرجع سابق، ص 480.

[3] سهام باجي، **تأثير تلفزيون الواقع في تغيير الصورة الذهنية عن الجنسين لدى الشباب الجزائري**، مرجع سابق، ص 12.

[4] محمد عبد الحميد: **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 262.

ويمكن وصف عملية الغرس بأنها نوع من التعلم العرضي الذي ينتج عن التعرض التراكمي (لوسائل الإعلام) خاصة التلفزيون، حيث يتعرض مشاهد التلفزيون دون وعي إلى حقائق الواقع الاجتماعي، لتصبح بصفة تدريجية أساسا للصور الذهنية والقيم التي يكتسبها عن العالم الحقيقي.

وتربط نظرية الغرس الثقافي بين كثافة التعرض واكتساب المعاني والمعتقدات والأفكار والصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه وسائل الإعلام بعيدا عن العالم الواقعي أو الحقيقي، وتذهب هذه النظرية إلى أن مشاهدة التلفزيون تقود إلى تبني اعتقاد حول طبيعة العالم الاجتماعي، هذا الاعتقاد يؤكد الصور النمطية ووجهة النظر المنتقاة التي يتم وضعها في الأخبار والأعمال التلفزيونية، وأن قوة التلفزيون تتمثل في الصور الرمزية التي يقدمها، وفي محتواه الدرامي عن الحياة الحقيقية التي يشاهدها الأفراد لفترات طويلة، ونشير إلى أن التأثير في هذا المجال ليس تأثيرا مباشرا، حيث يقوم أولا على التعلم، ثم بناء وجهات النظر حول الحقائق الاجتماعية، ويمكن النظر إليها على أنها عملية تفاعل بين الرسائل والمتلقين.[1]

وركزت بحوث المؤشرات الثقافية لـ (جربنر) على ثلاث قضايا متداخلة هي:

- دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.
- دراسة الهياكل والضغوط والعمليات التي تؤثر على إنتاج الرسائل الإعلامية.
- دراسة المشاركة المستقلة للرسائل الجماهيرية على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي.[2]

هذا وقد ركزت دراسات الغرس الثقافي في البداية على انتشار الجريمة والعنف وعلاقتها بالتلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية، ثم انتقلت بعد ذلك إلى مجال آخر وهو الجدال حول قضايا الثقافة الجماهيرية وتدني الذوق العام، وغرس المعاني أو الأفكار التي تسهم بشكل مباشر أو غير مباشر في تدعيم الوضع القائم وسيطرة أصحاب المصالح على توجيه الثقافة الجماهيرية بما يتفق مع دعم مصالحها، وخصوصا في مراحل التغيير الفكري أو العقائدي، إلى جانب اختبار فروض هذه النظرية في مجال انتشار الأفكار والمعاني الغريبة عن المجتمع، والتي تنتشر عبر التكنولوجيا المتقدمة في وسائل الإعلام، وتدعيم التغيير الثقافي لصالح الثقافات الخارجية.[3]

---

[1] محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، مرجع سابق، ص: 262-263.

[2] محمود حسن إسماعيل: **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 265.

[3] محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، مرجع سابق ص: 272-273.

ولعل هذا ما عبرنا عنه في الفصل الثالث من هذه الدراسة والمعنون بـ "عولمة الإعلام والتغير الثقافي"، إضافة إلى ما تم سرده في الفصل الرابع "أدوات الهيمنة الثقافية".

ومن أهم الانتقادات الموجهة لنظرية الغرس الثقافي نجد:

- تركيز هذه النظرية على كثافة المشاهدة والتلقي وإهمالها لعوامل التأثير الأخرى، مثل المتغيرات الديموغرافية.
- ليست كل البرامج التلفزيونية لها نفس الخصائص والقدرات التأثيرية في عملية الغرس، وبالتالي تنحصر هذه العملية في برامج دون أخرى.
- إمكانية تأويل المشاهدين للبرامج الإعلامية، وفق توجهاتهم وذهنياتهم، ومنه تصبح علاقة المشاهدة والتأثر وفق منظور هذه النظرية مبنية على أسس أقل دقة.

رغم هذه الانتقادات وغيرها، ورغم قيام نظرية الغرس الثقافي على فروض أبحاث خاصة بانتشار الجريمة والعنف في علاقتها بكثافة مشاهدة التلفزيون، تبقى هذه النظرية بحاجة إلى اختبار فروضها في إطار متغيرات أخرى غير العنف والجريمة (مع تثبيت متغير كثافة المشاهدة).[1]

وكتلخيص للنظرية نقول:

- أن وسائل الإعلام قادرة على التأثير في معرفة الأفراد وإدراكهم بما يحيط بهم بدرجة كبيرة.
- أن زيادة التعرض لوسائل الإعلام–خاصة التلفزيون–تؤدي إلى اكتساب المتلقي أو المشاهد مجموعة من المعاني والمعتقدات والأفكار والصور الرمزية والتي تشكل لهم واقع رمزي يختلف عن الواقع الفعلي في البيئة الاجتماعية.
- وكل الذي سبق يعني أن وسائل الإعلام تستطيع أن تغرس في أذهان المشاهدين ووعيهم أفكار معينة، بحيث يحل واقع التلفزيون محل الواقع الفعلي أو الطبيعي.

[1] محمود حسن إسماعيل، **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، مرجع سابق، ص: 269-270.

سادسا–الدراسات السابقة:

يتعين على الباحث–الذي يرغب في بدء مشروع بحثي في مجال جديد بالنسبة له–أن يقوم بالاطلاع على الدراسات السابقة التي أجريت في نفس المجال والتي تعد أساسا للموضوع البحثي المقترح، وبالنظر إلى صعوبة أو استحالة الاطلاع على ما كتب في مجال البحث والمجالات المرتبطة به، فإنه من الأفضل استعراض تلك المجالات بصورة عامة تفي بالغرض، بدلا من محاولة الإلمام بها بحثا بحثا.[1]

وبما أن دراستنا هذه تتناول تأثير الإنتاج الإعلامي الغربي–الأفلام الأمريكية بالتحديد–في القنوات الفضائية على الهوية الثقافية للشباب الجزائري، فإننا سنعرض دراستين أجريتا في الجزائر والقائمتين على هذا الأساس:

1– دراسة (نصير بوعلي) وعنوانها: **"أثر البث التلفزيوني الفضائي على الشباب الجزائري"**:[2]

كان الهدف من هذه الدراسة هو معرفة الأثر الذي يمكن أن يحدثه البث التلفزيوني المباشر على الشباب، بمعنى البحث في أثر الفضائيات على الأنساق القيمية وهوية المشاهد الثقافية، ولقد تبين من خلال الجانب الميداني للدراسة أن من بين الآثار المترتبة على التعرض للفضائيات حدوث الإدمان لدى أفراد العينة، وزيادة مظاهر العنف وتزايد ظاهرة التقليد الأعمى، إضافة إلى تفكك قيم المجتمع، وإثارة الغرائز.

كما أظهرت الدراسة أن أغلب أفراد العينة يميلون بشكل نسبي إلى الثقافة الغربية، مع ميلهم لثقافتهم الأصلية، بينت هذه الدراسة أيضا أن الذين يشاهدون يوميا برامج التلفزيون هم أكثر عرضة للآثار الاجتماعية والسلوكية، بمعنى أنه كلما زاد وقت التعرض والمشاهدة زادت الآثار والسلوكيات السلبية.

إضافة إلى أن هذه الدراسة بينت قدرة القنوات الفضائية على إحداث تأثير في القيم الثقافية، بينما توصلت إلى أن الأثر على السلوكيات لدى أفراد العينة كان أقل. وفي الجانب الخاص بتحليل الأفلام، توصلت هذه الدراسة إلى أن الأفلام تركز على المواضيع السلبية أكثر من الإيجابية.

[1] أحمد عبد المنعم حسن: **أصول البحث العلمي**، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1996، ص 44.

[2] نصير بوعلي: **أثر البث التلفزيوني المباشر على الشباب الجزائري**، دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2002–2003.

2- دراسة (رحيمة عيساني) وعنوانها: "الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية":[1]

تبين من خلال هذه الدراسة والتي تناولت آثار العولمة الإعلامية ممثلة في الفضائيات الأجنبية على جمهور هذه الأخيرة من الناحية الاجتماعية والثقافية، أن أفراد العينة في أغلبهم يشاهدون الفضائيات الأجنبية منذ مدة طويلة، وبشكل يومي.

كما عبر أفراد عينة هذه الدراسة عن تفضيلهم للقنوات الغربية، بسبب تقديمها لبرامج علمية واجتماعية جيدة وأنها متميزة وموضوعية.

فيما يخص آثار الفضائيات الأجنبية على المشاهدين، فيذهب أغلب أفراد إلى أنها إيجابية وسلبية في نفس الوقت، أما عن الآثار الاجتماعية التي خلفتها برامج هذه الفضائيات على الجمهور، فقد بينت الدراسة أن نظرتهم للعادات والتقاليد الغربية سلبية، كما يرى أغلب أفراد العينة أن عاداتنا وتقاليدنا أحسن من عادات وتقاليد الغرب.

أما ما يخص الآثار الثقافية للفضائيات الأجنبية على الجمهور المتابع لها، فقد كان تأثر أفراد العينة واضح فيما يخص المظهر الخارجي واللباس، وتجلى التنميط الثقافي في اللباس والأزياء عند الذكور أكثر من الإناث، وركز جل أفراد العينة على ضعف الوازع الديني كسبب رئيس يقف وراء الآثار السلبية للقنوات الفضائية الأجنبية، واقترح أغلب المبحوثين تنمية الجانب الديني لمواجهة هذه الآثار السلبية.

ما نلاحظه من خلال هاتين الدراستين، هو اشتراكهما في التوصل إلى أن الانعكاسات الناجمة عن البث الفضائي بالنسبة للمتعرضين له، هي انعكاسات وتأثيرات مؤكدة، تتباين من حيث درجة تأثر الفرد المتلقي، كما تم التأكيد من خلال الدراستين على أن الجانب الثقافي للفرد الجزائري له نصيب من التأثر هو الآخر، نتيجة المد الإعلامي الكبير الذي تشهده الساحة التكنولوجية الإعلامية (الأقمار الصناعية والبث الفضائي خصوصا).

[1] رحيمة عيساني: **الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية**، مرجع سابق.

سابعا–الاستراتيجية المنهجية:

1– نوع الدراسة ومنهجها:

المقصود بمناهج البحث العلمي تلك المجموعة من القواعد والأنظمة العامة التي يتم وضعها من أجل الوصول إلى حقائق مقبولة حول الظواهر موضوع الاهتمام، من قبل الباحثين في مختلف مجالات المعرفة الإنسانية، وتختلف المناهج التي تصلح للبحث عن حقيقة ظاهرة معينة باختلاف الموضوعات المطلوب بحثها من قبل الباحثين والذين يمكن أن يتبعوا مناهج علمية مختلفة، وعليه يمكن تعريف المنهج العلمي بأنه: "عبارة عن أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة والهادفة للكشف عن حقيقة تشكل هذه الظاهرة أو تلك".[1]

وانطلاقا من طبيعة دراستنا هذه التي تبحث في تأثير الأفلام الأمريكية على الهوية الثقافية للشباب الجزائري، وبغية الوصول إلى ذلك صنفت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، إذ تقدم الدراسات الوصفية إطارا منهجيا، بحيث تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والقيم والأهداف، والتفضيل والاهتمام، وأنماط السلوك المختلفة.[2] وتعتبر الدراسات الوصفية من أكثر الدراسات استخداما في المجال الإعلامي.

وقد استخدمنا في هذه الدراسة المسح بالعينة، باعتباره الأسلوب الأنسب لمثل هكذا دراسات، على اعتبار أن إجراء المسح الكلي للمجتمع محل الدراسة أمر من الصعوبة بما كان إن لم نقل إنه مستحيل، وبهذا نوفر الجهد والوقت والإمكانيات ونعتمد على تعميم النتائج بطريقة مدروسة.

2– أدوات جمع البيانات:

الاستبيان: هو عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين، حول ظاهرة أو موقف معين، ويعد الاستبيان من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية، التي تتطلب الحصول على معلومات أو معتقدات أو تصورات أو آراء الأفراد. ومن أهم ما يتميز به الاستبيان هو توفير الكثير من الوقت والجهد على الباحث.[3] وتشمل استمارة الاستبيان في هذه الدراسة مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة التي أعدت انطلاقا من تساؤلات الدراسة، وقد قمنا بتصنيفها في محاور بشكل يخدم دراستنا، وتتضمن استمارة الاستبيان المحاور الأربعة التالية:

---

[1] محمد عبيدات وآخرون: **منهجية البحث العلمي**، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، 1999، ص 35.

[2] محمد عبد الحميد: **دراسات الجمهور في بحوث الإعلام**، عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص 121.

[3] محمد عبيدات وآخرون، **منهجية البحث العلمي**، مرجع سابق، ص 63.

- محور البيانات الشخصية: ويشمل ثلاث أسئلة مغلقة.
- المحور الثاني: عادات وأنماط مشاهدة الشباب للأفلام الأمريكية عبر القنوات الفضائية، الذي اشتمل على ثلاثة عشر سؤال.
- المحور الثالث: تأثير الأفلام الأمريكية على الهوية الثقافية للشباب، حسب اتجاهاتهم نحو عناصر هويتهم الثقافية، وضم ثمانية أسئلة.
- المحور الرابع: العوامل المساعدة في تأثير الأفلام الأمريكية على الهوية الثقافية للشباب الجزائري، وتضمن ثلاث أسئلة.

كما تضمنت استمارة الاستبيان مقياس "ليكرت، Likert"، والذي خصصت عباراته لقياس اتجاهات الشباب لعناصر هويتهم الثقافية في ظل تأثير الأفلام الأمريكية. وتم تحديد درجة اتجاه أفراد العينة من الموافقة والمعارضة على مقياس مقسم إلى خمسة خيارات أو عبارات هي: أوافق بشدة، أوافق، غير متأكد، أعارض، أعارض بشدة.

3- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث، أو مجتمع الدراسة الأصلي، ويقصد به كامل أفراد أو أحداث أو مشاهدات موضوع البحث أو الدراسة، أما العينة فهي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة، يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.[1]

فيما يخص هذه الدراسة فمجتمع البحث يتمثل في الشباب الجزائري، والذي يقدر بحوالي 12 مليون نسمة حسب (الديوان الوطني للإحصائيات) لسنة 2010،[2] ونظرا لاستحالة إجراء مسح كلي تم الاعتماد على طريقة العينة العشوائية، في اختيار عينة من شباب مدينة المسيلة الجزائرية، الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و35 سنة، ويقدر حجم العينة في هذه الدراسة بـ: 70 مفردة، حيث تم توزيع 90 استمارة استبيان استرجعت منها 70 استمارة.

ويعود اختيار فئة الشباب إلى عدد من العوامل الاجتماعية والثقافية والنفسية، على اعتبار أن هذه الفئة لها قابلية أكثر من غيرها على التكيف والتعامل مع التغيرات والتطورات التكنولوجية، إضافة إلى حب الاطلاع الذي

[1] محمد عبيدات وآخرون، **منهجية البحث العلمي**، مرجع سابق، ص 84.

[2] سهام باجي، **تأثير تلفزيون الواقع في تغيير الصورة الذهنية عن الجنسين لدى الشباب الجزائري**، مرجع سابق، ص 37.

يميز هذه الفئة، وأيضا تعتبر فئة الشباب الفئة الأولى المستهدفة من طرف وسائل الإعلام المختلفة. والجدول رقم (1) يوضح خصائص عينة الدراسة.

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	46	65.71
	أنثى	24	34.28
السن	من 18-23 سنة	29	41.42
	من 24-27 سنة	28	40
	من 28 أقل من 35 سنة	13	18.57
المهنة	عامل	22	31.42
	طالب	38	54.28
	بدون عمل	10	14.28

الجدول رقم (1) يوضح خصائص عينة الدراسة

4- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

قمنا بإجراء التحليل الإحصائي لبيانات هذه الدراسة باستخدام "حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية" المعروفة اختصارا بـ: SPSS،"Statical Package for Social Science"، وقد تم استخدام المتوسطات والانحرافات المعيارية، و(كا^2) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من النوع الإسمي، وقد اعتمدنا على النسب المئوية لوصف توجهات أفراد العينة، أيضا تم الاعتماد على المتوسط الحسابي لمعرفة متوسط إجابات الأفراد، هذا إلى جانب معامل "ألفا كرونباخ" لمعرفة ثبات الأداة، أيضا اختبار "كا^2" وهو من أفضل الاختبارات الإحصائية والذي يستخدم في حساب دلالة الفروق.

الفصل الأول: الهوية الثقافية والاستهلاك التلفزيوني للثقافة

تمهيد

أولا–بين الثقافة والهوية

1. **مفهوم الثقافة**

أ– تعريف الثقافة لغة

ب– تعريف الثقافة اصطلاحا

2. **خصائص الثقافة**

3. **مفهوم الهوية**

أ– تعريف الهوية لغويا

ب– تعريف الهوية اصطلاحا

4. **عناصر الهوية**

ثانيا–مدخل نظري عن الهوية الثقافية

1. **مفهوم الهوية الثقافية**

2. **مستويات الهوية الثقافية**

3. **عناصر الهوية الثقافية**

ثالثا–الثقافة والإعلام المتلفز:

1. **علاقة وسائل الإعلام والاتصال بالثقافة**

2. **التلفزيون واستهلاك الثقافة**

أ–التلفزيون وصناعة الثقافة

ب– التلفزيون والثقافة الجماهيرية

خلاصة

الفصل الأول: الهوية الثقافية والاستهلاك التلفزيوني للثقافة

تمهيد:

ارتأينا أن يكون هذا الفصل فصلا مفاهيميا يتضمن المصطلحات والمفاهيم المتعلقة بالهوية الثقافية، كمفهوم الثقافة، الذي صغنا تعريفه اللغوي والاصطلاحي، إضافة إلى خصائص الثقافة، ويأتي الحديث عن مفهوم الثقافة لارتباطه بمفهوم الهوية الثقافية، هذه الأخيرة التي تعني ببساطة التفرد الثقافي الذي يميز جماعة بشرية معينة عن غيرها من الجماعات، فعلى الرغم من أن المجتمعات الإنسانية تشترك في أن لكل منها ثقافة معينة، إلا هذه الثقافة تختلف من مجتمع لآخر، وهو ما يمثل تفردا ثقافيا.

كما سنتطرق في هذا الفصل إلى مفهوم الهوية الذي يعني بشكل تجريدي الانتماء والأصل الذي لا يخرج عن نطاقه الأفراد أو حتى الجماعات، وذلك بإدراج مفاهيم خاصة بالهوية مع ذكر مكوناتها وعناصرها، ثم بعد ذلك التطرق إلى العلاقة التي تربط مفهوم الثقافة بمفهوم الهوية، تمهيدا للحديث عن مفهوم آخر وهو الهوية الثقافية التي تجمع بين الهوية والثقافة لتنتج لنا انتماء ثقافي لفرد أو جماعة أو أمة، مع ذكر عناصر هذا المفهوم كما حددها الباحثون في هذا المجال.

وبحكم طبيعة موضوعنا الذي يبحث في تأثير الأفلام الأمريكية على الهوية الثقافية للشباب الجزائري، فإنه يتعين علينا ربط مفهوم الثقافة بوسائل الإعلام وما يهمنا هنا من هذه الوسائل هو التلفزيون الذي يلعب دورا كبيرا في تكريس مبدأ استهلاك الثقافة وما ترتب عنه من تصنيع لها وتجريدها من طابعها النقدي.

أولا–بين الثقافة والهوية:

1. مفهوم الثقافة:

الواقع أن الثقافة تعتبر، على نحو ما، متفقة بين المجتمعات، وعلى نحو ما مختلفة كذلك، فإذا نظرنا إليها على قدر عال من التجريد، نجد قدرا كبيرا من التشابه بين الثقافات. أو بمعنى آخر أنه الاتفاق في العموميات، والاختلاف في التفاصيل. وإذا كانت الثقافة قد حظيت في الماضي باهتمام علماء الأنثروبولوجيا، الذين توفروا على دراسة المجتمعات البدائية، فإن هذه الظاهرة قد أصبحت موضوعا للعديد من العلوم الاجتماعية في مقدمتها علم الاجتماع نسبة للارتباط بين الثقافة والمجتمع. إذ تلعب الثقافة دورا مهما في حياة الإنسان. ومن هنا فهي تحتل مكانا بارزاً في دراسات علم الاجتماع والأنثروبولوجيا الثقافية والاجتماعية. إذ بغير هذه الدراسة لا يستطيع الباحث أن يتعرف على الفرد أو الجماعة أو المجتمع، أو يفرق بينهم. إن الثقافة بصفة عامة تساعد على التمييز بين فرد وآخر، وبين جماعة وأخرى، وبين مجتمع وآخر. بل إن الثقافة هي التي تميز الجنس البشري عن غيره من الأجناس، لأن الثقافة هي التي تؤكد الصفة الإنسانية في الجنس البشري.[1]

أ– تعريف الثقافة لغة:

جاء في لسان العرب لابن منظور: "ثَقِفَ الشيء ثَقْفاً وثِقافاً وثُقُوفةً: حَذَقَه. ويقال: ثَقِف الشيء وهو سرعة التعلم. ثَقِفْتُ الشيء حَذَقْتُه، وثَقِفْتُه إذا ظفِرتُ به. قال الله تعالى:﴿ فَإِمَّا تَثْقَفَنَّهُمْ فِي الْحَرْبِ فَشَرِّدْ بِهِم مَّنْ خَلْفَهُمْ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ ﴾ [سورة الأنفال–الآية: 57]، وثَقُفَ الرجل ثقافة أي صار حاذِقاً خفيفاً".[2] وأول من استعمل كلمة ثقافة هو العلامة (عبد الرحمان ابن خلدون)، ويعني بها المعرفة المدنية المكتسبة من خلال نمط العيش العمراني المستقل؛ إذ يقول ابن خلدون: "وإذا ألفوا العيش والدعة ...لم تعد تفرق بينهم مع العامة من الناس إلا بالثقافة والشارة".[3] من خلال هذا الطرح اللغوي نلاحظ أن ابن منظور وأيضا ابن خلدون لم يقدما المعنى الحديث لمفهوم الثقافة؛ ذلك أن كلمة الثقافة في الموروث اللغوي العربي لم ترد بالمعنى المحدث والذي سنقدمه فيما هو قادم من تعريفات.

---

[1] ميشيل تومبسون وآخرون: **نظرية الثقافة**، ترجمة علي سيد الصاوي، عالم المعرفة، عدد223، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، يوليو 1997، ص 08.

[2] ابن منظور، **لسان العرب**، مجلد 9، مرجع سابق، ص 19.

[3] شرقي رحيمة: الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العولمة، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، عدد 11، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2013، ص 191.

وفي هذا الصدد وتأكيدا له، يقول (مالك بن نبي) معبرا عن أسفه عند البحث عن مفهوم الثقافة في المعاجم اللغوية العربية: "أول فكرة تخطر على بالنا للإجابة على السؤال ما هي الثقافة؟ هي أن نستشير قاموسا، ولكن القواميس الموجودة أمامنا لا تذكر هذه الكلمة إلا إلماما سواء في ذلك القديمة أو الحديثة".[1]

أما في اللغات الأوروبية فيعود الاشتقاق اللغوي للفظ "culture" إلى الجذر اللاتيني "culture" الذي يعني حرث الأرض وزراعتها، فالمعنى الحقيقي لهذه الكلمة من فلاحة الأرض، وهي واردة بهذا المعنى مع إعطائها بعد مجازي ليدل على تنمية المعرفة، واستعملت هذه الكلمة في عصر النهضة لتدل على تنمية العقل وغرسه بالذوق وتزيينه بالمعارف، ولقد دخلت هذه الكلمة المعاجم اللغوية الفرنسية، وتم إدراجها في قاموس الأكاديمية الفرنسية نشرة 1718، وهي في أغلب الأحيان متبوعة بمضاف يدل على موضوع الفعل، وبهذا يقال "ثقافة الفنون" و"ثقافة الأدب" ثم انتقل لفظ "culture" من اللغة الفرنسية إلى اللغة الألمانية، فأصبحت ترسم "Kultur"، وكان يقصد بها الحضارة، ولقيت نجاحا ورواجا في الفكر الألماني لم تجده في اللغة والفكر الفرنسيين.[2]

ب– تعريف الثقافة اصطلاحا:

نجد (بورك هارت) يعرف الثقافة بأنها: "النشاط التلقائي للذهن، ويرى أن هناك ثلاث قوى تحرك التاريخ هي الدولة والدين والثقافة، تمثل الدولة الكيان السياسي ويقدم الدين التفسير لما وراء العالم المادي وتعبر الثقافة عن العلاقة بين القوتين السابقتين".[3] وحسب مكتسبات قبلية للطالب القائم بهذه الدراسة، يمكن القول أنه من خلال هذا التعريف يتضح لنا أن الثقافة هي معايشة الواقع في إطار القيم ويكون العقل هو الرابط بينهما. بحيث ما يمثل الواقع هنا هو الكيان السياسي والمتمثل في الدولة أو الوطن، هذا الواقع الذي نعيشه في إطار القيم والتي يمثلها الدين.

الثقافة هي معايير للعقل والسلوك، تحدد معنى الحياة، التي لا معنى لها بدون هذه المعايير، ورموز تحدد غايات الحياة التي لا غاية لها بدون تلك الرموز. بمعنى؛ أن الثقافة هي إجابة لسؤال الفرد والجماعة عن كيف ولماذا وإلى أين، أي الغاية من الوجود. وكل ذلك يسم نشاط الفرد والجماعة بـ (الفن، الأخلاق، العرف، قواعد الأدب،

---

[1] عبد الرزاق بلقاسم: **الهوية الحضارية للأمة الجزائرية بين مولود قاسم نايت بلقاسم ومصطفى الأشرف**، ماجستير في فلسفة الحضارة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2014-2015، ص 23.

[2] المرجع نفسه، ص 24.

[3] يسمينة حناش: **إعلام العولمة وانعكاساته على الثقافة العربية الإسلامية**، ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر (بن يوسف بن خدة)، 2006-2007، ص 94.

العلاقة بين الفرد والجماعة، الفرد والسلطة، الجماعة والسلطة، إلخ). فالثقافة، في خاتمة التحليل، هي التي تقف وراء النشاط الحضاري للإنسان، وهي التي تجعل الحضارات الإنسانية تختلف عن بعضها نتيجة اختلاف المعايير (الثقافية) المحددة للنشاط الإنساني عامة. من هنا نجد أن الثقافة في جذورها عبارة عن معايير للعقل والسلوك، هذه المعايير المقيدة للعقل والسلوك لا يستطيع الإنسان الانطلاق بدونها، ذلك أن كل سلوك مهما كان بسيطا لا يكون ولا ينبثق إلا إذا كان هناك غاية للفعل والمعنى. لذلك نجد أن الأفعال الغريزية لا تتحدد من خلال غايات ذهنية واعية، بقدر ما هي بواعث موروثة بيولوجيا، ولأجل ذلك لا نجد ثقافة، وبالتالي حضارة للكائنات الفطرية، فالثقافة مصدرها المحددات المباشرة للفعل غير الغريزي ومن ذلك تنشأ الحضارة.[1]

ويعرف (رالف لينتون) الثقافة فيقول: "الثقافة كل ما يرث المجتمع من أجياله السابقة باستثناء الصفات الحياتية الطبيعية، من نظم وقيم ومعتقدات اجتماعية ودينية، وأنماط سلوكية، ومهارات فنية، يسيطر بها على بيئته، ويكيف نفسه لها، ويستطيع بواسطتها إشباع احتياجاته الحياتية والاجتماعية وغيرها من جيل إلى الجيل الذي يليه".[2]

كما تزخر مؤلفات العلماء الاجتماعيين بعشرات التعريفات لمفهوم الثقافة، ولعل من أقدم التعريفات لها، وأكثرها ذيوعا حتى الآن لقيمته التاريخية، تعريف (إدوارد تايلور) الذي قدمه في أواخر القرن 19، في كتابه عن (الثقافة البدائية)، والذي يذهب فيه إلى أن الثقافة هي: "كل مركب يشتمل على المعرفة والمعتقدات، والفنون والأخلاق، والقانون والعرف، وغير ذلك من الإمكانيات أو العادات، التي يكتسبها الإنسان باعتباره عضوا في المجتمع". يبرز هذا التعريف العناصر اللامادية لحياة الناس في جماعة، كالأخلاق والقانون والعرف التي تنشأ نتيجة للتفاعل الاجتماعي، وتأخذ طابعا إلزاميا، إلى جانب العنصر المادي للثقافة، علاوة على العلاقات بين الناس، وبين العناصر المكونة للثقافة. وعلى العموم هناك ثلاث مفاهيم تمثل الثقافة وهي:

- التحيزات الثقافية.
- العلاقات الاجتماعية.
- أنماط وأساليب الحياة.

[1] تركي الحمد: **الثقافة العربية في عصر العولمة**، دار الساقي، بيروت، 1999، ص 16.

[2] عبد الرزاق بلقاسم، **الهوية الحضارية للأمة الجزائرية بين مولود قاسم نايت بلقاسم ومصطفى الأشرف**، مرجع سابق، ص 25.

واضح أنها ظواهر أو عناصر مرتبط بعضها ببعض في الكل المركب للثقافة، فالتحيزات الثقافية تشمل القيم والمعتقدات المشتركة بين الناس، والعلاقات الاجتماعية تشمل العلاقات الشخصية التي تربط الناس بعضهم بالبعض الآخر. أما نمط الحياة فهو الناتج الكلي المركب من الانحيازات الثقافية والعلاقات الاجتماعية.[1]

ويعد التعريف الأخير –تعريف تايلور–من أهم وأشهر التعريفات المقدمة للثقافة، ولا يزال يعتد به إلى اليوم؛ وذلك لما يتضمنه هذا التعريف من شمولية ودقة إلى جانب احتوائه وتركيزه على الجانبين المادي والمعنوي للثقافة.

2. خصائص الثقافة:

إن الخصائص الرئيسية للثقافة هي:

- إنها من اكتشاف الإنسان باعتبارها مكتسبة وليست وراثية أو غريزية، وبالاستناد إلى ذلك لا يمكن أن نجد أية ثقافة لدى الحيوان لاعتماده على الغريزة، إذن الثقافة إنسانية الملامح، ولا مجال لقيم أية ثقافة دون الوجود الإنساني الذي ينمي هذه الثقافة ويكتسبها عن الغير من خلال تطور حياته الاجتماعية فنا وفكرا وسلوكا.
- الثقافة تنتقل من جيل للآخر، ومن مجتمع لآخر، من خلال العادات والتقاليد والقوانين والأعراف، وعملية النقل هذه تتم من خلال التعلم، مع إضافة كل جيل لما يكتسبه مما يطرأ على حياته من قيم ومبادئ وأفكار وسلوكيات جديدة نتيجة لتغير الظروف.
- الثقافة قابلة للتعديل والتغير من جيل لآخر، حسب الظروف الخاصة بكل مرحلة، ويمكن للأجيال الجديدة أن تضيف قيما ومفاهيم جديدة لم تكن موجودة لدى الأجيال السابقة.[2]
- الثقافة ذات خاصية مادية ومعنوية، ثقافة المجتمع تحدد نمط وأسلوب الحياة في هذا المجتمع، والعناصر المادية هي عبارة عن تلك العناصر التي أتت نتيجة للجهد الإنساني العقلي والفكري، وفي نفس الوقت لا تكتسب الثقافة وظيفتها ومعناها إلا بما يحيطها من معاني وأفكار واتجاهات ومعارف وعادات، هذا فضلا عن أن العناصر المادية تؤثر بدورها في مفاهيم الأفراد وقيمهم واتجاهاتهم وعلاقاتهم، أي أن الإحالة متبادلة بين العناصر المادية واللامادية داخل البناء الثقافي، ومن ثم فإن البناء الثقافي يشمل العنصرين معا.
- الثقافة عضوية، إذا كانت الثقافة تشمل العناصر المادية واللامادية معا، فإن كلا من العناصر المادية واللامادية يرتبط بعضها ببعض ارتباطا عضويا، فيؤثر كل عنصر في غيره من العناصر، فمثلا العادات والتقاليد تؤثر في

[1] ميشيل تومبسون وآخرون، **نظرية الثقافة**، مرجع سابق، ص: 09-10.

[2] عادل شهيب: **الثقافة والهوية إشكالية المفاهيم والعلاقة**، على موقع: www.aranathropos.com، تاريخ الدخول: 2016/03/13.

نظام الأسرة من حيث طريقة الزواج، والعلاقة بين الكبير والصغير، وإذا تغير أي عنصر من هذه العناصر فإنه سيتبعه تغير حتمي في العناصر الأخرى، أضف إلى هذا أن التغير في أساليب المعيشة يتبعه تغير في القيم والعادات.

- الثقافة تراكمية، ذلك أن الإنسان يبدأ دائما من حيث انتهت الأجيال الأخرى وما تركته من تراث، وبتراكم الجوانب المختلفة تتطور بعض جوانب الثقافة، وتختلف درجة التراكم والتطور من عنصر لآخر، فمثلا تطور اللغة التراكمي يأخذ طريقا غير تراكم القيم وغير تراكم التطور العلمي والتكنولوجي، ومعنى هذا أن الإنسان لا يبدأ حياته الاجتماعية والثقافية من العدم، وإنما يبدأ من حيث انتهت الأجيال الراشدة التي ينتمي إليها، ومن التراث الاجتماعي الذي يعبر عن خبرات الأجيال السابقة.
- إمكانية انتقال عناصر الثقافة بالاحتكاك، فكلما زاد الاحتكاك والتعامل بين مجتمع وآخر كلما زادت درجة الانتقال الثقافي بين هذين المجتمعين، ولكن المجتمع ذو الثقافة الأقوى والأفضل يؤثر بدرجة أكبر في المجتمع ذي الثقافة الأقل نجاحا وقوة، وبالتالي فإن الثقافة ديناميكية متغيرة.
- الثقافة قابلة للانتقال والانتشار من خلال اللغة والتعليم ووسائل الاتصال الحديثة، وتنتقل من جيل لجيل وفي المجتمع الواحد من فرد إلى فرد.[1]

3. مفهوم الهوية:

شكل مفهوم الهوية منذ القدم إشكالية غير قابلة للتجاوز في الوضع البشري بين ثابت أو متغير، أساسي أم ثانوي، عنصر تقدم أم اكتفاء بالذات، فالهوية هي الذاتية والخصوصية وهي القيم والمثل والمبادئ التي تشكل الأساس لبناء الشخصية الفردية أو المجتمع، وهوية الفرد هي عقيدته ولغته وثقافته وتاريخه، وكذلك هوية المجتمع فهي الروح المعنوية والجوهر الأصيل للكيان وللأمة، وتجدر الإشارة إلى أن تحديد مفهوم ثابت للهوية أمر عسير باعتبار أن هذا المفهوم مفهوم متحرك ومتغير وفي حالة بناء مستمرة. وعليه يمكن في هذا المقام إدراج مجموعة من التعريفات اللغوية والاصطلاحية والتي رأينا أنها الأقرب لخدمة دراستنا هذه.

أ- تعريف الهوية لغويا:

يشتق المعنى اللغوي لمصطلح "الهوية" من الضمير (هو)، والهوية بضم الهاء وكسر الواو وتشديد الياء المفتوحة نسبة مصدرية للفظ (هو) وهي استعمال حادث، أما الهوية بفتح الهاء فهي البئر البعيدة المهواة، والموضع

[1] طارق عبد الرؤوف عامر: **الثقافة**، على موقع: www.al3loom.com، تاريخ الدخول: 2016/04/03.

الذي يهوي ويسقط من وقف عليه، والمرأة التي لا تزال تهوى،[1] وقد جاء في معجم لسان العرب لابن منظور أن الهَوِيّة: "هي موضعٌ يهوي مَن عليه أي يسقط".[2]

هذا التوضيح اللغوي لكلمة هوية من الناحية الشكلية في التعريفين السابقين، جاء لإزالة الغموض والالتباس الذي قد يحصل جراء التشابه الحرفي، ولتبنّي نهج لفظي واحد نكمل به غمار هذه الدراسة وهو لفظ "الهُوية".

وللإثراء أكثر نقول إن المفهوم اللغوي للهوية يرجع إلى الجذر الاشتقاقي لكلمة هوية من الضمير "هو"، فقد تم وضعه كاسم معرف بـ ال؛ ومعناه "الاتحاد بالذات"، ويشير مفهوم الهوية إلى ما يكون به الشيء "هو هو"، أي من حيث تشخصه وتحققه في ذاته وتميزه عن غيره، فهو وعاء الضمير الجمعي لأي تكتل بشري، ومحتوى لهذا الضمير في نفس الآن.[3]

وأيضا يعني مصطلح الهُوية الذات والأصل والانتماء والمرجعية، وهي مأخوذة من كلمة "هو" أي جوهر الشيء وحقيقته،[4] كما يمكن تفصيل هذا الكلام أكثر بالقول:

"أن مفهوم الهوية من ناحية الدلالة اللغوية، يشكل مركب من ضمير الغائب "هو" مضاف إليه ياء النسبة التي تتعلق بوجود الشيء المعني كما هو في الواقع بخصائصه ومميزاته التي يُعرف بها، والهوية بهذا المعنى هي اسم الكيان والوجود على حاله، أي وجود الشخص أو الشعب أو الأمة كما هي بناءا على مقومات ومواصفات وخصائص معينة، تمكّن من إدراك صاحب الهوية بعينه دون الأشباه، والمسألة في هذه القضية تتعلق بنوعية تلك الصفات والمقومات والخصائص".[5] وسنخص هذه المقومات والمواصفات بالحديث تحت عنصر مكونات وعناصر الهوية.

ب– تعريف الهوية اصطلاحا:

---

[1] محمد عمر أحمد أبو عنزة: **واقع إشكالية الهوية العربية بين الأطروحات القومية الإسلامية "دراسة من منظور فكري"**، ماجستير في العلوم السياسية، كلية الآداب والعلوم، جامعة الشرق الأوسط، 2011، ص 35.

[2] ابن منظور، **لسان العرب**، مجلد 6، مرجع سابق، ص 316.

[3] شرقي رحيمة، الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العولمة، مرجع سابق، ص 193.

[4] محمد زغو: أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب، **الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية**، عدد4، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2010، ص 94.

[5] سعاد ولد جاب الله: **الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الإلكترونية**، ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص 134.

عرفها الجرجاني فقال: "الحقيقة المطلقة المشتملة على الحقائق اشتمال النواة على الشجرة في الغيب المطلق".[1]

وقد ورد في بعض التعريفات أن الهوية هي: "مجموعة من الخصائص تميز مجموعة معينة أو جماعة فرعية، تتمثل في القيم والافتراضات الأساسية بالإضافة إلى أي سلوك يظهر منهم".[2]

والهوية في مفهومها الاصطلاحي، قد تناوله علماء النفس والاجتماع والأنتربولوجيا ونظرا للزخم الهائل من التعريفات التي تتقاطع بين النفسانيين الاجتماعيين والأنتربولوجيين فإن تعريف "Tap" قد يكون ملما بعض الشيء لهدفنا من هذا الموضوع. إذ يقول: "الهوية هي مجموعة المميزات الجسمية والنفسية والمعنوية والقضائية والاجتماعية والثقافية التي يستطيع الفرد من خلالها أن يعرف نفسه وأن يقدم نفسه وأن يتعرف الناس عليه، أو التي من خلالها يشعر الفرد بأنه موجود كإنسان له جملة من الأدوار والوظائف والتي من خلالها يشعر بأنه مقبول ومعترف به كما هو من طرف الآخرين أو من طرف جماعته أو الثقافة التي ينتمي إليها ".[3]

فالهوية ببساطة عبارة عن "مركب من العناصر المرجعية المادية والاجتماعية والذاتية المصطفاة التي تسمح بتعريف خاص للفاعل الاجتماعي"، وطالما أنها مركب من عناصر، فهي بالضرورة متغيرة، في الوقت ذاته الذي تتميز فيه بثبات معين، بمثل ما أن الشخص الواحد يولد ويشب ويشيخ، وتتغير ملامحه وتصرفاته وذوقه، أي شخصيته خلال ذلك، ولكنه يبقى هو وليس أحدا آخر.[4]

كما وصف (أليكس ميشكللي) الهوية، وهو نفسه صاحب التعريف السابق بقوله: "أنها منظومة من المعطيات المادية والمعنوية والاجتماعية، والتي تنطوي على نسق من عمليات التكامل".[5]

يمكننا القول على ضوء ما سبق من تعريفات وخاصة التعريف الأخير، أن الهوية هي التكامل بين المبنى المرادف والمترجم لحقيقة المعنى؛ أي أن المعطيات المادية والمعنوية والاجتماعية تتماشى بانسجام وتوافق، وبتعبير آخر فإن الحياة المادية التي يعيشها الإنسان هي إسقاط لما يحمله من نواحي معنوية وفكرية والتي تكونت وفق

[1] علي بن محمد السيد الشريف الجرجاني: **معجم التعريفات**، تحقيق: محمد صديق المنشاوي، دار الفضيلة للنشر والتوزيع والتصدير، القاهرة، 2004، ص 216.

[2] نصير بوعلي، **أثر البث التلفزيوني المباشر على الشباب الجزائري**، مرجع سابق، ص 213.

[3] شرقي رحيمة، الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العولمة، مرجع سابق، ص 193.

[4] تركي الحمد، **الثقافة العربية في عصر العولمة**، مرجع سابق، ص 18.

[5] سعاد ولد جاب الله، **الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الإلكترونية**، مرجع سابق، ص: 135-136.

المعطيات الاجتماعية والتاريخية دون الخروج عن الإطار الاجتماعي الذي يمارس فيه الإنسان عضويته، وبالتالي فإن هذا التكامل والتناسق يشكل المنظومة التي –كما قال ميشكللي–تشكل ما اصطلح عليه بالهوية.

وأخيرا فالهوية ذات طابع ديناميكي، فهي ليست ثابتة أبدية، ولكنها تشهد عمليات تحول وتغير وبالتالي هناك ما يتغير فيها وهناك ما يختفي. تحتاج الهوية إلى إعادة التعريف باستمرار بما يتواكب مع المتغيرات الحادثة، وبالطبع هذا يحتاج إلى معرفة عميقة بالتاريخ وتقدير واضح وواقعي للحاضر، وإدراك واع ورصين لما هو مطلوب مستقبلا، فهي كيان يصير ويتطور وليست معطى جاهز.[1]

4. عناصر الهوية:

تقوم مكونات الهوية استنادا إلى منظومة العلاقات الإنسانية، هذه الأخيرة التي تندرج ضمن خصائص الطبيعة البشرية؛ بمعنى أن الهوية تتكون من نتاج التفاعل الإنساني، وعليه يمكن ذكر مكونات الهوية كالآتي:

- المجال الجغرافي والوطن التاريخي المشترك.
- وجود ذاكرة تاريخية مشتركة للأمة.
- ثقافة شعبية مشتركة، بين جميع فئات المجتمع.
- منظومة حقوق وواجبات مشتركة، يضعها المجتمع لتنظيم العلاقات.[2]

وبما أننا في عملنا هذا نتناول بالدراسة هوية الشباب الجزائري الثقافية، فإن مكونات كل هوية تختلف عن باقي مكونات الهويات الأخرى، بحيث هناك من يرى أن ما يصوغ هوية المسلم –والشباب الجزائري ينتمي لمجتمع مسلم–هو أربعة عناصر: الدين، اللغة، التاريخ، البيئة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والمناخية.[3] إضافة لهذا هناك من يصنف عناصر الهوية بطريقة أوسع وأشمل وعلى النحو التالي:

- **العناصر المادية والفيزيائية:** وتشتمل على الحيازات (مثل الاسم والسكن والملابس) والقدرات (الاقتصادية والعقلية) والتنظيمات المادية والانتماءات الفيزيائية والسمات المورفولوجية.
- **العناصر التاريخية:** وتشتمل على الأصول والأحداث والآثار التاريخية.

---

[1] فتيحة بوغازي: **صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي**، ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2010–2011، ص: 92–93.

[2] محمد عمر أحمد أبو عنزة، **واقع إشكالية الهوية العربية بين الأطروحات القومية الإسلامية "دراسة من منظور فكري"**، مرجع سابق، ص 40.

[3] جمال كانون: **الأنترنت مجال للتفاعل وتشكل الهوية**، ماجستير في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2010–2011، ص 74.

- **العناصر الثقافية والنفسية:** وتتضمن النظام الثقافي مثل (العقائد والأديان والرموز الثقافية ونظام القيم وصور التعبير الأدبي والفني) والعناصر العقلية مثل (النظرة إلى العالم، والاتجاهات والمعايير الجمعية) والنظام المعرفي مثل (السمات النفسية الخاصة).
- **العناصر النفسية الاجتماعية:** وتشتمل على الأسس الاجتماعية مثل (السكن والجنس والمهنة والسلطة والدور الاجتماعي والانتماءات، القدرات الخاصة (الإمكانيات ونمط السلوك).[1]

ونستطيع أن نقول في الأخير أن ثمة علاقة وثيقة بين الثقافة والهوية، إذ أن ما من هوية إلا وتختزل ثقافة، فلا هوية بدون منظور ثقافي، ولا توجد هوية إلا وتستند إلى خلفية ثقافية، بالمقابل فإن الثقافة في عمقها وجوهرها، هوية قائمة الذات. وقد تتعدد الثقافات في الهوية الواحدة، كما أنه قد تتنوع الهويات في الثقافة الواحدة، وذلك ما يعبر عنه بالتنوع في إطار الوحدة، فقد تنتمي هوية شعب من الشعوب إلى ثقافات متعددة، تمتزج عناصرها وتتلاقح مكوناتها، فتتبلور في هوية واحدة.[2]

على سبيل المثال الهوية الثقافية الجزائرية تنتمي إلى ثقافات متنوعة ومنصهرة في نفس الوقت في هوية واحدة، فهناك بلاد القبائل وما تتمتع به من صبغة ثقافية متميزة، وكذلك الحال بالنسبة لسكان الصحراء، والعرب، والشاوية وغيرها من الجماعات الثقافية التي تكون المجتمع الجزائري، كلهم يتنوعون في ثقافتهم دون اختلاف، ويتعايشون تحت راية واحدة عنوانها: الدين والوطن واللغة والتاريخ المشترك، وهذا مثال حي لوصف تعدد الثقافات في الهوية الواحدة.

[1] محمد عمر أحمد أبو عنزة، **واقع إشكالية الهوية العربية بين الأطروحات القومية الإسلامية "دراسة من منظور فكري"**، مرجع سابق، ص 40.
[2] جمال كانون، **الأنترنت مجال للتفاعل وتشكل الهوية**، مرجع سابق، ص 73.

ثانيا–مدخل نظري عن الهوية الثقافية:

بعد تطرقنا إلى مفهومي الثقافة والهوية، وبعد المعالجة النظرية لهما ولو بشكل مقتضب، سنحاول فيما يأتي أن ننسج لمحة نظرية عن مفهوم معقد، مركب من الهوية والثقافة، ألا وهو الهوية الثقافية، وذلك بإدراج مجموعة تعاريف خاصة بهذا المصطلح، إضافة إلى بعض النقاط النظرية المتعلقة به.

1. مفهوم الهوية الثقافية:

رغم الإسهامات العديدة في تحديد مصطلح الهوية الثقافية، يصعب في الواقع رسم حدود الهوية أو الخصوصية الثقافية، لذلك يرى الكثير من الباحثين في المجال أن الهوية مفهوم إيديولوجي أكثر منه علمي، خاصة أن الهوية يمكن التعبير عنها أو تجسيدها من خلال سمات كثيرة ومختلفة، فقد يعبر عنها من خلال الدين أو اللغة أو الدولة الوطنية أو القومية، وكل هذه الخصائص متغيرة حسب طريقة استخدامها وتوظيفها، ولذلك يمكن أن تتغير هوية مجتمع ما حسب المراحل التاريخية والظروف الراهنة.[1]

الهوية معناها في الأساس التفرد، والهوية الثقافية هي التفرد الثقافي، بكل ما يتضمنه معنى الثقافة من عادات وأنماط سلوك وميل وقيم ونظرة إلى الكون والحياة.[2]

والمقصود بالهوية الثقافية تلك المبادئ الأصلية السامية والذاتية النابعة من الأفراد أو الشعوب، ركائز الإنسان التي تمثل كيانه الشخصي الروحي والمادي بتفاعل صورتي هذا الكيان، لإثبات هوية أو شخصية الفرد أو المجتمع أو الشعوب، بحيث يحس ويشعر كل فرد بانتمائه الأصلي لمجتمع ما، يخصصه ويميزه عن باقي المجتمعات الأخرى. والهوية الثقافية تمثل كل الجوانب الحياتية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والحضارية والمستقبلية، لأعضاء الجماعة الموحدة التي ينتمي إليها الأفراد بالحس والشعور الانتمائي لها، وأيضا هي ذاتية الإنسان ونقائه

[1] نصير بوعلي، **أثر البث التلفزيوني المباشر على الشباب الجزائري**، مرجع سابق، ص 214.

[2] جلال أمين، **العولمة**، مرجع سابق، ص 50.

وجمالياته وقيمه، بحيث تعتبر الثقافة هي المحرك لأي حضارة أو أمة في توجيهها وضبطها؛ أي هي من تحكم حركة الإنتاج والإبداع المعرفي.[1]

كما يمكن أن توصف الهوية الثقافية بأنها النواة الحية للشخصية الفردية والجماعية، والعامل الذي يحدد السلوك ونوع القرارات والأفعال الأصلية للفرد والجماعة، والعنصر المحرك الذي يسمح للأمة بمتابعة التطور والإبداع مع الاحتفاظ بمكوناتها الثقافية الخاصة وميزاتها الجماعية التي تحددت بفعل التاريخ الطويل واللغة القومية السيكولوجية المشتركة وطموحات الغد. فالهوية الثقافية في واقع الأمر جزء عضوي من فكرة الثقافة لأنها مهما اختلفت أنواعها، فإن التعريف عنها يظل ذاتيا بصورة من الصور. [2]

ومن التعاريف التي قدمت للهوية الثقافية ما تبنته منظمة (اليونيسكو) والذي ينص على أن:" الهوية الثقافية تعني أولا وقبل كل شيء أننا أفراد ننتمي إلى جماعة لغوية محلية أو إقليمية أو وطنية، بما لها من قيم أخلاقية وجمالية تميزها، ويتضمن ذلك أيضا الأسلوب الذي نستوعب به تاريخ الجماعة وتقاليدها وعاداتها وأسلوب حياتها، وإحساسنا بالخضوع له والمشاركة فيه، أو تشكيل قدر مشترك منه، وتعني الطريقة التي تظهر فيها أنفسنا في ذات كلية، وتعد بالنسبة لكل فرد منا نوعا من المعادلة الأساسية التي تقرر-بطريقة إيجابية أو سلبية-الطريقة التي ننتسب بها إلى جماعتنا والعالم بصفة عامة.[3]

إن الهوية الثقافية كيان يصير، يتطور، وليست معطى جاهز ونهائي. هي تصير وتتطور، إما في اتجاه الانكماش وإما في اتجاه الانتشار، وهي تغتني بتجارب أهلها ومعاناتهم، بانتصاراتهم وتطلعاتهم، وأيضا باحتكاكها سلبا وإيجابا مع الهويات الثقافية الأخرى التي تدخل معها في تغاير من نوع ما. وعلى العموم تتحرك الهوية الثقافية على ثلاث دوائر متداخلة ذات مركز واحد:

- الفرد داخل الجماعة الواحدة، قبيلة كانت أو طائفة أو جماعة مدنية (حزبا أو نقابة...إلخ)، هو عبارة عن هوية متميزة ومستقلة. عبارة عن "أنا"، لها "آخر داخل الجماعة نفسها؛ "أنا" تضع نفسها في مركز الدائرة عندما تكون في مواجهة مع هذا النوع من "الآخر".

[1] محمد زغو، **أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب**، مرجع سابق، ص94.

[2] نصير بوعلي، **أثر البث التلفزيوني المباشر على الشباب الجزائري**، مرجع سابق، ص 214.

[3] حمدي حسن عبد الحميد المحروقي: دور التربية في مواجهة تداعيات العولمة على الهوية الثقافية، **مجلة دراسات في التعليم الجامعي**، عدد7، مركز تطوير التعليم الجامعي، جامعة عين شمس، القاهرة، 2004، ص 164.

- الجماعات داخل الأمة، هي كالأفراد داخل الجماعة، لكل منها ما يميزها داخل الهوية الثقافية المشتركة، ولكل منها "أنا" خاصة بها و"آخر" من خلاله وعبره تتعرف على نفسها بوصفها ليست إياه.
- والشيء نفسه يقال بالنسبة للأمة الواحدة إزاء الأمم الأخرى. غير أنها أكثر تجريدا، وأوسع نطاقا، وأكثر قابلية للتعدد والتنوع والاختلاف.[1]

2. مستويات الهوية الثقافية:

هناك ثلاث مستويات في الهوية الثقافية، لشعب من الشعوب: الهوية الفردية، والهوية الجمعوية، والهوية الوطنية (أو القومية)، والعلاقة بين هذه المستويات ليست قارة ولا ثابتة، هي علاقة تتحدد أساسا بنوع "الآخر"، بموقعه وطموحاته؛ فإن كان داخليا ويقع في دائرة الجماعة، فالهوية الفردية هي التي تفرض نفسها ك "أنا"، وإن كان يقع في دائرة الأمة فالهوية الجمعوية (القبلية، الطائفية الحزبية...إلخ) هي التي تحل محل "الأنا "الفردي. أما إن كان "الآخر" خارجيا، أي يقع خارج الأمة (والدولة والوطن) فإن الهوية الوطنية –أو القومية–هي التي تملأ مجال "الأنا".[2]

ولعل أنسب مستوى من مستويات الهوية الثقافية، وأكثرها تطابقا وتلاؤما مع دراستنا هذه، هو المستوى الثالث؛ فموضوع هذا البحث يقتضي أن يكون "الآخر" خارجيا، وهو كذلك فهو وافد من خارج الأمة أو الوطن؛ وبالتالي فإن الهوية الوطنية القومية هي من ستتقمص دور "الأنا" في هذه الحالة.

وعليه وحسب تقسيم (الجابري)، نسرد مجموعة العناصر المكونة للهوية الثقافية، والتي تنطوي تحت المستوى الثالث للهوية الثقافية؛ وهو الهوية الوطنية القومية:

3. عناصر الهوية الثقافية:

- ✓ **العقيدة أو الدين:** يعد أول عنصر من عناصر الهوية الثقافية، ويعتبر الدين مرجعية انتمائية للمجتمعات الإنسانية، فالإنسان مجبول بالفطرة على اتباع عقيدة معينة وسد ذلك الفراغ الروحي الذي يختلجه جراء البعد عن الدين، وما يهمنا هنا هو الدين الإسلامي الذي هو دين الجزائريين، والذي يواجه بشكل أو بآخر حملة إعلامية غربية عنيفة تستهدف تشويهه وهذا ما لا يمكن إنكاره.

[1] محمد عابد الجابري: **العولمة والهوية الثقافية: عشر أطروحات**، على موقع: www.aljabriabed.net، تاريخ الدخول: 2016/03/13.
[2] محمد عابد الجابري، **العولمة والهوية الثقافية: عشر أطروحات**، موقع سابق.

- ✓ **اللغة:** تعد اللغة اللسان الثقافي الأساسي للهوية الثقافية للأفراد أو للشعوب، وهي عامل يبين اختلاف ثقافة عن أخرى، وهي أسلوب للتواصل وللاحتكاك وإثبات الهوية وتأكيد وجودها.[1] وتقع اللغة في قلب الثقافة والهوية لسببين محوريين متصلين ببعضهما. الأول: أن اللغة هي الأداة الرئيسية التي يتم عن طريقها تكوين المعاني الثقافية وتوصيلها. أما السبب الثاني: فهو أن اللغة هي الوسيلة والأداة التي نكون بها المعرفة المتعلقة بأنفسنا وبالعالم الاجتماعي.[2]
- ✓ **التاريخ:** يمثل التاريخ عنصرا أساسيا معبرا عن الهوية، وركيزة تستند إليها الشعوب لإضفاء الشرعية التاريخية وكسب مكانة لها بين الأمم، ومفهوم الهوية هو مفهوم ثقافي تاريخي يتكون لدى الفرد من خلال الثقافة التي يحيا فيها، فدور الثقافة بكل ما تحمله من معاني هو تكريس هوية ثقافية من خلال عملية تمثل عاطفي واجتماعي مع عملية اندماج تاريخية وثقافية ونفسية واقتصادية تستغرق زمنا طويلا مما يؤكد أهمية التاريخ في خلق الهوية الثقافية؛ بصفته الرحم الذي تنمو وتترعرع فيه لتتشكل في نهاية المطاف هوية ثقافية معينة نتيجة لانتمائها لأمة معينة.[3]
- ✓ **العادات والتقاليد والأعراف:** هذه المجالات هي من صميم هوية المجتمعات من خلال اتباع سلوكات معينة والتصرف والتعامل وفقا لثقافة تنظمها العادات والتقاليد والأعراف.[4]

وكتأكيد لهذا الطرح تتحدد الهوية الثقافية في مجموعة من المقومات الأساسية والمتجسدة في:

- **اللغة الوطنية واللهجات المحلية:** المرتبطة بوجود شعب ما وتطوره ومصيره على أساس أن تكون اللغة الوطنية معتمدة في التدريس على جميع المستويات، وفي التسيير الإداري، وفي القضاء، إضافة إلى التواصل بين شرائح المجتمع إلى جانب اللهجات المحلية.
- **القيم الدينية والوطنية:** المتكونة عبر العصور والتي تكسب الشعب حامل الهوية حصانة تحول دون ذوبانه في شعوب أخرى، وتؤهله لمقاومة كل محاولات التذويب مهما كان مصدرها.
- **العادات والتقاليد والأعراف:** النابعة من تلك القيم والحاملة لها والعاكسة لمستوى الشعب حامل الهوية الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والسياسي، فالعادات والتقاليد هي تراكم ثقافي بالدرجة الأولى، وهي ما

[1] محمد زغو، **أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب**، مرجع سابق، ص94.

[2] كريس باركر: **التلفزيون والعولمة والهويات الثقافية**، ترجمة علاء أحمد إصلاح، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2006، ص 32.

[3] شرقي رحيمة، الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العولمة، مرجع سابق، ص 193.

[4] محمد زغو، **أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب**، مرجع سابق، ص 94.

يتم التعارف عليه في إطار الجماعة، سواء كان سلوكا ظاهريا أو باطنيا، مثل بعض الاحتفالات، أو العرف المتعلق بطرق الزواج وغيرها.

- **التاريخ النضالي**: الذي ينسجه ذلك الشعب حامل الهوية، من أجل المحافظة على هويته، أرضا وقيما، وعادات وتقاليد وأعراف.[1]

جدير بالذكر هنا أن معظم الدراسات حول موضوع الهوية الثقافية –كما هو واضح مما سبق–تتشارك في صياغة البناء العام لهذا المفهوم والمرتكز أساسا على: الدين واللغة، والتاريخ والعادات والتقاليد، كأسس أو مقومات أو عناصر ذات بعد محوري يقوم عليها موضوع الهوية الثقافية.

ثالثا–الثقافة والإعلام المتلفز:

1. علاقة وسائل الإعلام والاتصال بالثقافة:

يعتبر الاتصال من أقدم أوجه النشاط الإنساني وهو من الظواهر المألوفة لدينا أكثر من أي شيء آخر، وهذه الكلمة السحرية –الاتصال– تعني أشياء كثيرة عند كثير من الناس، وعدم وجود تعريف مقبول بشكل عام لاصطلاح الاتصال حتى الآن يعتبر أمرا يبعث على الدهشة، فمعنى الاصطلاح واضح وغامض في الوقت نفسه، والتعريف البسيط للاتصال يتمثل في أنه: "فن إرسال المعلومات والأفكار والمواقف من شخص لآخر"، وقد جعلت الإنجازات العلمية الآلية الاتصالية أشد غرابة في قدرتها على تخطي الحواجز الطبيعية في عالمنا، إن عقولنا ووسائلنا الإلكترونية تصل الآن إلى مناطق أصبحت متاحة رغم بعدها وهو أمر لم يكن من قبل ممكنا.[2]

وما يهمنا هنا هو ذلك الاتصال الذي يعتبر الأساس الذي يقوم عليه الإعلام، ومفهوم الاتصال وفق هذا المنظور يطلق: "على تلك العملية التي ينقل بمقتضاها الشخص القائم بالاتصال الأفكار والمعلومات المراد بثها

[1] أسماء بن تركي: **الهوية الثقافية بين قيم الأصالة والحداثة في ظل التغيرات السوسيوثقافية للمجتمع الجزائري**، على موقع: www.manifest.univ-ourgla.dz، تاريخ الدخول: 2016/03/13.

[2] محمد علي أبو العلا: **فن الاتصال بالجماهير بين النظرية والتطبيق**، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، مصر، 2014، ص: 13-14.

بهدف تعديل سلوك الآخرين واتجاهاتهم"، أو هو "فن نقل المعلومات والآراء والاتجاهات عن طريق الصوت والصورة وغير ذلك مما يتلقاه الإنسان عن طريق حواسه".[1]

من خلال ما سبق وبناء عليه فإن الاتصال المقصود في هذا المقام، هو ذلك الاتصال الإنساني (بغض النظر عن العلاقات الاتصالية الأخرى الخارجة عن النطاق الإنساني، وأيضا بغض النظر عن الأنظمة الاتصالية الخارجة عن المجال الإعلامي)، بمعنى أن المراد بالاتصال من خلال هذا الطرح، هو ذلك النشاط الممارس وفق وضمن المنظومة الإعلامية، هذه الأخيرة التي ترسم وتحدد بشكل واضح وجلي العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع، من خلال دورها الفعال في بناء هذه العلاقات، وحتى تلك العلاقات القائمة بين المجتمعات، ومن هنا فإن هذه المنظومة الاتصالية الإعلامية لها دور كبير في تكوين البنية الثقافية والتي تعتبر جزء مهم في البناء الاجتماعي.

وتعد وسائل الاتصال أدوات ثقافية، فهي تشكل الوسيلة الأساسية في الحصول على الثقافة وجميع أشكال الإبداع بالنسبة للقطاعات الواسعة من الشعوب. وعلى الرغم من أن قدرا هائلا من التعبير الثقافي لا يزال يحتفظ بأشكاله التقليدية المباشرة فإن وسائل الإعلام الجماهيرية في العصر الراهن توفر الزاد الثقافي وتشكل الخبرة الثقافية للملايين من البشر.[2]

وعليه فإن هناك علاقة وطيدة بين الاتصال والثقافة، حيث أن مجموعة من مفكري وعلماء الاجتماع مثل (إدغار موران، Edgar Morin)، ربطوا بين النمط الثقافي ووسائل الاتصال، إذ أن التقدم والتطور الذي عرفته وسائل الاتصال يتماشى مع الإنتاج الثقافي. ويؤثر الاتصال على ثقافة الفرد بصفة خاصة وعلى ثقافة المجتمع بصفة عامة، كما أن الثقافة تحدد بشكل كبير أنماط ومضامين الاتصال في المجتمع، فالثقافة الأمريكية مثلا، تفرز أنماطا اتصالية تختلف عن تلك التي تفرزها ثقافة الدول النامية، كما أن وسائل الاتصال في المجتمع الإسلامي تعمل في إطار من القيم الإسلامية وهكذا. إن العلاقة بين الاتصال والثقافة علاقة تكاملية، ويأتي هذا المفهوم على مستوى عالمي؛ فقد أشار المؤتمر العالمي للسياسات الثقافية والذي عقد بالمكسيك عام 1982م، أن الاتصال هو أحد العناصر المكونة للثقافة وأحد عوامل اكتسابها وإثرائها، كما يساهم على التعبير عن الثقافة ونشرها، بالمقابل فإن النظر إلى الاتصال في ضوء الثقافة يدفعنا للقول بأن الاستجابات التي تحدث نتيجة لمثير ما

[1] المرجع نفسه، ص 19.

[2] عواطف عبد الرحمان: **قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث**، عالم المعرفة، عدد78، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، يونيو 1984، ص: 52-53.

في موقف اتصالي لا تحدث بطريقة ميكانيكية أو ذاتية فحسب ولكنها على حد قول (فرانك فيرنج، Frank Fearing)، تعتمد على كلية الثقافة والشخصية، بمعنى أنها تعتمد على جميع العوامل الشخصية والثقافية التي يمثلها كل شخص في الموقف.[1]

مما سبق يتبين أنه لا يمكن تصور الثقافة بدون تعبير أو إبلاغ؛ إذ لاحظ لأي ثقافة كانت من الوجود إذا لم تؤازرها أجهزة الإعلام، كما أنه لا سبيل أمام أجهزة الإعلام للخارج بدون زاد ثقافي يشد اهتمام الجمهور إليها ويسمح لها بإبلاغ رسالتها في مختلف المجالات.[2]

كما يُظهر الإعلام أنماط الثقافة، ويقوم بنشر الثقافة الوطنية، وينمي الوعي الثقافي، إذ أن وسائل الإعلام لها دور أساسي في نشر الثقافة والمعرفة، وعليها أن تأخذ هذا الدور بجدية واهتمام، ولا شك أن التطورات التقنية التي حدثت لوسائل الاتصال والإعلام في السنوات الفارطة قد أثرت في العلاقات المتعددة داخل المجتمع الواحد، وما فيه من قيم، وعادات ومفاهيم، وأنماط سلوكية وخبرات ومعارف، وكذلك في علاقات المجتمعات البشرية بعضها ببعض سواء في زمن السلم أو الحرب. وبما أن الثقافة تعبير عن النواحي المختلفة والمتعددة للنشاط الإنساني، فإن الإعلام هو وسيلة الاتصال التي تنقل وتعزز وتعبر عن هذا النشاط، لذلك نلاحظ أن الدول المتقدمة ترى في الإعلام تجارة وأنماط استهلاكية ونشر قيم جديدة تغزو بها ثقافات الآخرين، في حين أن الدول الفقيرة ترى في الإعلام وسيلة للتعليم والتثقيف في المجالات المختلفة كي تلحق بركب التقدم والحضارة.[3]

وأجهزة الإعلام هي التي يوكل إليها مساعدة الثقافات على التلاقح وتزويدها بالهواء النقي الذي يقيها شر الاختناق، وهي في الوقت نفسه مطالبة بوقاية هذه الثقافات من العواصف الهوجاء والتيارات الهدامة، إذ لا تخفى علينا اليوم تلك التحديات والمخاطر التي تحدق بالثقافة، لا في الدول النامية فقط بل حتى في الدول المصنعة. لقد أصبحت تيارات تدفق الإعلام من الشمال نحو الجنوب كالسيل العارم يطيح بكل ما يعترض سبيله ويعصف به في مهب الرياح فيحطم كل توازن طبيعي لا يتماشى مع أهوائه ولا يستجيب لأغراضه. وكما أن كل ارتباك في

[1] فضيلة أكلي: **استهلاك المراهق للصورة التلفزيونية**، ماجستير في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2006-2007، ص 62.

[2] مصطفى المصمودي: **النظام الإعلامي الجديد**، عالم المعرفة، عدد94، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، أكتوبر 1985، ص 172.

[3] عبد الغني بوزيان: **استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفزيونية للقناة الأرضية والإشباعات المتحققة منها**، ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2009-2010، ص81.

مستوى الجهاز العصبي يؤثر في الشخصية مهما تكن قوتها، فإن كل اختلال يتصل بتدفق الإعلام له انعكاسه على نظرة الفرد إلى مقومات المجتمع الثقافية التي يستمد منها أصوله ويثبت بها انتسابه إلى هذا المجتمع.[1]

وبالاستناد إلى موضوع دراستنا هذه، والذي يتضمن وسيلة التلفزيون (أو البث الفضائي)، كوسيط لتفاعل ثقافي أيا كانت صفته، سواء من ناحية تلاقي الثقافات وإثرائها أو هيمنة ثقافة على ثقافة أخرى، فإن هناك من يرى أن الاتصال في شكل من أشكاله الإعلامية ما هو إلا معول هدم لبنى وأنظمة ثقافية مستهدفة، وفق قاعدة السيادة للأقوى بصفة حتمية.

من خلال ما ذكر آنفا نقول: أن العصر الذي نعيش فيه يسير بسرعة نحو تشكيل "حضارة الصورة" وما يسمى بإنسان الصورة، بالمعنى الاستهلاكي للكلمة، وعن كوكبة الصورة؛ أي الكرة الأرضية كمكان يعنى بإنتاج واستهلاك الصورة، وفي مواجهة هذه الظاهرة التي هي جديدة بالرغم من زحفها الكاسح، تفجرت احتجاجات انتقادية لا ترى في هذه الظاهرة إلا تهديدا مدمرا للهويات وإلغاء لأنماط ثقافية جهدت الإنسانية في إنجازها ردحا من الزمن.[2]

2. التلفزيون واستهلاك الثقافة:

قبل الخوض في تفاصيل الدور الذي يلعبه التلفزيون في تكريس القوالب الثقافية واستهلاكها باعتباره أهم وسيلة إعلامية فعالية في هذا المجال، وأكثر الوسائل الإعلامية جماهيرية وتأثيرا، رغم ما خلفه من تقنيات ووسائل أكثر تطورا، سنقوم قبل ذلك بإعطاء لمحة نظرية عن هذه الوسيلة الإعلامية.

إن التلفزيون لغويا: كلمة مركبة من مقطعين Télé ومعناه (عن بعد)، وvision ومعناه (الرؤية)، أما اصطلاحا: فالتلفزيون مؤسسة اجتماعية مكونة من مجموعة المصالح الإدارية والتقنية، التي تضمن بث الحصص والبرامج الإعلامية المصورة، باستعمال الكهرباء، وعن بعد بواسطة التقنيات الحديثة.[3]

وقد جاء التلفزيون نتيجة لجهود جبارة، شارك فيها عدد كبير من العلماء والباحثين الأمريكيين والإنجليز، والفرنسيين والألمان، وهذا مع نهاية القرن الثامن عشر بدايات القرن التاسع عشر، وكانت البداية في عام

[1] مصطفى المصمودي، **النظام الإعلامي الجديد**، مرجع سابق، ص 172.

[2] إبراهيم بعزيز: **أثر الصورة الإشهارية على ثقافة المتلقي وقيمه**، ورقة قدمت في الملتقى الوطني حول ثقافة الصورة، جامعة المدية، 2010/06/04.

[3] مالك شعباني: دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، عدد7، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012، ص 214.

1883م، من قبل العالم الرائد "نيبكوف"، الذي توصل في تجاربه إلى المرئيات وبذلك نقل الصورة، وفي عام 1925م، فجر العالم الإنجليزي "جون بيرد" الاختراع الهام لنقل صورة جسم من مكان إلى مكان آخر عبر الشاشة، وبه تحقق أكبر إنجاز علمي لخدمة البشرية في مختلف أرجاء العالم، وقد تطور البث التلفزيوني عبر التاريخ إلى أن وصل إلى ما هو عليه اليوم.[1]

- **خصائص التلفزيون كوسيلة إعلامية:**

يعتبر التلفزيون أهم وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري التي يتعرض لها الأفراد، وتؤثر في تكوينهم وسلوكهم، واتجاهاتهم، إذ لم تستطع أي وسيلة اتصالية أخرى اخترعاها الإنسان أن تحدث تغييرا عميقا ومربحا مثل الذي أحدثه التلفزيون، ولم تستوعب بعد تأثيراته السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي تتراكم عبر السنوات، إذ لم تدرس بعد هذه التأثيرات بشكل مرضٍ، ويختلف التلفزيون عن وسائل الإعلام الأخرى من حيث اختلاف طبيعة الاهتمام والتركيز أثناء التعرض، فالتلفزيون يتطلب انتباها أكثر من الراديو مثلا، لأنه يحتاج إلى حاستي السمع والبصر، ومشاهد التلفزيون يندمج تمام في المشاهدة لأن مضمون التلفزيون محدد وليس مضمونا مجردا، كما أن التلفزيون أكثر قوة من الوسائل الأخرى لأنه يجذب المتفرجين وقتا أطول ويحتاج إلى انتباه أكثر.

وبشكل عام يتمتع التلفزيون بعدة مزايا وخصائص يشارك بعضها مع وسائل الإعلام الأخرى، وينفرد بالبعض الآخر، ومن مزاياه الأساسية:

- أنه أقرب وسيلة للاتصال المواجهي (المباشر)، فهو يجمع بين الرؤية والصوت والحركة واللون، والواقع أن التلفزيون قد يتفوق على الاتصال المواجهي في أنه يستطيع أن يكبر الأشياء الصغيرة ويحرك الأشياء الثابتة.
- يقدم التلفزيون مادة إعلامية في نفس زمن حدوثها، أي قد لا تمر فترة زمنية بين وقوع الحدث وتقديمه.
- يعرض التلفزيون مواد مختلفة وبأساليب متعددة للتقديم.
- التلفزيون وسيلة إعلامية قوية وواسعة الانتشار والتغطية، يمكن بواسطتها الوصول إلى جميع المواطنين (في العالم أجمع)، في حين أصبحت الإذاعة والصحف والمجلات وسائل أكثر محلية، أو وسائل تتجه إلى جماهير متخصصة أو محددة.[2]

---

[1] فضيلة أكلي، **استهلاك المراهق للصورة التلفزيونية**، مرجع سابق، ص 124.

[2] أحمد فلاق: **تأثير الإعلام التلفزيوني على دوافع المراهقين لممارسة الرياضة**، ماجستير في منهجية التربية البدنية والرياضية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر، 2001، ص: 37-38.

أ- التلفزيون وصناعة الثقافة:

إن المضامين التلفزيونية تعتمد بالدرجة الأولى على حاسة البصر، وذلك لما لها من خصائص في نقل الواقعة التي تجعل الفرد يعطي لها بعدا، فعن طريق (حاسة البصر يكتسب الإنسان ثمانية أعشار معلوماته، كما أن استيعاب المرء للمعلومات يزداد بنسبة 35%، عند استخدام الصورة والصوت في وقت واحد، كما تطول مدة الاحتفاظ بهذه المعلومات عندئذ بنسبة 55%)، هذا حسب دراسات أجريت على تأثيرات التلفزيون على الإنسان.[1]

من خلال ما سبق تتبين لنا القدرة التأثيرية الكبيرة التي يكتسبها التلفزيون من خلال خصائصه التي ينفرد بها عن باقي الوسائل الإعلامية الأخرى، والتلفزيون في عصرنا هذا يعد مصدرا رئيسيا يستقي منه الإنسان المعاصر معلوماته، ويكون من خلاله آراء وتوجهات ومواقف، بل ويبلغ الأمر درجة أكثر عمقا حين يلقي التلفزيون بظلال تأثيراته على ثقافة الفرد والمجتمع.

هذا ما يحيلنا للحديث عن "صناعة الثقافة"، هذه الثقافة التي أصبحت سلعا تستهلك بعد تعاطيها إعلاميا، وهي من الظواهر التي أفرزتها العلاقة بين وسائل الإعلام -وعلى رأسها التلفزيون-والثقافة، إلى جانب ظاهرة الثقافة الجماهيرية والتي سنتطرق إليها تحت عنصر (التلفزيون والثقافة الجماهيرية).[2]

وقد استعمل مفهوم "الصناعة الثقافية" لأول مرة من قبل علمين من أعلام مدرسة "فرانكفورت" سنة 1947م، هما (تيودور أدورنو، Theodor Adorno)، و(ماكس هوركهيمر، Max Khimer)، وهو يشير إلى: "الأنشطة الصناعية التي تنتج وتسوق الخطابات، الأصوات، الصور، الفنون وكل القدرات الأخرى والعادات التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضوا في المجتمع، والتي تمتلك وبدرجات مختلفة خصائص الثقافة". أو هي كما أشار إليها الباحثان السابقان: "مصطلح يضم مجموع الأنشطة والتقنيات التي تعيد إنتاج الأعمال الثقافية طبقا لمعايير إخضاع للمنطق والنمطية".[3]

واقترن "تصنيع الثقافة" بـ: "تسليعها"؛ أي إخضاعها لقواعد التبادل السلعي، مما أفقدها قوتها النقدية من الناحية الاجتماعية والسياسية، وأفقد الفعل الثقافي تفرده وخصوصيته من الناحية الجمالية، وهو الأمر الذي

---

[1] ناجي تمار: **تأثير برامج الأطفال في التلفزيون الجزائري على معلومات تلاميذ الطور الثاني من التعليم الأساسي**، دكتوراه دولة في علوم التربية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص 34.

[2] الصادق العلالي: **العلاقات الثقافية الدولية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006، ص 155.

[3] لمياء طالة، **الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 111.

يستدعي في نظر هذين المفكرين –أدورنو وهوركهيمر–موقفا نقديا من الصناعات الثقافية برمتها، فإذا كانت مثل هذه الصناعة ضرورية لإنتاج وعرض أو توفر منتجاتها، فإن خصوصياتها ليست مثيلة لخصوصية السلعة المادية، حيث أن التثقيف أو "التغذية الفكرية" لها آثار طويلة المدى، ويمكن اعتبارها استثمارا في حد ذاته.[1]

بمعنى آخر سقوط الفعل الثقافي في حلقة التسليع والتصنيع مثله مثل أي منتج ذو قيمة تبادلية، وهذا ما من شأنه أن يحوله إلى قيمة تجارية تقضي على قدرته النقدية، وعليه فالدور الوجودي للثقافة في أي مجتمع باعتبارها نظاما ضروريا لإنتاج المعاني والرموز والقيم المحددة لسلوك أفراده سوف يتراجع، بحيث تصبح هذه الأخيرة – الثقافة–مجرد وسيلة لتعبئة الجماهير وحثهم على استهلاك مختلف السلع بعيدا عن بصمات التجربة الأصيلة الكامنة فيها. والملاحظ أن مصطلح "الصناعة الثقافية"، بني على الربط بين موضوعين يتناقضان بالضرورة ظاهريا: صناعة من ناحية وثقافة من ناحية أخرى، فالصناعة تشير إلى معنى الإنتاج الاستهلاكي النفعي، كصناعة الإسمنت والمنسوجات، أما الثقافة تصرف الذهن إلى التذوق الشخصي والمتعة الفردية.[2]

وقد وضع كل من (أدورنو، وهوركهيمر)، مبادئ الصناعة الثقافية التي ترتكز عليها وهي:

- الوصول بالمنتج الثقافي إلى كل أفراد المجتمع، وهذا لن يتأتى إلا من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية وعلى رأسها التلفزيون.
- اتباع رغباتهم–أي أفراد المجتمع–وحاجاتهم بالمنتجات الثقافية التي تخضع لآليات التصنيع التجاري.

أي أن الإنتاج الثقافي لوسائل الإعلام (برامج تلفزيونية، سنيمائية...)، يتم وفق المخطط التنظيمي الذي يخضع له أي منتج صناعي، مما يؤدي –كما ذكرنا سابقا–إلى تحويل القيمة الفنية إلى قيمة استعمالية تبادلية تقوم على البصمات الأصلية للمنتجات الفنية وتحويلها إلى سلع استهلاكية أو مواد ثقافية منمطة.[3]

إن صناعة الثقافة هي عملية إنتاج الثقافة، وذلك من خلال استخدام وسائل الإعلام والاتصال، والتي كان لها الدور الفعال في سلخ وتعرية الثقافة من بعدها النقدي وجعلها مثلها مثل باقي السلع تباع وتشترى، وتستخدم لأغراض ربحية مادية، وبالتالي جعل المبدع أو المنتج الأصلي لهذه الثقافة هو الحلقة الأضعف في سلسلة عمليات الإنتاج الثقافي المعقدة. وهكذا فإن وسائل الإعلام والاتصال وفي مقدمتها التلفزيون، حولت الثقافة إلى صناعة

[1] محمد سعيد أوكيل، عاشور فني: الصناعات الثقافية وأبعادها الاستراتيجية، **مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير**، عدد2، جامعة الجزائر، 2003، ص: 4-5.

[2] لمياء طالة، **الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي**، مرجع سابق، ص 115.

[3] المرجع نفسه، ص 116.

ضخمة وأصبحت المادة الثقافية سلعة كباقي السلع، هذا الوضع انعكس على جمهور وسائل الإعلام، حيث أصبح الجمهور سوقا استثمارية مربحة، فالتأثير إذن كان كبيرا على الثقافة من قبل وسائل الإعلام-وبصفة خاصة التلفزيون-وجمهورها، حيث تحول إلى سوق واسعة للصناعة الثقافية.[1]

لذا يرى معظم الباحثين أن الصناعة الثقافية تمثل تهديدا معتبرا للثقافات التقليدية، بفضل ما تتمتع به من قدرة على الانتشار والاختراق، مستفيدة من خصائص وسائل الإعلام-والتي يعتبر التلفاز أكثرها انتشارا وتأثيرا وجماهيرية-، لذلك أصبحت بعض الدول الغربية تعبر عن تخوفها من هذه الصناعة الثقافية، خاصة الأمريكية منها.[2]

وإذا كان هذا هو حال الدول الغربية المتقدمة، فما بالك بالدول الضعيفة والفقيرة والتي لا تزال تقبع في مستنقع التخلف، ومنها كثير من البلاد العربية، ونخص هنا بالذكر الجزائر وشبابها الذي هو محور في هذه الدراسة، فمن خلال هذه الأخيرة سنحاول رصد مدى تأثر الشباب الجزائري بالإفرازات الإعلامية الغربية التي تحمل في طياتها أنماطا ثقافية دخيلة، هذا التأثر الذي سنبين أهم مظاهره على مستوى الهوية الثقافية لهذا الشباب.

ب- التلفزيون والثقافة الجماهيرية:

ظهر النقاش حول "الثقافة الجماهيرية" في بداية عقد الستينات، مع بروز جهاز التلفزيون كوسيلة جماهيرية بالدرجة الأولى، بحيث أن هذه الوسيلة أخذت مكانة متزايدة الأهمية لدى الجماهير، بعدما كانت الإذاعة تحتل هذه المكانة.

في نفس السياق عكست أطروحة الثقافة الجماهيرية التي قدمتها مدرسة "فرانكفورت" انشغالها بالمسألة الثقافية، حتى وإن كان لهذا الانشغال بعدا آخر يرتبط أشد الارتباط بالمضامين التي تبثها وسائل الإعلام الجماهيرية، حيث ترى هذه المدرسة النقدية بأن البنية الفوقية في المجتمعات الشمولية تقوم بتوظيف الاتصال من أجل المحافظة على استقرار النظام الاجتماعي، ويتم ذلك بصفة أداتية محضة تبرز سيطرة هذه البنية على النظام عن طريق الثقافة الجماهيرية "la culture de masse"، والتي نددت بها.[3]

[1] نصر الدين لعياضي: عن مفهوم الثقافة الجماهيرية، **مجلة الاتصال**، عدد14، 1996، ص 105.

[2] لمياء طالة، **الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي**، مرجع سابق، ص 116.

[3] لمياء طالة، **الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي**، مرجع سابق، ص: 119-120.

والثقافة الجماهيرية في جوهرها؛ أشكال ثقافية متماسكة، ثم نشرت على نطاق جماهيري وعلى صعيد عالمي، متجسدة في تلك المفارقة الكبرى في عصرنا، حيث اتسعت دائرة المعنيين والمستهلكين للمادة الثقافية الجماهيرية وفي الوقت ذاته ضيقت دائرة وعدد المنتجين لهذه المادة.[1]

وحسب "فيليب بروتون"، فالثقافة الجماهيرية هي مثل كائن سوسيولوجي: "هي جسم مركب من أبعاد، رموز، أساطير، وصور تخترق الفرد في أعماقه، تنظم أفعاله وتوجه مشاعره". هذه الثقافة تحوي على نظام خاص هو جزء من تركيبتها الخاضعة لمقاييس الإنتاج الصناعي، والمبثة عبر وسائل الإعلام، لصالح أعداد ضخمة وهائلة من الأفراد.[2]

إذن فوسائل الإعلام الجماهيرية وبالتحديد التلفزيون، كان له الأثر البارز في إفراز ظاهرة الثقافة الجماهيرية، هذه الأخيرة التي جاءت نتيجة العلاقة القائمة بين وسائل الإعلام والثقافة، لتكتسب هذه الأخيرة بعدا آخر بعدا جماهيريا مشتركا بين عدد هائل من الناس، بغض النظر عن مستوياتهم التعليمية والثقافية.

وكامتداد لما سبق هناك من يرى أن الثقافة الجماهيرية تنتج الاغتراب، وبأنها منمطة، متكررة، سطحية، موجهة نحو استهلاك المتعة الزائلة، إن الثقافة الجماهيرية حسب هذا الرأي تنتج جماهيريا عدم التبصر، وتخنق الوعي الاجتماعي، إنها مسكنة من كثرة مغالاتها في التفاهة، كما أنها تثير وتدعم مسار الاغتراب الذي يعتبر كخاصية للمجتمع الجماهيري. بالمقابل هناك أقلية قليلة من المختصين في دراسات وسائل الإعلام ممن تحدث عن ثقافة جماهيرية بمفردات سياسية. فاشتمال هذه الثقافة على منتجات: التلفزيون، والراديو، السينما، الجرائد...، وتغطيتها لمجالات أكثر تحديدا جعلها تبدو شديدة الارتباط بمفهوم الترفيه.[3]

ولعل هذا ما جردها من أهمية مجمل الخطابات التي تتضمنها وجعلها محل انتقاد، فمضامين الثقافة الجماهيرية في التلفزيون وغيره من وسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى بنيت على نمط استهلاكي محض، يقوم على الترفيه وإشباع رغبات زائلة، والحط من المستوى الإعلامي والثقافي، هذا ما جعل الثقافة الجماهيرية تفقد إمكانية التفكير فيما يمكن أن تشتمل عليه من أهمية.

خلاصة:

[1] عبد الرحمان عزي: **ثقافة وسائل الإعلام والتحدي الحضاري**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص 33.

[2] لمياء طالة، **الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي**، مرجع سابق، ص 120.

[3] لمياء طالة، **الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي**، مرجع سابق، ص: 122-125.

بعد الطرح الذي تناوله هذا الفصل، يتضح لنا أن أغلب الباحثين في المجال الثقافي يشتركون في القول بأن عناصر الهوية الثقافية لا تخرج عن إطار الدين واللغة والتاريخ-سواء الوطني أو القومي-، إضافة إلى عادات وتقاليد الجماعة، كما تبين لنا أيضا الدور الكبير الذي يلعبه التلفزيون في سبيل إرساء قاعدة تصنيعية للثقافة، وجعلها مادة إعلامية مستهلكة، وقد تطرقنا إلى هذا الوضع القائم بين التلفزيون والثقافة، لنبين أن الإنتاج الإعلامي الغربي مبني أساسا على مبادئ استهلاكية تجارية تهدد القيم الثقافية للإنسانية، ومنه يمكن القول أن الأفلام الأمريكية التي تعد نموذجا في هذه الدراسة، ما هي إلا مواد إعلامية تتضمن أنماطا ثقافية موجهة للاستهلاك بالأساس وتحقيق الربح بغض النظر عما يمكن أن يلحق الثقافة والهويات الثقافية للشعوب-خاصة شعوب العالم الثالث-من خطر وتهديد بالذوبان في ثقافة واحدة أو إقصاء أو تهميش أو حتى اختفاء.

الفصل الثاني: التلفزيون والهوية الثقافية للشباب الجزائري

تمهيد

أولا–خلفية نظرية عن مفهوم الشباب

1. **تعريف الشباب**

أ–تعريف الشباب لغة

ب– تعريف الشباب اصطلاحا

2. **العناصر المكونة للشخصية الشابة**

3. **خصائص الشباب**

أ– الخصائص السلبية لمرحلة الشباب (الانفعالية)

ب– خصائص مرحلة الشباب الإيجابية

4. **حاجات الشباب**

ثانيا–الشباب ودور التلفزيون التنشئة الثقافية

1. **علاقة الشباب بالتلفزيون**

2. **دور التلفزيون في التنشئة الثقافية للشباب**

ثالثا–الهوية الثقافية الجزائرية

1. **الخصائص الثقافية للمجتمع الجزائري**

2. **ثقافة الشباب الجزائري وسماتها**

3. **الهوية الثقافية للشباب الجزائري**

خلاصة

الفصل الثاني: التلفزيون والهوية الثقافية للشباب الجزائري

تمهيد:

سنتطرق في هذا الفصل إلى مفهوم الشباب وكذا الهوية الثقافية للشباب الجزائري، وذلك مرورا بالحديث عن دور التلفزيون كشريك فعال في عملية التنشئة الثقافية لفئة الشباب، وذلك لما لوسائل الإعلام المحلية بما فيها التلفزيون من أهمية في حماية المجتمع من المضامين الإعلامية الأجنبية ذاب البعد السلبي، فموضوع التلفزيون ودوره في تنشئة الفرد ثقافيا جاء في هذا الفصل نظرا لطبيعة موضوعنا وأيضا لأن الدراسة الميدانية في هذا البحث تتضمن دور الإعلام المحلي في حماية هويتنا الثقافية.

كما سنتناول في هذا الفصل المفهوم اللغوي والاصطلاحي للشباب إضافة إلى العناصر المكونة للشخصية الشابة، وكذا خصائص وحاجات الشباب، مع التطرق لعلاقة الشباب بالتلفزيون، ثم تناول موضوع الهوية الثقافية الجزائرية استنادا لما جاء في الفصل السابق، بمعنى ذكر عناصر هذه الهوية وفق المقومات التالية: الدين، اللغة، التاريخ، والعادات والتقاليد، ويأتي هذا كتمهيد نظري قبل الانتقال إلى مفهوم عولمة الإعلام وتغير الثقافات في ظلها.

أولا–خلفية نظرية عن مفهوم الشباب:

1. تعريف الشباب:

تعد دراسة الشباب مجالا خصبا للبحث الأكاديمي والتطبيقي في مختلف العلوم الإنسانية. وأصبحت فئة الشبا تحظى بالاهتمام الكبير على المستويين المحلي والعالمي، نظرا لأهميتها في المجتمع. وقد حاول الباحثون فهم هذه المرحلة وتحديد مكانتها وأهم القضايا والأفكار والخصائص المميزة لها، وخصص علماء الاجتماع فرعا نظريا وإمبريقيا يهتم بدراسة قضايا الشباب ومشكلاته، أسموه "علم اجتماع الشباب"، Sociology of youth"، ويرجع هذا الاهتمام إلى إدراك دور الشباب وأهميته في تحقيق أهداف المجتمع، نظرا لما تتمتع به هذه الشريحة من خصائص مثل الحيوية والقدرة على العمل والمرونة، كما يتميز الشباب ببناء نفسي وثقافي يساعده على التكيف والتفاعل.[1]

وفيما يلي عرض لمجموعة من التعريفات، حول مفهوم الشباب من الناحية اللغوية والاصطلاحية:

أ–تعريف الشباب لغة:

الشباب لغة كما ورد في كتاب (لسان العرب) "لابن منظور": " الشباب: الفتاء والحداثة، ويقال: شَبَّ يَشِبُّ شَبَاباً، وشَبِيبَةٌ. والاسم الشبيبة وهو خلاف الشيب، والشباب جمع شابٍّ، وكذلك الشبان، وامرأة شَابَّةٌ من نِسْوَةٍ شَواب.[2] والمعنى نفسه ورد في قواميس اللغات الحية، ومنها اللغة الإنجليزية، فكلمة "youth" تعني هنا أول الشيء، بمعنى أنه طازج وحيوي، لذلك قيل قديما الشمس لا تسطع في المساء كما تسطع في الصباح.[3]

من خلال هذا التعريف اللغوي، نلاحظ أن كلمة شباب تعني: البداية وأيضا القوة مع صغر السن، عكس الضعف والشيب والهرم.

ب– تعريف الشباب اصطلاحا:

من خلال الدراسات التي أنجزت حول مفهوم الشباب، نلاحظ أن هناك صعوبة في الاتفاق على تعريف واضح للشباب كمفهوم موحد وشامل، باعتبار اختلاف الأهداف المنشودة من وضع التعريف، إلى جانب تباين المفاهيم والأفكار العامة التي يقوم عليها التحليل الذي يخدم تلك الأهداف، لذلك أصبح مفهوم الشباب قائما

[1] سهام باجي، **تأثير تلفزيون الواقع في تغيير الصورة الذهنية عن الجنسين لدى الشباب الجزائري**، مرجع سابق، ص 104.

[2] ابن منظور، **لسان العرب**، مجلد 1، مرجع سابق، ص 480.

[3] محمد قظام السرحان: **الإعلام الأمني والشباب**، جامعة نايف للعلوم الأمنية، 2001، ص 53.

على أساس المداخل والاتجاهات المعرفية التي تحدد مستويات معينة لتجاوز هذه الصعوبة المفاهيمية، وقد انحصرت في ثلاثة اتجاهات هي كالآتي:

- **الاتجاه البيولوجي:**

ويؤكد هذا الاتجاه الحتمية البيولوجية، باعتبار الشباب مرحلة عمرية أو طور من أطوار نمو الإنسان، الذي فيه يكتمل نضجه العضوي الفيزيقي، وكذلك نضجه العقلي والنفسي، والذي يبدأ من سن 15-25، وهناك من يحددها من 18-35 سنة.[1] ووفق هذا الاتجاه تبدأ مرحلة الشباب، بتخطي مرحلة بلوغ الحلم واكتمال النضج الجنسي؛ بلوغ القدرة على التناسل وتيقظ الحاجة الجنسية، ويحدث ذلك عند سن 15، أو قبلها بقليل. وتغطي مرحلة الشباب مدة 10 سنوات تقريبا، فتنتهي في 35 أو ما حولها.[2]

- **الاتجاه السيكولوجي:**

يرى هذا الاتجاه أن الشباب حالة عمرية تخضع لنمو بيولوجي "نمو عضوي" من جهة، ولثقافة المجتمع من جهة أخرى، بدءا من سن البلوغ، وانتهاء بدخول الفرد إلى عالم الراشدين الكبار، حيث تكون قد اكتملت عمليات التطبيع الاجتماعي، وهذا التعريف يحاول الدمج بين الاشتراطات العمرية والثقافية المكتسبة من المجتمع.[3]

ومرحلة الشباب من وجهة نظر أصحاب هذا الاتجاه تتحدد انطلاقا من قيام المجتمع بتأهيل الفرد لتأدية وظائف وأدوار، ليحتل مكانة اجتماعية في البناء الاجتماعي، بحيث يكون هناك اهتمام بالتغيرات البيولوجية والعضوية والكيميائية، التي تطرأ على جسم الإنسان، وما ينتج عنها من آثار نفسية واجتماعية وثقافية.[4]

- **السوسيولوجي (الاجتماعي):**

ينظر هذا الاتجاه إلى الشباب باعتباره حقيقة اجتماعية وليست ظاهرة بيولوجية فقط، بمعنى أن هناك مجموعة من السمات والخصائص إذا توافرت في فئة من السكان كانت هذه الفئة شباباً.[5]

---

[1] أتيم سايمون مبيور: الشباب والتربية الديمقراطية نقد الواقع والممكنات، **"احترام" المجلة السودانية لثقافة حقوق الإنسان وقضايا التعدد الثقافي**، عدد10، مارس، 2009، ص: 1-2.

[2] عزت حجازي: **الشباب العربي ومشكلاته**، عالم المعرفة، عدد6، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، فبراير 1985، ص 27.

[3] أتيم سايمون مبيور، الشباب والتربية الديمقراطية نقد الواقع والممكنات، مرجع سابق، ص 2.

[4] سهام باجي، **تأثير تلفزيون الواقع في تغيير الصورة الذهنية عن الجنسين لدى الشباب الجزائري**، مرجع سابق، ص: 106-107.

[5] أتيم سايمون مبيور، الشباب والتربية الديمقراطية نقد الواقع والممكنات، مرجع سابق، ص 2.

نلاحظ أن هذا الاتجاه لا يولي أهمية كبيرة لسن الفرد أو صفاته المورفولوجية، ليطلق عليه مصطلح "شاب"، بمعنى أن هناك من الأفراد يصنفون حسب هذا الاتجاه شبابا، حتى وإن تجاوزا هذه المرحلة عمريا وبيولوجيا ويكفي فقط أن تتوفر فيهم سمات وخصائص الشباب ليكونوا ضمن هذه الفئة، هذه الخصائص سنعرج عليها فيما هو قادم من هذه الدراسة، وبالضبط تحت عنصر (خصائص الشباب).

وفي استجماع لخلاصات هذه المقاربات المفاهيمية، يمكن القول بأن الشباب يبقى فئة اجتماعية ذات مكانة بارزة في النسيج المجتمعي، ومحددة سلفا بشروط الإنتاج وإعادة الإنتاج الاجتماعي في مجتمع معين، واعتبارا لكونه معطى اجتماعي فهو يشير إلى مرحلة عمرية تأتي بعد مرحلة الطفولة، وتلوح خلالها علامات النضج البيولوجي والنفسي والاجتماعي. وجدير بالذكر أن كل تعريف اجتماعي للشباب يضل مرتبطا بشروط إنتاجه الاجتماعية، فكل عقل جمعي ينتج شبابه ويحدد احتمالات الانتماء الاجتماعي لهذه الفئة أو الخروج منها.[1]

ونختم هذه التعريفات بقول "غوته"، الذي يعكس بصفة إجمالية أهمية هذه الفئة الاجتماعية، والتي تعتبر محركا للمجتمع، حيث يقول: "أن مستقبل الأمم مرهون بطاقات عناصرها الفتية".[2]

2. العناصر المكونة للشخصية الشابة:

إن هذه العناصر ذات طبيعة إنسانية وهو أمر بديهي، لأن الشاب في نهاية المطاف إنسان، لذا يمكن أن نجد هذه العناصر أحيانا في مراحل عمرية أخرى لكن بشكل مختلف، هذه الاختلاف يميز كل مرحلة عمرية عن أخرى. وفيما يلي العناصر المكونة لشخصية الشاب:

- المكون البيولوجي: ويعتبر عنصرا أساسيا يشترك فيه الإنسان مع الحيوان، ويوجد عندهما بقوة، ويشمل الدوافع والحاجات والغرائز التي لابد من إشباعها، لأن الامتناع عن ذلك يسبب توترا واضطربا لدى الشخص.
- المكون الاجتماعي: ويشكل العنصر الثاني في بناء هذه الشخصية، لكن لا يولد به الإنسان بل يتكون نتيجة التفاعل مع البيئة المحيطة به، كما أن عملية التنشئة الاجتماعية تنمي هذا العنصر لديه وتعمل على اكتمال أدواره.

[1] أتيم سايمون مبيور، الشباب والتربية الديمقراطية نقد الواقع والممكنات، مرجع سابق، ص 2.

[2] عبد الغني بوزيان، **استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية للقناة الأرضية والإشباعات المتحققة منها**، مرجع سابق، ص 67.

- المكون السيكولوجي: وهو حصيلة الخبرات التي اكتسبها الفرد، من خلال التكيف والتعامل مع العالم الخارجي، إضافة إلى اتجاهاته نحو هذا العالم. ويختلف هذا العنصر من فرد إلى آخر حسب التكوين البيولوجي وكذلك البيئة الاجتماعية للفرد، أي أن جزءا من الجانب السيكولوجي ناتج عن تفاعل العنصر الاجتماعي والعنصر البيولوجي،[1] وهو نفس الرأي أو الفكرة التي تبناها الاتجاه السيكولوجي المذكور سابقا تحت عنصر (تعريف الشباب)، حيث أن الحالة العمرية للشباب تخضع لنمو بيولوجي، من جهة ولثقافة المجتمع من جهة أخرى.[2]

هذا التفاعل بين العنصرين البيولوجي والاجتماعي يؤدي عند بلوغ ذروته إلى تصادم بين دوافع الشاب وغرائزه وحاجاته، وبين الضوابط الاجتماعية والثقافية، هذا ما ينتج حالة من عدم الاستقرار التي تميز الشاب في غالب الأحيان.

- المكون الثقافي: له أهمية في توجيه السلوك وطبع الغرائز، أي يمكن اعتباره عنصرا ضابطا، خاصة وأنه يتضمن العديد من العناصر مثل: الدين، القيم، الأخلاق...، ويستوعب الشاب هذه العناصر من خلال عملية التنشئة الاجتماعية والثقافية، لكن بالمقابل قد تسبب له ضغطا وتوترا يؤديان إلى عدم الاستقرار في بناء شخصيته.[3]

وتجدر الإشارة هنا أنه بحكم طبيعة موضوع دراستنا هذه، فإننا سنقوم بالحديث عن دور وسائل الإعلام وعلى رأسها التلفزيون، في التنشئة الاجتماعية والثقافية للشباب، وذلك بغية التعرف على قدرة التلفزيون في تقمص أدوار في هذه التنشئة ليست من اختصاصه، كدور الأسرة، والمدرسة وغيرها...، هذا ما سنتناوله في عنصر لاحق معنون بـ (دور التلفزيون في التنشئة الثقافية للشباب).

3. خصائص الشباب:

يمكن رصد مجموعة من الخصائص التي تميز مرحلة الشباب، هذه الخصائص تتباين بين ما هو سلبي وما هو إيجابي؛ لأن الفرد في هذه الفترة من العمر يكون تحت تأثيرات التغيرات التي تطرأ عليه، هذه التغيرات–سواء النفسية أو البيولوجية–تؤثر على الفرد فتكسبه الخصائص التالية:

---

[1] سهام باجي، **تأثير تلفزيون الواقع في تغيير الصورة الذهنية عن الجنسين لدى الشباب الجزائري**، مرجع سابق، ص 108.

[2] أتيم سايمون مبيور، الشباب والتربية الديمقراطية نقد الواقع والممكنات، مرجع سابق، ص 2.

[3] سهام باجي، **تأثير تلفزيون الواقع في تغيير الصورة الذهنية عن الجنسين لدى الشباب الجزائري**، مرجع سابق، ص 108.

أ- الخصائص السلبية لمرحلة الشباب (الانفعالية):

- عدم الاستقرار الانفعالي: في مرحلة الشباب وبصفة خاصة في بدايتها، تجتاح الشاب ثورة من القلق والضيق، ويصبح ثائرا على الأوضاع، متمردا على الكبار، ويكون مرهف الحس شديد الحساسية، ويتأثر تأثرا بالغا بنقد الآخرين، ويستغرق في أحلام اليقظة ويحقق عن طريقها ما لم يستطع تحقيقه في الواقع.[1]
- الحدة والعنف: هذه الخاصية هي امتداد لسابقتها، حيث غالبا ما يثور الشاب في هذه المرحلة لأتفه الأسباب، ويلجأ إلى استخدام العنف، ولا يستطيع التحكم في المظاهر الخارجية لحالته الانفعالية.[2]
- هناك من يرى أن الشباب لا يهتم بالمثل العليا ويقبل على المتع الحسية الرخيصة التي تعرضها وسائل الإعلام المختلفة.
- دائما ومن الناحية النفسية؛ يعتبر الرفض والتمرد من خصائص الشباب والتي قد تنتج عن ظروف الحرمان التي يعيشها الشاب، وعدم إشباعه لحاجاته في ظل الواقع المفروض. فيتولد عنه شعور بعدم الاقتناع بالواقع ويتحول إلى رفض وتمرد يتجسد في عدة أشكال وعلى مستويات مختلفة. فقد يتخذ صورة تمرد على الكبار، أو قد يتخذ هذا الرفض شكل النكتة الناقدة، أو الهجرة خارج الوطن أو حتى داخله، وغيرها من صور الرفض والتمرد.[3]
- التهور والانطلاق: حيث يندفع الشباب وراء انفعالاته، بسلوكيات شديدة التهور، وقد يلوم نفسه بعد أدائها.
- التقلب والتذبذب: يلاحظ ذلك حين يقع الشاب في موقف اختيار، نجده في مدى قصير يتقلب في انفعالاته ويتذبذب في قراراته الانفعالية، بين الغضب والاستسلام، وبين السخط والرضا، بين الإيثار والأنانية، بين المثالية والواقعية، هي كلها مظاهر لقلقه وعدم استقراره النفسي.[4]

هذه أهم الخصائص التي يمكن إدراجها ضمن خانة السلبيات، والملاحظ أنها متعلقة بالجانب النفسي (الانفعالي)، لكن لا يمكن إرجاعها إلى هذا العامل فقط، وإنما يمكن إرجاعها أيضا إلى التغيرات الجسمية والبيولوجية، إلى جانب نمو القدرات العقلية، وحتى نوع العلاقات الأسرية.[5]

---

[1] عبد الغني بوزيان، **استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية للقناة الأرضية والإشباعات المتحققة منها**، مرجع سابق، ص 69.

[2] ماجد الزيود: **الشباب والقيم في عالم متغير**، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص 38.

[3] سهام باجي، **تأثير تلفزيون الواقع في تغيير الصورة الذهنية عن الجنسين لدى الشباب الجزائري**، مرجع سابق، ص 109.

[4] ماجد الزيود، **الشباب والقيم في عالم متغير**، مرجع سابق، ص 38.

[5] عبد الغني بوزيان، **استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية للقناة الأرضية والإشباعات المتحققة منها**، مرجع سابق، ص 69.

ب- خصائص مرحلة الشباب الإيجابية:

هناك خصائص أخرى للشباب، يمكن أن توصف بالإيجابية نقدمها كتالي:

- القدرة على التعلم والعمل وسهولة بناء العلاقات الاجتماعية، إلى جانب تميز الشاب بالحيوية والنشاط وتمتعه ببناء نفسي وثقافي يمكنه من التكيف والتوافق، والمشاركة في بناء المجتمع.[1]
- النزعة إلى الاستقلال: ينزع الشباب إلى الاستقلال الاجتماعي، والانتقال من الاعتماد على غيره إلى الاعتماد على نفسه، والتطلع إلى تحمل بعض المسؤوليات الاجتماعية. وهكذا مع نهاية هذه المرحلة يبلغ الشاب آخر درجات النضج الجسمي والعقلي، ومن الناحية الاجتماعية ينمي الشاب اتجاهات جديدة نحو والديه وزملائه ومن يكبرونه، وينتقل من علاقات محدودة بالأسرة، إلى حياة اجتماعية خارجية على نطاق واسع، فيزداد اهتمامه بالآخرين، ويتحرر من نزعته الفردية والأنانية.[2]
- القدرة على الإنتاج: فالشباب عبارة عن طاقة قادرة على الإنتاج عن طريق الممارسة الفعلية للحياة، يكتسب خلالها الشاب تجربة اجتماعية واقتصادية وثقافية...، ففئة الشباب بطبيعتها قادرة على الإنتاج، ثم إنه -أي الشباب-طاقة مركبة قادرة على النمو بالمهارات المختلفة الجسمية واليدوية والعقلية.[3]
- القدرات العقلية: في مرحلة الشباب تبلغ القدرات العقلية مستوى أعلى من مرحلة الطفولة، وتصبح أكثر دقة في التعبير، مثل القدرة على التعبير اللفظي، ومن هنا تبدأ الهوايات والميولات الخاصة في الظهور، وينمو التذكر والانتباه، معتمدا على الفهم واستنتاج العلاقات، وتنمو معه القدرة على الاستدعاء والتعرف، وتزداد القدرة على التخيل المجرد غير المحصور في نطاق الصور الحسية، كما ينمو التفكير المجرد وتزيد القدرة على الاستدلال والاستنتاج، وحل المشكلات والقدرة على التحليل والتركيب. [4]

إضافة لخصائص الشباب (السلبية والإيجابية) آنفة الذكر، هناك خصائص أخرى متعلقة أكثر بالجانب الفيزيولوجي يمكن ذكرها في هذا السياق:

---

[1] سهام باجي، **تأثير تلفزيون الواقع في تغيير الصورة الذهنية عن الجنسين لدى الشباب الجزائري**، مرجع سابق، ص 109.

[2] عبد الغني بوزيان، **استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية للقناة الأرضية والإشباعات المتحققة منها**، مرجع سابق، ص: 69-70.

[3] عبد المنصف حسن رشوان: **ممارسة الخدمة الاجتماعية في رعاية الشباب وقضاياهم**، المكتب الجامعي الحديث، أسوان، 2006، ص 38.

[4] عبد الغني بوزيان، **استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية للقناة الأرضية والإشباعات المتحققة منها**، مرجع سابق، ص: 68-69.

- **الخصائص الجنسية:** من النمو الفيزيولوجي تبدأ الخصائص الجنسية الأولية والثانوية في الظهور، والتي تجعل الشاب قادرا على التناسل، وتتجلى حاجاته الجنسية بإلحاح مع كل ما يصاحبها من توترات داخلية نتيجة الصراع بين الأشكال والمؤسسات التي تتيح له إشباعها.
- **النمو الجسمي:** يتميز النمو الجسمي في مرحلة الشباب بالسرعة وعدم الانتظام، كالزيادة في الطول والوزن، وعليه تبدأ ملامح الطفولة في التغير فيزول تناسق الوجه، ويأخذ شكلا جديدا، وتتسبب هذه التغيرات السريعة والمفاجئة في حساسية لشاب نحو جسمه أو ذاته، لأن جسم الإنسان من المقومات الأساسية في تكوين شخصيته، وهذه التغيرات ليست مهمة في حد ذاتها بقدر ما هي مهمة من حيث تأثيراتها غير المباشرة على شخصية الشاب وقدراته وسلوكه.[1]

في الأخير نقول إنه عند الحديث عن خصائص فئة الشباب كشريحة اجتماعية مهمة، نقف عند حقيقة مفادها أنه وبالرغم من اتفاق الشباب في الخصائص العمرية، والبيولوجية وحتى بعض الخصائص النفسية، فإن الشباب الجزائري يختلف عن عامة الشباب بخصائص لها علاقة بالخلفية الثقافية والظروف الاجتماعية، والانتماءات الدينية والجغرافية...، وغيرها، وما يهمنا نحن في هذه الدراسة هو هوية الشباب الجزائري الثقافية، حيث سنقوم بالتطرق لسمات ثقافة هذا الشباب وانتمائه الثقافي.

4. حاجات الشباب:

تعرف الحاجة على أنها: "رغبة ملحة عند الكائن الحي في شيء ما ينقصه، مما يتسبب عنها حالة من التوتر العضوي والنفسي يعاني منها بصورة مستمرة حتى تستجاب هذه الرغبة، وقد يدرك الكائن الحي رغبته هذه، وقد لا يتعرف عليها، غير أنه يحاول جاهدا تحقيقها بمجرد تحديدها، لكي يتخلص من حالة التوتر التي يعاني منها".[2]

وبناءا على هذا، فقد قسم (عزت حجازي) حاجات الشباب إلى ثلاث فئات من الحاجات تظهر لدى الشباب في المجتمع الحديث:

- ✓ **حاجات فيزيولوجية:** وهي الحاجات الخاصة بالمحافظة على التوازن الفيزيولوجي الضروري للإنسان، ومنها:
  - حاجات الجسم للطعام والشراب وغيرها.

[1] عبد الغني بوزيان، **استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية للقناة الأرضية والإشباعات المتحققة منها**، مرجع سابق، ص 68.

[2] مديحة جيطاني: **استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية**، ماجستير في الدعوة والإعلام، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2009، ص 7.

- حاجات خاصة بالنشاط الجنسي، وهي تقتضي تكوين ميول نحو الجنس الآخر والارتباط بعلاقات معه، وحل مشكل الإشباع الجنسي الذي يتطلبه تيقظ الحاجة الجنسية.

✓ **حاجات نفسية:** ومنها:

- الحاجة لفهم الذات وتقبلها، وهذا يتطلب فهم التغيرات التي تطرأ على كيان الفرد، وقبولها، والحصول على قبول الآخرين لها، وإعادة تنظيم الاتجاهات والسلوك نحوها.
- الحاجة إلى تأكيد تميز الذات واستقلالها، وتتضمن الحصول على الاعتراف بالاستقلال عن الوالدين والآخرين والسلطة.

✓ **حاجات اجتماعية:** ومنها:

- الحاجة إلى الحصول على اعتراف بتخطي مرحلة الطفولة، والانتماء إلى جماعات الراشدين.
- الحاجة إلى شغل دور له معنى في الحياة.[1]

وتجدر الإشارة إلى أن هذه الحاجات إنسانية، لكن طريقة الإشباع تختلف من فرد لآخر، بل قد يتغير سلم الأولويات حتى عند الشخص نفسه، وبما أن الحاجات الإنسانية متغيرة، منها ما يضعف أو يختفي وهناك حاجات تتولد وتتطور حسب مقتضيات الحياة الاجتماعية، وكلما أشبعنا حاجات ظهرت حاجات أخرى أقوى، وما قيل عن الحاجات الإنسانية ينطبق على حاجات الشباب؛ إذ توجد حاجات أساسية مشتركة بين الشباب وحاجات أخرى تختلف باختلاف خصائصهم، كما أن حاجات الشباب تختلف من مجتمع لآخر تبعا لدرجة تحضر المجتمع ، وقيمه وعاداته وتقاليده، والظروف السياسية والمستوى المعيشي، وغيرها من خصائص المجتمعات.[2]

هذا ما يؤكد اشتراك الشباب الجزائري في حاجات كثيرة مع بقية شباب العالم، ولكن هذا لا ينفي تفرده ببعض الحاجات المنبثقة من عمق مجتمعه وتوجهات مناخه السياسي، وقيمه،...إلخ، وفيما يلي بعض حاجات الشباب الجزائري:

- **الحاجة إلى الحوار داخل الأسرة:** يعتبر الحوار والتواصل والتفاعل الداخلي بين الآباء والأبناء من أهم الحاجات الاجتماعية للشباب الجزائري، فالحوار دليل وعنوان التفاهم والتقدير الاجتماعي، وقد برزت إلى

[1] عزت حجازي، **الشباب العربي ومشكلاته**، مرجع سابق، ص: 49-50.

[2] سهام باجي، **تأثير تلفزيون الواقع في تغيير الصورة الذهنية عن الجنسين لدى الشباب الجزائري**، مرجع سابق، ص: 112-113.

السطح في السنوات الأخيرة، بسبب التحضر وضغوط الحياة ظاهرة الفتور وعدم التواصل الداخلي بين أفراد الأسرة، وبالأخص بين الآباء والأبناء.

- **حاجة الشباب الجزائري إلى العدل والمساواة في المجتمع**: ويشار بذلك إلى الحقوق والواجبات اتجاه مؤسسات الدولة التي يرتبط بها الشاب ارتباطا عضويا في دراسته وقضاء حاجاته الإدارية، يضاف إلى ذلك ما يشاهده في الواقع من آفات، ومظاهر الظلم، وانتشار المنكرات المنافية للأخلاق العامة والأعراف في الحياة العمومية.[1] إضافة إلى حاجة الشباب الجزائري للدعم المادي والمعنوي، وإشراك هذا الشباب في المنظومة المسيرة لمجتمعنا بشكل أكبر، وذلك للاستثمار في القدرات البشرية (الشبابية) الهائلة التي تتمتع بها الجزائر.

[1] محمد بوخلوف وبوزيد صحراوي: **الشباب الجزائري واقع وتحديات**، مطبعة الملكية، مخبر الوقاية والأرغنوميا، جامعة الجزائر2، 2012، ص: 283-294.

ثانيا–الشباب ودور التلفزيون التنشئة الثقافية:

1. علاقة الشباب بالتلفزيون:

يعتبر الشباب من أهم المراحل العمرية التي يمر بها الإنسان، نظرا لما تتميز به هذه المرحلة من قدرة الفرد على العطاء، كما أنها أكثر مراحل الإنسان عمر الإنسان نشاطا وحيوية وإنتاجا، من هنا كان الاهتمام المتزايد بقضايا الشباب، فدراسة هذه الفئة الاجتماعية أصبحت محورا رئيسا في مختلف المذاهب والبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية.

وبناءا على ما تتميز به الشخصية الشابة من خصائص تميزها عن باقي شرائح المجتمع، هذه الخصائص التي منها حب الاطلاع، الاكتشاف والاستقلالية، ومتابعة المضامين الإعلامية، فإن الشاب بحكم طبيعته الإنسانية إلى جانب خصائص مرحلته العمرية، يتميز بميول نحو المعطيات الإعلامية، وبما أن التلفزيون يعد من أهم وسائل الإعلام وأكثرها جماهيرية، فإن له دور كبير في التكوين النفسي والذهني للشباب، سواء كان ذلك بطريقة إيجابية أو سلبية.

فوسائل الإعلام تؤثر في حياة الفرد والجماعة، خاصة وأنها تحظى بجماهيرية وشعبية كبيرتين، وتحظى أيضا بانتشار واسع بين الأفراد باختلاف أعمارهم وانتمائهم الطبقي، كما أنها تتمتع بنفوذ وقوة مكناها من التأثير في عملية تشكيل الرأي العام وتغيير الاتجاهات وكذا صياغة الأفراد وصنع القرارات...، هذه التأثيرات وغيرها جعلت من وسائل الإعلام سلاح ذو حدين.[1] فهذه الوسائل لها القدرة على الحفاظ على تماسك البنية الاجتماعية من خلال غرس روح التضامن والولاء للجماعة، كما أن لها القدرة على تدمير هذا التماسك الاجتماعي من خلال التضليل الإعلامي، وبث مضامين إعلامية تحط من المستوى الفكري لأفراد المجتمع.

وبالعودة إلى الحديث عن علاقة الشباب بالتلفزيون، يمكن القول أن التلفزيون يعتبر سمة من سمات العصر التي لا يمكن إنكار قدرتها على جذب الشباب إليها بحكم الخصائص المميزة لهذه الوسيلة، فالتلفزيون يجمع بين الصورة والصوت ما يعطيه قدرة كبيرة على استقطاب الجماهير، كما أن بإمكانه إشباع الحاجات الإعلامية المختلفة للجمهور، كالاطلاع على آخر المستجدات، والتعرف على أنماط حياتية جديدة، هذا ما يجعل فئة الشباب من أكثر الشرائح الاجتماعية ميولا لهذه الوسيلة وتعرضا لها.

[1] سهام باجي، **تأثير تلفزيون الواقع في تغيير الصورة الذهنية عن الجنسين لدى الشباب الجزائري**، مرجع سابق، ص 129.

كما أن الانتشار الواسع للتلفزيون يجعله لا محالة الوسيلة الأكثر تغطية للمجتمعات عبر المعمورة، وهو ما يضمن تأثير هذه الوسيلة على مختلف الفئات باختلاف الأعمار والمستويات.

إن ميول الشباب نحو الحداثة ومواكبة العصر وحب الاطلاع على الآخر، وعلى ما توصل إليه العلم في المجال الإعلامي والتكنولوجي، وأيضا خاصية الانفتاح التي تميز هذه الشريحة، كل هذه الحاجات وغيرها تجعل من الفئة الشبانية ذات ميول متزايدة نحو ما يشبع هذه الحاجات من خلال الوسائل الإعلامية. والتلفزيون له من الخصائص والقدرة التأثيرية ما يمكنه من تحقيق هذا الإشباعات.

لكن بالمقابل لن تكون هناك إيجابية مطلقة لهذه الوسيلة، بل هناك من التأثيرات السلبية على الإنسان بصفة عامة والشباب بصفة خاصة ما ينذر بالخطر، هذه التأثيرات السلبية سنقوم بالتطرق إليها فيما هو قادم من هذه الدراسة.

2. دور التلفزيون في التنشئة الثقافية للشباب:

قبل التطرق لدور التلفزيون في التنشئة الثقافية للشباب، سنقوم قبل ذلك بوضع مصطلح "التنشئة الثقافية" في سياقه المفاهيمي، حيث أن هذا المصطلح هو جزء من مفهوم أشمل وأكثر عمقا وهو مفهوم "التنشئة الاجتماعية"، هذا الأخير الذي سنقوم بوضعه في إطار نظري كالآتي:

التنشئة لغة: "من نشأ ونشوءا، نشاءة، يقال: نشأ الطفل وشب وقرب من الإدراك، يقال: نشأت في بني فلان، أي تربيت فيهم وشببت بينهم. ونشأ الله السحابة رفعها، والنشء من جمع ناشئ، وقد ورد مصطلح التنشئة في القرآن الكريم، حيث قال الله تعالى:﴿ هُوَ أَنشَأَكُم مِّنَ الْأَرْضِ ﴾ [سورة هود-الآية: 61]، أي ابتداء خلقكم.[1]

التنشئة الاجتماعية اصطلاحا: يعرفها البعض على أنها: " العملية الاجتماعية التي يصبح الفرد بفضلها مندمجا في جماعة اجتماعية من خلال تعلم ثقافتها ومعرفة دوره فيها، وهي عملية مستمرة على مدى الحياة". وهذا ما يحدث بصفة خاصة في السنوات المبكرة من عمر الفرد. كما أنها: "عمليات تعلم وتعليم وتربية تؤدي إلى

[1] مالك شعباني، دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مرجع سابق، ص 216.

تشكيل السلوك الاجتماعي للفرد، وإدخال ثقافة المجتمع في بناء شخصيته وتحوله من كائن بيولوجي إلى كائن اجتماعي، وتكسبه صفة الإنسانية.[1]

وإذا كانت التنشئة الاجتماعية هي عملية مستمرة في حياة الفرد، فهي تكتسي أهمية خاصة في المراحل الأولى من الحياة، أي الطفولة، المراهقة والشباب، ومن بين أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية: الأسرة، المدرسة، المسجد ووسائل الإعلام،[2] هذه الأخيرة تلعب دورا أساسيا في عملية التنشئة الاجتماعية، لأنها مصدر معلومات وآراء وأفكار وصور واتجاهات بالنسبة لكثير من الأطفال والشباب الذين يستهلكون منتجاتها.

وعليه فإن وسائل الإعلام يمكن أن تثري حياة الشباب بالخلق والإبداع والتربية والترفيه، وأن تؤثر في مواقفهم السلوكية إذا اتسمت بطروحات وأفكار ومشاهد فجة ودنيئة، سيما ما تعلق منها بالجنس والعنف والجشع وغيرها...، وهذا الأمر متوقف على ظروف كل بلد ومستوى تطور وسائل الإعلام فيه، وهل تقوم بدور التنشئة الاجتماعية حصريا، أم تشاركها فيه وسائل إعلام أجنبية.[3]

بالنسبة لنا نحن في الجزائر هناك حضور قوي للإعلام الأجنبي (من خلال البث الفضائي)، وهذا الأمر بدون شك سيؤدي إلى مشاركة فعالة لهذا الإعلام الوافد في عملية التنشئة الاجتماعية، وما ينجر عن هذه المشاركة من مخاطر على أطفالنا وشبابنا.

أما التنشئة الثقافية فتعرف على أنها: "عملية تشكيل للإنسان عن طريق التعليم والتدريب حتى يصير شخصا قابلا للتكيف مع البيئة الثقافية السائدة في مجتمعه، وهذه العملية تتم بكيفية شعورية أحيانا، وبكيفية لا شعورية في غالب الأحيان، ذلك أن الطفل يولد وهو خاضع خضوعا كليا لدوافعه الغريزية الحيوانية، وعندما يبدأ في الكبر شيئا فشيئا يتولاه المجتمع ويلقنه تقاليده وعاداته، وتمرينه على القيام بمجموعة من الأعمال والسلوكيات التي تتطلبها الحياة".[4]

بناءا على هذا وبالعودة إلى دور التلفزيون في التنشئة الثقافية للشباب، يتبين أن لهذه الوسيلة الإعلامية دور هام في عملية التنشئة الاجتماعية والثقافية والنمو الاجتماعي للفرد والجماعات، والوظيفة التربوية للتلفزيون تندرج

---

[1] السعيد بومعيزة: **أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب**، دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص 181.

[2] نفس المرجع، ص 181.

[3] نفس المرجع، ص 183.

[4] أحمد بن نعمان: **هذه هي الثقافة**، دار الأمة، الجزائر، 1996، ص 225.

تحت المفهوم الشامل للتنشئة ببعديها الاجتماعي والثقافي، إذ أننا نسجل احتواء برامج التلفزيونية على مواد تخضع لقواعد العمل التربوي (من حيث خضوعها لمناهج وأهداف ومبادئ وأساليب التربية)، كما تحتوي على مواد أخرى كثيرة لا تخضع لذلك لكنها تؤثر بشكل غير مباشر في قناعات وسلوك الأفراد.[1]

وعليه فإن قضاء الشباب وقتا كبيرا أمام التلفزيون يعطي هذا الأخير فرصة التحكم في أذواق الشاب وعقله ومخيلته، إضافة إلى التأثير في أفكاره وتصوراته، مما يجعل من التلفزيون شريكا مهما في التنشئة الاجتماعية والثقافية-كما هو الحال للمنظومة الإعلامية ككل-خاصة للأسر التي تتخلى عن مسؤولياتها وتوكل الأمر للتلفزيون.[2]

إذن فلوسائل الإعلام وعلى رأسها التلفزيون دور بالغ الأهمية في عملية التنشئة الاجتماعية والثقافية للشباب، بفضل ما يتمتع به من جاذبية وتأثير وانتشار، وكثيرا ما تقمص دور الأسرة والمدرسة ومختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية والثقافية الأخرى، هذا الأمر بقدر ما هو إيجابي من حيث اكتساب الطفل والمراهق والشاب للمعلومات، والاطلاع على المستجدات والانفتاح على الآخر، بقدر ما هو سلبي، بل دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية والثقافية سلبي أكثر منه إيجابي، وهذا بحكم تدخل المضامين الأجنبية (من خلال البث الفضائي)، وما يحمله من قيم وعادات قد لا تتوافق مع قيمنا وأخلاقنا وعاداتنا.

[1] مالك شعباني، دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مرجع سابق، ص219.

[2] سهام باجي، **تأثير تلفزيون الواقع في تغيير الصورة الذهنية عن الجنسين لدى الشباب الجزائري**، مرجع سابق، ص 132.

ثالثا–الهوية الثقافية الجزائرية:

1. الخصائص الثقافية للمجتمع الجزائري:

إن المجتمع الجزائري ينتمي بحكم موقعه وقوميته وخصائص ثقافته إلى الدول الإفريقية المتوسطية، العربية المغاربية الإسلامية، الأمازيغية، وبالتالي فهو يحمل مزيجا متنوعا من الموروث الحضاري والثقافي، الناجم عن هذه السمات، إلى جانب الموروث التاريخي الناجم عن الحقب الاستعمارية المتعددة التي شهدتها الجزائر على مر التاريخ، من الاستعمار الروماني إلى الاستعمار الفرنسي آخر المستعمرين.[1] ويمكن القول أن تأثيرات الاستعمار الفرنسي الثقافية لا تزال سارية المفعول في المجتمع الجزائري إلى يومنا هذا، بحكم الفاصل الزمني القصير الذي يفصل الجزائر المستقلة عن الجزائر التي كانت تقبع تحت نير هذا الاستعمار، إلى جانب العمل الكبير من جانب فرنسا لتكبيل المجتمع الجزائري وجعله تابعا لها فكريا وثقافيا، فالاستعمار الفرنسي من أخطر أنواع الاستعمار لأنه يستهدف إلى جانب غزو الأرض، غزو العقول والأذهان.

فرنسا لم تتخلى عن منطقة المغرب العربي–بما في ذلك الجزائر–حتى بعد الاستقلال التام عنها، وقد جندت لذلك العديد من الوسائل بكل الأبعاد لضمان بقاء هذا الارتباط، ويعد البعد الثقافي من أهم الأبعاد التي ساعدت فرنسا على استمرار تواجدها بالمنطقة، وهذا ما يوضحه تأكيد الرئيس الفرنسي السابق "شارل ديغول"، على أهمية العناصر الثقافية والاجتماعية في تدعيم مكانة فرنسا بالمنطقة–المغرب العربي–، ودعوة الفرنسيين (مع استقلال الجزائر 1962) إلى الإبقاء على الفرانكفونية (الناطقة بالفرنسية)، إن أرادوا الحفاظ على تدفق بترولها في قنواتهم وهيمنة سلعهم على أسواقها، كما سعت فرنسا إلى الحفاظ على هيمنة النخب الناطقة بالفرنسية، هذه الهيمنة التي تشمل جميع المجالات. كما بذلت فرنسا من الناحية الثقافية كل جهدها من أجل نشر ثقافتها وحضارتها بمنطقة المغرب العربي، من خلال الفرانكفونية والتبادل في مجال التعليم العالي ومختلف النشاطات الثقافية.[2]

من خلال ما سبق يتبين لنا التأثير الثقافي الكبير الذي عملت فرنسا على خلقه وغرسه في أوساط المجتمع الجزائري، هذا الأخير الذي لا يزال إلى يومنا هذا ضحية لهذا النهج الثقافي الاستعماري، ولعل من أهم المظاهر

---

[1] آمنة ياسين بلقاسمي ومحمد مزيان: العولمة الثقافية وتأثيرها على هوية الشباب والمراهقين الجزائريين، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، عدد8، جامعة وهران (السانيا)، الجزائر، جوان 2012، ص 47.

[2] صفية نزراي: **الأمن الثقافي لمنطقة المغرب العربي في ظل تنامي العولمة**، ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، كلية الحقوق، باتنة، الجزائر، 2010–2011، ص: 116–117.

التي تتجلى فيها نتائج التهجين الفرنسي لثقافة الجزائريين هي؛ اللغة التي تعتبر وعاء للفكر وركيزة أساسية من الركائز الثقافية لأي مجتمع، واستهداف اللغة يعني استهدافا للفكر والثقافة، يعني استهداف الدين (الدين الإسلامي) كونه لغة القرآن وهي العربية، وأيضا استهدافا للانتماء التاريخي والقومي وتغييرا للعلاقات الاجتماعية التي تميز المجتمع الجزائري، والمستمدة من الدين الإسلامي. ولا يمكن بأي حال من الأحوال الحديث عن خصائص ثقافة المجتمع الجزائري بمعزل عن الموروث الثقافي الاستعماري، نظرا للفترة الكبيرة التي قضاها المستعمر الفرنسي في الجزائر، والتي دامت مائة واثنان وثلاثون سنة، فالمعايش للمجتمع يدرك تمام الإدراك تلك التبعية لفرنسا سواء كان ذلك بوعي أو بدون وعي، فلغتنا ولهجاتنا الجزائرية أصبحت اليوم لهجات هجينة مليئة بالمفردات الفرنسية، وحتى استعمالنا لهذه المفردات هو استعمال خاطئ، إضافة لهذا هناك تبعية اقتصادية وحتى اجتماعية، ودليل ذلك أن أكبر جالية جزائرية في الخارج تتواجد بفرنسا، وما تفرزه من علاقات اجتماعية هنا في الجزائر. هذه المظاهر تبين لنا مدى تأثر الخصوصية الثقافية الجزائرية بالخلفية الاستعمارية.

وفي مقابل ذلك توجد العديد من الجهود المبذولة التي وقفت في وجه هذا التيار المفرنس للشعب الجزائري، إذ نجد العديد من الرجال والمفكرين الذين تصدوا لغزو فرنسا الثقافي-إلى جانب غزوها العسكري-، على رأسهم (عبد الحميد ابن باديس والبشير الإبراهيمي)، وغيرهم من الذين حاولوا جاهدين بناء منظومة مناعة تحمي ثقافة الجزائريين وهويتهم عن طريق التعريب (المدارس العربية، الكتاتيب والزوايا...)، رغم قوة فرنسا ونجاحها إلى حد كبير في خلق جو فرنسي -إن صح التعبير- في الجزائر، إلا أن هذا لا ينفي النتائج المحققة من طرف المحافظين على الهوية الجزائرية، حيث لا تزال آثار جهودهم ظاهرة إلى اليوم.

إضافة لما سبق وبناءا عليه يمكن رصد خصائص ثقافة المجتمع الجزائري في النقاط التالية:

- المجتمع الجزائري مجتمع تقليدي بمختلف مكوناته الاجتماعية، فقد نشأ بدويا بطبعه، حتى التنشئة الاجتماعية كانت كذلك، هذا ما يؤكده الدكتور (عشراتي) بقوله: "فالسلف لم ينشأ فقط بداة، لكن ثقافة البادية والعقلية الرعوية والزراعية، قد لازمتهم عهودا طويلة قبل أن يدركوا مستوى التمدن والاستقرار".[1]

- سادت روح القبيلة وطبعت التاريخ الوطني للجزائر، وطريقة عيش مجتمعه، وما يلاحظ إلى يومنا هذا أن نشأة المدن والقرى تخضع بدورها إلى تجمع انتماءات عائلية وقبائلية، التي تعتبر من العقليات التقليدية التي حافظ عليها المجتمع الجزائري، وهذا نظرا لصلابة البناء الاجتماعي، وحسب الدكتور (عشراتي): "بيئتنا بيئة لا فكرية

[1] فاطمة الزهراء كوسة: **أزمة الهوية عند الشباب الجزائري**، ماجستير في علم النفس العيادي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2004-2005، ص: 35-36.

بسبب طغيان قيم البداوة".

– قبل أن تكون الثقافة الجزائرية انعكاسا لعادة أو ترجمة لعمل فكري، كانت ولا تزال قبل كل شيء تعبيرا عن الانتماء إلى حضارة ميزتها؛ العربية والأمازيغية والإسلام، وهي السمات الأساسية للشخصية الوطنية الجزائرية التي حاولت الحفاظ عليها من محاولات استعمارية لسحبها كلية من ذاكرة الأمة الجزائرية ومن حياتها اليومية. [1]

– الثقافة الجزائرية كما سبق وذكرنا متعددة الأبعاد ومتشعبة الأطراف، ونلاحظ أن فيها توجها فرنسيا–على سبيل المثال لا الحصر–ولهذا يحتدم الصراع بين المعربين والمفرنسين، وبالتالي نحن في مواجهة أزمة لغوية وثقافية في الجزائر. [2]

– تتميز الجزائر بتنوع ثقافي، إلا أن هذا التنوع قائم في إطار وحدة ثقافية وطنية واحدة (فالقبائلية، الشاوية والمزابية والتارقية...)، ليست ثقافات منغلقة ومعيقة للتحديث والوحدة، بل هي واحدة من المكونات الأساسية للوحدة. [3]

2. ثقافة الشباب الجزائري وسماتها:

يعتبر المجتمع الجزائري من المجتمعات الفتية، حيث أن الفئة الغالبة في هذا المجتمع هي فئة الشباب، هذا الشباب الذي يتميز بثقافة لن تخرج في الغالب عن خصوصية المجتمع الثقافية ككل، والتي عرجنا عليها في العنصر (الخصائص الثقافية للمجتمع الجزائري)، وبالتالي ليست هناك فروقات بين ثقافة المجتمع الجزائري وثقافة شبابه.

وعليه سنركز في حديثنا عن ثقافة هذا الشباب في إطار التحولات التي يعرفها العالم والتي شملت كل المجالات وعلى مختلف الأصعدة، فالتغيرات الحاصلة في عالمنا المعاصر (اقتصادية، اجتماعية وإعلامية...) ستلقي بظلالها دون شك على ثقافة الشباب الجزائري.

وتأكيدا لهذا الطرح تشير بعض التقارير إلى أن الشباب بين 15و24 سنة في المنطقة العربية يقعون تحت ضغط الإحباط والتوقعات التي تحدثها بشكل جزئي مؤثرات الإعلام والتكنولوجيا والديناميكيات التحولية في البنى الأسرية، بالإضافة إلى الصراعات السياسية والأزمات المستمرة التي تعيشها معظم بلدان المنطقة. [4]

---

[1] عبد الغني بوزيان، **استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية للقناة الأرضية والإشباعات المتحققة منها**، مرجع سابق، ص 97.

[2] فاطمة الزهراء كوسة، **أزمة الهوية عند الشباب الجزائري**، مرجع سابق، ص 35.

[3] رحيمة شرقي، الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العصر، مرجع سابق، ص 195.

[4] اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الأسكوا): **تقرير الأمم المتحدة**، دور التربية والتنمية الاجتماعية–الاقتصادية في مواجهة التحديات وفي تطوير قدرات الجيل العربي الشاب، اجتماع الخبراء، 26–27 فبراير، 2007.

وبالعودة للحديث عن ثقافة الشباب الجزائري، فإن علماء الاجتماع أدرجوا مفهوما جديدا هو "ثقافة الشباب"، وهم يقصدون بذلك أن الشباب يمثل مرحلة من مراحل النمو الإنساني، لها ثقافتها الخاصة التي تعبر عن مجموعة القيم والاتجاهات والآراء، وأنماط السلوك التي تحظى بالقبول في تلك المرحلة العمرية، وثقافة الشباب من هذا المنظور تمثل إحدى الثقافات الفرعية في المجتمع، وتظهر في ثقافة الشباب الملامح الأساسية لثقافة المجتمع.[1]

هذا ما يؤكد أن ثقافة الشباب الجزائري ما هي إلا صورة من صور الثقافة الجزائرية ككل؛ بمعنى أن هذا الشباب هو شباب مسلم أمازيغي، عربي، شاوي، تارقي وميزابي، له انتماءاته التاريخية والقومية، لكن هناك خصائص تميز ثقافة الشباب عامة بما في ذلك الشباب الجزائري، هذه الخصائص ما هي إلا تحصيل حاصل لخصائص الشباب في حد ذاتها، وعليه يمكن إدراج خصائص ثقافة الشباب على النحو الآتي:

- رفضها للتسلط والوصاية اللذين يمارسهما الكبار، ومطالبتها بالحرية والمساواة والعدالة والديمقراطية، مع سعيها لنصرة القضايا الإنسانية كمساندة الفئات الفقيرة، ودعم قضايا التحرر ضد الاحتلال في العالم (وهذا ما يتجلى مثلا في موقف الشباب الجزائري الداعم للقضية الفلسطينية).
- تتمتع هذه الثقافة الشبانية بطابع نقدي وتقويمي، إذ تعمل على نقد ما هو كائن وتسعى إلى تقييم مدى كفاءته ونجاحه في إشباع حاجات الشباب.
- تتمتع ثقافة الشباب بأسلوب (الموضة)، ما يجعلها متميزة عن باقي الثقافات، ويتبلور هذا الأسلوب في اجتماع ثلاث مقومات أساسية؛ تتمثل بداية في الانتماء إلى جماعة الأقران وتبني القيم وأنماط السلوك وملامح صورة الذات وصورة الآخرين التي تخص الجماعة. المقوم الثاني هو (التميز الرمزي والمادي عن عالم الكبار) في طريقة اللباس وتسريحات الشعر والمظهر بصفة عامة (وهذا ملاحظ بصفة جلية في الشباب الجزائري). أما المقوم الثالث فيتمثل في طريقة قضاء وقت الفراغ والوسائل المستعملة في ذلك.
- ثقافة الشباب ديناميكية ومتغيرة؛ إذ تتفاعل مع الجديد الذي يقدمه الإعلام.[2]

لقد حاولنا في هذا العرض إبراز ثقافة الشباب الجزائري، التي لن تخرج عن الإطار الكلي لثقافة المجتمع، التي تطرقنا إليها في العنصر السابق (الخصائص الثقافية للمجتمع الجزائري). كما أن ثقافة الشباب الجزائري في ظل ما يروج له الإعلام، لا تبتعد عن ثقافة شباب العالم عامة.

[1] عبد الغني بوزيان، **استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية للقناة الأرضية والإشباعات المتحققة منها**، مرجع سابق، ص 75.

[2] سهام باجي، **تأثير تلفزيون الواقع في تغيير الصورة الذهنية عن الجنسين لدى الشباب الجزائري**، مرجع سابق، ص 121.

3. الهوية الثقافية للشباب الجزائري:

انطلاقا من تعريف "الهوية الثقافية" والمقدم من طرف (منظمة اليونسكو) الذي أتينا على ذكره سابقا في هذه الدراسة، ينص على أن: "الهوية الثقافية تعني أولا وقبل كل شيء أننا أفراد ننتمي إلى جماعة لغوية محلية أو إقليمية أو وطنية، بما لها من قيم أخلاقية وجمالية تميزها...، وتعد بالنسبة لكل فرد منا نوعا من المعادلة الأساسية التي تقرر-بطريقة إيجابية أو سلبية-الطريقة التي ننتسب بها إلى جماعتنا والعالم بصفة عامة".[1]

وأيضا تعريف الهوية الذي يقول: "بأنها الذات والأصل والمرجعية".[2] إضافة إلى تعريف الثقافة لـ (إدوارد تايلور) الذي يقول بأن الثقافة هي: "كل مركب يشتمل على المعرفة والمعتقدات، والفنون والأخلاق، والقانون والعرف، وغير ذلك من الإمكانيات أو العلاقات التي يكتسبها الإنسان باعتباره عضوا في المجتمع". [3]

نستخلص من هذه التعريفات الخاصة بـ: "الهوية الثقافية، الهوية والثقافة"، المذكورة سابقا في موضوعنا هذا، أنه لا يمكن أن نعزل هوية الشباب الجزائري الثقافية عن هوية المجتمع ككل، فهوية الشباب الثقافية هنا هي نفسها هوية الشعب الجزائري والتي ترتكز بالأساس على المقومات الآتية: الدين الإسلامي، اللغة العربية و(اللهجات المحلية)، التاريخ المشترك، العادات والتقاليد. وسنبدأ الحديث عن الهوية الثقافية للشباب الجزائري استنادا لما سبق ووفق العناصر السابقة:

- **الدين الإسلامي:**

يعتبر الدين الإسلامي الرافد الأول للهوية الثقافية الجزائرية، حيث يلعب الدين دورا هاما في دعم مجموعة المبادئ والقيم والأفكار التي تضبط سلوكيات الإنسان اتجاه عالم ما وراء الطبيعة وما يحتوي من عناصر، كما تعطي هذه القيم والمبادئ النابعة من الدين إطار لإضفاء معنى على الحياة وتصورا ينبغي أن يتسق معه التنظيم الاجتماعي الواقعي، وهذه الفكرة تنسجم مع تحديدنا للقيم واعتبار الدين مصدرا لها.[4]

والمتعارف عليه تاريخيا أن الشعب الجزائري في فترة الفتوحات الإسلامية للمغرب العربي، لم يبد تلك المقاومة أو الرفض القاطع لحاملي رسالة الدين الإسلامي، بل بالعكس؛ فبعد اطلاع الجزائريين في تلك الفترة على تعاليم الإسلام السمحة، اعتنقوا هذا الدين عن طواعية وقناعة.

---

[1] حمدي حسن عبد الحميد المحروقي، **دور التربية في مواجهة تداعيات العولمة على الهوية الثقافية**، مرجع سابق، ص 164.

[2] محمد زغو، **أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب**، مرجع سابق، ص 94.

[3] ميشيل تومبسون وآخرون، **نظرية الثقافة**، مرجع سابق، ص 9.

[4] السعيد بومعيزة، **أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب**، مرجع سابق، ص 185.

ولقد حافظت الجزائر على عروبتها وعلى إسلامها في ظل الاستعمار الفرنسي من خلال التمسك بالقرآن الكريم، فمن خلال التمسك بالإسلام نفسه تمسكت الجزائر بعروبتها.[1] "فأبناء يعرب وأبناء مازيغ قد جمع بينهم الإسلام منذ بضعة عشر قرنا، ثم دأبت تلك القرون تمزج ما بينهم، في الشدة والرخاء، وتؤلف بينهم في العسر واليسر، وتوحدهم في السراء والضراء، حتى كونت منهم في أحقاب بعيدة عنصرا مسلما جزائريا أمه الجزائر وأبوه الإسلام، وقد كتب أبنا يعرب وأبناء مازيغ آيات اتحادهم على صفحات هذه القرون، بما أراقوا من دمائهم في ميادين الشرف، لإعادة كلمة الله، وما أسالوا من محابر في مجالس الدرس في خدمة العلم، فأي قوة بعد هذا يقول عاقل تستطيع أن تفرقهم".[2]

كما أن الإسلام هو الذي أعطي الدافع القوي من أجل التحرر والاستقلال "إن كل الثورات في الجزائر قامت باسم الإسلام ومن أجله"[3]، فقد كان للدين الفضل في بلورة الشعور بالوطنية والانتماء، فكان بمثابة الحاجز الذى حمى الجزائريين من الفسخ والمسخ والنسخ، وضمن نفس السياق يؤكد الدكتور (عبد الله شريط) على أهمية الدين في صقل الشخصية الوطنية وتفعيل الشعور بالانتماء والوطنية: "إن الوطنية بدون دين أو عقيدة دينية تنظم حياة الشعب هي وطنية عاجزة فقدت أبعادها الحضارية، إن الدين الذي لا يخدم الشعب هو دين محكوم عليه بزوال".[4]

وفي مقام أخر يؤكد (مولود قاسم نايت بلقاسم) على عنصر الدين في توجيه الأفراد وتماسكهم في مواجهة تقلبات الدهر وأحواله، بقوله: "إني بديني الذي تربطني روحانياته وعقلانياته بالمولى، وبأهلي، ووطني، والإنسانية كإنسان، وإني لبتراث أمتي هذه، ومرتبط بتقاليدها، ليس فقط كإنسان أي حيوان مفكر، ولكن أيضا كعضو حي مثل أي عصفور مرتبط بسربه، متعلق بنوعه: وحدة مستقلة وفي الوقت نفسه جزء لا يتجزأ من كل".[5]

فالإسلام كان له دور كبير في تكوين الشخصية الجزائرية فهو أساس الثقافة نظرا لتأثيره على أنماط الثقافة الجزائرية في ثوابتها وقيمها وفي عرفها وفي واقعها الاجتماعي لقرون متلاحقة، كما أكد (الإمام عبد الحميد بن باديس) دور الإسلام في الجزائر بقوله: "نحن قوم مسلمون جزائريون نعمل على المحافظة على تقاليد ديننا التي

[1] محمد عمر أبو عنزة، **واقع إشكالية الهوية العربية بين الأطروحات الإسلامية والقومية**، مرجع سابق، ص 103.

[2] محمد الميلي: **ابن باديس وعروبة الجزائر**، كتاب صادر عن وزارة الثقافة بمناسبة الجزائر عاصمة الثقافة العربية، الجزائر، 2007، ص 50.

[3] مولود قاسم نايت بلقاسم: **أصالية أم انفصالية**، جزء 2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991، ص 257.

[4] إسماعيل تاحي: **مولود قاسم نضاله السياسي ونظرته للهوية الوطنية**، ماجستير في التاريخ، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2007، ص 149.

[5] مولود قاسم، **أصالية أم انفصالية**، جزء 2، مرجع سابق، ص69.

تدعوا إلى الكمال الإنساني والمحافظة على هذه التقاليد هي المحافظة على أهم مقومات قوميتنا وأعظم أسباب سعادتنا وهنائنا"[1].

- **اللغة العربية و(اللهجات المحلية):**

إن اللغة الرسمية في الجزائر هي اللغة العربية إلى جانب اللغة الأمازيغية والتي أضيفت دستوريا في الآونة الأخيرة نتيجة المطالبات الكثيرة لدسترة هذه اللغة التراثية، والتي تعتبر جزءا لا يتجزأ من تراثنا الثقافي، وقد كان للإسلام دور كبير في المكانة التي أخذتها اللغة العربية في الجزائر.

وما يؤكد أهمية اللغة في الحفاظ على الهوية الثقافية هو اتفاق الباحثين على اختلاف مذاهبهم في العلوم الإنسانية والاجتماعية على أن ثقافة كل أمة كامنة في لغتها، كامنة في معجمها، ونحوها ونصوصها، واللغة بلا منازع تبرز السمات الثقافية بأنواعها.[2] وبالرغم من تعدد اللهجات المحلية في المجتمع الجزائري (العربية العامية، الأمازيغية، الشاوية والتارقية...)، إلا أنها أصحاب هذه اللهجات يتفقون على مكانة اللغة العربية في الجزائر كونها لغة القرآن الكريم.

إن أيه دراسة لغوية تحتاج الي أخذ الهوية بعين الاعتبار إذا أرادت أن تكون هذه الدراسة تامة وغنية وذات أهمية لأن الهوية ذاتها لا يكتمل مدلولها إلا في جوهر اللغة، إن اللغة والأمة متلازمان ومتعادلان، واللغة هي العامل الأول في تكوين الأمة ونشوء القومية، وهي الجوهر للتميز بين الأمم.

كما أن للغة تأثير واضح على الفكر، فهي ليست مجرد ألفاظ ورموز فحسب، وإنما تمتد إلى أعماق الإنسان، فتحدد فكره وإرادته وعواطفه، ويعرف (مولود قاسم نايت بلقاسم) اللغة بقوله: "هي تلك الطبيعة الإنسانية أي الطبيعة الوطنية المشتركة...هي اللغة، إنها التي تكون الخلية، وتطبع الإنسان بطابعها، وتشكله بشكلها، وتؤثر فيه التأثير العميق، الذي يجعل منه إنسانا أخر بمميزاته الخاصة به..."[3]، فاللغة هي رمز الشخصية والسيادة لذلك أولاها الباحثون مكانتها في جميع المجالات التي قد تمس الفرد من طريقة التفكير والعادات والتقاليد والقيم، وهي وسيلة تعبير كاملة وفلسفة حياة.

لذلك فإن الأمة تبقى خالدة ببقاء لغتها وبالمحافظة عليها، وتزول بزوال اللغة، إنها الرابط المتين الذي يلف المجتمع ككل متكامل، إن الذي يفقد لغته يفقد الخيط الذي يصله بالأجداد، ويفقد معها حلقات ماضيه ويشعر

[1] أحمد مريوش: أضواء على إسهامات العلامة الشيخ عبد الحميد ابن باديس، **مجلة التربية والأبستمولوجيا**، عدد 1، الجزائر، 2011، ص 138.

[2] محمد عمر أبو عنزة، **واقع إشكالية الهوية العربية بين الأطروحات الإسلامية والقومية**، مرجع سابق، ص 105.

[3] مولود قاسم نايت بلقاسم: **إنية وأصالة**، دار الأمة، الجزائر، 2013، ص: 57-58.

بفجوة عميقة حقيقية في تطوره يتقطع عنه أصله [1]، كما أن تركيز (مولود قاسم) على اللغة لكونه كان يدرك أنها المقوم الحاسم في صوغ المواجد وبناء الفكر وإرساء الدعائم المعنوية للمجتمع، فاللغة عامل يصون الكيان ويصنع التربية وينتقل بالهوية أينما سار الإنسان، وأينما حل وارتحل حتى خارج الوطن الأم، فاللغة مقوم يكون الإنسان بحكم أولويتها وبوصفها مؤسسة اجتماعية تهيكل الفرد والجماعات، وتتقدم على وجود الأجيال.[2]

وقد أكد عبد الكريم غلاب على مكانة اللغة في المحافظة على الشخصية الوطنية واستمرارية الروابط التي كانت تربط المجتمع بشرقه وغربه: "إن التعليم المعرب قد ساهم بحظ وافر في استمرار الرابطة التي حاول الاستعمار أن يقسمها عن مشرق الوطن العربي والمغربي[3]، إذن اللغة هي أبرز مقومات الهوية الوطنية وهو ما دفع بالمجتمع الجزائري للمحافظة على عروبته ولغته داعيا إلى اعتبارها لغة رسمية في المدارس والإدارة وهذا ما جاء على لسان الشيخ (البشير الإبراهيمي): "إن لغة العرب قطعة من وجود العرب وميزة من ميزاتهم، ومرأة لعصورهم المحاطة بالمجد والعلم والدولة والسيادة ".[4]

فاللغة هي التي تحافظ على هوية كل مجتمع وكيانه وتحمية من التمزق والتشتت والاندثار، وهو ما أكده الفيلسوف (فريدريك نيتشه) بقوله: "اللغة تلزم الفرد في حياته وتمتد الى أعماق كيانه وتبلغ الى أخص رغباته وخاطراته، إنها تجعل من الأمة الناطقة بها كلا متراصا خاضعا لقوانينها، إنها الرابطة الحقيقية الوحيدة بين عالم الأجسام وعالم الأذهان".[5]

- **التاريخ المشترك:**

إن الجزائر تملك تاريخا عميق الجذور، وعرفت التواجد الإنساني منذ فترة ما قبل التاريخ، كما تعاقبت على هذه الأرض عدة حضارات وإمارات ودول، كالحضارة الرومانية، مرورا بفترة الفتح الإسلامي، ثم حكم الدولة العثمانية، لتنتهي بالاستعمار الفرنسي ثم فترة الاستقلال الممتدة إلى يومنا هذا.

---

[1] مولود قاسم نايت بلقاسم، **إنية وأصالة**، مرجع سابق، ص 58.

[2] عبد اللطيف عبادة: **محاضرات الملتقى الوطني لتكريم المفكر المرحوم الأستاذ مولود قاسم نايت بلقاسم**، المجلس الإسلامي الأعلى، الجزائر، 2006، ص 130.

[3] عبد الكريم غلاب: **التعريب ودوره في تدعيم حركات التحرر في المغرب العربي**، بيروت، 1982، ص162.

[4] أحمد بن نعمان: **التعريب بين المبتدأ والتطبيق**، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981، ص180.

[5] الطيب بن إبراهيم: **الاستشراق الفرنسي وتعدد مهامه في الجزائر**، دار ثالة، الجزائر، 2009، ص275.

والتاريخ له أهمية كبيرة في خلق الهوية الثقافية، بصفته الرحم الذي تنمو وتترعرع فيه لتتشكل في نهاية المطاف هوية ثقافية معينة، نتيجة لانتمائها لأمة معينة.[1] والانتماء التاريخي للشباب الجزائري أمر في غاية الأهمية؛ لأنه يساعد الشباب ويحميه من مد التيارات والتوجهات المعاصرة القادمة من الغرب.

كما أن للتاريخ تأثير قوي على الهوية الوطنية في حاضرها ومستقبلها، فمنه تستخلص الدروس والعبر من أجل الانطلاق نحو المستقبل، والتاريخ يمثل همزة الوصل بين المراحل الزمنية المختلفة، ويقول (مولود قاسم نايت بلقاسم): "إن الأمة التي لا تحافظ على الأساس والأصل، لن يكون لها في التاريخ فصل، تدخل المعارك بلا نصل، ولا يربطها بالجذور همزة وصل"[2]، لهذا دعا مولود إلى ضرورة إعادة كتابة التاريخ الذى يعد الوعاء الذى يحمل كيان الأمة ومن أجل هذه الخطوة لابد من التحلي بالموضوعية والابتعاد عن الذاتية وذلك باتباع المنهج التاريخي الذي يقوم على جمع الوثائق ونقدها والتأكد من صحتها، ضرورة جمع الوثائق والمستندات من أجل كتابة تاريخنا من جديد وبعقلنة وبطريقة منهجية.[3]

- **العادات والتقاليد:**

عند الحديث عن عادات وتقاليد المجتمع الجزائري، نلاحظ أنها مستمدة من الخلفية الدينية لهذا المجتمع، إلى جانب التراكم الثقافي المتوارث نتيجة تعاقب الحضارات على هذه الأرض، وليست العادات والتقاليد كلها تتماشى في خط متوازي مع الدين، بل منها ما هو منافٍ للقيم الدينية الإسلامية مثل: (زيارة الأضرحة وما يرافقها من طقوس لا تمت للإسلام بصلة، والاحتفالات بالمناسبات بطريقة فيها الكثير من العشوائية والإزعاج والتبذير...)، في المقابل هناك عادات وتقاليد مستمدة من صلب تعاليم الدين الإسلامي، مثل: (التويزة، الزيارات في الأعياد والمناسبات الدينية...)، وهي من مظاهر التكافل الاجتماعي بين أفراد المجتمع الواحد، والتي تساعد على تقوية جسور التواصل ودعم العلاقات الاجتماعية.

كما أن القيود المفروضة على الفرد في المجتمع الجزائري، في مجملها قيود مستوحاة من الحدود التي رسمها الدين الإسلامي؛ كاحترام الخصوصية الفردية بطريقة تختلف عن احترامها في الدول الأوروبية مثلا، إضافة إلى أن المجتمع الجزائري، باختلاف فئاته (الشباب، الكهول والشيوخ...) هو مجتمع محافظ إلى حد بعيد، رغم الانفتاح غير محمود العواقب الذي مس مناطق عديدة خاصة شمال الجزائر، مثل (الاحتفال برأس السنة الميلادية، طريقة

[1] رحيمة شرقي، الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العولمة، مرجع سابق، ص 193.

[2] مولود قاسم، **أصالية أم انفصالية**، جزء 2، مرجع سابق، ص14.

[3] إسماعيل تاحي، **مولود قاسم نضاله السياسي ونظرته للهوية الوطنية**، مرجع سابق، ص 144.

اللباس القريبة جدا من الطريقة الغربية...) وقد يعود هذا إلى القرب الجغرافي من القارة الأوروبية وما يفرزه من تأثر بحضارتها، إضافة لامتداد الآثار التي تركها المستعمر على مستوى الذهنيات.

إن اتساع الإقليم الجزائري أوجد اختلافات في بعض العادات والتقاليد بين عدة جهات من الوطن، بالرغم من القاسم المشترك في طبيعة المناسبات، سواء كانت دينية أو اجتماعية، هذا الاختلاف متمثل في طريقة الاحتفال وأنواع المآدب التي تحضر في هذه المناسبات، وكذا في شكل الأزياء المعبرة عن الفرحة بإحيائها، ومن أهم الألبسة التقليدية في الجزائر على سبيل المثال لا الحصر: "البرنوس، القشابية وهي ألبسة خاصة بالرجال، الحايك وهو لباس نسوي، هذا الأخير الذي يعبر عن البعد الإسلامي للمرأة الجزائرية...."، وغيرها الكثير من الألبسة التقليدية، التي تحتاج لوحدها إلى بحث معمق ودقيق من أجل دعم عملية المحافظة عليها. والمعروف أيضا أن "الكسكس أو الكسكسي" هو الأكلة الشائعة وطنيا خاصة في الأفراح والمناسبات، إلى جانب مأكولات تقليدية أخرى مثل: "الشخشوخة"، وغيرها من المأكولات التراثية، التي تحتاج إلى اهتمام أكثر من ناحية التدوين والتعريف بها على صفحات الكتب. إن في الجزائر العديد من الأطباق والألبسة التي تميز كل منطقة عن أخرى، لكن وفق نمط واحد وخلفية واحدة.[1]

عموما فإن عادات وتقاليد المجتمع الجزائري، وهي نفسها عادات وتقاليد شبابه بطبيعة الحال، عبارة عن تراكمات نابعة من طبيعة المجتمع الجزائري، الإسلامي، الأمازيغي والعربي.

خلاصة:

نختم في الأخير بالقول أن المجتمع الجزائري كمجتمع عربي مسلم مع باقي الدول العربية، يشترك معها في الدين واللغة ويشترك معها أيضا في إفرازات هذان العاملان، ونحن إذ ننظر إلى هذه الخصوصية من جانب النظرة الواسعة لها؛ أي هوية عربية إسلامية، دون القصد من ذلك إقصاء للتنوع الثقافي داخل مجتمعنا الواحد، ومنه فالهوية الثقافية الجزائرية تشترك مع باقي الهويات العربية الأخرى في العروبة والإسلام، إلى جانب امتلاكها عناصر ثقافية محلية تجمع أبناء الشعب الجزائري.

[1] عبد الغني بوزيان، **استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية للقناة الأرضية والإشباعات المتحققة منها**، مرجع سابق، ص 100.

الفصل الثالث: عولمة الإعلام والتغير الثقافي

تمهيد

أولا–بين عولمة الإعلام وإعلام العولمة

1. مفهوم العولمة

أ– تعريف العولمة لغة

ب– تعريف العولمة اصطلاحا

2. مفهوم عولمة الإعلام

3. إعلام العولمة بين الخصائص والأهداف

أ– خصائص إعلام العولمة

ب– أهداف إعلام العولمة

ثانيا–مظاهر عولمة الإعلام وإشكاليتها

1. مظاهر عولمة الإعلام

2. إشكاليات عولمة الإعلام

ثالثا–العولمة الثقافية في ظل عولمة الإعلام

خلاصة

الفصل الثالث: عولمة الإعلام والتغير الثقافي

تمهيد:

هذا الفصل هو عبارة عن محاولة لوضع نموذج هذه الدراسة وهو (الأفلام الأمريكية) في إطار ما يسمى بالعولمة الإعلامية، هذا المصطلح الذي أخذ أبعاد عديدة وحظي بقدر من الاهتمام من طرف الباحثين في المجال الإعلامي، وتجدر الإشارة هنا إلى أن الإعلام الغربي ما هو إلا أداة من أدوات العولمة بصفة عامة، أما الأفلام الأمريكية فهي أحد أوجه هذا الإعلام.

إضافة إلى أن هذا الفصل يضع القارئ في الصورة من حيث تحكم الولايات المتحدة الأمريكية في الإعلام العالمي، وسيطرتها الخرافية على مفاصله، هذا في ظل عولمة إعلامية جارفة ألغت الحدود السياسية والجغرافية، ومكنت دول الشمال من استعمار دول العالم الثالث إعلاميا، بفضل امتلاك الدول المتقدمة وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية للوسائل الأساسية التي ترتكز عليها عولمة الإعلام والمتمثلة بالأساس في الشركات الإعلامية الكبرى.

ويتضمن هذا الفصل تعريفين للعولمة، الأول لغوي والثاني اصطلاحي، ثم بعد ذلك يأتي الحديث عن مفهوم عولمة الإعلام التي تعرف مدا وجزرا بين تيارين أحدهما مؤيد والآخر معارض لهذه العولمة، كما سنتناول في هذا الفصل خصائص وأهداف إعلام العولمة، وبعدها يكون هناك حديث عن مظاهر وإشكاليات عولمة الإعلام، وسنحاول من خلال هذا العنصر إبراز سلبيات هذا النوع من العولمة وفقا للمظاهر التي تتجلى فيها مع التأكيد على سيطرة الولايات المتحدة وتربعها على عرش الإعلام العالمي ومحاولتها تكريس نمط ثقافي موحد الأمر الذي سنبينه في العنصر المعنون بـ: العولمة الثقافية في ظل عولمة الإعلام.

أولا–بين عولمة الإعلام وإعلام العولمة:

1. مفهوم العولمة:

قبل الخوض في الحديث عن عولمة الإعلام، لابد من تقديم تعاريف لمصطلح العولمة ككل، على اعتبار أن مفهوم العولمة مفهوم واسع ويشتمل على مجالات عديدة (اقتصادية، ثقافية، سياسية وإعلامية...).

لقد أضحى مفهوم العولمة موضة رائجة في العلوم الاجتماعية، وقولا مأثورا جوهريا في وصفات خبراء الإدارة، وشعارا يتداوله الصحافيون والسياسيون من كل شاكلة. فهناك توكيد واسع الانتشار يفيد بأننا نعيش في حقبة يتحدد فيها الشطر الأعظم من الحياة الاجتماعية بفعل صيرورات كونية globalتذوب فيها الثقافات القومية، والاقتصادات القومية.[1]

ولم يعد موضوع العولمة يقتصر على مساهمات الاقتصاديين وعلماء السياسة أو المهتمين بالشؤون العالمية، بل تعدى الأمر ليشمل مساهمات الاجتماعيين والفلاسفة والإعلاميين والفنانين، وعلماء البيئة والطبيعة...إلخ، ولا عجب في ذلك؛ لأن قضية العولمة لها من الجوانب والزوايا الكثيرة ما يثير اهتمام كل هؤلاء. وكل واحد من هؤلاء يركز على جانب معين من العولمة، مثل الجانب الاقتصادي أو الاجتماعي أو السياسي أو الثقافي أو الإعلامي.[2]

أ– تعريف العولمة لغة:

يرجع أصل اشتقاق كلمة "العولمة" إلى الثلاثي المزيد، يقال عولمة على وزن قولبة، وكلمة العولمة نسبة إلى العَالم–بفتح العين–أي الكون، وليس العِلم–بكسر العين–، والعالم جمع لا مفرد له كالجيش والنفر، وهو مشتق من العلامة على ما قيل، العولمة كالرباعي في الشكل فهو يشبه "دحرجة" المصدر، لكن "دحرجة" رباعي منقول، أما "عولمة" فرباعي مخترع إن صح التعبير، وهذه الكلمة بهذه الصيغة الصرفية لم ترد في كلام العرب، والحاجة

[1] بول هيرست وجراهام طومبسون: **ما العولمة**، ترجمة فالح عبد الجبار، عالم المعرفة، عدد 273، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، سبتمبر 2001، ص 7.

[2] هانس بيتر مارتين وهارالد شومان: **فخ العولمة**، ترجمة عدنان عباس علي، عالم المعرفة، عدد 238، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، أكتوبر 1998، ص 8.

المعاصرة قد تفرض استعمالها، وهي تدل على تحويل الشيء إلى وضعية أخرى ومعناها: وضع الشيء على مستوى العالم، وأصبحت الكلمة دارجة على ألسنة الكتاب والمفكرين في أنحاء الوطن العربي.[1]

هناك من يرى أن المفهوم اللغوي لكلمة "عولمة" مشتق من اللفظ "عَالم"، ومصطلح العولمة العربي ترجمة للكلمة الإنجليزية "globalization" التي تعني تعميم الشيء، وتوسيع دائرته ليشمل الكل، وهي كلمة مشتقة من كلمة "glob" التي تترجم إلى الكون أو الكوكب الأرضي.[2]

يرى الدكتور (أحمد صدقي الدجاني): أن "العولمة" مشتقة من الفعل عولم على صيغة فوعل، واستخدام هذا الاشتقاق يفيد أن الفعل يحتاج إلى وجود فاعل يفعل، أي أن العولمة تحتاج إلى من يعممها على العالم، ويجدر التنبيه هنا إلى أن مجمع اللغة العربية بالقاهرة قرر إجازة استعمال كلمة العولمة؛ بمعنى جعل الشيء عالميا.[3]

ب– تعريف العولمة اصطلاحا:

البداية بتعريف "العولمة" لـ (جيمس روزانا) أحد مشاهير علماء السياسة الأمريكية، ففي محاولته لتقديم تعريف للعولمة حدد ثلاثة أبعاد لابد من أخذها بعين الاعتبار؛ يتعلق أولها بانتشار المعلومات على نطاق واسع، وثانيها تذويب الحدود بين الدول، أما البعد الثالث فيتمثل في زيادة معدلات التشابه بين الجماعات والمجتمعات والمؤسسات.[4] ونشير إلى أن هذا المنطلق التعريفي له أهمية بالغة بالنسبة لموضوع دراستنا على اعتبار أنه يحتوي على إشارة للتفاعل الثقافي سواء كان هذا التفاعل قائما على أساس التلاقي والتعارف أو على أساس هيمنة ثقافة على أخرى؛ فإزالة الحدود وانتشار المعلومات بشكل هائل، إضافة إلى توحيد الأنماط، يؤدي إلى انتقال ثقافات الأمم عبر الوسائط الإعلامية بالدرجة الأولى، وهذا أحد جوانب هذه الدراسة.

هناك من يعرف "العولمة" من خلال مظاهرها الاقتصادية، والتي تعني بشكل عام اندماج أسواق العالم في حقول التجارة والاستثمارات المباشرة، وانتقال الأموال والقوى العاملة والثقافات ضمن إطار رأسمالية حرية الأسواق.[5] العولمة كما هي معرفة هنا، هي ظاهرة حديثة نسبيا تميز يومنا الحاضر عن الخمسين، أو حتى الخمس

---

[1] عمار عبد الله ناصح علوان: أخلاقية العولمة في القرآن الكريم: مقارنة مع أخلاقية العولمة اليوم، **مجلة Jurnal Al-Tamaddun**، عدد4، 2009، ص: 177-178.

[2] رحيمة شرقي، الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العولمة، مرجع سابق، ص 189.

[3] عمار عبد الله ناصح علوان، أخلاقية العولمة في القرآن الكريم: مقارنة مع أخلاقية العولمة اليوم، مرجع سابق، ص 177.

[4] علي غربي: العولمة وإشكاليات الخصوصية الثقافية، **مجلة الباحث الإعلامي**، عدد2، جامعة منتوري، قسنطينة، 1999، ص 44.

[5] رحيمة شرقي، الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العولمة، مرجع سابق، ص 190.

وعشرين سنة الفائتة. في نهاية الحرب العالمية الثانية حافظت معظم الدول بصرامة على الصفقات التجارية الرأسمالية الدولية وكانت مؤسسات "صندوق النقد الدولي، البنك الدولي" مصممة لتسهيل التجارة الدولية والاستثمار في بيئة التدفق المحصور لرأس المال الخاص، وأخذت المراقبة على تحركات رأس المال تخفف بالتدريج واتسعت بسرعة الأسواق المالية، وتسارعت تحركات رأس المال الدولي في بداية الثمانينيات، وأصبحت الأسواق المالية عالمية حقا في بداية التسعينيات بعد انهيار الإمبراطورية السوفياتية.[1]

يرى الدكتور (جلال أمين) أن استخدام "لفظ العولمة"، "globalization" شاع في السنوات العشر بعد سقوط الاتحاد السوفياتي، ويقول بأن فكرة العولمة تتضمن عناصر أساسية هي: ازدياد العلاقات المتبادلة بين الأمم، سواء المتمثلة في تبادل السلع والخدمات، أو في انتقال رؤوس الأموال، أو في انتشار المعلومات والأفكار، أو في تأثر أمة بعادات غيرها.[2]

ويعرف الدكتور (إسماعيل صبري عبد الله) "العولمة" على أنها: "التداخل الواضح لأمور الاقتصاد والاجتماع والسياسة والثقافة والسلوك. دون اعتداد يذكر بالحدود السياسية للدولة ذات السيادة أو الانتماء إلى وطن محدد أو دولة معينة، ودون الحاجة إلى إجراءات حكومية".[3]

أما الدكتور (مصطفى النشار) فيصف العولمة بأنها: "غربية المنشأ، غربية الأهداف، غربية الأدوات، غربية الثقافة، ولذلك فهي العولمة ذات البعد الواحد الذي نرفضه، إنها ليست إلا الوجه الآخر للهيمنة وتكريس تبعية الآخرين لثقافة الغرب وتحقيق مصالح الغرب على حساب ثقافة ومصالح شعوب العالم الأخرى".[4]

في حين يفرق البعض بين "العولمة" و"العالمية"، مؤكدين بأن العولمة احتواء للعالم، وفعل إرادي يستهدف اختراق الآخر؛ ولذلك تعد العولمة إرادة لاختراق الآخر وسلبه خصوصيته الثقافية، بينما تعد العالمية تفتحا على ما هو كوني وعالمي، تستهدف إغناء الهوية الثقافية. والاختراق الثقافي الذي تمارسه العولمة، يريد إلغاء الصراع الإيديولوجي والحلول محله من خلال محاولة السيطرة على الإدراك عبر الصورة السمعية البصرية، التي تسعى إلى

[1] جورج سوروس: **جورج سوروس والعولمة**، ترجمة هشام الدجاني، مكتبة العبيكان، المملكة العربية السعودية، 2003، ص: 25-26.

[2] جلال أمين، **العولمة**، مرجع سابق، ص 18.

[3] الطاهر زديك والعربي رزق الله بن مهيدي: العولمة وتقويض مبدأ السيادة، **مجلة الباحث**، عدد 2، جامعة الأغواط، الجزائر، 2003، ص 35.

[4] مصطفى النشار: **ضد العولمة**، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1999، ص: 9-10.

تسطيح الوعي وجعله يرتبط بما يجري على السطح من صور ومشاهد ذات طابع إعلامي مثير للإدراك، ومستفز للعواطف وحاجب للعقل.[1]

بعد هذه اللمحة التعريفية لمفهوم العولمة، سننتقل في العنصر التالي للحديث عن مفهوم له علاقة بالعولمة، ألا وهو عولمة الإعلام؛ بمعنى أننا سنقوم بمعالجة ظاهرة العولمة في شقها الإعلامي.

2. مفهوم عولمة الإعلام:

إن العولمة بمختلف مظاهرها السياسية والاقتصادية والاجتماعية لاقت الكثير من البحث والدراسة سواء في مؤلفات أكاديمية أو دراسات بحثية أو ملتقيات وندوات علمية، وعلى الرغم مما كتب ودرس عن العولمة كمفهوم ومصطلح أو كمضمون ومحتوى، وعلاقته بالإعلام والاتصال مؤسساتهما، ودور الصور والمضامين والرموز العابرة للقوميات والحدود عن طريق وسائل الإعلام والمعلومات في الترويج للعولمة، وتوحيد العالم، فإنه لم تظهر سوى محاولات قليلة لتحديد مفهوم عولمة الإعلام.[2]

عولمة الإعلام هي عملية الهدف منها التسريع المتصاعد والمستمر في قدرات وسائل الإعلام على تجاوز الحدود بين الدول، والتأثير في المتلقين الذين ينتمون إلى ثقافات متباينة، وذلك بهدف توحيد أسواق العالم ودمجها من ناحية، وتحقيق مكاسب للأطراف المهيمنة على صناعة الإعلام والاتصال من جهة ثانية. وهي الدول الغربية المتطورة بالأساس.[3] والمتابع لمحاولات تحديد مفهوم لعولمة الإعلام يلاحظ أنها اتسمت بالاستقطاب الحاد بين تيارين:

أ- التيار الأول:

يؤيد بحماس ودون تحفظ عولمة الإعلام، ويبرز إيجابياتها باعتبارها تدعم التدفق الحر للمعلومات وحق الاتصال، وتوفر للجمهور فرصا غير محدودة لحرية الاختيار بين وسائل الإعلام والمعلومات. وفي إطار هذا التيار ظهرت أصوات متعددة توجد بينها اختلافات في المداخل والرؤى العامة؛ فهناك أصحاب "المدخل التكنولوجي" الذين يركزون على أن التقدم التكنولوجي المتسارع والمستمر في مجال الإعلام يحدث نقلات ثورية في بعدي الزمان

---

[1] عواطف عبد الرحمان: **الإعلام العربي وقضايا العولمة**، على موقع: www.kotobarabia.com، تاريخ الدخول: 2015/07/10.

[2] رحيمة عيساني، **الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية**، مرجع سابق، ص 116.

[3] أسعد ملي: التداعيات الإقصائية المتصاعدة لعولمة الإعلام وأثرها على الهوية الثقافية، **مجلة جامعة دمشق**، عدد3، جامعة دمشق، 2010، ص.462

والمكان وما يرتبط بهما من خبرات اجتماعية،[1] والفصل بين الحدود الجغرافية للدول والهوية الوطنية لهذه الدول؛ أي انعدام الارتباط والتلازم بين حدود الدولة وبين هويتها الوطنية.[2]

وهناك أصحاب فكرة ما بعد الحداثة، وأشهرهم (أنطوني جيدنز، A-Giddens)،[3] الذي ناقش عولمة الإعلام (Media Globalization)، على أنها ضغط للزمان والمكان، وهي سمة رئيسية في العالم المعاصر، وأشار إلى أن عولمة الإعلام هي الامتداد أو التوسع في مناطق جغرافية مع تقديم مضمون مشابه، وذلك كمقدمة لنوع من التوسيع الثقافي، وأكد (جيدنز) أن وسائل الاتصال التكنولوجية الجديدة جعلت من الممكن فصل المكان عن الهوية، والقفز فوق الحدود الثقافية والسياسية، والتقليل من مشاعر الانتساب أو الانتماء إلى مكان محدد، وشدد (جيدنز) على أهمية دور الإعلام في خلق وتضخيم الحقائق اعتمادا على الصور والرموز.[4]

ب–التيار الثاني:

يعارض بشدة عولمة الإعلام ويرفض ما يقال عن إيجابياتها، وينظر إليها باعتبارها نفيا للتعددية الثقافية وتسييدا لقيم الربح والخسارة، وآليات السوق في مجال الإعلام والاتصال والمعلومات علاوة على الاعتداء على حرية وسائل الإعلام والحق في الاتصال، ويمثل هذا التيار اتجاهات عديدة أبرزها: "ممثلو النموذج النقدي" يتقدمهم (ألبرت شيللر) الذي يعرف عولمة الإعلام بأنها: "تركيز وسائل الإعلام في عدد من التكتلات الرأسمالية (عابرة جنسيات) التي تستخدم وسائل الإعلام كحافز للاستهلاك على النطاق العالمي. ويؤكد (شيللر) أن أسلوب الإعلان الغربي، ومضمون الإعلام اليوم يدفع إلى التوسع العالمي لثقافة الاستهلاك عبر إدخال قيم أجنبية تطمس أو تزيل الهويات الوطنية والقومية.[5]

في الإطار نفسه يرى (تشومسكي) أن عولمة الإعلام هي: "الزيادة الضخمة في الإعلان، خاصة الإعلان عن السلع الأجنبية، والتركيز في ملكية وسائل الإعلام الدولية، وبالتالي انخفاض التنوع والمعلومات مقابل الزيادة في التوجه للمعلن، وأن العولمة هي التوسع في التعدي على القوميات من خلال شركات عملاقة يحركها أولا الاهتمام بالربح وتشكيل الجمهور وفق نمط خاص، حيث يدمن الجمهور أسلوب حياة قائما على حاجات مصطنعة، مع

[1] رحيمة عيساني، **الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية**، مرجع سابق، ص 116.

[2] يسمينة حناش، **إعلام العولمة وانعكاساته على الثقافة العربية الإسلامية**، مرجع سابق، ص 54.

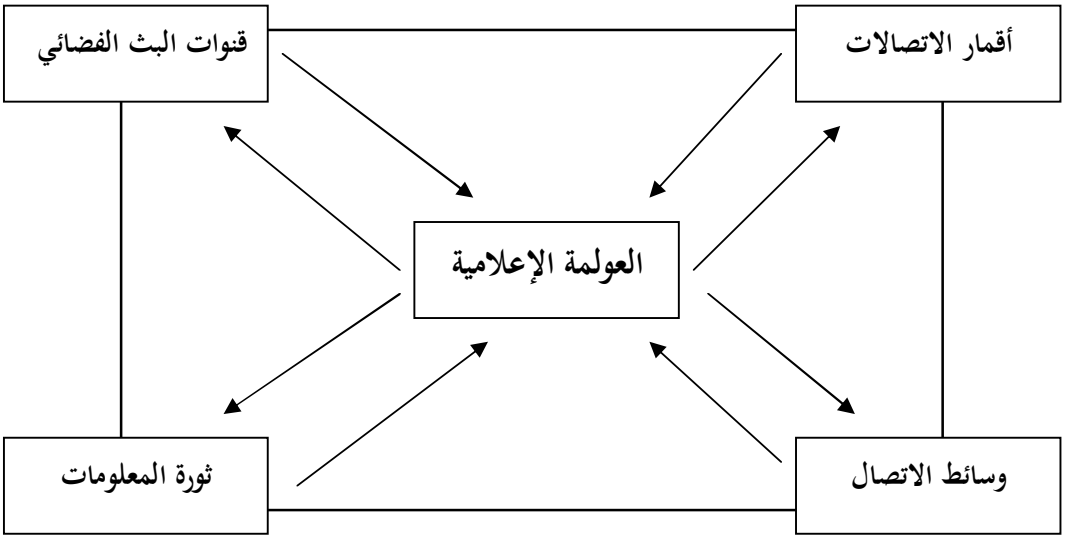
[3] نفس المرجع، ص: 54-55.

[4] رضا عبد الواجد أمين: **الإعلام والعولمة**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 124.

[5] رحيمة عيساني، **الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية**، مرجع سابق، ص 117.

تجزئة الجمهور وفصل كل فرد عن الآخر، حيث لا يدخل الجمهور الساحة السياسية ويزعج أو يهدد نظام القوى أو السيطرة في المجتمع.[1]

يعرف الدكتور (عبد الملك ردمان الدناني) عولمة الإعلام على أنها: "تعبير عن اتساع التدفقات الدولية في مجالات الإعلام والمعلومات، ونقل الأفكار والقيم والعادات الاجتماعية المختلفة من خلال وسائط الاتصال الحديثة والمتطورة التي برزت إلى الساحة الدولية بشكل واسع، وانتشرت في عقد التسعينيات من القرن العشرين، وسعت للترويج لمظاهر العولمة الجديدة، حتى اجتاحت العالم كله، ومنها "قنوات البث الفضائي المباشر"، كما هو موضح في الشكل التالي:[2]



شكل رقم (1) يوضح ظاهرة الاندماج بين وسائط الاتصال والعولمة الإعلامية من تصميم الباحث (عبد الملك ردمان الدناني)

تذهب بنا مجموعة التعريفات السابقة لمفهوم عولمة الإعلام، إلى فكرة مفادها أن الإعلام أصبح اليوم في ظل ما تحمله التطورات التكنولوجية من تغييرات في الوسائل والقدرات، إعلاما شاملا متجاوزا مفهوم الإعلام المحلي، بل قد يتبع هذا الأخير ما تمليه عولمة الإعلام، سواء كانت هذه العولمة الإعلامية ذات تأثيرات سلبية أو

[1] رضا عبد الواجد أمين، **الإعلام والعولمة**، مرجع سابق، ص 125.

[2] رحيمة عيساني، **الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية**، مرجع سابق، ص: 20-21.

إيجابية، وهو ما لمسناه من اختلاف في وجهات النظر بين مؤيد لهذه العولمة وبين رافض لها، ومن هنا يمكن طرح تساؤل حول المقصود بإعلام العولمة؟

3. إعلام العولمة بين الخصائص والأهداف:

يعرف السيد (أحمد مصطفى عمر) إعلام العولمة على أنه: "سلطة تكنولوجية ذات منظومة معقدة لا تلتزم بالحدود الوطنية للدول، وإنما تطرح حدودا فضائية غير مرئية، ترسمها شبكات اتصالية معلوماتية على أسس سياسية واقتصادية وثقافية وفكرية لتقيم عالما من دون دولة ومن دون امة ومن دون وطن، هو عالم المؤسسات والشبكات التي تتمركز وتعمل تحت إمرة منظمات ذات طبيعة خاصة وشركات متعددة الجنسيات. يتسم مضمونه-أي إعلام العولمة-بالعالمية والتوحد، على رغم تنوع رسائله التي تبث عبر وسائل تتخطى حواجز الزمن والمكان واللغة، لتخاطب مستهلكين متعددي المشارب والعقائد والرغبات والأهواء.[1]

أ- خصائص إعلام العولمة:

استنادا إلى التعريف السابق، يمكن رصد مجموعة من أهم الخصائص التي تميز إعلام العولمة، وهي كالآتي:

- هيمنة الشركات الأمريكية على قطاع الإعلام والاتصال والترفيه: والمقصود بالهيمنة هنا هي السيطرة على الملكية، والسيطرة على محتوى وتوجهات المضامين والأشكال المنتجة، حيث يوجد في العالم ست مجموعات رئيسية كبرى تعمل في الأنشطة الإعلامية، ولها حضور دولي كبير يتفاوت من مؤسسة لأخرى، أربعة منها أمريكية، وواحدة أوروبية، وواحدة أسترالية أمريكية، وهي:

- الأولى: مؤسسة (تايم وورنر، Time Warner):

وهي أكبر مؤسسة إعلامية في العالم، إذ تفوق مبيعاتها 25 بليون دولار، ثلثها من أمريكا والباقي من العالم، ويتوقع ارتفاع دخلها من خارج أمريكا إلى 50%، وتمتلك العديد من الأنشطة الإعلامية المتنوعة ومنها:

- 24 مجلة، ومنها مجلة تايم Time الأمريكية.
- ثاني أكبر دار للنشر في أمريكا.
- شبكة تلفزيونية ضخمة، واستوديوهات برامج وأفلام ودور عرض للسينما (أكثر من 1000 شاشة عرض)، وأكبر شبكة كابل تلفزيوني مدفوع في العالم.

[1] يسمينة حناش، **إعلام العولمة وانعكاساته على الثقافة العربية الإسلامية**، مرجع سابق، ص 53.

- شركات أفلام في أوروبا والعديد من محلات البيع بالتجزئة.
- مكتبة ضخمة من الأفلام (6000 فيلم) والبرامج التلفزيونية (25000 برنامج).
- بعض القنوات التلفزيونية الدولية مثل: CNN، TNT، HBO.
- مساهمات رئيسية في قنوات وشبكات تلفزيونية أو مرئية.

ويبلغ عدد مشاهدي المحطة الإخبارية CNN، أكثر من 90 مليون في 200 دولة، ولدى قناة HBO، 1.2 مليون مشترك حول العالم.[1]

- **الثانية: مجموعة (برتلزمان، Bertelsman):**

أكبر مجموعة إعلامية في أوروبا، وثالث أكبر مجموعة في العالم، لها العديد من الأنشطة الإعلامية، منها قنوات تلفزيونية في ألمانيا وفرنسا وبريطانيا، وتتميز بأن لها تحالفات وتعاون مع العديد من المجموعات الإعلامية في أوروبا واليابان ودخلها السنوي يتجاوز 15 بليون دولار،[2] ولها العديد من الأنشطة الإعلامية منها:

- قنوات تلفزيونية في ألمانيا وفرنسا وبريطانيا، إضافة إلى استوديوهات سنيمائية متعددة.
- مجموعة من الإذاعات الأوروبية.
- 45 شركة نشر للكتب بلغات أوروبا المختلفة.
- أكثر من 100 مجلة في أوروبا وأمريكا.

- **الثالثة: مجموعة (فياكم، Viacom):**

وهي مجموعة إعلامية قوية في أمريكا، وربع دخلها السنوي 13 بليون دولار من خارج أمريكا، ولها نشاط كبير للتوسع الدولي، حيث أنفقت بليون دولار للتوسع في أوروبا، ولها تحالفات مع العديد من المجموعات الإعلامية، نشاطها متنوع ومنه:

- 13 محطة تلفزيون في أمريكا، إضافة إلى شبكات بث فضائي دولي (فكلدون-شوتايم)، والأخيرة Showtime، من أخطر القنوات التلفزيونية التي لها حضور قوي في المنطقة العربية من خلال البث الفضائي، ولها ما يقارب 10 آلاف مشترك عربي، وتتميز بأن الانحلال والتعري جزء رئيسي من سياستها لاقتحام البيوت.

---

[1] رضا عبد الواجد أمين، **الإعلام والعولمة**، مرجع سابق، ص 129.

[2] رحيمة عيساني، **الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية**، مرجع سابق، ص 155.

- شركات إنتاج تلفزيوني وسينمائي وفيديوي وموسيقي.
- شركات نشر كتب.[1]

- **الرابعة: مؤسسة (ديزني، Disney):**

من أهم مجموعات (تايم وورنر) في العولمة الإعلامية، ولها حضور قوي في مجال برامج الأطفال، بل تعد أكبر منتج لبرامج الأطفال في العالم، ويمتد حضورها من أقصى الشرق (الصين) إلى أوروبا والشرق الأوسط حتى أمريكا اللاتينية،[2] ولها أنشطة متنوعة منها:

- استوديوهات أفلام وفيديو وبرامج تلفزيون، وشبكة ABC التلفزيونية الضخمة في أمريكا، ومحطات تلفزيون وراديو متعددة.
- قنوات تلفزيونية دولية متعددة بالأقمار الصناعية، مثل: ديزني Disney، وEspn الرياضية.
- محلات تجارية باسم ديزني، ومراكز ألعاب وترفيه حول العالم.
- دور نشر للكتب، إضافة إلى 7 صحف يومية، و3 شركات لإصدار المجلات.

وللمجموعة تحالفات ومشاركات مع مؤسسات إعلامية في أوروبا وآسيا وأمريكا اللاتينية، وكذلك مع شركات بث واتصالات متعددة الجنسيات.[3]

- **الخامسة: شركات الأخبار (نيوز كوربريشن، News Corporation):**

وهي عبارة عن مروج دولي للإعلام حول العالم، حيث لها تواجد في معظم دول العالم، من خلال أنشطتها الإعلامية،[4] وهي خامس مجموعة إعلامية من حيث الدخل (10 بليون دولار)، أسس المجموعة (روبرت مردوخ) وهو يهودي أسترالي الأصل أمريكي الجنسية، بنى إمبراطورية إعلامية عالمية، بدأ من أستراليا عام 1953 بشركة صغيرة تصدر جريدة واحدة في مدينة صغيرة جنوب أستراليا، ثم توسع في شراء الصحف واعتمد أسلوب الإثارة والصور لجذب القراء، وفي بداية الستينات انتقل بنشاطه إلى بريطانيا، وبعدها انتقل في السبعينات إلى الولايات الأمريكية، حيث عمل في مجال الصحافة، وكانت النقلة الكبرى له عام 1985 عندما اشترى استوديوهات فوكس الأمريكية، ثم توسع بعد ذلك بشرائه عدة محطات تلفزيونية أمريكية، عمل في مجال البث الفضائي في بداية

---

[1] رضا عبد الواجد أمين، **الإعلام والعولمة**، مرجع سابق، ص 130.

[2] يسمينة حناش، **إعلام العولمة وانعكاساته على الثقافة العربية الإسلامية**، مرجع سابق، ص 62.

[3] رضا عبد الواجد أمين، **الإعلام والعولمة**، مرجع سابق، ص 131.

[4] رحيمة عيساني، **الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية**، مرجع سابق، ص 156.

التسعينات من خلال شبكة Bsky-B ثم شبكة Star الآسيوية، وتغطي نشاطاته الإعلامية 75% من سكان العالم، ويمتلك (روبرت مردوخ) 30% فقط من المؤسسة الإعلامية التي أنشأها **News Corporation** ولها تواجد كبير في معظم دول العالم من خلال نشاطاتها الإعلامية والتي منها:

- 132 صحيفة، و25 مجلة في أمريكا وأستراليا وبريطانيا.
- دور نشر للكتب[1]
- شبكة ستار للبث الفضائي عبر العالم، وشبكة سكاي (بريطانيا خصوصا).

- شركة فوكس للإنتاج السينمائي والتلفزيوني، وشبكة فوكس للبث التلفزيوني، فضلا عن 22 محطة تلفزيونية، وللمجموعة تحالفات مع مجموعات إعلامية حول العالم.[2]

وتعتبر هذه المجموعة من أعقد المجموعات الإعلامية وأوسعها ولها نفوذ قوي في الصين والهند، فضلا عن أوروبا وأمريكا، وأسلوبها الناجح هو الشركة مع جهات نافذة محلية، مع عدم مصادمة التوجهات السياسية المحلية لهذه البلدان.[3]

– السادسة: مجموعة (تيليكوميونيكيشن انك، Telecommunication Inc):

هي مجموعة إعلامية متخصصة بالبث التلفزيوني من خلال الكابل، وكذلك عبر الأقمار الصناعية ونظام الاشتراكات، ولها وجود دولي قوي في هذا المجال، إذ تمتلك قمرين صناعيين للبث حول العالم (قيمتها 600 مليون دولار)، والدخل السنوي للمجموعة يفوق 7 بليون دولار.[4]

نكمل خصائص إعلام العولمة والخاصية التالية هي:

- التكامل الرأسي: من سمات إعلام العولمة أيضا ظهور الشركات العملاقة متعددة الجنسيات، وقيامها بالملكية المتعددة لوسائل إعلامية وأنشطة متعددة من نشر كتب وصحف إلى محطات تلفزيونية وإذاعية، إلى استوديوهات إنتاج سينمائي وتلفزيوني...إلخ.

---

[1] رضا عبد الواجد أمين، **الإعلام والعولمة**، مرجع سابق، ص: 131-132.

[2] يسمينة حناش، **إعلام العولمة وانعكاساته على الثقافة العربية الإسلامية**، مرجع سابق، ص 62.

[3] رضا عبد الواجد أمين، **الإعلام والعولمة**، مرجع سابق، ص 133.

[4] يسمينة حناش، **إعلام العولمة وانعكاساته على الثقافة العربية الإسلامية**، مرجع سابق، ص 63.

ويرجع ظهور هذه الشركات العملاقة إلى سببين:

الأول: تغير النظرة إلى المعلومات، والتحول العالمي بها إلى سلعة ومورد قابل للاستثمار.

الثاني: التحولات المتتابعة في الفكر الاقتصادي العالمي، حيث تغيرت نظرة الشركات التجارية العالمية لمفهوم السوق وأصبحت تنظر إلى العالم بأسره باعتباره سوقا واحدا ينبغي أن يخضع لمعايير موحدة.[1]

- إعلام العولمة إعلام متقدم من الناحية التكنولوجية: ومؤهل لتطورات مستقبلية جديدة ومستمرة تدفع إلى المزيد من الانتشار المؤثر في المجتمعات المختلفة.
- إعلام العولمة يشكل جزءا من البنية الثقافية للمجتمعات: التي تنتجه وتوجهه وتتوجه به، ولهذا فإنه يسعى لنشر ثقافة عالمية، تعني عند مصدرها انفتاح ثقافي وعند متلقيها غزوا ثقافيا.[2]
- إعلام العولمة يشكل جزءا من البنية الاتصالية الدولية: التي مكنته من تحقيق عولمته وعولمة رسائله ووسائله، فهو ينتمي إلى حقل التكنولوجيا الأكثر تطورا في الوقت الراهن، والمحتكر بشكل مباشر للشركات المعنية بتصنيع وسائله، فالفضائيات وشبكة الأنترنت أكبر وسائل الإعلام والاتصال في عصر العولمة أهمية في تكريس وتفعيل أطروحة الثقافة العالمية الواحدة واللغة العالمية الواحدة. [3]
- يشكل جزءا من البنية السياسية الدولية الجديدة: التي تطرح مفاهيم جديدة لسيادة الدولة على أراضيها وشواطئها وفضائها الخارجي، بما يعرف بالنظام السياسي العالمي الجديد.
- يشكل جزءا من البنية الاقتصادية العالمية: التي تفرض على الكل أن يعمل ضمن شروط السوق السائدة، من صراعات ومنافسات وتكتلات، وسعي متصل لتحقيق الربح للمؤسسات التي تحتكره بحكم انتمائها إلى أكثر من وطن وعملها في أكثر من مجال.
- لا يشكل إعلام العولمة نظاما دوليا متوازنا: لأن كل مدخلاته ومراكز تشغيله وآليات التحكم فيه تأتي من شمال الكرة الأرضية، وهذا ما أدى إلى هيمنة الدول المتقدمة عليهن في مقابل تبعية الدول النامية له.[4]

ب- أهداف إعلام العولمة:

---

[1] رضا عبد الواجد أمين، **الإعلام والعولمة**، مرجع سابق، ص 136.

[2] يسمينة حناش، **إعلام العولمة وانعكاساته على الثقافة العربية الإسلامية**، مرجع سابق، ص 57.

[3] رحيمة عيساني، **الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية**، مرجع سابق، ص 128.

[4] يسمينة حناش، **إعلام العولمة وانعكاساته على الثقافة العربية الإسلامية**، مرجع سابق، ص: 56-57.

أخيرا وحتى يكتمل عرضنا لإعلام العولمة، هناك مجموعة من الأهداف التي يسعى هذا الإعلام لتحقيقها، والتي نضعها في السياق التالي:

إن الأهداف التي يرمي إليها إعلام العولمة، وإن كانت ذات طبيعة سياسية واقتصادية في مظهرها الخارجي، إلا أن جوهرها يرمي إلى ثقافة جديدة تجعل مسألة قبول الأفكار السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية للعولمة مسألة مقبولة وممكنة، وهذا لن يتأتى إلا إذا عمل الإعلام على تغيير ما يعتقده دعاة العولمة عقبات تعترض الطريق نحو تحقيق أهدافه-أي إعلام العولمة-والمتمثلة في:

- تحرير إرادة الشعوب من القيود الاجتماعية والثقافية والسياسية والفكرية التي يعتقد منظورا العولمة أنها تعيق تقبلها للثقافة الجديدة عن طريق الاستخدام الموجه للكلمات والصور، وفي ذلك يرى (هربرت شيللر): "أن السيطرة على البشر والمجتمعات تتطلب في الوقت الحاضر وقبل أي شيء الاستخدام الموجه للإعلام، فمهما كان جبروت القوة التي يمكن استخدامها ضد شعب ما، فإنها لا تفيد على المدى البعيد، إلا إذا تمكن المجتمع المسيطر من أن يجعل أهدافه تبدو مقبولة على الأقل.[1]
- يشجع على قيام حركة عالمية متزايدة للمعلومات تنشأ عنها فوائد ملموسة تماما، مثلما أفادت حركة التجارة المتزايدة بين بلدان أوروبا الغربية. إن توزيع المعرفة من خلال مثل هذا النظام سوف يوفر حافزا للنمو والتوسع أكثر بكثير من أي برنامج يمكن تصوره للمعونة الاقتصادية. ولن يكون هذا التوسع إلا في صالح القوى الاقتصادية الكبرى في العالم وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية.
- يهدف هذا الإعلام إلى أن يقدم للجمهور في أي بلد، ألوان الترفيه المختلفة وبرامج الثقافة والمعلومات المنتجة في الخارج كحدث يومي عادي وليس بوصفه شيئا نادر الحدوث.[2]
- تعويد العقول على مشاهدة ومعايشة الأنماط المغرية للثقافة الجديدة، بإحكام السيطرة على المعلومات وتوظيفها وتعميمها وفقا لمواصفات محددة، وبمقومات تم اختبارها عمليا لتعتاد الشعوب عليها وعلى مشاهدتها عن طريق التكرار غير الممل، هذا التعويد يمكن في ظل ظروف معينة أن يلحق الضرر بالصحة العقلية للإنسان فيصبح أسيرا لعاداته، ونضرب الاغتراب هنا كمثال على هذا الكلام.

---

[1] رحيمة عيساني، **الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية**، مرجع سابق، ص: 131-132.

[2] هربرت شيللر: **المتلاعبون بالعقول**، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، عدد 243، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، مارس 1999، ص: 205-206.

- إعادة تشكيل الحياة الاجتماعية للشعوب على نمط الحياة الغربية، وحثها على المشاركة فيها على نحو نشط يحقق على مدى معين قولبة الإنسان بحسب النموذج الغربي، بزرع مفاهيم الاختيار الشخصي، والنزعة الفردية والصراع الاجتماعي.[1]

ما سبق هو محاولة لرسم صورة مفاهيمية حول إعلام العولمة، وما يحمله من أنماط حياتية، اجتماعية، اقتصادية وثقافية غريبة عن مجتمعنا، تمثل في جوهرها اختراقا إعلاميا غربيا واضحا لبقية شعوب العالم خاصة الضعيفة منها، وهو ما يدفعنا للتساؤل حول المظاهر التي تتجلى فيها عولمة الإعلام؟

ثانيا–مظاهر عولمة الإعلام وإشكاليتها:

1. مظاهر عولمة الإعلام:

من بين الأشياء الهامة التي تنبأ بها (ألبرت شيللر) تعاظم الصراع حول الاتصالات الإعلامية والثقافية على الصعيدين الوطني والدولي، بين أولئك الذين ينشدون وضع حد للهيمنة–عولمة الإعلام–وبين أولئك الذين يسعون للإبقاء عليها، كما أن الرأسمالية الكوكبية في عقد التسعينات تقدمت خطوات واسعة نحو تحقيق هذه الهيمنة التي تضمن بها سهولة عمليات الاندماج والتشبيك، وحفظ نسق القيم–الاستهلاكية بالأساس–التي تضمن أن تتم هذه العمليات بأقل قدر من المعارضة، لذا كان الجناح الإعلامي والمعلوماتي شديد الفعالية في حفظ هذه الهيمنة من خلال تكوين شركات إعلامية عملاقة عابرة للقومية أو متعددة الجنسيات،[2] التي قمنا بالتطرق إليها تحت عنصر (خصائص إعلام العولمة).

[1] رحيمة عيساني، **الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية**، مرجع سابق، ص 132.

[2] محمد حسام الدين: **العولمة وصورة الإسلام**، المدينة برس، القاهرة، 2002، ص 205.

في نفس السياق فقدت الدول في ظل عولمة الإعلام القدرة على التحكم في الأفكار والقيم والقناعات فيما بين المجتمعات والأجيال، كما فقدت السيطرة على التداول الحر للأخبار المعلومات،[1] وذلك بسبب السيطرة الأمريكية الكبيرة على مقاليد حكم الإعلام في العالم، والهيمنة الواضحة للنموذج الإعلامي الأمريكي.

وبما أن دراستنا هذه تتضمن الأفلام الأمريكية كنموذج للإنتاج الإعلامي الغربي-الأمريكي، فإن الولايات المتحدة الأمريكية صدرت أفلاما إلى دول الاتحاد الأوروبي عام 1992م بما قيمته 3.7 مليار دولار، وذلك على الرغم من أن إجمالي عدد الأفلام التي تنتجها أوروبا أكبر من العدد الذي تنتجه الولايات الأمريكية حينئذ، وتحرص أوروبا الموحدة على مواجهة التحديات الاقتصادية والثقافية التي تفرضها صناعة الترفيه والاتصال والمعلومات الأمريكية، فكيف يكون الحال بالدول النامية التي ليس لديها بالطبع ما تملكه دول الاتحاد الأوربي من إمكانيات تساعدها على مواجهة هذه التحديات.[2]

بناءا عليه يمكن أن نجمل مظاهر عولمة الإعلام في النقاط التالية:

- التكامل والاندماج بين وسائل الإعلام الجماهيري وتكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات:

مع تطور الحاسبات وشبكات الهاتف وشبكات المعلومات واستخدام تكنولوجيا البث الفضائي، ظهرت تكنولوجيا الاتصال متعدد الوسائط، وتكنولوجيا الاتصال التفاعلي على رأسها شبكة الأنترنت، وتتشابه هذه الوسائط الإعلامية والاتصالية مع وسائل الإعلام التقليدية (الصحف، الراديو، التلفزيون...)، إلا أنها تتميز **بالتفاعلية؛**[3] أي القدرة على تبادل الأدوار بين مرسل الرسالة الاتصالية ومستقبلها، إذ يتحول من يتعامل مع وسائل الاتصال الحديثة من مجرد متلقي سلبي إلى مشارك متفاعل يرسل ويستقبل المعلومات في الوقت ذاته.

كما تتميز أيضا **باللاجماهيرية؛** فلم تعد وسائل الاتصال الحديثة تعتمد على مخاطبة الجماهير فحسب في رسائل عامة ومنمطة، بل أضحت توجه رسائلها ومضامينها إلى فرد بعينه تستهدفه برسائلها أو إلى جماعة أو فئة معينة تبعا لاهتماماتها وحاجاتها الخاصة، إضافة إلى تميز وسائل الإعلام والاتصال الحديثة **باللاتزامنية؛** بمعنى قدرة هذه الوسائل بتكنولوجياتها المتقدمة على العمل الدائم والمستمر 24/24 ساعة بصفة يومية، فأصبح لكل مرسل

[1] رضا عبد الواجد أمين، **الإعلام والعولمة**، مرجع سابق، ص 139.

[2] نفس المرجع، ص: 142-143.

[3] رضا عبد الواجد أمين، **الإعلام والعولمة**، مرجع سابق، ص 143.

أن يبعث برسالته الاتصالية التي يريدها في التوقيت الذي يناسبه، كما أصبح لكل مستقبل أن يستقبل الرسالة التي تصله في الوقت المناسب له.[1]

أيضا تتميز وسائل الإعلام والاتصال الحديثة **بقابلية التحرك والتحويل والتوصيل**؛ فهناك وسائل اتصال كثيرة يمكن استعمالها والاستفادة منها في أي مكان دون الحاجة إلى التواجد في مكان ثابت أو إلى معدات كثيرة من أجل الاتصال أو التشغيل مثل: الهاتف النقال، "تلفزيون السيارة أو الطائرة، الهاتف المدمج مع ساعة اليد..."، كما أن لهذه الوسائل الحديثة قدرة كبيرة على نقل المعلومات وتحويلها من صورة إلى أخرى، مثل تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مكتوبة، وهناك إمكانية لتوصيل هذه الأجهزة الاتصالية مع بعضها البعض لتشكل منظومة اتصالية متكاملة، [2] وأخيرا تتميز وسائل الاتصال الحديثة **بالشيوع والكونية (العولمة)**؛[3] فقد أدى التطور التكنولوجي الهائل في تصنيع وسائل الاتصال والمعلومات الحديثة إلى تقليل تكاليف إنتاجها إلى الحد الذي أتاح لها قدرا كبيرا من الانتشار واتساع نطاق استخدامها بين الأفراد.[4]

هذا التكامل والاندماج بين وسائل الإعلام التقليدية (الجماهيرية) ووسائل الاتصالية الحديثة، فتح المجال أمام صناع الإعلام على المستوى العالمي-الشركات الإعلامية الكبرى-لتوجيه منتجاتهم حيث ما أرادوا واستهداف أي فئة اجتماعية كانت، إضافة إلى ضمان بلوغ رسائلهم الجمهور المستهدف، فهم بهذا التكامل والاندماج بين وسائل الإعلام والاتصال التقليدية والحديثة، يستطيعون نقل خبراتهم ومضامينهم الإعلامية والثقافية إلى كل أقطار المعمورة، دون أي إذن أو رادع أو حاجز.

- إعادة تعريف الإعلام أو الاتصال الجماهيري:

فتحت ثورة تكنولوجيا الاتصال آفاقا جديدة لاستخدامات ووظائف جديدة للاتصال، كما تحطم هذه الثورة الفواصل التقليدية بين الإعلام أو الاتصال الجماهيري من جهة، والاتصال الشخصي من جهة ثانية، وتقود نحو نمط اتصالي جديد يتسع لكل أنماط الاتصال؛ وهو الاتصال التفاعلي القائم على التفاعل الحر والمباشر بين المرسل والمستقبل وتبادل أدوار الاتصال بين الطرفين، علاوة على اتساع وتناول حرية المتلقي في الاختيار.[5]

---

[1] رحيمة عيساني، **الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية**، مرجع سابق، ص 133.

[2] نفس المرجع، ص: 133-134.

[3] رضا عبد الواجد أمين، **الإعلام والعولمة**، مرجع سابق، ص 143.

[4] رحيمة عيساني، **الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية**، مرجع سابق، ص 134.

[5] رضا عبد الواجد أمين، **الإعلام والعولمة**، مرجع سابق، ص 143.

وفي ظل التطور الهائل لتكنولوجيا الاتصال وأدواته، أصبح الإعلام أحد أدوات تنفيذ السياسة الخارجية لأي دولة، ولم تعد كلمة الإعلام تفهم على أنها مجرد نقل المعلومات إلى الجماهير، ولم يعد مفهوم الإعلام في عصر العولمة يقتصر على تقديم الأخبار ونشر المعلومات بهدف الإقناع والتأثير، وإنما تعددت وظائفه باتساع الثورة التكنولوجية، فأصبح الإعلام رسالة تحوي مضامين مختلفة، لها أبعادها السياسية والثقافية والاجتماعية، وهكذا تعددت وتشعبت وظائف الإعلام في عصر عولمة الإعلام.[1]

- تزايد أهمية اقتصاديات الإعلام والاتصالات والمعلومات:

على نحو رصدت فيه ظاهرت الاندماج والتكامل بين المؤسسات العاملة في هذا الميدان وتضخم ميزانياتها وأرباحها، وهو الأمر الذي لا يقتصر على كونه نشاطا اقتصاديا فحسب، وإنما ينطوي على بعد ثقافي، حيث تظل المضامين الإعلامية الواردة من هده المؤسسات أسيرة النظرة التي يعتنقها مالكوها للعالم، باعتبارها تتعامل مع معلومات ونتاج فكري وثقافي معين، مما يؤدي إلى تنميط المنتجات الإعلامية المعلوماتية، بهدف توحيد العالم وفق مقتضيات الاقتصاد، وخصوصا اقتصاديات الإنتاج الإعلامي والترفيهي الأمريكي الذي يسيطر على السوق العالمي.[2]

وتعد صناعة الإعلام وتكنولوجياته في الولايات المتحدة الأمريكية، نشاطا صناعيا جديدا، يمكن تسميته بصناعة الرأي العام أو تشكيل اتجاهات الجماهير أو صياغة الفكر أو الإقناع، وكل ذلك يتم في إطار الترفيه الذي يعد الطابع العام للإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية. وإذا كانت الولايات المتحدة الأمريكية تتعادل مع ألمانيا واليابان في مجال القطاعات الصناعية، فإنها تتبوأ بلا جدل الصدارة في صادراتها من التكنولوجيات المتطورة، فالشركات الأمريكية تتحكم في 50% من الشركات العالمية للألياف البصرية و73% من صادرات الصناعة المعلوماتية و75% من مبيعات معدات البث الفضائي.[3]

إن عولمة الإعلام تتم من خلال استثمار وسائل الاتصال الحديثة، لتجاوز الحدود السياسية والثقافية بين الأمم والدول باستغلال التطور التكنولوجي، لزيادة مكاسب شركات الإعلام العملاقة التي تسعى إلى إيصال

[1] رحيمة عيساني، **الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية**، مرجع سابق، ص 149.

[2] رضا عبد الواجد أمين، **الإعلام والعولمة**، مرجع سابق، ص 144.

[3] رحيمة عيساني، **الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية**، مرجع سابق، ص 151.

إعلامها إلى أي بقعة في العالم بالشكل الذي لا تستطيع فيه السلطات والأجهزة المحلية أن تمنع تدفقه وتأثيره على كيان الدولة ونظامها الداخلي، في الثقافة، التعليم، الدين ومختلف نواحي الحياة.[1]

– تعاظم دور الشركات متعددة الجنسيات:

حيث تسعى هذه الشركات بصفة مستمرة إلى الاحتكار والتركيز، وهي من معالم عولمة الاقتصاد بصفة عامة، وذلك من خلال الاندماج المتسارع بين هذه الشركات متعددة الجنسيات أو مشروعات ملوك الإعلام والاتصال والترفيه أمثال (روبيرت مردوخ) التي يصعب رصد حركاتها يوما بعد يوم، إذ أن كل يوم يحمل أخبارا عن اندماج جديد أو قيام تحالف أو مشروع جديد.[2]

بعد اطلاعنا على أهم المظاهر التي تتجلى في إطارها عولمة الإعلام، نلاحظ الهيمنة الأمريكية الكبيرة على قطاع الإعلام على المستوى العالمي، وما توفره هذه الدولة من إمكانيات هائلة في سبيل الحفاظ على سيطرتها الإعلامية، وإلغاء الحواجز الجغرافية والسياسية، مستهدفة تدعيم نهجها الإعلامي المرتكز أساسا على توحيد الأنماط الحياتية المختلفة، الاجتماعية، السياسية والثقافية وغيرها، مكرسة مبدأ الاختراق والغزو الثقافي بفضل ما تملكه من قدرات تكنولوجية عالية، وما توصلت إليه من تطور هائل مس جميع المجالات بما في ذلك الميدان الإعلامي.

وإذا كان للعولمة شق إيجابي كما يرى أصحاب التوجه المعولم، الذي أتينا على ذكره في عنصر سابق، فإن الثمن المدفوع كان أعظم، إذ لم تعط خطى التغيير السريعة للبلدان الوقت الكافي للتكييف ثقافيا،[3] من هذا المنطلق أثيرت إشكاليات متعلقة بعولمة الإعلام، والتي تمثل الجانب السلبي لهذه العولمة.

2. إشكاليات عولمة الإعلام:

من أبرز هذه الإشكاليات نذكر:

– الهيمنة الأمريكية على الإعلام الدولي:

بالرغم من الآفاق الرحبة التي يفتحها الفضاء العالمي الجديد، فإن ما يسمى بعصر مجتمع الإعلام هو أيضا عصر الهيمنة على العقول، وهو أمر يستدعي خلق طرائق جديدة في مقاربة مسائل كبيرة، أهمها الحرية

[1] نفس المرجع، ص 153.

[2] رضا عبد الواجد أمين، **الإعلام والعولمة**، مرجع سابق، ص 144.

[3] جوزيف ستكلتز: **العولمة ومساوئها**، ترجمة فالح عبد القادر حلمي، بيت الحكمة، بغداد، 2003، ص 24.

والديمقراطية، ذلك أن الحرية السياسية مثلا لا يمكن أن تقتصر على الحق في التعبير عن الحق في الإرادة، بل تشمل أيضا ضرورة التساؤل عن كيفيات تشكيل هذه الإرادة، وكذلك الحرية الإعلامية لا تقتصر على مفهوم تعدد البدائل المتاحة أمام الجمهور المتلقي، مما يوفر له حرية الانتقاء، وإنما تمتد لتشمل التساؤل عن إمكانية التعدد في ظل هيمنة دولة واحدة على الإعلام في العالم، وفي دراسة تمت عام 1996، حول الإعلام في 41 دولة كانت النتائج ما يلي:

- أكثر الأفلام مشاهدة هي الأفلام الأمريكية، و9 أشرطة من كل 10 أشرطة فيديو أمريكية.
- 20 ألف مستهلك حول العالم من 19 دولة سئلوا عن الثقافة الإعلامية الأمريكية أجاب ما يقارب من النصف منهم بأنها مهيمنة وسلبية.[1]

هذه الهيمنة الأمريكية على الإعلام ووسائله أكثر خطرا من انتشار بضائع هذه الدولة، لأن السيطرة على القطاع الإعلامي العالمي، تعني ترويجا فعالا للسلع الأمريكية، تعني سيطرة على الاقتصاد العالمي، تعني نشرا للثقافة الغربية عامة والأمريكية على وجه الخصوص، ومنه توجيه العالم وفق رؤية أمريكية.

- **سيطرة الشركات العملاقة على الإعلام الدولي:**

مما يجعله أسير نمط قلة، تقوم بتوجيه وتخطيط البرامج الإعلامية والمضامين الثقافية، والتي غالبا ما يكون ولاؤها للوطن الأم، ويزداد نفوذها حتى ينازع الدولة القومية في حق السيادة الإعلامية، ففي عصر العولمة تقلصت قدرة الدول (خاصة النامية) على الضبط أو التحكم في أدوار الفاعلين في القطاع الإعلامي، بسبب ظهور الشركات متعددة الجنسيات كفاعل جديد يتمتع بقدرات مالية وتكنولوجية وفنية كبيرة، يستطيع من خلالها التأثير بقوة في تدفق المعلومات والآراء وإنتاج وترويج المضامين الإعلامية والترفيهية، علاوة على مصادر التمويل والتسويق.[2]

إن 358 ملياريرا يمتلكون معا ثروة تضاهي ما يملكه 2.5 مليار من سكان المعمورة، أي أنها تضاهي مجموع ما يملكه نصف سكان العالم.[3] نسقط هذا الكلام على الشركات العملاقة المسيطرة على الإعلام في العالم؛ كيف تستطيع دولة نامية أن تنافس هذه الشركات، وكمثال على استحالة إمكانية منافسة المؤسسات

[1] رضا عبد الواجد أمين، **الإعلام والعولمة**، مرجع سابق، ص 146.

[2] رضا عبد الواجد أمين، **الإعلام والعولمة**، مرجع سابق، ص 147.

[3] هانس بيتر مارتين وهارالد شومان، **فخ العولمة**، مرجع سابق، ص 54.

الإعلامية العملاقة هو الإحصاءات التي تشير إلى أن هذه الشركات الكبرى تنفق بالمتوسط 59 مليون دولار على إنتاج الفيلم الواحد.[1] الطرفة المبكية هنا هي أن كثيرا من الدول المتخلفة أو النامية لا تمتلك ميزانية تقارب ميزانية إنتاج فيلم واحد، هذا مع العلم أن إنتاج الولايات المتحدة الأمريكية من الأفلام سنويا يفوق 200 فيلم.[2]

- **عولمة الإعلام لا توفر حرية التبادل الثقافي:**

هذه الجزئية ناجمة عن الإشكاليتين السابقتين، رغم ما تصوره المفكر الكندي (مارشال ماكلوهان، Marshall Mclohan)، من أن العالم سيغدو قرية كونية متشابهة، إلا أن شيئا من ذلك لم يتحقق، ففي حين يردد المعلقون والسياسيون هذه الصورة المجازية دون انقطاع، توضح لنا الدراسة المتأنية أن العالم لا ينمو نموا يفرز التلاحم والالتئام حقا، فلم تتحقق القرية الكونية المتشابهة، وإنما تحققت قرية واحدة يتفاوت مستوى معيشة ساكنيها، ويتحكم في فضائها الإعلامي قلة ممن يملكون الأموال القارونية والتكنولوجيا الحديثة، يفرضون ما يريدون بثه أو نشره أو إذاعته، دون أن يحقق ذلك تبادلا عادلا أو حوارا متكافئا.[3]

في الواقع هناك قلة تهيمن على السوق، وتكتفي في الكثير من مناطق البث بصياغة برامجها وإعادة صياغة ما استهلك منها، بطريقة تضمن تغطية أكبر عدد من الفئات المستهدفة، إلى جانب هذا تؤدي عملية اقتناص أكبر عدد من المشاهدين إلى تعميق عملية تركيز هذه الصناعة في أيد أقل فأقل.[4] هذا ما ينطبق على الأفلام الأمريكية المعروضة على القنوات الفضائية، التي تعرض بصورة مكثفة هذا الإنتاج الإعلامي، وتعيد بث الأفلام بصفة مستمرة، ما يؤدي بصفة حتمية إلى تغطية واستقطاب أكبر عدد من المشاهدين ونسف مبدأ المنافسة.

يبرر (بنجامين ر. باربر، Benjam R. Barber) مدير مركز "والت وايتمان" في جامعة "روتغيرز، Rutgers University" مدى انتشار ثقافة هذه القلة رغم تفاهتها أحيانا، بأن ذلك يكمن في ظاهرة قديمة قدم الحضارة نفسها، وهي المنافسة بين الشاق والسهل، بين البطيء والسريع، بين المعقد والبسيط. فكل أول

[1] رضا عبد الواجد أمين، **الإعلام والعولمة**، مرجع سابق، ص 148.

[2] هانس بيتر مارتين وهارالد شومان، **فخ العولمة**، مرجع سابق، ص 49.

[3] رضا عبد الواجد أمين، **الإعلام والعولمة**، مرجع سابق، ص 148.

[4] هانس بيتر مارتين وهارالد شومان، **فخ العولمة**، مرجع سابق، ص 43.

من هذه الأزواج يرتبط بنتاج ثقافي يدعو للإعجاب والإكبار، أما كل ثان من هذه الأزواج فإنه يتلاءم مع لهونا وتعبنا وخمولنا، إن ديزني ومكدونالدز وMTV، تروج لما هو سهل وسريع وبسيط.[1]

- **تقلص دور الدول–خاصة منها النامية–في شغل فضائها الإعلامي:**

وتتعلق هذه الإشكالية بأنماط تفاعل واستجابة الدول النامية–بما فيها الدول العربية–بكل مؤسساتها الإعلامية، لعولمة الإعلام، فمن الثابت أن البعد التكنولوجي في عولمة الإعلام قد فرض–ولا يزال–تحديات على هذه الدول،[2] ويرى الدكتور (مصطفى النشار) أن جميع شعوب العالم لها الحق في الاستفادة من ثورة الاتصالات والتكنولوجيا المتقدمة، لأن مخلفات هذه الثورة هي نتاج التقدم العلمي الذي شاركت فيه جميع شعوب العالم بمختلف جنسياتها، وليست كما يظن البعض أنها ملك للغربيين دون سواهم، لكن –حسب الدكتور (مصطفى النشار)– إيجابية هذه الثورة التكنولوجية لا يجب أن تخدعنا فتنسينا أنها حق أريد به باطل، فما يراد من هذه الأدوات بالنسبة للغربيين وخاصة الأمريكيين ليس التقريب بين الثقافات وليس الحوار مع الآخر على الصعيد الفكري. وإنما المراد حقا، على الصعيد الفكري هو فرض الثقافة الغربية وتحويل الثقافات الأخرى إلى ثقافات هامشية موسومة بالتخلف والجمود.[3]

إن البعد التكنولوجي لعولمة الإعلام أسقط من الناحية النظرية والعملية احتكار الدول لمجالها الإذاعي والتلفزيوني، ومن ثم أصبحت ملكية وإدارة هذه الدول للإذاعة والتلفزيون لا تؤمن بقاء هذا الاحتكار أو تضمن استمرار القدرة على المراقبة أو المنع. وإذا كان بإمكان هذه الدول أن تتحكم فيما تبثه من أخبار وأفكار وآراء في الوسائل الإعلامية التي لا تزال تحتفظ بملكيتها، فإنها لا تستطيع أن تصرف الجمهور عن البدائل الأخرى الماحة أمامه من قنوات فضائية، ومواقع على شبكة الأنترنت، ولم يبق أمامها إلا أن تنافس هذه الوسائل لجذب الجمهور المتلقي،[4] لكن هذه المنافسة موءودة قبل ولادتها نظرا للفارق الكبير بين الإمكانيات الخرافية للشركات الإعلامية العملاقة وبين قدرات دول العالم المتخلفة وحتى النامية.

---

[1] هانس بيتر مارتين وهارالد شومان، **فخ العولمة**، مرجع سابق، ص 41.

[2] رضا عبد الواجد أمين، **الإعلام والعولمة**، مرجع سابق، ص 149.

[3] مصطفى النشار، **ضد العولمة**، مرجع سابق، ص: 10-11.

[4] رضا عبد الواجد أمين، **الإعلام والعولمة**، مرجع سابق، ص 149.

إشكاليات عولمة الإعلام آنفة الذكر، تقودنا للحديث عن حدود الخطر الذي يمكن أن يهدد ثقافات الشعوب في العالم، في ظل الأحادية القطبية الإعلامية، وسيطرة الولايات المتحدة الأمريكية على إمبراطورية الإعلام العالمي، وإذا كانت العولمة لا تكتفي بمجال واحد بعد اقترانها بالميدان الاقتصادي، الاجتماعي، السياسي والإعلامي...فقد أصبح من المألوف الحديث الآن عن عولمة سياسية، وأخرى ثقافية وثالثة اجتماعية وإعلامية...، لكن تبقى "العولمة الثقافية" أهم وأخطر هذه الأنواع وأكثرها إثارة للجدل والخلاف. فالثقافة من وجهة نظر دعاة العولمة هي السبب الرئيسي للانقسام بين الشعوب، وإن الحل هو في اندماج الثقافات في ثقافة واحدة، ولن تكون النتيجة إلا لصالح القيم الثقافية التي تنادي بها العولمة.[1] وهو ما يجرنا بصفة حتمية للتساؤل عن ماهية العولمة الثقافية.

ثالثا–العولمة الثقافية في ظل عولمة الإعلام:

[1] خليل نوري مسيهر العاني: **الهوية الإسلامية في زمن العولمة الثقافية**، مركز البحوث والدراسات الإسلامية، بغداد، 2009، ص: 118-119.

ترتكز "العولمة الثقافية" أساسا على مفاهيم تعميم أنماط الحياة وأساليب الاستهلاك الغربية-الأمريكية عن طريق قولبة الذوق والمأكل والملبس؛ أي محاولة توحيد القيم والأفكار وأشكال السلوك في ثقافة عالمية واحدة تتمحور حول الذات الغربية، ولقد دخلت الثقافة بوصفها منتج اجتماعي ميدان العملية الاقتصادية، وأصبحت سلعة مثل السلع المادية تتداول في سوق يسودها الأقوى تكنولوجيا، الأمر الذي يفرض القول بأن: "التبادل الثقافي العالمي الجاري في ركاب التجارة الحرة، تبادل غير متكافئ ولا يعبر عن أي إمكانية لتحويل العولمة الثقافية إلى تثاقف متوازن بين الثقافات والشعوب والمجتمعات".[1]

و"العولمة الثقافية" تعني: "محاولة دولة ما تعميم نموذجها الثقافي على الدول والمجتمعات الأخرى، من خلال التأثير في المفاهيم الحضارية والقيم الثقافية والأنماط السلوكية لأفراد هذه المجتمعات، بوسائل سياسية واقتصادية وثقافية وتقنية متعددة، وذلك من خلال الاختراق الثقافي واستعمار العقول واحتواء الخبرات". وهذا النمط من التفكير والآلية الحركية لسلوك المنفعة والاحتواء، يلقى رواجا في تكتيك الإدارة السياسية في الولايات المتحدة الأمريكية باختلاف رموز هذه الإدارة، ومن أجل هذا التوجه وُظِّف المال والخبراء والمؤسسات الثقافية والإعلامية.[2]

تظهر العولمة الثقافية من خلال عملية استبدال الثقافة المكتوبة بالسمعي البصري؛ أي سيادة ثقافة الصورة كأداة لإنتاج القيم والأذواق، فالصورة اليوم هي المادة الثقافية التي يجري تسويقها في العالم؛ حيث تمكنت من تحطيم الحاجز اللغوي وصنع الذوق الاستهلاكي (الإشهار) والرأي السياسي (الدعاية الانتخابية)، والعولمة الثقافية تشمل الموسيقى والسينما والتلفزيون...إلخ.[3]

وللتأكيد على أهمية الصورة في إطار ما يسمى بالعولمة الثقافية يرى (عبد الإله بلقزيز) بأن الثقافة في مناخ العولمة ليست هي الثقافة التقليدية المعروفة بـ "الثقافة المكتوبة"، وإنما هي ثقافة ما بعد المكتوب؛ بمعنى "ثقافة الصورة". فالصورة اليوم هي المفتاح السحري للنظام الثقافي العولمي الجديد، نظام إنتاج وعي الإنسان بالعالم، إنها المادة الثقافية الأساس التي يجري تسويقها على أوسع نطاق جماهيري، فالصورة لا تحتاج إلى المصاحبة اللغوية كي تنفذ إلى إدراك المتلقي، لأنها-بحد ذاتها-خطاب مكتمل يمتلك سائر مقومات التأثير الفعال في مستقبله، وبتعبير

---

[1] عبد الحليم عمار غربي: **العولمة الاقتصادية: رؤى استشرافية في مطلع القرن الواحد والعشرين**، مجموعة دار أبي الفداء العالمية للنشر والتوزيع والترجمة، سوريا، 2013، ص 30.

[2] عبد العزيز المنصور: العولمة والخيارات العربية المستقبلية، **مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية**، عدد 2، مجلد 25، 2009، ص 568.

[3] عبد الحليم عمار غربي، **العولمة الاقتصادية: رؤى استشرافية في مطلع القرن الواحد والعشرين**، مرجع سابق، ص 30.

آخر الصورة تستغني عن الحاجة إلى غيرها.[1] إنها أبلغ من أي تعبير، وبالتالي يمكن بواسطتها تعميم نمط ثقافي على حساب أنماط أخرى، ولن يتأتى ذلك إلا لمن يمتلك قوة إعلامية يتبنى من خلالها أسلوب الهيمنة الثقافية.

يعطي (بلقزيز) بعد هذا تعريفا للعولمة الثقافية، فيقول: "فعل اغتصاب ثقافي، وعدوان رمزي على سائر الثقافات، إنها رديف الاختراق الذي يجري بالعنف-المسلح بالتقانة-فيهدر سيادة الثقافة في سائر المجتمعات التي تبلغها عملية العولمة...وهي لا تعني سوى سيطرة الثقافة الغربية على سائر الثقافات، بواسطة استثمار مكتسبات العلوم والتقانة في ميدان الاتصال، وهي التتويج التاريخي لتجربة مديدة من السيطرة بدأت منذ انطلاق عمليات الغزو الاستعماري منذ قرون، وحققت نجاحات كبيرة في التصفية والمسخ بثقافات جنوبية عديدة، وبخاصة في إفريقيا".[2]

يضفي هذا التعريف بعدا إعلاميا للعولمة الثقافية، على اعتبار أنه يقول بارتكاز هذه الأخيرة على ما توصل إليه العلم من وسائل تكنولوجية حديثة في مجال الإعلام والاتصال، كما يؤكد أن العولمة الثقافية هي سيطرة الثقافة الغربية على غيرها من الثقافات؛ بمعنى أن من يملك الإعلام تهيمن ثقافته، وقد وضحنا فيما سبق الجبروت الإعلامي لأمريكا، وهو ما يجعل من هذه الدولة رمزا لطغيان ثقافة الغرب على ثقافات شعوب العالم.

فيما يرى الدكتور (محمد عبد القادر حاتم) أن الاختلاف بين الحضارات قائم وضروري، والتفاوت في القوة لا يكون بين حضارة وأخرى، ولكن يكون التفاوت ومن ثم التنافس بين مشروع حضاري ومشروع حضاري أخر، بين أدوات وقواعد للمنافسة وأدوات وقواعد أخرى.[3] ولما كانت الخريطة العالمية الراهنة للإعلام تشير إلى اتساع الفجوة بين الدول الصناعية المتقدمة في الشمال واحتكارها لوسائل الاتصال الحديثة، وبين غالبية الدول النامية في الجنوب وافتقارها للحد الأدنى من الوسائل الإعلامية المتطورة، فلا شك أن هذه الصورة غير العادلة لها نتائجها السلبية على الثقافة والأوضاع الثقافية في كل من دول المركز والهوامش،[4] إن العولمة الثقافية القائمة على التبادل

[1] خليل نوري مسيهر العاني، **الهوية الإسلامية في زمن العولمة الثقافية**، مرجع سابق، ص: 119-120.

[2] نفس المرجع، ص 120.

[3] محمد عبد القادر حاتم: **العولمة ما لها وما عليها**، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2005، ص 507.

[4] عواطف عبد الرحمان، **قضايا التبعية الإعلامية والثقافية**، مرجع سابق، ص 53.

الحر والمتوازن للأفكار والمفاهيم والثقافات هي التي تحقق التقارب الإنساني بين المجتمعات والشعوب، لكن إذا كان هناك اختلال في تدفق الأفكار والثقافات لصالح ثقافة معينة فلن يكون هناك تكافؤ ولا تبادل حر.[1]

الواقع أن المخاطر الإعلامية المترتبة على هذا التفاوت الملحوظ بين الشمال والجنوب لا تقتصر على المجالات الإعلامية فحسب، بل تحمل آثارا أكثر خطورة تتمثل في السيطرة الثقافية التي تتخذ شكل الاعتماد (من جانب الدول النامية) على النماذج المستوردة التي تعكس القيم وأساليب الحياة الأجنبية مما يهدد الذاتية الثقافية لشعوب العالم الثالث.[2]ومن مخاطر العولمة الثقافية هي أنها تهدد الخصوصيات الثقافية التي هي رمز للهوية الذاتية، والمشكلة هي الاتجاه لصياغة ثقافة عالمية في ظل العولمة لها قيمها ومعاييرها، والغرض منها ضبط سلوك الدول والشعوب، ولأن الدعوة إلى العولمة قد ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية، فإن هذا يفترض أنها تعني الدعوة إلى تبني النموذج الأمريكي.[3]

والمتتبع لآثار هذا التفاوت واختلال التوازن الإعلامي على المجالات الثقافية، يجد أن دراسة أجرتها "منظمة اليونيسكو" عن التداول الدولي للبرامج التلفزيونية، تشير إلى أن غالبية الدول النامية التي توجد بها محطات تلفزيونية تستورد ما لا يقل عن نصف البرامج التي تعرضها، وأن 75% من جملة الواردات العالمية من البرامج التلفزيونية تأتي من الولايات المتحدة الأمريكية، وإذا كانت دول العالم الثالث تستورد نسبة عالية من برامجها الثقافية والترفيهية من الدول الغربية، فإن التدفق في الاتجاه العكسي يكاد يكون معدوما. فالولايات المتحدة الأمريكية مثلا لا تستورد أية أفلام أو مسلسلات، باستثناء 2% من المواد التعليمية، إلا أن المشكلة لا يمكن طرحها بعبارات كمية فقط، فالدول النامية تحصل على ما يمكن وصفه بأي معيار موضوعي بأنه من أسوأ ما ينتج في الدول الغربية.[4]

فالقوة التكنولوجية الجبارة التي تمتلكها الدول الغربية–وفي مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية–خاصة في الميدان الإعلامي مكنتها من القيام بالاختراق الثقافي؛ أي أن السيطرة أصبحت للتكنولوجيا بما أنها أصبحت الحامل الأبرز للثقافة؛ بمعنى من يملك التكنولوجيا يستطيع نشر الثقافة التي يريد؛ ومنه ليس غريبا أن نجد أن النفقات التي تم صرفها على المعلومات ووسائل المعلومات –في العالم الغربي–في عصر العولمة، وصلت إلى 1100

[1] رضا عبد الواجد أمين، **الإعلام والعولمة**، مرجع سابق، ص 111.

[2] عواطف عبد الرحمان، **قضايا التبعية الإعلامية والثقافية**، مرجع سابق، ص 53.

[3] رضا عبد الواجد أمين، **الإعلام والعولمة**، مرجع سابق، ص 118.

[4] عواطف عبد الرحمان، **قضايا التبعية الإعلامية والثقافية**، مرجع سابق، ص: 53-54.

مليار دولار عام 2002م، وهذا المبلغ يزيد عن الدخل السنوي لـ 47% من فقراء العالم؛ أي 2.5 مليار نسمة، حيث يسيطر العالم الغربي على شبكة المعلومات العالمية،[1] من خلال الشركات متعددة الجنسيات التي تقوم بالدور الأبرز في نقل المنتجات الثقافية والكتب والأفلام والمواد التعليمية، وتحرص من خلال ذلك على فرض الأذواق الاجتماعية الثقافية الغربية على شعوب العالم مستهدفة خلق نمط ثقافي عالمي واحد من حيث الذوق والأسلوب والمضمون.[2]

وقد بينت إحصائيات "منظمة اليونيسكو" عام 2000م، أن هناك 300 شركة إعلامية هي الأولى في العالم، من بينها 144 شركة أمريكية، و80 شركة أوروبية، و49 شركة يابانية. وهناك حول الأرض يدور أكثر من (500) قمر صناعي يرسل إشارات لاسلكية، تدعو العالم إلى أن يدخل في العولمة، فبواسطة الصور المتحركة على شاشات أكثر من مليار من أجهزة التلفاز، تتشابه الصور وتتوحد الأحلام.[3]

خلاصة:

ما نخرج به من خلال الطرح أعلاه أن الولايات المتحدة تعد بمثابة الراعي الرسمي لعولمة الإعلام، وذلك نتيجة سعيها لتوحيد الأنماط الثقافية وتكريس الثقافة الأمريكية كثقافة عالمية، وفي نفس الوقت إقصاء ثقافات الشعوب التي تنتمي للعالم الثالث، والذي يفتقر ببساطة للأسلحة الإعلامية التي تمتلكها إمبراطورية الإعلام الأمريكية، وهذا ما يوضح عدم تكافؤ ميزان القوى الإعلامية في العالم، والوضع الراهن يصب في صالح الغرب الممتلك لتكنولوجيا الاتصال وبالتالي امتلاكه للسيطرة والهيمنة الثقافية والإعلامية.

ويمكن تشبيه هذا الموقف بمن يحمل سلاحا ويوجهه لخصم أعزل لا حول ولا قوة له، بمعنى أن قدرات الدول النامية في المجال الإعلامي لا يمكنها أبدا أن تقاوم الطوفان الإعلامي الأمريكي، ومثال ذلك أن أمريكا توفر لإعلامها ما يضاهي ميزانيات مجموعة من الدول، وتكنولوجيا الولايات المتحدة الأمريكية الإعلامية قد تصل إلى بعض دول العالم بعد سنوات من أول ظهور لهذه التكنولوجيا.

---

[1] خليل نوري مسيهر العاني، **الهوية الإسلامية في زمن العولمة الثقافية**، مرجع سابق، ص 126.

[2] عواطف عبد الرحمان، **قضايا التبعية الإعلامية والثقافية**، مرجع سابق، ص 54.

[3] خليل نوري مسيهر العاني، **الهوية الإسلامية في زمن العولمة الثقافية**، مرجع سابق، ص 127.

الفصل الرابع: أدوات الهيمنة الإعلامية

تمهيد

أولا–الإعلام الفضائي

1. **البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية**

أ– لمحة عن الأقمار الصناعية

ب– تعريف البث الفضائي

2. **البث الفضائي العربي**

– بداية البث الفضائي في الجزائر

ثانيا–هيمنة السينما الأمريكية

1. **لمحة عن السينما**
2. **غزو السينما الأمريكية لشاشات العالم**

ثالثا–المخاطر الثقافية لعولمة الإعلام

خلاصة

الفصل الرابع: أدوات الهيمنة الإعلامية

تمهيد:

إن لعولمة الإعلام التي تطرقنا إليها في الفصل السابق، أدوات تستعملها لدعم طوفانها الإعلامي الجارف، هذا دائما تحت إشراف أمريكي، ومن أهم هذه الأدوات نذكر التكنولوجيا المتعلقة بالبث الفضائي عبر الأقمار الصناعية، لأن هذه الوسيلة تعد من الوسائل الإعلامية الأكثر انتشارا والأكثر جماهيرية، وبالتالي الممتلك لهذه الوسيلة يضمن بشكل كبير وصول رسائله إلى أكبر عدد من المتلقين كما يضمن تغطية مساحة أكبر من الكرة الأرضية، وبالتالي تصبح رسائله الإعلامية عالمية بحق.

اعتماد الولايات المتحدة على تكنولوجيا الاتصال يأتي تماشيا مع رغبتها في توجيه العالم وفق رؤيتها، فالتحكم في الرأي العام العالمي يسهل كثير من مهمتها في فعل ما تريد بالطريقة التي تريد، وفي دراستنا هذه أخذنا نموذجا من الإنتاج الإعلامي الغربي ألا وهو الأفلام الأمريكية، التي تدخل ضمن إعلام العولمة، ولم يكن لهذه الأفلام أن تصل إلينا لولا أقمار البث الصناعية التي تمول الفضائيات بمختلف أشكال المواد الإعلامية، ونحن بدورنا سنتطرق في هذا الفصل للحديث عن الأقمار الصناعية والبث الفضائي في العالم وفي الوطن العربي، هذا الأخير الذي يعتبر تابعا للغرب مثل بقية نظرائه من شعوب العالم الثالث، ومستهلكا لأفلام السينما الأمريكية التي غزت شاشات العالم بفضل اقتران التلفزيون بالسينما وبثه لمنتجاتها، ليتولد عن هذا الاقتران انتشار غير مسبوق للأفلام السينمائية خاصة الأمريكية منها، نظرا لقوة الولايات المتحدة وجبروتها في هذا المجال.

هذا الأمر لا بد وأن تنجم عنه مخاطر ثقافية، على اعتبار أن الإعلام ناقل رئيسي للثقافة، وبما أن السيد على الإعلام في العالم هو الولايات المتحدة، فإن هذه الأخيرة تحمل صبغة ثقافية منافية لثقافتنا العربية والجزائرية، ومتناقضة مع قيمنا الدينية والاجتماعية، ومنه فإننا لسنا في منأى بثقافتنا وهويتنا عن مخاطر عولمة الإعلام الثقافية، هذه المخاطر التي سنبرزها في آخر هذا الفصل.

أولا–الإعلام الفضائي:

تحدد الأدبيات النظرية والمعرفية وسائل وأدوات عولمة الإعلام في: الصحافة الدولية، وكالات الأنباء العالمية، الأنترنت، البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية، وتعد هذه الوسيلة الأخيرة من أهم أدوات السيطرة والهيمنة الإعلامية، للبعد العالمي الذي تكتسيه.

1. البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية:

عرفت حضارة الإنسان نهاية القرن العشرين على مستوى الإعلام الفضائي عبر الأقمار الصناعية، نجاحا كبيرا في حقل التفكير العلمي التكنولوجي، إذ مكنت تقنية الأقمار الصناعية من تغطية أماكن عديدة من العالم المعاصر وتسهيل الاطلاع على ثقافات الشعوب في أرجاء المعمورة، كما أن هذه التقنية تدخل ضمن وسائل السيطرة والهيمنة الثقافية، وقد اتفقنا سابقا على أنه من يمتلك التكنولوجيا يمتلك هذه السيطرة.

أ– لمحة عن الأقمار الصناعية:

يعد التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيري، وأكثر الأجهزة الإعلامية تأثيرا في المتلقي، وعلى الرغم من تعدد وسائط الإعلام وتقنياته، يظل التلفزيون أكثر قربا من الشباب وأكثر تأثيرا في عقولهم وأذهانهم وخاصة على أذواقهم، ثم إن هذه الوسيلة الاتصالية الأكثر انتشارا والأكثر جذبا من خلال الكلمة والصورة، والصوت والحركة. كما أنها تعرض مضامينها بطريقة مشوقة وتقدمها في صور جذابة ومبسطة ومباشرة.

وقد شهدت الأعوام المنصرمة تطورا كبيرا في هذه الوسيلة المرئية بظهور القنوات الفضائية وانتشارها الواسع في العالم عبر الأقمار الصناعية، إن التقدم التكنولوجي المتسارع والمستمر في مجال الإعلام والاتصال يحدث نقلات ثورية في بعدي المكان والزمان وما يرتبط بهما من خبرات اجتماعية، فضلا عن التمهيد إلى وعي جديد والفصل بين الحدود الجغرافية والهوية. وعند الحديث عن آليات البث الفضائي، فإننا نشير في البداية إلى تعددها من حيث الأدوات والقنوات.[1]

وفي ظل انتشار الأقمار الصناعية بدأت معالم صياغة مجتمع دولي كبير، حيث يتعرف كل شخص على إيديولوجيات أخرى وثقافات أخرى وأجناس أخرى، وقد اتسع نطاق الخدمة الإخبارية عن طريق الإعلام المرئي، إذ أصبح في استطاعة شبكات الإعلام الدولية بث الحدث لحظة وقوعه وفي موقعه سواء داخل الدولة أو خارجها،

[1] نصير بوعلي، **أثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري**، مرجع سابق، ص 51.

ومن أمثلة ذلك شبكة الـ "CNN" التي تغطي أكثر من 150 دولة، وقناة "FOX" الأمريكيتين، ومحطة "سكاينيوز" البريطانية التي اتسع نطاق تغطيتها الإعلامية ليشمل أوروبا بأسرها ويمتلكها (روبرت مردوخ).[1]

هذا الاتساع الإعلامي والإخباري على نحو خاص جاء نتيجة التطور التكنولوجي السريع والذي شمل وسائل الاتصال، فالتكنولوجيا بشكل عام، وتكنولوجيا الإعلام والاتصال بشكل خاص لا تؤدي دورا حيويا في السيطرة الثقافية فحسب، ولكنها بالفعل جزء من هذه السيطرة.[2]

وعليه يمكن إدراج التعريف التالي للأقمار الصناعية باعتبارها أداة رئيسية للبث الفضائي:

يعرف **القمر الصناعي** على أنه: "عبارة عن برج استقبال وإرسال يوضع على خط الاستواء خارج الكرة الأرضية بحوالي (22.300 ميل)، ويوضع على خط الاستواء لكونه أقرب نقطة تزامن دوران القمر مع دوران الأرض، بحيث يظل مغطيا البقعة الجغرافية التي حددها، أي يظل دورانه وكأنه ثابت. ويستطيع كل قمر ان يبث من هذه النقطة إلى 40% من سطح الكرة الأرضية، واحتياطا لخروج بعض الأقمار عن مدارها أو وجود عوائق طبيعية تمنع البث تم الاتفاق على وضع ثلاثة مواقع للأقمار الصناعية (في مواقع مختلفة من الكرة الأرضية) كفيل بتغطية كل سطح الكرة الأرضية.[3]

من الناحية التاريخية حدثت الكثير من التطورات التكنولوجية ما بين عام 1945م، وحتى الوقت الحالي على مستوى الاتصالات الفضائية عبر الأقمار الصناعية، وتعود أول انطلاقة في هذا المجال في الرابع من أكتوبر عام 1958م، حين أطلق الاتحاد السوفياتي-سابقا-أول قمر صناعي في العالم يدور حول الأرض في الفضاء، وكان هذا الإنجاز العلمي تهديدا لأمريكا وأمنها القومي،[4] أي أن الهدف من الأقمار الصناعية في أول ظهور لها كان إرساء لفكرة الصراعات السياسية التي كانت تميز تلك الفترة، بين المعسكرين الشيوعي والرأسمالي، ومحاولة للسيطرة على الإعلام العالمي نظرا لما تحققه هذه السيطرة من تحكم في توجيه وصياغة الرأي العام، ولما لها من قدرة على التأثير في انتماءات الشعوب وثقافاتها.[5]

---

[1] حسن رضا النجار: **تكنولوجيا الاتصال المفهوم والتطور**، أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أفريل 2009، ص497.

[2] نفس المرجع، ص 497.

[3] زكرياء البرداعي: **سفن الفضاء**، دار الفكر العربي، القاهرة، 1970، ص 20.

[4] نصير بوعلي، **أثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري**، مرجع سابق، ص 52.

[5] نفس المرجع، ص 53.

وبالعودة للسياق التاريخي فإن القمر الصناعي الأول "سبوتنيك-1، Sputnick-1" لم يكن إلا قطرة من غيث، كما لم يكن إلا شرارة أشعلت نار المنافسة بين العلماء الأمريكيين والسوفيات في دائرة السباق العلمي والتكنولوجي. ولم تشأ الولايات المتحدة الأمريكية أن تترك الاتحاد السوفياتي يستأثر بركب الفضاء وحده دون أن تلحق به، وبعد أربعة أشهر أطلقت قمرها الصناعي الأول "الكاشف-1، Explorer-1"، في فيفري 1958م، ويرجع الفضل في ذلك إلى التوفيق في إطلاق الصاروخ الأمريكي "Jupiter-H"، ولقد توالت سلسلة التجارب الخاصة بالأقمار الصناعية لمختلف الأغراض العلمية لتحقيق التكامل العلمي عن المعلومات الفضائية، على سبيل تجاوز عدد الأقمار الصناعية من طراز "كوسموس، Cosmos" حتى عام 1971م، أزيد من 40 قمر صناعي، وارتفع إلى 52 قمر صناعي بعد منتصف عام 1973م. وللأقمار الصناعية وظائف مختلفة باختلاف مجالات الاستخدام، مثل تحقيق الاتصالات اللاسلكية لمسافات بعيدة، ونقل المكالمات الهاتفية في آن واحد عبر القارات ونقل البث الإذاعي والتلفزيوني إلى مسافات طويلة.[1]

ولم يقتصر مجال التنافس في ميدان غزو الفضاء على الولايات المتحدة والاتحاد السوفياتي فقط، بل خاضت كل من فرنسا وإنجلترا وألمانيا الغربية-سابقا-والصين في هذا المجال بصفة محدودة في بداية الأمر، إلا أنه سرعان ما حاولت اللحاق بركب سابقاتها، وذلك عن طريق إنشاء تعاونيات في هذا المجال، باشتراكها بميزانيات في مشروع فضائي واحد، يمكن أن نذكر على سبيل المثال بعض الدول الأوروبية وهي: إنجلترا، فرنسا، ألمانيا الغربية-سابقا-إيطاليا، السويد، بلجيكا، هولندا، سويسرا، الدنمارك، وإسبانيا، وحقق تعاون هذه الدول إنتاج الصاروخ الفضائي "Europa"، الذي حمل القمر الصناعي "Esro" على غرار هذا تعاونت ألمانيا الشرقية-سابقا-وبلغاريا، المجر، بولندا، رومانيا مع الاتحاد السوفياتي لإنتاج القمر الصناعي "أنتركوسموس، Intercosmos"، كما أن الرغبة دفعت بالدول العربية-بعد النتائج التي أخذت تعطي مردودها في عالم الاتصال-إلى إنشاء الشبكة الفضائية العربية "عربسات، Arabsat".[2] محاولة للحاق بالركب العالمي في مجال الإعلام والاتصال.

بدأت الخطوات العملية لتنفيذ مشروع الشبكة العربية للفضاء "عربسات، Arabsat" في1981م، عندما قررت المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية "ASCO" توقيع عقد مع شركة "أيروسباسيال، Airo-

[1] نصير بوعلي، **أثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري**، مرجع سابق، ص: 52-53.
[2] نفس المرجع، ص 53.

Spatiale"، الفرنسية لتصنيع ثلاثة أقمار صناعية-تكون الأقمار الصناعية على ارتفاع 36000 كلم فوق خط الاستواء، وتغطي المنطقة العربية كلها-متماثلة لتكوين نظام فضائي عربي.[1]

ويمثل الجدول التالي نظام عربسات بمختلف أجياله:[2]

القمر	تاريخ الإطلاق	الموقع	الوسيلة	المهام والملاحظات
عربسات الأول –A 1	1985/02/08م	خط طول 19°شرقا	بواسطة الصاروخ الأوروبي آريان في غويانا الفرنسية	الاتصالات الهاتفية، التلكس، التلغراف، التوزيع التلفزيوني الإقليمي والمحلي.
عربسات الثاني B–1	1985/06/17م	خط طول 26°شرقا	بواسطة المكوك الأمريكي ديسكفري	نفس المهام، يحوي 25 قناة صالحة للعمل.
عربسات الثالث–C 1	1992/02/28م	خط طول 31°شرقا	بواسطة الصاروخ آريان	يحمل وقودا أكثر من القمرين الأولين، يمكنه البقاء في الفضاء أكثر من القمران الأولان، واستمر 7 سنوات.

الجدول رقم (2) يمثل نظام عربسات بمختلف أجياله

وقد عرفت الفترة الأولى لتشغيل الجيل الأول لعربسات عرفت صعوبات كثيرة وظروفا عصيبة، جعلت من بعض المتشائمين يطلقون بعض التصريحات حول فشل التجربة، متعللين بعدم وجود محطات أرضية كافية في الوطن العربي ليتصل بعضها ببعض عن طريق عربسات، في الوقت الذي حققت فيه الدول الغربية سبقا في ميدان الإعلام عن طريق الوسائل التكنولوجية، التي طورتها وبالتحديد في ميدان الاتصال التي تستخدمها دول العالم الثالث لتحقيق بعض مشاريعها الإعلامية وذلك على مستويين:

من حيث الكم: يكون عدد الأقمار العاملة حاليا في خدمة الإعلام الغربي هو السائد، باعتبار أن هذه الأقمار صنعت لخدمة مجتمعات معينة حسب اختيارات سياسية، اقتصادية، وثقافية تهم بالدرجة الأولى دول الغرب بما فيها الولايات المتحدة الأمريكية.

من حيث الكيف: الأمر يتعلق برغبة الدول النامية في الحصول على ما تبثه هذه الأقمار من برامج، أو ما يمكن أن تبثه من برامج محلية وقع إعدادها محليا في محيط العالم الثالث، وقد أثبتت الدراسات أن النسبة المرتفعة

[1] علي محمد شمو: **تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات**، دار القومية العربية للثقافة والنشر، مصر، 1999، ص 156.

[2] لمياء طالة، **الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي**، مرجع سابق، ص 237.

من البرامج التي توفرها تلفزيونات الغرب عن طريق الأقمار الصناعية لا يمكن مقارنتها بما تنتجه التلفزيونات المحلية في العالم الثالث.[1]

إلى جانب "عربسات" فقد دخلت الدول العربية معترك البث الفضائي بقمر ثاني وهو "نايلسات، Nile Sat"، فقد وقعت مصر عام 1997م اتفاقية تصنيع أول قمر صناعي تحت مسمى "نايلسات" مع شركة فرنسية متخصصة، وأقرت الاتفاقية الموقعة بالاتحاد الدولي للاتصالات حق مصر إنشاء قمر صناعي للبث التلفزيوني المباشر، وأصبحت الاتفاقية سارية المفعول في الأول من جانفي 1997م، ولمدة 15 سنة، ويعد القمر الصناعي الأكثر انتشارا ومتابعة من قبل الجماهير العربية، وتسعى غالبية المحطات الفضائية إلى حجز تردد به يمكنها من البث، لتصل إلى شاشات الملايين من البيوت العربية، ونظرا للإقبال المتزايد من طرف ملاك المحطات على البث عن طريق القمر "نايلسات"، فقد اتفقت مؤسستا "نايلسات ويوتلسات" على نقل أحد أقمار "يوتلسات، Eutelsat" إلى الموقع المداري "للنايلسات" وذلك عام 2006م، ويعرف بـ"نايلسات 103"، حيث زادت السعات المتاحة للبث وعدد القنوات والخدمات دون الحاجة إلى أية تعديلات فنية لاستقبالها، إضافة إلى تحقيق تغطية أكبر لأوروبا مما أتاح الفرصة أمام الجاليات العربية في أوروبا لمتابعة قنوات بلدانها وخلقت فرص أكثر للتواصل مع الوطن الأم.

وبالعودة للحديث عن الأقمار الصناعية نجد أن هناك **نوعان من الأقمار الصناعية:** أقمار صناعية سالبة وأقمار صناعية موجبة، أما **السالبة** فهي عبارة عن بالون كبير ذي سطح معدني يقوم بعكس الإشارات المرسلة وإعادتها إلى الأرض مرة أخرى، ومن أشهرها القمر الصناعي "سكور، Score" الذي أطلقته الولايات المتحدة الأمريكية عام 1958م، والقمر الصناعي "كورير، Courier" الذي أطلق عام 1960م، والقمر الصناعي "إيكو-2، Echo-2"، الذي أطلق عام 1964م وتمكن من ربط أمريكا بالاتحاد السوفياتي-سابقا-.

أما **الأقمار الصناعية الموجبة** فتحتوي على أجهزة إرسال واستقبال وتسجيل، وكل ما يحتاجه العمل الإذاعي والتلفزيوني، لذلك فهي تحتاج إلى طاقة تشغيل تستمدها من مجموعة البطاريات الشمسية الموجودة على سطحها ومنها القمر الصناعي "تليستار-1، Télé Star-1"، و"تليستار-2، Télé Star"، وأقمار "ريلاي، Relay".[2]

[1] لمياء طالة، **الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي**، مرجع سابق، ص: 237-238.

[2] زكرياء البرادعي، **سفن الفضاء**، مرجع سابق، ص 20.

إضافة للنوعين السابقين هناك نوعان من **الأقمار الصناعية المستخدمة تلفزيونيا**: الأول **أقمار الخدمة الثابتة "Fixed Satellite Service FFS"**، ويقدم هذا الصنف خدمات مكثفة لا تقتصر على التلفزيون فحسب، وإنما في الاتصالات الهاتفية والتلكس، ونقل البيانات والمعلومات، ونقل صفحات كاملة من الصحف من مكان لآخر فضلا عن نقل البرامج الإذاعية والتلفزيونية، وكان أولها القمر الأمريكي "تليستار" سابق الذكر، إضافة إلى **أقمار البث المباشر عالية التردد " DBS Direct Broad Casing Satellite"**، وتقوم أقمار هذا الصنف بإرسال إشارة قوية يمكن استقبالها مباشرة بواسطة أجهزة التلفزيون العادية المجهزة بهوائي خاص، بمعنى أن الإشارات المرسلة من القمر الصناعي لا تمر بمحطات أرضية تتولى إعادة بثها على الشبكات التلفزيونية الأرضية.[1]

من هذا المنطلق يمكن التطرق إلى البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية، والذي نضعه تحت عبارة نسبت إلى (أنشتاين) والتي يقول فيها: "هناك ثلاث قنابل تشكل تهديدا للجنس البشري في القرن العشرين، القنبلة النووية، القنبلة الديمغرافية، وقنبلة الاتصالات"،[2] وهو ما معناه أن لوسائل الإعلام والاتصال دور يوازي دورها التنموي، وهو دور الغزو الثقافي والعمل على تكريس هيمنة الثقافة الواحد على باقي الثقافات.

ب– تعريف البث الفضائي:

إن البث الفضائي التلفزيوني المباشر بواسطة الأنظمة الرقمية والأقمار الصناعية نتيجة حتمية لتطور تكنولوجيا الاتصال، فقد أصبح الفرد ينتقل ببساطة بين المحطات التلفزيونية دون عناء ولا رقابة، ولم يعد البث التلفزيوني عملية ترفيهية، بل ضرورة قومية لأنه يملك قدرة هائلة على تغطية مساحات كبيرة من سطح المعمورة، والتي يصعب وصول الإرسال التلفزيوني إليها بسبب العوائق الطبيعية، واتجهت كثير من دول العالم للاقتناء هذه التكنولوجيا من خلال إنشاء المحطات الفضائية ونشر ثقافتها الوطنية ومقاومة الثقافات الوافدة، إضافة إلى إمكانية الاستفادة من هذه التكنولوجيا في المجالات التعليمية والتربوية الاقتصادية.

والحديث عن تحديد مفهوم "تكنولوجيا البث الفضائي المباشر" يشمل مجموع الوسائل والمعدات التكنولوجية الجديدة للإعلام والاتصال، وعندما نقول تكنولوجيا الاتصال فإننا نعني: مجال المعارف والخبرات

[1] رحيمة عيساني، **الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية**، مرجع سابق، ص 166.
[2] لمياء طالة، **الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي**، مرجع سابق، ص 241.

المتراكمة والمتاحة، والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها، أي إيصاليها إلى الأفراد والمجتمعات.[1]

إن البث الفضائي: هو "بث برامج تلفازية من بلد لآخر دون الحاجة لمحطات تلفازية أرضية. وقد خلق البث الفضائي كما التكنولوجيا المستخدمة في الفضائيات، صعوبات شتى للحكومات والدول، فقد قلصت هذه التكنولوجيا من قدرة تلك الحكومات من السيطرة على تدفق المعلومات وحرية البث. فما لبث بث الفضائيات التلفازية إلا أن اخترق الحدود الجغرافية للدول، مما سبب إشكاليات ثقافية أخرى متعلقة بقوانين ومصداقية الإعلام في نقل الأخبار في هذه الدول".[2]

ويعرف البث الفضائي "المباشر" بأنه عبارة: "عن اتصال يتم بصفة آلية من محطة الإرسال التلفازي المباشر إلى جهاز التلفاز البيتي، دون أي وسيط سوى أقراص الالتقاط المقعرة، ويتماثل هذا الإرسال بالاتصال الإذاعي الذي يتقيد بحدود المكان والزمان".[3]

كما أن الحديث عن البث الفضائي يقتضي التطرق إلى القنوات الفضائية، إذ تنتج عن هذه القنوات ذات القدرة الفائقة على تخطي حدود المكان والزمان، إعادة بناء ثقافة المجتمع وتشكيل أفكاره وتعديل وتغيير اتجاهاته وقيمه، بل حتى تحديد سلوكياته وتصرفاته، وتستطيع القنوات الفضائية التي انتشرت وازدادت في الوطن العربي بشكل كبير وملفت للنظر أن تزود الجمهور خاصة الشباب بالمعلومات والمعارف والعلوم وقدرتها المؤثرة على تكوين المفاهيم والمعتقدات.

والقنوات الفضائية: "هي التي ظهرت في العصر المعلوماتي الذي رافقته ثورتان تكنولوجيتان؛ هما ثورة الاتصالات في تقنية المعلومات عن طريق الأجهزة الإلكترونية المختلفة، سواء كانت هذه الأجهزة حاسبات إلكترونية، وأجهزة إذاعية وتلفزيونية تستقبل الإرسال المحلي، أو تستقبل المحطات الصناعية التي تبث عروض القنوات الفضائية المختلفة والمنتشرة في شتى بقاع العالم".[4]

---

[1] نصير بوعلي، **أثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري**، مرجع سابق، ص 57.

[2] جمال محمد عبد الحي: مدخل تاريخي لنشأة وتطور التلفاز، **مجلة أماراباك**، عدد 7، الأكاديمية الأمريكية العربية للعلوم والتكنولوجيا، 2012، ص 11.

[3] رحيمة عيساني، **الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية**، مرجع سابق، ص 163.

[4] عبد الله الدبوبي وعلي أعمر: اتجاهات طلبة جامعة العلوم التطبيقية نحو الفضائيات، **مجلة جامعة النجاح للأبحاث**، عدد 25، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، 2011، ص 583.

2. البث الفضائي العربي:

يتم البث الفضائي العربي عبر ما لا يقل عن 17 قمرا صناعيا، أهمها "عربسات ونايلسات"، حيث تؤكد عديد المعطيات على أن سلسلة أقمار "عربسات" تغطي ما لا يقل عن 100 بلد في الشرق الأوسط وإفريقيا وأوروبا وأن هذه الأقمار تبث أكثر من 550 قناة فضائية. والجدول التالي يمثل منظومة "عربسات":

القمر الصناعي	منطقة التغطية
بدر 4	أوروبا/ شمال إفريقيا/الشرق الأوسط
بدر 5	شمال إفريقيا/ إفريقيا/ الشرق الأوسط/ آسيا
بدر 6	أوروبا/ شمال إفريقيا/ إفريقيا/ الشرق الأوسط
عربسات 5 A	إفريقيا/ الشرق الأوسط
عربسات 5 C	أوروبا/ إفريقيا/ الشرق الأوسط

الجدول رقم (3) يمثل التغطية الجغرافية لأقمار "عربسات"

كما تشير مصادر "عربسات" أنه (وبتقنية جديدة وقعت المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية عربسات وشركة Emerging Markets Company الأمريكية اتفاقية لتعزيز العلاقة التجارية بين الطرفين).[1]

وتؤكد المعطيات أيضا أن أقمار "نايلسات" الثلاثة تغطي مناطق شاسعة من شمال إفريقيا والشرق الأوسط والقارة الإفريقية، وأن هذه الأقمار تبث أكثر من 700 قناة فضائية. وتتكون منظومة "نايلسات" من الأقمار الصناعية التي يوضحها الجدول التالي:[2]

القمر الصناعي	منطقة التغطية
نايلسات 101 و102	شمال إفريقيا وإفريقيا والشرق الأوسط
نايلسات 104	شمال إفريقيا وإفريقيا والشرق الأوسط
نايلسات 201	شمال إفريقيا وإفريقيا والشرق الأوسط

الجدول رقم (4) يمثل التغطية الجغرافية لأقمار "نايلسات"

[1] اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية: **التقرير السنوي للبث الفضائي العربي 2014**، اتحاد إذاعات الدول العربية، القاهرة، 2014، ص: 20-21.

[2] نفس المرجع، ص 22.

ويعرف البث الفضائي العربي كثافة في عدد القنوات الفضائية سواء ذات المضامين الإعلامية العربية أو الغربية، والمؤسف جدا أن معظم القنوات الفضائية العربية انحرفت عن الهدف الأسمى الذي ظهرت من أجله، وهو خدمة المشاهد العربي وتلبية رغباته وحاجاته، بالإضافة إلى تغطية الفراغ والعجز الذي كان سائدا في ظل وجود القنوات الحكومية وخاصة الغربية.

هذا وتعتبر المنطقة العربية شاهدا على تطور هائل للتلفزيون كأحد أكثر وسائل الاتصال تأثيرا في الأذهان والطبائع والقناعات، فمنذ عشرية التسعينات للقرن الماضي تطور عدد الفضائيات العربية في القطاعين العمومي والخاص وانهارت الحدود الإلكترونية أمام انتشار الصورة، مما مكن الشعوب العربية من مزيد من التعارف والتواصل.[1]

وقد سلكت الشارة التلفزيونية سبيلها إلى البيوت العربية دون استئذان عن طريق الأقمار الصناعية العربية وغير العربية، وأخذت القنوات تتكاثر، وفي بلغ عدد الفضائيات التي تبثها أو تعيد بثها الهيئات العربية–حسب التقرير السنوي 2014 للبث الفضائي العربي الصادر عن اتحاد إذاعات الدول العربية–1294 قناة منها 165 قناة حكومية، و1129 قناة خاصة.[2] والملاحظ أن القنوات الفضائية في القطاع الخاص استحوذت على نصيب الأسد.

فيما يخص اللغات المستعملة، فلا يمكن أن نستغرب أن تأتي اللغة العربية في صدارة اللغات المعتمدة من قبل القنوات الفضائية العربية كلغة بث، وتجدر الإشارة إلى أن بعض القنوات تبث برامج مدبلجة. وبالنسبة إلى بقية اللغات فتأتي اللغة الإنجليزية في المرتبة الثانية بعد اللغة العربية؛ ويعود السبب في ذلك إلى كثرة القنوات التي تستعمل هذه اللغة في بثها ويقدر هذا العدد بـ 161 قناة.[3]

بالارتكاز على هذه الجزئية الأخيرة يمكن سرد مجموعة القنوات التي تطغى على مضامينها اللغة الإنجليزية، على اعتبار أن هذه القنوات هي قنوات ناقلة للأفلام الأمريكية، هذه الأخيرة التي هي نموذج لهذه الدراسة، وبالنظر لصعوبة جرد كل القنوات الناقلة للأفلام الأمريكية عبر البث الفضائي العربي وذلك لما يتسم به هذا الأخير من تعدد في الأقمار الصناعية، إضافة لكثرة القنوات التي تعد بالآلاف، فإننا سنركز على أهم القنوات

[1] اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية: **التقرير السنوي للبث الفضائي العربي 2012–2013**، اتحاد إذاعات الدول العربية، القاهرة، 2013، ص 6.

[2] اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية، **التقرير السنوي للبث الفضائي العربي 2014**، مرجع سابق، ص: 13–14.

[3] نفس المرجع، ص: 15–16.

المتخصصة في بث الأفلام-بما في ذلك الأفلام الأمريكية-هذه القنوات التابعة للقمر "نايلسات"، الذي يغطي كما سبق وذكرنا مساحات شاسعة من منطقة شمال إفريقيا.

والجدول التالي يمثل أهم القنوات الفضائية العربية القنوات الناقلة للأفلام الأمريكية عبر قمر "نايلسات":[1]

اسم القناة	البث	
	مفتوح	مشفر
قناة MBC 1	x	
قناة MBC 2	x	
قناة MBC 4	x	
قناة MBC ACTION	x	
قناة MBC MAX	x	
قناة MBC PERSIA	x	
قناة بانوراما ACTION	x	
قناة INFINITY	x	
قناة FOX MOVIES	x	
قناة WIN TV ARABIA	x	
قناة MAJESTIC (3D)	x	
قناة TOP MOVIES	x	
قناة LCD	x	

الجدول رقم (5) يمثل أهم القنوات الناقلة للأفلام الأمريكية

هذه أهم القنوات المتخصصة في بث الأفلام، بما في ذلك الأمريكية، إلى جانب القنوات الجامعة التي تبث مضامين متنوعة بما فيها الأفلام المختلفة، وقد تكون ضمنها الأفلام الوافدة من الولايات المتحدة الأمريكية.

وقد أكدنا سابقا أن الولايات المتحدة الأمريكية أكبر مسيطر على الإنتاج الإعلامي على مستوى العالم، وهو الأمر الذي يجعل من غزو أفلامها للقنوات الفضائية العربية نتيجة مباشرة تترجم هيمنتها الإعلامية على هذا القطاع.

[1] اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية، **التقرير السنوي للبث الفضائي العربي 2014**، مرجع سابق، ص: 67-116.

- بداية البث الفضائي في الجزائر:

دخلت الجزائر ميدان البث التلفزيوني-الفضائي-المباشر رسميا منذ منتصف الثمانينات وذلك بعد إطلاق فرنسا لقمرها الصناعي الأول "TDF-1"، الخاص بالبث المباشر في أكتوبر من سنة 1985م، وقدر الملاحظون آنذاك أن مساحة بث هذا القمر تمتد من إسبانيا والبرتغال غربا إلى مجتمعات أوروبا الشرقية ومن الدول الإسكندنافية شمالا إلى مجتمعات المغرب العربي جنوبا، ولم يكن المختصون في الثمانينات يتوقعون أن عملية البث بواسطة الأقمار الصناعية ستتطور بهذه السرعة، إذ من العقبات التي كانت تشد أنظار المختصين والمهتمين بقطاع صناعة الأقمار الصناعية للبث التلفزيوني المباشر، هي صعوبات تقنية وتكلفة أجهزة الاستقبال وخاصة الهوائيات المقعرة، فلم يكن في وسع المتلقين التقاط البرامج التلفزيونية بواسطة الأقمار الصناعية إلا بتوفر شروط أو ظروف مساعدة وفي مقدمتها هوائي مقعر يزيد قطره عن متر.[1]

وقد كانت عملية الاستقبال في الجزائر مقصورة في البداية على وضعيات معينة أو أماكن عمومية مثل: دور السينما وقاعات الحفلات، وقد كان رياض الفتح في الجزائر السباق لهذا النوع من الاتصال التلفزيوني حيث جهز بهوائي كبير مكنه من التقاط 4 قنوات تلفزيونية وهي: راي الإيطالية، "ميوزيك بوكس،Music Box " الألمانية، "تيفي-5، TV-5" الفرنسية، وقناة "أوروبا، Europa".[2]

بدأت الانطلاقة الأولى للقنوات الفضائية في الجزائر مع إطلاق القناة الفضائية الجزائرية " ALGERIE TV"، في 20 أوت 1994م لتعطى تسمية أخرى لها هي قناة الجزائر "CANAL ALGERIE"، حيث عرفت هذه القناة الانطلاقة الرسمية في 01 أكتوبر 1994م عبر القمر "يوتلسات" ، ليصل بثها إلى 29 دولة نهاية 1994م، و38 دولة سنة 1997م، و43 دولة سنة 1998م، وفي سنة 2001م وصل بث هذه القناة إلى كل الشرق الأوسط، روسيا، إفريقيا وأوروبا، هذا إضافة إلى تدعيم البث الفضائي في الجزائر في 05 جويلية 2001م بإطلاق قناة الجزائرية الثالثة "TV A3"، الموجهة إلى دول الوطن العربي،[3] وتأتي فضائية "CANAL ALGERIE" الأكثر مشاهدة من قبل الجالية الجزائرية والعربية المقيمة بفرنسا، في الترتيب من حيث المشاهدة بعد القنوات الفرنسية "FR2-FR3-M6-TF1".[4]

---

[1] نصير بوعلي، **أثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري**، مرجع سابق، ص 67.

[2] نفس المرجع، ص 67.

[3] لمياء طالة، **الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي**، مرجع سابق، ص 249.

[4] عبد القادر جيلالي بلوفة: الإعلام المرئي الجزائري في ظل العولمة، **مجلة العلوم الإنسانية**، جامعة تلمسان، الجزائر، جوان 2005، ص 9.

فيما يخص المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري، فتنطوي تحتها مجموعة من القنوات الفضائية، وهي كالآتي:[1]

اسم القناة	السواتل المستخدمة	منطقة التغطية
القناة الجزائرية الفضائية	Nile sat Arab sat	شمال إفريقيا وآسيا والمنطقة العربية
القناة الجزائرية الثالثة		
القناة الجزائرية الرابعة		
الجزائرية Canal Algérie		
قناة القرآن الكريم الفضائية 5		

جدول رقم (6) يوضح القنوات الفضائية الجزائرية التابعة للقطاع الحكومي

بعد العرض المقدم حول الأقمار الصناعية، نجد أنها تجسد بشكل واضح تلك الهيمنة الإعلامية الغربية-الأمريكية-باعتبارها أداة تكنولوجية إعلامية ذات بعد عالمي، انجر على إثرها ما يعرف بالبث الفضائي الذي مد جسور التواصل بين الشعوب على المستوى الثقافي، إلا أنه وبالموازاة مع هذا فتح بابا واسعا أمام المضامين الإعلامية الوافدة من الغرب وعلى رأسها المضامين الأمريكية، لاكتساح المساحات الإعلامية لدول العالم الثالث التي تتسم بالضعف والتبعية للدول المتقدمة الممتلكة لتكنولوجيا السيطرة.

وأكثر ما يتسم به البث الفضائي العربي هو التبعية الواضحة لدول أوروبا والولايات المتحدة، خاصة ما يتعلق بالجانب التكنولوجي، إضافة إلى التبعية التي تطغى على المضامين الإعلامية العربية في حد ذاتها، وهو ما يعكسه الحجم الكبير من المواد الأجنبية التي تتضمنها قنوات العرب، ما يترجم هذا الكلام هو العدد الكبير من القنوات العربية التي تستعمل اللغة الأجنبية خاصة الإنجليزية والفرنسية (161 قناة باللغة الإنجليزية)، والبث المكثف للأفلام الأمريكية عبر عدد معتبر من القنوات.

في الأخير وبعد تطرقنا للبث الفضائي عبر الأقمار الصناعية كأداة من أدوات الهيمنة والسيطرة الإعلامية، وأداة لتكريس هيمنة الثقافة الواحدة، ومعرفة موقع الأفلام الأمريكية من البث الفضائي العربي، سننتقل في العنصر الآتي للحديث عن صناعة السينما في الولايات المتحدة الأمريكية على اعتبار على أنها المستحوذ الأول عالميا على هذه الصناعة.

[1] اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية، **التقرير السنوي للبث الفضائي العربي 2014**، مرجع سابق، ص 124.

ثانيا–هيمنة السينما الأمريكية:

1. لمحة عن السينما:

تتمثل السينما في تقنية تسجيل وعرض للصور المتحركة (الأفلام) الصامتة والناطقة على شاشة كبيرة وفي قاعة مظلمة وأمام جمهور جالس، وقد يقصد بها صناعة الأفلام أو مكان عرضها، وتعتبر السينما من المخترعات الأولى التي تولدت عن الثورة الإلكترونية فهي فاتحة عالم الوسائل السمعية البصرية، وذلك بعد السيطرة الطويلة للوسائل المطبوعة والبروز المتزامن للراديو إلى الساحة الإعلامية كمنافس قوي، ومنذ الثمانينات من القرن العشرين أصبحت السينما متعاملا مهما مع التلفزيون من خلال تزويده بعدد كبير من البرامج، مما أدى إلى انصهارها نسبيا ضمن ما يسمى بالصناعة السمعية البصرية.

وكانت بدايات الفن السابع (السينما) صامتة عن طريق عرض صور متحركة في نهاية عام 1895م في باريس، وذلك بعد سنة تقريبا من ظهور أول آلة للعرض السينمائي، وكان هذا العرض الأول عبارة عن شريط سينمائي دام حوالي ثلاث دقائق، قام به المخترعان الأخوان (لومبير، Lumiére)، وقد تم عرض هذا الفيلم في مسارح عادية مجهزة بشاشة في عدة عواصم أوروبية قبل أن يعرض في أمريكا. ومنذ ذلك الوقت إلى يومنا هذا عرفت السينما تطورات سريعة من الناحية التقنية والفنية وأصبحت صناعة قائمة بذاتها.

وقد عرفت السينما منافسة شديدة بين أوروبا وأمريكا، لتفرض هذه الأخيرة سيطرتها حتى أصبحت توجه وتتحكم في أذواق الناس وفي القارات الخمس انطلاقا من هوليود. وإذا علمنا الأثر البالغ للسينما في تكوين الرأي العام ونشر الثقافة المسيطرة، أدركنا مدى خطورة هذه الوضعية التي تهدد الكيان والهوية الحضارية للمجتمعات التابعة في هذا المجال مثل مجتمعاتنا. وبالرغم من شعور معظم الدول بذلك إلا أنها لم تتمكن من صد السيل الجارف للإنتاج السينمائي الأمريكي، الذي لا يتورع في استعمال وسيلة الاتصال هذه في عملية دعائية ضخمة لبلدهم، لأنفسهم، لأفكارهم ولمنتوجاتهم.[1]

إن الإنتاج السينمائي الضخم أصبح اليوم يستعين بالكومبيوتر ومؤثراته المرئية والصوتية وقدراته التركيبية (منذ 1969م)، وإمكانات الرمامة والتجسيم، والتجميل غير المعدودة، بالإضافة إلى الإمكانات المالية والتنظيمية والبشرية الهائلة–لتنفيذ التأليف، الإخراج، التصوير، الموسيقى، التمثيل، كتابة السيناريو، هندسة الديكور، التركيب،

[1] فضيل دليو: **تاريخ وسائل الاتصال**، ط3، دار أقطاب الفكر، الجزائر، 2007، ص: 105-107.

التجميل، الخداع البصري، التسويق...-جعل نجاحه في دول الجنوب ووقوفه أمام التدفق السينمائي الأمريكي أمرا مستحيلا في إطار التبادل الإعلامي الحر والمواجهة المتفرقة له.[1]

أما عن وضع السينما في الوطن العربي فهو لا يختلف كثيرا عن وضعية وسائل الاتصال من حيث مركزه المتواضع على المستوى العالمي، وتبعية الساحة السينمائية العربية للإنتاج الأمريكي على وجه الخصوص سواء من ناحية كمية الإنتاج أو نوعيته. والملاحظ في هذا المجال أن الدول العربية تعتمد بنسبة كبيرة على استيراد الأفلام من أمريكا أساسا ثم الهند فإيطاليا وفرنسا، لكن بدرجة وكيفية لا تتناسبان والعلاقة التاريخية الثقافية (الاستعمارية) التي تربط الدول العربية المستوردة والدول المصدرة.[2]

- **التلفزيون والأفلام السينمائية:**

إن الفن السينمائي هو الفن الأقدم بالنسبة للتلفزيون، وأقدم بالنسبة للراديو أيضا، وإذا كانت السينما أقدم وأغنى وتتوافر لها إمكانيات واسعة في الإخراج، فقد دخل التلفزيون مجال المنافسة، بل أصبح منافسا خطيرا ولهذا كان على السينما أن تتطور، وأن تتكيف مع الأوضاع الجديدة الناشئة عن وجود التلفزيون، لهذا ابتكر القائمون على صناعة السينما أنواعا جديدة من الكاميرات والعدسات والشاشات، كما وجدت السينما الملونة، ومع ذلك فقد تأثرت السينما وعانت، لكنها استمرت، رغم أننا نجد التلفزيون اليوم يقوم بعرض أفلام ومسلسلات تلفزيونية تنتجها السينما، من أجل عرضها على شاشته، وقد جعل جهاز "التلسينما، Télé Cinéma" نقل الأفلام السينمائية وعرضها على شاشة التلفزيون أمرا ممكنا، وبهذا احتفظ التلفزيون بالسبق في مجال الفورية.

لكن استمر القائمون على صناعة السينما في البحث والتطوير والتجديد، وإن وقعت في دوائر مرفوضة في أحيان كثيرة، فهي وإن لجأت إلى الإنتاج الكبير مثل إنتاج الأفلام التاريخية والملحمية، فقد لجات أيضا إلى الإغراق في موضوعات الجنس والإباحية والشهوانية. وقد دخل التلفزيون نفسه حلبة المنافسة، فبدأ يقدم مثل هذه الأفلام على الشاشة الصغيرة.[3]

2. غزو السينما الأمريكية لشاشات العالم:

تمثل صناعة السينما الأمريكية نموذجا للهيمنة الأمريكية الثقافية والإعلامية، حيث توجد سيطرة هائلة لهذه السينما على سوق الأفلام المتداولة في العالم، رغم أنها تأتي في المرتبة الثانية بعد الهند من حيث عدد الأفلام، إلا

[1] فضيل دليو، **تاريخ وسائل الاتصال**، مرجع سابق، ص 107.

[2] نفس المرجع، ص 108.

[3] عبد المجيد شكري: **تكنولوجيا الاتصال: الجديد في إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون**، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996، ص: 62-63.

أن السينما الأمريكية تمثل الصناعة الأكثر تفوقا والأكثر ربحا في العالم، حيث تمثل الأفلام الأمريكية ميزة فريدة في الميزان التجاري الأمريكي مقارنة بجميع الصناعات الأمريكية الأخرى فهي الصناعة الوحيدة التي تتمتع بفائض في الميزان التجاري مع كل دول من دول العالم، وليس بوسع أي مشروع تجاري أمريكي آخر أن يدعي مثل هذا الإنجاز.[1] من هذا المنطلق تتضح لنا تبعية العرب لأمريكا في مجال السينما، وغزو أفلامها للفضاء الإعلامي العربي مثلما أكدنا سابقا.

وتعتمد الولايات المتحدة في سياستها الإعلامية–الاستعمارية، على عدد هائل من الأفلام التي تتنوع حسب المواضيع والمضامين وطرق الإخراج، ومن أهم أنواع الأفلام المعروضة على شاشات السينما والتلفزيون في العالم نجد:

أفلام الحركة؛ وهي التي تعرض متاعب الإنسان في الحياة بأسلوب سريع منتظم، أفلام الرسوم المتحركة؛ وارتبطت باسم (والت ديزني) فنان الرسوم المتحركة الأمريكي، أفلام عائلية؛ حيث تعالج الحياة اليومية في إطار عائلي وهي تناسب جميع الأعمار، الأفلام الهزلية أو الكوميدية؛ تعرض مواقفا هزلية، أفلام الجريمة؛ وتبنى حبكتها على أعمال إنسانية غير قانونية، أفلام مأساوية أو درامية؛ تتناول مشاعر إنسانية قوية، أفلام خيالية؛ وهي أفلام تتضمن المغامرات الأسطورية، أو تعالج موضوعات عن العصور القديمة، أفلام الرعب؛ وهي التي تعتمد على المشاهد المخيفة والمرعبة.[2]

ويعبر كل من الألمانيان (هانس بيتر مارتن وهارالد شومان) عن الطغيان الإعلامي الأمريكي في مجال صناعة الأفلام بقولهما: إن الشمس لا تغيب عن إمبراطوريات شركات الإعلام العظيمة. هوليود بصفتها المركز العالمي أهم مادة أولية "لمادية العصر المتأخرة، Postmaterialismus"، وتسعى مؤسسة "تايم وورنر" للاندماج بمؤسسة "تيد تيرنير، Ted Turner " المسماة "Brodcasting Corporation"، وبمؤسسة "CNN"، لتكون معهما أكبر مؤسسة مهيمنة في السوق العالمية، ولو نجحت "ديزني" في شراء محطة التلفزيون "ABC" فستكون عملية الشراء هذه ثاني أكبر صفقة شراء في تاريخ الولايات المتحدة الأمريكية الاقتصادي. هذا وقد اشترت "سوني، Sony" مؤسسة "Columbia Puctures"، ويسيطر في المنطقة الواقعة بين الخليج العربي

[1] محمود الزواوي: **صناعة الأحلام–محاور السينما الأمريكية**، المؤسسة العامة للسينما، دمشق، 2006، ص 240.

[2] مقال من موقع: www.yabeyrouth.com، تاريخ الدخول: 2016/04/12.

وكوريا الأسترالي (روبرت مردوخ). فمحطة إرساله بواسطة الأقمار الصناعية "Star Tv" الموجود في هونج كونج، تغطي من حيث التوقيت الزمني أربع مناطق مختلفة يسكنها نصف سكان المعمورة.[1]

كلما شملت سوق البث التلفزيوني بلدانا أكثر، كانت هذه السوق أكثر ضيقا. فصناعة الأفلام الأمريكية تنفق في المتوسط 59 مليون دولار على الفيلم الواحد، ولا ريب في أن هذا مبلغ ليس بوسع المنتجين الأوروبيين أو الهنود تحمله، ولا حتى التفكير فيه. كما أنهم يضعون من حيث التقنية والتجهيز معايير نادرا ما يستطيع منافسوهم مجاراتهم بها، وهكذا تتعاظم الدوامة ويزداد الإقبال على هوليود ونيويورك أكثر فأكثر.[2]

ويتضح من كل ذلك أن هوليود تهيمن على المشهد السينمائي العالمي، ففي أوروبا مثلا تشكل الأفلام الأمريكية 80% من العدد الإجمالي من الأفلام التي تعرض في دور السينما الأوروبية، حتى في دولة مثل فرنسا معروفة بصناعتها السينمائية العريقة وبحساسيتها اتجاه الغزو الثقافي الأمريكي ويشاهد الفيلم الفرنسي هذه الأيام، 1% من عدد مشاهدي الأفلام الأمريكية.[3]

إن طغيان السينما الأمريكية التي زاد عدد الأفلام التي تنتجها سنويا على ما تم إنتاجه في أي بلد آخر، ففي عام 1972م، أنتجت هوليود نحو 700 فيلم طويل مقابل 214 في ألمانيا، و44 فقط في بريطانيا، وتراوحت حصة هوليود في العروض السينمائية الإجمالية في معظم بلدان العالم بين 75 و90%، وهذه النسبة مازالت تمثل تقريبا معدل عرض الأفلام الأمريكية في دول العالم المختلفة، وتمثل هذه الهيمنة نموذجا لهيمنة وسيطرة وسائل الإعلام الأمريكية، على المضمون الإعلامي العالمين وما يمثل ذلك من تكريس للهيمنة الثقافية الأمريكية، ونقل النموذج الثقافي الأمريكي إلى مختلف الشعوب والدول وعولمة هذا النموذج، بكل ما يحمله من مساوئ وما يحمله من إقصاء لباقي الثقافات وتهميش لهويات الشعوب المغلوبة على أمرها.[4]

بعد إدراكنا لحجم الهيمنة الكبيرة التي تصبغ إعلام أمريكا–خاصة من الناحية الثقافية–واستغلال هذه الأخيرة لقدراتها التكنولوجية الهائلة، خاصة في مجال صناعة الأفلام التي أصبحت سمة من سمات عولمة الإعلام، يتعين علينا رصد المخاطر التي خلفتها هذه العولمة الإعلامية في سبيل صبغ ثقافات الشعوب بلون أمريكي.

---

[1] هانس بيتر مارتن وهارالد شومان، **فخ العولمة**، مرجع سابق، ص: 41-42.

[2] نفس المرجع، ص 43.

[3] محمود الزواوي، **صناعة الأحلام–محاور السينما الأمريكية**، مرجع سابق، ص 241.

[4] عثمان مجد نبيل محمود: **الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الأمريكية**، ماجستير في الصحافة والإعلام، كلية الإعلام، جامعة البترا، الأردن، 2015، ص: 59-60.

ثالثا–المخاطر الثقافية لعولمة الإعلام

إن التطورات التكنولوجية التي شهدها العالم في مجال الاتصالات، في الربع الأخير من القرن العشرين تحت ما يسمى بثورة الاتصالات، أدت إلى ظهور وانتشار المئات من الأقمار الصناعية، التي مثلت منفذا لإرسال برامج ومواد تلفزيونية وإذاعية عبر القنوات الفضائية إلى بقاع العالم المختلفة، في إطار ما اتفق على تسميته بعولمة الإعلام، هذه الأخيرة التي تعد سهما من سهام الإعلام الغربي، الموجهة ضد دول الجنوب بما فيها الدول العربية، من أجل فرض منطق استعماري جديد يرتكز على القوة اللينة، في سبيل جر شعوب العالم من النواصي.

وعليه فإن معظم القنوات الفضائية–خاصة التي تحتوي مضامين غربية–لها أهداف ورسائل مباشرة وغير مباشرة موجهة لأبناء الوطن العربي ودول العالم الثالث تؤثر في بنيته واتجاهاته، ولا تسلم حضارته وموروثه الثقافي منها، إن هذه القنوات تحمل في الظاهر العوامل الإيجابية (كالاطلاع على أحداث العالم، تعلم لغات أجنبية، اكتشاف عوالم التكنولوجيا...)، ولكن في أهدافها البعيدة تهدف إلى تغيير القيم والاتجاهات والسلوكيات والعادات والتقاليد، فلا غرابة أن نجد مضامين ومفاهيم يتلقاها المشاهد فينزلق نحوها ثقافيا واجتماعيا، مما يشكل غزوا وسيطرة ثقافية وبأنماط متعددة، إضافة إلى أن معرفة مكامن الضعف والحرمان من خلال الدراسات العديدة أخذت تبث له المتعة والتسلية، وتلبي رغباته المكبوتة دون تحفظ، فيتعرض لمخاطر الغزو الثقافي.[1]

وأمام هذا التطور التكنولوجي المتسارع والمتنامي الذي تشهده تقنيات البث الفضائي، طفت على السطح مخاوف وشكوك بين شعوب المجتمعات النامية، حول تأثير وسائل الإعلام العالمية على المواطنين بصفة عامة، وعلى الشباب والأطفال بصفة خاصة، من حيث التغيرات التي يمكن أن تطرأ على هذه المجتمعات، وتؤثر على ثقافاتها وعاداتها وتقاليدها وتراثها.

وترجع هذه المخاوف إلى قوة وانتشار وسائل الإعلام الأمريكية وقدرتها على إحداث تغيير في التركيبة الاجتماعية في العالم، إذ أن المواد الإعلامية الغربية كالأفلام والمسلسلات والأغاني والموسيقى والإعلانات تنقل أنماطا جديدة وقيما غربية، ومن أخطر ما تتضمنه هذه المواد برامج العنف والجنس والرعب، وقد أثبتت العديد من الدراسات والبحوث الغربية أنه لا يوجد في عالم اليوم أي مجتمع يتمتع بالحصانة ضد تأثير وسائل الإعلام الغربية والأمريكية. كما أفاد هؤلاء الباحثون أن هيمنة وسيطرة وسائل الإعلام الغربية والأمريكية على الصناعة الإعلامية

[1] ناطق خلوصي: الغزو التلفزيوني ومخاطره، **مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية**، عدد3، تونس، 1993، ص 53.

في العالم واستيراد الدول النامية للبرامج والمواد الأجنبية بالإضافة لإمكانية مشاهدتها مباشرة يعد نوعا من الاختراق الثقافي الذي لا يقل في تأثيره على الاستعمار السياسي في شكله القديم أو التبعية الاقتصادية حاليا.[1]

أما الوطن العربي فيتعرض لاختراق ثقافي من قبل الثقافات الأجنبية الوافدة، ولا سيما الثقافة الأمريكية، من أجل التأثير السلبي في ثقافة المجتمع العربي، لا سيما ثقافة الشباب العربي، وذلك من خلال البرامج المتنوعة في مضامينها وأهدافها، التي تنطوي عليها الثقافة الوافدة وتبث إلى المنطقة العربية عبر الأقمار الصناعية. وقد أظهرت بعض الدراسات أن أكثر القيم السلبية بروزا في مضامين الإعلام الغربي هي (القسوة، العنف، التعصب، العدوانية، والخيانة والسرقة والخداع...)، وأن هذه المضامين خاصة الأمريكية منها، تروج للمواقف الانحلالية كإقامة علاقات جنسية غير مشروعة بين الجنسين، وإضعاف الروابط الأسرية، كل هذا يعارض القيم والعادات الأساسية في العالم العربي[2] بصفة عامة والمجتمع الجزائري خاصة.

وفي سياق الحديث عن الاختراق الثقافي، يرى (باسم علي خريسان): أنه ليس هناك فرق كبير بين الغزو الثقافي والاختراق الثقافي؛ فكلاهما يسعى إلى تحقيق نفس الهدف،[3] وهو تكريس مبدأ استعماري جديد قائم على أساس العنف المعنوي، وتهميش الانتماءات التي تميز الشعوب، وتمييع ثقافاتها لتتسيد المشهد العالمي ثقافة واحدة هي ثقافة أمريكا.

وإذا كان مفهوم الغزو الثقافي قد اقترن بمرحلة السيطرة الأوروبية المباشرة على العالم. فإن مفهوم الاختراق الثقافي قد اقترن بالتطور التقاني في مجال الاتصالات والمعلومات، حيث وجدت الدولة المالكة للتقانة-أمريكا- نفسها اليوم أكثر قدرة على التأثير ثقافيا على الدول الأخرى وبالتالي إخضاعها من دون الحاجة إلى استخدام القوة العسكرية. أي أن (تخوض حروبها من بعيد دون أن تعرض قواتها للخطر، وأتاحت لها أن تنشر وتعمم نظام القيم لديها، ومشروعها الحضاري من دون أن تحشد جيوش لاحتلال البلد المستهدف، وبالتالي المقامر يدفع كلفة تحقيق ذلك الهدف)،[4] وهو ما أكدنا عليه سلفا، عند تطرقنا لما توفره الولايات المتحدة الأمريكية من أموال ضخمة وتكنولوجيات غاية في التطور في سبيل تثبيت طغيانها الإعلامي.

[1] سليم عبد النبي: **الإعلام التلفزيوني**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص: 281-282.
[2] عيسى الشماس، تأثير الفضائيات التلفزيونية الأجنبية في الشباب، مرجع سابق، ص 18.
[3] باسم علي خريسان: **العولمة والتحدي الثقافي**، دار الفكر العربي، بيروت، 2001، ص 41-42.
[4] نفس المرجع، ص 42.

في السابق كان إخضاع النفوس يستلزم الاتصال المباشر والواسع الذي يمهد له المدفع ويحميه، أما اليوم فالاتصال من دون مدفع ممكن، وإخضاع النفوس عن بعد أصبح أمرا ميسورا، بفضل التقدم الهائل في وسائل الاتصال السمعية البصرية، ومنه فلم يعد إخضاع الأبدان شرطا في إخضاع النفوس، بل بالعكس فإخضاع النفوس طريق لإخضاع الأبدان. لقد عرف القدماء من الفلاسفة البدن بأنه: "آلة تحركها النفس"، وإذا فإخضاع النفس يستتبع حتما إخضاع آلتها (البدن)، تلك هي حقيقة الاختراق في عصرنا الراهن وذلك هو هدفه.[1]

وما يؤكد استغلال الولايات المتحدة الأمريكية لقدراتها الإعلامية الجبارة، في سبيل إقصاء ثقافات العالم وعنونته بثقافة واحدة مهيمنة، هو اعتمادها في إخضاع العقول على الاحتكارات الثلاث وهي:

- القوة العسكرية التي حصلت عليها بواسطة الحلف الأطلسي، وقبعات الأمم المتحدة الزرقاء، وبيع الأسلحة والسلاح النووي على مستوى العالم.
- احتكار الاقتصاد العالمي، حتى أن عملة النقد الدولي هي عملة أمريكا.
- الاحتكار الثالث دون شك هو الأكثر خطورة، لأنه استبدادي بجوهره، ألا وهو احتكار وسائل الاتصالات،[2] وهو ما يهم موضوعنا.

انطلاقا مما سبق يعرف الاختراق الثقافي كمفهوم علمي على أنه: "حركة انتقال الأفكار والعقائديات والقيم والعادات الغربية، بشكل مكثف وغير مسيطر عليه إلى المجتمعات الأخرى، والاختراق الثقافي كسياسة واستراتيجية تنتجها بعض الدول وهو: التدخل في شؤون الغير بقصد التأثير في ثقافاتهم وسلوكياتهم ومعتقداتهم، تدخلا كليا أو جزئيا بمختلف الوسائل"، أما الاختراق الثقافي من حيث أساليبه وأدواته، فهو مجموعة الأنشطة الثقافية والإعلامية والفكرية التي توجهها جهة أو عدة جهات نحو مجموعات وشعوب معينة، بهدف تكوين أنساق من الاتجاهات السلوكية والقيمية أو أنماط وأساليب من التفكير والرؤية والميل لدى تلك المجموعات والشعوب بما يخدم مصالح وأهداف الجهة أو الجهات التي تمارس عملية الاختراق.[3] هذا ما ينطبق بشكل لا يدع مجالا للشك على السياسة الإعلامية الأمريكية التي تستهدف هويات الشعوب وانتماءاتها الثقافية.

ويتضمن مفهوم الاختراق الثقافي-المتبنى أمريكيا بالدرجة الأولى-العناصر التالية:

---

[1] لمياء طالة، **الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي**، مرجع سابق، ص 42.

[2] ميشال بينون موردان: **أمريكا المستبدة**، ترجمة حامد فرزات، منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق، 2001، ص 159.

[3] باسم علي خريسان، **العولمة والتحدي الثقافي**، مرجع سابق، ص 43.

- تبعية ثقافة الدول المستقبلة للثقافة الدول الباثة، واعتمادها عليها اعتمادا بنيويا في أنتاج القيم والمعاني والأفكار والمعارف التي تحتاج إليها مجتمعات الدول المستقبلة.
- سيادة الشعور بالتفوق والاستعلاء لدى الدول الباثة، والنقص والدونية لدى الدول المستقبلة.
- تشجيع نمط عالمي موحد، فتحت شعار الجديد دائما يتم استيراد آخر المنتجات الأمريكية، وفي كل يوم يرمى القديم في المزبلة ليحل محله الجديد، ليبقى الربح تجاريا للدول الغازية.[1]

يقول المفكر الفرنسي (دانيال كولار): "لم تعد أي حدود قادرة على إيقاف الانتقال والتدفق الحرين للمعلومات عبر الإذاعة والتلفزيون، ووكالات الأنباء وشبكات المعلومات بالصورة والصوت والنص، وعن طريق الشركات العالمية للاتصال، مما يترتب عنه خطر مزدوج على الدول الضعيفة، فالدول التي تملك تكنولوجيا الاتصال الحديثة تكون قادرة في المدى القريب على ممارسة سيطرة ثقافية ولغوية على الدول المحرومة من هذه التكنولوجيا، والتأثير بقوة على ثقافاتها الوطنية بفرض ثقافتها ذات المضمون الترفيهي الارتجالي، وعلى المدى الطويل فإن خطر التجانس الثقافي بواسطة وسائل الاتصال الحديثة ليس مستبعدا، وفي الحالتين تصبح شخصية وكرامة الثقافات الوطنية مهددة".[2]

وعليه فإن الإعلام بصفة عامة والتلفزيون بصفة خاصة في العصر الحالي مؤسسات لها وزنها في عملية التنشئة الاجتماعية، خاصة بالنسبة للأطفال والشباب، فبتطور واتساع المساحة الإعلامية على المستوى المحلي والدولي، أصبح التلفزيون شريك فعال ورئيسي في منظومة التنشئة الاجتماعية.

وبما أن القنوات الفضائية–مع ما تتضمنه من مواد غربية أمريكية–تحتل المراتب الأولى من بين وسائل الإعلام في التأثير في المتلقين، فإنها تعمل في ظل السموم الإعلامية الغربية على الترويج للجريمة والانحراف والعنف والتفكك الأسري، كل ذلك يضع قيم المجتمعات النامية بما فيها المجتمع العربي في دائرة الخطر، ويخلق مشكلات اجتماعية بالموازاة مع استفحال هذه المظاهر بوجه عام، ولدى الشباب بوجه خاص، فقد يتكون لدى المشاهدين تصور عن الذات وعن الطبقة الاجتماعية التي ينتمون إليها، تجعلهم يستسلمون لأوضاعهم الاجتماعية أو يتمردون عليها، وقد تؤدي إلى تقليل التفاعل بين أفراد الأسرة وبالتالي إضعاف دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية.[3]

---

[1] باسم علي خريسان، **العولمة والتحدي الثقافي**، مرجع سابق، ص: 43-44.

[2] لمياء طالة، **الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي**، مرجع سابق، ص 135.

[3] عيسى الشماس، تأثير الفضائيات التلفزيونية الأجنبية في الشباب، مرجع سابق، ص 19.

إن المخاطر الثقافية التي دست في الإعلام الأمريكي لا تقتصر على المجتمعات النامية فحسب، بل تصيب مجتمعات متقدمة كذلك، مثل كندا وفرنسا، فقد بدأت معالم الخوف تتجلى في هاتين الدولتين، وفي هذا الصدد علق أحد الباحثين الكنديين بالقول: إن تعرض الكنديين آلاف الساعات، لمشاهدة المسلسلات البوليسية الأمريكية، جعل الكثيرين منهم يخلط بين الجندية الكندية والمباحث الأمريكية. كما عبر وزير الثقافة الفرنسي السابق (جاك لانغ) عن خوفه وشكواه من وقوع الشعب الفرنسي ضحية للاستعمار الثقافي الأمريكي.[1]

بعد هذا لنا كل الحق في تصور حجم الخطر الثقافي الذي أخذ شكل طوفان إعلامي أمريكي جارف، لا تستطيع دول متقدمة كبح جماحه أو تجنبه رغم ما تمتلكه من مناعة تكنولوجية إعلامية، فما بالك بالدول النامية التي تعيش في كنف التبعية الخالصة للولايات المتحدة الأمريكية، في كل المجالات خاصة المجال الإعلامي الذي لا يرحم ثقافات وانتماءات شعوب هذه الدول.

خلاصة:

ما نخرج به في الأخير هو أن تجنب المخاطر الثقافية لعولمة الإعلام يكون ببناء عناصر ومقومات لمواجهة العولمة لا تهدف إلى الوقوف في وجه التغيرات الكبرى والتغيرات الحاسمة التي يشهدها العالم على أكثر من صعيد، فهذا ضرب من الوهم وانقلاب على منطق التطور التراكمي، وإنما المقصود من امتلاك تلك المقومات والعناصر تشكيل أسس علمية لصياغة رؤى استراتيجية، تمكن الشعوب المتضررة من توجهات العولمة الإعلامية والبث الفضائي خاصة من تخفيف المخاطر والتفاعلات غير المرغوب فيها.[2]

وسنتعرف في الفصل القادم على سبل الحفاظ على هويتنا الثقافية في ظل ما تحمله عولمة الإعلام من مضامين أمريكية، ونخص بالذكر هنا الأفلام، والتي وضعناها كنموذج لإجراء الجانب التطبيقي من هذه الدراسة على عينة من شباب مدينة المسيلة الجزائرية.

[1] عيسى الشماس، تأثير الفضائيات التلفزيونية الأجنبية في الشباب، مرجع سابق، ص: 18-19.

[2] رحيمة عيساني، **الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية**، مرجع سابق، ص 207.

الفصل الخامس: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

أولا–البيانات الشخصية

ثانيا–عادات وأنماط مشاهدة الشباب للأفلام الأمريكية عبر القنوات الفضائية

ثالثا–تأثير الأفلام الأمريكية على الهوية الثقافية للشباب حسب اتجاهاتهم لعناصر هويتهم الثقافية

رابعا–العوامل المساعدة في تأثير الأفلام الأمريكية على الهوية الثقافية للشباب

نتائج عامة

أولا–البيانات الشخصية:

الجدول رقم (7) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية %
ذكر	46	65.71
أنثى	24	34.28
الإجمالي	70	100

من خلال الجدول رقم (7) أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 70فردا، نلاحظ أن 46 فرد يمثلون عدد الذكور بنسبة قدرت بـ 65.71 %. أما عدد الإناث فقد بلغ 46 فرد بنسبة بلغت 34.28%، ومنه فنسبة الذكور في هذه الدراسة أكبر من نسبة الإناث بحوالي الضعف، حيث كان توزيع استمارة الاستبيان يستهدف الذكور والإناث دون استهداف عدد معين لكل جنس، على اعتبار أن هذه الدراسة تسعى لرصد تأثيرات الأفلام الأمريكية على الهوية الثقافية للشباب الجزائري، التي هي نفسها بالنسبة للذكور والإناث.

الجدول رقم (8) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

السن	التكرارات	النسبة المئوية%
من سنة 18–إلى 23 سنة	29	41.42
من سنة 24–إلى 27 سنة	28	40
من 28 سنة إلى أقل من 35 سنة	13	18.57
الإجمالي	70	100

من خلال الجدول رقم (8) أعلاه، وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 70فردا، نلاحظ أن هناك 29 فرد يتراوح سنهم ما بين 18 إلى 23 سنة بنسبة بلغت 41.42 %، وهي أكبر نسبة، أما عدد الأفراد الذين يتراوح سنهم ما بين 24 إلى 27 سنة فقد بلغ 28 فرد بنسبة قدرت بـ 40 %، وهي نسبة لا تبتعد عن الأولى، في حين نلاحظ أن الأفراد الذين سنهم ما بين 28 إلى أقل من 35 سنة قد بلغ عددهم 13

فرد بنسبة قدرت بـ: 18.57 %، نظرا لقلة استهدافها في التوزيع، وذلك لضمان عدم الخروج عن المرحلة العمرية المحددة في الدراسة.

الجدول رقم (9) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة

المهنة	التكرارات	النسبة المئوية%
عامل	22	31.42
طالب	38	54.28
بدون عمل	10	14.28
الاجمالي	70	100

من خلال الجدول رقم (9) أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 70فردا، نلاحظ أن عدد الطلبة قد بلغ 38 فرد أي بنسبة قدرت بـ 54.28 %، وهي أكبر نسبة مسجلة، كما نلاحظ أيضا 22 فرد عاملين بنسبة بلغت 31.42%، في حين نلاحظ أن عدد الأفراد الذين هم بدون عمل بلغ 10 أفراد بنسبة قدرت بـ: 14.28%، وهي أقل نسبة.

ثانيا–عادات وأنماط مشاهدة الشباب للأفلام الأمريكية عبر القنوات الفضائية:

الجدول رقم (10) تعود أفراد العينة مشاهدة على مشاهدة الأفلام الأمريكية

بدائل الإجابة على السؤال رقم 05	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نادرا	43	61.40	35	8	1	3.65	0.056	غير دال
أحيانا	27	38.60	35	-8				
دائما	00	//						
الإجمالي	70	100	////					

من خلال الجدول رقم (10) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (70) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم حول البديل "نادرا" وقد بلغ عددهم 43 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ: 61.40 %، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم 27 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ: 38.60%، في حين نلاحظ أنه لا يوجد من بين أفراد عينة الدراسة من كانت إجابته على البديل "دائما".

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ($كا^2$) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 3.65 وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.05)، وبالتالي فإنه لا يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعات، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

الجدول رقم (11) تعود أفراد العينة مشاهدة على مشاهدة الأفلام الأمريكية وفقا لمتغير المهنة

التعود على المشاهدة	عامل		طالب		بدون عمل		المجموع	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
نادرا	22	100	20	52.63	1	10	43	61.40
أحيانا	00	//	18	47.36	9	90	27	38.60
دائما	00	//	//	//	//	//	//	//
المجموع	22	100	38	100	10	100	70	100

نلاحظ من الجدول رقم (11) أن مدة المشاهدة بالنسبة لأفراد العينة من الطلبة وهم أكبر نسبة في هذه الدراسة بـ: 38 فرد، تمحورت أغلبها حول الخيار "نادرا" بنسبة 52.63%، نفس أفراد العينة من الطلبة كانت نسبة إجابتهم على الخيار "أحيانا" مقدرة بـ: 47.36%، من خلال هذه الأرقام يتبين لنا أن الطلبة هم من الفئات ذات الميول لمشاهدة الأفلام الأمريكية، في حين أن نسبة العمال الذين أجابوا بـ: "نادرا" بلغت 100%، وذلك راجع لطبيعة العمل، أما نسبة الإجابات التي أقرها أفراد العينة الذين هم بدون عمل على الخيار "أحيانا" فقدرت بـ: 90%، فيما يخص إجاباتهم على الخيار "نادرا" فقدرت بنسبة 10%، أي أن الغالبية العظمى من الذين هم بدون عمل هم من سجلت لديهم أكبر نسبة تعود على المشاهدة رغم أنهم يمثلون 14.28% من أفراد العينة، وقد يعود هذا التعود للفراغ الذي يحاولون ملأه من خلال مشاهدة التلفزيون، بما في ذلك الأفلام.

الجدول رقم (12) ظروف مشاهدة أفراد العينة للأفلام الأمريكية

بدائل الإجابة على السؤال رقم 06	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة K^2	مستوى الدلالة	القرار
منفردا	52	74.70	23.3	28.7	2	55.91	0.00	دال عند مستوى 0.01
مع صديق	3	4.30	23.3	-20.3				
مع أفراد العائلة	15	21.42	23.3	-8.3				
الإجمالي	70	100	////					

من خلال الجدول رقم (12) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (70) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على البديل "منفردا" وقد بلغ عددهم (52) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ: 74.70 %، وهي أكبر نسبة مسجلة، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "مع صديق" والبالغ عددهم (03) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ: 4.30 %، في حين نلاحظ أن ما نسبته 21.42% تمثل المجموعة الثالثة التي تحتوي على الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "مع أفراد العائلة" والبالغ عددهم (15) فرد، ومنه فجل أفراد العينة يفضلون المشاهدة منفردين، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة الشباب الذين يميلون نحو الاستقلالية والتحرر.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 55.91 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث ولصالح المجموعة الأولى "منفردا"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (13) عدد سنوات مشاهدة أفراد العينة للأفلام الأمريكية

بدائل الإجابة على السؤال رقم 07	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
أكثر من 10 سنوات	4	5.71	23.3	-19.3	2	38.51	0.00	دال عند مستوى 0.01
مع من 5 الى 10 سنوات	20	28.57	23.3	-3.3				
أقل من 5 سنوات	46	65.72	23.3	22.7				
الإجمالي	70	100	////					

من خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (70) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم حول البديل "أكثر من 10 سنوات " وقد بلغ عددهم (4) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ: 5.71%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "من 5 إلى 10 سنوات " والبالغ عددهم (20) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 28.57 %، في حين نلاحظ أن ما نسبته 65.72% تمثل المجموعة الثالثة التي تحتوي على الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "أقل من 5 سنوات" والبالغ عددهم (46) فرد، وهي أكبر نسبة، أي أن أغلب أفراد عينة الدراسة أقروا بأنهم يشاهدون الأفلام الأمريكية منذ أقل من 5 سنوات.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 38.51وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعات ولصالح المجموعة الثالثة " أقل من 05 سنوات"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (14) أماكن مشاهدة الأفلام الأمريكية بالنسبة لأفراد العينة

بدائل الإجابة على السؤال رقم 08	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
المنزل العائلي	68	97.14	35	33.3	1	62.2	0,000	دال عند مستوى 0.01
منزل صديق	2	12.60	35	-33.3				
الإجمالي	70	100	////					

من خلال الجدول رقم (14) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (70) فردا قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم حول البديل "المنزل العائلي" وقد بلغ عددهم (68) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ: 97.14 %، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "منزل صديق " والبالغ عددهم (2) فردين فقط بنسبة مئوية قدرت بـ: 12.60 %. أي أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يشاهدون هذه الأفلام في المنزل العائلي.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 62.2وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعتين ولصالح المجموعة الأولى "المنزل العائلي"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (15) القنوات المفضلة لمشاهدة الأفلام الأمريكية بالنسبة لأفراد العينة

بدائل الإجابة على السؤال رقم 09	العدد الإجمالي للعينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب القيم
MBC ACTION	70	0.93	0.25	1
MBC 2		0.79	0.41	2
MBC MAX		0.60	0.49	3
FOX MOVIES		0.16	0.36	4
MAJ CINEMA		0.07	0.25	5

يشير الجدول رقم (15) إلى متوسطات درجات أفراد العينة حول القنوات المفضلة لمشاهدة الأفلام الأمريكية، وذلك بغية كشف القنوات المفضلة لعرض الأفلام الأمريكية بنسبة لأفراد عينة الدراسة، وقد احتلت القناة (MBC Action) أعلى الهرم بالمرتبة الأولى، وذلك بمتوسط حسابي قدره (0.93)، تلتها في المرتبة الثانية قناة (MBC 02) بمتوسط حسابي قدره (0.79)، وجاءت في الترتيب الثالث قناة (MBC MAX) بمتوسط حسابي قدره (0.60)، وفي المرتبة الرابعة قناة (FOX MOVIES) بمتوسط حسابي قدره (0.16)، في حين احتلت قناة (Majestic cinema) المرتبة الأخيرة من حيث تفضيل المشاهدة لعرض الأفلام الأمريكية بمتوسط حسابي قدر بـ (0.07)، ومنه فإن أكثر قناة متابعة هي قناة MBC Action، وهي أكثر القنوات شهرة في المنطقة العربية من بين القنوات الناقلة للأفلام خاصة الأمريكية.

الجدول رقم (16) تخصيص أيام معينة لمشاهدة الأفلام الأمريكية بالنسبة لأفراد العينة

بدائل الإجابة على السؤال رقم 10	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	00	00	//	//	//	//	//	//
لا	70	100	//	//				
الإجمالي	70	100	//					

من خلال الجدول رقم (16) أعلاه، نلاحظ أن جميع أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم (70) فرد، جاء اختيارهم على البديل "لا"، أي أن كل أفراد العينة لا يقومون بتخصيص أيام معينة لمشاهدة الأفلام الأمريكية، وهو ما يعني عدم اهتمام أفرد العينة بتوقيت معين من حيث الأيام لمشاهدة الأفلام الأمريكية، بل تكون مشاهدتهم عشوائية ودون تخطيط مسبق.

الجدول رقم (17) الأوقات المفضلة لمشاهدة الأفلام الأمريكية بالنسبة لأفراد العينة

بدائل الإجابة على السؤال رقم 12	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
بعد الظهر	34	48.57	23.3	10.7	2	38.51	0.00	دال عند مستوى 0.01
الفترات المسائية	7	10	23.3	– 16.3				
فترات السهرة	29	41.43	23.3	5.9				
الإجمالي	70	100	////					

من خلال الجدول أعلاه رقم (17) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (70) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (12) بالبديل "بعد الظهر" وقد بلغ عددهم (34) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ: 48.57%، أما المجموعة الثانية

فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الفترات المسائية" والبالغ عددهم (7) أفراد بنسبة مئوية قدرت ب 10 %، في حين نلاحظ أن ما نسبته 41.43% تمثل المجموعة الثالثة التي تحتوي على الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "فترات السهرة" والبالغ عددهم (29) فرد.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ($كا^2$) حيث نلاحظ من الجدول رقم (17) أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 38.51 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعات ولصالح البديل "بعد الظهر"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (18) الأوقات المفضلة لمشاهدة الأفلام الأمريكية وفق متغير المهنة

الفترات المفضلة	عامل		طالب		بدون عمل		المجموع	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
بعد الظهر	10	45.45	20	52.63	4	40	34	48.57
الفترات المسائية	00	//	7	18.42	0	//	7	10
فترات السهرة	12	54.54	11	28.94	6	60	29	41.43
المجموع	22	100	38	100	10	100	70	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (18) أعلاه أن أكبر نسبة سجلت للطلبة الذين أجابوا على خيار "بعد الظهر" بـ 52.63%، وهو وقت مناسب باعتباره وقت فراغ بالنسبة لغالبيتهم، فيما نال خيارا "الفترات المسائية" و"فترات السهرة" نسبة مئوية قدرها 18.42% و28.94% على التوالي، أما فئة العمال فقد سجلت على مستواها النسب التالية: خيار "فترات السهرة" 54.54% وخيار "بعد الظهر"45.45%، في حين لم يجيبوا على خيار "الفترات المسائية" ، و"فترات السهرة" بالنسبة للشباب العامل هي أنسب وقت للمشاهدة، بحكم العمل يجدون في فترات السهرة الملاذ الأكثر تناسبا مع طبيعة عملهم، فيما يخص الشباب الذين لا يعملون فقد كانت إجاباتهم على النحو الآتي: خيار "بعد الظهر" 40%، خيار "فترات السهرة" 60%، في حين لم يجيبوا على خيار "الفترات المسائية"، ونلاحظ أن غير العمال يجدون الوقت لمشاهدة الأفلام الأمريكية في فترات بعد

الظهر بحكم الفراغ الذين يعيشون فيه في ظل غياب العمل الذي يلهيهم أو يملأ فراغهم، كما أن غالبية الشباب غير العامل يجدون في قترة السهرة فرصة لمشاهدة الأفلام.

الجدول رقم (19) معدل مشاهدة أفراد العينة للأفلام الأمريكية

بدائل الإجابة على السؤال رقم 13	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
فيلم في الأسبوع	56	80	35	21	1	25.20	0,000	دال عند مستوى 0.01
فيلم في شهر	14	20	35	21-				
الإجمالي	70	100	////					

من خلال الجدول رقم (19) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (70) فردا قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (13) بالبديل "فيلم في الأسبوع" وقد بلغ عددهم 56 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ: 80%، وهي نسبة كبيرة من مجموع أفراد العينة، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "فيلم في الشهر" والبالغ عددهم 14 فرد بنسبة مئوية قدرت ب 20%، ومنه نلاحظ أن النسبة التقريبية لعدد الأفلام الأمريكية التي يشاهدها أغلب أفراد العينة هي أربع أفلام في الشهر، وهو عدد معتبر من الأفلام.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 25.20وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعتين ولصالح المجموعة الأولى " فيلم في الأسبوع"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (20) تلقي المعارضة من الأهل بسبب مشاهدة الأفلام الأمريكية

بدائل الإجابة على السؤال رقم 14	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%
نعم	00	00
لا	70	100
الإجمالي	70	100

من خلال الجدول رقم (20) نلاحظ أن جميع أفراد العينة قد أجابوا على البديل "لا"، بمعنى أن أفراد العينة لم يتلقوا أي معارضة من الأهل بسبب مشاهدتهم للأفلام الأمريكية، وهو ما يحيلنا إلى التساؤل حول دور الأسرة الرقابي، فيما يخص تعاطي أفرادها للاستهلاك الإعلامي عامة والأمريكي خاصة.

الجدول رقم (21) نوع الأفلام الأمريكية المفضل بالنسبة لأفراد العينة

أنواع الأفلام	العدد الإجمالي للعينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب القيم
أفلام الأكشن	70	0.93	0.25	1
الأفلام التاريخية		0.83	0.38	3
الأفلام الرومانسية		0.46	0.50	5
الأفلام الكوميدية		0.64	0.48	4
الأفلام الخيالية		0.90	0.30	2

يشير الجدول رقم (21) أعلاه إلى متوسطات درجات أفراد العينة حول الأفلام الأمريكية المفضلة، وذلك بغية الكشف عن الافلام المفضلة بالنسبة لأفراد عينة الدراسة، وقد احتلت "أفلام الأكشن" أعلى الهرم بالمرتبة الأولى، وذلك بمتوسط حسابي قدره (0.93)، تلتها في المرتبة الثانية "الأفلام الخيالية" بمتوسط حسابي قدره (0.90)، وجاءت في الترتيب الثالث "الأفلام التاريخية" بمتوسط حسابي قدره (0.83)، وفي المرتبة الرابعة

"الأفلام الكوميدية" بمتوسط حسابي قدره (0.64)، في حين احتلت "الأفلام الرومانسية" المرتبة الأخيرة من حيث تفضيل المشاهدة بمتوسط حسابي قدر ب (0.46)، احتلال "أفلام الأكشن" للمرتبة الأولى من حيث تفضيل أفراد العينة يأتي كتأكيد على اختيارهم لقناة "MBC Action"، والتي تعتبر من أشهر القنوات العربية الناقلة للأفلام الأمريكية من نوع "الأكشن".

الجدول رقم (22) أسباب مشاهدة أفراد العينة للأفلام الأمريكية

العبارة	التكرارات	النسبة المئوية%	الرتبة
1-للتفتح على العالم الخارجي والاطلاع على الثقافة الأمريكية	**39**	**55.71**	**03**
2-لمجرد التسلية وقضاء وقت الفراغ	**69**	**98.57**	**01**
3-لتعلم اللغة الإنجليزية	**14**	**20**	**05**
4-للاستفادة من المعارف والمعلومات التي يتضمنها الفيلم	**29**	**41.42**	**04**
5-لأن الأفلام المحلية لا تفي بالغرض	**54**	**77.14**	**02**

يشير الجدول رقم (22) أعلاه، إلى التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة حول أسباب مشاهدة الأفلام الأمريكية، وذلك بغية الكشف عن أهم أسباب مشاهدة هذه الأفلام ، وقد اتضح من الجدول أعلاه أن أهم سبب لمشاهدة الأفلام الأمريكية لدى أفراد عينة الدراسة هو "التسلية وقضاء الوقت"، يليه السبب الثاني وهو "لأن الأفلام المحلية لا تفي بالغرض"، في حين نلاحظ أن السبب الثالث من ناحية الأهمية هو "التفتح على العالم الخارجي والاطلاع على الثقافة الأمريكية"، أما السبب الرابع فهو "الاستفادة من المعارف والمعلومات التي يتضمنها الفيلم"، وفي الأخير نجد أن تعلم الإنجليزية تذيل قائمة أسباب مشاهدة الأفلام الأمريكية، هذه المعطيات تؤكد خصائص الشباب التي منها حب المرح والتسلية، إضافة إلى أن أفراد العينة حملوا ضعف الإنتاج المحلي للأفلام مسؤولية انصرافهم لمشاهدة أفلام أمريكية، والتي تعتبر الأكثر كثافة وحضورا في البث الفضائي العربي بما في ذلك الجزائر، الأمر الذي أكدنا عليه في الفصل الرابع من هذه الدراسة.

ثالثا–تأثير الأفلام الأمريكية على الهوية الثقافية للشباب حسب اتجاهاتهم لعناصر هويتهم الثقافية:

الجدول رقم (23) الصفات المحددة لتمسك الفرد بهويته الثقافية

العبارة	العدد الإجمالي للعينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
1–تمسك الفرد بدينه	70	4.46	1.09	1
2–تمسك الفرد بلغته والمحافظة عليها		3.77	0.56	2
3–تمسك الفرد بعادات وتقاليد مجتمعه		2.21	1.15	5
4–ولائه واعتزازه بتاريخ وطنه وأمته		2.83	1.09	3
5–تمسك الفرد بثقافته ولهجته المحلية		2.27	1.27	4

يشير الجدول رقم (23) أعلاه إلى متوسطات درجات أفراد العينة حول الصفات التي تحدد تمسك الفرد بهويته الثقافية وذلك بغية كشف عن أهم هذه الصفات لدى لأفراد عينة الدراسة، وقد احتلت صفة "تمسك الفرد بدينه" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (4.46)، تلتها في المرتبة الثانية "صفة تمسك الفرد بلغته والمحافظة عليها" بمتوسط حسابي قدره (3.77)، وجاءت في الترتيب الثالث صفة "ولائه واعتزازه بتاريخ وطنه وأمته" بمتوسط حسابي قدره (2.83)، وفي المرتبة الرابعة صفة "تمسك الفرد بثقافته ولهجته المحلية" بمتوسط حسابي قدره (2.27)، في حين احتلت صفة "تمسك الفرد بعادات وتقاليد مجتمعه والاعتزاز بها" المرتبة الأخيرة من حيث ترتيب الصفات التي تحدد تمسك الفرد بهويته الثقافية بمتوسط حسابي قدر بـ (2.21).

نلاحظ أن أغلب اتجاهات أفراد العينة كانت نحو التمسك بالدين باعتبارها الصفة الأولى التي تحدد تمسك الفرد بهويته الثقافية، وهو ما يعكس تقديس أفراد العينة للدين الإسلامي ووضعه كأولوية فيما يخص الانتماء، هذا دون إغفال دور اللغة كمعيار يحدد تمسك الأفراد بهويتهم الثقافية، أما صفة التمسك بالعادات والتقاليد فقد جاءت ثالثة، يليها الاعتزاز بالتاريخ الوطني والقومي، هذا دائما حسب أفراد العينة الذين وضعوا العقيدة الإسلامية كأولوية وعنصر من أهم عناصر هويتنا الثقافية.

الجدول رقم (24) مدى اعتقاد أفراد العينة بتأثير مشاهدة الأفلام الأمريكية عليهم

بدائل الإجابة على السؤال رقم 19	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
بنسبة كبيرة	00	//	//	//	//	//	//	//
نوعا ما	6	8.58	35	-29	1	48.05	0,000	دال عند مستوى 0.01
لا أدري	64	91.42	35	29				
الإجمالي	70	100	////					

من خلال الجدول أعلاه رقم (24) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (70) فردا قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم حول البديل "نوعا ما" وقد بلغ عددهم 6 أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ: 8.58 %، وهي نسبة ضئيلة بالمقارنة مع إجمالي عدد أفراد العينة، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا أدري" والبالغ عددهم (64) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 91.42%. هذا ما يحيلنا إلى فكرة مفادها عدم تأكد غالبية أفراد العينة من حيث اعتقاد تأثرهم بالأفلام الأمريكية.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 48.05 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعتين ولصالح المجموعة الثانية "لا أدري"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (25) الجوانب التي أثرت فيها الأفلام الأمريكية على أفراد العينة

بدائل الإجابة على السؤال رقم 20	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%
بنسبة كبيرة	00	//
طريقة التفكير	6	100
الإجمالي	6	100

من خلال الجدول رقم (24) والجدول رقم (25) أعلاه نلاحظ أن 6 أفراد فقط من إجمالي العدد الكلي لأفراد العينة أجابوا بـ "نوعا ما" في إشارة منهم إلى تأثرهم بالأفلام الأمريكية، نفس الأفراد الستة أجمعوا على أن "طريقة التفكير" هي الجانب الوحيد الذي سجلوا من خلاله تأثرهم بهذه الأفلام، ونسبة هؤلاء الأفراد الستة هي 8.58%، كما ذكرنا في الجدول السابق رقم (24)، ومنه فإن الأفراد الذين أقروا بالتأثر حددوا جانبا واحدا وهو طريقة التفكير وكان الإجماع عليه.

الجدول رقم (26) نوعية تأثير الأفلام الأمريكية حسب أفراد عينة الدراسة

بدائل الإجابة على السؤال رقم 21	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%
سلبي	53	75.71
إيجابي	17	24.28
الإجمالي	70	100

من خلال الجدول رقم (26) أعلاه نلاحظ أن عدد أفراد العينة الذين أجابوا على البديل "سلبي" قدرت نسبتهم بـ 75.71%، أي أن هناك أغلبية من أفراد العينة أقرت أن تأثير الأفلام الأمريكية هو تأثير سلبي، وهو ما يبين إدراك أفراد العينة للخطورة التي تحملها الأفلام الأمريكية في مضامينها، رغم ميل أغلبهم للتسلية بمشاهدة هكذا أفلام، في حين تم تسجيل ما نسبته 24.28% لصالح البديل "إيجابي" أي تأثير إيجابي، وهو ما يبين نظرة أفراد العينة السلبية لهذه الأفلام.

الجدول رقم (27) إيجابيات مشاهدة الأفلام الأمريكية حسب أفراد عينة الدراسة

العبارة	عدد أفراد العينة	التكرارات	النسبة المئوية%	الرتبة
1-التعرف على العالم الخارجي	17	5	29.41	03
2-الاطلاع على الثقافات والحضارات الأخرى		10	58.82	01
3-تعلم اللغة الإنجليزية		9	52.94	02

يشير الجدول رقم (27) أعلاه إلى التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة حول إيجابيات مشاهدة الأفلام الأمريكية، وقد اتضح من الجدول أعلاه أن أهم ايجابيات مشاهدة الأفلام الأمريكية لدى أفراد عينة الدراسة هو "الاطلاع على الثقافات والحضارات الأخرى" بنسبة مئوية بلغت 58.82%، يليه في المرتبة الثانية "تعلم اللغة الإنجليزية" بنسبة مئوية قدرت بـ 52.94%، وفي الأخير التعرف على العالم الخارجي بنسبة مئوية بلغت 29.41%،

إن حب الاطلاع هو سمة رئيسية من سمات الشباب والتي أتينا على ذكرها في الفصل الثاني من هذه الدراسة، وهو ما تأكد من خلال المعطيات السابقة، حب التعلم كذلك سمة من سمات هذه الفئة، وفيما يخص أفراد عينتنا وهم في غالبيتهم طلبة، يعتبرون أن تعلم اللغة الإنجليزية من الجوانب الإيجابية للأفلام الأمريكية، التعرف على العالم الخارجي جاء في المرتبة الثالثة من حيث الترتيب، لأن الأفلام تنقل عالم خارجي وفق ما يقتضيه سيناريو الفيلم، وقد يكون هذا الأخير بعيدا عن الواقع، وبالتالي جاء هذا الخيار في الرتبة الأخيرة.

الجدول رقم (28) سلبيات مشاهدة الأفلام الأمريكية حسب أفراد عينة الدراسة

العبارة	عدد أفراد العينة	التكرارات	النسبة المئوية%	الرتبة
1-تشجع على العنف والعدوانية وإثارة الغرائز.	70	45	84.90	01
2-تمجد الثقافة الغربية وتقلل من شأن هويتنا الثقافية الإسلامية العربية المحلية.		40	75.47	03
3-تبعد الشباب عن هويتهم وأصالتهم وانتمائهم لوطنهم.		30	56.60	06
4-تقديم هذه الأفلام لمشاهد إباحية لا تراعي قيمنا ومبادئنا الأخلاقية.		43	81.13	02
5-تضعف روح الولاء والانتماء للدين.		33	62.26	05
6-تسهم في الغزو الفكري الغربي.		35	66.03	04
7-اكتساب قيم وعادات منافية لديننا ومجتمعنا.		27	50.94	07
8-تضعف مكانة اللغة العربية.		19	35.84	08

يشير الجدول رقم (28) أعلاه إلى التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة حول سلبيات مشاهدة الأفلام الأمريكية، ويتضح من الجدول أعلاه أن من بين أهم سلبيات الأفلام الأمريكية هو تشجيعها على العنف وإثارة الغرائز حيث بلغت نسبتها 84.90 %، في حين نلاحظ أن ثاني السلبيات هو أن هذه الأفلام تقدم إباحية لا تراعي قيمنا ومبادئنا الأخلاقية 81.13%، أما المرتبة الثالثة من ناحية ترتيب السلبيات فهي أن هذه الأفلام تمجد الثقافة الغربية وتقلل من شأن هويتنا الثقافية الإسلامية العربية المحلية بنسبة بلغت 75.47%، تليها السلبية الرابعة لمشاهدة الأفلام الأمريكية وهي أن هذه الأفلام تسهم في الغزو الفكري الغربي بنسبة مئوية بلغت 66.03%، وبعدها جاء ترتيب السلبية الخامسة والتي مفادها إضعاف الولاء والانتماء الديني بنسبة 62.26%، سادس سلبية حسب أفراد العينة هي إسهام الأفلام الأمريكية في إبعاد الشباب عن هويتهم وأصالتهم وانتمائهم لوطنهم وقدرت نسبة إجاباتهم بـ 56.60%، وجاءت في الترتيب السابع من سلبيات الأفلام الأمريكية سلبية اكتساب قيم وعادات منافية لديننا ومجتمعنا بنسبة إجابات قدرت بـ 50.94%، وأخيرا في الرتبة الثامنة جاءت سلبية إضعاف اللغة العربية بنسبة 35.84%.

لاحظنا سابقا أن أغلب أفراد العينة يميلون إلى مشاهدة أفلام الأكشن، وأن أغلبهم يشاهد قناة MBC Action، وهو ما أكده أفراد العينة الذين يرون أن أكثر سلبية تميز الأفلام الأمريكية هي تشجيعها على العنف والعدوانية وإثارة الغرائز وهذا ما يميز أفلام الأكشن بالدرجة الأولى.

بالنسبة لتقديم هذه الأفلام لمشاهد إباحية لا تراعي قيمنا ومبادئنا الأخلاقية، فإن هناك نسبة كبيرة من الشباب رتبوا هذه السلبية ثانيا، وهو ما يؤكد موقف الشباب من المشاهد الإباحية والتي يرون فيها أكثر ما يؤخذ على الأفلام الأمريكية من سلبيات لأنها بالدرجة الأولى منافية لقيم ديننا الإسلامي، فيما يخص تمجيد الثقافة الغربية والتقليل من شأن هويتنا الثقافية الإسلامية العربية المحلية، فإن هناك نسبة كبيرة من الشباب أجابوا عليه بالرتبة الثالثة، هذا ما نستنتج من خلاله أن أفراد العينة يدركون أن الأفلام الأمريكية قد تحمل في طياتها تمجيدا للثقافة الغربية على حساب هويتنا وثقافتنا.

الغزو الفكري الغربي، رتب أفراد العينة هذه السلبية رابعا، وبنسبة إجابات معتبرة تؤكد دائما إدراكهم أن الأفلام الأمريكية تمثل غزوا فكريا لمجتمعنا، وهو ما لاحظناه في الجدول رقم (26) أين أقر الأفراد الستة من العينة أنهم تأثروا بالأفلام الأمريكية من حيث طريقة التفكير، السلبية الخامسة وهي إضعاف الولاء والانتماء الديني جاءت بنسبة إجابات معتبرة هي الأخرى، تدل على تعلق الشباب بدينهم وتقديسهم إياه ولو في أذهانهم، دون أفعالهم، السلبية السادسة هي إسهام الأفلام الأمريكية في إبعاد الشباب عن هويتهم وأصالتهم وانتمائهم لوطنهم، إذن فأفراد العينة يرون أن هذه الأفلام تساهم في هذا، لكن حسب ترتيبهم فإنها تساهم بشكل أقل، نفي الشيء بالنسبة للسلبية السابعة والتي مفادها اكتساب قيم وعادات منافية لديننا ومجتمعنا، وأيضا سلبية إضعاف اللغة العربية، على اعتبار أن اللغة التي تعتمدها الأفلام الأمريكية في القنوات الفضائية هي الإنجليزية، هذه الأخيرة حسب أفراد العينة ليست من السلبيات ذات الأولوية، إضافة إلى أن مجتمعنا الجزائري يعرف حضورا مكثفا للغة المستعمر الفرنسي، وهذا ما يتجلى في واقع المجتمع الجزائري.

الجدول رقم (29) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لآرائهم نحو تأثير الأفلام الأمريكية

العبارة رقم (1): أتاحت لي مشاهدة الأفلام الأمريكية الاطلاع على عادات وتقاليد شعوب كثيرة.

بدائل الإجابة على السؤال رقم 24	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
أوافق بشدة	37	52.86	23	13.7	04	12.54	0,000	دال عند مستوى 0.01
أوافق	19	27.14	23	-4.3				
غير متأكد	14	20	23	-9.3				
أعارض	05	4.5	/	/				
أعارض بشدة	05	4.5	/	/				
الإجمالي	70	100	/////					

من خلال الجدول رقم (29) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (70) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم حول البديل "أوافق بشدة" وقد بلغ عددهم 37 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ: 52.86 %، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أوافق" والبالغ عددهم 19 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ: 27.14%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "غير متأكد" والبالغ عددهم 14 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ: 20 %، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أعارض" والبالغ عددهم 05 أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ: 4.5%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 4.5% تمثل المجموعة الخامسة التي تحتوي على الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "أعارض بشدة" والبالغ عددهم 05 أفراد أيضا.

نلاحظ أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يرون أن في الأفلام الأمريكية فرصة للاطلاع على عادات وتقاليد شعوب كثيرة، في حين عارض هذا الطرح نسبة قليلة من أفراد العينة، وهو ما يوضح لنا أن المبحوثين وجدوا أن الأفلام الأمريكية تعرض مواد أو مشاهد تبرز من خلالها عادات وتقاليد أجنبية غريبة عن مجتمعنا، قد يكون لها

تأثير غير مباشر على أفراد العينة، والذين تبين لنا من خلال الجدول (25) السابق أن نسبة كبيرة منهم لا يدرون إن كان لهذه الأفلام تأثير عليهم أم لا، والتوجه الرئيسي لأفراد العينة نحو هكذا أفلام هو الاطلاع على تقاليد وثقافات الغير.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول رقم (29) أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 12.54وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعات ولصالح المجموعة الأولى "أوافق بشدة"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (30) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لآرائهم نحو تأثير الأفلام الأمريكية

العبارة رقم (2) من متابعتي للأفلام الأمريكية أدركت محتواها السلبي يؤثر على الفرد، وأفكاره وانتمائه الديني وولائه لمجتمعه.

بدائل الإجابة على السؤال رقم 24	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
أوافق بشدة	15	21.42	14	1	04	12.57	0,000	دال عند مستوى 0.01
أوافق	32	45.70	14	18				
غير متأكد	2	2.85	14	-12				
أعارض	18	25.74	14	4				
أعارض بشدة	03	4.28	14	-11				
الإجمالي	70	100	/////					

من خلال الجدول رقم (30) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (70) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم حول البديل "أوافق بشدة" وقد بلغ عددهم 15 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ: 21.42%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أوافق" والبالغ عددهم 32 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ:

45.70%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذه العبارة بالبديل "غير متأكد" والبالغ عددهم فردان بنسبة مئوية قدرت بـ: 2.85 %، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أعارض" والبالغ عددهم 18 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ: 25.74%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 4.28% تمثل المجموعة الخامسة التي تحتوي على الأفراد الذين أجابوا على هذه العبارة بالبديل "أعارض بشدة" والبالغ عددهم 03 أفراد.

من خلال ما سبق نلاحظ أن أفراد العينة في أغلبهم يرون أن الأفلام الأمريكية بما تحمله من سلبيات لها تأثير على الفرد، وأفكاره وانتمائه الديني وولائه لمجتمعه، وكانت نسبة الموافقة على هذا الطرح عالية جدا، وهو ما يؤكد إجابات المبحوثين حول التأثير السلبي للأفلام الأمريكية في الجدول رقم (27) السابق الذي تضمن نوعية التأثير، حيث بلغت نسبة إجابات أفراد العينة حول التأثير السلبي لهذه الأفلام 75.71%، وفي الجدول رقم (31) تأكيد على هذا، إذن هناك إقرار بالنسبة لأغلبية أفراد العينة بأن محتويات هذه الأفلام ذات بعد سلبي من شأنه أن يؤثر على انتماء الفرد لدينه أو لمجتمعه، على اعتبار أن هذه الأفلام هي أداة للغزو الفكري كما سبق وذكرنا، إضافة لما تحمله من مشاهد إباحية تمثل تناقضا كليا لما تحمله شريعتنا وقيمنا الاجتماعية المنبثقة من الدين الإسلامي بالأساس، يعارض هذا الطرح لم تكن نسبتهم قليلة من مجموع أفراد العينة، وهم يبدون ثقة في النفس، حيال التأثير السلبي لهذه الأفلام، على اعتبار عدم استسلامهم له، إضافة إلى توجهاتهم نحو الأفلام التي لا تناقض قيمنا الدينية والاجتماعية.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ($كا^2$) حيث نلاحظ من الجدول رقم (30) أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 12.57وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعات ولصالح المجموعة الثانية "أوافق"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (31) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لآرائهم نحو تأثير الأفلام الأمريكية

العبارة رقم (3): من خلال مشاهدتي للأفلام الأمريكية أشعر بالرغبة في اتباع ثقافة المجتمع الأمريكي.

بدائل الإجابة على السؤال رقم 24	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
أوافق بشدة	/	/	/	/	02	12.20	0,000	دال عند مستوى 0.01
أوافق	15	21.42	23	-8.3				
غير متأكد	/	/	/	/				
أعارض	37	52.85	23	13.7				
أعارض بشدة	18	25.71	23	-5.33				
الإجمالي	70	100	/////					

من خلال الجدول رقم (31) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (70) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على العبارة بالخيار "أوافق" وقد بلغ عددهم 15 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ: 21.42 %، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذه العبارة بالخيار "أعارض" والبالغ عددهم (37) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ: 52.85%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 25.71% تمثل المجموعة الثالثة التي تحتوي على الأفراد الذين أجابوا بالخيار "أعارض بشدة" والبالغ عددهم (18) فرد.

ما يلفت الانتباه هنا هو النسبة الكبيرة من أفراد العينة الذين يرون أن مشاهدتهم للأفلام الأمريكية لا تجعلهم إطلاقا يرغبون في اتباع ثقافة المجتمع الأمريكي، رغم إدراكهم لسلبيات هذه الأفلام وما تمثله من غزو فكري على حد إقرار أفراد العينة، إذن فالأفلام الأمريكية لا تلعب دورا كبيرا في التأثير على أفراد العينة لاتباع الثقافة الأمريكية، هذا دائما حسب هؤلاء الأفراد، وعلى الرغم من ذلك هناك منهم من يؤيد هذا الطرح لكن بأقل نسبة مسجلة.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول رقم (31) أن قيمتها عند درجة الحرية (04) قدرت بـ 12.20وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعات ولصالح المجموعة الثانية "أعارض"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (32) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لاتجاهاتهم نحو عناصر هويتهم الثقافية

العبارة رقم (1): اعتز بلغتي العربية ولهجات بلدي.

بدائل الإجابة على السؤال رقم 25	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
أوافق بشدة	63	90	35	28	01	13.28	0,000	دال عند مستوى 0.01
أوافق	07	10	35	-28				
غير متأكد	00	//	//	//				
أعارض	00	//	//	//				
أعارض بشدة	00	//	//	//				
الإجمالي	70	100	//////					

من خلال الجدول رقم (32) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (70) قد انقسمت إلى مجوعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم حول الخيار "أوافق بشدة" وقد بلغ عددهم 63 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ: 90 %، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذه العبارة بالخيار "أوافق" والبالغ عددهم 07 أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ: 10%، فيما لم تسجل أي إجابات للخيارات "غير متأكد"، "أعارض"، أعارض بشدة".

هذا ما يؤكد تمسك واعتزاز أفراد العينة باللغة العربية ولهجات الوطن، لكن جاء هذا الإقرار بصفة أكثر عاطفية، حيث كانت هذه الإجابات ذات بعد انتمائي، وعموما تعتبر اللغة العربية من المقومات الأساسية لهويتنا الثقافية، وقد أبدى أفراد العينة تمسكا بهذه اللغة رغم ما تعرفه من منافسة مع نظيرتها الفرنسية في بلادنا.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول رقم (32) أن قيمتها عند درجة الحرية (01) قدرت بـ 13.28وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعتين ولصالح المجموعة الأولى "أوافق بشدة"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (33) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لاتجاهاتهم نحو عناصر هويتهم الثقافية

العبارة رقم (2): شرف لي أن أكون مسلما.

بدائل الإجابة على السؤال رقم 25	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
أوافق بشدة	65	92.85	35	30	01	18.19	0,000	دال عند مستوى 0.01
أوافق	05	7.14	35	-30				
غير متأكد	00	//	//	//				
أعارض	00	//	//	//				
أعارض بشدة	00	//	//	//				
الإجمالي	70	100	//////					

من خلال الجدول رقم (33) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (70) قد انقسمت إلى مجوعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم حول الخيار "أوافق بشدة" وقد بلغ عددهم 65 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ: 92.85 %، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذه العبارة بالخيار "أوافق" والبالغ عددهم 05 أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ: 7.14%.

إن شرف الانتماء إلى الإسلام أمر قطعي بالنسبة لأفراد العينة، فقد كانت نسبتهم الغالبة توافق هذا الطرح وبشدة، فقدسية الدين الإسلامي أمر مسلم به ليس فقط بالنسبة لأفراد العينة ولكن لجميع فئات المجتمع الجزائري، وبما أن الدين الإسلامي مقوم رئيسي من مقومات هويتنا الثقافية، فقد أبدى أفراد العينة تجاوبا كبيرا مع هذه العبارة وهو ما يوضح تمسكهم بعقيدتهم.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول رقم (33) أن قيمتها عند درجة الحرية (01) قدرت بـ: 18.19 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعتين ولصالح المجموعة الأولى "أوافق بشدة"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (34) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لاتجاهاتهم نحو عناصر هويتهم الثقافية

العبارة رقم (3): أعتز بقيم وتقاليد مجتمعي.

بدائل الإجابة على السؤال رقم 25	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
أوافق بشدة	46	65.71	35	11	01	6.91	0.009	دال عند مستوى 0.01
أوافق	24	34.29	35	-11				
غير متأكد	//	//	//	//				
أعارض	//	//	//	//				
أعارض بشدة	//	//	//	//				
الإجمالي	70	100	/////					

من خلال الجدول رقم (34) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (70) فردا قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم حول الخيار "أوافق بشدة" وقد بلغ عددهم (46) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ: 65.71 %، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذه العبارة بالخيار "أوافق" والبالغ عددهم 24 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ: 34.29%، فيما لم تسجل أي إجابات للخيارات "غير متأكد"، "أعارض"، أعارض بشدة".

يتبين لنا من خلال المعطيات السابقة أن أفراد العينة يميلون إلى الاعتزاز بقيم وتقاليد مجتمعهم، وهو ما عبرت عنه النسبة الكبيرة من الإجابات حول الخيارين "أوافق بشدة و"أوافق"، فالتقاليد هي الأخرى من مقومات هويتنا الثقافية والتي أبدى أفراد العينة موقفا إيجابيا نحوها، وذلك بإقرارهم الاعتزاز بهذه التقاليد.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول رقم (34) أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ: 6.91 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعتين ولصالح المجموعة الأولى "أوافق بشدة"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الجدول رقم (35) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لاتجاهاتهم نحو عناصر هويتهم الثقافية

العبارة رقم (4): الدين الإسلامي لا يواكب تطورات العصر.

بدائل الإجابة على السؤال رقم 25	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%
أوافق بشدة	**00**	//
أوافق	**00**	//
غير متأكد	**00**	//
أعارض	**00**	//
أعارض بشدة	**70**	**100**
الإجمالي	**70**	**100**

من خلال الجدول رقم (35) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (70) أفراد جاءت كلها لصالح البديل "أعارض بشدة"، أي أن جميع أفراد العينة كانوا معارضين لعبارة: "الدين الإسلامي لا يواكب تطورات العصر"، وهو ما يبين القدسية الكبيرة التي يحتلها الدين في أوساط شباب عينة الدراسة، واتجاههم الإيجابي المطلق نحو هذا المقوم الرئيسي من مقومات الهوية الثقافية الجزائرية، فيما لم تسجل أي إجابة للخيارات "أوافق بشدة"، "أوافق"، "غير متأكد"، "أعارض".

فالدين الإسلامي يعتبر خط أحمر بالنسبة لأفراد العينة والذي لا يجب المساس بقدسيته على الإطلاق، والملاحظ أنه في كل الأسئلة المتعلقة بالدين كان موقف أفراد العينة واضح وداعم له بشكل جلي ومطلق، على اعتبار أن العقيدة الإسلامية هي رمز مقدس عند الشباب الجزائري والمجتمع ككل، وخير دليل على ذلك هو المعارضة الشديدة المسجلة اتجاه العبارة السابقة.

الجدول رقم (36) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لاتجاهاتهم نحو عناصر هويتهم الثقافية

العبارة رقم (5): أعتز بتاريخ هذا الوطن وانتمائي إليه.

بدائل الإجابة على السؤال رقم 25	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة K^2	مستوى الدلالة	القرار
أوافق بشدة	56	80	35	21	1	25.20	0.00	دال عند مستوى 0.01
أوافق	14	20	35	-21				
غير متأكد	//	//	//	//				
أعارض	//	//	//	//				
أعارض بشدة	//	//	//	//				
الإجمالي	70	100		/////				

من خلال الجدول رقم (36) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (70) فردا قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم حول الخيار "أوافق بشدة" وقد بلغ عددهم 56 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ: 80 %، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذه العبارة بالخيار "أوافق" والبالغ عددهم 14 فرد بنسبة مئوية قدرت بـ: 20%، فيما لم تسجل أي إجابات للخيارات "غير متأكد"، "أعارض"، أعارض بشدة".

يتبين لنا من خلال المعطيات السابقة أن أفراد العينة يميلون إلى الاعتزاز بتاريخ هذا الوطن وانتمائهم إليه، وهو ما عبرت عنه النسبة الكبيرة من الإجابات حول خيارين "أوافق بشدة و"أوافق"، فالتاريخ من مقومات هويتنا الثقافية والتي أبدى أفراد العينة موقفا إيجابيا نحوها، وذلك بإقرارهم الاعتزاز بتاريخ هذا الوطن وانتمائهم له.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ: 25.20 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعتين ولصالح المجموعة الأولى "أوافق بشدة"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

رابعا–العوامل المساعدة في تأثير الأفلام الأمريكية على الهوية الثقافية للشباب:

الجدول رقم (37) خصائص الأفلام الأمريكية والتي ساعدت في تأثيرها على الشباب

خصائص الأفلام الأمريكية	العدد الإجمالي للعينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
1–الأفلام الأمريكية كثيرة من حيث العدد والمغريات والمحتويات.	70	2.77	0.56	2
2–هذه الأفلام تلبي حاجات وتطلعات الشباب لاكتشاف عوالم أخرى.		2.37	0.61	3
3–اعتمادها على تكنولوجيا متطورة في التصوير والإخراج.		3.93	0.25	1
4–نقص الأفلام على المستوى المحلي وضعفه بالمقارنة مع إنتاج الأفلام الأمريكية.		1.00	0.11	4

يشير الجدول رقم (37) أعلاه إلى متوسطات درجات أفراد عينة الدراسة حول خصائص الأفلام الأمريكية التي سهلت في تأثيرها على الشباب، وقد احتلت المرتبة الأولى خاصية "اعتمادها على تكنولوجيا متطورة في التصوير والإخراج" بمتوسط حسابي قدره (3.93)، تلتها في المرتبة الثانية خاصية "الأفلام الأمريكية كثيرة من حيث العدد والمغريات والمحتويات" بمتوسط حسابي قدره (2.77)، وجاءت في الترتيب الثالث خاصية " هذه الأفلام تلبي حاجات وتطلعات الشباب لاكتشاف عوالم أخرى" بمتوسط حسابي قدره (2.37)، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة خاصية "نقص الأفلام على المستوى المحلي وضعفه بالمقارنة مع إنتاج الأفلام الأمريكية" بمتوسط حسابي قدره (1).

يتبين من هذه المعطيات أن أفراد العينة يرون أن التكنولوجيا المتطورة وطرق الإخراج المتقدمة تعد من الخصائص المهمة والأولى في الأفلام الأمريكية والتي تساعد على تأثير هذه الأخيرة على الشباب، إضافة إلى أن العدد الهائل من هذه الأفلام نتيجة للإنتاج الغزير الذي يميز هوليود يعد حسب أفراد العينة سبب ثاني لتأثير هذه

الأفلام على الفئة الشبانية، حسب أفراد العينة دائما يتبين أن الأفلام الأمريكية لها القدرة على تلبية تلبي حاجات وتطلعات الشباب لاكتشاف عوالم أخرى، نظرا للتطور الذي تعرفه البلاد المصدرة لها، أما موقع الإنتاج المحلي للأفلام فرتبه أفراد العينة في الرتبة الأخيرة كسبب من أسباب تأثير هذه الأفلام الأمريكية الأجنبية، فغياب الإنتاج المحلي من الأفلام يترك فراغا تملؤه المضامين الإعلامية الغربية كالأفلام وغيرها، وحسب أفراد عينة الدراسة فإن هذا يعتبر من الأمور التي تساعد في تأثير الأفلام الأمريكية على الشباب.

الجدول رقم (38) الأسباب المتعلقة بالشباب والتي ساعدت في تأثير الأفلام الأمريكية عليهم

الأسباب المتعلقة بالشباب التي سهلت تأثير الأفلام الأمريكية عليهم	العدد الإجمالي للعينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
1–ضعف الحصانة والوازع الديني لدى الشباب.	70	06	00	1
2–تمرد الشباب على الواقع المعاش.		2.61	1.18	4
3–تمسك الشباب بكل ما هو أجنبي.		4.23	1.10	2
4–ضعف دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية ك: "المدرسة، المسجد، الاعلام المحلي".		2.14	1.46	6
5–نقص التربية الأسرية.		3.07	1.43	3
6–الرغبة في التجديد بالنسبة للشباب.		2.61	1.20	4

يشير الجدول رقم (38) أعلاه إلى متوسطات درجات أفراد عينة الدراسة حول الأسباب المتعلقة بالشباب والتي سهلت تأثير الأفلام الأمريكية عليه، وقد احتل سبب "ضعف الحصانة والوازع الديني لدى الشباب" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (06)، يليه السبب الثاني وهو "تمسك الشباب بكل ما هو أجنبي" بمتوسط حسابي قدره (4.23)، وقد جاءت في الترتيب الثالث للأسباب "نقص التربية الأسرية" بمتوسط حسابي قدره (3.07)، وفي المرتبة الرابعة كل من " تمرد الشباب على الواقع المعاش " و" الرغبة في التجديد بالنسبة للشباب" بمتوسط حسابي قدره (2.61)، وفي المرتبة السادسة "ضعف دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالمدرسة، المسجد، الإعلام المحلي" بمتوسط حسابي قدره (2.14).

من خلال المعطيات السابقة يتبين لنا أن أفراد العينة في الغالب يرجعون سبب تأثير الأفلام الأمريكية على الشباب إلى نقص الوازع الديني، وهنا نشير إلى أنه رغم القدسية الكبيرة التي يتمتع بها الدين الإسلامي عند الشباب إلا أن هذا لا يمنعهم من الإقرار بنقص الوازع الديني، ذهب أفراد العينة أيضا إلى القول بأن تمسك الشباب بما هو أجنبي يعد سببا ثانيا يساعد الأفلام الأمريكية في التأثير عليهم، أما نقص التربية الأسرية فقد صنفت كسبب ثالث، في حين كان تمرد الشباب على الواقع المعاش سببا رابعا، وهذا نظرا للظروف القاسية التي يعاني منها كثير من الشباب كالبطالة، والتهميش، والإقصاء، وهي مظاهر اجتماعية واضحة المعالم في مجتمع الجزائر، أما رغبة الشباب في التجديد حسب أفراد العينة فهي سبب مساعد يسهل مهمة تأثير الأفلام الأمريكية على الشباب، وهو يدخل ضمن سمات هذه الفئة، أما مؤسسات التنشئة الاجتماعية حسب شباب العينة فقد كانت في الرتبة الأخير كأقل سبب قد يساهم في تأثير الأفلام الأمريكية من خلال غيابها-أي مؤسسات التنشئة الاجتماعية-، بمعنى أن أفراد العينة يرون أن ضعف دور هذه المؤسسات ليس سببا رئيسيا يساعد في تأثير الأفلام على الشباب، هذا رغم عدم معارضة الأسرة لأفراد العينة عند مشاهدتهم للأفلام الأمريكية.

الجدول رقم (39) كيفية المحافظة على هويتنا الثقافية في ظل ما تحمله الأفلام الأمريكية من سلبيات

سبل المحافظة على هويتنا الثقافية	العدد الإجمالي للعينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
1-تنمية الوازع الديني في النفوس	70	06	00	1
2-التمسك بالقيم الأخلاقية والاجتماعية لمجتمعنا		3.11	1.60	3
3-توعية الشباب بسلبيات ومخاطر الأفلام الأمريكية		2.54	1.51	5
4-قيام الأسرة بدورها التربوي		4.11	1.00	2
5-تطوير الإنتاج الجزائري فيما يخص الأفلام ليكون في مستوى المنافسة		2.69	0.98	4
6-قيام مؤسسات التنشئة الاجتماعية بدورها "المدرسة، المسجد، الاعلام المحلي.		2.69	1.28	4

يشير الجدول رقم (39) إلى متوسطات درجات أفراد عينة الدراسة حول سبل المحافظة على هويتنا الثقافية، وقد احتلت "تنمية الوازع الديني في النفوس" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (06)، تلتها في المرتبة الثانية "قيام الأسرة بدورها التربوي" بمتوسط حسابي قدره (4.11)، وجاء في الترتيب الثالث "التمسك بالقيم الأخلاقية والاجتماعية لمجتمعنا" بمتوسط حسابي قدره (3.11)، وفي المرتبة الرابعة كل من "تطوير الإنتاج الجزائري فيما يخص الأفلام ليكون في مستوى المنافسة" و"قيام مؤسسات التنشئة الاجتماعية بدورها "المدرسة، المسجد، الإعلام المحلي" بمتوسط حسابي قدره (2.69)، في حين احتلت "توعية الشباب بسلبيات ومخاطر الأفلام الأمريكية" المرتبة الأخيرة في ترتيب سبل المحافظة على هويتنا الثقافية بمتوسط حسابي قدر بـ (2.54).

من خلال المعطيات أعلاه يتبين أن أفراد العينة يرون في تنمية الوازع الديني السبيل الأول في المحافظة على هويتنا الثقافية في ظل ما تحمله الأفلام الأمريكية من سلبيات والتي أقرها أفراد العينة من خلال الجدول رقم (29) سابق الذكر، وهو في نفس الوقت تأكيد للاتجاه الذي يحمله أفراد العينة نحو الدين الإسلامي باعتباره الحامي الأول للهوية الثقافية من الموجة الإعلامية التغريبية التي تميز عصر الإعلام الراهن، قيام الأسرة بدورها التربوي جاء في الرتبة الثانية من جملة السبل التي من شأنها أن تحافظ على هويتنا الثقافية، فالأسرة من أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية، وتعد حسب أفراد عينة الدراسة من الأسباب ذات الأولوية التي يجب تفعيلها في سبيل حماية هويتنا الثقافية من سلبيات الأفلام الأمريكية.

أما التمسك بالقيم الأخلاقية والاجتماعية لمجتمعنا فقد جاء في الرتبة الثالثة من جملة الطرق التي من خلالها يتم الحفاظ على هويتنا الثقافية من أخطار الأفلام الأمريكية، هذا دائما حسب عينة الدراسة، وللعلم فإن قيمنا الأخلاقية مستمدة بالأساس من العقيدة الإسلامية، أما الرتبة الرابعة فقد تضمنت تطوير الإنتاج المحلي فيما يخص الأفلام حتى يكون في مستوى المنافسة، فمقاومة المد السينمائي الأمريكي لا بد من أن ترتكز على إنتاج سينمائي محلي يصرف النظر عن محتويات الأفلام الأمريكية، بمعنى مقاومة الإعلام بالإعلام وسد الفراغ الذي استغله الإعلام الغربي الأمريكي، في نفس الرتبة دائما ذهب أفراد العينة إلى الإشارة بقيام مؤسسات التنشئة الاجتماعية بدورها كالمدرسة، المسجد، الاعلام المحلي، كطريقة يمكن أن نبني على أساسها منظومة مناعية نحمي من خلالها عناصر هويتنا الثقافية من سلبيات الأفلام الأمريكية الوافدة، والتي تحمل أنماطا حياتية لا تمت لطبيعة حياتنا بصلة، وأخيرا رتب أفراد العينة توعية الشباب بسلبيات ومخاطر الأفلام الأمريكية، في الرتبة الأخيرة، أي أنهم اعتبروا أن التوعية وإن كانت مهمة لتفادي أخطار وسلبيات الأفلام الأمريكية، إلا أنها أقل أهمية من سابقيها.

نتائج عامة:

إن ما يميز الواقع الإعلامي الراهن هو ما يعرفه هذا الإعلام من تطورات تكنولوجية غاية في التعقيد، فتحت المجال للتأثير والتأثر بين ثقافات الشعوب، على اعتبار أن وسائل الإعلام حامل وناشر رئيسي للثقافة، وبما أن ثورة الاتصالات هي الثورة التي نجمت عن تطور التقنية العلمية والتي تدفع إلى تقريب المسافات بين شعوب المعمورة، والقفز فوق الحواجز الزمكانية لتسهيل انتقال المعلومات والتقنيات والأفكار، لذلك من يقود هذه الثورة تكنولوجيا يسيطر على العالم إعلاميا.

ولما كانت أقمار البث الصناعية سمة من سمات هذه التكنولوجيا، فإنها المسؤول الأول عن نقل المنتجات الإعلامية الوافدة إلينا بما فيها من تنوع، وقد ركزنا في دراستنا هذه على الأفلام الأمريكية المرسلة إلينا من خلال البث الفضائي، وبعد الدراسة الميدانية تبين لنا أن مشاهدة الأفلام الأمريكية ليست من الأولويات في حياة أفراد عينة الدراسة، إلى جانب تميز هذه المشاهدة بالتنوع، حيث شملت إجابات المبحوثين عدة أنواع من الأفلام، كانت فيها الأفضلية لصالح أفلام الأكشن، وهو ما يبين ميل الشباب لهذا النوع أكثر من غيره، كما لمسنا من خلال الجداول الخاصة بالدراسة الميدانية نوعا من الوعي فيما يخص السلبيات المتضمنة في الأفلام الأمريكية، فكل أفراد العينة أشاروا إلى هذه السلبيات دون إغفال أي خيار، إلا أن أغلبهم يرون أن أكثر سلبية تتسم بها هذه الأفلام هي تشجيعها على العنف والعدوانية وإثارة الغرائز، وهو ما يحيلنا إلى تصور مفاده إدراك الشباب للمخاطر التي تبثها الجسور الإعلامية الفضائية، ووعيهم بما تحمله الأفلام الأمريكية من سموم فكرية لا تتوافق وطبيعة تفكيرنا ولا طبيعة حياتنا ولا قيم عقيدتنا، يأتي هذا في ظل ما سجلناه من تمسك واعتزاز كبيرين للمبحوثين بالدين الإسلامي، رغم معدل المشاهدة المعتبر للأفلام، كما كان إجماعهم على أن تنمية الوازع الديني يعد من أهم الطرق الوقائية التي من شأنها أن تحد من خطر الزحف الإعلامي الغربي باختلاف ألوانه ومواده الإعلامية.

من خلال الجداول دائما اتضح لنا أن نسبة كبيرة من المبحوثين أقروا بأنهم لا يدرون إن كان هناك تأثير للأفلام الأمريكية عليهم من عدمه، وسجلنا نسبة قليلة منهم ممن اعترفوا بأن لهذه الأفلام تأثير على طريقة تفكيرهم، إن هذا الطرح يقودنا إلى القول بأن الأفلام الأمريكية وإن لم يكن تأثيرها اللغوي كبير–هذا استنادا لنتائج الجداول–فإن دورها في تغيير التوجهات الفكرية والثقافية لا يمكن إلغاؤه أو إنكاره، في حين أبدى أفراد العينة تمسكا كبيرا بعناصر هويتهم الثقافية وفي مقدمتها الدين، ليتبن لنا أساسا أن الوازع الديني هو ما يحتاجه الشباب الجزائري في ظل ما يشهده العالم من انفتاح إعلامي عالمي، وفي ظل غياب الدور الفعال للإعلام المحلي وغياب أو ضعف مؤسسات التنشئة الاجتماعية بما في ذلك الدور التربوي للأسرة.

وانطلاقا من النتائج العامة سابقة الذكر يمكن رصد مجموعة من الإجابات على تساؤلات الدراسة تشكل تلخيصا لأهم نتائج هذه الدراسة:

- تعتبر التسلية والترفيه وتمضية الوقت السبب الأول الذي يقف وراء مشاهدة أفراد العينة للأفلام الأمريكية، تليها السبب الثاني والمتمثل في أن الأفلام المحلية لا تفي بالغرض، ثم يأتي ثالثا الرغبة في التفتح على العالم الخارجي والاطلاع على الثقافة الأمريكية.
- تمحورت أغلبية إجابات المبحوثين-أفراد العينة-حول عدم درايتهم بتأثير الأفلام الأمريكية من عدمه، وهو ما يؤكد عدم نفيهم لهذا التأثير في حالة وجوده، حيث أقر ستة منهم بتأثير هذه الأفلام على جانبهم الفكري.
- الملاحظ أن مجموع إجابات أفراد العينة حول سلبيات الأفلام الأمريكية، جاءت في شكل إجماع يؤكد هذا الطرح، بمعنى اعتقاد أفراد العينة بأن لهذه الأفلام تأثير سلبي، في حين تم رصد نسبة قليلة من المبحوثين الذين أقروا بأن للأفلام الأمريكية بعض الإيجابيات.
- كما أن أغلب إجابات المبحوثين حول موقفهم من عناصر هويتهم الثقافية جاءت مؤكدة على تمسكهم بهذه العناصر، واحتل الدين الإسلامي المقدمة من جملة هذه العناصر، كما أن تنمية الوازع الديني مثل الأولوية عند أفراد العينة عند سؤالهم عن طرق الحفاظ على هويتنا الثقافية.
- لا يوجد فرق دال إحصائيا بين خيارات تعود أفراد العينة على مشاهدة الأفلام الأمريكية "نادرا، أحيانا، دائما"، في حين أن أكبر نسبة سجلت للخيار الأول.
- يوجد فرق دال إحصائيا بين خيارات معدل المشاهدة لصالح الخيار الأول "فيلم في الأسبوع"، أما الخيار الثاني "فيلم في الشهر" فسجل نسبة إجابات قليلة.
- يوجد فرق دال إحصائيا بين بدائل العبارة القائلة بأن مشاهدة الأفلام الأمريكية تتيح الاطلاع على عادات وتقاليد الشعوب لصالح الخيار الأول، أي الموافقة بشدة.
- يوجد فرق دال إحصائيا بين بدائل العبارة القائلة إنه من خلال متابعة الأفلام الأمريكية ندرك أن محتواها السلبي يؤثر على الفرد، وأفكاره وانتمائه الديني وولائه لمجتمعه، لصالح البديل الخاص بالموافقة.

خاتمـــة

خاتمـــة:

على الرغم من المزايا العديدة التي أضافها التطور التكنولوجي الهائل على الميدان الإعلامي وفي مجال الاتصالات، إلا أن هذا يعتبر تحديا كبيرا يواجه الهويات الثقافية على مستوى العالم، يأتي هذا التحدي في ظل ضعف الرقابة على الاتصال الإعلامي، وفقدان الدول لقدراتها على السيطرة ومراقبة القنوات الاتصالية والإعلامية، الأمر الذي نجم عنه بث برامج تروج لعدد من الإيديولوجيات الفكرية ذات الطابع السلبي.

يأتي هذا كنتيجة للاحتكار الإعلامي والاتصالي واقتصاره على مجموعة من الدول (المتقدمة وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية) دون الدول النامية، وهو ما أدى إلى اتساع الفجوة الثقافية بين الدول، فالدول المسيطرة والمالكة لتكنولوجيا الاتصال، تهيمن بشكل كبير على المشهد الإعلامي والثقافي العالمي، ونشير إلى أن أكثر هذه الدول سيطرة وامتلاكا لتكنولوجيا الاتصال هي الولايات المتحدة الأمريكية، ويأتي هذا الإغراق الإعلامي الأمريكي، في ظل ابتعاد هذا الأخير عن غرس القيم والفضائل، ومحاولة جذب المشاهدين والمتلقين بمخاطبة مشاعرهم وإرضاء رغباتهم من خلال التوسع في عرض الأفلام والمواد الإعلامية الهابطة أو العنيفة والعدائية، مما يؤدي إلى تغير اتجاهات وسلوكيات الجمهور والتأثير على عملية التنشئة، بل وحتى على المعتقدات والدين والأخلاق.

ونحن بدورنا بحثنا من خلال دراستنا هذه في تأثير الأفلام الأمريكية على الهوية الثقافية للشباب الجزائري –هذه الأخيرة التي أتينا على ذكرها في الفصل الثاني من دراستنا– والبحث في التأثيرات المحتملة في ظل ما يشهده إعلام اليوم من عولمة، واستبداد إعلامي ينصب لصالح أمريكا ومشتقاتها، فالولايات المتحدة اليوم تعد بلا منازع الراعي الرسمي للإعلام العالمي، بامتلاكها أو سيطرتها على كبريات شركات الإعلام في العالم وهو ما بيناه في الفصل الثالث من هذه الدراسة والمعنون بـ: "عولمة الإعلام والتغير الثقافي"، الأمر الذي مكن هذه الدولة من تكريس مبدأ الهيمنة الثقافية وسعيها دائما إلى صهر الأنماط الثقافية في قالب أمريكي واحد، مرتكزة في ذلك على عولمة إعلامية شاملة تعتمد مجموعة أدوات إعلامية من بينها البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية، وهو ما بيناه في الفصل الرابع من فصول هذه الدراسة، فهذه التكنولوجيا وهذه السيطرة الإعلامية الأمريكية مكنتها من إيصال منتوجاتها الإعلامية إلى كل أقطار المعمورة، بما في ذلك بلادنا الجزائر التي تشهد بمعية شبابها هذه الغزارة الغربية الأمريكية في الإنتاج الإعلامي، ومررنا بذكر المخاطر الثقافية لهذه العولمة الإعلامية أو بالأحرى الأمريكية، محددين الأفلام الأمريكية نموذجا في هذه الدراسة.

وانطلاقا من هذا النموذج قمنا بصياغة استبيان لمعرفة تأثير الأفلام الأمريكية على عينة من الشباب الجزائري، وبالضبط من مدينة المسيلة، وكانت النتيجة الأكثر بروزا هي تمسك هؤلاء الشباب بالدين الإسلامي وتقديسهم غير المشروط لهذا الدين الذي يعتبر حسبهم خطا أحمر لا يجب المساس به، حتى أن الشباب من هذه العينة اعتبروا أن تنمية الوازع الديني تعد أهم الطرق للحفاظ على هويتنا الثقافية من الموجة الإعلامية التغريبية، الأمر الذي يعكس المكانة الراقية التي يحتلها الإسلام عند الشباب الجزائري، كما تم تسجيل تمسك الشباب من أفراد العينة بباقي عناصر هويتهم الثقافية كاللغة والعادات والتقاليد، والتاريخ الوطني والقومي، ورغم هذا الموقف من الدين الإسلامي، إلا أن الشباب من أفراد العينة سجلوا إجابات تفيد بمشاهدتهم لهذه الأفلام مع إدراكهم لسلبياتها ووعيهم بخطورة ما يمكن أن تحدثه من مشاكل ثقافية على المستوى الفردي والجماعي.

كما تبين لنا من خلال هذه الدراسة أيضا أن هناك ضعف على مستوى مؤسسات التنشئة الاجتماعية وفي مقدمتها الأسرة، التي ومن خلال الجانب الميداني من هذه الدراسة اتضح غياب الدور الفعال لها في ظل ما يتعاطاه أفراد الأسرة من مواد إعلامية، الأمر لا يتوقف عند الأسرة فقط بل يتعدى إلى الإعلام المحلي الذي حمله الشباب من أفراد العينة مسؤولية ميولهم لمشاهدة الأفلام الأمريكية، هذا في ظل غياب واضح لهذا الإعلام، إضافة إلى الضعف الذي يعانيه قطاع السينما وإنتاج الأفلام في الجزائر، وبالتالي غياب دوره في صرف نظر الشباب عن الإنتاج الإعلامي الغربي الوافد أيا كان مصدره.

نختم بالقول إنه في الماضي كان هناك استعمار تقليدي عسكري، تفانى المفعمون بالحس الوطني في صده ومقاومته ورده عن أرض الوطن، وفي العصر الحديث غير الاستعمار من أساليبه بعد التطور التقني الهائل وثورة الاتصال، غير أدواته وشكله، وحافظ على جوهره وأهدافه وأساليبه التي من أبرزها الثقافة، فالسيطرة على الأذهان تضمن السيطرة على الأبدان.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

- **المصادر:**

- القرآن الكريم

- **المراجع:**

❖ **قائمة الكتب:**

1. أبو العلا محمد علي: **فن الاتصال بالجماهير بين النظرية والتطبيق**، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، مصر، 2014.
2. إسماعيل محمود حسن: **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
3. أمين جلال: **العولمة**، دار الشروق، القاهرة، 2009.
4. أمين رضا عبد الواجد: **الإعلام والعولمة**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
5. باركر كريس: **التلفزيون والعولمة والهويات الثقافية**، ترجمة علاء أحمد إصلاح، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2006.
6. البرداعي زكرياء: **سفن الفضاء**، دار الفكر العربي، القاهرة، 1970.
7. بن إبراهيم الطيب: **الاستشراق الفرنسي وتعدد مهامه في الجزائر**، دار ثالة، الجزائر، 2009.
8. بن نعمان أحمد: **التعريب بين المبتدأ والتطبيق**، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981.
9. بن نعمان أحمد: **هذه هي الثقافة**، دار الأمة، الجزائر، 1996.
10. بينون موردان ميشال: **أمريكا المستبدة**، ترجمة حامد فرزات، منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق، 2001.
11. تومبسون ميشيل وآخرون: **نظرية الثقافة**، ترجمة علي سيد الصاوي، عالم المعرفة، عدد223، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، يوليو 1997.
12. حجازي عزت: **الشباب العربي ومشكلاته**، عالم المعرفة، عدد6، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، فبراير 1985.
13. حسام الدين محمد: **العولمة وصورة الإسلام**، المدينة برس، القاهرة، 2002.
14. حسن أحمد عبد المنعم: **أصول البحث العلمي**، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1996.
15. الحمد تركي: **الثقافة العربية في عصر العولمة**، دار الساقي، بيروت، 1999.
16. خريسان باسم علي: **العولمة والتحدي الثقافي**، دار الفكر العربي، بيروت، 2001.

17. دليو فضيل: **تاريخ وسائل الاتصال**، ط3، دار أقطاب الفكر، الجزائر، 2007.

18. رشوان عبد المنصف حسن: **ممارسة الخدمة الاجتماعية في رعاية الشباب وقضاياهم**، المكتب الجامعي الحديث، أسوان، 2006.

19. الزواوي محمود: **صناعة الأحلام–محاور السينما الأمريكية**، المؤسسة العامة للسينما، دمشق، 2006.

20. الزيود ماجد: **الشباب والقيم في عالم متغير**، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2000.

21. ستكلتز جوزيف: **العولمة ومساوئها**، ترجمة فالح عبد القادر حلمي، بيت الحكمة، بغداد، 2003.

22. سوروس جورج: **جورج سوروس والعولمة**، ترجمة هشام الدجاني، مكتبة العبيكان، المملكة العربية السعودية، 2003.

23. شكري عبد المجيد: **تكنولوجيا الاتصال: الجديد في إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون**، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996.

24. شمو علي محمد: **تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات**، دار القومية العربية للثقافة والنشر، مصر، 1999.

25. شيللر هربرت: **المتلاعبون بالعقول**، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، عدد 243، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، مارس 1999.

26. طالة لمياء، **الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.

27. عبد الحميد محمد: **دراسات الجمهور في بحوث الإعلام**، عالم الكتب، القاهرة، 1993.

28. عبد الحميد محمد: **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، عالم الكتب، القاهرة، 2000.

29. عبد الرحمان عواطف: **قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث**، عالم المعرفة، عدد78، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، يونيو 1984.

30. عبد القادر حاتم محمد: **العولمة ما لها وما عليها**، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2005.

31. عبد النبي سليم: **الإعلام التلفزيوني**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.

32. عبيدات محمد وآخرون: **منهجية البحث العلمي**، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، 1999.

33. عزي عبد الرحمان: **ثقافة وسائل الإعلام والتحدي الحضاري**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.

34. العلالي الصادق: **العلاقات الثقافية الدولية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006.

35. عمار غربي عبد الحليم: **العولمة الاقتصادية: رؤى استشرافية في مطلع القرن الواحد والعشرين**، مجموعة دار أبي الفداء العالمية للنشر والتوزيع والترجمة، سوريا، 2013.

36. غلاب عبد الكريم: **التعريب ودوره في تدعيم حركات التحرر في المغرب العربي**، بيروت، 1982.

37. قاسم نايت بلقاسم مولود: **أصالية أم انفصالية**، جزء 2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991.

38. قاسم نايت بلقاسم مولود: **إنية وأصالة**، دار الأمة، الجزائر، 2013.

39. مارتين هانس بيتر وشومان هارالد: **فخ العولمة**، ترجمة عدنان عباس علي، عالم المعرفة، عدد 238، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، أكتوبر 1998.

40. مسيهر العاني خليل نوري: **الهوية الإسلامية في زمن العولمة الثقافية**، مركز البحوث والدراسات الإسلامية، بغداد، 2009.

41. المصمودي مصطفى: **النظام الإعلامي الجديد**، عالم المعرفة، عدد94، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، أكتوبر 1985.

42. الميلي محمد: **ابن باديس وعروبة الجزائر**، كتاب صادر عن وزارة الثقافة بمناسبة الجزائر عاصمة الثقافة العربية، الجزائر، 2007.

43. النشار مصطفى: **ضد العولمة**، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.

44. هيرست بول وطومبسون جراهام: **ما العولمة**، ترجمة فالح عبد الجبار، عالم المعرفة، عدد 273، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، سبتمبر 2001.

❖ **الرسائل الجامعية:**

45. أبو عنزة محمد عمر أحمد: **واقع إشكالية الهوية العربية بين الأطروحات القومية الإسلامية "دراسة من منظور فكري"**، ماجستير في العلوم السياسية، كلية الآداب والعلوم، جامعة الشرق الأوسط، 2011.

46. أكلي فضيلة: **استهلاك المراهق للصورة التلفزيونية**، ماجستير في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2006-2007.

47. باجي سهام: **تأثير تلفزيون الواقع في تغيير الصورة الذهنية عن الجنسين لدى الشباب الجزائري**، ماجستير في الإعلام، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية، 2011-2012.

48. بلقاسم عبد الرزاق: **الهوية الحضارية للأمة الجزائرية بين مولود قاسم نايت بلقاسم ومصطفى الأشرف**، ماجستير في فلسفة الحضارة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2014-2015.

49. بوزيان عبد الغني: **استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفزيونية للقناة الأرضية والإشباعات المتحققة منها**، ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2009-2010.

50. بوعلي نصير: **أثر البث التلفزيوني المباشر على الشباب الجزائري**، دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2002-2003.

51. بوغازي فتيحة: **صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي**، ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2010-2011.

52. بومعيزة السعيد: **أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب**، دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2005-2006.

53. تاحي إسماعيل: **مولود قاسم نضاله السياسي ونظرته للهوية الوطنية**، ماجستير في التاريخ، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2007.

54. تمار ناجي: **تأثير برامج الأطفال في التلفزيون الجزائري على معلومات تلاميذ الطور الثاني من التعليم الأساسي**، دكتوراه دولة في علوم التربية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2005-2006.

55. جيطاني مديحة: **استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية**، ماجستير في الدعوة والإعلام، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2009.

56. حناش يسمينة: **إعلام العولمة وانعكاساته على الثقافة العربية الإسلامية**، ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006-2007.

57. عيساني رحيمة: **الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية**، دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية وعلوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005-2006.

58. فلاق أحمد: **تأثير الإعلام التلفزيوني على دوافع المراهقين لممارسة الرياضة**، ماجستير في منهجية التربية البدنية والرياضية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر، 2001.

59. كانون جمال: **الأنترنت مجال للتفاعل وتشكل الهوية**، ماجستير في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2010-2011.

60. كوسة فاطمة الزهراء: **أزمة الهوية عند الشباب الجزائري**، ماجستير في علم النفس العيادي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2004-2005.

61. مجد نبيل محمود عثمان: **الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الأمريكية**، ماجستير في الصحافة والإعلام، كلية الإعلام، جامعة البترا، الأردن، 2015.

62. نزراي صفية: **الأمن الثقافي لمنطقة المغرب العربي في ظل تنامي العولمة**، ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، كلية الحقوق، باتنة، الجزائر، 2010-2011.

63. ولد جاب الله سعاد: **الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الإلكترونية**، ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2005-2006.

❖ **المجلات والدوريات:**

64. أوكيل محمد سعيد، فني عاشور: الصناعات الثقافية وأبعادها الاستراتيجية، **مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير**، عدد2، جامعة الجزائر، 2003.

65. بلقاسمي ياسين آمنة ومزيان محمد: العولمة الثقافية وتأثيرها على هوية الشباب والمراهقين الجزائريين، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، عدد8، جامعة وهران (السانيا)، الجزائر، جوان 2012.

66. بلوفة عبد القادر جيلالي: الإعلام المرئي الجزائري في ظل العولمة، **مجلة العلوم الإنسانية**، جامعة تلمسان، الجزائر، جوان 2005.

67. بومخلوف محمد وصحراوي بوزيد: **الشباب الجزائري واقع وتحديات**، مطبعة الملكية، مخبر الوقاية والأرغنوميا، جامعة الجزائر2، 2012.

68. خلوصي ناطق: الغزو التلفزيوني ومخاطره، **مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية**، عدد3، تونس، 1993.

69. الدبوبي عبد الله وأعمر علي: اتجاهات طلبة جامعة العلوم التطبيقية نحو الفضائيات، **مجلة جامعة النجاح للأبحاث**، عدد 25، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، 2011.

70. زديك الطاهر ورزق الله بن مهيدي العربي: العولمة وتقويض مبدأ السيادة، **مجلة الباحث**، عدد 2، جامعة الأغواط، الجزائر، 2003.

71. زغو محمد: أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب، **الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية**، عدد4، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2010.

72. شرقي رحيمة: الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العولمة، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، عدد 11، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2013.

73. شعباني مالك: دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، عدد7، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012.

74. الشماس عيسى: تأثير الفضائيات التلفزيونية الأجنبية في الشباب، **مجلة جامعة دمشق**، مجلد21، عدد2، جامعة دمشق، 2005.

75. عبد الحي جمال محمد: مدخل تاريخي لنشأة وتطور التلفاز، **مجلة أماراباك**، عدد 7، الأكاديمية الأمريكية العربية للعلوم والتكنولوجيا، 2012.

76. علوان عمار عبد الله ناصح: أخلاقية العولمة في القرآن الكريم: مقارنة مع أخلاقية العولمة اليوم، **مجلة Jurnal Al-Tamaddun**، عدد4، 2009.

77. غربي علي: العولمة وإشكاليات الخصوصية الثقافية، **مجلة الباحث الإعلامي**، عدد2، جامعة منتوري، قسنطينة، 1999.

78.قظام السرحان محمد: **الإعلام الأمني والشباب**، جامعة نايف للعلوم الأمنية، 2001.

79.لعياضي نصر الدين: عن مفهوم الثقافة الجماهيرية، **مجلة الاتصال**، عدد14، 1996.

80.مبيور أتيم سايمون: الشباب والتربية الديمقراطية نقد الواقع والممكنات، **"احترام" المجلة السودانية لثقافة حقوق الإنسان وقضايا التعدد الثقافي**، عدد10، مارس، 2009.

81.المحروقي حمدي حسن عبد الحميد: دور التربية في مواجهة تداعيات العولمة على الهوية الثقافية، **مجلة دراسات في التعليم الجامعي**، عدد7، مركز تطوير التعليم الجامعي، جامعة عين شمس، القاهرة، 2004.

82.مريوش أحمد: أضواء على إسهامات العلامة الشيخ عبد الحميد ابن باديس، **مجلة التربية والأبستمولوجيا**، العدد الأول، الجزائر، 2011.

83.ملي أسعد: التداعيات الإقصائية المتصاعدة لعولمة الإعلام وأثرها على الهوية الثقافية، **مجلة جامعة دمشق**، عدد3، جامعة دمشق، 2010.

84.المنصور عبد العزيز: العولمة والخيارات العربية المستقبلية، **مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية**، عدد 2، مجلد 25، 2009.

❖ **المعاجم:**

85.ابن منظور: **لسان العرب**، دار صادر، بيروت، [د.ت].

86.علي بن محمد السيد الشريف الجرجاني: **معجم التعريفات**، تحقيق: محمد صديق المنشاوي، دار الفضيلة للنشر والتوزيع والتصدير، القاهرة، 2004.

❖ **الملتقيات والمؤتمرات والتقارير:**

87.إبراهيم بعزيز: **أثر الصورة الإشهارية على ثقافة المتلقي وقيمه**، ورقة قدمت في الملتقى الوطني حول ثقافة الصورة، جامعة المدية، 2010/06/04.

88.اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الأسكوا): **تقرير الأمم المتحدة**، دور التربية والتنمية الاجتماعية–الاقتصادية في مواجهة التحديات وفي تطوير قدرات الجيل العربي الشاب، اجتماع الخبراء، 26–27 فبراير، 2007.

89.حسن رضا النجار: **تكنولوجيا الاتصال المفهوم والتطور**، أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 7–9 أفريل 2009.

90.عبد اللطيف عبادة: **محاضرات الملتقى الوطني لتكريم المفكر المرحوم الأستاذ مولود قاسم نايت بلقاسم**، المجلس الإسلامي الأعلى، الجزائر، 2006.

91.اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية: **التقرير السنوي للبث الفضائي العربي 2014**، اتحاد إذاعات الدول العربية، القاهرة، 2014.

92.اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية: **التقرير السنوي للبث الفضائي العربي 2012-2013**، اتحاد إذاعات الدول العربية، القاهرة، 2013.

❖ **مواقع إلكترونية:**

93.بن تركي أسماء: **الهوية الثقافية بين قيم الأصالة والحداثة في ظل التغيرات السوسيوثقافية للمجتمع الجزائري**، على موقع: www.manifest.univ-ourgla.dz، تاريخ الدخول: 2016/03/13.

94.الجابري محمد عابد: **العولمة والهوية الثقافية: عشر أطروحات**، على موقع: www.aljabriabed.net، تاريخ الدخول: 2016/03/13.

95.الجابري محمد عابد: **الهوية الثقافية...والوطن والأمة والدولة**، على موقع: www.mokarabat.com، تاريخ الدخول: 2016/03/13.

96.شهيب عادل: **الثقافة والهوية إشكالية المفاهيم والعلاقة**، على موقع: www.aranathropos.com، تاريخ الدخول: 2016/03/13.

97.عامر طارق عبد الرؤوف: **الثقافة**، على موقع: www.al3loom.com، تاريخ الدخول: 2016/04/03.

98.عبد الرحمان عواطف: **الإعلام العربي وقضايا العولمة**، على موقع: www.kotobarabia.com، تاريخ الدخول: 2015/07/10.

99.مقال من موقع: www.yabeyrouth.com، تاريخ الدخول: 2016/04/12.

الملاحق

الملحق رقم (1):

استمارة الاستبيان

جامعة محمد بوضياف-المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان حول:

تأثير الإنتاج الإعلامي الغربي في القنوات الفضائية على الهوية الثقافية للشباب الجزائري

(الأفلام الأمريكية نموذجا)

دراسة وصفية

إعداد الطالب: إشراف الأستاذ:

رضوان لمين عبد الحميد بلعباس

بيانات هذه الاستمارة سرية، ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي

السنة الجامعية 2016/2015

أولا–البيانات الشخصية:

1– الجنس: –ذكر ( ) – أنثى ( )

2– السن:

– من 18 سنة إلى 23 سنة ( ) – من 24 سنة إلى 27 سنة ( )

– من 27 سنة إلى أقل من 35 سنة ( )

3– المهنة:

– عامل ( ) – طالب ( ) – بدون عمل ( )

ثانيا–عادات وأنماط مشاهدة الشباب للأفلام الأمريكية عبر القنوات الفضائية:

4– هل أنت متعود على مشاهدة الأفلام الأمريكية في القنوات الفضائية؟

– دائما ( ) – أحيانا ( ) – نادرا ( )

5– مع من تشاهد الأفلام الأمريكية غالبا؟

– منفرد ( ) – مع صديق ( ) – مع أفراد العائلة ( )

6– منذ متى وأنت تشاهد الأفلام الأمريكية؟

– منذ مدة طويلة "أكثر من 10 سنوات" ( ) – منذ مدة متوسطة "من5 إلى 10 سنوات" ( )

– منذ مدة قصيرة "أقل من 5 سنوات" ( )

7– ما هي الأماكن المفضلة عندك لمشاهدة هذه الأفلام؟

– المنزل العائلي ( ) – منزل صديق ( )

8– ما هي القنوات التي تشاهد من خلالها الأفلام الأمريكية؟ (رتبها)

القناة	
MBC Action	
MBC 2	
MBC Max	
Fox Movies	
Majestic Cinéma	

9- هل تخصص أياما معينة في الأسبوع لمشاهدة الأفلام الأمريكية؟

- نعم ( ) انتقل إلى السؤال رقم 11
- لا ( ) انتقل إلى السؤال رقم 12

10- إذا كانت الإجابة بـ "نعم"، فما هي الأيام المفضلة لديك؟

- السبت ( ) - الأحد ( ) - الإثنين ( ) - الثلاثاء ( ) - الأربعاء ( )
- الخميس ( ) - الجمعة ( )

11- ما هي الأوقات المفضلة لديك لمشاهدة الأفلام الأمريكية؟

- بعد الظهر ( ) - الفترات المسائية ( ) - فترات السهرة ( )

12- كم عدد الأفلام الأمريكية التي تشاهدها؟

- فيلم في الأسبوع ( ) - فيلم في الشهر ( )

13- هل تلقيت معارضة من الأهل بسبب مشاهدتك الأفلام الأمريكية؟

- نعم ( ) انتقل إلى السؤال رقم 15
- لا ( ) انتقل إلى السؤال رقم 16

14- كيف واجهت رفضهم؟

- حاولت إقناعهم ( ) - شاهدت هذه الأفلام سرا ( ) - خفضت من نسبة المشاهدة ( )

15- ما هو نوع الأفلام الأمريكية المفضل لديك؟ رتبها

- أفلام الأكشن ( ) - الأفلام الرومانسية ( ) - الأفلام التاريخية ( )
- الأفلام الخيالية ( ) - الأفلام الكوميدية ( )

16- ما أسباب مشاهدتك للأفلام الأمريكية؟ رتبها

- للتفتح على العالم الخارجي والاطلاع على الثقافة الأمريكية ( )
- لمجرد التسلية وقضاء وقت الفراغ ( )
- لتعلم اللغة الإنجليزية ( )
- للاستفادة من المعارف والمعلومات التي قد تتضمنها الأفلام الأمريكية ( )
- لأن الأفلام المحلية لا تفي بالغرض ( )

ثالثا–تأثير الأفلام الأمريكية على الهوية الثقافية للشباب حسب اتجاهاتهم نحو عناصر هويتهم الثقافية:

17– في رأيك ما هي الصفات التي تحدد تمسك الفرد بهويته الثقافية؟ (رتبها)

- تمسك الفرد بدينه ( ) – تمسك الفرد بلغته والمحافظة عليها ( ) – تمسك الفرد بعادات وتقاليد مجتمعه والاعتزاز بها ( ) – ولائه واعتزازه بتاريخ وطنه وأمته ( ) – تمسك الفرد بثقافته ولهجته المحلية ( )

18– هل تعتقد أن مشاهدتك للأفلام الأمريكية أثر فيك؟

- بنسبة كبيرة ( ) – نوعا ما ( ) – لا أدري ( )

19– إذا كانت إجابتك بـ نسبة كبيرة، أو نوعا ما، فما هي في رأيك الجوانب التي تأثرت فيها بالأفلام الأمريكية؟

- الأخلاق والقيم ( ) – اللباس والمظهر الخارجي ( ) طريقة التفكير ( )

20– هل تعتقد أن للأفلام الأمريكية تأثير؟

- إيجابي ( ) انتقل إلى السؤال رقم 22
- سلبي ( ) انتقل إلى السؤال رقم 23

21– في رأيك ما هي إيجابيات مشاهدة الأفلام الأمريكية؟

- التعرف على العالم الخارجي ( )
- الاطلاع على الثقافات والحضارات الأخرى ( )
- تعلم اللغة الإنجليزية ( )

22– في رأيك ما هي سلبيات الأفلام الأمريكية؟

- تشجع على العنف والعدوانية وإثارة الغرائز ( )
- تمجد الثقافة الغربية وتقلل من شأن هويتنا الثقافية الإسلامية العربية والمحلية ( )
- تبعد الشباب عن هويتهم وأصالتهم وانتمائهم لوطنهم ( )
- تقديم هذه الأفلام لمشاهد إباحية لا تراعي قيمنا ومبادئنا الأخلاقية ( )
- تضعف روح الولاء والانتماء للدين ( )
- تسهم في الغزو الفكري الغربي ( )
- اكتساب قيم وعادات منافية لديننا ومجتمعنا ( )
- تضعف مكانة اللغة العربية ( )
- تساهم بالارتباط بالعالم الخارجي على حساب المحلي ( )

23- حدد موقفك من العبارات التالية: ضع علامة X (أمام كل عبارة حسب درجة موافقتك)

العبارات	أوافق بشدة	أوافق	غير متأكد	أعارض	أعارض بشدة
1- أتاحت لي مشاهدة الأفلام الأمريكية الاطلاع على عادات وتقاليد شعوب كثيرة					
2- من متابعتي للأفلام الأمريكية أدركت أن محتواها السلبي يؤثر على الفرد، وأفكاره وانتمائه الديني وولائه لمجتمعه					
3- من خلال مشاهدتي للأفلام الأمريكية أشعر بالرغبة في اتباع ثقافة المجتمع الأمريكي					

24- حدد موقفك من العبارات التالية: ضع علامة X (أمام كل عبارة حسب درجة موافقتك)

العبارات	أوافق بشدة	أوافق	غير متأكد	أعارض	أعارض بشدة
1- أعتز بلغتي العربية ولهجات بلدي					
2- شرف لي أن أكون مسلما					
3- أعتز بقيم وتقاليد مجتمعي					
4- الدين الإسلامي لا يواكب تطورات العصر					
5- أعتز بتاريخ هذا الوطن وانتمائي إليه					

رابعا–العوامل المساعدة في تأثير الأفلام الأمريكية على الهوية الثقافية للشباب:

25– إليك بعض خصائص الأفلام الأمريكية والتي ساعدت في تأثيرها على الشباب (رتبها):

- الأفلام الأمريكية كثيرة من حيث العدد والمغريات والمحتويات ( )
- هذه الأفلام تلبي حاجات وتطلعات الشباب لاكتشاف عوالم جديدة ( )
- اعتمادها على تكنولوجيا متطورة في التصوير والإخراج ( )
- نقص إنتاج الأفلام على المستوى المحلي، وضعفه بالمقارنة مع إنتاج الأفلام الأمريكية ( )

26– إليك بعض الأسباب المتعلقة بالشباب والتي ساعدت في تأثير الأفلام الأمريكية عليهم (رتبها):

- ضعف الحصانة والوازع الديني لدى الشباب ( )
- تمرد الشباب على الواقع المعيش ( )
- تمسك الشباب بكل ما هو أجنبي ( )
- ضعف دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية كـ" المدرسة، المسجد، الإعلام المحلي ...." ( )
- نقص التربية الأسرية ( )
- الرغبة في التجديد بالنسبة للشباب ( )

27– في رأيك كيف نحافظ على هويتنا الثقافية أمام في ظل ما تحمله الأفلام الأمريكية من سلبيات (رتبها):

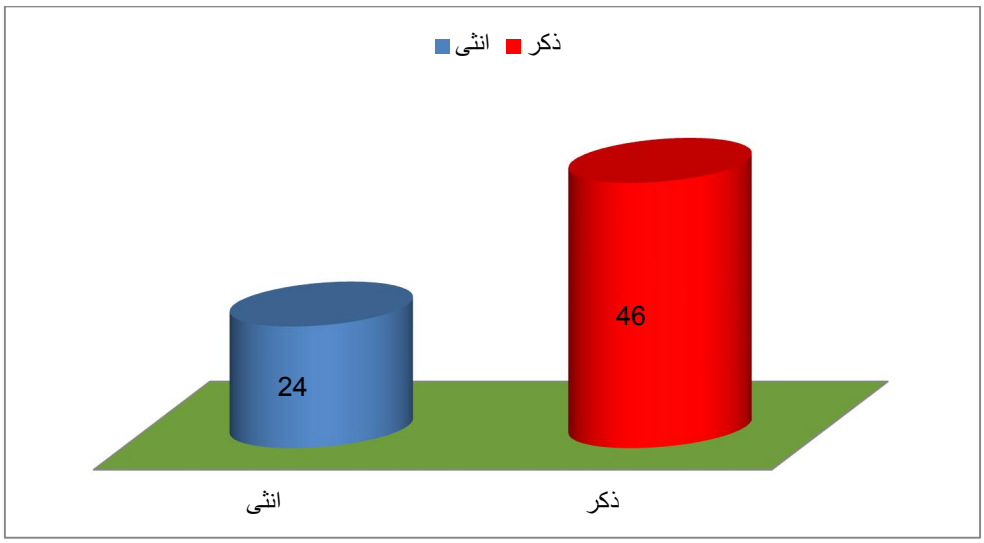
- تنمية الوازع الديني في نفوس الشباب ( )
- التمسك بالقيم الأخلاقية والاجتماعية لمجتمعنا ( )
- توعية الشباب بسلبيات ومخاطر الأفلام الأمريكية ( )
- قيام الأسرة بدورها التربوي ( )
- تطوير الإنتاج الجزائري فيما يخص الأفلام، ليكون في مستوى المنافسة ( )
- قيام مؤسسات التنشئة الاجتماعية بدورها "المدرسة، المسجد، الإعلام المحلي ...." ( )

شكرا على تعاونكم

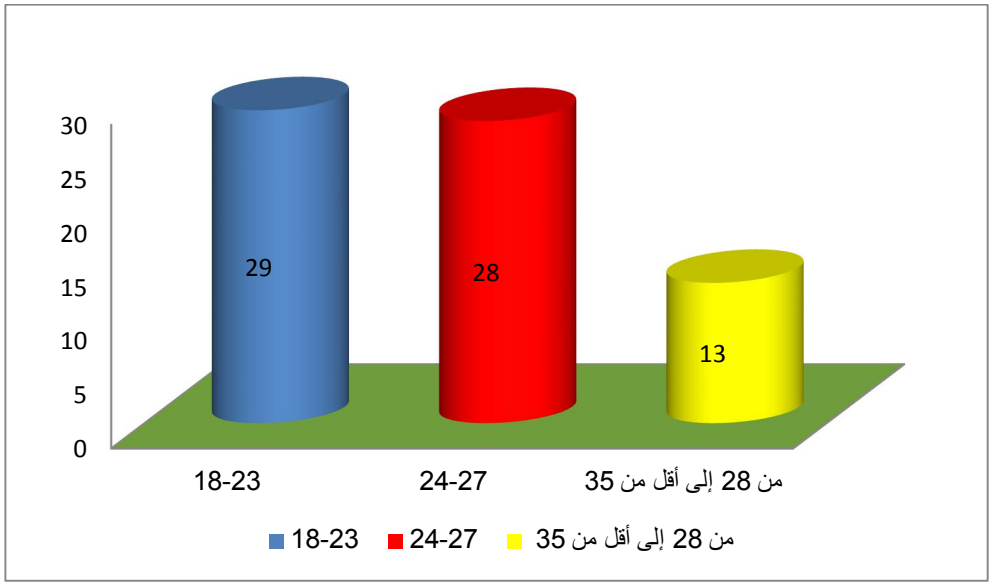
الملحق رقم (2):

الأعمدة البيانية

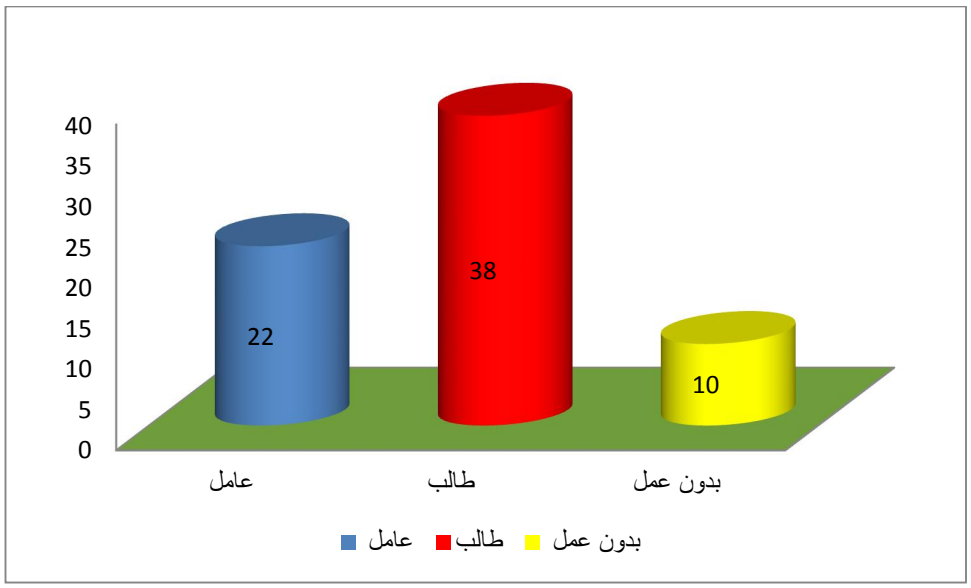
للبيانات الشخصية



الشكل رقم (2) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس



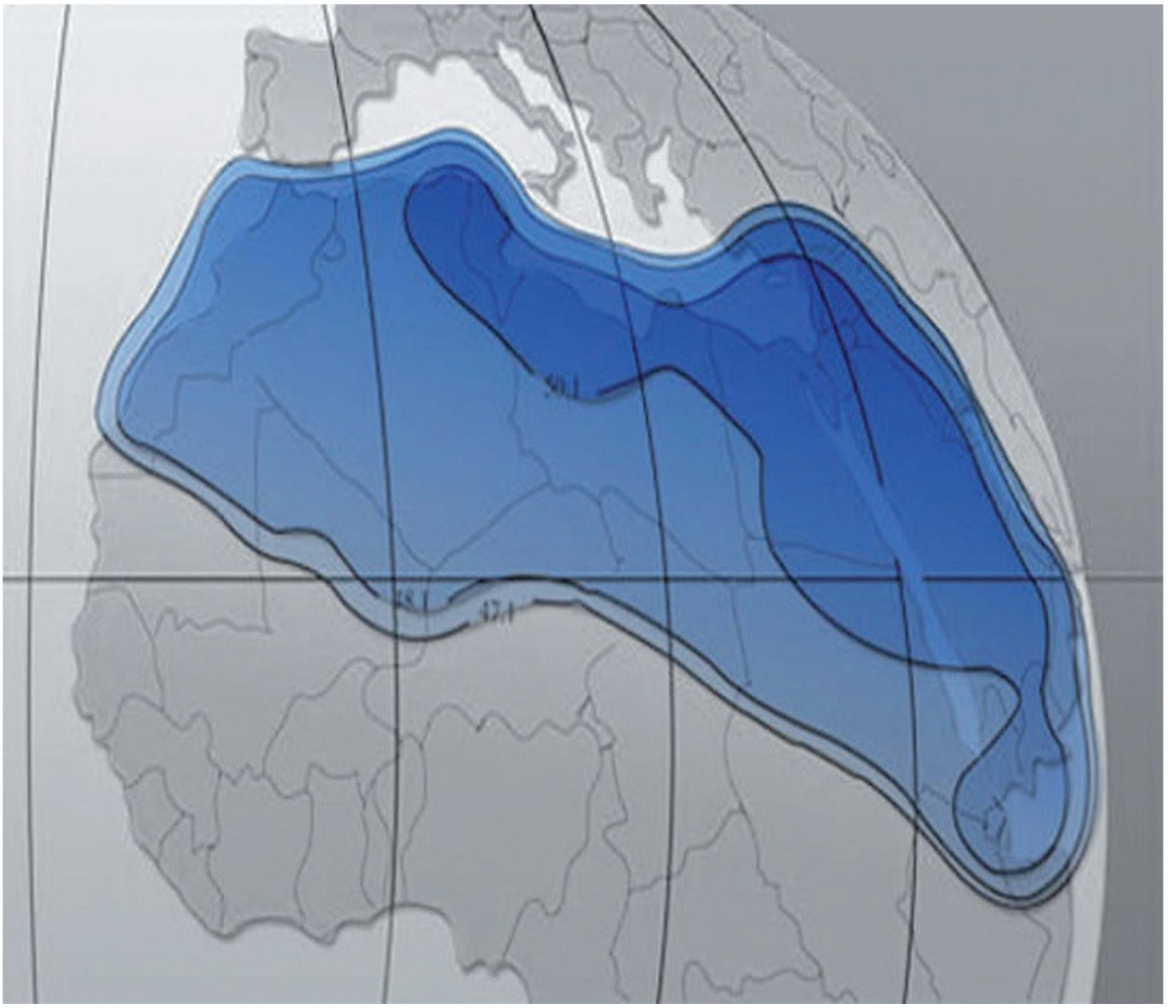
الشكل رقم (3) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن



الشكل رقم (4) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة

الملحق رقم (3):

مجال تغطية القمر الصناعي نايلسات



مجال تغطية القمر الصناعي "نايلسات"[1]

[1] اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية، **التقرير السنوي للبث الفضائي العربي 2014**، مرجع سابق، ص 216.

تم بحمد الله