

البرامج التلفزيونية وانعكاساتها على الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري (تحليل محتوى ورؤي شباب مدينة الأغواط)

TV programs and their impact on the cultural identity of Algerian youth (analysis of content and vision of young people in Laghouat)

د. التونسي فائزة

د. العربي حران

د. علي بوخلخال

جامعة الاغواط (الجزائر)

ملخص : تتناول هذه الدراسة بالتحليل ظاهرة البرامج التلفزيونية وتأثيراتها على الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري وبخاصة على فئة الشباب من مدينة الأغواط، وكيفية تفاعلهم مع مظاهرها، فقد أصبحت البرامج التلفزيونية منتشرة في بقاع العالم المختلفة، وهذا ما أتاح للشباب فرصة كبيرة لمشاهدتها بكل أنواعها (محلية / عربية / أجنبية)، والتأثر بها فكرياً وسلوكياً، ولذلك يهدف هذا البحث إلى الكشف عن عادات (معدلات) المشاهدة إلى جانب نوعية هاته البرامج، وجوانب تأثيرها على الهوية الثقافية من وجهة نظر الشباب باعتبارها تمثل الكيان الشخصي والروحي للفرد وهي المحرك لأي حضارة أو أمة.

الكلمات المفتاح : التلفزيون، البرامج التلفزيونية، الهوية، الهوية الثقافية، الشباب

Abstract :

This study analysis the phenomenon of the TV shows and its effects on the cultural identity of the Algerian society, especially the category of young people in Laghouat city, and how do they interact with its aspects?, The spread of the TV shows allowed the youth to watch all its kinds (local/arabic/foreign) and it has affected them intellectually and behaviorally, therefore, this paper aims to reveal the habits of watching and the quality of these shows, and try we answer the question: how did it affect the cultural identity? Through the youth perspective, taking it into consideration as the representative of Personal and spiritual entity of the individual, and the main influential part in any nation's development.

Keywords: Television; TV Programs; the Identity; the Cultural Identity; Youth.

1- تمهيد :

إن دراسة موضوع الهوية الثقافية للشباب ومدى تأثرها بالبرامج التلفزيونية يعني الوقوف على البناء السوسولوجي للمجتمع، لما له من أهمية ومكانة وقيمة رمزية في الحياة الاجتماعية للفرد فالهوية الثقافية هي ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة والمعتقدات والفنون والأخلاق والعادات والتقاليد التي يكتسبها الإنسان لأنه عضو في المجتمع، بل ويتسع مفهومها ليشمل كذلك أنماط الفكر والإحساس والقيم السائدة في مجتمع معين، فكل مجتمع من المجتمعات البشرية على وفق هذا المفهوم ثقافة خاصة به تميزه عن غيره من المجتمعات، ولكن شهد العالم في العقود الأخيرة من القرن العشرين تحولات عميقة شكلت بحد ذاتها ثورة ثقافية وإعلامية تقاربية أحدثت تغييرات مهمة في مجالات الحياة المعاصرة بفعل البرامج التلفزيونية التي تقوم وسائل الإعلام بترويجها ونقلها والتعريف بها للجمهور باختلاف أعمارهم وأجناسهم وأماكن وجودهم ، لذلك أحسنا بعمق هذه المشكلة من خلال هذه الدراسة وبكل خطواتها المنهجية من أجل تناولها بدراسة وتحليل.

1.1- إشكالية الدراسة : لم تحظ أي وسيلة إعلامية جماهيرية بما حظي به التلفزيون من اهتمام وجدل مما يدل على أهميته وأهمية الآثار التي تترتب على دخوله الحياة العامة، فهو مصدر أثبت نجاعة عالية في عمليات التواصل والاتصال والإعلام والإعلان والتوجيه والدعاية والتعليم والترفيه، " وصار التلفزيون يقوم مقام الوالدين في البيت في عمليات التنشئة الاجتماعية ويقوم مقام الدولة أو الحكومة أو الحاكم في عمليات التنشئة السياسية، ويقوم مقام الأحزاب

في عمليات التوجيه والتعبئة والتنظيم، وأصبح يقوم مقام المدرس في التعليم والتربية، ويقوم كذلك بتعبئة الجماهير وتوجيهها للتظاهر أو التمرد أو الاحتجاج مثلما يعمل على تخدير هذه الجماهير وتثبيت عزائمها وعزلها في المنازل بقصد أو بغير قصد⁽¹⁾.

ومن بين هذه الوسائل، نجد البرامج التلفزيونية التي تعتبر وسيلة هامة في نقل وتشكيل عالم القيمة لدى الجمهور المتلقي، من حيث كونها وسيلة تمتلك عناصر الجذب لمضامينها، ومن حيث كون هذه المضامين ذات أبعاد قيمة وإيديولوجية، تحاول هذه الورقة البحثية التطرق إلى بعض العناصر الهامة المتعلقة بالبرامج التلفزيونية وتأثيراتها على الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري، فالتلفزيون له تأثير كبير في كل مجالات الحياة وسلوكيات أفراد وجماعات المجتمع وخاصة تأثيراته على الأعراف واللغة والقواعد والقيم الاجتماعية أي الهوية الثقافية إجمالاً، فالوقت الذي يقضيه الشاب في تعامله مع جهاز التلفزيون لا يقل أهمية عن الوقت الذي يقضيه مع أسرته ومحيطه (البيئة الاجتماعية)، فقد صرحت في هذا الشأن منظمة اليونسكو سنة 2012 " أن الطالب العربي عندما يصل إلى سن 18، فإنه يكون قد قضى 22 ألف ساعة أمام التلفاز و 14 ألف ساعة في قاعات الدروس"⁽²⁾، إلى جانب نوعية البرامج التي يشاهدها ويتابعها باهتمام بالغ الأهمية، وبدورها تؤثر بطريقة غير مباشرة على هويته الثقافية، وهذا ما يوضح أهمية تأثير البرامج التلفزيونية على اللغة والقيم والعادات والتقاليد السائدة في المجتمعات العالمية وعلى وجه الخصوص مجتمعنا، حيث أشار بير بورديو في هذا السياق من خلال كتابه التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول.

إن هذا التحول الهائل لصالح الجمهور، قد طرح وأسس مجموعة من الإشكالات الثقافية، والقيمية، والحضارية والدينية، فأصبحت بذلك الثقافة الأصلية للجمهور مهددة إما بالزوال، وإما بالتحريف، وأضحت بذلك القيم والحضارة عرضة للتبديل والتغيير أيضاً، لذلك كان من المفيد التطرق لهذه المشكلة انطلاقاً من التساؤل العام التالي: ما مدى تأثير البرامج التلفزيونية على الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري؟

وطرحنا من خلال هذه المشكلة التساؤلات الجزئية التالية:

أ. هل معدل مشاهدة برامج التلفزيون (المنخفض/ المرتفع) يؤثر على الهوية الثقافية للشباب الجزائري؟

ب. هل نوعية البرامج التلفزيونية المتبعة من قبل الشاب تؤثر على هويته الثقافية؟

2.1- فرضيات الدراسة :

أ. الفرضية العامة: تتأثر الهوية الثقافية للشباب الجزائري بمعدل ونوعية البرامج التلفزيونية التي يشاهدها.

ب. الفرضيات الجزئية: وتتمثل فيما يلي:

- معدل مشاهدة برامج التلفزيون (المنخفض/ المرتفع) يؤثر على الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري.

- نوعية البرامج التلفزيونية التي يتابعها الشاب تؤثر على هويتهم الثقافية.

3.1- مفاهيم الدراسة :

أ. التلفزيون: من الناحية الاصطلاحية، كلمة مركبة من مقطعين **télé** ومعناه عن بعد **vision** ومعناه الرؤية وبهذا يكون معنى كلمة التلفزيون هو الرؤية عن بعد⁽³⁾، وهو الجهاز الذي يستقبل البرامج التلفزيونية المبنوثة⁽⁴⁾، أما من الناحية العلمية فيعرف نظام التلفزيون بأنه طريقة إرسال واستقبال الصورة والصوت بأمانة من مكان إلى آخر بواسطة الموجات الكهرو مغناطيسية والكابلات " الألياف البصرية مؤخراً والأقمار الصناعية بمحطاتها الأرضية في حالة البث كبير الساحة"⁽⁵⁾، ونعرفه إجرائياً بأنه وسيلة النقل الفوري للصورة والصوت لمختلف التوجهات (تقديم المعلومات، أخبار، حقائق، مواضيع وبرامج متنوعة المجالات ثقافية واجتماعية ودينية وتسويقية واقتصادية).

ب. البرامج التلفزيونية: من الناحية الاصطلاحية هي المادة الإعلامية والثقافية والترفيهية التي تبثها القنوات التلفزيونية⁽⁶⁾، أما من الناحية الإجرائية فنعرّفها هي كل ما يبثه التلفزيون من الحصص والأفلام والمسلسلات الدرامية والرسوم المتحركة... إلخ.

ج. الهوية الثقافية: قبل أن نتطرق إلى هذا المفهوم لا بد علينا أن نخرج أولاً على مفهوم الهوية التي يقصد بها " الكيفية التي يُعرّف الناس بها ذواتهم وأمتهم، وتتخذ اللغة والثقافة والدين أشكالاً لها"⁽⁷⁾، كما يشير في هذا الصدد أحمد زكي بدوي، إلى أن الهوية هي التي تميز الفرد نفسه عن غيره، أي تحديد حالته الشخصية⁽⁸⁾، أما الهوية الثقافية فهي ذاتية الإنسان ونقاءه وجمالياته وقيمه، بحيث تعتبر الثقافة هي المحرك لأي حضارة أو أمة في توجيهها وضبطها أي

هي من التي تحكم حركة الإبداع والإنتاج المعرفي⁽⁹⁾، ونعرفها إجرائياً بأنها تلك المبادئ الأصلية السامية والذاتية النابعة من الأفراد أو الشعوب، أي هي كل ما تحمله من قيم وعادات وتقاليد وسلوكيات ولغة والدين التي بها تتميز كل أمة عن أمة أخرى.

د. الشباب: من الناحية الاصطلاحية فقد ورد العديد من التفسيرات والاتجاهات التي تناولت مفهوم الشباب بطرق مختلفة كالاتجاه البيولوجي والنفسي والاجتماعي والديموغرافي، لكن في هذا البحث سنركز على الاتجاه الاجتماعي (السوسيولوجي)، ويعتبر هذا الاتجاه من أهم الاتجاهات سابقة الذكر، والذي يخص علماء الاجتماع، فيعتمد مفهوم الشباب عندهم على طبيعة واكتمال الدور الذي يقومون به، ومن تفسيراتهم لهذا الجانب:

- "إن فترة الشباب تبدأ حسبهم عندما يحاول المجتمع تأهيل الفرد لكي يحتل مكانة اجتماعية ولكي يؤدي دوراً أو أدواراً في بنائه، وتنتهي عندما يتمكن الفرد من احتلال مكانة اجتماعية وأداء دوره في المجتمع بشكل ثابت ومستقر"⁽¹⁰⁾.

وتناولنا مفهوم الشباب إجرائياً بأنه "فترة الشباب هي الفترة الزمنية التي يجتازها الفرد بين مرحلة الطفولة ومرحلة الرشد والتي يتحقق خلالها نضجه الجسمي والعقلي والانفعالي والاجتماعي".

- وتم الاعتماد في هذه الدراسة على الفئة العمرية (18 - 40) وذلك انسجاماً مع طبيعة المجتمع الجزائري المتفق عليه في هذا الشأن من جهة والمفهوم الذي يتناسب مع هذه الدراسة، حيث إن هذه المرحلة العمرية تتجلى فيها علامات النضج العقلي والنفسي والاجتماعي بصورة واضحة، وفيها يستطيع الشاب أن يتعامل مع جميع المواقف التي تواجهه في حياته وعلى جميع المستويات "الاجتماعية، الثقافية، الفكرية، والاقتصادية وحتى السياسية".

II - الطريقة والأدوات :

أ. حدود الدراسة

- **المجال المكاني:** من أهم المسائل التي تشغل بال أي باحث عند قيامه بدراسة موضوع ما تحديد المجال المكاني (الجغرافي) للدراسة وقد قمنا بإجراء الدراسة الميدانية في مدينة الأغواط، "ومدينة الأغواط هي إحدى المدن الجزائرية، تبعد عن العاصمة حوالي 400 كلم، تقع شمالاً على خط عرض 33.5 وعلى خط طول حوالي 3 شرقاً، أما ارتفاعها عن سطح البحر يبلغ 750 م على السفوح الجنوبية للأطلس الصحراوي"، تقدر مساحة مدينة الأغواط بـ 400 كيلو متر مربع حيث يسكنها حوالي 212696 نسمة بكثافة سكانية قدرها 531 أي هناك 531 شخص في الكيلو متر مربع، وهذا اعتماداً على إحصائيات سنة 2009"⁽¹¹⁾.

- **المجال البشري:** تمثل المجال البشري لهذه الدراسة في الشباب ذكور وإناث الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 و 40 سنة، وقد ضمت عينة الدراسة 44 مفردة وذلك بعد ما وزعت عليهم 50 استمارة مقابلة ورقية.

- **المجال الزمني:** أجريت الدراسة في سنة 2017 والتي تهدف إلى معرفة تأثير البرامج التلفزيونية على الهوية الثقافية لدى الشباب بمدينة الأغواط.

ب. **المنهج المستخدم:** المنهج مهما اختلف نوعه فهو "الطريقة التي يسلكها الباحث للوصول إلى نتيجة معينة"⁽¹²⁾، وفي هذه الدراسة تم الاعتماد على **منهج تحليل المحتوى** الذي يعرفه **برلسون** بأنه "أسلوب للبحث يهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم الكمي للمحتوي للاتصال"⁽¹³⁾، ونظراً لطبيعة الدراسة تم استخدام أحد أساليب تحليل المحتوى، هو أسلوب التحليل الفئوي وهو "إجراء استكشافي يعني أنه لا يستعمل فيه إطار فئوي نظري أو إمبريقي كدعامة وسند لتحليل النتائج المنبثقة من منهجية تحليل واحدة وخالية من الاعتماد على إطار محدد مسبقاً"⁽¹⁴⁾.

ج. **أدوات جمع البيانات:** استخدمنا في هاته الدراسة تقنية المقابلة المقننة في شكل استبيان ورقي وقد استعملنا هذه التقنية من أجل حصر الوقائع والتعرف أيضاً على المعاني التي يمنحها الأشخاص للأوضاع التي يعيشونها.

د. **العينة:** كما هو معلوم كل بحث علمي يمر بمراحل مهمة في إنجازها، ومن بينها نوع العينة وأساليب اختيار العينة، ونظراً لطبيعة الموضوع قد تم اختيار العينة باستخدام طريقة العينة الغرضية (القصدية) والتي نقصد بها أخذ جزء تمثيلي عمدياً من المجتمع الكلي، بحيث أننا نقصد الأشخاص الذين تتوفر فيهم شروط الدراسة والتي تقضي

بأهداف البحث وهذا من أجل اختبار الفرضيات الدراسة، وتكونت عينة دراستنا من 44 مفردة تتوفر فيهم الشروط التالية: الجنس (ذكور وإناث)، السن (ما بين 18 و 40 سنة).

II - النتائج ومناقشتها :

الجدول الرئيسي رقم 1: لفئات الموضوع

الوحدة	الفئات النواتية للموضوع	ت	%
1	نعم أتابع البرامج التلفزيونية	39	6.37
2	لا أتابع البرامج التلفزيونية	5	0.81
3	كل يوم	22	3.5
4	مرة واحدة في الأسبوع	7	1.1
5	من (2-3) مرات في الأسبوع	6	0.9
6	من (4-6) مرات في الأسبوع	1	0.1
7	عدة مرات في الشهر	8	1.3
8	أقل من نصف ساعة	11	1.7
9	من (1-3) ساعة	22	3.5
10	من (4-7) ساعة	6	0.9
11	أكثر من 10 ساعات	5	0.8
12	أقل من سنة	2	0.3
13	من (1-3) سنوات	7	1.1
14	من (4-6) سنوات	16	2.6
15	من (7-10) سنوات	8	1.3
16	10 سنوات فأكثر	11	1.7
17	عادي	3	0.4
18	متوسط	9	1.4
19	أجنبية	19	3.1
20	البرامج التعليمية	5	0.8
21	البرامج الإخبارية	8	1.3
22	البرامج الترفيهية	6	0.9
23	البرامج الدينية	36	5.8
24	البرامج الرياضية	2	0.3
25	معرفة الأخبار والأحداث	27	4.4
26	الترفيه وقضاء وقت الفراغ	5	0.8
27	البحث عن المعلومات العلمية	12	1.9
28	لهجة محلية	8	1.3
29	اللغة العربية الفصحى	36	5.8
30	اللغة الأجنبية	25	4
31	تقليدي	19	3.1
32	عصري	12	1.9
33	الثقافة الوطنية التقليدية	2	0.3
34	ثقافة العولمة العالمية	17	2.7
35	وطنياً	13	2.1
36	عربياً	5	0.8

37	إسلامياً	31	5
38	عالمياً	8	1.3
39	ملتزم	5	0.8
40	أحياناً	31	5
41	غير ملتزم	8	1.3
42	مؤيد	27	4.4
43	معارض	17	2.7
44	المحافظ	17	2.7
45	المتحرر	4	0.6
46	المتفتح	23	3.7
المجموع		612	100

الجدول رقم 2: خاص بالفئات الكبرى للموضوع

أرقامها	المواضيع المحدد	فئات المواضيع الكبرى
1.2	نعم أتابع / لا أتابع	متابعة البرامج التلفزيونية
7.6.5.4.3	كل يوم / مرة واحدة في الأسبوع / من (2-3) مرات في الأسبوع / من (4-6) مرات في الأسبوع / عدة مرات في الشهر	عدد مرات متابعة البرامج التلفزيونية
11.10.9.8	أقل من نصف ساعة / من (1-3) ساعة / من (4-7) ساعة / أكثر من 10 ساعات	عدد الساعات مشاهدة البرامج التلفزيونية يومياً
16.15.14.13.12	أقل من سنة / من (1-3) سنوات / من (4-6) سنوات / من (7-10) سنوات / 10 سنوات فأكثر	عدد السنوات مشاهدة البرامج التلفزيونية
19.18.17	محلية / عربية / أجنبية	طبيعة البرامج التلفزيونية
24.23.22.21.20	البرامج التعليمية / البرامج الإخبارية / البرامج الترفيهية / البرامج الدينية / البرامج الرياضية	نوعية البرامج التلفزيونية
27.26.25	معرفة الأخبار والأحداث / الترفيه وقضاء وقت الفراغ / البحث عن المعلومات العلمية	الغرض من متابعة البرامج التلفزيونية
30.29.28	لهجة محلية / اللغة العربية الفصحى / اللغة الأجنبية	طبيعة اللغة المستخدمة
32.31	تقليدي / عصري	نوع اللباس المستعمل
34.33	الثقافة الوطنية التقليدية / ثقافة العولمة العالمية	نوعية الثقافة التي تحفظ الهوية الوطنية من وجهة نظر الباحثين
38.37.36.35	وطنيًا / عربيًا / إسلاميًا / عالميًا	طبيعة الانتماء للجماعة
41.40.39	ملتزم / أحياناً / غير ملتزم	ممارسة العادات والتقاليد
43.42	مؤيد / معارض	رأي الباحثين في العادات والتقاليد
46.45.44	المحافظ / المتحرر / المتفتح	المحيط الملائم للعيش من وجهة نظر الباحثين

الجدول رقم 3 : يوضح البيانات الشخصية لمجتمع البحث

المجموع	ت	%	ت	الصف	البيانات الشخصية
%100	44	50%	22	ذكر	الجنس
			22	أنثى	
%100	44	45.45%	20	18 - 25	السن
			16	26 - 33	
			8	34 - 40	
%100	44	5%	2	إبتدائي	المستوي التعليمي

		9%	4	إجمالي
		25%	11	ثانوي
		30%	13	جامعي
		31%	14	ما بعد التدرج
100%	44	68%	30	أعزب / عزباء
		18%	8	متزوج / متزوجة
		11%	5	مطلق / مطلقة
		3%	1	أرمل / أرملة

نلاحظ من خلال الجدول رقم (3) الذي يوضح البيانات الشخصية لأفراد مجتمع البحث من حيث (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية)، فمن حيث الجنس كانت النسبة بالتساوي 50% لذكور و 50% للإناث، وهذا للتساوي لم يكن صدفة وإنما مقصوداً من الباحث لتعرف ومقارنة وجهات النظر بين الجنسين، أما من ناحية السن فكان توزيع المبحوثين كالتالي: الفئة الغالبة هي الفئة الأولى المتمثلة في المجال [18 - 25] سنة حيث ينتمي إليها 20 مبحوث، أي ما نسبته 46% من إجمالي العينة، ثم تليها الفئة الثانية المحصورة بين [26 - 33] سنة، بـ 16 مفردة وبنسبة 36% من مجموع العينة، ثم تليها الفئة الأخيرة المحصورة بين [34 - 40] سنة إذ بلغت نسبتها 18% أي بما يقدر بـ 8 أفراد من مجتمع البحث، أما المستوى التعليمي للأفراد مجتمع البحث بأن الأفراد الذين ينتمون إلى مرحلتني (الابتدائي) بلغت نسبتهم 5% و (إجمالي) بلغت نسبتهم 9% من مجموع أفراد العينة، ثم تليها مرحلة (الثانوي) فقد بلغت نسبة المنتمين إليها من طرف أفراد مجتمع الدراسة 25%، ثم تأتي بعدها مرحلة (الجامعة) فقد مثلها 13 شخص من مجتمع الدراسة أي بنسبة 30%، أما مرحلة (ما بعد التدرج) فقد بلغت نسبتها 31% من مجموع مجتمع البحث، وأخيراً نستنتج أن غالبية أفراد مجتمع البحث هم من المراحل التالية (الجامعة)، (ما بعد التدرج)، وهذا ما يوضح أن أغلبية المبحوثين هم ذات مستوى تعليمي وثقافي جيد، إلى جانب ذلك يبين الجدول أعلاه الحالة الاجتماعية للأفراد مجتمع الدراسة، فقد سجلنا نسبة العزاب بـ 68% من مجموع العينة، أما نسبة المتزوجين فقد وصلت إلى 18% من مجموع مجتمع الدراسة، ثم تليها نسبة المطلقين التي وصلت إلى 11% من مجموع المبحوثين، بينما نسبة الأرملة فقد بلغت 3% من مجموع العينة، ومنه نلاحظ أن أغلبية المبحوثين هم من فئة العزاب وهذا يمكن ربطه بما ذكرناه سابقاً أن مجتمع البحث ذات مستوى تعليمي كبير (جامعة وما بعد التدرج) الذي بدوره ساهم في تأخر سن الزواج لدى أفراد مجتمع البحث.

الجدول رقم 4 : يبين علاقة مشاهدة البرامج التلفزيونية بالعادات والتقاليد

رقم ومسمى الفئة	مؤيد (42)		معارض (43)		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم (1)	24	88.88%	15	88.23%	39	88.63%
لا (2)	3	11.11%	2	11.76%	5	11.36%
المجموع	27	100%	17	100%	44	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (4) الذي يوضح العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية ورأي مجتمع البحث في العادات والتقاليد، إن ما نستنتجه أن كل أفراد العينة تتابع أو تشاهد البرامج التلفزيونية أي بنسبة 88.63% هاته النسبة توزعت بين مؤيد ومعارض للعادات والتقاليد في المجتمع الجزائري، فقد بلغت نسبة المؤيدين لها 88.88%، بينما المعارضين لها سجلنا ما نسبته 88.23% من مجموع العينة، بينما من لا يتابعون البرامج التلفزيونية فقد بلغت نسبتهم 11.36% دعمت بنسبة 11.76% تعارض العادات والتقاليد الموجودة في المجتمع، أما مؤيدون لها بلغت نسبتهم 11.11% .

إن أغلب أفراد عينة الدراسة يشاهدون البرامج التلفزيونية أي أغلبية مطلقة تتابع هذا الصنف الإعلامي فقد كان اعتقادنا مسبقاً أن هناك من لا يتابع هاته البرامج التلفزيونية لكن هاته نسبة المطلقة أكدت لنا هوس الشباب الكبير بالبرامج التلفزيونية بكل أطباعها المتنوعة والتي قد تؤثر على قيمه وسلوكه وعاداته وتقاليدته إن استمر على هذا الحال،

فالمجتمع يعمل على المحافظة على كيانه، بالتمسك بمجموعة من السلوكيات التي تعبر عن أصالته وثقافته وتميزه عن غيره من المجتمعات يطلق عليها العادات والتقاليد في الأدب الأنثروبولوجي، فهي تمثل جزء من الهوية الثقافية والتراث الوطني، لذلك نقر اجتماعياً بأهمية العادات والتقاليد، فكل دولة الآن واجب عليها القيام بتعيين التراث الثقافي والطبيعي الموجود في إقليمها وحمائته والمحافظة عليه وإصلاحه ونقله عبر مختلف الأجيال، ومن المتعارف عليه أن العادات والتقاليد تختلف من بلد إلى آخر ومن منطقة إلى أخرى، ففي الجزائر هناك اختلاف كبير وواسع النطاق بين سكان الشرق والغرب على غرار الشمال والجنوب"، وبما أن الدراسة جرت في مدينة الأغواط هنا نذكر بصفة خاصة سكان الجنوب الصحراوي الجزائري، الذين يتميزون بتمسك شديد للعادات والتقاليد، فهم يعتبرونها مرآة عاكسة لمقوماتهم الشخصية والفكرية وتمثل لهم منبع الفخر والاعتزاز، ولكن هذا كله يمكن أن يتغير نحو منحى آخر وهو عدم تقبل هاته العادات والتقاليد بحجة أن هذا العصر الرقمي (التكنولوجي) لا يتماشى معها، فهي حسبهم من معوقات السير الحسن لتقدم المجتمعات في القرن الواحد والعشرين، فقد صرح لنا أحد المبحوثين أثناء حديثنا معه ساخراً (من يقول أن هناك عادات وتقاليد في زمن التكنولوجيا فهو جاهل) وهذا ما يفسر لنا أن هناك نهج خاص بدأ يتغلغل في مجتمعنا عامة وشبابنا خاصة وهو نهج معارض للعادات والتقاليد الجزائرية وهذا راجع في نظرنا إلى تأثيرهم بالبرامج التلفزيونية التي تمثل لهم مصدر إلهام وإشباع وتدفق للأفكار الغربية المتعارضة لقيمنا كمجتمع عربي إسلامي محافظ غني بالعادات والتقاليد وهي تمثل رمز أصالته وامتداد جذوره في التاريخ البعيد، فعلى شباب اليوم أن يعي بهاته المسؤولية من أجل المحافظة عليها في عصر التغيرات.

الجدول رقم 5: يبين علاقة عدد ساعات مشاهدة البرامج التلفزيونية بطبيعة الانتماء للجماعة

المجموع	عالمياً (38)		إسلامياً (37)		عربياً (36)		وطنيياً (35)		رقم ومسمي الفئة رقم ومسمي الفئة	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
%25	11	%7.69	1	%29.41	5	%50	1	%33.33	4	أقل من نصف ساعة (8)
%50	22	%38.46	5	%58.82	10	/	/	%58.33	7	من (1 - 3) ساعة (9)
%13.63	6	%30.76	4	%5.88	1	/	/	%8.33	1	من (4-7) ساعة (10)
%11.36	5	%23.07	3	%5.88	1	%50	1	/	/	أكثر من 10 ساعات (11)
%100	44	%100	13	%100	17	%100	2	%100	12	المجموع

نرى من خلال الجدول رقم (5) الذي يبين عدد ساعات مشاهدة البرامج التلفزيونية وعلاقتها بطبيعة الانتماء للجماعة لدى المبحوثين فوجدنا في الاتجاه العام هناك بعض التأثيرات تتمثل في ساعات مشاهدة البرامج التلفزيونية على طبيعة أو إختيار نوع الانتماء للجماعة، حيث سجلنا نسبة 50% لعدد ساعات مشاهدة البرامج التلفزيونية من (1 - 3) ساعة يومياً، أما فيما يخص طبيعة انتماء للجماعة لهذه الفئة فكانت على أساس إسلامي بنسبة 58.82% ثم وطنياً بنسبة 58.33% ثم تليها عالمياً بنسبة 38.46% أما الانتماء العربي فلم نسجل أي حالة تذكر، ثم ننقل للفئة الثانية التي مفادها أقل من نصف ساعة والتي بلغت نسبتها 25% حيث صرحا المبحوثين أن الانتماء العربي هو كأساس انتمائي في وسط الجماعة بنسبة بلغت 50% ثم يأتي المعيار الوطني بنسبة 33.33% ثم يليها إسلامي بنسبة وصات إلى 29.41% وأخيراً عالمياً بنسبة 7.69%، أما عن الفئة الثالثة والتي تتمثل في (4 - 7) ساعات فبلغت نسبتها 13.63% من مجموع عينة الدراسة، حيث ترى هاته الفئة أن طبيعة الانتماء للجماعة يكون على أساس عالمي وبنسبة 30.76% ثم يليه الاتجاه الوطني بنسبة 8.33% والإسلامي بنسبة 5.88%، أما عربياً فلم نسجل أي حالة، وأخيراً تأتي فئة أكثر من 10 ساعات يستغرقها المبحوث في متابعة البرامج التلفزيونية بنسبة بلغت 11.36% وكانت هذه النسبة مدعمة من طرف المبحوثين الذين اعتمدوا على الاتجاه العربي كأساس انتمائي للجماعة وبنسبة قدرت بـ 50% ثم عالمياً بنسبة 23.07% وإسلامياً بنسبة 5.88%، أما وطنياً فلم نسجل أي حالة في هاته الفئة.

الانتماء طبيعة تلازم الإنسان ضمن محيطه الاجتماعي والإنساني، فالإنسان بطبعه له ميول ورغبات يجد فيها راحته ومنفعته وحاجته، سواء كانت نفسية أو روحية أو فكرية أو عقائدية، وهاته الرغبات قد تتأثر ببعض الأنماط التي

تساهم بشكل كبير في تحديد وجهته واتجاهه العام للانتماء للجماعة سواء كان وطنياً أو عربياً أو إسلامياً أو عالمياً ومن بين هذه المؤثرات عدد ساعات مشاهدة البرامج التلفزيونية، فقد لاحظنا من خلال الجدول رقم (5) أنه كلما ارتفع عدد ساعات المشاهدة كلما تشعب الفرد بأفكار وثقافة الانتماء على أساس عالمي وهذا أمر سلبي من شأنه أن يؤثر على قيم والهوية الوطنية والعربية والإسلامية بالنسبة للأفراد والجماعات من جهة، ومن جهة أخرى تساهم في إضعاف وتهميش وصراع ما بين الانتماء الماضي مع الانتماء الحاضر ألا وهو العالمي، أي اجتماع كل أفراد العالم على مجموعة واحدة من الأفكار والثقافات ويكون للفرد كيانه المستقل يمارس خصوصياته بدعوة الحرية، وبدون شك هاته القيم العالمية هي منافية لنا كمجتمع عربي وإسلامي يسعى دائماً لغرس الهوية الوطنية في صفوف أفراد، حيث نجد ذلك في كل فرد يرتبط بمجتمعه ارتباط وثيق، أو مع جماعته أو عائلته وأصدقائه وقد يتأتى ذلك كميول نفسي، وفي سياق آخر نجد كلما انخفضت ساعات مشاهدة هاته البرامج كلما زاد تمسك المبحوثين بالانتماء الوطني والإسلامي وبدرجة أقل العربي، وهذا ما يفسر لنا الوعي بالوطن وبالدين الإسلامي الذي بلغه هؤلاء المبحوثين نتيجة عدم تأثرهم الكافي بعدد ساعات المشاهدة فقد صرح أحد المبحوثين قائلاً (إن انتماء الإنسان إلي أمته ليس حالة إختيار من اختيارات متعددة وإنما هو إختيار ثابت وانتفاء مصيري يجد فيه الإنسان كل جذوره ويرى فيه حاضرة وماضيه ومستقبله) وهذا القول هو مأخوذ عن المرحوم صدام حسن رئيس العراق سابقاً، فالانتماء يمثل لنا كالعرب والمسلمين صورة مكتسبة من حضارتنا وثقافتنا، من هنا نعتقد أن ثقافة الانتماء ينبغي أن تعطى مساحة كافية واهتمام كبير لأشاعتها بين المواطنين وتوصل ضمن المفهوم الوطني للمواطنة وتكون ملازمة لنا في تعاملنا وأن تتجلى كطبيعة في داخل كل فرد وتتحول إلى سلوك حقيقي ينبع من حقيقة الفهم للوعي المجتمعي فهي أسلوب حياة ومنهج في التعامل مع الآخرين.

الجدول رقم 6 : يبين علاقة بين عدد مرات مشاهدة البرامج التلفزيونية والالتزام بالعادات والتقاليد

رقم ومسمى الفئة	ملتزم (39)		أحياناً (40)		غير ملتزم (41)		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
كل يوم (3)	4	80%	12	38.70%	6	75%	22	50%
مرة واحدة في الأسبوع (4)	/	/	7	22.58%	/	/	7	15.90%
من (2-3) مرات في الأسبوع (5)	/	/	5	16.12%	1	12.5%	6	13.63%
من (4-6) مرات في الأسبوع (6)	/	/	/	/	1	12.5%	1	2.27%
عدة مرات في الشهر (7)	1	20%	7	22.58%	/	/	8	18.18%
المجموع	5	100%	31	100%	8	100%	44	100%

نرى من خلال الجدول رقم (6) الذي يوضح عدد مرات مشاهدة البرامج التلفزيونية وعلاقتها بالالتزام بالعادات والتقاليد لدى المبحوثين فوجدنا أن الاتجاه العام يرى أنه غير ملتزم إطلاقاً بالعادات والتقاليد من خلال النسب التي تتراوح في مجملها ما بين أحياناً وغير ملتزم، حيث سجلنا نسبة 50% لفئة كل يوم تشاهد البرامج التلفزيونية حيث لاحظنا أنهم ملتزمون بها بنسبة 80% ثم غير ملتزمون بها بنسبة بلغت 75% بينما أحياناً فسجلنا حوالي 38.70% من مجموع أفراد البحث، ثم تليها الفئة الثانية التي مفادها مشاهدة عدة مرات في الشهر والتي بلغت نسبتها 18.18% حيث صرحا المبحوثين أنهم يلتزمون بها أحياناً فقط بما نسبته 22.58% ثم يأتي الملتزمون بها بنسبة 20% أما فيما يخص الغير ملتزمون فلم نسجل أي حالة في هاته الفئة، أما عن الفئة الثالثة والتي تتمثل في مرة واحدة في الأسبوع فبلغت نسبتها 15.90% من مجموع عينة الدراسة، حيث ترى هاته الفئة أنها تلتزم بالعادات والتقاليد إلا أحياناً وبنسبة بلغت 22.58% بينما لم نسجل أية حالة لفئات (ملتزم وغير ملتزم)، وفي الفئة الرابعة التي تشاهد البرامج التلفزيونية من (2-3) مرات في الأسبوع جاءت بنسبة بلغت 13.63% وكانت هذه النسبة مدعومة من طرف المبحوثين الذين يلتزمون أحياناً بنسبة 16.12% ثم يليها الغير ملتزمون بنسبة وصلت إلى 12.5% أما ملتزمون فلم نسجل أي حالة، وصلنا إلى الفئة الأخيرة والتي تتابع البرامج التلفزيونية من (4-6) مرات في الأسبوع وبنسبة قدرت بـ 2.27%، وسجلنا فيها حالة واحدة فقط ترى أنها غير ملتزمة بالعادات والتقاليد في المجتمع أي بنسبة 12.5%.

نستخلص من خلال هذا الجدول على العموم أنه لا يوجد التزام تام ومطلق بالعادات والتقاليد في المجتمع الأوغاطي لدى الشباب، حيث أصبحت العادات والتقاليد تمثل لهم جزء من الماضي وجزء مورث شعبي من أباؤنا وأجدادنا كمعرفة وليس كعمل بها من أجل تفعيلها في المجتمع حتى لا تندثر، هذا التغيير الحاصل في صفوف الشباب راجع بدرجة الأولى لتأثره بالعادات والتقاليد والقيم الجديدة والتي اكتسبها من كثرت مشاهدة البرامج التلفزيونية بكل أنواعها وساهمت من وجهة نظرنا بروز عادات وتقاليد جديدة بدأت تطفو على سطح المجتمع وهي واضحة المعالم ولا أحد يستطيع أن ينكر ذلك التغيير، فكل المبحوثين أقرّوا بأن وجود مثل هذه العادات خاصة مع تقدم الحياة وتغيرها أصبحت جزءاً من هذه العادات ضرباً من الماضي البعيد الذي لا ينسجم إطلاقاً مع سير الحياة العصرية الحديثة، بل إن وجود مثل هذه العادات هو نقيض التطور والتقدم وبقاء الفرد في إطار حصار من التقليد قد يفتك بالكثير من أحلامه وطموحاته، من خلال هذا الطرح الشبابي المشيع تكنولوجياً بعادات وتقاليد جديدة تتماشى مع عصر التحولات نستنتج أن ماضي مجتمعاتنا قد يزول مع مرور الوقت ومع كثرت مشاهدة والتطلع على الثقافات العالمية الأخرى وهذا ما قد يساهم بزوال مجتمعاتنا في الحاضر من حيث الاندماج الاجتماعي مع هاته الثقافات الغربية التي لا تتماشى مع القيم أولاً ومع الدين ثانياً ومع خصوصيات مجتمعنا ثالثاً، لقد أدت البرامج التلفزيونية إلى صبغ الثقافة الجزائرية عامة والأوغاطية خاصة بالثقافة الاستهلاكية فأصبح مجتمعنا تستهويه هاته الثقافة، لذلك نحن نلاحظ العديد من العادات الجديدة وكمثال توضيحي لحجم التغيير أخذنا ظاهرة العلاقات الرومانسية خارج إطار الزواج بين الرجل والمرأة ومدى تأثرها بالبرامج التلفزيونية الرومانسية كالأفلام والمسلسلات التركية المدبلجة التي انتشرت بكثرة في قنواتنا العربية، هاته الظاهرة أصبحت الآن تأخذ منحى تصاعدي بشكل رهيب جداً وأصبحت كذلك شيء عادي وعادة في المجتمع لك كل الحق في ممارستها، لو عدنا إلى الماضي هاته الظاهرة كانت لا توجد بحكم تشبث أجدادنا بتعاليم الدين الإسلامي الحنيف، فالشاب اليوم هو حريص على أن تتحول حياته إلى رحلة لا يأخذ فيها كتاباً ولا ورقة، بقدر ما يحرص على تعبئة عقله ووجدانه بنزعة استهلاكية مدمرة، كي يصبح مجمل حديثه عن آخر ما نزل في الأسواق من الهواتف النقالة والوسيلة التي تمكنه من اقتناء سيارة حديثة وجهاز كمبيوتر، متطور أو يقتني أحدث الماركات المعتمدة في عالم الساعات والعلطور والملابس الجاهزة.

الجدول رقم 7: بوضح العلاقة بين طبيعة البرامج التلفزيونية وطبيعة اللغة المستعملة

المجموع	لغة أجنبية (30)		لغة عربية فصحي (29)		لهجة محلية (28)		رقم ومسمى الفئة
	ت	%	ت	%	ت	%	رقم ومسمى الفئة
/	/	/	/	/	/	/	محلية (17)
26	59.09%	7	80%	4	55.55%	15	عربية (18)
18	40.90%	5	20%	1	44.44%	12	أجنبية (19)
44	100%	12	100%	5	100%	27	المجموع

نرى من خلال الجدول رقم (8) الذي يبين العلاقة بين طبيعة البرامج التلفزيونية وطبيعة اللغة التي يستعملها المبحوثين كأداة لتخاطب، فوجدنا أن التوجه للغة العربية الفصحى هو جد قليل مقارنة باستخدام اللهجة المحلية واللغات الأجنبية، فالبرامج الأكثر متابعة من قبل مجتمع الدراسة هي البرامج العربية بنسبة 59.09% مدعمة بنسبة 80% يستعملون اللغة العربية الفصحى ثم من يستعملون اللغة الأجنبية بنسبة 58.33% وأخيراً اللغة اللهجة المحلية بنسبة وصلت إلى 55.55%، أما البرامج الأجنبية الناطقة باللغتين الفرنسية والإنجليزية جاءت ثانية من حيث المشاهدة بنسبة وصلت إلى 40.90% منها من يتكلمون اللهجة المحلية بنسبة 44.44% واللغة الأجنبية 41.66% واللغة العربية الفصحى بنسبة 20%، أما فيما يخص البرامج المحلية فلم نسجل أي حالة.

نستخلص من خلال معطيات الجدول أعلاه أن مكانة اللغة العربية دائماً كانت بعد اللهجة المحلية واللغات الأجنبية من قبل مجتمع الدراسة وهذا ما يفسر لنا تراجع تداول اللغة العربية الفصحى بين الشباب، وهكذا نجد أن اللغة العربية اليوم تشهد تحديات عربية وعالمية في العصر الحالي من خصومها، بسبب الظروف الراهنة التي تحيط بها، منها إطلاق الدعوات إلى تهميشها، أو تغيير سماتها، أو الانتقاص من وظيفتها، إلى جانب التعامل باللغة الأجنبية في

الإدارات والمؤسسات الاقتصادية وتأخر تعريبها، بالإضافة إلى كثرت البرامج التلفزيونية التي تتداول فيها اللهجات المحلية والأجنبية على حساب اللغة العربية الفصحى، وكذلك يرجع تراجع اللغة العربية الفصحى إلى ضعف المناهج التعليمية، بالإضافة إلى مزاحمة العامية للغة العربية في معظم القنوات الفضائية بسبب توجيه المنتجين اهتماماً أكبر للاعتبارات الفنية التسويقية على حساب الاعتبارات الثقافية والحضارية، كذلك يمكن اعتبار إنسيك الشباب خلف الموضة وتقليد الغرب في سلوكياتهم واهتمامهم بالفن الغربي من منطلق الانبهار بهم سبباً من جملة الأسباب.

الجدول رقم 8 : يوضح العلاقة بين نوع البرامج التلفزيونية ونوعية الثقافة للحفاظ على الهوية الوطنية

المجموع		ثقافة العولمة العالمية (34)		ثقافة الوطنية التقليدية (33)		رقم ومسمى الفئة
%	ت	%	ت	%	ت	
6.81%	3	5.26%	1	8%	2	البرامج التعليمية (20)
20.45%	9	10.52%	2	28%	7	البرامج الإخبارية (21)
43.18%	19	57.89%	11	32%	8	البرامج الترفيهية (22)
11.36%	5	5.26%	1	16%	4	البرامج الدينية (23)
18.18%	8	21.05%	4	16%	4	البرامج الرياضية (24)
100%	44	100%	19	100%	25	المجموع

نرى من خلال الجدول رقم (9) الذي يبين العلاقة بين نوعية البرامج التلفزيونية ونوعية الثقافة التي تساهم في الحفاظ على الهوية الوطنية، فالبرامج الأكثر متابعة من قبل مجتمع الدراسة هي البرامج الترفيهية بنسبة بلغت 43.18% مدعومة بنسبة 57.89% يرون أن ثقافة العولمة العالمية هي الأنسب للهوية الوطنية بينما من يرون أن الثقافة الوطنية التقليدية هي الأنسب بنسبة 32%، ثم تأتي البرامج الإخبارية بنسبة قدرت بـ 20.45% فيها مالت الكفة لصالح الثقافة الوطنية التقليدية بنسبة 28% أما ثقافة العولمة العالمية فبلغت نسبتها 10.52% بعد ذلك جاءت البرامج الرياضية ثالثاً من حيث المشاهدة بنسبة 18.18%، مدعومة بنسبة 21.05% يرون بأن ثقافة العولمة العالمية هي الأنسب أما الثقافة الوطنية التقليدية بلغت نسبتها 16%، ثم تليها البرامج الدينية بنسبة 11.36% من حيث المشاهدة، هنا يعتبرون أن الثقافة الوطنية التقليدية هي الأنسب لمجتمعنا ذات الطابع الإسلامي بنسبة وصلت إلى 16% بينما نسبة 5.26% ترى عكس ذلك، وأخيراً جاءت البرامج التعليمية في المرتبة الأخيرة من حيث المتابعة بنسبة 6.81% والتي فيها يرون أفراد مجتمع البحث أن الثقافة الوطنية التقليدية هي الأنسب لنا بنسبة 8% ونسبة 5.26% ترى بأن ثقافة العولمة العالمية هي الثقافة الأنسب والتي تساهم في الحفاظ على الهوية الوطنية.

الهوية الوطنية هي الانتماء للأرض المستقلة المحررة التي تعني الوطن وفقاً للتعريفات التاريخية القديمة والحديثة، وكذلك هي مجموعة من القيم والأخلاق يجب أن تنعكس أفعالاً بما تعنيه من استقرار في الوطن والدفاع عنه والتقدير بنظمه واحترام قوانينه، الهوية الوطنية تعني الانتظام العام في المجتمع وفق مبدأ أخلاقي ضمن نسيج مجتمعي متماسك قائم على التعاون والمحبة واحترام العادات والتقاليد والأسرة والبيئة والتمسك بالقيم الدينية السائدة واحترام الرأي الآخر ومعتقدده ووجهة نظره إن لم تمس القيم والنظام العام وسيادة الوطن، فالثورة العلمية والتكنولوجية جعلت العالم أكثر اندماجاً وسهلت حركة الأفراد ورأس المال الثقافي والفكري والسلع والخدمات وانتقال المفاهيم والأدوار والمفردات فيما بين الثقافات والحضارات، فهي الطاقة المولدة المحركة للعالم في كل مجالاته الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والتربوية، فهذه الثورة أحدثت تغيرات أساسية في الطريقة التي ينظر الناس بها إلى أدوارهم، وأبرز جوانب الثورة العلمية تكمن في الإعلام والحاسوب والإنترنت، ولكن تعتبر البرامج التلفزيونية من أقوى المؤثرات التي أثرت على الشباب فأصيب بعدم القدرة على الاستقرار في القيم الموروثة والمكتسبة، وعجز عن تطبيق ما يؤمنون به من قيم، مما سبب له " أزمة قيمية دفعت بالشباب بالثورة على قيم المجتمع واغترابهم عن القيم التي جاءت بها الثورة العلمية والتكنولوجية⁽¹⁵⁾.

الجدول رقم 9 : يوضح العلاقة بين الغرض من البرامج التلفزيونية ونوعية اللباس المفضل لدى مجتمع البحث

المجموع		عصري (32)		تقليدي (31)		رقم ومسمى الفئة
%	ت	%	ت	%	ت	رقم ومسمى الفئة
13.63%	6	8.33%	3	37.5%	3	معرفة الأخبار والأحداث (25)
81.81%	36	88.88%	32	50%	4	الترفيه وقضاء وقت الفراغ (26)
4.54%	2	2.77%	1	12.5%	1	البحث عن المعلومات العلمية (27)
100%	44	100%	36	100%	8	المجموع

نرى من خلال الجدول رقم (10) الذي يبين العلاقة بين الغرض من متابعة البرامج التلفزيونية ونوعية اللباس الذي يفضله أفراد مجتمع البحث، فالغرض من مشاهدة البرامج التلفزيونية كان من أجل الترفيه وقضاء وقت الفراغ أولاً بنسبة 81.81% هذه النسبة مدعمة بـ 88.88% يرون أن اللباس العصري هو المفضل لديهم بينما اللباس التقليدي فبلغت نسبته 50%، ثم تليها معرفة الأخبار والأحداث من هاته البرامج بنسبة 13.63% مدعمة بنسبة 37.5% تفضل اللباس التقليدي بينما بلغت نسبة من يفضلون اللباس العصري حوالي 8.33%، وأخيراً البحث عن المعلومات العلمية بنسبة 4.54% دعمت بنسبة 12.5% تفضل اللباس التقليدي و 2.77% تفضل اللباس العصري.

نرى من خلال معطيات هذا الجدول تأثير الشباب كثيراً بالبرامج الترفيهية كالبرامج الخاصة بالغناء والمواهب والألبسة الغربية من أجل قضاء أوقات فراغهم من جهة، ومن جهة أخرى لمواكبة تغيرات العصر، ففي ظل سياسة الانفتاح الإعلامي والثقافي كل شيء دخل بيوت الجزائرية واجتاح عقولهم وهي "الموضة" ونرى أنها حاصرتنا من كل مكان سواء في الطرقات أو في الأسواق وعلى الجرائد وفي الفيديو كليبات وصيحات أزياء، وأصبحت هم الكبير والصغير واجتاحت العقول خاصة فئة الشباب التي أصبحت تجسد شخصيتهم وثقافتهم من خلال موضةهم كما أصبح يعرف صاحب اللباس التقليدي بالشخص الجاهل أو كما يقال بالدارجة (أنت مش عايش في الدنيا)، وصاحب الموضة إنسان وشخص مثقف لكن أين الثقافة؟، وهل توجد ثقافة في شخص تخلى عن ثقافته كما نعلم أن أغلبية الشباب الأغواطي تخلى عن جميع اللباس الذي يرسم صورة المنطقة والذي يميزه الحياء وهو الحياء في اللباس والستره لكن فماذا عن لباسنا العصري الذي فقد الحياء والذي أطلق عليه شعار اللاحياء، فمثلاً: الشباب أصبح لباسهم لا يليق بمجتمعنا وهو لباس سروال يتهاطل قريب ما يسقط في الأرض ولباس الحلي كالخاتم أو عقد... وغيرها من مظاهر الالبسة، بينما الشابات أصبحنا لباسهن الضيق والقصير أو الماكياج هناك الكثير من الأشياء، ولكن تعتبر الفتيات أكثر تأثرن بالموضة، تغير نمط اللباس بشكل كبير ليواكب عصر التكنولوجيا فالفتيات تميل أغلبهن إلى المسلسلات التركية التي أدخلت أزياء وألوان جديدة، وقد يكون أكثر المسلسلات ترويجاً للأناقة هي المسلسلات التركية من التناير القصيرة والكعب العالي، وحتى القنوات الفضائية الخليجية لها تأثير على بعض الفتيات، فبات ملاحظاً انتشار العبايات الخليجية وطريقة وضع الخمار والكحل المبالغ فيه حتى وإن لم يكن ذلك باللباس العملي الذي تحتاجه شابات جزائريات طالبات وعاملات، إلا أنه غالباً ما نجد النمط الحضري العملي والمناسب لطبيعة الشابة الجزائرية الطالبة والعاملة المحجبة أو غير المحجبة سائداً في المجتمع الجزائري، ليدل على مواكبة الموضة مع لمسة محلية في بعض الأحيان تفرضها خصوصية المجتمع الجزائري.

IV- الخلاصة : توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- (1) - أغلبية الباحثين يتابعون البرامج التلفزيونية بنسبة 88.63%.
- (2) - كلما ارتفع عدد ساعات مشاهدة البرامج التلفزيونية، كلما تشبع الشاب بأفكار وثقافة الانتماء على معيار العالمية أي نقبض الوطنية والعروبة والإسلام.
- (3) - عدم التزام مطلق بالعادات والتقاليد في المجتمع الأغواطي، فتراوحت النسبة بين أحياناً بـ 70.45% وغير ملتزم بـ 18.18%.
- (4) - ارتفاع عدد سنوات مشاهدة البرامج التلفزيونية يزيد من إيمان الشاب بأن المجتمعات المتفتحة هي الأنسب له كمحيط ملائم للاندماج والعيش فيه.

- (5) - مكانة اللغة العربية الفصحى تأتي في المرتبة الثالثة بعد اللهجة المحلية واللغة الأجنبية، فقد بلغت نسبة مستخدميها بـ 11.36% بسبب طبيعة البرامج التلفزيونية التي يتابعها المبحوث، فالبرامج الأجنبية بلغت نسبتها من حيث المتابعة 40.90%.
- (6) - هناك وعي من الشباب بأن الثقافة الوطنية التقليدية هي الأنسب للحفاظ على الهوية الوطنية بنسبة 56.81% على حساب ثقافة العولمة العالمية.
- (7) - الغرض من متابعة البرامج التلفزيونية كان دائماً من أجل الترفيه وقضاء وقت الفراغ بنسبة 81.81% وهذا ما أثر بدوره على نوع اللباس باقتداء الشباب باللباس العصري بنسبة وصلت إلى 81.81%.
- من خلال ما تقدم نستخلص أن البرامج التلفزيونية أصبحت تأخذ حيز كبير من وقت وتفكير الشباب، فأهمية الحديث عن الهوية الثقافية عند الشباب الجزائري بصفة عامة والشباب الأغواطي على وجه الخصوص، الذي يتطلع إلى المحافظة على الهوية الثقافية النابعة من أصالة الأمة العربية والإسلامية وقوميتها وتراثها الحضاري والعائدي ورفض هاته البرامج التلفزيونية بأشكالها المختلفة ولاسيما ما يتمخض عنها من هيمنة البرامج الأجنبية، وفي الأخير يمكن لنا الختم بمقولة (غاندي) والتي تبين لنا أهمية الانفتاح الخارجي لتقافات الشعوب الأخرى ولكن بدون تأثير عن ثقافتنا فيقول " لا أريد أن يكون منزلي محاطاً بالجدران من جميع الجوانب، ونوافذي مسدودة، بل أريد أن تهب ثقافات جميع الشعوب على منزلي بأقصى حركة ممكنة لكنني أرفض أن تعصف بي أية ثقافة منها" (16).

- الإحالات والمراجع :

- 1- عزام، أبو الحمام. (2011). الإعلام والمجتمع. ط¹. دار أسامة للنشر والتوزيع. الأردن. ص ص 192 - 193.
- 2- احصائيات منظمة اليونسكو العالمية. (2012).
- 3- المعاينة، خليل عبد الرحمان. (2000). علم النفس الاجتماعي. ط¹. دار الفكر للطباعة والنشر. عمان. ص 250.
- 4- براق، محمد. (2008). قاموس موسوعي للإعلام والاتصال. ط². الجزائر. ص 686.
- 5- دليو، فضيل. (2003). مدخل إلى الاتصال الجماهيري. مخبر علم الاجتماع الاتصال. جامعة منتوري. قسنطينة. ص 96.
- 6- Postili, J. (2001). je lai vu a la télé. Édition cour pers. p322.
- 7- بلحبيب، رشيد. (2013). اللغة والهوية في الوطن العربي. ط¹. المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات. بيروت. ص ص 247 - 248.
- 8- وتوت، علي، وآخرون. (2008). المواطنة والهوية الوطنية. ط¹. الحضارية للطباعة والنشر. العراق. ص 15.
- 9- السحمراتي، أسعد. (2002). ويلات العولمة على الدين واللغة والثقافة. ط¹. دار الثقافة. ص 83.
- 10- فهمي، محمد سيد. (2007). العولمة والشباب من منظور اجتماعي. دار الوفاء. الإسكندرية. ص 87.
- 11- مديرية البرمجة ومتابعة الميزانية، الأغواط.
- 12- بوحوش، عمار. (1985). دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية. المؤسسة الوطنية للكتاب. الجزائر. ص 23.
- 13- غريب، محمد سيد أحمد. (2004). تصميم و تنفيذ البحث الاجتماعي. دار المعرفة الجامعية. الإسكندرية. ص 137.
- 14- Ghiglione, R, Mathalon, B. (1978). Les enquetes Sociologiques Théoures et Pratique. Armandcolui. Paris. p184.
- 15- زاهر، ضياء الدين. (1995). القيم والمستقبل دعوة للتأمل. مجلة المستقبل. المجلد 1. العدد 2. القاهرة. ص 7.
- 16- عبود، سليم. (2007). العولمة ونسوخ الهوية الثقافية. الوحدة. يومية سياسية سورية، العدد 15 أبريل.