

العولمة الثقافية وتشكل أذواق الشباب الجامعي الجزائري
دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل
Cultural globalization and the shaping of Algerian university youth tastes
A field study on a sample of students from the Department of Media and
Communication at Jijel University.

صليحة لقريوي^{1*} ، أ/د سمير لعرج²

¹ جامعة محمد الصديق بن يحيى- جيجل (الجزائر)، saliha.legrioui@univ-jijl.dz

² جامعة محمد الصديق بن يحيى- جيجل (الجزائر)، larsamir@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2021 / 10 / 24

تاريخ القبول: 2021 / 09 / 24

تاريخ الاستلام: 2021 / 08 / 25

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور العولمة الثقافية في تشكيل أذواق الشباب الذي من المؤكد أن هناك تباين واختلاف في واهتماماتهم وتذوقهم للأشياء وتذوقهم للجمال، لكن بظهور العولمة الثقافية ولجوءها إلى العديد من الوسائل محاولة من خلالها التغلغل داخل ثقافة المجتمعات المستهدفة لتوحيد أذواق الأفراد وجعل الجماهير لديهم اهتمامات مشتركة، ومهما تكن غايات العولمة فهي لا تحقق أهدافها بمعزل عن التطور المذهل لوسائل الإعلام والاتصال التي تعمل بشكل مستمر على نقل بدائل ثقافية من قيم وعادات وتقاليدهم وتروج لمنتجات استهلاكية غير ملائمة للبيئة العربية، هذا ما ولد لدى الشباب ميول إلى تذوق ثقافة الغير سواء تعلق الأمر بطرق وأساليب التفكير أو أنماط المعيشة والسلوك، ما أدى إلى تزييف الوعي لديهم وافقدتهم القدرة على التفكير السليم وأثر سلبا على أذواقهم الحسية والجمالية في الحكم على الأشياء، وتوصلت الدراسة إلى نتائج مفادها أن لوسائل العولمة دور كبير في إعادة تشكيل أذواق الشباب وفق الموضة التي يروج لها صناع الثقافة في الدول الغربية.

الكلمات المفتاحية: التشكل، الثقافة، الذوق، الشباب، العولمة الثقافية، وسائل الإعلام .

Abstract:

This study aims to determine the role of cultural globalization in shaping the tastes of young people whose interests and tastes for things and beauty are notably different, However, with the emergence of cultural globalization and its use of many means to attempt to penetrate the culture of target societies to unify the tastes of individuals and the interests of the masses, and whatever the goals of globalization, it does not achieve its target without the astonishing development of media and communication, which constantly work to transfer cultural alternatives such as values, customs and traditions, and to promote consumer products that do not correspond to the Arab environment This generated in young people a tendency to appreciate the culture of others, whether related to ways of thinking or lifestyles and behaviours, which led to the falsification of their consciousness and lost the ability to think correctly, and negatively affected their sensual and aesthetic tastes in judging things. The study concluded that the means of globalization have a major role in reshaping the tastes of young people according to the fashion promoted by the creators of culture in Western countries.

Keywords: culture, cultural globalization, shaping, media, taste, youth.

* المؤلف: صليحة لقريوي.

يجري الحديث اليوم بشكل واسع عن العولمة بجميع أبعادها، ويرتبط هذا الحديث بالتغيرات الواسعة التي يشهدها العالم في جميع المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، نتيجة ظهور العولمة التي بدأت ملامحها تظهر حديثا بعد ظهور النظام العالمي الجديد وكذا التطور السريع في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي وسعت من مجال الاتصال وزادت من توسيع نطاق العولمة بمختلف أبعادها وبالأخص البعد الثقافي الذي يعد من أخطر أبعاد العولمة باعتبارها تهدف إلى غزو الثقافات المحلية وإذابة الفواصل الحضارية بين الشعوب وإشاعة قيم ومبادئ ومعايير ثقافية واحدة وتنميط العالم ثقافيا وصهره ضمن ثقافة عالمية واحدة وذلك وفق إستراتيجية ذكية.

وفي خضم هذا الحديث يجب الإشارة إلى ضرورة الوقوف على أثار العولمة على الثقافة المحلية وما نتج عنها من تغير في الثقافة وأنماط التفكير وتغير في أذواق الجماهير وعاداتهم وتقاليدهم وحتى سلوكياتهم نتيجة التأثير بما يتم عرضه عبر وسائل الاتصال الجماهيري والتي تعد من بين أهم الوسائل المكرسة لنشر الثقافة الأمريكية وغيرها، والركيزة التي تستند عليها العولمة الثقافية وتساهم بقوة في رسم سياسة إعلامية موجهة للإعادة هيكلة الأخلاق والقيم والعادات والتقاليد وإعادة بنائها وفق النموذج الغربي.

فالعولمة الثقافية المعاصرة تسلك الطريق نحو فرض وإلزام لتغيير ثقافة الآخر من خلال الضغط المستمر وباستخدام إستراتيجيات قادرة على التأثير في اتجاهات الجمهور وأذواقه الحسية والجمالية واللغوية، وإعادة برمجةها وفق الثقافة المصنعة من قبل الدول الغربية، وهذا ما أصبح يشكل تهديدا لأذواق وثقافة الشباب، وهذا ما يظهر جليا في واقعنا نتيجة تغير على مستوى الأخلاق والقيم وطريقة التفكير وما صاحبه من تغير في اللباس ونمط الأكل واللغة المستخدمة ونمط الاستهلاك بحيث اختزلت العولمة الثقافية الإنسان في بعده المادي الاستهلاكي، ما جعل منه مجبر على الخضوع واستهلاك كل ما يصدر له، والقبول بالأمر الواقع والانسياق وراء الموضة التي تروج لها الدول الصناعية، وباعتبار أن العولمة الثقافية أضحت حتمية لا مفر منها هدفها الوحيد خلق نظام عالمي نموذجي موحد لا يقبل التمايزات ولا الخصوصيات، فحسب مقولة ألبيرت أنشتين "العالم إما كل واحد وإما لا شيء" (علي نبيل، 2001، ص411). وعلى ما يبدو أن الدول المسيطرة على العالم آمنوا بمقولة أنشتين وصخورا جميع الوسائل والإمكانيات من أجل طمس ثقافة الآخر وإعادة تشكيل رؤى الناس وأذواقهم وفق البعد العقائدي للثقافة الغربية المعاصرة وذلك من خلال هدم شخصية الأمة هدمًا عقائديا وحضاريا، فانعدام الشخصية يساعد على قبول الزيف والأباطيل كما يدفع إلى التبعية واختفاء الخصوصية المحلية وحلول مكانها تقاليد وسلوكيات وأذواق واحدة في جميع دول العالم، وهذا يحتاج إلى أدوات ووسائل للوصول إلى الهدف المنشود ومن أبرز تلك الوسائل والأدوات وسائل الإعلام والاتصال الحديثة على اختلاف أنواعها والتي لاقت استحسانا من قبل الجماهير العربية بصفة عامة والجزائرية بصفة خاصة، هذه الجماهير أصبحت تضعف أمام تلك المضامين وتنساق نحوها دون وعي بخطورتها وما ينتج عنها من اغتراب ثقافي وقيمي وذوقي وعزوف عن الثقافة المحلية التي سينتج عنها لا محال أزمة ذوق في أوساط الشباب

وربما تغييرها تماما وهذا ما سيسهل المهمة لخدمة أهداف العولمة الثقافية وبالتالي يسهل عليها السيطرة على العالم.

فالعولمة الثقافية تتدخل في تشكيل ذوق المواطنين باستخدام أساليب الإغراء وأساليب تؤثر على نفسية الجمهور انطلاقا من دراسة سيكولوجية الجمهور، فصناع الثقافة في الدول المهمة على العالم على دراية تامة بنفسية الجماهير التي توجه لها ثقافتها وتحاول التأثير على أذواقها في مجال اللباس والأكل واللغة.. وجميع ما يتم استهلاكه في حياته اليومية، حتى يغير أحكامه الذوقية الجمالية اتجاه القيم والأفكار التي تحاول تمريرها، و من ثم تبنيها والعزوف عن التراث الثقافي المحلي المتنوع والمتوارث من قبل الآباء والأجداد وتغييره وفقا لما يتم الترويج له من قبل الدول المصدرة للثقافة، فالذوق هو مؤشر الناقد للحكم على جودة المنتجات سواء كانت منتجات استهلاكية (اللباس، الأكل، موسيقى.. الخ) او سواء الحكم على الذوق الفني واللغوي، وإذا تم اختراق الذوق الجمالي للفرد نتج عنه أزمة وعي لدى الأفراد ما يشوش على قيمه وتراثه مما يسهل السيطرة عليه ويسهل تغيير أذواقه وفي هذا السياق يتوجب طرح الإشكالية التالية: كيف تساهم العولمة الثقافية في تشكيل أذواق الشباب الجامعي؟ وهل استطاعت توحيد أذواق الشباب وفق ما يتم التخطيط له من قبل الدول المهيمنة؟

ويندرج تحت هذا التساؤل تساؤلات فرعية نوضحها كالآتي:

- ما هي وسائل العولمة الثقافية التي تساهم في تشكيل أذواق الشباب الجامعي الجزائري؟
 - هل استطاعت العولمة الثقافية اختراق الذوق المحلي للشباب الجامعي؟
 - ما هي مظاهر تغير أذواق الشباب الجامعي في ظل الانتشار الواسع لوسائل العولمة الثقافية؟
 - ما أثر العولمة الثقافية على القيم الذوقية والسلوكية للشباب الجامعي؟
 - كيف انعكست عولمة الثقافة على الذوق اللغوي والجمالي للشباب الجامعي؟
- ii. أهمية الدراسة: تتبلور أهمية الدراسة في كونها تتطرق للأحد المشكلات، التي تتمثل في فساد وتغير أذواق الشباب في المجتمعات المحلية ما أصبح يشكل مصدر قلق لدى المجتمعات العربية بصفة عامة والمجتمع الجزائري بصفة خاصة، إضافة إلى أهمية موضوع العولمة الثقافية ومدى تأثيرها على ميولات وأذواق الجمهور .

كما تبرز أهمية هذه الدراسة في أنها تمكننا من الكشف عن علاقة وسائل العولمة الثقافية بتغير الذوق في اللباس والأكل ونمط العيش بصفة عامة داخل المجتمع الجزائري وخاصة فئة الشباب التي تنساق وراء كل ما يسوق إليها عبر وسائل العولمة بحجة متابعة الموضة وكل ما هو جديد على حساب التراث المحلي الجزائري.

iii. أهداف الدراسة:

- التعرف على دور وسائل العولمة في تشكيل أذواق الشباب الجزائري.
- التعرف على أثر العولمة الثقافية على الذوق المحلي داخل المجتمع الجزائري .
- التعرف على أهم مظاهر تغير ثقافة الذوق لدى الشباب الجامعي الجزائري.

- معرفة انعكاسات عولمة الثقافة على القيم الدوقية والسلوكية وكذلك الذوق اللغوي والجمالي للشباب الجامعي الجزائري.

IV. مفاهيم الدراسة: إن التصور المنهجي في أي بحث يستدعي تحديدا دقيقا للمفاهيم والمصطلحات المستخدمة فيه، وذلك تجنباً للبس ومراعات الموضوعية في مناقشة الأفكار ونقدها، والمصطلحات التي تتناولها هذه الدراسة تتمثل في الآتي :

***العولمة**: بالرجوع إلى قاموس وبسترز "websters" نجد أن تعريف العولمة Globalization هو اكتساب الشيء طابع العالمية وبخاصة جعل نطاق الشيء أو تطبيقه عالميا (الرشدي، 2013، ص7).

* كما تعرف على أنها كلمة مشتقة من العالم وجمعها عوالم ومنها: عولم على وزن فوعل وعولمة على وزن فوعله ومعناها "جعل الشيء عالميا أي توسيعه على نطاق عالمي، وتسهيل حركته دون عوائق أو حواجز (بخوش، 2008، ص106).

الثقافة: هي طريقة حياة الجماعة، ونظرتها إلى الأمور من حولها، وتتضمن مجمل المعارف والعقائد، والأدوات والتكنولوجيا، والتفسيرات الحياتية التي تعطي معنى للواقع والآخريين والعلاقات، كما أنها توجه طريقة العمل والإنتاج والاستهلاك. ويكتسب الفرد الثقافة من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي يخضع لها منذ ولادته (خمش، 2003، ص228).

وربما كان أشهر تعريف للثقافة هو التعريف الذي وضعه عالم الأنثروبولوجيا "تايلور" الثقافة ذلك الكل المركب المعقد الذي يشمل المعلومات والمعتقدات والفنون والقانون والأخلاق والعرف والتقاليد والعادات وكافة القدرات والأشياء الأخرى التي تؤدي من جانب الإنسان باعتباره عضوا في المجتمع (محمد عباس إبراهيم، 2011، ص17).

* يقصد بالثقافة في هذه الدراسة مجموع القيم والسلوكيات والعادات والتقاليد والأفكار التي يكتسبها الشباب منذ الصغر داخل المجتمع الجزائري الذي يعيش فيه.

العولمة الثقافية : يرى فارني jean paul warnier أن العولمة الثقافية تتعلق بعملية انصهار ثقافي واسعة تسيطر عليها الصناعات الخاصة للثلاثي الغني والمهيمن الأمريكي - الأوروبي- الآسيوي تحت تشجيعات حكوماتها (طلالة، 2014، ص105).

* وهكذا فإن العولمة الثقافية أضحت خطرا فاعلا على خصوصية ثقافات المجتمعات المحلة وتهدد ذاتيتها بما طرحه من أشكال ثقافية غريبة، وبما تتسم به من سطحية هشاشة، خداع، تلاعب بالعقول، نشر للأوهام، توليد للإحساس بالخواء والاستلاب مع إمكانية نقدها أو تفحصها أو إخضاعها للتحليل والتدقيق (المرجع نفسه).

* يقصد بال**عولمة الثقافة** في هذه الدراسة: الثقافة الوافدة من الدول المهيمنة عبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، التي تسعى إلى عولمة الثقافة الغربية وجعلها واحدة في جميع دول العالم، من خلال القضاء على الثقافة المحلية للدول، وربما إزالة مقوماته الثقافية وحلول محلها ثقافة الأخر.

التشكيل: تعزيزات من تقاربات للسلوك المرغوب ويمكن التمييز بين التشكيل الآلي ويعني استمرار الاستجابة لمثير مرتبط بتعزيز معين حتى إذا لم يعد يقترن التعزيز بهذه

الاستجابة، وتشكيل السلوك والذي يعني توفير الخبرات المرئية التي من شأنها تشكيل السلوك المرغوب فيه، وعلاج ما قد يوجد من أخطاء أو انحرافات سلوكية (عزيز إبراهيم، 2009، ص 320).

* ونوظف مصطلح التشكل في هذه الدراسة: كعملية فيها التأثير، بما يؤدي إلى عملية التكوين والتشكيل للقيم الجمالية والذوقية والأفكار والسلوكيات التي تتكون لدى الشباب جراء عمليات التعرض للمضامين التي تعرض عبر الوسائل الحاملة للثقافة المعولة خلال مرحلة أو مراحل زمنية مختلفة، داخل مجتمع واحد.

الذوق:

الذوق: هو ملكة الإحساس بجمال ما نقرأ ونشاهد من مناظر وأكل وسماع موسيقى وملبس...أخ، وهو ملكة وقدرة على تذوق الجمال، والحكم على الآثار الفنية إيجاباً أو سلباً (الباري، شعبان، 2009، ص 11).

يقول كانط في كتابه "نقد ملكة الحكم" إن الذوق هو ملكة الحكم بالرضي على شيء ما، أو على شكل تقدمه، والشيء الذي يرضى به هو بالتالي الجميل "كما أن المتعة التي لا تقودها بالضرورة الرغبة في الموضوع والتي ليست تمتعا بالموضوع، وإنما من تأثير هذه المتعة تسمى بالمتعة التأملية المجردة، أو الرضا السلبي هذا النوع من الشعور هو ما نسميه بالذوق (شعوفي قويدر، ص 04).

كما يعرف الذوق عند الفلاسفة المحدثين بأنه "ذلك التهيؤ الطبيعي المكتسب الذي يمكن صاحبه من التفاعل مع القيم الجمالية في الأثر الفني وتقديرها ومحاسنها بالقول والفعل والفكر" (الزعلي، 2011، ص 3).

* كما يعرف على أنه ذلك الاستعداد الفطري المكتسب الذي به نقدم على تقدير الجمال والاستمتاع به ومحاسناته، بقدر ما نستطيع في أعمالنا وأقوالنا وأفكارنا (المرجع نفسه).

* يقصد بالذوق في هذه الدراسة: الحس الجمالي والرضا الذي يشعر به الجمهور من الشباب اتجاه ما يروج له من منتجات ثقافية غريبة وكذلك الميول والرغبة التي تتكون لديه نحو استهلاك كل ما تحمله من قيم وعادات دخيلة على المجتمع الجزائري.

الشباب : يعرفه وجدي بركات ومحمد حسن بأنه " مرحلة نفسية يمر بها الإنسان تتميز بالحيوية وترتبط بالاستعداد والرغبة والقدرة على التعلم ومرونة العلاقات الإنسانية وتحمل المسؤولية ، وهي المرحلة التي ينتقل فيها الشخص من مرحلة كان يعتمد فيها على الآخرين إلى مرحلة أصبح فيها معتمدا على نفسه" (كعواش، بوغرزة، 2017، ص 175)

يقصد بالشباب الجامعي في هذه الدراسة "الطلبة الشباب الذين يزاولون دراستهم بالجامعة والتي تتراوح أعمارهم ما بين 18 سنة إلى 35 سنة.

v. المنهج وأدوات جمع البيانات:

إن دراسة أي موضوع علمي والبحث فيه للوصول إلى إيجاد حل للمشكلة التي يطرحها الموضوع يتوقف على مدى نجاح الباحث في اختيار المنهج المناسب للدراسة:

vi. تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي وهو المنهج الأكثر استخداما في البحوث العلمية الكمية في مختلف المعارف والموضوعات، وهو عبارة عن منهج يعتمد عليه الباحثون في الحصول على البيانات ومعلومات وافية ودقيقة، تصور الواقع الاجتماعي والذي يؤثر في كافة الأنشطة

الإدارية والاقتصادية والتربوية والثقافية والسياسية والعلمية، تسهم تلك البيانات والمعلومات في تحليل الظاهرة (قندلجي، السامرائي، 2009، ص، 187).

.VII تم الاعتماد في هذه الدراسة على الاستبيان (الاستمارة) كأداة لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة، والتي تعرف على أنها "تقنية مباشرة للتقصي العلمي، تستعمل إزاء الأفراد، وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي يهدف إيجاد علاقات رياضية والقيام بمقارنات رقمية (موريس أنجرس، 2004، ص، 204). ومن خلال أداة الاستمارة سيتم جمع المعلومات من أفراد العينة المبحوثة بغرض التحقق من أهداف الدراسة والإجابة على فرضياتها، وهذه الأداة تنسجم مع المجتمع المدروس، كما أنها تؤمن لنا إجابة واضحة وموضوعية، وهي سهلة لجمع أكبر عدد ممكن من المعلومات من عدة أشخاص في وقت محدد. وقد تم توزيع الاستمارة مباشرة على المبحوثين بجامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل- خلال شهر جوان 2021، من أجل الحصول على المعلومات والبيانات ومن ثم تفرغها وتحليلها للوصول إلى نتائج الدراسة.

.VIII مجتمع البحث: يشير إلى مجموع الوحدات التي يمكن أن يتعامل معها الباحث في سبيل جمع بياناته البحثية (الحاج بن جخل، 2019، ص، 17)، ونظرا لطبيعة الدراسة التي تهدف إلى معرفة مدى مساهمة العولمة الثقافية في تشكيل ثقافة الذوق لدى الشباب الجامعي الجزائري، فإن مجتمع البحث يتمثل في الطلبة بقسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى -جيجل- الذي تم إجراء الدراسة الميدانية عليهم.

.IX ولتحديد عينة البحث اتبعنا الأسلوب العمدى (العينة القصدية)، والتي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها، لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا، وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة" (بن مرسل، 2005، ص، 197).

ونظرا للاستحالة إجراء الدراسة على جميع الطلبة الجامعيين، قمنا باختيار 80 مفردة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيجل بطريقة قصدية للإجراء الدراسة عليهم.

أولا: العولمة والوسائط الإعلامية الناقلة للثقافة المعولمة.

1-1: العلاقة بين الثقافة والعولمة:

معظم الباحثون يعدون الثقافة مجرد مجال من مجالات العولمة شأنها في ذلك شأن السياسة والاقتصاد، إلا أن نظرة فاحصة للأهداف العولمة وبرامج من يسعون في صبغ العالم بها تؤكد عدم دقة هذه النظرة ذلك أن العولمة الثقافية هي الهدف النهائي، وما العولمة الاقتصادية والسياسية إلا وسائل للوصول إلى هذا الهدف، ومن الشواهد الواضحة على ذلك السعي إلى فرض القيم التي تحملها الثقافة الأمريكية اليوم على الأمم الأخرى، ومنها الأمة المسلمة وما يتبع ذلك من استخدام السياسة والاقتصاد كوسائل لتحقيق هذا الهدف، فمنزلة الثقافة من العولمة بمنزلة الرأس من الجسد، وترجع أهمية الثقافة إلى أنها تعبر عن الهوية المستقلة لمجتمع

ما، ولكن العولمة تقتضي الذوبان والتلاشي للهويات المستقلة ليصير العالم واحدا فلا بد إذن من طمس الثقافة المحلية بما تحمله من قيم وأخلاق وعقائد (علي الشدي، مرجع سابق، ص، 12)، إن فكرة العولمة تعنى في مجال الثقافة اندثار الثقافات الخاصة وميلاد الثقافة الجماهيرية وظهور الجمهور خارج الحدود وذلك بسيطرة القوى العظمى في ميدان الثقافة والاتصال (بوحش، 2008، ص، 103).

2-1: مظاهر العولمة الثقافية

تسعى العولمة إلى القضاء على الحدود والخصوصيات المختلفة وهذا ما أدى إلى بروز مظاهر وسلوكيات جديدة متمثلة في :

- أضحى هناك تنميط ثقافي للعالم وفق الثقافة الغربية .
- حدوث ردة ثقافية انغلاقية عند الشعوب الضعيفة .
- هناك تدهور للقيم والسلوك جراء الاختراق القيمي السلبي وظهور ما يسمى بالعنف الثقافي.
- نشر قيم الاستهلاك الرأسمالي وقيم الفردانية .
- تراجع اللغات القومية لفائدة اللغات المهيمنة.
- تغير الثقافات المحلية وظهور إشكالية التبعية الثقافية للثقافة الغربية.

-أضحى هناك تهديد واضح للهويات الذاتية وللخصوصية الثقافية (الواجد، 2007، ص، 119).

3-1: العولمة الثقافية ووسائل الإعلام والاتصال .

استفادت العولمة الثقافية بدرجة كبيرة من وسائل وتقنيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال بحكم جماهيريتها ، أي وصولها إلى جماهير واسعة في مختلف أنحاء العالم، بالإضافة إلى استخدامها لتقنيات جديدة تكاد تكون أقرب إلى نفوس الجماهير بهدف إغرائها وكان للذوق الجمالي حصة الأسد (جمال الألبسة والألوان والأثاث والأكل...أخ، بهدف استخدامه كورقة رابحة من أجل التأثير على أذواق الجماهير في شتى أنحاء العالم وجعلها واحدة بين جميع الشعوب والثقافات.

وتتجلى وسائل الاتصال والإعلام في القنوات التلفزيونية والإذاعات وشبكة الإنترنت والجرائد والمجلات والأقراص المدمجة والهاتف، كل هذه الوسائل حاملة للثقافة وتسعى جاهدة من أجل توسيع إيديولوجية العولمة ونشرها على نطاق واسع (أي نشر الثقافة الشعبية الأمريكية وغيرها) (بتصرف) ، بما أنها تعتبر القوة اللينة للثقافة الشعبية الأمريكية على حد تعبير "جوزيف ناي" و"جون.د.دوناھيو" (الشدي، مرجع سابق، ص، 25).

والعولمة الثقافية لن تؤدي دورها دون وسائل الإعلام، بل إن هذه الأخيرة أصبحت هي ظل العولمة ومرآتها العاكسة، خصوصا بعد تجدر هذه الوسائل واشتداد فعاليتها بشكل يتناسب والتقدم التقني في مجالات الصناعات الإعلامية.....، فكان أن تنبه بعض القائمين على الاتصال إلى فكرة التلازم العضوي ما بين الثقافة والإعلام.....، فالرسالة الإعلامية المعاصرة صورة أخرى لمعنى الثقافة ، وأضحى وسائل الإعلام اليوم تقتحم الثقافات المحلية عبر برامج استهلاكية والتي لا تخلو بدورها من الترويج لقيم وأفكار وأساليب عاكسة لنمط تفكير الغرب وبعيدة كل البعد عن قيم وأفكار الشعوب (دليو، 2010، ص، 205، 204)، والشباب في المجتمعات المحاذية.

وقد تبوأ الاتصال بمختلف مضامينه ووسائله مركز الثقافة خلال عقد التسعينات وأصبح هو محركها وموجهها الرئيسي فالتلفزيون والإذاعة إضافة إلى الإعلام الجديد يعتبران من الوسائط ناقلات الثقافة المعولمة باعتبارهم وسيلة للترويج العالمي للاستهلاك والإشهار لعدد من السلع وإعطائها جاذبية تؤدي إلى الإدمان على التعاطي معها دون غيرها، ونشر ثقافة خاصة بمقياس الرشاقة وجمال الإكسسوارات ومعارض عالمية لموضة اللباس حسب الفصول وحسب السن والجنس، إضافة إلى الأكلات الخفيفة والسريعة..أخ(ولد خليفة،2003،ص،399).

ثانياً: مسألة ثقافة الذوق في زمن العولمة الثقافية

1-2:ثقافة الذوق في اللباس والأكلفي ظل العولمة الثقافية

إن حلم التوحيد الذي طال صناع الثقافة في الدول التي تسعى إلى بلوغ أهداف توحيد المقومات الثقافية على مستوى العالم وهذا لا يكون إلا من خلال التأثير على أذواق الجماهير في مختلف أنحاء العالم والقضاء على التمايز واختلاف الأذواق بين الناس، لأنه مع إنفراد كل إنسان بذوقه أو مذاقه الخاص، هذا سيشكل عائقاً أمام هدف العولمة المتمثل في توحيد وتغيير أذواق الجماهير في طريقة اللباس وطريقة الأكل وحتى التفكير والسلوك وهذا ما دفع بالمروجين لقيم العولمة الثقافية إلى استخدام أساليب إقناعية قادرة على التأثير في ميولات الجماهير انطلاقاً من دراسة الأسواق والبحث عن فرص التصدير الواعدة في هذه الأسواق وأيضاً من خلال الارتقاء بتصميم المنتجات وجودتها، والالتزام بالمواصفات الدولية للجودة. بالإضافة إلى تحديث الثقافة العربية وتبني أساليب جديدة في التفكير وأيضاً تحديث التراث المحلي واستبداله بالتراث المحلي الأمريكي على وجه الخصوص، وأيضاً جعل الجماهير لديهم اهتمامات مشتركة في الموسيقى والألوان واللباس حتى يقتنع الشباب أن ملابس الموضة هي وحدها التي تناسب الذوق السليم وتناسب مع الذوق العام للمجتمع حالياً، وأن ارتداء الملابس المحتشمة وذات صنع محلي تعبر عن التخلف وانعدام الذوق وتخفي ورأها عقد نفسية للشخص .

2-2: الذوق اللغوي في زمن العولمة الثقافية.

تعمل العولمة على إزاحة العربية أو تشويها وتهجينها باسم الانفتاح على اللغات الحية سواء في الخطاب الشفوي أو المراسلات أو وسائل الإعلام، بل حتى كلغة للتعليم في المدارس والجامعات والشركات المتعددة الجنسيات...وعلى هذا تواجه اللغة العربية اليوم باعتبارها وعاء الثقافة العربية والحضارة الإسلامية أخطاراً نتيجة هيمنة النظام العالمي والذي يسعى إلى فرض اللغة الإنجليزية، والحقيقة التي يقرها الجميع أن اللغة الإنكليزية هي اللغة الأكثر انتشاراً بين سكان العالم.....وقد ساعد انتشار الإنجليزية الإعلام وتطور وسائله بصورة غير مسبوقه، ثم جاء النفوذ اللغوي للأغاني والأزياء...وتقول الأرقام الدولية الرسمية أن 90% من العناصر التي تتحرك في الشبكة هي بالإنجليزية وحدها، و85% من الاتصالات الدولية عبر الهاتف تتم بالإنجليزية أيضاً، وأكثر من 70% من الأفلام التلفزيونية والسينمائية بالإنجليزية و 65% من برامج الإذاعات في كل العالم بالإنجليزية.

- إن اللغة العربية الآن في عصر العولمة تواجه تحديات كبيرة جدا تتمثل في تيار الإنجليزية الجارف وتتمثل مظاهر العولمة اللغوية في العالم العربي في :
- التداول بالإنجليزية في الحياة اليومية.
 - كتابة لافتات المحلات التجارية بالإنجليزية.
 - التراسل عبر الإنترنت والهواتف .
 - اشتراط إتقان الإنجليزية للتوظيف.
 - كتابة قوائم الطعام في المطاعم بالإنجليزية.
 - اعتماد اللغة الأجنبية في النظم التعليمية، واعتمادها لغة رسمية في المعاملات التجارية والقانونية التي تنفذها الدولة (دليو، 2010، ص، ص، 236، 235).

2-3: الذوق الجمالي في زمن الثقافة المعولمة:

الجمال: هو الحسن وهو صفة تلحظ في الأشياء وتبعث في النفوس سرورا أو إحساسا بالانتظام والتناغم (عدوي، 2016، ص13)، والجمال شيء لا يمكن تحديده وإنما يمكن للنفس تحسسه وإدراكه وتذوقه واستشعاره من غير أن تحصره وتحدهه كشيء ملموس مادي (المرجع نفسه، ص، 08).

وهناك اتجاهين ظهرا بخصوص الجمال: اتجاه المدرسة العقلية الذي يرد تذوق الجمال إلى حكم عقلي، فيكون الحكم الجمالي عقليا محضا من خلال العقل الظاهري... واتجاه المدرسة العاطفية الذي يؤكد العنصر العاطفي والوجداني في تذوق الجمال ويهبط بقيمة العنصر العقلي في الحكم الجمالي إلى العقل الباطن، نظرا إلى ارتباط الجمال بالشعور والإحساس

وهناك أيضا توجه للدمج بين المدرستين، فيعرف ولترستيس (w.stace) الجمال بأنه "إمتزاج مضمون عقلي مؤلف من تصورات تجريبية غير إدراكية مع مجال إدراكي بطريقة تجعل هذا المضمون العقلي، وهذا المجال الإدراكي لا يمكن أن يتميز احدهما عن الآخر (المرجع نفسه).

*ويتجلى الذوق الجمالي في اللوحات الفنية والصور المطبوعة والسينما وكذلك الحال في الصور الفوتوغرافية والرسوم واللوحات الدعائية وكاتالوجات شركات مستحضرات التجميل والقصائد والروايات والمسرحيات والمجلات المصورة (فيغاريلو، 2011، ص، 16)، وكذلك يتجلى الجمال في كل شيء يبعث في النفس إحساسا بالرضا كجمالية الشخصيات في الأفلام والدراما والإشهارات عبر وسائل الإعلام..أخ، هذه الوسائل تعتبر من أهم وسائل العولمة الثقافية التي تخاطب الجانب النفسي الشعوري للشباب، محاولة بذلك تغيير أحكامهم اتجاه الجمال، فأصبح هناك تلاعب لمفهوم الجمال وتقديره، فتركيز الإعلام على توظيف الصورة الجمالية مرفقة بالألوان الجذابة واللباس المثير والفاضح عبر مختلف البرامج والإعلانات أوقع أغلب الجماهير في أزمة ذوق حتى أصبح بعيد المنال عن تقييم الجمال، وكمثال على ذلك نجد عند الترويج للمنتجات عبر الإعلانات فهم يركزون على الجمال الظاهري الشكلي على حساب الجمال الباطني المتعلق بالروح والأخلاق وكدليل على ذلك تركيزهم على صورة المرأة واستخدام جسدها النحيف إضافة إلى اللباس الفاضح وبعض من لمسات الماكياج وإخضاعها لبعض

التعديلات بواسطة الفوتوشوب، وتقديمها كمعيار للجمال المثالي يهدف إغراء المستهلك من أجل جذب انتباهه نحو اقتناء السلعة بغض النظر إن كانت ذات ذوق جيد وجميلة أو لا وتتلاءم مع ثقافة المجتمع، وبالتالي فوسائل الإعلام شوهت وغيرت معايير الجمال في الوقت الراهن.

أولاً: عرض وتحليل بيانات الدراسة:

1. تحليل بيانات الجداول:

الجدول رقم 01: يوضح ما إذا وسائل الإعلام تساهم بقوة في تشكيل أذواق الشباب في الوقت الحالي:

النسبة	التكرار	السؤال / الإجابة
97.5 %	78	نعم
2.5 %	02	لا
100 %	80	المجموع

المصدر: إعداد الباحثين.

تبين من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين أجابوا بأن وسائل الإعلام تساهم بقوة في تشكيل أذواق الشباب الجامعي وذلك بنسبة 97.5 %، أما نسبة 2.5 % من المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام لا تساهم بقوة في تشكيل أذواق الشباب في زمن انتشار الثقافة المعولة وتفسر النتائج على قوة وسائل الإعلام ودورها الفعال في التأثير في اتجاهات واهتمامات الشباب في الوقت الحالي وخاصة وسائل الإعلام الجديدة التي أفرزتها التكنولوجيات الجديدة.

الجدول رقم 02: يوضح كيف تساهم وسائل العولمة الثقافية في إعادة تشكيل أذواق الشباب:

النسبة	التكرار	السؤال / الإجابة
15 %	12	من خلال إضعاف وإخفاء عادات وتقاليد المجتمعات المحلية
20 %	16	من خلال تمرير وفرض قيم عالمية بدل القيم المحلية السائدة
55 %	44	نشر الثقافة الغربية وجعلها النمط الثقافي المهيمن
10 %	8	إثارة الشك في أوساط الشباب حول الهوية الثقافية الإسلامية
100 %	80	المجموع

المصدر: إعداد الباحثين.

تبين من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 55 % من المبحوثين يرون بأن وسائل العولمة الثقافية تساهم في إعادة تشكيل أذواق الشباب من خلال نشر الثقافة الغربية وجعلها النمط الثقافي

المهيمن في ما أجاب نسبة 20% من المبحوثين أن فرض قيم عالمية بدل القيم المحلية السائدة من بين الأساليب التي من خلالها تساهم وسائل العولمة الثقافية في إعادة تشكيل أذواق الشباب، فيما جاءت نسبة 15% تمثل المبحوثين الذين أجابوا من خلال إضعاف وإخفاء عادات وتقاليد المجتمعات المحلية، أما نسبة 10% من المبحوثين يرون بأن إثارة الشك في أوساط الشباب حول الهوية الثقافية المحلية الإسلامية السبيل الوحيد بهدف بناء أذواق لدى الشباب تتناسب والثقافة الغربية.

الجدول رقم 03: يوضح الوسيلة التي أدت إلى اختراق الذوق المحلي للشباب الجزائري:

النسبة	التكرار	الإجابة السؤال
25 %	20	وسائل الإعلام التقليدية
71.25 %	57	وسائل الإعلام الجديدة
3.75 %	03	الإعلان الدولي
100 %	80	المجموع

المصدر: إعداد الباحثين.

تبين من خلال الجدول أعلاه أن الوسيلة التي أدت أكثر إلى اختراق الذوق المحلي للشباب تتمثل في وسائل الإعلام الجديدة وذلك بنسبة 71.25%. وهذا يؤكد على قوة شبكات التواصل الاجتماعي وغيرها من وسائل الإعلام الجديد في التأثير على ميولات الشباب وأيضا يؤكد المكانة التي تحتلها لدى الشباب من ناحية الاستخدام، فيما أجاب نسبة 25% من المبحوثين أن وسائل الإعلام التقليدية من بين أكثر الوسائل التي أدت إلى اختراق الذوق المحلي للشباب، فيما أجاب نسبة 3.75% من المبحوثين أن الإعلان الدولي من بين أكثر وسائل العولمة الثقافية التي أدت إلى اختراق الذوق المحلي للشباب الجامعي الجزائري.

الجدول رقم 04: يوضح ما إذا استطاعت العولمة الثقافية توحيد أذواق الشباب:

النسبة	التكرار	الإجابة السؤال
26.25 %	29	نعم توحيد الذوق في اللباس وتسريحات الشعر في أوساط الشباب
6.25 %	05	توحيد الذوق اللغوي
6.25 %	05	توحيد الذوق الموسيقي
05 %	4	توحيد الذوق في الأكل
53.7 %	43	المجموع
46.25 %	37	لا

المجموع	80	% 100
---------	----	-------

المصدر: إعداد الباحثين.

تبين من خلال الجدول أعلاه أن 53.75 % المبحوثين يرون بأن العولمة الثقافية استطاعت توحيد أذواق الشباب في الوقت الحالي وذلك من خلال توحيد اللباس وتسريحات الشعر...أخ، فيما جاءت نسبة 46.25% تمثل المبحوثين الذين يعتقدون بأن العولمة الثقافية غير قادرة على توحيد أذواق جميع الشباب وجعلها واحدة فيما بينهم، فهناك تباين واختلاف بين الشباب في تحديد وإدراك وتذوق جمال اللباس وجمالية الألوان...أخ، وهذا التباين والاختلاف هو حصيلة التكوين الفكري والنفسي والاستعدادات الفطرية التي تختلف بين الأفراد .

الجدول رقم 05: يوضح كيف يختار الشباب الجامعي اللباس في ظل انتشار الثقافة المعولة عبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة:

النسبة	التكرار	السؤال الإجابة
% 20	18	حسب الأزياء والموضة العالمية
% 10	09	حسب لباس بعض الممثلين والفنانين
%47.78	43	حسب اختياري
% 6.66	6	حسب اللباس المحلي
% 15.55	14	حسب اللباس الشرعي
% 100	90	المجموع

المصدر: إعداد الباحثين.

ملاحظة: المجموع لا يمثل حجم العينة تم اختيار أكثر من إجابة.

تبين من خلال البيانات أعلاه أن اغلب المبحوثين يختارون لباسهم حسب اختيارهم حتى في ظل الأزياء والموضة التي يروج لها صناع الثقافة وذلك بنسبة 47.78 %، فيما جاءت نسبة 20 % تمثل المبحوثين الذين يختارون لباسهم حسب الأزياء والموضة العالمية، أما نسبة 15.55 % من المبحوثين يختارون لباسهم حسب اللباس الشرعي، أما نسبة 10% من أفراد العينة يختارون لباسهم حسب لباس بعض الممثلين والفنانين، فيما يفضل نسبة 6.66 % اللباس المحلي عند اختيار ملابسهم .

الجدول رقم 06: يوضح الأكلات المفضلة لدى الشباب في زمن عولمة الثقافة:

النسبة	التكرار	السؤال لإجابة
% 87	70	الأكلات الخفيفة السريعة
%12.5	10	الأكلات الشعبية
%100	80	المجموع

المصدر: إعداد الباحثين.

تبين من خلال الجدول أعلاه أن اغلب المبحوثين الشباب يفضلون الأكلات الخفيفة السريعة وذلك بنسبة 87.5%، فيما يفضل نسبة 12.5% من المبحوثين الأكلات الشعبية، وتفسر هذه النتائج على أن الأكلات الخفيفة لاقت استحسانا من قبل الشباب ربما لأن ذوقها جيد مقارنة بالأكلات الشعبية التي تراجعت في الآونة الأخيرة.

الجدول رقم 07: يوضح أهم مظاهر الثقافة الغربية المعولة التي تعجب الشباب:

النسبة	التكرار	السؤال الإجابة
18.58 %	21	ثقافة اللباس (الجينز...أخ)
26.5 %	30	ثقافة الأكل (هومبرغر، بيتزا.....)
8.85 %	10	المشروبات الغازية (كوكاكولا، بيبسي..أخ)
7.96 %	09	الموسيقى الغربية
24.78 %	28	النمط العمراني
13.27 %	15	تسريحات الشعر
100 %	113	المجموع

المصدر: إعداد الباحثين. ملاحظة: المجموع لا يمثل حجم العينة تم اختيار أكثر من إجابة.

تبين من خلال الأرقام في الجدول أعلاه أن من بين الثقافة الغربية التي تعجب الشباب المبحوثين ثقافة الأكل (الهومبرغر، بيتزا...أخ) وذلك بنسبة 26.5%، ثم تلتها نسبة 24.78% من المبحوثين الشباب المعجبين بالنمط العمراني الغربي، أما نسبة 18.58% من المبحوثين الشباب معجبون بثقافة اللباس الغربي، فيما أبدى نسبة 13.27% من المبحوثين إعجابهم بتسريحات الشعر الغربية، بينما أبدى نسبة 8.85% من المبحوثين الشباب إعجابهم بالمشروبات الغازية، كما أبدى نسبة 7.96% من الشباب إعجابهم بالموسيقى الغربية.

الجدول رقم 08: يوضح الأزياء التي يفضلها الشباب في ظل الغزو الثقافي للعولمة:

النسبة	التكرار	السؤال الإجابة
45.97 %	40	الأزياء التقليدية الجزائرية
9.19 %	08	الأزياء الأوروبية
4.59 %	04	الأزياء الهندية
17.24 %	15	الأزياء العربية
19.5 %	17	الأزياء التركية
3.45 %	03	الأزياء الأمريكية

المجموع	87	% 100
---------	----	-------

المصدر: إعداد الباحثين.

من خلال الأرقام الواردة في الجدول أعلاه يتبين لنا أن نسبة 45.97 % من المبحوثين الشباب يفضلون الأزياء التقليدية الجزائرية وهذا يفسر شعورهم بالانتماء ومحاولة الاحتفاظ بالهوية الثقافية المحلية والتراث المحلي المتوارث عبر الأجيال والحرص علي نقله للأجيال المقبلة، فيما يفضل نسبة 19.5 % من المبحوثين الشباب الأزياء التركية نتيجة تأثرهم ربما بلباس الممثلين في الدراما التركية، أما نسبة 17.24 % من الشباب المبحوثين يفضلون الأزياء العربية، فيما يفضل نسبة 9.19 % من الشباب الأزياء الأوروبية، أما نسبة 4.59 % من المبحوثين الشباب يفضلون الأزياء الهندية، فيما يفضل 3.45 % من المبحوثين الشباب الأزياء الأمريكية .

الجدول رقم 09: يوضح ما إذا ساهمت العولمة الثقافية في إكساب الشباب سلوكيات تتنافى مع الذوق العام للمجتمع الجزائري:

الإجابة	السؤال	التكرار	النسبة
نعم		76	% 95
لا		4	% 05
المجموع		80	% 100

المصدر: إعداد الباحثين.

من خلال الأرقام في الجدول أعلاه يتضح أن أغلب إجابات الشباب المبحوثين تؤكد على أن العولمة الثقافية ساهمت في إكساب الشباب سلوكيات دخيلة تتنافى مع الذوق العام للمجتمع الجزائري وهذا بنسبة 95 %، وهذا مؤكد فإذا تأملنا الإفرازات الثقافية في المجتمع الحالي نجد أن اغلب الشباب يتصرفون بسلوك منافي لقواعد السلوك و الأخلاق، فيما يرى نسبة 05 % من الشباب المبحوثين أن العولمة الثقافية لم تساهم في إكساب الشباب سلوكيات تتنافى مع الذوق العام للمجتمع.

الجدول رقم 10: يوضح ما إذا أثرت العولمة الثقافية على القيم الذوقية للشباب الجامعي:

الإجابة	السؤال	التكرار	النسبة
نعم		75	% 93.75
لا		5	% 6.25
المجموع		80	% 100

المصدر: إعداد الباحثين.

تبين من خلال الأرقام في الجدول أعلاه أن اغلب المبحوثين يرون بان العولمة الثقافية أثرت على القيم الذوقية للشباب وذلك بنسبة 93.75 % ، وهذا ما يفسر زوال بعض القيم الدينية والسوسيو ثقافية لدى الشباب في الوقت الحالي نتيجة التأثير بالقيم الغربية والتي اغلبها تتنافى مع القيم التي حثنا عليها الدين الإسلامي، فيما يرى نسبة 6.25 % من الشباب المبحوثين أن العولمة الثقافية لم تؤثر على القيم الذوقية للشباب .

الجدول رقم 11: يوضح ما إذا استخدم الشباب لوسائل العولمة الثقافية اثر على تفضيلهم للغة العربية:

النسبة	التكرار	السؤال / الإجابة
25 %	20	نعم
75 %	60	لا
100 %	80	المجموع

المصدر: إعداد الباحثين.

تبين من خلال الأرقام في الجدول أعلاه أن استخدام الشباب لوسائل العولمة لم يؤثر على تفضيلهم للغة العربية على اللغات الأجنبية وهذا بنسبة 75 % وهذا يفسر مكانة اللغة العربية وأهميتها بين اللغات العالمية، أما نسبة 25% من الشباب المبحوثين اثر استخدامهم لوسائل العولمة على ميولهم للغة العربية وأصبحوا أكثر ميولا لاستخدام وتعلم اللغات الأجنبية وخاصة اللغة الانكليزية على حساب اللغة العربية الأم.

الجدول رقم 12: يوضح ما إذا أثر تركيز وسائل العولمة على الترويج للجمال الاصطناعي على أحكام الشباب لمفهوم الجمال الطبيعي:

النسبة	التكرار	السؤال / الإجابة
43.75 %	35	نعم
56.25 %	45	لا
100 %	80	المجموع

المصدر: إعداد الباحثين.

نلاحظ من خلال الأرقام في الجدول أعلاه أن ترويج وسائل العولمة الثقافية للجمال الاصطناعي لم يؤثر على أحكام الشباب لمفهوم الجمال الطبيعي وهذا حسب إجابة الشباب المبحوثين بنسبة 56.25 %، وهذا ربما راجع إلى أن الإنسان يميل بالفطرة إلى تذوق الجمال الطبيعي وتفضيله على الجمال الذي يصنع في صالونات التجميل او عند خبراء عمليات التجميل وأيضا كل شيء يتم صنعه من قبل الإنسان، فالمتذوق الحقيقي للجمال هو الذي يستطيع أن يغوص بحسه إلى جوهر الأشياء ليدرك جمالها الحقيقي، أما نسبة 43.75% من الشباب المبحوثين صرحوا بان تركيز وسائل العولمة (وسائل الإعلام) على الخطاب الجمالي الاصطناعي اثر على مفهوم الجمال الطبيعي لديهم.

II. نتائج الدراسة:

- تساهم وسائل الاتصال الجماهيري بقوة في تشكيل أذواق الشباب في الوقت الحالي وخاصة وسائل الإعلام الجديدة .
- للعولمة الثقافية دور في تغيير أذواق الشباب من خلال نشر الثقافة الغربية وجعلها النمط الثقافي المهيمن وكذا إضعاف وإخفاء عادات وتقاليد المجتمعات المحلية.

- تبين من خلال النتائج أن الشباب في الوقت الحالي غير محافظين على عاداتهم وتقاليدهم بل منفتحين ومتأثرين بثقافة الأخر ومنهريين بها.
 - وسائل الإعلام الجديدة من بين أكثر الوسائل التي تساهم في اختراق الذوق المحلي للشباب في المجتمع الجزائري.
 - استطاعت العولمة الثقافية توحيد أذواق الشباب من ناحية اللباس وتسريحات الشعر وأيضا الذوق في الأكل .
 - من خلال نتائج الدراسة تبين أن الشباب في ظل انتشار الثقافة المعولة عبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة يختارون لباسهم حسب اختيارهم وحسب الأزياء والموضة العالمية ولباس بعض الممثلين والفنانين.
 - أثبتت نتائج الدراسة أن الأكلات الخفيفة والسريعة هي المفضلة لدى الشباب في زمن العولمة الثقافية، إضافة إلى أن الشباب الجزائري يفضل الأزياء التقليدية الجزائرية والعربية.
 - تبين من خلال نتائج الدراسة أن من أهم مظاهر الثقافة الغربية التي تعجب الشباب في الوقت الحالي تتمثل في ثقافة الأكل والنمط العمراني إضافة إلى ثقافة اللباس.
 - ساهمت وسائل العولمة الثقافية في إكساب الشباب سلوكيات دخيلة تتنافى مع الذوق العام للمجتمع الجزائري والتي بدورها أثرت سلبا على أذواق الشباب .
 - أثرت مضامين العولمة على القيم الذوقية للشباب من خلال التأثير على الدين والعقيدة الإسلامية
 - أثبتت نتائج الدراسة أن العولمة الثقافية لم تؤثر على تفضيلهم وميولاهم اتجاه اللغة العربية.
 - تركيز وسائل العولمة الثقافية (وسائل الإعلام) على الترويج للجمال الاصطناعي الشكلي لم يؤثر على أحكام الشباب اتجاه الجمال الطبيعي والروحي.
- III. الخاتمة: في الختام يمكن القول أن العولمة الثقافية من أهم المواضيع التي أثارت جدلا واسعا وتخوفا لدى شعوب العالم، بسبب ما نتج عنها من آثار مست جميع المجالات بما في ذلك ثقافة الذوق لدى الشباب، الذي اليوم يواجه العديد المشاكل والتغيرات على مستوى القيم والثقافة والذوق نتيجة التدفق الهائل للقيم والثقافات الوافدة مند بروز العولمة بمختلف أبعادها مستعينة بوسائل الإعلام، هذا ما وضع ثقافة الذوق محل تهديد وزيف بسبب القوى المهيمنة على وسائل الإعلام والاتصال والثقافة وما نشره فسلامة الذوق مرهون بسلامة ثقافتنا وقيمنا وأخلاقنا وأفكارنا، وهذا ما يستدعي ضرورة تبني إستراتيجية تقوم على التحصين الثقافي بالدرجة الأولى وضرورة القيام بتحليلات معمقة لمضامين وسائل الإعلام وما تحمله من أفكار واتجاهات وتروج لها على أساس أنها موضة عالمية يجب الاقتداء بها حتى يكون للفرد ذوق عالي في اختيار الملابس والموسيقى والألوان..أخ، وبالتالي يرضي نفسه ويرضي المجتمع.
- * ومن خلال ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التي تساعد في مواجهة الآثار السلبية للعولمة او على الأقل التقليل منها:

- ترسيخ الهوية الإسلامية داخل نفوس أفراد المجتمع وخاصة الشباب، من خلال العودة إلى القيم والعادات والتقاليد، فالذوق السليم مرهون بسلامة مبادئنا وثقافتنا وقيمنا .
- الاهتمام باللغة العربية الفصحى والتوسيع في استخدامها من خلال وسائل الإعلام المختلفة، مع الاهتمام بتوحيد المصطلحات العربية ونبد المصطلحات ذات الأصول الغربية وعدم التكلم بها والدعوة إلى ضرورة التأمل في جمالية الكلمات والمصطلحات العربية.
- تشجيع وتدعيم الإنتاج الثقافي المحلي وتطويره والالتزام بالمواصفات الدولية للجودة حتى تتلاءم مع الأذواق والاتجاهات الجمالية المختلفة من اجل توفير البدائل للمواطن وحتى لا يقع فريسة لكل منتج يتم استيراده من الدول الغربية وعرضه في السوق.
- القيام بحملات وبرامج عبر وسائل الإعلام المختلفة تدعو فيها الشباب إلى ضرورة إعادة النظر في تذوق جمالية الثقافة والتراث المحلي الجزائري وذلك من خلال مخاطبة الجانب الحسي الشعوري للشباب.
- دعوة أفراد المجتمع إلى التأمل في عوالم وجمالية اللباس المحلي وجمالية الموسيقى المحلية والقيم الإسلامية وضرورة التحلي بها.
- الاهتمام بالشباب وتزويدهم بمتطلبات العصر، وتوعيتهم بمدى خطورة العملة الثقافية والآثار السلبية المترتبة عن الانسياق وراء الثقافة الغربية وذلك من خلال إقامة الندوات والمحاضرات التي تتناول هذه المستجدات.

الإحالات والمراجع:

*المؤلفات:

1. أنجرس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، (الجزائر: دار القصة للنشر، 2014).
2. بن مرسل أحمد، مناهج البحث العلمي في العلوم الإعلام والاتصال، ط2 (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005).
3. السمراي إيمان، قندلجي عمار، البحث العلمي الكمي والنوعي، الطبعة العربية، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع).
4. الحاج بن جخل سعد، العينة والمعاينة: مقدمة منهجية قصيرة جدا، ط1 (عمان: دار البداية ناشرون وموزعون، 2019).
5. خمش مجد الدين، العولمة وتأثيراتها في المجتمع العربي، ط1، (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2003).
6. دليو فضيل، العولمة والهوية الثقافية: سلسلة أعمال ملتقيات، (مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، 2010).
7. رضا عبد الواحد امين، الإعلام والعولمة، ط1، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007).
8. الشدي عادل بن علي، عولمة الثقافة والفكر بين المفهوم والأثر، ط2، (الرياض: مدار الوطن للنشر والتوزيع، 2013).
9. طالة لمياء، الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي، ط1، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014).
10. عبد الباري ماهر شعبان، التذوق الأدبي: طبيعة، نظرياته، مقوماته، معايير، قياسه، ط1، (عمان: دار الفكر، 2009).
11. عباس إبراهيم محمد، الثقافة والشخصية، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2011).
12. عدوى عبد الله محمود، الجماليات في الإعلام التلفزيوني، ط1، (بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2016).
13. العربي محمد ولد خليفة، المسألة الثقافية: قضايا اللسان والهوية، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2003).
14. علي نبيل، الثقافة العربية وعصر المعلومات: سلسلة كتب ثقافية، (الكويت: عالم المعرفة، 2001).
15. فيغار بلوجورج، تاريخ الجمال: الجسد وفن التزيين في عصر النهضة الأوروبية إلى أيامنا، ط1، (بيروت: المنظمة العربية للترجمة، 2011).
16. مجدي عزيز إبراهيم، معجم مصطلحات ومفاهيم التعليم والتعلم، ط1، (القاهرة: عالم الكتب، 2009).

*المقالات:

17. بوغرزة رضا، كعواش رؤوف، التعرض للعنف في شبكة الإنترنت وتأثيره على سلوكيات الشباب الجزائري، مجلة التراث، العدد6، المجلد7، 2017.
18. شعوفي قويدر، الذوق الجمالي وتجربة الكشف والتجلي عند محي الدين ابن عربي، مجلة لوغرس، العدد5، المجلد7،

2017.