

الهوية الثقافية الجزائرية والعولمة الإعلامية: المهددات وسبل الوقاية

Algerian Cultural Identity and Media Globalization: Threats and Means of Prevention

نور الهدى عبادة

أستاذة باحثة

جامعة الجزائر3

البريد الإلكتروني: n.nour74@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2019/01/15

تاريخ القبول: 2019/02/10

تاريخ الاستلام: 2019/01/24

ملخص:

يُعتبر خطر التدفق الإعلامي والثقافي الغربي على هوية الشعوب الثقافية أكبر عامل يُركز عليه دارسوا العولمة الإعلامية، باعتبارها لا تُشكل نجاحا تكنولوجيا فقط، بل تتعداه لتمس مختلف جوانب الحياة البشرية، وقد أثبتت العديد من الدراسات أن وسائل الإعلام المختلفة خاصة التلفزيون والانترنت باتت تقوم بدور الوالدين من خلال تلقين معتقدات وعادات جديدة غريبة على بيئة المواطن الجزائري وعن هويته الثقافية وهو ما ينعكس سلبا على شعوره بالإنتماء لثقافته. إننا نسعى من خلال هذا المقال إلى الكشف عن مختلف مهددات الهوية الثقافية الجزائرية في ظل العولمة الإعلامية وكذا الوقوف عند السبل الكفيلة بمواجهتها (المهددات).

الكلمات المفتاحية: العولمة، العولمة الإعلامية، الهوية، الهوية الثقافية، الهوية الثقافية الجزائرية.

Abstract

The danger of a Western media and cultural flow on the identity of cultural peoples is the single biggest factor in the study of media globalization , as not only a technological success but also a touch of the various aspects of human life.

Many studies have shown that the various media, especially television and the Internet, are playing the role of parents by teaching new beliefs and customs that are strange to the environment of the Algerian citizen and his cultural identity, which negatively affects his sense of belonging to his culture. In this article, we seek to uncover the various threats of Algerian cultural identity in light of the globalization of media, as well as to find ways to confront them (threatened).

Keywords: Globalization, Media globalization, Identity, Cultural Identity, Algerian cultural identity.

1. مقدمة

يصعب الحديث عن مسألة الهوية الثقافية في هذه المرحلة التاريخية دون الحديث عن ظاهرة العملة التي أصبحت الخطر الأكبر الذي يحدق بها، فمالك الوسيلة يسعى إلى جعل ثقافته هي النموذج الذي يجب أن تحتذى به جميع الثقافات عن طريق عولمتها فيختفي على إثر ذلك الخاص لصالح العام الذي هو أساسا خاصا لكن أريد له أن يكون عاما ليس لأنه يحمل مضامين عامة انسانية بل بسبب القوة والهيمنة فيتم بذلك ابتلاع ثقافة الأطراف داخل ثقافة المركز التي أصبحت ثقافة عالمية، لتصبح العملة بهذا المعنى تعبير عن غزو قومي يستهدف هوية الأمة وقيمها ورموزها ومرجعيتها الخاصة لصالح نمط حياة غربي تُرسخه العملة الإعلامية وتغذيه قصور نظرة المجتمع إلى معنى الانتماء، وتبني الأفكار والمظاهر المستوحاة من الغرب والتي تحمل في ظاهرها معاني تختلف عنه في باطنها وبذلك أقحمت العديد من الشعوب في عصر العملة دون استعدادات كافية ودون أجندة مجتمعية أو وطنية للتعامل مع التحديات والمخاطر الجديدة، ولهذا جاءت عملة الشعب العربي والجزائري من الخارج على شكل ضغوط متزايدة ومتعددة الأشكال والأهداف أدت إلى انكماش المجتمعات وتذرر بنياتها على حد تعبير المفكر "برهان غليون". وإذا كانت كل الثقافات والهويات على مستوى العالم قد عانت من انعكاسات العملة الإعلامية السلبية فإن الهوية الثقافية الجزائرية كان حظها من التأثير السلبي مزدوج ويمكننا القول بأنها اليوم تُعاني هجمة بحدين خطيرين: يتمثل أحدهما في معطيات التطور الطبيعي لثقافة عالمية جديدة هي ثقافة العملة، ويتمثل الثاني في هجمة عنصرية ثقافية تهدف إلى تشويه الهوية الثقافية الجزائرية بوصفها تنتمي للهوية الأم -العربية الإسلامية- بضرب أهم مقوماتها وهو الدين الإسلامي من خلال محاولة ربطه بالعنف والارهاب والقتل. ومن هنا نطرح السؤال التالي :

ما هي مهددات الهوية الثقافية الجزائرية في ظل العملة الإعلامية؟ وما هي سبل مواجهتها؟

أهمية الموضوع:

تظهر أهمية دراسة العلاقة بين الهوية الثقافية الجزائرية والعملة الإعلامية من حيث :
- يرتبط الموضوع بهويتنا الثقافية وبالدين الإسلامي، أي أنها مسألة تميز ومن ثم وجود.

- فيها دعوة للتبصر والتأمل بالتحديات التي تُشكلها العملة الإعلامية على هويتنا الثقافية.
- فيها دعوة للوعي بضرورة وضع استراتيجية إعلامية جزائرية دفاعية، واقية من اختراقات العملة الإعلامية .
- اقتراح السبل الكفيلة لتطوير هويتنا الثقافية من جهة والتصدي لتحديات العملة من جهة أخرى.

وسنتناول في المقال العناصر التالية:

مقدمة

- 1.1: الاضاءة على أهم المفاهيم الواردة في البحث.
 - 2.1 مظاهر مهددات الهوية الثقافية الجزائرية في ظل العملة الإعلامية.
 - 3.1 أساليب العملة الإعلامية.
 - 4.1 سبل مواجهة مهددات العملة الإعلامية على الهوية الثقافية الجزائرية.
- خلاصة واستنتاجات

2. المفاهيم

1.2 الغزو الثقافي :

يُعرف الغزو الثقافي على أنه الحالة التي تغلب فيها الثقافة الأجنبية على ثقافة شعب ما، وخلق هوة بين ماضي ذلك الشعب وحاضره، وبينه وبين تراثه الثقافي، مما يؤدي إلى رفع شأن الحضارة الأجنبية وطمس معالم الحضارة المحلية أو الوطنية. (أحمد علي كنعان، 2008).

2.2 العمولة:

العمولة بالمصطلح الفرنسي "Mondialisation" هي ترجمة للمصطلح الأنجلوساكسوني "Globalisation"، وتعني تعميم الشيء وتوسيع دائرته ليشمل العالم كله" Mohamed Salah (Mohamed Mahmoud 1996) عرف (Fafowora 1998) العمولة بأنها السيرورة المكثفة للحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية العابرة للحدود، وتهدف الى التجانس والتماثل السياسي والاجتماعي والاقتصادي على مستوى العالم. (Daniel katama mwaringa 2009).

كما عرّف "روجيه جارودي" العولمة بأنها: "نظام يُمكن الأقوياء من فرض الديكتاتوريات للإنسانية التي تسمح بافتراس المستضعفين بذريعة التبادل الحر وحرية السوق، كما وصفها آخرون بأنها "العقل الإلكتروني، والثورة المعلوماتية القائمة على المعلومات والإبداع التقني غير المحدد دون اعتبار للأنظمة والحضارات والثقافات والقيم والحدود الجغرافية والسياسية القائمة. (سليمان كايد (<http://www.qou.edu/arabic/conferences/>)

تعدد أنماط العولمة أدى إلى تعدد تعريفاتها حيث ركز كل تعريف على جانب معين من جوانبها: سياسية، اقتصادية، اجتماعية والثقافية ... وما يهمنا هنا نوعين فقط من العولمة (أحمد علي كنعان، 2008):

1.2.2. العولمة الثقافية :

يعتبر العالم الأمريكي (ناعوم تشو مسكي العولمة الثقافية بمثابة نقلة نوعية في تاريخ الإعلام تُعزز سيطرة المركز الأمريكي على الأطراف أي على العالم كله)، ويشير عبد الإله بلقز إلى أن العولمة الثقافية كما يدعي روادها هي انتقال من مرحلة الثقافة الوطنية إلى ثقافة عليا جديدة وعالمية وهي في حقيقتها ليست سوى اغتصاب ثقافي وعدوان رمزي على سائر الثقافات الأخرى للشعوب وفرض الثقافة الغربية. (سليمان كايد (<http://www.qou.edu/arabic/conferences/>) أي أن العولمة الثقافية تؤدي إلى بروز الثقافة كسلعة عالمية، تُسوق كأى سلعة تجارية أخرى، ومن ثم بروز وعي وإدراك ومفاهيم وقناعات ورموز ووسائط ثقافية عالمية الطابع.

2.2.2. العولمة الإعلامية

حسب المفهوم الأمريكي: "تعميم نمط من الأنماط الفكرية والسياسية والاقتصادية لجماعة معينة أو نطاق معين أو أمة معينة على العالم بأسره". (رحيمة عيساني، 2005-2006). يُعرفها "السيد أحمد مصطفى" بأنها: "سلطة تكنولوجية ذات منظومات معقدة لا تلتزم بالحدود الوطنية للدول، وإنما تطرح حدودا فضائية غير مرئية، ترسمها شبكات اتصالية معلوماتية على أسس سياسية واقتصادية وثقافية وفكرية لتُقيم عالما من دون دولة ومن دون أمة، ومن دون وطن، هو عالم المؤسسات والشبكات التي تتمركز وتعمل تحت إمرة منظمات ذات طبيعة خاصة، وشركات متعددة الجنسيات، يتسم مضمونه بالعالمية والتوحد على رغم تنوع رسائله التي تبث عبر وسائل تتخطى حواجز الزمان والمكان واللغة، لتخاطب مستهلكين متعددي المشارب والعقائد والرغبات والأهواء". (رحيمة عيساني، 2005-2006).

3.2.2. الهوية الثقافية:

تُعرف الهوية الثقافية والحضارية لأمة من الأمم بأنها " القدر الثابت والجوهري والمُشترك من السمات والقسمات العامة التي تميز حضارة هذه الأمة عن غيرها من الحضارات والتي تجعل للشخصية الوطنية أو القومية طابعاً يتميز به عن الشخصيات الوطنية والقومية الأخرى. (أحمد علي كنعان، 2008)

تُعرف أيضاً بأنها: "ذلك المُركب المتجانس من الذكريات والتصورات والقيم والرموز والتعبيرات والإبداعات والتطلعات التي تحتفظ لجماعة بشرية وتُشكل أمة، وبعبارة أخرى هي المُعبر الأصيل عن الخصوصية التاريخية لأمة من الأمم". (محمد عابد الجابري، 1998)

وهناك من يرى " أن الهوية معناها في الأساس التفرد، والهوية الثقافية هي التفرد الثقافي، بكل ما يتضمنه معنى الثقافة من عادات وأنماط وسلوك وقيم ونظرة إلى الكون والحياة. (أحمد علي كنعان، 2008)

يُعرف قاموس اللغة الفرنسية "الهوية على أنها: "التشابه على مستوى الشكل واللون، وهي مجموعة ظروف أو أوضاع تجعل من شخص ما مميزاً" (Dictionnaire de la langue française 1957) وقد أُعتبرت اللغة قلب الثقافة وأهم مقوم لها (Anderzian Sossie 1985). بالإضافة إلى الدين والتاريخ.

4.2.2. الهوية الثقافية الجزائرية

تُعرف الهوية الثقافية الجزائرية على أنها تفرد الشخصية الجزائرية: كأفراد ومجتمع بمجموعة من الصفات والخصائص النظرية والعملية التي تُميزها جزئياً أو كلياً عن باقي الهويات الأخرى في ميادين متنوعة والتي تتضمن الدين والثقافة واللغة والقيم الأخلاقية، التي اصطبغت بصبغة الاسلام والعروبة منذ ازمة بعيدة (الكندري لطيفة حسين، 2007). قال تعالى: "صبغة الله ومن أحسن من الله صبغتاً". (القرآن الكريم، سورة البقرة، الآية 138)

كما أن الجزائر قبل 1830 كانت متشعبة ومتأثرة بنفس القيم الروحية والأخلاقية في كل من المغرب وتونس، وحتى خارج حدود هذه البلدان من شرق ليبيا إلى غاية غربها، كما كان الجزائريون يتنقلون بسهولة من بجاية إلى القيروان ومراكش، وطرابلس، القاهرة ودمشق وبغداد، وكانهم ذاهبون من الجزائر العاصمة إلى تلمسان، ولهذا فإن رسم الحدود المكانية

للهوية الوطنية الجزائرية لم تكن معروفة قبل الاحتلال الفرنسي كما هي عليها الآن، كما لم تكن الحدود تُعرف بين سكان المغرب العربي. (Kamel Bouchama, 2000)

3. مظاهر تهديد العملة الإعلامية للهوية الثقافية الجزائرية

طُرحت العديد من المخاوف بخصوص تداعيات العملة الإعلامية على هويات الشعوب حيث اعتبرت بمثابة التيار الذي يجتاح كل شيء، ومن هنا فالعلاقة بين العملة والهوية الثقافية هي علاقة تشبه المعادلات الصفرية إما...أو..

فبينما تكافح الشعوب من أجل الاعتراف بهويتها واستعادتها، قدّم هال (Hall 1997) وجهة نظر مختلفة لما أسماه بأزمة الهوية، ذلك أن الهوية حسب رأيه هي مجرد تبني مجموعة من الأفكار مع استبعاد "الآخرين"، وأنه لا توجد الذات الأساسية التي يتم تمثيلها أو التعبير عنها، وأن الهوية دائماً ما تكون غير مستقرة ومجزأة ومحصورة، لأنها تعتمد على استبعاد ما هو "آخر" (Daniel katama mwaringa, 2009)، ولئن أكد بعض النقاد على أن النظام الإعلامي العالمي لا يحل محل وسائل الاتصال الوطنية حيث لا تزال هناك اختلافات مميزة بين النظم السياسية والخصوصيات الثقافية التي تمنع التجانس الكامل (Carolina Matos, 2012). فإن البعض الآخر أمثال (Nederveen Pieterse 2004) يرى بأن تأثير الثقافة العالمية لا يُمكن أن يؤدي إلى انقراض المحلي، وخير مثال على ذلك صناعة أفلام بوليوود في الهند. في حين شدّد بعض المنظرين للعملة الثقافية أمثال البريطاني "أنتوني جيدينز" Anthony Giddens على ضرورة الاعتراف بخطورة مزج الثقافات المحلية مع الأجانب العالميين بالنظر إلى المؤثرات والمغريات التي تستخدمها العملة الإعلامية (Carolina Matos, 2012)، حيث تستخدم مكونات الوسائط الإعلامية المختلفة، التي تؤثر بها على طريقة عمل الناس وطريقة تفكيرهم ونظرتهم لهوياتهم وثقافتهم وعالمهم. (Sameer O.A Baniyassen, 2017)، ف 89% من المجالات التي تباع في كندا هي مجالات أمريكية، بالنظر إلى انخفاض نسبة المجالات المنتجة محليا، وقد اعتبرت الحكومة الكندية إنتاج المجالات محطة هامة لدعم الهوية الوطنية الكندية وبذلك وحرصا منها على حماية الهوية الثقافية الوطنية فرضت الحكومة الكندية ابتداء من 1920 التعريفات الحمائية على المجالات الأجنبية. وفي عام 1965 حظرت كندا الاستيراد للمجلات التي تنشرها جهات أجنبية في بلادهم.

(Culture and Globalization, <http://www.globalization101.org>)

ومن هنا يتضح بوضوح أن العملة الإعلامية تمثل هاجس بالنسبة لكل شعوب العالم وقصد تحديد تداعياتها على الهوية الثقافية الجزائرية لابدأ أولاً من تشخيص التحديات قبل التعرض إلى الأساليب الوقائية التي من شأنها أن تُشكل درعا واقيا يحمي هويتنا، فالإطار العام الذي تتموضع فيه الهوية الثقافية الجزائرية يتميز بجملة من السمات (عمر مصطفى محمد سمحة، 2005):

- أصبحت وسائل الاتصال الجماهيري في زمن العملة هي المصادر الأقوى في حياة الشعوب لصناعة القيم والرموز، وإذا أخذنا بعين الاعتبار ما اعترى مؤسسات صناعة القيم في الوطن العربي - بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة - الأسرة والمدرسة - من خلل، تُصبح المخاطر التي تتعرض لها الخصوصية الثقافية الجزائرية أكثر وضوحا وعمقا. فمن حيث اللغة تجبر العملة الإعلامية - الفضائيات الأخرى على الخضوع لمنطق الأقوى، فأكثر من 95% من معطيات الأنترنت باللغة الإنجليزية، في مقابل 3.25% للغة الألمانية و2.25% للفرنسية، وأقل من 1% للغات الغربية الأخرى، وبالتالي من يريد القراءة والكتابة فعليه التواصل بالإنجليزية، وأي بحث أو دراسة أو كتاب يُرشد لجوائز عالمية يجب ترجمته إلى الإنجليزية. (يعي اليحياوي، 1999)

- تعتبر الثورة التكنولوجية التي نعيشها، هي الأعظم في تاريخ البشرية لحد الآن، لدرجة أصبحت معها مسألة تدفق المعلومات ذات الاتجاه الواحد والتي شكلت إحدى سمات النظام الاتصالي الدولي منذ عدة عقود مثار قلق غالبية دول العالم من زاوية الحفاظ على هويتها الثقافية وتميزها وخصوصيتها. وفي دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك اجرتها كل من الباحثة سامية بن عمر والباحثة عامري خديجة حول "الفضاءات الاجتماعية وأثرها على تشكيل الهوية الثقافية للشباب الجزائري" - حيث يعتبر الموقع تجسيدا واضحا للعملة الإعلامية - أجاب 90% من المبحوثين بأن هنالك تغيرا واضحا قد حدث على اللغة واللباس والمعتقدات بسبب التغيرات الاجتماعية والثقافية التي طرأت على المجتمع الجزائري في ظل التنامي المتسارع للتكنولوجيا الحديثة والانفتاح الإعلامي، في حين نفى 10% منهم وجود تغير في اللغة واللباس والفكر.

- معظم المبحوثين اكتسبوا قيم ومعتقدات جديدة من خلال الانتماء للفيسبوك بنسبة 78%، ويرجع ذلك إلى أنه فضاء واسع يسمح بالتعرف على أشخاص من مختلف الثقافات والحضارات ومن مختلف الدول.

- 70% من المبحوثين اكتسبوا لغة جديدة من خلال الانتماء للفيسبوك .

- 52% من المبحوثين اجابوا ان الفيسبوك ساهم في الابتعاد عن القيم والعادات والتقاليد التي يتمسك بها المجتمع الجزائري من بينهم 44% من الذكور و 08% من الإناث ، أما النسبة التي تليها فهي 48% والتي تمثل مدى مساهمة الفيسبوك في التحرر من القيم والعادات والتقاليد التي يفرضها المجتمع من بينهم 26% ذكور و 22% إناث.

- تغلغل أمريكي كبير جدا في كل مجالات الحياة الدولية بصفة عامة والعربية بصفة خاصة والجزائرية من خلال فرض الأفكار الليبرالية على الشعوب إما بواسطة القوة الصلبة أو القوة الناعمة. كما تُعتبر ذريعة الحرب على الإرهاب أشهر ذريعة أمريكية للتدخل في شؤون المنطقة العربية ومن ثم الجزائرية وفرض ثقافة غربية هدفها الأساسي طمس هويتنا الثقافية.

- تهدف العملة الإعلامية إلى تحويل العالم إلى الصورة الأمريكية. ويفترض ذلك بالضرورة اختزال الخصوصيات والهويات الأخرى في ثقافة واحدة هي ثقافتها. وفي دراسة أجراها كل "Morgan و"Kang" والتي استهدفت معرفة تأثير التعرض للمواد" التلفزيونية الأمريكية على اتجاهات الشباب الكوري إلى أن كثرة التعرض لهذه المواد، أدت إلى إحداث تحولات حادة في القيم الكورية التقليدية، لاسيما لدى الفتيات اللاتي أصبحن أكثر تحورا، وأقل تمسكا بالقيم الأسرية السائدة في كوريا الجنوبية، كما أنهن أصبحن يرفضن طرق الزواج التقليدية ولا يقمن اعتبارا للمعايير الأخلاقية، ويعتقدن أن قضاء الوقت في الممارسات الجنسية دون زواج ليس من قبيل العيب أو الشيء غير الأخلاقي، باعتبارها حرية جنسية، كما أنه أصبح لديهن ميل نحو ارتداء الملابس الأمريكية مثل "الجينز" والاستماع لموسيقى "الروك"، وينظرن إلى الكونفوشيوسية "الديانة السائدة في كوريا" باعتبارها عقيدة غير ملائمة. (Kang .J and Morgan .M1990) ، وفي الجزائر توصلت الباحثة "رحيمة عيساني" من خلال دراستها الميدانية الموسومة بـ : الآثار الاجتماعية والثقافية للعملة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية-الشباب الجامعي بالجزائر أنموذجا إلى أن 43.54% من الشباب الجزائري قد تأثروا بالثقافة الغربية من حيث المظهر الخارجي وطريقة اللباس، حيث يفضل الشباب ارتداء "سروال الجينز" كما طال التأثير الاستهلاك الغذائي حيث عبرت نسبة 86.71% من المبحوثين أنهم يفضلون الأكلات السريعة الجاهزة. (رحيمة عيساني، 2005-2006)

- نتج عن مظاهر العملة الثقافية في الجزائر (العشرية السوداء)، لجوء بعض الأفراد والمؤسسات وبعض التيارات الفكرية إلى تبني إجراءات حمائية ثقافية تُكرس الانغلاق مما زاد الأوضاع سوءا وهو ما بات واقعا فعلا في مجتمعاتنا، فلا تكاد تخلو دولة عربية من تنظيمات ارهابية مختلفة تنشط بهدف محاربة أمريكا واتباعها في المنطقة على حسب رأيهم مما قد يُعرض مبدأ المشاركة السياسية إلى مزيد من التهميش.

- تاريخيا طالما سبقت البعثات التبشيرية ورحلات الاستكشاف الاحتلال العسكري كما عملت قوى الاحتلال على تأسيس نظام تعليمي في البلاد المستعمرة ينشر ثقافة ولغة وآداب وتاريخ ومظاهر حضارة المستعمر، من أجل تكوين نخبة تحمل ثقافته وتؤمن بها بديلا عن الثقافة الوطنية والقومية، وفي تونس والجزائر والمغرب العربي خير دليل على ذلك. والعملة الثقافية اليوم ماهي إلا استمرار لهذه الحملات بوسائل أخرى

- غدّت العملة الإعلامية ما آلت إليه أحوال مجتمعنا من تردي لا سيما في مجالات الحريات وحقوق الإنسان، وظهر تيار يرى أن التغيير المفروض من الخارج هو الحل الوحيد لإحداث النقلة المطلوبة باتجاه الديمقراطية. (سليمان كايد <http://www.qou.edu/arabic/conferences/>)

- تكمن قوة العملة الإعلامية وسرعتها في التأثير من خلال قدرتها الخارقة على اقتحام أسواقنا وعدم قدرة اقتصادنا الوطني على المنافسة، ذلك أن العملة الإعلامية تقتضي التحكم بآليات التفكير وتتطلع إلى التماثل الثقافي، وهو ما يعتبره العديد من الكتاب اغتصاب للهوية.

يكمن تهديد الخصوصية الثقافية الجزائرية من خلال زرع القيم والأفكار النفسية والفكرية للقوى المسيطرة في وعي الشباب وانفتاح هذه المجتمعات أمام الثقافة المسيطرة مما يؤدي إلى إعادة صياغة قيم وعادات جديدة تؤسس لهوية ثقافية وحضارية أخرى، غريبة على مجتمعنا تنتجها مصالح الأقوياء ووسيلتها الأساسية أداة إعلامية جبارة أصبحت قادرة على صياغة الأخلاق وحتى العادات والتقاليد أو التفرقة ومحاولة نشر الفتنة بين الثقافات المختلفة في بلادنا. (سليمان كايد <http://www.qou.edu/arabic/conferences/>)

- ظهور منظومة قيمية جديدة ليصبح الربح والمصلحة الشخصية وحب الذات هي القيم المطلقة واستبدال مبادئ الخير وحب الآخرين والتعاون التي نادى بها الدين الاسلامي بمبادئ تتمحور أساسا حول الكسب المادي والأنانية وحب الذات والجنس من خلال تربية جديدة عنوانها الثقافة الجنسية والثقافة العنيفة. حيث أثبتت نتائج الدراسة الميدانية التي قامت بها

الباحثة الجزائرية رحيمة عيساني أن 50.22% من المبحوثين أجابوا بأن القنوات الأجنبية دعمت التقليد الأعمى للسلوكيات السيئة، كما أجاب 8.58% منهم أنها ساعدت على تمجيد الثقافة الغربية، وأجاب 7.87% منهم أنها شجعت على العنف والعدوانية وإثارة الغرائز بما تقدمه من أفلام إباحية وعنيفة، في حين أجاب 7.17% منهم أن البرامج الأجنبية تبعدهم عن هويتهم وأصالتهم.

كما أن قوة دفع الثقافية الوافدة ستُفقد الدول الصغيرة ثقافتها وتبدأ في التخلي التدريجي عن خصائصها الثقافية لصالحها-الثقافة الوافدة-مما يؤدي إلى الانقسام والتفكك وظهور الشروخ والصدع الثقافي والحضاري، وظهور الثقافة الوطنية في صورة باهته عاجزة عن تقديم التصورات الشخصية الراقية في الوقت الذي تظهر فيه ثقافة العملة هي الثقافة المثالية. حيث أثبتت نتائج دراسة الباحثة عيساوي رحيمة أن 52.48% من الشباب الجامعي الجزائري يشعر بالاعتراب داخل أوطانها وترغب في الهجرة للخارج.

4. سبل مواجهة مهددات الهوية الثقافية العربية

1.4 دور الأسرة:

نشرت المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم استراتيجية لتطوير التربية العربية وشددت في وثيقتها على المبدأ الوطني في التربية وشمل الأهداف التالية(المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم 2006).

- التربية هي الأداة الأساسية لغرس الروح الوطنية وحب الوطن في نفوس الناشئة.
- تعمل التربية على جعل الطفل منذ صغره محبا لوطنه ومنتصيا إليه.
- تعمل التربية على بناء انسان يحترم ويحب أبناء وطنه الذين يعيشون معه في نفس الأرض ويتعاون مع الجميع من أجل الحفاظ على وحدة الوطن وثرواته وموجوداته.
- جعله يقتنع منذ الصغر أن الوطن هو الذي يساعده على تحقيق أهدافه الفردية التي يطمح إلى تحقيقها.

- تربية النشئ وتعميق الإيمان في نفوسهم بأن حب الوطن هو أساس تنمو منه الاتجاهات والميول الإنسانية تجاه أمتة العربية أي هويته الثقافية.

- العناية بالهوية الثقافية الوطنية وغرسها في نفوس اليافعين فريضة حضارية لازمة لمواجهة الأزمات المدنية في جميع الأوقات، لذلك فإن دراسة الهوية الثقافية للناشئة قضية جوهرية في

المجتمعات التي تنشُد الحياة الآمنة المنتجة و تهدف إلى تكوين جيل له عطاء متدفق ورأي مستنير يصعب جعله منقاد بسهولة .

2.4 دور الجامعة :

يظهر دور الجامعة في حماية الهوية الثقافية من خلال: (سليمان كايد

<http://www.qou.edu/arabic/conferences/>

- المحافظة على اللغة المحلية في ظل تزايد تهميشها .

- المساهمة في نشر الوعي بخطورة ظاهرة هجرة العقول والكفاءات العلمية إلى الخارج على الهوية الثقافية الجزائرية، ذلك أن هويتنا الثقافية في أمس الحاجة إلى هذه الإطارات والكفاءات فمن باب المنطق أن تسهم هذه الكفاءات في رقي الجزائر ومن باب العدل عدم تهميشها.

- التأكيد على تنمية الوعي بمبادئ حقوق الإنسان.

- ضرورة تنمية الشعور بالولاء والانتماء الوطني.

3.4 دور الإعلام الوطني في مواجهة تحديات العملة الإعلامية

وهو ما يستدعي وجوب التفطن إلى ضرورة (غازي بن زين عوض الله، 2002):

- تخصيص وقفة جادة للنقد الذاتي والبحث في أسلوب مختلف لخطاب وطني عصري يتلقاه الغير باحترام واهتمام.

- ما نلاحظه مؤخرا هو ذلك التطور الكمي في عدد القنوات الجزائرية الخاصة لكننا نلاحظ أن هذا التطور الكمي لم يواكبه تطور في مجالات البحث العلمي الإعلامي والمواضيع الجادة.

- معالجة أزمة عدم الثقة التي يشعر بها المواطن الجزائري تجاه قنواته مما يجعله ينصرف إلى الإعلام الغربي.

- مكونات الخطاب الاعلامي المدافع عن الهوية الثقافية الجزائرية والناجح (غازي بن

زين عوض الله، 2002) :

- التطرق لأعلام الجزائر باعتبارهم مبدعين وعلماء مفكرين فلاسفة والتأكيد على هوياتهم وانتماءاتهم الوطنية.

- الاهتمام بالإعلام الديني بوصف الدين الاسلامي أهم مقوم للهوية الوطنية حيث أثبتت نتائج الدراسة الميدانية التي أجرتها الباحثة "محب حفيظة" والموسومة ب: الإذاعة المحلية والهوية

الثقافية لدى الشباب الجزائري في ظل العولمة (15 جانفي- 15 مارس 2016) أن جل أفراد العينة والتي بلغت نسبتهم 94.7%. أكدوا أن مضمون البرامج الدينية بإذاعة تيبازة المحلية تساهم فعلا في تشكيل القيم الأخلاقية للفرد المستمع، ويتجسد ذلك من خلال تعريفه بفرائض الإسلام بنسبة 68.66%. وتفسير القرآن بنسبة 45.84%، والتعريف بسيرة الأنبياء وذلك بنسبة 15.49%.

- إظهار المعالم العربية والأمازيغية من خلال وسائل الإعلام كمصدر فخر للتنوع الثقافي الوطني حيث اثبتت نتائج الباحثة " محلب حفيظة" أن العادات والتقاليد التي تبتها إذاعة تيبازة المحلية من خلال برامجها تختص معظمها بالأعراس وما تبعها (اللباس، الأكل) وذلك بنسبة 33.3%. أما الأعياد الدينية فكانت نسبتها 26.7%، والأمثال الشعبية فكانت بنسبة 21.75%، فيما جاءت أخيرا الأعياد الشعبية بنسبة 18.24%، وهذا يدل على تنوع برامج إذاعة تيبازة المحلية بتقديمها كل طبوع وأنواع الثقافات التي تمثل المنطقة المحلية.

- التعرض للنشاطات الثقافية كالمعارض والسنا والمسرح...

- اظهار امكانية تعايش الثقافات سلميا.

5. الخاتمة

تُشكل العولمة الإعلامية ظاهرة معقدة ومثيرة للجدل، ولئن اختلفت الرؤى بشأن كيفية التعامل معها يبقى الاتفاق واضح بشأن تحدياتها ومخاطرها على هوية الشعوب، فوراء هذا الاختلاف والتنوع في الفكر هاجس مشترك يعكس موقفا مشتركا يؤرق الفكر الجزائري والعربي بصفة عامة، وهي مسألة الهوية الثقافية والتحويلات العميقة التي أحدثتها العولمة والتصنع الذي ألحقته بالهويات والخصوصيات الثقافية .

إن مسألة طرح الهوية الثقافية في هذه المرحلة من حياتنا يُعبر عن أزمة حضارية تعيشها هويتنا الثقافية بوصفها تتموضع في مفترق طريق، تبحث عن مخرج من موقف يزداد حيرة بين الأصالة والمعاصرة الخصوصية والاستمرارية، الإسلام والهوية. إن السؤال الذي يجابهنا هنا هو كيف نحافظ على هويتنا وخصوصيتنا وأصالتنا وإبداعاتنا الخاصة دون أن نقطع الطريق الذي يوصلنا بالتقدم الحضاري العالمي الإنساني؟ بعبارة أخرى كيف نستطيع أن نجتمع بين ما هو أصيل وحي وقوي وحقيقي في حياتنا دون أن نقطع الصلة بالفكر الإنساني العالمي.

6. قائمة المراجع:

- أحمد علي كنعان، "الأساليب المقترحة لتحسين الشباب العربي ضد التيارات المعادية(دراسة ميدانية على طلبة دبلوم التأهيل التربوي)", مجلة جامعة دمشق- المجلد24- العدد الأول والثاني2008، ص256.
- Mohamed Salah Mohamed Mahmoud, **Mondialisation et souveraineté de l'état**, journal du droit international, n°3, paris, 1996, p 635.
- Daniel katama mwaringa, **globalization and cultural impact of the media; a web analysis of the facebook social network**, a research project presented in partial fulfilment of the requirements for the award of master of arts in communication studies of the university of Nairobi,2009,P14.
- سليمان كايد، دور الجامعات في مواجهة تحديات العولمة الثقافية وبناء الهوية العربية الاصلية والمعاصرة، دراسة منشورة عبر الموقع الالكتروني، تم التصفح بتاريخ، 2018-12-15 على الساعة 19.25، نقلا عن:
http://www.qou.edu/arabic/conferences/socialResponsibilityConf/dr_sulimanKaied.pdf
- أحمد علي كنعان، "الأساليب المقترحة لتحسين الشباب العربي ضد التيارات المعادية(دراسة ميدانية على طلبة دبلوم التأهيل التربوي)", مرجع سابق، ص256.
- سليمان كايد، مرجع سابق.
- رحيمة عيساني، الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية-الشباب الجامعي بالجزائر أنموذجا-، أطروحة دكتوراه منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 2006-2005، ص122.
- المرجع نفسه، ص123.
- أحمد علي كنعان، " الشباب الجامعي والهوية الثقافية في ظل العولمة الجديدة(دراسة ميدانية على طلبة جامعة دمشق)، دمشق عاصمة الثقافة العربية،2008، ص 417.
- سليمان كايد، مرجع سابق.
- محمد عابد الجابري، العولمة والهوية الثقافية، الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية بيروت، 1998، ص14.
- أحمد علي كنعان، الشباب الجامعي والهوية الثقافية في ظل العولمة الجديدة، مرجع سابق ص420.

- Dictionnaire de la langue française sien, 1957, p46.
- Anderzian Sossie, **Les Algériens en France, Génèse et devenir d'une immigration**, Publisud, 1985, p336.
- الكندري لطيفة حسين، نحو بناء هوية وطنية للناشئة، الطبعة الأولى، المركز الاقليمي الطفولة والامومة، الكويت، 2007، ص54.
- القرآن الكريم، سورة البقرة، الآية 138.
- Kamel Bouchama, **Algérie terre de foi et de culture**, Alger, casbah, édition, Houma, 2000, p p 41- 42.
- Daniel katama mwaringa, Op.Cite.P17.
- Carolina Matos, **"Globalization and the mass media"** in Wiley-Blackwell's Encyclopaedia of Globalization, City, University of London Institutional Repository, Oxford: Wiley-Blackwell, 2012, p6.
- Ibid, pp 6-7.
- Sameer O.A Baniyassen, **Media Globalization**, United Arab Emirates University, 2017, https://www.researchgate.net/publication/318543028_Media_Globalization.
- Culture and Globalizationm, Aproject of suny levin institute, p15 <http://www.globalization101.org>
- عمر مصطفى محمد سمحة، العولمة الثقافية والثقافة السياسية العربية: برنامج الإصلاح الديمقراطي والثقافة السياسية التشاركية في الوطن العربي، رسالة ماجستير منشورة قسم التخطيط والتنمية السياسية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين، 2005، ص11.
- يحي اليحياوي، في العولمة والتكنولوجيا والثقافة، مدخل الى تكنولوجيا المعرفة، 1999، ص175.
- Kang .J and Morgan .M, Culture Clash, **Impact of US.A Television in Korea** Journalism Quarterly Vol (65), N(2), (1) 1990, pp 431-438
- رحيمة عيساني، مرجع سابق، ص397.
- سليمان كايد، مرجع سابق.
- المرجع نفسه.
- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، استراتيجية تطوير التربية العربية المستحدثة، تونس، 2006، ص95.
- سليمان كايد، مرجع سابق.

- غازي بن زين عوض الله، "صيغة الخطاب الاعلامي العربي والاسلامي الموحد الموجه إلى الآخرين"، مجلة اتحاد اذاعات الدول العربية، العدد 2، 2002، ص71.
- المرجع نفسه، ص36.
- محلب حفيظة، الإذاعة المحلية والهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري في ظل العملة: دراسة في الاستخدامات والاشباكات على عينة من المستمعين لإذاعة تيبازة، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم الاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2016-2017، ص363.