

الانتشار الثقافي عبر وسائل الاتصال وانعكاساته على التغير الثقافي في المجتمع الجزائري

Cultural spread through the media and its implications for the cultural change of Algerian society

نورالدين دحمار

أستاذ محاضر "ب"

جامعة محمد البشير الابراهيمي، برج بوعريج

noureddine.34@hotmail.com

تاريخ النشر : 2020/01/14

تاريخ القبول: 2019/11/25

تاريخ الاستلام: 2019/10/28

الملخص:

استهدف المقال البحث في موضوع الانتشار الثقافي عبر أجهزة الاعلام التقليدية وتكنولوجيات الاتصال الحديثة المتمثلة في الأنترنت وتطبيقاتها المتعددة والهاتف النقال وتأثير تلك المنظومة الاتصالية على الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري، الذي يتزايد فيه حجم الاستخدام للوسائط الاعلامية يوما بعد يوم، مثلما كشفتها الاحصائيات والأرقام الصادرة عن الهيئات المتخصصة خاصة في مجال استخدامات الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، وقد انتهى هذا البحث إلى رصد تلك الانعكاسات والتغيرات التي مست الهوية الثقافية للفرد الجزائري مثل اللغة والعادات والتقاليد والقيم الاستهلاكية.

الكلمات المفتاحية: الانتشار الثقافي، وسائل الاتصال، التغير الثقافي.

Abstract:

The article aims at researching the issue of cultural diffusion through traditional media and modern communication technologies represented by the Internet and its various applications, as well as mobile technology and the impact of this communication system on the cultural identity of the Algerian society, by trying to reveal the extent to which it shapes the values of individuals and guides their tastes and behaviors in the context of the globalization of culture, according to a single cultural and cultural model This article ends up to monitor those reflections and changes that affected the cultural identity of the Algerian individual such as language, customs, traditions and consumer values

Keywords: Cultural Diffusion, Communication, Cultural Change and.

مقدمة:

يقول **Mohandas Karamchand Gandhii** "يجب أن أفتح نوافذ بيتي لكي تهب عليه

رياح كل الثقافات، بشرط أن لا تقتلنى من جذوري".

لقد أدى انتشار تكنولوجيايات الاتصال والإعلام في مختلف الدول النامية إلى رسم بيئة رقمية جديدة لها مشكلة تحديا لسيادتها الثقافية، كما نتج عن ذلك أيضا إتاحة الآلاف من القنوات الفضائية التلفزيونية والصحف والمواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي أمام الأفراد، ولعل من أهم ملامح هذه الثورة التكنولوجية هو ذلك المشهد الذي أصبح يفرض على مجتمعاتنا والذي تقوم فيه الدول المتقدمة بالاحتكار والتحكم في صناعة وسائل الاعلام والاتصال ومضامينها وفق ما تشير إليه نظرية المركز والأطراف في الإعلام الدولي التي تؤكد على أن الدول الغربية تقع في مركز المنظومة الاعلامية العالمية، وهي التي تنتج تكنولوجيايات الاتصال وتتحكم في مصادر الأخبار، بينما تتمركز الدول النامية والعربية على هامش هذه المنظومة وتعيش على ما يصنعه الغرب من وسائل اتصالية، ما ينتج عنه تدفق غير متوازن للمعلومات بين الشمال والجنوب.

وقد وفرت خاصية عالمية وسائل الاتصال والاعلام قدرتها على الوصول إلى كل سكان الكرة الأرضية، مما جعلها تحظى بأهمية قصوى من طرف الدول الغربية في محاولة منها لاستغلالها كألية لعولمة الثقافة والفكر والحضارة وفق نموذج واحد يراد له أن يسود كل العالم، وبذلك أضحت أدوات لنشر ثقافات كثيرة خارج حدود مجتمعاتها الأصلية وأذرا قوية لاختراق المجتمعات العربية، لتشكل في نهاية المطاف تهديدا لهويتها وثقافتها المحلية التي تضم اللغة والتراث والتاريخ والعادات والتقاليد وغير ذلك.

وهو ما أكده الباحث الأمريكي (هربرت شيلر **Herbert schiller**) في كتابه (الاتصال والهيمنة الثقافية)، بقوله إن مفهوم الامبريالية الثقافية هي جماع العمليات التي تستخدم لإدخال مجتمع ما إلى النظام العالمي الحديث ولاستحالة الطبقة المهيمنة فيه والضغط عليها وإجبارها كي تشكل المؤسسات الاجتماعية في انساق مع قيم المركز والمهيمن في النظام والترويج لها(عبد العزيز التويجري، 1998).

في الجزائر وبالنسبة لتكنولوجيايات الاتصال الحديثة، الوضع لا يختلف كثيرا عن بقية الدول النامية والعربية، إذ مع بداية التسعينيات بدأ الأفراد مع اطلاق القمر الصناعي العربي عربسات ثم لاحقا القمر الصناعي نايلسات باستقبال المئات من القنوات الفضائية العربية

والغير العربية، كما انتشرت شبكة الأنترنت تدريجيا من خلال طرق عديدة أبرزها خدمة الأنترنت في الهواتف النقالة، وأضحت هذه الوسائل تشكل مرجعية مهمة للحصول على المعلومات عن مختلف القضايا والموضوعات في المجتمع الجزائري، ممكنة أفراده باختيار ما يناسبهم من ما تقدمه القنوات التلفزيونية والإذاعية والصحف الورقية، وكذا وسائل الاعلام الحديثة كالأنترنت والمواقع الالكترونية والهاتف النقال وغير ذلك... الأمر الذي يمكن أن يجعل لتلك المنظومات الاتصالية ومضامينها لها تأثيرات على القيم والعادات والهوية الثقافية للمجتمع الجزائري.

مما سبق جاء هذا المقال العلمي لبحث في التساؤل التالي: ما انعكاسات الانتشار الثقافي عبر وسائل الاتصال والإعلام على التغيير الثقافي في المجتمع الجزائري؟ .
وللاحاطة بجوانب هذا الموضوع وبغية الإجابة التساؤل السابق، سنتطرق للمحاور التالية، وهي:

- المسألة النظرية لمفاهيم وسائل الاتصال، الانتشار الثقافي، الهوية الثقافية:
- الجزائريون والوسائط الاعلامية ...، تعاضد الاستخدام!
- الوسائط الاعلامية حوامل للانتشار الثقافي
- الانتشار الثقافي والإعلام التقليدي
- الميديا الجديدة كآلية للانتشار الثقافي
- الانتشار الثقافي عبر الوسائط الاعلامية في الجزائر،...تمظهرات وتأثيرات

1. المسألة النظرية لمفاهيم وسائل الاتصال، الانتشار الثقافي، الهوية الثقافية:

1.1 / وسائل الاتصال:

يشير مصطلح وسائل الاتصال الجماهيري *Mass Media* بوجه عام إلى كل الوسائط (الأدوات أو الوسائل) غير الشخصية للاتصال التي عن طريقها تنقل كل المعلومات السمعية البصرية بشكل مباشر إلى الجماهير، وتشمل وسائل الاتصال الراديو والتلفزيون والصحف والمجلات والكتب والأنترنت وغير ذلك.

وهذا المصطلح هو اختصار لعبارة "الأدوات المستخدمة في الاتصال مع الجماهير"، وبالتالي يصبح مصطلح وسائل الاتصال الجماهيري يتضمن جانبيين الأول متصل بالوسائل الفنية للنقل والاتصال والثاني متصل بالجمهور، وفي هذا السياق يذهب بعض الباحثين للقول

بأن الأعضاء الذين يكونون الجمهور غير متجانسين فقط، بل إنهم يستجيبون أيضا لكل وسيلة من وسائل الاتصال كأفراد منفصلين (حسني إبراهيم عبد العظيم، 2011)

والوسيلة الاتصالية هي القناة التي تحمل الرموز التي تحويها الرسالة من المرسل إلى المرسل، ففي أية عملية اتصال يختار المرسل وسيلة لنقل رسالته إما شفويا أو عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري، ويشير الباحث فضيل دليو أن الوسيلة ليست هي الجهاز أو الأداة في حد ذاته فقط، ولكنها تتخلص في هيكل التواصل كله بمعنى أن الجريدة بدون مطبع وبدون موزع ليست وسيلة اتصال.

ووسائل الاتصال باعتبارها وسائط ينطبق عليها وصف مارشال ماركوس بأنها امتدادات للإنسان وباعتبارها الوسط تتفق أكثر مع المقولة الشهيرة لماكلوهان "الوسيلة هي الرسالة، وبالتالي يمكن الجمع بين المدلولين لكن على اعتبار أن الوسيلة جزء هام من الرسالة بمعنى إذا كان للرسالة ولخصائصها الذاتية أهمية كبرى في التأثير على المستقبل، فإنه قد يكون لوسيلة الرسالة دور حاسم قد يصل الأمر لجعل لكل وسيلة رسالتها الخاصة للتأثير في المستقبل (هشام بوبكر، 2016).

2.1/ الانتشار الثقافي:

يستخدم مصطلح الانتشار على نطاق واسع في علوم الطبيعة والكيمياء والحياة، كما نصادفه في كتاب تايلور *Taylor* "الثقافة البدائية" *Primitive Culture* الصادر عام 1871، حيث يشير إلى توزيع الخرافات الروائية وكان علماء الأثنولوجيا في أواخر القرن 19 مثل بواس يفضلون استخدام مصطلح نشر *dissemination* على مصطلح الانتشار، غير أن الكلمة الأخيرة عاودت الظهور في مستهل القرن الحالي، وكانت عندئذ فعلا المفهوم السائد في الأثنولوجيا حتى عام 1925، حيث أصبح مفهوم الوظيفة هو المفهوم الأساسي (مبروك بوطوقة، 2013).

وارتبط مصطلح الانتشار بانتقال أدوات أو تطبيقات أو أفكار معينة من مجتمع إلى آخر عن طريق التجارة أو الاتصال المنظم أو العرضي، فالعناصر الثقافية تنتقل من موطن إلى آخر بتأثير بعضها في بعض، كما أن الحضارات بأكملها تتواصل وتتفاعل وتتبدل، وهذه الخاصية أساسية في خواصها مستمدة من كيانها الإنساني والاجتماعي (حارث العبيدي، 2012).

يشير تعريف آخر للانتشار أيضا على "أنه العمليات التي تنتج تماثلا ثقافيا بين مجتمعات متباينة، كما أن معظم التغييرات الثقافية التي تحدث في جميع المجتمعات الانسانية تتطور من خلال الانتشار بين مجتمع وآخر فقط، وإنما قد تحدث داخل المجتمع الواحد بانتشار الخصائص الثقافية في مجتمع واحد.

ومع التطور التكنولوجي الذي تبعه تطور وسائل الاتصال من خلال بروز شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك واليوتيوب والتويتر..إلخ، تعددت وظائفها الاجتماعية من موقع للتواصل بين الأفراد إلى وسيلة للتثاقف (العيد وارم، 2017).

إن لعامل الحاجة دورا مهما في تقارب الثقافات، حين يدعو إلى خلق تفاعل بين الحريات الثقافية والأصالة والتراث الثقافي، وبين الثقافة المحلية والثقافات الإقليمية، وتمهد السبيل لخلق الانفتاح من دون التأثير الأحادي الجانب من الثقافة المحلية فقط، بحيث يفقدها هويتها ومعطياتها على أساس التفاعل المشترك والاستفادة من الومضات اللامعة في الثقافات الأخرى التي يمكن أن تثري وتعزز مسيرة الثقافة المحلية. لأن على الأغلب إن ثقافة أي بلد من البلدان أو أية أمة من الأمم، تضم دوائر ثلاثا متداخلة مع بعضها البعض.

تضم الدائرة الأولى الثقافات المحلية التي لا تخلو من تنوع هم مصدر للغنى والخصب، والدائرة الثانية هي دائرة ثقافة الأمة أو الدولة المعنية بكاملها، وتضم أنماط السلوك المادي والمعنوي التي تميز أية أمة من الأمم عن سواها، أما الدائرة الثالثة فهي دائرة الثقافة العالمية التي تتفاعل مع الثقافة القومية وتمنحها القدرة على الحياة عن طريق تجديدها والتقدم العلمي التقني وثورة المعلومات والاتصال بوجه خاص، وتحول العالم إلى قرية واحدة تؤدي كلها إلى اتساع الدائرة الثالثة (دائرة الثقافة العالمية) وهكذا فإن انتشار العناصر الثقافية مهما كانت أسبابه وعوامله سيحمل في طياته الانصهار والحذف والإضافة، ستتجلى في المنظومة القيمية والفكرية للمركب الثقافي لأي شعب أو مجتمع (حارث العبيدي، 2012).

1.3 /التغير الثقافي :

يتفق علماء الاجتماع والأنثروبولوجيا الثقافية أن ظاهرة التغير تشمل جميع المجتمعات الصغيرة منها والكبيرة ومن ثمة فالتغير هو سبب بقاءها و نموها فبواسطته تتكيف مع واقعها وتسد من خلاله حاجاته وتختلف درجة التغير من مجتمع إلى آخر و من ثقافة إلى أخرى وذلك من حيث الزمان التاريخي و المكان الجغرافي.

إن التغيير عملية موازية يعمل من خلالها المجتمع على الملاءمة بين كيانه وتنظيماته، كما أن التغيير الثقافي يرتبط بوظيفة إشباع الحاجات الأساسية والثانوية لأعضاء الثقافة الواحدة، وهنا يمكن الإشارة إلى أن التغيير الثقافي ليس مجرد إضافة ميكانيكية أو تعويض مطلق لبعض الأنماط أو السمات الثقافية وإنما هو آفة وتعويض كفيان أو "تهجين" و"توليد" بين سمات ثقافية مختلفة وإن كان علماء الاجتماع في الوقت الحاضر يرون أن التغيير في الثقافة وفي البناء الاجتماعي يشكل أحد ميادين علم الاجتماع المعاصر، فإن عدد كبير آخر منهم خاصة أصحاب المدرسة الأنجلوسكسونية استخدموا تعبير "التغيير الاجتماعي" وذلك للدلالة على ظاهرة التحول والنمو والتكامل والتكيف والملاءمة وهي العمليات التي يتعرض لها كل نسق ثقافي (بغدادى خيرة، 2014).

2. الجزائريون والوسائط الاعلامية... تعاضم الاستخدام!

انتهت دراسة بحثية تناولت موضوع "الثقافة الافتراضية وتحولات المجال العام السياسي" إلى تزايد الدور الذي أدته الشبكات الاجتماعية الافتراضية في تشكيل الثقافات الخاصة ببعض فئات وشرائح المجتمعات، وأشارت ذات الدراسة التي اعتمدت على إحصائيات لشركة "كوم سكور" المتخصصة في شئون الأنترنت أن هناك تصاعداً ملحوظاً في استخدام هذه الشبكات داخل المناطق التي تحكمها الأنظمة السياسية التي تتسم بدرجة ما من السلطوية مثل: "أمريكا اللاتينية"، و"الشرق الأوسط"، و"منطقة الباسفيك الآسيوية"، كما رجحت الدراسة أن السبب وراء ذلك هو تزايد حجم القيود المفروضة على الحقوق والحريات العامة في هذه البلدان، بالإضافة إلى استمرار تآكل دور الأحزاب السياسية ومؤسسات الدولة الرسمية. (داليا أشرف، 2017).

في هذا السياق أشار تقرير صادر عن موقعي "وي ار سوشيا" و"هوتسويت" أن أكثر من نصف أعداد سكان العالم الآن مرتبط بالمشبكة العنكبوتية، وأن ما يقارب من ربع مليار مستخدم جديد قد وصل إليه الأنترنت لأول مرة في عام 2017، وتعد إفريقيا هي القارة التي حصلت فيها أكبر زيادة بنسبة تزيد عن (20٪) سنوياً، وقد جاء هذا النمو بعد أن توفر الهاتف الذكي لدى المستخدم على نطاق كبير، بينما أكثر من 3 مليارات شخص حول العالم يستخدمون مواقع التواصل كل شهر، وأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزداد بشكل سريع، بل خلال 12 شهراً الماضية ازدادت نسبة من يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل

مليون مستخدم جديد في كل يوم في بعض الدول، وأن 9 من أصل 10 من هؤلاء المستخدمين يدخلون إلى هذه المواقع من خلال أجهزة الهاتف.

وأشار نفس التقرير إلى أن أكثر من 200 مليون شخص حصلوا على أول جهاز هاتف لديهم في عام 2017، وأن ثلثي عدد سكان الأرض، الذي يبلغ 7 مليارات و 600 مليون لديهم هاتف، وأن أكثر من نصف أجهزة الهاتف المستخدمة اليوم هي أجهزة " ذكية "، لذلك يسهل على المستخدمين الاستمتاع بتجربة مزايا الشبكة العديدة أينما كانوا.(مهند السماوي، 2018)

في الجزائر على وجه التحديد أشارت الإحصائيات الأخيرة حول المجال الرقمي أن نصف المجتمع الجزائري مُتصل بالإنترنت، فمن أصل 41.66 مليون نسمة، 21 مليون منهم يستعملون الإنترنت، وهي نفس النسبة للناشطين شهريا على الفايسبوك، ونسبة (90%) منهم يتصفحون هذا الموقع من أجهزة الهاتف، وكذلك (61%) يدخلون الموقع بأسماء مُذكرة و(39%) منهم يدخلون بأسماء مؤنثة، وزاد استعمال الإنترنت بنسبة (17%) في الجزائر على أساس سنوي بزيادة تُقدر بـ 3 ملايين مُستخدم، في حين زاد مُتعاملو الهواتف النقالة بزيادة (4%) عن العام الماضي، بـ 2 مليون مُستخدم، نسبة (56%) من مُستخدمي الإنترنت مُتصلين عبر أجهزة الحاسوب، وبزيادة (21%) لصالح الهواتف الذكية التي أصبحت بنسبة (41%)، مع نسبة (3%) لصالح الأجهزة اللوحية ونسبة (0.05%) من أجهزة أخرى.

وترتيب لمنصة *Alexa* حول المواقع الأكثر زيارة من طرف الجزائريين، حيث حصل موقع يوتيوب على المركز الأول، ثم بعد ذلك "غوغل النسخة الجزائرية"، ثم بعد ذلك "موقع واد كنيس"، يليه موقع "غوغل" مرّة أخرى، وجاء في المرتبة الخامسة موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك"، ثم "ياهو" ثم "غوغل ثانياة النسخة الفرنسية"، ثم "ويكيبيديا"، وبالنسبة لقائمة المواقع الأكثر زيارة يظهر أن الأغلبية من الجزائريين مهتمون بموقع "غوغل" بالمقام الأول وهو أمر بديهي كونه أشمل وأفضل مُحرك بحث والعديد يبدأ منه حين التصفح، ثم موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" و"يوتيوب" لديهم نصيب، ثم مواقع الرياضة أيضا حاضرة لدى اهتماماتهم. (عبد المطلب ع ، 2018).

في المجتمع الجزائري

بينما أشارت احصائيات أخرى أن من أصل 21 مليون مستخدم لشبكة الفايبر، منهم (38%) نساء يقوم بذلك من خلال الهاتف النقال، في حين بلغ عدد مستخدمي موقع انستغرام 3.4 مليون جزائري، منهم (38%) نساء، ذات الاحصائيات أوضحت أن المستخدمين يرتبطون بالإنترنت من خلال أجهزة الهواتف النقالة والتابلات والحواسيب المحمولة والمكتبية على وجهه الخصوص (عبد القادر زهار، 2018).

ومع انطلاق الحراك الشعبي في الجزائر قام المحتجون باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهواتفهم النقالة لتصوير ما يقومون به، مستغنين بذلك عن إعلامهم الرسمي* مما أدى إلى زيادة أهميتها القصوى لدى الجزائريين أمام عجز القنوات الحكومية والخاصة عن تقديم معالجة موضوعية لتظاهرات ومسيرات الحراك الشعبي، وفي هذا السياق قام المتظاهرون باستغلال الأنترنت كأرضية لخلق إعلام بديل عن الإعلام الرسمي، كما برزت أصوات اتخذت من الأنترنت فضاءا للتعبير عن نفسها، فقد نشر البودكاستر الجزائري فيديوهات تعددت مشاهداتها 10 ملايين مشاهدة مثل فيديو "مانسوطيش" لليوتير "DZ jocker"، عام 2017 والذي عبر فيه عن عدم رضاه عن العملية الانتخابية في الجزائر، ويمكن ارجاع سبب قدرة "البودكاستر" في جذب الجماهير إلى تمكنه من ابتكار وسائل الإقناع والتواصل خاصة باعتمادهم على الفيديو والصورة، ثم اختيارهم لموقع اليوتيوب كمنصة لرسائلهم بسبب أن هذا الموقع يتخطى الحدود الزمانية والمكانية ليصبح تناول قضاياهم تجربة عالمية يتشاركونها مع المجتمعات الأخرى (عادل خالدي، 2017).

الأمر الذي جعل هذه الأدوات الإعلامية الجديدة تمنح للمستخدمين شعورا بأنهم قوة فاعلة لتغيير الواقع وفق رؤيتهم من خلال العالم الافتراضي، والذي بات يشكل لهم حلا تقنيا للإشكاليات السياسية والاجتماعية والثقافية، كما ساهمت هذه الحلول البديلة في ترسيخ ثقافات جديدة، وهذا ما أكدته دراسات بحثية عديدة، حيث خلص الباحثون إلى أن الإنترنت عادة ما تستخدم للتعبير عن جوانب شخصية غير مستكشفة، وتخلق شخصية افتراضية، وفي السياق ذاته قالت الباحثة الأمريكية "شيري توركل" المتخصصة في علوم الاجتماع والتكنولوجيا "نستطيع أن نستخدم العالم الافتراضي للتعبير عن الواقع. (داليا أشرف، 2017).

3. الوسائط الاعلامية حوامل للانتشار الثقافي:

تعتبر وسائل الإعلام من أكثر وسائل التأثير في الرأي العام وتحديد اتجاهاته، بل أصبحت هذه الوسائل مصدرا أساسيا للثقافة العامة لكافة فئات المجتمع، فقد امتد تأثيرها إلى معظم أفراد المجتمع من خلال ما تقدمه من محتوى يحمل مضامين متعددة تلقى قبولا لديهم. إن وسائل الإعلام التكنولوجية المعاصرة تشكل أهم التحديات أمام الثقافة، فهي بين استجابة لمطالبات هذه الوسائل وقدرة على الاستفادة منها وبين الحد من بعض آثارها السلبية التي لم تعد خافية على أحد، ولذا فإن الثقافة الإعلامية تتم صياغتها من خلالها (سعيد عبدالله حارب، 2007).

وتعد وسائل الاتصال أيضا من بين أذرع العولمة الثقافية التي تستهدف تنميط الثقافات غير الغربية وإحلال الثقافة الغربية بدلها بقيمها ومعاييرها التي قد لا تتوافق والنظم الاجتماعية للثقافات غير الغربية. (حارث العبيدي، 2012).

ما سبق قوله تلخصه النظرية الامبريالية لصاحبها عالم الاتصال هيربرت شيللر في أن لوسائل الإعلام الأجنبية ولموادها الإعلامية والثقافية المختلفة دورا قويا في تدمير القيم الأصلية للمجتمعات المحلية من خلال ترويج تقنيات وقيم العالم الغربي. وهناك اتجاهات لدراسة الإمبريالية الثقافية، حيث يركز الاتجاه الأول على الدور الإيديولوجي لوسائل الإعلام في إطار علاقة التبعية ودراسة إنتاج النصوص الثقافية ودوافع القائمين بالاتصال، بينما ركز الاتجاه الثاني على التأثيرات الثقافية والاجتماعية والسلوكية لتدفق المعلومات أحادية الجانب (علياء رمضان ، 2008).

4. الانتشار الثقافي والإعلام التقليدي:

تشير الدكتورة عواطف عبد الرحمن في مؤلفها "الإعلام العربي وقضايا العولمة" إلى أهم وظائف الإعلام العولمي وهي: (عواطف عبد الرحمن، 2003)
أولا: في ظل صعود الإعلام السمعي البصري أصبح هو المؤسسة التربوية والتعليمية الجديدة التي حلت مكان الأسرة والمدرسة والتي تقوم بدور أساسي في تلقين النشء والأجيال الجديدة المنظومة المعرفية المنزوعة من سياقها التاريخي للقيم السلوكية ذات النزعة الاستهلاكية ومن خلال هذه الوظيفة يمارس الإعلام أخطر أدوره الاجتماعية التي تتمثل في إحداث ثورة إدراكية ونفسية تستهدف إعادة تأهيل البشر للتكيف مع متطلبات العولمة وشروطها.

ثانيا: تقوم وسائل الإعلام باختراق منظومة القيم الثقافية لدول الجنوب من خلال المسلسلات والأفلام وقد نجحت أمريكا في اختراق الأنظمة الثقافية لدول الجنوب وقدمت لشعوبها النموذج الأمريكي كغاية مثلى.

ثالثا: تقوم وسائل الإعلام باستقطاب النخب المثقفة للترويج لفكر العولمة وأيديولوجيتها عبر الحوارات التلفزيونية والمقالات والمؤتمرات محاولة منها تهميش الثقافات والسياسات الأخرى ويتم أيضا تكثيف الجهود لمساندة السياسات الاقتصادية الثلاثة الذي يقوم بإدارة اقتصاد العالم " البنك الدولي وصندوق النقد الدولي ومنظمة التجارة العالمية .

رابعا: تشير الدراسات إلى استفادة العولمة من استمرار النظام الإعلامي العالمي الراهن الذي يتسم بالخلل وأوجه التفاوت الخطيرة سواء على المستويات المحلية والعالمية والتي تتمثل في الإنسياب غير المتوازن للمعلومات مع رسوخ الاتجاه الرأسي الأحادي الجانب من الشمال إلى الجنوب من المراكز إلى الأطراف ومن الحكومات إلى الأفراد ومن الثقافة المسيطرة إلى الثقافة التابعة و الدول الغنية تكنولوجيا في الشمال إلى الدول الأفقر في الجنوب .

خامسا: تشير الدراسات إلى تزايد أهمية الأدوار التي تقوم بها الشركات المتعددة الجنسيات في الأنشطة الإعلامية والثقافية ويتجلى ذلك في توظيف وسائل الإعلام الدولية والمحلية كأحزمة ناقلة يتم من خلالها ترويج القيم الاجتماعية والثقافية الغربية ونشرها في دول الجنوب. مما يتسبب في إحداث بلبلة واضطراب شديد في منظومة القيم المميزة لثقافات الشعوب.

سادسا: يقوم الإعلام بدور أساسي في ترويج السلع والخدمات التي تقدمها السوق العالمية من خلال الإعلانات التي تتضمن محتوياتها قيما وأنماط للسلوك الاستهلاكي تستهدف الدعاية للسلع الأجنبية مما يلحق الضرر بالاقتصاديات المحلية علاوة على التأثير السلبي للإعلانات على حرية الإعلام والصحافة في دول الجنوب.

سابعا: تروج وسائل الإعلام العولمية حول ما يسمى بالقرية الاتصالية العالمية باعتبارها أبرز ثمار التكنولوجيا المعاصرة والذي يعنى في جوهره إحاطة الجماهير في كافة أنحاء المعمورة بكل ما يدور في العالم من أحدث وأفكار وصراعات وانجازات بشرية وان يتم ذلك بشكل يتسم بالמושوعية والتكامل والمصدقية بحيث يخلق معرفة شاملة وحقيقية بما يدور في الكون.

كما يعد البث الفضائي عبر التلفزيون من أهم وسائل عولمة الثقافة الغربية وجعلها تهمين على الثقافات الأخرى، فهي لا تعترف بالحواجز، حيث ألغت القيود والمسافات عبر الأقمار

الصناعية ، وسمحت للأفكار بالعبور بصورة متزايدة مكونة ثقافة تتسم بالسطحية والضحالة والإثارة، من أجل تكون ثقافة تتسم بالضحالة والسطحية والإثارة، وتسعى تنميط الذوق وقولبة السلوك، حيث تعد المعركة الثقافية من أهم أوجه الغز الثقافي الذي يتم دون مقاومة، ويمارس على كل أمة من خلال برامج فضائية معدة مسبقا لهذا لغرض إضعاف المقومات الحضارية للأمم وجعلها قابلة للاستتباع، كما يستهدف نسف كل القيم الروحية والمبادئ والمثل السامية والفضائل الكريمة (سعيدة عباس، 2018).

5. الميديا الجديدة كآلية للانتشار الثقافي: 5.1/ الأنترنت:

تسمح هذه التكنولوجيا بنقل أحجام ضخمة من المعلومات والمعطيات والمعارف وتداولها بشكل سهل بين شعوب العالم وبلغات مختلفة وبكيفية سهلة تنسجم وطموح المستهلك، ويتم هذا التنقل والتداول للمعلومات والمعارف عن طريق الأنترنت بواسطة مواقع إلكترونية عديدة، وتشكل هذه المواقع خزان للمعلومات المتنوعة والتي تتوزع بين ما هو ثقافي وسياسي ورياضي وعلمي وغيره من صنوف المعرفة.

هذا ما جعل أحد الباحثين في مجال التقنية يتحدث عن الأنترنت بقوله "تحتل الأنترنت مكانة متميزة في قائمة البحث وتداول المنتج المعرفي البشري بعد أن ابتلعت أذرعها جل النشاط الإنساني فأودعته في مواقعها المنتشرة في نسيج الشبكات المعلوماتية الذي يلف الكرة الأرضية من جميع الاتجاهات"، ولضخامة وتعدد وتنوع المواقع الإلكترونية أصبح الإنسان غير قادر على الإبحار في فضاءها المعرفي دون استخدام آلات البحث والتي تساعده وتمهد له الطريق عبر مجموعة هائلة من قواعد البيانات التي تخزنها عن المواقع المتوافرة على الشبكة، ولعل أبرز هذه الآليات هما ألتا البحث Google و Yahoo.

وتلعب هذه المواقع دورا هاما في نقل ثقافات دول معينة إلى دول أخرى، وهي بهذه الحالة تشبه جسريتم من خلاله العبور نحو الضفة الأخرى(مصطفى العوزي، 2008).

5. 2/ الهاتف النقال:

اكتسح الهاتف النقال شرائح كبيرة في المجتمع موفرا لهم الشعور بالخصوصية والتميز رغم أن التعامل معه لا يزال سطحيا، حيث تشير بعض الإحصاءات المؤسسية أن نظام المسجات يستخدم لتبادل الرسائل العاطفية بشكل رئيسي، أو تصوير بعض المقاطع وإرسال مقاطع البلوتوث، وأن منهم من يقضي يومه في البحث عن أحدث النغمات والأشكال الحديثة من الجهاز، ولكن خدمات الجهاز لنقال في تطور مستمر وخاصة في ضوء التطور الإلكتروني والتكنولوجي للأجهزة والتي أصبحت عبارة عن أجهزة كمبيوتر صغيرة تمكن الشخص من القيام بمجموعة من العمليات المتعددة (صلاح عبد العاطي، 2011).

6/ الانتشار الثقافي عبر الوسائط الاعلامية في الجزائر ... تمظهرات وتأثيرات

تعد الجزائر في بلدان العالم الثالث من حيث اقتناء الهواتف وتعتبر سوقا حقيقية لترويج وسائل الاتصال هذا السوق في نمو مستمر، الأمر الذي جلب اهتمام شركات الانتاج المصنعة لهذه الهواتف.

ومظاهر العولمة الثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري تبدو في البداية من خلال الانتشار الواسع للبث التلفزيوني المباشر والذي أصبح يمتد الى كل مناطق القطر الوطني لا في المدن الكبرى فحسب بل في القرى والأرياف، حيث، أصبح المواطن الجزائري يتلقى كما هائلا من القنوات الفضائية يزيد عن 1000 قناة أو أكثر، وتحمل هذه المضامين قيم المجتمع الغربي عموما والمجتمع الأميركي خصوصا وتمتد هذه القيم لتسوق معها أنماط الثقافة الغربية لتتغلغل الى الثقافة المحلية فاسحة المجال للصراع بين الاصيل والدخيل، كما أن في المواطن الجزائري الآن بإمكانه مشاهدة الدراما الأجنبية وبذلك يمكن تصبح عولمة البث المباشر التلفزيوني في الجزائر هو في عولمة كل القيم السلبية (بغداد خيرة، 2018).

من تجليات تأثيرات الانتشار الثقافي عبر وسائل الاتصال نجد أن أعدادا معتبرة من الشباب من يعرف الكثير عن البلدان الغربية وخاصة ما يتعلق بالفن والسينما والرياضة، ويعرف القليل عن تاريخه الديني ومنجزات الحضارة الإسلامية مثلا يكفي أن تسأل الشباب عن مناسبة عاشوراء وماذا تعنيه، أو عن تسميات الأشهر العربية، فلا يمكنهم أن يجيبوا أما إذا سألتهم عن معنى سان فالنتين "le saint valentin" فالكل يعلم ماذا يعنيه.

ويسجل أيضا شيوع الثقافة الاستهلاكية، ما ساهم في تشويه بعض من تقاليده وأعرافه فانتشار الأزياء والمنتجات الأمريكية والأوروبية جعلت الكل يلبس على الموضة الغربية، وظهور اللغة الفرنسية و الإنجليزية المطبوعة على ملابس الأطفال والشباب والتي تحمل أحيانا ألفاظا وجملا جنسية مثيرة للشهوة، وتمس المشاعر والأخلاق الإسلامية وتروج للإباحية في العلاقات بين الرجل والمرأة وتساهم في نشر ثقافة العنف أيضا. (آمنة ياسين بلقاسمي، محمد مزيان، 2015).

وهو ما توصلت دراسة أن نسبة (90%) من المبحوثين يرون أن هناك تغيرا واضحا طرأ على اللغة واللباس والعادات بسبب التغيرات الاجتماعية والثقافية التي طرأت على المجتمع الجزائري في ظل التنامي السريع لتكنولوجيات الاتصال والانفتاح الاعلامي. (سامية بن عمر، خديجة عمري، 2012).

في هذا السياق توصلت دراسة للباحثة أن أفراد العينة بعد تعرضهم للمسلسلات المدبجلة يودون الحصول على بعض الأشياء والتي تخلصت في إقامة علاقات اجتماعية بنسبة (28%)، والديكور بنسبة (19%) وطريقة اللباس بنسبة قدرت بـ (18%) (راضية حميدة، 2005).

وقد رصدت دراسات أخرى اهتمت بمختلف التأثيرات التي تركها الانتشار الثقافي على الجمهور الجزائري وبالخصوص الطلبة الجامعيون نذكر بعضا من هذه التأثيرات فيما يلي:

أ/ضعف التواصل باللغة العربية:

خلصت دراسة الباحثة فطيمة بوهاني إلى أن المستخدم الجزائري وبالخصوص الطالب الجامعي خلق لنفسه لغة أنترنتية موحدة تجمع بين اللغة العربية الفصحى والدارجة العامية وشيء من اللغة الفرنسية واللغة الانجليزية وبعض الصور والرسومات والصور والأرقام. وانتهت ذات الدراسة إلى أن الطلبة الجامعيون بنسبة (75%) يكتبون تعاليقهم ويدردشون كتابيا بخليط من الحروف اللاتينية والعربية ويركزون على استعمال الأرقام والرسومات (فطيمة بوهاني، 2013).

وهو ما أكدته الباحثة عيساني رحيمة في ورقتها البحثية التي توصلت إلى أن المجتمعات العربية انتشرت فيها ظاهرة الأشكال التعبيرية الهجينة للغة العربية من خلال ظهور الكتابة والتعبير بطريقة هجينة للغة العربية بين فئة الشباب خاصة يستخدمونها في جميع اتصالاتهم؛ رسائل الجوال، المحادثات عبر الأنترنت والشبكات الإجتماعية. فهي ليست بالعربية ولا بالإنجليزية

بل تجمع حروف اللغتين بالإضافة إلى أرقام ورموز لا يفهمها إلا مستخدموها (رحيمة عيساني، 2013).

وتوصلت في هذا السياق دراسة للباحثة غضبان غالية إلى أن (48,40%) من المبحوثين يرون أن الفايسبوك أدى إلى ظهور مصطلحات وعبارات جديدة في أوساط الطلبة الجامعيين (غضبان غالية، 2017).

بينما أشارت دراسة للباحثين "سامية بن عمر وخديجة عمري" إلى أن نسبة عالية من المبحوثين بلغت (70%) أكدوا اكتسابهم لغة جديدة على الفايسبوك، في المقابل من ذلك أقرت نسبة منهم قد (30%) بأنها لم تكتسب لغة جديدة (سامية بن عمر، خديجة عمري، 2015).

ب/ غياب الذاكرة:

مع بداية القرن الحادي والعشرين صار الطفل ينشأ في حضان بيئة من الأدوات الإلكترونية ووسط طوفان من المعلومات الرقمية، من غير زاد في الذاكرة وفي ظل غياب دور الأبوين، ما يهدد الذاكرة الفردية والذاكرة الجمعية للأفراد بالخلل (عبد الحكيم أحمين، 2017). في هذا السياق توصلت دراسة علمية إلى أن الشباب الجزائري اكتسب قيما ومعتقدات جديدة من خلال انتمائهم لموقع الفايسبوك بنسبة عالية قدرت ب(78%) من المبحوثين وهذا راجع لكونه فضاء مفتوح يسمح بالتعرف على ثقافات وحضارات لدول أخرى (سامية بن عمر، خديجة عمري، 2015).

ج/ الثقافة الاستهلاكية:

خلصت دراسة أخرى للباحثة عيساني رحيمة أن لبرامج الفضائيات الأجنبية آثار واضحة على الشباب الجامعي الجزائري في مجال انتشار الثقافة الاستهلاكية حيث ذكرت نسبة (43,54%) من المبحوثين أنها تفضل سروال الجنيز، كما تبين أيضا (86.71%) من أفراد العينة تتأثر بالومضات الشهارية في القنوات الفضائية في مجال الاستهلاك الغذائي حيث يفضلون الأكلات الجاهزة .

كما انتهت ذات الباحثة إلى انتشار عمليات التنميط الثقافي والتي بدأت تتكرس عند الذكور أكثر من الإناث على مستوى الألبسة والأزياء ويميلون إلى الألبسة الأوروبية والأمريكية (رحيمة عيساني، 2005).

خاتمة:

بالرغم من الكثير من الخدمات التي توفرها وسائل الاتصال للمجتمعات من تحويل العالم إلى قرية صغيرة وسهولة التواصل بين أركانه في لحظات وجيزة، إلا أنه في الوقت الراهن مع الصراعات السياسية والثقافية والاقتصادية بين الدول أضحت تكنولوجيات الاتصال والإعلام في بؤرة هذه الصراعات ويتم استخدامها في المجال الثقافي من أجل نشر الثقافة الغربية وتمهيش الثقافات المحلية للدول الأقل نمواً، وبالنسبة للمجتمع الجزائري فقد تأكد من خلال ما تم عرضه، أن بعض المضامين التي تنقلها وسائل الإعلام والاتصال لاقت اهتماماً واضحاً من طرف الأفراد لاسيما فئة الشباب الجامعي، حيث هذا الأخير تبين أنه يحاكي الثقافة الغربية ويحاول تقليدها والانصهار فيها، الأمر الذي يجب أن تنتبه إليه مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية (المدرسة، المسجد، الجامعة، جمعيات، منظمات المجتمع المدني وأحزاب...إلخ) والحديثة، لاسيما منظومة الإعلام الجزائري في إطار استراتيجية علمية تركز على إعادة بناء المجتمع بالحفاظ على هويته، والتفاعل الإيجابي مع مختلف الثقافات والحضارات وأخذ ما يفيد هويتنا الوطنية والإسلامية.

الهوامش:

* الإعلام الرسمي المقصود به هنا المنظومة الإعلامية التقليدية المتمثلة في أجهزة وسائل الإعلام التابعة للحكومة مثل المؤسسات التلفزيونية والاذاعية والصحفية.. الخ التي كانت تتحاشى تغطية الحراك الشعبي في بداياته الأولى أو تقوم بتغطية له بشكل موضوعي بعد ذلك.

1. عبد العزيز التويجري، الثقافة العربية والثقافات الأخرى، مطبعة المعارف الجديدة، المغرب، 1998، ص ص 27-28.
2. حسني إبراهيم عبد العظيم، وسائل الاتصال الجماهيري وتأثيراتها في الواقع الاجتماعي، <http://www.ahewar.org>، تاريخ الزيارة 2018/08/23، الساعة 10:45.
3. هشام بوبكر، محاضرات في مقياس مؤسسات الإعلام والاتصال، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة جيجل، 2016، ص 8.
4. حارث العبيدي، أنماط الثقافات عبر وسائل الاتصال في المجتمع العراقي، مداخلة ضمن اشغال ملتقى فيلادلفيا الدولي 17 حول "ثقافة التغيير"، جامعة فيلادلفيا، الأردن، 6-11-2012 الى 8-11-2012، ص 04.

5. العيد ورم، "البعد الثقافي للعولمة وأثره على هوية الشباب الجامعي دراسة ميدانية على عينة من الطلبة ببعض الجامعات"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة سطيف 2، 2017، ص ص 87، 88.
6. مبروك بوطوقة، الانتشار الثقافي، <http://www.aranthropos.com>، تاريخ الزيارة 2018/08/23، الساعة 19:43.
7. حارث العبيدي، مرجع سابق، ص 05.
8. بغدادي خيرة، مطبوعة دروس في علم الاجتماع الثقافي، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014، ص 15.
9. داليا أشرف، تفاعلية والهوية الثقافية لدى الشباب المصري، www.arabmediasociety، تاريخ الزيارة 2018/10/17، الساعة 09:00.
10. مهند السماوي، آخر احصائيات العالم الرقمي، <https://elaph.com/Web/Opinion>، تاريخ الزيارة 2018/08/17، الساعة 10:34.
11. عبد المطلب ع، هذه هي المواقع التي يزورها الجزائريون عبر الأنترنت، www.wakteldjazair.com، تاريخ الزيارة 2018/04/23، الساعة 10:06.
12. عبد القادر زهار، المؤشرات الرقمية للبلدان المغاربية، [//www.aljazairalyoum.com](http://www.aljazairalyoum.com)، تاريخ الزيارة 2018 / 04 / 09، الساعة 12:00.
13. عادل خالدي، كيف ساهم الإعلام الاجتماعي في حراك الجزائر، <https://institute.aljazeera.net>، تاريخ الزيارة 2019/05/23، الساعة 09:30.
14. داليا أشرف، مرجع سبق ذكره.
15. سعيد عبدالله حارب، "الثقافة التربوية والثقافة الإعلامية تكامل أم تناقض، مداخلة في الملتقى الدولي حول التربية الإعلامية، وزارة التربية والتعليم، المنظمة الدولية للتربية الإعلامية، بالتعاون مع منظمة اليونسكو وجامعة برشلونة ومركز مزار للأبحاث، الرياض، المملكة العربية السعودية، مارس 2007، ص 15.
16. حارث العبيدي، مرجع سابق، ص 10.
17. علياء رمضان، حرية البث الفضائي الاعلامي ومسؤولية الاعلام العربي الليبي في الحفاظ على الهوية دراسة ميدانية، المؤتمر الدولي حول "الإعلام بين الحرية والمسؤولية. كلية الاعلام، جامعة القاهرة، مصر، 2008، ص 05.
18. عواطف عبد الرحمن، الاعلام العربي وقضايا العولمة، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص ص 71، 72.

19. سعيدة عباس، البث الفضائي العربي، قراءة والانعكاسات، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، جامعة جيجل، العدد 02، جانفي 2018، ص 69.
20. مصطفى العوزي، الاتصال آلية من آليات العولمة، <http://www.ahewar.org>، تاريخ الزيارة 21/06/2018، الساعة 02:30.
21. صلاح عبد العاطي، العولمة الثقافية وتداعياتها على الشباب في فلسطين، تاريخ الزيارة <http://www.ahewar.org>، 14/08/2018، الساعة 17:28.
22. بغداد خيرة، عولمة الاعلام، دروس في مقياس الاتصال والتغير الاجتماعي، الموقع الالكتروني لجامعة ورقلة، <https://elearn2013.univ-ouargla.dz>، تاريخ الزيارة 2018/10/17، الساعة 11:45.
23. أمينة ياسين بلقاسمي، محمد مزيان، العولمة الثقافية وتأثيراتها على الشباب والمراهقين الجزائريين - دراسة تحليلية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة ورقلة، العدد 8، جوان 2012، ص 53.
24. سامية بن عمر، خديجة عمري، الفضاءات الاجتماعية وأثرها في تشكيل الهوية الثقافية للشباب الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من الشباب المنتمين لصفحات الفيسبوك، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة ورقلة، العدد 12، ماي 2015، ص 49.
25. حميدة راضية، "المسلسلات المدبلجة وتأثيرها على قيم وسلوك الجمهور الجزائري دراسة مسحية لعينة من الجمهور"، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2005، ص 160.
26. فطيمة بوهاني، "شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على اللغة العربية عند الشباب الجزائري"، مداخلة ضمن أشغال الملتقى الدولي حول "اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، المجلس الأعلى للغة العربية، دبي، الامارات العربية المتحدة، 07 - 10 ماي 2013، ص 12.
27. رحيمة عيساني، "اللغة العربية في وسائل الإعلام الجديد أو تهجين اللغة العربية"، مداخلة ضمن أشغال الملتقى الدولي حول "اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي"، المجلس الأعلى للغة العربية، دبي، الامارات العربية المتحدة، 07 - 10 ماي 2013، ص 12.
28. غالية غضبان، "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للطلبة الجامعيين في ظل العولمة الاعلامية"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الاعلام

والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة باتنة ، 2017، ص 210.

29. سامية بن عمر، خديجة عمري، مرجع سابق، ص 51.

30. عبد الحكيم أحمين، الهويات الافتراضية في المجتمعات العربية، أي دور لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية؟ ، دار الأمان، الرباط، 2017، ص 10.

31. سامية بن عمر، خديجة عمري، مرجع سابق، ن.ص.

32. رحيمة عيساني، "الأثار الإجتماعية والثقافية للعوامة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية الشباب الجامعي بالجزائر أنموذجا"، أطروحة دكتوراه غير منشوراه، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام ،جامعة الجزائر، 2005، ص ص 521، 522.