

الحضور الثقافي والأخلاقي في الإعلام الفضائي الجزائري

بغداد بن ديدة¹

د. بشير مخلوف²

مدخل:

تعتبر اللغة أداة تعبيرية تتشكل من خلال العاطفة والشعور بالآخرين، أي ثقافة وعادات وتقاليد يتلقاها الفرد داخل الأسرة، لذا فالمزوجة بين اللغة والثقافة كالروح بالنسبة للجسد بقصد تكوين الهوية التي تدخل في تحديد شخصية الفرد، وتعد تحصينا له من الانصهار والذوبان في شخصية الآخر، إلا أننا اليوم نشهد حربا ضروسا للفصل بينهما، بحيث تصبح اللغة أداتية تقدم مضمون ثقافة مغايرة لما سخرت من اجله، فتجد من يتكلم باللغة العربية لكن المحتوى هو ثقافة الآخر، وعليه فلقد عمد الباحث للتنبيه أن اللغة إذ لم ترتبط ارتباطا وثيقا بثقافة الفرد؛ ولد عند ضعفا وتبعية للثقافة المسيطرة التي تعمل على مسخ ماضيه، فالعولمة من خلال الاستلاب الثقافي هدفها فتح أسواق جديدة، ونشر الوعي المزيف لدى شعوب العالم من خلال سلاح الإعلام الفضائي الخاص، والذي همه الريح السريع فقط، لذا على القائمين في السلطة فرض شروط من خلال سلطة الضبط على القنوات الفضائية الخاصة أهمها استخدام اللغة الأم، وتمجيد ثقافة الفرد وخصوصيته من خلال الخطاب اليومي.. ما هي حدود ملامح الخصوصية اللغوية والثقافية في الممارسة الإعلامية الفضائية الخاصة في الجزائر في الكشف عن هوية الفرد؟

التواصل اللغوي:

وتعتبر كل من اللغة والإشارة من أهم عمليات الاتصالية الأولية في المجتمع، من حيث تقليد سلوك الظاهر، فضلا عن مجموعة كبيرة من العمليات الضمنية التي لا يمكن تعريفها دقيقا والتي تترتب على السلوك الواضح أو الظاهر والتي يمكننا الإشارة إليها على أنها إيماءات اجتماعية، واللغة هي أوضح أنماط السلوك الاتصالي، ولا نحتاج إلى تعريفها إلا أنها: تتكون في كل الحالات المعروفة لنا من أداة كاملة للتعبير بالرموز الصوتية التي تتميز بالقدرة على تحديد كل المضامين الاجتماعية المعروفة، والتي تشتمل على كل ما يدرك عن طريق الحس، أي كل الخبرات التي اكتسبها المجتمع عبر تاريخه³.⁴ يعمل الطفل في بدايات ولادته إلى التقليد لكي يتحصل على لغة اجتماعية؛ وهذا عن طريق الأسرة الممتدة، التي من خلالها يتعلم المخاطبة بالإشارة والمحاكاة وعن طريق الأمثال والحكم والعبر

¹ طالب دكتوراه، علم الاجتماع جامعة عبد الحميد بن باديس

² قسم الفلسفة جامعة عبد الحميد بن باديس

³ د غريب سيد أحمد وآخرين: علم الاجتماع والاتصال والإعلام: دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2004،

والنهي والزجر وكذا التحفيز أحيانا تباعا للمواقف، حتى تهيؤه للتعرف على العالم الخارجي، ليتعرف على جماعة أقران من نفس سنه ومن نفس جنسه، لتبادل معهم محصلة رصيده اللغوي الأولي، فيتوسع شيئا فشيئا، بإعداده لأخذ مكانته في المجتمع الكبير؛ إذ تعتبر المدرسة الوسيط الفعلي بين الطفل والمجتمع كمؤسسة رسمية تنشئية تعمل على ترسيم لغته أكاديميا حتى يتحول خطابه إلى خطاب علمي، إلا أننا اليوم وفي ظل التحولات الاقتصادية وخروج المرأة للعمل؛ وتقزيم شكل الأسرة من أسرة ممتدة تنتمي إلى قبيلة، لها عرف وعادات وتقاليد ومعتقد وضبط اجتماعي يحفظها اجتماعيا، لتفرق الآلة والمصنع الجميع بعد ظهور المصنع لتأتي على حساب العلاقات الاجتماعية، فالخطاب اللغوي عند الطفل بات يفتقر للعاطفة الاجتماعية فالإلام غائبة كامل اليوم، وخوفا على حياة الطفل من ظاهرة الاختطاف فلم يعد بالإمكان أن يستمتع بملاقة جماعة الأقران، فحرمانه من الاتصال الاجتماعي الفطري يقضي على كينونته الاجتماعية، لينتهي الأمر مؤخرا لإصدار قنوات خاصة بالأطفال ذات رأسمال حر تستثمر في النقصان الحاصل عند الطفل، كطيور الجنة وأخرى خاصة بالرسوم المتحركة، بعد أن كانت هنالك برامج خاصة بالأطفال في القناة الوطنية الوحيدة في العهد الحزب الواحد. وهنالك العديد من الدراسات التي تحاول أن تدرس أثر هذه القنوات على الطفل.

ويشير أحد المهتمين بشؤون الاتصال غير اللفظي إلى العبارة التالية: "إنك تعبر عن هويتك الخاصة وتنقلها للآخرين بواسطة ذاتك المرئية"، وتقوم الملابس بوظائف هامة من وجهة نظر الاتصال، فهي تعبر عن الانفعالات والمشاعر فضلا عن أنها تؤثر في سلوك من يرتديها وسلوك الآخرين نحوه، ومن ثمة فهي تعتبر ذات قيمة اتصالية كبيرة، والمقصود بلغة الأشياء أي تلك المعاني التي يخلعها بها ذاته، كالملابس، والحلي، وطريقة تصفيف الشعر، أو التي يجمل بها منزله كالقطع الأثرية أو التصميمات الجمالية وما إلى ذلك.¹

الاتصال اليومي عبر المظاهر الاجتماعية والمراكز الفاعلة التي يحتلونها، ويعد الزواج على أساس المشاركة في العمل بين الزوجين، وثقافة الاستهلاك التي روجت لها الشركات الإعلانية التلفزيونية الخاصة والعامة على حد سواء بعد فتح رأسمال هذه الأخيرة، جعلت منهما يتمظهران على عامة الناس، فهما يمتلكان بعض الكماليات التي يسعى إليها الناس، كامتلاك سيارة أحدث موديل ومع تغيير ديكور المنزل ببعض الأشياء التزيينية والتحف التي تليق بالعصر والموضي، وحتى الملابس التي يلبسها خاضعة لنفس المقاييس، فالمجتمع اليوم في عصر الماديات والادخار من أجل ثقافة الاستهلاك هو تروج لمنتجات المصنع؛ فالأجير يدخر كل ما لديه وفي النهاية يصرفه على ما تنتجه مختلف المصانع من سلع مختلفة، وحتى الأبناء تجدهم يقتنون أئمن موديلات الهاتف النقال الموجودة في السوق، فالتمظهر هنا لا يحتاج إلى لغة كلام بل هو اتصال لا لفظي اجتماعي، فالمجتمع بأكمله يفكر على نفس النمط،

¹ - أ.د. غريب سيد أحمد وآخرين: علم الاجتماع والاتصال والإعلام: المرجع السابق، ص 120

فالتطبيقية اليوم في المجتمع معروفة من خلال المظاهر لا داعي للغة الخطاب الكلامي، إنها تتدخل لكي تدلك على مركز الذي يحتله شخص ما في المجتمع، فلا بد من تشييء الأحداث حتى يتمركز الفرد في محيطه وبيئته وإلا صار منبوذاً.

وكذلك من أشكال الاتصال الغير اللفظي الديكور الذي يضعه المخرج في المشاهد التي يقوم بتصويرها، للتعبير عن فترة تاريخية ما أو عصرية معاشة، فالموجودات من أشياء وملابس تثقل المشاهد المتفرج إلى عصر أو حقبة زمنية سحيقة في عمق التاريخ أو معاصرة له تذكره مباشرة بالإحداث التي يعيشها، دون أن يضطر العاملون عليها لنقل هذه المشاهد إلى سرد لفظي حتى يفهم المتفرج هذه النقلة الاتصالية، وأصبح الاتصال الاللفظي يصرف ويخصص له رأس مال مهول حتى ينجح الفيلم السينمائي أو المسلسل المطلوب إنتاجه، فالسينما أصبحت صناعة بحد ذاتها، فلقد أنفق في إنتاج فيلم الرسالة التاريخي حوالي 17 مليون دولار بنسختيه العربية والانجليزية، وحقت مداخيل النسخة العربية لوحدها منه عشرة أضعاف هذا المبلغ، وهذا بفضل الديكور والأسلحة والمعارك التي جرت في أحداث الفيلم، والتي نقلت المتفرج إلى زمن الذي كان يعيش فيه محمد صلى الله عليه وسلم وصحابته رضوان الله عليهم، وحتى مسلسل باب الحارة الذي أصبح اليوم في نسخته الثامنة، فالذي يشد المتفرج أكثر الديكور والملابس، وكل اتصال لاللفظي يختصر دلالات عديدة على الفنان لكي يقوم بدوره كما يجب.

يطرح هابرماس السؤال: هل يمكن أن توجد نظرية مناسبة لبنية اللغات الطبيعية، يمكنها وضع تأسيس فهم المعنى مكفول من وجهة نظر منهجية، يجيب هابرماس على هذا السؤال بأن هناك جانبين يمكنهما تقديم الشروحات التي يقدمها التحليل النفسي، وهو ميدان تطبيقي والجانب الآخر بنقد الايدولوجيا؛ فالفرد قد يقوم بعملية إنتاج لبعض الأشياء ولا يدرك نواياه الخاصة، ويمكن فهم هذه المظاهر على أنها تشكل ما يسمى بالتواصل بواسطة اللغة العادية، حتى يسمح بفهم المعنى الذي أخفي بطريقة مرضية، فهابرماس يبحث عن علم نقدي من صنف التحليل النفسي قادرا على الكشف عن الصلة القائمة بين تأويل العالم والقدرة الطبيعية الخاصة بالتواصل بواسطة اللغة العادية.¹

المتابع اليوم على الفضائيات الخاصة يجد لغة تواصلية تعمل على تشويه الصورة لدى المتلقي، وتدفعه إلى إنتاج أفكار غير صحيحة عن الواقع الذي يعيشه، بغية صناعة صورة نمطية تبعده عن الآخرين، وتدفعه إلى حب ذاته، وهو ما يجعله يدخل دائرة الاستهلاك للأفكار والسلع السوقية، فاللغة العادية لن تؤثر فيه بقدر ما تؤثر فيه اللغة الغير واضحة، والتي تخاطب فيه غرائزه الجسدية حسب التحليل النفسي لفرويد.

¹ - أريانة سليم: فلسفة التداوليات الصورية وأخلاقيات النقاش عند يورغن هابرماس، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الفلسفة، جامعة منتوري، قسنطينة، ص60

إن التجربة التواصلية تأتي من العلاقة التفاعلية التي تربط شخصين على الأقل، داخل العالم المعيش، وفي إطار من التوافق اللغوي والتذوقي، ومن ثم فإن كل شخص أو فاعل يملك القدرة على الكلام والفعل يمكنه أن يشارك في التواصل، وأن يعلن عن ادعاءاته للصلاحيّة، لكن شريطة أن يراعي مقاييس المعقولة والحقيقة والدقة والصدق.

وتأكيد هابرماس على هذه المقاييس يرجع سببه إلى إلحاحه على قضية التفاهم داخل مجال عمومي حديث لبلورة نوع من "النظرية الاجتماعية للحقيقة" من جهة؛ وإلى حرصه على نسج علاقات تواصلية غير خاضعة لأي نوع من أنواع الضعف والسيطرة من جهة أخرى. ولذلك فإن نظرية الفاعلية التواصلية بالرغم من تأكيدها على أهمية التفاعل اللغوي؛ وبسبب هذا التأكيد فإنها تؤدي إلى التفكير في شروط إمكان ما هو مجتمعي نفسه، وبالتالي إلى التفكير في المجتمع بصفة عامة.¹

إن الفاعلية لدى العلاقات الاجتماعية لا تتم إلا بلغة يفهمها الجميع، كأداة للتواصل فيما بينهم، ومادام التواصلية اللغوية موجودة فإن الجميع يفكر في مصلحة الجميع، وهذا من مسؤولية الإعلام والاتصال من خلال الفضائيات الخاصة أن لا تفكر المؤسسة الإعلامية فقط في الربح المادي، وإنما في كيفية استخدام اللغوي اجتماعيا، الأمر الذي يجعلنا نفكر في مصلحة المجموعة.

من البديهي والمسلم به أن التلفزيون أصبح أخطر جهاز في عصرنا؛ من حيث درجة الانتشار والذيع، ثم درجة التأثير في أكبر قطاع من جمهور المتلقين، ويزداد هذا التميز وضوحا في لغة الخطاب التي ينطلق منها التلفزيون، فيوجه رسالته إلى ذوي الثقافة الرفيعة وأنصاف المثقفين، كما يوجهها إلى الأميين.²

تستخدم الفضائيات الخاصة مستويات من الخطاب تعتمد على تبسيطه بتعدد البرامج الموجهة لجمهور المتلقين، إلا أن ما يعاب عليها اعتمادها بكثرة على السطحية في الخطاب والسذاجة، و كان باستطاعتها الرفع من مستوى المتلقي عن طريق فتح المجال أكبر لحصص ثقافية، حيث أن الثورة الفرنسية قد نجحت في تنوير العوام عبر الارتقاء بمستوى التفكير بلغة راقية في التواصل مع الجمهور.

2- السيطرة الثقافية: أضحى التعريف الآرنولدي للثقافة القائل أنها منفصلة نوعا ما عن المجتمع وفوقه مرفوض كليا لصالح الفكر الأنثروبولوجي التي تقول: "إن الثقافة تمثل أسلوب حياة شامل"، ومن هنا نشأ تأكيد جديد على أهمية الإبداع الثقافي للأفراد في السياق الاعتيادي لغرف المعيشة ومشغل المصنع، ورفض وليامز وجود كينونة تدعى الجماهير، وإن هناك أفراد حقيقيون يعيشون حياة

¹ - محمد نور الدين أنانية: الحداثة والتواصل في الفلسفة النقدية المعاصرة، ط2، إفريقيا الشرق، دار البيضاء، المغرب، 1998، ص 198

² - د. عبد الله التطاوي: اللغة والمتغير الثقافي الواقع والمستقبل، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2005، ص 104

حقيقية، وأدى هذا الإدراك إلى القول بكل ثقة إنه لا وجود للجماهير المستمرة أمام التلفاز، فهم وهم مزعوم ناتج من تحليلنا الاجتماعي الرديء النوعية، لذا فمصطلح الجماهير كان مجرد مصطلح ازدرائي استحدثته أولئك الذين أرادوا الدفاع عن ثقافة نخبوية تشكل في حد ذاتها نوعا من الامتياز الاجتماعي.¹

تحاول العولمة اليوم باستخدام التقنيات الحديثة القضاء على التعددية الثقافية، والإبقاء على الثقافة الغربية النمطية، للتحكم والسيطرة، وتستخدم الإعلام في هذا الأمر عبر التلاعب بالعقول .

استخدمت الثقافة باعتبارها صناعة وسائل فاعلة للغاية في تجميع المنتجات وتوزيعها، ومن خلال الوسائل البيروقراطية المنظمة للتوزيع أصبح احتكار الشركات الإعلامية الضخمة للحياة الثقافية ممكنا، الأمر الذي ضمن أن تصل المنتجات المعروضة للبيع للجميع، فعلى سبيل المثال يوجد في أمريكا شبكات من دور السينما على المستوى الوطني تمتلكها اسديوهات هوليوود، الأمر الذي أدى إلى وصول منتجاتها إلى أكبر عدد من المشاهدين، وكان نظام التوزيع والإعلان هذا نظاما شاملا، فاهتمام كل شبكة منصبة على بيع سلع الآخرين، لذا نجد أن إعلانات البضائع الاستهلاكية تظهر على التلفاز وخلال برامج المذيع، بينما تسوق الأفلام عبر عبوات الطعام، فكلما كانت كل وسائل الإعلام تحت سيطرة المجموعات المتخذة والمستفيدة في ألمانيا في زمن هتلر، سيطر أصحاب النفوذ على موجات الأثير ودور السينما في أمريكا.²

تسوق المنتجات في العالم الغربي عبر الثقافة التي أصبحت صناعة بحد ذاتها، وهذا بالإشهار لهذه المنتجات عبر الأفلام والتي يسوق لها مقدموا البرامج والممثلون عبر الترويج لها، فالمتفرج لم يعد يسمى جمهورا؛ بل هو مجرد مستهلك للثقافة والمنتجات والسلع المعروضة عبر الإشهارات التي تتخلل الأفلام والبرامج التي صارت ثقافة مهيمنة وموجهة له في نفس الوقت.

2-1 ازدواجية الثقافة: وتزداد المشكلة حدة عندما ترفض شريحة هامة من حاملي الثقافة التقليدية عملية التحديث، لأنها لا تتواءم مع نموذجها الثقافي، فهل هنالك حل للخروج من هذا المأزق؟، ومقترح التنمية الخارجية كإمكانية للدمج بين الثقافات الخارجية والثقافات المحلية؛ حيث يتم انتقاء القيم المستعارة، بحسب ملائمتها لقيم الثقافة المحلية، مما يسهل عملية إدماجها بالمعطيات التقليدية، ويساهم في ابتكار قيم جديدة، والفرق الأساسي في هذه الحالة، هو الاتصال بين الثقافات يؤدي إلى الإنتاج الثقافي.³

3- دفيد انجليز - جون هيرسون: مدخل إلى سوسيولوجيا الثقافة، ترجمة: لما نصير، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، قطر، 2013، ص 145.

- - دفيد انجليز - جون هيرسون: مدخل إلى سوسيولوجيا الثقافة، ترجمة: لما نصير، المرجع السابق، ص 277.

1- عز الدين الخطابي: حوار الثقافات بين الكونية والخصوصية - مقارنة فلسفية أنثروبولوجية-، مجلة عالم التربية، منشورات عالم التربية، العدد 17، 2007، ص 168.

وإذا حللنا الظاهرة الإعلامية الفضائية الخاصة لوجدنا إن الثقافة التقليدية الأصيلة في صراع مع الثقافة الدخيلة الآتية من الخارج، وهذا لأن الأخيرة قوية بالتقنية والعلم والتكنولوجيا، فيما تبقى الثقافية المحلية تستقطب دون تمحيص، واستيعابها يؤدي إلى خلل في النظم الاجتماعية؛ حيث القيم الضابطة للمجتمع تصبح في خطر، وهو ما نراه اليوم لدى شريحة الشباب من موجة التقليد الأعمى، الذي هو الآخر بمثابة ترويج للثقافة المادية الوافدة من الخارج، يتأثر بها عبر المعروض من أفلام وبرامج التي تساهم للأسف في نشرها القنوات الفضائية المحلية الخاصة بأموال محلية تجلب ثقافة دخيلة وتجعلها تسيطر، والتي لا يشغل بال المقاولاتية الفضائية الخاصة إلا جني المال عبر استقطاب أكبر عدد ممكن من شريحة الشباب.

إن موقف الجمهور الذي يشجع بالمبدأ وبالفعل نظام الصناعة الثقافية كان جزءا من الفن كالأبرار، أو حين يقتضي استخدام الجاز، أو ما كان تقليديا له، أو استخدام موسيقى لبيتهوفن في سياق روائي لتولستوي، أو موسيقى تصويرية لفيلم ما، فإن الأمر كان يفهم وكأنه إيفاء لرغبات الجمهور العفوية، أما في الواقع فلم ذلك إلا بهلوانات خالصة، قد نكون اقرب للواقع لو شرحنا الأمر بمجرد اعتباره مقاومة سلبية للأداة التقنية ولجهازها البشري، إذ يعتبران أمرا مكملًا لآلية الانتقاء الاقتصادية، يضاف إلى ذلك الاتفاق، أو قرار السلطات التنفيذية التي تقرر أن لا تنتج شيئا أو تدعمه يمر ما لم ينسجم مع المعايير التي تضعها، أو عن الفكرة التي يضعونها عن المستهلكين والتي يتشابهون معها.¹

إن العقلانية التي استخدمت وأبدعت التقنية سخرتها لأغراضها؛ وأرضخت الثقافة التعددية التي تسخر بها الشعوب، إلى مجرد عبيد مستهلكين باعتبار أنهم صناع لها، والجمهور لم يعد ذلك المتنوع في ادواقه وتطلعاته بكل ما كان يحمله من ثقافات محلية متعددة، إلى مجرد مستهلك للثقافة الغربية النمطية.

3-التأثيرات السلبية على اللغة الأم:

الاستخدام المفرط والعشوائي للغات غير اللغة الأم لوسيلة للتخاطب والتواصل مع الآخرين، وعلى رأسها اللغة الفرنسية؛ حيث أصبح الشباب الجزائري يميل إلى استخدامها أكثر فأكثر خاصة عند تخاطب مع الأقران والأصدقاء أو مع رؤساء العمل، وأضحى هذا الفعل ينم عن مستوى الشباب باللغة الفصحى؛ بل هذا الأمر أصبح مدعاة للضحك والسخرية ويكشف عن تخلف وتدني مستوى من يتحدث بها.²

والمتتبع أيضا للفضائيات الخاصة يجد أنها تستخدم نفس النمط، إذ اللغة هي هجينة بين اللهجة المحلية والفرنسية، صحيح أن الاستعمار الطويل للجزائر مدة 132 سنة له دخل في هذا، لكن على سلطة الضبط التأكيد على الشروط الأساسية منها استخدام لغة الأم فقط في الإعلام الفضائي الخاص، والغرض

¹ - د. ماكس هوركهايمر - نيدوف ادورنو: جدل التنوير، - شذرات الفلسفة-، ترجمة، د. جورج كتوره، ط1، دار الكتاب الجديدة، بيروت لبنان، 2005، ص 148.

² - د. آمنة ياسين بلفاسمي: العولمة الثقافية وتأثيراتها على هوية الشباب والمراهقين الجزائريين، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد الثاني، الجزائر، جوان 2012، ص52.

منه هو تعليم الأجيال القادمة التمسك بالهوية الوطنية، وليس مجرد ارتباطهم بالعلم الوطني فقط، فالناظر للراية الوطنية ينظر إلى كل ما يمس بالسيادة الوطنية من قريب أو بعيد، فالأجداد رغم التجهيل العمدي لهم من طرف الاستعمار عن طريق هدم الكتاتيب، وعدم إدماجهم في التعليم الرسمي، إلا بعد صدور دستور سنة 1947، والذي اختصر فقط على الثقافة الفرنسية، والأمر الذي انعكس شكل التعامل اللغوي الهجين والمختلط بين لهجة محلية وكلمات فرنسية، فانتشار الأزياء الغربية جعلت الكل يلبس على النمط الغربي.

"وظهرت اللغة الفرنسية والانجليزية المطبوعة على ملابس الأطفال والمراهقين، والتي تحمل ألفاظا وجمل جنسية مثيرة للشهوة، وتمس المشاعر والأخلاق الإسلامية، وتروج للإباحية في العلاقات بين الذكر والأنثى".¹

فحتى الأزياء التي تلبس على نمط ثقافة غربية يكتب عليها كلمات تخدش الحياء العام، ومخالفة لجملة العادات والتقاليد والمعتقد والدين، وهو ما نلاحظه في الفضائيات الخاصة بتوظيف إعلاميين شباب من الجنسين يروجون لهذه الأزياء الغربية، دون أن يكون هنالك ضابط ثقافي يلبس من خلاله القائمون بالإعلام الفضائي لباسا يراعي الخصوصية الثقافية، ويدعو للتمسك بها، إذا نظرنا من زاوية أن الإعلام وسيلة تتشوّية مكملّة لدور الأسرة، فتجد الإعلامي الشاب عليه تسريحة على النمط الغربي، ولباس عليه كلمات غربية، ولا يخف أن الصورة تؤثر على الكتابة، والشباب يقلدون بسرعة، وكذا الاعلامية الشابة تلبس لباسا غريبا وكذا عليها كلمات غربية، مما يوضح أن التقليد لم يعد مقتصرًا على الشارع بل هو مسألة عامة نقشت في المجتمع ككل.

"ويرى تيودور أدورنو وماكس هوركهايمر أن مؤسسة الإعلام الحديث ماهي إلا أداة السيطرة الاجتماعية وإعادة إنتاج المجتمع بأنماطه السائدة، ويرون أن الإعلام الحديث يعمل على إخماد نوازع التفرقة الطبقية، وعلى ظهور الوعي الثوري لدى الطبقات المستضعفة، وعلى دمج العمال في نسيج المجتمع الرأسمالي المعاصر".²

السيطرة الاجتماعية عبر اللغة والثقافة هو أقصى أنواع الاستعمار، إذ لم تعرف البشرية جمعا تقسما ثقافيا كالذي نعيشه اليوم، إذ يبلغ بالقوة المسيطرة عن طريق الإعلام المرئي، ما لم يبلغه بالقوة العسكرية في العصر الحديث، ويعد الانفتاح الإعلامي الفضائي استثمارا محليا، لكن حقيقته أنه خاضع لشركات متعددة الجنسيات العابرة للقارات، وهذا على مستوى التغيير الثقافي وكذا السيطرة الاقتصادية، فمسابقات الجمال والغناء واللهو وبرامج تلفزيون الواقع برعاية هذه الشركات التي تفرض مثل هذه البرامج

- د. آمنة ياسين بلقاسمي: العولمة الثقافية وتأثيراتها على هوية الشباب والمراهقين الجزائريين: المرجع السابق، ص 53.¹
2 - د. سامية جمال: الإعلام والثقافة وجدلية العلاقة في العولمة، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 8، جامعة بسكرة، الجزائر، ديسمبر 2013، ص 339.

نظير الإشهار لسلعها، وهذه القناة تضطر وتترسخ حتى تغطي نفقاتها وتحقق هامش الربح، لكن المنافسة بين الشركات المتعددة الجنسيات والشركات المحلية الصغيرة غير متكافئة، مما يحيل عمال هذه الشركات الناشئة على البطالة، مما يسمح بظهور مشكلات اجتماعية أخرى كتعاطي المخدرات والسرقة والعنوسة والطلاق والانتحار والهجرة الغير الشرعية... الخ.

"وأظهرت الدراسات التطبيقية أنه كلما قلت المعلومات المقروءة حول الموضوعات المختلفة من ثقافية وأدبية وسياسية؛ أي كلما قلت المعلومات الخلفية المقروءة من خلال الكتاب أو الصحيفة حول الموضوعات الحيوية الجارية؛ كلما زادت وارتفعت قدرة الصورة المرئية على احتواء الفرد ووضعه تحت سيطرتها، فتزداد بالتالي احتمالات تكاثر الظواهر السلبية للمعلومات المصورة أو المرئية المسموعة، وما يتبع ذلك من آثار سلبية".¹

الصورة تقنع المشاهد وتسيطر عليها، ففعلها كالمخدرات تتغلب على العقل وتعطله ولا تسمح بالتفكير الايجابي، ومن ثمة تتكاسل على التغيير، فالسيطرة عن طريق الإعلام المرئي، كمن يرسم الحقيقة المزيفة على أنها واقع لا بد منه، ويتم تغييب اللغة الثقافية الأم، وان كانت حاضرة بثقافة مغايرة تماما.

" ولذلك ذهب هيربرت شيلر إلى أن الاعتقاد بأن الأفلام التي أنتجتها صناعة السينما الأمريكية هي لمجرد الترفيه ولا تتطوي على أي معنى اجتماعي في الأساس، إنما يعني التجاهل عن عمد لأقوى أشكال الهيمنة الثقافية".²

فاستخدام الترفيه بشكل واسع من قبل الإعلام الفضائي الخاص يعمل على تسطيح وسذاجة عقل المشاهد، وكذا عرض الثقافة الشعبية التي تخدم السلطة الحاكمة، والتي تشبه برامجه حلقات الحكواتي في الأسواق الشعبية، والتي لا تستطيع الوقوف في مواجهة للعولمة، إذ الوعي الايجابي لدى الفرد بحقوقه لا تلقى لديه الاهتمام الحقيقي، فهو مغيب عن واقعه اليومي، و المعركة القادمة لدى الإعلام المحلي هي ترسيخ اللغة الأم في المخيال الثقافي لدى الفرد لكي يقود معركة مواجهة العولمة.

4- الوعي الثقافي: ولقد بذل العرب في صراعهم من أجل البناء ودفاعهم عن كيانهم، جهودا مهمة جدا لمواجهة هذا الوضع، واستطاعوا أن يحتفظوا للغتهم في أغلب الأقطار العربية بدور رئيسي في بعض المجالات بميدان الأدب والسياسة والإعلام والدين، كما حاول تدارك المسافة الحاصلة بين اللغة القومية وتطور المجتمع عن طريق الترجمة وإشاعة استعمال تعابير عربية للدلالة على المفاهيم الجديدة، لكن

- د. سامية جمال: الإعلام والثقافة وجدلية العلاقة في العولمة: المرجع السابق، ص 341.¹

- المرجع السابق ص 354.²

الوضع مع ذلك لم يكن طبيعياً، فالطبيعي هو أن تحدث حاجات تعبيرية جديدة في المجتمع، نتوقع تليتها بالاعتماد على اللغة القومية الأم ذات الدور الرئيسي في حياة المجتمع.¹

استخدام اللغة العربية لابد أن يكون كالروح للجسد وليس مجرد كلمات عربية ذات مضمون ثقافي غربي، فالمطلوب للكلمات أنها تعبر عن التاريخ والثقافة التي تميز الفرد في شخصيته، التي تخضع للتقاليد والعرف والدين، والتي أخضعت اللغة للعاطفة المتشبع بها الفرد، والتي يشعر بها بقضاياها المصيرية، لذا لم تعد اللغة تحس وتشعر بكل ما يدور بمخيلة الفرد من أفكار تجريدية عن واقعه المزيف، وللأسف فاللغة المستخدمة في الفضائيات الخاصة منطوقها عربي ومضمونها تغريبي.

"من المعروف أن عبارة اللغة الفرنسية غنيمة حرب قد استعملها كاتب ياسين...، ومن ثم يجوز القول أن المغاربة الفرنكفونيين المتحمسين للمقولة، قد تشابه عليهم الأمر عندهم بين المعنى اللغوي والاجتماعي لكلمة غنيمة، بمعنى أن القوم أغراهم ظاهر المعنى المجرد لها، إن مثل هذا الموقف المتسرع أدى عندهم بالضرورة إلى فهم قاصر ومشوه لطبيعة استمرار آثار الإرث اللغوي الثقافي الاستعماري الفرنسي في سلوكياتهم الفردية اليومية، وفي هويتهم الثقافية والحضارية في عهدي الاحتلال والاستقلال."²

إن استخدام اللغة الفرنسية عند الكتاب الجزائريين أثر على أجيال ما بعد الاستقلال، إذ لم تعد غنيمة كما اعتبرها كاتب ياسين، بل هي فخ اصطاد به المستعمر مجموعة المتقنين لكي يرسخوا الثقافة والهوية الفرنسية لدى مستخدميها المغاربة، وهذا لتأكيد التبعية الثقافية والسيطرة والهيمنة في كل مناحي الحياة، فالكتاب يستخدمون المزوجة بين اللغة والثقافة الفرنسية، وكان من آثارها الانسلاخ عن الجذور الثقافية والدفاع المستमित عن ثقافة الآخر والدعوة للذوبان فيها، ونجد أن الفضائيات الخاصة تنتج برامج ثقافية باللغة الفرنسية موجهة لهذه الفئة، والسؤال المطروح هل الفرنسيين يستخدمون اللغة العربية في برامجهم الثقافية بالمثل، إن صدقنا جدلاً بالتبادل الثقافي بين البلدين؟، وإذا كانت الإجابة المعروفة بلا فلما هذه الدونية والخط من قيمة الهوية الثقافية عندنا وإعلاء ثقافة الآخر إذا كان لا يعاملنا بالمثل؟، لذا فالغنيمة كمن يدس السم في العسل.

"المفكر الجزائري مالك بن نبي قد تحدث عن حالة استعداد الشعوب للاستعمار، ونحن نعتقد أن الازدواجية اللغوية الثقافية المتحيزة للغة الفرنسية وثقافتها تسهل عملية استعداد تلك الشعوب نفسياً وثقافياً لقبول الاستعمار اللغوي الثقافي الفرنسي بعد الاستقلال."³

وهذا يفسر كل ما نراه من تقليد أعمى لكل ما هو غربي، والمدعش أن الإعلام بكل أشكاله من المفروض له دور تربوي مكمل لدور الأسرة، أن ينشأ الأجيال وكذا يعبأ الوعي الزائف عبر ملئ ساعات

¹ - أحمد بلعكي وآخرون: الهوية وقضاياها في الوعي العربي المعاصر، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2013، ص 272.

- أحمد بلعكي وآخرون: الهوية وقضاياها في الوعي العربي المعاصر: المرجع السابق: ص 334.

- نفس المرجع ص 548.

البرمجة ببرامج سطحية تحوي اغلبها الترفيه والمغامرة ونماذج ثقافية غربية مخالفة للخصوصية الثقافية، كلها ممارسات إعلامية لا أخلاقية الغرض منها الربح السريع، وربما هذا راجع لسببين: أولهما أن اقتصاديات نشأة القناة مقاولاتية وليس لمتخصص في الإعلام؛ وثانياً الربح السريع كهدف أسمى وليس كمشروع للتوعية في المجتمع، لذا يطرح الباحث هل يمكن أن تغلب المادة الإعلامية وتصبح سلعة باسم التحرر أم إن الإعلام مقدس لا يباع ولا يشتري وهو لغرض التوعية؟، إذا كان التبعية للغالب في الإعلام من أجل الربح فهي مجرد وكالة للشركات متعددة الجنسيات لضمان احتكار السوق، إذا سلمنا أن التنمية لا تتم إلا وفق خصوصية لغوية وثقافية، تسعى الحكومات المتتابة لترسيخها عبر المنظمة التربوية بكافة مؤسساتها التنشئية بما فيها الإعلام وهذا بالمجتمع ككل.

5- الثقافة والنظام الاجتماعي: "عالمج ماركس مفهوم الثقافة بشكل مشابه للوظيفيين، حيث اعتبر الثقافة الإنسانية ذات أصل اجتماعي، وهي لا يمكن تصورها كانبثاق مباشر من الطبيعة أو الغريزة الفطرية في الكائن البشري، فالثقافة تأتي من خلق الإنسانية الأولى المجتمعات، وعلى عكس دوركايم لم ير ماركس الثقافة تنشأ وفق نظام التصنيف البدائي المنبثق من الهيكل الاجتماعي، بل اعتقد أن الثقافة لها أصل أحادي في عمل الإنسان."¹

يفسر كارل ماركس الثقافة تفسيراً مادياً، والذي يمكن أن نلمسه في المهن المختلفة التي اشتغل بها الإنسان، بدءاً بالصيد الذي كان له طقوس خاصة كبناء الأعشاش للمبيت، وصناعة أدوات بسيطة للصيد، وأن التجمع الإنساني هو الذي أدى إلى التكوين الاجتماعي، لذا يرى ماركس أن الإنسان يصبح منتجا عندما يتحرر من الحاجات المادية.

"فتجانس المستهلك يساهم في إضعاف وتجاهل الهويات القائمة على الانتماء إلى مجموعات اجتماعية معينة، إن مقدرة الفرد على تبني المزيد من الخيارات حول هويته معناه أن الناس الذين يعيشون قريبين من بعضهم وينتمون إلى نفس الطبقة أصبح لديهم هويات مختلفة، إذن العولمة فتحت العديد من الاحتمالات."²

الشركات العابرة للقارات أصبحت تخترق الأذواق وتؤثر على نمط الاستهلاك وتغير منه، فشركة كوكاكولا لها فروع في كل العالم وتستطيع الدخول إلى كل البيوت فلا مجال لمنعها، فالحرية مكنتها من العمل للوصول إلى كل مكان وتجاوز عقبات المنافسة، لذا فهوية المنتج لم تعد أمريكية بل عالمية وكل شعوب العالم تطلب هذا المستهلك، فأمر الهوية في زمن العولمة لم يعد يحافظ على الخصوصية في الهوية، فهي قد فتحت الباب لكل الهويات أن تختلط بعضها ببعض.

¹ - هارلمبس و هولبورن: سوسيولوجيا الثقافة والهوية، ترجمة: حاتم حميد محسن، دار كيوان للطبع والنشر والتوزيع، ط1، دمشق، سوريا، 2010، ص25.

- هارلمبس و هولبورن: سوسيولوجيا الثقافة والهوية: ص98.

وهذا بفضل وسائل الاتصال الحديثة، والتي من أهمها الإعلام الفضائي الخاص، إلا أن الإشهار الذي يغذيها، وجهته المعلومة الشركات متعددة الجنسيات التي ترصد أموالاً طائلة لذات الغرض، مما يحيل عمال الشركات المحلية إلى البطالة وبالتالي غلقها، فهذه الأخيرة التي في بعض الحالات ثبت أنها تحوز على الجودة لكنها لا تملك القدرة على الإشهار لمنتجاتها بالشكل المضخم عند شركات متعددة الجنسيات، وكذا الدخول في مشكلات اجتماعية لا حصر لها هي من توابع البطالة؛ كأزمات نفسية والانتحار واللجوء إلى المخدرات أو الهجرة الغير الشرعية والطلاق والعزوف عن الزواج وغيرها من الأزمات الاجتماعية.

"لقد تساءل علماء الاجتماع كذلك من مسألة التواصل عبر الأجيال الذي تشهده الثقافات والثقافات الفرعية الخاصة بمختلف المجموعات الاجتماعية، للإجابة عن التساؤل عمد البعض إلى استخدام مفهوم التنشئة الاجتماعية باعتباره صيرورة اندماج الفرد في مجتمع ما أو في مجموعة معينة، عبر استبطان كفايات التفكير والإحساس والفعل؛ أي وبعبارة أخرى النماذج الثقافية الخاصة بذلك المجتمع أو بتلك المجموعة."¹

يعتبر الإعلام الفضائي الخاص كوسيط ناقل للثقافات، لكن العولمة نمطت شكلاً وحيداً للقيم الثقافية والسلوكيات والعادات من البسة، وأطعمة، وأمزجة التفكير وأساليب الاستهلاك والزواج وتحديد العلاقات الاجتماعية وغيرها، تم التمرد عليها باسم الحداثة فرغم تعدد اللغات في العالم إلا أن الثقافة تكاد تصبح واحدة، وهذا لأن العولمة بفضل امتلاكها للقوة التكنولوجية استطاعت الدخول كاستعمار جديد أو كمبشر بدين جديد باسم الإنسانية والتحرر، والغرض منه سيطرة شركات متعددة الجنسيات والعبارة للقرارات على مقدرات الشعوب، وعلى إقحام نفسها في تغيير سياسات حكومات شعوب منتخبة، فالقضاء على الخصوصيات الثقافية لم يعد كالسابق بالاعتماد على القنوات الفضائية الغربية، بل أصبح الإعلام الفضائي الخاص المحلي بمثابة وكالة أو فرع لهذه القنوات بإمكانه استكمال مهمة القضاء على الخصوصية الثقافية سواء عن جهل بها لغرض الربح السريع أو عن عمد القصد منه ترسيخ ثقافة الآخر في المجتمع.

المراجع:

- 1- أحمد بلعكي وآخرون: الهوية وقضاياها في الوعي العربي المعاصر، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2013

¹ - دنيس كوش: مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، ترجمة د. منير السعيداني، الترجمة العربية والنشر، ط1، بيروت، لبنان، 2007، ص84.

- 2- د. آمنة ياسين بلقاسمي: العولمة الثقافية وتأثيراتها على هوية الشباب والمراهقين الجزائريين، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد الثاني، الجزائر، جوان 2012
- 3- أردينة سليم: فلسفة التداوليات الصورية وأخلاقيات النقاش عند يورغن هابرماس، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الفلسفة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008.
- 4- جاكسون، مونان، مبيكي، هابرماس وآخرون: التواصل نظريات ومقاربات، ترجمة ك عز الدين الخطابي وزهور حوثي، منشورات عالم التربية، الدار البيضاء، المغرب، 2007
- 5- دنيس كوش: مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، ترجمة د. منير السعيداني، الترجمة العربية والنشر، ط1، بيروت، لبنان، 2007
- 6- دفيد انجليز - جون هيرسون: مدخل إلى سوسيولوجيا الثقافة، ترجمة: لما نصير، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، قطر، 2013
- 7- هارلمبس و هولبورن: سوسيولوجيا الثقافة والهوية، ترجمة: حاتم حميد محسن، دار كيوان للطبع والنشر والتوزيع، ط1، دمشق، سوريا، 2010
- 8- محمد نور الدين أناية: الحداثة والتواصل في الفلسفة النقدية المعاصرة، ط2، افريقيا الشرق، دار البيضاء، المغرب، 1998
- 9- د. ماكس هوركهايمر - تيدوف ادورنو: جدل التنوير، - شذرات الفلسفة-، ترجمة، د. جورج كتوره، ط1، دار الكتاب الجديدة، بيروت لبنان، 2005
- 10- د. سامية جمال: الإعلام والثقافة وجدلية العلاقة في العولمة، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 8 ، جامعة بسكرة، الجزائر، ديسمبر 2013
- 11- عز الدين الخطابي: حوار الثقافات بين الكونية والخصوصية - مقارنة فلسفية انثروبولوجية-، مجلة عالم التربية، منشورات عالم التربية، العدد 17، 2007
- 12- د. عبد الله التطاوي: اللغة والمتغير الثقافي الواقع والمستقبل، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2005
- 13- أ.د غريب سيد أحمد وآخرين: علم الاجتماع والاتصال والإعلام: دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2004