

## جمهور الإذاعة المحلية الجزائرية

- بين التغيير الثقافي وترسيخ الهوية الثقافية-

ليلى شاوي

أستاذة مساعدة. كلية علوم الإعلام والاتصال

جامعة الجزائر 3

### ملخص

تأتي هذه الدراسة ضمن البحوث السوسيو إعلامية، انطلاقا من قناعتنا بان الحياة الأسرية الجزائرية مبنية اجتماعيا، وان التفاعلات الأسرية في داخل الأسرة الواحدة ليست منقطعة عن حقيقة ما يجري خارجها، وبالتالي فدراسة التلقي في الأسرة الجزائرية في نطاقها المحلي بصورة معزولة عن السياق الثقافي والاجتماعي شكل من المعرفة قليل الفائدة.

إن معظم الدراسات الجامعية في مجال البحث الإعلامي سائرة في ركب الكمي لإثبات الفرضيات أو نفيها، وذلك تأسيسا على فكرة كون المعرفة الموضوعية تقاس فقط، وكان المعاني مغروسة بالأشياء وتقع خارج علاقة الناس بالعالم، ولم يكن همنا إثبات فرضية أو تثبيت وجهة نظر، وإنما كان الهم الأساسي هو دراسة المعنى وكيف يتم تلقي الأسرة الجزائرية لبرامج الهوية الثقافية فكانت المنهجية الاثنوغرافية هي الطريقة التي سمحت لنا بفهم هذه الجدلية، سنحاول في هذه الدراسة أن نجيب عن أسئلة تتعلق بكيفية فهم الجمهور المحلي لبرامج الهوية الثقافية وكيف يتفاعل مع المحتوى؟

يشهد العالم جملة من التحديات ذات أبعاد مختلفة في كافة وسائل الإعلام التي مستها موجة الرقمنة، وقد تميز هذا القرن بالعديد من مظاهر التحول التكنولوجي شمل مختلف الميادين في مقدمتها مجال الإعلام السمعي والسمعي البصري، ولعل أهم إنجاز استفادت منه الجزائر هو إنشاء إذاعة محلية لكل ولاية، خاصة بعد إدراك الحكومة لأهمية التنوع الإعلامي والثقافي وخطر الزحف الإعلامي والثقافي الغربي وظهور ما يعرف بالتغريب الثقافي، مما أدى إلى ظهور قوانين إعلامية تفتح مجالاً لحرية التعبير من خلال تنوع الصحف وكذلك فتح قنوات إذاعية جديدة موجهة نحو تحقيق أهداف داخلية من حيث تقريب السكان نحو الإدارة وكذلك رفع مستوى ثقافة الجمهور وزيادة وعيه وتعريفه بكل مجال من مجالات حياته العامة والخاصة، كما يتم استخدامها أيضاً للوصول إلى أهداف خارجية تكمن في تعريف العالم بحضارة وتاريخ سكانها وهوية شعبها الثقافية.

التحولات الناتجة عن العولمة فرضت على جميع الدول إما التكيف مع ما يفرضه مجتمع المعلومات من واقع جديد يتصف بزوال كل الجدران التي كانت قائمة، أو العيش على هامش الحياة في أحسن الحالات. الأمر ليس هينا بالنسبة للدول النامية، نظراً للإمكانيات المادية التي تتطلبها مساهمة التطور السريع والغير مسبوق في مجال وسائل الاتصال، ونظراً كذلك لـ "المحتوى" الذي تحمله وسائل الاتصال الحديثة والذي لا يتماشى عادة والخصوصيات الثقافية المحلية لهذه الدول، أدى إلى بروز موضوع مهم يتعلق بالثقافة والتراث الثقافي وظهور مفهوم جديد للثقافة، والثقافة الدخيلة عن مجتمعنا، وهنا تتداخل الجدليات الفكرية حول هوية الشعوب الثقافية وكيفية المحافظة على الموروث الثقافي وفي هذا السياق، نحاول من خلال هذه الورقة البحثية، مقارنة الإعلام الجديد بين التغير الثقافي أو المحافظة على الهوية الثقافية .

سنتطرق لدور الإعلام والاتصال في تشكل وحفظ الهوية الثقافية خاصة المحلية منها، فالكثير من المواقف ترى أنّ وسائل الإعلام قامت وبكفاءة عالية بتشكيل وإعادة تشكيل الهويات الثقافية ولكنها لم تفسر العلاقات القائمة ما بين وسائل الإعلام والهويات الثقافية، فتكنولوجيا المعلومات والاتصال توصل المسافات من خلال تحريك السكان وتكاملهم ضمن مجموعات ثقافية متناسقة ويتم تشكيل الهويات وتحديدها والحفاظ عليها<sup>1</sup>، ونشير بالذكر أنّ المواقف والنظريات الحديثة ونظريات ما بعد الحداثة تتطابق معا في استنتاج أنّ وسائل الإعلام قد قامت وبكفاءة بتشكيل الهويات الثقافية وقد أدت إلى تغير جذري للوعي الاجتماعي وأزيل عنصر المكان الذي كان أساس التجمع، إذ كان لا بد من وجود أرض يجتمعون عليها لتحالفهم وتفاعلهم، إلاّ أنّه وبوجود وسائل الإعلام الجديدة لم يعد التفاعل على أرض واحدة هو الباعث الأول للتجمع، بل أصبح التفاعل يتم عبر تكنولوجيا ووسائط المعلومات والإعلام لهذا فإنّ للإعلام الإلكتروني الأثر الفعّال على هويات الجماعة، ويقدر ما أمر الهوية الثقافية بديهيا، بقدر ما لم يؤخذ بجدية كافية من قبل العلماء فهناك القليل من الدراسات التي اهتمت بالأدوار والنشاطات التي يقوم بها الناس لتحقيق الهوية الثقافية، والدراسات الميدانية يجب أن تنصب على كيفية تنمية الناس الإحساس بهوياتهم والمحافظة عليها والإحساس بالمكان أو القبيلة أو العائلة التي تعيش فيها<sup>2</sup>. إلاّ أنّه وعلى الرغم من كثرة الدراسات فإنّه ينقصنا الأجوبة المقتنعة عن العلاقات القائمة ما بين الإعلام والهوية سواء كانت وطنية، أو محلية.

### تحديد الكلمات الدالة:

لتجنب الإطالة، لن نتعرض هنا سوى للمصطلحات والمفاهيم العلمية التي لها صلة وثيقة بالموضوع، ونكتفي باستنتاج تعريفنا الإجرائي من خلال معارفنا، وفي ضوء خبرتنا البسيطة.

## أولاً: مفهوم الجمهور:

لغة: جاء في (لسان العرب) أن: "جمهور كل شيء معظمه، وقد جمهره، وجمهور الناس" جلهم، وجماهير القوم" أشرفهم" وفي حديث ابن الزبير "قال معاوية"إننا لا ندع مروان يرمي جماهير قريش بمشاقصه" أي جماعتها، واحدها جمهور- وجمهرت القوم إذا جمعتهم، وجمهرت الشيء إذا جمعته، وعدد مجمهر- مكثر، والجمهرة- المجتمع<sup>3</sup>، وقد استخدم لفظ "الجمهور" كترجمة للمصطلحين الانجليزيين Public-Audience رغم ما بينها من اختلاف، فكلمة Public تشير إلى المجموع العام للأفراد الذين يقرؤون أو يستمعون أو يشاهدون أياً من وسائل الإعلام أو وحداته.<sup>4</sup>

فليس هناك تعريف كامل للجمهور، لكن ربما أسهل طريقة لوصفه هو أنه "مجموعة من الأشخاص يتشاركون في حالة أو وضع واحد"<sup>5</sup>،

، ولقد نظرت النظريات الاجتماعية والتي اهتمت بمجال الإعلام والاتصال الجماهيري في الأربعينات إلى الجمهور على أنه حشد، ونجد "هربرت يلوم" يرى في هذا الشأن أن الجمهور يختلف عن الحشد، فالجمهور أكثر تفككا، واقل اندماجا، وأن أفراده ليسو متماسكين، ولا يقوم بينهم التماسك الانفعالي الذي يتوفر في حالة الحشد<sup>6</sup>

إجرائياً: نقصد بالجمهور متلقي الرسالة الإعلامية والخاصة بترسيخ الهوية الثقافية المحلية أي الجمهور بكافة شرائحه وهو جمهور الإذاعة المحلية.

## ثانياً الإذاعة المحلية:

لغة: نقول أذاع، يذيع، إذاعة الخبر، أي ينشره، وإذاعة السر إفشاؤه.<sup>7</sup>

اصطلاحاً: يعرفها فضيل دليو على أنها "ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية

والسياسية، وربط مستمعيها برياط مباشر وسريع، ومن ثم فقد اشتركت وسائل الاتصال الأخرى في تقريب الثقافات وتكوين رأي عام عالمي تحاول دول الشمال السيطرة عليه<sup>8</sup>

إذا نظرنا إلى الإذاعة المحلية فنجدها مركبة من كلمتين "الإذاعة" و"المحلية" ويعود أصل كلمة "إذاعة" إلى لفظة راديو **Radios** باللاتينية، تعني نصف قطر الدائرة، وهذه التسمية تتناسب مع الإرسال الإذاعي، حيث ترسل الموجات الصوتية على هيئة دوائر لها مراكز إرسال.<sup>9</sup> ومن ثم أصبحت كلمة الراديو تعني بث الموجات بواسطة مراكز الإرسال وانتشار هذه الموجات عبر الأثير ثم استقبالها مرة أخرى بواسطة أجهزة الاستقبال، وتعني الكلمة باللغات العامية العربية جهاز الإرسال والاستقبال معا<sup>10</sup>، ويعتقد أنها تسربت إلى اللهجات من اللفظة الفرنسية **Radio Diffusion**، حيث أخذت العامة الجزء الأول من اللفظة الفرنسية وتركت الجزء الثاني منها<sup>11</sup>، أما قاموس "أوكسفورد فيري" بأنها: بث البرامج للاستماع إليها من طرف الجمهور.<sup>12</sup>

أما معجم مصطلحات الإعلام فيعرفها: "استخدام نظامي يهدف إلى تنمية الناس داخل منطقة جغرافية ذات حدود سكانية محددة بدقة".<sup>13</sup>

أما كلمة "محلية" فهي تعني المجال المكاني المحلي وهي مرتبطة بالمجتمع المحلي، باعتباره مجموعة من الناس تعيش في منطقة جغرافية متجاورة نشأت بينهم علاقات اجتماعية وثقافية معينة أدت إلى وجود مجموعة من المؤسسات والمنظمات الاجتماعية والى وجود أهداف اجتماعية مشتركة ويتميز المجتمع المحلي في حيز من الحياة المشتركة قد يكون قرية أو مدينة أو محافظة، وفي ضوء تعريف المجتمع المحلي جاء تعريف الباحثين للإذاعة المحلية .

إجرائياً: الإذاعة المحلية هي جهاز إعلامي يخدم مجتمع محلي. بمعنى أن الإذاعة المحلية وسيلة إعلام تستخدم لأغراض اجتماعية مختلفة بهدف خدمة المواطن المحلي .

### ثالثاً: الهوية الثقافية

**لغة: هي الهوية<sup>14</sup>** وهي حقيقة الشيء، أو الشخص التي تُميزه عن غيره.<sup>15</sup>

الهوية بضم الهاء وكسر الواو وتشديد الياء المفتوحة نسبة مصدرية للفظ (هو) وهي استعمال حادث، أما الهوية بفتح الهاء فهي البئر البعيدة المهواة، والموقع الذي يهوي ويسقط من وقف عليه<sup>16</sup>.

إن مفهوم الهوية من ناحية الدلالة اللغوية، يشكل مركب من الضمير الغائب، "هو" مضاف إليه ياء النسبة التي تتعلق بوجود الشيء المعني كما هو في الواقع بخصائصه و مميزاته التي يعرف بها. والهوية بهذا المعنى هي اسم الكيان والوجود على حاله، أي وجود الشخص. ص أو الشعب أو الأمة كما هي بناء على مقومات ومواصفات وخصائص معينة، تمكن من إدراك صاحب الهوية بعينه دون الأشباه، والمسألة في هذه القضية تتعلق بنوعية تلك الصفات والمقومات والخصائص<sup>17</sup>.

**أصطلاحاً، هي ليست بنية مغلقة وإنما هي بنية مُتحوّلة** باستمرار، ولكن على محور ثبات! وهي سياق علاقة تبادلية تنهض على تفاعل مع معطيات الوجود ومكونات المحيط، وليست الهوية، في هذا الضوء، واقعاً ثقافياً، وإنما هي قيم جوهرية تنتزل في واقع تتجدد فيه بفعل فهم الإنسان وإدراكه ودينامكيته، وقدرته على مواجهة مشكلات حياته وعصره، ولأنّ الهوية هي القيم المطلقة والخالدة التي تسهم في صوغ حقيقة الإنسان الممكنة، إنها حقيقتنا التي تحتاج جهدنا الإنساني الدؤوب كي تتجسّد في الوجود عبر وقائع فعلية وأنماط سلوك ومواقف وتصرفات، وبرامج عمل تؤسّس حقائق حضارية ثقافية واجتماعية وفكرية واقتصادية وسياسية،

لذلك فإنَّ الهوية ليست مجردَ عمليةٍ تنتمي إلى ترفٍ فكريٍّ زائدٍ عن الحاجة، وإثما هي نشاطٌ إنسانيٌّ ضروريٌ ينبغي له أن يكون دؤوباً كي يُسهم في تجديد الهوية: من أنا؟ وكيف صرتُ على ما أنا عليه؟ ما هي العناصر التي تُشكّل هويتي؟ ما ثابتها وما متحولها؟ وعلى أي محور ثابت تحدث تحولاتها؟<sup>18</sup>

إجرائياً: الهوية الثقافية هي ما تكون لدى الإنسان من رواسب ثقافية من مجتمعه الأصلي من عادات و تقاليد وقيم وسوكات تميزه عن غيره من المجتمعات.

❖ افترضنا وجود علاقة بين الهويات الثقافية والإذاعات المحلية وركزنا على المستقبل (المستمعين) باعتباره الحلقة المهمة في العملية الاتصالية والذي يضمن نجاح أو فشل العملية ككل، فالاهتمام بالهويات الثقافية والتنوع الثقافي من خلال وسائل الإعلام يسمح بتفاعل المستمعين وذلك يلاحظ من خلال اتصاليهم الهاتفي رغم وجود اختلاف في ثقافتهم المتوارثة، وذلك حسب خصوصية كل منطقة وحسب الأصول التي تتحدر منها كل عائلة، وبما أن رجوع الصدى هو الهدف النهائي من العملية الاتصالية الذي من خلاله يتضح مدى نجاح أو فشل الجهود الاتصالية

سنتطرق هنا لما يلي :

1- العلاقة بين الهوية الثقافية والإعلام والاتصال: من العسير أن نتصور شعباً بدون هوية، أو نقنع بما يزعمه داريوس شايفان أن الهوية صورة مغلوبة للذات<sup>19</sup>، وما يراه حسن داوس في الرجل الإفريقي الذي استطاع أن يحافظ على هويته وعلى تراثه الثقافي برغم الأعاصير<sup>20</sup>، وما تؤكد الدراسات السوسيوولوجية من أن لكل جماعة مجموعة من الخصائص والمميزات الاجتماعية والنفسية والمعيشية التاريخية المتماثلة التي تعبّر عن كيان ينصهر فيه قوم منسجمون ومتشابهون بتأثير هذه الخصائص

والميزات التي تجمعهم. ومن هذا الشعور يستمد الفرد إحساسه بالهوية والانتماء، ويحسّ الفرد بأنه يشترك مع عدد كبير من أفراد الجماعة في عدد من المعطيات والأهداف وينتمي إلى ثقافة مركبة من جملة معايير ورموز وصور<sup>21</sup>، وفي هذا السياق انتقد احد الباحثين ما اسماه بالشكل الميثافيزيقي الذي يحدد هوية الأمم والشعوب وي طرح مقابل ذلك مقاربة سوسيولوجية ترى بان الهوية تتغذى بالتاريخ وتشكل استجابة مرنة تتحول مع تحوّل الأوضاع الاجتماعية والتاريخية<sup>22</sup>، وبالتالي فهي هوية ليست ثابتة تتغير مع حركة التاريخ وانعطافاته .

يلتقي الاتصال والثقافة في أوجه كثيرة، فمن ناحية نجد أن كل العمليات الثقافية لا تخلو من تفاعلات اتصالية وكل العمليات الاتصالية لا تخلو من تفاعلات ثقافية، وبذلك تؤثر في تشكيل معظم المضامين التي تحملها العمليات الاتصالية كما يساهم الاتصال في نشر المعارف ودفع عجلة الأنشطة الثقافية وفي انتفاع الأفراد بالنتائج الثقافية والمشاركة في الحياة الثقافية وتعتبر رموز الاتصال ذاتها جزءا من الثقافة السائدة فاللغة، والحركات والإشارات والإيماءات هي عناصر ثقافية، كما أنّها في الوقت نفسه أدوات لنقل الثقافة للمجتمع ومن الوظائف الأساسية للاتصال، نقل الثقافة من جيل إلى جيل فقد حددها رونلد لازوايل في: (مراقبة البيئة، الترابط بين أجزاء المجتمع، نقل التراث الثقافي من جيل إلى جيل)، فأصبحت وسائل الاتصال الجماهيري أداة لصياغة الثقافة أكثر مما هي عامل من عوامل هذه الثقافة التي تشربت بها بالفعل خلايا البناء الاجتماعي<sup>23</sup>، فطبيعة العلاقة بين الاتصال والثقافة تتحدد على ضوء العلاقة التي تمنح سلطة أقصى درجة من السيطرة والتحكم في مجالات النشاط الثقافي في المجتمع، فانتزاع العنصر الثقافي في إطاره الطبيعي وتحويله للتأكد على معاني معينة والتغاضي عن البعض الآخر يؤدي إلى تشويه هذا العنصر وإضعاف مقدرته على القيام بوظائفه الأصلية التي



يؤديها في نطاق الثقافة الشعبية . ويشير الدارسون ويجادلون بأن وسائل الاتصال جميعا مسؤولة عن جذب الجمهور المتعدد والمتفرق بحكم المكان، اللغة، العرق والثقافة فهو يزيل الفروقات والاختلافات التي تجعل الثقافات بعيدة عن بعضها الآخر<sup>24</sup>، فمن خلال الإعلام الجديد أصبح الجمهور يستمع إلى بعضه البعض ويستمتع للمواطنين البعيدين حيث يرى دافيد مورلي في كتابه "جغرافية التلفزيون - الاتصالات والجمهور أن البساط السحري لتكنولوجيا الإرسال والاتصال كما يسميه يلعب دورا رئيسيا في ربط الأفراد وعائلاتهم كعالم شعبي معروف في صورة ولغة وصوت هذا الجمهور، فهذا البساط هو الذي أخرج الجمهور من ضمن توقعه المحلي والتطور الإعلامي لم يؤدي بالضرورة إلى إحداث تناغم ثقافي، ذلك أن المجتمعات المحدودة في وسائل الإعلام ووسائطه ومصادره توصلت إلى بناء حس بالانتماء الجمعي والمحافظة عليه في حين أن المجتمعات الأخرى والمجهزة بنظم إعلامية وطنية متطورة وبمستوى أفضل لم تستطع امتصاص الثقافات المحلية المختلفة، والجدير بالذكر أن استمرار وجود الهويات المحلية في مجتمعات العالم الثالث يكسر مفهوم الهيمنة الإعلامية أو احتلال الثقافة العالمية، فإنّ التعرض المستمر والمنظم لمحتويات إعلام تمت صناعته في أوطان أخرى لا يبدو وكأنه قلل من أهمية الفروقات المحلية، وفي هذا كتب بعض الباحثين حول عودة الأوطان، وعودة الحركات الثقافية ما قبل الحديثة كمنهج لمسائلة مقولة ما بعد الحداثة والتي تتمحور حول أنّ الهويات والثقافات القديمة قد أزيلت وانمحت في الحداثة المتأخرة فالتشكيلات الثقافية كانت في حالتها الخاملة وأنه تم إحيائها وبالتالي فالالاكتشاف الواضح أنّ الأوطان وثقافتهم لم تمت وأنّ الموروث الثقافي المحلي لم يميت<sup>25</sup>، فالعولة تقدم أكبر قدر ممكن من الجماعات الثقافية العالمية على حساب تلك المحلية فالتكنولوجيا الحديثة قادرة على أن تفصل المكان عن الهوية وتزيد من ضعف الشعور بالانتماء

المرتبط بالمحلي وتعمل على تعويضها ونسج هويات غير متعلقة بالحيز المكاني وتقلل من الشعور بالانتماء إليه، ونشير بالذكر أنّ العديد من منتجات الصناعات الإعلامية تتصادم مع الخصوصيات الثقافية للمتلقي، كذلك في سياق العولمة يمكن اعتبار أنّ الثقافة تمتد عبر الزمان والمكان، ومن ثم فهي تأتي في العصر الإلكتروني عبر شاشة التلفزيون، والفيديو، المذياع، دون أن تتطلب من استكشافها في أي سياق آخر، إنّ الناتج الاصطناعي والمعاني الثقافية الوافدة من أماكن جغرافية مختلفة والخاصة بفترات تاريخية مختلفة يمكن أن تمتزج معا وتتجاوز<sup>26</sup>

- فتحليل شيدسون حول كيفية عمل الثقافة يقدم تبصيرات هامة لتحويل العلاقة القائمة بين الإعلام، المكان، الهوية وفي حديثنا أيضا عن العلاقة بين الهوية الثقافية والإعلام نجد أن المشكلة تقع عندما نضع الإعلام قبل الهوية في الأولوية، إذا تسائلنا عن ماهي آثار الإعلام على تشكيل الهوية والحفاظ عليها فالجواب سيركز كما هو متوقع، على إنجازات الإعلام ودوره الريادي في التشكيلات الثقافية لذلك فإنه ليس من المستغرب أنّ النظرة النموذجية المأخوذة عن الإعلام أنّه قوي وفعلّال في تحليل وتمييع الإحساس بالمكان، وفي بناء التجمعات الثقافية وهذا جزء من الناتج الحاصل من جراء تحديد الهوية عوضا عن تحديد مفهوم الممارسات الاتصالية المختلفة المتأصلة في الإجراءات والمتعلقة بتشكيل الهوية هذا حسب ما جاء في كتاب **كاري** "الاتصال كثقافة سهلة للإعلام والمجتمع". ضمن هذا الأنموذج فإنّ تكنولوجيا الإعلام هي القوى الحيوية والمحددة وهي مبدئيا ظواهر تابعة، فتكنولوجيا الإعلام هي القوى المسببة والفاعلة، والهويات هي النتيجة والأثر، وهي تتشكل نتيجة فعل تكنولوجيا الإعلام. ولقد أكد **هارفاي** في كتابه الثقافات المحلية وهو أحد أشد منطري ما بعد الحداثة ضرورة التعرف على مشكلة المكان والتركيز على المعنى والميزات التابعة للمجموعة والمكان أما "أقنو" في كتابه المعنون

بـ"المكان والسياسة - جغرافية الإعلام للمجتمع- "فهو يقدم بديلا عن طريق التمييز ما بين المحلي والمكاني وحسّ المكان(التركيب المحلي) فالمكان يشير إلى البناء الاجتماعي والذي عن طريقه يتكامل المحلي بالمكاني فمن الخطأ حسب "أقنوا" فهم المكان تجريدا وكأّنه حاجز للاتصال وتشكل الهوية، فاللغة المشتركة، الماضي المشترك، الذين الواحد، التقاليد، هي من أهم العناصر المساعدة للمجموعات على الاستقرار والوجود وهي من أهم ظواهر الهوية الثقافية<sup>27</sup>. فإعلام ما بعد الحداثة أو ما أصطلح عليه بالإعلام الجديد يؤثر في الثقافة كما تتأثر بها وهذا حسب ما يلي:

أ- تأثير وسائل الإعلام الجديدة على المعايير الثقافية: لتوضيح العلاقة بين الإعلام الجديد والتغيير الثقافي نتبنى ما قدمه **ملفين دي فليير** في نظرية المعايير الثقافية والتي تقوم على أنّ وسائل الإعلام من خلال عروض منتقاة ومن خلال التركيز على موضوعات معينة، تستطيع أن تحقق انطبعا لدى جمهورها بأنّ المعايير الثقافية "القواعد العامة التي يجب فهمها وإتباعها بواسطة جميع أفراد المجتمع يتم تحديدها بطريقة معينة وهذه المعايير تغطي مدى واسعا من النشاطات وطبقا لهذه النظرية فإنّ وسائل الإعلام لا تؤثر في الأشخاص فقط ولكن تؤثر في الثقافة، حيث تقوم وسائل الإعلام بتعزيز الأعراف الاجتماعية ونشرها<sup>28</sup>.

ب- تأثير المعايير الثقافية على وسائل الإعلام الجديدة: إذا كانت وسائل الإعلام تقوم بنشر المعايير الثقافية بين جمهورها لدرجة أنّهم يتوحدون في فهمهم اتجاه الأعراف والتقاليد والعادات فإنّ المعايير الثقافية تؤثر أيضا على وسائل الإعلام، على أنّ المعايير الثقافية لا يقف دورها في مجال السلوك الإخباري عند اختيار وسائل الإعلام للأحداث وكيفية تغطيتها ولكنها تتعدى إلى كيفية إدراك جمهور هذه الوسائل إلى ما يقدم من

معلومات واختلاف إدراكه الذي يرجع إلى عوامل مرتبطة باختلاف الثقافات الفرعية داخل الثقافة العامة للمجتمع الواحد<sup>29</sup>.

ج- بناء الواقع الثقافي والاجتماعي في وسائل الإعلام الجديدة: من الوظائف المهمة لوسائل الإعلام أنها توسع معلوماتنا عن البيئة والأماكن والموضوعات والأحداث وكما رأى ولتر ليبمان فعلمنا الاجتماعي الذي نتعامل معه من الصعب الوصول إليه أو رؤيته وملاحظة ليبمان اليوم تبدو حقيقة فوسائل الإعلام تطلعنا على الثقافات والقضايا الاجتماعية التي يستطيع عدد قليل منا أن يلمسها مباشرة، لذلك فنحن نعتمد على الصور التي تقدمها وسائل الإعلام كدليل لبناء واقعنا الاجتماعي، وبعبارة أخرى فإن وسائل الإعلام تخلق صوراً في رؤوسنا وهذه الصور تقدم لنا معرفة عن الواقع الذي يشكله سلوكنا وتعرف البحوث التي توضح تأثير وسائل الإعلام في بناء الواقع ببحوث الغرس أو التثقيف ومن هذه البحوث نظرية الغرس الثقافي التي قدمها جرينر و زملائه خلال السبعينات وتقع هذه النظرية ضمن النظريات التي تحدث عن التأثير البعيد المدى للواقع الذي تقدمه وسائل الإعلام وتقوم النظرية على فرض رئيسي وهو أنّ التلفزيون من بين وسائل الإعلام الجماهيرية نال مكاناً بارزاً في الحياة اليومية وأنه يسيطر على بيئتنا الرمزية يأتي البرهان الرئيسي لنظرية الغرس من تحليل محتوى التلفزيون الأمريكي في شكل منظم والذي نفذ لسنوات طويلة حيث أظهر تشوهات كبيرة للواقع في مجال العائلة والبرهان الثاني الذي تقوم عليه النظرية يأتي من مسح الرأي والاتجاهات، ومن هنا يجب على القائم بالاتصال معرفة الهوية الثقافية التي يعمل بها فلا يمكن القول بأنّ الصدفة الزمنية هي التي دفعت إلى ظهور هذه المجموعة المجتمعية من التفاعلات<sup>30</sup>.

كما يجب معرفة نوع النظام الاجتماعي الذي يعمل في إطاره القائم بالاتصال ومكانته فيه الأدوار التي يؤديها كما يجب معرفة المعتقدات

الثقافية أو القيم المسيطرة عليه، أيضا لأنها تؤثر على اختياره للمضمون وتفسيره لاحتياجات واهتمامات الجمهور، ومما هو جدير بالملاحظة مطالبة الباحثين "رايلي وورالي" برؤية اجتماعية لعملية الاتصال تضع القائم بالاتصال في السياق الاجتماعي لعضويته في الجماعة والبنية الاجتماعية<sup>31</sup> . لهذا فقد كانت بريطانيا تتجه للدراسة المجتمع البدائي في إفريقيا حيث توجد معظم مستعمراتها وهي قبائل تعيش كل منها في شبه عزلة اجتماعية واقتصادية لظروفها الجغرافية. بغرض معرفة كيفيات وسبل التعامل معها<sup>32</sup> . وهنا تكمن العلاقة بين الإعلام والثقافة وتأثير الإعلام عليها، ويظهر تأثير ذلك في تشكيل معظم المضامين التي تحملها العمليات الاتصالية كما يساهم الاتصال في نشر المعارف ودفع عجلة الأنشطة الثقافية وفي انتفاع الأفراد بصفة عامة بالنتائج الثقافية والمشاركة في الحياة الثقافية<sup>33</sup> . وتعتبر رموز الاتصال ذاتها جزءا من الثقافة السائدة فاللغة والحركات والإشارات والإيماءات إلى آخره هي عناصر ثقافية، كما أنها في الوقت نفسه أدوات لنقل الثقافة للمجتمع ومن الوظائف الأساسية للاتصال، نقل الثقافة من جيل إلى جيل فقد حددها رونلد لازوايل بثلاث وظائف يؤديها الإعلام في المجتمع وهي: (مراقبة البيئة، الترابط بين أجزاء المجتمع، نقل التراث الثقافي من جيل إلى جيل)، لذلك فوسائل الاتصال أداة لصياغة الثقافة أكثر مما هي عامل من عوامل هذه الثقافة التي تشربت بها بفعل خلايا البناء الاجتماعي ومن هنا فطبيعة العلاقة بين الاتصال والثقافة تتحدد على ضوء العلاقة التي تمنح سلطة أقصى درجة من السيطرة والتحكم في مجالات النشاط الثقافي في المجتمع - فانتزاع العنصر الثقافي في إطاره الطبيعي وتحويله للتأكد على معاني معينة والتغاضي عن البعض الآخر يؤدي إلى تشويه هذا العنصر وإضعاف مقدرته على القيام بوظائفه الأصلية التي يؤديها في نطاق الثقافة الشعبية ولتوضيح العلاقة بين الإعلام والثقافة قدم **ملفين دي فليير** نظرية المعايير الثقافية والتي

تقوم على فكرة أنّ وسائل الإعلام من خلال عروض منتقاة ومن خلال التركيز على موضوعات معينة، تستطيع أن تحقق انطبعا لدى جمهورها بأنّ المعايير الثقافية هي القواعد العامة التي يجب فهمها وإتباعها بواسطة جميع أفراد المجتمع يتم تحديدها بطريقة معينة وهذه المعايير تغطي مدى واسعا من النشاطات وطبقا لهذه النظرية فإنّ وسائل الإعلام لا تؤثر في الأشخاص فقط ولكن تؤثر في الثقافة أيضا، حيث تقوم وسائل الإعلام بتعزيز الأعراف الاجتماعية ونشرها، فإذا كانت وسائل الإعلام تقوم بنشر المعايير الثقافية بين جمهورها لدرجة أنّهم يتوحدون في فهمهم اتجاه الأعراف والتقاليد والعادات فإنّ المعايير الثقافية تؤثر أيضا على وسائل الإعلام، على أنّ المعايير الثقافية لا يقف دورها في مجال السلوك الإخباري عند اختيار وسائل الإعلام للأحداث وكيفية تغطيتها ولكنها تتعدى إلى كيفية إدراك جمهور هذه الوسائل إلى ما يقدم من معلومات واختلاف إدراكه الذي يرجع إلى عوامل مرتبطة باختلاف الثقافات الفرعية داخل الثقافة العامة للمجتمع الواحد، لذلك فنحن نعتمد على الصور التي تقدمها وسائل الإعلام كدليل لبناء واقعنا الاجتماعي<sup>34</sup>.

بعبارة أخرى فإنّ وسائل الإعلام تخلق صورا في رؤوسنا وهذه الصورة تقدم لنا معرفة عن الواقع الذي يشكله سلوكنا و تعرف البحوث التي توضح تأثير وسائل الإعلام في بناء الواقع ببحوث الغرس أو التثقيف ومن هذه البحوث **نظرية الغرس الثقافي** التي قدمها جرينر وزملائه خلال السبعينات، حيث تقع هذه النظرية ضمن النظريات التي تحدث عن التأثير البعيد المدى للواقع الذي تقدمه وسائل الإعلام وتقوم النظرية على فرض رئيسي وهو أنّ التلفزيون منى بين وسائل الإعلام الجماهيرية نال مكانا بارزا في الحياة اليومية وأنه يسيطر على بيئتنا الرمزية يأتي البرهان الرئيسي لنظرية الغرس من تحليل محتوى التلفزيون الأمريكي في شكل منظم والذي نفذ لسنوات طويلة حيث اظهر تشوهات كبيرة للواقع في مجال العائلة والبرهان

الثاني الذي تقوم عليه النظرية يأتي من مسوح الرأي والاتجاهات التي تقوي وجهة النظر القائلة بأنّ التعرض الكثيف للتلفزيون ينمي لدى المشاهد اعتقاداً بأنّ العالم الذي يراه على شاشة التلفزيون ما هو إلاّ صورة مماثلة للعالم الواقعي الذي يعيش فيه وتعد نظرية الغرس الثقافى جزءاً من مشروع سمي بـ "المؤشرات الثقافية"<sup>35</sup>.

### 3 - العولمة وإشكالية السيطرة على الهوية الثقافية:

أ- الثقافة العالمية وتأثيرها على الهوية الثقافية الوطنية: بشكل عام فإنّ الهوية الثقافية تشير إلى إحساس الفرد بنفسه عضواً في جماعة محددة، ومع أنّ المصطلح هذا قد يستعمل أحياناً للإشارة ببساطة إلى ما يلصقه الفرد على نفسه من مواصفات أو ما يدعيه من ارتباط بجماعة ما. إلاّ أنّه يعني الإحساس بالقيم المشتركة، والاتجاهات نحو جماعة الفرد، والعناصر المشتركة الأخرى الجامعة للثقافة كالقراية ومكان الولادة والتنشئة، وتعتبر الهوية مكوناً ديناميكياً يرتقي ويتغير استجابة لعوامل التطور وتغير المحتوى والظروف وتعتبر أيضاً عاملاً من عوامل النمو النفسي والاجتماعي، ونشير بالذكر أنّ العولمة الثقافية تساهم كثيراً وبمزيد من الفعالية في التأثير على الثقافات الوطنية عبر أجهزة الإعلام، فأتجاه ثقافة البلاد المتقدمة يسعى إلى تميمط وتطبيع الثقافات الأخرى وإدخالها في إطارها الخاص وقيمها الذاتية وهذا التميمط الثقافى هو جزء مكمل لنزعة الهيمنة والتسلط التي يمارسها الغرب المتطور وهو يتوصل لأهدافه بمختلف الوسائل، نظم التعليم والتدريب ونشر المفاهيم والقناعات واستخدام وكالات الأنباء والخبراء مما يشكل خطراً على الثقافة الأم<sup>36</sup>، ونشير بالذكر إلى أنّ العديد من القادة حذروا من العولمة الثقافية لما له من تأثير سلبي على الهوية الثقافية الوطنية ومنهم وزير الثقافة الفرنسي السابق خلال مؤتمر انعقد في المكسيك حيث شنّ هجوماً عنيفاً وقال "الدول التي علمتنا قدراً كبيراً من الحرية تحاول أن تفرض ثقافة شاملة واحدة على

العالم أجمع " وليس غريبا أن يتصدى المسؤول الفرنسي الأول عن الثقافة الفرنسية للغزو الأمريكي الذي بدأ ينمو في البيئة الثقافية لأفراد المجتمع الفرنسي ، ويقول المفكر العربي "محمد عابد الجابري" أنّ ما تقوم به الدول التي تتحكم برؤوس الأموال من خلال توظيف الإعلام ووسائل الاتصال الحديثة في عملية الاختراق الثقافية واستعمار العقول ويعني هذا الاستعمار في جوهره استلاب الدولة خصوصياتها الثقافية ، هذا الاستلاب المخطط من جانب الأقوى يظهر اليوم عصر العولمة مع محاولات الغرب وخاصة الولايات المتحدة الأمريكية التأثير في ثقافات الغير من خلال وسائل الإعلام كما تسعى العديد من الدول إلى استيراد المواد الإعلامية والترفيهية والثقافية من الدول والوكالات الغربية لأسباب عديدة من أهمها حالة الاغتراب الثقافي التي تعاني منه عن أنساق مجتمعا الثقايف والضعف الذاتي الذي تشعر به أمام التدفق الغربي<sup>37</sup> . فلم تعد الثقافة كما كانت في الماضي خاضعة لوسائل تقليدية في النشر، وإنما أضحت اليوم متأثرة إلى حد كبير بالتكنولوجيا عامة وتكنولوجيا الاتصال خاصة ، هذه التكنولوجيات التي استطاعت القيام بالاختراق الثقايف أي أنّ السيطرة أصبحت للتكنولوجيا ومن يسيطر عليها بإمكانه بث الثقافة التي يريد محمولة عبر التكنولوجيا ويستفاد من وسائل الاتصال و يتم تحويلها إلى صناعة ممنهجة لغسل الأدمغة وعلى ما يبدو فالثقافات التي تملك الأدوات التكنولوجية تسيطر على الثقافات الأضعف في الدول الأضعف تكنولوجيا، وهي بذلك تلعب دورا تأثيريا بارزا ليس على نطاق محلي فحسب، إذ أنّ العولمة الثقافية تعني تعميم مجتمع لنموذجه الثقايف على المجتمعات الأخرى خلال التأثير على المفاهيم الحضارية والقيم الثقافية والأنماط السلوكية لأفراد هذه المجتمعات بوسائل متعددة خاصة الثقافية منها<sup>38</sup> . وهذا ما عبر عليه المفكر "برهان غليون" في ندوة عقده في القاهرة تحت عنوان "مستقبل الثقافة العربية" بقوله "إنّ العولمة الثقافية تقوم بتعميم



أزمة الهوية حيث تتضاءل مع تزايد الثقافات الأقوى في فضاء مفتوح على الثقافات الوطنية ونفوذها" وتسعى العولمة الثقافية إلى نحر الهوية المحلية عبر الاستلاب والتهجين وفرض نسق واحد من القيم، فهي تسعى إلى تهميش الهوية القومية التي حسبت بأبنيتها ومنظومتها عائقاً أمام نفاذ وسريان عالمية التفكير، فأصبحت الهوية الثقافية مهددة في ظل هذا التراكم الكمي الهائل والنوعي المبرمج لثقافة العولمة، كما يضيف الساسة في هذا الجانب ويقولون: "إنّ أي مجتمع إنساني له خصوصيته الثقافية بحكم تاريخه الاجتماعي الفريد والذي لا يمكن أن يتكرر فهو أشبه بالبصمة الثقافية المتفردة"، كما أنّ أي منطقة حضارية لها خصوصياتها (هويتها الثقافية المميزة)، وإذا ما اعتبرنا أنّ إحياء التعدد والتنوع الثقافي داخل المجتمع الواحد الذي تسعى إليه اليونسكو من خلال برامجها لإحياء اللغات المهدة بالاندثار تحت اسم أطلس عالمي للغات المهدة بالاندثار، ضمن برامجها لعام 1998-1999، الوثيقة رقم 29م/5 الصادرة عن اليونسكو تحت عنوان (صون التراث الثقافي الطبيعي وإحياءه)<sup>39</sup>، وإذا ما علمنا أنّه في هذه الثقافات واللغات المهدة بالاندثار سوف تعود إلى الحياة فهي ستقوم على حساب أي ثقافة؟ هل هي ثقافة العولمة؟ أم على حساب الثقافات الوطنية؟ فالعولمة تسعى إلى إعادة تركيب المجتمعات بعد تجريدها من هويتها الأصلية وتزوير وعيها الجمعي كما تخفي وراءها تهميشاً يبدأ بإنكار تعريف الذات وينتهي بإسقاط الصفة الحضارية عنها، وهذا ما ذهب إليه أحمد ثابت في حديثه عن الحالة التي آلت إليها الثقافة في العديد من الأوطان حيث تسودها الآن ثقافة ملتبسة غير متوازنة، فضلاً عن هشاشة بنيتها المعنوية والمادية على السواء فلا القديم التراثي الذاتي عميق الجذور في تأصيله المعرفي والقيمي والوجداني ولا الفاعل الخارجي له أسسه وركائزه الراسخة ولا هي نابغة في الوقت نفسه من الإبداع المجتمعي<sup>40</sup>.

ب- **الهوية والتطبيع الثقافي:** تصبح الهوية الثقافية بارزة وهامة كجزء من إجراءات التطبيع الثقافي خاصة إذا انتقل حامل هذه الهوية إلى مجتمع جديد ورغم أنّ التطبيع الثقافي أوسع حيث يشمل مجموعة من السلوكيات، الاتجاهات، القيم، التي تتغير بالتفاعل والاحتكاك ما بين الثقافات<sup>41</sup>، لذلك يمكن أن تفهم الدراسات الثقافية على أنّها ممارسات إنتاج المعنى ويشمل ذلك الهوية بوصفها شكلا من أشكال التمثيل الاجتماعي<sup>42</sup>. أما الهوية الثقافية فهي تركز على الأحاسيس الشخصية من الانتماء إلى جماعة أو ثقافة وكأمر من أمور التطبيع الثقافي والاتجاه الفكري الحالي يركز على التطبيع الثقافي عدا عن كونه اتجاها خطيا من التغيير يتطلب أن يترك المرء ثقافة منشأه، أو يمتص من قبل ثقافة جديدة فالشخص الذي يحافظ على هوية ثقافية قوية بينما في الوقت نفسه يتماثل المجتمع الجديد يعتبر أنّه يحمل هوية متكاملة، أو هوية ثنائية الثقافة، والشخص الذي يحمل هوية قوية ولكنه لا يتماثل مع الثقافة الجديدة، لديه هوية انفصالية، في حين أنّ الشخص الذي يتخلى عن الهوية ويتماثل مع الثقافة الجديدة فقط لديه هوية ممتصة والشخص الذي لا يتماثل مع هويته ولا مع المجتمع الجديد لديه هوية مهمشة<sup>43</sup> وذلك حسب الجدول التالي:

الهوية الثقافية و التماثل مع المجتمع	قوية	ضعيفة
بشكل قوي	هوية متكاملة	هوية ممتصة
بشكل ضعيف	هوية انفصالية	هوية مهمشة

من هنا كان لزاما علينا التصريق بين ثقافتين مختلفتين تماما هما ( العالمية والمحلية) وذلك فيما يلي:

- تتميز الثقافة المحلية بأنها بدائية ذات نظام تكنولوجي منخفض المستوى بسيط المحتوى أما العولة الثقافية فتتميز بكثرة الوسائل

التكنولوجية و حداتها، كما تقوم العلاقات الاجتماعية في الثقافات المحلية استنادا إلى أنساق القرابة وصلة الدم والحوار المكاني أما العلاقات الاجتماعية في ثقافة العولمة فهي تستند إلى أنساق العمل والصدقات، وعلى التخصص الاقتصادي والتضامن بينما تقوم الثقافة العالمية على اقتصاد السوق والهيمنة ويكون النصيب الأسد لمن يملك التكنولوجيات الحديثة ويتحكم فيها، كما تعتبر الثقافة المحلية ثقافة معزولة وهو الأمر الذي لم يتيح لها فرصة الاحتكاك الثقافية أما الثقافة العالمية هي ذات نزعة تطويرية<sup>44</sup> ونشير أن الاتجاه الوظيفي سيتجه إلى دراسة الثقافة استنادا إلى فكرتي البناء والوظيفة مع تفسير سائر الظواهر الاجتماعية وتحليل الوقائع والسمات الثقافية، حيث أن سمات الثقافة أيا كانت بدائية أم حضرية، ليست مجموعة من الأجزاء المبعثرة وإنما تقوم مكونات الثقافة باستنادها إلى وحدة من العناصر الثقافية المتكاملة<sup>45</sup>. فالثقافة هي وسيلة وقائية أو هي غطاء متوارث.

**4- الإذاعة المحلية بين الإعلام الجديد وهويتها الثقافية:** من خلال تجربتي في دراسة الإذاعات المحلية الجزائرية التي مستها موجة الرقمنة باعتبارها وسيلة إعلامية محلية ثقيلة<sup>46</sup> ارتأيت التطرق لهذا العنصر فالرهانات التي فتحتها تكنولوجيات الاتصال الحديثة على تعددها تفرض على مجتمعات العالم التحكم في تقنياتها لاستعمالها في التنمية على كافة المستويات ، حيث انه لا يتيح التحكم في المعلومات إلا بالتحكم في وسائلها وتقنياته<sup>47</sup> ، فقد كان الإعلام القديم كله محليا لأن شبكة المواصلات لم تكن متطورة بالقدر الذي يمكننا من الوصول إلى مناطق عديدة في ظرف قياسي وبالتطور الذي عرفه الراديو كوسيلة إعلام أصبح الإعلام على المستوى الدولي حقيقة ملموسة وتعبير القرية الإعلامية كتعبير عن الكرة الأرضية حقيقة تكنولوجية في نفس الوقت وفي ظل هذا التطور الإعلامي برزت الحاجة الملحة إلى الإذاعة المحلية ، ففي الإذاعة الوطنية يقف القارئ

أو المستمع حيالها مثل الطفل في دار الحضانة أما الإذاعات المحلية فيقف حيالها مثل الابن في دار العائلة، وبالرغم من انغماس الإنسان في الشؤون العالمية إلا أن الحاجة إلى الإعلام المحلي ضرورة لأبد منها وهذا ما أدركته السياسة الإعلامية الجزائرية بمشروع إنشاء إذاعة محلية في كل ولاية للمحافظة على خصوصياتها الثقافية وتجنب محو الثقافات المحلية، والمحافظة على الإرث الثقافي في مواجهة العولمة الثقافية.<sup>48</sup> هذه الإذاعات تهتم كثيرا بالهوية الثقافية الموجودة في مجال بثها من حيث العادات والتقاليد والأعراف والتراث الشعبي- وهو ما لوحظ من خلال الإطلاع على الشبكة البرمجية الخاصة بكل إذاعة، كما يتفاعل المستمع مع هذه البرامج وذلك من خلال اتصالاتهم الهاتفية، وبما أن رجوع الصدى هو الهدف النهائي من العملية الاتصالية الذي من خلاله يتضح مدى نجاح أو فشل الجهود الاتصالية، فقد سجلت الإذاعة خلال تقويم ومتابعة الحصص الإعلامية إقبال جمهور المستمعين على الحصص الثقافية، التي تهتم بتاريخ المنطقة وثقافة سكانها، ونشير بالذكر أن هناك العديد من الباحثين الذين اهتموا بالثقافة المحلية في ظل الزحف الثقافي الغربي كدراسة غسان منير حمزة سنو، و"علي الطرح"<sup>49</sup>، ودراسة للباحث حسن عبد الله العايد عنوانها "أثر العولمة في الثقافة العربية" وهي عبارة عن دراسة تحليلية لتأثير العولمة الثقافية على المجتمع العربي وعلى خصوصياته الثقافية، ودراسة ل:دانيال ميلر ودون ستالر عنوانها: "الانترنت والمقاربة الاثنوغرافية" تمحورت دراستهما حول استخدام شبكة الانترنت في "جزيرة ترينيداد"، الدراسة تعرضت إلى استعمال شبكة الانترنت من قبل سكان ترينيداد ومن خلال هذه الدراسة لم يهتم الباحثان بآثار هذه الوسيلة الإعلامية الجديدة على الأفراد، بل بدلا من ذلك تجاوزاه الباحثان الى السؤال عن كيفية سعي ثقافة محلية الى إيجاد مكان لها يتناسب مع خصوصياتها في محيط اتصالي يتحول باستمرار، ومن اهم نتائج هذه الدراسة أن الانترنت قد

ساعدت على تعزيز الهويات التقليدية القديمة، العائلية، الدينية والوطنية إلا أنه قد يكون لها في بعض الحالات أثر سلبي فقد تلعب الانترنت دورا كبيرا في تعطيل الهيكل أو التنظيم الاجتماعي من خلال بعض المواقع المجهولة الهوية لأنّ النظم الاجتماعية تختلف بين المجتمعات وهي تمثل "مجموعة القواعد المتعارف عليها مجتمعا كالعادات والتقاليد<sup>50</sup> التي تقوم بتنظيم سلوك الأفراد وتجبرهم على الالتزام بها". ويمكن ايجاز بعض عناصر البحث الميداني فيما يلي: نشير هنا إلى أنّ البرنامج عينة الدراسة اهتم بالهوية الثقافية من عادات وتقاليد وشواهد تاريخية، وهو برنامج إبحار في التراث.

## 2- المظاهر المتعلقة بعينة البحث:

1/ المظاهر المتعلقة بعينة برنامج إبحار في التراث: يوضح الجدول في الصفحة الموالية توزيع مفردات العينة وهي عينة مأخوذة بطريقة العينة العشوائية والتي تزامن بثها مع تاريخ إجراء البحث كحصة التراث الشفوي، التراث المادي، الأمثال الشعبية وقد كان اختيار هذه الحصص بالذات لأنها متعلقة مباشرة بالهوية الثقافية المحلية وكانت الدراسة انطلاقا من تاريخ بث المفردة، موضوعها، ومدة بثها.

رقم المفردة	تاريخ بث المفردة	موضوع المفردة	مدة البث	برنامج إبحار في التراث
01	-05 -12 .2007	التراث المادي بولاية سكيكدة	09ثا و51د	
02	-12	التراث الشفوي(الغناء)	57ثا و48د	
	-12	(السكيكدي)		

		2007		
00ثا و53د	الأمثال الشعبية	-25 -12 2007	03	
18ثا و46د	اللهجة المحلية (الكلمات المتداولة في اللسان الدرج)	-31 -12 2007	04	
00ثا و55د	الشعر الملحون	-06 -01 2008	05	
17ثا و52د	التراث المعنوي (عادات و تقاليد)	-12 -01 2008	06	
24ثا و10د و05سا	المجموع			

يتبين من خلال معطيات الجدول أنّ الحصة تتناول مواضيع جزئية للموضوع الكلي وهو الهوية الثقافية المحلية ، حيث تدور مفردات العينة حول التراث المادي من معالم أثرية تركتها الحضارات المتعاقبة على الولاية، التراث الشفوي ونقصد به الغناء المحلي القديم والموجة الغنائية الحديثة وكيفية انصهارهما ، الأمثال الشعبية المحلية التي تتناقلها الألسن مع شرح وتوضيح موضع كل مثل، اللهجة المحلية وشرح العديد من الكلمات المتداولة في اللسان الدرج وعلاقته بالحضارات المتعاقبة وبأصول السكان ، والشعر الملحون المحلي ، إضافة إلى التراث المعنوي

**ثانياً: فئات ماذا قيل:**برنامج إبحار في التراث يحول من خلال مواضيعه التغلغل في الثقافة الشعبية للمنطقة وهذا مبين كالتالي:

- **الحصة الاولى:** تعرض البرنامج لموضوع التراث المادي الذي تنام عليه الولاية وشرح بالتفصيل إمكانياتها المادية ،موقعها،بعض تسمياتها القديمة، حيث تجول بالمستمع من بلدية إلى أخرى واصفا جميع إمكانياتها التراثية ، إضافة إلى ما تزخر به من معالم أثرية راسخة في العديد من مناطق الولاية والتي تذكر المستمع بالحقب الزمنية المتعاقبة على الولاية.

- **الحصة الثانية** فقد تناولت موضوع التراث الشفوي وذلك باستضافة مغني محلي ، وتناولت تفاصيل التراث الشفوي بالولاية وكذا سيرة الضيف الذي عالج العديد من القضايا الاجتماعية بغنائه كالهجرة ، كما كانت فرصة لحديث الضيف عن أبرز الفنانين القدامى في المنطقة والذين غنوا مختلف الطبوع الجزائرية من مالوف وأندلسي وشعبي وذلك في فترة الستينات والسبعينات، كما تحدث عن مدرسة المألوف ونشأت هذا الفن الذي يعتبر فنا أصيلا ،دون أن ينسى دور الغناء في التربية والتثقيف المحلي،كما حظيت الحصة برصيد من أغاني المطرب وكذلك بعض المطربين المحليين الذين نفض عليهم الغبار وأخرجت أسطواناتهم القديمة من الخزانة،أما الحصة الثالثة فقد تناولت موضوع الأمثال الشعبية التي تناولتها الألسن على مدار السنين كما تحدث القائم بالاتصال على المتعة الكلامية لهذه الأمثال وقد قسم مقدم البرنامج هذه الأمثال حسب مواضيع تناولها، فتحدث أولا عن:( علاقة الانصهار بين المرأة والرجل ، الأمثال المتعلقة بالتربية وتحدث عن علاقة البنت بأبها والآب بابنه "و بعض العادات السلبية التي تورثها مثلا الأم لابنتها ،أما المحور الثاني فقد تحدث من خلاله مقدم البرنامج على الحرية والمساواة والتي صاغها في قوالب لفظية متعددة ثم انتقل للحديث على ظاهرة النفاق الاجتماعي فالأمثال هنا تلمح إلى السلوكات الغير السوية وتترك الفرصة لسامعها في الرجوع أو التمادي

في طريق الانحراف وفي هذا الجانب يكون المثل صريح ، ثم انتقل المذيع للحديث على الحظ أو كما يعبر عليه باللسان الدارج الزهر أو القضاء والقدر أو المكتوب وفي الأخير انتقل للحديث على القضايا السياسية ، ونلاحظ هنا أنّ جميع الأمثال كانت باللسان الدارج وقد كان المذيع يشرح كل مثل وموطن قوله والكلمات الدراجة التي تبدو صعبة وهذا لأهمية المثل الشعبي الذي تحفظه الذاكرة وتذكره عند الحاجة لسهولة اللفظ وبلاغة المعنى مما جعله باب للنفاذ في العديد من المواقف اليومية وضابطا اجتماعيا لتوجيه سلوك الفرد في المجتمع وخاصة المحلي منه وهو كذلك يجنب من الخروج عن السلوك العام وعن العادات والتقاليد ، أما **الحصة الرابعة** فقد تناولت اللهجة المحلية واللسان الدارج وقد استضافت الحصة الدكتور **عبد القادر نطور** وكان موضوع الحديث حول ما تعرضت له اللهجة من تأثير وصلة هذه الأخيرة باللغة العربية الفصحى والحضارات التي تعاقبت على المنطقة وأثرها في اللهجة ، كما كان أسلوب الحوار هو الغالب على الحصة حيث كان المذيع يعطي كلمات باللهجة المحلية فيقوم الضيف بشرحها وذكر أصلها هل هي أمازيغية أم عربية أم فينيقية أم إسبانية؟ ففي كل مرة يعطي بديلتها بالعربية وذلك بإعطاء أمثلة علمية ، فدراسة اللهجة تتفق مع ما يسمى بدراسة الألسنة وتعني دراسة التطور التاريخي لبعض اللغات أو اللهجات دراسة تفصيلية وصياغة فرضيات حول التطور اللغوي .

- **الحصة الخامسة** والتي كان موضوعها الشعر الملحون هذا الموضوع الذي يحظى باهتمام العام قبل الخاص لما له من ارتباط بالشخصية والهوية المحلية والذي تناول فيه مقدم البرنامج تعريفا علميا للشعر الملحون مع مقتطفات منه كما تحدث عن الشعر الفصيح أي باللسان الدارج ، ويتخلل كلامه مختارات تراثية يتعرف من خلالها المستمع على هذا التراث أكثر فأكثر مع ذكر بعض أعمدها في الجزائر وغيره. أما الحصة السادسة



والأخيرة فقد تناولت التراث المعنوي من عادات وتقاليد راسخة في المنطقة فقد تحدثت عن بعض العادات في الأفراح وكذا في مواسم كالترحيب بموسم الربيع بواسطة أنواع الأكل واللباس وغيرها.

## 2- فئة الجمهور المستهدف:

1- **طبيعة الجمهور المستهدف:** يعد تحديد الجمهور من بين المداخل الأساسية في تحديد تصميم الرسالة الإعلامية و اختيار أسلوب الاتصال المناسب للمستوى الثقافي للجمهور، اللغة ، التركيب النفسي ، المكانة الاجتماعية وغيرها من السمات المحددة للجمهور. ونشير هنا إلى أنّ الدراسات الميدانية للجمهور المستهدف تساهم بقدر كبير وتعزّز فهم القائم بالاتصال للمحيط الاجتماعي والثقافي خاصة إذا تعلق الأمر بمنطقة ريفية فإذا لم يكن القائم بالاتصال ينتمي إلى نفس المنطقة الريفية للجمهور المستهدف فهذا يؤثر هذا على سلوكه الاتصالي ، فقبل البدء في الدراسة التحليلية للخصائص الثقافية نبدأ أولاً بتحليل دقيق لمعالم البيئة الجغرافية التي يعيش فيها السكان لأنها تنقل مظاهر الثقافة بعاداتها وتقاليدها من جيل إلى جيل<sup>51</sup>.

3- **فئة الفاعل:**برنامج إبحار في التراث يأخذ طابع الندوة الإذاعية، حيث يكون هناك ضيوف يحضرون للنقاش والحوار والشرح والتفصيل وهم يمثلون العناصر الفاعلة في البرامج على خلاف برنامج غلاب الدنيا الذي يكون الفاعل فيه مقدم البرنامج ذاته، والجدول الموالي سيبين لنا أهم العناصر الفاعلة في برنامج إبحار في التراث خلال فترة الدراسة.

متغير الفاعل	مقدم البرنامج	الضيوف	المجموع
التكرار	92	35	127
المدة %	72.44	27.55	99.99

يتضح من خلال الجدول أنّ مقدم البرنامج يأخذ أعلى نسبة في كل البرامج حيث أعتبر أكثر الفئات فاعلية ، ب 72.44% من مجموع الفئات الفاعلة وهذا أمر طبيعي فمقدم البرنامج هو المسير للبرنامج وقد مثلت الفئة الفاعلة الثانية وهي الضيوف 27.55% ، علما أنّه في حصتي الأمثال الشعبية والشعر الملحون من برنامج إبحار في التراث لم يكن هناك ضيف كذلك بل الفاعل الوحيد كان مقدم البرنامج. ومن خلال هذه القراءة يتضح أنّه في هذا البرنامج يعتمد بشكل كبير على المصادر الرسمية كعناصر فاعلة في البرنامج خاصة المصادر ذات الصلة المباشرة بالمواضيع المعالجة ، بينما نلاحظ أنّ المصادر الغير رسمية هي عناصر أقل فاعلية في البرامج وفي التغطية كما هو الحال للمشاركين عبر الهاتف ومقدم البرنامج كفاعل يأخذ الأغلبية فبرامج الهوية الثقافية المحلية لا يمكنها التأثير في المستمعين إلاّ من خلال الفاعلين إذا أنّ عدد الدراسات التي أجريت حول تأثير الأغلبية على الاتجاهات توصلت إلى أنّ الناس حينما يعرفون رأي الأغلبية ورأي الخبراء فإنهم يتجهون بدرجة كبيرة إلى رأي الأغلبية<sup>52</sup>.

4- فئة الأهداف: تعد الأهداف من المداخل الأساسية في إنجاح الرسالة الإعلامية ، وتحديد الأهداف من البداية<sup>53</sup> ، ويعتمد الإعلام في المجال الاجتماعي على التثقيف والتعليم وذلك بإثارة المعلومات ، وبيان ذلك للجماهير حتى تقتنع بهذه الأفكار<sup>54</sup> ، وإذاعات الجزائر المحلية تسعى من خلال البرامج الثقافية التي تبثها إلى جملة من الأهداف والوظائف كالتقرب أكثر من الجمهور والمساهمة في نشر الوعي المحلي والسعي لإحياء الثقافة المحلية وإعادة بعثها.

ومن خلال تحليلنا لفئة الوظيفة الإعلامية للبرامج عينة الدراسة حاولنا معرفة جملة الوظائف التي تقوم بها، ومدى فعالية هذه الوظائف في تحقيق جملة الأهداف المعلن عنها من طرف القائمين على هذه البرامج وهي حسب الجدول التالي:

فئة الأهداف	تشكل استجابة جذب للهوية الثقافية	تغيير الاستجابة الحالية	تدعيم الاستجابة الحالية	المجموع
ك	39	67	21	127
%	30.70	52.75	16.53	99.98

يبرز من خلال الجدول أنّ تشكل استجابة الجذب نحو الهوية الثقافية المحلية هي أكثر أهداف البرنامج ، حيث نجد في برنامج إبحار في التراث 30.70% ، أما بالنسبة للهدف الثاني وهو تغيير الاستجابة الحالية فيمثل نسبة 52.75% .وتعتمد كذلك على تدعيم الاستجابة الحالية لكن بنسب أقل مقارنة مع هدف تشكل استجابة جذب نحو الهوية الثقافية ، وتعتمد برامج الهوية الثقافية ذكر الحقائق من التاريخ والواقع المعاش وتعرض إلى الجوانب أكثر عمقا لفحص وكشف طبيعة الواقع الثقافي من خلال عقد المقارنات الحادة والعميقة بين شتى الثقافات وذلك بالبحث في سماتها التي تتميز بالديمومة<sup>55</sup> ، وهذا ما لاحظته الباحثة أثناء السماع وتكرار السماع لبرامج العينة خاصة فيما يتعلق بالعادات والتقاليد التي تنشأ أصلا من النشاطات أو قدرات البيئة الفيزيقية للإنسان وهي بمثابة المادة الخام التي عنها تصدر الأصول الأولى لكل ظاهرة جمعية وبالتالي فهي تنشأ من ذلك التركيب الاجتماعي الهائل الذي يتألف من فئات السن والجنس وإلى شروط الظروف المحلية للإقليم ، حيث نجد داخل إطار المجموعة عناصر مختلفة ، ففيها الكهل والشيخ والشباب من أنثى وذكر وبين جميع هذه المجموعة شبكة العلاقات الأولية فالأفراد هم المصادر العينية للفعل الاجتماعي.

##### 5- فئة الوظيفة الإعلامية:

المجموع	صياغة الواقع	توجيه	شرح	توعية	إعلام	فئة الوظيفة الإعلامية
130	26	18	35	23	28	التكرار
99.98	20	13.84	26.92	17.69	21.53	النسبة %

يتبين من خلال الجدول أنّ برامج الهوية الثقافية تقوم بخمسة وظائف هي:

**1- الإعلام:** بنسبة 21.53% في برنامج إبحار في التراث، ويأتي ذلك من خلال إعلام الجمهور بكل جديد في مجال البحوث في مجال الثقافة خاصة المحلية منها، دراسات قيد الإجراء مثلاً.

**2- التوعية:** تأتي التوعية بنسبة 17.69% في برنامج إبحار في التراث وهذا من خلال تقديم النصائح وتبئية الجمهور بمخاطر نسيان الثقافة المحلية والذوبان في الثقافة العالمية وكذلك تقديم معلومات جديدة للجمهور لم يكن يعرفها من قبل.

**3- الشرح:** بنسبة 26.92%، هذا من خلال شرح مثلاً أصول العائلات وشجرة العائلة للأسر الموجودة في القبائل و الأسر الكبيرة الموجودة في المنطقة.

**4- التوجيه:** التوجيه في برنامج إبحار في التراث فكان بنسبة 13.84%، ونقصد به عملية الإرشاد بحيث يعرف الإرشاد على أنّه عملية إثارة الوعي وعملية تربوية مقصودة على عرض حقائق ومفاهيم على الجمهور للتأثير عليه ودفعه إلى الوجهة المرغوبة وهي المحافظة على الهوية الثقافية المحلية.

**5- صياغة الواقع** بنسبة 20%، وكانت صياغة الواقع من خلال وصف ونقل معطيات من الواقع على بعض القضايا المتعلقة بالتاريخ والعادات والتقاليد وهذا ما نلاحظه في البرنامج. وما تبينه الكثير من البحوث حيث أنّ الأدوار المهنية الخاصة بالوظائف التي يؤديها الإعلام في المجتمع يجب أن

تتلاءم مع طبيعة المرحلة التي يمر بها المجتمع، وهي مرحلة تغيير وتحتاج لمساعدة الإعلام والقائمين عليه في عبور هذه المرحلة (تدفق المعلومات) فإذا كان التقدم الاجتماعي والاقتصادي الذي ينشده المجتمع يشير إلى الحركة والتغيير الاجتماعي ومنه الثقافى الذي يتجه نحو تحقيق أهداف مرغوبة ومحددة، فإنّ وسائل الإعلام والقائمين بالاتصال يلعبون دورا واسع المجال في هذا الصدد فيجب تنوير الجماهير بطبيعة ونوعية هذه المتغيرات المراد إقرارها في نطاق المجتمع كما يجب أيضا التمهيد لحدوث المتغيرات وشرح ضرورتها للجمهور وذلك لتسهيل حدوث هذه المتغيرات وحصر المعوقات التي تعرقل طريق تنفيذها<sup>56</sup>. وهنا على المرسل بناء توقعات حول الجمهور المحتمل وحول شكل الاستجابة ومدى تقبله للرسالة فهذا يساعده في تحديد أهدافه وكذا تحديد الموضوعات التي يتناولها، واختياره للمادة الاتصالية وطريقة صياغتها أو عرضها وهذا يوفر رؤية ضرورية يلزم الوصول إليها، ذلك لأنّ من أحد المبادئ الأساسية في الاتصال الفعّال أنّه يفرض منذ البداية توافر القدرة لدى القائمين بالاتصال على التعرف على حاجيات ومتطلبات الجمهور قبل التوجه إليه حتى يمكن تلبية هذه الحاجيات والتكيف وفق ما تفرضه.

## 6- فئة الأساليب الاقناعية:

### 1- نوع الحجج المستعملة:

نوع الحجج المستعملة	حجج علمية (إحصائيات، معلومات، )	حجج متعلقة بالآثار الاجتماعية	حجج تاريخية	حجج دينية	المجموع
التكرار	19	14	21	04	58

					ر
99.98	6.89	36.20	24.13	32.75	النسبة %

نلاحظ من الجدول أنّ الرسالة المعروضة من خلال برامج عينة الدراسة تعتمد على عدد من الحجج هي:

- **الحجج العلمية والإحصائية** بـ32.75% وهذا من خلال عرض مختلف الإحصائيات الخاصة بالدراسات العلمية .

- **الحجج المتعلقة بالآثار الاجتماعية** للحضارات المتعاقبة على ولاية سكيكدة مثلا والتي كانت نسبتها مرتفعة مقارنة مع بقية الفئات فنجد نسبة 24.13% وهذا لأهمية كل الحجج في الإقناع ، وأمّا الحجج التاريخية فقد احتلت 36.20%. أما الحجج الدينية فهي قليلة في البرنامج حيث تمثل 6.89%.

وبعد القراءة الكمية لبيانات الجداول يمكن القول الحجج العلمية تركز على (نداء العقل واعتماد الحجج المنطقية يليها ونداء العاطفة من خلال التركيز على الآثار النفسية والاجتماعية وتشير الدراسات أنّ مخاطبة العاطفة يكون أكثر إقناعا عندما تكون الرسالة تدعو إلى فعل آني وتأتي من جماعة كبيرة العدد وعلى العكس من ذلك إذا كانت الرسالة تتطلب جهدا طويلا المدى أو كانت الجماعة الموجهة إليها أقل عددا<sup>57</sup> ونشير بالذكر أنّه من بين المتغيرات المرتبطة بالرسالة، هل من الأفضل استخدام عدد معتبر من الحجج أم أنّه من الأحسن الاكتفاء بعدد محدود وفي هذا الصدد يميل الإعلاميون إلى استعمال حجة أو اثنتين فقط لتجسيد الرسالة وجعلها في متناول الجميع، هذه الرسالة التي تهدف إلى الإقناع وبالتالي مخاطبة العقل والتفكير، أمّا البرنامج محل الدراسة فقد استخدم العديد من الحجج بغرض ترسيخ الهوية الثقافية المحلية.

2- **نمط الجاذبية:** من المداخل التي يمكن اعتمادها في الإقناع هي نمط الجاذبية، فهل نستخدم الأفكار الايجابية من خلال عرض النتائج الايجابية التي يمكن الحصول عليها في حالة التقيد بالسلوك المقصود من عملية الإقناع وهو ما يسمى بأسلوب الترغيب أم يفضل استخدام الأفكار السلبية(جاذبية سلبية) من خلال عرض النتائج السلبية التي يحصل عليها في حالة عدم الالتزام أي يكون نمط الجاذبية إمّا إيجابي أم سلبي فالإيجابي يركز على ذكر المحفزات بينما السلبي فيركز على ذكر الأضرار المترتبة عن عدم إتباع النصيحة الاجتماعية المقدمة..

أ- **الجاذبية الإيجابية:** تمثلت هذه الجاذبية في التطرق إلى المواضيع بشكل ايجابي.

المجموع	ظهور نسبة من الوعي اتجاه الهوية الثقافية	نتائج بعض الدراسات	دور الباحثين	دور القائم بالاتصال (♦)	الجاذبية الايجابية
54	12	15	08	19	التكرار
99.98	22.22	27.77	14.81	35.18	%النسبة

أظهرت نتائج الدراسة أيضا أنّ رؤية القائمين بالاتصال لجمهورهم المتلقي إيجابية إلى درجة كبيرة، حيث بلغ دور القائم بالاتصال في الجاذبية الإيجابية أعلى نسبة بـ 35.18% ومن هنا فالقائم بالاتصال يسعى دائما لجذب أكبر عدد ممكن من المستمعين بذكر الإيجابيات وهي طريقة جد ناجحة في جذب انتباه الجمهور.

- أما دور الباحثين فقد كان عن طريق ما ذكره مقدم البرنامج أو الضيف بـ 14.81 ، وفي كل مرة يذكر ببحوث بعض الباحثين العلمية

والتاريخية والاجتماعية، أما فئة نتائج بعض الدراسات فقد عرض برنامج إبحار في التراث العديد من نتائج الدراسات التي تمس الهوية الثقافية المحلية من قريب أو من بعيد والتي بلغت 27.77%.

#### ب- الجاذبية السلبية:

المجموع	ضعف دور مراكز الثقافة	سلوك الجمهور	واقع الثقافة المحلية	الجاذبية السلبية
20	03	06	11	التكرار
100	15	30	55	النسبة%

من خلال تحليلنا للجاذبية السلبية نجد أنّ في فئة واقع الثقافة المحلية نجد النسبة عالية بـ 55% وهذا يدل على تلميح البرامج والتدبير بواقع الثقافة المحلية وما ينجر عن محوها وانصهارها في بوتقة العولة وكذا غياب اهتمام المسؤولين بها. أما في فئة سلوك الجمهور والتي سجلت نسبة 30% لأنّ الضيف فيها كان يذكر من حين إلى آخر بمسؤولية الجمهور في حفظ ثقافته المحلية وكذلك تذكيرهم بجهلهم للعديد من مميزات ثقافتهم المحلية، ويظهر أيضا سلوك الجمهور من خلال مثلا عدم فهمهم لبعض الكلمات رغم أنّها نابعة من قلب ثقافتهم الشعبية.

#### ج- الجاذبية المحايدة:

المجموع	ذكر شروط وخصائص الهوية الثقافية المحلية	ذكر أسباب حفظ الهوية الثقافية	شرح الإجراءات المطبقة	شروط المحافظة على الهوية الثقافية	الجاذبية المحايدة



95	29	22	20	24	التكرار
99.98	30.59	23.15	21.05	25.26	النسبة %

الفئة الثانية وهي فئة شرح الإجراءات المطبقة كانت بـ21.05% ، وهذا لأنّ مقدم البرنامج كان يمد المستمع ببعض الإجراءات في حفظ الهوية الثقافية من خلال بعض الدلائل العلمية والدراسات وكذلك من خلال الحجج الاجتماعية ومن خلال ذكر أهمية كل عنصر من العناصر الستة التي اختارتها الباحثة ، وقد كان الضيف يتحدث للجمهور عن بعض إجراءات الولاية لحفظ التراث المحلي كإعادة إحياء بعض الصناعات التقليدية كصناعة الملاعق والأواني الخشبية .

- الفئة الثالثة وهي فئة أسباب حفظ الهوية فقد كانت بـ23.15%، وقد كان الضيف كل مرة يذكر بأسباب حفظ الهوية الثقافية المحلية ودور ذلك في بناء الهيكل الثقافي لكل فرد من أفراد المجتمع، وكان مقدم البرنامج يتحدث مثلا عن دور الشعر الملحون وكذلك الأمثال الشعبية في حفظ التراث الثقافي المحلي ولماذا يعبر كل عنصر من الستة حصص المختارة عنصرا وسببا من أسباب حفظ الهوية الثقافية المحلية.

- أمّا فئة ذكر شروط وخصائص الهوية الثقافية فقد كانت مرتفعة في جميع البرامج لأنها الغرض والهدف الأول لإقامة مثل هذه البرامج فقد كان مقدم البرنامج وكذا الضيوف يسترسلون في ذكر خصائص الهوية الثقافية المحلية، إلى جانب هذا تعرضت هذه الدراسة لاتجاه القائمين بالاتصال نحو المواضيع الخاصة بالهوية الثقافية المعالجة فتعرضت أولا لشروط المحافظة على الهوية الثقافية ثم تناولت شرح الإجراءات المطبقة وانتقلت بعد ذلك إلى ذكر شروط وخصائص الهوية الثقافية المحلية ، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أنّ القائمين بالاتصال مدركين لأهمية الدور الحيادي والموضوعي للإعلام في المجتمع

## ثالثا: فئات كيف قيل:

1- **فئة اللغة المستعملة:** إنّ رسائل الهوية الثقافية التي تبثها الإذاعة المحلية تستهدف جمهورا واسعا غير متجانس من حيث السن أو الجنس أو المستوى التعليمي أو المكانة الاجتماعية وكذا النتائج المتعلقة بفئة الجمهور المستهدف ولهذا وجب على رسائل الهوية الثقافية أن تأخذ هذه الخصائص بعين الاعتبار حيث أنّ اللغة تعد من بين العناصر الأساسية المتعلقة بشكل الرسالة فهي القالب الذي يحمل الفكرة، وأنّ أي تشويش على مستوى اللغة سيؤثر على فهم الفكرة ومن ثم على مدى الاقتناع بها حيث أنّ الفهم يعد من المراحل الهامة في العملية الاتقاعية والإعلامية.ومن خلال تحليل هذه البرامج نجد عموما خليط من العربية الفصحى والدارجة في الشرح. فالحديث عن اللغة المفهومة لا يقصد به اللغة الرسمية للبلاد بل هي اللغة المتعارف عليها في المجتمع فنعطي لكل شيء مسماه بما اصطلح عليه بين الجمهور المستهدف بالرسالة لكن نجد بعض الأخطاء اللغوية الواضحة التي يقع فيها ضيوف البرامج، ومثل هذه الأخطاء قد تنقص من درجة ثقة المستمع بالمرسل والرسالة حيث أنّ هذه الأخطاء لا تعطي للمستمع انطبعا أنّ هناك عجزا لغويا فحسب بل تدفع إلى التشكيك في القدرات المعرفية للمرسل كون اللغة هي القالب الذي نحمل فيه المعرفة وهذا ما نلاحظه من خلال برنامج إبحار في التراث من خلال حصة اللهجة المحلية.

2- **فئة الفواصل الموسيقية:** تؤدى الموسيقى في البرامج الإذاعية عدة أدوار، حيث يتم استخدامها كحلقة انتقال بين المسامع وكافتتاحية للبرامج أو كخاتمة له<sup>58</sup>، والموسيقى في برامج الهوية الثقافية لا تختلف عن ذلك حيث اعتمد عليها في برنامج إبحار في التراث، وهناك أنواعا مختلفة من الموسيقى بعضها قصير يستخدم لتغيير الجو للقضاء على الملل وأخرى طويلة تستخدم للانتقال بين محاور المواضيع بينما تستخدم الفواصل الموسيقية المصاحبة للكلام كفواتح وكخواتم للبرنامج حيث يتم تقديم للبرنامج

(مقدمة، معده، موضوع العدد، والضيوف)بالموازاة مع الموسيقى كما تأتي الكلمة الختامية مصاحبة للموسيقى، كذلك نجد الفواصل الموسيقية تستعمل كجنريك وهي ذات إيقاع ورثم سريع، كما لا ننسى أنّ الصوت الإنساني من أهم وسائل التعبير عما في النفس<sup>59</sup>، وهنا اخترنا حصة الأمثال الشعبية فقط.

المجموع	أغنية	كلام مقدم الحصة	فواصل طويلة أكثر من 10 ثا	فواصل قصيرة أقل من10 ثا	الفواصل الموسيقية	
					ك	ر
57	6	28	15	8	ك	تكرار
99.98	10.52	49.12	26.31	14.03	%	
3782	130	3445	144	63	ثا	المدة
99.98	3.43	91.08	3.80	1.66	%	

يلاحظ من خلال الجدول غياب الضيف ومقدم البرنامج هو الفئة الفاعلة في الحصة بنسبة 49.12% وبوقت زمني قدر بـ3445ثا، أمّا الفواصل الموسيقية القصيرة فقد تكررت 8مرات أي 14.03% من وقت البرنامج وهذا لاسترجاع النفس بالنسبة للمقدم، أمّا الطويلة فقد تكررت 15مرة أي ما يعادل 26.31% من وقت البرنامج، والأغنية إحتلت 10.52% من وقت البرنامج وكانت كلها عبارة عن قصائد من الشعر الملحون التي تعكس بكلماتها الهوية الثقافية المحلية، فحسب "عبد المالك مرتاض" فالأمثال الشعبية بوجه عام تعكس حياة أمة من الأمم تفكيرها وسلوكها ومعتقداتها وثقافتها فالنصوص الشعبية تعكس حتما تفكير الشخصيات التي أرسلتها أو ورثتها. وتكون هذه الأمثال ذات بنية وإيقاع ممتعة، ويقول "عبد المالك

مرتاض" أيضا "أنا من خلال مخالطتنا الطويلة لمثل هذا التراث الشعبي وهو الأمثال السائرة بين عامة الناس في الجزائر وانطلاقا من المجموعة الضخمة التي وقعت بين أيدينا حيث جمعنا إلى يومنا هذا أكثر من 20 ألف مثل شعبي لاحظنا أنّ هذا التراث يتميز بميزتين:(الاتصاف بالإيقاع الخارجي،الاتصاف بالإيجاز والدقة<sup>60</sup>،ونشير هنا إلى أنّ الأمثال الشعبية واحدة من أكثر أشكال التعبير حيث تعبر عن تجارب معينة وتوضع كلمات لها رنين أو جرس خاص .

استنتجنا من خلال تحليل مضمون البرنامج أنّ البرنامج عينة الدراسة يساعد فعلا على ترسيخ الهوية الثقافية المحلية من خلال تجسيده لمبادئ وخصائص الهوية ومعالجته لها معالجة علمية يلعب الإقناع فيها دورا مهما.

- مقدم البرنامج متمتع بقدرات عالية في كيفية الإلقاء والعرض وهذا ما تبينه طريقة التقديم وكذلك طريقة إعطاء الفرصة للضيف للحديث وكذلك عدم تسجيل أخطاء لغوية لديه كما أنّه الفاعل المحرك للبرنامج ويحرص على التسلسل في الأفكار والوضوح عن طريق التوعية والشرح والتوجيه وصياغة الواقع.

- معد البرنامج على دراية واسعة بما يجري ويدور من أحداث وهذا يظهر من خلال تقديم الحجج العلمية والاجتماعية والتاريخية وكذلك الدينية ، إضافة إلى اختيارهم للضيف المناسب في كل حصة.

- إدراك القائمين بالاتصال للأجزاء التي تكون الهوية الثقافة المحلية ومؤشراتها وهذا يظهر في معالجتهم لمختلف جوانبها ومكوناتها.ومن خلال فئة ماذا قيل نجد أنّ معدو البرنامج وضيوفهم على دراية واسع بالعادات والتقاليد والتراث الثقافي المحلي وكذلك كيفية إيصال الرسالة الإعلامية والتثقيفية الصحيحة إلى جمهور الإذاعة المحلية.

خاتمة

التطور السريع لوسائل الاتصال الجماهيري، الجماعي والفردي، التقليدي والإلكتروني أو الرقمي وكذلك الاتساع المضطرد لنطاق التدفق الحر للمعلومات متجاوزاً الحدود الجغرافية والمعوقات التقنية والإدارية والسياسية والثقافية التي غالباً ما تعيق التداول الحر للمعلومة. وعادة ما يصاحب التغيرات في الظواهر التقنو- اجتماعية- ثقافية، تغيير في إطارها القانوني، وأحكام التشريعات الحديثة للإعلام في ضوء المنطلقات التمهيدية لمتطلبات الألفية الثالثة التي تتوجها "مظلة" الثقافة الليبرالية المعممة، وتحت تأثير الأثر البالغ لتكنولوجيا الاتصال التي (شبكت) العالم، وجعلته بحق قرية متناهية في الصغر من حيث سرعة تدفق المعلومات وتداولها على نطاق واسع لا يخدم حرية الإنسان الفرد وحسب، ولكنه يمكن السلطات نفسها من اتخاذ القرارات المناسبة لخدمة هذا الفرد الذي هو علة وجودها، وفقاً للأسس النظرية لثقافة القرن الواحد والعشرين. وعادة ما يصاحب التغيرات في الظواهر التقنو- اجتماعية- ثقافية، تغيير في إطارها القانوني، غالباً بطيء، يرمي نظرياً، إلى ضمان نوع من التوازن والانسجام بين مصالح وحقوق الأطراف المختلفة التي لها أسباب وغايات مختلفة إن لم تكن متباينة، وهو الإطار الذي يتسم عادة بنوع من الثبات نظراً لطبيعة المجال الذي يحاول تنظيمه والذي يرتبط ارتباط وثيقاً بمنظومة القيم السائدة في مجتمع من المجتمعات في فترة من الفترات غالباً ممتدة في الزمان لاسيما عندما يتعلق الأمر بالقيم الروحية وما يمكن قوله في الأخير هو أن الإعلام الجديد هو سلاح ذو حدين يقتل ويحيى الثقافات كل على حساب الأخرى.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ص8.

<sup>2</sup> أنظر رسالة الماجستير، ليليا شاوي، دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية- إذاعة سكيكدة أنموذجا، رسالة غير منشورة، كلية العلوم السياسية وعلوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2008- 2009

<sup>3</sup> ابن منظور، لسان العرب، مج4، دار صادر، لبنان، 1994، ص149.  
<sup>4</sup> جون ميرال، رالق لوينشتاين، الإعلام وسيلة ورسالة، ترجمة ساعد خضر العرابي، دار المريخ، السعودية، 1998، ص165.

<sup>5</sup> Balle,(francise) : *médiasetsociété*.5éme édition. paris :montchrestein.1990.page 525-526

<sup>6</sup> جمال العيفة، الثقافة الجماهيرية، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2003، ص16.

<sup>7</sup> عبد العزيز شرف، المدخل لوسائل الإعلام، ط2، دار الكتاب المصري، القاهرة- مصر، 1989، ص103.

<sup>8</sup> نواف عدوان، البرامج الاجتماعية، مجلة بحوث، العدد 24، 1988، ص32.

<sup>9</sup> إياد شاكر البكري، تقنيات الاتصال بين زمنين، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2003، ص45.

<sup>10</sup> محمد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري وتقنياته الحديثة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص127.

11 نفس المرجع، ص128.

12 Oxford University press, Oxford advanced learner's dictionary, 7th, international student's edition .p1196.

13 طارق سيد أحمد الخلفي، **معجم مصطلحات الإعلام**، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008، ص78.

<sup>14</sup> مجمع اللغة العربية: **المعجم الوسيط**، "الهُو" و"الهُويَّة". وفي أغلب المعاجم العربية القديمة لا نجد تعريفاً للهوية، وربما لا نجدُ في المعاجم القليلة التي عرّفَتْها ما هو أزيدُ مما أورده المعجم الوسيط، أو أعمق منه، وذلك لأنَّ معاجمنا اللُّغوية التي عجزت عن اقتناص الكلمات الجديدة وتسجيلها وتوضيح معانيها، لحظة أن توقَّفت عن ملاحقة تطوُّر اللُّغة عبر صيرورة الحياة منذُ ما يزيد على الألف عام، قد عكست تقصير مؤسسات العرب المعنية في هذا المجال وحملت آثار قصر تلك المؤسسات جهودها على "إحياء التُّراث" عبر إعادة طبع المعاجم القديمة، أو استساخها، أو إعادة إنتاجها على أحسن تقدير، وهو الأمر الذي ترك فراغاً سعى علماء لغويون متميزون، ومثقفون ومبدعون متورون، جادون ومخلصون، إلى ملئته حيث أقدموا على فعل بعضٍ مما كان ينبغي على تلك المؤسسات أن تفعله، وحملوا على كاهلهم عبء الحفاظ على لغة الأمة، وملاحقة تجددُها!

<sup>15</sup> إبراهيم مدكور وآخرون، "المعجم الوسيط"، مجمع اللغة العربية، ج2، ط3، القاهرة، 1972، ص 1039.

<sup>16</sup> لسان العرب: (6 / 313 مادة عرش و 15 / 371 مادة هوا ) .

<sup>17</sup> أحمد بن نعمان، **الهوية الوطنية الحقائق والمغالطات**، الجزائر: دار الأمة، 1996 م، ص 19.

<sup>18</sup> مجمع اللغة العربية: **المعجم الوسيط**، "الهُو" و"الهُويَّة". وفي أغلب المعاجم العربية القديمة لا نجد تعريفاً للهوية، وربما لا نجدُ في المعاجم القليلة التي عرّفَتْها ما هو

أزيد مما أورده المعجم الوسيط، أو أعمق منه، وذلك لأنّ معاجمنا اللغوية التي عجزت عن اقتناص الكلمات الجديدة وتسجيلها وتوضيح معانيها، لحظة أن توقفت عن ملاحظة تطوّر اللّغة عبر صيرورة الحياة منذ ما يزيد على الألف عام، قد عكست تقصير مؤسسات العرب المعنية في هذا المجال وحملت آثار قصر تلك المؤسسات جهودها على "إحياء الثّراث" عبر إعادة طبع المعاجم القديمة، أو استساخها، أو إعادة إنتاجها على أحسن تقدير، وهو الأمر الذي ترك فراغاً سعى علماء لغويون متميزون، ومثقفون ومبدعون متورون، جادون ومخلصون، إلى ملئه حيث أقدموا على فعل بعض مما كان ينبغي على تلك المؤسسات أن تفعله، وحملوا على كاهلهم عبء الحفاظ على لغة الأمة، وملاحقة تجددها!

<sup>19</sup> جورج لارين، الإيديولوجية والهوية الثقافية- الحداثة وحضور العالم الثالث- ترجمة فريال حسن خليفة، مكتبة مدبولي، القاهرة، ط1، 2002، ص246.

<sup>20</sup> حسن داوس، حكايات سمراء، مختارات من الحكايات الشعبية الإفريقية، سلسلة الانطولوجيا المرويات، منشورات البيت، الجزائر، 2009، ص6.

<sup>21</sup> نفس المرجع، ص249.

<sup>22</sup> مصطفى حدية، التنشئة الاجتماعية، منشورات كلية الآداب، الرباط، المغرب، ط1، 1996، ص25.

<sup>23</sup> أسامة عبد الرحيم علي، القيم التربوية في صحافة الأطفال، دراسة في تأثير الواقع الثقافي، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1998، ص56.

<sup>24</sup> غسان منير حمزة سنو، أحمد علي الطرح، الهويات الوطنية والمجتمع العالمي والإعلام، دراسات في إجراءات تشكل الهوية في ظل الهيمنة الإعلامية العالمية، ط01، دار النهضة العربية، بيروت، 2002، ص140.



<sup>25</sup> نفس المرجع، ص152.

<sup>26</sup> كريس باركر، التلفزيون والعملة والهويات الثقافية، ترجمة علا أحمد إصلاح، ط1، مجموعة النيل العربية، 2006، ص94.

<sup>27</sup> غسان منير حمزة سنو، علي الطرح: مرجع سابق، ص157 - 158.

<sup>28</sup> أسامة عبد الرحيم علي، مرجع سبق ذكره، ص58

<sup>29</sup> نفس المرجع، ص59

<sup>30</sup> محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 1998، ص82.

<sup>31</sup> نفس المرجع، ص110.

<sup>32</sup> عبد الرزاق الجبلي، "دراسات في المجتمع و الثقافة والشخصية، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1984، ص68، 69.

<sup>33</sup> أسامة عبد الرحيم علي، مرجع سبق ذكره، ص55

<sup>34</sup> نفس المرجع، ص61.

<sup>35</sup> نفس المرجع، ص59

<sup>36</sup> حسين عبد الله العايد، أثر العملة في الثقافة العربية، دار النهضة، ط1، 2004، ص99.

<sup>37</sup> المرجع نفسه، ص104.

<sup>38</sup> المرجع نفسه، ص112.

<sup>39</sup> الوثيقة رقم 29م/5 الصادرة عن اليونسكو تحت عنوان أكبر وهو صون التراث الثقافي الطبيعي وإحيائه وبرامج إحياء اللغات المهددة بالاندثار، وأطلس عالمي للغات المهددة بالاندثار، 1998 - 1999، ص82.

<sup>40</sup> أحمد ثابت، العولمة تفاعلات وتناقضات التحولات الدولية، مركز البحوث و الدراسات السياسية، جامعة القاهرة، 1998، ص20.

<sup>41</sup> غسان منير حمزة سنو، القيم والمجتمع- نظم القيم السائدة عند طلبة الدراسات الشرعية- ، دار صادر، بيروت، 1997، ص98.

<sup>42</sup> كريس باركر، التلفزيون والعولمة والهويات الثقافية، ترجمة علا أحمد إصلاح، ط1، مجموعة النيل العربية، 2006، ص34.

<sup>43</sup> غسان منير حمزة سنو، علي الطرح، "الهويات الوطنية والمجتمع العالمي والإعلام"، دراسات في إجراءات تشكل الهوية في ظل الهيمنة العالمية الإعلامية دار النهضة العربية، ط1، 01، 2002، ص103.

<sup>44</sup> قباري محمد إسماعيل، مناهج البحث في علم الاجتماع -مواقف و اتجاهات- جامعة الإسكندرية، منشأة المعارف، 1981.ص223.

<sup>45</sup> نفس المرجع، ص224.

<sup>46</sup> أنظر ليليا شاوي، مرجع سبق ذكره.

<sup>47</sup> عبد الرزاق بوترة، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثارها على الأداء الإعلامي لدى الصحفيين الجزائريين ، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2006/2007، ص أ.

<sup>48</sup> أنظر ليليا شاوي:مرجع سبق ذكره.

<sup>49</sup> غسان منير حمزة سنو ،وعلي الطرح: المرجع السابق، ص103.

<sup>50</sup> إقبال محمد بشير وآخرون، ديناميكية العلاقات الأسرية، المكتبة الجامعية الحديثة، الإسكندرية، مصر، ص09.

<sup>51</sup> قباري محمد إسماعيل، مرجع سابق، ص391

---

<sup>52</sup> محمود عودة و السيد محمد خيرى، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 1988، ص170.

<sup>53</sup> هيبه شعوة، دور القناة الأولى في التوعية المرورية - دراسة تحليلية وميدانية - مذكرة لنيل ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر، 2006 - 2007، ص174.

<sup>54</sup> عبد الوهاب كحيل، الرأي العام و السياسات الإعلامية، مكتبة المدينة، مصر، ط2، 1987، ص62.

<sup>55</sup> قباري محمد إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص366.

<sup>56</sup> محمد الجوهري و آخرون، علم الاجتماع الإعلامي، مرجع سبق ذكره، ص210.

<sup>57</sup> سهام العاقل، الاتصال الاجتماعي في الجزائر دراسة فعالية الإعلام في وقاية الشباب من المخدرات - دراسة تحليلية ميدانية - مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1998، ص129.

<sup>58</sup> عدلي سيد محمد رضا، البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1998، ص129 - 130.

<sup>59</sup> محمد منير حجاب، مهارات الاتصال، للإعلاميين والتربويين والدعاة، مرجع سبق ذكره، ص104.

<sup>60</sup> عبد المالك مرتاض، عناصر التراث الشعبي "اللاز" دراسة في المعتقدات والأمثال الشعبية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 1987، ص100.