



جامعة عبد الملك السعدي
Université Abdelmalek Essaadi

دور الإعلام الجديد في تعزيز التبادل الثقافي بين الشعوب العربية والمتوسطة

"دول الخليج العربي أنموذجاً"

(دراسة تحليلية وميدانية)

أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه

في اللسانيات والتواصل والترجمة

كلية الآداب والعلوم الإنسانية

إشراف الأستاذ الدكتور: عبد الكريم المرابط الطرماش

إعداد الطالبة الباحثة: منيرة إبراهيم عبد الله السبيعي

تطوان – المملكة المغربية

السنة الجامعية ٢٠٢٠/٢٠٢١

مستخلص الدراسة

- عنوان أطروحة الدكتوراه: دور الإعلام الجديد في تعزيز التبادل الثقافي بين الشعوب العربية والمتوسطة "دول الخليج العربي" أنموذجاً
- إشراف الأستاذ الدكتور: عبدالكريم المرابط الطرماش
- إعداد الطالبة الباحثة: منيرة إبراهيم عبدالله السبيعي

هدفت هذه الدراسة إلى اكتشاف و بيان دور الإعلام الجديد في تعزيز التبادل الثقافي بين شعوب دول الخليج العربي كأنموذج من منظور الثقافة والهوية الشعبية، وللتحقق من أهداف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون والإستبانة على عينة قوامها (250) فردا من النخب الثقافية عن طريق العينة الاختيارية، وتمثل هذه العينة النخب والمتقنين من مختلف دول الخليج العربي.

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها:

- نال مقياس الدراسة درجة عالية من الصدق والثقة في محتواه في إطار التعامل مع موضوع الدراسة ، على مستوى دول الخليج العربي ، إذ إن استنتاجنا لخاصية دقة مقياس الدراسة الحالية تدفع إلى اعتباره مساهمة محكمة من خلال ثبات المقياس وصلاحيته لبحوث مستقبلية في بيئات مماثلة للبيئة الحالية.
- أن النخب المثقفة على مستوى دول الخليج العربي تستخدم الإعلام الجديد بنسبة مرتفعة ويحرصون على المضامين الثقافية والشعبية والفلكلورية، وفي إطار ذلك فإن النتائج اللاحقة تكتسب قدراً كبيراً من التفسير المعمق والتأويل المبرر لتثبيت الرؤى البحثية ومستمداتها العلمية في مجال الإعلام الجديد والثقافة.
- أفصحت نتائج التحليل أن مجتمع دول الخليج العربي من خلال النخبة المثقفة يتمتع بخصائص الاهتمام بالثقافة والتاريخ والتراث والفلكلور من المصادر الإلكترونية كمواقع التواصل الاجتماعي.

- ونستنتج كذلك أن لوسائل الإعلام الجديد قدرة هائلة في ظل الانفتاح والعولمة على التبادل الثقافي بين الشعوب وخاصة دول الخليج العربي، مع المحافظة على هوية وخصوصية الثقافة الشعبية لهذه المنطقة على الرغم من الانفتاح، وذلك نظراً للتمسك الشديد بالموروث الشعبي والحرص على نقله كما هو.
- أن أكثر ما يعبر عن رأي العينة في الثقافة بدول الخليج العربي هي حكومات دول الخليج العربي التي تهتم بالثقافة والتراث، و تبذل الجهات الحكومية جهوداً واضحة في نشر الثقافة الشعبية، ثم إن هنالك حرصاً واضحاً للحفاظ على الموروثات الشفهية، كما أن الخليج يمتلك تراثاً عميقاً وتاريخاً عظيماً.
- أن أهم خصائص البرامج الثقافية أو المضامين الثقافية في وسائل الإعلام الجديد على المستوى الخليجي كانت أسهمت التربية الثقافية من خلال وسائل الإعلام الجديدة في خلق جيل متقف، وتشكل وسائل الإعلام الجديدة عنصراً هاماً للتبادل الثقافي، كما اعتقد البعض أن وسائل الإعلام الجديدة أسهمت في تعزيز الجانب الترفيهي على حساب الجانب التثقيفي، بل استطاعت أن تؤثر تأثيراً طاعياً على الأفراد والمجتمع.

Dissertation Executive summary

- **Dissertation title:** The role of new media in promoting cultural exchange between Arab and Mediterranean nations, the “Arab gulf countries “as model
- **Dissertation director:** Dr Abdul Kareem Al Murbati Al Tarmash
- **Research by the PhD student:** Muneera Ibrahim Abdulla Al Subaie

This research aimed to discover and demonstrate the role of the new media in promoting cultural exchange between the Arab gulf counties from the perspective of culture and folklore

To verify the research objectives, the researcher used descriptive analytics and content analysis methods. The researcher has also used a questionnaire to survey 250 elite intellectuals from different Arab gulf counties

The research has many finding, most importantly

- There is a high percentage of elite intellectuals in the Arab Gulf countries who are keen on using the new media to present cultural and folkloric content. In this context, the subsequent results of this research acquire an in-depth justified interpretation to support the research hypotheses and their scientific findings in the field of new media and culture.
- The results of the analysis revealed that the Arab gulf community through the elite intellectuals has an interest in culture, history, heritage and folklore. They manifest this interest through social media platforms.
- The researcher has also concluded that the new media has a tremendous ability in light of modernisation and globalisation to aid cultural exchange between peoples, especially the Arab Gulf countries while preserving the identity and uniqueness of this region local culture, due to the strong adherence to the local heritage and the assurance to convey it accordingly despite modernisation.
- Governments of the Arab Gulf countries are highly concerned with culture and heritage, and the government agencies have tremendous

efforts to disseminating local culture. They are also very keen on preserving the oral tradition. Moreover, the Arab Gulf countries have a profound heritage and great history.

- The most important characteristics of cultural programs or the cultural contents in the new media in the Arab Gulf countries is that it contributed to creating a culturally educated generation. The new media is an important element of cultural exchange. However, some believed that the impact of the new media had contributed more to entertainment at the expense of the educational side. It has overwhelmingly influenced individuals and society.

بسم الله الرحمن الرحيم

تقديم عام

فتح الإعلام الجديد آفاقاً مختلفة في كل مجالات التواصل التفاعلي بين شعوب العالم، وعزز الانفتاح والشفافية في طرح المضامين الإعلامية، لاسيما أن وسائل الإعلام الجديد بكل تطبيقاته أصبحت من سمات المجتمع اللصيقة به، وما زال الانفتاح التكنولوجي الاتصالي الحديث في تطور مستمر، إذ تكاد البشرية تسجل اختراعاً جديداً كل ساعة، حتى إرتسمت في عصر التكنولوجيا الاتصالية الحديثة كل معاني ثورة المعلومات.

بذلك ازداد التقارب الإنساني وتحول حجم العالم إلى ما هو أصغر من قرية كونية، ولم تعد مقولة "ماكلوهان" عن القرية العالمية مستغربة، بل صغر حجم العالم ليصبح بحجم الغرفة الواحدة، أو حقيبة يد المسافر التي يمكنه فيها أن يختزل العالم أجمع، صوتاً وصورةً وحركةً وحدثاً، ولم يعد المجال الاتصالي

حكراً على وسائل الإعلام والإعلاميين، بل تعدى الأمر ليشمل كافة شرائح المجتمع بطبقاته ومكوناته الاجتماعية والثقافية والسياسية والدينية.

في ظل هذا التقارب اختلطت الثقافات والهويات وحتى الأيديولوجيات، مما شكل تحدياً هاماً أمام المجتمعات، خاصة المجتمعات المحافظة التي لديها تمسك شديد بثقافتها وهويتها ولا ترحب بأي شكل من أشكال العبث بهويتها الثقافية، ولعله من الظلم هنا اختزال الثقافة في الجانب التراكمي من المعرفة، بل إن الثقافة تتعدى هذا المفهوم لتشمل هوية المجتمعات وروحها وإرثها التاريخي ولغتها وقيمها وأيديولوجياتها.

في خضم كل ذلك، ماتزال الهوية العربية تصارع من أجل الحفاظ على ثقافتها وإرثها التاريخي والثقافي على الرغم من الصورة الثقافية التي أصابها التغيير بفعل الحداثة والتطورات المتلاحقة وتداعيات الغزو الثقافي وتأثيرات وسائل الإعلام الجديد والعولمة الثقافية، لتصبح الدول العربية مزيجاً مابين الحداثة و التقليديانية ، كما طرأت عليها متغيرات جمة في أسلوب الاتصال وطرق التواصل.

تكمن أهمية تعزيز التبادل الثقافي بين الشعوب العربية والمتوسطة في ظل هذه التحديات، التي نراها تواجه المجتمعات فيما لو كان اتجاه التبادل سلبياً، لكن إن كان الاتجاه لهذا التبادل إيجابياً فإن مسألة التبادل الثقافي تعتبر من مرتكزات التحضر والتمدن في المجتمعات القائمة على التطور والانفتاح بين العالم، ولاسيما أن هذه الدراسة تتناول موضوع التبادل الثقافي بين الشعوب العربية والمتوسطة باتخاذ دول الخليج العربي أنموذجاً لها، لمعرفة مدى قدرة الإعلام الجديد في ظل الثورة التكنولوجية وثورة المعلومات والعولمة في مسألة التبادل الثقافي بما يحفظ في نفس الوقت التراث الشعبي والهوية الثقافية من الضياع في خضم هذا الانفتاح اللامتناهي على الآخر بفعل هذه العوامل.

إن هذه الدراسة تعنى تحديداً بالثقافة الشعبية التي تمثل ثقافة المجتمع نفسه وتحمل جزءاً كبيراً من ثقافته وتراثه وهويته، ويتوارثه المجتمع بأشكال وصور فنية مختلفة، حيث أن الثقافة الشعبية ماهي إلا تعبيراً ذو نكهة خاصة تميز أي مجتمع وتشرح تفاصيله، وتبين معتقداته، وتؤطر روحه لتخلق في نهاية المطاف ذوقاً ثقافياً ذا هوية تتميز عن المجتمعات الأخرى، وبتخاذ دول الخليج العربي أنموذجاً فإن الثقافة الشعبية السائدة في هذه المنطقة ستكون نبراساً لهذه الدراسة لقياس مدى التبادل الثقافي وقدرة

الإعلام الجديد على تعزيز هذا التبادل، وذلك للوقوف على الملامح الثقافية الشعبية ودور وسائل الإعلام الجديد في دفع عجلة الإبداع والأدب والفنون إلى العالمية من خلال متغيرات الدراسة المتمثلة في التكنولوجيا الاتصالية الحديثة والعولمة الثقافية من منظور إيجابي.

1- الإشكال المنهجي والخطوات المنهجية للدراسة

في سبيل تحقيق الغاية والهدف من هذه الدراسة، يتعين إيضاح المنهجية التي تعتمد عليها هذه الدراسة والتي تعتبر الأساس الذي بنيت عليه، وهو المعطى الأساسي لتقديم النتائج المطلوبة التي تسعى إليها الدراسة باتباع المنهج الوصفي الشامل لفئة النخب الثقافية والإعلامية وللجمهور المثقف بدول الخليج العربي.

شهدت الطفرة الاتصالية والإعلامية بفضل الثورة التكنولوجية تطورات جمة، نتج عنها العديد من المخرجات، ولعل شبكات التواصل الاجتماعي التي أنتجتها هذه الثورة التكنولوجية الحديثة في التواصل، حيث تعتبر أحد أوجه الإعلام الجديد التي أسهمت بشكل كبير في مسألة التبادل الثقافي لما صاحب هذه التكنولوجيا الاتصالية من ثورة معلوماتية، الأمر الذي دعم من تأثيرات العولمة الثقافية وانعكاس ذلك على الموروثات الثقافية التي باتت متأرجحة بين استنفار كافة الجهود للمحافظة عليها وبين التحليق مع التطور والثورة التكنولوجية الاتصالية الحديثة.

والمقاربة التي نسعى إلى توضيحها هي أن الثقافة ليست معطى ثابتاً، بل على العكس، فالثقافة دائماً متغيرة بتغير البيئة والتغير الاقتصادي والاجتماعي وحتى السياسي، وإنما كان القصد هو الثقافة الشعبية التي تتصف بالخصوصية لأي مجتمع، وبتأخذ دول الخليج العربي كأنموذج لهذه الدراسة، نجد أن الثقافة الشعبية لهذه المنطقة تنسم بكونها وليدة بيئتها تعبر عنها وتحكي تاريخها، وحقبةً زمنيةً تناقلها الشعوب جيلاً عن جيل.

2- أهمية هذه الدراسة – لماذا هذه الدراسة؟

تعالج هذه الدراسة الدور الذي يقوم به الإعلام الجديد في تقريب الأفكار والعادات والتقاليد والثقافات والقيم وكذلك الايديولوجيات، إلى جانب الأهمية التي تحتلها مواقع التواصل الاجتماعي في حياتنا اليومية

الشخصية والمهنية، وتأتي أهميتها من كونها تطرح مسألة التبادل الثقافي في ظل عالم اجتاحتها أطر العولمة الثقافية، ومن خلال هذه المنطلقات فإن أهمية الدراسة تتبلور في الإشكاليات التالية:

1. تقديم مقاربات جديدة للمعرفة العلمية للدراسات المعنية بالإعلام الجديد لشعوب الوطن العربي بشكل عام والخليج العربي بشكل خاص، ودورها الهام في تعزيز التبادل الثقافي.
2. بيان أهمية الإعلام الجديد من خلال قراءة الواقع الإعلامي والثقافي في ضوء استراتيجيات المؤسسات الإعلامية الخليجية لتعزيز التبادل الثقافي وتحديد الثقافة الشعبية من حيث نشر الثقافة الشعبية الخليجية سواء على مستوى دول الخليج العربي أو على المستوى الدولي.
3. إضافة إلى ضرورة علمية معنوية جديدة في إبراز أهمية الإرث والثقافة الشعبية والهوية لمجتمع دول الخليج العربي.
4. تقديم دراسة عن كيفية تفاعل القائمين بالاتصال في المجتمعات الخليجية مع الجمهور العربي والعالم عبر وسائل الإعلام الجديد والبرامج والفعاليات المختلفة وكيفية إبراز التبادل الثقافي وأهميته.
5. وضع بعض الحلول التي تسهم في الحفاظ على الإرث الثقافي الشعبي، ودعم تعزيز التبادل الثقافي بين شعوب دول الخليج العربي والمجتمع الدولي بما يحفظ كينونة الثقافة و يجنبها التبعية المطلقة والتأثر بالعولمة الثقافية.

3- المقاربة التي تهدف إليها الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. إبراز مدى قدرة وسائل الإعلام الجديد على تعزيز التبادل الثقافي بين دول الخليج العربي.
2. قياس مدى تعرض نخبة المثقفين لوسائل الإعلام الجديد (اليوتيوب).
3. إبراز وسائل الإعلام الجديد التي يتم تفضيلها من قبل نخبة المثقفين على مستوى دول الخليج العربي.
4. إبراز الدوافع التي تقود نخبة المثقفين بدول الخليج العربي إلى استخدام وسائل الإعلام الجديد ومدى مساهمة ذلك في مسألة التبادل الثقافي.

4- الأسئلة المركزية التي تجيب عنها الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على الأسئلة التالية:

1. ماهي قدرة وسائل الإعلام الجديد في تعزيز التبادل الثقافي بين دول الخليج العربي من بين الشعوب العربية والمتوسطة؟
2. مامدى تعرض نخبة المثقفين لوسائل الإعلام الجديد (اليوتيوب)؟
3. ماهي وسائل الإعلام الجديد التي تفضلها نخبة المثقفين على مستوى دول الخليج العربي؟
4. ماهي الدوافع التي تقود نخبة المثقفين بدول الخليج العربي إلى استخدام وسائل الإعلام الجديد ومدى مساهمة ذلك في مسألة التبادل الثقافي؟

الباب الأول- الفصل الأول

الإطار النظري للإعلام الجديد ومفاهيمه الأساسية

المقاربات النظرية للإعلام الجديد

تمهيد

تزايدت أهمية الإعلام الجديد وكبر حجم المسؤولية الإعلامية في الطرح والخطاب الموجه في كافة السياقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ولكي يتم فهم أهمية الإعلام الجديد ودوره في تعزيز التبادل الثقافي بين الشعوب العربية يجب إبراز النظريات المتعلقة بوسائل الإعلام وعلاقتها بالثقافة من خلال منظور علمي واضح ومدعم.

إذ لا توجد نظرية إعلامية واحدة متفق على كيفية عملها أو تأثيرها في الجمهور أو بين الباحثين، وإنما يوجد عدد من النظريات التي تقدم تصورات واجتهادات عن كيفية عمل وسائل الإعلام وتأثيرها ولكنها "نظريات تساعد في الوقت ذاته على توجيه البحث العلمي في مجال الإعلام إلى مسارات مناسبة تتناغم بغالبيتها مع مقتضيات العصر، ذلك أن النظرية أداة تجسد تطبيقات وسائل الإعلام في المجتمع بشكل فاعل"¹

الدراسات السابقة

¹صالح أحمد، مناهج البحث في الاعلام الجديد، الأردن. دار الحكمة. 2016، ص 112.

وتتمتع أدبيات البحث العلمي في إطار النظريات الإعلامية بالعديد من وجهات النظر العلمية المرتبطة بالمراجع والبحوث والمؤلفات العلمية، وستعمل هذه الدراسة على طرح ومناقشة النماذج المناسبة المعنية بموضوع الدراسة، وترى الباحثة أن هذه الدراسة تتماشى مع المنظور العلمي الخاص بنظريتي الاستخدامات والإشباع، ونظرية ثراء وسائل الإعلام، ومن الضروري التطرق أولاً للمقاربات النظرية التي تتناول الإعلام الجديد لتبين مدى حداته وتطوره والفارق بينه وبين الإعلام التقليدي وهي كالتالي:

قدمت دراسة بلعربي (2015)² الموسومة بـ"أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية"، فقد طبقت الدراسة على عينة من مستخدمي (الفيسبوك) بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة مستنغانم، باستخدام منهج المسح الوصفي، باستخدام العينة القصدية، وتم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات، حيث تم تقسيم الاستمارة إلى ثلاثة محاور: المحور الأول: عادات وانماط استخدام (الفيسبوك) لدى الطلبة الجامعيين. والمحور الثاني: الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام (الفيسبوك). أما المحور الثالث فعنوانه: تأثير موقع (الفيسبوك) على الهوية الثقافية لدى الطالب الجامعي. وبينت أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أن (الفيسبوك) أثاراً إيجابية وسلبية معاً على الهوية الثقافية، وتمثلت الآثار الإيجابية في مساهمة الفيسبوك في الحرية والانفتاح على مختلف كل الثقافات ويساعد بالتعريف بالثقافة العربية والإسلامية، وتمثلت آثاره السلبية في كونه يسهم في اكتساب قيم وعادات منافية، وإضعاف مكانة اللغة العربية، ويمكن القول بأن الجانب الإيجابي في مساهمة الفيسبوك في الحرية والانفتاح على كافة الثقافات والتعريف بالثقافات العربية والإسلامية إنما يدعم رؤية الدراسة الحالية من أهمية دور الإعلام الجديد في التبادل الثقافي رغم أن العديد من الباحثين قد يرون بأن الجانب السلبي قد يطغى بسبب العولمة والانفتاح الذي من الممكن أن يسبب اختلاط هذه الثقافات وضياعها وضياع هويتها الأصيلة.

لذا نجد أن دراسة البكري (2007) الموسومة بـ"الهوية الثقافية العربية في ظل ثورة الاتصال والإعلام الجديد" قد أكدت على ذلك من منظور أن إشكالية الهوية الثقافية قد تختلف في عصر ثورة المعلومات والاتصالات والعولمة، خاصة أن الهوية الثقافية في عصر العولمة والثورة الاتصالية ترتبط بالفضاء

² بلعربي سعاد، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية، دراسة ماجستير، جامعة عبدالحميد بن باديس -مستنغانم- كلية العلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2015.

الإلكتروني، الذي تتشكل فيه كافة العوامل التفاعلية في عالم مترابط ومتنافر في آن واحد، لذا فإن هذه الدراسة قد بينت تأثيرات الإعلام الجديد على الفرد والمجتمع من ناحية الانتماء والوطنية ودور هذا الإعلام الجديد في تعزيز هذه الجوانب لتحقيق مفهوم التنمية الثقافية، ويمكن القول بأن هذه الدراسة قد اتفقت مع الدراسة الحالية من ناحية متغيرات الدراسة.

كما أن التواصل هو أساس أي ثقافة، وفي الواقع يتم التعبير عن هذه الثقافة من خلال اللغة والملابس والموسيقى ونمط الحياة والذوق وقيم الحياة، ووفقاً لذلك لعبت وسائل الإعلام دائماً دوراً هاماً في نقل التراث الثقافي للمجتمعات عبر الأجيال من خلال مراحل عديدة من التطور والتحول والتغيرات التي اجتاحت المجتمعات المعاصرة، هذا ما أكدت عليه دراسة (Obiageli Pauline OHIAGU 2014)³ التي بينت أن وسائل الإعلام الجديد قد أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية، لذا فقد تم بناء إشكالية الدراسة على أساس ما إذا حافظت وسائل التواصل الاجتماعي على مسؤولية تشكيل الثقافة، فمن الأهمية بمكان تحقيق ذلك من خلال الدور الذي تلعبه هذه الوسائل في بناء ونقل الثقافة الشعبية، ويدعم ذلك مسألة تكرار القيم والقواعد المجتمعية وتشكيلها من خلال نفس الوسائط.

وبالنظر إلى أهم نتائج هذه الدراسة، نجد أن نقل الثقافات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي تقوم على نقل القيم والخبرات إلى الآخرين عبر مشاركات وتعليقات على منتديات ووسائل التواصل الاجتماعي، إضافة إلى ذلك بينت الدراسة أن اللغة عنصر مهم في الثقافة وهي العامل الأول لنقل الثقافة وفهمها، ومن هذا المنطلق فمن الممكن أن نؤكد على أن وسائل التواصل الاجتماعي تنشئ ثقافة جديدة في العالم الافتراضي الذي يتخطى الحدود الجغرافية، مما يسهم في نهاية المطاف إلى مسألة التبادل الثقافي ودور الإعلام الجديد في ذلك.

- سبل الاستفادة من الدراسات السابقة

وعطفاً على ذلك يجوز القول بأن الدراسات السابقة قد أكدت فعلاً أن للإعلام الجديد بتكنولوجياته الاتصالية الحديثة دوراً فعالاً في التأثير على الثقافة والتبادل الثقافي من خلال الانفتاح والعولمة وتعريف الآخر بالثقافات العربية والإسلامية، وكما أسلفنا فإنه على الرغم من انتقاد العديد من الباحثين للعولمة

³Obiageli Pauline ,Social Media: Shaping And Transmitting Popular Culture, University of Port Harcourt, Covenant Journal of Communication (CJOC), Vol. 2, No. 1, June 2014

بوصفها قد تكون سبباً في اختلاط الثقافات وضياع هويتها وخصوصيتها، الأمر الذي قد لا يتوافق كثيراً مع التوجه العام للدراسة الحالية التي تنظر نظرة إيجابية للإعلام الجديد في نقل وتبادل الثقافة وتعريف الشعوب بهذه الثقافة مع محافظتها قدر الإمكان على هويتها وخصوصيتها، من خلال التوظيف الصحيح للإعلام الجديد في ظل الاستراتيجيات ودور النخبة المثقفة في ذلك.

الفصل الثاني- المبحث الأول

فضاءات الإعلام الجديد

تقديم:

اتسعت فضاءات الإعلام الجديد في مجالات عدة، منها: تعزيز التبادل الثقافي بين الشعوب العربية والخليجية، وفتح مجال أوسع للظهور الإعلامي على المستوى الثقافي والفني والاجتماعي، وهاهي اليوم تقود الثقافة الخليجية للشهرة والعالمية لتنافس العديد من الثقافات، ولتكون في طليعة منصات الإبداع.

عزز الإعلام الجديد فضاءاته من خلال تكنولوجيا الاتصال التي ما تزال تقدم تطبيقات متدفقة في مجال التواصل الاجتماعي الذي فتح مجالاً أوسع في تبادل الصور الثقافية، وعزز مجال النشر والتبادل الثقافي في عدة قوالب فكرية وفنية.

وهنا تلعب التفاعلية دورها البارز في أهمية الإعلام الجديد من خلال إمكانية التواصل بتفاعل من قبل المستخدمين، الأمر الذي سيفتح أبواب المعرفة والخبرة الإعلامية في التواصل بما يتناسب مع تطلعات الجمهور في كل جهة من عالمنا العربي، فلم تعد الفجوة المعرفية عائقاً للوصول إلى قائمة تحديثات الإعلام الجديد وربطه بالمستقبل القريب والبعيد في التجديد والاختلاف والتطور. إذ تُفَعّل مواقع التواصل الاجتماعي استشراف مستقبل الإعلام الوطني والإعلام الخليجي، كما ستوثق ملامح التراث التي كادت أن تُمسي أطلالاً في طيات الزمن، وهذا ما سيقدمه هذا الفصل، فالمبحث الأول يبرز دور تكنولوجيا الاتصال في إبراز الإعلام الجديد ومدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي ودورها الفاعل في

إبراز الصورة الإيجابية للثقافة الشعبية والهوية الخليجية والأدوار التي تلعبها النخب المثقفة والمؤسسات الإعلامية الخليجية للحفاظ على هوية المجتمع الخليجي.

-الإعلام الجديد والتفاعلية

يكتسب الإعلام الجديد سمات وخصائصَ متنوعة يفرضها الوقت والمكان على حسب المحور الثقافي والاجتماعي والحضاري للمستخدمين كما هو في الوقت الحالي في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، حيث أصبح لهذا العصر نمط إعلامي جديد تنوع ما بين قنوات التواصل الاجتماعي، وتبين هذا الاختلاف عن الأنماط الإعلامية السابقة من خلال العمق والتأثير، وهذا التغيير الجوهرى شكل تكوين لغة إعلامية جديدة من خلال تأثيراته الثقافية والاجتماعية. وقد تنوعت وظائف الإعلام كما يلي⁴:

- نقل التراث الاجتماعي من خلال نقل التقاليد والقيم والمعايير من جيل لآخر، لتحقيق انسجام المجتمع وتماسكه.
- تحقيق النظرة الوظيفية للإعلام من خلال الترفيه للأفراد والمؤسسات.
- تحقيق الاستجابة المفترضة من الجمهور والتكيف مع كل طرح جديد يواكب احتياجات الجمهور وإبراز التفاعلية.

فالإعلام يمارس دوره داخل المجتمعات-كافة المجتمعات- ومنها المجتمعات العربية والمتوسطة والخليجية، ويناقش ويعالج الوضع الراهن ويتنبأ بأفاق تطوره بمعزل عن السياق الاجتماعي والثقافي الذي يعمل فيه هذا الإعلام⁵، وتعتبر عناصر التركيبة الاجتماعية القادرة على المشاركة في عملية التأثير والتفاعل المتبادل جميعها مساهمة في هذا الجانب عن طريق عملية التبادل الإعلامي المستمرة في داخل المجتمع الخليجي والدولي عبر وسائل الاتصال الحديثة التي أصبحت فيها تقنيات الحاسب الآلي الحديثة المتطورة تشكل العنصر المهم والفاعل في حسم القضية لصالح العولمة بأشكالها وأبعادها كلها، حتى إن

⁴ أثر وسال الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، رسالة دكتوراه منشورة، جامعة الجزائر، 2009، ص40.

⁵ حضور أديب، الإعلام العربي على أبواب القرن الحادي والعشرين، دمشق، ط2، سلسلة المكتبة الإعلامية، 2008، ص7.

مقياس التقدم في المستقبل القريب سوف يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمن يمتلك تلك الأجهزة، وبمن يطورها ويطور تطبيقاتها، بما يتناسب واحتياجاته واحتياجات العصر المتداخلة⁶.

إن تلبية الإعلام الجديد لحاجات الفرد والمجتمع كاد يصل إلى رأس هرم معنويات المتابعين عبر كافة قنوات التواصل الاجتماعي التي بدأت في بداية الألفية الجديدة حتى هذا الوقت، وقد كانت في تسارع مستمر إلى أن بلغت مستوى التنافسية الخليجية والدولية والعالمية أيضاً، إذا لابد أن هناك وظائف أساسية للإعلام الجديد استطاعت أن تواكب تطلعات العالم إلى أن كونت رابطاً بالأخص في تكوين الثراء المعرفي

كما يمكن القول بأن التنوع والتعدد الإعلامي ساهم في دخول التقنيات الحديثة للتواصل وانتشارها في توسيع دائرة الأفكار والمعلومات للتعبير عن الرؤى والأفكار بشكل حر⁷.

⁶ اللبان شريف والمقصود هشام، مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، ط1، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص204.

⁷ مصباح محمد، الإعلام الجديد "العولمة.. وتحدي خصخصة القيم"، منشورات مؤمنون بلا حدود، ط1، 2012، ص3.

لباب الثاني – الفصل الأول

الثقافة وأطر التبادل بين دول الخليج العربي كأنموذج من بين الدول العربية والمتوسطية

المبحث الأول - الثقافة وتعزيز التبادل الثقافي

تمهيد

ماذا تشكل الثقافة في بناء لبنة وبصمة المجتمعات وما أبرز صورها؟

تشكل الثقافة روح العالم وأساس بناء المجتمعات لما تحتويه من أنماط مختلفة في تكوين النسيج الاجتماعي ومد خيوطه إلى تكوين هوية الإنسان و تراثه وفكره الإبداعي في شتى المجالات الحياتية. وبذلك تشكل الثقافة الجانب الروحي وحتى العقائدي من ناحية أيديولوجيات العقيدة والدين والانتماء والعادات والتقاليد والأعراف وكذلك القيم، حيث أبدت ملامح الثقافة تكوينها منذ تاريخ المجتمعات اللغة والفكر والأدب والفنون لكل مجتمعات العالم.

والثقافة تلعب دور المحرك الريادي في دول الخليج العربي، والشعلة التي تقود المجتمع الخليجي إلى الحضارة والتنمية بربط ثقافي مزود بتاريخ يزخر بالعطاءات الثقافية من خلال الأصول الاجتماعية والدينية والعادات والتقاليد التي شكلت الهوية الثقافية لكل بلد، ويصل شعوب دول الخليج العربي بهذه الثقافة إلى حدود الارتباط الوثيق بين الفرد وعلاقته بفكره وإنتاجه الثقافي الذي يتأطر بما تأسست عليه ثقافته ومكوناته الذاتية والفكرية.

وقد تخصص الثقافة أيضاً من خلال التعمق، في فلسفة الهوية الخليجية كمضمون العلوم والآداب والمجالات الفكرية ، وهو ما يفتح سبيل التعامل مع القضايا الإنسانية والاجتماعية بدرجة متميزة من الاستيعاب والشمول⁸، كما أن مناقشة هذا الجزء في الدراسة يعد ضرورة لا يغفل عنها بالأخص أنها الجانب الخصب الذي يتجدد مع الفكر والعطاء العلمي الواسع في هذا المجال.

⁸مرجع سابق، حجازي مصطفى، ص18.

لا بد أن توضح هذه الدراسة أهم مظاهر التبادل الثقافي، إذن ما هي هذه المظاهر؟ وما دورها في تعزيز التبادل الثقافي بين الشعوب الخليجية؟ وهل سيحافظ التبادل الثقافي على الهوية واللغة في ظل الإعلام الجديد؟

مظهر الهوية في تعزيز التبادل الثقافي

تعدد استخدام مفهوم الهوية في العديد من الجهات الثقافية، وأصبح أكثر رواجاً في المجالات المتعلقة بثقافة الشعوب والمجتمعات، كونها جزءاً أساسياً ومهماً في تكوين الانتماء الشخصي لدى الأفراد والجماعات، و يحيل حقل الدراسات الاجتماعية والانثربولوجية تعريف الهوية الثقافية الى مجموع المقومات والعناصر الثقافية بالانتماء الثقافي لشخص في بيئة ما ومجتمع ما، كما يمكن أن يحيل عموماً إلى الوعي الضمني أو الصريح بالانتماء إلى جماعة بشرية معينة تعيش في فضاء جغرافي محدد ولها تراث ثقافي مميز يشمل تاريخاً مشتركاً ولغة وعاداتٍ وتقاليدها وتطلعات مستقبلية⁹.

المظاهر اللغوية وتعزيز التبادل الثقافي

جاء اختلاف اللهجات بين الناس في المجتمع الخليجي، وهذه حقيقة ثابتة عرفتها الشعوب في مجتمعنا وما تزال قائمة حتى في عصر التواصل والتقارب، كما تعتبر اللغة الصلة التي تمكن الفرد بالاتصال مع المجتمع خلال رموز ودلالات صوتية أو بين الناس كحقيقة ثابتة عرفها المجتمع في الماضي، ولا تزال متداولة ومتجددة في هذا العصر، عصر التقارب والتواصل، "فهني لاشك من مظاهر التنوع العظيمة بين أبناء المجتمع، إذ إن الإنسان الخليجي يعبر عن أفكاره ومشاعره وينتج أدباً وشعراً لحصول التواصل بينه وبين المجتمعات الأخرى"¹⁰.

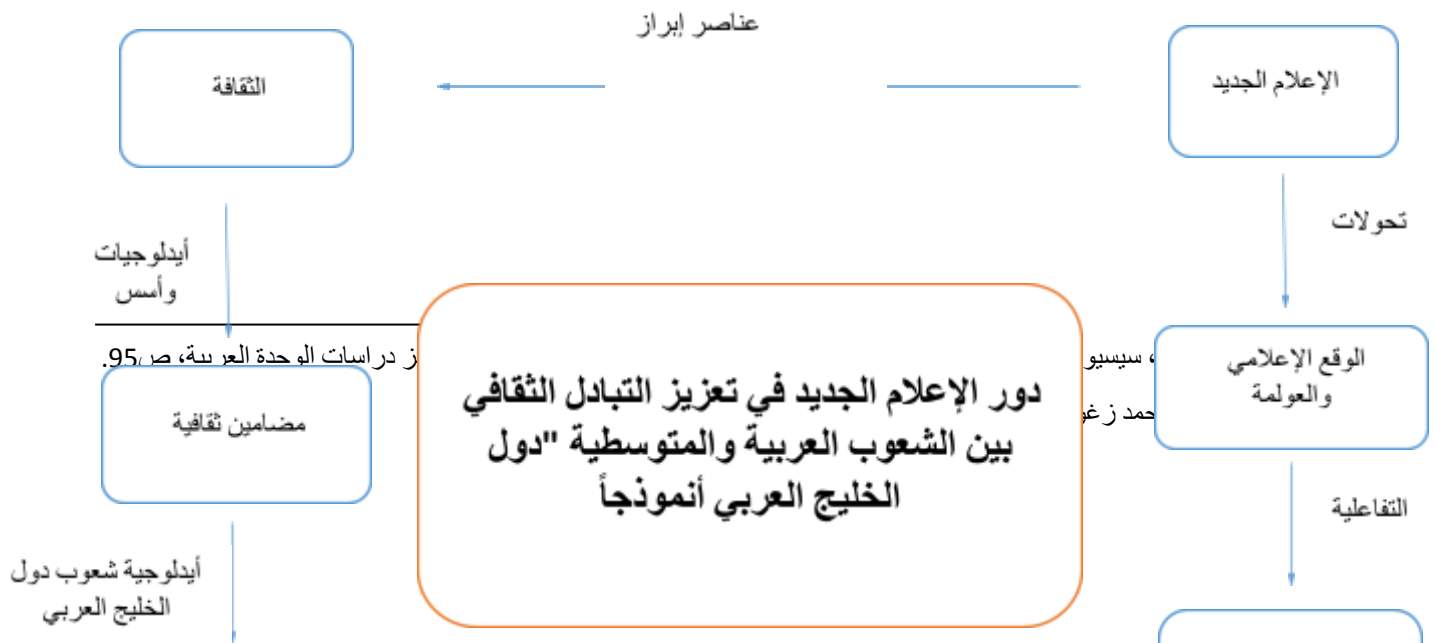
مظهر الثقافة في تعزيز التبادل الثقافي في المجتمع الخليجي

⁹كوش دوني، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية. ترجمة منير السعيداني. مراجعة الطاهر لبيب. مركز دراسات الوحدة العربية. بيروت، 2007. ص93.

¹⁰جابا الله أحمد، الخصوصيات الحضارية وموقعها في الحوار بين الحضارات، موضوع منشور في مجلة الإحياء، عدد 6 إصدار كلية العلوم الإسلامية والعلوم الاجتماعية، الجزائر، 2002، ص160.

ظهرت مفاهيم متعددة في ضوء التبادل الثقافي الخليجي، وتلك المفاهيم تناولت الحوار الثقافي والتزاوج الثقافي بين مجتمعه، وجميعها تنصب في مفهوم التثاقف (Acculturation)، وهو آلية إغناء عندما يتم بين مجالات ثقافية متكافئة، لكنه يصبح آلية إفناء عندما يتم بين مجالات ثقافية غير متكافئة¹¹.

وبذلك نجد أن التثاقف في مجال التبادل الثقافي في المجتمع الخليجي قد يقدم عملية انسيابية ومستمرة في مجال التعاون الثقافي بين عدة مستويات، وقد يقدم مفهوماً ناضجاً في التبادل الثقافي للمجتمعات العربية تحديداً، وعلى سبيل المثال تقوم العديد من دول الخليج العربي بعقد اتفاقيات تعاون ثقافية حول مواضيع متعلقة بالثقافة والتعليم والإبداع في مجال الفن والأدب، الأمر الذي يؤكد على أن التثاقف يعزز الثقافة الشعبية وإن تشابهت في بعض الخصائص والصور، والتثاقف يعزز مبدأ الانفتاح على الثقافات الأخرى فيحدث التبادل والتوازن الثقافي على أساس الحوار دون نفي ثقافة الآخر¹².



تفعيل الإعلام الثقافي
الإلكتروني

اهتمامات المثقفين والنخب

الشكل ١- أخطوطة تعزيز التبادل الثقافي

الفصل الثاني- المبحث الثاني

الثقافات الشعبية في دول الخليج العربي

تقديم

بعد عرض المفهوم الواسع للثقافة، من الضروري أن تُبيّن هذه الدراسة المنحى الأساسي في إبراز دور الثقافة الشعبية بصفاتها نوعاً من أهم الصور الثقافية على مستوى شعوب العالم، نظراً لمكانتها الأيدلوجية في إطار التكوينات الاجتماعية والخلفيات المترسبة من المعتقدات والتقاليد والقيم.

وكما سلف في الدراسة فإن الاستدلال بمظاهر تعزيز التبادل الثقافي بين الشعوب الخليجية كأنموذج من ناحية الهوية واللغة والتأقف، وتهيئة ذلك الأمر لملاحظة العلاقة الوثيقة بين تلك المظاهر مع الثقافة الشعبية، يلعب دوراً هاماً في عرض قواعد أساسية في تاريخ الدول وتراث الشعوب، لاسيما وأنها تعزز من فهم أهم المكونات والتركيبات الأيدلوجية الهامة في تكوين المجتمع، وهو الأمر الحاصل بين المجتمعات الخليجية بالخصوص.

فماهي الثقافات الشعبية؟ وماهو مضمونها المجتمعي في دول الخليج العربي؟ وهل ستمكن دول الخليج العربي من الحفاظ على استدامة الثقافة الشعبية عبر وسائل الإعلام الجديد؟

- مضمون الثقافة الشعبية واتجاهات التبادل الثقافي في دول الخليج العربي
- المضمون المجتمعي للثقافة الشعبية

عندما يتم التحدث عن الثقافة الشعبية وتواجدها في قلب المجتمع، نجدتها نابضة بما تزخر به، وبطبيعة الحال تغطي الثقافة الشعبية مجالاً واسعاً جداً يتقاطع مع مجال الثقافة الجماهيرية على الرغم من تحليل وتقويم العديد من الحقول المعرفية كعلم الاجتماع والتاريخ واللسانيات والتحليل النفسي وحتى الدراسات الأدبية¹³، ويؤكد إنطوان كومبانيون أن هذه الثقافة الشعبية معطى اختلافي، لأنها توحد الجماعة وتفصلها عن الجماعات الأخرى، وبهذا تحقق الوعي الجمعي وهو أساس الثقافة الشعبية ومن هذه الثقافة انشق مفهوم الفلكلور¹⁴.

- المضمون التراثي للثقافة الشعبية الخليجية:

إن للثقافة الشعبية خصائص وصفات وسلوكاً متوارثاً، وتنطلق على ما تقوم بها حياة الفرد والجماعة من الناحية الاجتماعية والفنية والدينية، وتشمل المدون والمكتوب والرمزي والشفوي أو كل

¹³نفسه، ص26.

¹⁴ويعتبر الفلكلور مصطلحاً أكثر شيوعاً واستعمالاً في الدراسات الأكاديمية وفي أكبر الجامعات والمراكز العلمية ويتكون صطلح الفلكلور من مصطلحين وهما فولك FOLK أي الشعب أو عامة الناس، ومصطلح LORE ويعني المعرفة والحكمة لتصبح الترجمة (حكمة الشعب أو معرفة الشعب) مرجع سابق، سعيدي محمد، ص25.

ذلك¹⁵، وتشكل نمط حياة فئة معينة من الناس الذين يعيشون في مجتمع معين وما ينتمي إلى ميدان الشعب والعامّة.

وهذا الأمر الذي جعل من الثقافة الشعبية كائناً حياً يتميز بالتعدد والتنوع والثراء، ويتحرك بتحريك الإنسان ويتطور بتطوره وينقرض بانقراضه، وينفرد كل مجتمع بخصائصه الثقافية التي تجعله منفرداً مميزاً عن غيره، وتكمل وظيفتها الأساسية في أنها تصل الماضي بالحاضر فالمستقبل¹⁶.

ويزخر تراثنا الخليجي بكثير من الموروثات الشعبية والتقاليد التراثية التي تعبر عن أصالة الشعوب الخليجية وما تتمتع به من رقي إبداعاتها وفكوريّتها وتنوع الضروب والأوجه التراثية والتقاليدية إلى جانب سمات الأصالة والبساطة والتناغم مع البيئة والعلاقة بينها.

1. يدل التراث على نتاج الحضارات السالفة ونتاج تجارب الإنسان ورغباته، حيث يرثها الخلف عن السلف، كما للتراث أهمية كبرى، حيث إنه السجل الحافظ للهوية، وهو معيار الهوية المحلية وهو كاشف للأصالة، ولكل أمة وشعب هوية، وهو ما يشكل اهتمامات الأمم والشعوب به.

2. وركزيز على التراث يعد التراث الوطني استثماراً في قطاعات متعددة كالتعليم والسياحة والاقتصاد، كما أن التراث الثقافي سلعة عالمية يتوجب على جميع الدول الحفاظ عليها للمستقبل القادم في إطار التعاون الثقافي الدولي والعالمي، وتعزيزاً للحفاظ على هوية وحضارة وعمق تاريخي للمكان والزمان.

3الثقافة الشعبية في دول الخليج العربي ونسيج الإبداع

¹⁵الغرابي الجيلاني، دراسات في الثقافة الشعبية، معهد الشارقة للتراث، 2، 2018، ص241.

¹⁶ نفسه ص10-11.

"لا تقتصر الثقافة على فعل المثقف، بل إنه يرى فيها نتاجاً للفعل الاجتماعي العام للمجتمع، من هنا يرى أحد الباحثين أن جميع البشر مثقفون مع استدراك أن جميع البشر هم من ممارسي وظيفة المثقف في المجتمع"¹⁷. وإن كنا نستطيع التحدث عن مثقفين فالحديث عن غير المثقفين لا معنى له¹⁸.

ومع بزوغ فجر المنظمات غير الحكومية بدأ اهتمام مركز الثقافة الرفيعة ونشاطه في البحرين والإمارات والكويت وعمان¹⁹، وزاد الإنفاق على عناصر الثقافة الشعبية التي أصبح لها مؤسساتها ومهرجاناتها الكبرى كل عام²⁰.

وتشمل الثقافة النشاطين الفكري والفني بمعناهما الواسع، وما يتصل بهما من مهارات لتحقيقها عبر وسائل عدة، فالثقافة مرتبطة ومتأصلة بأوجه النشاط الاجتماعي، كما تعتبر المؤثر والداعم القوي لبناء هوية المجتمعات وأيدلوجياتها المختلفة، وكما هو متعارف عليه في النسيج الاجتماعي فهناك أيضاً نسيج إبداعي في نسيج الإبداع من خلال صور الثقافة الشعبية.

هل ما تزال هذه الثقافة محط أنظار الكثيرين للنهوض بدراسات علمية تثري الثقافة الشعبية لتظل متمسكة بإرثها التاريخي؟

يذكر أحد الباحثين أن أهم التحديات التي تواجه الثقافة في دول الخليج العربي "المنتوج الثقافي" التي يعتقد الكثيرون أنه يزيد من جانب ويقل من جانب آخر، وكأنه امتداد طبيعي للمنتوج الثقافي الرسمي للدولة²¹.

و يمكن القول بأن الساعد التعليمي يعد محركاً وباعثاً أساسياً في تطوير وإبراز الثقافة للأجيال القادمة، وإن حق التعبير من خلال إدراج الثقافة الشعبية في السلك التعليمي في المناهج التربوية يعتبر

¹⁷النجار باقر، الحدائثة الممتعة في الخليج العربي(تحولات المجتمع والدولة)، بيروت، دار الساقى ط 1، 2018، ص 423.

¹⁸ الطاهر لبيب، وآخرون، الثقافة والمثقفون في الوطن العربي، سلسلة كتب المستقبل العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية ص 86.

¹⁹ المرجع نفسه،النجار باقر، ص 261.

²⁰يقيم عبدالله، الخليج العربي: الثقافة والمجتمع، معهد الشارقة للتراث، الشارقة ط1، 2016 ص 22.

²¹غولوم إبراهيم عبدالله، الثقافة العربية(هيمنة نسق الاستبداد)، جامعة الخليج العربي، البحرين ط1، 2001 ص 36.

تحدياً لتقديم المادة الثقافية الخليجية كغيرها من الثقافات العربية والعالمية التي أصبحت في منصات الثقافة الإبداعية.

فالحضور الثقافي في تلك المناهج لا يعني فقط إبراز الهوية الوطنية أو التعلق بالعبادات والتقاليد إنما هو إبراز العلاقة الحياتية بمخرجات الثقافة التي تعنى بتطور المجتمع وبناءه كالشعر والمسرح والموسيقى والفنون الجميلة، فالتطور الاجتماعي والسياسي قاد الثقافة إلى فتح أفق التطور الثقافي من المحلية إلى العالمية، وذلك من خلال تطوير البنية الأساسية للثقافة من دعم معنوي لأصحاب الفكر والنخب والمتقنين والمبدعين بالإضافة للدعم المادي من بناء مسارح وقاعات احتفالية ودور الأوبرا بالإضافة إلى المعارض والمهرجانات السنوية للثقافة والتراث الشعبي.

- اتجاهات التبادل الثقافي في دول الخليج العربي

مع نهاية القرن العشرين لم تعد العلوم المرتبطة بالثقافة والثقافة الشعبية هي نفسها تلك العلوم السابقة، بل تعرضت تلك العلوم إلى تغيرات جذرية تواكب العصر الحديث والعولمة، وليس بدعاً أن تعيد العلوم الاجتماعية والإنسانية النظر في موضوعاتها ومناهجها ونظرياتها بين حين وآخر²².

ويعد السعي العلمي والأدبي في الحقول الفرعية من الثقافة الشعبية والتراث الشعبي تحديداً نظرة شاملة أمام العديد من الإشكاليات مثل الأنثروبولوجيا والفلكلور، وتأتي لتفسر من خلال الدراسة والنقد والتحليل وتقصي واقع الثقافة الشعبية والإتيان بحاجات ودوافع اجتماعية لحمل الموروث الشعبي الذي تزخر به شعوب الخليج العربي.

ونظراً للتغيرات التي تعرضت لها دول الخليج العربي من جوانب دخيلة تفاوتت من حيث الضيق والرحابة، فقد بدأت على سبيل المثال، تطل على الحياة العامة مظاهر ثقافية شديدة التأثير في البنى الاجتماعية والثقافية واستطاع بعض من تلك التغييرات أن يصيب جوانب أساسية من الهوية الوطنية والثقافية²³.

²²يقيم عبدالله، رهن التحولات الثقافية في الخليج العربي(مشروع أجنحة دراسية)، مجلة الثقافة الشعبية، العدد33، 2016.

²³نفسه، ص295.

الباب الثالث

إجراءات الدراسة وتحليل البيانات

تقديم

نتناول في هذا الفصل الخطوات المتبعة في مجال إجراءات الدراسة، بدايةً من استخدام نوع ومنهج الدراسة المعتمد وتحديد مجتمع الدراسة واختيار عينة البرامج، مروراً بالأداة التي استخدمت لجمع المعلومات وتحديد فئات التحليل ووحداته ومراحل التحقق من صدق الأداة وثباتها، وانتهاءً بالأساليب الإحصائية التي استخدمت في تحليل البيانات واستخلاص نتائج الدراسة، وذلك على النحو التالي:

3-3-1 المبحث الأول: نوع ومنهجية الدراسة وإجراءاتها وأساليبها الإحصائية

أولاً: نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي "تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام، وكذلك أنماط السلوك المختلفة"²⁴، حيث تسعى الدراسات الوصفية إلى تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون التدخل في أسبابها أو التحكم فيها، كما تستهدف تقدير مرات تكرار حدوث ظاهرة معينة ومدى ارتباطها بظاهرة أو مجموعة أخرى من الظواهر²⁵، وذلك من خلال وصف وسائل الإعلام الجديد، ودراسة مدى قدرتها على تعزيز التبادل الثقافي بين الشعوب "دول الخليج كأنموذج".

ثانياً: منهج الدراسة

²⁴ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة 2004، ط2، ص 13.

²⁵ سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي، عالم الكتب، القاهرة 2006، ط2، ص 131.

يعتبر منهج الدراسة الطريق الذي يسلكه الباحث في دراسته لإيجاد حقيقة واقعة لإشكالية الدراسة، وتكون هناك حجج واضحة للرد على الأسئلة والاستفسارات التي يثيرها موضوع الدراسة، وهو البرنامج الذي يحدد لنا السبيل للوصول إلى تلك الحقائق وطرق اكتشافها²⁶.

أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية:

مجتمع الدراسة التحليلية (تحليل المضمون):

تمت الاستعانة في جمع وتحليل البيانات الخاصة بالدراسة التحليلية بأداة تحليل المضمون للتوصل إلى الوصف الكمي والمحتوى الظاهر للعملية الاتصالية ولاستخلاص البيانات التي تساعد في التعرف على مضامين وسائل الإعلام الجديد في دول الخليج العربية - كإنموذج- (عينة الدراسة) واتجاهات الطرح من خلال المضمون الكمي والكيفي بواسطة استمارة تتضمن فئات معدة للتحليل، ويشتمل مجتمع الدراسة على أكثر وسائل الإعلام الجديد انتشاراً على مستوى دول الخليج العربي وهو (اليوتيوب).

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

مجتمع الدراسة الميدانية:

يشتمل مجتمع الدراسة الميدانية على نخب المثقفين الخليجين ممن يستخدمون المواد الثقافية عبر وسائل الإعلام الجديد، وتم سحب العينة من مملكة البحرين والمملكة العربية السعودية ودولة الإمارات العربية المتحدة ودولة الكويت وسلطنة عمان ودولة قطر، وتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته.

عينة الدراسة الميدانية:

اعتمدت الدراسة على العينة الاختيارية لمنح جميع المفردات فرصة متساوية ومستقلة للاختيار، وقد تمثلت عينة الدراسة من (250) من افراد العينة (النخب من المثقفين) في دول الخليج العربي، من خلال الاستمارة الإلكترونية، تم إطلاقها خلال الفترة 5 يناير 2019-25 يناير 2019م.

-أداة جمع بيانات الدراسة الميدانية:

²⁶محمد شفيق، البحث العلمي مع تطبيقات في الدراسات الاجتماعية، دار النشر، المكتب الجامعي الحديث ط: 2005 - ص. 85.

صحيفة الاستبيان:

قد تم استخدام صحيفة الاستبيان التي تحتوي على الأسئلة المغلقة، وقد تم تصميم صحيفة الاستبيان في ضوء أهداف وتساؤلات الدراسة لخدمة الدراسة في معرفة دور الإعلام الجديد في تعزيز التبادل الثقافي بين الشعوب العربية في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية ثراء وسائل الاعلام.

إجراءات الصدق والثبات:

- اختبار صدق وثبات صحيفة الاستبيان:

أولاً: صدق صحيفة الاستبيان:

يقصد بصدق صحيفة الاستبيان من ناحية ما تم تصميمها له، وذلك للتأكد من مقدار صدق أداة الدراسة، حيث تم عرضها على مجموعة من المحكمين في مجال الإعلام والثقافة، وتم تطبيق المراجعة المنهجية والعلمية وقد وزعت على المحكمين الممارسين للعمل الإعلامي والثقافي والخبراء الأكاديمين وقد تم الطلب منهم إبداء رأيهم تجاه مدى ملائمة عبارات صحيفة الاستقصاء لعينة الدراسة وعليه فقد تمت التعديلات على أساس ملاحظاتهم، من حيث صياغة بعض العبارات وحذف بعض الفئات التي لاتخدم الدراسة.

ثانياً: ثبات صحيفة الاستبيان:

تم إجراء اختبار قبلي للاستمارة (Pre-test) على عينة شكلت (25) فرداً، وهي تمثل 10% من حجم عينة الدراسة التي بلغت (250) مفردة، كما تم إعادة تطبيقها على العينة ذاتها بعد أسبوع وقد بلغت نسبة الثبات 0.95% وهي نسبة دلت على وضوح الأسئلة وصلاحياتها للدراسة، وبالإمكان التعميم عليها في نتائج الدراسة باستخدام برنامج (SPSS) الذي هو أحد البرامج الإحصائية في تحليل البيانات.

3-3-3 الأساليب الإحصائية المعتمدة

تم جمع بيانات الدراسة بإدخالها إلى الحاسب الآلي، لمعالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية والمعروف باسم (SPSS) وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

1. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
2. المتوسط الحسابي للانحرافات المعيارية.
3. معامل ارتباط بيرسون.
4. الاختبارات البعدية: لمعرفة مصدر الثبات بين المجموعات التي يؤكد تحليل تباين علو وجود فرق بينهم؟
5. اختبار "ت" (T. test) لمجموعات مستقلة لدراسة الدلالة الإحصائية للفروض بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الدراسة.
6. تحليل التباين في اتجاه واحد لدراسة الدلالة الإحصائية للمتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين.
7. اختبار "Z" (Z.test) لدراسة معنوية الفرق بين نسبتي مؤبتيين.
8. اختبار بيرسون لدراسة مستوى واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين.
9. "كا" لإيجاد العلاقة بين متغيرين.

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية (تحليل المضمون)

(1) مجالات المادة الثقافية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (1)

التكرارات والنسب المئوية لفئة مجالات المادة الثقافية

الرقم	الفئة	ك	%
1	المجال التاريخي	43	21.8%
2	المجال التراثي	41	20.8%
3	المجال الأدبي	41	20.8%
4	المجال الفني	10	5.1%
5	المجال الفلكلوري	15	7.6%
6	المجال الشعبي	47	23.9%
	المجموع	197	100.0%

تظهر نتائج الجدول السابق أن أكثر مجالات المادة الثقافية التي ركزت عليها وسائل الإعلام الجديدهو "المجال الشعبي" بتكرار (47) مرة ونسبة مئوية (23.9%)، تلاه في المرتبة الثانية "المجال التاريخي" بتكرار (43) مرة ونسبة مئوية (21.8%)، ثم "المجال التراثي" في المرتبة الثالثة بتكرار (41) مرة ونسبة مئوية (20.8%)، وفي المرتبة الثالثة مكرر جاء "المجال الأدبي" بتكرار (41) مرة ونسبة مئوية (20.8%)، ثم "المجال الفلكلوري" في المرتبة الخامسة بتكرار (15) مرة ونسبة مئوية (7.6%)، ومن خلال هذه النتيجة ممكن القول أن هنالك اهتماماً لا يستهان به بالمجال الثقافي الشعبي على مستوى دول الخليج العربي مما يعزز من موضوعية الدراسة.

نتائج الدراسة الميدانية

تمهيد

تم إجراء دراسة ميدانية على عينة من النخبة المثقفة على مستوى دول الخليج العربي وقوامها (250) مفردة موزعة في الفترة من 5 يناير-25 يناير 2019 وسيتم في الفصل الحالي عرض النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية، وذلك وفق ثلاث محاور:

1. دوافع استخدام وسائل الإعلام الجديدة (شبكات التواصل الاجتماعي):

تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لاستجابات العينة، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (7)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لدوافع استخدام وسائل الإعلام الجديدة (شبكات

التواصل الاجتماعي)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبداً		نادراً		أحياناً		غالباً		دائماً		العبارة	الرقم
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
1	0.721	4.392	0.0%	0	0.0%	0	14.0%	35	32.8%	82	53.2%	133	لمواكبة الظفرة الإعلامية	6

													والتكنو لوجية والاجتم اعية	
2	0.70 7	4.28 0	0.0 %	0	0.0 %	0	14.8 %	37	42.4 %	10 6	42.8 %	10 7	للاطلا ع على ثقافات وعادات الشعو ب	5
3	0.83 2	4.14 8	0.4 %	1	2.8 %	7	18.4 %	46	38.4 %	96	40.0 %	10 0	للمعر فة الثقافية	1
4	0.74 9	4.14 4	0.0 %	0	0.4 %	1	21.2 %	53	42.0 %	10 5	36.4 %	91	مصدر مهم لأحدث الأخبار المتعلقة بالثقافة الشعبية المنوعة	2
5	0.89 8	4.03 2	0.4 %	1	2.4 %	6	30.0 %	75	28.0 %	70	39.2 %	98	للالتقاء بالأصد	4

													قاء والزملا ء	
6	0.89 8	3.97 2	0.0 %	0	4.0 %	10	29.6 %	74	31.6 %	79	34.8 %	87	لطح أفكاري وآرائي عن مواض يع متعددة	7
7	0.89 8	3.97 2	0.0 %	0	2.0 %	5	35.6 %	89	25.6 %	64	36.8 %	92	للتسلية وقضاء وقت الفراغ	8
8	0.81 3	3.88 0	0.0 %	0	1.6 %	4	34.8 %	87	37.6 %	94	26.0 %	65	لتبادل الآراء وتكوين شبكات من المعار ف	3

9	0.80 7	3.75 6	0.0 %	0	2.8 %	7	39.2 %	98	37.6 %	94	20.4 %	51	لمتابعة البرامج الثقافية	9
10	1.08 3	3.66 0	2.8 %	7	8.8 %	22	38.0 %	95	20.4 %	51	30.0 %	75	لدي حسابات خاصة / قنوات خاصة أعرض بها إنتاجات ي الثقافية لعرض إنتاجي الثقافي على قنوات وحسابات خاصة بي	11

11	1.17 4	3.38 8	7.2 %	18	11.2 %	28	41.2 %	10 3	16.4 %	41	24.0 %	60	للتوا صل المباشر مع الجهات المعنية بالثقافة والترا ث	10
----	-----------	-----------	----------	----	-----------	----	-----------	---------	-----------	----	-----------	----	------------------------------------------------------------------------------	----

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

أن أكثر دوافع استخدام النخب الثقافية بدول الخليج العربي لوسائل الإعلام الجديد كانت "لمواكبة الطفرة الإعلامية والتكنولوجية والاجتماعية" بمتوسط حسابي (4.392) وانحراف معياري (0.721)، تلاها في المرتبة الثانية "للاطلاع على ثقافات وعادات الشعوب" بمتوسط حسابي (4.280) وانحراف معياري (0.707)، ثم "للمعرفة الثقافية" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (4.148) وانحراف معياري (0.832)، ثم في المرتبة الرابعة "تعتبر مصدر مهم لأحدث الأخبار المتعلقة بالثقافة الشعبية المنوعة" بمتوسط حسابي (4.144) وانحراف معياري (0.749)، كذلك "للالتقاء بالأصدقاء والزملاء" في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (4.032) وانحراف معياري (0.898)، تلاها في المرتبة السادسة "الطرح أفكارهم وآرائهم عن مواضيع متعددة" بمتوسط حسابي (3.972) وانحراف معياري (0.898)، ثم "للتسلية وقضاء وقت الفراغ" في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (3.972) وانحراف معياري (0.898).

كما تظهر نتائج الجدول السابق أن أقل دوافع استخدام النخب المثقفة الخليجية لوسائل الإعلام الجديد كانت "للتواصل المباشر مع الجهات المعنية بالثقافة والتراث" بمتوسط حسابي (3.388) وانحراف

معياري (1.174)، ثم "بسبب وجود حسابات أو قنوات خاصة لدى العينة تعرض بها انتاجاتها الثقافية" بمتوسط حسابي (3.660) وانحراف معياري (1.083).

استنتاجات الدراسة

بناء على النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وفي ضوء التحليل الإحصائي والمضمون، فإن الدراسة خرجت باستنتاجات وآراء بحثية، ويتجلى ذلك فيما يلي:

- نال مقياس الدراسة درجة عالية من الصدق والثقة في محتواه في إطار التعامل مع موضوع الدراسة، على مستوى دول الخليج العربي، إذ إن استنتاجنا لخاصية دقة مقياس الدراسة الحالية تدفع إلى اعتباره مساهمة محكمة من خلال ثبات المقياس وصلاحيته لأبحاث مستقبلية في بيئات مماثلة للبيئة الحالية.
- أتاحت نتائج تحليل عينة الدراسة إمكانية التحقق من توفر شروط مهمة لمصدر البيانات الأولية والتي تعد من أهم مدخلات التحليل الإحصائي والمعززة للمضي في تنفيذ المسار البحثي بمفهومه الشمولي، ومن قراءة فاحصة لمحتواها المعرفي فإن العينة جاءت معبرة عن التنوع المنشود في خصائص النوع، إذ تعكس النتيجة ما ذهبنا إليه من المعطى الثقافي والحضاري، وإن الحضور النسائي في العينة قد عزز من شمولية مجتمع الجمهور من النخبة المثقفة على مستوى دول الخليج العربي.

- إن أكثر مجالات المادة الثقافية التي ركزت عليها وسائل الإعلام الجديد هي المجال الشعبي، تلاه المجال التاريخي، ثم المجال التراثي والمجال الأدبي، ثم المجال الفلكلوري، وذلك يبين مدى الاهتمام بمجال الثقافة الشعبية على مستوى دول الخليج العربي.

- إن أكثر مضامين المادة الثقافية الذي ركزت عليها وسائل الإعلام الجديد هيالمضمون التراثي، تلاه المضمون الأدبي، ثم المضمون التاريخي، والمضمون الاجتماعي.
- إن أكثر أسلوب ركزت عليه وسائل الإعلام الجديد في طرحها هو الأسلوب الإقناعي، تلاه الأسلوب العاطفي، ثم الأسلوب الإرشادي، تبعه الأسلوب العلمي.
- إن أكثر جوانب موضوع الهوية الذي ركزت عليها وسائل الإعلام الجديد هي التراث، تلاه التاريخ، ثم الهوية، ثم موضوع القبلية. وأن أكثر مواضيع الثقافة الشعبية التي ركزت عليها وسائل الإعلام الجديد هيالموروث الشعبي، تلاه الأدب الشعبي، ثم "اللباس التقليدي، والعادات والتقاليد. كما أن أكثر المواضيع الفنية التي ركزت عليها وسائل الإعلام الجديد هي مواضيع الفلكلور.

قائمة المراجع

1. بلعربي سعاد، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية، (2015)، دراسة ماجستير، جامعة عبدالحميد بن باديس -مستغانم- كلية العلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر.
2. محمد عبدالحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (2004) ، عالم الكتب، القاهرة.
3. مصباح محمد، الإعلام الجديد "العولمة.. وتحدي خصخصة القيم"، (2012) ، منشورات مؤمنون بلا حدود، الدار البيضاء.
4. أثر وسال الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب،(2009)، رسالة دكتوراه منشورة، جامعة الجزائر، ص40.
5. الغرابي الجيلاني، دراسات في الثقافة الشعبية،(2018) معهد الشارقة للتراث، الشارقة.
6. اللبان شريف والمقصود هشام، (2008) ، مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، ط1،الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة.
7. جابا الله أحمد، الخصوصيات الحضارية وموقعها في الحوار بين الحضارات، موضوع منشور في مجلة الإحياء، (2002) ، عدد 6 إصدار كلية العلوم الإسلامية والعلوم الاجتماعية، الجزائر.
8. خضور أديب، الإعلام العربي على أبواب القرن الحادي والعشرين، دمشق، (2008) ، سلسلة المكتبة الإعلامية.
9. سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي، عالم الكتب، القاهرة 2006.
10. صالح أحمد، مناهج البحث في الاعلام الجديد،(2016)، دار الحكمة، الأردن.
11. عبدالغني عماد، سيبيولوجيا الثقافة المفاهيم والاشكاليات من الحداثة إلى العولمة،(2013) ، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
12. كوش دوني، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية. ترجمة منير السعيداني، مراجعة الطاهر لبيب، (2007) ، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت .
13. محمد شفيق، البحث العلمي مع تطبيقات في الدراسات الاجتماعية، 2005 ، دار النشر، المكتب الجامعي الحديث، الأسكندرية.

14. حجازي، مصطفى، حصار الثقافة بين القنوات الفضائية والدعوة الأصولية، (2000)، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء.
15. محمد زغو، أثر العولمة على الهوية الثقافية للأفراد والشعوب، (2010)، مجلة الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، الجزائر.
16. سعدي، محمد (2000) مستقبل الثقافات الشعبية، مجلة فيلاديلفيا الثقافية، العدد العاشر، الجزائر.

17. Obiageli Pauline ,Social Media: Shaping And Transmitting Popular Culture, University of Port Harcourt, Covenant Journal of Communication (CJOC), Vol. 2, No. 1, June 2014