التاريخ والجغرافيا - الثانية باك آداب وعلوم إنسانية

درس الجغرافيا 1-5
ملف : العولمة والهوية الثقافية

الأستاذ: حسن شدادي

الفهرس

I- أهداف التعلم

II- تقديم

III- ثقافة العولمة وآلياتها

1-3/ الأنشطة

2-3/ الملخص

IV- تجليات ثقافة العولمة

1-4/ الأنشطة

2-4/ الملخص

V- مخاطر العولمة على الهوية الثقافية

1-5/ الأنشطة

2-5/ الملخص

I- أهداف التعلم

1. أرصد أبعاد وتجليات العولمة على المستوى الثقافي.
2. أنمي قدرتي على دراسة قضايا العولمة وفقا للنهج الجغرافي وباستثمار أدوات التعبير الجغرافي.
3. أدرك تأثير ثقافة العولمة على الهوية الثقافية الوطنية.

II- تقديم

يمكن تعريف العولمة الثقافية بأنها محاولة مجتمع ما تعميم نموذجه الثقافي على باقي المجتمعات الأخرى، من خلال التأثير على المفاهيم الحضارية والقيم الثقافية والأنماط السلوكية لأفراد هذه المجتمعات، بوسائل تقنية واقتصادية وثقافية متعددة.

- فما هو مفهوم العولمة والثقافة والهوية الثقافية؟
- وما هو البعد الثقافي لظاهرة العولمة؟
- وما هي بعض مظاهر ووسائل عولمة الثقافة؟
- وما هي انعكاساتها على القيم والهوية الثقافية الوطنية والقومية؟

III- ثقافة العولمة وآلياتها

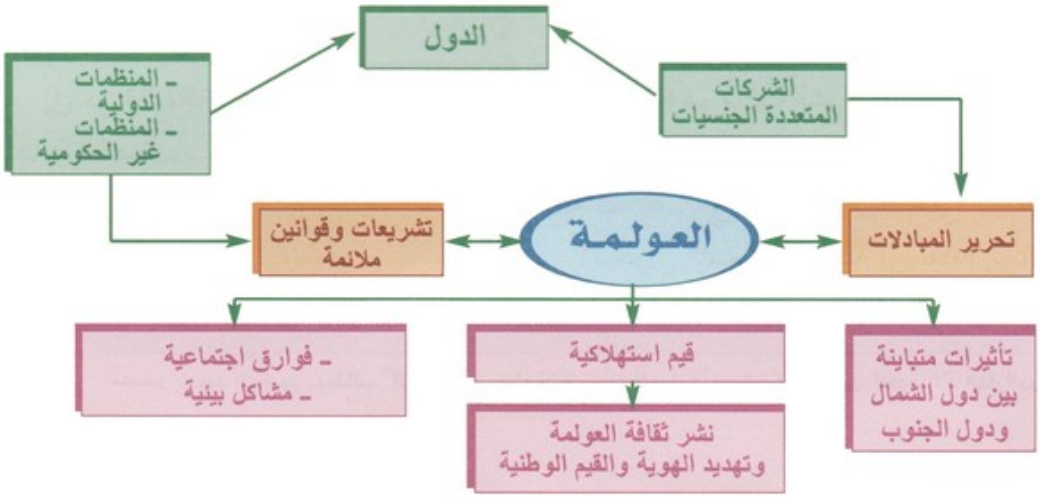
3-1/ الأنشطة

الوثيقة 1 : ثقافة العولمة

" في وسعنا تعريف ثقافة العولمة سلبا بالقول إنها ليست **الثقافة المكتوبة**... إن العولمة الثقافية تجرى، وتتوسع، في مناخ من التراجع الحاد للثقافة المكتوبة على صعيد الإنتاج والتداول... ثقافة العولمة هي **ثقافة ما بعد المكتوب**، الثقافة التي يؤرخ ميلادها لاحتضار الثقافة المكتوبة! وليست ثقافة ما بعد المكتوب تلك سوى **ثقافة الصورة**."

1. أعرّف بثقافة العولمة.
2. أستخلص العوامل المساعدة على إنتاج وانتشار ثقافة العولمة.

الوثيقة 2 : ميكانيزمات ثقافة العولمة



1. أعرّف انطلاقا من الخطاطة بالآليات المتحكمة في العولمة.
2. أستنتج تأثير العولمة على القيم الاجتماعية والثقافية.

الوثيقة 3 : توزع وسائل الاتصال الحديثة حسب مناطق العالم (2001)

المناطق	عدد خطوط الهاتف الثابت (لكل 1000 فرد)	عدد الهاتف النقال (لكل 1000 فرد)	عدد الحواسيب (لكل 1000 فرد)	عدد مستعملي الأنترنيت (بالمليون)
الولايات المتحدة الأمريكية	667	451	625	143
أوربا الغربية	540	711	286	91
أوربا الوسطى والشرقية	235	140	52	19
أمريكا اللاتينية	165	161	59	26
آسيا الشرقية	110	97	19	51
أسيا الجنوبية	32	6	5	8
إفريقيا الشمالية	100	53	32	4
إفريقيا جنوب الصحراء	14	27	10	5

1. أصنف مناطق العالم حسب تطور وسائل الاتصال الحديثة.
2. أربط العلاقة بين تطور وسائل الاتصال الحديثة وانتشار ثقافة العولمة؛ ثم أقدم تفسيرا مناسبا لذلك.

2-3/ الملخص

تحديد المفاهيم

- العولمة: لغة هي تعميم الشيء ليكتسب صفة عالمية، واصطلاحا: سيادة نموذج سياسي واقتصادي واجتماعي وثقافي موحد على الصعيد العالمي.
- الثقافة: هي منظومة مركبة ومتجانسة من القيم والتقاليد والعادات والأحلام والآمال والإبداعات، وهي المعبرة عن خصوصية مجموعة بشرية معينة في الزمان والمكان، وليست هناك ثقافة واحدة وإنما تسود أنواع وأشكال ثقافية منها ما يميل إلى الانغلاق والانعزال، ومنها ما يسعى إلى الانفتاح والانتشار.
- الهوية الثقافية: هي نظام من القيم والتصورات والتمثلات التي يتميز بها مجتمع ما تبعا لخصوصياته التاريخية والحضارية، وكل شعب من الشعوب البشرية ينتمي إلى ثقافة متميزة عن غيرها، وهي كيان يتطور باستمرار، ويتأثر بالهويات الثقافية الأخرى، ولهذه الأخيرة مستويات ثلاث: هوية فردية، هوية جماعية وهوية وطنية.

خصائص العولمة والهوية الثقافية

تسعى العولمة إلى خلق نظام عالمي نموذجي وموحد لا يقبل التمايزات ولا الخصوصيات (مذهب واحد ونهائي على الصعيد العالمي)، بينما تتميز الهوية الثقافية بخصائص التفرد والتعدد والاختلاف، فهناك ثلاث نماذج من الهويات الثقافية:

- الهوية الفردية: داخل القبيلة أو الطائفة أو الحزب ...، تدافع عن الاستقلالية والتميز الفردي.
- الهوية الجماعية: تدافع عن الخصوصيات المكونة للجماعة وإن اختلفت عن باقي الجماعات الأخرى.
- الهوية الثقافية القومية أو الوطنية: تفتخر بعناصرها الحضارية والثقافية المميزة لها عن باقي الأمم والقوميات الأخرى.

العلاقة بين العولمة والهوية الثقافية

من بين اتجاهات العولمة، الاتجاه الثقافي الذي تندثر بمقتضاه الخصوصيات الثقافية وأنماط الاستهلاك أمام نقل الثقافات والأفكار إلى المستوى العالمي، مما يسمح ببروز مفاهيم إنسانية مشتركة عابرة لكل المناطق، وبالتالي فهدف العولمة الثقافية ليس هو خلق ثقافة عالمية واحدة بل هو خلق عالم بلا حدود ثقافية، لكن من الملاحظ أن الثقافات الوطنية أصبحت تنصهر في ثقافة العولمة بهدف ترسيخ نمط ثقافي معولم (النمط الغربي) تهيمن عليه قيم المجتمعات الأكثر تقدما، ومن جوانب تأثير العولمة الثقافية على ثقافة المجتمعات (الهوية الوطنية)، هناك:

- التأثير اللغوي: استعمال بعض اللغات الغربية (الفرنسية، والانجليزية) كلغات رسمية في مرافق الإدارة والاقتصاد، استعمالها في وسائل الإعلام والاتصال، وفي المقررات الدراسية، وكلغات للتخاطب اليومي ...
- التأثير الخلقي: انتشار مظاهر العنف والإباحية في وسائل الإعلام والسينما والقنوات الفضائية وعلى شبكة الإنترنت، مما تسبب في تدهور القيم في بعض المجتمعات التي لا تزال تحتفظ بقيم العفة والحشمة.
- التأثير القيمي: تنميط القيم ومحاولة جعلها واحدة لدى البشر في المأكل والملبس والعلاقات الأسرية وبين الجنسين، علاوة على نشر قيم الاستهلاك الرأسمالي.

IV- تجليات ثقافة العولمة

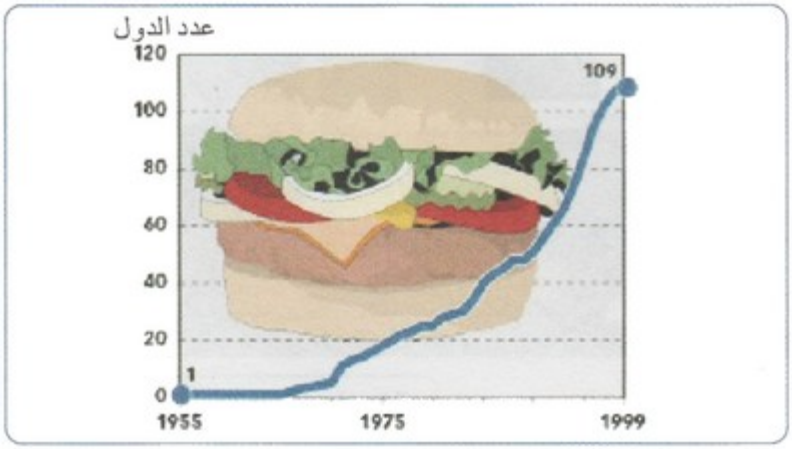
1-4/ الأنشطة

الوثيقة 1 : حصة الأفلام الأمريكية ببعض مناطق العالم سنة 2002

الدول	حصة الأفلام الأمريكية	حصة الأفلام الوطنية	حصة باقي الأفلام
اليابان	69,4%	27%	3,6%
الاتحاد الأوربي	70%	28%	2%
فرنسا	50,1%	34,8%	15,1%
بريطانيا العظمى	71,3%	8,3%	20,4%
الولايات المتحدة الأمريكية	95,6%	-	4,4%

1. أستخرج من الجدول المؤشرات التي تبرز هيمنة السينما الأمريكية عالميا.
2. أستنتج دور السينما الأمريكية في إشاعة ثقافة العولمة على الصعيد العالمي.

الوثيقة 2 : تطور مطاعم ماكدونالدز بالعالم



1. أصف وثيرة تطور مطاعم ماكدونالدز، ثم أبين علاقة ذلك بإشاعة الثقافة الاستهلاكية.
2. أستخلص تأثير الثقافة الاستهلاكية على القيم والمثل الوطنية.

الوثيقة 3 : الرموز الجديدة لثقافة العولمة

" الثقافة التي يراد أن تسود اليوم هي تلك المربوطة... إلى عجلة التصنيع الإعلامي التكنولوجي ببرامجه ومعطياته وحقائقه الجديدة، أي ما يتصل في الغالب، بدقائق حياة قيادات العصر الجدد التي لم تعد جمهرة العلماء والأدباء والباحثين والكتاب والشعراء ورموز المجتمع دعاة المثل والقيم، ولكن أصبحت القيادة هي نجوم السينما، والحاصلون على كؤوس المباريات الرياضية، وأبطال الأشرطة السينمائية المثيرة، وخاصة منها أفلام العنف، وعارضات الأزياء، والعاملون في الإشهار لترويج البضائع والمنتوجات...

والمتتبع لبرامج "سؤال وجواب" و "مسابقات المشاهدين" التي تبثها عبر العالم شاشة التلفزيون، وترصد لها الشركات المنتجة جوائز مالية، يلاحظ ولا شك، أن أكثرية الأسئلة الموجهة إلى الشباب المشاركين في البرامج... تصب في خانة اختبار "علمهم" و"ثقافتهم" عن الأنماط "القيادية" الجديدة التي أشرنا إليها، وأن أجوبة الشباب تتفوق كلما تعلق الأمر بسؤالهم عن دقائق حياة هؤلاء الأنماط وأغانيهم وأدوارهم التمثيلية. وبالمقابل يستعصي عليهم الجواب عندما يتعلق الأمر بأسئلة خارجة عن هذه الثقافة المعولمة."

1. أستخرج من خلال النص الرموز الجديدة لثقافة العولمة.
2. أتبيّن الوسائل المساهمة في انتشار هذه الرموز الجديدة للثقافة.
3. أستخلص موقف صاحب النص من هذه الثقافة الجديدة.

2-4/ الملخص

وسائل الاتصال والإعلام

تتجلى في القنوات التلفزيونية والفضائية وشبكة الانترنيت والجرائد والصحف والمجلات والأقراص المدمجة والهاتف ...، حيث قامت بعض الشركات الأمريكية مثلا عبر القنوات الفضائية والسينما وشبكة الإنترنت بنشر اللغة الإنجليزية وأنماط الاستهلاك الأمريكي.

الوسائل الفنية

كالسينما التي تهيمن فيها الأفلام الأمريكية المثيرة وتغلب عليها أفلام الرعب، والموسيقى التي تهيمن عليها الموسيقى الغربية الصاخبة، بالإضافة إلى تمرير خطابات إلى الأطفال عبر الرسوم متحركة.

الأدوات اللغوية

تتمثل في استعمال اللغة الانجليزية والفرنسية في التواصل والإعلام والتربية والتعليم والعمل والأماكن العمومية والخاصة، فاللغة حاملة للثقافة والحضارة الانجليزية والفرنسية.

V- مخاطر العولمة على الهوية الثقافية

1-5/ الأنشطة

الوثيقة 1 : العولمة ومخاطر اختراق الهوية الثقافية

" ليس صحيحا أن العولمة الثقافية هي الإنتقال من حقبة، ومن ظاهرة، الثقافات الوطنية والقومية إلى ثقافة عليا جديدة، هي الثقافة العالمية، أو الثقافة الكونية... بل إنها ـ بالتعريف ـ فعل اغتصاب ثقافي وعدوان رمزي على سائر الثقافات. إ نها رديف الاختراق الذي يجري بالعنف المسلح بالتكنولوجيا، فيهدر سيادة الثقافة في سائر المجتمعات..."

1. أستخرج من النص مخاطر ثقافة العولمة على الهوية الثقافية.
2. أعرف بمفهوم الاختراق الثقافي وآلياته.

الوثيقة 2 : الاحتفاء بعادة بابا نويل بالهند

1. أستخلص من خلال الصورة مظاهر الاختراق الثقافي؛ ثم أتبيّن مخاطره.

الوثيقة 3 : مسيرة للمطالبة بالاعتراف بهوية الهنود (المكسيك)

1. أصف مظاهر رفض ثقافة العولمة؛ ثم أعبر عن موقفي بشأن ذلك .

2. أوضح أهمية تشبث بعض الأقليات بهويتها الخاصة.

5-2/ الملخص

في الثقافة

تنميط ثقافي للعالم وفق الثقافة الغربية، حدوث ردة ثقافية انغلاقية عند الشعوب الضعيفة.

في السلوك والقيم

تدهور القيم والسلوك جراء الاختراق القيمي السلبي، نشر قيم الاستهلاك الرأسمالي وقيم الفردانية ...

في اللغة

تراجع اللغات القومية لفائدة اللغات المهيمنة (الانجليزية، الفرنسية ...) في الإدارة والاقتصاد والتعليم والإعلام والتواصل اليومي ...