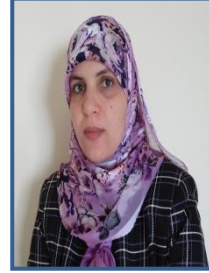


الثقافة السمعية البصرية الجديدة: ملامح ومخاطر

د/رحيمة عيساني

جامعة الشارقة.

البريد الإلكتروني: raissani@sharjah.ac.ae



مقدمة:

اعتمدت الثقافة في تطورها وانتشارها خلال مراحل التاريخ الإنساني على التكنولوجيا اعتمادا كبيرا، فاستخدمت التواصل الإنساني المباشر في المراحل الأولى للتطور البشري، ثم استخدمت الإشارات والحركات، ثم حكايا الجذات والأجساد والروايات الشفهية ثم الكتابة والفيلم السينمائي، والبلث الإذاعي والتلفزيوني، وصولا إلى محطات الإرسال والاستقبال، والقمر الصناعي، و الكوابل، والحاسبات، ومراكز المعلومات وغيرها.

وخلال مسيرة الإنسانية الطويلة كانت التكنولوجيا بمختلف درجاتها وأنواعها وأساليبها تنقل الثقافة وتنشرها، تؤثر تأثيرا فعالا في بنيتها، وتتيح لها، التأثير في تطور المجتمع كله، وانتقاله من مرحلة اقتصادية واجتماعية إلى مرحلة أخرى، ويبرز دور التكنولوجيا في تكوين الثقافة أكثر ما يبرز بعد التطور الهائل في التكنولوجيا عامة، وتكنولوجيا الثقافة خاصة.

ففي دراسة اليونسكو التي أشرف عليها "شون ماكبرايد" حديث مستفيض عن الدور الثقافي لوسائل الاتصال، وجاء فيه أن الاتصال يؤدي: دور الناقل الأساسي للثقافة، ووسائل الاتصال هي أدوات ثقافية تساعد على دعم المواقف أو التأثير فيها، وعلى حفز وتعزيز ونشر الأنماط السلوكية وتحقيق التكامل الاجتماعي، وهي تلعب، أو يتعين عليها أن تلعب دورا أساسيا في تطبيق السياسات الثقافية، وفي تبسير إضفاء طابع ديمقراطي على الثقافة، وهي تشكل بالنسبة لملايين من الناس، الوسيلة الأساسية في الحصول على الثقافة وجميع أشكال التعبير الخلاق، كذلك فالاتصال دور في تدبير شؤون المعرفة وتنظيم الذاكرة الجماعية للمجتمع، وبخاصة جمع المعلومات العلمية ومعالجتها واستخدامها، وهو يستطيع-احتمالا على الأقل-إعادة صياغة القالب الثقافي للمجتمع.

وبينت الدراسة: أن المسؤولية الملقاة على عاتق وسائل الإعلام الجماهيرية مسؤولية هائلة، ذلك أنها لا تقوم بمجرد نقل الثقافة ونشرها بل بانتقاء محتواها أو ابتداعه فيفضل التطور التكنولوجي أصبح هناك امتزاج بين الثقافة و التقنية، جعل من الثقافة لأول مرة سلعة ثقافية يمكن تبادلها، إنها الثقافة ما بعد المكتوبة(لأننا ننقل من ثقافة شفوية إلى سمعية بصرية دون المرور بثقافة مكتوبة)¹ وهي ثقافة

الصورة، التي أصبحت اليوم المفتاح السري للنظام الثقافي الجديد: نظام إنتاج وعي الإنسان بالعالم. إنها المادة الثقافية الأساس التي يجري تسويقها على أوسع نطاق جماهيري: وهي تلعب في إطار العولمة الإعلامية والثقافية الدور نفسه الذي لعبته الكلمة في سائر التواريخ الثقافية التي سلفت، و لا تحتاج الصورة- دائما- إلى المصاحبة اللغوية كي تنفذ إلى إدراك المتلقي²، حيث نجدها قد "حلت محل الكلمات وغيرها من الرموز التي ألف البشر الاتصال من خلالها؛ أي أن حرفية الصورة حلت محل تجريد اللغة"³، مما يجعل منها (الصورة) خطابا ناجزا مكتملا، يمتلك سائر مقومات التأثير الفعال.

وقبل سنوات كان توزيع هذه المادة الثقافية الجديدة (الصورة) مقصورا على المجال الوطني لبلد الإصدار، وكان توسع مجال التوزيع وفقا على إبرام عقود، وشراء منتجات إعلامية في سوق المنتجات السمعية-البصرية؛ أما اليوم فقد بات في الإمكان أن يصل بث الصورة إلى مجال جغرافي أبعد يقع خارج حدود بلد الإصدار، ولم يكن ذلك ممكنا إلا بسبب ما جرى إحراره من نجاحات هائلة على صعيد التوظيف التقني في مجال الإعلام السمعي-البصري، حيث صار في وسع البث عبر الأقمار الصناعية أن ينقل المادة الثقافية الجديدة إلى كل الأماكن بسهولة بالغة، وأن ينتقل بالوطنية والقومية إلى حالة من "العالمية" تضع فيها الحدود بين جغرافية الثقافة والأمم، والجغرافية الكونية". إن هذا النظام الثقافي الجديد ليس مجرد وسيلة بل هو-أكثر من ذلك-طريقة معينة لإدراك العالم والتعبير عنه"⁴.

وقد قاد ذلك إلى تحول الثقافة المعاصرة من مهارة فنية محدودة الأثر إلى مؤسسة شاملة مؤثرة، لا تقتصر على البحث والتحليل، وإنما شملت مهارات التطوير والإبداع وإعادة إنتاج المعرفة. وهكذا بدت الصورة التلفزيونية التي تبثها آلاف القنوات الفضائيات كل يوم ثورة علمية وتكنولوجية لها مزايا وإيجابيات على الثقافات والحضارات.

أولا: ملامح الثقافة السمعية الجديدة:

يقول إيريك فروم: إن المجتمع الحديث بدأ وهو يأمل أن يخلق ثقافة جديدة تحقق حاجات الإنسان. و كان مثله الأعلى أن يوفق بين الفرد والحاجات الاجتماعية، وأن يقضي على الصراع بين الطبيعة الإنسانية والنظام الاجتماعي واعتقد الناس أنهم يستطيعون بلوغ هذا الهدف بطريقتين:

أولهما: زيادة الحيل الآلية للإنتاج التي تسمح بإشباع حاجات كل فرد.

وثانيهما: رسم صورة موضوعية معقول الإنسان وحاجاته الحقيقية، ونستطيع أن نقول بعبارة أخرى إن الهدف من مجهودات الإنسان الحديث أن يخلف مجتمعا سليما. وأن الهدف بمعنى أخص-خلق مجتمع ينمي أعضاؤه عقولهم إلى حد الموضوعية التي تسمح لهم برؤية أنفسهم

ورؤيته للآخرين، ورؤية الطبيعة على حقيقتها الواقعية التي يشوهها ادعاء العلم بكل شيء...يبدو أننا قد فشلنا في بلوغ هذه الأهداف حتى الآن⁵.

ولوسائل الاتصال الجماهيري، مسؤولية مباشرة -باعتبارها الأداة الأساسية لنشر المعلومات والأفكار، في هذا الإخفاق والفشل، وذلك بسبب إخضاع الأفكار لقانون السوق هي الأخرى، فالثقافة الجماهيرية التي تتصف بالسطحية والظرفية تثار نفسها، حيث أصبحت في مركز اهتمام المستثمرين في مجال السمي-البصري (خاصة) في حين أخذت الثقافة المدرسية التي كانت وراء كل تقدم في الاكتشاف والاختراع تتراجع ليقصر انتشارها على نوادي ضيقة يعاني أصحابها من الشعور بالعزلة عن المجتمع. **وظهرت أهم ملامح الثقافة السمبصرية الجديدة في:**

1. بروز ظاهرة "الحوار الجديد للسوق" ظاهرة نتجت جراء علاقة صريحة بين الترويج لهذا النوع من الثقافة و مردودها الاقتصادي الذي نشأ عنه استبدال مفهوم المواطن بمفهوم "المستهلك". والتعاطي مع الثقافة على هذا النحو يعتبر في حد ذاته إيديولوجية؛ يرى فرانسوا براين Francois Brune عن وجود أربعة مركبات لها⁶:

- **خرافة التقدم:** فكل تقدم يقاس بطريقة كمية، حيث يعتبر العدد مؤشرا على الإنجاز.
- **أسبقية التقني:** الزعم بأنه يمكن حل أي مشكل بالبحث عن الأسباب التقنية.
- **دوغماتية الاتصال:** الزعم بأن مفتاح النجاح المهني هو إتقان فن الاتصال، بالتالي اللجوء إلى تفسير كل المشاكل يضعف الاتصال .
- **تقديس العصر:** وذلك من خلال استخدام شعار "يجب أن تكون من العصر" إن هذه المحاور تشكل ما يعرف في دراسات التحليل الثقافي بـ: رواية العالم".

2. وما يلاحظ على الرؤية التي تشكلها الثقافة الجديدة تدفع بالإنسان نحو عالم يبتعد به عن حاجته الحقيقية ليعيش في عالم الأوهام. فقد مهدت الثورة الاتصالية الحالية لظهور إشكالات كثيرة على مستوى القيم الثقافية والاجتماعية للمجتمعات المستقبلية لها، واحتلت آثار التليفزيون الثقافية والاجتماعية الريادة في الدراسات الإعلامية والاجتماعية خلال العقد الأخير من القرن العشرين(عقد العولمة)، وكان من نتائج هذه الدراسات أن التلفزيون وبعد دخوله عصر الفضائيات منذ منتصف الثمانينات أصبح الأداة الاتصالية الوحيدة التي تعمل على عولمة الثقافة والإعلام وبالتالي توحيد الأنماط والقيم الثقافية للمجتمعات لهذه القيم الاستهلاكية، وفي المقابل محاولة القضاء على التراكمات التراثية المحلية للشعوب المستقبلية للأنماط الغربية والأمريكية على الخصوص وفق الأبعاد اللاحدية للتلفزة الراهنة.

3. التنافس الرهيب في مجال المعلوماتية، وشبكات الإنترنت ومحطات الإرسال التلفزيوني وما تبثه من أفلام وأشرطة ثقافية ذات أهداف وغايات مقصودة بلغات معينة ومحدودة، مما يحاصر كثيرا الثقافات واللغات القومية.

4. العمل على إنتاج ثقافة استهلاكية(موسيقى الراب،لباس،أكل،سلوك،أفلام...) تخدم النظام العالمي الجديد، وتوجه المقومات الأساسية للدول المختلفة، وتقلص من خصوصيتها، وبخاصة الدول غير القادرة على الإنتاج الثقافي المتميز بلغتها الرسمية مما يسهل استتباعها حضاريا إلى المنتج لمثل هذه الثقافة.

5. محاولة إضعاف اقتصاديات بعض الأمم من أجل تقزيم حضارتها وإضعاف لغاتها مع تشجيع الاقليات اللغوية ودفعها إلى خلق صراعات داخلية، كما هو الشأن في الاتحاد السوفيتي (سابقا) والعراق والجزائر وغيرها.
6. التأثير في تاريخ الأمم؛ بالسعي إلى طمس التراث الثقافي الأصيل للأمة ومحاولة تشويهها، وذلك وفقا لنظرية الحتمية اللغوية التي قال بها الفيلسوف الألماني "ولهايم همبولت W.Humboldt (1767-1835) ثم أثارها اللغوي الأمريكي "إدوارد سابير" ESapir سنة (1929م)، حيث ترى هذه النظرية أن الناس إنما هم تبع في تفكيرهم وإحساسهم ومشاعرهم ونظريتهم إلى الكون، للعادات التي اكتسبوها من خلال ممارستهم للغة قومهم.
7. استغلال صدمة الحداثة من أجل تحقيق العولمة وتصدير ثقافات معينة بوسائل متطورة إلى شعوب لا تقوى على مواجهتها مما يؤدي في النهاية إلى الاستسلام والتقاعس، يقول العالم البلجيكي مارك رशल (Marc Richelle) "في الاصطدام الثقافي سقما حقيقيا ينتاب الثقافة المصدومة".
- ويتضح من هذا أن المعركة في المجال الثقافي نوع من الغزو والاستعمار الطوعي، يمارس على كل أمة بفضل برامج فضائية معدة مسبقا لهذا الغرض، من أجل إضعاف المقومات الحضارية للأمم، وجعلها قابلة للاستتباع، إذ تؤكد الشواهد التاريخية على أن فناء الأمم والحضارات نادرا ما يكون بسبب الإبادة الجسدية عسكريا أو بسبب الانتماء السياسي أو اختلاف الأجناس، وإنما يكون بسبب اختفاء ثقافتهم ولغاتهم.
- أي نعم أن الثقافة لا تتطور بانغلاقها على نفسها، كما يشير تقرير اليونسكو-داخل قوقعتها، وإنما تتطور بالتبادل الحر مع الثقافات الأخرى والحفاظ على الصلة بكل قوى التقدم الإنساني، بيد أن التبادل الحر لا بد أن يكون أيضا على قدم المساواة وقائما على أساس الاحترام المتبادل فصحيح أن تعدد قنوات الإرسال الذي أتاحتها التوابع الصناعية للثب المباشر أدى إلى تنوع الأهداف والمشاهدين والمستمعين، بيد أنه من خلال اشتداد المنافسة فقد أدى كذلك إلى توحيد نمط المحتوى كما أدى على الصعيد الدولي إلى زيادة حدة التبعية الثقافية بزيادة البرامج المستوردة.
- إن ثقافة عصر البث الفضائي المباشر لا تعترف بالحوافز لأن البعد الثقافي لعولمة البث وفعاليتها الخاصة ألغت المسافات عن طريق الأقمار الصناعية، التي تتيح للأفكار عبور الحدود بصورة متزايدة وبشكل أسرع وأضمن من أي وقت مضى وتستهدف هذه الثقافة تنميط الذوق و قولية السلوك، وتكريس نوع معين من الاستهلاك لأنواع معينة من الثقافة والمعرفة تنسم جميعا بالضحالة والسطحية والإثارة⁷.

ثانيا: مخاطر الثقافة السمعية البصرية الجديدة

يشير بعض الباحثين إلى أن: صيرورة الصورة في البث الفضائي سلطة رمزية على صعيد الإدراك الثقافي العام؛ لا يعني إلا أن النظام السمعي- البصري (نظام ثقافة الصورة) قد أصبح المصدر الجديد الأقوى لإنتاج القيم الثقافية والرموز وصياغتها، وتشكيل الوعي والوجدان

والذوق التجاري المسلن، الذي تشبه مواده المقدمة سائر المواد الاستهلاكية؛ في عمليات (ثقافية) جاهزة للاستهلاك تضخها مئات القنوات الفضائية في إخراج مثير يضع المشاهد تحت وطأة إغراء لا يقاوم؛ لا وقت فيه (للمستهلك) للتفكير والتحصيص والتردد والنقد، وهو ما قد يسهل انهيار أسوار التحوط ودفاعاته، مما يدفع بالوعي إلى أن يتحول إلى مجال مستباح لكل أنواع الاختراق، بعد أن تتكفل التقنية الهائلة بهندسة ذلك الإغراء، وصناعة أسباب الجاذبية له، كما يصيب نظام القيم الثقافية بالتفتت والتشظير؛ بحيث تغدق ثقافة الصورة المعولمة على الجسد ما يستفيض عن حاجته من الإشباع بعد أن تقتل الروح وتذهب بالمحتوى الأخلاقي والإنساني لسلوك الناس⁸ الأمر الذي سيجعل من بعض العناصر الثقافية تبدو وكأنها لا تعبر عن تمثل الناس لمحيطهم وأنظمتهم الاجتماعية السائدة.

إن هذا الوضع يفتح الباب على مصراعيه لعمليات الاختراق الثقافي لثقافات الأمم والشعوب الضعيفة أمام المد الجارف للصور اللامتناهية لثقافة القوى المسيطرة على تقنيات البث الفضائي إنتاجا وتسويقا لآلياته ومنتجاته المضامينية؛ ذلك الاختراق الذي لا يقف عند حدود تكريس الاستتباع الحضاري بوجه عام، بل إنه يسعى ليكرس الثنائية والانسطار في الهوية الوطنية وتغيبها وتهجينها وتغريبها، ويعمل على⁹:

- أمركة (Americanisation) الثقافات الوطنية والعالمية وجعلها صورة أخرى من صور الثقافة الأمريكية الشعبية بكل ما تحمله ابتداء من صراعات مايكل جاكسون، ومادونا وأغاني الريف الأمريكي، وانتهاء بالإبهار الجذاب والمثير الذي تقدمه الإمبراطوريات الإعلامية الأمريكية الرئيسية (ABC، NBC، CBS) في قيادة الإعلام الفضائي العالمي، وبالطريقة التي تريدها هي.
- التتميط المتزايد للسلوك البشري في اتجاه ثقافة معممة؛ ثقافة الهامبورغر والكوكاكولا السريعة والجنيز وأغاني الروك.
- محاولات التحكم في مسار تطور البنى الثقافية التقليدية بالقدر الذي يسمح فقط بتصريف منتجات الدول الصناعية المنتجة، وبالقدر الذي يسهم في تطوير قوى الإنتاج بالداخل، وقد لعبت آلية تعميم ثقافة الاستهلاك دورا مؤثرا في ذلك؛ حيث يمكن رصد مظاهر التطلعات الاستهلاكية لدى الفئات والشرائح المختلفة، والعالم العربي خير مثال على ذلك؛ حيث نجد التطلع الشديد للبحث عن الجديد في الأسواق بغض النظر عن حاجة المجتمع إلى هذا الجديد من السلع، ولم يقتصر الأمر على الفئات العليا في هذه المجتمعات وهو ما كان هدفا في حد ذاته في النظام الاستعماري القديم؛ حيث كانت الاستراتيجية تقوم على خلق شرائح قادرة على الاستهلاك؛ لقد أصبح الاستهلاك-وهذا هو الجديد-معمما على الفئات العمرية والفنوية المختلفة.
- العمل على تغريب الثقافات الوطنية من خلال آلية البث المباشر خاصة والتي أصبحت قوة كبيرة في الشأن، واحتكارها على مستوى المعرفة وعلى مستوى التشغيل.
- زيادة معدلات التتميط الثقافي؛ من خلال توحيد الرغبات والتطلعات وطرق النظر إلى الذات والآخر، ومن خلال توحيد الأذواق والعادات الاستهلاكية، في اللباس والأزياء، والفن، ولغات التخاطب، وأساسيات التعامل الاجتماعي.

(أ) **تكريس وترسيخ ثقافة الاختراق:** عادت قضية الاختراق الثقافي تطرح نفسها مع تقدم الاتصالات وانتشار البث الموجي، وشبكات الأقمار الصناعية، حيث أمكن للدول الصناعية المتقدمة أن تفرض هيمنتها على الفضاء، وتنزل قيمها وأخلاقها وأفكارها ورموزها وأنماطها الاستهلاكية، وبالجملة ثقافتها على الآخرين.

ومع عدم إمكانية بناء سواتر حديدية تمنع الأمواج وتعوق الاتصال، وتحول دون بضاعة الدول "المصدرة" للأنماط الثقافية، من أجل السيطرة على العقول والعواطف بعد أن جربت الهيمنة السياسية والاقتصادية فإن حرب الأمواج الجديدة صارت تشكل خطرا يهدد ثقافة الشعوب الأخرى المتلقية. وعد الاختراق الثقافي آلية متطورة تسعى إلى تكريس منظومة معينة من القيم الوافدة تتفاعل على داخل المجتمعات، وتسري ببطيء ولكن بثبات مخترقة منظومة القيم الثقافية المحلية لتعمل على تقنينها وتمزيقها من الداخل وإحلال القيم المخترقة محلها.

فحيث أن الغرب استطاع بناء المعارف والعلوم الحديثة الذي مكنته من بناء الدولة المتقدمة والمتطورة، وبفعل تمازج بين الهيمنة والحاجة إلى الامتداد والأسواق وفرض أنماط من التبعية السياسية على شعوب العلم الأخرى ودولها، فإن سلاح الثقافة دخل بقوة كعامل مكمل لضرورات الهيمنة السياسية والاقتصادية، فعمق التأثيرات الثقافية واللغوية، وترويج أنماط التفكير والاستهلاك والسلوك العام تعطي المسوغات لأن تكون الهيمنة السياسية والترابط الاقتصادي السليبي ناتجين طبيعيين للتبعية في الميدان الثقافي.

إن هدف الغازي الذي يريد أن يخترق ثقافات الآخرين يتجسد دائما في محاولة التشكيك بقدرة العقائد والأفكار والعادات والقيم والمعاني المحلية للآخرين، على الأخذ بأيديهم إلى التقدم والتطور وبالتالي يصور مجتمعاتهم بشكل يشعرون معها بالدونية والنقص أمامه، ومن ثم يلجئون إلى المجتمعات الأخرى في توليد الثقافة التي يجتازونها باستمرار.

لذلك بدت المهمة الرئيسية للإعلام الأمريكي منحصرة في إعادة صياغة القيم من خلال قنوات البث الفضائي وتعميمها، لتحرير صورة القيم الأمريكية والغربية، من خلال ثقافة جديدة تماما لم يشهد التاريخ من قبل لها مثيلا: ثقافة اشتهارية، إعلامية، سمعصرية، تصنع الذوق الاستهلاكي اقتصاديا، والرأي العام (سياسيا) وتشيد رؤية خاصة للإنسان والمجتمع والتاريخ، وتعمل على نشر وتكريس جملة أوهام، هي نفسها مكونات الثقافة الإعلامية الجماهيرية في الولايات المتحدة، والتي حصرها أحد الباحثين في الأوهام الخمسة الآتية¹⁰:

- **وهم الفردية:** أي اعتقاد المرء أن حقيقة وجوده محصورة في فرديته، وأن كل ماعده أجنبي عنه لا يعنيه، ويعمل هذا الوهم على تخريب وتمزيق الرابطة الجماعية التي تجعل الفرد يعي أن وجوده إنما يمكن في كونه عضوا في جماعة وفي طبقة وأمة، وبالتالي فوهم الفردية هذا إنما
- يهدف إلى إلغاء الهوية الجهورية والطبقية والوطنية القومية وكل إطار جماعي آخر ليبقى الإطار العالم-العولمي-هو وحده الموجود.

- **وهم الخيار الشخصي:** الذي يكرس النزعة الأنانية، ويعمل على طمس الروح الجماعية باسم الحرية الشخصية.
- **وهم الحياد:** الذي يدفع بالأمور خطوة أخرى في الاتجاهين السابقين، فمادام الفرد وحده الموجود، ومادام حراً مختاراً فهو "محايد"، وكل الناس والأشياء إزاءه "محايدون" أو يجب أن يكونوا كذلك، وهكذا تعمل هذه الثقافة من خلال "وهم الحياد" إلى تكريس التحلل من كل التزام أو ارتباط بأية قضية.
- **وهم الاعتقاد في الطبيعة البشرية:** والذي يرمي إلى صرف النظر عن الفوارق بين الأغنياء والفقراء، بين المستغلين، وبين من هم ضحايا الاستغلال، وقبول هذه الفوارق على أنها أموراً طبيعية كالقوارق بين الليل والنهار والصيف والشتاء وبالتالي شل المقاومة في الفرد والمجتمع والجماعة، من أجل تغيير الأوضاع المزرية التي يعيشونها بفضل الاستغلال والهيمنة والسيطرة التي فرضتها القوى المتجبرة.
- **وهم الاعتقاد في غياب الصراع الاجتماعي:** وهو تتويج صريح للأوهام السابقة، والذي يعني أن قبلناه وسلمنا به، الاستسلام للجهات المستغلة من شركات ووكالات وغيرها من أدوات العولمة، وبعبارة أخرى التطبيع مع الهيمنة والاستسلام لعملية الاستنتاج الحضاري الذي يشكل الهدف الأول والأخير للعولمة.
- وتهدف الثقافة السمعبصرية هذه إلى تسطيح الوعي واختراق الهوية الثقافية للأفراد والجماعات والأمم، والسيطرة على الإدراك، وإخضاع النفس، وتعطيل فاعلية العقل، وتكثيف المنطق، والتشويش على نظام القيم، وتوجيه الخيال، وتنميط الذوق وقولبة السلوك، وبالتالي فهي تكريس لنوع معين من الاستهلاك، ولنوع معين من المعارف والسلع والبضائع وبالتالي العمل على:
- تقليص الخصوصية وتقنين الهوية، خاصة بالنسبة للبلدان التي تلاحق التمدن والحضارة بلا وعي وإدراك بنتائج السلبية.
- الترويج لقيم ثقافية ومعتقدات فكرية وسلوكيات حياتية غريبة، بدأت آثارها تتجسد على أرض الواقع في كثير من البلدان والأقطار التي تستقبل مئات الفضائيات المروحية لثقافة الاختراق، ومن بينها المجتمعات العربية والإسلامية، إذ بدأت تظهر في هذه المجتمعات الأمراض الاجتماعية والسلوكية نفسها التي يعاني منها الغرب المصدر مثل: التفسخ الأخلاقي، التفكك الأسري، وانتشار الجريمة.
- جلب الثقافات الغربية، وإحرام العادات والتقاليد المخالفة للمجتمعات المستقبلية والذي من شأنه أن يسهم في إنتاج ثقافة هجينة بسبب¹¹:
- الواردات الأجنبية والمستوردات الغربية من أفلام مسلسلات ونتاج إعلامي كثيف، والذي يحمل في طياته برامج وثقافات تختلف في مضامينها اختلافاً كبيراً مع مضامين ومعتقدات وثقافة المجتمعات المستقبلية، وخاصة مجتمعاتنا العربية الإسلامية، لنسهم بشكل مباشر في خلخلة التوازن الفكري النفسي وتغيب الشخصية العربية الإسلامية المحافظة والملزمة التي أضاعها وهم إغراءات الحرية والتقدم من خلال اقتباس الكثير من العادات والتقاليد الغربية التي لا تتناسب مع مجتمعاتنا بأي شكل من الأشكال.
- الشكل الذي تقدم به هذه المستوردات، والمغريات التي تدس السم في العسل، بحيث تصبح هذه البرامج بغض النظر عن نوعياتها ومضامينها، وثقافتها أكثر قبولا وطلباً من سواها.
- عدم التمييز أو الغربة أو انتخاب ملائم مما يمكن تقديمه للناس في مجتمعاتنا وتعريفهم وتعويدهم عليه، وبين ما يمارسه الغرب من تحرر وانفتاح، وممارسات تعد بالنسبة لهم

أمورا حياتية عادية، وتختلف تماما عن ثقافتنا التي تراه إباحية وخروج عن الأخلاق والقيم.

- التساهل في الالتزام اللغوي والثقافي بحجة الحداثة والتبسيط مما يؤثر سلبيا على ثقافة المجتمع المتعامل مع نتاج هذه الوسائل، والتي تعد مصدرا رئيسيا للغته وثقافته بحكم انتشارها وسيطرتها، وإخراج أجيال سطحية بسيطة فكريا.
- تهيمش الثقافة المحلية مقابل تعزيز الثقافات الوافدة، وربما يلعب الشعور بالدونية الذي يغلب على المجتمعات المستهلكة لنتاج الفضائيات دورا في جعل الثقافات الوافدة تتحكم في مصير ثقافتنا، ويعتمد إلى تبديلها إلى حد تشويه ملامحها.
- النظر إلى قنوات البث الفضائي من وجهة نظر كونها مجرد وسائل ترفيهية أكثر منها وسائل تعليمية وتنقيفية جعل الكثير منها تقدمه مسلوبا من الشكل والمضمون القادرين على توسيع مدارك الناس وتعليمهم، ومؤثرا بشكل سلبي على ثقافتهم ومداركهم.
- ضعف الرقابة الإعلامية وعدم توازنها، فمقابل الرقابة السياسية القوية، وتعزيز اللجام الذي يكمن الأفواه عن الخوض في مثل هذه الأمور، هناك تراخي في قبضة الرقابة الثقافية وتساهل في الاجتهاد على الحد من تسطيحها ومن تخريبها وتهجينها على أيدي من لا يملكونها.

وهكذا فإن المضامين الثقافية المستوردة تعمق مفاهيم ومعتقدات وعادات و سلوكات تتعارض مع الثقافات الوطنية باتجاه هيمنة الثقافة الأجنبية، وما تسوقه من قيم ومعايير اجتماعية وتربوية، تجعل المواطن يهمل أنموذجه الوطني متطلعا إلى تقليد الأنموذج الأجنبي الوافد، وهذا ما يفسر بروز بعض الظواهر الغريبة في المجتمعات المختلفة تطرق اللباس والتعامل والسلوك غير الأخلاقي وغير القيمي. وتفتح الباب الثقافي على مصراعيه على:

(ب) تعزيز الهيمنة والتبعية الثقافية للدول المتقدمة: التبعية الإعلامية والثقافية هي انعكاس منطقي لحالة التبعية العامة التي تعيشها المجتمعات النامية إزاء الهيمنة التي تفرضها الدول المتقدمة الغربية بزعامة الولايات المتحدة الأمريكية، فإن صناعة الأعلام قد تمت بصورة ضخمة ومعقدة داخل البلدان الغربية لإحكام السيطرة على الشعوب الغربية نفسها، ثم لإدارة العالم بأسره، ففي سنة (1980) بلغ المجموع الصناعي والتجاري في قطاع المعلومات (200 مليار دولار) على مستوى العالم، وفي سنة (1987) بلغ المجموع (400 مليار دولار)، في الولايات المتحدة الأمريكية وحدها (60%) من الدخل القومي يأتي من قطاع المعلومات ووسائل الاتصال والإعلام والخدمات¹².

ووفقا لإحصائيات اليونسكو تنصدر الولايات المتحدة قائمة الدول المصدرة للإنتاج التلفزيوني، فهي تصدر أكثر من (200) ألف ساعة تلفزيونية سنويا للخارج خاصة دول الجنوب، وتستورد الدول العربية ما يمثل (30-70%) من مجموع ما تبثه من برامج تلفزيونية، ويمتلك الغرب (94.5%) من عدد أجهزة الإرسال التلفزيوني في العالم وتوجد (15) شركة غربية تسيطر بطرق مختلفة على الجزء الأكبر من عمليات صناعة التلفزيون (إنتاج، إرسال، استقبال) وهي تتمركز في أمريكا وألمانيا وهولندا واليابان وفرنسا.

ويبلغ إجمالي عدد الأفلام المنتجة في الدول الغربية سنويا قرابة (1720) فيلما، بما يوازي (48%) من الإنتاج العالمي، ويتم تصدير معظم هذا المنتج إلى الدول الإسلامية (84%) من الأفلام التي تعرضها دور العرض السينمائية في القاهرة واردة من الولايات المتحدة الأمريكية يضاف إلى ذلك أن¹³:

- معظم مواد وتجهيزات الصناعة التقليدية والإعلام بيد الدول الصناعية و على رأسها الولايات المتحدة الأمريكية (الورق، الحبر، آلات الطباعة، آلات التصوير).
 - جميع مواد وتجهيزات الاتصال الحديثة بيد المجموعة نفسها، ويتحكم فيها مركز واحد للهيمنة. ومعظم مصادر البث الإعلامي والأقمار الصناعية ومواد تصنيعها بيد الجهة نفسها، وكذلك طرق تجارتها، والأشكال القانونية التي تنتظمها، لذلك غدا في مقدور مراكز البث والتصنيع أن تبث الأخبار والمعلومات بالطريقة التي تناسبها، (بما في ذلك أخبار البلدان المتلية)، وأن تشكل صورة العالم بما يوافق أهواءها أو مصالحها، وأن تحكم في الأفكار والأفكار والأذواق والأزياء الثقافية والفنون الترفيهية بما لا يتعارض مع أهدافها، بل يمكن أن تتحكم في الاتصالات الثقافية والترجمات والانتشار الأدبي واللغوي بالشكل الذي يوافق مصالح الهيمنة.
 - إن الجهات القادرة اليوم على استثمار الطفرة الهائلة في تقنية الاتصالات والمعلومات هي جهات غربية وأمريكية بوجه خاص-توفرت لها الإمكانيات الضخمة التي تؤهلها للتفوق واكتساح أي منافس لها، ومعظم الإنتاج الإعلامي والثقافي الذي يغطي البث الفضائي والأرضي والوسائط الإعلامية الأخرى، وكذلك معظم محتوى شبكة الإنترنت هو نتاج غربي وأمريكي في الأغلب، وهذه المواد الإعلامية الغربية ليست فارغة من المعاني أو محايدة في أفكارها، بل تحمل فكرا محددا، وتعبر عن ثقافة معينة هي ثقافتهم الخاصة بكل ما تحمله من قيم وعادات وتقاليد وأنماط سلوك.
- ولقد مكنت الاستثمارات الضخمة المسخرة في هذا المجال من استثمار أحدث التقنيات لبيت إنتاج وعرض تلك المواد في قالب أخذ لن تتمكن أية جهة من الجهات المنافسة لتقديم مواد مماثلة على ذلك النحو من التقنية المتقدمة والقدرة على الإبهار. صرح مدير معهد كسينجر-في الصدد:- "إن الهدف الأساسي للسياسة الخارجية في عصر ثورة المعلومات، هو الفوز في معركة التدفق الإعلامي بالسيطرة على موجات البث، كما كانت بريطانيا العظمى تسبطر على البحار، وأن من مصلحة الولايات المتحدة إذا توصلت أطراف العالم عبر الراديو والتلفزيون والموسيقى أن تكون القيم الأمريكية هي قيم العالم المشتركة"¹⁴.

(ج) فرض النموذج الثقافي الأمريكي: إن الطبيعة المادية للثقافة الغربية، والتي أنتجتها فلسفة الغرب ورويته للمادة والطبيعة والإنسان، قد اكتسبت معانيها ورموزها من هذه الموصافات، وأصبح من المستحيل تفكيك نظمها العلمية و المعرفية وتقنياتها من فلسفتها الجوهرية وتجلياتها في الأدب والفن والسلوك الفردي والاجتماعي ورويتها عن ذاتها وعن الآخر.

إن أي ثقافة تشعر بتفوقها تميل ذاتيا إلى تعميم نفسها من خلال فرض نموذج مدنيها على الآخرين، وتكريس ذلك كخيار واحد للحدثة والتطور والمعاصرة، وحينما يضاف إلى ذلك

النزعة القومية والتنافس على مواقع النفوذ في العالم، فإن الأقوى عسكريا واقتصاديا والأقدر على استخدام وسائل الإعلام وتوظيف التكنولوجيا، يسعى إلى الفوز بموقع الصدارة.

لذلك بدت عولمة وسائل الإعلام، وعلى رأسها البث الفضائي تعمل في اتجاه إعادة صياغة العالم وفق ثقافة معتبة هي الثقافة الغربية والأمريكية بوجه خاص، وأصبح أكثر ما يلفت الانتباه المدى الذي بلغته الثقافة الشعبية الأمريكية من الانتشار والسيطرة على أذواق الناس في العالم، فالموسيقى الأمريكية والتلفزيون والسينما، من "مايكل جاكسون" إلى "رامبو" إلى "دلاس"، أصبحت منتشرة في أنحاء العالم، كما أن النمط الأمريكي في اللباس والأطعمة السريعة، وغيرها من السلع الاستهلاكية انتشرت على نطاق عالمي واسع، خاصة بين الشباب، وبدت اللغة الإنجليزية خاصة اللهجة الأمريكية لغة عالمية يتعامل بها الجميع يتسابقون لتعلمها وتعليمها، ويعود ذلك إلى الأسباب الآتية:

1. سيطرة الاقتصاد الأمريكي استيرادا وتصديرا، وهيمنة شركات الإعلان الأمريكية على التسويق العالمي، ولأن للإعلان والتسويق دور أساسي في قولبة الأذواق والأزياء في العالم المعاصر، فإن الاتجاهات والميول والأزياء التي تطرحها كبرى، دور الإعلان و التسويق، والسلع التي تدفع بها الشركات العالمية الكبرى تحدث تأثير كبير في توجيه الأذواق عالميا، وقولبة الرموز الثقافية الناشئة.

2. تفوق الولايات المتحدة الأمريكية على منافسيها في صناعتي الأفلام والموسيقى، اللتين كانتا تلبيان حاجة السوق الداخلية، ثم سوقا خارجيا مع انتشار التلفزيون في مختلف أنحاء العالم، فضلا عن البث الفضائي، وقد تمكنت الولايات المتحدة الأمريكية من استغلال في الإنتاج الفني التلفزيوني وفي الصناعة الترفيهية، فدخلت كل بيت على وجه الأرض، وأثرت في كل فرد. وقد حاول بريجنسكي في كتابه: "بين عصرين، أمريكا والعصر الإلكتروني" تفسير أبعاد السيطرة الأمريكية في ميدان الثقافة الصناعية الإعلامية في ثلاثة جوانب هي¹⁵:

- أن الولايات المتحدة هي الدولة الأولى التي خرجت من العصر الصناعي إلى العصر التكنولوجي، وهو عصر التعقيد الثقافي والاجتماعي الذي يعطي العمليات السياسية صفة الكوتة.
- تشكل الولايات المتحدة المجتمع الأول الشامل في التاريخ وهي المركز الرئيسي لنشر الثورة التكنولوجية، إذ أنها المجتمع الذي يتصل أكثر من غيره، (65%) من الاتصالات العالمية تنطلق منها كما أنها نجحت في وضع شبكة عالمية للمعلومات الشيء الذي يمكنها من اقتراح تصاميم للسلوك والقيم العالمية.
- أن المواجهة مع الجديد هي جزء من الخبرة اليومية في أمريكا، وسواء كان ذلك للأفضل أو للأسوأ، فإن العالم يتربص ما هو مخبوء بملاحظة ما يحدث في الولايات المتحدة، سواء كان ذلك في الميدان العلمي أو الفني، ويذهب بريجنسكي إلى حد القول بأنه: "إذا كانت روما أصدرت القانون وإنجلترا الديمقراطية وفرنسا الثقافة والقومية الجمهورية، فإن الولايات المتحدة المعاصرة تصدر التجديد التكنولوجي العلمي والثقافة العامة الناتجة عن الاستهلاك العالمي. من هذا المنطلق باتت الولايات المتحدة الأمريكية عازمة على فرض قيمها ورواها على العالم، ومقننة أن بقية دول العالم إنما يتعين عليها أن تأخذ بالنموذج الأمريكي باعتباره النموذج الأمثل، وأن أية محاولة للابتعاد عنه أو تبني أي نموذج ثقافي

أو حضاري آخر إنما يمثل خروجاً عن الشرعية الدولية، وتهديداً للأمن القومي وللمصالح الأمريكية يتعين مناصبته العداء انطلاقاً من مقولة "دلاس" الشهيرة: "من ليس معنا فهو ضدنا"¹⁶.

(د) القضاء على التنوع الثقافي في المجتمعات: ارتبط المفهوم الثقافي للعولمة بفكرة التتميط (Uniformalisation) أو (Unification) الثقافي للعالم، على حد التعبيرات التي استخدمتها لجنة اليونسكو للإعداد لمؤتمر السياسات الثقافية من أجل التنمية التي عقدت اجتماعاتها في مدينة استكهولم عام (1998م) برئاسة خافيير دي كولار الأمين العام الأسبق للأمم المتحدة.

فقد رأت اللجنة أن التتميط الثقافي يتم باستغلال ثورة وشبكة الاتصالات العالمية وهيكلها الاقتصادي الإنتاجي والمتمثل في شبكات نقل المعلومات والسلع و تحريك رؤوس الأموال¹⁷، كما أن التتميط أو التوحيد الثقافي هو مرآة التطور الاقتصادي للعولمة، فمن البديهي أن يتكامل البناء الثقافي للإنسانية مع البناء الاقتصادي المعلوماتي، ومن هنا اتخذ المفهوم الثقافي للعولمة بعداً اقتصادياً وإعلامياً...حيث أن الإعلام هو أداة التوصيل والتأثير بالأفكار الثقافية التي يراد لها الذبوع والانتشار¹⁸.

فالإنتاج الثقافي واحتكار الرموز والقيم، هما أبرز ما يطبع النظام العالمي الراهن على مستوى إنتاج وتوزيع الثقافة، وقد انتقل النظام الرأسمالي في هذه المرحلة من طور تعميم القيم الاقتصادية والعلاقات الإنتاجية، ومن طور الأنظمة الاقتصادية الليبرالية إلى طور تعميم القيم الثقافية للمجتمع الغربي، بوصفه (أي التعميم) آلية إعادة إنتاج هيمنة النظام الرأسمالي على الصعيد العالمي، ولقد استفاد الغرب جيداً من الثورة الإعلامية المعاصرة، ووظفها أمثل توظيف في سبيل تحقيق ذلك التعميم أو العولمة للقيم الثقافية الغربية، فالمؤسسات الإعلامية الضاربة تكفلت بتحطيم الحدود القومية والحوازر والسياسات الثقافية العماتية، لكي تكتسح المجال العالمي بالصوت والصورة وتوحد الرموز والأذواق والمعايير والقيم¹⁹، مما يؤدي إلى القضاء على التنوع الحضاري والتعددية الثقافية التي تثري الحضارة الإنسانية وستكون له آثار في قولية الفكر الاجتماعي والاقتصادي والسياسي للشعوب، وما يعزز من ذلك كون عالمنا اليوم عالم القطب الواحد سياسياً واقتصادياً وعسكرياً والذي لا يقل سيطرة في تقنيات الاتصال، وفي مجال إنتاج المادة الإعلامية، ومالها من جاذبية و ما فيها من إغراءات²⁰.

فاليوم لا يستطيع أحد أن ينكر التأثير العالمي للثقافة الغربية على العالم، وإن بدا هذا التأثير سطحيًا في بعض المجالات كالألبسة وأنماط الاستهلاك، إلا أنه يحمل معه أيضاً تأثيراً على الفكر والثقافة بصورة عامة، فعلى سبيل المثال يوجد في العالم عدة آلاف من اللغات، يتوقع أن تختفي (90%) خلال القرن الواحد والعشرين، بحيث لا يبقى سوى ما يتراوح بين (250-600) لغة، ويترتب على

هذا أيضا سيادة اللغة الإنجليزية كلغة عالمية²¹، مما شكل ذلك تهديدا للتنوع اللغوي الذي هو جزء من التنوع الثقافي، وأن خطر العولمة الإعلامي لا يقتصر على ذلك، وإنما أيضا في زمن العولمة وثقافة البث الفضائي، يمكن أن تضيق ذات الإنسان كما تضيق أيضا هويته وثقافته بحكم:

- إلغاء الاختلاف الثقافي والحضاري.
- إلغاء تعدد الاختلاف الإنساني وحصر وتضييق الخناق عليه.

- تماثل البشرية وانتقاء الاختلاف بينها وفق ما هو مخطط له في الاستراتيجيات المهيمنة.

وليست الدول النامية وحدها التي تتعرض لهذه المعضلة، فالثقافات الأخرى جميعا تعاني من الوضع نفسه، وهذا يعني أن ثمة أزمة ثقافية عالمية تريد القضاء على التنوع الثقافي في سبيل نمطية ثقافية واحدة، وما يدل على ذلك ما تطرحه الأدبيات الغربية نفسها وخاصة الأوروبية منها بشأن خطر التهميش في ظل العولمة الإعلامية، وما يستتبع ذلك من تهديد التنوع الثقافي، فنقرأ لادوار غاليتو قوله: "في العولمة، تحل الأسواق محل الشعوب والمستهلكين محل المواطنين، والمشروعات الصناعية محل الأمم، والتجمعات محل المدن، والمزاحمة التجارية محل العلاقة الإنسانية ثم إن العولمة تصميم قسري لنموذج معادي للتعددية والتنوع الثقافي، يلغي التمايز والشخصية الثقافية، ويروج عن طريق وسائل الإعلام لقيادة قوانين السوق، وقيم المجتمع الليبرالي الرسالي وفرض دكتاتورية الكلام الوحيد والصورة الوحيدة والنمط الواحد من الحياة، وبحول الإنسان إلى مجرد مستهلك مستلم ومشاهد متلق، يتم تصنيعه وترويضه جماعيا". ونقرأ أيضا "لاروني جان ديبوي" قوله: "ما يؤخذ على العولمة تنميتها للأخلاق وقضاؤها على الثقافات لصالح تكوين حضارة مادية تركز هيمنة وسيطرة الأطراف القوية، وهو ما يستتير رد فعل قوي من جانب الهويات الوطنية"²².

ومما عزز من هذه المعضلة أكثر محاولة الولايات المتحدة الأمريكية استغلال تفوقها في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال والمعلومات، وقدرتها الفائقة في استغلال البث الفضائي وسيلة لأمركة العالم حيث لا تغني العولمة لديها فقط "اقتصاد السوق وآلية الإنتاج الليبرالي والمضاربات المالية، وإنما أيضا: الهيمنة على الثقافات الأخرى وإلغائها، إذابة الثقافات الصغيرة، وإلغاء الخصوصيات والهويات، خلق عالم اللاتثقافات"²³.

ويتوأكب محو الهوية الثقافية للمجتمعات غير المتقدمة مع الترويج لفكرة الثقافة العالمية على اعتبار أن ثمة مشتركا إنسانيا عاما بين بني البشر على المستوى العالمي، وأن رقعة ذلك المشترك الثقافي أخذة في الاتساع لتزايد الاحتكاك والتفاعل والاتصال الإنساني على المستوى العالمي وهو ما ينبنى يقرب التوصل إلى ثقافة عالمية موحدة ومن هذا المنطلق يحرص دعاة العولمة على تنمية ما يسمونه بالوعي العالمي على حد تعبير "تيودور ليفت"²⁴، إذ يصبح من المتعين على الإنسان في عصر العولمة الإعلامية (خاصة) والفضاءات المفتوحة، أن ينقل

اهتمامه أو اهتمامه أو مجال تفكيره من المستوى الوطني أو القومي إلى المستوى العالمي، باعتبار أن العالم كله قد أصبح يمثل وحدة واحدة.

والحق أنه لا مجال البتة لإنكار وجود مشترك ثقافي إنساني عالمي بين بني البشر كافة، غير أن ذلك لا ينفي أن ثمة خصوصية ثقافية لكل مجتمع، يتعين على أبنائه الحفاظ عليها والتمسك بها، باعتبارها جزء من كيانهم الإنساني، ومقوما من مقومات ذاتيتهم.

وفي إطار السعي الترويج لفكرة الثقافة العالمية الواحدة، يميل مهندسو العولمة الثقافية والإعلامية إلى التركيز على "ثقافة الصورة" - كما سبق و أن أشرنا- فقد أصبحت الصورة في ظل عولمة الإعلام والبت الفضائي المفتاح الأساس لنظام إنتاج وعي الإنسان بالعالم، وهي المادة الثقافية التي يمكن تسويقها على أوسع نطاق جماهيري، إذ لا تحتاج (الصورة) إلى المصاحبة اللغوية كي تنفذ إلى إدراك المتلقي، فهي كمثال لغة قائمة بذاتها.

لذا بدأ التفكير العلمي في مسألة الهويات وضرورة الحفاظ على تعددها من الداخل وعلى صلاتها الخارجية في وجه التتميط الثقافي والإعلامي الذي يتهدها جراء ما تبثه الفضائيات، وفي هذا الصدد في فرنسا كتابان: الأول بعنوان "الحرب الثقافية" لهنري دوبار، والثاني "فرنسا المستعمرة" بقلم جاك تيبو، وكان القاسم المشترك بين الكتابين هو التحذير من مخاطر الغزو الثقافي الأمريكي لفرنسا والدول الأوروبية الأخرى، وتهديده لهويتها الثقافية، وتأثيره الطاعي على المواطن الأوروبي، ليصبح تدريجيا مقلدا لنموذج الحياة الأمريكية، وإذا تحدثنا بلغة الأرقام، فإن فرنسا ترصد (90) مليون دولار لوزارة الثقافة فقط لتحارب الثقافة الأمريكية".

وقد تجاوز الأمر فرنسا إلى البرلمان الأوروبي في حربه للعولمة الإعلامية والبت الفضائي تحديدا بمفهومها الأمريكي، إذ فرض البرلمان قيودا شديدة على الأفلام الأمريكية التي تعرضها التلفزيونات الأوروبية، وطالب البرلمان بمراجعة قانون الاتحاد الأوروبي الذي صدر عام 1989م، وإزالة كل القيود عن القنوات الأوروبية، ووضع قيود جبرية على الأفلام الأجنبية خصوص أفلام هيلود التي تعرض في القنوات الأوروبية، واستغرب البرلمان موقف بعض حكومات الاتحاد الأوروبي التي أبدت ترددها في وضع قيود جبرية على الأفلام الأمريكية خشية أن تشن الولايات المتحدة حربا تجارية ضدها، ويتزعم الحملة ضد أمركة الثقافة في أوروبا في البرلمان الأوروبي النائبة الإيطالية "لوتشيا كاستيلنا" التي تستند في شرعية حملتها إلى إحصاءات تقول: "أن بين كل عشرة أفلام تعرض في قاعات السينما الأوروبية هناك ثمانية أفلام أمريكية، الأمر الذي حقق للولايات المتحدة الأمريكية فائضا تجاريا مع أوروبا بلغ (04) مليارات دولار في قطاع الترفيه.

الهوامش:

1. حسين العودات: "السياسة الإعلامية العربية؛ الواقع والآفاق"، مجلة الرسالة (دمشق: المركز العربي للدراسات الاستراتيجية، ع(5)، 1997م)، ص(19).

2. عبد الإله بلقزيز: "العولمة والهوية الثقافية؛ عولمة الثقافة أم ثقافة العولمة"، في كتاب: العرب والعولمة (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الثالثة، أبريل 2000م). ص (315).
3. بنجامين باربر، عالم ماك: المواجهة بين التأقلم والعولمة، ترجمة: أحمد محمود (القاهرة: الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، 1998م)، ص (105).
4. عبد الإله بلقزيز: "العولمة والهوية الثقافية؛ عولمة الثقافة أم ثقافة العولمة"، في كتاب: العرب والعولمة، ص (315).
5. اريك فروم: المجتمع السليم، ترجمة: محمود محمود (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1960م)، ص (245، 246).
6. كرافت فيشل: "المعول ضد ماسكي الدفاتر"، جملة فكروفن (ألمانيا: تصدر عن International لبيرغ. ع (62)، 1995م) نقلا عن: إدريس بولكعبيات: من عولمة الثقافة إلى ثقافة العولمة" في كتاب: التحديات المعاصرة (العولمة، لانتزيت، الفقر، اللغة...) فعاليات اليوم الدراسي الوطني الأول لمخبر علم اجتماع الاتصال، إشراف وتحرير الدكتور فضيل دليو (قسنطينة: مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، 2002م)، ص (104).
7. عواطف عبد الرحمن: الإعلام الغربي وقضايا العولمة (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع 1999م)، ص (17).
8. عبد الإله بلقزيز: "العولمة والهوية الثقافية: عولمة الثقافة أم ثقافة العولمة"؛ في كتاب: العرب والعولمة، ص (315).
9. أنظر: حميد حمد السعدون: العولمة وقضايانا (عمان: دار وائل للطباعة والنشر، ط (1)، 1999م)، ص (58)، وأحمد حجازي: الثقافة العربية في زمن العولمة، ص (40).
10. محمد عابد الجابري: "العولمة والهوية الثقافية؛ عشر أطروحات"، في كتاب: العرب والعولمة، ص (302، 303).
11. باسمه يونس: "دور وسائل الإعلام في إنتاج ثقافة هجينة"، في كتاب: ندوات الثقافة العربية، ص (496، 497).
12. مجدي أحمد حسين: الإعلام الإسلامي التبعية للغرب"، مجلة النبأ، ع (55)، مارس (2001م)، ص (5).
13. حسام الخطيب: أي أفق آفاق العربية وأدبها في عصر الاتصال والعولمة"، مجلة عالم الفكر، م (28)، ع (2)، 1999م، ص (243).
14. كريم أبو حلاوة: "الآثار الثقافية للعولمة"، مجلة عالم الفكر، م (29)، (جانفي-مارس) 2001م، ص (188).
15. زيغينو بريجنسكي: بين عصريين: أمريكا والعصر الإلكتروني، ترجمة: محبوب عمر (بيروت: دار الطبيعة، ط (1)، 1980م) ص (43-50).
16. ممدوح محمود منصور: العولمة؛ دراسة في المفهوم والظاهرة والأبعاد (الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة، 2003م)، ص (88، 89).
17. كمال عبد الغني المرسى: العلمانية والعولمة والأزهر (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1999م) ص (92).

18. السيد أحمد مصطفى عمر: إعلام العولمة وتأثيره في المستهلك، في كتاب: العولمة وتداعياتها على الوطن العربي (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، ديسمبر-جانفي 2003م)، ص (164).

19. عبد الإله بلقزيز: "الثقافة العربية أمام تحدي البقاء"، مجلة شؤون عربية، ع(79)، (1994م)، ص(86)

20. ليلى شرف: "التحديات التي تواجه الإعلام العربي في المرحلة القادمة"، مجلة الرسالة(دمشق: المركز العربي للدراسات الاستراتيجية، ع(05)، تشرين الأول، (1997م)) ص(8).

21. محمد نبيل نوفل: "رؤى المستقبل؛ المجتمع والتعليم في القرن الحادي والعشرين"، المجلة العربية للتربية (تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، م(17)، ع(01)، (1997م)، ص(204).

22. نقلا عن، باسم علي خريسان: العولمة والتحدي الثقافي (بيروت: دار الفكر العربي، ط(1)، 2001م)، ص(148).

23. المنصف الوناس: "مضامين العولمة الاتصالية والثقافية"، مجلة الإذاعات العربية(تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية، ع(2)، 1998م)، ص(10).

Wers، Globalization (london Routledge ، M :، (1) p) 1995