



التراث الشعبي في وسائل الإعلام المرئية المعاصرة بين التأصيل و التصنيع

أ. غوتي شقرن

جامعة وهران 2

ghaouti_chekroun@yahoo.fr

الملخص:

أصبحت ظاهرة العولمة من أبرز الظواهر جدلا و نقاشا في مختلف الأوساط، حيث تجاوزت حدود الزمان و المكان و تغلغلت في داخل المجتمعات بفعل تكنولوجيا الإعلام و الاتصال (وسائل الإعلام المرئية المعاصرة)، مُحدثة بذلك شرخا كبيرا بين الأفراد و هويتهم مما يوحي بتصور وجود أزمة ثقافية أو مشكلة ثقافية، تعاني منها المجتمعات بصفة عامة و المجتمعات الهشة بصفة خاصة. ذلك أن العولمة الثقافية لها تأثير على الأفراد و الجماعات بالإيجاب و السلب، حيث أن الفرد في المجتمع الجماهيري يتأثر بالصور و المعلومات و المعاني التي يتعرض لها عبر وسائل الإعلام خاصة التلفزيون. فإذا كانت العولمة تحمل مقاصد التقدم و الرقي إلى المستوى العالمي فهي بذلك تتخذ صفة الإيجاب، أما إذا أُريد بها الهيمنة و الاختراق لتغليب نمط معين من القيم و الأفكار لطرف على حساب طرف آخر فهي سلبية لاحتوائها مضامين خداعية و مزاحمة للمنظومة القيمية الأصلية التي يمثلها التراث (المأثورات أو الفولكلور)، الذي يحتوي على كل ما خلّفته الأمم و الشعوب من الأشكال الثقافية و الفنية و الفكرية و المعتقدات و العادات و التقاليد و الصناعات التقليدية و الحرفية و الأدب الشعبي.

الكلمات الدالة:

التأصيل ؛ التصنيع الثقافي ؛ وسائل الإعلام الجماهيرية ؛ العولمة

Abstract:

The phenomenon of globalization has become one of the most prominent phenomena of debate and discussion in various circles, where it transcended the boundaries of time and place and penetrated within societies by means of information and communication technology (contemporary visual media), thus creating a great rift between individuals and their identity, Or a cultural problem, which affects societies in general and fragile societies in particular. Cultural globalization has an impact on individuals and groups positively and negatively, since the individual in the mass society is influenced by the images, information and meanings that are exposed to them through the media, especially television. If globalization carries the goals of progress and progress to the global level, However, if domination and penetration are to be given to a certain type of values and ideas of one party at the expense of another, they are negative because they contain deceitful content and compete with the original value system represented by heritage (folklore or folklore), which contains all that the nations and peoples.

Key words:

Culturalization, mass media, globalization

يضم التراث مجموع العلوم والآداب والعادات والتقاليد والطقوس الدينية والفنون، التي تتوارثها الأجيال أبا عن جد، وهو أي التراث يشكل هوية الأفراد والجماعات والشعوب والأمم. وهو لصيق بها ولازم لها عبر الزمان والمكان. وهو الحصن المنيع لكيان الشعوب، يحفظ بقاءها واستمراريتها بالنسبة للأجيال اللاحقة باعتباره ميراثا وإرثا يتمتع بخاصية الانتقال من جيل إلى آخر، ويبقى راسخا في الشعور الجمعي والذاكرة الجماعية. وفي ظل التطور التكنولوجي الهائل لوسائل ووسائل الإعلام والاتصال، والانفجار العلمي والعرفي الذي غير العالم وصيّرته إلى قرية كونية بلا حواجز وحدود، باتت الجماعات والشعوب تواجه مدًا ثقافيا زاحفا مهددا للهويات الثقافية الوطنية، وخصوصياتها عبر حملات ثقافية إعلامية ممنهجة، ومهيمنة بهدف التنميط الثقافي على منوال النموذج العالمي الواحد (النموذج الغالب)، الذي يسعى إلى تفتيت وتمهيش الثقافات المحلية وأنماذجها وجعلها تذوب فيه. من هذا المنظور الكوني الذي يختزل الفرد في بعده المادي والاستهلاكي، ويجعل منه شيئا بلا وعي وروح، وتجريده من ماضيه العريق، ومعتقداته، وخوفا من هذا التأثير وفقدان الفرد لوعيه الحضاري وتنكره لهويته وأصوله واعتناقه للهوية العالمية والثقافة المعولة، سارعت الأمم والشعوب والجماعات وحتى الأفراد للوقاية من هذه الزحفة المعولة الأبعاد بكل جهودها وإمكاناتها المحدودة للتقليص والحد من الغزو الثقافي الحاصل. مما أفرز جبهتان متصارعتان، الأولى غالبية وصاحبة الوسائل التكنولوجية الهائلة ومصدرة للنمط والنموذج، والجبهة الثانية هشة ضعيفة، متلقية ومفعولا بها، في محاولة للحفاظ على الذات الثقافية من خلال تأصيل تراثها وثقافتها والعمل على إحيائه والرواج له عبر المنابر الإعلامية والفكرية.

عندما نتحدث عن تأصيل التراث الشعبي في زمن العولة، فإننا نطرح جدلية التواصل والصيانة والوقاية مقابل التلاشي والذوبان والانصهار في فكر ومعتقدات الآخر القوي المهيمن، بمعنى أننا أمام إشكالية عالم متغير مشحون بالتحديات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتي تراها الشعوب والجماعات والأفراد مبررات للمخاوف من العولة.

-التراث: المفهوم والدلالة:

لغة : هي كلمة مشتقة من الفعل ورث، يرث، إرثا وميراثا : وهو ما ينتقل إلى الوارث الشرعي بعد وفاة أحد الأصول، (التركية) من أموال وعقار... إلخ . جاء في لسان العرب لابن منظور: ورثه ماله ومجده. "و يرى فريق من الباحثين أن كلمة (تراث) مأخوذة من فعل (ورث) بإبدال الواو تاء، وهي من الكلمات المبنية على ما يعرف في اللغة بالقياس الخاطي".¹

أما اصطلاحا: فهو كل ما خلفته الأمم والشعوب من الأشكال الثقافية والفنية والفكرية، والعادات والتقاليد والمعتقدات، والخرافات الشعبية والحرف والصناعات التقليدية والفنون والأدب الشعبي. والتراث



مرادف لمصطلحات : الفولكلور، و الثقافة الشعبية، و الثقافة الشفوية و التراث المادي و المادي ، و الثقافة التقليدية و الماثورات... ورد لفظ التراث في القرآن الكريم في قوله تعالى: « و تَاكُلُونِ التَّرَاثَ أَكْلًا مَّاءً »² بمعنى تجمعون الميراث و تنفردون به دون تقسيمه بين الشركاء الشرعيين ، أو دون التفرقة بين الموروث الحلال و الحرام. و جاءت بمعنى الإرث و الميراث في قوله تعالى: « و إِنِّي خِفْتُ الْمَوَالِيَ مِنْ وَرَائِي وَ كَانَتْ امْرَأَتِي عَاقِرًا فَهَبْ لِي مِنْ لَدُنْكَ وَلِيًّا يَرِثُنِي وَ يَرِثُ مِنْ آلِ يَعْقُوبَ وَ اجْعَلْهُ رَبِّ رَضِيًّا »³ و قد يشمل ميراث الأنبياء و الرسل وراثته النبوة والحكمة و العلم النافع للأمة و الفضيلة دون المال الذي لا قدر له عند الأنبياء، حتى يتنافسوا فيه، و ما تركه الأنبياء صدقة. و هناك جملة من الأحاديث النبوية الشريفة التي ورد فيها لفظ (الإرث) منها على سبيل المثال لا الحصر قول الرسول صلى الله عليه و سلم: " أثبتوا على مشاعركم هذه فإنكم على إرث من إرث إبراهيم. " ⁴ و في رواية أخرى : قفوا على مشاعركم...و المراد هنا مواضع النسك و العبادة وتسمى المشاعر، بمعنى أثبتوا في مواضع نسككم و مواقفكم القديمة تقليدا و اقتداء بما فعله أبوكم إبراهيم عليه السلام.

—علاقة التراث بالهوية :

عند الحديث عن الهوية و الذات و ما ارتبط بهما في الحقل الدلالي كالتراث و مقومات الشخصية الوطنية، و الخصوصيات الثقافية، نستنتج العلاقة الوثقى و الترابط العضوي بين التراث و الهوية، فهما عنصران متلازمان من عناصر الذات، و مقومان من مقومات الشخصية الفردية و الجماعية. يحيل مصطلح الهوية إلى دلالات كثيرة منها : الذاتية و الماهية و المرجعية...فهو لفظ شمولي و فضفاض في حقل الدلالات الفلسفية و التاريخية، و هو مصطلح ينتمي إلى المعجم الفلسفي العربي منذ العصر الوسيط و يشير إلى الذاتية و الهوية. جاء في كتاب الكليات، لأبي البقاء الكفوي: " أن ما به الشيء هو باعتبار تحققه يسمى حقيقة و ذاتا، و باعتبار تشخصه يسمى هوية، و إذا أخذ أعم من هذا الإعتبار يسمى ماهية. " ⁵

و للتفرقة بين الماهية و الحقيقة و الهوية، يقول نفس المؤلف في نفس المصدر المذكور أعلاه : " أن الأمر المتعلق من حيث إنه مقول في جواب (ما هو) يسمى ماهية، و من حيث ثبوتها في الخارج يسمى حقيقة، و من حيث امتيازها عن الأغيار يسمى هوية. " ⁶ فالهوية نحيل أيضا إلى الأصالة و الأنا (ego)، و المسألة الثقافية، كما تحيل على معيار انتماء واع، و تمكّن الفرد من أن يحدد لنفسه موضعا ضمن النسق الاجتماعي. هناك فئة من الباحثين ترى أن الأفراد يولدون بمكونات هوياتية أثنية، و ثقافة و طبع وراثي للمجموعة أو الشعب الذي ينتمون إليه. " الهوية في بعض الأطروحات المغالية تكون مرسومة، عمليا في الإرث الجيني. " ⁷ يقدم الجرجاني تعريفا للهوية بقوله: " هي الحقيقة المطلقة المشتملة على الحقائق اشتغال النواة على الشجرة في الغيب المطلق. " ⁸ يوظف لفظ (الهوية) في الراهن بمعنى (L'identité) و التي تعني المطابقة، مطابقة الشيء لنفسه، أو مطابقتها و مماثلته لآخر مشابه له، و الذي يُطلق عليه المثل و الشبيه ؛ حيث أن الفرد في الجماعة يحمل صفات



جوهرية يميّز بها أفراد جماعته عن غيرهم، فهو إذن مثيل و شبيه لهم في وحدة الذات، و يحمل سمات و عناصر هويتهم الجماعية التي ينتمي إليها و يعتز بها.

– الهوية الثقافية:

تتألف هذه الجملة الإسمية من مسند و مسند إليه (مبتدأ : الهوية، و خبر: الثقافية)، و لفظ الثقافية مشتق من مصدر الثقافة، الذي ظهر كمفهوم خلال القرن الثامن عشر الميلادي، بتعاريف متعددة و تطور تاريخيا باستعماله في العلوم الإنسانية، و هو مرتبط بكل ما هو إنساني. ترجع أصول لفظ الثقافة إلى اللسان الفرنسي قبل انتشارها في اللغتين الإنجليزية و الألمانية. "تشير بعض الدراسات إلى أن مفهوم الثقافة ظهر في أواخر القرن الثالث عشر، منحدرًا من لفظ (Cultura) اللاتينية التي تعني الاهتمام و العناية بالحقول و الماشية، إشارة إلى قسمة الأرض المحروثة."⁹ ثم أُطلق اللفظ في القرن 16م على فلاحه الأرض، و منذ القرن 18م، أخذ المفهوم يتطور دلاليا، ليتحول من خدمة الأرض إلى ثقافة الفكر. دخلت كلمة الثقافة في الحقول الدلالية، و هي متشعبة الاستعمال في مختلف المجالات. و لها تعاريف متنوعة : " تعرّف الثقافة في علم الاجتماع بأنها البيئة التي خلقها الإنسان، بما فيها المنتجات المادية و غير المادية التي تنتقل من جيل إلى آخر، فهي بذلك تتضمن الأنماط الظاهرة و الباطنة للسلوك المكتسب عن طريق الرموز، و الذي يتكون في مجتمع معيّن من علوم و معتقدات و فنون و قيم و قوانين و عادات و غير ذلك."¹⁰ و من الباحثين مَن يرادف لفظ الثقافة بلفظ الحضارة، ففي المعجم الفرنسي: " الكلمتان تنتمیان إلى نفس الحقل الدلالي، و تعكسان التصورات الأساسية، فقد يتم الجمع بينهما أحيانا، و لكنهما ليستا مترادفتين تماما، إذ تستحضر (ثقافة) أكثر التقدم الفردي، بينما تعكس (حضارة) التقدم الجماعي."¹¹ انتقلت لفظة الثقافة إلى القاموس العربي عن طريق الباحث المصري (موسى سلامة)، الذي ترجمها من كلمة (culture) الفرنسية و ربطها بالقضايا الذهنية، حيث عرّف الثقافة بأنها: " هي المعارف و العلوم و الآداب التي يتعلمها الناس و يتثقفون بها. و فرّق بين الثقافة التي تتعلق بالأمور الذهنية و الحضارة التي ترتبط بالقضايا المادية. و هناك اتجاه ثاني ترجم لفظ (culture) إلى اللفظ العربي: حضارة، و هو اتجاه محدود في الدراسات الاجتماعية و الأنثروبولوجية عند العرب، في ترجماتهم للمؤلفات الأوروبية، و في المقابل ترجموا كلمة (civilisation) باللفظ العربي: مدنية."¹² و لفظ الثقافة عند العرب يعبر عن الحكمة، "و هو لفظ مشتق من (الثقاف)، و هو الأداة التي كان المربي يسوي بها الرمح، و يقال أن الرمح أصبح مثقفا، و ثقّف الشيء: أقام الموعج منه، و سوّاه، و الإنسان أدبه و هذبه و علّمه."¹³ شكلت ثنائية: (حضارة-ثقافة)، جدلا و خلافا كبيرا عند الألمان، الذين انقسموا إلى تيارين، تمثل التيار الأول في الطبقة الأرستقراطية التي كرّست مفهوم (حضارة) على منوال عادات البلاط الفرنسي الذي يعكس توجهاتها الأيديولوجية. أما التيار الثاني (النخبة) اعتبرت ذلك اغترابا. " و بدا الصراع جليا بين

الطبقة الأرستقراطية الألمانية (الملوك و الأمراء)، و (البورجوازية المثقفة)¹⁴. "ظهر نتيجة لهذا الخلاف أن الحضارة كونية تهتم الإنسانية بينما الثقافة تهتم جماعات و مجتمعات بعينها.

أما مفهوم الثقافة عند الفكر الاجتماعي الجزائري (مالك بن نبي) : " هي مجموعة من الصفات الخلقية و القيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته، لتصبح لا شعوريا تلك العلاقة التي تربط سلوكه بأسلوب الحياة في الوسط الذي ولد فيه، فهي على هذا المحيط الذي يشكل فيه الفرد طباعه و شخصيته."¹⁵ يشير مالك بن نبي في هذا الصدد إلى عنصر وظيفي هام في الثقافة، و هو الاكتساب حيث أن الفرد لا يولد حاملا للثقافة، بل يتعلمها و يكتسبها بواسطة الاتصال بالآخرين، و عن طريق التعلم الذي يؤدي وظائف كثيرة منها الحفاظ على وحدة و تكامل الجماعة الثقافية في عديها: المكاني و الزماني. " يكتسب الطفل الثقافة من بيئته إلى أن تصبح خلال مراحل نموه جزءا لا يتجزأ من شخصيته. بعد أن كانت عند ولادته خارجة عنه، فهي تحرك سلوك الفرد و توجهه دون أن يشعر هو بذلك."¹⁶ تحيلنا الهوية أو الذاتية إلى مسألة (الثقافية)، نظرا للتداخل بين المفهومين و حساسيتهما بالنسبة للأفراد و الجماعات، و لقد كانت الولايات المتحدة الأمريكية أول من شهد مفهوم الهوية الثقافية في الخمسينيات، بسبب مشكلة اندماج المهاجرين في النمط الثقافي الأمريكي، و الذي تولّد عنه الميز العنصري و الاضطهاد لأصحاب البشرة السوداء، و الملونين بصفة عامة. حيث أن (الواسب) (و هم مجموعة البيض الأنجلوساكسونيون البروتستانتيون المهيمنة (wasp)) و ينتمي إليها أخلاف المهاجرين الأوروبيين من غير روااسب، و تحتل هذه المجموعة صدارة الترتيب الثقافي العرقي، و إليها ترجع الأمور كلها. بل هم خارج التصنيف فهم أعلى بكثير من المرتبين؛ أما المجموعة الثانية فهم الأمريكيين الملّبين بالملونين (السود، الصينيون، البيلانيون، البرتوريكيون، المكسيكيون... فهم يشعرون بإشكالية الانتماء للمرجع الهوياتي الأمريكي، و لذلك يشكلون مجموعات عرقية و إثنية و لغوية داخل النسيج الاجتماعي و الثقافي الأمريكي. في المقابل يفضل الباحث الفرنسي (بيار بورديو) (Pierre Bourdieu) استخدام مصطلح (الهابيتوس)¹⁷ أكثر من مفهوم (الثقافة) و يعني هذا عنده أن "الهابيتوس (habitus) يشغل بوصفه تجسيدا ماديا للذاكرة الجماعية، معيدا في الخلف إنتاج ما اكتسبه السلف."¹⁸ إنما سقنا هذا المثال للتأكيد على الإعتزاز بالتراث و الثقافة باعتبارهما عنوانا كبيرا للهوية التي يتصارع من أجلها الأفراد و الجماعات فيما يُعرف بصراع الترتيب و الانتماء. ما من هوية إلا و تضم ثقافة، يعني ذلك أن الثقافة من المكونات الأساسية للهوية، فالثقافة في جوهرها هوية قائمة بالذات. " لكل مجتمع ثقافة، و لكل ثقافة هويتها الخاصة التي تنطلق منها، و تخضع لها في جميع نتائجها، و تتمثل في ما يمكن أن نسميه (نسق القيم الإنسانية). حيث ينبثق هذا النسق من النظام الرائد (الذي يمكن أن يكون عبارة عن دين أو أسطورة أو مذهب)، فيشمل كل أنحاء الثقافة متغلغلا في كل جزء من

أجزائها.¹⁹ و نخلص إلى القول أن الهوية الثقافية و الحضارية لشعب أو أمة، هي القدر الثابت، و الطابع المميز من السمات التي تجعل الأمم و الشخصية الوطنية تختلف و تنفرد عن غيرها.

—العولمة الثقافية:

العولمة كمفهوم شمولي يتخذ معنى التدويل و الشمولية و تعدد الجنسيات، مس مختلف مناحي الحياة الاقتصادية و السياسية و الاجتماعية و الثقافية... مصدرها لفظ (عالي)، (Global)، و قد تحدث عنها (ماك لوهان) في أحد مؤلفاته تحت عنوان: القرية العالمية. و يذهب البعض إلى القول بقدوم ظاهرة العولمة من خلال الأسواق المفتوحة على رأس المال و الهجرات الإنسانية الداخلية و الخارجية مع نهاية القرن الثامن عشر و بداية القرن 19م، و هي مؤشرات تؤسس للعولمة التي تتخذ مع العلمانية شكل التداخل و التأثير. " تشير العولمة إلى كل العمليات التي بواسطتها تدمج شعوب العالم في مجتمع عالمي واحد. " ²⁰ و هناك من يربط العولمة بمفاهيم الإمبريالية و الليبرالية و الهيمنة الأمريكية و الغربية، التي تعتمد على اقتصاد السوق الحر، و تصنيع و تسليع الثقافة و العقول و الأجساد و تهجين الهويات، و من الباحثين من يعتبرها ثمرة عصر الصورة و المعلومة التي أحدثتها الثورة التكنولوجية الإعلامية و الاتصالية. إن العولمة الثقافية هي نموذج آخر من نماذج العولمة المتنوعة، و هي تعني ببساطة الانتقال من الهوية الحضارية الخاصة إلى هوية أو ثقافة عالمية عن طريق التراجع عن القيم الرمزية الذاتية كاللغة و الدين و العادات و التقاليد و أساليب الحياة و أنماط التفكير...و الانخراط في ثقافة مركزية مهيمنة هي الثقافة الغربية عامة و الثقافة الأمريكية خاصة. من خلال مشروع ثقافي عالمي يتعاون فيه البشر من أجل تحقيق السلم العالمي، و إقرار الأمن الدولي حسب زعم أنصار العولمة. إن اتساع نطاق الخيارات الاقتصادية عبر المنظمة الدولية للتجارة الحرة، و سيطرة الشركات المتعددة الجنسيات، و تأثيرها في قرارات الدول الضعيفة و الهشة، " و تسخير أدوات العولمة منها وسائل الإعلام و الاتصال لتسويق نموذج استهلاكي يؤثر في إضعاف الهويات الوطنية " ²¹ قد يكون للعولمة نموذجها الثقافي الذي تسعى أيديولوجيتها إلى تلميعه و فرضه كبديل للتخلص من الثقافات الأخرى و تحويلها إلى ديكور فارغ من محتواه القيمي و المعنوي، تلك هي نظرة العولمة للثقافة الإنسانية، و الإنسان البضاعي. " إنها دعوة إلى عصر التوحش و التحول بالإنسان إلى وضع أكثر- تشيبيثية — على محمل السلع المستديم للقيم و الأشياء. " ²² لقد أصبح الناس مرتبطين طوعا أو كرها بالدولة العالمية، و بالثقافة الواحدة المهيمنة، الأمر الذي عمق الهوية بين مكونات الهوية الأصلية، و جعلها في مفترق الطرق. إن وسائل الإعلام المعاصرة و على رأسها التلفزيون، أصبحت الحامل الأساسي للثقافات و الأيديولوجيات و السلع...و صارت أدوات مهمة في التأثير الكوني للنزعة الاستهلاكية الرأسمالية، و ساهمت في ترسيخ الإمبريالية الثقافية مع الشركات المتعددة الجنسيات، و المقصود بالإمبريالية الثقافية: " فرض ثقافة قومية واحدة على أخرى في عملية تلعب فيها وسائل الإعلام دورا محوريا، باعتبارها ناقلة للمعاني الثقافية

التي تخترق ثقافات الأمم الأدنى منزلة، و تسيطر عليها.²³ يربط في هذا السياق الباحث (روبنز)، الرأسمالية بالإمبريالية الثقافية قائلا: " بالرغم من تصويرها نفسها- أي الرأسمالية- دائما ممتدة عبر التاريخ و متخطية للحدود القومية و قوة التحديث و الحداثة، إلا أن الرأسمالية العالمية تتصل في جوهرها بالتغريب : أي تصدير السلع و القيم و الأولويات، و أساليب الحياة الغربية.²⁴ يلعب التلفزيون دورا هاما في إنتاج و إعادة إنتاج ثقافة ترويجية تركز على استخدام الصور المرئية، من أجل خلق علامات تجارية أو سلعية ؛ و هو الأداة الرئيسية لنشر التمثيلات في الثقافة، كما أن عولة التلفزيون مكنت من إزاحة الثقافة من مربطها، و هو ما أدى إلى تجاوز مجموعة متنوعة و مختلفة من الخطابات العالمية الغير متجانسة، أدت بدورها إلى ظهور هويات عرقية و أثنية دينية و هويات ثقافية مهجنة، و أخرى مفتتة ساعدت على تلاشي العادات و التقاليد لبعض الشعوب. هكذا هي العولة كل متكامل، ترتبط مظاهرها السياسية بالاقتصادية، و الثقافية بالإعلامية، و ترمي إلى: " بلورة ثقافة عالمية تتسم بملامح خاصة، تستفيد منها الفئات المهيمنة على الاقتصاد و السياسة و الإعلام، حيث تحتكر التقنية و الإنتاج الإعلامي، الذي يسمح لها بفرض نموذجها من خلال إنتاج و توزيع و استهلاك المواد الإعلانية و الاتصالية.²⁵ من حق لشعوب و الجماعات أن تتخوف من العولة الغية لكيانها الثقافي و العقائدي إذا كانت الظاهرة تسير نحو الوحدة الكونية لكل الثقافات لصالح ثقافة واحدة مهيمنة، تتسبب في تهميش و إلغاء الثقافات المحلية و الوطنية و القومية. و هناك من يرى في العولة ظاهرة إيجابية تؤكد على تعايش الثقافات و تجاوزها بعيدا عن صراع الحضارات و نهاية التاريخ...ثم أن العولة تعتمد على الصورة عبر وسائط الإعلام و الاتصال." ثقافة العولة، هي ثقافة ما بعد المكتوب، الثقافة التي يؤرخ ميلادها لاحتضار الثقافة المكتوبة، و ليست ثقافة ما بعد المكتوب، تلك هي ثقافة الصورة.²⁶

إن الحديث عن الثقافة و الهوية لا يكون بمعزل عن القيم و الرموز التي تتشكلان منهما، فثقافة أي مجتمع تصدر عن القيم التي يتبناها. و القيم هي السلوكات المرغوب فيها التي أجمع الناس عليها، ورد تعريفها في معجم مصطلحات الإعلام على أنها : " الأفكار العامة التي يشترك فيها الناس، حول ما هو جيد و غير جيد، أو خطأ، أو مرغوب فيه أو غير مرغوب فيه." و هي بذلك معايير عامة و صفات ضابطة لسلوك الأفراد و الجماعات، و هي صمام آمان و استقرار المجتمع و ازدهاره، تخضع للعرف و العادات و التقاليد، كما أنها تُكتسب عن طريق التنشئة الاجتماعية (الأسرة و المجتمع و المدرسة)، و الإعلامية من (خلال البرامج التربوية و التعليمية الهادفة). فالقيم تعد : " مقياسا يوجه سلوكنا فنعتمد في عمليات إصدار الأحكام و المقارنة و التقويم و التسويغ و الاختيار بين بدائل في المناهج و الوسائل و الغايات.²⁷ إن التأثير المباشر للعولة على القيم يستهدف النظام و الوعاء الذي يحتويها، و استبداله بمنظومة جديدة قائمة على الأهداف المعولة المبنية على الاستلاب الثقافي و القيمي (التنكر للذات)، و بذلك تنهار المنظومة الاجتماعية، و يصاب المجتمع بالاغتراب،



و الاختراق الثقافي عن طريق أساليب متنوعة قد يسميها البعض غزوا ثقافيا أو أنمذجة تحوّل الناس إلى بضاعة، كما تُحوّل الثقافة إلى سلعة تحت شعار حرية بلا حدود كمحاكاة لحرية التجارة و السوق الرأسمالي. بحيث تصبح الدول النامية خاضعة لمعايير اقتصاد السوق أمام ضعف أو غياب دور الدولة الوطنية. تسعى العولمة إلى ترويج القيم السياسية و الثقافية و الاجتماعية تحت الضغوط الهادفة إلى إحلال و تقوية الثقافة المدنية، و سلعة القيم الاجتماعية لجعل الشعوب تسير في فلك الدولة العالمية. "...بدأ التعامل مع ثقافات قومية و أوضاع اجتماعية متميزة، حيث اتجهت آليات الهيمنة نحو تدويل الاقتصاد و رأس المال و الإنتاج، و كذلك تدويل الاستهلاك بل تدويل الثقافة ذاتها." ²⁸ إن العولمة هي عالم بدون دولة و لا أمة و لا وطن، و إن كان البعض يعوزها إلى دولة بذاتها أو مجموعة من الدول المهيمنة و المسيطرة على مناحي الحياة، بما في ذلك السيطرة الثقافية و القيمة. " فهي أي العولمة...عالم الشركات الكبرى المتعددة الجنسيات، و الشبكات العالمية (الفاعلة) و القاهرة للثقافات الضعيفة (المفعول بها)، و هم المستهلكون للسلع و الصور و المعلومات التي تفرض عليهم. أما جغرافية أوطانهم فهي الفضاء المعلوماتي الذي تصنعه شبكات الاتصال، الفضاء الذي يحتوي و يسيطر على الاقتصاد و السياسة و الثقافة و يوجهها." ²⁹ لا بد من الحيطه و الحذر لما تمثله عولمة الإعلام من تهديد للتنوع الثقافي، خاصة في الدول النامية، التي تحولت إلى مسرح للتجارب و الأطروحات الغربية التي مازالت تمثل تحديا تاريخيا استعماريًا و إمبرياليًا ضرب و لا يزال يضرب مقومات الشخصية الوطنية تحت شعارات رنانة مخادعة. ما فتئت الدول الغربية تمارس أسلوب الإقناع و الاستمالة اتجاه الدول الهشة لاستدراجها في ملتها، و إن اقتضى الأمر تستعمل القوة الاقتصادية أو العسكرية كورقة لإخضاع الآخر، " إن أمريكا تؤمن بأن قيمها صالحة لكل الجنس البشري، و أننا نشعر أنه علينا التزاما مقدسا لتحويل العالم إلى صورتنا." ³⁰

– التصنيع الثقافي (الصناعة الثقافية) :

ظهر هذا المصطلح مع التطور الهائل لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال، و ثورة المعلومات التي أنتجت (مجتمع المعلومات). و المقصود بهذا المفهوم (الصناعة الثقافية) هو : عملية إنتاج و صناعة الثقافة باستخدام أدوات التكنولوجيا الحديثة. كما تُعتبر الصناعة الثقافية ظاهرة ناتجة عن العلاقة بين وسائل الإعلام و الاتصال و الثقافة الجماهيرية التي انتشرت في المجتمع الجماهيري بدلا عن الثقافة الراهنة، و يبدو من خلال رؤية مدرسة (فرانكفورت): " أن الآلية التي استخدمت كانت تتجه إلى تزييف الثقافة الجماهيرية، التي تحوّلت بفعل وسائل الإعلام إلى نوع من الصناعة، تلك الصناعة للثقافة أصبحت الفاعل الرئيسي في التغير النفسي المجتمعي، و إن كانت السلع كما أشار (ماركوز) و (أدورنو)، أصبحت الوسيلة المستخدمة لتهذبة الجماهير، فكان لا بد أن يتحول كل شيء إلى سلعة، فأصبحت الثقافة أيضا من ضمن السلع، و لترويج هذه السلعة تم استخدام الفيلم و الأغنية و الإعلان." ³¹ هناك تباين بين تعريفات الصناعات الثقافية، حيث يجعلها

البعض مقتصر على ما يعرف بالرسالة الثقافية (مضمونها و ما تنقلها عنه وسائل الإعلام السمعية البصرية و المكتوبة. في حين يرى البعض شموليتها للأجهزة المستعملة...بينما يرى فريق آخر أنها تهضم فقط تلك الأعمال الإبداعية الفنية الفردية أو الجماعية كالمسرحيات و الباليات و الأوبرا...و منهم من يرى أن دورها لا ينطبق على الجانب الثقافي، بل يتعداه ليشمل المعرفة بصفة عامة.³² أما المدرسة الأمريكية فتتميل إلى استخدام مصطلح (صناعة المعرفة) كمفهوم وظيفه الباحث (ف. ماكلوب) و هو يشمل العديد من آلات انتاج المعرفة، و منها آلة الاتصال...في الوقت الذي استكملت فيه المدرسة الألمانية لاحقا المفاهيم السابقة، و أطلقت بدل الصناعة الثقافية، مصطلح: صناعة الوعي... يطلق عليها البعض الآخر " الصناعات الإعلامية، لأن هذا التعبير أشمل و أقدر على استيعاب مجال الصناعات الواسع، و المعروف عن وسائل الإعلام قدرتها في حفظ و إرسال و استرجاع الرسائل و المعلومات الثقافية."³³ مع نهاية السبعينات كانت الصناعات الثقافية قد فرضت نفسها من خلال المطبوع و المسموع و المرئي، و اتجهت نحو تسليع الثقافة و الإعلام بقوة رغم أن تسليع الثقافة: " مسألة قديمة طرحتها مدرسة فرانكفورت منذ الأربعينيات، و شكّلت مدخلا لنقد الثقافة الجماهيرية، أو إدانتها. نعتقد أن هذا النقد أو الإدانة كانت تنطلق من الرافض الضمني لفكرة تصنيع الثقافة الذي يسلب منها كل تجارب أصيلة و متميزة، أكثر من استنادها لرفض نمط الإنتاج الرأسمالي للثقافة."³⁴ تعالت الانتقادات الراضية لتسليع و تصنيع الثقافة، في سياق العولمة التي تسعى إلى نقل الناس و الحياة من جغرافيتها الحقيقية إلى فضاء جديد تحت السيطرة الكاملة و الضغوط من طرف الفاعلين، لفرض قوانين السوق على الإنتاج الإعلامي و السينمائي " لقد استهجنّت الكثير من الأوساط هذه الضغوط.

تسعى لمقاومتها، خاصة تلك التي تحمل حنين الماضي الذي يربط بين الثقافة و الخدمة العمومية. الحنين المشبع بالرؤية الطوباوية التي تجمع بين الثقافة و التحرر، أو التي تخشى على مستقبل المواد الثقافية (الوطنية) جراء إخضاعها عنوة لقوانين السوق.³⁵ يضم الباحثان (هوركايمر)، و (أدرنو)، صوتهما إلى المنظومة النقدية للصناعات الثقافية و اللذان يعتبرانها نموذجا رائعا للتسليع، أي تحولها إلى سلعة و بضاعة " إن تحول الفعل الثقافي إلى قيمة تجارية، يقضي على قدراته النقدية، و يمحى بصمات التجربة الأصيلة الكامنة فيه."³⁶ بمعنى أن عملية التصنيع التي تساهم فيها و بقوة وسائل الإعلام و الاتصال، فصلت الثقافة عن مبدعها و منتجها الأصلي، و أفرغتها من بعدها الإنساني، و صار الفنان و المبدع و الإنسان الحلقة الضعيفة في خضم الإنتاج الثقافي المعقد، الذي حوّل الثقافة إلى بضاعة سوقية تباع و تُشترى كبقية المنتجات و السلع الاستهلاكية. الوضع نفسه انعكس على الجمهور المتلقي الذي تحوّل بدوره إلى : " سوق واسعة يجب استثمارها، و ظهرت أسواق تجارية لمحاصيل ثقافية وفيرة، و جاهزة، إذ صارت فيها الثقافة سلعة يمكن تسويقها أيضا من أجل تحقيق الأرباح و المكاسب المادية."³⁷ مس تأثير العولمة و امبراطورياتها الثقافية و الأفراد على حد سواء، و كان تأثير النظام



الرأسمالي و مؤسساته الاحتكارية كبيرا على القيم و الأفكار و الموروث الشعبي بكل أشكاله و أنماطه، و أضحى إنتاج الثقافة السلعية يتوقف على قيمتها التبادلية، و ليس قيمتها في الاستخدام، بمعنى تصنيع الثقافة بهدف الربح، على حساب الهوية الوطنية و القومية و الثقافية، التي تتلاعب بها رياح العولمة و الإعلام المفتوح، إلى جانب روافدها الأخرى الاقتصادية و السياسية و العسكرية. إذ أن هذه الروافد خصوصا الإعلامي منها: " يجهد بكل إمكانياته المتوفرة و المتطورة لإلغاء الفوارق أو الملامح التي تميز تلك الجماعات و الشعوب عن النموذج المحتذى... أي النموذج الغربي بما يمتلك من إمكانيات هائلة في شتى المجالات، و الهدف يتمحور حول إعادة إنتاج أو تنميط الإنسان الآخر... ليكون نسخة للنموذج الغربي أو الأمريكي على وجه الخصوص".³⁸ و أن يكون مستهلكا نموذجيا للسلع المادية و الفكرية و القيمية، الوافدة من الدول الغربية عبر مختلف الطرق و القنوات، ذلك أنها تدعي لنفسها و بصورة أنانية أنها الأفضل في القيم السياسية و الاقتصادية و الأخلاقية، و أنه يجب على الآخرين اتباعها و تقليدها، عن طريق الانخراط في ثقافتها و هويتها العالمية. و من هذا المنطلق بات الرهان أمام الهيمنة الثقافية، و الصناعات الثقافية يقوم على مدى قدرة و طاقة الشعوب على إنتاج ثقافتهم الخاصة، و التحدي لمواجهة الغزو الفكري الأجنبي عن طريق استغلال وسائل الإعلام و الاتصال في تأصيل و تثبيت و نشر هوياتهم و موروثهم الشعبي. " رصد كثير من الباحثين إعادة انتعاش العديد من الأقليات الثقافية بعد أن قاربت على الانقراض كثقافات الهنود الحمر بأمريكا، أو بعض الجماعات العرقية في مجتمعات أوروبية و شرقية، فقد سهلت وسائل الإعلام و الاتصال خصوصا القنوات الفضائية و شبكة الأنترنت من تواصل أفراد هذه الجماعات، و مكنتهم من إعادة تجميع عناصر ثقافتهم..."³⁹

– الثقافة في وسائل الإعلام المرئية المعاصرة:

تؤكد الدراسات على أن تسليع الإعلام بدأ مع ظهور وكالات الأنباء العالمية، و تدويل الصورة التلفزيونية مع ميلاد هذه الوسيلة. يلاحظ وجود تداخل بين الترفيه و الإعلام و الثقافة كما يقول الباحث (نصر الدين لعياضي) " ... و الأكثر من هذا التداخل بين صناعة الإعلام الآلي و البريد و الاتصالات و صناعة المعرفة و الثقافة. يرى البعض أن التداخل المذكور هو من صنع عملية " تتجير " (تجارة) الثقافة و الترفيه و الإعلام و تحويلهم إلى سلعة تلهث وراء " مثيولوجية " الجمهور العريض الذي فقد عرشه في زمن تضافرت فيه الأسباب " لتفتيته " و توفرت الشروط لازدهار الاتصال الشخصي أمام تضعف المكانة المهيمنة للاتصال الجماهيري".⁴⁰ و عليه فإن الثقافة الجماهيرية لا يمكن تبرئتها أو اعتبارها محايدة، بل كانت تسعى لتحقيق أهداف اقتصادية، مستغلة في ذلك حاجات و رغبات الجماهير للمعرفة و الاطلاع، مما دفع ببعض الباحثين للتأكيد على أن: " الثقافة الجماهيرية في وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيرية، تحولت إلى أداة من أدوات القمع، و توارى نهائيا حلم رؤية الثقافة الجماهيرية أن تصبح عنصرا من عناصر التقدم و التحرر الفكري بالنسبة للفرد و المجتمع".⁴¹



نحن أمام ثقافة تعتمد على ظاهريتي التسطيح و التعليب للتراث الشعبي و ما يتضمنه من قيم و عادات و تقاليد و طقوس و أعراف...ثم أن هذا التبسط من طرف وسائل الإعلام للمعارف و الثقافة يقضي على ذوق الجمهور، و يحوِّله إلى مستهلك بلا وعي يتابع البرامج التلفزيونية بانبهار و إدمان شديدين عبر جهاز وُصف بأفضل الأشياء و أسوئها في آن واحد. و في زمن الاتصال طغي الجانب المبهر و المغري بالمؤثرات الخاصة، و الحيل البصرية التي أصبحت تشكل قيمة في حد ذاتها، استطاعت تحويل الأبصار (المشاهدة) إلى الاهتمام بالشكل على حساب المضمون. و لذلك قامت النظرية النقدية بنقد مظهر وسائل الإعلام الجماهيرية، التي يعتمد عليها أصحاب القرار و السلطة كوسيلة لضبط المجتمع، و فرض نفوذهم و العمل على نشر الثقافة الجماهيرية الاستهلاكية. يرى الباحث (أدورنو)، أن التراث أو الثقافة الشعبية لا يجب أن تُفرض على المجتمع من خلال وسائل الإعلام و الاتصال السمعية البصرية، و لكن " الثقافة الشعبية بالفعل هي الثقافة النابعة من حياة أولئك الذين ينتجونها".⁴² و ليست تلك التي تبثها و تعكسها وسائل الإعلام، على أنها الصورة التي يجب أن يكون عليها المجتمع. و يضيف (أدورنو) حول تحليله لسلبات صناعة الثقافة، أن المطلوب الآن : " أن نفكر كما يفكر النجوم، و أن نتعلم منهم ما معنى أن نصبح أفرادا أسوياء، و أن نحذو حذوهم و نتبع أسلوب حياتهم...إن مشكلة صناعة الثقافة ليست في أنها تخدع الناس و حسب، بل لأنها تعرض هذا الخداع على أنه ضرب من التنوير".⁴³ يتبين من ذلك دور وسائل الإعلام الناقلة لمفهوم السوق الاستهلاكية الغربية للمواد الثقافية المصنعة، حيث تقوم التكتلات الاقتصادية الكبرى بتعبئة التكنولوجيا و الرساميل، و توظيفها في سوق الاتصال، لتسويق سلع ثقافية حاملة لأفكار و معتقدات تهدف إلى تعميق ظاهرة الاغتراب الثقافي و الهوياتي لدى دول الجنوب، و تكريس صورة الغرب المتفوق بوصفها حالة طبيعية.

– ثقافة تلفزيونية أم برامج ثقافية ؟

تعتبر وسائل الإعلام المرئية أداة من أدوات الاتصال الجماهيري، تتميز بالقدرة على إيصال الرسائل و المعلومات، في اللحظة نفسها و بسرعة لجمهور غير متجانس ثقافيا و جنسيا و تعليميا، و متباين في الرغبات و الاتجاهات. و نشر الثقافة، هي واحدة من الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام " يسعى الإعلام و الاتصال إلى نشر الأعمال الثقافية و الفنية بهدف المحافظة على التراث، و التطوير الثقافي عن طريق توسيع آفاق الفرد، و إيقاظ خياله، و إشباع حاجاته الجمالية، و إطلاق قدراته الإبداعية. « و الأصل في الإذاعة و التلفزيون أنهما مؤسسة اجتماعية و ثقافية توجه و تربي و تعلّم و ترفّه. لكنهما تأثرتا بفعل العولة الإعلامية و الثقافية فانزاحتا نوعا ما عن مسار خدمة الثقافة، و اتجهتا نحو الإعلانات لكسب الأرباح و التمويل، و معروف عن قبضة الإعلان، و ما يمارسه من ضغوط على نوعية البرامج، خاصة الثقافية؛ التي لا تجذب الجمهور العريض. إن التلفزيون في جوهره يميل إلى الترفيه و المتعة و التسلية كبث المسرحيات و الرقص الفولكلوري و السكاتشات ، لمساعدة الناس

في الترويج عن النفس، باعتبار ذلك حاجة إنسانية واجتماعية. فأوضحت الثقافة التلفزيونية المسطحة هي السائدة على البرامج الثقافية الحقيقية لأن الثقافة : " وليدة فكر يستثمر في الزمن، و نتيجة صبر و عناد، بينما التلفزيون يشجع الآتي و اللحظي. " ⁴⁴ يرى بعض الباحثين أن الثقافة الحديثة تمر بأزمة فعلية، بسبب إضفاء الطابع الجماهيري عليها. فعملية جمهرتها تتطلب إعادة إنتاجها و تكييفها و تسطيحها عبر الصورة و الصوت، لجعلها بضاعة سوقية استهلاكية. " لا يمكن تغاضي دور الوسائل السمعية البصرية في جمهرة الثقافة، بحيث لم تعد هناك ثقافة بالمعنى الحقيقي و الدقيق، إنما يوجد هناك ترفيه جماهيري يتغذى من المواد الثقافية. " ⁴⁵ تحوّل المتلقي خلال العقدين الأخيرين من القرن العشرين، إلى مستهلك بعدما فقدت الثقافة أصالتها و قدسيتها، و تحوّلَت إلى سلعة كباقي السلع الاستهلاكية من خلال برامج فرجوية، تستثمر في الثقافة الأم للشعوب و الجماعات. و بالتالي فإن وسائل الإعلام و الاتصال السمعية البصرية، تمّ تحميلها مسؤولية تهيمش الأنماط التقليدية الثقافية، و إنتاج ثقافة هامشية تتسم بالزيف لتكون قابلة للتسويق الفوري. و في هذا الصدد يشير بعض الباحثين إلى ظهور مفاهيم جراء هذا الاستخدام للثقافة، و هما: الاغتراب الثقافي و التلاعب بالعقول كآليات يمارسها التلفزيون على المشاهد في المسألة الثقافية و القيمة. و من أبعاد العولة حسب " جيمس روزناو" : انتشار المعلومة على أوسع نطاق — زوال الحدود الطبيعية بين الشعوب و الدول — ارتفاع معدلات التشابه بين المجتمعات و الجماعات. و المقصود بالبعد الثالث هو صياغة ثقافة عالمية بقيم و معايير القوى الكبرى، طبعاً بعد الوحدة الاقتصادية للأسواق التجارية و المالية...أحدثت التحولات الاتصالية عبر البث المكثف للثقافات مفهوم "التثاقف" أي تأثير الثقافات بين بعضها البعض نتيجة الاتصال و الذي يترتب عنه حدوث تغييرات في الأنماط الثقافية الأصلية و السائدة داخل الجماعات ذات الثقافة المختلفة، فرغم أهمية الاحتكاك و التبادل الذي يساعد على اكتساب أنماط جديدة و سلوكيات... " مما بات يخشى على فقدان الهوية الثقافية لشعوب و جماعات بعينها...كثقافات و حضارات العالم الثالث أو دول الجنوب على العموم. " ⁴⁶ يحمل كثير من الباحثين وسائل الإعلام و التكنولوجيا بما فيها القوة العسكرية مسؤولية الإفساد و التغيير السلبي الممارس على الثقافات الدنيا، من طرف الحضارات الغربية، بحيث صار هذا الغزو الفكري مادة يومية في الفضائيات لضرب المنظومة القيمية، و الأخلاق و العادات، و أشكال السلوك المنظمة للهويات و الثقافات. " بينما تحاول تيارات فكرية مواجهة عمليات التثاقف بالدعوة إلى الانغلاق على الذات على ما تصدره الثقافات الغربية، و الاستعانة على تلك الصادات بالعودة إلى التراث و الدين و الحفاظ على قيم المجتمع و تقاليده الأساسية...و الاكتفاء بما هو ضروري للعصر. " ⁴⁷ و الضروري في هذا المقام العلوم و المعارف و المهارات الغربية التي هي لب حضارتها، و ليس قشورها المتمثلة في اللباس و تسريحات الشعر المثيرة للجدل، و العري... و غيرها من المظاهر التي يعتبرها ضعاف العقول تقدماً و حضارة. إن قوة و متانة الثقافة، تكمن في قدرتها على المواجهة و التصدي من ناحية، و قدرتها



على الحوار، و سرعتها في الاستجابة للتعامل مع الطارئ و الجديد و الغريب و الهجين من ناحية أخرى. من بين أهم الأفكار التي ناقشتها مدرسة فرانكفورت (الفتشية السلعية)، في المجتمع الاستهلاكي، منها مفهوم (التشيؤ) الذي يراد به : تحول ما ليس بشيء مادي، ليصبح شيئاً مادياً... وينطبق ذلك على الفكر و الفن و الثقافة، ما ينطبق على الأشياء المادية. و هنا يتجرد الفرد من إنسانيته، و تصبح الأشياء (المواد الاستهلاكية) غايتها الأساسية، و الإنسان المتشيع هو: " إنسان ذو بعد واحد قادر على التعامل مع الأشياء بكفاءة غير عادية، من خلال نماذج اختزالية بسيطة، و لكنه يفشل في التعامل مع البشر بسبب تركيبتهم." ⁴⁸ يتضمن التشيؤ ظاهرة الإغتراب و التي تسعى الدول الكبرى إلى تسويقها عبر آليات عديدة على أنها حاجات، لكنها في الواقع حاجات كاذبة تصنعها و تبثها وسائل الإعلام التي يتحكمون فيها.

– التأصيل الثقافي والهوياتي:

لا شك أن العولمة ظاهرة من ظواهر التغريب الثقافي الهوياتي، جاءت لاستكمال مشاريع الغزو الفكري التي بدأها الاستعمار القديم (التقليدي)، منذ زمن بعيد. فبعد أن غزت المجالين الاقتصادي و السياسي، توجهت للقضاء الثقافي الذي يمثل الذات و الأنا للشعوب و الجماعات. لأن الغرب يعلم علم اليقين مدى أهمية دور الثقافة و الهوية في مقاومة الاستعمار، و من أمثلة ذلك البعثات الأنثروبولوجية الاستطلاعية التي سبقت الغزو العسكري الفرنسي للجزائر، و هي حملات تبشيرية و مُهدة لدراسة و تحليل البني الثقافية المكونة للشخصية الوطنية الجزائرية. و هي نفس العملية التي نفذها (نابليون بوناپرت) في مصر... " و في مجال الصراع الثقافي العسكري لا بد من استحضار النموذج السوفيتي خلال الحرب الباردة مع أمريكا، و التي استندت إلى أساليب عسكرية و سياسية في البداية، ثم تحولت إلى المجال الإعلامي و الثقافي؛ مما جعل الجبهة السوفياتية تفقد القدرة على الممانعة." ⁴⁹ و من ثم صار النموذج الأمريكي (الأمركة) الأكثر تسويقاً بعد انهيار الكتلة الشيوعية و أحلافها و هي دول المنظومة الاشتراكية و دول العالم الثالث منها الدول العربية و الإفريقية... حيث سادت في هذه الدول مظاهر التقليد و المحاكاة للدول الأوروبية على نطاق واسع فيما يتعلق باللباس و نمط الحياة الاجتماعية، و طغيان الحاجات المادية على القيم و المبادئ و التراث. و الخوف من مظاهر العولمة الثقافية بدأ داخل الدول الغربية بعدما شعرت بتأثير النموذج الآخر (الغربي و الأمريكي) على ثقافتها كفرنسا و اليابان و الصين... فرنسا التي لجأت إلى الخدمة العمومية و تبنتها لكنها لم تطبق المفهوم تطبيقاً صحيحاً لأسباب نذكر منها : تلك التساؤلات على الصعيد الأوروبي بخصوص مفهوم الثقافة الوطنية، و الإجماع الوطني بسبب مطالب الأقليات و ظهور الثقافات الثانوية، بحيث صارت الخدمة العمومية لا تمثل مرآة المجتمع بقدر ما تمثل مصالح الطبقات المهيمنة اقتصادياً و سياسياً و ثقافياً. " من أكثر البلدان اهتماماً بالقطاع العام في التلفزيون هي فرنسا، بسبب حساسيتها اتجاه الغزو الأمريكي و الياباني و مخاطره على صناعتها الاتصالية و ثقافتها



الوطنية... كما صرح به (جورج فيليود)، كاتب الدولة لتكنولوجيا الاتصال في جريدة (لوند) 21 مارس 1984، قائلا : إن فرنسا ليست إيطاليا و ليست أمريكا، يجب عليها أن تضطلع بميراثها: تقاليدها، أخلاقها، بنيتها، و منشآتها التقنية... إن اللوح ليس بأملس. " ⁵⁰

– ما المقصود بالتأصيل؟

لفظ التأصيل، مصدره الفعل: أَصَلَ، و منه الأصل: جمع أصول، و الأصل : أسفل كل شيء ، و أصل الشيء: صار ذا أصل. و تأصيل الشيء: جعله ذا أصل ثابت. و رجل أصيل: له أصل. و يقال: لا أصل له و لا فصل: الأصل بمعنى الحسب، و الفصل: اللسان. " و التأصيل يراد به الاستناد إلى أصل واضح و متمسك. و هذا الأصل إما أن يكون على صورة دليل أو قاعدة. و الدليل إما أن يكون من الشرع أو العقل أو الإجماع. و القاعدة إما أن تكون فقهية، أو أصولية أو كلامية أو لغوية، أو قاعدة عرفية... بهذا فإن التأصيل هو منهج، أو طريقة في النظر، تستند على أصل واضح و ثابت. " ⁵¹ و المعنى الإجرائي له : هو تجريد المفهوم من الارتباط بالفلسفة الأوروبية، ليكون معناه متصلا بالزمن و العصر و فضائهما الفكري و الأخلاقي، و كذلك ارتباطه بالحدثة. و الشعوب و الدول في حاجة إلى تأصيل تراثها و ثقافتها للمحافظة عليها من أشكال الغزو و الهيمنة الجارفة، التي تروّج لها وسائل الإعلام و الاتصال باسم (الحداثة) و ما بعدها، و هما مفهومان أوروبيان من حيث المعنى و الدلالة، و النشأة و التكوين. و الحداثة عندهم نقيض لكل ما هو تقليدي (قديم)، و ليس لها حدود و لا نهاية، من منطلق أن كل شيء سيصبح قديما ذات يوم، فهي ظاهرة دائمة التجديد و التجدد. أفرزت عولمة الإعلام و مدى تأثيرها، تيارات فكرية مؤيدة و أخرى ممانعة، فأصحاب ما بعد الحداثة يعتبرون العولمة الإعلامية، امتدادا و انتشارا في الفضاءات الجغرافية، مع تقديم مضمون متشابه، و ذلك كمدخل للتوسع الثقافي، معتبرين أن هذا الإمتداد هو فصل للمكان عن الهوية، و قفزة فوق الحدود الثقافية... أما الاتجاه الرأسمالي الليبرالي فيرى في عولمة الإعلام تحقيق مكاسب ربحية أكثر من خلال ملكية وسائل الإعلام و الإتصال. و الإتجاه الفكري الثالث المانع و المعارض للظاهرة، ينظر إليها كعملية هدم للتنوع الثقافي، و اكتساح الهويات و محو الخصوصيات. يرى الباحث (هربرت شيلر)، في عولمة الإعلام: " أسلوبا يدفع إلى التوسع العالمي لثقافة الإستهلاك، عبر إدراج قيم و أفكار أجنبية، تطمس الهويات الوطنية و المحلية. " ⁵² يبدو هذا التأثير المخيف واضح المعالم عل مستوى الثقافات المحصنة القوية، و الثقافات الهشة الضعيفة على حد سواء. لذلك لجأت دول الإتحاد الأوروبي لتقنين البث التلفزيوني ضمن سياستها الثقافية، عن طريق فك الإرتباط بين التلفزيون التجاري (القطاع الخاص)، و التلفزيون العمومي (القطاع العام)، نظرا للتشابه في تقديم المضامين و المواد، رغم اختلاف مصادر التمويل، حيث يعتمد القطاع الخاص على عائدات الإعلان (الإشهار)، و القطاع العام على خزانة الدولة. مع إلزام تلفزيون الدولة بتخصيص وقت مناسب للقضايا الثقافية، و الإنتاج الثقافي



المحلي، و تطوير الثقافة عبر البث التلفزيوني، للحد من اللجوء المفرط إلى البرامج المستوردة، خاصة من الولايات المتحدة الأمريكية، التي تتضمن برامجها الأطروحة الثقافية الأمريكية كنموذج عالمي. " ...فهذه فرنسا عضو مجلس الأمن الدولي، و الدولة الصناعية...تتخذ سياسات رسمية و غير رسمية حازمة أمام مظاهر العولمة، خشية الغزو، فتفرض الحكومة الفرنسية على القنوات التلفزيونية تخصيص 60% من البرامج للإنتاج الأوروبي، حتى لا يطغى الإنتاج الأمريكي عليها...و حجت الدعم المالي لكل التظاهرات الثقافية التي لا تجعل الفرنسية لغة نشاطها...و صارت العولمة هاجسا يؤرق الساسة و المفكرين...حتى ليتمكن القول أن فرنسا تجتاز أزمة هوية وصفها بعض الكتاب بأنها: أزمة عصبية جماعية، نتيجة طغيان الثقافة الأمريكية الناطقة باللغة الإنجليزية. ⁵³ إن المحافظة على الهوية الذاتية هي مسألة وجودية، و سُنّة إلهية، تكمن فائدتها و عظمتها في تنوعها، و لولا ذلك لما خلق الله البشر على اختلاف ألسنتهم و أجناسهم و نواميسهم و عاداتهم و تقاليدهم...لقد شرع الهنود الحمر بأمريكا في استغلال وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيرية في إعادة إحياء تراثهم، بل نشره عبر الجهات الأربعة للكرة الأرضية، و هذا يدل على الجانب الإيجابي للعولمة و التكنولوجيا الاتصالية التي تتحول إلى مدافع و ممانع في حماية الهويات المحلية. و أن التمسك بالمأثورات وحدها لا تكفي لمواجهة الثقافة المعولمة بل يتطلب الأمر الاستثمار في الوسائل التكنولوجية، و وسائط الإعلام و الاتصال لتثبيت الهوية الثقافية و حمايتها، و مرافقة الفكر النهضوي المعولم على غرار ما فعله اليابانيون، و بعض الدول الأخرى. تقتضي دولة الحدائة نظما سياسية و اقتصادية و ثقافية محكمة تقوم على الصناعة و التصنيع أي على النشاط و الفعل، و التكتلات و الكارتلات على غرار النموذج الأوروبي، في الوقت الذي فشلت فيه المجتمعات العربية في إقامة أسواق عربية مشتركة، عدا بعض التجارب القليلة و الغير مستقرة، زيادة على التنافر و فقدان الثقة بين بعضها البعض، و دخولها في تحالفات أجنبية عن أصلاتها و تراثها، بل و استعمالها كآليات لإضفاء الشرعية على الغزو العسكري و الفكري مع للدول الصديقة و الشقيقة. " ... و يترك العصر الصناعي و مجتمع الاستهلاك، تدريجيا مكانهما لما يسمى (مجتمع الاتصال) و الهيمنة الأمريكية على التقنيات في هذا المجال تقود العالم إلى أشكال جديدة من التبعية الثقافية. فالثقافة الأمريكية تنتشر في المعمورة و تفرض نفسها ليس في الجنوب، بل في أوروبا أيضا. ⁵⁴ على الأفراد و الجماعات إدراك مدى تأثير وسائل الإعلام و الاتصال عليها، لتجنب مخاطرها، و تنظيم فترات المشاهدة للبرامج النوعية و الهادفة، بدل الإدمان عليها. إن المواد و البرامج التي تتدفق بدون انقطاع تعمل على غسل الدماغ، و إحداث القطيعة مع الذات، و تسوّق الانهزامية و الإمتاع و روح الانتكالية و إضعاف معاني التضحية و تشجيع القيم السلبية و العنف و الانحراف. " إن الهوية الثقافية الوطنية كثيرا ما تهددها التيارات الأجنبية التي تساعد أجهزتها الإعلام على الرواج، ذلك أن الاعتماد على النماذج المستوردة التي تعكس قيما و أساليب حياة غربية يعرّض الذاتية الثقافية للخطر، و أن التصدي لهذا الغزو الثقافي



لأمر حتمي موكل بالذات إلى أجهزة الإعلام.⁵⁵ تحولت هذه الوسائل من دورها كقنوات نقل (حوامل)، إلى فاعل اجتماعي في صناعة الأحداث والمعلومات، لها سوق وزبائن (الجمهور المتلقي)، و دوائر صناعة القرار، والشركات العالمية التي تغذي أطروحة الثقافة العالمية. مع أن بعض المنظمات الدولية كاليونسكو عالجت قضية الثقافة في الاتصال، و حذرت من هيمنة ثقافات الدول المتقدمة على الدول النامية، خشية تهديد و تفتيت ثقافتها الأصلية. تعيش حاليا الدول الهشة و النامية تبعية اقتصادية و إعلامية لأوروبا و أمريكا، فليس في مقدورها التحرر و الاعتماد على الذات بسبب نقص الوسائل و الموارد المالية، و ربما الفساد الذي طال أجهزتها من الداخل، و غياب مؤشرات التنمية الحقيقية. "...و كما حاول الاستعمار القديم أن يطمس الهوية القومية للشعوب المستعمرة حتى ترضى بالاحتلال العسكري، فإن المستعمر الجديد يعمل على الترويج للقيم و الأفكار التي تعمل على تشويه الهوية الثقافية لدول العالم الثالث، قصد تكريس التبعية الإعلامية أو الاستعمار الإعلامي الجديد." ⁵⁶ و ذلك من خلال نفوذ وكالات الإشهار العالمية على الأسواق الإعلامية بما فيها أسواق الدول النامية، و الإقبال الملحوظ على الإنتاج الإعلامي و السينمائي الأجنبي، الذي يقوم على تلوين و تحريف و فبركة الأحداث التي تغفلها وكالات الأنباء العالمية، عن دول العالم الثالث. بدأ الاهتمام بتأثير البرامج الأجنبية في الوطن العربي بعد الاستقلال، فالجزائر مثلا أطلقت صفارة الإنذار حول خطورة هذه البرامج و نتائجها السلبية على القيم الأيديولوجية و الاجتماعية و الثقافية، تحت ما سُمي بالنظام الإعلامي الدولي الجديد، الذي تبلورت معالمه خلال المؤتمر الرابع لدول عدم الانحياز المنعقد في الجزائر سنة 1973، و الذي أشار إلى قضية التبعية الثقافية من خلال المبادلات الرمزية التي تكرسها التبعية الإعلامية لوسائل إعلام المستعمر القديم لها... حيث تناولت الدراسات و البحوث الإعلامية الثقافية في الوطن العربي مفاهيم (الهيمنة الثقافية، الإمبريالية الثقافية، الغزو الفكري للعقول...) تبعا لعدم التكافؤ في التبادل الإعلامي بين الشمال و الجنوب. "على هذا الأساس ستنبص الجهود في حقل البحث في تلك الفترة، على الكيفيات و الأساليب التي تمكن من تحقيق الأمن الثقافي." ⁵⁷ و لا يزال الإعلام الجزائري في تقديري إعلاما تابعا من حيث الشكل و المضمون أحيانا إلى المنظومة الإعلامية الفرنسية باعتباره امتدادا لها، فهو يقلدها و يحاكيها و يوظف لغتها، رغم دسترة اللغة العربية لغة رسمية في التعامل و التداول. و للمحافظة على الذات الثقافية من الذوبان و التأثير، ينبغي أن تكون لهذه الثقافة القدرة على التأثير على الآخر بمعنى أن لا تنغلق و تتوقع على نفسها، أي أن تكون ثقافة فاعلة لا متلقية، فلا تنفتح انفتاحا كلياً، و لا تنغلق انغلاقاً مطبقاً.

و تندرج هذه الاستراتيجية في أهمية التبادل الثقافي و الاتصال الثقافي في زمن شيوع و انتشار وسائل الإعلام و الاتصال. خاصة التلفزيون الذي يرى فيه البعض الوسيلة الناجعة للتوجيه و التعليم و التثقيف، و هو نفس الوسيلة التي انتقدها الطرف الآخر باعتبارها مسؤولة عن الفساد الأخلاقي و الاجتماعي للأفراد و الجماعات. أي



أن وسائل الإعلام هي سلاح ذو حدين، لها إيجابيات و سلبيات، يجب التعامل معها بحذر شديد. و للخروج من دائرة المخاوف يجدر بالدول النامية أن يكون لها إنتاجا ثقافيا ذاتيا، و ذلك بتحويل المبالغ الضخمة لاستيراد البرامج الأجنبية، إلى مصدر تمويل للإنتاج الوطني، مادامت العلاقة قوية بين الثقافة و الدولة " لأن الدولة هي التي تملك أكبر دور النشر، و شركات إنتاج الأفلام و توزيعها، و دور المسرح، و القنوات التلفزيونية و الإذاعية... فهي تسيطر على الإنتاج الثقافي..."⁵⁸ و إذا أرادت هذه الدول تنمية الفعل الثقافي، فلا تخضعه للنزوات السياسية التي حولته إلى تهريج و فرجة مفرغة من الجوهر الثقافي. يضاف إلى ذلك المناسباتية، حيث صارت القضايا الثقافية مرتبطة بمناسبة، تنتهي بانتهائها، و هو أمر مقلق لمصير الثقافة الوطنية، التي تعصف بها رياح العولمة ذات اليمين و ذات الشمال. و يمكن للإنتاج الإعلامي و السينمائي أن يعيد بناء الهوية الثقافية على غرار ما قام بعض الباحثين و السينمائيين هنا و هناك فهذه الباحثة (إميلي سياسكا) وظفت المسلسلات التلفزيونية في الأرجنتين كمادة ثقافية، ساهمت في إعادة صياغة الهوية الوطنية الأرجنتينية. كما لجأ التلفزيون الأسترالي منذ الثمانينيات إلى خدمة الذاكرة الشعبية عن طريق الدراما التلفزيونية (الأفلام و المسلسلات...)، و قد تفتنت بعض الدول العربية إلى أهمية الإنتاج السمعي البصري، فراحت تصوّر المسلسلات الاجتماعية الثقافية و التاريخية لتعزيز الشعور الوطني، و استقراء الذاكرة الجماعية.

" لقد استطاع البرازيل شحذ هويته و بناءها و هو لا يملك تقاليد و عادات بسبب إبادة السكان الأصليين، و طمس لغته التي حلت محلها اللغة البرتغالية (لغة المستعمر)، و هو بلد متعدد الأعراق، و لا يملك البرازيل أي سند لتشكيل هويته، فرمى بثقله في الموسيقى و الأغنية الشعبية و المسلسلات التاريخية و الاجتماعية، و جعل منها حاملا لهويته الوطنية منذ سنة 1930، و التي اعتمدت على الإذاعة ثم التلفزيون ليخرجها من الإطار المحلي إلى الوطني. "⁵⁹ يبدو من ظاهر الإعلام المعولم، ذو الاتجاه الواحد أنه أصبح أداة تسويق و ترويج لهوية عالمية ذات طابع قسري إكراهي، هوية الأقوياء لفرضها على المجتمع الدولي كما يقول الباحث " عبد العزيز بن عثمان التويجري " فهي تتعارض مع سنة التعدد، و التنوع الثقافي، و لقد أُنذرت بانهيار القيم الفكرية و الثقافية الإنسانية، و فقدت الدول و الشعوب القدرة على التحكم في تدفق المعلومات و الأفكار المعولمة التي اخترقت فضاءها و لم تعد آمنة أمام وسائط الإعلام و الاتصال الكاسحة للجغرافيا و الهوية و الثقافة.

إن العولمة التي يراد بها تفوق و سيادة النموذج الغربي، لا يعني وجود صراع مضمّر بين دول الغرب نفسها، و يتجلى ذلك في عدة مظاهر منها على سبيل المثال لا الحصر؛ صراع اللغات (الإنجليزية و الفرنسية)، زيادة على التكتلات الإقليمية و الدولية، في شكل اتحادات أو تحالفات للحد من الهيمنة الأحادية. أما دول الضفة الجنوبية، فهي تشكل الحلقة الأضعف في المعادلة (القوة - الضعف)، أو (التطور - التخلف) بالمقارنة مع الدول المالكة للتكنولوجيا، و الاقتصاد، و القوة العسكرية...و لذلك يتوجب على هذه الدول الموصوفة بالضعف و



الهشاشة و التخلف، أن تجد لنفسها إطارا يحميها و يحافظ على كيائها من كل أشكال الغزو و الهيمنة، على منوال دول الشمال الموحدة. و أن تسعى لتفعيل آليات جديدة، و انتهاج سياسة المنطق المدني و الديمقراطية و حقوق الإنسان؛ في حدود عقيدتها و عرفها و عاداتها و تقاليدها التي تركز هذا الاتجاه، حتى لا يكون للغرب حجة لاستضعافها و تفتيتها على منوال الربيع العربي؛ الذي خطط له أصحاب نظرية (الفوضى الخلاقة)، الذين ارتكزوا على محو سمات الهويات الثقافية و الوطنية للشعوب و الدول. و يبدو أن العرب فشلوا عبر المنابر التي أسسوها كالجامعة العربية، و منظمة المؤتمر الإسلامي في استقطاب بعضهم البعض رغم اشتراكهم في اللغة و الدين و العرف و الوطن. إن العولة ليست أداة من أدوات و آليات الحداثة الرأسمالية، بل ايديولوجيا، لتركييع العالم و إخضاعه لنمط واحد هو النموذج الأمريكي بالدرجة الأولى. و من الباحثين من يرى عكس ذلك بحجة أنه لا يوجد دليل قاطع على أن العولة تسعى لمحو أو تهديد الهويات الوطنية، أو فرض منظومة ثقافية عالمية موحدة. لأنه يصعب طمس الظاهرة الثقافية بين عشية و ضحاها باعتبارها ضاربة في الجذور العميقة لتاريخ الجماعات و الشعوب؛ قد تضعف و تتراجع و تتأثر بتغيرات الزمان، لكنها مع ذلك تبقى حاضرة في وجدان أصحابها. كما أن الثقافة قد تأخذ صفة الازدواجية في الوطن الواحد، نحو ثنائية الثقافة في بلجيكا، أو ثقافة ثلاثية الأبعاد كما هو الحال في سويسرا، حيث يتحدث المواطنون أربع لغات، و في الجزائر رغم تعدد الإثنيات و اللغات (العربية و الفرنسية و الأمازيغية و التارقية و الميزابية...).

و مع ذلك فهي في حوار و تعايش و تلاحم رغم بعض المطالب الثقافية، التي يتم الإجماع عليها و تقنينها بعيدا عن كل صراع أو احتدام. لكن مقابل ذلك تخشى الثقافات من الاختراق و الهيمنة كما هو الشأن بين الفرانكفونية و الأنجلوساكسونية ، و اللغة العربية و هيمنة الإنجليزية و الفرنسية عليها بحكم الاستعمار و الانتداب. ورثت بلدان الضفة الجنوبية تركة ايديولوجية و ثقافية استعمارية، ظلت تمزقها قبل استفحال العولة كظاهرة عالمية، و لم تتمكن من التخلص منها بسبب التخلف و الضعف الاقتصادي الذي أرغمها على التبعية بشكل أو بآخر. ففي الجزائر مثلا لازال الصراع اللغوي الثقافي قائما بين العربية و الفرنسية خصوصا رغم حل إشكالية الأدب الجزائري المكتوب باللغة الفرنسية خلال الثمانينيات من القرن الماضي: على أنه أدب جزائري محض استعان أصحابه بالفرنسية كأداة لغوية نافسوا بها أصحابها الأصليين. و على ضوء هذه الملاحظات، و في خضم التحولات الجذرية التي يشهدها العالم، بات لزاما علينا و على العالم العربي و القارة الإفريقية التي ننتمي إليها جغرافيا و مصيريا، أن نراجع و نعيد النظر في آليات و ميكانزمات تفعيل ثقافتنا و هويتنا الوطنية، و نقدم تفسيراً لمواقفها و تخلفها عن الركب الحضاري، و نعيد صياغتها و قراءتها من جديد للوقوف على الثابت و المتحول فيها و الدخيل عليها، لجعلها صامدة أمام التيارات التغريبية المنطلقة من مقولة : لا مكانة للضعفاء أمام الأقوياء في زمن السرعة المعرفية و التكنولوجية.



الإحالات :

- ¹ عبد العزيز بن عثمان التويجري، التراث و الهوية، منشورات الإيسيسكو، الرباط، 2011، ص، 12.
- ² سورة الفجر، الآية 19.
- ³ سورة مريم، الآية 5.6.
- ⁴ أخرجه الحاكم في المستدرک، 1/462 و قال صحيح الإسناد.
- ⁵ أنظر، أبو البقاء الكفوي، الكلبيات، تحقيق، عدنان درويش و محمد المصري، مؤسسة الرسالة، بيروت، لبنان، 1995، ص، 961.
- ⁶ م.س، ص، 961.
- ⁷ Pierre L.Vanden Berghe, the ethnic phenomenon ; Ed, Elsevier, New-york, 1981.
- ⁸ الشريف علي بن محمد الجرجاني، التعريفات، دار الكتب العلمية، بيروت، 1995، ص، 257.
- ⁹ Phillipe Beneton, Histoire de mots , culture et civilisation ,traveaux de recherche de science politique,paris, 1975.
- ¹⁰ عدنان أبو مصباح، معجم مصطلحات علم الاجتماع ،دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص، 158.
- ¹¹ ندیس کوش، مفهوم الثقافة في العلوم الإجتماعية، تر، منير السعيداني، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، 2007، ص، 19.
- ¹² عدنان أبو مصباح، معجم مصطلحات علج، م.س.ذ، ص 162.
- ¹³ ابن منظور، لسان العرب، المجلد1، حرف الثاء.
- ¹⁴ هررد غوتفريد، مفكر ألماني و رائد مفهوم الثقافة النسبي الذي يرى أن لكل طبقة و شعب ثقافته الخاصة به.
- ¹⁵ مالك بن نبي. مشكلة الثقافة، تر، عبد الصبور شاهين، دار الفكر، دمشق، ط4، 1984، ص، 74.
- ¹⁶ فاروق العادلي، الأنثروبولوجيا التربوية، دار الكتاب الجامعي، القاهرة، 1981، ص، ص، 83، 84.
- ¹⁷ هو أنساق من الاستعدادات المستدامة و القابلة للنقل، إنها بني مبنية، قابلة مسبقا للاستغلال بوصفها بني مبنية، أي باعتبارها مبادئ مولدة و منظمة لممارسات و تمثلات يمكن لها موضوعيا أن تتأقلم مع هدفها من دون افتراض رؤية واعية للغايات و التحكم الصريح في العمليات الضرورية من أجل بلوغها.
- ¹⁸ Pierre Bourdieu , le sens pratique, le sens commun, maison des sciences de l'homme, ed, de minuit, paris, 1980, p, 88.
- ¹⁹ مراد زعيبي، الثقافة و العولة بين التكيف و التفاعل، ملتقى الجزائر و العولة المنعقد في 23، 22-11-1999، منشورات جامعة فسنطينة، الجزائر، 2001، ص، 120.
- ²⁰ أنظر، (آلبرو) ، العولة، المعرفة و المجتمع.
- ²¹ عبد العزيز بن عثمان التويجري، العالم الإسلامي في عصر العولة، دار الشروق، د.ت، ص، 47.
- ²² إدريس هاني، المفارقة و المعانقة، رؤية نقدية لمسارات العولة، و حوار الحضارات، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ط1، 2001، ص، 54.
- ²³ كريس باكر، التلفزيون العولة و الهويات الثقافية، تر، علاء أحمد إصلاح، ط1، مجموعة النيل العربية، 2006، ص، 94.



- 24 م، س، ص، 71.
- 25 أحمد مجدي حجازي، الثقافة العربية في زمن العولمة، دار قباء للطباعة و النشر و التوزيع، القاهرة، 2001، ص، 27.
- 26 عبد الإله بلقزيز، العولمة و الهوية الثقافية، مجلة المستقبل العربي، العدد، 229، 1998، ص، 95.
- 27 حليم بركات، المجتمع العربي المعاصر، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط2، 1985.
- أحمد مجدي حجازي، العولمة و تهميش الثقافة الوطنية، مجلة، عالم الفكر، المجلد28، العدد، 2، أكتوبر/ديسمبر، 1999، ص، 132.
- 28
- 29 عزام محمد أبو الحمام، الإعلام الثقافي، جدليات و تحديات، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2009، ص، 60.
- محمد الهادي الحسني، من خطاب الرئيس الأمريكي الأسبق (بيل كلينتون) الشروق اليومي، العدد 1924، 22.02.2007، ص، 13.
- 30
- 31 محمد علي فرح، صناعة الواقع الإعلامي و ضبط المجتمع، مركز نماء للبحوث و الدراسات، ص، 118، 119.
- 32 الصادق العاللي، العلاقات الثقافية الدولية، د.م.ج، الجزائر، 2006، ص، 155.
- 33 م، س، ص، 156.
- 34 نصر الدين لعياضي، وسائل الإعلام و المجتمع، ظلال و أضواء، دار الكتاب الجامعي، العين، 2004، ص، 140.
- 35 م، س، ص، 140.
- 36 م، س، ص، 105.
- 37 أديب خضور، دراسات تلفزيونية، ص، 14.
- 38 عزام محمد أبو الحمام، الإعلام الثقافي، جدليات و تحديات، م، س، ذ، ص، 61.
- 39 م، س، ص، 62.
- 40 نصر الدين لعياضي، وسائل الإعلام و المجتمع، ظلال و أضواء، م، س، ذ، ص، 142.
- 41 أديب خضور، دراسات تلفزيونية، م، س، ذ، ص، 9.
- 42 آلن هاو، النظرية النقدية، ص، 63، 62.
- 43 محمد علي فرح، صناعة الواقع، الإعلام و ضبط المجتمع، م، س، ذ، ص، 121.
- 44 أنظر: نصر الدين لعياضي، أين الثقافة في التلفزيون المعاصر، مقال، مجلة الفيصل الإلكترونية، تاريخ الزيارة، 2016/10/14.
- 45 نصر الدين لعياضي، م، س، ذ.
- 46 عزام محمد أبو الحمام، الإعلام الثقافي، جدليات و تحديات، م، س، ذ، ص، 95.
- 47 م، س، ص، 96.
- 48 محمد علي فرح، صناعة الواقع، الإعلام و ضبط المجتمع، م، س، ذ، ص، 129.
- 49 عزام محمد أبو الحمام، الإعلام الثقافي، م، س، ذ، ص، 107.
- سعيد بومعيرة، مفهوم الخدمة العامة و الصحافة، المجلة الجزائرية للإتصال، جامعة الجزائر، العدد8، شتاء 1992، ص، ص، .
- 11، 10⁵⁰
- 51 زكي الميلاد، التأصيل و الحداثة، مفارقة أم معانقة، مجلة النبأ، العدد85، نيسان 2007.



زويبر زرزايحي، العولة الإعلامية و الهوية في الجزائر، سلسلة أعمال الملتقيات، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث و الترجمة، 2010، ص، 255.⁵²

⁵³ عزام محمد أبو الحمام، الإعلام الثقافي، م، س، ذ، ص، 110.

⁵⁴ تيسير أبو عرجة، قضايا و دراسات إعلامية، دار جرير للنشر و التوزيع، ص، 194.

⁵⁵ مصطفى المصمودي، النظام الإعلامي الجديد، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1985، ص، ص، 204، 205.

⁵⁶ فاروق أبو زيد، انهيار النظام الإعلامي الدولي، القاهرة، 1991، ص، 171.

⁵⁷ أنظر، منظمة ألسكو، الخطة الشاملة للثقافة العربية، ط، 2، تونس، 1992.

⁵⁸ نصر الدين لعباضي، وسائل الإعلام و المجتمع، ظلال و أضواء، م، س، ذ، ص، 206.

Voir, Luis Martino, Brésil de la nation comme telenova, les cahiers de la médiologie, n° 3⁵⁹