

ثقافة الاستهلاك ومخاطر تدمير الهوية الوطنية في زمن العولمة الثقافية

الأستاذة: رحيمة عيساني

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية

1- العولمة الثقافية، المفهوم والمصطلح:

تشير الدراسات والبحوث إلى أن مصطلح "العولمة" بمفهومه اليوم لم يكن له وجود قبل منتصف عقد الثمانينيات وأن قاموس "أكسفورد" للكلمات الإنجليزية الجديدة أشار ولأول مرة لمفهوم العولمة سنة (1991) واصفا إياه بأنه من الكلمات الجديدة التي برزت خلال التسعينيات¹.

ووفقا لإصدار منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية في أوروبا (OECD) فإن مصطلح العولمة استخدم لأول مرة عام (1985م) من قبل "تيودور ليفت" تحت عنوان (عولمة الأسواق globalization of Markets) وقد استخدم (ليفت) هذا المصطلح لتوصيف التغيرات التي حدثت خلال الحقتين الماضيتين في الاقتصاد الدولي. وتأكيدا لهذا الرأي ذهبت سيلفيا أوسقي² من خلال عرضها لكتاب (روبرت جيلين) المعنون (تحديات الرأسمالية العالمية 2000) إلى أن كلمة عولمة ظهرت لأول مرة خلال النصف الثاني من الثمانينيات، والآن أصبحت هي الكلمة المهيمنة (password) في لغة العلاقات الدولية².

وإذا تبنا المصطلح في اللغة الإنجليزية وهو (Globalization) نجده مشتقا من جذر لاتيني هو (Glob) بمعنى الكرة الأرضية³، إلا أنه يختلط في المفهوم الاصطلاحي أحيانا مع مصطلح العالمية (Globalisme)⁴، وجاء في معجم (ويسترز: Webster's) أن (العولمة Globalization) هي إكساب الشيء طابع العالمية، وبخاصة جعل نطاق الشيء أو تطبيقه عالميا. وفي موسوعة إنكارتا الإلكترونية أن العولمة هي: "دمج ودمقرطة ثقافات العالم واقتصاداته وبنائه التحتية من خلال الاستثمارات الدولية، وتنمية تكنولوجيا

الاتصالات والمعلومات، وتأثيرات السوق الحرة على الاقتصادات المحلية والإقليمية والعالمية".

أما في اللغة العربية: فمصطلح "العولمة" واحد من ثلاث اصطلاحات عربية ترجمت الكلمة الإنجليزية (globalization) والآخرون هما: "الكوكبية والكونية"، وقد شاع استعمال لفظ العولمة أكثر من المصطلحين الآخرين (الكوكبية والكونية). فالسيد ياسين؛ يترجم (globalization) "بالكونية"⁵، ويترجمها إسماعيل صبري عبد الله (بالكوكبية)⁶ تصريفاً من فعل (كوكب): "إذا جمع أحجاراً ودفع بعضها البعض في غير شكل محدد، وهو ما يقال له كذلك (كوم) إذا جمع التراب" وأيده في هذا الاتجاه الدكتور محمد محمود الإمام، وعارض أحمد صدقي الدجاني استعمال لفظ (الكونية) مشيراً إلى محاولة توحيد المصطلح بين كلمتي (العولمة) و(الكوكبية) في حين يخلط محمد عبد الشفيق عيسى بين (العالمية) و(العولمة)، ويعدهما مرادفتان لمفهوم (التدويل) وهو هنا ينطلق من رؤيته أن (العالمية) ليست إلا العنصر الأيديولوجي - البيوتوبي للانخراط في سلك الغرب، أي عملية الغربية westernization عندما تتحول الدعوة إلى الاندماج في العالم على صعيد الفكر - عملياً إلى الإدماج في الغرب، ليس على الصعيد الاقتصادي فحسب، بل الاجتماعي والسياسي والثقافي⁷.

2- تعريف العولمة اصطلاحاً:

تذهب بعض البحوث والدراسات العربية في مجال (العولمة) إلى أن المصطلح (العولمة) بدأ بالظهور تحديداً في أواسط الستينيات في كتابين شهيرين هما⁸:

الأول: (war and peace in the global village) الحرب والسلام في القرية الكونية) لمارشال ماك لوهان وكنت فيور الذي طبع سنة (1970م). والثاني: (era لـ (زيغينو بوجنيسكي) ينطلق الأول من تجربة فيتنام، والدور الذي لعبه التلفزيون فيها ليصل إلى أن الشاشة الصغيرة حولت الجمهور من مجرد مشاهدين إلى مشاركين في الأحداث، الأمر الذي أدى إلى اختفاء الحدود بين المدنيين والعسكريين ويقول: بأن الإعلام الإلكتروني؛ في وقت السلم يجعل من التقنية محركاً للتغير الاجتماعي.

واستعمل بريجنسكي مصطلح (المدنية الكونية) حيث تتشابك الشبكات التكنولوجية أو التكنو إلكترونية، فيتحد الكمبيوتر بالتلفزيون بالهاتف بالاتصالات اللاسلكية، محولة العالم إلى "عقدة علاقات متشابكة ومتداخلة عصبية ومتواترة ومتحركة"⁹. وأكد بريجنسكي أن الولايات المتحدة الأمريكية هي (المجتمع الكلي) الأول في التاريخ؛ فهي مركز "الثورة التكنو - إلكترونية" لأنها تتصل أكثر من غيرها (65 %) من مجموع الاتصالات المعالجة تخرج منها من خلال إنتاجات صناعاتها الثقافية، بفضل تقيانها ومناهجها وممارسات التنظيم الجديد.

ومع بداية الثمانينيات أصبح مصطلح (globalization) مألوفاً في معاهد إدارة الأعمال الأمريكية وفي الصحافة الاقتصادية الأنجلو - ساكسونية. وكان يعنى الحركة المعقدة لانفتاح الحدود الاقتصادية، وليونة التشريعات مما شجع النشاطات الاقتصادية الرأسمالية على توسيع حقل عملها ليشمل المعمورة، يضاف إلى ذلك التطور الهائل لوسائل الاتصال الذي أعطى المصطلح معنى ومصداقية، وقضى على المسافات والحواجر.

ونظراً لأن هذه الظاهرة لا تزال قيد التشكل، ولم تتحدد ملامحها كاملة بصورة نهائية، بالإضافة إلى اتساع نطاق الظاهرة وشمولها كافة الأنشطة الإنسانية تقريباً، وتركيز بعض الباحثين على جانب معين أو جوانب معينة من تجلياتها المتعددة عند دراستها، ومحاولة تحديدها مفهوماً ومصطلحاً؛ إلى جانب أنها ظاهرة اجتماعية إنسانية ستختلف حولها وجهات النظر بالضرورة؛ نظراً لاختلاف ظروف الواقع الذي ينطلق منها الباحث لفهم هذه الظاهرة عن ظروف واقع آخر، ونظراً لاختلاف المرجعية الفكرية والثقافية التي يقيم الظاهرة على أساسها، وهو ما أدى إلى الاختلاف والتباين في تحديد تعريف واضح وشامل للعولمة.

ويمكن تصنيف هذه التعريفات في أربع مجموعات كل واحدة منها تأخذ منحى مميزاً:

1- مجموعة ركزت على البعد الاقتصادي للعولمة: وهو البعد الذي يحتوي على مؤشرات واتجاهات ومؤسسات اقتصادية عالمية جديدة غير معهودة في السابق وتشكل في مجملها العولمة الاقتصادية. وفي هذه المجموعة نجد التعريف الذي قدمته "اللجنة الأوروبية" للعولمة بأنها: "العملية التي عن طريقها تصبح الأسواق والإنتاج في الدول المختلفة تعتمد كل منها على الأخرى بشكل متزايد بسبب ديناميكيات التجارة في السلع والخدمات

وتدقق رأس المال والتكنولوجيا، وهي ليست ظاهرة جديدة ولكنها استمرارية للتطورات التي تتابعت لفترة طويلة من الزمن¹⁰.

ويحدد ريكاردو بتريليا ظاهرة العولمة في: "مجموعة المراحل التي تمكن من إنتاج وتوزيع واستهلاك السلع والخدمات من أجل أسواق عالمية منظمة، أوفي طريقها إلى التنظيم، وفق مقاييس ومعايير عالمية؛ من طرف منظمات ولدت أو تعمل على أساس قواعد عالمية بثقافة تنظيم منفتحة على المحيط العالمي، وتخضع لإستراتيجية عالمية من الصعب تحديد فضائيا (القانوني والاقتصادي والتكنولوجي) بحكم تعدد ترابطات وتداخلات عناصرها في مختلف العمليات "الإنتاجية" قبل عملية الإنتاج وحتى بعده"¹¹.

2- مجموعة ركزت على البعد الثقافي: وهو البعد الذي يشير إلى بروز

الثقافة كسلعة عالمية تسوق كأي سلعة تجارية أخرى، ومن ثم بروز وعي وإدراك ومفاهيم وقناعات ورموز وسائط ثقافية عالمية الطابع. وفي المجموعة نجد التعريف الذي قدمه الدكتور برهان غليون للعولمة: والذي قال فيه: "العولمة هي الدخول بسبب تطور الثورة المعلوماتية والتقنية والاقتصادية معا من التطور الحضاري يصح فيه مضمحل الإنسانية موحدا أونازعاً للفرح". ويستدرك على معنى الوحدة المقصودة هنا، فيرى أنها لا تعني التجانس والتساوي بين جميع أجزاء العالم واجتمع البشري، ولا تعني درجة عالية من التفاعل بين مناطق ومجتمعات بشرية مختلفة ومتباينة وبالتالي ازدياد التأثير المتبادلين¹².

ويقول الدكتور عبد الإله بلقزيز: "العولمة فعل اغتصاب ثقافي وعدوان رمزي على سائر الثقافات، إنما رديف الاحتراق الذي يجري بالعنف المسلح بالثقافة؛ فيهدد سيادة الثقافة في سائر المجتمعات التي تبليها العولمة"¹³. فالعولمة ثقافيا- كما يراها بلقزيز- هي السيطرة الثقافية الغربية على سائر الثقافات بواسطة استثمار مكشبات العلوم والثقافة في ميدان الاتصالات، وهي الترويج التاريخي لتجربة مديدة من السيطرة بدأت منذ انطلاق عملية الغزو الاستعماري منذ قرون، وحققت نجاحات كبيرة في إلحاق التصفية والمسح بثقافات جنوبية عديدة خاصة في إفريقيا وأمريكا الشمالية والوسطى والجنوبية¹⁴.

3- مجموعة ركزت على البعد السياسي: الذي يشير إلى قضايا سياسية عالمية

جديدة مرتبطة أشد الارتباط بالحالة الأحادية السائدة حاليا. وفي هذا المجال نجد تعريف الدكتور محمد عابد الجابري الذي يرى أن العولمة: "نظام يقفز على الدولة والأمة والوطن،

وبالتالي فإنه يعمل على التفتيت والتشتت وإيقاظ أطر الانتماء إلى القبيلة والطائفة والجهة والتعصب، بعد أن تضعف إرادة الدولة وهوية الوطن¹⁵.

كما يرى أن مصطلح العولمة قد ظهر أول مرة في مجال المال والتجارة والاقتصاد، والعولمة الآن "نظام عالمي أو يراد به أن يكون كذلك، يشمل المال والتسويق والمبادلات والاتصالات، كما ويشمل أيضا مجال السياسة والفكر والأيدولوجيا، وهي أيضا إرادة للهيمنة وبالتالي هي قمع وإقصاء للخصوصية"¹⁶.

4- مجموعة ركزت على البعد الاجتماعي: الذي يلاحظ بروز المجتمع المدني

العالمي وبرزت قضايا إنسانية مشتركة تشكل في مجملها العولمة الاجتماعية. وبعد أقدم، وربما أهم تعريف في هذا المجال الذي قدمه رونالد روبرتسون الذي يؤكد فيه أن العولمة هي: "اتجاه تاريخي نحو انكماش العالم وزيادة وعي الأفراد والمجتمعات بهذا الانكماش"¹⁷، فالعولمة بهذا المعنى تشير إلى وعي وإحساس الأفراد في كل مكان بأن العالم يتكلم، ويتقلص، ويقترّب من بعضه بعضا. وإن أهم ما يميز تعريف "روبرتسون" هو تركيزه الشديد على فكرة انكماش العالم، والتي تتضمن أموراً كثيرة أهمها¹⁸:

- تقارب المسافات والثقافات.
- تزايد المجتمعات والدول حيث لم يعد بالإمكان العزل والانعزال.
- سرعة التحولات والمستجدات وعدم القدرة على مجارقتها.
- وقدم- في الصدد- " أنتوني جيدنز " تعريفا للعولمة قال فيه بأنها: "مرحلة جديدة من مراحل وتطور الحضارة، تتكاتف فيها العلاقات الاجتماعية على الصعيد العالمي حيث يحدث تلاحم غير قابل للفصل بين الداخل والخارج، يتم فيها ربط المحلي والعالمي بروابط اقتصادية وثقافية وسياسية وإنسانية"¹⁹.

ثانيا: مظاهر وتحديات العولمة: تشير كثير من البحوث والدراسات إلى أن للعولمة عديد من المظاهر والتحديات؛ بعضها اكتملت ملامحه، وتبينت معالته الأساسية كالمظهر الاقتصادي، وبعضها الآخر مازال في طور التشكل ولما تبين معالته ولم تتحدد ملامحه الرئيسية بعد، وأهم هذه المظاهر والتحديات هي:

أ- التحولات الاقتصادية للعولمة: وتتجلى مظاهر العولمة في المجال الاقتصادي في:

1- تراجع قدرة الحكومات الوطنية على توجيه الأنشطة الاقتصادية أو السيطرة عليها: بظهور تقسيم عمل جديد للاقتصاد العالمي الذي لم يعد يخضع اليوم للرقابة التقليدية، ولم يعد يؤمن بتدخل الدول في نشاطاته، وخاصة فيما يخص انتقال السلع والخدمات ورأس المال على الصعيد العالمي، فقد بلغ النشاط الاقتصادي العالمي مرحلة الاستقلال التام عن الدولة القومية، وأصبح يتشكل نظاما واحدا تحكمه أسس عالمية مشتركة، وتديره مؤسسات وشركات عالمية ذات تأثير على كل الاقتصادات المحلية.

2- تنامي دور الشركات متعددة الجنسيات: وتزايد أرباحها واتساع أسواقها، وتعاطم نفوذها في التجارة الدولية وفي الاستثمار، لتتضاءل- في مواجهتها- قوة دول الجنوب التي باتت تمثل نمبا أوفريسة لهذه الإمبراطوريات الاقتصادية العملاقة.

3- بروز الأسواق المالية العالمية: لعل الجانب المالي يمثل أوضح دليل على ظاهرة العولمة وتكامل الأسواق المالية والتجسدة في النمو الانفجاري لصفقات الدولارات من رأس المال العالمي. وكانت حركة رأس المال في الأسواق العالمية في حدود (188 مليار دولار) عام 1986م، ثم قفزت إلى (102 تريليون دولار) عام 1995م. وتعتبر هذه الزيادة ثلاثة أضعاف الرقم الأصلي وبنفس سرعة زيادة حجم التجارة للفترة المذكورة. وارتفعت قيمة الاستثمار الأجنبي المباشر من قبل الشركات متعددة الجنسيات خمس مرات بين منتصف الثمانينات ومنتصف التسعينات. وزاد تدفق رأس المال الأجنبي للدول النامية، والمشكلة لـ (0,05%) من الناتج الإجمالي لفترة (1983م-1989م) إلى أكثر من (3,5%) في فترة (1994م-1996م) 20 ب- التجليات السياسية للعولمة: تعددت وتوسعت مظاهر العولمة في المجال السياسي داخليا وخارجيا على حد سواء، ولعل أبرز هذه المظاهر ما يأتي:

1- انهيار النظام الدولي القديم و بروز ملامح نظام عالمي جديد: استند النظام الدولي القديم إلى قطبية ثنائية؛ مثلتها الولايات المتحدة الأمريكية مترعمة المعسكر الرأسمالي الغربي، والاتحاد السوفيتي (سابقا) مترعما المعسكر الاشتراكي، وقد شكلت مناطق العالم الثالث في ظل الحرب الباردة ساحات للتنافس والمواجهة بين القطبين، ولكن التحولات التي شهدتها الاتحاد السوفيتي وبقية بلدان أوروبا الشرقية منذ منتصف الثمانينات، والتي انتهت بتفكك الاتحاد السوفيتي كقوة عظمى، وانهيار الأحزاب الشيوعية في تلك الدول، وقيامها بتبني

التعددية السياسية: وأشكال من الديمقراطية الليبرالية والاقتصاد الحر على الصعيد الداخلي، واتجاهها نحو الانفتاح على المعسكر الغربي، والانحراط في الاقتصاد العالمي على الصعيد الخارجي، هذه التحولات وضعت النهاية للنظام الدولي القديم، وأسهمت ضمن عوامل ومتغيرات أخرى في وضع الأساس لبروز نظام عالمي جديد.

2- تراجع مبدأ السيادة الوطنية للدول: فإن الانتقال الحر للأفراد والسلع والخدمات والأفكار والمعلومات عبر المجتمعات والقارات، والذي تم خلال التسعينيات ربما أدى إلى انحسار نسبي للسيادة المطلقة، وربما خلق الانطباع بأن الدولة لم تعد ضرورية، وأنها فقدت دورها وأهميتها؛ بيد أنه لم ولن يسقط كل مظاهر السيادة، ولن يضع نهاية للدولة، فالعولمة سياسيا لا تعني القضاء على الدولة أو بروز الحكم العالمي، وإنما تتضمن دخول البشرية إلى مرحلة سياسية جديدة يتم خلالها الانتقال الحر للقرارات والتشريعات والسياسات والتقنيات والخيارات عبر المجتمعات والقارات، وبأقل قدر من القيود والضوابط متجاوزة بذلك الدول والحدود الجغرافية، فتزداد بذلك الروابط السياسية بين دول العالم على نسق غير مسيوق من قبل.

3- بروز منافسين جدد للدولة الوطنية: كان لتراجع دور الدولة الوطنية سياسيا أثره في بروز مجموعة من القوى العالمية والإقليمية والمحلية الجديدة خلال عقد التسعينيات، والتي أخذت تنافس الدولة في المجال السياسي، وخاصة في مجال صنع القرارات وصوغ الخيارات، ومن أبرزها²¹:

— التكتلات التجارية الإقليمية كالسوق الأوروبية المشتركة، التي تطورت خلال الأربعين سنة الماضية لتشكل وحدة نقدية تعمل من خلال المصرف المركزي الأوروبي الذي أنشأ عام (1999م)، وذلك بعد أن تنازلت الدول الأوروبية طوعا عن سيادتها في مجال السياسات النقدية. فإن النموذج الاندماجي الأوروبي يقوم أساسا على تخلي الدول الأوروبية الطوعي عن بعض مظاهر سيادتها لصالح الكيان الإقليمي المتجه نحو التوحد اقتصاديا وسياسيا ولما لا عسكريا واجتماعيا وثقافيا.

— المؤسسات المالية التجارية والاقتصادية العالمية، وأبرزها منظمة التجارة العالمية التي تأسست عام (1996م) لتشرف إشرافا كاملا على النشاط التجاري العالمي، لتصبح

من فرط الضخامة والقوة قادرة على فرض قراراتها وتوجيهاتها على كل دول العالم دون استثناء.

— المنظمات الأهلية غير الحكومية على الساحة السياسية العالمية كقوة فاعلة ومؤثرة في المؤتمرات العالمية، كمؤتمر: قمة الأرض في "ريو دي جانيرو"، ومؤتمر السكان في "القاهرة"، ومؤتمر المرأة في "بكين"، ومؤتمر حقوق الإنسان في "فيينا"، وأبرز هذه المنظمات غير الحكومية: منظمات البيئة؛ كمنظمة "السلام الأخضر" ومنظمات حقوق الإنسان؛ كمنظمة "العفو الدولية" والمنظمات النسائية العديدة؛ كمنظمة "أخوات حول العالم"... فقد تزايد عدد المنظمات غير الحكومية تزايداً مطرداً خلال التسعينيات، وأخذت تعمل باستقلال تام عن الدول التي لم تعد قادرة على التحكم في نشاط وعمل هذه المنظمات.

وتسعى هذه المنظمات إلى خلق المجتمع المدني العالمي الذي يراقب نشاطات وسياسات الدول في مجالات حقوق الإنسان والبيئة والقضايا الاجتماعية والإنسانية، وهو هدف لا شك سيضعف من تحكم الدولة التقليدي، لوجود منافس قويًا يطرح خيارات أمام الأفراد واجتمعات لإيجاد الحلول لمشاكلها وقضاياها.

— المنظمات الدولية العالمية المتخصصة، كمنظمة الأمم المتحدة، ومنظمات "بريتون وودز" (صندوق النقد الدولي، والبنك الدولي للإنشاء والتعمير) والاتحاد الأوروبي، وكذا منظمة التجارة العالمية كآليات للتنظيم الدولي؛ فيما يتصل بإرساء قواعد ونظم للتعامل الدولي في العديد من المجالات، لتصبح بذلك كيانات فوق قومية، لها كيان عضوي ووظيفي يتمتع بدرجة كبيرة من الذاتية والاستقلالية.

ج- التجليات الثقافية للعولمة: إن العولمة في جوانبها الثقافية ظاهرة جديدة تمر بمراحلها التأسيسية الأولى، ولم تبرز كحقيقة حياتية إلا خلال عقد التسعينيات، ولم تتمكن بعد أن تجاري في تجلياتها وتطبيقاتها أرض الواقع التجليات الحياتية والسلوكية والتطبيقات المادية والمؤسسية للعولمة الاقتصادية، والعالم الآن ليس موحدًا ثقافيًا، كما هو موحد تجاريًا وماليًا. كما أنه لا وجود لنظام ثقافي عالمي كما يوجد نظام اقتصادي عالمي، لذلك ونتيجة للعنوض الذي يحيط بالعولمة في جوانبها ومظاهرها الثقافية في المرحلة الراهنة فإن دول العالم التي تتدافع وتتنافس للأخذ بسلع وخدمات ومنتجات العولمة الاقتصادية، تبدو أقل اندفاعًا

واقبالا، وحتمًا أكثر ترددا وتمهلا في اندفاعها نحو مفاهيم وقيم وأفكار العولمة الثقافية، بل وأكثر حزمًا في مجابهة الوافد الثقافي عبر الفضائيات وشبكات الاتصالات والمعلومات. ومن المؤشرات التي تنبئ بانطلاق التوجه نحو تثبيت ثقافة معولمة²²:

- 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.

- 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 استيعابها حضاريا إلى الغرب المنتج لمثل هذه الثقافة.

- 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.

- لتأثير في تاريخ الأمم: بالسعي إلى طمس التراث الثقافي الأصيل للأمة ومحاوله تشويهها، وذلك وفقا لنظرية الحتمية اللغوية التي قال بها الفيلسوف الألماني "ولهايم همبولت W.Houmboldt (1767-1835) ثم آثارها 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.

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 للاستيعاب، 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 قوتقتها، وإنما تتطور بالبادل الحر مع الثقافات الأخرى والحفاظ على الصلة بكل قوى

التقدم الإنساني، بيد أن التبادل الحر لا يبد أن يكون أيضا على قدم المساواة وقائما على أساس الاحترام المتبادل فصحيح أن تعدد قنوات الإرسال الذي أتاحتها التوايح الصناعية للث مباشر إلى تنوع الأهداف والمشاهدين والمستمعين، بيد أنه من خلال اشتداد المنافسة فقد أدى هذا التعدد 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 بالحوافر لأن البعد الثقافي لعملة 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 وقولية السلوك، وتكريس نوع معين من الاستهلاك لأنواع معينة من الثقافة والمعرفة تتسم جميعا بالضحالة والسطحية والإثارة²³.

إن العملة في جوانبها الثقافية تستمد خصوصيتها من عدة تطورات فكرية وقيمة وسلوكية برزت بشكل واضح في عقد التسعينيات وهي²⁴:

1- انفتاح الثقافات العالمية المختلفة : وتأثيرها ببعضها البعض : فلم يحدث

في التاريخ أن أصبحت المناطق الثقافية والحضارية بما في ذلك أكثر المناطق الثقافية انعزالا ورغبة في الانعزال، منفتحة ومنكشفة بقدر ما هي منفتحة حاليا، ويظهر ذلك جليا في:

- الحرية الكاملة لانتقال المعلومات والبيانات والاتجاهات والقيم والأذواق على الصعيد العالمي، ويقدر أقل من العراقل والقيود والضوابط. وإن مثل هذا التبادل الحر للأفكار والمفاهيم عبر الثقافات أثره في بروز اهتمامات وعادات وأذواق وآمال وأهداف؛ وربما عقليات مشتركة لا تعبر عن ثقافة محددة بل عن مجموع الثقافات الحية في العالم.

- بروز المساعي من أجل تقارب الحضارات، وربط الثقافات وتعزيز الهوية العالمية الذي من شأنه أن يخلق عالما بلا حدود ثقافية. وانتقال تركيز اهتمام ووعي الإنسان من المجال المحلي إلى المجال العالمي، ومن المحيط الداخلي إلى المحيط الخارجي؛ وبروز ووضوح الهوية والمواطنة العالمية، مع بقاء الهوية الوطنية للفرد، وربما تعزيزها وترسيخها لدى البعض.

- فقدان الدول القدرة على التحكم في تدفق القيم والأفكار والقناعات فيما بين المجتمعات والأجيال، وفقدانها السيطرة على التداول الحر للأخبار والمعلومات عبر وسائل

ووسائط وتقنيات جديدة لم تبرز إلا في التسعينات. فقد أصبح ملايين من البشر موحدين تلفزيونيا وتلفونيا ومن خلال البريد الإلكتروني وشبكات الإنترنت.

وقد ثار جدل كبير حول الطبيعة التي سوف تكون عليها العلاقات بين الثقافات والحضارات المتقاربة في ضوء العولمة. هل العولمة سوف تساعد على انفتاح الثقافات بعضها على البعض الآخر وتعارفها مما يساعد على الدخول في علاقات تعاون وحوار؟ أم أنه سوف يؤدي الانفتاح المتزايد بين الثقافات إلى دخولها في صراع يهدد السلام والاستقرار في الحضارات؟ كذا مدى قدرة سكان هذه الحضارات على التعامل مع التعددية الثقافية والحضارية التي توفرها العولمة؟

فالسعي من أجل تقارب الحضارات وربط الثقافات وانفتاحها على بعضها البعض ومحاولة تعزيز الهوية الوطنية، وربما محاولة خلق عالم بلا حدود ثقافية هو مجرد وجه واحد من الوجوه العديدة للعولمة الثقافية. ذلك أنه بقدر ما يسعى التوجه العام نحو قارب الثقافات وانفتاحها، فإن العولمة الثقافية يمكن لها أن تتجه نحو صراع الحضارات، ونحو الهيمنة الثقافية لثقافة واحدة على سائر الثقافات، ونحو نشر الثقافة الاستهلاكية وجعلها الثقافة الأكثر رواجاً على الصعيد العالمي. فالعولمة الثقافية التي تمهد الطريق حلياً لترابط المناطق الثقافية بإمكانها أيضاً أن ترسخ انقسام العالم إلى مناطق حضارية مغلقة، وتزداد انغلاقاً، وتستعد لمواجهة بعضها البعض. فمع انتهاء الحرب الباردة، واحتفاء الصراع الأيديولوجي بين الشرق الاشرقي والغرب الرأسمالي، والذي خيم على العالم حوالي نصف قرن، أصبح الانقسام الحضاري والثقافي أكثر وضوحاً من أي وقت آخر. كما أنه ازداد الحديث خلال عقد التسعينيات من القرن العشرين عن احتمال صراع الحضارات خاصة في نقاط التقاء المناطق الحضارية الكبرى التي يذكرها هنتنغتون في كتابه حول صراع الحضارات وتكوين النظام العالمي الجديد²⁵.

2- انتشار الثقافة الاستهلاكية: ورغم أن الثقافة الاستهلاكية ليست

جديدة، بيد أنها أصبحت في التسعينيات الأكثر رواجاً؛ فلم يحدث في التاريخ أن أصبح العالم مقسماً على رموز ومعطيات وسلع الثقافة الاستهلاكية، كما هو مقبل عليها الآن. كما أنه لم يحدث في السابق أن تمكنت الثقافة الاستهلاكية من الوصول إلى قطاعات واسعة

من الأفراد والشعوب من كل المستويات الاجتماعية، وفي كل القارات، ورغم رواجها بين كل الشرائح الاجتماعية إلا أنها تتوجه بشكل خاص للشباب، ويظهر ذلك جليا في:

- تحول كل شيء إلى سلعة تباع وتشتري، وهو ما يعكس غلبة الرعة الاستهلاكية بشكل مفرط. وتشابه وتجانس السلع أكثر فأكثر، وفقا لما عليه الهيئات الدولية من مواصفات موحدة عالمية باعتبارها سلعا موجهة إلى سوق عالمية، ومن هذا المنطلق قد استهدفت العولمة في جوانبها الثقافية تميظ الأذواق وأنماط الاستهلاك وأساليب المعيشة ذاتها.

- اكتساب السلع إلى جانب قيمتها المادية أوقدرتها الإشباعية قيمة رمزية، بحيث لم يعد الطلب على أية سلعة يتحدد على أساس جودة السلعة أو على خصائصها الذاتية فحسب، وإنما أصبح متوقفا - وفي المقام الأول - على مجرد الاختلاف في العلامات التجارية.

- تزايد الإنفاق العالمي على الدعاية والإعلان للترويج الاستهلاكي، فقد أشارت الإحصائيات إلى أن هذا الإنفاق قد ارتفع من (7,4 بليون) دولار سنويا عام (1950م) إلى (312,3 بليون) دولار عام (1993م)، وقد أدى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات إلى التركيز على الدعاية التجارية من خلال الوسائط الإلكترونية، إذ ارتفع الإنفاق على هذا النوع من الدعاية فقط - خلال النصف الثاني من تسعينيات القرن الماضي - من (270) بليون دولار إلى (358) بليون دولار سنويا.

- وأبعد من ذلك وفي ظل سيادة ثقافة الاستهلاك أصبح الاستهلاك في حد ذاته أسلوبا من أساليب التعبير عن الذات، بمعنى أن القدرة على الاستهلاك باتت تمثل عنصرا من عناصر الإشباع لدى المستهلك، بل أكثر من ذلك فقد أصبح كل من الذوق، أو الموضة، أو أسلوب المعيشة معيارا للتمايز الاجتماعي يفوق في أهميته أحيانا المعايير التقليدية كالانتماء الطبقي.

- انتشار ظاهر "الماكدونالدة" **McDonaldization** - إذا صح استخدام الكلمة ترجمة للمصطلح الإنجليزي - إذ يرى "ريتزر" **Ritzer** أننا نجتمعات الحديثة ومن ثم العالم ككل؛ قد ابتلي بما أسماه الـ: **(Mc donaldization)** ويقصد بها²⁶: "العملية التي سيطرت من خلالها المبادئ التي تحكم خدمة العملاء في سلسلة محلات "ماكدونالدز"

الأمريكية الشهيرة لتقديم الوجبات السريعة، وامتدادها إلى قطاعات أخرى من المجتمع الأمريكي، وكذا العديد من المجتمعات الأخرى التي انتقلت إليها هذه الخيال، على نحو جاز معه القول بأنها باتت تمثل ظاهرة عالمية.

ثالثاً: الرسالة الإعلانية ودورها في نشر ثقافة الاستهلاك:

عرفت الرسالة الإعلانية - في عصر العولمة والبيث الفضائي - المشبعة بالحاجات والمستفزة للمشاعر طريقها إلى وسائل الاتصال الدولية، وعلى رأسها الفضائيات التي ملأت السماوات تعدداً ووفرة، بهدف الترويج والتحديث والحث على الشراء، وخلق الرغبة للامتلاك عن طريق التركيز على الصور التي تجعل السلعة أو الخدمة المعلن عنها مرغوباً فيها ومقنعة ويمكن الحصول عليها. ومن هنا ارتبط مفهوم الإعلان بالتسويق لمنتجات وخدمات المؤسسات الاقتصادية الكبرى بما يفسر الفاعلية المتزايدة لوسائل الإعلام في دعم النشاط التسويقي من جهة، وتبعية المؤسسات الإعلامية للمؤسسات الاقتصادية الكبرى والشركات المتعددة الجنسيات من جهة أخرى.

ولما كانت العولمة في مفهومها الاقتصادي والإعلامي تقوم على الأسواق والسماوات المفتوحة كان لا بد من اتباع سياسة جديدة في مجال الإعلان، ألا وهي سياسة عولمة الإعلان وتوحيده بما يسهل تحويله من سوق إلى أخرى تماشيًا مع سياسة الأسواق المفتوحة وعالمية والخدمات والمنتجات. ووجد مخططو ومنتجو الإعلان وفقاً للثقافات مبررات عدة لتوحيد وعولمة الإعلان، أهمها²⁷:

1- أن الإعلان يكلف كثيراً، وأن توحيده يقلل من تكاليف إنتاجه، وإن تطلب الأمر في بعض الأحيان إجراء تعديل طفيف فيها ليتناسب مع خلفية الأوضاع والمعايير الثقافية المحلية

2- إن الشخص مهما كانت جنسيته (عربية هندية، روسية، صينية...)، يظل يحتفظ بكثير من خصائص ثقافته، أيا كان المكان أو الدولة التي يعيش فيها.

3- إن حاجات البشر وورغباتهم وتوقعاتهم وطموحاتهم لا تختلف كثيراً، وأيا كانت الثقافات التي ينتمون إليها، فهناك حد أدنى يتفقون عليها.

4- إن سياسة الأسواق المفتوحة وتحرير التجارة وفقاً لاتفاقية (الغات) على الرغم من الصعوبات التي تواجهها، تتيح قضاء واسعاً لنقل السلع وتحقيق عاليتها وعالمية استهلاكها، طالما أن المقاييس التي يعتمد عليها من استهلاكهم إياها.

إن هذه المبررات تستندها ثقافة الاستهلاك التي يتم الترويج لها بذكاء، هي ثقافة تقوم على قاعدة تقول: "أن البشر في كل مكان، القادرون على الاستهلاك توحدهم بينهم وتجمعهم سلع وبضائع ومنتجات تخلق فيهم ميولاً وأذواقاً ورغبات مشتركة، ترفع من مستوى الاتفاق الثقافي فيما بينهم، وتدرجياً تجرد ثقافتهم من هويتها وخصوصيتها وتلبسها ثوب الثقافة الاستهلاكية الجديدة"²⁸.

ففي دراسة أجراها محمد شومان لتحليل محتوى تسع إعلانات نشرت في الأهرام إلى جانب عدد من الصحف العربية هي: الشرق الأوسط، الحياة، والرياض السعودية توصل الباحث إلى أن: الإعلان المعولم - بكسر اللام - يعمل كآلية وفاعلة لتسريع عملية العولمة، ومن هنا فإنه يجسد بوضوح قيم ومعاني ورموز أيديولوجية العولمة، ويروج لها من خلال خطاب مراونج وبراق، لكنه مضلل وزائف، إذ يركز كما ظهر في تحليل عينة محدودة من هذه الإعلانات المعولمة على²⁹:

1- نشر وتمجيد ثقافة الاستهلاك والربط بين الاستهلاك وتحقيق المتعة والشعور بالحرية، بل وأحياناً يكون استهلاك المنتجات الأمريكية شرطاً للتنميش مع نمط الحياة الأمريكية، من جانب آخر يربط خطاب الإعلان المعولم بين الاستهلاك وتميز الفرد وقوته وتميزه طبقياً وثقافياً، فالاستهلاك يصبح ضرورة وشرطاً لتحقيق تميز الفرد وإثبات قوته المادية أو المعنوية بين بني وطنه، وذلك بغض النظر عن نوعية السلع والخدمات التي سيقوم الفرد باستهلاكها. فلكل سلعة أو خدمة وفق نظام خطاب الإعلان المعولم حلم خاص بها، ووعده زائف يمكن تحقيقه ولو للحظات هي عمر استهلاك المنتج أو الخدمة ومن عجب أن بعض هذه الأحلام تحفل بدعوة صريحة لاستخدام العنف ضد الآخر.

2- تمجيد التقدم التكنولوجي واستخدامه كمدخل لتبرير اقتناء واستهلاك النماذج الجديدة والحديثة من السيارات والهواتف النقالة من دون أن تكون هناك حاجة موضوعية لذلك.

3- فرض الهيمنة على السوق وعلى المستهلكين من خلال توحيد وتسيب الأذواق وخلق إجماع زائف على استهلاك سلع وخدمات قد لا يكون الفرد والمجتمع في حاجة إليها. أوفد لانتفق مع احتياجات وأولويات أغلبية المجتمع، كالعلاقات الزائفة التي يصنعها خطاب الإعلان المعولم لتبرير استخدام مواد مصنعة لتغذية الأطفال.

4- تسليع القيم والأفكار والمعاني والمشاعر من خلال الاحتفاء المبالغ فيه بأهمية الرموز والعلامات المادية، وخلق نوع من الارتقان الزائف بين الحصول على سلعة أو استهلاك سلعة أو خدمة، وبين تحقيق السعادة أو الحرية أو حتى الوصول على الحب، وفي السياق يستعمل الإعلان المعولم صوراً ورموزاً جنسية عديدة تسمى إلى المرأة، وتجعل منها جزء من الحلم الزائف الذي يدعو إليه.

2- طمس الخصوصيات الثقافية والدعوة إلى التعريب مع إعلاء شأن القوة الأمريكية وتمط الحياة الأمريكية، حيث رصد الباحث في قراءته خطاب الإعلان المعولم تمسكه باستخدام كلمات وعبارات إنجليزية، وحرصه على عدم ترجمة اسم المنتج سواء كان سلعة أو خدمة، باعتبار أن الاسم جزء من الشعار- علامة الشركة أو المنتج، وحتى إذا ما كتب الاسم بالعربية فإن الاسم الأجنبي المكتوب بحروف إنجليزية يظل موجوداً في الوقت نفسه قد يستخدم خطاب الإعلان المعولم رموزاً أو عبارات مستمدة من اللهجات العامة العربية أو الثقافة العربية الإسلامية. لكن المفارقة أنه يوظف ذلك من أجل تحقيق أهدافه والتي قد يكون من بينها طمس الخصوصيات الثقافية.

وفي دراسة عن الإعلان في القضايا، تضمنت في جانب منها تحليلاً كمياً لمضمون الإعلان لعينة من الإعلانات التي تبث في ثلاث قنوات عربية هي: دبي، السعودية، و MBC تبين أن (90%) من الإعلانات المعروضة تروج لمنتجات غير وطنية، كما تبين أن هذه الإعلانات التي تروج للمنتجات غير الوطنية تركزت على سلع استهلاكية وكمالية، وبلغت معمرة من إنتاج اليابان والولايات المتحدة الأمريكية وبعض الدول الأوروبية، وأن معظمها من إنتاج شركات متعددة الجنسيات³⁰.

وفي دراسة قريبة، أجريت على عينة شملت (100) مفردة من المجتمع الجامعي بجامعة الشارقة، شارك فيها أساتذة وطلاب وطالبات، للإجابة عن سؤال واحد ألا وهو ذكر عشر إعلانات مما تبث أو يذاع عبر وسائل الإعلام المختلفة اعتماداً على ذاكرتهم، فجاء مجموع

إجاباتهم (830) إجابة (إعلان) بنسبة (83%) من مجموع الإجابات المتوقعة والبالغ عددها (1000) إجابة، حيث لم تتمكن بعض مفردات العينة من تذكر العدد المطلوب من الإعلانات، وجاءت البيانات موزعة كالتالي³¹:

نوع الإعلان	عدد حالات التذكر	نوع الإعلان	عدد حالات التذكر
مأكولات ومشروبات	324	ملابس	24
منظفات	144	ساعات ومجوهرات	20
عطور ومواد تجميل	118	لوازم أطفال	18
سيارات	104	هواتف	12
خدمات	64	ندوات وأنشطة ثقافية	830

جدول رقم 02: الإجابات عن حالات التذكر لدى أفراد العينة بدراسة جامعة الشارقة. وبالقراءة التحليلية للبيانات في الجدول السابق، وبدمج قائمة الإعلانات التي تم تذكرها، وتقسيمها إلى أربع فئات نستخلص الأرقام الآتية:

نوع الإعلان	عدد حالات التذكر	النسبة المئوية
سلع استهلاكية	628	75.6%
سلع معمرة (سيارات، ساعات، مجوهرات، هواتف)	138	16.4%
خدمات	64	07.7%
أنشطة ثقافية وندوات	02	0.3%
المجموع	830	100%

جدول رقم 03: يوضح تحليل البيانات عن الإجابات السابقة في الدراسة التي أجريت بجامعة الشارقة.

ومن الجدولين (02) و(03) استخلص السيد أحمد مصطفى عمر المؤشرات الآتية³²:

- أن الإعلانات تخلق حالة من التذکر عند نسبة عالية من الذين يتعرضون لوسائل الإعلام.

- ارتباط حالات التذکر بالحاجات الأساسية، وبخاصة السلع الاستهلاكية.

- إن الإعلان يلعب دوراً كبيراً في نشر ثقافة الاستهلاك التي تتصاعد وتبرها بصورة واضحة مع بركان البت الفضائي وسياسة الأسواق المفتوحة.

رابعاً: مخاطر ثقافة الاستهلاك على الهويات الوطنية:

يهدف الذين يسعون وراء نشر الثقافة الاستهلاكية في المجتمعات الكونية إلى³³:

- إلغاء القيم أوتغريبها وتدمير هوية الوطنية والانتماء، وإزالة مفاهيم حقوق المواطنة والروحانيات، وتشجيع أصحاب الرأي والفكر والعلم وحثهم على الهجرة، وترك بلدانهم. ليخلق شخصية كونية يصيغ مشاعرها وعواطفها، ويشكل بنائها الثقافي بظرفته هو بحيث تكون هذه الشخصية منفصلة عن جذورها وعموم وطنها، وقد يصل الحد بها إلى سب وشتم أمتها والاستهزاء بها من على منابر الفضائيات، وأجهزة الإعلام الأخرى.

إن الإنسان وفق هذا المنطق، مجرد كائن مادي، ورقم اقتصادي محدود الخانات في حساب الأرباح والخسائر، يتحول هذا الكائن وبإمحاءهم إلى مستهلك لهم مهملات متطلباته الإبداعية والثقافية، وقيمه الروحية، وهذا ما حدث فعلاً لكثير من الشعوب، وعلى رأسها الشعوب العربية والإسلامية، حيث انتقلت جرثومة الاستهلاك إلى كل مجالات الحياة، وإلى كل إنسان - ليتحطم كل ما هو إنساني في الإنسان لصالح ما هو استهلاكي. فوجد الإنسان المعاصر ينشأ في أجواء الاستهلاك أكثر مما ينشأ في أجواء الثقافة والإبداع -

- السيطرة المحكمة على اقتصاديات الشعوب والدول فالاستهلاك المفرط يؤدي إلى عجز في الميزانيات الخاصة والعامة، التي تضطر الدول إلى تغطيتها عن طريق الديون الخارجية المفترضة من البنوك والصناديق الدولية، وهي في الأساس تابعة لإدارة وتمويلاً للشركات متعددة الجنسيات التي تتحكم بالسوق الاستهلاكية.

وهكذا تصبح الفضائيات بإعلاناتها الاستهلاكية أحد التحديات الكبرى التي تقف أمام بناء المجتمعات التقليدية لأنها تحطم قدرات الإنسان فيها، لتجعل منه إنساناً مستهلكاً غير منتج، ينتظر ما يوجد به الغرب ومراكز العالم من سلع جاهزة الصنع، بل تجعله يتباهى بما لا ينتجه، فهو القادر على استهلاك ما لا يصنعه مما يشكل لديه قيم الاتكالية والتواكل،

والتطلع إلى إقضاء السلع الاستهلاكية التي تتغير يوميا لا في سبيل التطوير فقط، بل في سبيل زيادة حدة الاستهلاك على المستوى العالمي³⁴.

ويعد تعميم ثقافة الاستهلاك واحدا من آليات المهمة المقروضة على الشعوب والأمم التقليدية وهي مجال مكمل و"متفصل" مع أنماط أخرى من التدويل في الإنتاج والمال والتقنية وتشكلت مؤسسات لهذا الغرض حتى تضمن القنوات الرأسمالية، مديرة الشؤون العالمية، تصريف منتجاتها، وتوزيعها عالميا، وعلى أوسع نطاق، ولعبت الشركات متعددة الجنسيات دورا مؤثرا في ذلك. واهتمت بإنتاج رموز وبنود ثقافة الاستهلاك لتكامل مع السلع المادية المنتجة، ولا يختلف ذلك عن استخدام هذه المؤسسات للعلوم الاجتماعية والسلوكية لتوظيفها في خدمة هذا الغرض.

- وأخطر كل هذه القضاء على التنوع الثقافي في المجتمعات فقد ارتبط المفهوم الثقافي للعوالم بفكرة التمييط (Uniformalisation) أو (Unification) الثقافي للعالم، على حد التعيرات التي استخدمتها لجنة اليونسكو للإعداد لمؤتمر السياسات الثقافية من أجل التنمية التي عقدت اجتماعاتها في استكهولم عام (1998م) برئاسة خافيير دي كولار الأمين العام الأسبق للأمم المتحدة.

فقد رأت اللجنة أن التمييط الثقافي يتم باستغلال ثورة وشبكة الاتصالات العالمية وهيكلها الاقتصادي الإنتاجي والمتمثل في شبكات نقل المعلومات والسلع وتحريك رؤوس الأموال³⁵. كما أن التمييط أو التوحيد الثقافي هو مرآة التطور الاقتصادي للعوالم، فمن البديهي أن يتكامل البناء الثقافي للإنسانية مع البناء الاقتصادي المعلوماتي، ومن هنا اتخذ المفهوم الثقافي للعوالم بعدا اقتصاديا وإعلاميا... حيث أن الإعلام هو أداة التوصل والتأثير بالأفكار الثقافية التي يراودها الذبوع والانتشار³⁶.

فالإنتاج الثقافي واحتكار الرموز والقيم، هما أبرز ما يطع 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 جيدا من الثورة الإعلامية المعاصرة، ووظفها أمثل توظيف في سبيل تحقيق ذلك التعميم أو العوالم للقيم الثقافية الغربية،

فالمؤسسات الإعلامية الضاربة تكفلت بتخطيم الحدود القومية والحواجر والسياسات الثقافية العنصرية، لكي تكتسح انجال العالمي بالصوت والصورة وتوحد الرموز والأذواق والمعايير والقيم³⁷، مما يؤدي إلى القضاء على التنوع الحضاري والتعددية الثقافية التي تشرى الحضارة الإنسانية وستكون له آثار في قولية الفكر الاجتماعي والاقتصادي والسياسي للشعوب، وما يعزز من ذلك كون عالمنا اليوم عالم القطب الواحد سياسيا واقتصاديا وعسكريا والذي لا يقل سيطرة في تقنيات الاتصال. وفي مجال إنتاج المادة الإعلامية، وما لها من جاذبية وما فيها من اغراءات³⁸.

فاليوم لا يستطيع أحد أن ينكر التأثير العالمي للثقافة الغربية على العالم، وأن بدأ هذا التأثير سطوحيا في بعض انجالات كالألبسة وأماط الاستهلاك، إلا أنه يحمل معه أيضا تأثيرا 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، ويترب على هذا أيضا سيادة اللغة الإنجليزية كلغة عالية³⁹، 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 القضائي، يمكن أن تضع ذات الإنسان كما تضع أيضا هويته وثقافته بحكم: إلغاء الاختلاف الثقافي والحضاري، وإلغاء تعدد الاختلاف الإنساني وحصر وتضييق الخناق عليه، وتماثل البشرية وانتقاء الاختلاف بينها وفق ما هو مخطط له في الاستراتيجيات المهيمنة.

وليس الدول النامية وحدها التي تتعرض لهذه المعضلة، فالثقافات الأخرى جميعا تعاني من الوضع نفسه، وهذا يعني أن أزمة ثقافية عالمية تريد القضاء على التنوع الثقافي في سبيل مخطية 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 لا دوار غاليتو قوله: "في العولمة، تحمل الأسواق محل الشعوب والمستهلكين محل المواطنين، والمشروعات الصناعية محل الأمم، والتجمعات محل المدن، والمزاومة 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 الرأسمالي وتفرض دكتاتورية الكلام الوحيد

والصورة الوحيدة والنمط الواحد من الحياة. ويحول الإنسان إلى مجرد مستهلك مستلم ومشاهد متلق. يتم تصنيعه وترويضه جماعيا. ونقرأ أيضا "لاروي جان ديوي" قوله: "ما يؤخذ على العولمة تتميظها للأخلاق وقضاؤها على الثقافات لصالح تكوين حضارة مادية تركز هيمنة وسيطرة الأطراف القوية، وهو ما يستثير رد فعل قوي من جانب الهويات الوطنية"⁴⁰.

ومما عزز من هذه المعضلة أكثر محاولة الولايات المتحدة الأمريكية استغلال تفوقها في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال والمعلومات، وقدرتها الفائقة في استغلال البيث الفضائي وسيلة لأمركة العالم حيث لاتعني العولمة لديها فقط "اقتصاد السوق وآلية الإنتاج الليبرالي والمضاربات المالية، وإنما أيضا: هيمنة على الثقافات الأخرى وإلغائها، إذابة الثقافات الصغيرة، وإلغاء الخصوصيات والهويات، خلق عالم اللاتثقافات"⁴¹

ويتوكل محور 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 آخذة في الاتساع لتزايد الاحتكاك والتفاعل والاتصال الإنساني على المستوى العالمي وهو ما ينبي، يقرب التوصل إلى ثقافة عالمية موحدة ومن هذا المنطلق يحرص دعاة العولمة على تنمية ما يسمونه بالوعى العالمي على حد تعبير "تيودور ليفت"⁴²، إذ يصبح من المتعين على الإنسان في عصر العولمة الإعلامية (خاصة) والقضاءات 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.

لذا بدأ التفكير العلمي في مسألة الهويات وضرورة الحفاظ على تعددها من الداخل وعلى صلاحها الخارجية في وجه التتميط الثقافي والإعلامي الذي يتهددها جراء ما تبته القضايا، 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 هويتها الثقافية، وتأثيره الطاغى على المواطن الأوروبي، ليصبح تدريجيا مقلدا للمودج الحياة الأمريكية، وإذا تحدثنا بلغة الأرقام، فان فرنسا ترصد (90) مليون دولار لوزارة الثقافة فقط لتحارب الثقافة الأمريكية"⁴³.

وقد تجاوز الأمر فرنسا إلى البرلمان الأوروبي في حربه للتعولمة الإعلامية والـث الفضائي تحديداً بمتعمدٍ منها الأمريكي. إذ فرض البرلمان قيوداً 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 خصوصاً أفلام هوليوود 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 حرباً تجارية ضدها، ويتزعم الحملة ضد أمركة الثقافة في أوروبا في البرلمان الأوروبي الثانية الإيطالية "لوتشيا كاسيلنا" 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 فائزاً تجارياً مع أوروبا بلغ 4 مليارات دولار في قطاع الترفيه.

الهوامش:

¹ عبد الحلق عبد الله - "العولمة: جذورها وفروعها وكيفية التعامل معها". مجلة عالم الفكر، 28، ع 2 ديسمبر (1999م)، ص (50).

² s.ostry: the challenge of global capitalism, the world economy in the 21 century (book review: American political science review; March 2001

³ dictionary of world origing, librairie du liban beirut. 1985, p 111

⁴ أمير العليكي: المورد القريب، بيروت: دار العلم للملايين، 1976، ص (57)

⁵ مجموعة باحثين: العرب والعولمة، بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ط (3)، أبريل (2000م)

⁶ إسماعيل صبري عبد الله: "الكوكبة الرأسمالية العالمية في مرحلة ما بعد الإمبريالية"، مجلة الطريق، عدد (4)، أوت (1997م)، ص (46).

⁷ محمد عبد الشفيق عيسى: رؤية إلى المستقبل العربي من التحديث إلى استئناف التطور الحضاري، كتاب: العولمة و التحولات المجتمعية في الوطن العربي، تحرير: عبد الباسط عبد المعطي (القاهرة: مكتبة مدبولي، ط (1)، 1999، ص (180-181).

⁸ غسان العري: "في جذور العولمة وإشكالياتها" مجلة منبر الحوار ببيروت، شتاء 1999م، عدد (37)، ص 45. نقلًا عن: بركات محمد مراد: ظاهرة العولمة، رؤية نقدية، كتاب الأمن، قطر: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، ط 1، جانفي - قفري 2001م، ص (95).

⁹ محمد علي حوات العرب والعولمة: إشجون الخاصر وعموض المستقبل، القاهرة: مكتبة مدبولي، ط 2، 2004م، ص (20).

¹⁰ جراهام جونسون: "مقدمة: تحديد موقع العولمة"، مجلة الدولية للعلوم الاجتماعية، تصدر عن اليونسكو، ع 160، جوان 1990م، ص (10).

Petrella.R¹¹: "La mondialisation de l'économie et de la société, une prospective In futuribles, septembre 1989 hypothèse

¹² برهان غليون وصبر أمين: ثقافة العولمة وعولمة الثقافة، دمشق: دار الفكر، ط 1، 1999م، ص (75).

¹³ عبد الإله بلقزيز: "العولمة والهوية الثقافية: عولمة الثقافة أم ثقافة العولمة؟"، في كتاب: العرب والعولمة، ص 318.

¹⁴ منير الحخش: العولمة ليست خيارًا الوحيد، ص (42).

¹⁵ محمد غايد الخابري: قضايا في الفكر المعاصر، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1997م، ص 147.

¹⁶ محمد عابد الخابري: "العولمة والهوية الثقافية: عشر أطروحات"، في كتاب: العرب والعولمة، ص (301).

¹⁷ رونالد روبرتسون: العولمة: النظرية الاجتماعية والثقافة الكونية، ترجمة أحمد محمود ونورا أمين، القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، 1998م.

¹⁸ عبد الخالق عبد الله: "العولمة، جذورها وفروعها وكيفية التعامل معها"، عالم الفكر، ع 22، 1999م، ص (53).

¹⁹ عبد الخالق عبد الله: "العولمة، جذورها وفروعها وكيفية التعامل معها"، عالم الفكر، ع 22، 1999م، ص (53).

²⁰ نتاج كاظم: العرب وعصر العولمة، المعلومات، العدد الخاص، ص (139).

²¹ عبد الخالق عبد الله: "العولمة، جذورها وفروعها وكيفية التعامل معها"، عالم الفكر، ص 84، 83، وممدوح منصور: العولمة، ص (54).

²² حلام الجليلي: "العولمة والهوية الثقافية" في فعاليات المنتدى الدولي الجزائر والعولمة، الذي انعقد يومي 22، 23 نوفمبر 1999م بقاعة المحاضرات محمد الصديق بن يحيى، جامعة الاخوة

منتوري، قسنطينة، الجزائر، ص (115، 116).

- ²³ عواطف عبد الرحمن: الإعلام العربي وقضايا العولمة (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع 1999م)، ص 17.
- ²⁴ عبد الحائق عبد الله: "العولمة: جذورها وفروعها وكيفية التعامل معها"، عالم الفكر، ص (75-76).
- ²⁵ صموئيل هنتغتون: صدم حضارات (كتاب سطور 2)، ط 2، ص (26-27).
- ²⁶ ممدوح محمود منصور: العولمة (دراسة في المفهوم والظاهرة والأبعاد) ص 82.
- ²⁷ السيد أحمد مصطفى عمر: "إعلام العولمة وتأثيره في المستهلك"، في كتاب: العولمة وتداعياتها على الوطن العربي، ص (177-176).
- ²⁸ محمد عايد الجابري: قضايا في الفكر المعاصر، ص (147).
- ²⁹ محمد شعوان: قراءة في خطاب الإعلان المعولم في الصحافة العربية، في كتاب: الإعلام والثقافة الهوية في الوطن العربي، تحرير: هويدا عدلي، (القاهرة: دار الأمين، ط 1)، 2003م، ص (248-247).
- ³⁰ علي عبد الرحمن عواض: الثقافة والاستهلاك، التخطيط الثقافي وثقافة الاستهلاك، المشاركة: دائرة الثقافة والإعلام، 1994م، ص (187).
- ³¹ السيد أحمد مصطفى عمر: إعلام العولمة وتأثيره في المستهلك، ص 178.
- ³² السيد أحمد مصطفى عمر: "إعلام العولمة وتأثيره في المستهلك"، في كتاب: العولمة وتداعياتها على الوطن العربي، ص (179).
- ³³ سيف عبد العزيز سيف: العولمة وثقافة الاستهلاك في المجتمع، ص (48-47).
- ³⁴ أحمد حجازي: الثقافة العربية في زمن العولمة، ص (30).
- ³⁵ كمال عبد الغني المرسي: العلمانية والعولمة والأزهر (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1999م)، ص 92.
- ³⁶ السيد أحمد مصطفى عمر: "إعلام العولمة وتأثيره في المستهلك"، في كتاب: العولمة وتداعياتها على الوطن العربي، ص (164).
- ³⁷ عبد الإله بلقزيز: "الثقافة العربية أمام تحدي البقاء"، مجلة شؤون عربية، ج 79، (1994م)، ص (86).
- ³⁸ ليلى شرف: "التحديات التي تواجه الإعلام العربي في المرحلة القادمة"، مجلة الرسالة (دمشق: المركز العربي للدراسات الاستراتيجية، ج 05)، تشرين الأول، (1997م)، ص (8).
- ³⁹ محمد نبيل نوفل: "رؤى المستقبل: المجتمع والتعليم في القرن الحادي والعشرين"، مجلة العربية للتربية (تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، م 17)، ج (01)، (1997م)، ص (204).
- ⁴⁰ نقلا عن: باسم علي حريسان: العولمة والتحديات الثقافية، ص (148).
- ⁴¹ المنصف الوائس: "مضامين العولمة الاتصالية والثقافية"، مجلة الإذاعات العربية (تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية، ج 2)، (1998م)، ص (10).
- ⁴² Wers, M: Globalization (London Routledge, 1995 p 1
- ⁴³ محمود حواس: التكنولوجيا والعولمة الثقافية، ص (91).