

صناعة الثقافة في عصر العولمة وأثرها في تغيير ملامح الهوية الثقافية

د. شريف محمد عوض

مدرس بقسم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة القاهرة

مقدمة:

والاقتصادية، من نظام دولي غير ديمقراطي إلى أزمات التضخم والدوران اليومي في دائرة الاستهلاك الجهنمية، وإنما راحت هذه القوى أيضًا بوعي مقصود تصادر حق هذا الإنسان في التعبير عن آلامه، أو التطلع لإنقاذ ثقافته وضمان دينامية جدها الخاص في مواجهة عوامل التجميد والمصادرة عليها أو النفي المفروض عليها من الخارج^(١). فقد استطاع التقدم التكنولوجي والعلمي المستمر في دول العالم الأول، وبصفة خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية في مجالات الأقمار الصناعية للاتصال الجماهيري - في ظل عصر العولمة أو الكوكبة - تكوين رأي عام يتفق مع التوجهات السياسية والفكرية والاقتصادية لدول المصدر المالكة للقدرة التكنولوجية في مجالات الإعلام والمعلومات والقدرة على قولبة وصناعة الرأي العام والفكر الذي يتفق مع أهدافها ومصالحها^(٢).

تعد الثقافة والبناء الثقافي من المكونات الأساسية في أي مجتمع، حيث يظهر الفرق بشكل أساسي بين تقدم أي شعب من الشعوب وآخر في مدى رقي وتطور الثقافة المجتمعية وقدرتها على التفاعل مع التطور الذي يلحق بفروع الحياة المختلفة، على أساس أن الثقافة المجتمعية تعبر عن الخبرة الإنسانية في أي مجتمع من المجتمعات، ويعني بها أسلوب التعامل مع الحياة بتفريعاتها المختلفة^(٣).

ويعاني الإنسان في مجتمعات العالم الثالث من هموم عدة، وإنكار واسع النطاق لحقه في حياة يصنعها لنفسه، وثقافة يحدد هو عناصرها وأهدافها باعتبار كل ما تعنيه الثقافة من تحقيق للهوية الإنسانية رغم كل المعوقات المفروضة عليه، وكأنه لم يكف قوى القهر ما تمارسه من صور الاستغلال المحلي والعالمي، والمثلة في مظاهرها السياسية

صناعة الثقافة في عصر العولمة وأثرها في تغيير ملامح الهوية الثقافية، المجلد الثاني، العدد ١، يناير ٢٠١٣، ص ٩٩ - ١٣٦.

معالمه وآلياته تدريجيًا حتى وصلت تجلياتها العليا إلى ما يطلق عليه العولمة، التي أصبحت الإطار الذي يفترض أن تتحرك فيه وتتأثر به كل الظواهر المجتمعية على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، كما عدت آلياتها هي الحاكمة لكل ما سبقها من إنجازات المجتمع الدولي الاقتصادية والسياسية والثقافية، بحيث أصبحت هذه الإنجازات مسخرة إلى حد كبير لخدمة أهداف العولمة سلبية كانت أو إيجابية^(٤).

ولا أحد ينكر تأثير العولمة على شتى جوانب الحياة، ولا سيما الثقافة؛ حيث تواجه تحديات لا حصر لها، تدفعها لمراجعة قدرتها على التحرك في عالم ليس من صناعتها. ومن هنا تتعرض الثقافة العربية لمخاطر عدة بفعل ظاهرة العولمة؛ نظرًا لما تمتلكه العولمة من أدوات وآليات تغريبية، تستهدف في النهاية تحويل المجتمعات العربية إلى مجرد مجتمعات استهلاكية عبثية مستلبة الهوية والإرادة.

فقد تمكنت العولمة في الحقل الثقافي فعليًا من اختراق الحدود الثقافية وصناعة وترويج النماذج الثقافية ذات الطابع الغربي والهوية المؤمركة، وذلك من منطلق صناعة الثقافة، ذلك المصطلح الذي تمت صياغته من قبل مدرسة فرانكفورت للإشارة إلى عملية تحويل الإنتاج الثقافي إلى سلع، أي إنها عملية تختصر تمامًا الطابع السلعي للثقافة في السوق

ذلك أن هذا النوع الجديد من القهر أصبحت إحدى أدواته الأساسية هي التغريب الثقافي ومحاوله سلخ الفرد من أمته، أو تجريده من الشعور بالانتماء إليها، حتى يسهل إخضاع هذه الأمة لمختلف صور التبعية^(٥)، حيث يتوقع أن يلعب هذا النوع من القهر - الاختراق الثقافي - أدوارًا جديدة في أفق الصراع الاستراتيجي الدائر اليوم في العالم^(٦).

وهنا يمكن القول: إنه إذا ما تعرضت ثقافة المجتمع للانحيار أو الاختراق، فإن ذلك سوف يعني أن المجتمع يصبح عشوائيًا في حركته، مفتقدًا لبوصلة التوجيه، إضافة إلى أنه يطلق عقال الغرائز - وهي القاعدة الحيوانية في الإنسان - من غير ضابط يتولى السيطرة عليها، بحيث تصبح سلوكيات الإنسان موجهة بمنطق غريزي عارية من أية قيم أو معايير، مثلما هي خالية من أي رشد أو منطق^(٧)، الأمر الذي يدعو إلى ضرورة الاهتمام بدراسة الثقافة، بوصفها رمزًا للهوية والخصوصية في أي مجتمع، وذلك في ظل الكوكبة الحالية التي ليست إلا امتدادًا للاستعمار الجديد، وليست إلا هيمنة للرأسمالية الأوربية والأمريكية على بقية دول العالم^(٨).

٢- مشكلة الدراسة:

شهد العالم في الحقبة الأخيرة من القرن الماضي تشكلاً لنظام عالمي جديد، اتضحت

وفي هذا الإطار، يشير محمود الذواودي - في مؤلفه: عولمة الهوية الثقافية لبلدان العالم الثالث - إلى نوع آخر من التخلف غير التخلف الاقتصادي والتكنولوجي الذي يتم الحديث عنه في العادة، إنه التخلف الثقافي واللغوي والنفسي، ذلك النمط من التخلف المسكوت عنه ولا يخضع للتحليل والنقاش والبحث.

حيث تقوم صناعة الثقافة - ذات التوجه العولمي - بتغيير ملامح المجتمع الذي نعيش فيه، حيث تبدأ بإفراغ الهوية الثقافية من كل محتوى، وتحويل المجتمع إلى عالم من المؤسسات والشبكات العالمية، ويتحول معه أفراد المجتمع إلى تابعين أو بالأحرى إلى مستهلكين للسلع والصور والمعلومات التي تفرض عليهم، ومن ثم يصبح الوطن الحقيقي هو الفضاء المعلوماتي الذي تصنعه شبكات الاتصال والعولمة.

ولهذا أصبح التخطيط لثقافة المستقبل أو مستقبل الثقافة - في ضوء مفهوم صناعة الثقافة - الآن من القضايا الأساسية التي تحظى باهتمام زائد في أنحاء العالم (المتحضر) كافة، العالم المنخرط بهذه الدرجة أو تلك في مسلسل التطور العلمي والتقني (التكنولوجي) الذي يطبع الحضارة المعاصرة (١٠).

ومن ثم فإن القلق على الثقافة يتأتى أولاً وثانياً من حالة الجمود وعقلية ما قبل العلم،

الرأسمالي، وقد ترتب على ذلك - تحويل الثقافة إلى صناعة - إتاحة الفرصة للقوى المهيمنة على الثروة من إنتاج وصياغة ونشر المعاني، وتسويق الخضوع لها، وذلك من خلال الامتثال للعولمة الإعلامية، وهو ما أدى بالتالي إلى إلغاء إمكانيات الثقافة كخيار يعني الانفتاح الطوعي على المنظومات الثقافية المختلفة عبر آليات التأثير والتأثير والتفاعل المتبادل، لصالح الاستباحة الكاملة للفضاء الثقافي الذي يعزز قيم الغالب، ويؤدي إلى استتباع المغلوب واكتساح دفاعاته التقليدية، وبالتالي لا تترك أمامه من خيارات خارج حدود الانعزال أو الذوبان، سوى هوامش محدودة في مواجهة تكنولوجيا الإخضاع وصناعة العقول وهندسة الإدراك لغرض الغلبة الحضارية وكسر الممانعة الثقافية، ودفعها إلى الانكماش والتحول إلى طقوس وأشكال فولكلورية تسجنها في مشاهد الأسطورة والتراث والتاريخ، وتدفعها إلى الغربة الحضارية والخروج من التاريخ. ومن ثم يحدث التغلغل الثقافي داخل المجتمعات العربية، حيث وجود صدى للأفكار الغربية، وذلك دون تقديم النقد الموضوعي لهذه الأفكار، وبالتالي تصبح الساحة العربية مهياًة للأفكار المرتبطة بتحقيق مصالح المجتمعات الغربية^(١).

تصنيع ثقافة الإنتاج الواسع والقواعد التجارية التي تحرك النظام، حيث يصبح للصناعات الثقافية مهمة محددة، وهي منح الشرعية الأيديولوجية للمجموعات الرأسمالية القائمة، ودمج الأفراد في طريقة حياتها، وذلك عن طريق عناصر الصناعات الثقافية المتمثلة في الإذاعة وعالم الأزياء والإعلان والسينما والأشكال الأخرى لثقافة الإعلام^(١٣).

ولقد ميز "أدورنو" في ثنايا حديثه عن فكرة صناعة الثقافة بين صناعة الثقافة والثقافة الجماهيرية، التي تفترض أن الجماهير تتحمل بعض المسؤولية عن الثقافة التي يستهلكونها، وهذا يتحدد من خلال تفضيلات الجماهير أنفسهم. وقد ذهب أدورنو إلى أكثر مما ذهب إليه منظرو الثقافة الجماهيرية، حيث اعتبر هذه الثقافة شيئاً فرضاً على الجماهير فرضاً، مما هيأهم للترحيب بها، دون أن يدركوا أنها مفروضة عليهم قسراً^(١٤). أو بمعنى آخر وفقاً لرؤية أدورنو أن هناك ثقافة تُصنع من أجل الجماهير من خلال منظومة عالمية لها أهداف واضحة تحتكر جميع قنوات نشر الثقافة وخاصة الإعلامية^(١٥).

وقد حدد "أدورنو" ما الذي يعنيه بمفهوم صناعة الثقافة في كتاب "جدل التنوير" فيما يلي: "في كل مجالات الثقافة توجد منتجات تصنع لتستهلكها الجماهير،

وغياب العقلانية والعجز عن الإصلاح والتهرب من التطوير والانتكال على القديم بسبب قدمه، وإعادة إنتاج المقولة نفسها، والتي لم تعد قادرة على تلبية احتياجات الحاضر، أو رؤية متطلبات المستقبل^(١٦).

وتأسيساً على ذلك تنطلق الورقة البحثية من فرضية أساسية مؤداها: أن عملية صناعة الثقافة في عصر العولمة أثرت بشكل أو بآخر في تغيير ملامح الهوية الثقافية. وفي ضوء هذه الفرضية تأتي فرضيات فرعية تدور حول: اختزال الرموز والمعاني الثقافية الأصلية، تفتيت الهوية وطمسها، تغيير شكل ونمط الانتها، تعزيز النزعات الاستهلاكية.

٣- مفاهيم الدراسة:

١-٢ صناعة الثقافة:

ظهر مفهوم صناعة الثقافة وتمت صياغته من قبل مدرسة فرانكفورت، حيث ابتدعه المنظر النقدي ثيودور أدورنو Theodor Adorno (١٩٠٣-١٩٦٩) وماكس هوركهايمر Max Horkheimer (١٨٩٥-١٩٧٣)، تم تناوله في الفصل الأخير من كتابه "جدل التنوير" Dialectic of Enlightenment، "صناعة الثقافة: التنوير والخداع الشامل"^(١٧).

ويشير مصطلح صناعة الثقافة بصفة عامة وفقاً لتعريف مدرسة فرانكفورت إلى عملية

هذه الثقافة يفرض على الأفراد الانصياع دون النظر إلى المحتوى المقدم إليهم، ومدى صعوبة ظروفهم الاقتصادية.

وبصفة عامة، فقد رأى أدورنو وهوركهايمر أن هذه الثقافة ذات الإنتاج الضخم تشكل خطراً كبيراً على الآداب السامية، حيث إنها تخلق احتياجات كاذبة في نفوس أفراد المجتمع، وذلك في مقابل الاحتياجات الحقيقية مثل: الحرية والإبداع وهما السعادة الحقيقية. وبهذا فقد رأى أدورنو أن الثقافة الشعبية هي صناعة ثقافة واحدة هدفها الوحيد هو ضمان استمرار طاعة الجماهير لمصالح السوق^(١٨). ومن ثم يمكن القول: إن صناعة الثقافة هي النتيجة المنطقية للإنتاج الصناعي الرأسمالي^(١٩).

يتضح مما سبق، أن صناعة الثقافة هي ظاهرة شاملة تستهدف تحويل الإنتاج الثقافي إلى سلع، أي تحويله إلى قيمة مادية تبادلية، وبالتالي نحصل على ثقافة جماهيرية مكونة من سلسلة من السلع والخدمات موجهة لتلبية طلبات واحتياجات أكبر عدد ممكن من المستهلكين ذوي الدخول المنخفضة، حيث تقوم الصناعات الثقافية بإنتاج وتوصيل بضائعها المتماثلة إلى كل مكان، ملبية حاجات كثيرة ومتنوعة، معتمدة في ذلك على معايير إنتاجية موحدة من خلال نمط صناعي في

وهي ما تحدد إلى حد كبير طبيعة ذلك الاستهلاك، والمعروف أن تلك المنتجات تخضع في تصنيعها - بدرجة أو بأخرى - لخطوة معينة. فالفروق الفردية تتشابه في بنيتها أو على الأقل يناسب كل منها الآخر، بحكم أنهم يخضعون لنظام، فلا تحدث فيه فجوة، وقد صار ذلك ميسوراً في الوقت الحاضر؛ نظراً لتوافر القدرات والمهارات الفنية المعاصرة، بنفس قدر توافر التركيز الإداري والاقتصادي، وهكذا تتكامل صناعة الثقافة في اهتمامها مع مستهلكيها^(٢٠).

ولقد أورد "معن خليل العمر" مفهوم صناعة الثقافة في معجمه، مؤكداً أنه يشير إلى تحديد التنظيمات التي تنتج ثقافة شعبية مثل: التلفزيون، الراديو، الكتب والمجلات والصحف، الموسيقى الشعبية، وقد تأخذ بعداً أوسع من هذا فتشمل المتاحف ووكالات الإعلانات والتنظييات الرياضية، وذلك استناداً إلى مدرسة فرانكفورت، ولا سيما أدورنو الذي عني بصناعات الثقافة والإنتاج الرأسمالي الممزوج مع الثقافة الشعبية^(٢١).

ومن ثم تصبح هذه الثقافة الشعبية هي أقرب إلى مصنع لإنتاج السلع الثقافية الموحدة - من خلال إذاعة وسينما ومجلات - التي تعمل على التلاعب بالجماهير، وبث روح السلبية، والدعوة إلى إشباع الملذات بشكل مبالغ فيه، وبالتالي فإن استهلاك مثل

والفكرية التي تميز فريقاً من الناس عن آخر، ولا جدال مطلقاً في أن هذه الخصائص المميزة تبرز لدى الفرد والمجتمع في أنماط سلوكه في الحياة ومواقفه من مظاهرها وظواهرها معاً. والثقافة وفقاً لهذا التعريف، وبالنظر إلى جدلية علاقتها مع الهوية، تعتبر هي الإطار العام الذي تتشكل فيه هذه الهوية، لمُبّ الهوية - كما تذهب فوزية مخلوف - يتمركز في ثقافة كل أمة^(٢٣).

ويعرف "محمد الجوهري" الهوية الثقافية بأنها: توحد الذات مع تراث ثقافي معين^(٢٤). ومن زاوية أخرى يعرف "ماهر الضبع" الهوية الثقافية بأنها: السمات الخاصة التي تجعل المركب الثقافي - وفقاً لتعريف اليونسكو - يختلف من مجتمع إلى آخر، إنها مجمل الظروف الاقتصادية والسياسية والتاريخية والاجتماعية والنفسية التي تعطي لهذا المركب الثقافي خصوصيته، وتشكل نظرة أصحابه إلى الآخر، دون أن يعني ذلك الانغلاق أو التقوقع أو يعني الانفتاح والدوبان، ولكن يعني الخصوصية القابلة دائماً لتطوير نفسها من خلال تفاعلها الحي والخلاق مع مستجدات العصر في علاقة جدلية لا تأخذ فيها فقط، بل تأخذ وتعطي في تفاعل مثمر يحفظ لها خصوصيتها ويحميها من الموت^(٢٥).

الإنتاج يركز على إنتاج كثيف وغزير ولكن بنوعية منخفضة، أي بتكاليف منخفضة^(٢٦).

٢-٣ الهوية الثقافية:

يعد مفهوم الهوية الثقافية مفهوماً حديثاً، تطور في رحم الرأسمالية نفسها، حين بدأت تمارس عالميتها، ولا شك أنه أحد منتجات العنف الإمبريالي للرأسمالية في توسعها المادي بالامتداد الجغرافي والمالي، وتوسعها الثقافي حين فرضت سيادتها على العالم^(٢٧).

وجدير بالذكر أن محاولة تحديد ماهية الهوية الثقافية أو معرفتها تقتضي أولاً التعرف على علاقة الثقافة بالهوية، حيث إن هناك خلافاً في تحديد موقع الثقافة من الهوية، ففي الوقت الذي ينظر فيه البعض إلى الثقافة بوصفها أحد مكونات الهوية، ينظر إليها البعض الآخر بوصفها العامل الحاسم في مفهوم الهوية، وهكذا، فإذا كانت الهوية هي مركب السمات أو القسمات أو الأحاسيس، أو أي شيء يكسب المجتمع أو الجماعة أو الفرد أو أي شيء آخر خصوصيته وكيانه المنفرد في مواجهة الآخر، فإن الذي يساعد على إنجاز هذه العملية هو الثقافة، ومن ثم فإن موقع الثقافة هو موقع أساسي بالنسبة للهوية^(٢٨).

وعلى هذا الأساس، تعرف الهوية الثقافية بأنها: مجموعة الخصائص أو النظم السلوكية

٣- الأمة وهي تعبر أيضًا عن هوية متفردة لها إزاء الأمم الأخرى، غير أنها أكثر تجريدًا وأوسع نطاقًا وأكثر قابلية للتعدد والتنوع والاختلاف.

٤- أثر العولمة على تفتيت الهوية الثقافية :

استحوذ البعد الثقافي لظاهرة العولمة على جانب كبير من اهتمام الدراسات التي عنيت بتحليل الظاهرة بكيفية لا نجد لها في الأبعاد الأخرى، حتى الاقتصادي منها، ويمكن تبرير ذلك بالنظر إلى الثقافة كما أوضحها (السيد ياسين) ستكون واحدة من أبرز الآليات الفاعلة في المجتمع الكوني، فالثقافة ستصبح من أهم مصادر القوة في عصر المعلومات، حيث إن الثقافة بفضل التطور الرأسمالي القائم على التطور المستمر خارج الحدود - أصبحت سلعة ينطبق عليها من الأحكام والإجراءات ما ينطبق على سواها من السلع المادية^(٢٩).

وتهدف العولمة في بعدها الثقافي إلى الاختراق الثقافي، حيث السيطرة على الإدراك وسلب الوعي والهيمنة الثقافية، وهنا يؤكد "مايك فدرستون" أن التمدد والتداخل الثقافي العالمي يؤدي إلى نشأة كيان عالمي يعرف بأنه "نطاق من التفاعل والتبادل الثقافي"، فهو عملية تقوم فيها سلسلة من التدفقات الثقافية لإفراز تجانس ثقافي

والهوية الثقافية وفقًا لتعريف "محمد عابد الجابري" هي: كيان يصير ويتطور، وليس معطى جاهزًا ونهائيًا، فهي قابلة للتطور، إما في اتجاه الانكماش أو في اتجاه الانتشار. وهي تغتني بتجارب أهلها ومعاناتهم، انتصاراتهم وتطلعاتهم، وأيضًا باحتكاكها سلبيًا وإيجابيًا مع الهويات الثقافية الأخرى التي تدخل معها في تغاير من نوع ما^(٢٧). كما تعرف الهوية بأنها: ما يتفرد به الإنسان أو المجتمع من صفات مميزة من خلال الصيرورة التاريخية التي هي تفاعل حي إرادي عقلا في بيئة طبيعية جغرافية من خلال الوجود الإنساني المتمثل في المجتمع بإيجابياته وسلبياته^(٢٧).

وبصفة عامة، فإن الهوية الثقافية - وفقًا للجابري - هي حجر الزاوية في تكوين الأمم؛ لأنها نتيجة تراكم تاريخي طويل، وهي بذلك تنقسم إلى ثلاثة مستويات: هوية فردية، هوية جمعية، هوية وطنية (قومية)، والعلاقة بين هذه المستويات تتحدد أساسًا بنوع الآخر الذي تواجهه، وتتحدد تلك المستويات كالتالي^(٢٨):

- ١ - الفرد داخل الجماعة الواحدة هو عبارة عن هوية متميزة ومستقلة، فهو عبارة عن أنا لها آخر داخل الجماعة نفسها.
- ٢ - الجماعات داخل الأمة، هي الأفراد داخل الجماعة، لكل منها ما يميزها داخل الهوية الثقافية المشتركة.

لاهوتية أو قدرية، تطلق شعارات التغيير لتدعيم النظام القائم، تبحث في الهوية والتراث، وتتغافل الحاضر، تنقل عن الغرب وتتحدث عن الموروث^(٣٣).

ونتيجة لذلك يصبح الإنسان العربي المعاصر منفصلاً عن ذاته، مغترباً في ثقافته، لا يعرف كيف يواجه تجليات العولمة وإشكالية الخصوصية، فيعيش عالماً من الوهم ونسقاً من الخيال يصنعه لنفسه، إما هرباً من واقعه أو عجزاً عن الفكاهة منه، فلا يجد مخرجاً إلا أن ينكص إلى ماضيه يتباكى عليه، ومع ذلك قد يسعى للعصرنة والمظهرية المصطنعة، فيصبح ممسوخ الشخصية، فاقد الهوية، غير قادر على التكيف مع الواقع، أو التصالح مع الأنا، أو التعايش الحر مع الآخر من أجل إعادة إنتاج الذات^(٣٣).

ومن ثم فإن تلك الثنائية التي تطبع الثقافة العربية بمختلف مستوياتها المادية والروحية، ثنائية التقليدي والعصري، تعمل على تكريس الازدواجية والانشطار داخل الهوية الثقافية العربية بمستوياتها الثلاثة (الفردية والجماعية والوطنية)^(٣٤)، وهو ما يعد نتيجة مباشرة لعمليات الاختراق الثقافي الذي يقف وراء ذلك التطور الهائل الذي عرفته وسائل الاتصال السمعية والبصرية التي أصبحت الآن تغطي العالم كله بواسطة

وفوضى ثقافية في آن واحد، حيث ردود أفعال داعمة للقوميات وإفراز ثقافات عابرة للقوميات، وفي هذا تتشكل ثقافة تتجه إلى ما وراء الحدود القومية، والتي أطلق عليها فدرستون "ثقافة الثالثة"^(٣٥).

وفي هذا السياق، ظهرت الدعوة إلى ما عرف في نهاية تسعينيات القرن الماضي بـ Value Free International Citizen أي المواطن العالمي المتحرر من أية قيم خاصة أو معالم ثقافية وحضارية تميزه عن غيره، والمقصود من هذا أن يكون مهياً لتقبل واعتناق قيم العولمة الثقافية المؤمركة، كما ظهرت فكرة المواطن العالمي الذي يتبنى ثقافة واحدة وقيماً حضارية واحدة وشخصية عالمية واحدة، لها سمات محددة، غالباً ما تكون روافدها غربية الطابع^(٣٦).

وهنا نجد أنفسنا أمام تكوين ثقافي مغترب، وهو ما يعايشه المجتمع العربي الآن بصفة خاصة، حيث يشكل بدوره خليطاً غريباً من هنا وهناك يقرب بين أيديولوجيات مستوردة تجمع بين المحافظة والراديكالية، تشوه التراث وتطمس معالم الوعي التاريخي، وتشكل لدى المفكرين رؤية غير محددة الهوية والمعالم تفتقد الأصالة لكنها سلفية، تفتقد المعاصرة لكنها استهلاكية، تطرح قضايا الواقع بمنحى راديكالي وتنتهي بتفسيرات

البث عبر الأتمار الصناعية التي تحترق جميع البيوت، وتمارس الهيمنة الثقافية على بلدان العالم الثالث وبلدان أوروبا أيضًا^(٣٥).

ويعبر الصدام ما بين الثقافات الناجم عن عمليات الاختراق الثقافي عن أزمة حقيقية تلم بالهوية الثقافية لبعض البلدان، وانعدام في التوازن بين الأخذ والعطاء والتأثير والتأثر، إذ تجد فيها أمم نفسها متخلفة ومستغلة من أمم قد سبقتها في ميادين العلم والتقنية، حيث إنها تحتكر لنفسها ما تظن أنه سبب تفوقها وتقدمها، وتمنعه عن غيرها لإطالة أمد هيمنتها وسيطرتها^(٣٦).

ويُصدق على تلك الحقيقة "صمويل هانتنجتون" في نظريته التي تلخص في فكرة أن الصراعات المقبلة بين الكيانات الدولية المختلفة، سوف تكون صراعات ثقافية قبل كل شيء، وهو ما يظهر في قوله: إنه في العالم الجديد لن تكون الصراعات المهمة والملحة والخطيرة بين الطبقات الاجتماعية، أو بين الغني والفقير، أو بين جماعات أخرى محددة اقتصادياً، وإنما الصراعات ستكون بين شعوب تنتمي إلى كيانات ثقافية مختلفة^(٣٧).

وجدير بالذكر أن ذلك الاختراق الثقافي الذي تمارسه العولمة لا يقف عند حدود تكريس الاستتباع الحضاري بوجه عام فحسب، بل إنه يسعى أيضًا إلى تكريس الثنائية والانشطار في الهوية الثقافية والعمل

على تفتيتها وطمسها على مدى الأجيال الصاعدة والقادمة أيضًا^(٣٨)، ومن ثم تواجه الكثير من الدول مأزقًا لا تحسد عليه، وخصوصًا في سيادتها الفعلية على أراضيها، ولا سيما بعد أن حطمت العولمة الكونية والنظام الدولي الجديد أطواق سيادات تلك الدول وقوانينها وحدودها وأسواقها وجهازها الإعلامي، من أجل سيادة وانتشار ثقافة عولمية مخترقة ليس للحدود بل للفضاءات، وشركات عابرة ليس للمجالات بل للقارات، وعليه فسوف يتلاشى الإحساس بالهوية والخصوصية الثقافية^(٣٩).

فقد كان لما خلفته العولمة في بعدها العلمي والتكنولوجي من تطورات واسعة في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مستوى العالم، وعلى المستوى الإقليمي العربي الذي أخذ يقفز بمعدلات كبيرة منذ أواخر الثمانينيات وأوائل التسعينيات من القرن العشرين^(٤٠) آثار عظيمة على النسق الثقافي في تلك البلدان، حيث تم توظيف العلم للاختراق الثقافي والهيمنة على الثقافات التقليدية بهدف طمس هوية الشعوب، وهذا وإن تعددت آليات هذه الهيمنة كماً وكيفاً بين ثقافة قومية وأخرى^(٤١).

وقد أشار في هذا الصدد "فتحي عبد الفتاح" إلى الدور الجديد للثقافة في ظل الثورة المعلوماتية والتكنولوجية (المدش، الأعمار

الأخرى^(٤٤)، وهذه هي المشكلة التي يثيرها الكثير من الباحثين في العالم الثالث، حيث إن تدفق هذه الرسائل الإعلامية والثقافية يأتي من المراكز الرأسمالية بكل قوتها ونفوذها وعنفوانها وقدراتها التكنولوجية، ويصب في دول الأطراف كمجتمعات العالم الثالث، التي تصبح في الواقع مجرد مستقبله لهذه الرسائل الإعلامية والثقافية بكل ما فيها من قيم سلبية وأحياناً مدمرة، وهي في جميع الحالات تحمل أخطار الغزو الثقافي مما يهدد الخصوصيات الثقافية لهذه المجتمعات^(٤٥).

فقد أوضحت المعلومات في الوقت الحالي - بلا شك - صريحة الاحتكار من قبل القلة التي لا تدخر جهداً في سبيل إحكام سيطرتها على سوق الإعلام والاتصال، ومصير مشاهديه ومنتجيه ومبدعيه^(٤٦)، وهو ما يظهر بوضوح في الخريطة الإعلامية العالمية، فهناك ٤ وكالات أنباء عالمية معروفة باسم الأربعة الكبار، تحتكر ٨٠٪ من فيض المعلومات، وهناك ١٠ مجموعات إعلانية تتحكم في ٨٠٪ من إجمالي الإنفاق الإعلاني في الولايات المتحدة الذي يصل إلى ٢٥٠ مليار دولار سنوياً، و ٤ مجموعات إعلام رئيسية تتحكم في ٩٠٪ من الصحف البريطانية، بل إن الأمر طال شبكة الإنترنت، حيث يستولي مائة موقع على ٨٠٪ من إجمالي الزوار، بينما

الصناعية، الكمبيوتر، الفيديو كاسيت، الإنترنت)، وهل هي مجرد آليات جديدة تساعد على نشر الثقافة والإنتاج الثقافي، أم أنها يمكن أن تجرى تغييرات جوهرية في مفهوم الثقافة بمفهومها القومي والعالمي، ولا سيما في عصر العولمة التي حولت العالم إلى ما يشبه القرية الكونية، وأدت إلى تراجع بعض المنطلقات الثقافية التقليدية مثل الهوية الثقافية والاستقلالية الفكرية لصالح المنتج الثقافي السائد عالمياً، الذي استطاع أن يغزو العالم من خلال تملكه وسيطرته على أدوات الثورة العلمية والتكنولوجية^(٤٧).

ويُعد الإعلام في هذا السياق من المتغيرات التي ضحكت قيماً متناقضة ومنحرفة، فأشاعت الفوضى في ثقافة المجتمع، حيث إنه يبيث في أحيان كثيرة مضامين إعلامية تتناقض مع احتياجات الواقع، فقد يعمل الإعلام بوسائله المختلفة على نقل تيارات وأفكار وصور لنماذج لا تتلاءم ونظائرها في الثقافة القومية، ومن ثم يتخلق تناقض أو عدم تكامل في بنية هذه الثقافة^(٤٨)، وهو ما يظهر بوضوح في البرامج التي تبثها الإذاعات المختلفة حتى العربية منها، حيث يلاحظ إظهار تفوق الحضارة الغربية وتغلغل قيم الرأسمالية في المؤسسات الوطنية ذات الصلة بالثقافة، وكلها تصب في إطار ترسيخ تفوق الغربي على ما عداه من الجنسيات

تتنافس ملايين المواقع على الخمس الباقي. ولا جدال في أن أخطر أنواع الاحتكار، هو ذلك الخاص باحتكار المحتوى الإعلامي، والمحتوى أهم مقومات صناعة الثقافة، ومن يسيطر عليه يقبض على زمام اللعبة الإعلامية بلا منازع^(٤٧).

وفي هذا المجال يجب تأكيد ما يمكن أن يمارس من خلال أجهزة ومؤسسات الإعلام الفضائي والعلاقات العامة التابعة للمؤسسات والشركات الكبرى متعددة الجنسيات والإشارة إليه، والتي يمكنها التأثير على شعوب البلدان الأخرى وتوجيهها بطريقة تخدم السياسات العامة والخاصة للدول الكبرى مالكة هذه الآليات الإعلامية والفكرية الجبارة عابرة القارات والمجتمعات والقوميات^(٤٨)، ذلك في الوقت الذي تقع فيه الشعوب الأقل تقدماً في العلوم والتكنولوجيا والصناعة والإنتاج الغزير في مجال المعرفة والاتصال والمعلومات تحت تأثير ووطأة هذه الآلة الضخمة للإنتاج الإعلامي والثقافي الغربي، وتحت السيطرة الكاملة لصناعة المعرفة التي تسعى إلى صياغة المفاهيم والتاريخ والقيم وصناعة الرأي العام في تلك الدول التي يعزز مصالحها وأهدافها الاستراتيجية^(٤٩)، ومن ثم ظهرت بذلك صناعة عالمية جديدة غير مرئية تعرف باسم

"صناعة العقول" أو "صناعة الوعي"، أو كما يقول "سكينر": هندسة الثقافة وتغيير العقول وخلق الاعتقادات^(٥٠). فقد أضحت صناعة الوعي أو تصنيع العقل وصياغة ثقافات الشعوب فناً دولياً أو تقنية تملك زمامها الدول الغربية الرأسمالية بصفة عامة، والولايات المتحدة الأمريكية بصفة خاصة متمثلة في الشركات متعددة القوميات^(٥١)، حيث تطرح الثقافة الأمريكية نفسها كنموذج وحيد يجب أن تخضع له جميع الثقافات، بل عليها أن تتمثله وتعيد صياغة مفاهيمها بالاستناد إليه، وتتصور كل ثقافة لا تخضع لمنظومتها الأخلاقية ونهجها الاستهلاكي ومعاييرها القيمية عدواً يجب مواجهته وقمعه حتى يعلن طاعته ويكف عن التحدي والتميز، ويمكننا أن نلمس هذا بوضوح في نظرية فوكوياما حول "نهاية التاريخ"، وفي نظرية صمويل هانتنغتون حول "صدام الحضارات"^(٥٢).

وفي هذا الصدد، يركز منتقدو التأثيرات السلبية للعولمة على الأمركة، وذلك بوصفها الواجهة الواقعية لمساعي العولمة في التأثير على الثقافات الوطنية، حيث إنه في إطار التطورات الدولية الراهنة تمكنت المنظومة الليبرالية - خاصة عبر النهج الأمريكي - من بسط هيمنتها على مختلف النظريات السائدة، خاصة بعد تداعي المنظومة الاشتراكية. وقد

وهكذا فقد أضحت ثقافة القوى العالمية المسيطرة - في عالم تحكمه أيديولوجيات العولمة - مناسبة لاختراق الدفاعات الثقافية للمجتمعات النامية، ونتيجة لذلك تفرض ثقافة الغالب وطرائقه في العيش عبر آلية التقليد والمحاكاة في البداية على ما يذهب إليه ابن خلدون: بأن المغلوب مولع أبداً بثقافة الغالب في زيه وشعائره وسائر عوائده، وهي الثقافة التي يتم في النهاية استيعابها لتصبح عناصر في منظومة القيم القومية التي تنظم التفاعل الاجتماعي. وهنا أصبح من الصعب الحفاظ على الهوية الثقافية في مواجهة ثورة الاتصالات والضحخ الإعلامي المتواصل، وهو الأمر الذي جعل القيم الغربية حاضرة في ثقافتنا وتؤدي دورها في توجيه سلوكيات البشر وبخاصة شريحة الشباب^(٥٥).

ويشير "إبراهيم بدران" في هذا الصدد إلى أن عولمة الثقافة إنما هي ناتجة عن تغيير أدوات صنع الثقافة التقليدية، ونشوء أدوات ووسائل أخرى لصنع الثقافة. ومن هنا فإن العولمة تتيح الفرصة للمجتمعات القادرة على الإبداع والابتكار والمنافسة، والتي تستطيع جذب الآخر، استناداً إلى خلفية قوية لكي ترسل مفرداتها الثقافية أو تعولم هذه المفردات، وبالتالي فلا يتوقع أن تكون الدول الأضعف هي التي تسيطر على الفضاء العولمي بما لديها من

حرصت الولايات المتحدة على نشر منظومتها القيمية على سبيل إرساء دعائم الديمقراطية الليبرالية، لتصبح المرجعية الأساسية للتغيير، سواء في الدول الاشتراكية السابقة أو في دول العالم الثالث، ويرجع البعض تلك القدرة الواضحة للنظام الأمريكي إلى اتساع سيطرته على النظام الإعلامي العالمي، فالولايات المتحدة تتحكم وحدها في ٦٥٪ من المادة الإعلامية في العالم، وهو ما يعني تفاقم الهيمنة الأمريكية في معظم مناطق العالم^(٥٦).

وتجدر الإشارة هنا إلى ما نبه إليه وزير الخارجية الكندي "فولكنر" في حديثه عن أحد أبعاد الهيمنة المتفردة للولايات المتحدة على العالم، حيث قال: "أنه إذا كان الاحتكار أمراً سيئاً في صناعة استهلاكية، فإنه أسوأ إلى أقصى درجة في صناعة الثقافة، حيث لا يقتصر الأمر على تثبيت الأسعار، وإنما تثبت الأفكار أيضاً"، حيث يقوم الفكر الأمريكي الذي يقود الحضارة اليوم - وفقاً لما جاء في البيان الختامي لندوة القاهرة حول: صراع الحضارات أم حوار الثقافات؟ - بتفريغ الإنسان من الشعور، ذلك في الوقت الذي يحاول فيه الغرب إرساء نفسه (لا سيما الولايات المتحدة الأمريكية) بصفته الحضارة الوحيدة، حيث يختزل التنوع الثقافي وينظر إلى تجاربه باعتبارها تجارب كونية^(٥٧).

النقدية مثل: فريدريك بولوك، ليوقنال، كارل أوجست قيتفوجل، إلا أن أعمال كل من هوركهايمر وماركيوز وأدورنو وفروم هي التي تشكل جوهرياً أساس الأطروحات النظرية لمدرسة فرانكفورت^(٦٧).

وعلى ذلك، فإن الإمام بالفكر النقدي يستدعي دراسة أفكار هؤلاء ممن أسهموا في نشأة النظرية النقدية الحديثة وتطورها، فهي تمثل تياراً فلسفياً معاصراً جمع جوانب معرفية مختلفة لواقع اجتماعي واحد، فقد بدأ هذا التيار في ألمانيا معبراً عن أزمة الواقع الاقتصادي والسياسي وانتشر في أجزاء كثيرة من العالم متخذاً من التوظيف السياسي محوراً أساسياً للتطور^(٦٨).

وقد منح رجال الفكر النقدي البناء الثقافي الفوقي قدرًا كبيراً من الاستقلالية، ومنه ينطلقون لممارسة نقد النقد؛ بهدف إبراز دور الوعي الإنساني في سبيل التحرر، أو كما أوضح هابرماس أن العلم الاجتماعي النقدي هو القادر على تحرير الفرد من تلك التصورات الدخيلة عليه والهادفة إلى السيطرة على عقول الأفراد، هذا فضلاً عما أشار إليه هوركهايمر بأن غياب الوعي أو تنويمه هو لب أزمة المجتمع الرأسمالي^(٦٩)، حيث ينتج المجتمع - وفقاً لرأي لوكاش - قيم التشيؤ، التي تعني تحويل البشر إلى أشياء على جميع

منتجات متواضعة لا ترقى إلى مستوى التنافس مع الدول الصناعية الكبرى كالولايات المتحدة الأمريكية أو اليابان أو فرنسا... إلخ^(٧٠). وبهذا تصبح الثقافة أداة غير شريفة في يد بعض الدول، تستغلها لخدمة مصالحها والترويج لسياساتها وأيديولوجياتها^(٧١)، بل إنها أصبحت سلاحاً - بلغة اليوم - من أسلحة التدمير الشامل التي يجب أن يحذر استعمالها^(٧٢).

٥ - مدرسة فرانكفورت وصناعة الثقافة :

تعد ظاهرة "الوعي الغائب" أو ما يسمى بالاستلاب الفكري هي نقطة البدء في معظم الاتجاهات النقدية الحديثة، كما أنها كانت محور تحليل الحركات الراديكالية التي انتشرت في المجتمع الرأسمالي الغربي، تلك الحركات التي لعب فيها رجال الفكر النقدي - أمثال هربرت ماركيوز، أريك فروم وغيرهم - دوراً مهمّة على مستوى التنظير والأيديولوجيا، وربما من هذا المنطلق استطاعت الحركات الراديكالية - على مستوى الممارسة السياسية - الانتشار في المجتمع الأوروبي الغربي كنتاج للدعم الفكري والأيديولوجي الذي قدمه رجال الفكر السوسيولوجي لهذه الحركات (٥٩). وكان من أهم تلك الحركات النقدية ما يعرف بمدرسة فرانكفورت الألمانية، وعلى الرغم من دور شخصيات بارزة كثيرة في تلك المدرسة

العالم العصري المتمدن^(٦٥). هذا، وقد صاغ أدورنو مصطلح صناعة الثقافة ليحل محل الثقافة الجماهيرية، مؤكداً على أن صناعة الثقافة هي علامة واضحة على إفلاس الثقافة، أي سقوطها في السلعة "فالتسليع يعني تحويل الفعل الثقافي إلى قيمة تبادلية، يقضي على قوته النقدية، ويحرمه من أن يكون أثرًا للتجربة إنسانية أصيلة، ومن ثم تصبح صناعة الثقافة هي العلامة الفاصلة على تراجع الدور الفلسفي الوجودي للثقافة^(٦٦).

ويرجع فضل تطبيق النظرية النقدية للمجتمع على الثقافة الشعبية أو الجماهيرية إلى حد بعيد إلى أدورنو، وقد بدأ عرض أدورنو لإنتاج الثقافة الشعبية بظاهرة التنميط أو التوحيد القياسي Standardization، وهي عملية تفرض احتكارات صناعة الثقافة عن طريقها تعرف الأعمال الناجحة، والأنماط والأمزجة على المادة التي ينبغي تشجيعها^(٦٧)، وهو ما يفرز في النهاية - على نحو تلقائي - عددًا من الصور والأفكار النمطية^(٦٨).

وهكذا فقد كان أدورنو الأشد نقدًا وتشاؤمًا من ناحية المصير المساوي الذي أصاب الثقافة جراء انتشار النمط الاقتصادي الاستهلاكي وتسيده، إذ باتت المنتجات الثقافية سلعة موجودة في التداول مثلها مثل أي سلعة أخرى، وقد عبر عن ذلك بدقة شديدة بقوله:

مستويات الحياة الاجتماعية في عملية العمل والإنتاج الثقافي، وحتى العلاقات الحميمة التي تم اختراقها بالضرورات الاقتصادية، وصارت موضوعًا للقوانين الاقتصادية، كالأسمالية الاحتكارية على سبيل المثال. ولهذا فقد قامت مدرسة فرانكفورت بصياغة نقدها للتطويع الثقافي في قالب هجوم ليس فقط على الفاشية (وكانه موجه إلى شيء في ذاته) بل - أساسًا - في قالب هجوم على الرأسمالية الاحتكارية بمجملها^(٦٩).

ومن هنا فإن تحليل قضية ثقافة الاستهلاك - كمظهر من مظاهر صناعة الثقافة - في إطار أعمال مدرسة فرانكفورت يتأتى من خلال تحليلات تلك المدرسة واتباعها لظاهرة السيولة الثقافية التي تقوم على المنطق السلعي والقيم الاستهلاكية التي تغري الجماهير وتجذبهم نحو الشراء، وبصفة خاصة الاستخدام الأمثل للرأسمالية في اختراق الأدب والفن والأزياء للتقريب بين الثقافة الراقية وثقافة الجماهير، وهو ما يسمى بصناعة الثقافة الاستهلاكية^(٧٠).

٥-١ ثيودور أدورنو:

يقترن اسم أدورنو بمدرسة فرانكفورت الألمانية، حيث بات معروفًا بشكل واضح كعالم اجتماع في نقده للثقافة الجماهيرية في

إن الثقافة لم تعد سلعةً أيضًا، بل سلع تمامًا، ولهذا أبرز معه إلى الوجود مصطلح "صناعة الثقافة" الذي يختصر تمامًا الطابع السلعي للثقافة في السوق الرأسمالي. ومن أهم سماته بذور قيم التشابه والتماثل بين الأفراد، وفي ذات الوقت خلق وهم الفردانية الزائف، وتصبح استجابة المتلقي للمنتج الثقافي محصورة في إطار توصل ما هو شائع ومألوف مبعثًا بأقصى ما يستطيع عن كل ما يميز الفن "المستقل" من ثورية ومغايرة للقيم السائدة^(٦٩).

كما يعد أدورنو واحدًا من الذين اهتموا بالتغير الثقافي، في ظل المجتمعات الرأسمالية، مستخدمًا في ذلك مفهوم صناعة الثقافة، وكذلك مفهوم إعادة الإنتاج الثقافي ليوضح الدور الذي تلعبه الممارسات والنظم الثقافية المختلفة، في تأمين السيادة الاقتصادية، والسياسية للرأسمالية الحديثة، فمن خلال عمليات صناعة الثقافة تسيطر قيم إعادة الإنتاج في المجتمعات الرأسمالية على المنتجات الثقافية، ولا يقتصر الأمر على السيطرة فحسب، بل يمتد ليشمل عمليات تغيير وتحوير المنتجات الثقافية وإعادة تنظيمها من جديد كي تتلاءم مع القيم النفعية للسوق^(٧٠).

وجدير بالذكر هنا ملاحظة حرص أدورنو على تحويل أعماله النقدية إلى مصادر معرفية يقابل بها الثقافة المصنعة، التي لا

تشبع في الحقيقة حاجات المستهلكين، وإنما تدفعهم إلى الاندماج في النسق الاجتماعي العام، الذي يرتبط بالثقافة السائدة، والتي تتجدد باستمرار وتندمج بالنسق العام، بحيث لا تترك لعفوية الجماهير أي أثر يذكر، وتجعلهم يتحركون في فضاء لا يستطيعون فيه تحقيق استقلاليتهم. كما أن الثقافة الجماهيرية التي تطورت بصورة عفوية هي مشكلة بذاتها، لأن الجماهير في الواقع لا يتكونون من أفراد مستقلين، وإنما من أفراد مدفوعين بتبعيتهم الاقتصادية وبشروط العمل السائدة في المجتمعات الاستهلاكية إلى الركض وراء التيار الجارف، مثلما يحدث مع موسيقى التسلية المخادعة.

حيث يعرف أدورنو (١٩٠٣-١٩٦٩) الفن بصفته انعتاقًا من الممارسات اليومية ووسيلة للتحرر، وطريقًا للخلاص يكاد يكون متفردًا من طريق نموذج يحدد العلاقة الحسية بين الإنسان والعالم. فالفن الأصيل له وظيفة نقد ثورية؛ لأنه يحمل إمكان هدم ما هو قائم وإعادة إنتاج الوعي الاجتماعي، ومنحه طاقة رفض يتجاوزها المجتمع الاستهلاكي وثقافته المصنعة. فهو يرفض الأعمال الفنية الحديثة؛ لأنها متطرفة وتعكس التثبيؤ في الوجود، وتعبر عن الصفاة، وتنتج عن قمع تسلطي كما في الأعمال الموسيقية الحديثة التي تساهم في تفتيت وحدة الإنسان،

مأخوذة من بعض القطع التقليدية بشكل متناثر، يفقر للمعنى والوظيفة، ويهتم فقط بكيفية استخدام التكنولوجيا المتطورة دون الاهتمام بالحس الجمالي والذوقي للقطع الموسيقية التقليدية^(٧٢).

ويعزز "أدورنو" مقولاته بتحليل ما أسماه بالطابع المزدوج للممارسات التراثية، كالفنون التراثية على سبيل المثال، أو الوظيفة المزدوجة للأشكال الفنية التقليدية، فقد نظر إلى منتجات الصناعة الثقافية بما يندرج تحتها من أشكال فنية، على أنها انعكاس لهيمنة بعض المؤسسات السياسية والاقتصادية في العالم المعاصر، أكثر من كونها وظيفة جمالية فنية، فضلاً عن كونها وسيلة للتبادل الاقتصادي أكثر من كونها إشباعاً لاحتياجات حقيقية، أو استجابة لمعان عاطفية ووجدانية، وأحياناً نجد "أدورنو" يشدد على عملية اختزال الكثير من الرموز والمعاني الجمالية والاجتماعية للأعمال الفنية المتوارثة وتشوهرها وكذلك افتقارها للمعاني الإبداعية، ويقول في هذا الصدد: "لا تنكر الحداثة مثلما تفعل ذلك الأساليب والممارسات الفنية السابقة، وإنما تنكر التقليد بوصفه تقليداً، وهي في ذلك لا تفعل سوى تأييد المبادئ البرجوازية والتي ترتبط بالطابع البضائعي للمجتمع البرجوازي، كما تؤيد وترسخ النموذج الغربي كأسلوب في الحياة القائمة على العصرية، والمتمتعة بمنجزات

في وقت يفترض بها أن تظل وفيه وقادرة على الصدق في قول الحقيقة البريئة.

وهكذا تصبح التحولات التي طرأت على وظيفة الموسيقى المعاصرة هي تغيرات داخلية ترتبط بالإنتاج التجاري الواسع للموسيقى المصنعة، الذي طاول بنية الذوق والاستماع الجمالي إليها. فالفن عموماً والموسيقى خصوصاً بدأت تخضع لتلك التغيرات وليس العكس، ولذلك فهي تقف اليوم على حافة الهاوية^(٧٣).

ومن ثم فقد تناول أدورنو إشكالية تغير صناعة الموسيقى بوصفها أحد الأشكال الثقافية، وخلص منها إلى بعض النتائج التي استطاع أن يعممها على الكثير من المنتجات الثقافية الأخرى، ولا سيما الفنية منها، فقد فرق بين كل من الموسيقى التقليدية أو التراثية والموسيقى الحديثة، فالموسيقى التقليدية تقوم على محورين أساسيين هما: التأسيس الفردي والتأسيس المتوارث، كما أنها تتطلب الاهتمام بتفاصيل العمل الفني ككل، ووظيفة كل قطعة موسيقية داخل الكل. ويتمثل التأسيس الفردي هنا في اعتقاد الفرد أنه يسمع شيئاً جديداً ومختلفاً، فضلاً عن وعيه بشكل مختلف عن وعي الآخر، مما يعطي للقطعة الفنية جمالها الفردي الخلاق. وفي مقابل ذلك ظهر اتجاه آخر يدعو لاستخدام الآلات والتقنية الحديثة في مجال الموسيقى، الأمر الذي أدى إلى وجود أعمال موسيقية حديثة

وقد حلل ماركيز المجتمع الرأسمالي - متأثراً بمشاهداته للمجتمع الأمريكي - محاولاً استكشاف الحلقة الجديدة في استغلال الإنسان، فأسس لمفهوم الهيمنة لتوضيح كيفية استعباد الإنسان في مجتمع التقنية والعقلانية الأدائية، حيث الإنسان مستلب لصالح فيض إنتاجي استهلاكي (ماركس) ومستعبد من قبل لاشعور (فرويد) زاخر بأمراض مجتمع التقنية الأدائي، فركز ماركيز تحليله على النسق الثقافي والإعلامي لتوضيح كيفية السيطرة على الإنسان بحيث تغدو الديمقراطية قمعاً مومهاً^(٧٦).

وفي هذا السياق طرح ماركيز رؤيته الرئيسية للسلطة الهائلة للتكنولوجيا وخاصة تكنولوجيا الاتصال والإعلام في كتابه "الإنسان ذو البعد الواحد" حيث أوضح التفاقم الهائل لسلطة الآلة والتكنولوجيا في المجتمعات الصناعية المتقدمة ودورها في إنتاج نمط من العلاقات بين الفرد والمؤسسات التي تتحكم في الوجود الاجتماعي. فقد قام ماركيز بتأسيس نظريته النقدية من خلال رصد واستقصاء وسائل السيطرة والهيمنة التكنولوجية والثقافية داخل المجتمعات الرأسمالية المتقدمة تكنولوجياً. ويرى أن الأدب والفن والجنس يتم استيعابها في هذه المجتمعات داخل الموجة العاتية للاستهلاك والنزعة التجارية، الأمر الذي يحول الثقافة إلى

التكنولوجيا داخل العمل الفني التقليدي، الأمر الذي أدى إلى وجود أعمال فنية حديثة مأخوذة من الأساليب السابقة عليها وتنطوي على أجزاء غير مترابطة تخلو من المعنى والوظيفة، نظراً للاهتمام الزائد بالتفاصيل التقنية على حساب القيمة الفنية^(٧٧).

كما دعا "أدورنو" إلى تحليل ما يسمى بممارسات المجتمعات الصناعية المتقدمة، والتي تحاول نشر وسائل اجتماعية وممارسات حديثة للسيطرة بها على الدول الأضعف. وبناءً عليه، فمن الضروري أن نبحث في تنظير التأثيرات الثقافية للتكنولوجيا الحديثة على الأعمال الفنية، فقد أفرزت لنا تلك المجتمعات الصناعية أخلاقاً برجماتية تنظر إلى الفن والفنون التراثية بصفة خاصة على أنها وسيلة للسيطرة السياسية^(٧٨).

٥-٢ هربرت ماركيز:

يعد ماركيز رائداً من رواد مدرسة فرانكفورت النقدية، وقد كان اهتمامه الرئيسي موجهاً نحو احتمال حقيقة الوجود في الرأسمالية الصناعية، ودلل على ذلك بفكرته عن الإنسان ذي البعد الواحد (١٩٦٤)، حيث ناقش من خلالها المجتمعات المعاصرة التي بلورت حاجات مصنعة وأعطت الطبقة العاملة مشاعر سطحية، معتقداً في ذلك أن الماركسية فشلت في طرح مفاهيم حول الفرد^(٧٩).

فيه الجدارة والقدرة على التفكير النقدي والسلوك المخالف. فالرأسمالية لم تدمج فقط الطبقة العاملة التي هي مصدر المعارضة الثورية، بل إنها طورت آلية جديدة للاستقرار من خلال سياسات الدولة، وأنواعاً جديدة للضبط الاجتماعي. لذلك فقد وضع ماركيز مُسَلِّمَتَيْنِ أساسيتين من مُسَلِّمَاتِ الماركسية التقليدية أو المحافظة موضع التساؤل، وهما: البروليتاريا الثورية وحمية الأزمه الرأسمالية. فبدلاً من حصر قوى التغيير الثوري في الطبقة العاملة (كما ترأى الماركسية التقليدية)، بشر ماركيز بالقوى غير القابلة للاندماج للأقليات، للخارجين عن النظام، للأتجنسوا: الراديكالية، وهو بهذا حاول تنمية اتجاه ضدي في الفكر والسلوك بالترويج لفكر نقدي معارض أسماه "الرفض الكبير" (٧٠).

٥-٣ ماكس هوركهايمر:

ينتسب هوركهايمر إلى مدرسة فرانكفورت النقدية، ويعتبر رائداً من روادها، وله العديد من الأفكار والرؤى فيما يتعلق بصناعة الثقافة، والتي تتفق في الغالب مع أفكار أدورنو. فقد وضع هوركهايمر مقولتي "التسلية الشعبية" و "الصناعات الثقافية" جنباً إلى جنب، حيث تكون المقولة الوسيطة هي مقولة "التطويع" على وجه التحديد، وفي هذا السياق يعرض

غذاء استهلاكي يومي أحادي البعد (٧١). وهنا يتحدث ماركيز عن الطريقة التي تنتج بها صناعة الثقافة، بأنها إشباع لحاجات زائفة، فالحاجة الحقيقية هي التي تنبع من القوى المبدعة والعقلانية التي تجعل منها كائنات بشرية أو تعبر عنها (٧٢).

حيث أشار ماركيز في هذا السياق إلى مصطلح صناعة الثقافة على أنها الصناعة التي تقوم بتلبية جميع حاجات المشاهدين، تلك الحاجات التي يتم أصلاً تحديدها مسبقاً، بحيث يرى المشاهد نفسه مستهلكاً لصناعة الثقافة التي توهمه بأنها تشبع احتياجاته. وبذلك فمن خلال الإعلام والثقافة (السلع الثقافية) تم السيطرة على الفرد، وبسطت الدولة هيمنتها عن طريق تعزيز الوعي الزائف وتقييد الفكر المعارض والنقدي من جانب الإنسان الذي تحول ليكون ذا البعد الواحد (٧٣).

وهنا عبر ماركيز عن المجتمع المعاصر واصفاً إياه بالانغلاق والهيمنة على المستوى الفكري والسياسي والاجتماعي، الأمر الذي أدى إلى تحويل الإنسان فيه إلى إنسان ذي بعد واحد، بحيث لا يسمح له أبداً بالتطلع إلى التغيير، ويندمج كلياً في مجتمعه، ويتكيف كلياً مع ما هو قائم، ولا يتطلع إلى ما وراء ذلك. والحصيلة الناتجة عن ذلك قيام "عالم ذي بعد واحد" من الفكر والسلوك تتلاشى

ونتيجة لذلك تصبح هذه المنتجات الثقافية نوعاً من "التشابه الثابت المستمر" وتناسب مع الأنماط الدورية الثابتة المعادة الظهور دائماً والجملة غير المرنة^(٨٣)، موضعاً في ذلك بأن كلاً من السينما والأفلام والإذاعة والصحافة هي عبارة عن منتجات ثقافية تمثل نسقاً متسقاً أدى إلى فوضى ثقافية تطبع كل الأشياء بطابع نمطي واحد في حياتنا اليومية. ومن ثم فقد سعى هوركهايمر إلى فضح عمليات إعادة الإنتاج المتماثل للثروات الثقافية، الذي من شأنه تعريض الإبداع الفني لمخاطر كبيرة^(٨٤).

وبصفة عامة، فقد رأى هوركهايمر أن مؤسسة الإعلام الحديث ما هي إلا أداة للسيطرة الاجتماعية وإعادة إنتاج المجتمع بأنماطه السائدة، وهو ما دفع "هابرماس" إلى اتهام التلفزيون بإفساد ساحة الرأي العام، الأمر الذي يستوجب خلق ساحة جديدة يمارس فيها الرأي العام فعاليته بشكل أكثر شفافية وتواصلًا، وذلك من خلال تكنولوجيا المعلومات، ويتفق ذلك مع رأي "كارل بوبر" الذي خلص إلى اعتبار الإعلام الحديث مضرًا بالديمقراطية ولا يعمل على نشرها وتعميقها. وقد تبلورت في هذا السياق نظرية "الإمبريالية الإعلامية" التي أسسها "هربرت شيللر"، والتي يقصد بها استخدام قوة الميديا من أجل

هوركهايمر بإيجاز - متفقاً في ذلك مع أدورنو - ما يراه من سمات قمعية للثقافة الشعبية، وهو ما يظهر في قوله^(٨١) "يصبح الفن الخفيف الظل الفن القائم بذاته، إنه الإدراك الاجتماعي الرديء للفن الجاد...، وتتمثل الحقيقة في الانقسام ذاته، فهو يعبر على الأقل عن سلبية الثقافة التي يشكلها العالمان المختلفان، ولا يمكن بحال من الأحوال إنهاء التضاد عن طريق امتصاص الفن الخفيف الجاد أو العكس، غير أن هذا هو ما تحاول صناعة الثقافة أن تقوم به، وبهذا يتضح أن ما تهاجمه مدرسة فرانكفورت بصفة عامة، وهوركهايمر بصفة خاصة، ليس تطور الثقافة الجماهيرية بوصفها ثقافة جماهيرية، بل الشكل القمعي المحدد الذي ترتديه الثقافة الجماهيرية أو يتم فرضه عليها برعاية رأس المال الاحتكاري. ولهذا عبر هوركهايمر عن رأيه في صناعة الثقافة بأنها صناعة تخدم دور الأيديولوجيا لإدامة روح الرأسمالية، التي تتفق مع الطابع الاحتكاري لصناعة الثقافة^(٨٢).

وقد أكد هوركهايمر على كثرة الابتذال والتفاهة والخواء والوعود الشعبية الزائفة التي تملأ المنتجات الثقافية، ولا سيما الفنية منها المقدمة للجماهير، حيث تعد تلك المنتجات هي منتجات صناعة الثقافة، والتي تكون مصنعة وفق خط تجميع خاص،

على عربة الإمتاع والمؤانسة، ومن ثم تنقلب صناعة الثقافة الخاضعة لسلطان الثروة، إلى صناعة هيمنة، أدت في حقيقة الأمر إلى اختزال الرموز والمعاني الثقافية الأصيلة.

ففي خضم الثورات العلمية والتكنولوجية والاقتصادية، ضاع المعنى وتغيرت بشكل عميق حقيقة وجوهر العلاقة بين الإنسان والطبيعة، وبين الفكر وموضوعه، وبين العقل والأدوات والمناهج والمواد التي يستخدمها، ومضمون التجربة كعملية إبداعية، لترجح كفة العناصر المادية، فقد تحول العقل الكلي إلى عقل أداتي - كما عرفته مدرسة فرانكفورت - والإنسان إلى ممارسة مادية للإنتاج والتكنولوجيا الحديثة، مثلما حدده "هربرت ماركيز" في فلسفته عن الإنسان ذي البعد الواحد، فالهدف الذي هو الإنتاج المادي والتقدم الاقتصادي لحيازة القوة والسلطة جعل الثقافة تختزل فعالية الفرد إلى نمط سلبي يتسم بالطاعة والتكيف والانصياع لما تمليه عليه شروط العمل الاجتماعي التي تحددها التقنيات الحديثة. وقد كشف "ميشيل فوكو" في حفريات المعرفة "أركيولوجيا المعرفة" عن مضمون هذه الثقافة وأنظمتها الفكرية المجسدة للعقل والعقلانية التي تصب في بحار الاغتراب والتشويء مدمرة إنسانية الإنسان ومعلنة عن موته^(٨٧).

ومن ثم تحولت الثقافة وتم اختزالها في معناها العام كأسلوب للحياة إلى سلعة قابلة للتداول

فرض القيم والعادات والنزعات الاستهلاكية كثقافة وافدة على حساب الثقافة المحلية، والتي يلعب فيها دور أداة القهر التي تسعى النخبة من تضليل عقول البشر خلالها إلى تطويع الجماهير لأهدافها الخاصة^(٨٥).

وهذه الوضعية - وفقاً لآراء مدرسة فرانكفورت - ليست نتيجة قانون طبيعي يخضع له التطور التكنولوجي، بل مردها إلى وظيفة التكنولوجيا في الاقتصاد الحالي، حيث إن العقلانية التقنية حالياً هي عقلانية السيطرة، فالميدان الذي تتمتع فيه التقنية بسلطة كبيرة على المجتمع، يكون تحت سلطة أولئك الذين يسيطرون اقتصادياً.

٦- صناعة الثقافة وأثرها على اختزال الرموز والمعاني الثقافية الأصيلة :

لقد أصبح من المؤكد أن الثقافة أصبحت في قلب الرهانات التاريخية والاجتماعية والأيديولوجية، بعد أن كان من السهل تغييبها باسم الكونية أو باسم الاختلاف، واستبدلت النظرة إلى الثقافة كجهاز أو نظام بأنها (إنتاج أو اتصال وفعل)، ولم يعد الفرد نتاجاً لثقافته بقدر ما أصبح صانعها^(٨٦)، وتحول الثقافة إلى صناعة أتاح للقوى المهيمنة على الثروة المهيمنة على إنتاج وصياغة ونشر المعاني وتسويق الخضوع وترويع الامتثال

(يتضح ذلك مثلاً في اختيار شريك الحياة، وغياب التعاون بين الأفراد، والاهتمام بالمصالح الفردية... إلخ^(٨٩)).

وفضلاً عن ذلك، وفي ضوء ما يطرح من منتجات ثقافية تحول العالم إلى عالم رقمي يحتوي على ثقافة رقمية وبيئة حركية يخلقها مستخدمو الإنترنت ببرامجهم المتنوعة في فضاء الإنترنت، حيث يحدث التفاعل السايبري الافتراضي، ويحدث معه تشكل ثقافة جديدة هي الثقافة السايبرية الآلية، وبهذا يصنع الأفراد المستخدمون للإنترنت مجتمعاتهم الخاصة انطلاقاً من خلفياتهم الثقافية الطبيعية، وهو ما عبر عنه " راينغولد" في أوائل التسعينيات بأن هذا يعد إعادة تشكيل المجتمع المحلي بواسطة التكنولوجيا المتاحة، وبهذا يتجسد لنا الإنسان الرقمي في مجتمعه الآلي الإلكتروني، ذاتاً خيالية حقيقية، وكأن الحاسوب عبارة عن امتداد للإنسان كطرف أو حاسة من حواسه للاتصال، ومن ثم يتولد لنا مجتمع جديد يتحول فيه الإنسان إلى مجرد ذات افتراضية في عالم فضائي واسع ومفتوح^(٩٠).

وبالإضافة إلى ما سبق من صور اختزال صناعة الثقافة للكثير من الرموز والمعاني الثقافية الأصيلة في مجتمعاتنا، نجد أيضاً التغيير الذي طرأ على قيمة وأهمية لغتنا العربية

والتسوق، ووسيلة إعلانية فعالة تخترق العقول وتهمش القيم الاجتماعية وتقضي على الهوية والخصوصية التاريخية لشعوب العالم، كما أصبحت ثقافة السلعة ورموزها المعلن عنها أهم من جودة السلعة ذاتها، وتحولت سلوكيات البشر من العقلانية والرشد إلى سلوكيات تميل نحو الوجدانية والعاطفة غير المدروسة، حيث ينزع المتلقي (المستهلك) نحو الرغبة في الامتلاك والارتباط العاطفي بالسلعة دون وعي أو إدراك، وهو في الحقيقة قد لا يحتاج إلى هذه السلعة، وبذلك تحولت قيم الإنتاج إلى قيم استهلاكية، وأصبح امتلاك السلعة يعني الحصول على مكانة متميزة بين أعضاء جماعته، ومن ثم تحول التسوق والاستهلاك إلى هدف في ذاته^(٩١).

ومن هنا تغلبت القيم المادية على علاقات الأفراد، فأصبحت المصالح هي التي تحدد شكل العلاقات الإنسانية، وأضحت قيمة الكسب السريع هي الإطار الحاكم في المجتمع، وأدى ذلك إلى الاستخفاف بأهمية تجويد العمل واللامبالاة والاستهتار حتى في أرواح الناس (انهارت العمارات، سلوكيات الحرفيين في كافة المجالات)، وكان من نتاج ذلك على الأسرة، ما هو عظيم، حيث توارت قيم الأصالة والمحبة والإخلاص والمودة والتعاون بين أفراد الأسرة وتحول كل عضو داخل الأسرة إلى شيء مادي، حيث اختفت لديه المشاعر الوجدانية، وأثر ذلك في سلوكياته ورد فعله في مواقف الحياة المختلفة

عليه أفول الثقافة العربية والهوية الثقافية نتيجة لضمور أهم ركائزها ألا وهي اللغة، ويظهر ذلك بوضوح شديد في اللغة المتداولة والمتعارف عليها بين الشباب في الوقت الحاضر وما يطغى عليها من مصطلحات أجنبية وألفاظ غريبة ومختلفة يلتفون حولها، الأمر الذي يسلبهم هويتهم وثقافتهم، وهو ما تهدف إليه العولمة في النهاية.

وإلى جانب ما لحقته صناعة الثقافة باللغة كمكون أساسي من مكونات الثقافة، فقد أثرت صناعة الثقافة أيضًا على الفن، والذي يعد جزءًا أصيلًا في الثقافة والتراث المجتمعي، حيث إن تحويل الثقافة بصفة عامة والفن بصفة خاصة إلى صناعة أدى إلى تسطيح الفن وتمييش قيمته من خلال التكنولوجيا وثورة وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري، " فموسيقى باخ تستخدم كموسيقى ناعمة للمطبخ، ومؤلفات أفلاطون وهيجل وبودلير وشيللر وماركس وفرويد تباع في المخازن العامة، وبصفة عامة فقد تحول الفن في عصر صناعة الثقافة إلى فن أحادي البعد^(٩٣). توجهه قيم استهلاكية تافهة، وهو ما يظهر - على سبيل المثال - فيما حدث من تحول في ذوق استماع المواطن للأغنية التي يتم إنتاجها، حيث تفرغت الأغاني من أي محتوى نبيل يمكن بتكراره أن يرسخ شعورًا أو يفتح صفحة

الأصيلة، التي تعتبر من أهم مقومات هويتنا الثقافية وتراثنا الثقافي، حيث إن تقبل الشعوب للإبداعات والاختراعات الجديدة يجلب معه مفردات لغوية جديدة للتعبير عن أدواتها ومحتوياتها، يتم استخدامها كما هي، كمفردات لغوية أجنبية مقبولة اجتماعيًا، وتستخدم في اللهجة الدارجة وليست الفصحى، حيث يستخدمها الأفراد للتعبير عن سلوكهم المتغورب (الغربي) أو المتأمرك، وأنه يمتلك الثقافة الغربية (دراسة أو تأثرًا)^(٩١).

وهكذا ... سعت العولمة بآلياتها المختلفة للقضاء على الثقافة واللغة القومية كرمز أصيل للثقافة، حيث تتعرض اللغة الآن لهجوم شامل ومن اتجاهات عديدة، وأول أساليب هذا الهجوم يتمثل في أن اللغة الإنجليزية هي لغة تكنولوجيا الاتصال والإعلام والمعلومات، فاللغة المستخدمة في الإنترنت هي اللغة الإنجليزية، إضافة إلى أن أغلب المعلومات الواردة على الشبكة المعلوماتية واردة من الولايات المتحدة الأمريكية، مما جعل لها وضع الأفضلية في مجتمع المعلومات العالمي. وهذا من شأنه أن يضعف الارتباط باللغة العربية، ومن الطبيعي أن يؤدي هجر اللغة إلى هجر الثقافة والقيم المرتبطة بها، وبذلك يتأسس فراغ لغوي وثقافي^(٩٢)، وهو ما يمكن أن نطلق

ومن ثم تصبح ثقافة الصورة هي المفتاح السحري للنظام الثقافي الجديد، فقد أصبحت الصورة بحد ذاتها خطاباً ناجزاً مكتملاً يمتلك سائر مقدمات التأثير الفعال في مستقبله، وهي بذلك عكس الكلمة، حيث باتت الصورة قادرة على تحطيم الحاجز اللغوي لكي تصل إلى أي إنسان في عقر داره^(٩٨)، ونتيجة لذلك فقد طغت ثقافة المظهر والشكل والإبهار واللمعان والاستعراض والمهرجان على حساب ثقافة الجوهر والمضمون والقيمة والعمق، كما هيمنت ثقافة صناعة النجوم التي يتم من خلالها تحويل البشر إلى سلع^(٩٩). وبهذا فقد أصبحنا نعيش في مجتمع أصبح مصطلح المصداقية فيه مفهوماً يعاد إنتاجه ويغلف ويبيع ويشترى على نحو مألوف أو روتيني^(١٠٠)، وهكذا استطاعت صناعة الثقافة أن تعمل على تشويه واختزال العديد من الرموز والمعاني الثقافية الأصيلة في مجتمعاتنا العربية بوجه عام ومجتمعنا المصري بوجه خاص، وذلك لصالح ثقافة أخرى كونية تنخرط فيها وتتداخل جميع الثقافات القومية الأخرى، وهي بالطبع تكون ثقافة الأقوى ولمن له الغلبة والهيمنة في ظل عصر العولمة الرأسمالية الاحتكارية^(١٠١).

للتساؤلات أو يثير فكرة أو يصيغ مفهوماً، وعلى مستوى الموسيقى فقد تحول الاستماع الهادئ إلى صخب عارم في البيوت والشوارع والنوادي والأعراس وغيرها. ولا يلتفت إلى الجماليات بقدر ما يلتفت إلى جذب الانتباه المؤقت إلى إيقاعات وافتعالات موسيقية بعيدة عن علوم الجمال والتذوق الموسيقي ومبادئ الذوق الإنسانية الأولية^(٩٤).

وفي إطار العالم الإلكتروني الفسيح الذي يحيا فيه الأفراد، ظهرت ثقافة جديدة كانت لها الصدارة والتقدم المستمر والسريع، وهي ثقافة الصورة، حيث أصبح المجتمع الإنساني مجتمعاً تتخلله الصور بشكل خاطف وسريع وتبين عليه^(٩٥)، بحيث حلت ثقافة الصورة محل ثقافة الكلمة بشكل كبير^(٩٦). ومن هنا ونظراً للأهمية التي تتبوأها ثقافة الصورة والبت التلفزيوني الذي أضعف العمل بنظام المخاطبة الثقافية التقليدية عبر الكتب والصحف والمجلات وصولاً إلى المدارس والجامعات، فإن المشروع الثقافي الغربي في عصر العولمة قد أصبح في عهدة الإمبراطوريات السمعية البصرية، بما تملكه من نفوذ وإمكانات وسيلة تمكنها من تقديم مادتها الإعلامية للمتلقي في قالب مشوق يجذب الانتباه عبر تكنولوجيا الإثارة والتشويق، ويقارب عتبة المتعة، ومعها يبلغ خطابه الأيديولوجي أهدافه الاستهلاكية^(٩٧).

٧- صناعة الثقافة وتغيير شكل الانتماء :

حيث يمنحهم هذا شعورًا بالانتماء إلى الغرب، وهم بهذا يعبرون أمام الأقرباء والغرباء عن اندماجهم وهميًا ضمن جماعة أو فئة أرقى من فئات مجتمعاتهم، وهكذا يعبر اقتناء الأفراد لسلع معينة عن انتماء وهمي لهويات تتفوق على القيمة بحد ذاتها، وهو ما يفسر رمزية إنفاق المبالغ الخيالية على الإعلان الذي يهدف ليس فقط إلى التنافس على السوق، بل أيضًا إلى التلاعب بالرموز وتوظيف الأوهام والخيال والإغراء بالاستهلاك بما يمحو التمييز بين الصورة والواقع^(١٠٣).

ومن ثم تتأسس الثقافة الاستهلاكية على الإنتاج المستمر للعلامات Signs والرموز Symbols، حيث تتسم الثقافة الاستهلاكية بأنها ثقافة رمزية، فالمستهلكون على وعي بأنهم يتحدثون من خلال مظهرهم وملابسهم والسلع والممارسات التي تحيط بهم، وينسحب ذلك على السلوك في المنزل مثلما ينسحب على السلوك في الأماكن العامة، كسلوكنا في الأسواق والمطارات ومحطات القطارات وأماكن قضاء وقت الفراغ، فالثقافة الاستهلاكية تخلق من الرموز ما يجعلنا نفهم ذواتنا وذوات الآخرين على نحو معين، كما تمتد رمزية ثقافة الاستهلاك إلى ذلك الجانب التدوقي والجسمالي في الثقافة، حيث تختلف الرموز والمعاني والعلامات

لقد خلقت صناعة الثقافة ضمن ما خلقت شكلًا جديدًا للانتماء يسمى بـ "الانتماء الرمزي"، حيث إنه إذا كانت العولمة تشكل تجاوزًا للحدود القومية، فإنها في ذات الوقت نفسه تشكل مقدمة للقوية الكونية التي توحدنا وسائل الاتصال والمعلومات، بحيث يتحول الإنسان الذي يستوعب مفرداتها إلى إنسان جديد يأخذ ملامحه من عصر جديد، ولغته من لغة المسيطر، وبالتالي يغدو انتماؤه للقوية الكونية أقوى من الانتماء لأمتة أو قوميته، واستنادًا إلى ذلك يتحول أفراد المجتمع، ولا سيما شريحة الشباب الذين يستوعبون هذه القيم، إلى أناس عالميين متحررين من الانتماءات اللغوية والقومية والثقافية والدينية وحتى الجغرافية^(١٠٤).

وفي إطار الكونية المسيطرة على العالم أجمع، غدت الشركات المتنافسة الآن على السوق لا تبيع المنتجات بل تبيع وتروج الرموز، بحيث لم تعد المنافسة قائمة على أساس نوعية البضاعة ومتانتها وجمالها وجدتها، بل أصبحت المسألة فيما يتعلق بالحرب التجارية على مستوى الكرة الأرضية مرتبطة بالصورة والانتماء الرمزي، فقد أصبح الأفراد - ولا سيما الشباب في العالم الثالث - يقتنون الأحذية الأمريكية ويرتادون مطاعم ماكدونالد بغض النظر عن السعر،

لا تحاول الثقافة الاستهلاكية أن تخلق المعاني والصور في أذهان الناس فحسب، بل تحاول أيضًا أن تنفذ هذه المعاني على نحو معين، وأن تدعم - بذلك - تمايزات اجتماعية معينة، ولكنها في الوقت الذي تدعم فيه هذه التمايزات، فإنها تخلق لدى الناس كافة الرغبات الجامحة في التملك والشراء^(١٠٦)، وهو ما يمكن أن يفسر لنا رمزية التفاف الناس حول سلعة أو منتج بعينه محاكاة لبعض الشخصيات والرموز الاجتماعية المهمة، حيث يشعره ذلك بالانتماء إليهم، وأنه أصبح مثلهم حتى وإن كان ذلك بشكل رمزي وليس حقيقياً .

وهنا تجدر الإشارة إلى أنه لم يعد الاقتصاد وحده هو المدخل الحقيقي لفهم سلوك المستهلك وزيادة النزعة الاستهلاكية بين البشر في عالمنا المعاصر، وإنما أصبح التحليل السوسيولوجي - سيكولوجي هو الأقدر على فهم شخصية المستهلك وشخصية السلعة، ويعنى ذلك ضرورة التركيز على بعدين: أولهما البعد الثقافي للعملية الاقتصادية والتجارية، أى عملية إضفاء معانٍ رمزية على السلع المادية واستخدامها كوسائط للتواصل، وليس فقط كمناافع مادية، والآخر: هو اقتصاديات السلع الثقافية وفلسفة السوق الخاصة بالإمداد والطلب والتراكم الرأسمالي

المرتبطة بالسلع باختلاف الأفراد والجماعات في المجتمع ويتحولان إلى نضال مستمر حول مجموعة من الرموز تستهدف خلق معانٍ معينة وتثبيتها في الأذهان^(١٠٤).

وقد أشار "جان بودريارد" في هذا الصدد إلى تلك الحقيقة مؤكداً على أن الاستهلاك الآن أصبح يتمركز حول صناعة الرموز، حيث تنتج سلعة تتحول من دلالاتها المادية إلى دلالات رمزية معنوية، مما يؤدي إلى تغيير في المعاني القديمة، فتتولد معانٍ جديدة ذات دلالات رمزية يرتبط بها المستهلكون^(١٠٥).

وتظهر الرمزية في الانتفاء أيضًا فيما تتسم به الثقافة الاستهلاكية بإضفائها الطابع الأسلوبى على السلع، بحيث يكون للسلعة تأثير أسلوبى يعبر عن فردية أو تفرد مالكيها، وغالبًا ما تعبر الثقافة الاستهلاكية عن ذلك بربط السلع بشخصيات معينة أو بأناط معينة للشخصية، ويحدث ذلك عندما تحاول الإعلانات - وهى أهم قنوات نقل الثقافة - أن تربط سلعة معينة (كنوع معين من العطور أو أدوات التجميل أو قطعة زي) بشخصية مشهورة يعرفها الناس، أو عندما تحاول أن تربط السلع بنمط رجل الأعمال الناجح أو السيدة الراقية التى يكون منزلها وأثاثها وملابسها وأسلوبها في قضاء وقت فراغها عاكسًا لأسلوب حياة متميز، وبهذه الطريقة

الاحتكار التكنولوجي المالي والمعلوماتي والخدمي من قبل عدد قليل من الشركات عابرة القوميات، ومن ثم تتحول الثقافة الاستهلاكية في ظل الهيمنة العالمية إلى آلية فعالة لتشويه البنى التقليدية وتحول الإنسان إلى مستهلك غير منتج، ينتظر ما تجود به مراكز العالم من سلع تتطور يومياً من أجل زيادة حدة الاستهلاك على المستوى العالمي^(١٠٧).

وتؤكد البحوث والدراسات الإعلامية في هذا الصدد على أن عملية الترويج لثقافة الاستهلاك في عصر العولمة أصبحت صناعة غاية في الدقة وغاية في السهولة في نفس الوقت، حيث تعتمد في ذلك على وسائل تكنولوجية معقدة لتفتح المجال أمام التدفق الحر للمعرفة وتحويل إنتاج المعلومات إلى صناعة تنتج سلعا، وتدعو إلى الانفتاح الحر، وطرح كل ما هو سهل وبسيط وسريع الانتشار^(١١١).

ومن ثم فإن المشروع الفكري للرأسمالية العولمية يتلخص في إقناع الناس بأن يستهلكوا أكثر من حاجاتهم البيولوجية الطبيعية، وذلك للمساهمة في عملية تراكم رأس المال بغاية الربح الخاص، حيث تعلن ثقافة فكر الاستهلاك في هذا حرفياً، أن معنى الحياة يوجد في الأشياء التي تملكها، وبذلك فإن استهلاكنا يعني أننا أحياء تماماً، ولكي نبقي أحياء تماماً يجب أن نستهلك باستمرار^(١١٢).

والتنافس الاحتكاري، وهى فلسفة فعالة ومؤثرة في مجال أنماط الحياة وأسلوب المعيشة لدى الجماعات والشرائح الاجتماعية في مختلف المجتمعات والثقافات^(١٠٧).

٨- صناعة الثقافة وتعزيز النزعات الاستهلاكية:

يوصف علمنا المعاصر بأنه عالم استهلاكي، إذ تحول الاستهلاك فيه إلى جزء متكامل من كل شيء، فكل جانب من جوانب الحياة له بعده الاستهلاكي، كما خلق الاستهلاك ثقافته الخاصة التي تقوم عليها مؤسسات متخصصة في إنتاجها وتداولها^(١٠٨). ففي ظل عولمة اليوم وتحدياتها الثقافية تزايدت النزعة الاستهلاكية بصورة واضحة، وتحول الاستهلاك إلى سلوك مرضي، وإلى ظاهرة سلبية تؤثر في حياة الشعوب، كما تحول من عملية ترتبط بالإنتاج ومكملة إلى حالة تشبه الإدمان، حيث تعبر عن ثقافة مفروضة على البشر بدلاً من ثقافة اختيارية تخضع لمعايير عقلانية من أجل إعادة الإنتاج واستمراريته لمصلحة المجتمع، وأصبح الفن الاستهلاكي، أي صناعة ثقافة الاستهلاك، هو الإطار الحاكم لاختراق الشعوب^(١٠٩).

فالهدف من العولمة اليوم هو "سلعنة العالم" وتحويل الأفراد إلى مستهلكين للسلع والخدمات التي تروج لها على نطاق عالمي، ويستند التراكم الرأسمالي المعولم على أساس

آليات الهيمنة المفروضة على الشعوب والأمم التقليدية، وهو مجال مكمل ومتواصل مع أنماط أخرى من تدويل الإنتاج والمال والتقنية، وتشكلت مؤسسات لتصريف منتجاتها وتوزيعها عالميًا على أوسع نطاق، وهنا لعبت الشركات متعددة الجنسيات دورًا مؤثرًا في ذلك، واهتمت بإنتاج رموز وبنود ثقافة استهلاكية لتتكامل مع السلع المادية المنتجة^(١١٥). ومن ثم في ضوء مثل هذه البيئة المعولمة يختفي دور المصمم أو المبدع ليحل محله مروج السلعة وبائعها، تلك السلع التي تنتجها الشركات متعددة القوميات وفق نظام الإنتاج عن بعد، التي تلعب فيها وسائل الإعلام الدور المحوري في تشكيل طموحات المستهلكين للثقافة المعولمة^(١١٦).

وهنا تصبح القدرة العلمية والتكنولوجية واستخدامها بشكل جيد في مجالات الاتصال والإعلام والمعلومات قوة وآلية للهيمنة والتحكم، تعمل على تكوين رأي داخلي ينقاد بواسطة الثقافة البديلة للرأسمالية الاستهلاكية^(١١٧)، ولهذا فقد قامت فلسفة التأثير في المستهلك على سيادة مفهوم المنافسة محرّكًا محوريًا للعولمة الاستهلاكية، فالمنافسة في السوق العالمي تتطلب التكيف مع ثقافة هذا السوق، تلك الثقافة القائمة على مبدأ حرية الإعلام وأساليب الدعاية الإعلانية^(١١٨)، حيث يعمل النظام الإعلامي في عصر العولمة على توظيف

وهكذا فقد أدت العولمة إلى صيغ الثقافة العربية بالطابع الاستهلاكي، فأصبح مجتمعنا العربي تستهويه الثقافة الاستهلاكية، لذلك فهو حريص على أن تتحول حياته إلى رحلة لا يأخذ فيها كتابًا ولا ورقة، بقدر ما يحرص على تعبئة عقله ووجدانه بنزعة استهلاكية مدمرة، كي يصبح مجمل حديثه عن آخر ما طرّح في الأسواق من الهواتف النقالة والوسيلة التي تمكنه من اقتناء سيارة حديثة وجهاز كمبيوتر متطور، أو أنه يقضي معظم حياته وهو يلعب الفقر الذي لم يتح له الفرصة في أن يكون كائنًا استهلاكيًا يقتني أحدث الماركات المعتمدة في عالم الساعات والعطور والملابس الجاهزة^(١١٩)، وهو ما يجعلنا ندرك زيف الحرية الرأسمالية الملازمة للمجتمع المعاصر، حيث إنه دومًا يكون هناك حاجات ملبّاة لكنها حاجات مخلوقة من خارج الإنسان مفروضة عليه، وهذه العملية تدور بدون توقف"، وبالتالي فمن غير المنطقي أن توصف بأنها حرية اختيار لأشياء مفروضة سلفًا، فالحرية الإنسانية لا تقاس تبعًا للاختيار المتاح للفرد، وإنما العامل الحاسم الوحيد في تحديدها هو ما يستطيع الفرد اختياره وما يختاره، فقدره المرء على اختيار سادته بحرية لا تلغي حقيقة وجود السادة ووجود العبيد^(١٢٠).

وقد اعتبر البعض في ظل طغيان الثقافة الاستهلاكية، وفي إطار الهيمنة العالمية أو العولمة، أن الثقافة الاستهلاكية تعد إحدى

تحول الاستهلاك إلى ثقافة مفروضة وغازية أو مصنعة من أجل الترغيب والتشويق والتسويق، وكيف تغيرت أنماط الحياة وظهرت ممارسات وسلوكيات تمثلت في "المهولة" بشكل مبالغ فيه نحو سلع استهلاكية دون الحاجة إليها، وتزايدت مع صناعة الثقافة وقنواتها الموجهة نحو سلع استهلاكية دون الحاجة إليها، فزادت النزعة الاستهلاكية لدى معظم الشرائح والفئات والطبقات الاجتماعية في المجتمعات الغربية الصناعية والمجتمعات النامية على السواء^(١٢٣).

وبهذا فقد أصبح الاستهلاك عبارة عن أسلوب حياة، حيث يتضمن الرموز والمعاني المعبرة عن الاستهلاك، وفي ظل صور الاستهلاك التي فرضتها العولمة يمكن صناعة الثقافة، حيث يوجد صناع أو محترفون من أصحاب الإنتاج والإعلانين، الذين يهدفون إلى تغليف المعنى وتكوين الهدف، والذين يحاولون من خلال ما يطرحوه تغيير المفاهيم والسلوك، وغرس رموز ومعاني جديدة، والعمل على توارى بعض الرموز والمعاني القديمة من أجل إفساح المجال للرموز والمعاني المرتبطة بتلك المنشآت، لتدخل في نسيج الثقافة ونسج ممارسات ترتبط بها لتدخل في نسيج الثقافة التقليدية، أو تعيد صياغتها أو إنتاج بعض

كافة الإمكانيات التكنولوجية المعاصرة وبخاصة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في إحداث اختراق ثقافي من أجل ترويج ثقافة الاستهلاك لكافة الشعوب ولعظم الشرائح والفئات الاجتماعية خاصة في العالم الثالث، والترغيب في اقتناء منتجات السوق العالمية، ومن ثم فقد أصبحت عملية التأثير خاضعة لمعايير معرفية يتحكم فيها من يمتلك وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال^(١٢٤).

ويؤكد تلك الحقيقة - على سبيل المثال - ما عكسه مضمون الإعلام المصري منذ حقبة السبعينيات من ثقافة استهلاكية طفيلية، إذ احتلت المادة الإعلامية المستوردة مساحة كبيرة من الإرسال التلفزيوني، وركزت هذه المادة على الإغراء بالسلع والبضائع المستوردة، التي استهدفت خلق حاجات اجتماعية جديدة وتحويل القيم إلى أشياء مادية سلعية، وازدادت التطلعات ونشرت أنماطاً سلوكية سلبية، وتحول الإعلان إلى مشروع كوني سيطرت عليه الشركات متعددة الجنسيات، وفي مقدمتها أمريكا، كما تحول إلى دعاية للقوة الرأسمالية العالمية، وأداة فعالة لخلق أسواق جديدة، وبالتالي إفساح المجال أمام نمط الاستهلاك الترفي^(١٢٥).

وبصفة عامة، يتضح مما سبق كيف أصبحت الثقافة سلعة متداولة ووسيلة إعلانية متحركة في تسويق ما ينتج، وكيف

البناء الثقافي يعاني الضعف والقصور في كل مجالاته، الأمر الذي يميلنا إلى أخطر أنواع التبعية وهي التبعية الثقافية الناجمة عن الاستعمار الثقافي الذي يغير جلده ويطور وسائله لتصبح أكثر مكرًا وقوة وفتكًا، ونتيجة لذلك فقد الإنسان العربي الارتباط بأصوله التي كان مشدودًا إليها دومًا، وصار يسبح في فراغ حتى أحس بالغربة في وطنه وبين أهله، مفتقدًا لمبرراته التي كان يستند إليها من تراث عربي عريق^(١٢٤).

وعلى الرغم من أن الأمن الثقافي يعد أحد جوانب الأمن القومي الذي يشمل أيضًا الأمن الاجتماعي والعسكري والسياسي والاقتصادي، إلا أنه - الأمن الثقافي - يمثل أهم جوانب الأمن القومي؛ لأنه يمثل الحفاظ على الذاتية الهوية في مواجهة محاولات الاحتواء والمهيمنة على الشخصية القومية، ولا شك أن الدفاع عن الوجود يكون قبل الدفاع عن الحدود^(١٢٥).

وهناك العديد من الأمثلة التي توضح الأزمة التي يمر بها الأمن الثقافي في مجتمعاتنا، منها على سبيل المثال لا الحصر النظام الجديد للإعلام والاتصال القومي والدولي، الذي أصبح يفيض بموضوعات سطحية لا تنمي الوعي القومي بالقضايا والمشكلات المطروحة، هذا من جانب، ومن جانب آخر انعكاسات النظام الفضائي الدولي الذي

رموزها من أجل إفساح مجال للرموز والمعاني للسلع المستوردة، والمنشآت الجديدة، حتى تصل إلى المتلقي وتشكل وجدانه، وتصبح جزءًا من تكوينه، وتشكل نوعية خاصة بالمنشآت الجديدة تعمل على مزيد من هيمنة المنشآت أي الشركات العالمية للإنتاج وبالتالي هيمنة العولمة^(١٢٦).

ومما سبق في ضوء ما طرأ على المنظومة الثقافية من تغييرات وما أصابها من ضعف وهشاشة نتيجة العولمة بآلياتها ومنتجاتها المختلفة (صناعة الثقافة)، تطفو على السطح قضية غاية في الأهمية والخطورة ألا وهي قضية (الأمن الثقافي). ففي ظل ما تمر به المنطقة العربية بصفة خاصة من زلزال ثقافي لم تشهد له مثيلًا من قبل، هناك من العرب من ينتفض غضبًا أو خوفًا على الشخصية أو الهوية أو الثقافة العربية بوجه عام من أن تندثر تحت وطأة اجتياح الثقافات الأخرى لها، وهو ما يمثل تهديدًا قويًا للأمن الثقافي^(١٢٧).

ويمثل الأمن الثقافي (العربي) ضرورة استراتيجية ملحة لضمان بقاء الأمم (الأمة العربية) مستقلة قوية، وما يعاني منه الوطن العربي الآن من أزمة أمن ثقافي، فإنه ناتج عن ما يتعرض له من تهديدات عديدة من قوى متنوعة تهدف إلى عزله عن ثقافته الأصلية، وبث ثقافة مضادة تنتزعه من جذوره وتلقي به على مفترق الطرق، إضافة إلى ذلك فإن

تتخل عن نظم عملها العنيفة، وتتححر من
الذهنية الرقابية على الإنتاج الرمزي لأنها لم
تعد مجدية من جهة، ولأنها عاجزة عن إشباع
حاجات الناس الثقافية والجمالية المتزايدة
والقادرة على المنافسة والتميز^(١٢٧).

ولسنا نحن العرب وحدنا - ولا دول
العالم الثالث المتخلفة مثلنا - مَنْ نخاف
الاختراق الثقافي، فقد أصبح ظاهرة عالمية
تشكو منه الدول الأوروبية المتقدمة أيضاً،
الأمر الذي دفع أحد وزراء الثقافة الأوروبية
إلى المناداة بحرب مقدسة ضد هذه الإمبريالية
الفكرية التي تغزو العقول وتمتلك أنماط
التفكير وأساليب الحياة، ومنذ بداية
التسعينيات صدرت كتب عديدة في الدول
الأوروبية تحذر من سطوة الثقافة الأمريكية
على ثقافات هذه الدول الوطنية، ففي فرنسا
- على سبيل المثال - نجد كتاب "هنري
جوبار" بعنوان "الحرب الثقافية"، وكتاب
"جاك تيبو" بعنوان "فرنسا المستعمرة"،
ويحذر الكتابان من مخاطر الاختراق الثقافي
لفرنسا والدول الأوروبية الأخرى وتهديده
لهويتها الثقافية^(١٢٨).

ومن مظاهر تخوف الغرب من الاختراق
الثقافي أيضاً تلك المعركة الثقافية التي دارت بين
فرنسا ومن ورائها غالبية دول الاتحاد
الأوروبي، وبين الولايات المتحدة حول اتفاقية

تتحكم في توجيه القوى والدول الكبرى
وبواسطة شركات ضخمة متعددة الجنسيات
وآثاره السلبية، التي قد تهدد الأمن الثقافي
والإعلامي والفكري داخل الحدود الوطنية
لعدة أسباب، أهمها تفشي الأمية وتزايدها
وانخفاض المستوى الصحي والتعليمي
والمعيشي والأمية التعليمية والثقافية،
والفوارق الهائلة التي تتنامى بين الطبقات
الاجتماعية، هذا بالإضافة إلى التبعية الثقافية
والتكنولوجية للغرب، وهو ما يعني الخضوع
وفقاً للتعريف الذي قدمه مؤتمر الأمم
المتحدة للتجارة والتنمية^(١٢٦).

والمثال الآخر على أزمة الأمن الثقافي في
مجتمعاتنا يظهر في ما يمثله الاختراق الثقافي
من خطورة في تعرضه لنسق القيم ونظام إنتاج
الرموز في المجتمع العربي، حيث ضعفت
مؤسسات الاجتماع والثقافة التقليدية، وهما
الأسرة والمدرسة، حيث إنهما لم تعودا قادرتين
- وفق صيغ أدائها الحالية - على حماية الأمن
الثقافي للمجتمع، والإيفاء بحاجات أفراد من
القيم والرموز والمعايير والمرجعيات التي
أصبحت تصاغ خارج حدود الجغرافيا
والاجتماع والثقافة الوطنية، وهذا ما رتب
استحقاقات إضافية تمس الأمن الثقافي
ومكونات الهوية، ولا تستطيع المؤسسات
التربوية والتعليمية والإعلامية مواجهتها ما لم

شكلاً، ولكنها العابرة للقوميات - وقومية متعصبة للغاية - في الحقيقة^(١٣٠).

وقد صك في هذا السياق بعض المثقفين الفرنسيين مصطلح "الاستثناء الثقافي" لمواجهة اتفاقية الجات، خاصة فيما يتعلق بالجانب الثقافي، حيث تنامي إحساس لدى الفرنسيين بخطورة الهيمنة المتزايدة التي تمارسها الثقافة الأمريكية، فدعوا إلى ضرورة استثناء المنتج الثقافي في تطبيق بنود الاتفاقية التي تفتح الأسواق للمنافسة الحرة في كل شيء^(١٣١).

الهوامش:

- ١ - عزمي عاشور، التحديث، الموسوعة السياسية للشباب، نهضة مصر، القاهرة، ٢٠٠٧، ص ٥٣.
- ٢ - حلمي شعراوي، في ثقافة التحرر الوطني، مكتبة مدبولي، القاهرة، ٢٠٠١، ص ٢٢٧.
- ٣ - نسمة البطريق، الإعلام وصناعة العقول: التلفزيون نموذجاً، الموسوعة السياسية للشباب، نهضة مصر، القاهرة، ٢٠٠٧، ص ٢٦.
- ٤ - محمد الجوهري، التراث والتغير الاجتماعي: نحو إطار نظري، في: تقارير بحث التراث والتغير الاجتماعي، الكتاب الأول، الإطار النظري وقراءات تأسيسية، محمد الجوهري، حسن حنفي (محرران)، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠٠٢، ص ١١٥.

الجات وخاصة ما يتعلق فيها بالإنتاج الثقافي وحقوق الملكية الفكرية، حينما أصرت أمريكا على فتح السوق العالمي وبشكل مطلق أمام الصناعات الثقافية خاصة في مجال الإنتاج السينمائي والتلفزيوني والفيديو كاسيت...، وهو ما علق عليه وزير الثقافة الفرنسي آنذاك بالغزو الثقافي الأمريكي لأوروبا^(١٣٢).

وقد عقد في هذا الصدد مؤتمر للخبراء من ١٨ دولة ومراقبين من عدة منظمات دولية نظمتها السكرتارية العامة لليونسكو في باريس لمناقشة القضايا المتعلقة بتأثير العولمة وتحرير التجارة العالمية، وسيادة قوانين السوق الحرة على كل من التجارة العالمية في السلع والخدمات الثقافية، وتطوير الصناعات الثقافية بوصفها ركناً أساسياً في عصرنا من أركان تحقيق التنمية المستدامة أو المتوازنة، وتأثير العولمة في الحفاظ على التعدد الثقافي أو التنوع الحضاري الخلاق، سواء داخل المجتمعات أو الدول فيما بينها، حماية للثقافات المحلية العديدة الزاهية أو المضمحلة من تيار العولمة (الثقافية) الذي يهدد البشرية بصبغها بصبغة ثقافية واحدة وفرض نوع قهري - سطحي بالضرورة - من الوحدة الثقافية الحضارية، مما يؤدي حتماً إلى حرمان البشرية من ثروات ثقافية عديدة متنوعة وهائلة، وإلى تحويل كل أو معظم ما يمكن أن تنتجه صناعات العالم الثقافية من ثروات مادية لصالح الشركات الدولية متعددة الجنسيات

- ٥- عبد السلام المسدي، العولمة والعولمة المضادة، د.ن، ١٩٩٩، ص ٣٢٦.
- ٦- علي ليلة، ثقافة الشباب: مظاهر الانهيار ونشأة الثقافات الفرعية، في: دراسات مصرية في علم الاجتماع، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠٠٢، ص ٢٨٤.
- ٧- سيد البحراوي، الحداثة التابعة في الثقافة المصرية، سلسلة الهوية، الكتاب الأول، ميريت للنشر والمعلومات، القاهرة، ١٩٩٩، ص ١٣.
- ٨- أيمن سليمان السعد، العولمة وتصورات الهوية: دراسة في تحليل بعض نصوص الخطابات العربية المعاصرة، رسالة ماجستير، قسم العلوم السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، ٢٠١٠، ص ١.
- ٩- أحمد مجدي حجازي، علم اجتماع الأزمة: تحليل نقدي للنظرية الاجتماعية في مرحلتي الحداثة وما بعد الحداثة، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٨، ص ٢٤٥.
- ١٠- محمد عابد الجابري، المسألة الثقافية في الوطن العربي، سلسلة الثقافة القومية (٢٥)، قضايا الفكر العربي (١)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ١٩٩٩، ص ٤١.
- ١١- زهير توفيق، خطاب العلم والتقدم: حوار نقدي مع الدكتور إبراهيم بدران، دار الشروق، عمان، ٢٠٠٦، ص ١٢٠.
- 12- See: Theodor Adorno, Max Horkheimer Dialectic of Enlightenment, Social Studies Association, Inc, New York, 1944.
- ١٣- دوغلاس كلنر، الماركسية الغربية، ترجمة كامل شياع، مجلة الثقافة الجديدة، العددان ٣٢٩-٣٣٠، العراق، ٢٠٠٩، ص ٥.
- ١٤- علي محمد المكاوي، الاتجاهات النظرية الحديثة في دراسة الثقافة، في: بحوث في الأنثروبولوجيا العربية مهداة إلى أ.د أحمد أبو زيد، تحرير: ناهد صالح، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠٠٢، ص ٣١١.
- 15- Saladdin Said Ahmed, mass mentality, culture industry, fascism, kritke vol 2, n. 1, june, 2008, p.80.
- ١٦- المرجع السابق، ص ٣١١.
- ١٧- معن خليل العمر، معجم علم الاجتماع المعاصر، دار الشروق، عمان، ٢٠٠١، ص ١٧٨.
- 18- Theodor Adorno and Max Horkheimer, The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception,

- ٢٦- هانس بيتر مارتن، هارولد شومان، فسخ العولمة: الاعتداء على الديمقراطية والرفاهية، ترجمة: عدنان عباس علي، سلسلة عالم المعرفة، العدد ٢٣٨، المجلس الوطني للثقافة والعلوم والآداب، الكويت، ٢٠٠٢، ص ٢٠.
- ٢٧- شوقي جلال، الفكر العربي وسوسولوجيا الفشل، مكتبة مدبولي، القاهرة، ٢٠٠٢، ص ١٢٧.
- ٢٨- أيمن سليمان السعد، مرجع سابق، ص ٩٦.
- ٢٩- ماهر الضبع، مرجع سابق، ص ٥٢.
- ٣٠- آمال عبد الحميد، العولمة والثقافة الاستهلاكية: الأشكال والآليات، في: المجتمع الاستهلاكي ومستقبل الثقافة في مصر، أعمال الندوة السنوية الثامنة لقسم الاجتماع بكلية الآداب، جامعة القاهرة، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠٠١، ص ١٤١-١٤٢.
- ٣١- بشير عبد الفتاح، الخصوصية الثقافية، الموسوعة الثقافية للشباب (٢٠)، نهضة مصر، القاهرة، ٢٠٠٧، ص ٦٣.
- ٣٢- أحمد مجدي حجازي، مرجع سابق، ص ٢٤١-٢٤٢.
- ٣٣- أحمد مجدي حجازي، الخطاب الثقافي للعولمة: الإشكالات والتحديات، د.ن، ٢٠٠٩، ص ١٥.
- New York: Continuum,1993, p.p.2-3. Originally published as Dialektik der Aufklarung, 1944.
- 19- Brian Grant, The Com modification Of Culture and Its Implications for the Television Industry: An Examination of the Culture Industry Thesis, <http://barneygrant.tripod.com/cultureindustry.htm>,4-1-2011.
- 20- See: Meenalshi Gigi Durhm and Douglasm, Media and Culture Studies, Black Well Publishing LTd,2006.
- ٢١- حلمي شعراوي، مرجع سابق، ص ٢٥٠.
- ٢٢- ماهر الضبع، العولمة وقضايا الهوية الثقافية، الكتاب الأول، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، ٢٠٠٦، ص ١٣٦-١٣٧.
- ٢٣- المرجع السابق، ص ١٣٧-١٣٨.
- ٢٤- محمد الجوهري، العولمة والهوية، في: تقارير بحث التراث والتغير الاجتماعي، الكتاب الأول: الإطار النظري وقراءات تأسيسية، محمد الجوهري، حسن حنفي (محرران)، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠٠٢، ص ٣٧١.
- ٢٥- ماهر الضبع، مرجع سابق، ص ١٥٤.

- ٣٤- أيمن سليمان السعد، مرجع سابق، ص ١٠٠.
- ٣٥- محمد عابد الجابري، مرجع سابق، ص ١٨٢.
- ٣٦- محمد سعيد طالب، الثقافة المقهورة والثقافة المنتصرة، الدار الوطنية الجديدة، دمشق، ٢٠٠٠، ص ٧.
- ٣٧- ماهر الضيع، مرجع سابق، ص ١٥٢.
- ٣٨- أيمن سليمان السعد، مرجع سابق، ص ٨٣.
- ٣٩- سيار الجميل، العولمة والمستقبل: استراتيجية تفكير من أجل العرب والمسلمين في القرن الحادي والعشرين، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٠، ص ٤٩.
- ٤٠- محمد علي حوات، العرب والعولمة: شجون الحاضر وغموض المستقبل، مكتبة مدبولي، القاهرة، ٢٠٠٢، ص ١٧٥.
- ٤١- أحمد مجدي حجازي، الخطاب الثقافي للعولمة، مرجع سابق، ص ٣٥.
- ٤٢- فتحي عبد الفتاح، صناعة الغد بين العلم والخرافة، سلسلة الأعمال الخاصة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠١، ص ٣٤.
- ٤٣- على ليلة، مرجع سابق، ص ٢٩٠.
- ٤٤- أحمد مجدي حجازي، الخطاب الثقافي للعولمة، مرجع سابق، ص ٣٥.
- ٤٥- السيد يسين، مرجع سابق، ص ٤١.
- ٤٦- نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، العدد ٢٦٥، يناير ٢٠٠١، ص ٣٥٦.
- ٤٧- عبد الغني عماد، الثقافة والعولمة والتقانة، متاح على الموقع الإلكتروني الآتي:
www.tourathtripoli.com/.../diras_set_fi.../al3awlama%20w%20alsakafa.pdf
- ٤٨- نسمة البطريق، مرجع سابق، ص ٥٥.
- ٤٩- المرجع السابق، ص ٧٧.
- ٥٠- شوقي جلال، العقل الأمريكي يفكر: من الحرية الفردية إلى مسخ الكائنات، مكتبة مدبولي، القاهرة، ٢٠٠٠، ص ٢٣١.
- ٥١- المرجع السابق، ص ٢٣٨.
- ٥٢- محمد سعيد طالب، مرجع سابق، ص ٢٢٨.
- ٥٣- ماهر الضيع، مرجع سابق، ص ٥٤-٥٥.
- ٥٤- على ليلة، مرجع سابق، ص ٢٩٢-٢٩٣.
- ٥٥- المرجع السابق، ص ٢٨٣.
- ٥٦- زهير توفيق، مرجع سابق، ص ١٢٤.
- ٥٧- محمود محمود النيجيري، الأمن الثقافي العربي: التحديات وآفاق المستقبل، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، ١٩٩١، ص ١٨.
- ٥٨- محمد الجوهري، العولمة والهوية، مرجع سابق، ص ٣٧٣.

- ٥٩- أحمد مجدي حجازي، علم اجتماع الأزمة، مرجع سابق، ص ١٥٦.
- ٦٠- فيل سيلتر، مدرسة فرانكفورت: نشأتها ومغزاهها: وجهة نظر ماركسية، ترجمة خليل كلفت، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، ٢٠٠٠، ص ١٣.
- ٦١- أحمد مجدي حجازي، علم اجتماع الأزمة، مرجع سابق، ص ١٥٨.
- ٦٢- المرجع السابق، ص ص ١٦١-١٦٢.
- ٦٣- فيلر سيلتر، مرجع سابق، ص ١٦٦.
- ٦٤- أحمد مجدي حجازي، ثقافة الاستهلاك والتنمية الاجتماعية، أعمال الندوة السنوية الثامنة لقسم الاجتماع: المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية في مصر، تحرير أحمد مجدي حجازي، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠٠١، ص ص ١٢٤-١٢٥.
- ٦٥- معن خليل عمر، مرجع سابق، ص ١٠٤.
- 66- See: Berstein, J. M., Introduction to The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture, Routledge, London, 2001, p.p. 2-4..
- ٦٧- فيلر سيلتر، مرجع سابق، ص ١٦٨.
- ٦٨- شاكر عبد الحميد، عصر الصورة: السلبيات والإيجابيات، سلسلة عالم المعرفة، العدد ٣١١، المجلس الوطني
- للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ٢٠٠٥، ص ٤٢٦.
- ٦٩- آلان هاو، النظرية النقدية: مدرسة فرانكفورت، ترجمة: نادر ديب، سلسلة آفاق ثقافية، إصدار وزارة الثقافة، دمشق، ٢٠٠٦.
- ٧٠- أسماء أحمد فريد، الحداثة والتقاليد المتبدعة: رؤية لقضايا الثبات والتغير وإعادة التشكل، مجلة التسامح، العدد ١٣، مؤسسة عمان للصحافة، وزارة الأوقاف والشئون الدينية، عمان، ٢٠٠٦، ص ٣٦.
- ٧١- إبراهيم الحيدري، أدورنو وصناعة الموسيقى، متاح على الموقع الإلكتروني الآتي:
<http://ibrahimhaidari.wordpress.com/author/ibrahimhaidari,4>
 -1-2011.
- ٧٢- أسماء أحمد فريد، مرجع سابق، ص ٣٦.
- ٧٣- المرجع السابق، ص ٣٦.
- ٧٤- المرجع السابق، ص ٣٧.
- ٧٥- معن خليل العمر، مرجع سابق، ص ٢٨٧.
- ٧٦- عمار عكاش، قراءة في كتاب الإنسان ذو البعد الواحد لهيربرت ماركيز: من القمع السافر إلى الهيمنة، الحوار المتدمن، العدد ٢٠٦٢ بتاريخ ٨-١٠-٢٠٠٧.
- ٧٧- راجع في هذا الصدد: عواطف عبد الرحمن، النظرية النقدية في بحوث الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٢.

- ٨٧- محمد سعيد طالب، مرجع سابق، ص ٢٢٦-٢٢٧.
- ٨٨- أحمد مجدي حجازي، ثقافة الاستهلاك، مرجع سابق، ص ١١٥.
- ٨٩- أحمد مجدي حجازي، الخطاب الثقافي للعولمة، مرجع سابق، ص ١١٥.
- ٩٠- علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي: مقارنة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الحاسوب، سلسلة عالم المعرفة، العدد ٣٤٧، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ٢٠٠٨، ص ص ١٢٩-١٣١.
- ٩١- معن خليل العمر، التغير الاجتماعي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٤، ص ٢٧٦.
- ٩٢- علي ليلة، مرجع سابق، ص ٢٩٨.
- ٩٣- عمار عكاش، مرجع سابق، ص ٣.
- ٩٤- علي عفيفي، تغير أنماط استهلاك الأغنية في مصر واستهلاك الوعي، أعمال الندوة السنوية الثامنة لقسم الاجتماع: المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية في مصر، تحرير أحمد مجدي حجازي، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠٠١، ص ١١٢.
- ٩٥- شاکر عبد الحميد، مرجع سابق، ص ١١.
- ٩٦- المرجع السابق، ص ٣٦٠.
- 78- See: Deborah Cook, The Culture Industry Revisited: Theodor W. Adorno on Mass Culture, Copyright by Rowman, Inc, 1996.
- ٧٩- راجع في هذا الصدد: هاني خميس، النظرية النقدية وأزمة علم الاجتماع: دراسة تحليلية لكتابات مدرسة فرانكفورت، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٢.
- ٨٠- دوغلاس كلنر، مرجع سابق، ص ٥-٦.
- ٨١- فيلر سليتر، مرجع سابق، ص ١٦٧.
- 82- See: Horkheimer, Max, and Theodor Adorno, Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments, trans. by Edmund Jephcott, Stanford, California: Stanford University Press, 2002.
- ٨٣- شکر عبد الحميد، مرجع سابق، ص ٤٢٨.
- ٨٤- جان بيير فارنبي، عولمة الثقافة وأسئلة الديمقراطية، ترجمة: عبد الجليل الأزدي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ٢٢.
- ٨٥- عبد الغني عماد، مرجع سابق، ص ١١.
- ٨٦- مارتين عبد الله بريتنساي، التربية والتداخل الثقافي، ترجمة جورجيت الحداد، عويدات للنشر والطباعة، بيروت، ٢٠٠٣، ص ٥-٦.

- ٩٧ - عبد الإله بلقزيز، في البدء كانت الثقافة: نحو وعي عربي متجدد بالمسألة الثقافية، دار أفريقيا الشرق، ١٩٩٨، ص ١٢١.
- ٩٨ - علي ليلة، مرجع سابق، ص ٣٠٠.
- ٩٩ - شاكر عبد الحميد، مرجع سابق، ص ص ٤٢٩-٤٣٠.
- ١٠٠ - المرجع السابق، ص ٣٦.
- 101- See: Adorno, Theodor W., "Art, Autonomy and Mass Culture," in Art in Modern Culture: An Anthology of Critical Texts, ed. by Francis Frascina and Jonathan Harris, New York: Icon Editions, 1992, p.p 74-78.
- ١٠٢ - علي ليلة، مرجع سابق، ص ٢٩٩.
- ١٠٣ - عبد الغني عماد، مرجع سابق، ص ٢.
- ١٠٤ - أحمد زايد، علم الاجتماع ودراسة المجتمع، مكتبة النصر، القاهرة، د.ت، ص ١٨٨.
- ١٠٥ - أمال عبد الحميد، مرجع سابق، ص ١١٣.
- ١٠٦ - أحمد زايد، مرجع سابق، ص ص ١٨٦-١٨٧.
- ١٠٧ - أحمد مجدي حجازي، ثقافة الاستهلاك والتنمية الاجتماعية، مرجع سابق، ص ص ١٢٩-١٣٠.
- ١٠٨ - أمال عبد الحميد، الاستهلاك والثقافة التقليدية: دراسة ميدانية بمجتمع محلي حضري، في تقارير بحث التراث والتغير الاجتماعي، الكتاب الأول: الإطار النظري وقراءات تأسيسية، محمد الجوهري، حسن حنفي (محرران) مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠٠٢، ص ٣٤٥.
- ١٠٩ - أحمد مجدي حجازي، ثقافة الاستهلاك، مرجع سابق، ص ص ١١٦-١١٧.
- ١١٠ - أمال عبد الحميد، العولمة والثقافة الاستهلاكية، مرجع سابق، ص ص ١٣١-١٣٢.
- ١١١ - أحمد مجدي حجازي، ثقافة الاستهلاك والتنمية الاجتماعية، مرجع سابق، ص ١٢٢.
- ١١٢ - ج. تيمونز روبرتس، أيمي هايت، من الحدائث إلى العولمة: رؤى ووجهات نظر في قضية التطور والتغير الاجتماعي، الجزء الثاني، ترجمة: سمر الشيشكلي، سلسلة عالم المعرفة، العدد ٣١٠، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ٢٠٠٤، ص ص ٢٣٩-٢٤٠.
- ١١٣ - محمد صايل نصر الله الزيود، تأثير العولمة على الثقافة العربية، كلية العلوم التربوية، الجامعة الأردنية، عمان، ٢٠٠٧، ص ٤.
- ١١٤ - عمار عكاش، مرجع سابق، ص ٣.
- ١١٥ - أمال عبد الحميد، العولمة والثقافة الاستهلاكية، مرجع سابق، ص ١٣٤.

- ١٢٤ - محمود محمود النيجيري، مرجع سابق، ص ص ١١-١٢.
- ١٢٥ - المرجع السابق، ص ١٥.
- ١٢٦ - نسمة البطريق، مرجع سابق، ص ٣٧.
- ١٢٧ - عبد الغني عماد، مرجع سابق، ص ص ٦-٧.
- ١٢٨ - محمد علي حوات، مرجع سابق، ص ١٧٦.
- ١٢٩ - فتحي عبد الفتاح، مرجع سابق، ص ٣٥.
- ١٣٠ - سامي خشبة، حوار الثقافات، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠٢، ص ص ٣٦-٣٧.
- ١٣١ - ماهر الضبع، مرجع سابق، ص ٥٦.
- ١١٦ - أحمد مجدي حجازي، الخطاب الثقافي للعولمة، مرجع سابق، ص ٢٣.
- ١١٧ - نسمة البطريق، مرجع سابق، ص ٩٨.
- ١١٨ - أحمد مجدي حجازي، ثقافة الاستهلاك والتنمية الاجتماعية، مرجع سابق، ص ١٢٢.
- ١١٩ - أحمد مجدي حجازي، الخطاب الثقافي للعولمة، مرجع سابق، ص ٢٢١.
- ١٢٠ - آمال عبد الحميد، الاستهلاك والثقافة التقليدية، مرجع سابق، ص ٣٥٢.
- ١٢١ - أحمد مجدي حجازي، الخطاب الثقافي للعولمة، مرجع سابق، ص ٢٠٧.
- ١٢٢ - آمال عبد الحميد، العولمة والثقافة الاستهلاكية، مرجع سابق، ص ١٧١.
- ١٢٣ - نبيل راتب، الغيبوبة العربية، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، ٢٠٠٧، ص ص ١٨١-١٨٢.
