

الاعلام المحلي وإشكالية الهوية: ثنائية الغزو الثقافي والمقاومة

بن عزرة فاطمة الزهراء - باحثة دكتورالية - جامعة تلمسان

سيكوك قويدر - أستاذ التعليم العالي - جامعة مستغانم

مقدمة:

ان الانتشار الواسع لوسائل الإعلام الغربية، وتحكمها في تكنولوجيات الاتصال وسعيها إلى عولمة الثقافة من خلال طمس وتذويب ثقافات الشعوب في منظومة ثقافية واحدة تركز على سمات ومواصفات الثقافة الغربية. كل ذلك يشكل ظاهرة من أخطر الظواهر التي تواجهها الأمة العربية، لأن هذا التفوق في امتلاك وسائل الاعلام من اهم اساليب التلاعب بعقول الشعوب العربية والتحكم فيها، من خلال اغراقها بالمواد الإعلامية المختلفة التي قد تكون مسيئة الى الهوية الوطنية و قيمها الانتمائية : وبالتالي فان هذا التفوق يعتبر ظاهرة اختراق للآخر وسلبه خصوصيته و السيطرة عليه وإبعاده عن هويته الأصلية .

هنا نتحدث عما يسمى الامتصاص اللواعي لثقافة ورموز الآخر في مقابل التخلي عن الثقافة المحلية، وذلك بواسطة أساليب واستمالات⁽¹⁾ بهدف إقناع المشاهد بمصدقية الصورة المروج لها من اجل ضمان نجاح العملية الاتصالية.

المواطن في "العالم العربي" اليوم أصبح مستهلكا لإنتاج غربي محظ في مقابل إعلام عربي عاجز عن تقديم بدائل أصيلة أو على الأقل قدرة على مواجهة هذا المد الإعلامي. إذ لا يمكن تجاهل التسارع الهائل في المستحدثات التكنولوجية المتعلقة بوسائل الاعلام والاتصال والتي تمتلكها بل وتحتكرها قوى ذات خلفية ثقافته منافية كلياً لهوية الفرد العربي.

والسؤال المطروح: أين موقع الإعلام العربي ضمن الفضاء الوطني والدولي؟ ما هي البدائل التي يقترحها للمتلقي؟ وما هي الركائز التي يتم بواسطتها مقاومة هذا الاكتساح الثقافي الغربي؟

مفهوم الثقافة:

إن الثقافة في اللغة تعني كلمة أو مصطلح "ثقّف" من التثقيف أي التهذيب والتقويم "قوم" الشيء، أي قومه عندما كان معوجاً وغير سوي، فقال العرب "ثقفت الرمح" أي قومتته وهذبته. أي جعله على أحسن صورة. وأيضاً يأخذ هذا المصطلح معنى الإصلاح وإعادة الشيء على حاله وأيضاً التصحيح.⁽²⁾

اما اصطلاحاً فالثقافة هي ذلك التراث الحضاري ومنهجية التفكير وأسلوب العيش والمعاملة وجميع الأمور التي تنطلق من ذاتية وشخصية الإنسان بما هو عليه من صفات كالخير والعدل، وتلك

الطاقة العملية الكامنة التي تستخدم في مجالات الحياة، والتي تميز مجتمع عن مجتمع آخر.⁽³⁾

ويقول الأنثروبولوجي الإنكليزي ادوارد تايلر: "قد استخدم مصطلح الثقافة مرة، والحضارة مرة أخرى حتى استقر على الكلمة الأولى" وانطلاقاً من ذلك صاغ تعريفه الكلاسيكي التعريف القائل: "هي ذلك الكل المركب، الذي يشتمل على المعرفة والعقائد والفنون والأخلاق والقوانين، والتقاليد، وكل الأعراف الأخرى، والعادات المكتسبة من طرف الإنسان باعتباره عضواً في المجتمع".⁽⁴⁾

مفهوم الهوية:

ليس بعيداً عن الثقافة نجد مفهوم الهوية، الذي يعد من المفاهيم الحديثة التي ترتبط بالوجود والذات والتراث الثقافي، مثلما ترتبط بالتعدد والتنوع والاختلاف، والتغير الاجتماعي. ومصدر مفهوم الهوية هو كلمة "هو" والتي يعني جوهر الشيء وحقيقته.

والهوية اصطلاحاً تعرف على أنها: "الحقيقة المطلقة المشتملة على الحقائق، أي تلك الصفة الثابتة والذات التي لا تتبدل ولا تتأثر ولا تسمح لغيرها من الهويات أن تصبح مكانها أو تكون نقيضاً لها، فالهوية تبقى قائمة مادامت الذات قائمة وعلى قيد الحياة، وهذه الميزات هي التي تميز الأمم عن بعضها البعض، والتي تعبر عن شخصيتها وحضارتها ووجودها".⁽⁵⁾

مفهوم الهوية الثقافية:

حتى وإن كان تعبير "الهوية الثقافية" يربط بين "الهوية" و "الثقافة" فإن المقصود بالهوية الثقافية كل الجوانب الحياتية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والحضارية والمستقبلية، لأعضاء الجماعة الموحدة التي ينتمي إليها الأفراد بالحس والشعور الانتمائي له. إنها أيضاً "ذاتية الإنسان ونقائه وجمالياته وقيمه، بحيث تعتبر الثقافة هي المحرك لأي حضارة أو أمة في توجيهها وضبطها، أي هي من التي تحكم حركة الإبداع والإنتاج المعرفي".⁽⁶⁾ وبالتالي الإنسان هو المنتج للثقافة، والهوية بكل مظاهرها من أفكار وقيم، ومعتقدات كما سلف ذكرها، فهو الكائن الوحيد الذي يخلق لذاته عالم الثقافة والتي تضم: اللغة، التواصل، وأنماط العيش.

ولأن مسألة الثقافة هي جوهر المشكلة الحضارية التي يمر بها العالم الإسلامي فلقد خصصها بكتاب صدر سنة 1959 تحت عنوان "مشكلة الثقافة" وهو مكمل لكتابه الأول "شروط النهضة" الصادر في 1948. ولقد حاول من خلال أعماله عموماً وهاذين الكتابين على وجه الخصوص من اقتراح حلول لحل "مشكلة الثقافة" للوصول إلى "شروط النهضة". ولقد أقر بأنه لا يمكن تعريف أو فهم أو حل مشكلة الثقافة ما لم ننظر إليها من خلال عمليتين هما: الهدم والبناء⁽⁷⁾

الهوية بين المحلية والكونية:

والعلاقة بين العولمة والهوية الثقافية في هذه الزاوية من البحث تتمثل أساساً في ذلك التنافر والتصادم والصراع بين الغزو الإعلامي والمقاومة الثقافية. فالأول نعي به ذلك "العمل الواعي والمهادف إلى اختراق ثقافة أمة وزعزعتها لتذويب هويتها وطمسها وسلبها مكوناتها".⁽⁸⁾ عن طريق وسائل الاعلام.

إن الغزو الثقافي ليس ناتجاً طبيعياً للعلاقة بين قوى ودول تمتلك التكنولوجيا وأخرى لم تتوصل بعد إلى التخلص من التخلف والتبعية الاقتصادية. إنه عملية مقصودة بنيت على استراتيجية محكمة، الهدف من وراءها مس الإنسان في عقيدته ولغته وعاداته وأخلاقه. إنها القدرة للولوج إلى نمط معيشتها من خلال فهم سلوكه وأخلاقه لاستبدال نماذج الحياة السائدة في المجتمع بنماذج معدة بإتقان لزعزعة البناء القيمي للمجتمع محل الغزو.

أما المقاومة الثقافية فهل ردة الفعل الناتجة عن الإثارة خارجية المتمثلة في فعل الغزو، إنها كما يقول إدوارد سعيد: "ذلك الخطاب المضاد الذي يقوم بتحويل المواجهة بين الواقع كما اصطنعه المستعمر وقيام المستعمر بدحض هذا الواقع وهدمه، وبالتالي للمقاومة هي أهم وسائل التغيير الثقافي والسياسي وإدراك الذات والآخر والمحيط".⁽⁹⁾

إن العولمة واقع كرسه النظام العالمي الجديد الذي تأسس على القطبية الأحادية بحكم التفوق الاقتصادي والنفوذ السياسي واحتكار المعلومات والمعارف من طرف الغرب على حساب دول العالم وخصوصاً الضعيفة منها. ويهدف هذا التوجه إلى إلغاء الحدود وطمس الخصوصيات الثقافية وتكريس مجموعة من القيم الكونية كمنظومة واحدة صالحة لكل إنسان ولكل المجتمعات، إلا أن الهوية تختلف من كيان اجتماعي إلى آخر بناء على اختلاف التاريخ والآمال والمعطيات الاجتماعية والثقافية. وإذا كان هدف العولمة هو الرؤيا الشاملة واقضاء الخصوصيات، فإن الهوية تهدف للحفاظ على الخصوصيات والانفتاح على العالم.

الإعلام وتكريس النموذج الغربي:

إن التقدم التكنولوجي والتقني في مجال الاعلام، ساهم في سيطرة وهيمنة النموذج الغربي، المرتكز على الفردانية، على شعوب العالم في حياتهم الاجتماعية وخصوصياتهم الثقافية، نتيجة الاحتكاك والتقارب عن طريق وسائل الاعلام والاتصال مما أدى إلى تغلب الهوية التي تمتلك أساليب للتأثير والاستمالة على هوية الغير. وتقوم الفضائيات بدور كبير في الحياة الثقافية للفرد بحيث أصبحت توجه حتى الأسرة وأفراد العائلة الواحدة، ولعل من يمتلك الشركات الإعلامية الكبرى هو من يسيطر على الهويات الأخرى بفرض سيطرة هويته الثقافية، فيحدث ما يسمى بالاستيلاء والذي اعتبره روسو من الجانب السياسي أساساً في تكوين السلطة السياسية في نظرية العقد الاجتماعي؛ إذ

ان الفرد يتنازل بقسط من حريته لسلطة الحاكم و هذا التنازل اطلق عليه روسو " الاستيلا ب" ، في حين أدرجه كارل ماركس في شقه الاقتصادي في كتاب "رأسمال" وعبر عنه كون أن العامل يصنع منتوجا يصبح فيما بعد هذا المنتوج متحكّم و مستعبد لهذا العامل.⁽¹⁰⁾ ضمن هذا المنظور نستشف العلاقة بين العرب والغرب في سياق التبعية الثقافية للغرب، وبتعبير أحر ذلك الانسلاخ من الخصوصية الثقافية والخضوع لتبعية الاخر.

واقع الإعلام العربي وإشكالية الإنتاج والاستيراد

لا زال الإعلام في الدول العربية يعاني من ناحيتي الشكل والمضمون: يتميز بصناعة ركيكة أفقدته الجمالية والتجانس ويعاني من السلطة السياسية التي تتحكّم في مصادره ومنابع تمويله مما جعله سلطوي أحادي التوجه ذو مضمون تطبعه الضبابية وتغيب عنه الموضوعية: كل ذلك يجعله منعدم التأثير في الرأي العام. إن التضييق المستمر المفروض على الإعلاميين من طرف السلطة، وغياب روح المبادرة والابتكار لدى العاملين بقطاعات الإعلام، كنتاج للرقابة والرقابة الذاتية، كرسا فقدان الثقة لدى المواطن العربي في وسائل الإعلام المحلية والوطنية واستبدالها بوسائل عالمية، غالبا ما تكون غريبة لما تمنحه من مجال يجعل المستخدم معتقدا أنّها أكثر تفتح وحرية من مثيلاتها في مجتمعه.

إن وسائل الإعلام العربية حتى و إن أنتجت برامج إعلامية فإنها لم لا ولن تكون مبتكرة بل مقلدة لنماذج غريبة، او بمعنى آخر تكون قد ساهمت في إرساخ هذه القيم الغربية بإعطائها طابع او لباس يعتقد الكثير انه عربي لكن الإشكال هنا هو عبارة عن إعادة إنتاج لبرامج غربية بخطاب عربي مدرج باستعمال اللهجات المحلية المتعددة والمتباينة في مختلف المجتمعات العربية. وعلى سبيل المثال فإذا اخذنا البرامج الفنية الحالية نجد أن معظمها عبارة عن نسخ معربة لبرامج أمريكية بريطانية هولندية أو فرنسية: (ارب ايدول Arab Idole، عرب غوت تالنت Arab Got Talen، أكس فاكتر The X Factor، ذا فويس The Voice والبرامج الصحية مثل التفاح الأخضر، ذا دكتورز The Doctors، الخاسر الأكبر biggest loser التي تعرض على باقة ال mbc.

ولا يتوقف الأمر عند حدود البرامج الفنية والصحية بل يمس هذا التقليد وإعادة النسخ لبرامج غربية في جميع مجالات الإنتاج السمعي البصري حتى الإخبارية منها. إن البرامج الغربية إنما أنتجت ضمن سياق تاريخي معين ومعطيات اجتماعية وثقافية محددة وهي موجهة بالدرجة الأولى لجمهور محدد يتمثل في مواطني المجتمعات الغربية. وحتى وإن بثتها القنوات الفضائية التي يلتقطها المشاهد العربي عن طريق مختلف الوسائل والطرق المتاحة لجميع فئات المجتمع بما فيها محدودي الدخل، فإن الأمر يتعلق بمسألة المنافسة من أجل الوصول إلى المشاهد أينما كان ويدخل هذا في إطار الغزو الإعلامي وعولمة الإعلام كما سبق الذكر، لكن أن تنسلخ وسائل الإعلام الوطنية عن كل الخصوصيات والميزات الثقافية والحضارية للمجتمع الذي تتواجد وتتطور فيه لتصبح ممثلا فوق العادة لوسائل إعلام غربية فهذا هو الإشكال بعينه.

وإذا وجد ما يبرر لجوء بعض القنوات التلفزيونية لإعادة إنتاج برامج وتقليد أخرى من جراء محدودية الإمكانيات المادية والوسائل التكنولوجية والموارد البشرية ذات الكفاءة فإن العديد من الشركات الإعلامية في الخليج والشرق الأوسط ومصر، والقنوات التلفزيونية في دول المغرب العربي تمتلك من المعدات التكنولوجية والأموال ما يجعلها تضاهي وتضارع القنوات الغربية لكنها لا تبذل أدنى جهد في التوجه نحو المبادرة والابتكار لمقاومة هذا الغزو الإعلامي والحفاظ على الموروث الحضاري وتحيينه وترقيته.

إن وسائل الإعلام هذه حتى وإن حاولت أن تعطي الانطباع بأنها وطنية تحافظ على المقومات الوطنية والحضارية وترقية الهوية الثقافية، فإن ذلك لا يتعدى بعض الحصص والبرامج الدينية والفلكلورية التي تركز من خلالها ثقافة "العتبة" وتفتح المجال على مصراعيه لكل ما يصنع وراء البحر وفي غالب الأحيان الأكثر رداءة مما يجعله منبوذ حتى في الفضاءات الاجتماعية التي أنتج فيها. وهذا ما يجعلنا نقول إذا كانت الدول العربية لا تنتج التكنولوجية وإنما تستوردها فإن ذلك يعود لمعطيات موضوعية وتاريخية مبررة قابلة للهضم، ويتوجب عليها استخدامها بالمعطيات المحلية. أما أن تستورد التكنولوجية بلواحقها الثقافية وتكرس لإعادة نسخ المضامين الغربية فهذا هو الاستيلا ب.

بعد الحرب العالمية وجه الرئيس الأمريكي روزفلت مقولته الشهيرة: "حان الوقت لأمركة العالم".⁽¹¹⁾ فهو يقصد ان الهيمنة على المجال الإعلامي يمكن من تمرير المواقف وفرض السيطرة من خلال اختراق ثقافي يتم على عنصر الهدم وعنصر البناء، هدم قيم المجتمع السائدة في مقابل غرس قيم جديدة للدولة المسيطرة إعلاميا بهدف طمس الهوية الوطنية وتبني ثقافة مركزية، وهذا ما أشار اليه مالك بن نبي في كتابه مشكلة الثقافة.

يقول الفن تولفر: " ان خطوط التماس لا تقوم - في الوقت الحاضر - بين الفقراء والأغنياء ولكن بين المسرعين والمبطئين ". (12) وهذا كله يدخل فيما يعرف بعولمة الاعلام وما نتج عنه من تكنولوجيات معقدة ساهم في انتاج اعلامي هائل تستغله وسائل الاعلام الغربية من أجل استقطاب أكبر عدد ممكن من الجماهير من أجل التأثير في قيمهم واتجاهاتهم.

في دراسة ميدانية حديثة كن قد اطلعت عليها؛ أن قناة النهار حصلت على أكبر نسبة مشاهدة؛ إذا أخذت مع القنوات المحلية في حين أنها تتراجع الى المرتبة الرابعة أو الخامس؛ إذا أخذت مع قنوات أخرى مثل mbc على الرغم من أنها قناة عربية ولكن لماذا mbc؟ لأنها القناة التي تأخذ الصدارة في بثها للبرامج الغربية ذات النسخة العربية والتي سبق وان تم ذكرها.

وهنا نجد الإعلام المحلي في أي دولة عربية قد تبنى شكل الإعلام الغربي في الصيغة والمضمون وهذا يعود بشكل أساسي الى خروج الإعلام نوعا ما عن السيطرة المباشرة للدولة ودخوله في قبضة المؤسسات والشركات التي هي مؤسسات تجارية بالدرجة الأولى غايتها الربح، لا تتحلل بأي نوع من المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، "فالتصدي للغزو الثقافي مسؤولية تقع على عاتق وسائل الاعلام التي لا ينبغي أن تقتصر على نقل الثقافة ونشرها بل هي مطالبة أيضا بانتقاء فحواها وتقدير مدى الابداع فيها." (13)

لقد أصبح مطلوب من وسائل الاعلام ان تساهم في إعداد الفرد على أساس قيم المواطنة وتعزيز عناصر الهوية الثقافية لديه والتمثلة في العادات والتقاليد والقيم والمعايير الاجتماعية والدين واللغة، التي لها دور رئيسي في تشكيل وترسيخ وترقية الحضارة والثقافة والتعبير عنهما. وإذا كانت صيانة اللغة أمر لا بد منه؟ فأين هي اللغة في اعلامنا المحلي الذي لا يتقن حتى لغته؟ "إن الاعلام العربي اليوم بحاجة الى تنمية فكرية تهدف الى تعزيز مقومات الثقافة العربية المشتركة كالدين واللغة والقيم، في مقابل تجاوز عناصر الاختلاف والثقافات الفرعية، فما يؤخذ على بعض البرامج تدني في المستوى اللغوي." (14)

وللإشارة فإن بعض القنوات الجزائرية، يستعمل مذيوعها لغة عامية بحجة تسهيل استيعاب الرسالة الإعلامية كون أن الجمهور من مستويات تعليمية مختلفة، لكن يحق لنا التساؤل عما إذا كان المذيعون حقا يتعمدون هذا الأمر من أجل ذاك الهدف؟ أم هو يعانون عدم التمكن في اللغة التي تعتبر شرط من شروط العمل الإعلامي، وهنا نتكلم عن الكفاءة المهنية التي يجب توفرها في الإعلامي العربي لضمان نجاح رسالته وتأثيرها.

إن العنصر الأساسي للهوية الثقافية هو اللغة، اللسان الحقيقي الذي يعبر عن الهوية، بالإضافة إلى الدين والعقيدة والتراث الحضاري الخاص بالشعوب. واللغة في الوقت الراهن ليست كما كان عليه الحال في الماضي. إن اللغات تحين وتتجدد من خلال الإنتاج المادي، المعرفي والفكري للمجتمع. لقد أصبحت اللغات كالجيش أفاها يكتسح فضاءات الأضعف منها. والدليل أن العديد من المجتمعات تعاني من هيمنة اللغات الأجنبية على اللغة المحلية. وتبقى اللغة الإنجليزية أكبر مثال على ذلك إذ تعتبر اللغة الحية بدون منازع: إنها اللغة الكونية وأحد ركائز العولمة.

ذلك ما أدى إلى طغيان الثقافة الشعبية الأمريكية على أذواق الناس من خلال الملابس (الجينز) والمأكول والمشرب (ماكدو وكوكاكولا) والموسيقى الأفلام والمسلسلات واستهلاك السلع الأمريكية، بسبب إرجاع ذلك إلى التفوق الأمريكي والسيطرة على وسائل وتقنيات الإعلام والإنتاج واستخدام استراتيجيات الاتصال الحديث للترويج. وعليه فالعولمة ليست ظاهرة تفاعلية، إنها شكل جديد من أشكال الاستعمار يمكن التعبير عنه بالاستيطان الثقافي.

كل هذا يستدعي إعادة النظر في المنظومات الإعلامية. والإعلام العربي مطالب بتوفير مواد إعلامية هادفة تدعم الثقافة العربية التي فتتها الحدود الجغرافية الموروثة عن الاستعمار إلى ثقافات هامشية كثيرا ما تتصارع حول القشور وتجاهل الجوهر. وإذا كان المستوى الجغرافي والاجتماعي الذي وصلت إليه وسائل الإعلام والاتصال من جراء تنوع وانتشار أدوات الإعلام والاتصال التي أصبحت في متناول العامة من الناس، وأصبح الفرد طرفا فاعلا ومتفاعلا في العملية الاتصالية. فإن ذلك لا يوحى بضرورة "شعبنة" و"جمهرة" الإعلام. يجب على الإعلاميين رفع مستوى الجمهور المتلقي إلى الأعلى عوض النزول بالرسالة الإعلامية إلى الأسفل.

إن أرقى ما يمكن أن تقدمه مؤسسات وأجهزة الإعلام لمجتمعاتها هو التكتاتف والتفاعل مع غيرها من المؤسسات الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية، وأن تضع إصلاحات سياسات إعلامية تعمل بموجبها على ألا يكون التنوع الثقافي مجرد احتراق لهذا المجتمع وانما نوع من التكامل والتوازن في ظل الاعتراف بثقافات الأمم الأخرى وهو ما يعرف بالعولمة الثقافية، عكس العولمة الثقافية التي هي اتجاه أحادي

يريد إضفاء نوع ثقافي معين على شعوب العالم. وتبقى " حماية الهوية العربية ومواجهة الاختراق الفكري الأجنبي، من الاختيارات الرئيسية لأي سياسة إعلامية عربية يمكن تصورها في المستوى القومي". (15)

خاتمة:

إن الحراك العالمي كفيل بمساعدة الأفراد على اكتساب ثقافة العصر مما ينجه البحث العلمي والتقدم التكنولوجي والتقني، خاصة في مجال الإعلام والاتصال، ومن خلال وسائل الاتصال والإعلام وحرية الصحافة والرأي. وقد يمثل هذا الحراك منبرا للحوار والتفتح الثقافي، والاستفادة من ثقافة الغير لتكامل الثقافات، وبذلك تستفيد الدول الضعيفة مما يمكنها من القضاء على المشاكل الاجتماعية وأسباب التخلف والتوجه صوب المعاصرة على أن يساهم الإعلام في الحفاظ على الهوية الثقافية الوطنية والفردية لإثبات وجودها وبروزها على المستوى الدولي. إن وسائل الإعلام مطالبة بالانخراط في سيرورة الابتكار والابداع حتى تساعد على تخطي مرحلة الأنوميا التي طالت في واقع المجتمعات العربية.

الهوامش:

1. الاستمالات: استراتيجية تستعملها القنوات التلفزيونية للوصول إلى رفع من نسب المشاهدة في البرامج الترفيهية والإعلامية وللتأثير على المستهلك في مجال الإعلانات الإخبارية.
2. الأهواني أكرام أحمد الاتصال بين العولمة والمحلية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، الطبعة الأولى، 2010، ص106.
3. المرجع نفسه، ص 106.
4. الهيتي هادي نعمان، ثقافة الأطفال، دار علم المعرفة، الكويت، 1990، ص24.
5. عبد الفتاح أبو معال، أثر وسائل الاعلام على تعليم الأطفال وتثقيفهم، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2006، ص 98.
6. المرجع نفسه، ص 100
7. مالك بن نبي، مشكلة الثقافة، دار الفكر، دمشق، الطبعة الخامسة عشرة، 2011، ص.100.
8. هربرت أ. شيللر، ترجمة: عبد السلام رضوان، المتلاعبون بالعقول، دار علم المعرفة، الكويت، الطبعة غير موجودة، 1990، ص 158.
9. إدوارد سعيد، ترجمة محمد العناني، الاستشراق المفاهيم الغربية للشرق، دار رؤية، القاهرة، الطبعة غير موجودة، 2006، صفحة 38.
10. مولود زايد الطيب، علم الاجتماع السياسي، جامعة السابع من ابريل ليبيا، الطبعة الأولى، 2007، ص 45.
11. حسين خريف، العولمة الإعلامية، سلسلة أعمال الملتقيات، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، 2010، ص 172.
12. فضيل دليو، العولمة و الهوية الثقافية، سلسلة أعمال الملتقيات، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث و الترجمة، 2010، ص150.
13. مصطفى الصمودي، النظام الإعلامي الجديد، دار علم المعرفة، الكويت الطبعة غير موجودة، 1990، ص 180.
14. عبد الفتاح أبو معال، المرجع السابق، ص 112.
15. مصطفى الصمودي، النظام الإعلامي الجديد، المرجع السابق، ص 237.