الفصل الخامس عشر
الخاتمة

يستعرض هذا الفصل بشكل ملخص النقاط الأساسية التي تم تناولها في هذا الكتاب، وبصفة خاصة النقاط التالية:

النظريات التي ظهرت في دراسات الإعلام.

قضايا العولمة المتصلة بالهياكل والمؤسسات والمحتوى والجماهير والتأثيرات ومكونات عملية الوساطة.

وأخيرًا الاتجاهات المستقبلية.

عند الشروع في كتابة هذه الخاتمة كانت شاشات التليفزيون الصيني تتشح بالسواد على وقع أخبار العنف في التبت. هذا السواد أثر بشكل واضح على الهدف المقصود، وهو زعيم التبت في المنفى، وكانت الحكومة الصينية تستخدم العنف لتفريق المحتجين في التبت، وكانت تهيمن على إدارة الأخبار بقوة عما كان يحدث. على أية حال، كانت وسائل الإعلام العالمية تكتب تقارير عن الاحتجاجات وردود أفعال الدلاي لاما عن الموقف. واستشهدت صحيفة (The Hindu) – التي تصدر على الإنترنت، وهي النسخة الإلكترونية للجريدة الورقية القومية – بقول للدلاي لاما، بأن «هذه الحركة خارج إطار سيطرتنا، وعلى المجتمع الدولي أن يساعدنا على تهدئة هذا الموقف» (The Hendu, 2008). وفي الوقت ذاته، حذر محرر جريدة (Yass Tri) – التي تصدر في مدينة صغيرة وبعيدة في أستراليا – المقيمين بأن تلك كانت مسألة طوارئ، وأن هذا المناخ المتغير سوف يضربنا جميعًا بقسوة (Sybes, 2008).

بدأ المؤلفون هذا الكتاب بالرواية المأساوية لماكين، وكيف أن تلك الرواية أصبحت جزءًا من جدول أعمال الأخبار العالمية، وحقيقة، ونحن نكتب عن الأحداث الصينية، نلاحظ أيضًا أن عائلة ماكين رفعت بنجاح دعوى قضائية على صحيفتين بريطانيتين بسبب القذف العلني المتكرر. ويعد صراع عائلة ماكين مع إدارة الإعلام في بحثهم عن طفلتهم المفقودة، وأيضًا تركيز الصين على تحقيق الاستقرار في مناطقها الغربية مقابل أي ثمن – جزءًا من جدول أعمال الأخبار العالمية، علاوة على جدول أعمال المجتمعات المحلية. في حالة

الصين، نجد أن العالم يحترم السيادة القومية، في الوقت الذي يعتبر حقوق الإنسان جزءًا من مصالح العالم واهتمامه. وفي حالة التغير المناخي العالمي، وعلى الرغم من الجدل الدائر عن ماذا وكيف – فإن هناك بعض الشك في أن المشكلة قد تؤثر على الجميع، فكل بوصة أو سنتيمتر من الثلج يذوب في القطب الشمالي أو الجنوبي يجذب انتباه العالم، وكل إعصار أو تسونامي، وكل يوم غريب في حرارته أو برده يعاد تفسيره على أنه إشارة محتملة لتغييرات شاملة في البيئة ومستقبلنا.

تلعب وسائل الإعلام العالمية بأنظمتها المختلفة – سواء أكانت في صورة وكالات أنباء أو تليفزيونات أو راديو أو سينما أو ألعاب أو إنترنت أو وسائل الاتصال المحمولة – دورًا جوهريًّا في تشكيل ما نراه مهمًّا ومفهومًا للآخرين. ودراسة نظام الإعلام العالمي – كما رأينا في هذا الكتاب – تعد أكثر من مجرد تحليل بسيط لإعلام الاتصال. فدراسات الإعلام تحتوي على تتبع الإعلام من خلال الوسائل، التي من خلالها يتم التشارك في الحياة الاجتماعية والثقافية المعاصرة، كما تتناول المكونات العديدة لهذا الإجراء، بما في ذلك هياكل ومؤسسات الإعلام والمحتوى والجماهير والتأثيرات. وتشتمل العولمة – باعتبار أنها تركز على دراسات الإعلام – على شبكات كحد أدنى، مثل الإعلام والسلع والناس، حيث تعبر الحدود القومية، ويمكن أن تختلف في مداها وكثافتها وإيقاعها وتأثيرها.

وتناول المؤلفون في هذا الكتاب المغزى الإيجابي والسلبي للعولمة في الأطر النظرية والهياكل والمؤسسات والمحتوى والجمهور والتأثيرات داخل عملية الإعلام. ومن المهم أن نلخص بعض هذه المؤشرات.

النظريات:

لقد تأثر التطور النظري لتخصصات الدراسات الإعلامية منذ بداياتها في مطلع القرن العشرين، بالأحداث العالمية والتأثيرات الثقافية المتداخلة، ويعد التمييز بين البحث الإداري والنقدي، الذي ظهر في المحادثات والمناقشات بين الألماني تيودور أدورنو والأمريكي بول لازرزفيلد – لا يزال ذا صلة بالوقت الراهن كما كان في ذلك الوقت. وقد تمت صناعة البحث الإداري بسبب طلب الحكومات وأصحاب الأعمال؛ من أجل الحصول على معرفة أفضل عن الجماهير، ومعرفة كيف يتم دفعهم، أما البحث النقدي – وبصفة خاصة نوع

مدرسة فرانكفورت – فقد خرج في ظل الأيديولوجيات المتطرفة للنازي والسوفيت، وكانت تركز على دور ثقافة الصناعة، وقد صارت الأيديولوجية والسلطة المهيمنة تركيزًا أساسيًّا.

وكما عرفنا في الفصلين الرابع والخامس، أن هذين المدخلين في إطار هاتين «المدرستين»، قد تحولا – بشكل معين وبصفة خاصة – في فهمهما للجماهير. اكتشف لازرزفيلد وزملاؤه أن فكرة النموذج البسيط للاتجاه الواحد لتأثيرات السلطة الإعلامية – كان خطأ، وأن الناس كانوا مفسرين نشطين. والمنظرون النقديون مثل هابرماس، وباحثو الدراسات الثقافية، مثل ستيوارت هال – ابتعدوا عن فكرة أن الجماهير الإيجابية يتم دعمها تمامًا من أجل رسائل أيديولوجية مكثفة. فالقراءات المعارضة والتفسيرات المقاومة ممكنة في تفاعل الناس مع الإعلام والاتجاهات في بحوث الإعلام المرتبطة بتطور نظريات الإعلام، وهي:

– تجاه فكرة أكثر تعقيدًا لجماهير الإعلام، مع جماهير تم تفسيرها على أنها نشطة، وليست سلبية (فالنموذج البسيط لنقل الاتصال (المصدر – الرسالة – المستقبل) – قد أفسح المجال لفهم معقد سيكولوجي وثقافي لكيفية استخدام الإعلام.

– تعرف أعظم على المناهج النظرية التعددية المرتبطة بالجمهور (وضع الأجندة كنموذج يمكن استخدامه للتعامل مع قضايا السلطة).

– تجاه تحليل أكثر تعقيدًا وتفصيلًا للجماهير في نطاق من الوسائل الكمية والكيفية (المناهج المتعلقة بالعلم التطبيقي للإنسان "الشعوب"، والتي ظهرت لفهم أفضل للعلاقات بين الإعلام والحياة اليومية).

في الوقت الذي نجد فيه تشابهًا بين العادات الإدارية والنقدية، نجد أيضًا اختلافات مهمة في الطريقة التي يصورون بها السلطة. الجدول 15 . 1 يقدم لمحة عن الاختلافات الرئيسة.

تميل نماذج التأثيرات التجريبية، مثل وضع الأجندة والبنائية ونشر الابتكارات والاستخدامات والإشباعات ورؤى ماكلوهان وإينيس – لأن تكون تعددية في اتجاهاتها. توجد مجموعات نخبوية وأصحاب سلطة في المجتمع من منظور تعددي، ولكن هذه السلطة ليست مضمونة ويمكن أن تتغير مع الزمن. وتميل الدراسات النقدية والماركسية الجديدة في السياسة والاقتصاد والرمزية والثقافية، إلى التركيز على القضايا المرتبطة بالأيديولوجية والهيمنة والسلطة. وتشكل النخبة الرأسمالية جزءًا من نظام راسخ يؤثر على الثقافة والاقتصاد.

Table 15.1 Pluralist and hegemonic perspectives on media and power

Pluralist perspective	Hegemonic perspective
Society is a complex set of competing groups and interests, none of them predominant all the time, in which alignments shift from issue to issue and from time to time.	Media are part of a powerful ideological apparatus within the class relationship of capitalist society. Socialist societies manage the media more closely but the hegemonic relationship still applies.
Media organizations are bounded organizational systems, enjoying an important degree of autonomy from the state, political parties and institutionalized pressure groups.	The media control much of the means of mental production, as their ownership is over whelmingly in the private domain and is part of large-scale capitalist enterprise. They are controlled by people whose ideological dispositions are soundly conservative.
An autonomous managerial elite exists who allow a considerable degree of flexibility to media professionals.	Generally, the media reproduce their pictures of events within the field of meanings of the dominant ideology.

وكما رأينا في الفصل التاسع، في الحالات الدراسية الخاصة بالهند والصين، نجد أنه من المستحيل أن نستثني دور الجماعات العرقية والطبقة الاجتماعية، باعتبارها بناء مهمًّا في أي تحليل يتعلق بالإعلام العالمي والسلطة. وبالتساوي تعد الهند والصين مثالين لتطور الإعلام الذي لم يترتبط فقط بالتأثير الغربي، على الرغم من وجود تواصل بين الشرق والغرب على مدار الزمن، وعلى مستوى عالمي، يمكن أن توجد تفسيرات متنافسة عما يحدث مع الإعلام. فالجدل الدائر عن الإمبريالية الثقافية، يقترح أن الثقافات القومية المهيمنة بادئة في نحر أو محو الثقافات أو اللغات الأصلية الأضعف في كافة أنحاء العالم. ويقول منظور مضاد وتعددي التوجه – يقف بقوة ضد نموذج الإمبريالية الثقافية – إن الثقافات توفق نفسها للتواصل المتزايد بين الشعوب والثقافات.

ترتبط نظريات المعلومات أيضًا بكيفية عمل الإعلام العالمي الآن وفي المستقبل. في الفصل السادس تم إبراز موقفين رئيسن لهما توجهات مختلفة تمامًا تجاه المستقبل. والجدول 15. 2 يلخص هذين الموقفين.

Table 15.2 Conceptions of information

Information as a commodity	Informed citizen
In a second enclosure, individuals or corporations take knowledge- which is owned by the commu- nity- privatize it and close it off	The community owns knowledge, while authors are granted temporary rights to make money from their creations- temporary copyright or patent
All ideas are a resource and are commodities	Ideas are free
Private ownership, individual or corporate	Public domain, information commons, creative commons

المؤسسات:

تؤثر كل نظم الوسائل الإعلامية والسياسية والاجتماعية على عملية الوساطة للمحتوى الرمزي، وتشكل الملكية والتحكم في الإعلام، واقتصاديات الإعلام – وبالطبع المهن الإعلامية ذاتها – جزءًا من الهياكل والمؤسسة الإعلامية. في الفصل العاشر استعرض المؤلفون كيف أن الحكومات في كافة أنحاء العالم، تعرض خدماتها على الإنترنت، علاوة على تقديم آليات للاستشارات والتغذية المرتدة، وهذه الآليات ليست هي ذاتها مثل التشارك في اتخاذ القرارات السياسية للحكومة. فالديمقراطيات الحديثة في الوقت الراهن، تنتخب حكومات ممثلة تضع القرارات نيابة عنا. على أية حال، يهتم المواطن المعاصر – بشكل متزايد – بالتشارك الفعلي في اتخاذ القرار، أكثر من الاعتماد فقط على ممثليهم في الحكومات. ولا يوجد في الوقت الراهن أمثلة كبيرة للديمقراطية المباشرة، حتى على الرغم من وجود اهتمام كبير من حكومات البلديات المحلية وبعض المحاولات لها لتقريبها. ومن المفارقات، كما رأينا، أن دهاء الإنترنت والقراصنة النشطاء المدفوعين سياسيًّا– يمكنهم في بعض الأحيان من التأثير بفاعلية على وضع الأجندة، وغالبًا ما تكون هذه الاحتجاجات غير شرعية. ويؤمن المؤلفون بأن الضغط من أجل إحداث شكل ما من الديمقراطية المباشرة سوف يكون أمرًا لا مفر منه، وسوف يكون حقًّا عالميًّا على المدى البعيد.

في الفصل الحادي عشر أصبح واضحًا أن الإعلام الاجتماعي يؤثر أيضًا على شكل وتنظيم العلاقات العامة الحديثة، علاوة على الأخبار. وتتشكل مفاهيم العلاقات العامة الحديثة من اتصال متناظر يتدفق في اتجاهين (بمعنى التشارك)، مكملًا لظهور الإعلام الشبكي الاجتماعي. وعلى الرغم من أن الاتصال غير المتناظر المتدفق في اتجاهين (بمعنى

الدفع)، هو المهيمن حاليًا في كيفية تقابل الشركات والمؤسسات مع الجماهير الحديثة من خلال العلاقات العامة – إلا أنه ليس هناك شك في أن شكل مهنة العلاقات العامة سوف يتغير بشكل جذري.

تمتلك المؤسسات الإخبارية الربحية الحديثة مثيلاتها من الإعلام الاجتماعي، من خلال ظهور المواطن المحرر والمنتدى النشط. وتعد الأخبار شكلًا من أشكال المعرفة، التي تجعل نمذجة أو ترميز الأخبار التقليدية من الصحف والمؤسسات الإخبارية، منتقي أخبار وواضعي أجندة. ويعد الصحفي الحديث بالفعل جزءًا من البث وجزءًا من الإنترنت وجزءًا من الطباعة. على أية حال، يجعل الإعلام الاجتماعي من الأخبار محادثة، وهذا لا يتناسب مع هياكل الأخبار التقليدية، والمؤسسات الإخبارية – مثلها مثل العديد من المؤسسات الأخرى – تجرب وسائل التشارك مع جماهيرها من القراء أو المشاهدين أو المستمعين. تلك المحاولات –، كما هو الحال مع مثال نايك (Nike) المذكور في الفصل الثامن – قد لا تسفر عن شيء.

إن هواياتنا الرقمية ترتبط أيضًا ارتباطًا قويًّا بكيفية تطور ديمقراطياتنا وحقوقنا في المستقبل، فالإعلام الرقمي – كما اكتشفنا – يمكن أن يخلق أشخاصًا رقميين إيجابيين وسلبيين، وسجلات كروت الائتمان لكل عملياتنا؛ حيث تسجل أين كنا عندما اشترينا أشياءنا، وبكم من النقود، وبهذا تعطي لطرف ثالث معلومات مهمة عن سلوكياتنا. والحكومات تمتلك أيضًا معلومات مهمة عنا، فهناك نطاق واسع من القضايا المرتبطة بكيف هذه الأشخاص الرقمية، أو الهويات المحمية والتي تتم إدارتها. سوف تمثل شخصياتنا الرقمية في المستقبل كمواطنين ومستهلكين أيضًا في علاقاتنا، ويمكن للشخصيات البديلة (Avatars)، أن تفعل ذلك دون الرجوع إلى حضورنا الفعلي. إن المثال الذي جاء في الفصل العاشر بخصوص «أنا في إجازة»، يجيب عن رسالة إلكترونية، تشتمل على شخصية رقمية، في المستقبل يمكن للشخص البديل أو الافتراضي أن يسافر في العالم الرقمي، ويقابل شخصيات مماثلة، ويعود بمعلومات أو رسائل يقدمها لك، ومع أن هذا يمكن أن يكون من منطلق المزاح، إلا أن المؤلفين حاولوا التأكيد على بعض المخاطرات الحقيقية الآخذة في الظهور.

يقدم الجدول رقم 15 . 3 مقارنة لبعض الاتجاهات الرئيسة في المؤسسة والتوتر الذي يتبعه، فالحكومة الإلكترونية – على سبيل المثال – ليست هي الديمقراطية الإلكترونية، فالحكومة الشمولية يمكنها أن تضع خدماتها على الإنترنت؛ من أجل مواطنيها، ولكن هؤلاء المواطنون ليس بالضرورة أن يكون لديهم الحرية للاحتجاج أو التعليق.

Table 15.3 Different dimensions of structures and organizations

Persuasion and government	Public sphere and governance	**Counter-culture and prmest**
E-governmem, propaganda, information warfare and perception management (asymmetrical communication)	E-participation, civic engagement, e-democracy (symmetrical communication)	Culture jamming, political Jamming, activism
Privatization and monpolization of media; dominant *flows*	**Public service broadcasting**	Independent media and contra *flows*
Controlling digital personae/ identities (corporate and governmental management)	Protecting digital personae/ identities (privacy)	**Hacktivism**

إن الاتصال والثقافة يتصلان ببعضهما اتصالًا وثيقًا، فالإشارات والرموز يتم توصيلها من خلال اللغة والصناعات الثقافية. وأيضًا، تمتلك كل ثقافة رؤيتها الخاصة عن العالم أو توقعاتها عن صناعاتها الثقافية، علاوة على السلوك الإنساني والهوية. والمحتوى الرمزي هو ما يأتي خلف المحتوى الفعلي، وما نراه وما نسمعه، أو ما نقرأه، سواء أكان على هيئة أخبار في صحيفة أو رسالة قصيرة على التليفون المحمول.

تقدم السينما العالمية رؤى عن كيف توفق الجماهير العالمية نفسها، أو استخدام محتوى من إنتاج ثقافات أخرى غير ثقافاتها. وجدنا في الفصل التاسع أن بوليوود تخدم جماهير قومية وفي المهجر، ولكنها أصبحت شهيرة جدًّا عند الجماهير غير الهندية، وبصفة خاصة الجمهور الألماني. على أية حال، من الممكن أن تختلف تفسيرات وقراءات الجماهير للأفلام. وعلى سبيل المثال، يدعم البطل السينمائي الصيني أيديولوجية الحكومة الصينية في السيطرة، والجماهير الصينية لا يفوتها فهم مغزى الرسالة عن التحكم الحكومي، بأن الإمبراطور يوحد

الأمة من أجل مصلحة الوطن. وبمقارنة الجمهور الأجنبي - كما نعرف - ركز الفن السينمائي على فنون الحركة في الدفاع عن النفس لـ«جيت لي».

لقد صار محتوى الإعلام العالمي في الإعلام التقليدي مثل السينما، وفي الاتصال العالمي من خلال الألعاب الرقمية. إن ألعاب الإنترنت مثل «عالم صناعة الحرب»، وألعاب أخرى تدار من خلال أكثر من لاعب، ليست كما يظن الفرد بأنها آليات للانعزال الاجتماعي، إنها تبني مجتمعات متقاربة، مجموعات مهتمة بقضايا أساليب الحياة، مثل السيارات والموضة والرياضة أو الخيال. وتذهب الألعاب المنتشرة إلى أبعد من ذلك؛ حيث إنها تجمع أشخاصًا حقيقيين معًا في وقت حقيقي كما تفعل البيئات الرقمية.

إن لعب الأدوار والألعاب الرقمية، أتوا في مرحلة تطورهما باتجاه شيق، تحت مسمى الخلق المشترك، حيث تكون الجماهير جزءًا من خلق المحتوى نفسه، وفي الوقت الذي يمثل فيه الخلق المشترك ظاهرة جديدة، فإن راديو الهواة في مرحلته المبكرة - كما تمت مناقشته في الفصل الثاني - كان له الخصائص نفسها قبل أن يتم عمل مؤسسة البث الإذاعي، وقبل أن يتم غلق المجال تمامًا. وبذلك يكون الخلق المشترك ظاهرة مهمة ولا تزال في مهدها.

من المهم ألا ننسى أن الإعلام التقليدي لا يزال أساسيًّا للعديد من مواطني العالم، فقد تم تقديم مثال عن البربر في الفصل التاسع، كمجتمع استخدم كلًّا من الإعلام التقليدي والجديد على مدار الزمن؛ لحماية لغته وتراثه. ولم تكن اللغات الإنجليزية أو الفرنسية أو الألمانية أو الإسبانية هي التي تهدد إحياء لغة البربر، ولكن اللغة العربية هي التي كانت تهددها. فاللغة العربية كانت اللغة الرئيسة المستخدمة في المدارس والإعلام في كل شمال أفريقيا. ومن خلال لغتهم اكتسب البربر جمهورًا دوليًّا، واستطاع أن يفرض ضغطًا على الحكومات المحلية؛ للسماح بتدريس لغتهم في المدارس، وتمثيلهم في الثقافات المحلية.

أيضًا، تناولنا الفنون السوداء للإعلام الحديث، وحرب المعلومات وإدارة المفاهيم لا تشتمل على تشارك على الإطلاق، فقد تم تصميمها للخداع والاحتيال والدهان والدفع. فهي تستخدم بروباجندا سوداء ورمادية وبيضاء، ويمكن أن توجد في الحملات القومية أو الدولية أو العمليات، ولا تقتصر إدارة المفاهيم على الحرب فقط، كما أنه ليس كل الدفع غير أخلاقي، واستخدام هيو جرانت (Hugh Grant) في الفصل السابع مثال لاستعادة الصورة في العلاقات العامة. فجرانت - بما لا يدع مجالًا للشك - كان يحاول دفعنا، ولكن إجراءه في

الـدفع كـان مفتوحًـا، عـلى المنـوال نفـسه يمكـن اسـتخدام البلاغـة بـشكل أخلاقـي أو غـير أخلاقي.

إن المركزيـة أو اللامركزيـة لأسـلوب عمـل الإعـلام، يـؤثر عـلى طبيعـة محتـوى الثقافـات، وحـرب المعلومـات وإدارة المفـاهيم مركزيـة بطبيعتهـا، وسـوني ونيـوز كوربورشـن مركزيتـان، وجوجـل كجـامع للأخبـار محكـم مركزيًّـا. الحكومـات تتخـذ قـرارات بشأن اللغـات والتعليـم والرقابة، إطلاق النار أو القبض على الصحفيين – على سبيل المثال – يؤثر على ما يحدث في المجال العام. يقدم الجدول 15 . 4 لمحة عن بعض القضايا عن المركزية واللامركزية في عالم متداخل.

Table 15.4 Broad differences between centralization and decentralization

Centralization	Decentralization
Corporate creation of media content	Co-creation of media content
Uniformity of news agencies and news aggregator media content	Diversity of indigenous and local news media content
Standardization of language in media content	Diversity of ethnicity and languages in media content
Censorship of media	Freedom of the press and human rights

كان لدى باحثي الإعلام الأوائل اهتمام مركز بسلوكيات الجماهير، أو في الحقيقة ما يشكل جمهورًا. في الفصل الرابع عشر وضح المؤلفون، كيف أن الأفكار البسيطة عن السبب والتأثير والحكـم في دراسـة الإعـلام، قـد أفسحت المجـال لوسـائل حساسة في فهـم الجماهـير، وبـصفة خاصة لبحوث علم الإنسان والكيف.

تحتاج صناعة الإعلام الحديثة لوسائل موثوق بها في قياس وكتابة تقارير عن الجماهير؛ من أجـل التخطيـط للإعـلان والمقـالات الافتتاحيـة. وتتعامـل الـنظم التقليديـة للقيـاس بالطريقـة نفسها، التي تفترض أن الجمهور معروف ومستقر نسبيًّا. ويستخدم قياس التعرض في البث كأساس عملة للإعلان، مقارنة بتداول الصحف (الأعداد المبيعة من الصحف) والمبيعات في السينما. ويتعرف الجمهور على التعليم بشكل متزايد، من خلال قدرتهم على تمرير الإعلام أو تجاهله، وبالتالي تمرير المسوح الخاصة بسلوكياتهم. وفي وقت كتابة هذا الكتاب نفسه لا تزال صناعة الإعلام تختبر وسائل جديدة لقياس الجمهور، بما في ذلك قياس أي مكان وأي وقت.

الجماهير ليست فقط سلع تشترى وتباع من قبل مخططي الإعلام والمعلنين، إنهم أيضًا جماعات ومواطنون. ويحث المذيعون العموميون على الديمقراطية الثقافية، من خلال محاولة

تمثيل المصالح الثقافية والعرقية للمجتمع ككل، وليس فقط هؤلاء الذين بإمكانهم أن يدفعوا التكلفة. إن مبادئ البث التي تم إبرازها في الفصل الثاني عشر، لن تختص في الإطار العالمي. ويقدم الجدول 15 . 5 لمحة عن الاختلافات بين الجمهور كسلعة والجمهور كجماعة. وتتداخل كل الهياكل والمؤسسات والمحتوى والجماهير والتأثيرات الخاصة بعملة الوساطة مع بعضها البعض. إن ظهور الطبقات الطموحة، أصحاب المشاريع في الصين – على سبيل المثال – والتي تريد الدخول على الإنترنت، وتتصل بحرية، سوف تؤثر بمرور الوقت على الهيمنة الصارمة على الإعلام في النظام الحالي، وتناقضات الحكومة الصينية بإدخال الإنترنت – وهو إطار منخفض للتشارك في إطار عالٍ لثقافة سلطوية – تعطينا مؤشرًا لما قد يحدث في المستقبل.

Table 15.5 Audiences as markets and publics

Audiences as commodities	Audiences as a public
Syndicated and surveyed audiences- A2/M2 anywhere and anytime measurement of audiences that can pay	Cultural democracy - diverse audiences repres- ented by virtue of citizenship
Audience preferences for media determined by estimates of exposure to media	Audience preferences elaborated upon by the audience itself
Stable identifiable audiences	**Mobile, fractionated and anonymous audiences**
Audiences intruded upon	**Liberated, expressive and media-liminal audiences**

ولكن التناقضات ليست بالضرورة محصورة في الحكومة الصينية فقط، ففي الفصلين الأول والثاني بدأ المؤلفون بأفكار تقنية الكلمة، حيث ظهرت الأبجدية والكتابة كواحدة من أوائل الثورات في الوساطة والتحول، حيث تحول الإعلام الأقدم إلى أشكال ثقافية جديدة. وإذا نظرنا إلى المدى والكثافة والإيقاع والتأثير لشبكة إعلامنا العالمي – فسوف يظهر لنا العديد من التناقضات التي تبرز من خلال المناقشات التي دارت في الفصول السابقة.

أولًا: هناك تناقض المساواة وعدم المساواة: أشار أنتوني جدينز (Anthony Giddens) في محاضرته عام 1999، إلى أن نصيب الخمس الأفقر من سكان العالم من الدخل العالمي انخفض من 2،3 إلى 1،4 في الأعوام العشرة السابقة. في المقابل ارتفع نصيب الخمس الأغنى من 70٪ إلى 85٪ في جنوب صحراء أفريقيا الكبرى. وتحصل 20 دولة على أقل دخل لكل فرد – بالمعنى الحرفي – عما كانت تحصل عليه منذ عقدين. وفي الدول الأقل نموًّا تقل اللوائح الخاصة بالأمان والبيئة، أو بمعنى أدق تنعدم (Giddens, 1999). وقد يحمل المستقبل معه

ظهور ثقافات متفوقة، تستمر في الهيمنة على الثروة ووسائل الاتصال، بينما يشجع الإعلام نفسه على القبلية وتقارب الجميع معًا ومساواة أكثر.

ثانيًا: توجد تناقضات في مركزية ولامركزية الإعلام: فالأخبار العالمية تزداد الهيمنة عليها، بينما تحصل الجماهير - بشكل متزايد - على التكلفة المنخفضة للإنتاج الإعلامي، وتنمية إعلامهم المحلي أو المستقل.

ثالثًا: توجد تناقضات في تنظيم وتحرير الإعلام: وتحرير الإعلام يتخذ اتجاهًا رئيسا في البلاد الصناعية الحديثة، ولكن الطلب على المجال العام يتزايد ولا يتناقص. هذا التعبير عن المجال العام، يتمثل في الطلب التقليدي للبث العام، ولكن في استخدام الإعلام الجديد للاتصال أو الأخبار. ولا يزال الأمر غامضًا بشأن كيف ستحمي الحكومات المجال العام؟

رابعًا: توجد تناقضات في الخاص مقابل العام في العالم الرقمي: فقد أعيد تشكيل الأفكار عما يمكن أن يهم كعام أو خاص، أو التي تم استغلالها في المجتمعات الافتراضية بشكل جذري، ويمكن لقرصان الإنترنت أن يستخدم وسائل تحرش لم تكن متوفرة من قبل. والحكومة أو المؤسسة يمكن أن تجمع وتعمل مسحًا للهويات الرقمية، وهذه الرقابة المتزايدة من جانب الشركات والحكومات من الممكن أن تقود إلى حياة السجن المكشوف، وهو عبارة عن تصميم للسجن يتيح للحارس رؤية كل المساجين في كل مكان وفي أي وقت. وعلى الجانب الآخر، فإن الشخصية الرقمية لديها إمكانية التحرر بالسماح للآخرين لاستكشاف هوياتهم، وإقامة مجتمعات مترابطة على الإنترنت أو في الثقافات المحمولة.

خامسًا: توجد تناقضات في الحفاظ على ثقافتك الخاصة بك عند استيراد الصناعات الثقافية من ثقافات أخرى: والإمبريالية الثقافية هي الشكل البعيد، حيث يكون الانكماش الثقافي وفقدان الثقافة الأصلية هي التبعات لذلك، والثقافة الذاتية مع إمكانية التوفيق يعد اختيارًا آخر محتملًا.

مدينة الإعلام:

وأخيرًا، من الجدير أن ننهي بتعليق على عقدة المدن الإعلامية التي ظهرت في عالم متداخل، فبعض الثقافات التي تناولناها واضح أنها حميدة، ولكن وراءها الكثير. على سبيل المثال، الفرص المتاحة عند الاتصال بشركة بطاقة الائتمان الخاصة بك للسؤال عن شيء، قد ينتهي بك الأمر إلى أن تتحدث مع شخص في الهند أو الفلبين أو الكاريبي، استنادًا إلى محل

إقامتك. ويعرف هذا الإجراء الذي يخلق هذا الموقف بالاستعانة بمصادر خارجية، وهو مثير للجدل في بلاد مثل إنجلترا وأمريكا وبلاد أخرى؛ لأنه يبدو أن الوظائف يتم تصديرها مثل أي سلعة أخرى. وببساطة شديدة، هذه هي الرأسمالية الحديثة التي تستفيد من الشبكات الجديدة والتدفقات التي أتاحها التحول. فمن الرخص أن توظف شبابًا على قدر تعليم جيد في جالجوان أو الهند أو مانيلا أو الفلبين أو بريدج تاون في بابادوس،عن أن تعين في لندن أو نيويورك أو سيدني. إن مراكز الاتصال عبارة عن مواقع عمل عالمية، ولا غبار أن تكون في الهند مثلًا.

عندما تتحدث إلى آلان (Allan) أو سوسي (Suchila) عبر الهاتف، فإنك غالبًا ما تتحدث مع شاب هندي، خريج جامعي، ينتمي إلى الطبقة الوسطى، وحاصل على بكالوريوس في العلوم، أو ماجستير في الآداب، ويتقاضى راتبًا قدره 400 دولار في الشهر، مقارنة بقرينه الأسترالي الذي يتقاضى راتبًا شهريًّا قدره 3500 دولار. لقد صارت مراكز الاتصال مراكز رئيسة للتوظيف لأعداد هائلة من خريجي الجامعات الذي يفرزه نظام التعليم العالي الهندي. إن التحول لم يطل التليفزيون والترفيه فقط، بل أيضًا التوظيف والحياة اليومية للناس؛ حيث طال التحول الحاسب في الهند في العقدين الأخيرين. وهي تمتلك شبكة تليفون محمول ضخمة وكفأة، كما أن مقاهي الإنترنت شائعة في أصغر المدن، علاوة على شيوع هيئات التدريب على الحاسبات، ويوجد الآن ملايين الدارسين الذين يدرسون الحاسب الآلي على كل المستويات.

ويكفي أن نقدم مثالًا واحدًا لهذا التحول. تقع بولاتش – وهي مدينة صغيرة يقطنها حوالي 150،000 نسمة – في منتصف تاميلنادو، وبكل المقاييس ليست مدينة خلابة، ولكنها تحتضن معهدًا تكنولوجيًّا حديثًا، تدعمه الهيئات التجارية في المدينة، ويتخرج منه شباب على قدر عال من التدريب والكفاءة. أيضًا يحصل المعهد على دعم من شركات الحاسبات من خلال إمداده بالمعدات والموظفين. أيضًا، صارت كلية ماهالينجام للهندسة والتكنولوجيا، مركزًا للتحول من منطقة لا تزال فيها العربات التي تجرها الثيران هي الوسيلة الرئيسة للمواصلات، وما يحدث في بولاتش يعكس – على نطاق ضيق – ما يحدث في أماكن أخرى في العالم.

ارتبطت بانجالور في مخيلة العامة بوادي السيليكون، وهي موطن مئات شركات تكنولوجيا المعلومات والقاعدة الآسيوية لمايكروسوفت، الأكبر على مستوى العالم، التي تجري تطوير منتجها هناك، كما تفعل: (Unisys) و (Yahoo) و (Phillips) و (sun microsystems) على سبيل المثال لا الحصر.

وصارت بانجالور علامة تجارية كمركز اتصال عالمي، يزيد حجم اقتصادها السنوي عن 60 بليون دولار أمريكي. لقد صارت مدينة عالمية، تشبع احتياجات التجارة العالمية، وتشترك في تدفقات البيانات والمعلومات التي تهيمن على رأس المال العالمي، ولا تزال العلامة التجارية تحت الاختبار. وحتى الآن لا تزال الحكومة الهندية تدعم الصناعة، ولكن هذا الصراع – في العديد من جوانبه – يلقي الضوء على طبيعة المشكلات التي خلقتها العولمة والمنافسة المستمرة بين العالمي والمحلي.

يقول مايكل كيرتين (Micheal Curtin, 2003) إن مدن الإعلام عنصر مهم لفهم جغرافيا الإعلام. وهو يعني بهذا – باختصار – أن الاستثمار في التكنولوجيا، والدراية ومهارة الإبداع والبنية الأساسية المستقرة للمؤسسة والاستثمار ولغة إعلام مشتركة – تجتمع على إغراء الناس والأفكار، وفهم دوافعهم في اتجاه مجمعات للإنتاج، وبعض الأمثلة على ذلك نراها في لندن وهوليوود وبوليوود وبانجالور وميامي وهونج كونك ولاجوس وبكين.

لا تعمل «مدن الإعلام» هذه بمفردها، فهناك العديد من مراكز الإعلام الأصغر التي تدعمها بوسائل مختلفة، ربما يكون من خلال عمل ما بعد الإنتاج، وربما من خلال تأثيرات خاصة، وربما من خلال الاستثمار، ولكن المهارة تجذب المهارة، والمال يجذب المال، وعندما يكون رأس المال قويًّا، فإنه يصبح أكثر قوة، طالما يستمر السوق في النمو؛ حتى يمكنه أن يحتويه بفاعلية. ونحن نشجعك على قراءة كتاب (Curtin) لنفسك، والمؤلفون يثيرون أطروحاته هنا لإبراز بعض النقاط المهمة عن دراسات الإعلام المحلية، والتي يمكنك أن تستخدمها في دراساتك الخاصة.

أولًا: الإعلام العالمي له أكثر من مركز، فالكرة الأرضية ليست سوقًا واحدة للإعلام. لذلك، فالعروض الإسبانية تصنع في أمريكا اللاتينية وإسبانيا وميامي؛ لأنها مدينة إعلامية يمكنها الوصول للاستثمار، والوصول إلى الجماهير في الولايات المتحدة الأمريكية. علاوة على أن الأفلام الإغريقية عادة ما يتم توزيعها من لاجوس. والإعلام الناطق باللغة الصينية

يأتي من مواقع ساخنة، مثل هونج كونج، وإن كانت مواقع اللغة الصينية تستثمر في إعلامها الخاص، أو في أمور إبداعية أيضًا (وبصفة خاصة في سنغافورة).

تعد الصين ولندن عواصم إعلامية غير عادية؛ لأنها أيضًا مقاعد لحكومات قومية. يقول معلق أمريكي مثل (Curtin): إن الحكومة تكبت الإبداع الإعلامي بقربها منه. على أية حال، في الصين، لا تزال بكين تسيطر على استثمار الحكومة، ويقول البعض إن هذا نظام حماية سلطوي غير عادل للمذيعين المحليين. أيضًا، يكبت الصينيون البيروقراطيون والحكومات أنواعًا معينة من الإبداع، ولكن دون نجاح في كل المرات. ومن المفيد أيضًا في الصين أن تكون لديك القدرة على الخروج لتناول العشاء مع أحد الموظفين العموميين؛ لعقد اتفاق سريع بخصوص قضية رقابية، وهو الأمر الأصعب بكثير في هونج كونج أو شونج إنج أو جونج زو. تمتلك بكين ميزة سوق محلي جاذب وحماية حكومية قومية، والعديد من الموهوبين في مكان واحد. تمتلك لندن تاريخًا طويلًا في الإنتاج الإعلامي، وتحتفظ بنكهة «هادئة» ضد منافسة منافسين إنجليز أصغر. والرقابة في لندن لا تمثل قضية، ولكن معرفة الأشخاص الموثوق بهم، والذهاب إلى النوادي الجيدة، وإرسال أطفالك إلى المدارس المرموقة (ليس بالضرورة أن تكون مدارس خاصة) - يعد جزءًا من بناء مدينة إعلامية.

ثانيًا: يعد الإعلام العالمي اقتصادًا يقوم على اللغة، فمن العبث أن يتم إنتاج قصص إذاعية باللغة الإسبانية وبيعها في أستراليا؛ حيث تمثل اللغة الإسبانية الأقلية، ولكن من الذكاء أن تبيعها في أوربا الشرقية، وهي منطقة لا تتحدث باللغة الإنجليزية، ورفضت اللغة الروسية، وليس لديها مدينة إعلامية جادة في هذه المنطقة.

ثالثًا: لنتذكر أن الإعلام العالمي منتشر عبر أسواق ضخمة، ولكنها غير محدودة. ونحن نذكر أنفسنا بتنوع الذوق، وثقافات الإعلام التي تستمتع بها الجماهير، ونأمل في أن يجعلك كل هذا غيورًا على حريتك، وأن تكون متفائلًا بعالم به العديد من الخيارات.

***