

الفصل الثالث

الإنتاج الإعلامي في عصر العولمة

الفصل الثالث

الإنتاج الإعلامي في عصر العولمة



Source : Alamy Images

التفكير في الإنتاج الإعلامي على الصعيد العالمي

في شهر مارس من عام 2010، بدأت وكالة الأنباء الصينية الحكومية، "شينخوا"، في شن هجوم على شركة "جوجل"، حيث اشتكت من أن الشركة قد خرقت قانوناً صينياً، عندما نكثت بوعدها بدعم رقابة الدولة على نتائج أبحاثها وخدماتها مثل موقع "يوتيوب".

كانت شركة "جوجل" قد التزمت بهذا القانون منذ إنشاء مقرها في الصين في عام 2005، وقبل هذا العام، كان حق الدخول إلى منصات خارج الصين خاضعاً لرقابة مشددة على أية حال، إذ كانت إمكانية الدخول متاحة جزئياً بواسطة حجم مستخدمي الإنترنت المحدود حينها. وبحلول عام 2010، وصل عدد مستخدمي الإنترنت إلى 420 مليون - وهو أكبر عدد لمستخدمي الإنترنت في العالم.

حتى ولو كان هذا الرقم لا يزال يمثل شريحة صغيرة نسبياً، إذا ما قورن بعدد السكان الإجمالي (سجل عدد مستخدمي الإنترنت في الصين 420 مليون مستخدم وفقاً لما نشرته صحيفة "تشانينا ديلي" الصينية، 18 يوليو 2010).

وقد اكتشفت شركة "جوجل"، مثل شركات إعلامية غربية أخرى، أن انفتاح الصين على السوق الحرة منذ ثمانينيات القرن الماضي قد أتاح سوقاً مربحة يمكن استغلالها، حتى ولو كان استغلالاً محفوفاً بالمخاطر والصعوبات.

إن صفقات "جوجل" في الصين قد سببت لها العديد من المشاكل، خاصة إذعانها وخضوعها للرقابة من قبل نظام قمعي ضد الديمقراطية؛ بدأ هذا الحل الوسط متناقضاً مع شعار الشركة غير الرسمي "لا تكن شريكاً".

ومن ناحية أخرى، كما يزعم الكثير من المديرين التنفيذيين الغربيين، تعد الأعمال التجارية مبشرة بالديموقراطية؛ فإذا أرادت دولة مثل الصين أن تتبنى الرأسمالية، حتى تحقق الرخاء، عليها أن تطلق الحريات السياسية والاجتماعية، مما سيسمح لها بالعمل بشكل فعال وكفاء.

في العالم المعاصر المتسم بالعولمة، تبدو شركات مثل "جوجل" أكثر قوة، في بعض

النواحي، مقارنة بالكثير من الدول القومية؛ حتى إنها لتضع مصالحها فوق وما وراء تلك المفاهيم المحدودة والمقيدة. ولكن في هذه الحالة، وجدت الشركة نفسها متورطة في صراعات سياسية عالمية وردود أفعال منسقة للشكاوى من "الإمبريالية الثقافية" المضمنة في أفعالها، وهذا وفقاً لما أوردته وكالة رويترز للأنباء.

مثلما نقلت وكالة أنباء "رويترز"، قال جوزيف تشينج، أستاذ العلوم السياسية بجامعة مدينة هونغ كونغ، إن الحزب الشيوعي الحاكم كان ينشر مفهوم القومية لتضييق الخناق على الجدل الدائر حول الرقابة.

وأضاف تشينج "إن نقد الصادات الثقافية أو الإمبريالية الثقافية نوع من الدفاع تبرر به السلطات الصينية ضوابط الرقابة."

واستطرد قائلاً: "وعند التعامل مع الحكومة الأمريكية، ستحاول السلطات الصينية التأكيد على أن هذا خلاف تجاري فقط، وغير مرتبط على الإطلاق بالعلاقات الأمريكية الصينية."

وفي مقال افتتاحي بصحيفة "جلوبال تايمز" الصينية، أظهرت استطلاعات رأي عبر الإنترنت أن 80٪ من المشاركين يقولون إنهم سيتأثرون، إذا ما انسحبت شركة "جوجل" من الصين، التي تعتبر واحدة من أكبر أسواق الإنترنت، حيث يقدر عدد مستخدمي الإنترنت فيها بـ 384 مليون مستخدم.

وبالرغم من التزام شركة "جوجل" الصمت أثناء المحادثات، إلا أن الرئيس التنفيذي لها قد صرح في وقت مبكر من الشهر الحالي بأن من المتوقع التوصل إلى اتفاق وحل "قريباً".

لقد تحطت قضية "جوجل" حدود مشكلة الرقابة والقرصنة، لتصبح عقدة دبلوماسية في العلاقات الأمريكية الصينية، التي تواجه بالفعل تحديات ناتجة من الخلافات حول تايوان وهضبة التبت وقيمة العملة الصينية.

وقال مسئول تجاري أمريكي رفيع المستوى مؤخراً إن الولايات المتحدة الأمريكية

تدرس ما إذا كان من الممكن الطعن في القيود الصينية على الإنترنت قضائياً أم لا .

وإليك رابط المقال الختامي للصحفيين "بن بلانشارد، وميلاني لي" وعنوانه "الإعلام الصيني يشن هجمة جديدة على شركة جوجل"، الذي تم نشره على موقع وكالة رويترز للأخبار، بتاريخ الثاني من مارس 2010

(www.reuters.com/article/2010/03/22/china-googleidUSTOE62L03V20100322?type=marketsNews).

وبغض النظر عن السياسات الاجتماعية الثقافية، فتح تهديد "جوجل" بالانسحاب المجال لدخول استثمارات بقيمة مليار دولار أمريكي في سوق محركات البحث على الإنترنت من شركات محلية، مثل شركة "بايدو".

تبرز هذه القصة مجموعة من القضايا المتصلة في العالم المعاصر. فقد أصبحت التجارة الإعلامية والمعاني المصاحبة للنصوص الإعلامية وتصرفات المنتجين والمستهلكين من بين الاهتمامات العالمية في الوقت الحاضر. فالعمليات التي تقوم بها شركة "جوجل" أو الإصدارات الجديدة من الألبومات الموسيقية والأفلام السينمائية، مثل فيلم "كونغ فو باندا"، تكون مخططة بشكل يضع الجمهور العالمي في الاعتبار (على سبيل المثال، تكون الإصدارات متزامنة من أجل تجنب تفوق الموزعين القراصنة على المنتجين)، وذلك بهدف تنمية مجالات جديدة وزيادة الأرباح إلى أقصى حد. لا يمكن تجاهل سوق مثل السوق الصينية، تضم مليار فرد، التي لم يكن مسموحاً لها حتى وقت قريب من الاستفادة من رأس المال العالمي، بغض النظر عن الحلول الوسط، التي قد تكون ضرورية. ولكن يمكننا إدراك أن تبادل المعاني والرسائل الثقافية، بالتزامن مع تبادل السلع التجارية، يشبع هذه الشبكة بتداعيات مثيرة للاهتمام، تثير انتباه الباحثين في مجال الإعلام.

ماذا سنفعل في هذا الفصل؟

يركز هذا الفصل على إنتاج المحتوى الإعلامي وتوزيعه على المستوى العالمي - مع تمديد المقاربات إلى الأعمال التجارية والقوانين التنظيمية. وسوف نستكشف عالمي المعلومات والترفيه، بفحص عدد من المحتويات والمنصات الإعلامية. سنتناول أسئلة تتعلق بكيف

أصبحت أشكال معينة من الإعلام مهيمنة عالمياً، ومن يملك شركات الإعلام العالمية، وكيف يتم تنظيم الإعلام العالمي، وأنماط من المداخل العالمية للإعلام العالمي. والأهم من ذلك أننا سنعالج لماذا تعتبر هذه الأسئلة مهمة ومؤثرة.

مع ذلك، مثلما سوف ترون، فإن المناقشات الدائرة حول الإعلام العالمي معقدة ومتشابكة، تشمل السؤال الشائك عن آثار الإعلام ونفوذه. وبشكل خاص، يتعلق هذا بقضايا الإمبريالية الإعلامية والثقافية – أي هيمنة قلة مختارة من الدول الغنية على الإنتاج والتوزيع العالمي للمنتجات الإعلامية والثقافية.

ولكن على النقيض، يجب ألا ننسى المزايا النسبية للإعلام العالمي. ويشير أنصار شركات الإعلام العالمي إلى قدرتها على تلبية الطلب، متسائلين عما إذا كان الإعلام العالمي يظهر من الأساس، لو كان الإعلام المحلي قادراً على تلبية وإرضاء المتطلبات المعلوماتية والترفيهية في عالم مترابط ومعقد بشكل متزايد. وخير مثال على ذلك، القنوات الإخبارية الفضائية العربية التي بدأت منذ أواسط تسعينيات القرن الماضي، والتي واجهت الإعلام الموالي لأنظمة الدول العربية القمعية. ويمكن القول إن الإعلام العالمي يمتلك المصادر التي تمكنه من تقديم منتجات وخدمات عالية الجودة وذات محتوى متنوع، وبالتالي امتلاك القدرة على تحسين الشأن العام والديمقراطية. وفي النهاية، نظراً لأن الإعلام العالمي ناتج بشكل كبير من الحياة الغربية، أو تأثر بها كثيراً؛ فقد نشر مبادئ وقيم مثل الديمقراطية التمثيلية وحرية التعبير وتحقيق المساواة للمرأة والأقليات، وفكرة أن تنوع الأفكار أمر مهم (انظر ديميرس، 2002).

بعد قراءة هذا الفصل، ستكون في موضع يمكنك من تقييم الإيجابيات والسلبيات النسبية لنظام الإعلام العالمي بنفسك.

مع نهاية هذا الفصل، ينبغي أن تكون قادراً على:

- إظهار فهمك للتطور التاريخي والاقتصاد السياسي لبعض شركات الإعلام العالمية وأشكال الإعلام العالمية.

- فهم دور السوق الحرة ومدى تعقدها والقوانين التنظيمية المحلية والدولية في توليد المشهد الإعلامي العالمي.
- فهم المناقشات الأكاديمية الرئيسية حول الأهمية الثقافية والسياسية والاقتصادية للإعلام العالمي والمشاركة فيها.
- تطبيق المفاهيم الأساسية الخاصة بالإعلام العالمي من أجل إجراء أبحاث حول شركات الإعلام العالمية وأشكال الإعلام.

المصطلحات الأساسية: ◀ الكارتل، تأثير "سي إن إن"، تكتلات، تقارب، سوق حرة، إعلام عالمي، أشكال الإعلام العالمي، تأثيرات الإعلام العالمي، عولمة، إمبريالية إعلامية، النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال (NWICO)، الاقتصاد السياسي للإعلام العالمي، تكامل رأسي.

إعداد الدراسات الإعلامية

نقطة البداية

قم بإعداد قائمة بكل المواد الإعلامية التي استهلكتها بالأمس - سواء عبر الإنترنت أو من خلال أية وسيلة أخرى. هل تعلم من هي الشركات المسئولة عن إنتاج كل منتج من هذه المنتجات الإعلامية، وأسماء الدول التي يقع فيها مقر تلك الشركات؟ هل تعتقد أن هذه معلومة هامة، إذا كان الأمر كذلك، فلماذا؟

قد يكون من المفيد لك أن تحاول تنفيذ هذا النشاط مرتين: قبل مواصلة قراءة هذا الفصل، ثم بعد انتهائك من قراءته. راجع ما إذا كانت إجابتك عن سؤال "هل تعتقد أن هذه معلومة هامة؟" قد تغيرت في محاولتك الثانية أم لا.

ما الجانب العالمي في وسائل الإعلام العالمية؟

ما الذي يدور في ذهنك عندما تسمع مصطلح "وسائل الإعلام العالمية"؟ هل هو قناة "بي بي سي" وورلد سيرفيس؟ فهي في المقام الأول تبث برامج إذاعية حول العالم منذ عام 1932، باستخدام 32 لغة، كما أنها متاحة على الموجتين الإذاعيتين FM وAM والموجات القصيرة وعبر الإنترنت وعبر الهاتف المحمول (منذ عام 2011). وهدفها المعلن هو:

إلهام وتنوير حياة جمهورها من خلال جمع أجزاء العالم معاً، وتحقيق التواصل فيما بينها ومساعدة المستمعين على فهم العالم. وتحظى برامجها - التي تتنوع ما بين أخبار وتعليم وترفيه - بسمعة طيبة لكونها موضع ثقة وحيادية ودقيقة.

(www.bbc.co.uk/worldservice/institutional/2009/03/000000_about_ws.shtml)

ثمة احتمالية كبيرة أن يخطر ببالك التكتلات الإعلامية فاحشة الثراء ذات الحضور العالمي، عند سماعك مصطلح "وسائل الإعلام العالمية"، مثل شركة "تايم ورنر" الأمريكية متعددة الجنسيات (التي بلغ دخلها 26 مليار دولار أمريكي في عام 2009)، وشركة "والت ديزني" (التي بلغ صافي دخلها 38 مليار دولار أمريكي في عام 2010)، وشركة "نيوز كوربوريشن" الأمريكية (ذات الأصل الاسترالي) (التي بلغ دخلها 30 مليار دولار أمريكي في عام 2009)، وشركة "فيفاندي" الفرنسية (التي بلغ دخلها 27 مليار يورو في عام 2009)، وشركة "برتلسمان" الألمانية (التي بلغ دخلها 15 مليار دولار أمريكي في عام 2009)، وشركة "سوني" اليابانية (التي بلغ دخلها 88 مليار دولار أمريكي في عام 2010). تم الحصول على هذه الأرقام من التقارير السنوية في عامي 2009 و2010 لتلك التكتلات الإعلامية، وكلها متاحة على الإنترنت في الصفحات الرئيسة لتلك التكتلات.

أيضاً هناك احتمالية أكثر ترجيحاً، ألا وهي أن تخطر ببالك شركة "جوجل"، عند سماعك مصطلح "وسائل الإعلام العالمية". وقد أسس تلك الشركة كل من سيرجي برين ولورانس بيدج في عام 1998؛ وليست شركة "جوجل" كبيرة في عائلتها فحسب (التي سجلت 24 مليار دولار أمريكي في عام 2009)، ولكنها أيضاً أكثر محركات البحث استخداماً وأكبرها حجماً. فهي لا تقدم فقط خدمات بحث عبر المواقع الإلكترونية، بل

أيضًا خدمات بحث في خرائط للأرض والسماء ("جوجلهايس" و"جوجل إيرث") ومقاطع فيديو ("يوتيوب") وصور (البحث بالصور على "جوجل") والكتابة الأكاديمية ("جوجل الباحث العلمي") وبيانات مالية معقدة ("جوجل فينانس") وأخبار ("أخبار جوجل") وخدمة "شبكة المحمول" التي تتكون من صفحات مصممة خصيصًا لأجهزة الموبايل ("جوجل موبايل"). ومع أداة الترجمة الجديدة من "جوجل"، "ترجمة جوجل"، يمكنك البحث عبر الإنترنت وقراءة النتائج بلغات لا تتحدثها (التقرير السنوي لشركة "جوجل" لعام 2009).

وهناك احتمالية ثالثة، عند سماعك مصطلح "وسائل الإعلام العالمية"، وهي أن تخطر ببالك شركة "فيس بوك" - وهي في الأساس موقع تواصل اجتماعي لطلاب الجامعات (بالرغم من أن قاعدة مستخدميها قد اتسعت كثيرًا). وتبني شركة "فيس بوك" مجتمعات عبر الإنترنت، وهي بحسب ما جاء على موقعها الإلكتروني "تساعد الأشخاص على التواصل بشكل أكثر فعالية مع أصدقائهم وعائلاتهم وزملائهم في العمل" (www.facebook.com). جدير بالذكر أنه تم إطلاق هذا الموقع في عام 2004، على يد كل من مارك زوكربيرج وداستن موسكوفيتز، وإدواردو سافرين، وكريس هيوز، من غرفة نومهم بالمدينة التابعة لجامعة هارفرد، لتنفجر شعبية هذا الموقع. وبعد عامين، أي في عام 2006، وصل عدد المستخدمين النشطين إلى 12 مليون مستخدم (المستخدمين الذين قد ترددوا على الموقع خلال الثلاثين يومًا الأخيرة)؛ وبحلول عام 2008، زاد عدد المستخدمين بمقدار خمسة أضعاف ليصل إلى 67 مليون مستخدم؛ وبحلول عام 2010، زاد عدد المستخدمين النشطين عن 500 مليون مستخدم، مع وصول نسبة تسجيل الدخول كل يوم إلى 50٪. (هل أنت واحد منهم؟) وفي عام 2010، كانت نسبة اختراق "فيس بوك" أسواق الإنترنت الإقليمية الأعلى في قارة أمريكا الشمالية (69٪) والشرق الأوسط (67٪)، مع تسجيله نسبة أقل في أمريكا اللاتينية (58٪) وأوروبا (57٪). ويرجع هذا الانخفاض في معدلات الاختراق إلى المنافسة مع مواقع تواصل اجتماعي أخرى بها قاعدة مستخدمين أوفياء، بسبب عوامل مختلفة منها اللغة (فقد كان تطبيق خدمات الترجمة في

"فيس بوك" بطيئاً نسبياً، حيث بدأ باللغتين الفرنسية والإسبانية في فبراير 2008 (ماكارثي، 2010). وعلى الرغم من هذا، أصبح موقع "فيس بوك" في عام 2011 واحداً من أكثر المواقع التي يزورها مستخدمو الإنترنت في العالم (الغرفة الإعلامية لموقع "فيس بوك"، 2011).

والأهم من ذلك أنه بالنسبة للعديد من القراء، سيكون أول شيء يخطر على بالهم هو الإنترنت - منصة إعلامية عالمية - كمرادف لمصطلح "وسائل الإعلام العالمية". ومن الصعب أن نتفاجأ بهذا، لأن شبكة الإنترنت، خلال جيل واحد، أصبحت واسعة الانتشار في العالم، وهذا ناتج إلى حد كبير لتطور الشبكة العنكبوتية العالمية (اختصاراً، الويب). وبينما انضمت آخر دولة غير متصلة بالإنترنت في عام 1998 (بالنمسا وأخرون، 2008)؛ إلا أن إمكانية الوصول إلى الإنترنت كانت أسهل بكثير في بعض الدول من غيرها.

القارة	نسبة مستخدمي الإنترنت من إجمالي السكان
أمريكا الشمالية	77٪
استراليا/ أوقيانوسيا	61٪
أوروبا	58٪
أمريكا اللاتينية/ جزر الكاريبي	35٪
الشرق الأوسط	30٪
آسيا	22٪
أفريقيا	11٪
المصدر: إحصاءات الإنترنت العالمية (2010) (الجدول 7.1: نسبة انتشار الإنترنت في كل قارة (في 2010)	

يوضح الجدول 7.1 أنه، في عام 2010، كانت قارة أمريكا الشمالية أكبر القارات من حيث انتشار الإنترنت، حيث يستخدم الإنترنت أكثر من 77٪ من السكان؛ بينما كانت قارة أفريقيا أصغرهما، حيث يستخدم الإنترنت فقط 11٪ من السكان. أيضاً، حتى في الدول المتقدمة، يمتلك الأشخاص الأثرياء

وأصحاب المستوى التعليمي العالي إمكانية وصول للإنترنت في منزلهم تفوق الفقراء وأصحاب المستوى التعليمي الأقل (بالنمسا وأخرون، 2008). وقد أدى هذا الوضع إلى مصطلح "الفجوة الرقمية"، أي عدم المساواة في إمكانية الوصول لوسائل الإعلام العالمية، وهو أحد الموضوعات الممتدة عبر هذا الفصل.

المعلومات العالمية - جذور الصفقات التجارية الإعلامية العالمية وأشكال الإعلام العالمية

بينما قد تكون شبكة الإنترنت أكثر أشكال وسائل الإعلام العالمية قابلية للتمييز بشكل فوري، إلا أنه في حقيقة الأمر كان إنتاج الأخبار أول صفقة تجارية فعلية للإعلام العالمي. فالأخبار لا تتعامل فقط مع أحداث العالم، من خلال الربط بين المحلي والدولي، بل تتخذ أيضًا شكلًا عالميًا؛ فأسلوبها متشابه بشكل هائل بغض النظر عن مكان انتشارها في العالم. ويرجع هذا بدرجة كبيرة لتحويل الأخبار إلى سلع، وتبادل المعلومات بين المنافذ الإخبارية حول العالم، والمستهلكين بالطبع (للتعرف على مناقشة بشأن تحويل الأخبار إلى سلع). وبينما لم تفصل الصحف في مطلع القرن التاسع عشر بين الحقيقة والتعليق، بتحيزها بشكل علني في قضايا سياسية، ونشرها مقالات افتتاحية في الصفحات الأولى أجرت فيها مناقشات طويلة ومرهقة مع "مراسليها"؛ إلا أن هذا تغير مع تطور وكالات الأنباء (ماشين وفان ليوين، 2007). هناك عدد من وكالات الأنباء المهمة التي تهيمن على وسائل الإعلام العالمية، ويمكننا الآن الانتقال إلى فحص ماهية العمل الذي تقوم به تلك الوكالات، وكيف تطورت بوصفها أطرافًا عالمية مهمة.

تأسست أولى وكالات الأنباء الفرنسية الوطنية (AFP) على يد شارل هافاس في عام 1835، وأسس أولى وكالات الأنباء الألمانية (DPA) الرائدة برنارد وولف في عام 1849، بينما تأسست أول وكالة أنباء بريطانية (رويترز) على يد جولوس رويتر في عام 1851. ونشأت وكالات الأنباء الأوروبية هذه من العالم المالي ووجهت خصيصًا له بالأساس، واحتكرت تدفق الأنباء من خلال اتفاقية كارتل أوروبية، حيث تعاونت عن كثب مع اتحادات صحفية وسلاسل صحف قومية. ومع وكالة "رويترز" للأنباء، امتد هذا التعاون إلى مجموعات الصحف الموجودة في الدول الاستعمارية التي يسيطر عليها البيض، مثل: أستراليا ونيوزلندا وجنوب أفريقيا. وقسمت تلك الوكالات الأوروبية الثلاثة العالم بينها علانية في عام 1859، لتخدم في معظم الأحيان سياسات الإمبراطوريات التي تنتمي إليها كل منها، حيث المؤسسات الحكومية لكل دولة التعاون من خلال طلب أعداد هائلة من الاشتراكات الثمينة بتلك الصحف.

علاوة على ذلك، ظهرت وكالات أنباء في الولايات المتحدة الكارتل الأمريكية. فقد تأسست أولى وكالات "أسوشيتد برس" للأخبار (AP) بواسطة ست صحف يومية بمدينة نيويورك في عام 1848، وأسس أولى وكالات "يونائتد برس إنترناشونال" (UPI) - "يونائتد برس أسوسيشنيز" (UPA) - امبراطور الصحافة إدوارد ويليس سكريبس في عام 1907 (فان جينيك، 1998). ومع بدء تلك الوكالات في إمداد الصحف القومية بقصص إخبارية من العالم كله، أصبحت المعلومة سلعة مقدمة بأسلوب حيادي، حتى تكون قابلة للبيع لمحربين مختلف قناعاتهم السياسية؛ ليفعلوا بها ما يريدون. وهذه الطريقة، أنشأت وكالات الأنباء سوقاً واسعاً تعرض فيها سلعتها الإخبارية.

وأثناء تطوير هذا الأسلوب الحيادي، أصبحت وكالات الأنباء رائدة في "صحافة المعلومات" (بويد-باريت، 1998)، التي أصبحت المهيمنة من هذا الوقت. وفيها لا يكون التركيز على الرأي، ولكن على "الواقعية"، بتضمين أوقات وأماكن محددة، وذكر مصادر لأي شيء عرضة للتأويل. وإلى جانب هذا، أظهرت وكالات الأنباء أهمية سرعة التسليم - "حادثة" الأخبار - التي ساعدتها تكنولوجيا التليغراف الجديدة. وكان هذا الشكل من الواقعية والسرعة مهماً في تطوير المعايير العالمية للأخبار (ماشين وفان ليوين، 2007).

خلال الفترة التي سبقت الحرب العالمية الأولى (التي استمرت بين 1914 و1918)، والفترة التي سبقت الحرب العالمية الثانية (التي استمرت بين 1939 و1945)، عبّرت الولايات المتحدة الأمريكية عن استيائها من العرض الضار والمؤذي لأبناء الحرب - خاصة الأبناء المتعلقة بالولايات المتحدة الأمريكية - التي كانت تنشرها وكالات الأنباء الأوروبية (فان جينيك، 1998). وهكذا انهار اتفاق الكارتل بين وكالات الأنباء الأوروبية في عام 1934، عندما رفضت وكالة الأبناء الأمريكية (UPA) الانضمام إليها، وبدلاً من ذلك بدأت عملياتها العالمية بنفسها، وتلتها وكالة "أسوشيتد برس".

وقد يتفق (يتآمر) أعضاء اتفاقي الكارتل في أمور، مثل الأسعار والإنتاج الإجمالي

والحخص السوقية وحخص العملاء وحخص الأراضي، والتلاعب بالمناقصات وإنشاء وكالات مبيعات مشتركة وتقسيم الأرباح، أو مزيج من هذه الأمور. منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، (2002).

منذ عام 1934، تنافست وكالات الأنباء الكبرى بدلاً من التواطؤ مع بعضها البعض، وأصبحت الولايات المتحدة الأمريكية اللاعب الرئيسي بدلاً من أوروبا، فقد كانت كل وكالات الأنباء العالمية الجديدة، التي بدأت في أواخر القرن العشرين، أمريكية (بالتحديد وكالات "بلومبرج" و"نايت رايدر" و"داو جونز") (ماشين وفان ليوين، 2007).

بالنسبة للعديد منا، تعتبر الأخبار التلفزيونية مصدر المعلومات الأساسي لنا، وبالطبع يهيمن على التلفزيون الصور والمواد المرئية. وهذا يثير السؤال المثير للاهتمام وهو: ما الدولة التي تنتج اللقطات المصورة للأنباء، لتعدّلها بعد ذلك الوكالات في العالم. مرة أخرى، نجد الهيمنة الأمريكية الشمالية في ظهور وكالات الأنباء المصورة العالمية خلال أواخر القرن العشرين؛ بالرغم من أن للوكالات البريطانية هنا أيضاً دور كبير.

▪ وفي عام 1992، امتلكت وكالة "رويترز" البريطانية حصة رئيسية من وكالة "فيس نيوز" للأخبار المصورة، ومع قناة "بي بي سي" الإذاعة البريطانية الرسمية، غيرت وكالة "فيس نيوز" اسمها إلى وكالة "رويترز" التلفزيونية في عام 1993، لتشتريها شركة "تومسون" الكندية المعلوماتية، ويتغير الاسم إلى وكالة "تومسون رويترز" ("فاينانشيال نيوز"، 2008).

▪ واستحوذت وكالة الأنباء الأمريكية "أسوشيتد برس"، على شركة "أسوشيتد برس" البريطانية المحدودة للأخبار التلفزيونية (APTN)، التي نشأت في البداية نتيجة اندماج بين شركة "أسوشيتد برس" التلفزيونية ووكالة الأنباء "ورلد وايد تي في نيوز" (WTN) في عام 1998. وبدورها، نشأت WTN نتيجة اندماج وكالة الأنباء الأمريكية (UPI) والإذاعة البريطانية التجارية "إنديبننت تيليفيجن نيوز" (ITN). ومنذ تغيير اسمها التجاري في عام 2005، تم إلغاء اسم وشعار وكالة

APTN لتصبح "وكالة أسوشييتد برس للأخبار التلفزيونية".

وبينما تباع هيئات بث فضائية تجارية أخرى أفلامها للخارج (مثل قناة الجزيرة القطرية أو شبكة كولومبيا الأمريكية للبث "سي بي إس")، إلا أن غالبية عمليات تجميع الأخبار التلفزيونية العالمية يستحوذ عليها القليل من المؤسسات، مما يؤدي إلى بث القصص الإخبارية التلفزيونية نفسها في معظم المحطات التلفزيونية عبر أنحاء العالم. وهناك طلب كبير من المحطات التلفزيونية المحلية بالحصول على هذا النوع من المواد المصورة، لأن شراء اللقطات المصورة أرخص من إنتاجها بشكل مستقل، وهذا يرجع إلى ارتفاع تكلفة إرسال أطقم تصوير إخبارية، مع قيام المحطات التلفزيونية بتخفيضات مالية في إطار الإبقاء على المراسلين الدوليين.

ومع ظهور وانتشار الإنترنت في تسعينيات القرن الماضي، فقدت الصحف والمحطات التلفزيونية الإخبارية سيطرتها على المعلومات، بل إن حتى أكثر منصات الأخبار العالمية رسوخًا تواجه تحديات؛ وهذا نظرًا للملايين من أصحاب المدونات المنتشرين حول العالم. ويبدو الآن أن الأخبار موزعة بشكل ديمقراطي ومحلية بشكل لانهائي، حيث يشترك الملايين لسماع الأنباء مباشرة من المقيمين من موقع الأحداث المحلية، أو من خلال مدوناتهم أو من مواقع التواصل الاجتماعي أو من المواطنين.

وبينما تمتلك معظم الصحف الآن نسخة إلكترونية على الإنترنت، ويحاول العديد منها جذب الجمهور الدولي (ثورمان، 2007)، إلا أن شركات محركات البحث مثل "جوجل" و"ياهو" تلعب دورًا قويًا على نحو متزايد في تحديد أي معلومات سيتم إتاحتها عالميًا، والمسارات التي يمكننا من خلالها الوصول إلى تلك المعلومات. (بالنافس وآخرون، 2008)، من خلال كل من محركات البحث العامة والخاصة بالأخبار (مثل "أخبار جوجل"، الذي تم إطلاقه في 2002، www.news.google.com).

دراسة حالة

المدونات ووسائل الإعلام العالمية

يكتب بول برادشو، المدون المشهور عالميًا، عن سبب إنشائه مدونته والطبيعة العالمية للمدونات والتغيرات التي يواجهها الصحفيون.

إن كتابة المدونات أمر بالغ الأهمية، فقد أصبحت المدونات حقًا أحد أهم مظاهر حياتي المهنية، حيث أخذتني إلى أماكن لم أكن لأصل إليها بدونها، كما قدمتي لأشخاص ما كنت لألتقي بهم. وغيرت تمامًا معرفتي وخبرتي ورأيي المتعلق بكيفية تنفيذ المهام على المستوى الصحفي. من الناحية التنظيمية، تتغير الأمور بشكل هائل، وأعتقد أنك بحاجة إلى كتابة مدونة خاصة بك، حتى تفهم ما الذي يتغير.

ومن الناحية الثقافية، قد تغير أسلوب تبادل المعلومات بين الصحفيين والقراء من "المحاضرة إلى المحادثة". ويحتاج الصحفيون بحق إلى فهم تلك النقطة أو سيفقدون جمهورهم. فقد حدث تغير قوي هائل فيما يتعلق بالتوزيع، ففي الغالب يقوم القراء، والصحفيون ولكن بدرجة أقل، بتوزيع الأخبار بأنفسهم. فلم تعد هناك شبكة التوزيع التي كنت تملكها من خلال الصحف المطبوعة. وبهذا المعنى، يعد امتلاك مدونة جزءًا حيويًا في استراتيجية التوزيع الخاصة بك، إنها مهمة للغاية لأنك لست الوحيد، بوصفك الصحفي، الذي يقوم بتوزيع الأنباء، ولكن أيضًا القراء يقومون بالتوزيع. إن كتابة المدونات، أو على الأقل، كون المرء جزءًا من المحادثة، أمر حاسم.

لقد أصبح دوري كصحفي يرتبط بشكل كبير للغاية بمعرفة كيفية استخدام أدوات معينة عبر الإنترنت: فعندما بدأ الزلزال الصيني، كانت معرفة كيفية العثور على تلك المعلومة وكيفية ترجمتها من المصادر المحلية من الصينية إلى الإنجليزية، أمور مهمة للغاية فيما يتعلق بتجميع المعلومات. وهناك أمر رئيسي آخر، وهو تعلم كيفية ترشيح تلك المعلومات، حتى تجمع فقط أكثر المعلومات أهمية. أيضًا أعتقد أن دوري كصحفي قد تغير، فقد أصبح الآن دورًا اجتماعيًا في غالبيته، وأعتقد أن هذا مفتاحًا رئيسيًا، وأن التركيز بشكل كبير للغاية على التكنولوجيا قد يحدعك ويضلللك. لأنه نتيجة لهذا، أو جزئيًا عبر هذه التكنولوجيا، أصبحنا قادرين على تطوير علاقات مختلفة مع الناس،

وأصبحنا قادرين على التنظيم بشكل أفضل؛ ولهذا السبب جعلتُ مدونتي الصحفية عبر الإنترنت مدونة جماعية، لأنني أعتقد أنه عندما نعمل كجماعة وشبكة، نصبح أكثر قوة، فيما يتعلق بما يمكننا تحقيقه. ولدينا مجموعة من المهارات والخبرات والمعارف والاتصالات التي يمكننا الاستفادة منها. ولديّ مجموعة على موقع "الفييس بوك" تقدم أيضًا إسهامات بطريقة مثيرة للاهتمام، وهكذا قام موقع "الفييس بوك" بتغيير دوري كصحفي بشكل كبير، وأجد نفسي قناة أو حلقة اتصال أكثر من كوني باحثًا عن المعلومات. وليس من الضروري أن أقوم أنا بإعداد جدول الأعمال، وهذه نقطة مهمة للغاية.

المصدر: <http://onlinejournalismblog.com/andwww.paulbradshaw.co.uk/>
انظر أيضًا روهوما وبرادشو (2011).

دراسة حالة

الصحافة التعاونية

من أبرز الأمثلة على الصحافة التعاونية نبأ موت إيان توملينسون أثناء المظاهرات المعارضة لقممة مجموعة العشرين، التي انعقدت في لندن من 28 مارس حتى إبريل في عام 2009. فخلال اليوم الأول من إبريل، كان توملينسون يسير عبر المظاهرات (لم يكن مشاركًا فيها) وهاجمته الشرطة من الخلف وطرحته أرضًا، ليموت بعد ذلك بساعات. وصدر بعد موته بثلاث ساعات بيان من الشرطة يقول "اتخذ ضباط الشرطة قرار نقله، حيث أطلق في هذا الوقت عدد من القذائف - يعتقد أنها زجاجات - تجاه الضباط." وفي اليوم التالي، أعلنت الشرطة نبأ موت إيان توملينسون، وقالت للصحفيين إنه كان يعاني من مشاكل صحية مسبقة، وأن عائلته "لم تكن متفاجئة" من نبأ موته. ولكن بعد أيام قليلة، بين الثالث والسادس من إبريل، بدأ شهود يتقدمون ويقولون إنهم رأوا الشرطة وهي تعتدي على توملينسون. وتقدم هؤلاء الشهود للإدلاء بأقوالهم نتيجة لتقرير متواصل قدمه بول لويس، صحفي شاب يعمل لدى صحيفة "الجارديان" البريطانية الكبيرة. واستخدم لويس موقع "تويتر" ليصل لجمهور أكبر من جمهور الجارديان، محاولاً جمع أدلة على ما حدث لتوملينسون خلال قمة العشرين. وفي النهاية، بدأ عشرات

من الأشخاص، الذين كانوا ضمن الحشود المتظاهرة في هذا اليوم، بالبحث في تسجيلاتهم الرقمية الخاصة بهم، وأرسلوا أدلتهم إلى لويس. ووجد أحد مديري الصناديق، المقيمين في مدينة نيويورك، أنه التقط في مقطع فيديو اللحظة التي اعتدى فيها شرطي شاهر عصاه على توملينسون قبل دقائق من انهياره وموته. وأرسل هذا المقطع إلى لويس بصحيفة الجارديان، في السابع من إبريل. وفي اليوم التالي، بعد مشاهدة لقطة الاعتداء، كسرت عائلة توملينسون حاجز الصمت ودعت إلى تحقيق العدالة. ونقضت لجنة مستقلة للبت في الشكاوى ضد الشرطة قرارها بالسماح للشرطة بالتحقيق في موته، وعادت لتتولى التحقيق بنفسها وأمرت بتشريح جثته مرة ثانية، ليتم التوصل إلى أن توملينسون مات نتيجة لنزيف داخلي، مما أدى إلى استجواب ضابط الشرطة الذي ضربه بتهمة القتل غير المتعمد (جيلان، 2009؛ روسبريدجر، 2009). وفي مايو 2011، توصل قاضي التحقيق إلى أن توملينسون "تم قتله بشكل غير قانوني ودون وجه حق" على يد ضابط الشرطة (لويس، 2011).

تحرص المواقع الصحفية، بالطبع، على الاحتفاظ بجمهورها (وأرباحها). وقد تكيفت المؤسسات الإخبارية الممثلة للاتجاه السائد في إنتاج الأخبار مع دور الإنترنت، وأصبح لها حضور قوي فيها، من خلال دمجها في كثير من الأحيان مدوناتها وتغذية تغريداتها على "تويتر" معًا. ("تويتر" هو موقع للتواصل الاجتماعي ظهر في عام 2006، يمكن مستخدميها من كتابة مدونة صغيرة أو "تغريدة، أي رسالة قصيرة" مباشرة عبر الإنترنت أو الهواتف المحمولة). وبشكل متزايد خلال العقد الماضي، سعت المؤسسات الإخبارية بشكل منتظم نحو تشجيع المحتوى النابع من المستخدمين، أي المحتوى الذي ينتجه ويقدمه "الجمهور" - سواء أكان مقطع فيديو أو صورة فوتوغرافية أو مهارات الجمهور التحليلية، ليظهر ما أصبح يعرف "بالصحافة التعاونية". (روسبريدجر، 2009).

بيئات إعلامية "عالمية" ومحركات بحث وإمكانيات وصول للمعلومات جديدة

هناك تقديرات مفادها أن عدد صفحات الويب الجديدة، التي تضاف يوميًا إلى الإنترنت، يبلغ عدة ملايين، مما أحدث انفجارًا في المحتوى المتاح على المستوى العالمي، ولكن يجب تصنيف هذا المحتوى، حتى يصبح من الممكن الوصول إليه، ولا بد أن يتضمن التصنيف الانتقاء والاختيار (أو سيوتشرو وجيرارد، 2002). وتلعب محركات البحث دورًا حيويًا، حيث إنها تفهرس الويب، وتلك الفهارس تخضع لتحديث مستمر، حتى تظل قائمة وحاضرة.

في شهر يناير وحده من عام 2010 (أي بعد 13 عامًا من إطلاق "جوجل")، استحوذت شركة "جوجل" على 64٪ من حصة السوق العالمية بين محركات البحث (كرازيت، 2010). علاوة على هذا، تطلق شركة "جوجل" محرك بحث خاص بالأبناء، اسمه "أخبار جوجل"، يعتمد على نظام أخبار يعمل بشكل مؤقت بالكامل، يجمع روابط العناوين الرئيسية من أكثر من 4500 موقع كل 15 دقيقة، حتى لا يكون انتقاء مصادر الأنباء متأثرًا بالموقف السياسي أو بالأيديولوجية السياسية. وتثير هذه العملية قضايا تتعلق بالمصادقية، فالاعتماد على نظام مؤقت يعني انعدام القدرة على كشف التضليل المتعمد والدعاية.

وربما يؤدي هذا إلى اتساع جذري في إمكانية الوصول إلى وجهات نظر متنوعة بصدد أي موضوع، وهذه طريقة معارضة للصحافة التقليدية، التي تولي أهمية لابتكار منتجات إخبارية محدودة ومنظمة وموضع ثقة (كارلسون، 2007). وعلى سبيل التوضيح، مع ضمان إمكانات المجال الإعلامي العام، في عام 2007، اشتركت شركة "جوجل" والشركة التابعة لها "يوتيوب" (أقوى المواقع الإلكترونية في تقديم خدمة مقاطع فيديو عبر الإنترنت) في رعاية مناقشات محطة "سي إن إن" الأمريكية والتي تحدث فيها مواطنون عاديون مباشرة مع مرشحي الرئاسة الأمريكية (انظر www.youtube.com/debates و www.thenation.com/doc/20071015/chesterand).

يثير اعتمادنا المتزايد على محركات البحث وتحديها لمنافذ المعلومات التقليدية (مثل

الصحف المطبوعة) سؤالاً حرجاً: كيف تجد محركات البحث المعلومات وتنظمها لنا؟ تختلف طريقة عمل محركات البحث المتنوعة . وبينما تظل التفاصيل الدقيقة أسراراً تجارية، نعلم أن "جوجل" يستخدم تقنية اسمها "التتبع القائم على الروابط" لتحديث قاعدة البيانات الخاصة به، بينما يستخدم محرك "ألنا فيستا" "التتبع القائم على الكلمات المفتاحية" (www.searchengineshowdown.com/features/google/review.html).

وعند تجاوز تلك التفاصيل التقنية، نجد عددًا من السمات البنيوية تتسبب في مشاكل من وجهة نظر إمكانية الوصول العالمية إلى المعلومات.

أولاً: تميل محركات البحث العادية، التي عادة ما تفهرس فقط جزءاً صغيراً من الصفحات المتاحة، إلى إعطاء المواقع التجارية قيمة مرتفعة؛ وذلك بسبب الذكاء التسويقي والتقني لتلك المواقع. وبالتالي، ثمة جدال دائر بهدف زيادة معدل ظهور المواقع غير التجارية والمحتوى على شبكة الإنترنت (أوسيوشرو وجيرارد، 2002).

ثانياً: يُحرم من يبحثون بلغة غير الإنجليزية من بعض النتائج، نظرًا لأن اللغة الإنجليزية كانت، ولا تزال، اللغة السائدة على شبكة الإنترنت. وفي عام 2005، كانت نسبة مستخدمي الإنترنت، الذين تعتبر الإنجليزية لغتهم الأم، أقل من 30٪ من إجمالي مستخدمي الإنترنت في العالم (معهد Bytelevel للأبحاث)، ومع ذلك بلغت نسبة صفحات الويب المكتوبة باللغة الإنجليزية 45٪ (انظر: <http://funredes.org/lc/english/medidas/sintesis.html>).

علاوة على هذا، لم تكن محركات البحث مهياًة للمتحدثين بلغات غير الإنجليزية. فعلى سبيل المثال، توصلت دراسة عن الخدمات التي تقدمها محركات "جوجل" و"ألنا فيستا" و"فاست"، في مطلع الألفية الثالثة، إلى أنها تجاهلت الهيكل والسمات الخاصة باللغات الأخرى غير الإنجليزية (على وجه الخصوص: العبرية والروسية والفرنسية والمجرية، وهي لغات أكثر تعقيداً من اللغة الإنجليزية، فيما يتعلق، على سبيل المثال، بالأحرف والخصائص المستخدمة في الكتابة). وكان هذا مزعجاً ومثيراً للقلق، نظرًا لشعبية "جوجل" بين البلاد غير المتحدثة بالإنجليزية، فالمستخدمون بها إما لا يعون ما

يفوتونه عند استخدام أدوات البحث هذه أو لا يملكون بديلاً آخر عن محركات البحث هذه (بار إيلان وجوتمان، 2005). ولكن هذا الموقف في تغير، حيث بدأت الأسواق الناشئة، مثل السوق الصينية والروسية والبرازيلية، تجذب ملايين المستخدمين غير المتحدثين باللغة الإنجليزية، مما دفع الشركات العالمية - بما في ذلك محركات البحث - إلى التواصل بلغات الأسواق الجديدة. على سبيل المثال، أظهرت دراسة لـ 225 موقعاً إلكترونيًا لشركات أن نسبة المواقع باللغة الروسية في 2005 كانت فقط 35٪، بينما أصبحت في عام 2010 واحدة من اللغات الأساسية إلى تخطاها الشركات عندما تنطلق إلى العالمية (معهد Bytelevel للأبحاث). وبالفعل، منذ عام 2010، بينما ظلت اللغة الإنجليزية أكثر اللغات استخدامًا في الإنترنت، بعدد مستخدمين يقدر بحوالي 537 مليون مستخدم، وصلت اللغة الصينية إلى المرتبة الثانية (445 مليون مستخدم)، ثم بترتيب تنازلي تأتي اللغات التالية: الإسبانية (153 مليون مستخدم) واليابانية (99 مليون مستخدم) والبرتغالية (83 مليون مستخدم) والألمانية (75 مليون مستخدم) والعربية (65 مليون مستخدم) والفرنسية (60 مليون مستخدم) والروسية (60 مليون مستخدم) والكورية (40 مليون مستخدم) (إحصاءات الإنترنت العالمية 2010 ب).

ثالثًا: إذا انتهينا إلى محركات البحث الخاصة بالأخبار، يظهر على السطح السؤال المتعلق بأي نوع من المعلومات نصل إليه. على سبيل المثال، تعتمد كل المواقع الإلكترونية التي تجمع الأخبار - مثل "أميركا أون لاين" (AOL) أو "ياهو نيوز" أو "جوجل نيوز" - على النسخة الإلكترونية من المنافذ الإخبارية التقليدية في الحصول على محتوى إعلامي. وبالتالي، تصبح محركات البحث هذه معتمدة بشكل كلي على عملية الانتقاء التي تقوم بها بوابات الأخبار المؤسسية العادية. ومن خلال منافذ جمع الأخبار هذه، تتم عملية تحريرية أخرى؛ حيث تستخدم محررين بشريين لانتقاء الأخبار. وهذا يعني أن السلع الإخبارية مرت بعملية تصفية وانتقاء عبر إجراءات تحريرية، من منفذ الأخبار الأصلي ومن جانب محرري محركات البحث الإخبارية. وبينما قد تعزز هذه الإجراءات التحريرية مصداقية الأخبار التي تقدمها محركات البحث الإخبارية، إلا أنها بالكاد تعادل إمكانية الوصول غير المحدودة لكل المعلومات (كارلسون، 2007).

وبينما تسيطر الآن محركات بحث مثل "جوجل"، بخدماتها التسويقية وروابطها الإعلانية غير المجانية، على الإنترنت، وتلعب دورًا مهمًا متزايدًا في صناعة التسويق والتجارة عبر الإنترنت (جرين، 2003)، كانت شبكة الإنترنت في مطلع التسعينات من القرن الماضي، لا تزال بالأساس غير تجارية، وركزت معظم التوقعات المستقبلية على كيفية دفع تكلفتها. وتحولت في الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1994 من شبكة أكاديمية صغيرة مملوكة للقطاع العام وذات تنظيم ذاتي غير رسمي ومعتمدة على النصوص، إلى شبكة تجارية في الأساس سريعة النمو، تم استخدامها في البداية بغرض تحقيق التواصل على الصعيد المحلي. ونظرًا لريادة الولايات المتحدة الأمريكية في تبني الإنترنت، فقد عني هذا أنه، عندما تمت صياغة بروتوكول وقواعد إدارة الإنترنت العالمية، فقد تشكلت بشكل حتمي وفقًا للقرار المبكر الذي اتخذته الولايات المتحدة بتحرير تلك الوسيلة الإعلامية الجديدة وخصخصتها واستغلالها تجاريًا. وهذا يعني أن الإنترنت كانت لتختلف للغاية، لو كان قد تم تطويرها في مكان آخر أو وفقًا لمبادئ أخرى.

يوجد عدد كبير من المنظمات المهتمة بالجوانب المختلفة لإدارة الإنترنت وطريقة عملها وتشغيلها - مثل هيئة الإنترنت للأسماء والأرقام المخصصة ("الأيكان" - تأسست في 1998، وموقعها مدينة كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية)، والمنظمة العالمية للملكية الفكرية ("الويبو" - منظمة دولية تابعة للأمم المتحدة تأسست في عام 1967) - وأمام الإنترنت طريق عليها أن تخطوه قبل استقرار هياكلها الإدارية (أو سيوتشرو وجيرارد، 2002؛ ماكستاي وباكير، 2006). للحصول على أحدث المعلومات المتعلقة بالهياكل الناشئة لإدارة الإنترنت، راجع المواقع الإلكترونية الخاصة بمشروع إدارة الإنترنت (www.internetgovernance.org) واتحاد شبكة ويب العالمية (www.w3.org).

تنظيم وسائل الإعلام العالمية

هل يمكن تنظيم وسيلة عالمية مثل الإنترنت بشكل فعال؟ إن أمكن تنظيمها، فأين يكمن التوازن بين كون المرء قادرًا على الوصول بحرية للمعلومات ونقلها من جهة، وتأمين حقوق الخصوصية والتأمين والملكية الفكرية الخاصة بنا من جهة أخرى؟ إنها

مسألة مثيرة للجدل على نحو متزايد في عصر الإرهاب الجديد، الذي بشر به الرئيس جورج بوش (الابن) أثناء إعلانه الحرب على الإرهاب، بعد هجمات تنظيم القاعدة الإرهابية على مركز التجارة العالمي ووزارة الدفاع الأمريكية، البنتاجون، في 2001 (أحداث الحادي عشر من سبتمبر).

إن المواقع الرئيسية لتنظيم الإنترنت هي نقاط دخولنا إليها. فللتمتع بإمكانية الوصول إلى الإنترنت، يجب علينا أولاً أن نشترك في مزود خدمة إنترنت، مثل شركة "إيه أو إل" أو شركة "بريتيش تيليكوم". ولكن هذا يثير سؤالاً حول ما إذا كان ينبغي أن تشمل الكيانات التي تباشر التنظيم في شركات خاصة أو حكومات قومية ومنظمات دولية. إنها مسائل معقدة. ففي بيئة عالمية، حيث من المحتمل أن تتسبب فيروسات ظهرت في دولة ما في ضرر واسع الانتشار في دول أخرى، أو يمكن أن يتسبب التوزيع العالمي لمنتجات خاصة بثقافات معينة (مثل المواد الإباحية والعنف والمحاكاة الساخرة للأديان) في إهانة واسعة الانتشار، تصبح الشرعية القانونية أقل وضوحاً مما هي عليه داخل الحدود الوطنية للدول.

يعد الجدل المثار حول الرسوم الكرتونية المسيئة للرسول محمد، التي نشرتها صحيفة "يولانديس بوستن الدانماركية مثلاً على ذلك. فبينما أجرت المؤسسات الصحفية والإذاعية المحلية نقاشات طويلة وشاقة حول نشر تلك الرسوم، إلا أنها متاحة اليوم على الإنترنت (على سبيل المثال، على موقع Human Events.com في عام 2006، وعلى موقع Mohammed Image Archive، بدون تاريخ). من ثم، تجعل الإنترنت عملية التنظيم والرقابة على المحتوى شبه مستحيلة (أو سيوتشرو وجيرارد، 2002). وبالرغم من هذا، تستمر الجهود الرقابية من قبل الدول التي تشعر بالإهانة. على سبيل المثال، في 19 مايو 2010، منعت هيئة الاتصالات الباكستانية الدخول إلى موقع "فيس بوك"، بُناءً على أوامر من الحكومة. وجاء هذا المنع رداً على صفحة تم إنشاؤها بالموقع تحمل اسم "يوم رسوم محمد"، حيث شجعت الصفحة الأعضاء على تحميل صور للنبي محمد (واربرتون، 2010).

وفضلاً عن التهرب من قوانين ولوائح ثقافية معينة على الصعيد الوطني، يمثل تنظيم الإنترنت إشكالية عندما تستخدم الحكومات القمعية أو المدعورة ذريعة حماية المواطنين

من "الأفكار الهدامة" أو الدفاع عن "الأمن الوطني" أو "التلاحم الوطني" لتحرم مواطنيها من إمكانية الوصول للإنترنت، وهذا يكون عادةً من خلال إجبارهم على الاشتراك في مزود خدمة إنترنت تديره الدولة. (بالنافس وآخرون، 2008). على سبيل المثال، تعود ملكية مزود خدمة الإنترنت في إيران إلى الحرس الثوري الإيراني (موروزوف، 2011). وإليك مثال آخر، تطبق الحكومة الصينية الرقابة على الإنترنت على نطاق متطور وكبير، حيث تعترض عمليات بحث وتحمج مواقع معينة، وعندما يتمكن أشخاص من الوصول إلى مواقع ممنوعة، تقطع عنهم الخدمة. وحفزت هذه الرقابة على اتخاذ رد من قبل هيئة منظمة. تعد منظمة "greatfirewallofchina" منظمة غير ربحية مؤلفة من عاملين في مجال الإعلام يسعون إلى جعل نظام الرقابة الصيني شفافاً. وعلى هذا الأساس، يتتبع موقعها الإلكتروني المواقع الإلكترونية التي خضعت لرقابة في الصين وعدد مرات هذه الرقابة. (انظر www.greatfirewallofchina.org).

حتى فيما يتعلق بالقضايا العالمية، التي تتفق عليها غالبية الدول - مثل الحاجة إلى مكافحة الإرهاب الدولي - قد يؤدي فرض قواعد وقوانين تنظيمية على الإنترنت إلى إحداث إشكالية، بما يشمل مشاكل التغيير التكنولوجي والتأثير المالي السلبي على العاملين في مجال الإعلام التجاري، واختلاف القواعد والقوانين التنظيمية باختلاف الدول، وهنا تظهر دراسة الحالة المتعلقة بعمليات التنصت على الإنترنت.

ومن هذه الأمثلة، يمكنك تبين أن من ينتج ويوزع معلوماتنا الدولية، ومدى قدرة الحكومات الوطنية على التحكم في تلك المعلومات أمران مهمان، يصلان إلى صميم كل من مفاهيم الديمقراطية والأمن والهوية. ومن هذا المنظور، قد يتضح لك أنه إذا هيمن على إنتاج المعلومات وتوزيعها تكتلات إعلامية عالمية، متمركزة في عدد قليل من الدول (الأوروبية، الأنجلو أمريكية، اليهودية المسيحية، العرق الأبيض، إلخ)، أو هيمنت عليها القواعد والقوانين التنظيمية الصادرة من دول بعينها، إذن من المرجح أن يلقي هذا بتأثيره على وجهات النظر والاعتقادات التي تعتبر أساس انتقاء المعلومات وتقديمها وتوزيعها وتنظيمها.

دراسة حالة

انتفاضة الرسوم الكرتونية

في 30 سبتمبر 2005، نشرت الصحيفة الدانماركية "يولانديس بوستن" 12 صورة كاريكاتيرية معظمها يشخص النبي محمد رسول المسلمين، وأعيدت طباعتها في صحف أكثر من 50 دولة أخرى. وكانت بعض الصور مهينة على وجه الخصوص، من خلال نزوعها للإثارة الرخيصة بتقديم صور نمطية مهينة عن العرب، ومنها على سبيل المثال: صورة للنبي محمد وهو يرتدي عمامة على شكل قبلة فتيلها مُضاء. وأغضبت تلك الرسوم المسلمين على الفور، حيث يعد تجسيد صورة الرسول محمد عملاً وثنيًا وبالتالي يمثل ازدراءً للدين، وتظاهروا علناً لمدة أسابيع، أولاً في الدانمارك ثم عبر أنحاء العالم الإسلامي، مما أدى إلى إحراق السفارات الدانماركية والنرويجية بمختلف البلاد، وتوجيه تهديدات بالقتل من قبل بعض القادة المسلمين المتطرفين (مما أدى إلى اختباء رسام تلك الصور)، وعشرات القتلى حيث أطلقت الشرطة النار على المتظاهرين (انظر www.spiegel.de/international/0,1518,399177,00.html) ومقاطعة المنتجات الدانماركية في بعض بلدان الشرق الأوسط.



المصدر: Getty Images

مظاهرات معارضة للرسوم الكرتونية التي نشرتها صحيفة "يولانديس بوستن" الدانماركية.

وبينما اعتذرت الحكومة الدانماركية وصحيفة "يولانديس بوستن"، أعلنت الصحيفة أنها كانت تحاول إثراء الجدل حول نقد الإسلام والرقابة الذاتية (انظر meast/02/04/syria.cartoon/index.html /www.cnn.com/2006/WORLD).

وبعد عدة أعوام، في 12 فبراير 2008، اعتقلت الشرطة الدانماركية ثلاثة رجال مشتبه بهم في التخطيط لاغتيال الرسام صاحب رسم "قنبلة في العمامة"، كورت فيستر جارد. وفي اليوم التالي، أعادت صحيفة "يولانديس بوستن" وصحف دانماركية عديدة أخرى طبع رسم "قنبلة في العمامة" الكرتوني، كما تم بثه على التلفزيون الوطني الدانماركي، كجزء من بيان الالتزام بحرية التعبير. (انظر <http://news.bbc.co.uk/1/hi/world/europe/7242258.stm>).

وسائل الترفيه العالمية

بينما تسارع استخدام الكمبيوتر المنزلي كوسيلة للترفيه بسبب انخفاض ثمنه منذ ثمانينيات القرن الماضي (بالنافس وآخرون، 2008)، إلا أن استخدام الإنترنت في الترفيه يعتبر تطوراً جديداً نسبياً، ويقصد بمعظم وسائل الترفيه الإعلامية في القرن العشرين الأفلام والتلفزيون والموسيقى. ومرة أخرى، يمكننا هنا رؤية أنماط من الهيمنة العالمية المنحرفة، إذا ما فحصنا صناعة السينما عن كثب ومن خلال أمثلة. فحتى عام 1918، كان يتم إنتاج معظم الأفلام ومعدات التصوير الخاصة بها في أوروبا، وفرنسا بالتحديد. وفي العام نفسه 1918، صدق الكونجرس الأمريكي على قانون يسمح لجمعية تصدير الصور المتحركة (MPEA) بتحديد أو تثبيت سعر الصادرات، مما أدى إلى فرض شروط على المبيعات الأجنبية، التي لم يكن مسموح بها في السوق المحلية، مما جعل المبيعات الأجنبية جزءاً أكثر أهمية في عائدات صناعة السينما. وكان هذا جزءاً من إدراك الحكومة الأمريكية أن هوليوود كانت عاملاً مهمّاً في نشر أفكار وأيدولوجيات الأمة (مثل العائلة والكنيسة والمجتمع والحلم الأمريكي)، لتنتشر طريقة الحياة الأمريكية. وفي كثير من الأحيان، تم التنازل عن الأرباح مقابل ضمان الوصول إلى جميع أنحاء العالم - مثلما حدث مع التوزيع المجاني لأفلام ومواد

دونالد داك في هولندا (ماشين وفان ليوين، 2007). وبالفعل، رصدت الشركات الأولى الرائدة في صناعة الأفلام سريعًا إمكانية ما أصبح يعرف بعد ذلك باسم "العولمة"، فقامت بتطوير بنيتها التنظيمية وتقنياتها التسويقية للاستفادة منها (بالنافس وآخرون، 2008).

العولمة

هو مصطلح أثير جدال كبير حوله، من قبل مجموعة متنوعة من العلوم الأكاديمية (خاصة علم الاجتماع وعلم الجغرافيا)، ويستخدمه السياسيون والاقتصاديون ومن مثلهم كثيرًا. وبينما توجد الكثير من التعريفات للعولمة، إلا أن التعريف الذي ابتكره عالم الاجتماع، أنتوني جيدنز، قد يكون الأكثر حيادية؛ وهو "تكثيف العلاقات الاجتماعية على مستوى العالم، التي تربط بين مواقع مختلفة عن بعضها بطريقة جعلت تشكيل الأحداث المحلية في مكان ما متأثر بأحداث تجري على بعد أميال كثيرة، والعكس صحيح" (جيدنز، 1990).

وفيما يتعلق بمصطلح عولمة الإعلام، فهو يُشير إلى ظاهرة تشبه التوزيع العالمي لمحتوى برنامج متطابق أو أشكال لبرنامج قابل للتبادل على الصعيد العالمي وتوزيع معلومات ذات اهتمام خاص تستهدف جمهورًا من أقلية مشتتة على الصعيد العالمي (في أي أمة واحدة).

في عشرينات القرن الماضي، بينما كانت صناعة السينما الأوروبية مدمرة بسبب الحرب العالمية الأولى، كانت الشركات الأمريكية تقوم بإعداد شبكة عالمية من الشراكات والامتيازات التجارية، لتتحكم من خلالها بالتوزيع العالمي - مما حفز التحذيرات عبر كل الأطياف السياسية الأوروبية من "أخطبوط هوليوود" وعواقبه الثقافية الوخيمة الملموسة (بالنافس وآخرون، 2008). وبحلول ثلاثينات القرن الماضي، أصبح نظام استوديوهات هوليوود راسخًا في مكانه - مما سمح لأكثر خمسة استوديوهات ("إم جي إم"، "بارامونت"، "فوكس القرن العشرين"، "يونيفرسال"، "ورنر براذرز") بتشكيل اتفاقية كارتل تحكمت في كل أوجه الإنتاج والتوزيع والعرض. وهذه عملية يطلق عليها "التكامل الرأسي"، أي تطبيق مبادئ الإنتاج الضخم وكفاءة الوقت والحركة نفسها عند التصوير كما فعلت شركة "فورد" للسيارات في عملية إنتاج السيارات.

دراسة حالة

التنصت على الإنترنت ورقابة الدولة

نشأت شبكة الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية، ولم تكن في البداية أكثر من مجرد منصة تجارية. وعلى هذا الأساس، سعت التصميمات المبكرة للبنية التحتية للإنترنت إلى تحسين الابتكار في مجال الأعمال التجارية من خلال تقديم وسائل تواصل آمنة مع عدم وجود "منافذ خلفية". وكان هذا يعد أكثر أهمية من تمكين وكالات تنفيذ القانون من الاستماع إلى محادثات تجرى عبر الإنترنت. ولكن كانت حكومتا الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا أكثر الحكومات رغبة في التنصت على الإنترنت، خاصة بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر. وفي عالم الاتصالات القديم، كان من السهل تتبع مسار المكالمات: فقد كان التناظر المستمر أو الاتصال الرقمي قائمًا بين الطرفين، لهذا كان من السهل على المحققين اختيار نقطة في مسار التواصل (مثل محول المكالمات الأقرب للمتصل) ليسمعوا منها المكالمات. ولكن على النقيض، في الإنترنت، تتجمع كل المعلومات في شكل حزم صغيرة من البيانات، ثم يتم إطلاقها عبر الشبكة. وهناك احتمالية كبيرة أن يختلف المسار الذي أخذته إحدى الحزم عن المسار الذي سلكته الحزمة الأخرى، وقد تصل الحزمة إلى وجهتها بدون ترتيب. وبالتالي، يعد اعتراض مكالمات هاتفية عبر الإنترنت أمرًا معقدًا للغاية من الناحية اللوجستية. علاوة على هذا، سيعلم الشخص متى تم التنصت عليه عبر الإنترنت؛ وهكذا يمكننا القول إنه عمل لا فائدة منه. كما يستطيع المستخدمون الخبراء معرفة متى تم التنصت عليهم عبر الإنترنت (ولنواجه الحقيقة، هناك احتمالية كبيرة أن يكون الإرهابيون من المستخدمين الخبراء) من خلال قياس "فترة الكمون" للتواصل - أي الوقت الذي تستغرقه حزمة واحدة من البيانات في الانتقال من آلة محلية إلى جهاز كمبيوتر موجود في مكان آخر عبر الإنترنت (فإدخال آلة تنصت داخل سلسلة الاتصال قد يؤدي إلى زيادة فترة الكمون).

وفي الولايات المتحدة الأمريكية، يتمثل القانون الذي يحكم الاعتراض المشروع للمعلومات في قانون مساعدة الاتصالات لفرض القانون (CALEA) الذي تم طرحه في عام 1994، عندما كانت غالبية اتصالات الإنترنت بطيئة للغاية بحيث يستحيل استخدامها في نقل بيانات صوتية.

ألزم هذا القانون كل شركات الاتصالات بتمكين التنصت. وهناك تشريعات مماثلة أصدرها الاتحاد الأوروبي في عام 1995 (قرار التنصت القانوني على الاتصالات السلكية واللاسلكية)، ومنذ هذا الحين، تبنت الحكومات الوطنية هذه القوانين وعززتها. وبحلول عام 2004، طالبت وكالات تطبيق القانون الأمريكية بسلطات جديدة ردًا على ظهور أشكال جديدة من الاتصال عبر الإنترنت، مثل الاتصالات عبر بروتوكول الإنترنت "VOIP" (حيث يسمح بتبادل البيانات الصوتية مثل الهاتف)، وضغطت لجنة الاتصالات الفيدرالية - الهيئة التشريعية التي تشرف على تنفيذ قانون التنصت - بنجاح في اتجاه وضع قواعد لضم مزودي خدمة الإنترنت تحت الرقابة والتنصت. وأثار هذا التحرك غضب كل من المجموعات الليبرالية المدنية والشركات المزودة لخدمة الإنترنت. وكان اعتراض الشركات جزئيًا بسبب التكلفة المالية، وجزئيًا بسبب الصعوبات العملية عند إعداد وتنفيذ رقابة من هذا النوع. على سبيل المثال، وفقًا لقانون (CALEA) إذا أدرك الأشخاص أنهم تحت التنصت والرقابة، تقع المسؤولية عندئذ على شركة الإنترنت. ولكن تم تجاوز تلك الاعتراضات بحجة أن امتداد قانون (CALEA) ليشمل الإنترنت كان ضروريًا لمحاربة الإرهاب. وأمرت كل شركات الإنترنت ذات الشبكة عريضة النطاق ومزودي خدمة الإنترنت عبر بروتوكول الإنترنت بالإذعان للقوانين الجديدة بحلول مايو 2007. ونظرًا إلى أن مسؤولية ضمان عدم معرفة الأشخاص الخاضعين للرقابة أنهم مراقبون تقع على عاتق شركات الإنترنت، اتفقت شركات الإنترنت الأمريكية مع المشرعين على ترك معدات التنصت المشروعة في مكانها بشكل دائم، حتى يمكن تفعيلها والتنصت على اتصالات الأفراد إذا لزم الأمر.

وخلال عام 2008، وضع المعهد الأوروبي لمعايير الاتصالات السلكية واللاسلكية (ETSI)، وهو هيئة غير ربحية، إجراءات تسمح بتمديد (CALEA) ليشمل أوروبا. وتم هذا بالفعل، بالرغم من أن أوروبا تقود العالم في مسألة حقوق الخصوصية، ولكن ثمة تناقضات عبر الاتحاد الأوروبي فيما يتعلق بتنفيذ تعليماتها الخاصة بحماية البيانات، بينما تسود الفوضى جهود تنسيق المراقبة. وتوصلت دراسة بحثية نُشرت في 2011، ومولها برنامج المفوضية الأوروبية الخاص "الحقوق الأساسية والمواطنة"، أجريت بين عامي 2007 و2013، إلى أن الثغرات والإعفاءات العديدة القائمة تجعل فهم مسألة الخصوصية في الدول الأوروبية بشكل كامل أمرًا صعبًا، خاصة في ضوء ذريعة "الأمن القومي".

ومن المؤشرات الدالة على الرقابة المفرطة من جانب الدول الأعضاء، انعدام قدرتهم على وضع إجراءات وقائية احترازية ضمن عمليات التواصل من أجل تحقيق الوصول إلى المعلومات من خلال الخدمات الجديدة. على سبيل المثال، تسعى كل من فرنسا وألمانيا وسويسرا إلى الحصول على صلاحيات أقوى لإجراء أبحاث سرية على أجهزة الكمبيوتر؛ بينما تمتلك أيرلندا سلطات غامضة للتنصت غير المبرر على الاتصالات عبر بروتوكول الإنترنت؛ وتبني إيطاليا "أبوابًا خلفية" لاختراق الأنظمة، وتمتلك بلغاريا "صناديق سوداء" بمزودي خدمة الإنترنت.

المصدر: www.economist.com/search/displaystory.cfm?story_id=10789393.

© صحيفة "الإيكونوميست" المحدودة، لندن (2008).

الاتفاقية الأوروبية للخصوصية وحقوق الإنسان "EPHR" (موروزوف، 2011).

التكامل الرأسي

هو منظومة إنتاجية تتحكم بموجها شركة واحدة في كل مراحل الإنتاج والتوزيع للبضائع والخدمات في عمل تجاري ما. وهذا يسمح لها بجمع أرباح من كل الأوجه المرتبطة بالمحتوى الإعلامي. تستطيع الشركة المتكاملة رأسيًا، على سبيل المثال، إنتاج أفلام وعرضها في العالم كله في دور عرض وقنوات تلفزيونية تمتلكها، مع الدعاية لها عبر أدوات إعلامية أخرى تمتلكها أيضًا، وتأجير تلك الأفلام في متاجر بيع الأفلام التي تمتلكها.

وعززت الفوضى التي حدثت في صناعة السينما الأوروبية بعد الحرب العالمية الثانية هيمنة هوليوود العالمية - وهو موقع لم تفقده أبدًا، بالرغم من محاولات الحكومات الأوروبية فرض حصص على واردات الأفلام الأمريكية أو تشجيع الإنتاج المحلي عبر تقديم مساعدات مالية (بالنافس وآخرين، 2008). وبعد الحرب، أصبحت شركات هوليوود العملاقة جزءًا من تكتلات كبرى، تنتج الأفلام وتمتلك دور العرض، التي تعرض فيها تلك الأفلام. وبنهاية القرن العشرين، أصبح الموزعون الرئيسيون في هوليوود يمتلكون 83٪ من السوق اللاتينية، وسجلوا نسبة 70٪ من العائدات في السوق الأوروبية. وفي إطار التكيف مع انتشار التلفزيون كوسيلة جماهيرية منذ أواخر أربعينات القرن

الماضي (الأمر الذي كان ينظر إليه بوصفه تهديداً في بداية الأمر)، انتقلت الاستوديوهات الكبرى إلى إنتاج المواد التليفزيونية، فقامت بشراء شبكات تليفزيونية، وعملت كموزعين ومستثمرين أكثر من العمل كمنتجين، مما سمح للشركات المستقلة بتجميع حزم إنتاجية و فرق عمل للوسيلة الإعلامية الجديدة (بالنافيز وآخرون، 2008).

ومنذ عام 2010، أصبح هناك ستة استوديوهات كبرى هوليوود - وهي: استوديوهات أفلام والت ديزني (وتملكها شركة "الت ديزني")، "سوني بيكتشرز إنترتينمنت"، "بارامونت بيكتشرز كوربوريشن" (وتملكها شركة "فياكوم")، شركة أفلام "فوكس القرن العشرين" (وتملكها شركة "نيوز كوربوريشن")، استوديوهات "يونيفرسال سيتي" ذات المسؤولية المحدودة (وتملكها هيئة "إن بي سي يونيفرسال") وشركة "ورنر براذرز الترفيهية المدجة" (وتملكها شركة "تايم ورنر"). (جمعية الفيلم الأمريكي، 2010). وتلك الشركات أعضاء في جمعية الفيلم الأمريكي التجارية غير الربحية (MPAA)، التي تعتبر جزءاً من الهيئة الدولية، جمعية الصور المتحركة (MPA) (وعلى نحو مشوش، أصبح اسمها الجديد منذ عام 1994 جمعية الفيلم الأمريكي). والمثير للاهتمام هنا أن مصالح الشركات الست الكبرى تتعزز بشكل دوري من قبل تلك الهيئة، حتى في مجالات حقوق التأليف والنشر وإدارة الحقوق الرقمية.

ولسوء حظ صناعة السينما (كما هو الحال مع قطاعات إعلامية أخرى)، مع ظهور التقنية الرقمية، وتقارب الإعلام في تسعينات القرن الماضي، تعرضت حقوق الملكية الفكرية لتحديات هائلة، حيث أمكن نسخ المحتوى الترفيهي ومنتجات رقمية أخرى، ومشاركتها على الإنترنت تقريباً بشكل مجاني.

واتخذت جمعية الفيلم الأمريكية خطوات قوية - ومع ذلك غير فعالة - لتقليل عدد المواقع التي تشارك في الملفات عبر الإنترنت، حتى تصبح الأفلام التي تتمتع بحقوق التأليف والنشر متاحة للتحميل (كدليل على مدى جديتهم في معالجة تلك المسألة، فقط راجع الموقع: www.mpa.org). كما تم اتخاذ خطوات مشابهة من قبل المجموعة التجارية لصناعة التسجيلات الأمريكية - جمعية صناعة التسجيلات الأمريكية (RIAA) (انظر الموقع: www.riaa.com/index.php).

التقارب

هناك تعريفان لهذا المصطلح المستخدم كثيرًا، موجودان أدناه، لكل منهما تعريفات مختلفة. ويوحي التعريف الأول بالتكامل، بينما يوحي الثاني بالتشعب.

التقارب مصطلح: يعني دمج تكنولوجيات وصناعات مختلفة بهدف إنتاج أشكال جديدة من المنتج الثقافي وطرق جديدة لإنتاجه وتسليمه (أو سيوتشرو وجيرارد، 2002). وقد يكون مثال جيد على هذا التعريف هو التطورات الحالية في الهواتف المحمولة، التي توفر لك تشغيل الأغاني ببرنامج MP3، وإمكانية وصول للإنترنت وبها كاميرات رقمية، بجانب المزايا العادية في إجراء المكالمات. كذلك تخدم تكنولوجيا الألعاب، مثل الألعاب الإلكترونية، التي تعمل كأنظمة ترفيه منزلية، في توضيح هذه الفكرة.

التقارب مصطلح: يعني تدفق المحتويات عبر منصات إعلامية متعددة، أي التعاون بين صناعات إعلامية متعددة، وسلوك الهجرة لدى جمهور وسائل الإعلام، الذي يذهب تقريبًا في كل مكان بحثًا عن أنواع تجارب الترفيه التي يريدونها (جنكنز، 2006). قد تتم مشاهدة المواد المرئية بالنسبة لعدد من جمهور اليوم، على سبيل المثال، عبر التلفزيون أو اسطوانات الـ دي أو التحميل من على الإنترنت، وما إلى ذلك، في أي وقت حسب راحة المستهلك.

إجراء دراسات إعلامية

استكشاف التكامل الرأسي في السينما المحلية

انظر إلى قائمة الأفلام المعروضة في دور العرض السينمائية في بلدك الأسبوع الحالي. اكتشف الشركات الأم التي أنتجتها والموزعين الذين وزعوها.

هل أثمر أي من هذه الأفلام عن منتجات جانبية، مثل الكتب وألعاب الفيديو والمسلسلات التلفزيونية والألعاب وتنزيلات المواد الموسيقية؟ من الذي يحصل على المال من تلك المنتجات المتنوعة؟

على سبيل المثال، واجهت صناعة الموسيقى تحدي من برنامج "نابستر"، وهو برنامج لتبادل الملفات تم إنشاؤه في عام 1999 على يد طالب جامعي عمره 19 عامًا، وسمح هذا البرنامج للناس في كل مكان في العالم بمشاركة المواد الموسيقية بين أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم. ورفعت فرقة الروك الموسيقية "Metallica" وعدد من

التفكير بصوت مرتفع المجال العام العالمي

تعد مدد البث الفضائية المجدولة، التي تسلم البث التلفزيوني، أو تساعد وسائل اتصال أخرى في الإرسال حول العالم، مصدرًا عامًا عالميًا محدودًا في العرض. ولأنها مصادر عامة، فالحكومات مجبرة على استخدامها على النحو الأمثل للصالح العام، بدلاً من بيع تلك المدد لشركات القطاع الخاص. وعلى الأساس نفسه، تدور المناقشات والجدالات بشأن المجال العام، التي تفرض التزامات على جهات البث التي تستخدم تلك الموارد، فهل ينبغي على تلك الجهات الاحتفاظ ببعض الترددات المينة لتطوير مجال عام عالمي، من خلال بث محتوى إعلامي عالمي؟ هل ينبغي توجيه بعض الأرباح الناتجة من استخدام الشركات الخاصة لتلك المملكات العامة من أجل الصالح العام، ولكن على صعيد عالمي؟ (عن المجال العام العالمي.

الشركات الكبرى دعوى قضائية في الولايات المتحدة الأمريكية، بسبب انتهاك حقوق التأليف والنشر، ضد برنامج "نابستر" في عام 2000 من خلال جمعية RIAA. وبلغ الأمر ذروته في الحكم الصادر عام 2001 بإلزام برنامج "نابستر" بمنع المشتركين به من الحصول على إمكانية وصول إلى أي محتوى على فهرس البحث الخاص به قد ينتهك حقوق التأليف والنشر. وهذا يعني أن مستهلكي الموسيقى استطاعوا، عبر برنامج "نابستر"، تغيير توزيع منتج ثقافي وشكله وإمكانية الوصول إليه، وأظهروا للصناعة الموسيقية أن هناك سوقًا كبيرة لمختلف أشكال استهلاك المسارات الفردية، خاصة إذا كانت متاحة بشكل فوري، بدلاً من إتاحتها عبر قرص مضغوط لا تستطيع شراءه إلا من مكان واحد (أو سيوتشرو وجيرارد، 2002).

التلفزيون والعولمة

إن الانتشار العالمي للتلفزيون أمر مسلم به، حيث استطاع، بنهاية القرن العشرين، الوصول إلى ما يزيد عن 90٪ من سكان كل الدول المتقدمة، وما يزيد عن 80٪ من سكان العديد من الدول النامية (بالنافس وآخرون، 2008). وبينما تستعيد الدول سيطرتها على

مؤسسات البث الإذاعي الرسمية، التي يتأثر كل منها بأولويات الدولة الثقافية، وأحياناً أولوياتها السياسية، تم لأول مرة اختراع كل أشكال البث التلفزيوني الرئيسة (أخبار، مسرحيات تعالج مشاكل الحياة، أعمال درامية، برامج ألعاب، إعلانات) في الولايات المتحدة الأمريكية (ماشين وفان ليوين، 2007) في الراديو.

وقد تأسست أول شركة بث وطنية في الولايات المتحدة (وهي هيئة الإذاعة الوطنية NBC) وأول شركة في بريطانيا (وهي شركة "بي بي سي") في عشرينات القرن الماضي، وتحملت كل منهما مسؤولياتها تجاه العامة بشكل جاد للغاية؛ حيث نظرا إلى الراديو بوصفه وسيلة للتعليم والترفيه وزيادة الوعي الجمعي للدولة، إلى جانب مسؤولية الحفاظ على أخلاقيات الأمة (بالنافس وآخرون، 2008). وبعد الحرب العالمية الثانية، ضعفت القنوات التلفزيونية العامة التي تتحكم فيها الدولة، والتي أنشأتها دول أخرى بشكل تدريجي، تحت ضغوط البث التجاري. وتكثف هذا النوع من البث بوصول البث الفضائي التجاري في ثمانيات القرن الماضي، ليوفر كل من اللوائح التنظيمية والتسهيلات التقنية من أجل تبادل البرامج عبر جميع أنحاء العالم (فولكمر، 1999).

حتى إن هذا أجبر أكثر القنوات التي تتحكم فيها الدولة صرامة - مثل القنوات المصرية - على التحول نحو برامج معتمدة بصورة أكبر على الجانب الترفيهي (ماشين وفان ليوين، 2007).

وينشر التلفزيون اليوم حول العالم قضايا تؤثر في عملية تقرير السياسات والاقتصاد والثقافة، بحيث تؤثر في الخطة الاجتماعية للمجتمعات والشأن العام بها (فولكمر، 1999). على سبيل المثال، توسعت عدد من القنوات الأمريكية الإخبارية - مثل NBC/MSNBC، CNN العالمية، "بلومبرج"، CNBC - عالمياً في أوروبا وجنوب شرق آسيا. وهناك عامل مؤثر عالمي آخر للتلفزيون، وهو استمرار تغطيته على مدار الأربع وعشرين ساعة طوال الأسبوع (وعادة ما تعني هذه التغطية وجود أخبار متجددة)، مما أدى إلى امتلاكه قدرة التأثير على سياسة الحكومة بشكل سريع - والمعروف باسم "تأثير السي إن إن".

دراسة حالة قناة سي إن إن

تأسست قناة "سي إن إن" في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1980، وافتخر منتجوها بقدرتها منذ البداية على بث أحداث مباشرة من أي مكان بالولايات المتحدة الأمريكية، وهذا ما حدث بالفعل (على الرغم من أن هذا لم يكن أمرًا سهلاً) عبر تسيير مستقبل إرسال القمر الصناعي الخاص بها، الذي يبلغ قطره 18 قدمًا (لووري، 2005). (وفي وقت لاحق، أصبحت رائدة في استخدام هواتف الأقمار الصناعية ومعدات الاتصال الصناعي ذات الحجم الصغير).

وسرعان ما تم أخذ قرار الانتقال بالمحطة إلى العالمية، فقد كانت النية منعقدة مسبقًا على جعل القناة متاحة للمسافرين الأمريكيين في الخارج. ولكن أصبح من الواضح أن شهية القناة للبث العالمي كانت أكبر، خاصة بعد حرب الخليج الأولى في عامي 1990 و1991؛ حيث غزت القوات العراقية الكويت، مما حول القناة إلى علامة تجارية دولية، وذلك بسبب تغطيتها المباشرة للأحداث في العراق. وكان هناك الكثير من التعليقات المكثفة على تأثير تلك الصور التلفزيونية للحرب في عام 1991 (بودريار، 1995؛ هوسكنز، 2001؛ فيريليو، 2002).

وتخوف الكثير من أن تلك الاتجاهات الداعية إلى العولمة قد تؤدي إلى التجانس. ولكن في ثمانيات القرن الماضي، رأت جهات البث الفضائي أن التوطين والتنويع عاملان مربحان، حيث أتاحا للجمهور التعبير عما يفضله -والذي لا تحدده مطلقًا لغته الوطنية أو المحلية أو الإقليمية (ماشين وفان ليوين، 2007). على سبيل المثال، وكما يوثق فولكمر (1999) بالمستندات، تبنى قناة "السي إن إن" وسائل التواصل السمعية والبصرية العالمية ومتعددة المستويات بشكل استراتيجي، من خلال تكوين أفكارها الخاصة عن التجمعات السكانية واحتياجاتها، وهذا لصالح توسيع أعمالها. وتتضمن هذه الوسائل إنتاج برامج على الصعيد القاري والإقليمي، من خلال ممارسة استراتيجيات تسويق وإتباع نماذج صحفية مختلفة، مع تنويع عملياتها العالمية بطرق أخرى فعالة من الناحية الاقتصادية، مثل المدة الزمنية للبرامج التي يتم بثها عبر الأقمار الصناعية، ثم يعاد بثها على القنوات الوطنية، والبرامج ذات الاهتمامات الخاصة. وفي الواقع، تم إحداث ذلك "التفتت" العالمي مع إطلاق القنوات التجارية الموزعة عالميًا مثل "السي إن إن".

تأثير السي إن إن

يقصد بهذا المصطلح العملية التي من خلالها تؤثر وسائل الإعلام على سياسات الحكومات في الداخل والخارج. فالتغطية المباشرة، والأخبار المتجددة واسعة النطاق التي تظهر الأحداث وقت وقوعها، تُحرك ردود أفعال لدى الجماهير، عبر تغطية مركزة وعاطفية بالأساس (خاصة في أحداث الحرب أو الكوارث). ويضغط الجمهور بدوره على الحكومات لاتخاذ ردود أفعال تجاه تلك الأحداث. وما يهم هنا هو اتخاذ إجراءات سريعة أكثر من التقييم والتحليل ورد الفعل المدروس. ومع وجود إيجابيات وسلبيات لتأثير السي إن إن (على سبيل المثال، التحفيز على تقديم المساعدات في أوقات الكوارث العالمية)، فقد كان تأثيرها دائماً موضع جدال (هوكنز، 2002؛ روبنسون، 2002).

وبينما قد يخفف التفتت العالمي من وطأة أسوأ تجاوزات عمليات التجانس في التليفزيون، لا يزال منتجو البرامج التليفزيونية المحلية والعالمية يستخدمون الصيغ الأمريكية بوصفها صيغ "أفضل الممارسات"، متبنيين البنيات الغربية في البث (الاتجار، هياكل الإدارة الهرمية، جداول البث، وما إلى ذلك). علاوة على هذا، تعتمد كل أنظمة البث التجارية على الإعلانات، مما دفع صانعي البرامج إلى إنتاج برامج وأخبار للجمهور تتخللها إعلانات (ماشين وفان ليوين، 2007).

وسائل الإعلام العالمية والأسواق الحرة والتنظيم

ظهرت نماذج الملكية والتمويل الأساسية، التي هيمنت على قطاع البث في الجزء الأكبر من القرن العشرين، بعد بضعة أعوام فقط من تقديم البث الإذاعي في الولايات المتحدة الأمريكية وعبر أوروبا، في عشرينات القرن الماضي. وبعد ذلك، حددت تلك النماذج بشكل كبير احتمالات التنظيم الإعلامي حول العالم. ففي الولايات المتحدة الأمريكية، نظم قانون البث الإذاعي في عام 1927 عمليات البث بوصفها عمليات بث تجارية في الأساس تدعمها الإعلانات. وكانت هذه سياسة عززت اقتصاد السوق الحر، وكانت مُرتابةً من نوايا الحكومة واحتمالية استخدامها لتلك الوسيلة الإعلامية كجهاز

دعائي. وحتى اليوم، يمنع القانون الأمريكي البث الحكومي داخل الولايات المتحدة وللمواطنين الأمريكيين. وفي أوروبا، كان الاتجاه الرئيسي نحو البث العام أو خدمة البث العامة، والقصد من هذا تلبية الاحتياجات المتنوعة لجمهور المشاهدين أو المستمعين. ومع حصول المستعمرات الأوروبية على استقلالها خلال القرن العشرين، تبنت تلك المستعمرات في العموم نموذج البث العام، الذي كانت تفضله أيضًا القوى المستعمرة السابقة، وإن كان تأثير الحكومة فيه أكبر. وتأثرت الدول بشكل أكبر بالولايات المتحدة الأمريكية، مثل أمريكا اللاتينية، التي اختارت أن تكون ملكية البث للقطاع الخاص، على الرغم من وجود بعض البث الخاضع للقطاع العام، ومع حضور قوي للدولة ممثلًا في هيئات الترخيص والهيئات التنظيمية، التي تمنحها القوة لفرض التزامات الخدمة العامة على جهات البث من القطاع الخاص، وذلك بهدف تقييد الممارسات المعادية للتنافسية، ولتحديد الملكية الأجنبية لوسائل الإعلام المحلية (أو سيوشرو وجيرارد، 2002).

ولكن بين ثمانينات وتسعينات القرن الماضي، ضعف كل من بث القطاع العام الأوروبي والقوانين الأمريكية المنظمة لخدمة البث العامة أمام قوى العولمة. وبينما تأثرت كل الأنظمة الإعلامية التجارية بطريقة ما بالنظام المالي العالمي، أصبحت وسائل الإعلام العالمية مستعبدة على وجه خاص، نظرًا للاحتمالية المرجحة أن يكون مالكوها هم المساهمون العالميون، وبالتالي يجب أن تكون موجهة دائمًا نحو تحقيق أرباح، حتى تبقى مساهميتها للمالكين سعداء، وتستمر أموال الاستثمارات في التدفق. علاوة على هذا، فنظرًا لندرة مشاركة مالكيها ومديريها في المجتمع المحلي، الذي تؤثر عليه وسائل الإعلام العالمية، تصبح الأرباح مرة أخرى أكثر أهمية من المخاوف الاجتماعية والأخلاقية للمجتمع (ديمرز، 2002).

وبالفعل، كان يُنظر إلى تنظيم الإعلام في الدول التي سيطرت فيها خدمة البث العامة - مثل أوروبا وكندا وأستراليا - بوصفه أمرًا جيدًا، حيث يوازن الدوافع نحو الاحتكار التي قد أنتجها إلغاء الضوابط التنظيمية (بالنافيز وآخرون، 2008). وكما رأينا حتى الآن، لعبت الدول القومية - القوى الأوروبية في القرن التاسع عشر والولايات المتحدة الأمريكية حديثًا - دورًا مهمًا في تأسيس هيمنة دولة أو أخرى على مختلف أشكال

وسائل الإعلام العالمية. وبعد توضيح المشهد، أصبح من المهم الآن أن نتعمق في الدور التاريخي للتنظيم في إنشاء المشهد الإعلامي العالمي الذي نراه اليوم.

منظمة الأمم المتحدة (UN)

تأسست منظمة الأمم المتحدة على الفور عقب الحرب العالمية الثانية، في عام 1945، وذلك لمنع حدوث حرب كبرى أخرى. وكان تأسيسها - بلغ عدد الدول الأعضاء الأصليين 50 عضوًا، ثم وصلوا اليوم إلى 193 دولة - بمثابة إطلاق لعصر الحوكمة أو الإدارة العالمية. وتبنت المنظمة دورًا تنسيقيًا في تنظيم وسائل الإعلام العالمية، مما أدى لإدخال هيئات قائمة مثل الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU) ضمن نظام الأمم المتحدة، في شكل وكالات مستقلة متخصصة ترتبط مع بعضها البعض من خلال اتفاقيات تعاونية. وجاءت هذه المبادرة إلى جانب وكالات متخصصة أخرى مثل البنك الدولي وصندوق النقد الدولي.

وقد فشلت الجهود الموازية لإنشاء منظمة تجارة دولية، ولكنها أدت إلى وضع ما يسمى بالاتفاقية العامة بشأن التعريفات الجمركية والتجارة أو "الجات" (GATT) (أو سيوتشرو وجيرارد، 2002) التي تمت الاستعاضة عنها في عام 1995 بمنظمة التجارة، وكان الهدف من تأسيس تلك المبادرات المساعدة في نشر التجارة الحرة ومواجهة القيود المفروضة على الاستيراد في كل بلد على حدا - مثل التعريفات الجمركية والقيود الكمية وما إلى ذلك. وبينما وضعت اتفاقية الجات مجموعة من القواعد والقوانين، أصبحت منظمة التجارة العالمية هي المؤسسة الفعلية القائمة، التي تجاوزت تغطيتها البضائع المصنعة لتتضمن القطاعات الخدمية وضمان حقوق الملكية الفكرية.

وتلعب كل تلك الهيئات والوكالات دورًا في تبادل السلع الإعلامية حول العالم وفي تنظيم العمليات التجارية لوسائل الإعلام العالمية. العالمية (WTO).

لأكثر من قرن من الزمان، كانت مشاكل المعلومات والاتصالات الإعلامية على جدول أعمال المفاوضات الدولية متعددة الاطراف. ومن ضمن الأمثلة، أول اتفاقية دولية للاتصالات، التي عقدت في عام 1865، ومفاوضات عصابة الأمم حول دور الإعلام في عشرينات القرن الماضي، التي أدت إلى اتفاقية جنيف الخاصة باستخدام البث الإذاعي في قضية السلام عام 1936، ومؤتمر الأمم المتحدة حول حرية المعلومات، الذي أنتج ثلاثة مشاريع اتفاقيات حول مشاكل الاتصال في 1948 (كلينوآشر، 1993).

يوجد الكثير من المؤسسات الرئيسية في مجال تنظيم الاتصالات الدولية: الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU - وتأسس في عام 1865 ومقره مدينة جنيف بدولة سويسرا) ومنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو - وتأسست عام 1945 ومقرها مدينة باريس بدولة فرنسا). ودور الاتحاد الدولي للاتصالات تنظيم ترددات الاتصالات العالمية والإقليمية وتوقع العرض والطلب، ودراسة المشاكل التقنية الفنية وتنسيق خطط الدول، وتخصيص ترددات الراديو (فولكمر، 1999؛ أو سيوتشرو وجيرارد، 2002). ويعرّف الاتحاد مجالات مسؤولياته على أنها اختصاصات تكنولوجية - استغلال مصادر الاتصال وتخصيصها وتسجيلها والاستفادة منها (رحيم، 1984). ولكن تعتبر أهداف منظمة اليونسكو، مقارنة بأهداف الاتحاد، أسمى وأرقى: المساهمة في السلام العالمي من خلال تعزيز التعاون الدولي في التعليم والعلم والثقافة والاتصال (أو سيوتشرو وجيرارد، 2002). فهي تنادي في ميثاقها التأسيسي بـ:

"لما كانت الحروب تُؤكّد في عقول البشر، ففي عقول البشر يجب أن تُبنى حصون السلام... إن السلم المبني على مجرد الاتفاقات الاقتصادية والسياسية بين الحكومات لا يقوى على دفع الشعوب إلى الالتزام به التزامًا إجماعيًا ثابتًا مخلصًا، وكان من المحتم بالتالي أن يقوم هذا السلم على أساس من التضامن الفكري والمعنوي بين بني البشر. الميثاق التأسيسي لمنظمة اليونسكو، 2002:7)

وعلى هذا النحو، أصبحت منظمة اليونسكو المسؤولة عن مشاريع الاتصالات بالأمم المتحدة المصممة لتعزيز تدفق حر ومتوازن للمعلومات - وكان هدفها المذكور

أعلاه صريحًا في وثقتها التأسيسية المكتوبة في عام 1946 (ماكبرايد وروش، 1993). على سبيل المثال، تقوم المنظمة بإعداد محطات الراديو في الدول المتخلفة بهدف نشر معلومات عن الصحة والتعليم. ومن المثير للإهتمام، أنه بعد الحرب العالمية، كانت الولايات المتحدة الأمريكية هي من أخذ المبادرة داخل المنظمة بدعم حرية الإعلام في جمع المعلومات وإرسالها وبيعها عبر أنحاء العالم، لتجعل هذا هدفًا سياسيًا عالميًا أساسيًا - وكان هذا مبدئيًا على حساب البريطانيين، الذين اعترضوا على فقدانهم تمييزهم عن غيرهم، حتى ولو كان هذا الاعتراض غير ناجح (جارنر وآخرون، 1993؛ ماكبرايد وروش، 1993). وكان يُنظر إلى مبدأ "التدفق الحر" الناتج عن هذه المبادرة، الذي ارتبط مع غيره من المبادئ التحررية الغربية مثل حرية الصحافة، باعتباره وسيلة لتعزيز السلام والتفاهم ونشر التقدم التقني (ماكبرايد وروش، 1993).

ومع تغير العضوية بمنظمة اليونسكو بمرور الوقت، لتشمل دولاً من أفريقيا وآسيا وأمريكا اللاتينية والشرق الأوسط، سعت دول العالم الثالث ودول اشتراكية سابقة نحو معارضة الحرية المطلقة للمعلومات والشركات الإعلامية المخصصة (جارنر وآخرون، 1993)؛ وللدفع باتجاه مزيد من التدفق المتوازن للمعلومات (ماكبرايد وروش، 1993) انظر http://erc.unesco.org/cp/MSList_alpha.asp?lg=E للحصول على قائمة بالدول الأعضاء في منظمة اليونسكو، ومتى انضمت إليها). ومن المثير للإهتمام أن تلك المبادرة الأمريكية بدت متشابهة للغاية مع الشكاوى التي قدمتها الوكالات الصحفية الأمريكية ضد الوكالات الصحفية الأوروبية في مطلع القرن العشرين (فان جينيكس، 1998). وأصبح هدف منظمة اليونسكو الآن ضمان أن تعزز وسائل الإعلام توزيعًا عادلاً وواسع النطاق للمعلومات الخاصة بأهداف وتطلعات واحتياجات كل الدول والمجموعات الثقافية، خاصة تلك التي تكافح ضد الإمبريالية والاستعمار الجديد والعنصرية. ولكن الاتفاقيات الدولية تعمل بشكل عام حتى تقوم الدول بالتوقيع عليها ثم إدماجها في قوانينها ولوائحها الداخلية (ماكويل وسيون، 1986).

تعد منظمة التجارة العالمية والبنك الدولي، المؤسستين المتحكمتين في سوق وسائل

الإعلام العالمية، ويتعهدان بضمان نهجها القائم على فلسفة السوق الحرة (ماشين وفان ليوين، 2007). وقد تأسست منظمة التجارة العالمية في عام 1995 كبديل عن اتفاقية الجات، التي كانت بدورها اتفاقية مؤقتة تم إعدادها بعد الحرب العالمية الثانية؛ لخفض الرسوم الجمركية المفروضة على البضائع المصنعة. وفي الواقع، عملت هذه الاتفاقية في صالح الدولة المهيمنة على العالم – الولايات المتحدة الأمريكية – التي رغبت في أسواق تصدير ضخمة (أو سيوتشرو وجيرارد، 2002؛ ماشين وفان ليوين، 2007). وبوصفها مؤسسة، تتبنى منظمة التجارة العالمية رؤية أوسع نطاقاً للتجارة مقارنة باتفاقية الجات، التي ركزت فقط على البضائع المصنعة. وتضمنت اختصاصات منظمة التجارة العالمية تجارة الأفكار (حقوق الملكية الفكرية) والاتصالات السلكية واللاسلكية ووسائل الإعلام، على نحو يسمح بإنشاء تكتلات إعلامية لاستغلال الأسواق الجديدة (أو سيوتشرو وجيرارد، 2002).

وينبغي أن نشير إلى أن المفوضين الثقافيين للاتحاد الأوروبي عارضوا بشدة صلاحيات منظمة التجارة العالمية، وقدموا ضمانات لتجارة الإعلام ومنتجات ثقافية أخرى. فقد ظل ممثلو الاتحاد الأوروبي متحمسين بشكل خاص تجاه الحفاظ على التنوع الثقافي والهويات الوطنية في مواجهة القوى العالمية التي بدت وكأنها تبشر بالتجانس. ووصل الأوروبيون، وفي مقدمتهم الفرنسيون، بمفاوضات صلاحيات منظمة التجارة العالمية إلى حافة الانهيار، من خلال الإصرار على أن تتم معاملة السينما والتلفزيون كقضايا ثقافية بالأساس وليس فقط صناعة من بين الصناعات.

وتم رفض هذه النقطة الجدلية من قبل المفوضين الأمريكيين، الذين غضبوا من الفكرة نفسها القائلة إن هيمنة هوليوود العالمية قد يكون لها تداعيات ثقافية (بالنافيز وآخرون، 2008)! ونقلت صحيفة "نيويورك تايمز" من وجهة النظر الأمريكية أن ثمة مشكلة كبرى بخصوص تصدير المنتجات الترفيهية الأمريكية مثل الأفلام والبرامج التلفزيونية وكذلك التكنولوجيات المصاحبة لتلك المنتجات. وبناءً على أيديولوجية السوق الحرة التي تتبناها الشركات التجارية الأمريكية – التي ضمن حمايتها بعد ذلك الرئيس كلينتون – توقع ممثلو القطاع الترفيهي الأمريكي أن يتم فتح إمكانية الوصول

للأسواق الخارجية المربحة وطلبوا ذلك. وكما أوردت الصحيفة، كانت صناعة السينما في المرتبة الثانية، بعد صناعة الطيران في الولايات المتحدة الأمريكية في إنتاج فائض تجاري. وكان الموقف الأوروبي، الذي طالب بالحفاظ على القيود المفروضة على الواردات، بمثابة تهديد للأرباح والعمالة الأمريكية. واشتكى فرانك برايس، الرئيس السابق لشركتي "كولومبيا" و"يونيفرسال" للإنتاج السينمائي، من أن الموقف الأوروبي مناصر لحماية التجارة الوطنية ومتعجرف وببساطة معادي للأمريكيين "إن ما لا يعجبهم هو أن الجمهور يرغب في المنتجات الترفيهية الأمريكية، وهم يريدون منع هذا." وكان هذا الرأي منتشرًا بين المنتجين والمسؤولين التنفيذيين الأمريكيين، الذين أشاروا إلى أن عوائق دخول السوق الأمريكية أقل من الأسواق الأخرى، بالرغم من أن جمهور الأفلام غير الإنجليزية كان محدودًا. وعلى النقيض، كانت الأعمال الأمريكية المحققة نجاحًا مدويًا في الخارج كما في الداخل.

ونقلت صحيفة "نيويورك تايمز" عن رئيس شركة "نيو لاين سينما"، روبرت الشايغ، الذي اشتكى من الموقف الفرنسي المثير للسخرية، قوله "إن سوق الترفيه واحدة من أنقى الأسواق في العالم. إذا لم يرق للناس فيلمًا أو تسجيلًا موسيقيًا، فإنهم لن يشاهدوه أو يشتروه. وفي الواقع، يشير نجاح صناعة الترفيه الأمريكية على مستوى العالم إلى جودة وجاذبية ما نفعله". (وينروب بي، 1993) مقال صحيفة "نيويورك تايمز"، عدد 12 ديسمبر، بعنوان 'معركة المديرين على الصيغة النهائية لاتفاقية الجات'.

ومن ناحية أخرى، رد المخرجون الأوروبيون، الذي كان من بينهم بيدرو المودوفار الإسباني، وبرناردو بيرتولوتشي الإيطالي، وستيفن فريرز البريطاني، وويم ويندرز الألماني، بقولهم "نحن فقط ندافع بياس عن الهامش الضئيل الباقي من الحرية. نحن نحاول حماية السينما الأوروبية من إبادتها بشكل تام" (وينروب، 1993). وأضاف المخرجون الأوروبيون أن الأفلام والبرامج التلفزيونية الأمريكية تمتلك الإمكانيات لسحق الأفلام والبرامج التلفزيونية الأوروبية المحلية. وإذا نجحت جمعية الفيلم الأمريكي في تحقيق مطالبها، فلن تكون هناك صناعة أفلام أوروبية بحلول عام 2000، على حد قول المخرجين الأوروبيين (وينروب، 1993).

دراسة حالة

منظمة التجارة العالمية وقضية مايلز ضد أنومالك

إليك مثال جيد على عمليات منظمة التجارة العالمية في شكل دراسة حالة أسبوية قام بها عبد الكلام آزاد بجامعة شيتاغونغ.

وتتعلق دراسته بفعل صريح من القرصنة الإعلامية. ففي عام 2004، اتهمت الفرقة الموسيقية البنجلاديشية "مايلز" أحد صانعي الأفلام الهنديين - أنومالك - بنسخ أغنياتها "فيري داو آمار بريم" (أي "أعدلي حبي") واستخدامها في الموسيقى التصويرية في أحد الأفلام الهندية. وجاء حكم المحكمة في صالح الفرقة الموسيقية، حيث حكم القاضي الهندي بأن يقوم صناع الفيلم بإزالة الأغنية من الموسيقى التصويرية للفيلم وكل المنتجات المصاحبة له.

وفي الأساس، لم يكن التوصل إلى اتفاقات بين البلدين هو السبب وراء هذا الحكم، بل لأنها كانا من الموقعين على اتفاقية منظمة التجارة العالمية وعلى اتفاق إطار أكبر وعالمي - اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (اتفاقية التريس). حيث كتب آزاد:

إن الحكم الذي أصدرته محكمة كالكوته العليا يمثل انتصارًا للنظام التجاري الدولي القائم على القواعد. وفي وقت سابق، كانت قوانين حقوق الملكية الفكرية مطبقة بالأساس داخل الحدود الوطنية، وكان مواطنو الدولة هم فقط من لهم حق الاستفادة من تلك القوانين؛ ولم تكن الهند استثناءً. ولكن قانون حقوق التأليف والنشر الهندي مكّن الحكومة من تمديد الاستفادة من قانون حقوق الملكية الفكرية إلى مواطني الدول الأخرى: (أ) إذا وقعت الهند على معاهدة ثنائية مع دول أخرى. (ب) إذا كانت الهند والدولة المعنية طرفين في اتفاقية دولية مشتركة تضمن حماية حقوق الملكية الفكرية. (ج) إذا ارتضت الحكومة الهندية أن تتبنى الدولة المعنية إجراءات لتقديم الحماية نفسها لأعمال المواطنين الهنديين.

ولكن الهند وبنجلاديش لم يوقعا أية اتفاقيات ثنائية، ولم يكونا طرفين في أية اتفاقيات دولية مشتركة، ترتبط بحماية حقوق الملكيات الأدبية والأعمال الفنية قبل

عام 1995. وهكذا، ووفقًا لأحكام قانون حقوق التأليف والنشر الهندي، لم تكن بنجلاديش تملك أي حق في حقوق الملكية الفكرية لأعمال مواطنيها في الهند قبل عام 1995.

ولكن الهند وبنجلاديش كانتا عضوين في منظمة التجارة العالمية عند تأسيسها في عام 1995، وتم تعديل قانون حقوق التأليف والنشر الهندي، بُناءً على هذه العضوية، ليتماشى مع اتفاق التريبيس.

المصدر: www.wto.org/english/res_e/booksp_e/casestudies_e/case3_e.html.
منظمة التجارة العالمية "إدارة تحديات المشاركة في منظمة التجارة العالمية: 45 دراسة حالة"، جامعة كامبريدج.

ومن الواضح أن من أرادوا أن تشرف منظمة التجارة العالمية على تلك الأمور حصلوا على ما أرادوا، وأصبحت تلعب المنظمة الآن دورًا في الإدارة العالمية لمعدات الاتصالات السلكية واللاسلكية والبنية التحتية والخدمات. كل هذا مع تأثيرها الحاسم على حقوق الملكية الفكرية (مثل براءات الاختراع وحقوق الطبع والنشر)؛ وهكذا يمكننا تعريف تلك المنظمة بوصفها أكثر اللاعبين قوة في التحكم بوسائل الإعلام والاتصالات على مستوى العالم. ولكن منظمة التجارة العالمية ليست قوة حيادية. فالشركات العابرة للحدود (كمثال: الشركات التي تعمل ويتم تمويلها وإدارتها عبر الحدود)، المفهوم إهتمامها الهائل بقواعد التجارة، لها تأثير كبير للغاية على منظمة التجارة العالمية، وتسعى نحو تحقيق مصالحها من خلال مجموعات ضغط منظمة للغاية وممولة جيدًا، حيث عادة ما تتجمع الشركات المتنافسة في تعاون بعيد المدى من أجل التأثير على جداول أعمال سلاسل تجارية مختلفة (أو سيوتشرو وجيرارد، 2002).

وبينما تعد المؤسسات العابرة للحدود، التي تتعامل مع وسائل الإعلام، من اللاعبين المهمين، إلا أن هذا لا يعني أن الدول القومية – على سبيل المثال، الدولة التي تعيش فيها – لم يعد لها دور أو رأي في التنظيم ووضع القواعد. فقد أظهرت دراسات عديدة أن الدولة

القومية وسياساتها الداخلية يلعبان دورًا محوريًا في وضع الخطوط النهائية للمشاهدين الإعلاميين المحلي والعالمي (سيماي، 2004؛ ستيفن، 2004). على سبيل المثال، كان للدولة القومية دور محوري في إعادة تنظيم وتيسير عولمة رأسمالية السوق الحرة، بما يزيل الحواجز أمام الإنتاج والتوزيع والاستهلاك العالمي للمنتجات الإعلامية (آرتز وكامالبيور، 2003). وغالبًا ما يطلق على عملية إعادة التنظيم هذه، وعلى نحو يثير الارتباك، "إلغاء الضوابط التنظيمية"، وهذا لتوضيح الفكرة الليبرالية الجديدة والأسطورية إلى حد ما القائلة إن الأسواق الحرة هي بطبيعة الحال حرة وتوجد بدون تدخل الدولة.

ويوضح المثال التالي أهمية السياسات المحلية في تحديد شكل المشهد الإعلامي العالمي. ففي عام 1996، أقر الكونجرس الأمريكي، مدفوعًا من جماعات الضغط الإعلامية، قانون الاتصالات. وفي وقت سابق، كانت ملكية قطاعات إعلامية مختلفة محدودة وفقًا للقانون، جزئيًا من أجل كبح جماح أباطرة الإعلام، وفعليًا، من أجل دعم التنافسية نظريًا. وكما رأينا في دراستنا المتعلقة باندفاع التجارة الإعلامية نحو اقتصاديات الحجم ومتابعة استراتيجيات مثل التآزر والتعاون من أجل خفض المخاطر وزيادة الأرباح، تتمتع ملكية وسائل إعلام متنوعة إمكانية كسب أموال هائلة، خاصة عندما يُنظر إليها من منظور عالمي.

والغنى هذا القانون الأمريكي الحدود بين وسائل الإعلام المختلفة، مما سمح للشركات بإجراء عمليات استحواذ واندماج عبر مجموعة من وسائل الإعلام - وأصبح الآن باستطاعة إحدى الشركات أن تملك العديد من وسائل الإعلام المختلفة المطبوع منها والإذاعي (حيث كانت شركات الصحف، في السابق، تمتلك فقط صحفًا، وكانت شركات البث تمتلك فقط شركات إذاعة وتلفزيون). كما أزال القانون كل القيود على ملكية المحطات الإذاعية والمحطات التلفزيونية، طالما أن الجمهور المحلي لتلك الصحف والمحطات لا يتجاوز 35٪. ونتيجة لهذا القانون، تم عقد 185 عملية استحواذ واندماج في صناعة البث في عام 1996 (ديمرز، 2002). وتم تصدير روح هذا القانون عالميًا، بدءًا بأوروبا وأمريكا اللاتينية، حيث كانت الحكومات الوطنية مجبرة على التخلي عن القيود والتحكم في ملكية

مواردها ومؤسساتها الإعلامية، إذا أرادت أن تشارك في التجارة العالمية وأن تشارك في الاتفاقيات التي أدت إلى إنشاء منظمة التجارة العالمية (ماشين وفان ليوين، 2007).

أدى هذا المناخ التنظيمي إلى إنشاء تكتلات إعلامية هائلة في تسعينات القرن الماضي، مثل شركات "فياكوم" و"ديزني" و"نيوز كوربوريشن"؛ حيث قامت تلك الشركات بشراء شركات أخرى حول العالم. على سبيل المثال، فيما يتعلق بالشبكات الإعلامية الأمريكية، اشترت شركة "ديزني" هيئة الإذاعة الأمريكية (ABC)؛ واشترت شركة "فياكوم" شبكة كولومبيا للبريد (CBS)، واشترت شركة "جنرال إلكتريك" هيئة الإذاعة الوطنية (NBC) (ماشين وفان ليوين، 2007). وتلك التكتلات قائمة بين أكبر الشركات في العالم، مع مصالح عبر عدد من الصناعات الأخرى (هيرمان وتشومسكي 2002). وأدى هذا الواقع، الذي تتلخ فيه تلك التكتلات شركات إعلامية أصغر بسهولة وغالبًا بقوة، إلى تهيئة وضع يمتلك فيه عدد قليل من التكتلات الإعلامية كماً هائلاً من الأشكال والأنواع الفنية الإعلامية واسعة النطاق وقنواتها التوزيعية.

تقييم العولمة ومقاومتها

حسنًا، هل هذا يهم؟ لماذا لا ينبغي أن نملك جميعًا إمكانية الوصول إلى وسائل ترفيهية لامعة من أفلام وأفراص "دي في دي" وألعاب كمبيوتر بقيم إنتاجية مرتفعة؛ وأخبار تليفزيونية على مدار الساعة وشركات إنترنت محترفة؟ أليس من الجيد وجود تلك التكتلات الضخمة، حتى تكون الوسائل الترفيهية والمعلوماتية متاحة بشكل عالمي، وعبر منصات إعلامية متعددة؟ ألن يكون الواقع والتمثيلات المعتمدان على وسائل الإعلام مملين بعض الشيء بدون هوليوود و"سي إن إن" و"فيس بوك" وما شابه ذلك؟ ومع هذا، توجد على الأقل ثلاثة استدلال على أن هذا أمر مهم.

1- يزعم الكثير أنه من غير المرجح أن تنتقد تلك التكتلات والشركات سياسات السوق الحرة والرأسمالية، حيث إنها تعتمد على صناعة التسويق العالمي، التي يهيمن عليها، بالتبعية بعض الشركات اليابانية والأمريكية. ويدّعي نقاد مثل ماكشيسني (2004)، وwww.thenation.com/doc/19991129/mchesney وهيرمن وماكشيسني (2001)

دراسة حالة

شركة "فياكوم" - التكتل الإعلامي

في مطلع تسعينات القرن الماضي، استولت شركة "فياكوم" على شركة عملاقة في هوليوود، وهي شركة "بارامونت"، مما لم يسمح لها بالتحكم في مجموعة أفلام شركة "بارامونت" التي بلغت 50 ألف فيلم فحسب، ولكن أيضاً في كتب دار "سايمون وشوستر" التي بلغت 300 ألف كتاب، ومتاجر شركة "بلوكباستر" للمواد الموسيقية والأفلام، ومجموعة قنوات "نيكلوديون" و"إم تي في"، وعدد من الحدائق العامة الترفيهية والمحطات التلفزيونية والإذاعية ودور العرض السينائية (بالنافيز وآخرون، 2008).

وعندما خففت الجهة الأمريكية المنظمة للإعلام قوانينها المفروضة على ملكية المحطات التلفزيونية في عام 1999، استولت شركة "فياكوم" على شبكة كولومبيا التلفزيونية والإذاعية (بالنافيز وآخرون، 2008).

وتم حل هذا الاندماج في عام 2005، حيث غيرت شركة "فياكوم" الأصلية اسمها إلى شركة "سي بي إس كوربوريشن"، كما انفصلت عنها شركة جديدة، هي شركة فياكوم الحالية (وتلك الأخيرة هي التي استولت على شبكات قنوات "إم تي في" وخيارات الترفيه المنزلي لاستوديو أفلام "بارامونت" وشركة "بارامونت بيكتشرز"). ويتحكم في 71٪ من أسهم شركتي "سي بي إس كوربوريشن" و"فياكوم" سامر ريدستون، الذي يشغل منصب رئيس الشركتين، من خلال شركة خاصة يملكها تعمل في مجال الإعلام والترفيه، "ناشيونال أميوزمنتس". (انظر

www.viacom.com/investorrelations/Investor_Relations_Docs/Form%2010K.pdf).

تعطينا تلك اللمحة السريعة فكرة عن حجم التكتلات الإعلامية ومدى تعقدتها، كما تقدم لنا بعض الأفكار لفهم كيف تتم عملياتها.

أن نشر وسائل الإعلام العالمية لمعلومات تهاجم المجموعات المؤثرة ذات السلطة والصفوة أمر أقل احتمالاً، وذلك لأن هذا المحتوى قد ينفر المعلنين أو مصادر الأخبار

أو المستهلكين، مما سيضر الأرباح. وبالتالي أصبحت الأخبار ووسائل الترفيه "خاضعة لتحكم الشركات"، لتولي تفضيلاً للمحتويات الترفيهية على الأخبار والشئون العامة والبرامج التعليمية (ماكيناً وآخرون، 1997)، مع تجنب الجدل وتقديم أدنى مستوى من مشاركة الجمهور، وإنتاج تنوع عام أقل فيما يطلق عليه سوق الأفكار، وبالتالي تفويض إمكانيات الشأن العام. وهكذا أدى إضفاء الصبغة التجارية العولمة، مع زيادة كمية المعلومات المطروحة، إلى تضيق نطاق المعلومات.

2- هل ثمة مشكلة عندما نجد أنفسنا نشاهد فيلم حركة وإثارة، يحارب فيه بطل أمريكي إرهابيين إلكترونيين، على سبيل المثال، فيلم "داي هارد 4" (Die Hard 4) (المخرج: لين وايزمان، 2007)، الذي وزعته شركة أفلام "فوكس القرن العشرين"، ويردد قصصاً ومواقف صحفية متعلقة بالحرب على الإرهاب تم إذاعتها على قناة "فوكس نيوز"؟ مع العلم بأن المنفذين الإعلاميين شركتان فرعيتان تابعتان للتكتل الإعلامي، "نيوز كوربوريشن"، الذي يملكه روبرت مردوخ (وبالمصادفة، توقف فيلم "داي هارد 4" بسبب أحداث الحادي عشر من سبتمبر).

وبغض النظر عن التفاصيل السردية لفيلم "داي هارد 4"، يقدم وجوده في حد ذاته لمحة عن الإرهاب كتهديد محتمل، وعندما تتعزز هذه الفكرة بما يرد من أخبار متكررة حول الموضوع ذاته، فهناك احتمالية كبيرة أن يؤدي هذا إلى خوف لا مبرر له وتزايد إحساس العامة بالخطر (ألثيد، 2006، 2007). إن استخدام الوسائل الترفيهية كأداة دعائية ليس بالأسلوب الجديد، بل هو أسلوب تم اختباره وتجربته، ويعود على الأقل إلى ثلاثينات القرن الماضي، عندما نظر وزير الدعاية النازية، جوزيف غوبلز، إلى الأغاني الشعبية والدعابات والأفلام كأدوات دعائية رئيسية في ألمانيا النازية (ماشين وفان ليوين، 2007). والآن، بعد أن أصبحت التكتلات الإعلامية تمتلك وتتحكم في كل من المنافذ الترفيهية والإخبارية، أصبح تمييز الخط الرفيع الفاصل بين الحقيقة والدعاية أكثر صعوبة. ربما لأننا جمهور مثقف إعلامياً اليوم، أصبح بإمكاننا إدراك أي محاولات دعائية من هذا النوع وتقييم حقيقتها. ولكن حذف الدعاية والمعلومات

الواقعية أمر خطير إن لم نفهم من الذي تتم الدعاية لمصلحه هنا، أو إذا قبلنا بدون نقد كل ما نراه من أخبار كحقيقة تامة بدلاً من كونها تمثيلاً جزئياً ومقيّداً للحقيقة (انظر الصفحة لمزيد من المناقشة حول الدعاية).

3- ماذا عن تأثير هذا على الإعلام المحلي؟ مع دخول مزيد من الدول الجديدة في شبكات التجارة العالمية، تتحرك الشركات الأضخم، حيث تقدم منتجاتها الإعلامية وتشتري شركات إعلامية محلية أو تنشئ علاقات تجارية مع مؤسسات إعلامية كبرى قائمة، من أجل جذبها إلى النظام العالمي (ماشين وفان ليوين، 2007). ولهذا تداعيات سلبية على التنوع وتشجيع الإبداع المحلي. وأدى هذا كثيرًا إلى اتهامات بالإمبريالية الإعلامية والإمبريالية الثقافية، أو تداعيات أقل تطرفًا مثل الهيمنة على الإعلام واستمرار الوضع الراهن. وتُظهر دراسات أن وسائل الإعلام العالمية، مثل كل وسائل الإعلام السائدة الرئيسية، تقوي المؤسسات المهيمنة وتقدّر الأنظمة - مثل الرأسمالية المسؤولة والديمقراطية النيابية (في مقابل أنظمة اقتصادية وسياسية بديلة) (ديمرز، 2002). وبالطبع قد تضع الدلالات السلبية للإعلام والإمبريالية الثقافية والهيمنة، عندما ننظر إلى بعض الدول التي تقاوم هذا التلوث الثقافي.

على سبيل المثال، تظهر الرغبة في استبعاد المحتوى غير اللائق سياسياً، في إيران - خاصة المحتوى المتعارض مع المعتقدات الدينية والأخلاقية الإيرانية - في شكل قرارات تنظيمية قوية ضد القنوات التلفزيونية الفضائية (بالرغم من شراء أطباق استقبال القنوات الفضائية من السوق السوداء) (بالنافيز وآخرون، 2008). ونظرًا إلى أن المثلية الجنسية محظورة في إيران، يمكنك إدراك رغبة الدولة في منع البرامج المتعلقة بالمثلية الجنسية (مثل برامج "Guy Queer Eye for the Straight" و "Will and Grace" و "Ellen"، وما إلى ذلك) من الوصول إلى الشعب الإيراني.

من الواضح أن هذه العمليات مهمة، وليست نتائجها حيادية أو جيدة. وبالفعل، أدى الجدل والنقاش حول عملية العولمة إلى ردود وحالات رفض ملفوظة وملموسة. وفي عام 1973، ركز رئيس فنلندا، في خطاب له أمام ندوة لليونسكو عن خبراء الإعلام، ودعا

إلى الانتباه إلى نمو أوجه التفاوت بين معاني كلمة الحرية بين الدول الغنية والفقيرة. وأشار إلى أن الحرية، بالنسبة للغربيين، أصبحت مساوية ببساطة لمفهوم الالتزام نيابة عن الدولة بضمان حرية التجارة وتوليد الأرباح؛ حيث قال "وبهذه الطريقة، أصبحت حرية التعبير عند الممارسة الفعلية تعني حرية القيام بها هو أمثل ... وعالمياً يعد تدفق المعلومات بين الدول - ليس من بينها المواد التي يتم إنتاجها عبر التلفزيون - بدرجة كبيرة جداً في اتجاه واحد وغير متوازن ولا يملك بأي شكل كان العمق والمدى، الذي تفرضه وتتطلبه مبادئ حرية التعبير" (منقول عن جاربرنر وآخرين، 1993: الجزء الحادي عشر).

وبسبب الاعتراف بهذا التفاوت العالمي، كانت هناك تحركات في أواخر سبعينات القرن الماضي وثمانيناته لمحاولة إنشاء "نظام عالمي جديد للإعلام والاتصال (NWICO)". ودعم هذه الحركة تقرير كُتِب برئاسة الشاعر الأيرلندي شون ماكبرايد (ماكبرايد، 1980) الأيرلندي، وكان التقرير، الذي يحمل عنوان "أصوات متعددة وعالم واحد" (ومعروف باسم تقرير ماكبرايد)، صادراً عن اليونسكو، وكان يهدف إلى دراسة مجموع مشاكل الاتصالات في المجتمعات الحديثة. وبعد الدعم الذي حصل عليه النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال من تقرير اليونسكو في عام 1983، تبنى مفهوم التعددية (الاجتماعية والثقافية والسياسية، إلخ) وحرية الصحافة واحترام حقوق الإنسان. واستكشف طبيعة وعواقب احتكار الوكالات الإخبارية واتجاه المواد الإعلامية الترفيهية في اتجاه واحد وانتشار الإعلانات، التي وصفها التقرير بأنها قيم مادية غربية في شكل دعائي. تمحور الجدل في البداية حول تدفق الأخبار، حيث كان هناك اتهام للوكالات الإخبارية العالمية الغربية (مثل وكالتي "أسوشيتد برس" و"يوناييتد برس إنترناشيونال" الأمريكيتين، ووكالة "فرانس برس" الفرنسية ووكالة "رويترز" البريطانية) باحتكار تدفق الأخبار من وإلى البلدان النامية، وتقديم المعلومات من منظور محدود، وإظهار المصالح الاقتصادية والثقافية للدول الصناعية، واختصار التغطية الإخبارية عن دول العالم الثالث في أخبار عن الانقلابات والأزمات والزلازل (ماكبرايد وروش، 1993). كذلك كان تدفق البرامج التلفزيونية، بما في ذلك البرامج الترفيهية، مثار جدل، فقد أظهرت دراسة لليونسكو

أجراها كل من نوردينسترينج وفاريس (1974) أن دول الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وفرنسا وألمانيا الاتحادية، تهيمن على تدفق البرامج التلفزيونية.

نظرية رئيسية

الإمبريالية الإعلامية والإمبريالية الثقافية

تهتم الإمبريالية الثقافية بكيفية سيطرة طريقة الحياة - القيم والمعتقدات والهياكل الأخلاقية - في مجتمع ما على "طريقة الحياة" في مجتمع آخر. ويمكن فهم هذه النقطة عند ربطها بالفكرة القائلة إن النظام العالمي يتكون من مجتمعات تتمتع بقدر مختلف من القوة، وهكذا يمكن تقسيم هذا النظام العالمي إلى مجتمعات "أساسية" ("قوية"، "معاصرة"، وغالبًا ما تكون الدول الغربية) وأخرى "هامشية" (ثانوية، أقل قوة، ما زالت في طور النمو الاقتصادي، أو مجتمعات العالم الثالث). وتُشير الإمبريالية الثقافية إلى مجموع العمليات، التي تجذب المجتمع الهامشي وتضغط عليه وتجبره، وأحيانًا ترشوه، ليقوم بتشكيل المؤسسات الاجتماعية، أو حتى تعزيزها، وفقًا لقيم وهياكل النظام العالمي المسيطر "المعاصر" (الرأسمالي، المعتمد على السوق الحرة، الغربي) (شيرلر، 1976).

وتُشير الإمبريالية الإعلامية إلى العمليات، التي بواسطتها تخضع ملكية وسائل الإعلام وتوزيعها ومحتواها في دولة ما، لضغوط خارجية جوهرية من مصالح وسائل الإعلام في دولة أخرى. وترتبط تلك العمليات باختلال توازن القوى، حيث لا تملك الدولة الخاضعة للضغوط تأثيرًا متبادلًا نسبيًا (بويد باريت وآخرون، 1977). ومن الواضح أن الشركات الإعلامية تلعب دورًا هامًا في نشر الثقافة وعملية الإمبريالية الثقافية.

ومن الدراسات المؤثرة في تأسيس مفهوم الإمبريالية الإعلامية تلك التي أجراها كل من جالتونج وروج في عام 1965، عن كيفية انتقال الأزمات الكبرى من الدول "الهامشية" بالعالم الثالث (مثل الكونغو وقبرص وكوبا) إلى الدول "الهامشية" بالعالم الأول (مثل النرويج). وأظهر أن الدول الهامشية لا تتواصل مع بعضها البعض بشكل مباشر، ولكن التواصل يتدفق من دولة هامشية إلى دولة أساسية، ثم إلى دولة هامشية أخرى. وبالتالي، تتعرف الدول الهامشية على شئون بعضها البعض، فقط وفقًا لمصالح (وجهور) وسائل الإعلام في الدولة الأساسية.

ولكن رد فعل الصحافة الغربية (وخاصة الأمريكية) على فكرة نظام عالمي جديد للإعلام والاتصال كان معارضًا بشكل شرس، فهذه الفكرة هددت المصالح الإعلامية الغربية المخصصة الراسخة. وهذه المصالح، بدورها، رسمت فكرة النظام بوصفها واجهة لتحكم حكومة ديكتاتورية في الإعلام، وأوحت أن هذا بدوره سيكون معاديًا للحرية والديموقراطية (جاربنر وآخرون، 1993؛ كلينواتشر، 1993). يعود السياق الذي ظهرت فيه مصطلحات هذا الجدال إلى الحرب الباردة (1945-1989)، التي حرّضت الغرب الاستهلاكي وأيديولوجيات السوق الحرة ضد الاشتراكية الجمعية أو الأيديولوجيات الشيوعية. ويعد انهيار الكتلة الشيوعية القديمة، المتمثل في سقوط جدار برلين عام 1989، واحدًا من أسباب التقدم الحتمي والمظفر للتجارة الحرة العالمية والقيم المصاحبة.

وفي ظل الحكومة الجمهورية بقيادة رونالد ريغان، انسحبت الولايات المتحدة الأمريكية من منظمة اليونسكو، في العام نفسه الذي صدر فيه التقرير، في 1983. ولم يكن هذا الانسحاب فقط بسبب النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال، ولكن أيضًا بسبب دراسات المنظمة عن السلام ونزع الأسلحة وحقوق الإنسان والنزاعات حول إسرائيل، ولأسباب مالية وتنظيمية. وفي المناخ اللاحق من إلغاء الضوابط التنظيمية والخصخصة، فقدت الحركة قوتها الدافعة (ماشين وفان ليوين، 2007). وتحالفًا مع سياسات الولايات المتحدة الأمريكية، انسحبت بريطانيا من منظمة اليونسكو في عام 1984 (بالرغم من عودتها في عام 1997 تحت حكومة توني بليز) (أو سيوتشر وجيرارد، 2002). وفي مواجهة معارضة كهذه من أعضاء أقوياء كهؤلاء، تراجعت منظمة اليونسكو رسميًا في عام 1989 وسحبت استراتيجية النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال (جاربنر وآخرون، 1993).

وعلى نحو مثير للاهتمام، ومع خروج مبادرة النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال من جدول أعمال منظمة اليونسكو، تبنت تجمعات أخرى عابرة للحدود الوطنية المناقشات والجدال لأنفسها. على سبيل المثال، الجماعة الاقتصادية الأوروبية (التي أصبحت الآن الاتحاد الأوروبي)، فبعد مناقشات حول كيفية حماية الهوية الثقافية الأوروبية وتطويرها في بيئة اتصال عالمي، أصدرت في عام 1989 توجيهًا بشأن البث

التلفزيوني، من أجل تعزيز إنتاج أوروبا من المواد التلفزيونية، مع تطبيق نظام الحصص في سبيل خفض تأثير الإعلام المستورد (باكير، 2001).

ولا تزال المملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية تسيطران على سوق التصدير العالمي فيما يتعلق بالمواد التلفزيونية - فقد انتهت الولايات المتحدة الأمريكية من تصوير برامج تلفزيونية بدءاً من برنامج أوبرا وينفري، مروراً بمسلسل The Wire إلى مسلسل "الضياع" (Lost)، إلخ؛ ومن بين البرامج البريطانية التلفزيونية العالمية "بوب آيدول" و"من سيربح المليون"؟ (Who Wants to be a Millionaire?) و"الحلقة الأضعف" (The Weakest Link) و"غرف تغيير الملابس" (Changing Rooms) (كولويل وبراييس، 2004؛ pdf.www.pact.co.uk/uploads/file_bank/1698). وبالرغم من هذا، أصبح التدفق العالمي للمواد الإعلامية الترفيهية أكثر تعقيداً، وظهرت دول أخرى كمصدرين عالميين في بعض المنتجات المتخصصة. فعلى سبيل المثال، صدرت أستراليا المسلسل الطويل "الجيران" (Neighbours) إلى المملكة المتحدة. واستطاع عدد من الدول، غير المملكة المتحدة، تصدير منتجات تلفزيونية دولية ناجحة، ومنها هولندا وفرنسا وإسبانيا ونيوزلندا وأستراليا والأرجنتين. فبرامج "الأخ الأكبر" (Big Brother) و"الخطة الرئيسية" (Masterplan) و"اختبر الأمة" (Test the Nation) هولندية (كولويل وبراييس، 2004؛ www.pact.co.uk/uploads/file_bank/1698.pdf). ولكن خارج المنتجات التلفزيونية العالمية القابلة للتخصيص على المستوى المحلي، لا تنتشر غالبية المنتجات المحلية بشكل جيد، وغالباً ما تعتمد على المساعدات المالية الحكومية لتظل قائمة. وبدلاً من هذا، قد تجد المنتجات التلفزيونية المحلية سوقاً عالمية من خلال الجماعات العرقية المشتتة - وأفلام "بوليوود" الهندية المصدرة للخارج خير مثال على هذا (ماشين وفان ليوين، 2007).

وفيما يتعلق بالصور الأخرى للإعلام العالمي، مثل الإنترنت، ثمة بعض التطورات المثيرة للإهتمام. على سبيل المثال، تتحدى البرمجيات مفتوحة المصدر، المجانية المتاحة للجميع لصقلها وتطويرها بشكل أكبر، مثل منصات "لينوكس"، قبضة الشركات العملاقة مثل "مايكروسوفت" (انظر www.linux.org/).

وتستمر منظمة اليونسكو في دعم مبادرات الإعلام والاتصالات بطرق عملية، بهدف ضمان أن التدفق الحر للمعلومات لا يعني إطلاق حرية التصرف للشركات والمصالح الخاصة، وإنما أنه يساعد في تقدم المجتمعات وأدائها الديموقراطي. على سبيل المثال، تعزز المنظمة الصحافة غير المنحازة من خلال الشبكة الدولية لتبادل المعلومات حول حرية التعبير (آيفكس - www.ifex.org/)، وهي آلية لتعبئة رد فعل دولي سريع تجاه انتهاكات حرية الصحافة. وشبكة الإنذار (AAN) هي المكون الأساسي في شبكة "آيفكس". فالمنظمات الأعضاء تبلغ عن أمثلة على إساءة استخدام حرية التعبير في المناطق الجغرافية خاصتها إلى "غرفة تبادل معلومات". وتنقل الغرفة بدورها تلك التقارير والمعلومات بدورها إلى أعضاء آخرين ومنظمات معنية في كل أنحاء العالم. تنظم شبكة الإنذار (AAN) ردودًا سريعة وعالمية ومنسقة على انتهاكات حرية الصحافة أو حرية التعبير - مع إبراز أولئك الذين يعدون مسئولين.

وتضمنت بعض أهداف خطة تطوير الاتصالات التي قدمتها مبادرة "النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال" فكرة محاكاة الإنتاج الإعلامي المحلي ومؤسسات الاتصالات التشاركية داخل الدول النامية. على سبيل المثال، قد تعني هذه الفكرة منظمات عمالية وحركات نسائية ريفية وحضرية، وغيرها، لمواجهة الفجوة الآخذة في الاتساع بين المركز الصناعي الحضري المتقدم للغاية والعدد الهائل من المزارعين الريفيين أو المهاجرين العاملين بأجر أقل مما يستحقونه (وايت، 1993). وقد زادت كثافة استخدام خطوط الإنتاج الإعلامي البديلة هذه في عصر الرقمنة والتفاعل ونشره لوسائل الإعلام التشاركية - أي امتلاك المستهلكون الوسائل التي تمكنهم من صنع المادة الإعلامية وتوزيعها، التي غالبًا ما تكون متحررة من المراقبين التقليديين أو القواعد التنظيمية الإعلامية الرئيسية. وعلى هذا النحو، انتبه الباحثون العالميون في مجال الإعلام إلى انتشار الأسلوب التشاركي والاتصالات الأفقية، والطريقة التي كافحت بها قوى المستهلكين والمشاركين الشركات الإعلامية العالمية (بيتون وواجكمان، 2004) ووسائل الإعلام الخاضعة لسيطرة الدولة في الأنظمة الاستبدادية (ألترمان، 2004، لينش، 2006). على

سبيل المثال، تظهر المساهمات الفردية المنسقة بشكل جماعي، بوضوح في صحافة المواطن عبر الإنترنت.

ومن أبرز الأمثلة على صحافة المواطن موقع "Indymedia" (أو مركز الإعلام الحر) - وهو موقع يتكون من شبكة إلكترونية عالمية من المواقع الإخبارية تعمل بشكل جماعي. تم تأسيسه من قبل منظمات إعلامية بديلة ومتنوعة ومستقلة ونشطة في عام 1999، من أجل تقديم تغطية شعبية للمظاهرات المعارضة لمنظمة التجارة العالمية في مدينة سياتل الأمريكية. وعمل المركز بوصفه غرفة تبادل معلومات للصحفيين. ويستخدم الموقع نظام النشر المفتوح الديموقراطي (وانظر مناقشة جونز (2007) حول مدى ديموقراطيته فعلياً). ويسمح النشر المفتوح بإسهامات أي شخص يرغب في إضافة قصص إخبارية يمكن مشاهدتها على الفور، وأيضاً مراجعتها (ولكنه نظام مختلف عن نظام موقع "ويكيبيديا"). ومن خلال شبكة لامركزية ومستقلة من الاتصالات، يقوم المئات من النشطاء في المجال الإعلامي بإعداد مراكز إعلامية مستقلة في دول تنتشر في كل القارات (www.indymedia.org). على سبيل المثال، يعالج بيان المهام للمركز الإعلامي المستقل بمدينة لوس أنجلوس بشكل صريح هيمنة تكتلات إعلامية عالمية على الأخبار، ويتضمن البيان التالي:

"لتشجيع عالم لا تعني فيه العولمة التجانس والاستغلال، ولكن بالأحرى التنوع والتعاون.

لتغطية الأحداث المحلية التي يتم تجاهلها أو تغطيتها الشركات الإعلامية بشكل ضعيف

....

لتقديم تغطية تشدد على الطبيعة العالمية لكفاح الشعب من أجل تحقيق العدالة الاجتماعية والاقتصادية والبيئية مباشرة من وجهة نظره.

لتشجيع إنشاء منظمات مستقلة لجمع الأخبار وتيسيرها ودعمها."

(المركز الإعلامي المستقل بمدينة لوس أنجلوس، 2008،

<http://la.indymedia.org/process/about.php>).

دراسة حالة

توضيح التدفق الحر للمعلومات: قناة الجزيرة

انطلقت قناة الجزيرة من مدينة الدوحة القطرية في عام 1996، كقناة فضائية عربية إخبارية ومصدر للأحداث الجارية - وكانت واحدة من 100 قناة فضائية عربية ظهرت في تسعينات القرن الماضي (شيربي، 2006). وعندما تولى راعي القناة، أمير دولة قطر، الشيخ حمد بن خليفة آل ثاني، السلطة في عام 1995، وعد بتحويل قطر إلى مملكة دستورية ليبرالية وأعلن نهاية الرقابة على الإعلام، حيث ألغى وزارة المعلومات والثقافة من الحكومة، ومنح أموالاً لبدء تشغيل القناة وزودها بطاقم عمل من مهنيين محترفين مدرّبين لدى قناة "بي بي سي"، الذين أصبحوا عاطلين بعد الإغلاق الأخير لخدمة "بي بي سي" العربية (صقر، 2002).

وبحلول عام 2000، أصبحت قناة الجزيرة قناة إخبارية تعمل على مدار الساعة (شيربي، 2006)، ومثلما أصبحت قناة "سي إن إن" واجهة حرب الخليج عام 1991، حددت تغطية الجزيرة الصراعات الأولية للقرن الحادي والعشرين، كونها جهة البث الوحيدة التي حصلت على مصادقة من جماعة طالبان الأفغانية.

وأصبحت قوة عظيمة خلال حرب العراق عام 2003. فنظرًا لمنحها أدنى حد من إمكانية الوصول كمراسلين صحفيين مدموجين مع القوات البريطانية والأمريكية في حرب العراق عام 2003، فقد ركزت القناة تغطيتها على آثار الحرب على المجتمع المدني العراقي، حيث عرضت صورًا لمدنيين أموات وقوات التحالف التي أغضبت الحكومات الغربية (سيب، 2004؛ تاام، 2005) التي اعتادت على كونها قادرة على التحكم بشدة في تغطية الأخبار المتعلقة بالحرب (باكير وماكستاي، 2008؛ باكير، 2010).

وجذبت قناة الجزيرة جمهورًا يتراوح بين 35 و50 مليون مشاهد، ليس فقط في الشرق الأوسط، ولكن أيضًا في جنوب أفريقيا وأندونيسيا (التي بها أكبر تعداد للمسلمين بالعالم) وأوروبا والولايات المتحدة الأمريكية (تاام، 2005). وأصبحت ثاني أكثر القنوات مشاهدة في المنطقة العربية في عام 2003 (وكانت القناة الأولى هي المحطة الفضائية اللبنانية LBC، التي انطلقت في عام 1996). وكان منافسها الأول هو قناة العربية، قناة إخبارية أخرى تعمل على مدار الساعة، أطلقها مركز تلفزيون

الأوسط (MBC) في عام 2003 (كوين ووالترز، 2004). ولكن في مارس 2008، أطلقت "بي بي سي" قناتها المجانية باللغة العربية: بي بي سي عربي. وعلى الأرجح أدى هذا إلى منافسة شرسة، حيث استخدمت قناة "بي بي سي" مصادرها الإخبارية واسعة النطاق المثلة في 250 مراسلاً في 72 مكتباً دولياً – وهو أكبر فريق إخباري في العالم (انظر www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2008/w/03_march/11/arabic.shtml). وبغض النظر عن المنافسة، حظيت قناة الجزيرة باحترام الصحفيين (تاثام، 2005)، وعقدت اتفاقيات بمشاركة موادها الإعلامية مع قنوات: "سي إن إن"، "إيه بي سي"، "إن بي سي"، "فوكس"، "بي بي سي"، شركة البث اليابانية: "نيبون هوسو كيوكاي" (NHK)، التلفزيون الألماني الثاني (Zweites Deutsches Fernsehen) (ZDF).

وفي عام 2006، أي بعد مرور 10 أعوام على بدء البث، انتقلت قناة الجزيرة إلى البث العالمي، من خلال إطلاق قناة أخرى شقيقة هي قناة "الجزيرة إنترناشيونال" (AJI)، لتنافس بشكل مباشر قناتي "بي بي سي وورلد" و"سي إن إن" على الجمهور المتحدث باللغة الإنجليزية في العالم الذي يتجاوز تعداده مليار مشاهد (انظر مايلز، 2005، 2006؛ www.foreignpolicy.com/story/cms.php?story_id=3497). وقدمت قناة "الجزيرة إنترناشيونال" أجندة إخبارية مختلفة للغرب عن التي تقدمها القنوات الإخبارية العالمية التي مقرها في الغرب، حيث ركزت على قضايا العالم النامي، ووظفت صحفيين من السكان الأصليين وأصحاب الأعمال الحرة أكثر من القنوات الأخرى.



المصدر: Rex Features
بث لقناة الجزيرة

ونظرًا إلى أن القنوات الفضائية تتمتع بتحرر نسبي من التنظيم المحلي، تعهدت قناة الجزيرة بتقديم كل وجهات النظر. وكان هذا يميزها عن معظم وسائل الإعلام في الشرق الأوسط، التي تاريخيًا كانت تخضع لتحكم قوي وشديد من الدولة وكانت متملقة؛ مع وجود محظورات على دعم وجهات نظر المعارضة السياسية، خاصة المعارضة الإسلامية، وانتقاد قوانين الدولة أو الأسر الحاكمة، والكتابات الدينية التي قد تتسبب في خلاف لا داعي له؛ والأعراف الاجتماعية والجنسية (ألترمان، 1998).

ونتيجة لهذا، منحت قناة الجزيرة وقت ظهور على الهواء للمتطرفين السياسيين، ومن ضمنهم أعضاء بارزين في تنظيم القاعدة مثل أسامة بن لادن، واستقبلت أشرطة من الجماعات المسلحة في العراق وأمراء الحرب الأفغان والانتحاريين في تفجيرات لندن. وبناءً على هذا، تعرضت لانتقادات لاذعة من قبل نقاد صرحاء، ومن ضمنهم وزير الدفاع الأمريكي السابق، دونالد رامسفيلد، الذي وصف تغطية الجزيرة للحروب الأمريكية في أفغانستان (2001) وفي العراق (2003) بأنها غير دقيقة ولا تُعترف (انظر مايلز، 2006؛ www.foreignpolicy.com/story/cms.php?story_id=3497).

واتهم النقاد الغربيون الجزيرة بتغطية عنف وتعذيب وموت في غير سياقه، وبعرقلة جهود إرساء الديمقراطية في العراق بعد الإطاحة بنظام صدام حسين في عام 2003، وبالتسبب في ارتفاع حوادث التمرد والخطف (وجسيسزك، 2007). وهكذا واجهت قناة "الجزيرة إنترناشيونال" مشاكل في جعل القنوات الأمريكية توزعها وتبثها، بسبب تلك الشكاوى والادعاءات المستيرية التي أطلقها قلة (على سبيل المثال، ادعاءات وشكاوى جهاز الرقابة الإعلامي "AIM" أن القناة وسيلة هدفها الأساسي توظيف الجماعات الإرهابية، وينبغي عدم السماح لها بالبث في أوقات الحروب (انظر موس، 2007؛ www.multichannel.com/article/CA6439356.html).

ومن الواضح أن صورة كهذه تعتبر إشكالية في نظام إعلامي تجاري يحتاج إلى التكيف مع أذواق المستهلكين وأحكامهم المسبقة. كذلك انتقد العرب قناة الجزيرة لإفساحها وقتًا على الهواء بشكل منتظم للشئون الإسرائيلية وساحها للإسرائيليين بعرض قضيتهم عبر ممثلين منهم - وكانت أول قناة عربية تفعل هذا. وكان هذا تحولاً كبيراً من

الممارسات القديمة، مما أدى إلى صدمة العالم العربي، واعتقاد الكثير من العرب أن القناة ممولة من جهاز الموساد؛ أي المخابرات الإسرائيلية، أو المخابرات الحربية الإنجليزية أو وكالة الاستخبارات الأمريكية. بينما أشار داعمو القناة إلى برامجها المتعلقة بالسياسات الغربية، التي زودت المشاهد العربي بمعلومات عن الديمقراطية بشكل أكبر من أية دولة أو محطة أخرى. على سبيل المثال، بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر، بدأ مكتب الجزيرة في العاصمة الأمريكية واشنطن برنامجين حواريين أسبوعيين بهدف توضيح الديمقراطية الأمريكية لجمهور أجنبي، أي الجمهور العربي. كما أنشأت قناة الجزيرة مفهوم الصحافة الاستقصائية في العالم العربي، وتخطت حدود مناقشة أمور العائلات المالكة العربية، وكسرت كل أنواع المحظورات الخاصة بكل ما يمكن مناقشته على التلفزيون (انظر www.multichannel.com).

ومن وجهة نظر اليونسكو، تعد قناة الجزيرة أداة مهمة في التدفق الحر للأفكار، التي ينبغي أيضًا أن تغرس الديمقراطية في المنطقة العربية. ومع وجود استثناءات ضئيلة، تتحكم الدول في إنتاج المعلومات ونشرها في الشرق الأوسط (وجسيسزك، 2007).

وتتحكم الحكومات في البث التلفزيوني بشكل خاص، بسبب قوته المتمثلة في وصوله إلى الجمهور المتعلم والأمي (في العالم العربي، وصل متوسط معدل معرفة القراءة والكتابة إلى 39٪ في عام 2000 (صقر، 2002)). وبالتالي أصبحت وكالات الأنباء الوطنية تعمل بوصفها آلات للدعاية الحكومية أكثر من كونها مصادر مستقلة للمعلومات (عايش، 2002). وعلى هذا النحو، اعتبر الكثير قناة الجزيرة قوة مكافحة للهيمنة في العالم العربي تتحدى الخطاب الاجتماعي السائد والنظام السياسي القائم (لينش، 2006؛ وجسيسزك، 2006). أيضًا كان التأثير غير المباشر لقناة الجزيرة على وسائل إعلام عربية أخرى واضحًا، حيث تحلى الكثير منها عن ترديد الموقف الحكومي (ألترمان، 1998).

ولكن حرية التعبير ليست بديلاً عن الإصلاح السياسي. إن مجرد استطاعة امرأة في المملكة العربية السعودية الدخول في نقاش وجدال مُذاع مباشرة على التلفزيون لا يعني أنها تستطيع التصويت في انتخابات محلية. وبالرغم من أن الأنظمة الاستبدادية العربية تعلم أن المعلومات المقدمة على قناة الجزيرة لا يمكن التحكم فيها مثلما يحدث في التلفزيون

الوطني، إلا أنها لا تزال تستطيع منع قناة الجزيرة من فتح مكاتب لها، مثلما حدث في المملكة العربية السعودية وتونس والعراق والبحرين وقطر، أو استحضار قوانين الطوارئ لمصادرة المعدات واعتقال الصحفيين، مثلما حدث في مصر. كذلك يتم منع النقابات الصحفية العربية والأحزاب السياسية المعارضة العربية من أن تصبح أقوى.

وليس العجز المعلوماتي هو السبب في الوضع الراهن في العالم العربي: عدا في أكثر الدول العربية استبدادًا، فقد كانت الأخبار متاحة منذ فترة طويلة للمواطنين العازمين على معرفة الحقائق من خلال قناة "بي بي سي" أو راديو "صوت أمريكا" (www.foreignpolicy.com/story/cms.php?story_id=3497؛ مايلز، 2005).

وبالتالي، لا تساوي حرية التعبير وحدها الديمقراطية. وبالفعل، نظرًا لإطلاق قناة الجزيرة الإنجليزية، ولأن راعي القناة هو أمير دولة قطر (الذي اعتقد عند وصوله للسلطة في عام 1995 أن استضافة شبكة تليفزيونية شعبية سيساعد قطر في الحصول على الدعم الغربي، إذا ما تعرض جيرانها لغزو (www.foreignpolicy.com/story/cms.php?story_id=3497))، قد يبدو أن هدف قناة الجزيرة ليس متعلقًا بالإصلاح في العالم العربي بقدر ارتباطه بعملها كمنارة لتشجيع التدفق الحر للمعلومات الخاصة بالعالم العربي للغرب! وهناك تأويلات أخرى تقول إن أمير قطر يعرض قناة الجزيرة كدليل على التزامه وتعهده بجعل دولة قطر دولة إسلامية تقدمية، ترحب بالاستثمارات الغربية (سيب، 2004). وثمة تأويل آخر مفاده أن هدف قناة الجزيرة الحقيقي هو بناء هوية إسلامية عالمية و"مجتمع إسلامي" عابر للحدود، والدليل على هذا ما تبته بشكل يومي من رسائل دينية طائفية أحادية (مثل الدعاية المؤيدة للحجاب)، وعلى وجه الخصوص، معركتها ضد الحظر الفرنسي المعمول به منذ 2004، الذي يقضي بعدم ارتداء الحجاب في المدارس الحكومية (شيربي، 2006).

وبينما قدمت محطات الأخبار التليفزيونية الفضائية العربية، مثل الجزيرة، أول تحدٍ حقيقي شعبي لوسائل الإعلام التي تخضع لسيطرة الدولة بالأنظمة العربية؛ إلا أن الإنترنت قد أثبتت في نهاية المطاف كونها التحدي الأكبر. فيما يتعلق بالتواصل الأفقي المتحایل على وسائل الإعلام الخاضعة لسيطرة الدولة في الأنظمة الاستبدادية، فإن أفضل

ما يمكننا فعله هو النظر إلى المظاهرات ذات التأييد الشاسع، التي تم تنظيمها من خلال "فيس بوك" و"تويتر" في منطقة الشرق الأوسط من ديسمبر 2010 حتى مايو 2011، والتي أدى بعضها إلى الإطاحة بقيادة أنظمة استمروا في الحكم منذ أمد بعيد، وإلى الوعد بتحقيق الديمقراطية - مثلما حدث في تونس ومصر. اندلعت الثورة في تونس، بعد أن انتحر محمد بوعزيزي حرقاً في 17 ديسمبر 2010، لتجتاح البلاد مظاهرات وأعمال شغب بسبب مشاكل طويلة الأمد من البطالة وارتفاع أسعار الغذاء والفساد وسوء الأحوال المعيشية وحرية التعبير. وأدت تلك المظاهرات إلى الإطاحة بالرئيس زين العابدين بن علي، بعد انطلاقتها بـ 28 يوماً، في 15 يناير 2011، عندما تخلى رسمياً عن منصبه بعد أن قرّ هارباً إلى المملكة العربية السعودية، بعد 23 عاماً من الحكم. ووصفت قناة الجزيرة الإنجليزية هذه الاحتجاجات بأنها "احتجاجات يائسة انتحارية من قِبَل الشباب التونسي" وأوردت أن النشطاء التونسيين كانوا من بين الأكثر صراحة في العالم العربي، وقدموا رسائل مختلفة من الدعم نشرها على "تويتر" لمحمد بوعزيزي (صديقي، 2010). وكان سبب آخر للثورة هو عدم قدرة الحكومة التونسية على مراقبة المعلومات التي تصل للشعب التونسي، مثل المعلومات التي كان ينشرها موقع "ويكيليكس" (الذي تأسس في ديسمبر 2006) وتصف الفساد المستشري في الحكومة التونسية.

كذلك تم تسليط الضوء على المحتوى المقدم من المستخدمين من قبل المدون "LaTulipe"، الذي يصف نفسه بأنه طبيب وناشط وكاتب ليبرالي منذ فترة طويلة، وأيضاً ضابط في القوات الجوية الأمريكية لمدة 13 عاماً:

"لسوء حظ الرئيس بن علي، أطلق جوليان أسانج، مؤسس موقع "ويكيليكس"، مؤخرًا وثيقة دبلوماسية أمريكية تصف، بشكل محدد ومفصّل للغاية، الفساد المستشري المتعفن عبر تونس كلها. ولسوء حظ الرئيس بن علي للمرة الثانية، قرأ شعبه كل تلك الوثائق من خلال الإنترنت ... وتلقى حظ الرئيس بن علي ضربة ثالثة، عندما نشر الشباب التونسي على "فيس بوك" مقطع فيديو حرق محمد بوعزيزي لنفسه. ولم يتوقف الأمر عند هذه النقطة. حيث تابعوا نشاطهم ونظّموا احتجاجات

في الشوارع من خلال مواقع تواصل اجتماعي متعددة. وانتشرت الاحتجاجات كالنار في الهشيم، وتحولت إلى ثورة أجبرت بن علي في النهاية على الفرار من البلاد.
(مدونة LaTulipe, 2011)

وانتشرت تلك الاحتجاجات سريعًا في دول أخرى بالشرق الأوسط، تحت مسميات مثل "يوم الغضب" أو "يوم السخط"، وحققت انتشارًا على موقع "فيس بوك" في دول مثل إيران وسوريا واليمن والبحرين وليبيا ومصر - وتنوعات آثار تلك الاحتجاجات، بُناءً على قدرة النظام الحاكم على إخماد المحتجين. وكانت أكثر الاحتجاجات نجاحًا في مصر، فقد كان الشعب غاضبًا من معدلات الفقر المرتفعة والفساد والانتخابات البرلمانية المزورة، التي تمت في نوفمبر وديسمبر 2010، والتي تكاد تكون قد سدت الطريق أمام أي لاعبين معارضين. وبالرغم من أن الاحتجاجات ضمت جميع الطبقات الاجتماعية، كانت طليعة المتظاهرين من آلاف المهنيين المدنيين والطلاب الجامعيين - إناس عادة ما تجنبوا وتحاشوا السياسة، فقد رأوا أن تصدر المشهد المصري مضیعة للوقت. أما الرئيس المصري، محمد حسني مبارك، الذي تولى السُلطة منذ 1981، فقد ألقى باللوم على محرضين وأنهم سبب الاحتجاجات، وقال إن الاحتجاجات تضخمت فقط لأنه هو نفسه منح برحابة صدر الحق في حرية التعبير. ولكن في الحقيقة، كانت حرية التعبير نتيجة لتقنيات المعلومات العالمية الحديثة مثل القنوات الفضائية والإنترنت، وهي التي جعلت من المستحيل على دول مثل مصر أن تبقي على احتكار المعلومات، الذي تمتعت به من قبل. وبالتأكيد، زاد معدل الوصول إلى الإنترنت في مصر خلال العقد الماضي، مما أدى إلى ظهور جماعات حقوقية عملت على الضغط من أجل إصلاح قضايا، مثل: حقوق العمال وحقوق الإنسان والحريات الأكاديمية، التي قادها عبر الإنترنت شباب اتجاهاتهم علمانية بشكل عام، ولكن ليست لهم أيولوجية معينة. وبدأ بعض هذه الجماعات في دراسة حركات أخرى اعتمدت على قوى الشعب - مثل صربيا - وبدأت بهدوء التنظيم لحملة مماثلة. في يونيو 2010، عندما ضرب ضباط متخفون في ملابس مدنية شابًا من مستخدمي الإنترنت حتى الموت، خالد سعيد، في مدينة الإسكندرية المصرية الساحلية،

إجراء دراسات إعلامية تحليل مواقع صحافة المواطن خاصتك وتقييمها

ابحث عن أقرب موقع إلكتروني لصحافة المواطن إليك. (ابحث في الصفحة الرئيسية لموقع (www.indymedia.org) عن دولتك ومدينتك).

ابحث في الإنترنت عن موضوع تهتمك (كمثال: العولمة)، وقم بإعداد قائمة بعدد القصص الإخبارية التي مثلت أهمية لك في الشهر الماضي، أيضًا وضح مصدر القصة. اذهب الآن إلى موقع أية شركة إعلامية. وانظر عدد القصص الإخبارية التي تتحدث عن الموضوع الذي وقع اختيارك عليه، ولاحظ المصادر.

بناءً على تحليلك، أي المواقع الإخبارية قدمت لك أكبر كم من المعلومات وكانت الأكثر مصداقية؟ ما هو أساس حكمك؟

نظمت حملة على "فيس بوك" وقفات احتجاجية صامتة في جميع أنحاء مصر، جاذبة جمهور واسع النطاق ليوم 25 يناير 2011 الذي أطلق عليه "يوم الغضب" أو "يوم السخط". إن الثورة التونسية الناجحة والسريعة قد دفعت العقول المعارضة المصرية إلى التركيز على الاتفاق حول شيء واحد - وهو رحيل مبارك (صحيفة "الإيكونومست"، 2011). ومع تظاهر عشرات الآلاف من المصريين بشكل سلمي وامتازن في القاهرة والإسكندرية، قام مبارك في 30 يناير بقطع الإنترنت وخدمات الهواتف الذكية والبلاك بيري، وحتى شبكات الهواتف المحمولة في مصر كلها، لمدة خمسة أيام، كذلك أغلق مكتب الجزيرة. ولكن هذا لم

يوقف المظاهرات. واستمرت قناة الجزيرة في التغريد، عبر موقع "تويتر"، عن تطورات الأوضاع على الأرض، وقدمت بثًا مباشرًا على موقعها الإلكتروني، لتقود مواقع التواصل الاجتماعي (قناة الجزيرة، 2011).

وبحلول 11 فبراير، تنحى مبارك عن الحكم. ومن المثير للاهتمام أن أنظمة استبدادية أخرى، مثل الصين، حاولت منع نشر معلومات عن المظاهرات المصرية: فقد تجنب الجهاز الإعلامي الحكومي الصيني التعليق على الاضطرابات التي تجتاح مصر، ومنذ يناير 2011، كان الصينيون الذين يبحثون مستخدمين كلمة "مصر" من خلال مواقع التدوين المصغر، يواجهون رسائل الخطأ (كوتس، 2011؛ سكايفر، 2011).

دراسة تأثير وسائل الإعلام العالمية - مزيد من الموضوعات والأفكار

الآن كما تفهم، قام الدارسون بإتباع مجموعة من الأساليب لدراسة وسائل الإعلام العالمية. وقد ركز هذا الفصل بشكل خاص على القصص التاريخية التوضيحية، التي أخذت نهج الاقتصاد السياسي إلى الاتصالات العالمية. ولكن هناك العديد من الدارسين، الذين ركزوا بشكل أكبر على جوانب متنوعة من وسائل الإعلام العالمية، بدلاً من عملية إنتاجها وسياقاتها واقتصادياتها؛ التي تمت تغطيتها بالفعل مسبقاً في هذا الفصل. وللمساعدة في توضيح المفاهيم، تم تحديد بعض الأساليب والموضوعات الرئيسية المستخدمة في دراسة تأثير وسائل الإعلام العالمية ومميزاتها أدناه، وقد تساعدك في إعداد دراساتك عن المشهد الإعلامي العالمي.

تحفيز التنمية

كشفت الدراسات المبكرة الدور التحديتي والتنموي لوسائل الإعلام الغربية، في المجتمعات الزراعية التقليدية، والطريقة التي استخدمتها تلك الوسائل الإعلامية في تحفيز "التنمية" من خلال نشر القراءة والكتابة ومهارات التواصل والأفكار والقيم "التقدمية" (ليرنر، 1958؛ ليرنر وشرام، 1967). وغالباً ما نصت برامج الاتصالات الخاصة بالأمم المتحدة على هذا الدور، مثل البرنامج الدولي لتنمية الاتصال، الذي تأسس في عام 1980 لزيادة التعاون وللمساعدة في تنمية البنى التحتية للاتصالات، مما يقلل الفجوات بين الدول في مجال الاتصالات (فولكمر، 1999).

وقد قيّم الدارسون فرضية "تحفيز التنمية" وانتقدوها - من الناحيتين الأخلاقية، بسبب تأثيرها الهدام على الثقافة الوطنية، والعملية، بسبب حقيقة أنها قد تؤثر على طبقة الصفوة في المجتمعات النامية، بدون أن تنتشر وتتغلغل إلى باقي طبقات الشعب.

وسائل الإعلام والإمبريالية الثقافية للتكتلات الإعلامية العالمية

أنتجت عملية إنهاء الاستعمار، التي تمت بعد نهاية الحرب العالمية الثانية، موجة من الاهتمام والرغبة في الاستقلال المبني على النزعة الوطنية المحلية لدى المستعمرات.

وسعت إلى الاستقلال، ليس فقط في البنيات والهيكل الاقتصادية السياسية، ولكن أيضًا في بنيات وهيكل الاتصالات. وبالتالي، وكما رأينا، وجدت تلك الدول نفسها خاضعة لعملية جديدة من الاستعمار الثقافي، من خلال شركات الإعلام العالمية. إليك الدراسات الكلاسيكية التي تضمنت دراسات كل من شيلر (1976، 1979) وبويد (1977). وجادلت تلك الدراسات حول تغيير التكتلات الإعلامية بنى وهيكل وسائل الإعلام الوطنية، حيث كانت حركة سير المنتجات الإعلامية التجارية الدولية ذات الثقل الكبير، التي تتدفق من المركز إلى الهامش، "أبرز الوسائل التي تم من خلالها استيعاب المجتمعات الأضعف ثقافيا في نظام العالم الحديث" (الناقد شيلر، 1979: 25).

الأثار السياسية لمنتجات وسائل الإعلام المنقولة دولياً أو عالمياً

نشأت الأساليب، التي تركز على المضمون السياسي للاتصالات الدولية، من تطبيق السياسة الخارجية الاميركية عبر وسائل الإعلام (فولكمر، 1999).

إليك تحليل لمحطات إذاعية مثل إذاعة أوروبا الحرة (www.rferl.org) ورايو مارتي (com/www.martinoticias) كشف محاولات الولايات المتحدة الأمريكية تحويل الأمم التي قد تبدو قيمها راسخة أو مرفوضة على نحو خاص (قيم شيوعية أو دينية أو إلخ) بالنسبة لطريقة الحياة الأمريكية (هورتن، 2002؛ وود، 1992) - وهو ما يعرفه ناي (2004) بالتأثير من خلال "القوة الناعمة".

وتركز دراسات للأمم استبدادية شمولية كبرى (مثل الاتحاد السوفيتي والصين) على الطبيعة الدعائية لوسائل الاتصال والتواصل الخاصة بتلك الأمم، المصممة لقمع المعارضة ودمج الأعراق المتنوعة ودول منفصلة سابقاً في قالب وطني معين (دونالد وإيفانز، 1999). كذلك تمت دراسة دور قناة "بي بي سي" العالمية - بالرغم من أن التركيز كان في الأساس على تأثير مكانتها باعتبارها جهة بث موثوق بها على نطاق واسع (بويد، 1977؛ وسكوز، 2002). على سبيل المثال، أظهرت دراسة سكوز (2002) عن الدور الاجتماعي التاريخي للراديو في أفغانستان، أن عموم الشعب كانوا يثقون بشكل أكبر في إذاعة "بي بي سي" مقارنة بمحطة الراديو الوطنية، "راديو أفغانستان" (التي يشوبها الإعلام الدعائي

من الحقبة الشيوعية، الذي بشرت به ثورة عام 1978 التي حاولت غرس التوحيد القومي الاشتراكي)، أو محطة راديو حركة طالبان، "إذاعة صوت الشريعة" (وقد استخدمت حركة طالبان، بعد أن استولت على السلطة في عام 1996، الراديو لتفسير سياستها، الشريعة، والسلوكيات الأخلاقية المتوقعة من الشعب).

الأثار الثقافية والاجتماعية العالمية للمنتجات الإعلامية المنقولة عالمياً

حللت دراسات انتشار الصور الإعلامية عبر الحدود ووضعت نظريات لها، على الصعيدين العالمي والمحلي. على سبيل المثال، توضح دراسة باربر (1996) المقارنة بين "عالم ماك" و"عالم الجهاد" نوعين متناقضين من التأثير. ويعد مصطلح "عالم ماك" علامة مميزة للارتباط الاقتصادي العالمي، الذي نشارك فيه كلنا عبر، على سبيل المثال، استهلاك أبقونات عالمية (كما هو الحال مع الأميرة ديانا، التي شاهد جنازتها في 30 مليون شخص في الولايات المتحدة الأمريكية فقط)، والعلامات التجارية ("ماكدونالد" و"كوكا كولا") والترفيه والمعلومات (مثل الأشكال الإعلامية المتنوعة التي ناقشناها في هذا الفصل). ويتكون مصطلح "الجهاد" من أشكال جديدة ومتجددة من القومية والجماعات المنقادة عاطفياً، ويركز على أمور مثل الأيدولوجيات السياسية أو الدينية أو الأراضي المحلية أو الجماعات العرقية. وينظر باربر لهذين العالمين بوصفهما مختلفين ولكن متداخلان بطرق معينة، وهذا ما يشكل الحقيقة العالمية في دفعات قصيرة.

وتفحص دراسات أخرى دور وسائل الإعلام العالمية في إنشاء طرق عالمية في التفكير والعمل. ومما لا شك فيه أن أكثر الأوجه شهرة في تنظير تأثير وسائل الإعلام العالمية يأتي من رؤية مارشال ماكلوهان الحالم في ستينات القرن الماضي. وفي الوقت الذي كانت فيه أمريكا تخوض أول تجربة لها في تصوير للحرب - في فيتنام - كان مارشال يجادل حول أن "التطور" التقني للبنى والهياكل الإعلامية قد وسع النظام العصبي البشري. ومن استعارات ماكلوهان المشهورة الآن "القرية العالمية"، التي تعبر عن فكرة التكتاف والتجمع العالمي، وغالباً ما يستشهد بها في الثقافة الشعبية. وفي هذه الاستعارة، لمَّح ماكلوهان إلى الطريقة، التي من خلالها تحدث وسائل الإعلام حدود المكان والزمان، عبر

تواصل عالمي فوري، مما سمح للإنسانية بالحصول على لحظة مثالية تُعيد فيها التفكير في نفسها ما وراء الحدود الجغرافية والثقافية للأمم:

"عالمنا هو عالم جديد تقع فيه الأحداث دفعة واحدة على حين غرة. فيه يتوقف "الزمان" ويتلاشى "المكان". نحن الآن نعيش في قرية عالمية ... من الأحداث المتزامنة. لقد عدنا إلى الفضاء السمعي. وبدأنا مرة أخرى في هيكله الشعور البدائي والعواطف القبلية، التي أبعدتنا عنها بضعة قرون من معرفة القراءة والكتابة. (ماكلوهان وفيور، 1976: 63)

وأصبحت هذه المثالية أكثر وضوحًا، وبحلول ثمانينات القرن الماضي، رأى ماكلوهان عصر الفضائيات عهدًا أصبح فيه مزيد من الناس قادرين على دخول سوق تبادل المعلومات، فاقدين هوياتهم (الوطنية) خلال هذه العملية، والظهور بقدرة على التفاعل مع أي شخص في العالم (ماكلوهان وباورز، 1989).

وتوحي تلك الأفكار بوجود رأي عام عالمي، وبالفعل، وجدت دراسة فولكمر (1999) حول قناة "سي إن إن" بنى وهياكل تدعم ظهور مثل هذا المجال. ويقترح فولكمر فكرة إنشاء حالة بشرية عالمية (العولمة) وحقل جديد من العمل السياسي تتم ممارسته من خلال مؤسسات دولية، مثل الأمم المتحدة والمنظمات غير الحكومية الدولية (مثل منظمة "هيومن رايتس ووتش" لحقوق الإنسان). ووفقًا لفولكمر (1999)، يظهر هذا المجتمع المدني العالمي من توفر "منصات تواصل" سمعية بصرية تنتقل عن طريق الأقمار الصناعية عبر أنحاء العالم، مثل التي تقدمها قناة "سي إن إن". ويشير هذا النموذج، بالتزامن مع وجود حالة إنسانية جديدة، إلى تعاون دولي وهياكل انتماء ومشاركة جماعية وأنظمة تبادل جديدة (مثل وكالات الأنباء التي تعمل بشكل دولي)، وكذلك أسلوب معين من لغة الأخبار وإجراءات التقديم، التي تتضمن تجنب الصور النمطية الوطنية ووضع الأحداث الإخبارية في سياق إقليمي أو قاري أو عالمي أكبر. وبالطبع، أدت شبكة الإنترنت إلى التقدم صوب نموذج مجتمع مدني عالمي، بصورة أكبر. وسهلت وسائل التواصل الاجتماعي "الربيع العربي" في عام 2011؛ حيث نظمت أعداد هائلة من

الشعب، من دول عربية مختلفة، نفسها بشكل متكرر وتظاهرت بحثاً عن الديموقراطية في دولهم، وغالباً ما واجهوا قمعاً قاسياً من قادتهم، يوحى بقوة أشكال الإعلام العالمي المعتمد على الإنترنت في توليد مجال عام عالمي فعّال.

التفاعل والتمازج بين الثقافات

ولاحظ أكاديميون في مجالات الأنثروبولوجيا والدراسات الثقافية، الذين تتميز أبحاثهم بالعمل الميداني والمقابلات، النتائج المتنوعة في كيفية استخدام الناس لوسائل الإعلام العالمية وتفسيرها. وهذا التنوع يحدث من خلال عملية تهجين، أو بعبارة أخرى، الطرق التي من خلالها تنفصل أشكال وسائل الإعلام عن الممارسات القائمة، وتتحد مع أشكال جديدة بممارسات جديدة (أرتز وكاماليبور، 2003؛ لال، 1995؛ بيترس، 1995؛ سياتي، 2004).

وتشكلت مفاهيم مثل "التحرر المكاني" (de-territorialisation) (مورلي وروبنز، 1995: 87). وهذا المفهوم يصف كيف فقد الأفراد إحساسهم بارتباطهم "الطبيعي" (عبر هويتهم على سبيل المثال) بالأراضي الجغرافية والاجتماعية، التي وُلدوا فيها أو قضوا فيها حياتهم. وفي سياق مماثل، يعني مفهوم "إعادة التوزيع الجغرافي" (Re-territorialisation) محاولة الناس إعادة تأسيس منزل ثقافي جديد أينما ذهبوا (توملينسون، 1999: 148)، أو دمج تقاليد وافدة مع مصادر في الأرض الجديدة لإنتاج نسخ محلية من ثقافات بعيدة (لال، 1995).

كذلك ثمة مفهوم آخر ذو صلة هو "التوطين" (Indigenisation) (أبادوراي، 1996)، ويعني تعديل وتكييف منتجات عالمية لتناسب مع خصوصية أماكن محلية. على سبيل المثال، قد تقوم الشركات الإعلامية العالمية بتوطين منتجاتها، من خلال توظيف إناس لهم خلفيات ثقافية متعددة و/أو معرفة بالسوق، التي فيها تُستهدف المنتجات؛ وبالتالي توليد منتجات متوطنة بالفعل عندما تدخل السوق؛ أو من خلال توطين المنتجات العالمية، مثل صيغ معينة من البث التلفزيوني يقدمها ممثلون محليون - مثل مسلسل "الأخ الأكبر" (رانتانين، 2004).

وكل هذه المفاهيم جديرة بالمتابعة والتفكير فيها بوصفها مساعدات لفهم منطق عمليات العولمة ونتائجها. ومن بين هذه المناهج والأساليب، يمكننا تمييز عناصر التفاؤل والتشاؤم تجاه معنى أن تعيش في اقتصاد عالمي، حيث تصبح الثقافات أكثر انتشارًا ومشاركة. ووراء أي اعتبار قد تعطيه لتلك القضايا، سيكون وجهة نظرك ورأيك الخاص بك، كمستهلك ومواطن، لكل من المجتمع المحلي والعالمي الأوسع نطاقًا. وأيا كان حجم المقياس المُقدم لنا، عندما نفكر في المكائد العالمية للشركات الإعلامية وتأثيرها، ضع دائمًا في اعتبارك الجانبين المحلي والإنساني.

ملخص

دراسة الإنتاج الإعلامي في عصر العولمة

في هذا الفصل، نظرنا في الطبيعة العالمية للصفقات التجارية الإعلامية، وما يعني أن تعمل على نطاق عالمي. وقمنا بتحليل وتفكيك التطور التاريخي والاقتصاد السياسي لأنماط رئيسية معينة للمعلومات العالمية، مع التركيز على الأخبار عبر التلفزيون والأخبار عبر القنوات الفضائية والأخبار عبر الإنترنت ومحركات البحث والشركات المزودة لخدمات الإنترنت، كذلك ركزنا على وسائل الترفيه العالمية التي اتخذت شكل التلفزيون والراديو والأفلام والموسيقى ومواقع التواصل الاجتماعي. واستكشفنا نماذج اقتصاد السوق الحرة وواقعه وحقيقته في المنتجات الإعلامية العالمية، مع تقييم كيف كان تأثير القوانين واللوائح والتنظيم الذاتي، على المستويين المحلي والدولي، في المشهد الإعلامي العالمي. وكان للجدل حول الرسوم المسئية لنبي المسلمين، محمد، في الصحيفة الدانماركية، "يولاندرس بوستن"، أهمية خاصة هنا في توضيح هذه النقطة. فقد أحدثت تداعيات ونتائج حدث واحد في مجتمع ما يسير وفقًا لمبادئ معينة ضجة فورية حول العالم، كذلك أثبتت لنا هذه الحالة أنه يكاد يكون من المستحيل مراقبة المواد الموجودة على الإنترنت. وبالرغم من هذا، وكما رأينا، لم يمنع هذا دولاً مثل الصين وباكستان ومصر من اتخاذ تدابير متنوعة، لوقف تبادل المعلومات عبر الإنترنت، ولتقويض الإحساس بأن الإنترنت فضاء للشأن العام العالمي.

واستكشفنا مجادلات أكاديمية رئيسية، واشتركنا فيها، حول الأهمية الثقافية والسياسية والاقتصادية لوسائل الإعلام العالمية. ونظرنا إلى قوى ومؤسسات متنوعة أثرت في العولمة، مع النظر في تأثير "سي إن إن"، وكيف كان صعود القنوات الفضائية العابرة للدول، على سبيل المثال، تجسيداً للتوتر بين التجانس (أو التحرك في اتجاه التماثل والتطابق) والحفاظ على الملامح الوطنية والمحلية داخل الاتجاهات العالمية. أيضاً كانت هناك مؤسسات أخرى ناقشناها، مهدت لفحص واختبار آليات الإنتاج العالمي، وسط توترات نتجت من تعارض مهام منظمة اليونسكو ومهام منظمة التجارة العالمية، التي تسعى إلى تحرير الأسواق، من أجل إفادة شركات تسعى نحو الأرباح. وكلتا المنظمتان كانتا تعززان رؤى عن الحرية، يلعب فيها الإعلام دوراً مهماً. ولكن كما رأينا، بينما كان من الممكن تصدير أفكار مثل الحرية والديموقراطية في عصر العولمة؛ أدت الطريقة التي ظهرت من خلالها تلك الأفكار في أفعال الشركات الإعلامية العبارة للحدود، والأشكال والمحتويات التي تقدمها من خلال ممارساتها وقيمها، إلى تصاعد مخاوف حول الإمبريالية الثقافية.

ونظرنا إلى تدفق الأفكار حول العالم، من خلال دراسة حالة قناة الجزيرة التليفزيونية العربية بشكل تفصيلي، متأملين الدور الذي تلعبه في التمثيلات المعاصرة ونشر وجهة نظر غير غربية لأحداث العالم. وبالمثل، بحثنا في ظاهرة صحافة المواطن العالمية، المتمثلة في موقع "Indymedia"، التي بطابعها الديموقراطي والجماعي، تقدم نماذج بديلة للتبادل والنشاط الإعلامي، مقارنة بالشركات الإعلامية العالمية الكبرى. وربما يكون دور موقع التواصل الاجتماعي، "فيس بوك"، في تنظيم تغيير اجتماعي جذري في الشرق الأوسط، أفضل مثال على قوة وإمكانيات الإنترنت، فيما يتعلق بالتدفق الحر للأفكار.

وانتهينا بذكر عدد من الموضوعات، التي حددها الدارسون أثناء فهم منطق الطبيعة العالمية للإنتاج الإعلامي المعاصر. وهي كلها أفكار تحفيزية تحريضية قابلة للاستخدام، سوف تساعدك على فهم منطق الطبيعة العالمية للإنتاج الإعلامي.

وينبغي عليك الآن أن تقيّم ما أنت قادر على فعله، بعد قراءتك لهذا الفصل. إذا كنت قد تابعت هذا الفصل حتى النهاية وشاركت في الأنشطة وفكرت في القضايا التي تم

تناولها، ينبغي أن تكون قادرًا على:

- عرض فهم للتطور التاريخي والاقتصاد السياسي لبعض الشركات الإعلامية العالمية وأشكال الإعلام العالمي. بالطبع لم نقم بتغطية ولن نستطيع تغطية كل شيء وكل التفاصيل. يجب أن تستمر أنت بنفسك في بناء معرفتك في هذا المجال. فابحث عن حسابات أخرى وتأمل المصادر التي قد اعتمدنا عليها، فضلاً عن سردياتنا ووجهات نظرنا: هل هذه المصادر مُقنعة؟
 - فهم دور السوق الحرة والتنظيم المحلي والدولي في إنشاء المشهد الإعلامي العالمي ومدى تعقدهما. إنها أفكار معقدة، ويمكن الحصول على مزيد من المعلومات والرؤى خارج مجال دراستنا. فإذا كنت مهتمًا بهذه الأمور، قم بزيارة العناوين الإلكترونية، التي قدمناها عبر هذا الفصل، واقرأ الصفحات المالية وأقسام الشؤون الدولية بمواقع الصحف أو المواقع التي تقدم الأحداث الجارية.
 - فهم مجادلات أكاديمية رئيسية، والمشاركة فيها، حول الأهمية الثقافية والسياسية والاقتصادية لوسائل الإعلام العالمية. حيث يأتي الفهم من المشاركة: ما موقفك من هذه القضايا الملحة؟ ما هي الحجج الداعمة للعولمة والمعارضة لها؟ كيف يمكنك العثور على رأي آخرين، متواجدين حول العالم، في هذه القضايا - وليس فقط في العالم الأكاديمي؟
 - تطبيق المفاهيم الرئيسية في الأبحاث الخاصة بوسائل الإعلام العالمية على شركات وأشكال الإعلام العالمي. وسوف تعتمد قدرتك على تطبيق تلك الأفكار على إلمامك الواثق بالنقاط الأخرى المذكورة أعلاه ومدى استمرارك في طرح أسئلة عن وسائل الإعلام العالمية، أثناء صياغتك للبحث الخاص بك ومتابعتك إياه.
- والقضية الآن هي أن تستمر في استكشاف الأفكار والأساليب المقدمة في هذا الفصل، أثناء إجرائك الدراسات الإعلامية. فاستمر في التفكير في الكيفية التي ستستخدم، وتطبق بها المصادر المتنوعة التي تحصل عليها، وكيف ستطور أبحاثك وتحقيقاتك فيما تنتجه وسائل الإعلام العالمية.

إجراء دراسات إعلامية التحقيق في وجهات نظر وسائل الإعلام العالمية

تقدم لنا بعض الأساليب، التي عرض لنا من خلالها الطابع العالمي لصناعات وأشكال الإعلام المعاصرة، طريقة لاستكشاف ثرائها ومعناها وقيمتها للمجتمعات المختلفة التي تؤثر عليها. فمواقع التواصل الاجتماعي مثل "فيس بوك" تقدم وسيلة للتواصل مع الجمهور العالمي، ولطرح أسئلة عن وجهات نظر الجانب الآخر من العالم حول استخدام تلك الأشكال والسيطرة عليها (وما إذا كان هناك أفراد قلقون من أمور مثل ملكية وسائل إعلام عالمية أم لا). ويحظى موقع آخر مثل " Internet Movie Database " (www.imdb.com/)، بينما يعمل باللغة الإنجليزية، بمساهمات رواد سينما ومشاهدين للتلفزيون من جميع أنحاء العالم.

وتقدم مثل تلك الأماكن طرقاً للتواصل مع الآخرين، وطرح أسئلة مباشرة عن القضايا التي أثارها هذا الفصل. هل العولمة مهمة بالنسبة لك؟ ما هي أنواع المشاكل التي تنشأ عندما تكون وسائل إعلام تظن أنت أنها محلية (أي تعرض معاني ووظائف وإسهامات محلية للاقتصاد) مملوكة لأفراد أجنيين متواجدين عبر أنحاء العالم؟

قم بتحديد منتج أو شكل إعلامي أو شركة إعلامية ما، واستخدم أحد المواقع المذكورة أعلاه (أو مواقع أخرى)، واسع نحو الحصول على وجهات نظر عنها من مختلف أنحاء العالم، داخل حدود تلك الأسئلة نفسها. واطرح أسئلة عن المنتجات الإعلامية في بلدك والعمليات المرتبطة بها من خلال منتديات. استخدم ما توصلت إليه من نتائج لتحصل على إجابة عن سؤال "هل العولمة مهمة بالنسبة لك؟" ففكر في أنواع تأثير تلك الإجابات على وجهة نظرك لتلك القضايا والمشاكل.

قراءات إضافية

De Jong, W., Shaw, M. and Stammers, N. (eds) (2005) *Global Activism. Global Media*, London:

Pluto Press. This edited book examines mediated communication related to social movements in the current era of cross-cultural contact. It offers an introduction to the way in which new social movements contribute to a global public sphere, and how they make use of mainstream and alternative media. It stands out from other books in that it puts the concerns of global media and global activism into a common frame of reference, and it encourages activism on the part of the reader.

Dorfman, A. and Mattelart, A. (1984) *How to Read Donald Duck: Imperialist Ideology in the Disney Comic* (2nd edn), New York: International General.

This, now classic, study shows how Disney's most profound political effect lies in the humorous, seemingly innocent way in which it constantly reaffirms American superiority and hegemony by representing the rest of the world as comical, backward stereotypes – similar to those used in an earlier age to justify colonialism.

Gerbner, G., Mowlana, H. and Nordenstreng, K. (eds) (1993) *The Global Media Debate: Its Rise, Fall and Renewal*, Norwood, NJ: Ablex.

This historically important book examines the debate about the role of the media in social, political and economic developments around the world – especially the Third World of Africa, Asia and Latin America. It looks at the debate's history, key documents (such as the Mass Media Declaration of UNESCO from 1978, resolutions of the UN Conference on Freedom of Information from 1948 and the resolution of the League of Nations from 1925) and interpretations across political, professional and academic circles.

Hackett, R.A. and Zhao, Y. (eds) (2005) *Democratizing Global Media: One World, Many Struggles*, Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

This edited book has contributions from both media researchers and journalists, and provides a wide range of empirical material on the processes and obstacles in media democratization in different continents. There are three sections: media globalisation and democratic deficits (covering Eastern Europe, China, India, Africa and Latin America); media and democracy in global sites and conflicts (covering Israel, the USA and the role of advocacy groups in global media governance forums); and modalities of democratisation (including media reform in the USA, feminist activists, peace journalism and transnational advocacy for media reform).

Herman, E.S. and McChesney, R.W. (1997) *The Global Media: the New Missionaries of Corporate Capitalism*, London, Washington, DC: Cassell.

This book documents the origins and rise of global media, analysing the strategies and dynamics of the 10 largest transnational media conglomerates of the mid-1990s, and also evaluating alternative media of the era. It details the following points: that the accelerated development of global media increasingly shapes national media systems; that transnational media conglomerates (mostly US-based) dominate global media; that global media are pivotal to a globalising market economy by centralising media control in a narrow business elite whose offerings are shaped by advertisers' interests; and that these offerings erode the public sphere.

Lynch, M. (2006) *Voices of the New Arab Public: Iraq, al-Jazeera, and Middle East Politics Today*. New York: Columbia University Press.

Since the mid-1990s, Al Jazeera and other pan-Arab satellite television stations have transformed Arab politics. By shattering state control over information and giving a platform to long-stifled voices, these global Arab media forms have challenged the status quo by encouraging open debate about Iraq, Palestine, Islamism, Arab identity, and other vital political and social issues. Focusing on transnational media forms such as the pan-Arab press and pan-Arab satellite TV, Lynch addresses the intersection between the media and the prospects for social change. In an engaging and authoritative discussion of the true nature of the Arab media and opinion, Lynch asks whether an Arab public sphere can now be said to truly exist.

Siochr, S. and Girard, B. (2002) *Global Media Governance: a Beginner's Guide*, Oxford: Rowman & Littlefield.

This book discusses the need for global media regulation, and provides a cogent introduction to the various institutions that enable global media governance, including the UN, the ITU, the WTO (focusing on trade in media products), UNESCO, the WIPO and ICANN. The authors maintain a careful balance between dry, but necessary, institutional analysis and more engaging, critical, political analysis. While it lacks explicit theory to drive the analysis forward, it implicitly relies on a pluralist model of bargaining among powerful players.

Rantanen, T. (2005) *The Media and Globalisation*, London: Sage.

This is a brief but critical overview of theories of globalisation and the role of the media therein. It addresses the lack of attention to media, both theoretically and empirically, in academic discussions about globalisation, looking at both the production and consumption of media. It also introduces a new methodology for studying the role of individuals in mediated globalisation – 'global mediagraphy'. It develops the idea that individuals contribute to globalisation, through individual media activities which become social practices.

Thomas, P.N. and Nain, Z. (eds) (2004) *Who Owns the Media? Global Trends and Local Resistances* , London and New York: Zed Books.

This edited collection focuses on the political economy of communications, discussing national and global trends within a framework of deregulation, reregulation and privatisation. The book discusses key institutions, such as global media governance structures and IPR regimes; the role of the media in the global economy and in political democracy; neoliberal policies; the impact of media industry regulation in a market economy; the role of transnational advocacy groups; and research priorities, here illuminating some of the blind spots in mainstream media analysis. Most of the book is devoted to detailed regional and national case studies of media ownership across a range of continents.

Volkmer, I. (1999) *News in the Global Sphere: a Study of CNN and its Impact on Global Communication* , Luton: University of Luton Press.

This study usefully distinguishes between transnational media and global media, elucidating a range of theories therein. It offers a history of satellite broadcasting and an in-depth analysis of CNN in particular, through interviews with CNN staff and content analysis of CNN programming. Through this case study, it posits that global communication enables a global, as opposed to a national, civil society. For instance, the particular becomes universal, in that different 'local' stories (such as human rights abuses) become global concerns.