

الفصل الأول

الإعلام العربي : عرض للاتجاهات الحديثة

نهي ميلور

إن معظم صناعة الإعلام العربي (وخاصة المطبوعات والإذاعة والسينما ووسائل الإعلام الحديثة) تسيطر عليها حكومات شمولية تمارس سلطات هائلة على المؤسسات الإعلامية ، وهذا على العكس تماما من المجتمعات الديمقراطية حيث تعتبر وسائل الإعلام مستقلة وتحاول أن تعكس الرؤى المختلفة في هذه المجتمعات ، وعلى الرغم من أنه من الصعب تصور أن المجتمعات العربية الشمولية يمكن أن تكون بيئية راعية لأنظمة إعلامية نابضة بالحياة إلا أن إنشاء صناعات إعلامية مختارة لها صفة تجارية وتحررية سارجنباً إلى جنب مع تدخل الدولة المستمر والرقابة المتزايدة.

يبحث هذا الفصل في العوامل التي ساهمت في التغييرات الحديثة في المشهد الإعلامي العربي حيث يقدم عرضاً مختصراً لهذه التغييرات ويناقش استخدام وسائل الإعلام لأغراض التعبئة أولاً ثم لأغراض تجارية بعد ذلك ، ويناقش مسألة أن التغييرات المحلية الحديثة - سواء كانت سياسية أو ديموجرافية أو ثقافية أو اقتصادية - قد تأثرت كثيراً بتغيرات عالمية أوسع مثل الهجرة المتزايدة داخل المنطقة وخارجها ، كما يناقش أيضاً مسألة أن وسائل الإعلام في العالم العربي قد أصبحت صناعات تعمل تحت سيطرة الدولة كما أن الرقابة يمارسها مالكو الوسائل الإعلامية ومنتجوها وذلك للحفاظ على مداخلهم من الإعلانات وسوف نقوم بمراجعة العوامل الرئيسية وراء نشأة صناعة الإعلام العربي ومن ثم نناقش دور الإعلام العربي في تعبئة الأمة العربية.

ظهور صناعة الإعلام

لقد سعت الدول العربية - بعد استقلالها - لأن تستخدم الإعلام كوسيلة لتعبئة الرأي العام العربي ، وكان يعتبر الصحفيون الناطقين الرسميين للأنظمة العربية ، وقد زادت الاضطرابات السياسية من عملية التعبئة بدءاً من هزيمة ١٩٦٧ ثم حرب الخليج عام ١٩٩١ بهدف إنهاء الغزو العراقي للكويت ، وفي الواقع اعتبرت حرب الخليج

عاملاً محفزاً لإصلاح الإعلام في المنطقة العربية حيث قامت العديد من الدول العربية بإطلاق قنواتهم الفضائية وفتح السوق لقنوات فضائية خاصة.

هناك عوامل عدة وراء نشأة القنوات الفضائية الخاصة ، أحد هذه العوامل كان ظهور جيل جديد من الساسة ورؤساء الدول العرب الذين كانوا يرغبون في تحديث صورة بلادهم من خلال تحديث المؤسسات الإعلامية بها ، فعلى سبيل المثال أدخل ملك الأردن عبد الله الثاني تعديلات عديدة علي قوانين الصحافة منذ اعتلائه العرش في عام ١٩٩٩ ، كما قام الرئيس الشاب بشار الأسد بإجراء إصلاحات عديدة في الإعلام منذ توليه السلطة في عام ٢٠٠٠ (ميلور ٢٠٠٥/٩) وكذلك ابن العقيد القذافي في سيف الإسلام القذافي الذي عبر عن اهتمامه بالسماح بالإعلام الخاص في السوق الليبي (IREX 2005/39) ، وابن الرئيس المصري جمال مبارك الذي وعد بسلسلة من الإصلاحات وصاحب هذا التغيير في السلطة ظهور جيل جديد من الصحفيين العرب الذين تلقوا تدريبهم في المؤسسات الإعلامية الغربية أو الذين تلقوا تعليمهم في مدارس وكليات ذات توجه غربي في بلادهم ، حيث قدم هذا الجيل نماذج جديدة مثل المناظرات السياسية والبرامج الحوارية واستخدام أساليب متقدمة في المقابلات وهذا شيء جديد علي الإعلام العربي (عايش ٢٠٠١ أ) لقد أدت الإصلاحات الاقتصادية التي تبنتها الدول العربية إلي برامج كبرى في الخصخصة ، " و يبدو أن الخصخصة الاقتصادية في العالم العربي قد أُلقت بظلالها علي قطاع الاتصالات حيث صاحبها توسع في الإعلام المكتوب ومراكز النشر المملوكة للقطاع الخاص بالإضافة إلي افتتاح المحطات الإذاعية الخاصة داخل المنطقة العربية وخارجها" (عايش ٢٠٠١/١٢٣) .

وثمة عامل مهم آخر ألا وهو المنافسة الخارجية التي تواجه الإعلام العربي حالياً حيث أنشأت CNN موقعا باللغة العربية علي الشبكة العنكبوتية في عام ٢٠٠٢ ، وتم افتتاح CNBC العربية في ٢٧ من يوليو عام ٢٠٠٣ ، كما افتتحت BBC الناطقة باللغة العربية قنواتها التلفزيونية في الحادي عشر من مارس ٢٠٠٨ ، ولقد شهد العقدان الماضيان زيادة في الوصول إلي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة من قبل الجماهير العربية حيث إن استخدام الانترنت والتلفزيون المحمول والقنوات الفضائية أصبح كله في متناول اليد ، وعلي الرغم من أن العديد من الدول العربية تقوم بعملية

فترة للمواقع علي الانترنت إلا أن الجماهير العربية لا تزال يمكنها الوصول إلي قدر هائل من المعلومات ووسائل الترفيه علي الشبكة العنكبوتية. ولذلك فقد أجبر الإذاعيون العرب علي تنويع برامجهم للحفاظ علي نصيبهم من الجمهور.

لقد أثارت هذه الخصخصة منافسة شديدة بين وسائل الإعلام العربية ، حيث شهدت الصحافة العربية إصدار صحف ومجلات أكثر تخصصاً : فقد أصدرت دار أخبار اليوم المصرية صحيفة مخصصة لأخبار الجريمة و أخرى لأخبار النجوم وأخري للأدب وازداد حجم الصحف أيضاً بشكل هائل حيث ازداد معدل الصفحات في الصحف اليومية من ٤ إلي ٦ صفحات في الأربعينيات إلي ما بين ٨ إلي ١٠ صفحات في الثمانينيات (روح ١٩٨٧) ثم تضاعف ثانية في التسعينيات ليصل إلي ما بين ٢٠ إلي ٢٢ صفحة. وهناك المزيد من الأخبار ذات الطابع الإنساني في الصحافة العربية حيث إن صحيفة " الحياة " اللبنانية السعودية بها ملحق أسبوعي موجه للقراء من مختلف الشرائح – الشباب ، رجال الأعمال والسياحة – ويلاحظ هذا النوع من الأخبار أيضاً في الصحيفة اليومية.

لقد شهد التلفزيون في العالم العربي تغيرات هائلة ، من قنوات تليفزيونية وطنية أرضية إلي قنوات إقليمية وعالمية ، ويوجد الآن ما يزيد علي ٥٠٠ قناة متاحة للمشاهدين في جميع أرجاء المنطقة معظمها تديرها مؤسسات خاصة من بينها ٢٢ قناة إخبارية تبث إرسالها بجانب العديد من قنوات الموسيقى والترفيه ، و للتعرف علي هذه القنوات يرجى زيارة الموقع التالي:

[http:// www.a'sbu.net / www/ar/direct doc. Asp? Docid =117](http://www.a'sbu.net / www/ar/direct doc. Asp? Docid =117)

ومن أكبر وانجح القنوات الترفيهية هيئة إذاعة الشرق الأوسط MBC ، وروتانا – LBC ولقد أطلقت قناة MBC في عام ٢٠٠١ وهي مملوكة لشركة المجموعة العربية القابضة الدولية واتي يمتلكها وليد الإبراهيم ، وهو قريب للملك السعودي الراحل ، وتمتلك MBC تسع قنوات تبث إرسالها مباشرة علي الهواء وهي تضم MBC1 وهي قناة منوعات للأسرة) و MBC2 للأفلام ، و MBC3 لبرامج الأطفال ، MBC4 للبرامج الحوارية الدولية مثل أوبرا ود. فيل ، و MBC لأفلام الحركة ، و MBC Max ، و تمتلك المجموعة أيضاً ثلاثة محطات إذاعية FM ، FM MBC ،

هلا FM، وبانوراما FM، بالإضافة إلى مجلة واحدة هي MBC، وموقعين علي الإنترنت (MBC.Net و Alarabya.NET).

أما روتانا فيملكها الأمير السعودي الوليد بن طلال بن عبد العزيز الذي أصبح معروفاً في عالم الإعلام من خلال مضارباته التجارية وخصوصاً شراؤه لأسهم في العديد من المؤسسات الإعلامية بما فيها المؤسسات الإخبارية مثل "تايم وورنر" و يوروديزني والعديد من الصحف العربية (خان ٢٠٠٥)، ولقد بدأ ظهوره في المشهد الإعلامي العربي في عام ١٩٩٣ عندما اشترى ٣٠% من أسهم راديو وتلفزيون العرب ART التي تملكها مجموعة دلة البركة، ثم اشترى شركة روتانا للسمعيات والبصريات التي كانت أكبر شركة في المملكة العربية السعودية، وفي عام ٢٠٠٣ دخل في صفقة مع صاحب ART الشيخ صالح كامل وذلك لتحويل ART للموسيقى إلى قناة جديدة للموسيقى والغناء العربي، والتي أطلق عليها فيما بعد قناة روتانا للموسيقى، وبعد ذلك بوقت قصير أطلقت روتانا clip (تسمح بالرسائل النصية من المشاهدين ثم اتبعت بروتانا كلاسيك) (انظر فصل ٦ الذي يناقش بمزيد من التفصيل دخول رجال الأعمال الخليجين في صناعة السينما والأفلام).

توسع الأسواق العالمية

إن الانفجار في أعداد القنوات الفضائية بالإضافة إلى الحقيقة بأن الشعوب العربية تعتمد علي التلفزيون في تعاطيها مع الإعلام يعنيان أن القنوات الفضائية في ربوع المنطقة العربية تهيمن علي سوق الإعلانات حيث وصل عائد الإعلانات بها في عام ٢٠٠٨ إلى ما يزيد عن ١.٥ بليون دولار أمريكي (مشهد الإعلام العربي ٥٥/٢٠٠٧) ولقد كشف مركز الأبحاث العربي أيضاً عن أن إعلام المنطقة وخصوصاً التلفزيون استحوذ علي ٤٠% من عائدات الإعلانات في الستة أشهر الأولى في عام ٢٠٠٩ مقارنة بنفس الفترة من العام السابق له، وتعتبر الإمارات العربية والمملكة العربية السعودية ومصر أكبر الأسواق الإعلانية ويركز المعلنون علي MBC و Fox movies، حيث يعلن تجار التجزئة وشركات التشييد وكذلك المؤسسات الحكومية وشركات الاتصالات؛ ولقد بلغت عائدات الإعلانات في عام ٢٠٠٩ في دولة الإمارات العربية المتحدة أكثر من ١.٤ بليون دولار أمريكي والتي تقل بنسبة ٣٠% عن عائدات الإعلانات في عام ٢٠٠٨ والتي بلغت

٢ بليون دولار أمريكي ، وفي عام ٢٠٠٩ قفز نصيب التلفزيون من الإعلانات إلى ١٧٧ مليون دولار أمريكي مقارنة ب ٩٨٧ مليون دولار أمريكي لإعلانات الصحف ، و ١٧٤ مليون لإعلانات المجالات و ٢٧ مليون لإعلانات الراديو ، وكانت مصر هي ثاني أكبر الأسواق حيث وصلت عائدات الإعلانات التلفزيونية إلى ٣٤٨ مليون دولار أمريكي في عام ٢٠٠٩ ، و ٥٠٩ مليون من إعلانات الصحف ٥٤ مليون من إعلانات المجالات و ٦٤ مليون من إعلانات الراديو والإعلانات الخلوية إلى ٢٢٨ دولار أمريكي ، ومن الناحية الأخرى بلغت إعلانات التلفزيون في الأردن ١٦ مليون دولار أمريكي في عام ٢٠٠٩ مقارنة ب ١١٧ مليون دولار أمريكي من إعلانات الصحف و ٨ مليون من إعلانات المجالات (مركز الأبحاث العربية ٢٠٠٩) ، ويمثل معدلات الإعلانات إلى الارتفاع الصارخ في شهر رمضان الكريم حيث ترتفع نسبة المشاهدة أيضا فعلى سبيل المثال يكلف إعلان مدته ثلاثون ثانية علي تلفزيون دبي ١٧٤٨ دولار أمريكي في الموسم العادي ولكن في رمضان يقفز إلى ٦٥٨٨ دولار أمريكي ، وبنفس الطريقة يكلف الإعلان علي MBC1 التي تملكها السعودية ٤٤٥٠ دولار أمريكي في الأيام العادية ولكن يقفز إلى ١٢١٠٤ دولار أمريكي خلال رمضان (دين ٢٠٠٩) ، ويشار إلي أن توسع الأسواق الإعلامية العربية ليشمل الجماهير العربية في المنطقة وحول العالم قد أصبح جزءاً من إستراتيجية التسويق لدى العديد من المؤسسات الإعلامية لكي تحقق كسباً في النصيب السوقي المتعاظم.

ولما كان الركود الاقتصادي له أثر عميق علي المنطقة فإنه من المحتمل أن يتأثر التلفزيون حيث تتضاءل عائداته من الإعلانات ولا يمكن الاستمرار إلا للشبكات التلفزيونية ذات الوضع المالي الصلب والمستدام مما يعني أن العدد الهائل من القنوات التلفزيونية المتاحة في النصف الأول من القرن الحادي والعشرين قد يتقلص في المستقبل (مشهد العالم العربي ٢٠٠٥/٥٥).

بالنظر إلي أن السوق العربي يحكمه أثرياء دول الخليج العربية وخصوصاً المملكة العربية السعودية، فقد عانى من نتائج تباطؤ الاقتصاد العالمي حيث انخفضت تدفقات رأس المال وأسعار البترول (بوزو كمبني ٢٠٠٩).

تعتبر MBC – وهي أكبر شبكة علي الهواء – باروميتر الصناعة ويزعم مستشارها سام بارنيت أنها لم تتأثر بشكل كبير بالركود العالمي حيث يقول :

- لا يمكننا أن نقدم للمعلنين أي سبب لتخفيض ما يدفعونه لـ MBC.
- نحن واقعيون بما يكفي لأن نعلم أن الميزانيات الإعلانية الشاملة سوف يتم تخفيضها ولكن باعتبارنا رواداً للسوق فإن قنواتنا الكبرى هي أقل الاختيارات التي فيها مخاطرة أمام المعلنين الذين يتطلعون لتعاي استثماراتهم... لقد أنفقنا المزيد علي الأبحاث هذا العام كما أن السرعة التي نتفاعل بها في تصاعد ، وإذا لم تصلح البرامج يتم تغييرها وإذا سارت الأمور علي خير ما يرام نتوسع في برامجنا ، ونحن نجري المزيد من التجاربوتبدو Gulf Comedy أنها تعمل بشكل جيد وبالتالي سوف نحسن من أدائها (بارنيل ٢٠٠٩/ب).

تجاوزت الزيادة في عدد القنوات الفضائية سوق الإعلان التلفزيوني ، وبالتالي اضطرت القنوات التلفزيونية لأن تغير من برامجها (مثل مسلسل راجل وست ستات الذي يذاع علي القناة الفضائية المصرية) وتنتج المزيد من المسلسلات التلفزيونية والتي تعتبر الجاذبة الرئيسية للعائلات من الإعلانات ، وبالتالي ظهرت الحاجة إلي إنتاج الجديد من المسلسلات السورية والخليجية بالإضافة إلي المسلسلات التركية المدبلجة (بوز وكوميني ٢٠٠٨) ، فالمسلسل السوري باب الحارة تجري أحداثه علي ثلاث مراحل ويركز علي نزاعات تمر بها أسرة سورية أثناء فترة الانتداب الفرنسي بين الحربين العالميتين (بلاك ٢٠٠٨) ، وعندما زار الفنان التركي الوسيم كيفانك تانيلوج الذي لمع نجمه في المسلسل التركي الشهير "نور" - الأردن ودبي قوبل بصياح آلاف الشابات هناك ، ولقد تابع مسلسل "نور" ما بين ثلاثة ملايين إلي أربعة ملايين مشاهد في المملكة العربية السعودية وحدها كما أن الأباء العرب أخذوا يطلقون أسماء شخصيات "نور" علي أطفالهم (بلاك، ٢٠٠٨).

تقدم القنوات الفضائية اليوم العديد من البرامج التي تخاطب القاعدة العريضة من شباب المستهلكين وتعمل في "روتانا سينما" واحدة من أكثر مقدمي البرامج التلفزيونية جرأة - وبالتحديد هاله سرحان التي أحدث برنامجها جدلاً واسعاً بشأن مناقشتها الحية علي الهواء لقضايا حساسة مثل الدعارة والاستمناء ، كما حاز تلفزيون الواقع علي موطئ قدم في الإعلام العربي ببرنامج " هو سوا" الذي يعرض لمجموعة من النسوة العرب اللاتي يعشن بمفردهن و يستعرضن مهارتهن في الأمور

المنزلية كزوجات في المستقبل ومن ثم يقوم الشباب الذين يشاهدون البرنامج بالاتصال لمقابلة هؤلاء الفتيات ، ولقد وجدت دراسة حديثة بشأن تأثير هذا البرنامج علي قيم الشباب أن الشباب المصري يعتبرون هذا البرنامج وسيلة للعثور علي شريكة الحياة ، وقامت MBC أيضا بإنتاج نسخة معربة من البرنامج الأمريكي "أكبر خاسر" والذي يتعلق بإنقاص الوزن وأطلقت عليه "أكبر رابح" وذلك لعدم إيجاد انطباع سلبي (وايز ٢٠٠٥) ، وتنوعت برامج تليفزيون الواقع بين "ستار أكاديمي" إلي "الوادي" و "ألبوم" الذي يحصل فيه الفائز علي اليوم ينتجه له التليفزيون ، و "المصير" – الذي يعتبر محاكاة لبرنامج "العروس المثالية" ، وبرنامج "الموضة" ، و"سوبر ستار" ، و "الأذكاء في الشارع" وبالنسبة لبرنامج "ستار أكاديمي" فقد سجل ٢٣ مليون اتصال تليفزيوني من مصر ، و ١٨ مليون من لبنان و ١٦ مليون من سوريا (الشرق الأوسط ، ٢٠٠٧) ، ولقد صاحب هذا التطور اهتمامات متزايدة بأن القنوات الإعلامية الجديدة قد تروج للأفكار الثقافية الغربية التي قد تهدد القيم الثقافية والاجتماعية الإسلامية وقد تقضي علي الشخصية الوطنية ، ولكن أثبتت البرامج المعربة مثل "ستار أكاديمي" أنها جاذبة جدا لشباب المشاهدين فقد نجحت إحدى المتسابقات – العراقية شذى حسون في توحيد الفرق الدينية العراقية لكي يصوتوا من أجلها وبالتالي حققت ما فشل السياسيون في تحقيقه.

يشار إلي أن هذه البرامج تبث علي غير رغبة من المحافظين العرب مثل المفتي السعودي الشيخ عبد العزيز آل الشيخ الذي أصدر فتوى في عام ٢٠٠٨ يحرم فيها إذاعة هذه المسلسلات التليفزيونية "غير الأخلاقية" حيث صرح بأن "أية قناة تليفزيونية تذيعها هي مخالفة لكتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم ، إنها مسلسلات غير أخلاقية ويعدّها أناس متخصصون في الجريمة والإثم ، أناس يدعون الرجال والنساء إلي عمل الشيطان"(بلاك، ٢٠٠٨) ، ولتعويض هذه الموجه الجريئة من العروض ، تم إطلاق عدد من القنوات الدينية ، حيث أطلق الأمير الوليد قناة إسلامية اسمها "الرسالة" جنبا إلي جنب مع باقة قنوات روتانا الموسيقية ، وتعتبر قناة "إقرأ" القناة المنافسة لها وهي تابعة لـ "راديو وتليفزيون العرب ART" التي يمتلكها الثري السعودي الشيخ صالح كامل ، وبحلول عام ٢٠٠٨ أصبح هناك أكثر من ٤٧ قناة إسلامية متاحة علي الأقمار الصناعية

أمام الجماهير داخل المنطقة العربية وخارجها ، وعلى قمة هذه القنوات الدينية "اقرأ" ، و"الرسالة" ، و"المجد" و حتى القنوات الدينية ك"الرسالة" تسعى للمنافسة في سوق تليفزيون الواقع من خلال تقديم عروض خاصة ذات محتوى "أخلاقي" ويفسر مدير مكتب "الرسالة" بالقاهرة الاهتمام ببرامج تليفزيون الواقع بأنها تمثل شيئاً جميلاً بالنسبة للأسرة العربية العادية بدلاً من البرامج الدينية المملة (وايز ٢٠٠٥) ، وأطلقت قناة "اقرأ" مسابقة "ملكة جمال اقرأ" حيث تتنافس الشابات المسلمات علي اللقب من خلال سلوكياتهن و التزامهن بالشرعية الإسلامية أكثر من جمالهن الجسماني (جلال ٢٠٠٩)

علي الرغم من الزيادة في القنوات الفضائية إلا أن القنوات الأرضية لا تزال تحظى بنسبة مشاهدة عالية ، ففي لبنان قال ٩٠٪ ممن أجرى عليهم بحث أنهم يشاهدون القنوات الأرضية (مركز الدراسات العربية للصحافة ، ٥ يونيو، ٢٠٠٩) ، لا يزال هناك ١٢٩ قناة أرضية في المنطقة أغلبها في مصر ، وعلاوة علي ذلك ، كان التحرر الذي انتشر في المنطقة السبب في الزيادة في محطات الإذاعة الخاصة FM وتعتبر الجزائر و الإمارات العربية المتحدة مالكتين لأكثر عدد من المحطات المملوكة للدولة في حين أن العراق والأراضي الفلسطينية ولبنان بها أكبر عدد من المحطات الخاصة.

سيطرة الدولة أم الرقابة الذاتية؟

تميل الحكومات العربية لأن ترى في الإعلام سلاحاً ذا حدين ، فمن ناحية يمكن استخدامه في التأثير علي الرأي العام ، ومن ناحية الأخرى ، يمكن أن يكون قوة لترسيخ الأسس الأيديولوجية للأنظمة العربية ، وتميل الأنظمة العربية للتركيز علي المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للإعلاميين في ألا يثيروا الرأي العام بل في الحفاظ علي الوضع الراهن من أجل الوحدة الوطنية (عبد النبي ١٩٨٩) ، ويشار إلي أن الاضطراب السياسي الذي ميز المنطقة خصوصاً عقب هجوم الحادي عشر من سبتمبر قد أبرز هذه الازدواجية ، فقد أعطى هذا الوضع للأنظمة العربية المزيد من الأسباب لفرض المزيد من السيطرة علي صناعة الإعلام تحت مسمى حماية بلادهم من الإرهاب كما فرض - من الناحية الأخرى - علي تلك الأنظمة أن تتبنى حزمة من

الإصلاحات السياسية - ولو بشكل متواضع - تلبية لضغوط حلفائهم الغربيين من أجل تعزيز الديمقراطية في المنطقة.

إن الرقابة الشرسة - في الحقيقة - تتعارض في الغالب مع دساتير ما بعد الاستقلال التي تولي حرية التعبير أهمية قصوى ، وبالتالي فإن العديد من البلاد في الشرق الأوسط قد فرضت قوانين متناقضة لتنظيم الإعلام وحرية التعبير ، فمصر - علي سبيل المثال ترض قوانين الطوارئ منذ ١٩٨١ بعد اغتيال الرئيس أنور السادات ، كما أن الأردن تسمح للسلطات بملاحقة الصحفيين قضائياً بالمخالفة للمادة ١٥ من الدستور الأردني الذي يشدد على حرية المواطن في أن يعبر عن رأيه قولاً أو كتابة أو بالصور أو بأي شكل التعبير ، وبلاد أخرى مثل سوريا ترض قوانين الطوارئ التي تميل لأن تنهي الحقوق الدستورية في حرية التعبير ، وفي عام ٢٠٠٢ أجرت البحرين استفتاء يدعم حرية التعبير في نفس الوقت الذي ترض فيه القانون رقم ٤٧ الذي يمنح السلطات الحرية الكاملة في مقاضاة الصحفيين ، مما يعني تشجيع الرقابة الذاتية ، وفي الجزائر رفعت أكثر من ١٠٠ قضية قذف أمام المحاكم في عام ٢٠٠٥ فقط (٢٠٠٥ IREX).

إن الاتجاه المتزايد نحو التوجه التجاري قد حول الإعلام إلي حلقة وصل بين المعلنين والمستهلكين وليس بين السياسيين والمواطنين ، وعلي الصعيد العربي تغير محتواه حيث زادت الأخبار الخفيفة بالإضافة إلي مقالات إخبارية سياسية معارضة كما هو الحال في الصحافة الحزبية في مصر ، وعلي الرغم من الفوارق العرقية والدينية والطبقية ، والفروق في النوع إلا أن بعض المؤسسات الإعلامية الإقليمية مثل ما يسمى "الصحافة والقنوات الإخبارية الفضائية العربية" - تحاول أن تخاطب أكبر قدر من القاعدة الجماهيرية كلما أمكن لها ذلك، ومن ثم فقد أصبحت "العروبة" خاضعة للبيع وإستراتيجية تسويقية تهدف لأن تستفيد من نصيبها السوقي المتزايد (كرايدي ٢٠٠٥).

يعتبر النظام الإعلامي العربي نظاماً فريداً من نوعه ، فالمشروعات الإعلامية تزدهر بفعل عائدات الإعلانات دائمة التزايد علي الرغم من القيود علي حرية التعبير ، وهكذا ، علي الرغم من أن الاستثمارات العربية (خصوصاً الخليجية) قد ازدادت وأن

العديد من الدول قد أنشأت مدناً إعلامية كمناطق حرة لتشجيع المزيد من الاستثمارات ، إلا أن قوانين الإعلام الصارمة والرقابة لا تزال هي المبدأ السائد في المنطقة، وعموماً يوصف المشهد الإعلامي العربي المزدهر بأنه نتيجة لاتحاد ثروة الخليج باللغة العربية الموحدة للعرب (IREX 2005,x-xi).

قوبل الضخ المتزايد للاستثمارات الخليجية بنوع من الشك من قبل العديد من الصحفيين والمعلقين العرب مثل اللبناني حازم صاغية الذي يحذر من أن الاستثمارات الإعلامية هي مجال ترك للأنظمة والقريبين من تلك الأنظمة الذين يعتقدون أن تكريس الحالة الراهنة ضرورة لاستمرار امتيازاتهم ومصالحهم (صاغية ٢٠٠٦/٢٥٦) ، فعلى سبيل المثال يقال إن حاكم أبو ظبي الشيخ خليفة بن زايد آل نهيان قد أمر تليفزيون أبو ظبي بوقف بث مسلسل "سعود العواجي" أثر تلقيه طلباً شخصياً من الملك السعودي لأنه يخشى أن يثير هذا المسلسل مشاحنات قبلية ، ونفس الشيء حدث مع مسلسل "فجان الدم" علي شاشة MBC الذي منع بعد ادعاءات بأنه يثير الغضب الشعبي في شبه الجزيرة العربية (جعفر، ٢٠٠٨).

وتلخيصاً لما سبق ، تميل حكومات الدول العربية لأن تعتبر وسائل الإعلام وخصوصاً الإذاعة حكراً لها ، وهناك ثلاثة أسباب رئيسية لهذا التوجه ، أولاً الإذاعة تصل إلي كل المواطنين بغض النظر عن مستوى تعليمهم ، ثانياً : تلعب هذه الوسائل الإعلامية دوراً رئيسياً في الحفاظ علي الوحدة الوطنية ونشر الإحساس بالجماعة بين المواطنين ، ثالثاً : قد يعمل الإعلام الإلكتروني كأداة أساسية للماكينة الإعلامية السياسية وقد تكون هناك خطورة في وقوع تلك الأداة في أيدي معادلة (أمين ٢٠٠١/٢٩) ، ولقد خدم الإعلام العربي الغايات المحلية من تعليم وثقيف المواطنين المحليين بالإضافة إلي تدعيم الإحساس بالشخصية العربية والتضامن مع الدول العربية المجاورة وسوف يتناول الجزء التالي بالتفصيل دور الإعلام كأداة للتعبئة.

دور الإعلام في تعبئة الأمة العربية

خلال فترة الخمسينيات والستينيات ، كان الإعلام العربي يستخدم كمنبر لنشر ثقافة الوحدة العربية من خلال دعوة الشعوب للتلاحم والفخر بهويتهم القومية العربية وانضوائهم تحت لواء أمة واحدة ، فالأفلام علي سبيل المثال كانت تستخدم

للدعوة إلى هذه الوحدة إذ إن فيلم "جميلة بوحرير" (١٩٥٨) كان يتناول امرأة جزائرية قامت بدور فاعل في حركة المقاومة ضد الوجود الفرنسي في بلدها ، وبعد ذلك بثلاثة أعوام ، طلب من مخرج الفيلم يوسف شاهين أن يخرج فيلم "الناصر صلاح الدين" والذي أبرز وجهة النظر العربية تجاه الصليبيين ، ولم تكن الرؤى متناغمة في جميع البلدان العربية حيث إن الأيديولوجيات الاشتراكية في مصر والعراق والجزائر كان يخشى منها في بلدان أخرى مثل المملكة العربية السعودية التي أطلقت المحطة الإذاعية "صوت الإسلام" لمواجهة إذاعة "صوت العرب" المصرية (ميلور ٢٠٠٨).

إن ذبوع التوجه القومي العربي متجذر في مكافحة النفوذ الأجنبي حيث كانت تميل الحكومات الوطنية لأن تعتمد علي وسائل الإعلام للترويج لسياسات معينة ، فقد وظفت الحكومة المصرية إذاعة "صوت العرب" لتعبئة الرأي العام العربي في الخمسينيات والستينيات ، كما دعمت الدولة المصرية بعد ثورة ١٩٥٢ والتي قام بها الضباط الأحرار - إنتاج أغاني وطنية تعبر عن أفكار العروبة والاشتراكية وحتى الوحدة المصرية السورية (١٩٥٨ - ١٩٦١) باستخدام "التلفزيون المملوك للدولة" (مسعد ٢٠٠٣ / ٢٣) ، فأغنية "وطني حبيبي" عبرت عن ميلاد وطن "عربي وحر وليس صدى غربي أو شرقي" علي الرغم من أن الأغنية لم يكن بها آلة عربية أو شرقية" وفي حين أن كلماتها كانت تعبر عن المشاعر الوطنية لأمة وشخصية موحدته إلا أن الموسيقى تصنف علي أنها ثقافة عالمية تم تعريبها" (مسعد ٢٠٠٣/٢٣).

لقد وضعت هزيمة ٦٧ نهاية لمثل تلك الأغنيات وحلت محلها أغاني تعبر عن اليأس، كما شكلت حرب الخليج عام ١٩٩١ إثر الغزو العراقي للكويت - ضربة أخرى لحلم الوحدة العربية (مسعد ٢٠٠٣) ، بالإضافة إلي أن المشروعات العربية الأخرى مثل وكالة الأنباء العربية بهدف إحداث توازن أمام هيمنة وكالات الأنباء الأجنبية - لم تستطع أن توفر منبراً موحداً للعرب إقليمياً ودولياً، ولقد فشلت هذه الجهود بسبب الاختلاف بين الحكومات العربية نفسها بشأن شكل هذه الوكالة.

لا تزال الصراعات السياسية الرئيسية مثل الانتفاضة الفلسطينية أو الحرب في العراق تقوي من موجة الأغاني الوطنية والدينية ، فقد شهد العقد الأخير موجة جديدة من أغاني الوحدة العربية مثل "الحلم العربي" التي أنتجها في عام ١٩٩٨ الأمير السعودي

الوليد بن طلال ، علاوة علي أن الوضع المضطرب في لبنان أدى إلي ظهور أغاني وطنية كالتي تشدو بها جوليا بطرس ، التي شاركت في المظاهرات التي جرت في بيروت ضد الهجمات الإسرائيلية كما حفزت "الجزيرة" علي تخصيص برنامج خاص بدور الفن في إبراز القضايا السياسية العربية.

كانت أيضاً هناك موجة من الأفلام الجديدة تغذيها قضايا سياسية مشتركة مثل حرب العراق والقضية الفلسطينية فمثلاً فيلم "السفارة في العمارة" يتعلق بسياسي مصري تقع شقته بجوار السفارة الإسرائيلية ، حيث يعاني الرجل من الإجراءات الأمنية الصارمة التي تحيط بالمبنى التي بها شقته ويقرر إقامة دعوى ضد السفارة، هذا العمل جعل منه بطلاً ورمزاً للنضال العربي ، ويدعى المنتج التلفزيوني إسماعيل كُتكت أن المسلسلات التلفزيونية التي تركز عي القضايا العربية باستخدام ممثلين من أقطار مختلفة ويتحدثون لهجات عربية مختلفة – هذه المسلسلات أصبحت شائعة (دين ٢٠٠٩).

إن هذا الفيض المتدفق من المشاعر القومية هو ما أطلق عليه ريناوي (٢٠٠٦) مصطلح "أبناء العروبة" الذي يشير علي وجه الخصوص إلي الاعتماد المتزايد علي نفس المحتوى الاجتماعي الثقافي في القنوات الفضائية مثل النشرات الإخبارية التي تركز علي القضايا السياسية المشتركة ، ويبدو هذا المصطلح جلياً في المنتجات التي تخاطب الأطفال ، ولذلك فإن مجلات الأطفال العربية مثل "ماجد" ، "علاء الدين" و "العربي الصغير" تتناول قضايا الأطفال في عموم المنطقة العربية (بترسون ٢٠٠٥) ويهتم أصحاب هذه المجلات بشكل واضح بعملية تكوين جماعة الأطفال القوميين وذلك بتشجيع القراء علي لقاء وتخيل بعضهم البعض ومن خلال صفحات المجلة (بترسون ١٨٧/٢٠٠٥) وتشتمل "العربي الصغير" علي جزء خاص بالأخبار مخصص للانتفاضة كما بدأت قنوات عربية للأطفال في الظهور (البعض يقدرها بحوالي ١٦) مثل الجزيرة. وعلي أية حال ، تبدو الجماهير العربية مهتمة أكثر بهوياتها المحلية المميزة ، فعلي سبيل المثال، عندما طلب من هذه الجماهير المشاركة بأرائها بشأن إمكانية الوحدة السياسية العربية في مناظرة حديثة علي قناة الBBC العربية وموقعها الإلكتروني ، كشفت هذه الجماهير عن ربيتها في هذه الوحدة وذلك بإظهار الاختلافات المحلية

والوطنية في مواقفهم السياسية، ولكن لو صنف المزيد من الوسائل الإعلامية علي أنها عربية قومية تستهدف الشعوب العربية عبر المنطقة وخارجها، إنما يرجع ذلك إلي أن هذا التوسع في السوق يخدم المصالح التجارية لأثرياء الإعلام أكثر من الأغراض الأيديولوجية للنظم الناصرية أو البعثية.

مع وجود سوق يشكل الشباب العربي شريحة ضخمة فيه، فقد اكتشف أثرياء الإعلام مثل رجل الأعمال السعودي الأمير الوليد أسواقاً مربحة أو كما قال الوليد ستون في المائة من السكان هم من الشباب، وهذه هي قبليتي (خلف ٢٠٠٥) وبالإضافة إلي ذلك، شجع ظهور الصحف الحرة علي زيادة عائدات الإعلانات في المنطقة لأن هذه الإصدارات تعتمد بشكل أساسي علي الإعلانات، وهي عادة ما تستهدف سوق الشباب الآخذ في التزايد في أعداده في كل الدول العربية، وإحدى هذه الصحف الحرة هي "الإمارات اليوم"، التي تستهدف الشباب ما بين سن ١٥ إلي سن ٤٠ عاماً، كما أن شكل "الإمارات اليوم" مصمم لكي يلقي قبولا لدى هذه الشريحة الخاصة حيث تقدم أخبارا سهلة الاستيعاب بدلاً من التحليلات المعقدة (مشهد الإعلام العربي ٢٠٠٧).

وسوف يناقش الجزء التالي بتفصيل أكثر خصائص مستخدمي الإعلام العربي خصوصا الشباب والمغتربون.

مستخدمو الإعلام داخل المنطقة

مع تدهور الدور التقليدي للأسرة وسلطة الدولة أصبح الشباب تحت تأثير نبض الشارع "سواء علي شكل الحركة الإسلامية أو المؤثرات الثقافية البديلة" (ميجر ٢٠٠٠/٨)، كما أن الدولة العربية الحديثة اضطلعت بجانب من مسئوليات الأسرة التقليدية في مجال الثقافة والسياسة والعمالة من خلال برامجها التعليمية الطموحة وتدخلها الشديد في الاقتصاد" (ميجر ٢٠٠٠)، ونتيجة لذلك، وجد الشباب العربي أنفسهم في وضع فاصل بين ما هو عالمي وما هو محلي، فهم دائماً محور الاهتمام عندما تناقش شروور "البرالية الحديثة" (وينجر ٢٠٠٦/١٨٠)، وتبين الإحصائيات الحديثة أن الشباب يمثلون غالبية السكان في العديد من الدول العربية حيث إن ٣٤٪ من سكان المنطقة هم تحت سن ١٥، ويبين جدول "٥" النسبة المئوية للشباب في عام ٢٠٠٦ والنسبة المئوية التقريبية في عام ٢٠٢٥.

لقد شهدت المنطقة زيادة مرتفعة في عدد السكان خلال العقود الخمس الماضية مما يصعب من قدرة الحكومات العربية علي خلق وظائف كافية للشباب ، حيث إن واحداً من بين خمس شباب ما بين سن ٢٠ - ٢٤ عاطل عن العمل مع ارتفاع نسبة البطالة في دول المغرب العربي علي وجه الخصوص (منوز ٢٠٠٠/٢٠) وتشير التوقعات الاقتصادية للمنطقة إلي الحاجة إلي خلق ١٠٠ مليون وظيفة بحلول عام ٢٠٢٠ لتهيئة الشباب الجدد لدخول سوق العمل (داير ويوسف ٢٠٠٧/٣١).

يعتبر الشباب أيضاً المستخدمين الرئيسيين لوسائل الإعلام الحديثة فقد اخترقت

جدول رقم "٥" نسبة الشباب العربي إلي إجمالي عدد السكان

سن الشباب من ١٠ - ٢٤ ٢٠٢٥		سن الشباب من ١٠ - ٢٤ ٢٠٠٦		
مليون	% من إجمالي السكان	مليون	% من إجمالي السكان	
١٠.١	٢٣	١٠.٩	٣٣	الجزائر
٢	٢٠	٢	٢٤	البحرين
٢٧.٣	٢٧	٢٣.٣	٣١	مصر
١٣.٣	٣٠	٩.٦	٣٢	العراق
٢.٢	٢٧	١.٨	٣١	الأردن
٠.٨	٢١	٦	٢٣	الكويت
١	٢٢	١	٢٨	لبنان
٢	٢٥	١.٨	٣١	ليبيا
١٠.١	٢٥	٩.٧	٣٠	مراكش
١	٢٦	٨	٣٢	عمان
٢.١	٣٢	١.٢	٣٢	الأراضي الفلسطينية
٢	٢٠	٢	٢٠	قطر
٩.٩	٢٧	٧.٦	٣٠	المملكة العربية السعودية
١٥.٢	٣٠	١١.٨	٣٢	السودان
٧.٩	٢٨	٦.٦	٣٤	سوريا
٢.٤	٢٠	٣.١	٣٠	تونس

الإمارات العربية المتحدة	١.١	٢٤	١.٣	١٩
اليمن	٧.٦	٣٥	١٢.٢	٣٣

المصدر:

<http://www.unfpa.org/arabstates/overview.cfm>

التليفونات المحمولة الأسواق العربية خصوصاً الأقطار مرتفعة الدخل في الخليج ، ففي عام ٢٠٠٧ بلغت نسبة ملكية التليفونات المحمولة لدى سكان الإمارات والسعودية والكويت ١١٣ % ، ٧٦ % و ٩٨ % علي التوالي (مشهد الإعلام العربي ٢٠٠٧) ، ولقد أدى استخدام التلفون المحمول وخصوصاً بين الشباب إلي ظهور قنوات تستهدف هذه الشريحة وتعرض خدمات الرسائل النصية مثل قناة " روتانا كليب" وعلاوة علي ذلك فقد استفاد الشباب من الإعلام والتقدم التكنولوجي في إعادة تنظيم أنفسهم حتى ولو تحدوا الأعراف التقليدية ، فهم يستخدمون تكنولوجيا الرسائل النصية كوسيلة للتواصل أو حتى لتحديد المواعيد مما مهد الطريق لظهور عشرات من قنوات الموسيقى والرسائل النصية التي تبث أفلاماً تليفزيونية موسيقية بالإضافة إلي وجود شريط لعرض رسائل متبادلة بين الرجال والنساء ، تأخذ بعض هذه الرسائل طابعاً جنسياً واضحاً وقد تحمل عروضاً للزواج (ميلور ٢٠٠٧/٣٨) ولقد غيرت ممارسات الاتصال بالتلفون المحمول من المجتمع التقليدي في مراكش ، علي سبيل المثال ، وذلك بالاستخدام المتزايد للانترنت أثناء المكالمات التليفونية العشوائية والرسائل النصية بين الغرياء (كريم ٢٠٠٩).

يستخدم الشباب وخصوصاً الإناث الانترنت كمنتدى وبذلك ينحون جانباً القيود الأسرية والاجتماعية التي تنظم اللقاءات بين الجنسين (جلال ٢٠٠٤) ، وقد أطلق علي الجيل الجديد " الجيل الروش " إشارة إلي تشتتهم وحيرتهم (ميلور ٢٠٠٨/٣٦٢) ، وتبين الأبحاث أن الشباب قلماً يعرفون المؤسسات السياسية ويشعرون بمزيد من التهميش (مونوز ٢٠٠٠) ، كما كشفت دراسات علي عينة ضخمة من الشباب التونسي والتي أجريت في الأصل في عام ١٩٨٨ وأعيدت في عام ١٩٩٤ - أن دولاً غربية مثل فرنسا

والولايات المتحدة وأسبانيا تميل لأن تلقي قبولا لدى الفتيات ربما لأنهن يربطن تلك البلاد بالمساواة بين الجنسين (سليمان ١٩٩٧) .

يعتبر انتشار وسائل الإعلام وخصوصا الفضائيات والإعلانات المتزايدة عبرها محفزا هاما علي انتشار ثقافة الاستهلاك في العالم العربي ، كما يلام الشباب العربي بأنهم وقعوا فريسة لثقافة الاستهلاك الغربية وخصوصا في الدول الخليجية (الأسد ٢٠٠٧) .

مستخدمو الإعلام العربي عبر العالم

لقد شهدت العقود القليلة الماضية هجرات متنوعة في المنطقة حيث كانت دول المشرق العربي (مصر والعراق والأردن ولبنان وسوريا والأراضي الفلسطينية) مصدرا للعمالة المهاجرة إلي دول الخليج (السعودية والكويت وعمان ودولة الإمارات والبحرين وقطر) (الهجرة الدولية في المنطقة العربية ٢٠٠٦) ، فالمنطقة العربية تعتبر موطناً للدول الرئيسية المستقبلية للعمالة في العالم حيث زادت أعداد المهاجرين من ١٣ مليون إلي ٢٠ مليون في الفترة ما بين ١٩٩٠ و ٢٠٠٥ واستقرار معظمهم في دول الخليج الغنية ، ويوجد بالمملكة العربية السعودية ما يقرب من ٦.٤ مليون مهاجر في حين تستقبل دولة الإمارات العربية ٢.٣ مليون ، وتفضل سياسات التوطين الجديدة التي أحدثتها عمليات الهجرة في دول الخليج المواطنين الخليجيين العرب علي العمال المهاجرين من دول أخرى (باستثناء صناعة الإعلام) هذه السياسات تتراوح ما بين تحديد قدوم العمال الأجانب من خلال الضرائب أو قيود صارمة في التأشيرات ، وخلق المزيد من الوظائف للمواطنين وذلك بفرض قوانين جديدة تحرم عمل الأجانب وخصوصا في القطاع العام (الهجرة الدولية العربية ٢٠٠٦) ، ويستحوذ الذكور علي معدل الهجرة المتزايدة أكثر من الإناث وبالتالي يوجد بالمنطقة العربية أدنى معدل لهجرة الإناث.

يساعد المهاجرون العرب في تحسين وضع أسرهم داخل المنطقة بالإضافة إلي تحسين الناتج المحلي الكلي بفعل التحويلات الضخمة التي تعود إلي بلدانهم الأصلية ، فعلى سبيل المثال ، وصلت تحويلات المصريين بالخارج إلي ٤.٥ بليون دولار أمريكي في عام ٢٠٠٦ بينما وصلت في مراكش إلي ٥.٢ بليون دولار أمريكي في نفس الفترة (البنك الدولي ٢٠٠٧) .

تستقبل دول الخليج عدداً هائلاً من العمال الآسيويين وهذا العدد أخذ في الازدياد في حين أن أعداد المهاجرين العرب أخذ في الانخفاض ، كما أن أعداد المهاجرين الآسيويين (وخصوصاً من بنجلادش وسري لانكا) قد زادت في دول عربية فقيرة مثل الأردن ولبنان حيث استقبلت الأخيرة حوالي ١٨٠٠٠ عامل من سري لانكا في عام ٢٠٠٤ ، ويوجد عدد من المحطات التليفزيونية والإذاعية باللغة الإنجليزية والأوردو والفارس (المناس ١٩٩٦). وبصفة عامة زادت الهجرة العربية إلى البلدان الغربية بشكل كبير خلال القرن العشرين ، ويشكل هذا الحشد من المغتربين والمهاجرين سوقاً رائجة للفضائيات العربية حيث تخصص لهذه الجماعة من المستخدمين علي الأقل قناة واحدة علي الأقل من كل بلد عربي والعديد من القنوات من نفس النوع (ستانتون ، ٢٠٠٧/٢٩) ، فعلى سبيل المثال ، أطلقت المؤسسة الخاصة مورو TV2 خدمة الاشتراك لحوالي ٤٠ قناة عربية وذلك لخدمة ٥٠٠٠٠٠٠ ناطق باللغة العربية في الولايات المتحدة وكندا (بارنيل ٢٠٠٩ أ) ، ويبلغ عدد المهاجرين العرب إلى أوروبا حوالي ٣٠ مليون وتعتبر فرنسا المقصد الرئيسي للمهاجرين العرب خصوصاً من منطقة المغرب العربي ، وتشهد بلدان أخرى زيادة في الجماعات العربية بها مثل هولندا حيث يقدر عدد العرب فيها بحوالي ١.٢ مليون (دومنت ٢٠٠٦).

يختلف تركيز العرب من بلاد معينة في دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ، فالمهاجرون المصريون ، علي سبيل المثال ، يشكلون غالبية العرب في النمسا واليونان واليابان أما اللبنانيون فيشكلون الغالبية في استراليا والمكسيك ، والمراكشيون يشكلون الغالبية في بلجيكا وإيطاليا وهولندا ولوكسمبرج ، والبرتغال ، وأسبانيا ، بينما يشكل الجزائريون الغالبية في فرنسا ويشكل العراقيون الغالبية في الدنمرك وفنلندا والنرويج وهولندا والسويد ، وعادة ما تجتذب الولايات المتحدة المهاجرين العرب ذوي المهارات العالية بالمقارنة بعدد المهاجرين الأقل مهارة الذين يقيمون في أوروبا وخصوصاً فرنسا (دومنت ٢٠٠٧) ويقال إن العرب الأمريكيين يؤدون بشكل أفضل من الأمريكيين العاديين فيما يتعلق بمجالي التعليم وتكوين الثروة (نعيم ٢٠٠٥) ، وهناك أيضاً عدد من المهاجرين من دول الخليج يقيمون في دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ولكن معظم هؤلاء من الطلاب الذين يقيمون لفترة قصيرة (دومنت ٢٠٠٦) ، ويختلف تكامل

هذه الجماعات من بلد لآخر ، فعلى سبيل المثال تتميز جماعات المهجر اللبنانية بصور مختلفة من المشاركة الاجتماعية والسياسية التي تتراوح ما بين الاستيعاب وعدم الاستيعاب في الدول المضيفة (همفري ٢٠٠٤/٣٥).

إن سياسات التكامل والاستيعاب في الغرب لها تأثير على نمو ما يطلق عليه إعلام المهجر الذي يخدم المستخدمين العرب في البلدان الغربية ، ففي فرنسا ، على سبيل المثال ، والتي تعرف بأيديولوجيتها الاستيعابية يواجه المهاجرون من شمال أفريقيا والذين يشكلون ما يقرب من ٤٠ ٪ من مجموع المهاجرين في فرنسا مشكلة الوصول إلى عالم الإعلام كمنتجين وصحفيين إذ إن المخرج الإعلامي الفرنسي لم يغطي حاجات هذا الحشد الهائل من مستخدمي الإعلام (الشكيبى ٢٠٠١/٣٠١) ، ونتيجة لذلك نشط أهل شمال إفريقيا في إطلاق قنواتهم المحلية سواء باللغة العربية أو لغة البربر (الشكيبى ٢٠٠١/٣٠٣) ، وأخيراً فإن السويد التي تستضيف أكثر من ٨٠٠٠٠٠ عراقي دعمت المطبوعات وأصدرت دوريات وأطلقت إذاعة محلية تهتم بتلك الجماعة (كاماوير ٢٠٠٣/٧٩).

الإعلام الجديد والتحدي الجديد

إذا نظرنا إلى العولمة من منظور ثقافي سنجد أنها ترتبط بالاستعمار الحديث الذي تطرد فيه الممارسات الثقافية الغربية نظيرتها العربية ويشمل هذا الاعتماد على الإعلام الغربي مثل وكالات الأنباء ، والبرامج الكوميدية المستوردة وبرامج الأفكار والقيم الاستهلاكية ، بيد أن العولمة قد جلبت أيضاً فرصاً جديدة للدول الصغيرة مثل الإمارات العربية المتحدة والتي تقدم نفسها عالمياً على أنها حلقة الوصل الصحيحة بين الشرق والغرب ، فالمدن العربية في الواقع تتنافس فيما بينها لكي تبين نجاحها في الوصل ما بين الشرق والغرب ، حيث تمكنت دبي من تقديم نفسها كمدينة عالمية بفضل المال والاهتمام الذي توليه إياها الأسرة الحاكمة ، فمنذ أربعة عقود مضت كانت دبي أشبه بقرية في العصور الوسطى حيث كان يعيش سكانها في فقر مدقع ، والآن تصنف على أنها إحدى أغنى المدن وأكثرها عالمية في العالم (عبد الله ٢٠٠٦/٦٣) والتي احتلت مكانة المدن التقليدية الأخرى كالقاهرة وبيروت (عبد الله ٢٠٠٦/٦٣) ، تباهى دبي نفسها بمدينتها الإعلامية التي تخدم ٥٥٠ مؤسسة إعلامية مثل CNN ،

رويترز، سوني، وماجروهيل للنشر، وليس القصد من المدينة الإعلامية - كما جاء علي لسان مديرها التنفيذي سعيد آل منطوق " أن تكون قاعدة إقليمية للمؤسسات الإذاعية ولكن لتكون واحدة من القواعد العالمية الأربع أو الخمس للإذاعة كما نطمح في السنوات القليلة القادمة " (ميلور ٢٠٠٧/٢٧) وعلي نفس المنوال، تقدم قطر نفسها علي أنها معقل الحرية ويتجسد هذا في مشروع الأمير - قناة الجزيرة الفضائية - بالإضافة إلي منتديات الدوحة، وفي الواقع يرجع جزء من نجاح "الجزيرة" إلي ما تثيره من حوارات في الإعلام الغربي والذي من شأنه أن يضيف إلي قيمتها السوقية فيما يتعلق بالمشاركة الجماهيرية، وكذلك قامت الحكومة الأردنية بإنشاء منطقة إعلامية حرة تخدم شركة المدينة للإعلام الأردنية بينما اختارت مصر أن تستثمر في مدينة الإنتاج الإعلامي التي ينظر إليها علي أنها "هوليوود الشرق" بالإضافة إلي المنطقة الإعلامية الحرة (ميلور ٢٠٠٧/٢٧).

تعظم الحكومات العربية من سلطة الإعلام الجديد في تلميع صورتها علي الصعيد الدولي حيث أظهرت عينة من عشرة مواقع رئاسية وحكومية في الشرق الأوسط أن الهدف الرئيس من هذه المواقع كان للتواصل مع الممارسين الإعلاميين داخل وخارج الشرق الأوسط (كيرتين وجيثر ٢٠٠٤).

تستعد حالياً المؤسسات الإعلامية عبر المنطقة لأن توسع من عروضها الرقمية وعبر شبكة الإنترنت مثل وكالة الأنباء القطرية والصحف اللبنانية "البلاد" و"السفير" والصحف الأردنية "الغد" و"الدستور" بالإضافة إلي الموقع السعودي "أخبار العرب"، وقد وقعت قناة MBC اتفاقية مع مؤسسة تصميم الألعاب الصينية لتصميم ألعاب باللغة الإنجليزية والعربية علي شبكة الإنترنت (المشهد الإعلامي العربي ٢٠٠٩/٧٤ - ٩٣)، وبالإضافة إلي ذلك، فإن معظم الإذاعات العربية ممثلة علي شبكة الإنترنت وتشمل بعض المواقع علي ملامح تفاعلية مثل المنتديات عبر الإنترنت ومثال علي ذلك راديو ليالي بيروت ([http:// Beirut_nights.com](http://Beirut_nights.com)) الذي يقدم مواقع إذاعية، ودرشة ومنتديات واجتماعية (زموم ٢٠٠٧).

لقد اتخذت وسائل إعلامية أخرى ناطقة باللغة العربية من الوسائط الإعلامية منابر لها حيث أطلق موقع BBC باللغة العربية عبر شبكة الإنترنت في نوفمبر ١٩٩٩ والذي

يستهدف الشباب العربي ، وقد اختير كأفضل خدمة إخبارية في عام ٢٠٠٠ من خلال Arabian business.com (عبد اللطيف ٢٠٠)، ويشار إلي أن العلاقة الفارقة التي تميز الخدمة العربية ب BBC بشكل عام هي ارتكازها علي منبر إعلامي ثلاثي الأضلاع يجمع بين الإذاعة والتلفزيون والموقع الإلكتروني ، وبعد إطلاق BBC Arabic.com حذت مؤسسات إعلامية أخرى حذوها وأطلقت خدماتها الخاصة علي الشبكة العنكبوتية ، فقد أطلقت "الجزية" Aljazeera.net في عام ٢٠٠١ كجزء من مجموعة "الجزيرة" حيث توفر قاعدة بيانات ضخمة وأرشيف من برامج قناة الجزيرة العربية ، وفي عام ٢٠٠٨ فازت Aljazeera.net بجائزة المسابقة العربية للمواقع الإلكترونية التي أطلقت في دبي في عام ٢٠٠٤ ، أما القناة المنافسة "العربية" والتي يقع مقرها في دبي فقد أطلقت أيضا موقعها الإلكتروني Alarabiya.net في عام ٢٠٠٤ بعد مراجعة المواقع المنافسة وذلك لتحديد القضايا التي تهتم الشباب العربي ، وبالنسبة للقنوات الأخرى كان الانتقال للإعلام الجديد يتسم بالحدرك كما يقول سام بارنيت – رئيس MBC "إن التزامنا الحذر في انتقالنا من التلفزيون إلي الإعلام الجديد مرده أنه من المهم مراقبة الأمور ولكن الإعلان التلفزيوني هو القوة المهيمنة ومن المحتمل أن يظل كذلك لفترة طويلة" (بارنيل ٢٠٠٩ ب). لقد جلب الإعلام الجديد تحديات جديدة أمام قوانين وسياسات الدول ، ففي مصر – علي سبيل المثال ، يناط بالتراخيص الإذاعية للحكومة وفي أحيان أخرى للرئيس نفسه مما أدى إلي رفض العديد من طلبات إذاعية عديدة ، وعندما رفض حزب الغد الذي كان يرأسه المرشح الرئاسي أيمن نور للحصول علي ترخيص بإذاعة FM ، أطلق محطة إذاعية علي الإنترنت عام ٢٠٠٥ وفي وقت لاحق أطلق حزب الغد محطتين إذاعيتين عبر الإنترنت "المحروسة" و"بكرة" بعد القبض علي نور بتهمة الرشوة وقد حذت أحزاب أخرى حذوه ، حيث أطلق الإخوان المسلمون محطتهم الإلكترونية في أكتوبر ٢٠٠٥ ، وهكذا استفادت هذه الفعاليات من القوانين التي لا تغطي الإنترنت (IREX 2005/21) ويناقش الفصل السابع بالتفصيل تأثير الإعلام الجديد في العالم العربي وما إذا كان هذا الإعلام الجديد يعمل كبيئة جماهيرية افتراضية جديدة.

خاتمة

يبين هذا الفصل أن الإعلام كان عاملاً أساسياً في الدول العربية ما بعد الاستقلال وذلك لأهميته في تشكيل وتدعيم الهوية العربية المشتركة ، حيث ساعدت المؤسسات الإعلامية في تشكيل شخصية عربية متميزة تجمع بين التقدم المادي الغربي والتراث التقليدي العربي،

كما أدت الإصلاحات الاقتصادية التي انتشرت عبر المنطقة العربية إلي برامج ضخمة للخصخصة في العديد من القطاعات بما فيها صناعة الإعلام ، فالعديد من الدول العربية (مثل مصر) والتي كانت تتبع سياسات اشتراكية بعد استقلالها ، اتجهت لسياسة السوق المفتوح وتنافست مع الدول الأخرى في تحرير وخصخصة أسواقها كما يتضح في إقامة العديد من المدن الإعلامية الحرة في مصر ودبي والأردن ، كما شجعت الحكومات العربية إقامة المجمعات التجارية الفاخرة وناطحات السحاب وإزالة العشوائيات (ميلور ٢٠٠٧/٢٦) ، الأمر الذي اعتبره بعض الباحثين والمعلقين أنه مجرد محاكاة لنمط الحياة الغربي وسبباً في انحطاط القيم خصوصاً بين تجمعات الشباب المتزايدة.

شجعت هذه التنمية الاقتصادية بالإضافة إلي التقدم التكنولوجي وانتشار الإعلام الجديد عبر الإنترنت الباحثين علي التحذير من ضياع الشخصية العربية المميزة وهيمنة القيم الأنجلو – أمريكية (عبد الرحمن ٢٠٠٢) ، فالقنوات الفضائية العربية – علي سبيل المثال – مهتمة بالاعتماد علي البرامج المستوردة ونسخ البرامج الأمريكية القائمة بدلاً من إنتاج محتوى عربي صرف ، وسوف تقدم الفصول القادمة مناقشات مفصلة لنشر هذه المنافذ الجديدة ودورها في توحيد أو تقسيم الشعوب العربية ، ويتناول كل فصل صناعة معينة علي الرغم من أن المناقشة ستبين أنها تتداخل مع بعضها البعض خصوصاً مع تقدم التكنولوجيا وتطور المنابر الإعلامية.

للمزيد من المعلومات يمكنك زيارة المواقع الآتية :

<http://www.cnn.com/2007/world/meast/0/28/iraq.star.academy/index.html> -1

<http://www.aljazeera.net/channel/archive?archiveld=428168> -٢

[http:// asbu.net/www/ar/directdoc.asp?docid=117](http://asbu.net/www/ar/directdoc.asp?docid=117) -٣

<http://newsforums.bbc.co.uk/ws/thread.jspa?forumID=5810> -٤