

## الفصل (٦١)

المخلص والاستنتاجات

*Summary and Conclusions*

## التقديم

يراجع هذا الفصل الأوجه الرئيسة للنظريات والملامح المميزة المتكاملة الخاصة "بالإعلام العالمي". على الرغم من أنه حالياً يوجد اهتمام قليل نسبياً حول NWICO ، ودور الوكالات المتخصصة في الأمم المتحدة مثل "اليونسكو" ، فإنه لا يزال هناك اهتمام بمدى تأثير اتجاهات الإعلام الدولي الثقافية، الإجتماعية، والإقتصادية. يتمثل الاستثناء غير المتوقع في دور ITU مع "القمة العالمية" التي تناولت مجتمع المعلومات (WSIS). مع توظيف الإنترنت واسع الانتشار، التملكات، والاندماجات بين شركات وسائل الإعلام متعددة الجنسيات، الاتصالات الإعلامية عن بعد، وشركات الإعلان، والتوسع في الدور الاقتصادي للصناعات الثقافية، فإن موضوع الإعلام الدولي الكامل يكون قد تحرك إلى مرحلة جديدة.

لم يعد موضوع وتأثير شركات الإعلام موضوعاً تافهاً أو هامشياً بالنسبة لواضعي السياسات، الباحثين، أو المستثمرين. كل البلدان المحورية تعتبر أن صحة وحيوية اقتصادها يعتمد على نجاح شركاتها الإعلامية في البلدان الأجنبية.

الصناعات الثقافية في بؤرة اهتمام واضعي السياسات على المستوى القومي والدولي، وأيضاً الشركات الرئيسة في أمريكا الشمالية، أوروبا، وآسيا. الآن، حتى الشركات الأكبر الإعلامية الأجنبية صاحبة المصلحة تتنافس بجسارة وإقتحام كل منها مع الأخرى في البلدان والأسواق داخل القارات الأخرى.

بسبب تأثير الإعلام العالمي، الكثير من الشباب المراهق وحتى تحت عمر المراهقة حول العالم، لديهم الآن الكثير من السمات والسلوكيات المشتركة فيما بينهم بفضل MTV، ومواقع web الإجتماعية، وهو ما لم تحدثه مجموعات التفاعل المعيارية الأخرى، بما في ذلك الآباء، الأجداد، الأقارب، أو المدرسين. المضامين طويلة الأجل لظاهرة وسائل الإعلام الدولية الحديثة نسبياً، مطلوب تحديدها، بحثها، وفهمها جيداً.

إحدى المحاولات لفهم دور وسائل الإعلام في المجتمع وتأثيرها على الثقافة، يجب مراجعته خلال عدسات التمددين وأيضاً نظرية الاستعمار الإلكتروني. ينظر هذا المنظور إلى وسائل الإعلام الجماهيرية باعتبار أن لها تأثيرات متداخلة عميقة على المواقف والأفراد من حيث ثقافتهم ومجتمعهم. كتب أحد الباحثين تحت عنوان: The Mediatization of Society بمعنى تأثير وسائل الإعلام على المجتمع: إنها النظرية التي تتناول وسائل الإعلام باعتبارها عوامل إحداث تغيير اجتماعي وثقافي، كتب الباحث:

تأثير وسائل الإعلام على المجتمع عملية مزدوجة الجانب، عالية الحداثة، حيث، على أحد الجوانب تنبثق وسائل الإعلام باعتبارها مؤسسة مستقلة، مع منطق في ذاتها، ومن ثم، يصبح على المؤسسات الاجتماعية الأخرى أن تتكيف طبقاً لمنطقها الذاتي. على الجانب الآخر، تصبح وسائل الإعلام، في وقت واحد جزءاً متكاملًا مع المؤسسات الأخرى مثل السياسات، العمل، الأسرة، والدين، حيث المزيد والمزيد من هذه الأنشطة المؤسسية تؤدي من خلال نماذج إعلام تفاعلية وجماهيرية. يشير منطق وسائل الإعلام إلى طريقة عمل وسائل الإعلام المؤسسية والتكنولوجي، بما في ذلك الطرق التي توزع بها وسائل الإعلام مواردها المادية والرمزية، وأن تستثمر القواعد الرسمية وغير الرسمية.

## التلخيص

كما تشير بدايات الفصول في خطوطها العريضة، نظرية الإعلام الدولي في طريقها إلى التحول. قد فشلت محاولات التنظير الأولى في تطوير نماذج أو جداول عمل للبحوث التي تساير حقيقة الدور المعاصر للإعلام العالمي. قد فشلت نظريات التحديث، الاعتمادية، والاستعمار الثقافي في أن تفسر بصورة مرضية الإعلام العالمي. النظريات القديمة تفسر فقط جزءاً من الصورة العالمية.

قبل أن نراجع هذه المكونات، تذكر أن التأثير على الإعلام الدولي في نهاية "الحرب الباردة" لا يجب التقليل من شأنه. مع نهاية المواجهة الأيدلوجية بين الشرق والغرب، وتخفيض حجم التهديدات الدولية الخطيرة، تسعى حكومة U.S فقط إلى الأدوار الهامشية، إذا كانت هناك أدوار، تقريباً في كل الوكالات العالمية التي تؤثر، تفحص، ترصد، أو تضع قواعد مؤثرة على الإعلام العالمي. في بعض الحالات، الانعزاليون في واشنطن يتبنون عقلية القلعة أو يدعمون فقط سياسات الإعلام الدولي التي تفيد بوضوح الولايات المتحدة، وبصورة متكررة على حساب البلدان الأخرى.

## نظام المعلومات والإعلام الدولي الجديد : NWICO

هيمن NWICO على مناقشات الإعلام الدولي على مدى عقود عديدة. التوحد بين البلدان المستقلة حديثاً، الكثير منها كانت مستعمرات سابقة للبلدان المحورية، بالإضافة إلى اهتمامات أيدلوجية للجمهوريات الشيوعية، حثت على تدفق الأخبار ودور وسائل الإعلام الجماهيرية إلى وضع مثير للخلاف. ترى الدول المحورية الصناعية الصحافة على أنها مستقلة وغير حكومية، وغيرها من وسائل الإعلام الأخرى. عندما يفحص المرء الموضوع الجوهري الذي يتناول ما الذي يحدد تدفق الأخبار عالمياً، من الواضح إنها عملية غير

متوازنة. بعض هذه الموضوعات لدى القمة العالمية حول مجتمع المعلومات SWIS وأيضاً نظام المعلومات والإعلام الدولي الجديد NWICO.

بعض أوجه NWICO دعمتها بحوث تجريبية، أجريت في أمريكا الشمالية وأوروبا، ولكن مؤيدي قضية NWICO يطلبون حلولاً تتضمن بعض أنواع الرقابة الحكومية، ولكن هذه الدعوات أو المطالب لم تجد أذناً صاغية في حجرات مجالس الإدارة، أو حجرات الأخبار في البلدان المحورية الصناعية، ومع ذلك، WSIS، وما ترتب عليها قد فجرت بعض القلق الذي أثاره النقاد أثناء مناقشات NWICO أثناء اجتماعات اليونسكو على مدى عقدين من الزمن مضياً. الكثير من الموضوعات التي يتناولها NWICO، قد وضعت في منظور أفضل وذات معنى أعمق، عندما نظر إليها بمنظار نظريتين ذات صلة بموضوعات NWICO؛ نظرية الاستعمار الإلكتروني، ونظرية النظام العالمي. فيما يلي ما قل ودل .

## نظرية الاستعمار الإلكتروني (ECT)

على أحد المستويات تفحص ECT التعاملات الاقتصادية التي ينخرط خلالها عدد من الشركات الإعلامية الكبيرة متعددة الجنسيات في بيع السلع والخدمات المخبأة ثقافياً إلى الأسواق الخارجية. تنظر هذه الشركات إلى مثل هذه الصفقات على أنها أنشطة تولد الإيرادات التي تزيد من حصة السوق وتعظم الأرباح لهذه الشركات ولمساهميها. يتحقق كل هذا في إنسجام مع الشركات الأخرى. تتضمن التأثيرات تشكيل الاتجاه، وبخاصة بين الشباب من المستهلكين، الذين يفضلون المنتجات الثقافية الأجنبية، والتي تمتد من الكتب الهزلية، إلى الموسيقى، إلى الفيديوها، والتي تمثل ثقافات وأحلام بعيدة – تلك المنتجات التي تنتج وتصنع أساساً في بيئة وثقافة مختلفة تماماً. تتجه صناعات الإعلام الرئيسة إلى التوطن في القليل من البلدان المحورية الثرية، بين عملائها متشتتون حول العالم، يأتون من بيئات مختلفة لغوياً، اجتماعياً، اقتصادياً، دينياً، وسياسياً. ولكن بمضي الوقت تتوقع ECT أن هذه الاختلافات سوف تنقل لصالح البلدان المنتجة، التي مراراً وتكراراً تتحدث وتتعامل

بالإنجليزية. هذه الحركة في اتجاه اللغة الانجليزية بإعتبارها لغة "القرية العالمية" تطبق حتى على EU. اللغة التي يتحدثها معظم الأوروبيون بدلاً من لغتهم الوطنية هي الانجليزية. معظم الاجتماعات بما فيها المؤتمرات الأكاديمية عبر أوروبا تدار أكثر وأكثر باللغة الانجليزية.

حيث تحاول أوروبا أن تجد هوية متعددة الجنسيات جديدة، لا تزال ليس لديها لاعبون عالميون كبار في مجال الانترنت. يلاحظ أن: مايكروسوفت، جوجل، ياهو، أبل، Intel، أيضاً، Twitter، IBM، كلها شركات أمريكية، ولها بصماتها العالمية. قد أنشأ EU عدداً من البرامج لتصحيح الموقف، ولكن لم ينجح أي منها في أن يكسب تدعيماً يضعه موضع التهديد للشركات السابقة.

ثلاثة عوامل مهمة واضحة في الشكل ١-١٦ التالي:

#### شكل ١-١٦

١٢ شركة من شركات الإعلام الأكثر أهمية في العالم، ٢٠١٠

#### أسماء الشركات

- 1 Time Warner
- 2 Viacom
- 3 Disney
- 4 British Broadcasting Corporation
- 5 Sony
- 6 News Corporation
- 7 Bertelsmann
- 8 Associated Press/Reuters (tie)
- 9 GE's NBC Universal
- 10 Omnicom/WPP (tie)

أولاً، كل هذه الشركات تقع في منطقة واحدة – المنطقة المحورية. لا توجد حتى واحدة في المنطقة شبه الهامشية. ثانياً، لغة وسائل الإعلام الدولية هي الانجليزية، وبمضي الوقت سوف تستمر وربما تكون أكثر، ثالثاً، فيما عدا BBC، كلها لها وجود قوي وتحتاج إلى أن يقوى ويستمر هذا الوجود في سوق U.S الجوهري.

بمضي الوقت، معظم الشركات التي جاء ذكرها في الفصول السابقة سوف يكون لديها المزيد العملاء وتحقق المزيد من الإيرادات خارج مكاتبها الوطنية بإعتبارها المراكز الرئيسية. إنها حقيقة عالمية وليست قومية.

أساساً تفسر ECT ظاهرة النموذج المهيمن الأنجلو – ساكسوني، الذي يستخدم اللغة الانجليزية، والتي تنتشر عالمياً من خلال قوتين أساسيتين. القوة الأولى تلك التي نشرت الأساس الذي سوف يقود الهيمنة الحالية لصناعات وسائل الإعلام، أساساً عن طريق الشركات الأمريكية. كانت تلك القوة، الامبراطورية البريطانية. إنها أخذت أدبيات الموضوع، الثقافة، BBC كنموذج، رويترز، واللغة الانجليزية حول العالم. الموجة أو القوة الثانية تتمثل في مشهد وسائل الإعلام، الذي تسيطر عليه أفلام هوليوود، الموسيقى الأمريكية والانجليزية، الكتب المقررة على مستويات التعليم المختلفة، AP، CNN، السلاسل التلفزيونية، الثقافة الشعبية، معظم مواقع web، جوجل، والكثير عن اللغة الانجليزية. ذلك هو السبب، لماذا البلدان التي لا تتحدث الانجليزية، تكون في حالة ضياع فيما يتعلق بماذا تفعل حول المضمون طويل الأجل الخاص بنظرية الاستعمار الإلكتروني ECT، أو كيف يستطيعون خلق كيان عالمي فائز في ميدان وسائل الإعلام.

## نظرية النظام العالمي (WST)

WST وسيلة تنظيم الأنشطة العالمية في حقل وسائل الإعلام والاتصال الإعلامي الدولي من منظور نظري. تقسم WST العالم إلى ثلاث قطاعات أساسية: محورية، شبه هامشية، وهامشية. البلدان المحورية، نسبياً قليلة العدد، تمارس تأثير اقتصادي واسع النطاق، تهيمن على العلاقات والتعاملات مع القطاعين الآخرين. الولايات المتحدة، الاتحاد الأوروبي، واليابان بعض أصحاب المصلحة من بلدان المجموعة المحورية المهيمنة. هذه المجموعة لديها السلطة لتحديد القواعد، والمحتوى في التعاملات مع بلدان المجموعتين الآخرين.

البلدان شبه الهامشية، بلدان لافئة من حيث العدد، والتي تتفاعل مع البلدان المحورية، ولكنها حالياً تفتقر إلى السلطة والمؤسسات الاقتصادية لكي تلحق بمجموعة النخبة المحورية. الصين، المكسيك، البرازيل، والهند، وبعض بلدان الشرق الأوسط، والتي نوقشت في الفصل ١٣، تحاول أن تعيد وضع نفسها لكي تلحق بمجموعة الدول المحورية، أو اكتساب عضوية الاتحاد الأوروبي.

أخيراً، المنطقة الهامشية تتكون من البلدان النامية. هذه البلدان أو المناطق لديها سلطة قليلة نسبياً، إذا كانت موجودة، وتعاملاتها مع البلدان شبه الهامشية أو البلدان المحورية يكون لصالح بلدان المنطقتين الأخيرتين. الكثير من البلدان الأفريقية، أمريكا اللاتينية، ومعظم بلدان آسيا تنتمي إلى المجموعة الهامشية. أساساً خاضعة لاستغلال المنطقتين الآخرين، لديها القليل من صادرات ووسائل الإعلام، القليل من الاتصال بالانترنت، القليل من التعليم، القليل من التكنولوجيا، كما أنها تعاني من الثالوث المرعب: الفقر، الجهل، والمرض.

تركز WST على الأنشطة والسلطة الجوهريّة، داخل صناعات الإعلام المقيمة في البلدان المحورية، وكيف توظف هذه السلطة للحصول على ميزة منتظمة في تعاملاتها الاقتصادية مع البلدان شبه الهامشية والبلدان الهامشية.



## نظرية الاستعمار الإلكتروني، بالإضافة

### إلى نظرية النظام العالمي

ECT Plus WST

الجمع بين النظريتين يوفر التفسير الأكثر قوة للظاهرة المعاصرة للإعلام العالمي المتاح للطلبة محلي السياسات، مخططي الشركات، والباحثين بالمثل. حيث يستمر دور الإعلام الدولي في التوسع، فإن هاتين النظريتين المترابطتين، تمثل فرصة لمزيد من البصيرة والفهم الذي يتناول هذه الظاهرة العالمية الأكثر أهمية.

### الولايات المتحدة، الحداثة، والتصرفات في المستقبل

ليس هناك شك في أن U.S لها مصلحة مستحقة في الاقتصاد العالمي. إنها كدولة لديها أكبر عدد من الشركات متعددة الجنسيات، الكثير منها في قطاع الإعلام، والذي يعتمد على التجارة العالمية والتعاملات كمصدر أساسي للوظائف والدخل. تحتاج U.S إلى نظام وقواعد عالمية للمحافظة على استمرارية أداء مصانعها بل ونموها. إنها المستفيد الأول من القواعد العالمية، ومن الاقتصاد العالمي. إنها تريد الأمم المتحدة، ووكالاتها المتخصصة مثل اليونسكو، WTO، وITU، لكي تؤدي هذه الشركات بفعالية. تحتاج U.S إلى الاقتصاد العالمي، ويحتاج الاقتصاد العالمي إلى U.S.

في البيئة الجديدة في عهد ما بعد الحرب الباردة، امبراطورية دوائر أعمال U.S هي التي تحكم وتتحكم. إنها لم تعد بعد سيطرة الامبراطورية البريطانية عندما حكمت البحار، ولكنها الآن امبراطورية U.S التي تحكم الوسط الناقل لموجهات وترددات الراديو، ومعظم وسائل الإعلام الدولية.

الاقتصاد العالمي يمثل اكسير الحياة لعدد ضخم من الشركات الأمريكية متعددة الجنسيات. فقط، فكر في القليل مثل : GE , IBM , Microsoft, Time Warner، وغيرها كثير. ومع ذلك، من أول من انتقد U.N واليونسكو؟ إنها الولايات المتحدة الأمريكية، والعديد من وسائل إعلام U.S. بلد مثل جرينلاند أو نيوزيلاند، إذا إنهار نظام التجارة العالمي، فإن مثل هذه البلدان نسبياً لا تضار كثيراً، ولكنه في حالة الولايات المتحدة فهذا يعني الخراب والدمار الكامل. إنها معضلة شديدة الواضح، ولكن يبدو أن الأجانب يفهمونها أفضل من الأمريكيان أنفسهم على كل المستويات في العمل، الحكومة، ووسائل الإعلام.

حيث أن الكثير من البلدان المحورية تتحرك من الحادثة إلى ما بعد الحادثة، فإن وضع U.S على المسرح الدولي يجعلها تقف في تناقض متصلب شديد الصرامة، في علاقتها بالاستجابة إلى إمكانياتها بأن تكون القائد والرائد للإعلام العالمي. الاحتمال الأكبر أن تكون مدركة عالمياً على أنها ذات عقلية ضيقة، محبة للانتقام، دولة مكروهة على الساحة الدولية. في المستقبل، كيف تتناول U.S الموضوعات الدقيقة المتعلقة بالثقافة، وسائل الإعلام، التنوع، والمشاركة في الوكالات متعددة الجوانب، ومن المحتمل أن المحافل المختلفة سوف تحدد مخرجات هذا التناقض. تاريخ الولايات المتحدة الأمريكية ليس في جانبها.

## الاستنتاجات

من الصعب أن تصيغ استنتاجات حيث التناول مع الإعلام الدولي. ذلك الحقل في حالة من الجريان بل التدفق المستمر، والتغيرات العالمية تؤثر فيه على أساس يومي. المحركات الأساسية الثلاثة التي تدفع التغيير تتمثل في الابتكارات في دنيا الإعلام، الحرب العالمية على الإرهاب، والإقتصاد العالمي، العالم مختلف، ولكنه مكان أفضل بسبب الإعلام الدولي. الكثير من المواطنين أفضل تثقيفاً، والشركات الرئيسية قادرة على أن تعيش خبرات النجاح، بما في ذلك توسيع فرص التوظيف بسبب الامكانيات والاحتمالات الإيجابية التي توفرها الابتكارات في الإعلام الدولي. ولكن فيما وراء التعميمات العريضة، لا تزال توجد استنتاجات محددة، والتي يمكن الوصول إليها من فهم أصحاب المصلحة وتنوعاتهم المختلفة، البلدان، وأيضاً شركات الإعلام العالمي. تركز الاستنتاجات الأربعة التالية على السيادة، العولمة المستمرة، والإنترنت. من الواضح أنه يمكن استخراج استنتاجات أخرى، ولكن إذا أخذنا في الاعتبار الإيقاع السريع للتغيير في هذا القطاع، فإنه فيما يلي التوقعات الأكثر احتمالاً.

أولاً، قد سيطرت الأجهزة السمع بصرية في الإعلام الدولي تاريخياً، وسوف تستمر لتكون كذلك، من خلال موسيقى، تليفزيون، أفلام طويلة، وبوابات الإنترنت الأمريكية. نشير هنا إلى أفلام ديزني الكرتونية والصور المتحركة، منها: أنا أحب لوسي، دالاس، والأصدقاء. نأتي إلى بيت التليفزيون الأمريكي، الذي قد هيمنت عروضه وبرامجه على كل أجهزة التليفزيون حول العالم. يقال نفس الشيء على CDs , DVDs ، وشاشات الأفلام أيضاً. ولا ننسى أيضاً العروض والمسلسلات عبر التكنولوجيا الحديثة شبكات وكابل تليفزيون U.S القمر الصناعي.

ولكن كل هذا يحتاج إلى ميزانيات ضخمة للتسويق والإعلان تخصصها وسائل الإعلام الدولية وتكتلات شركاتها المثيرة للجدل. منهجها الأكثر تقدماً لمخاطبة عملائها حول العالم الكثير للصدفة أو التخمين. والنتيجة، أن أذهان الكثيرين، دون نظر إلى الزمان أو المكان قد تأثرت بوضوح بفعل

تيار التدفق وتيار المحتوى المنهمر من منتجات واختبارات وسائل إعلام البلدان المحورية. يدعم هذا بقوة ECT من أجل فهم وتنظيم تأثير الإعلام الدولي بمضي الوقت.

ثانياً، الوفرة المفرطة في أنشطة ما وراء الحدود بين الشركات الرئيسية في مجال وسائل الإعلام، الإعلان، الاتصالات الإعلامية عن بعد، والانترنت، والتي أصدرت قرارها من جانب واحد - الذي اعتبرت فيه الحدود القومية التاريخية، وبعض الحالات السياسات، متقدمة وشيئاً من الماضي. على سبيل المثال، رويترز، الأخبار الأوروبية، CNN, FOX, MSNBC, BBC, AP، تذهب إلى حيث توجد الأخبار في أي مكان. بعضها يذهب إلى الأماكن التي يتوفر فيها أسواق، أو جماهير تتسم بالأهمية والفعالية لإقامة قاعدة جماهير حيوية أو ذات ربحية محتملة أو هما معاً. تذهب الانترنت إلى حيث يوجد "موديم"، كمبيوتر، وبعض أنواع التجهيزات اللازمة لسهولة الدخول والتعامل مع الانترنت سواء أجهزة أو برامج، دون اهتمام بالزمان أو المكان. نحن نعيش الآن في عالم، حيث فرد واحد Bill Gates مؤسس مايكروسوفت أكثر ثراءً من مجموعة من الدول الهامشية معاً.

يبدو أنه، على الرغم من أن مفهوم الدولة قد استمر حوالي ٦٠٠ عام، الآن، واضعو السياسات والشركات على السواء يتشككون في فعالية مفهوم الدولة. سوف تدفع هذه الظاهرة المنظمات متعددة الجنسيات، والاتفاقات عابرة الحدود القومية إلى ممارسة أدوار متزايدة الأهمية بصورة دائمة، لأن من الواضح أن الرقابة المحلية ورقابة الدولة ظاهرة ما قبل الإنترنت، أو حقيقة ما بعد السيادة، بعبارة أخرى. ومع ذلك، الكثير من نفس هذه الشركات والظواهر مثل الإنترنت تحت بقوة على انبعاث القومية والمحلية، والبعض يأمل في أن يكون وسيلة لحماية وتدعيم الثقافات، المجموعات، واللغات الوطنية.

ثالثاً، سوف يهيمن أحد أوجه الاقتصاد العالمي على الملامح المميزة المتكاملة العالمية للإعلام الدولي الحالي وفي المستقبل. بصفة خاصة، اقتصاديات الحجم تحفز الشركات الرئيسية على الاندماجات والتملكات. يطبق هذا على كل أوجه ظاهرة الصناعات الثقافية، ابتداءً من وكالات الإعلان، مروراً بوسائل الإعلام الدولية، الخدمات السلكية، وحتى شركات الانترنت. سوف تتحرك الشركات صاحبة المصلحة إما إلى توسيع حصتها السوقية

بصورة اقتصادية خلال الابتكار، الاندماجات، والتملكات. الاقتصاد العالمي ليس مستخدم صديقاً، أو تكلفة فعالة لصغار اللاعبين في قطاع الاتصالات الإعلامية.

قد حددت كل صناعات الإعلام الرئيسة، بصرف النظر عن الأصل القومي، أن سوق أمريكا الشمالية بإعتباره جوهرياً لمكانة الشركات صاحبة المصلحة في عملية العولمة. أخيراً، وجه آخر من أوجه العولمة يتمثل في الربط بين وسائل الإعلام القديمة ووسائل الإعلام الحديثة. يحدد الاندماج بين AOL، وشركة Time Warner الظاهرة، على الرغم من العثرات التي واجهت هذا الاندماج، ولكنه أيضاً يدعم ويوسع دور التحول إلى العالمية التي تعتبر كل الشركات في حاجة إلى تبنيه، التعامل معه، وفي النهاية الإضطلاع به.

رابعاً، دور الإنترنت، الذي لا يزال في حالة تطور. الإنترنت اليوم تناظر اختراع آلة الطباعة، الأيام المبكرة لتجميع الحروف في أسطر، أو التطبيق المبكر لشرائح الكمبيوتر. نحن في المرحلة المبكرة لما سوف يصبح الصناعة الناضجة، والتي من المحتمل أنه سوف يحل محلها في النهاية بعض الابتكارات التكنولوجية الأخرى أو مزيج من التكنولوجيات وعوامل أخرى.

وجه آخر لافت من أوجه الإنترنت يتمثل في تدعيمها للفرد لكي يتخذ اختيارات مختلفة بطرق مختلفة. قد يحصل الأفراد على الأخبار مباشرة من الإنترنت دون مصفاة الناشرين، المحررين، أو الصحفيين. أو يستطيعون أن ينشئوا مدوناتهم الذاتية، ويسعون إلى جمهور تجذبه تأملاتهم. المخرجات الرقمية، وعالم البلدان المحورية سوف يسرع دخول الإنترنت إلى المنازل والقرى حول العالم في وقت قياسي. بمضي الوقت، الكثير من البلدان شبه الهامشية سوف تنضج إلى بلدان محورية، وحينئذ، سوف يصبح الموضوع كيف وما هي البلدان الهامشية التي سوف تتطور إلى المنطقة شبه الهامشية. القول الفصل في العناصر الفعالة للابتكارات المؤثرة على الإنترنت، سوف تستمر مع ذلك في الظهور أولاً وبصورة أسرع عبر البلدان المحورية.

## الربط بين الدبلوماسية العامة و ECT

الفصل الذي تناول الدبلوماسية العامة وضع علامة كبدائية جديدة للدور المحتمل لوسائل الإعلام على المستوى العالمي والمصطلحات المرتبطة بهذا الدور. الأهداف والوسائل واضحة إلى حد كبير. تتمثل الأهداف في التأثير على القلوب والأذهان الخاصة بالآخرين بدون تدخلات عسكرية من أي نوع، الوسائل تكون نادرة عندما نتحدث عن التمويل الصحيح للمبادرات. يكشف نقص التمويل عن المنطقة العملياء ذات الصلة بإمكانيات الدبلوماسية العامة. ميزانية الدفاع في U.S لعام ٢٠١٠ ٦٨٤ بليون \$ بما في ذلك الحرب في العراق، وأفغانستان. ميزانية الدبلوماسية العامة في U.S، لا يهتم كيفية حسابها، أقل من ١ في المائة من ميزانية القوات المسلحة. ولكن لا تستطيع القوات المسلحة بمفردها كسب المعركة ضد الإرهاب. تعداد القتلى والسجناء ليست مؤشرات للنجاح في مناقشات لغة القلوب والأذهان.

إذا تم إعادة توجيه ١٠ في المائة فقط من ميزانية القوات المسلحة إلى الدبلوماسية العامة، واكتساب قلوب وأذهان أولئك نطلق عليهم الأعداء، قد يتحقق بعض التقدم. ولكن خيال المسؤولين على قمة السلم التنظيمي لإدارة US قد توقف مشلولاً عند بيئة ما بعد ٩/١١ حيث المتعاقدون العسكريون يتحركون بسرعة وفعالية إلى داخل فراغ سياسات أو لا سياسات.

## ما علاقة كل هنا إلى ECT؟

بصفة عامة وسائل الإعلام في الحقل الإعلامي تحمل مجموعتين من القيم. الأولى تتمثل في تأثير الأجهزة والمعدات ذاتها، المجموعة الثانية تتناول البرامج أو المحتوى. إنه انتشار وتأثير المحتوى المصنوع من كل الأنواع في البلدان المحورية والذي يعنيه الاستعمار الإلكتروني. التكنولوجيا نفسها ليست محايدة. على سبيل المثال، استخدام أجهزة الكمبيوتر تقوده أكواد جوهرية والمعدات وتتناول البرامج التي تؤدي إلى هذه العبارة العامة. تحمل وسائل الإعلام الأمريكية في معظمها، والقائمة في البلدان المحورية قيماً ثقافية، ولغوية. تتقاطع هذه القيم مع عدد من الاتجاهات والسلوكيات التي تعتمد على المستقبل أو المتلقي بكل ثقافته وبيئته ومراحلته العلمية المختلفة.

قبل اسدال الستار، أدركت أولئك الذين عاشوا معسكر الاستعمار الثقافي، وأولئك الذين يحرصون على صفاء اللغة والأسلوب، سوف يلومون بشدة أي زيادة في وسائل الإعلام والثقافة الأمريكية حول العالم؛ ولكن وسائل الإعلام الجماهيرية يجب أن تعمل بمفهوم انتشار الرسالة، وآليات الاختيار. إنها تغذي صورة الحياة الأفضل. ولكن إلى حد التعقيد الصناعي العسكري الذي حذرنا منه الرئيس إيزنهاور حول الاستمرار بالقوة على كل من الدولارات والسياسة ذات الصلة بالمواد العالمية، حينئذ جعل العالم أكثر أمناً أحد آخر الأشياء التي سوف يحققها منهج ما بعد ٩/١١ الحالي.