

الباب الثاني
العرب تحت إحتلال الإعلام

الفصل الأول
تلوث البيئة العربية
بطوفان المعلومات

إذا كان الإعلام في بداية القرن العشرين، وخاصة أثناء الحروب والأحداث الكبيرة، أعلام الكلمة المسموعة بحدودها المغلقة لاعتبارات تكنولوجية وجغرافية، فإن الإعلام الرقمي المعاصر يمتلك خاصية التفرد بمزايا العلم والتكنولوجيا، والتفرد بخصائص العالمية بمعناها الشمولي . فقد أضحى الإعلام بمنطلقاته الفكرية يشكل أبرز ظاهرة حياتية تتداخل مع ميادين الحياة الأخرى بل يعكس نمطها وتقاليدها بشكل أو بآخر حسب المنطلقات الأيدلوجية .

وبمعنى آخر فإن وظائفه في ظل التقدم العلمي والتقني تعددت وتشعبت في ظل المتغيرات الدولية وتعقيدها . فهو أداة مهمة لإدارة حرب المعلومات والحرب النفسية بمضامينها المختلفة، وأداة لتشكيل الرأي العام والتحكم باتجاهاته، فقد أصبح من الشمول والأهداف المتعددة في عصر تكنولوجيا الاتصال وانفجار المعلومات، ظاهرة العصر الجديد بما يعنيه من تعددية الوظائف التي يقوم بها في ميادين الحياة المختلفة .

فالإعلام المعاصر استطاع أن يحطم الحدود ويلغي المسافات بين الدول ويؤسس له علاقة تفاعلية مع العلوم والمعارف لإيجاد فهم مشترك لظواهر الحياة الجديدة وتفاعلاتها . وبمعنى آخر إيجاد معادلة تضمن تحقيق فاعلية أكبر للعملية الإعلامية في حياة البشر .

وبقدر ما يقوم به الإعلام من خدمات كبرى في تطوير الحياة وتنمية المجتمعات بالاتجاه الذي يؤدي إلى زيادة المعارف وتوسيعها ونقلها وتعبئة الرأي العام فيما يتعلق بالقضايا التي تتحكم في تطوير الإنسان أو التي يتوقف عليها بقاء الجنس البشري، فإنه بسبب ارتباطه بالمصالح والاحتكارات، وبقدرة الدول الكبرى تكنولوجيا وتقنيا، فقد أضحى أداة خطيرة للهيمنة والغزو الثقافي لاختراق العقل البشري وتدميره .

وهذا ما يفسر لنا استخدام الدول المتقدمة للإعلام الدولي بقصد الغزو والسيطرة وغسل العقول بحيث تفوق أساليب الإعلام ومضامينه في فعاليتها وتأثيرها الجيوش المسلحة . وهو ما يفسر أيضا استثمار الغرب إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتحقيق أهداف استراتيجية يراود منها الهيمنة السياسية والفكرية، وتفتيت الدول وشعوبها وضمانا لوجودها المستمر فكريا ونفسيا وسياسيا في هذه الدول .

ولقد تسبب الوضع الدولي في حرمان الكثير من الدول النامية، ومنها الأقطار العربية، إلى الكثير من الامتيازات التي تحققها التكنولوجيا المتطورة في مجال الإعلام والاتصال، وجعلها في كثير من الأحيان غير قادرة بسبب التفوق التكنولوجي للغرب، وهيمنة المؤسسات الإعلامية الدولية على سير المعلومات وتدفق الأخبار .

وينبغي أن نتذكر، ونحن نتحدث عن التدفق الحر للمعلومات، بعض الحقائق الدولية الراهنة في مجال الإعلام الدولي :

١- هناك سيطرة دولية على نشر الأنباء من قبل مجموعة قليلة من وكالات الأنباء الأميركية والغربية. حيث تنشر هذه الوكالات ما يقارب ٩٠٪ من معلومات العالم .

٢- أن الصحف والمطبوعات الكبيرة التي لها انتشار دولي كبير ومؤثر تصدر في الولايات المتحدة الأميركية وبريطانيا وفرنسا .

٣- أن أخبار التلفاز وبرامجه وأفلامه تعتمد بشكل رئيسي على المواد الأولية المنتجة في الولايات المتحدة الأميركية وبريطانيا .

٤- أن الجهود التي تبذل بشكل فعال لبيع الإنتاج التلفزيوني تأتي بشكل عام من المؤسسات الغربية. فهناك ثلثا الإنتاج المباع يصدر عن الولايات المتحدة الأميركية وحدها^(١).

٥- أن برامج الراديو الموجه للدول الأجنبية تبث معظمها من محطات الدول الصناعية مثال ذلك صوت أمريكا، هيئة الإذاعة البريطانية، مونت كارلو وغيرها .

٦- سيطرة المحطات التلفزيونية الدولية الأميركية والغربية على تدفق المعلومات وانتشارها دوليا بحيث (أصبحت شبكة C.N.N لها وجود فعلي في أكثر من مائة دولة في العالم، واحتلت شبكة M.T.V الخاصة بالأغاني والموسيقى بيوت ٤٣ مليون أوروبي فقط)^(٢).

وهذا يعني أن احتكار المواد الإعلامية يتحدد في مكان معين وبالذات في ثلاث أو أربع دول من بين أكثر من (١٥٠) دولة في العلم مما يعكس حقيقة نشر المواد الإعلامية والدعائية .

إن معادلة العصر تشير إلى حقائق جوهرية لا يمكن إنكارها تتمثل في الخلل الناجم عن التوزيع غير العادل في الخريطة العالمية للإعلام، وما تسببه من أضرار فادحة على مستقبل الإنسان وثقافته في العالم الثالث، إضافة إلى بروز ظاهرة طوفان المعلومات المتدفق إلى الجنوب وما يسببه من نتائج سلبية على النظام الإعلامي الوطني وتهديده لأمن الدولة ثقافيا وإعلاميا . كما يمكن أن نشير أيضا إلى أن الثورة الفضائية المتمثلة في الأقمار الصناعية التي تملأ المحيط الفضائي الدولي بشبكاتها وما ينتظرها من دور مستقبلي في صياغة نظام جديد للاتصالات والمعلومات، ستؤدي إلى تكريس مفاهيم أخرى لمرتكزات الأمن القومي وتقاليدته. فالثورة الفضائية التي تتحكم بها الآن دول صناعية قليلة ستخلق المزيد من الهيمنة

الإعلامية، والمزيد من المشكلات والصعوبات للدول النامية، لان هذه الثورة، كما يبدو، تريد أن تستثمر هذا التطور لتحقيق السيطرة على النظام الدولي وتكريس (الهيمنة الفضائية) كبعد للسيطرة السياسية والإعلامية والثقافية.

فلسفة الغزو والتدفق الإعلامي

تنطلق فلسفة الغزو الإعلامي من مبدأ التدفق الحر للإعلام والمعلومات، ومن جانب واحد. وهي ترتبط أساسا بأصولها الفكرية والأيدلوجية وقوانين تطورها السياسي والإعلامي حيث تستمد مبادئها الفكرية من المدرسة الغربية والرأسمالية التي تؤمن بان النظام الحر لتدفق المعلومات هو الصيغة المثلى لسريان المعلومات دون قيود أو ضوابط.

ورفقا لهذه النظرية، فان الفلسفة التي طرحتها الولايات المتحدة الأميركية منذ القرن التاسع عشر وحتى الآن بما يتعلق بمبدأ (التدفق الحر للمعلومات) يستند إلى تبريرات عديدة أبرزها:

١- لكي يصل الإنسان إلى الحقيقة عن طريق العقل يجب أن تتاح له حرية الوصول إلى المعلومات.

٢- الرقابة تنتهك الحق الطبيعي في حرية القول.

٣- إذا كان للإنسان أن يكتشف الحقيقة، فيجب أن تتوافر له جميع المعلومات والأفكار^(٣).

وكان واضحا أن هذه التبريرات أغفلت الكثير من الحقائق المتعلقة بالنظام الإعلامي الدولي ومكوناته الجوهرية المتمثلة بالفجوة الكبيرة بين عالم الشمال، وعالم الجنوب في مجال الاتصال والإعلام، وتركيبية المؤسسات الاحتكارية ونظامها الاقتصادي الأخطبوطي. بل أن هذه التبريرات أهملت بقصد مسبق، الواقع المزري لعالم الجنوب بما يتعلق بضعف امتلاكها لوسائل الإعلام الجماهيري وبعدم قدرتها على منافسة التكنولوجيا الإتصالية والثورة المعلوماتية التي يشهدها العالم الغربي الصناعي، والذي يتحكم اليوم من خلال احتكاراته الإعلامية على تدفق المعلومات ومضامينها.

إن إبقاء مبدأ (التدفق الحر للمعلومات والإعلام) كوسيلة من وسائل الغزو الفكري المنظم للشعوب، هو بمثابة تكريس لنظام سياسي دولي وهو نظام الاحتكارات الرأسمالية وأفكارها وتقاليدها بقصد خلق أنماط (الاستعمار الإعلامي) والهيمنة الفكرية لتحقيق هدفين:

١- الهدف السياسي؛ وهو دعم القيم الأميركية في أنحاء المجتمع الدولي لتحقيق السيطرة، واحتلال عقول البشر، وتعميق الموديل الأميركي في الحياة.

٢- الهدف الاقتصادي؛ لتحقيق مكاسب للاحتكارات الإعلامية الكبرى وزيادة الأرباح، وتوسيع شبكة الأعمال الأميركية لأهداف اقتصادية وسياسية معا.

ويرى أحد كتاب الغرب بأن الهيمنة الاتصالية هي جهود راعية ومنظمة تقوم بها الاحتكارات الأميركية في المجالين العسكري والاتصالي للمحافظة على تفوقها، وبالتالي نفوذها في المجالات المختلفة الأخرى. ويشير إلى أن هذه الجهود تأخذ شكلين اثنين، الأول: مباشر عن طريق وزارة الدفاع الأميركية التي تساهم في وضع السياسة الوطنية الأميركية في مجال الاتصالات، والثاني: غير مباشر، عن طريق الشركات الأميركية الخاصة مثل (NBC)، RCA التي تعتبر من اكبر الشركات الأميركية التي تربطها عقود تجارية كبيرة في مجال الاتصالات مع وزارة الدفاع. ويؤكد بأن هيمنة وسائل الاتصال الأميركية مرتبطة بالسياسات الخارجية والدفاعية الأميركية التي تعتبر وسائل الاتصال إحدى أدواتها المهمة، كونها امتدادا طبيعيا لحالة الهيمنة التي برزت في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية وذلك على الصعيد الدولي^(٤).

ويرى (شيلر) أن وسائل الإعلام هي امتداد للإمبراطورية الأميركية التي بدأت تنتشر عالميا بعد الحرب العالمية الثانية حيث وجدت مجالا مفتوحا في الدول الحديثة الاستقلال في العالم الثالث، ويستشهد على ذلك بالسيطرة (الثقافية الأميركية بالبرامج التلفزيونية التي غزت بها أمريكا معظم دول العالم بحيث أنها جعلت الدول تأخذ موقف الدفاع عن هويتها الثقافية في مواجهة الغزو الثقافي الأمريكي)^(٥).

ويحلل (ايفا آد) في كتابه (غزو العقول) مفهوم الساسة الأميركيين لدور أجهزة الإعلام والثقافة حين يؤكد بأن (قوى الثقافة ينبغي أن تكون الغلاف الخلاب لأي بضاعة سياسية)^(٦).

ويشير تقرير سري للكونغرس الأمريكي^(٧) حول كسب العلميات العقائدية والسياسة الخارجية من خلال الهيمنة الإعلامية إلى إمكانية تحقيق أهداف السياسة الأميركية الخارجية من خلال (استخدام الأدوات الحديثة وتقنيات الاتصالات) والوصول إلى قطاعات كبيرة ومؤثرة من السكان في هذه البلدان لإعلامهم والتأثير في اتجاهاتهم بل (ويمكن أن نحرضهم على سلوك معين في حكوماتهم). وهذا لا يتم إلا عن (طريق عملية غسل دماغ على نطاق واسع)^(٨).

ولعل المبدأ الأساسي في جوهر التدفق الحر للمعلومات والتفاعل مع الآخرين يقوم على فكرة (الاعتقال الثقافي) للآخرين بمعنى أنه لا يفهم الثقافات Assuetruation على أساس من الحرية في الأخذ والعطاء والاعتراف المتبادل بالمنجزات بين حلقات الحضارة الإنسانية ، وبالحرية أيضا في الانتقاء والاختيار بل فهم الغرب عملية الثقافات باستمرار في صورة الاستلاب الحضاري Inacculturation والتكر التام لمنجزات الطرف المقابل الحضارية والثقافية . وأرادها أن تتحول دائما إلى وسيلة للسيطرة والهيمنة وإلغاء الهوية الذاتية المستقلة للأمم والشعوب والحضارات . ولذلك ساد حكم عام ومطلق مفاده أن (الغرب هو مركز الاستقطاب الفكري للإنسانية) (٩) .

والثابت أن هذه المعادلة تعكس الكثير من الأفكار السلطوية للغرب ، وهي تأتي ضمن مخطط سياسي مفاده بأن (هناك محاولات من الغرب لفرض نمط معين من الحياة على العالم الثالث) دون أن يكون لهذا العالم حرية الانتقاء والاختيار .

ومن المؤكد أن فلسفة الغزو الإعلامي تنطلق من أيدلوجية النظام الرأسمالي القائم على عقلية (السوق) و(المصالح) ، وكما يقول هربرت ماركوز بأن عقلية هذا النظام تركز على القيمة التبادلية ولها الأولوية على كل (عقلانية أخرى) .

ولكن ينبغي الاعتراف بأن هذا الغزو لا يعكس حقيقة (عقلية السوق) الرأسمالية فقط وإنما هو تعبير أكيد عن (عقلية سياسية) تريد تنفيذ مخطط مبرمج للسيطرة على البشر والتحكم باتجاهاتهم .

لذلك تضع دول الغرب جهازاً تقنياً لتشيويه الحقائق من خلال خدمات العلم الذي يبحث قوانين وطبيعة الغزو الإعلامي الخرب ، والتفتيش عن الطرق الأكثر حداقة ومهارة لتعقيم الوعي الاجتماعي وتثبيت هيمنتها السياسية والاتصالية بهدف خلق ثقافة عالمية متماثلة هي (الثقافة الاستهلاكية) .

تكنيك الغزو وأساليب الإختراق

يمكن القول أن الغزو توجه استراتيجي منظم ، له أساليبه وتكنيحه ، فهو ليس مجرد تدفق معلومات وأفكار ومعتقدات ، إنما هو عملية مقصودة ترتبط بقوانين النظام السياسي واحتكاراته ، فهو يخضع لعمليات التطور العلمي في البحوث البيولوجية والسايكولوجية بقصد السيطرة على اتجاهات تفكير الناس وملء أدمغتهم بكم هائل من المعلومات والأفكار لتنفيذ المخطط السياسي - النفسي - الثقافي وتدمير ثقافات الشعوب .

فالغزو الثقافي (قوامه التبعية، تبعية ثقافية لثقافة أخرى بحيث يؤدي استمراره إلى زوال الثقافة المتأثرة وانتصار المؤثرة)^(١٠) تمهيداً لخلق المناخ الموضوعي لتحقيق التبعية السياسية والاقتصادية.

وإذا كانت فلسفة الولايات المتحدة الأمريكية هو إشاعة المعلومة الإعلامية المتنوعة، وإغراق الدول بالمواد الإعلامية والثقافية بقصد احتلال العقل بمنهج العلوم الحديثة فإن الثابت علمياً هو أن هذه الفلسفة تعتمد في (صناعة المعلومة الإعلامية وتسويقها) على قوانين الفكر الرأسمالي وانتهازيته القائمة على الفكرة البرجماتية ونظام (الإعلان التجاري) الأمريكي.

فالمضمون الإعلامي يعتمد أساساً على المعارف السايكولوجية للتحكم بالرأي العام واتجاهاته وتضليله. والرسالة الإعلامية بسبب إدراكها المبكر لأهمية دراسة الجمهور ميدانياً ونظرياً باعتباره عنصراً مهماً في العملية الاتصالية ساعدها على اختراق العقل البشري والتأثير باتجاهاته. لهذا تستخدم إذاعة الصوت أمريكا، على سبيل المثال، باستمرار الأبحاث السوسولوجية والسايكولوجية لتعزيز خطتها الأديولوجية. وعندما ظهر في العالم اتجاه واضح نحو (نمو السايكولوجية الاستهلاكية بدأت تخصص هذه الإذاعة حيزاً كبيراً بوجه خاص لمسائل الأزياء والصحة العامة والتسلية، كما تعززت أيضاً الدعاية للنزعة الفردية)^(١١).

والملاحظ أن مضامين رسائل الغزو الإعلامي تتحكم بها صناعة مقتدرة على الاختراق تساعدها وسائل تكنولوجية اتصالية متطورة مع منهج دعائي يستند على مبادئ وأفكار تلي الطبيعة البشرية واتجاهاتها.

ويمكن إيجاز بعض المبادئ الدعائية:

- ١- الاعتماد على الخرافات والآراء الباطلة، واستغلال الانفعالات البشرية عن طريق التوجه إلى العواطف وليس إلى العقول.
- ٢- التأثير على الجانب العاطفي من النفس البشرية بإثارة الانفعالات الأكثر بدائية عند الجمهور بالاعتماد على المبدأ القائل (الاستغلال المنصطنع للعواطف).
- ٣- التركيز على الثانوي في الظاهرة وجعلها رئيسية. وإهمال المسائل المهمة وجعلها ضعيفة الأهمية من مبدأ دعائي هو (تحويل بؤرة الاهتمام).

٤- التحكم بالوعي الإنساني عن طريق صرف الجماهير من المدخل العقلي المنطقي النقدي للحياة حيث تقود الدعاية السلوك الجماهيري بواسطة اللعب على النزوات والانفعالات لتحديد قدرة الجمهور على التفكير المنطقي وجعلها سلبية بعيدة عن التأثير والفعل .

٥- الاعتماد على أساليب (الإيحاء) و (الإثارة) في مضامين الرسائل الإعلامية .

٦- خلق التنوع في المادة الإعلامية بما يجعل الاستيعاب لها جزءاً من البنية الإدراكية، وبما يجعل انتقائية المادة مستحبة لأنماط اهتمامات الفرد .

وإذا كان غزو الإعلام الأمريكي لشعوب العالم يأخذ اتجاهات وأبعاداً في المضامين والوسائل والإقناع، ويتخذ أكثر من صيغة في التنوع والطرح والإيحاء . فلا بد لنا أن نؤكد حقيقة جوهرية وهي أن معظم مضامين هذا الإعلام يخفي رموزاً سرية وإيحاءات متنوعة لا يمكن اكتشافها لأول وهلة . فالمواد الإخبارية كما يرى (ماريل) تتميز بالتحيز الذي يتمحور طبقاً لمنظار العالم الثالث، وأن وسائل الإعلام في أمريكا والغرب تقرر أخبار العالم الثالث بصفة (اعتباطية) و(جزئية) ومن رؤيا غربية^(١٢) .

ويشير أحد المسؤولين في وكالة رويتر البريطانية إلى قضية الموضوعية في تقديم الخدمة الأخبارية وأكد أنها (خدعة كبيرة لتضليل الرأي العام)^(١٣) وأنها (تنشر أفكار ومعتقدات الغرب)^(١٤)، وتؤكد معظم الوثائق السرية إلى أن وكالة المخابرات الأمريكية تقف خلف نسبة كبيرة من الإنتاج الثقافي والإعلامي المسرب للعالم الثالث وتمارس أساليب عديدة لاختراق المؤسسات الإعلامية والثقافية^(١٥) .

ويمكن إيجاز بعض تكتيكات المضمون الدعائي في المادة الإعلامية الأمريكية لاكتشاف لعبة تمرير المعلومة والهدف منها، ومدى علاقتها بالصور السلبية التي تحتوي مضامينها . ذلك لأن تكتيك المضمون^(١٦) هو أحد المناهج الأساسية في الدعاية وتحليلها، ومن هذه التكتيكات :

١- **تكتيك التكرار**، وهو منهج دعائي معروف، يقصد منه تكرار المعلومة المسموعة والمرئية والمطبوعة لترسيخها في ذهن الجمهور بقصد التأثير . ونجاحها يتوقف على توقيتها وقوة أسلوبها . ولعل تكرار النماذج الاستهلاكية ومفرداتها في الحياة الدولية يعكس الرغبة القوية لإشاعة المفهوم العالمي الاستهلاكي .

٢- **تكنيك التشويه**؛ بقصد تفسير اتجاهات الرأي العام وأنماطه وثقافته وهو يعتمد على مبدأ (غسل الدماغ) لتغيير الحقائق وترسيخ المفاهيم المضادة للغزو الإعلامي يمتلئ بالكثير من الأكاذيب والتحيز والتشويه لصالح الغرب . فالأفلام التي تتحدث عن العرب كثيراً ما تحفل بمبدأ التشويه المتعمد مثلما الحال في صناعة الأخبار وتشويهها .

٢- **تكنيك الارتباط الزيف**؛ حيث يتم الربط بين موضوعين لا رابط بينهما مثل الربط بين وضع المرأة المتدني والإسلام والربط بين العرب وارتفاع أسعار البترول . وتقديم النماذج الحياتية المرفهة في الأفلام وربطها بالنظام السياسي والأمريكي والغربي .

٤- **تكنيك جذب انتباه مستقبل الرسالة الدعائية وربطه بها**، وذلك بتقديم الصورة أو الخبر بشكل منير وجذاب يلقي فضولاً لدى المتلقي . أن نجاح الفيلم الأمريكي الهوليودي هو في اعتماده على مبدأ الإثارة: الإثارة في التكنيك السينمائي وشكله الفني وقصته المملوءة بالصراع والإثارة الحياتية والإيقاع السريع .

والملاحظ أن توزيع الإعلام دولياً وضعف الامتلاك في الأقطار العربية والعالم الثالث أثر في عملية الغزو الإعلامي مع عوامل أخرى تتعلق بقابلية المجتمع العربي المرتبط (بتفكك بنيته وركوده الفكري وتخلفه الثقافي)^(١٧) .

وإذا كان الصحيح بأن تكنولوجيا الإعلام وتطورها المذهل وتوظيفها في بناء الاتصال وضبط التغيير وكبح جماحه^(١٨) عوامل مساعدة لاختراق الدول ، فإن الصحيح أيضاً بأن المضامين الدعائية التي تحملها وسائل الإعلام الأمريكية والغربية تعكس حقيقة التطور الفني والفكري للرسالة الإعلامية وفهمها الواعي للمتلقي من خلال دراستها للخصائص العقلية والأنماط السلوكية التي يتسم بها سائر البشر والثقافات الإنسانية .

ولا تخفي الاستراتيجية السياسية الأمريكية بعض أفكارها وخططها المتعلقة بالتعامل الدولي والعلاقات الدولية مع شعوب العالم . فهي تعتقد دائماً بأن من حقها تسويق ثقافتها وموديلاتها الحياتية إلى الآخرين تحت ستار (تلاقح الثقافات الإنسانية) و(حق الإنسان في الحصول على المعلومات) . بل إن صناعات القرار السياسي في الولايات المتحدة الأمريكية يشيرون صراحة إلى ضرورة تسويق (ثقافة المتعة الأمريكية) إلى شعوب العالم بقصد تكريس مفهوم (أمركة العالم) .

ويشير بريجنسكي في كتابه (بين عصرين) إلى ضرورة خوض المعركة الأيديولوجية على كل الساحات بدء من حقوق الإنسان وصولاً إلى تصدير نمط الحياة الأمريكي (الجينز

والديسكو والعلوم والتكنولوجيا والعادات الأمريكية^(٢١)، وذلك من خلال استثمار تكنولوجيا الاتصال ، والاستفادة القصوى من ريادة أمريكا في مجال نظام الاتصالات وشبكات المعلومات ذلك لان (٦٥ ٪ تقريبا من الاتصالات في كل العالم تصدر في هذا البلد . وأنها أكثر نشاطاً في تعزيز نظام الاتصالات العالمي عن طريق الأقمار الصناعية ، كما أنها الرائدة في تطوير شبكة المعلومات على النطاق العالمي)^(٢٢) .

ويرى (Bunce) ان ظاهرة الهيمنة الاتصالية ترتبط بشكل مباشر بأنشطة الحكومة الأمريكية على الصعيد الدولي بالتعاون مع الشركات متعددة الجنسيات ، موضحاً أن الظروف الخاصة التي سمحت للحكومة الأمريكية بالدخول بحرية إلى عقول الناس، أينما كانوا في العالم، ترجع إلى هذا الحضور الصناعي والاتصالي المتمكن للشركات الأمريكية على الصعيد الدولي، وهو الحضور الذي يتزايد يومياً من خلال بناء محكم من الدعم المشترك للمصلحة الذاتية^(٢٣) .

فالشركات متعددة الجنسيات التي تريد أن تتوسع على المستوى الدولي ، فإنها بحاجة إلى فرض نماذج اقتصادية واجتماعية تشجع على قبول معايير وقيم ثقافية ملائمة لأحداث هذا التوسع . كما أن الأخبار المتعلقة بالشؤون الداخلية والدولية وبرامج التلفزيون وأشرطة التسجيل والأفلام والمجلات تساعد في عملية نقل وتحويل المعايير والقيم المحلية أو الإقليمية لتصبح ذات صفة عالمية .

وهناك أسباب عديدة سهلت عملية الاختراق الأمريكي للدول ، وذلك لان هيمنة وسائل الاتصال الأمريكية تعود إلى أسباب متعلقة بطبيعة منتجها الذي يتميز بانخفاض سعره ، وارتفاع جاذبيته ، وفي الوقت ذاته قدرته على ملاءمة الأذواق الشعبية ، إضافة لهذه الأسباب القدرة الأمريكية على استيعاب العملية الاتصالية ، خاصة في مجال التلفزة ، والتي أدت إلى تسيد المنتج الأمريكي دون سواه^(٢٤) .

وتشير الإحصائيات إلى أن عدد المتعرضين للأفلام التي تقدمها وكالة الاستعلامات الأمريكية ما يقرب من مائة مليون سنوياً ، وأنها أصبحت على حد قول أحد المسؤولين في الوكالة الأمريكية للإعلام (المصدر الرئيسي لعرض الصورة الأمريكية لملايين متزايدة من الناس في الخارج عبر شاشة التلفزيون)^(٢٥) .

ويقدر وليام دافيدسون (قيمة مجموع الأنشطة الإعلامية الأمريكية بما لا يقل عن ١٥٠ مليار دولار) ، والهدف كما يشير أحد الباحثين إلى (جعل الإعلام الأمريكي يسيطر على النظام الإعلامي الدولي وغزو العالم)^(٢٦) .

ويمكن تثبيت بعض للامح النموذج الأمريكي في المادة الإعلامية :

١- الغلو في اللامنطقية ، وإلغاء العقل في فهم الأشياء والعلاقات والأحداث ويتمثل ذلك في مجموعة أفلام (الرجل الآلي) و(المرأة الآلية) وأفلام الفضاء والصحون الطائرة والرعب .

٢- الترويج للعنف والوحشية والقتل كما في معظم أفلام الغرب الأمريكي .

٣- الترويج للحياة الأمريكية من خلال المظاهر الاستهلاكية والعادات والتقاليد ، وإبراز الجوانب المرفهة لحياة الإنسان الأمريكي .

٤- النزول بالمرأة عن مستواها الإنساني ، وجعلها سلعة ، واقترانها بلذات ونزوات الرجال كما نرى في مسلسل (دالاس) و(ملائكة شارلي) والانحراف بالأسرة عن غاياتها وأهدافها الاجتماعية .

٥- نشر أفلام العنف والجنس لتهديم ذاتية الشباب وطاقتهم بما يجعلهم غير قادرين على التكيف مع الواقع .

لقد أصبحت الهيمنة الاتصالية الأمريكية تأخذ أبعادها الدولية . ولم تعد تتحدد بدول معينة تعاني من التخلف . بل شملت دولاً أوروبية عريقة في تطورها التكنولوجي الاتصالي وإنتاجها العالمي في مجال المرئيات ، ولتتراجع ثقافتها وتحتضر أمام الغزو الثقافي الأمريكي كما حدث لفرنسا وبريطانيا وإيطاليا . بل أصبحت ظاهرة الغزو الأمريكي لأول مرة في تاريخ العالم قضية دولية تناقش بحدة في مؤتمر (الجات) من أجل إيقاف الغزو التلفازي - السينمائي الأمريكي لأوروبا .

وتشير الإحصائيات^(٢٦) إلى أن الولايات المتحدة الأمريكية قد تفوقت عالمياً في مجال تصدير البرامج التلفزيونية الدولية حيث تفوقت على دول العالم مجتمعة بنسبة ١ : ٢ . وبلغ إجمالي المبيعات الأجنبية من البرامج التلفزيونية الأمريكية ما بين (١٠٠ - ٢٠٠) ألف ساعة برامجية في العام الواحد . وتوجه ثلث هذه الكمية إلى أمريكا اللاتينية ، ويتوجه الثلث الثاني إلى الشرق الأقصى وشرق آسيا ، أما الباقي فيوزع على دول غرب أوروبا .

وتلعب شبكات التلفزيون الأميركية دوراً مهماً في تصدير معظم البرامج التلفازية فمثلاً نجد أن شبكة كولومبيا (C.B.S) توزع خدماتها على أكثر من مائة دولة من خلال (٢٧) خدمة فرعية فيما وراء البحار ، بينما نجد أن الشركة الوطنية للإذاعة تصل إلى مائة وخمس

عشرة دولة، وكذلك توزع (١٢٥) مسلسلا تلفازيا لتذاع في نفس الوقت في (٣٠٠) محطة تلفازية في (٨٣) دولة.

كما برزت في الحياة الدولية مؤخرا انتشار المحطات الفضائية الدولية عبر الأقمار الصناعية. وأصبحت الولايات المتحدة الأميركية ومحطاتها الدولية العديدة تشكل نماذج (اقتداء) و(موديل) للكثير من المحطات التلفازية الدولية من حيث خدماتها السريعة وانتشارها الدولي.

فشبكة (C.N.N) تصل إلى جميع بقاع العالم ماعدا (غرينلاند وسيبيريا) ويمكن التقاطها من دون دفع رسوم اشتراك إذا كان لديه صحن القمر الصناعي أو ايريال خاص . وهي تدخل إلى ستة ملايين منزل خارج الولايات المتحدة الأميركية^(٢٧).

والأخطر أنها أصبحت الآن مصدر معلومات للمواطن و لاصحاب القرار السياسي والاقتصادي ومصدر معلومات لمراكز البحوث والدوائر السرية ولرجال البحث العلمي والأكاديميين مما يجعلها مصدر قناة أساسية من قبل الإدارة الأميركية وصناع القرار السياسي لغزو دول العالم وشعوبها ثقافيا ومعلوماتيا .

وبشكل عام فان الاتجاه الدولي للغزو الإعلامي ولظاهرة تدفق المعلومات يؤكد على احتمالية زيادة فرص عملية الاختراق الأمريكي لدول العالم في ظل الهيمنة الدولية الواحدة، وسيطرة الاحتكارات الإعلامية الأمريكية على تدفق المعلومات والأنباء والإنتاج التلفازي والسينمائي مما سيعمق ظاهرة الغزو والهيمنة ويكرس الخطة الأميركية المتمثلة باستراتيجية تدمير الثقافات الوطنية وإحلال (الثقافة الأميركية) وتحويلها إلى ثقافة عالمية وتمهيدا لتكريس الاحتلال السياسي والاقتصادي .

التدفق الإعلامي للوطن العربي

منذ اكثر من مائتي عام، والمنطقة العربية تتعرض لهجوم منظم من الغرب، عسكريا وسياسيا واقتصاديا وإعلاميا . وقد اختلفت الأساليب وتعددت في ضوء المتغيرات السياسية والمكانية والزمانية، وان ظل المضمون الاستعماري واحدا يحقق أهدافه ضمن عمليات اختراق حادة لجبهات الحياة .

فقد شهد الوطن العربي، منذ التاريخ، نماذج وأساليب لعمليات معرفية لاكتشاف (الحياة) و (الإنسان) تمثلت بعمليات التبشير والإرساليات والمدارس والرحالة الغربيين . وكان الهدف دراسة هذه الشعوب التي كانت تريد أن تغزوها : معرفة ثقافتها وأسنتها ولهجاتها وعلمها ودينها واقتصادها وثرواتها وأعرافها وتقاليدها . وكانت خطط الغزو تأتي نتيجة لهذه المعرفة ، وكانت المعرفة تتقدم هذا الغزو فتمهد له وتدرس خطته .

والملاحظ أن الإعلام المتوافر عن العرب لأغلبية الدول الغربية حتى بداية الأربعينات ، كان إعلاما ضئيلا متفرقا ، لا يشكل اتجاهها جوهريا في الدعاية الغربية ونظم معلوماتها . وربما كانت البحوث التي أجراها عدد من الباحثين الأمريكيين لبعض مناطق العرب بداية لمرحلة الحصول على المعلومات وتبويبها واستثمارها لصالح المخطط الاستراتيجي الأمريكي . حيث قدم هؤلاء الباحثون أساسا نظريا للكثير من المفاهيم السياسية والاتصالية التي يمكن التعامل بها مع العرب وغزوهم ثقافيا .

كان الجوهر الأساس للجهود البحثية الإستشراقية هو تعميق الفكر الاستعماري الغربي في المنطقة، وجعل (ثقافة الآخر) تعبر عن الطموحات المعرفية لإنسان المنطقة من خلال نظريات ومفاهيم عنصرية أبرزها :

١- إن المفهوم الغربي الرأسمالي هو المرادف للتنمية . وإن المواطن العربي سيجد النموذج الأمريكي بما يتعلق بالقيم والاتجاهات الجديدة أفضل النماذج الجاهزة والمتكاملة التي تتقده من التخلف . وكان هذا الاتجاه مرتبط بكتابات ولبر شرام ودانييل ليرنر وافريرت روجرز وغيرهم . والتي تأتي في سياق ربط شعوب المنطقة بدولاب السياسة الأميركية ومصالحها الاقتصادية عن طريق سيادة العقلية الاستهلاكية

أما انتقادنا لهذا النموذج فيتلخص بالنقاط المركزية الآتية :

أ- عنصرية الدراسات وأفكارها التي تجعل من النموذج الغربي والأمريكي نماذج اقتداء في العالم .

ب- النموذج يغفل التراكم الحضاري والمعرفي للمنطقة العربية ويجعلها بدون تاريخ أو قيم .

ت- النموذج لا يتحدث عن العلاقة الاستغلالية بين الأقطار الحديثة ومستعمراتها السابقين أو بالأقطار الأقوى سياسيا واقتصاديا ومدى حرية هذه الأقطار في

تحديد مستقبلها السياسي وتحديد خياراتها الوطنية الاجتماعية في عالم تسيطر عليه الاحتكارات الإمبريالية^(٢٨).

٢- إن تحديث المنطقة العربية لا يتم إلا من خلال الحضارة الغربية . وان العرب (علاجهم الوحيد هو تلقي الاستنارة من الغرب المتطور) وان (الإمبريالية مرحلة ضرورية في تاريخ الأقطار العربية) . فقد تمثلت هذه الدعاوي من خلال المستشرقين في القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين . بل أن الدعوة تمثلت بضرورة (السيطرة على العرب أو مراقبتهم للدفاع عن المصالح الغربية)^(٢٩).

وهكذا بدأت خطة واسعة لتعميق هذه المفاهيم في الحياة العربية وتميرها إلى مؤسسات المعرفة والثقافة ومراكز البحوث والمعلومات ، والمؤسسات العلمية والجامعية ووسائل الإعلام العربية بقصد تعميقها وإشاعتها في (الوعي الشعبي) وبين أصحاب العلم والثقافة، ورجال السياسة والاقتصاد . لإشاعة (النموذج الآخر) وجعله (نموذج اقتداء) من أجل خلق مسار التبعية والاستسلام للواقع . مما اثر على خلق اتجاهات متناقضة في الحياة العربية .

وأوجد مفاهيم مزدوجة تعكس قلق العقل العربي في تفسير فلسفة الحياة والمعرفة والعلم والتحديث . وبالذات التناقض بين التيار الداعي إلى الأخذ بالنموذج الغربي في كل شيء والتيار الداعي إلى رفض كل ما يأتي من الغرب والدعوة إلى العودة إلى الماضي واستنساخه في كل شيء .

إن مظاهر التبعية، كما يعتقد محمود أمين العالم، ما تزال الطابع البارز في الحياة العربية سواء كانت تبعيته للمفاهيم والقيم التي تنتسب إلى واقع الخبرة الإبداعية الغربية أو تبعية للمفاهيم والقيم السلفية الماضوية . ذلك لان التبعية، فضلا عن التخلف، هما الطابع النسبي الإجمالي لثقافتنا العربية الراهنة، وبخاصة العلمي منها^(٣٠).

ويعتقد الدكتور محمد عابد الجابري بأن ظاهرة (الاجترار الثقافي) التي ما تزال هي السمة البارزة في المؤلفات الكثيرة التي وصلتنا والتي يكرر بعضها بعضاً، وما تزال نكررها اليوم ، هي التي تطبع حركة الثقافة العربية . . وهي (حركة اعتماد) رغم كل ما قيل ويقال عن (النهضة العربية الحديثة) التي لم تتحقق بعد^(٣١).

أن هذا التناقض ، وهذه الرؤية المزدوجة تشكلت معرفياً وسلوكياً في ضوء التراكم المعرفي للغرب وتصديره للمنتجات الثقافية بأنواعها المختلفة وإشاعة الأنماط الاستهلاكية

الحياتية والمعرفية التي شكلت في كثير من الأحيان قوانين للاستعارة الجاهزة وإقبالاً سطحياً على مقتبسات استهلاكية من قبل المواطن العربي بشكل عام والثقافة العربي بشكل خاص .

فالكم الهائل من طوفان المعلومات والإعلام التي دخلت المنطقة العربية، ضمن مخطط ميرمج، شكل جبهة عريضة من المعارف والأفكار والعقائد، لاختراق العقل العربي وإشاعة الأنماط الثقافية المستوردة، وذلك ضمن عمليات دعائية - نفسية استهدفت غسل العقل العربي، وإعادة تشكيل الذاكرة العربية من جديد، وخلق الإنسان العربي النمطي . وكان الاستهداف شمولياً لجبهات الحياة العربية، مثلما كانت عمليات الاختراق واسعة لجبهات العلم والثقافة والاجتماع والاقتصاد والإعلام .

ومنذ منتصف السبعينات تقريباً، ومع تزايد الاختراقات الأمريكية والصهيونية في الجبهة المصرية خاصة، وتحول مصر إلى قاعدة كبيرة للعدو والنفوذ الثقافي والسياسي للمشرق العربي، شهدت المنطقة العربية أشكالاً ووسائل متطورة للغزو والاحتلال كان أكثرها ذكاءً وخبثاً هو ما أتى تحت مفاهيم الغزو الثقافي والإعلامي، والتي أبرزها طوفان المعلومات والمادة الإعلامية والثقافية واختراقها للعقل العربي وإخضاعها لمفهوم السلطة .

فالجهود الأمريكية والإسرائيلية كثيرة مستترة وظاهرة يتم توظيفها على مستويات مختلفة علمية وإعلامية وسياسية من أجل زرع مفهوم محدد في التفكير والإدراك العربيين يقوم على أساس الإقناع بأن المنطقة العربية هي منطقة (فسيفائية) من حيث التركيب الاثنى والثقافي والانطلاق من ذلك إلى تسهيل محاولاتهم لممارسة عملية التفتيت في المنطقة واختراقها .

ويبدو أن المخطط الأمريكي يضع الكيان الصهيوني ك رأس حربة لاختراق المنطقة، لذلك يسعى هذا الكيان إلى إفشال المقاطعة العربية له، واختراق النظام العربي بشكل أو بآخر، وإعادة ترتيب الأوضاع بما ينسجم ومخططاته للولوج إلى داخل النظام العربي . ومن أجل تحقيق هذا المخطط فإن هذا الكيان (يعمل على تحقيق ثلاث خطوات مترابطة هي محاولة الانتماء الإقليمي أولاً، وخلق قنوات الاتصال اعملية ثانياً، ثم تمكين التكامل الحضاري ثالثاً) (٣٢) .

وتأكيداً على هذا المخطط يكشف كتاب (اختراق العقل المصري) دور الكيان الصهيوني بعد اتفاقية كام ديفيد في اختراق الجبهة المصرية ومؤسساتها العلمية والإعلامية والثقافية بأساليب متنوعة ومؤثرة لتحقيق هذا الاختراق . إضافة إلى الدعوة الجديدة بعد اتفاق غزة

أريحا حول قيام النظام الشرق أوسطي الجديد لخلق خارطة اقتصادية وسياسية وأمنية جديدة للمنطقة . حيث سيكون تشكيل هذا النظام بمثابة جبهة جديدة لتسهيل عمليات الاختراق السياسي والاقتصادي والإعلامي لمؤسسات المجتمع العربي ونظمه .

إعلامياً ، فإن الواقع العربي يشير إلى وجود اختلالات كبيرة في الخارطة الإعلامية العربية بما يتعلق بامتلاك وسائل الإعلام ، ومحدودية قنوات الاتصال ، وضعف الإنتاج الإعلامي وندرته ، والانتشار المحدود للمطبوعات والصحف ، وضعف استهلاك مواد الإعلام مقارنة بالدول المتقدمة ، واستثمار ضعيف لتكنولوجيا الاتصال والإعلام مع ضعف واضح في الكفاءة الفنية للذين يستخدمون هذه التكنولوجيا . وهذا الواقع الداخلي أدى إلى المزيد من الاختراقات الخارجية وشيوع المادة الإعلامية الأجنبية وتعميقها في العقل العربي ، لتشكل من خلال التراكم الزمني والمعرفي الأساس النظري للانبهار بثقافة الآخر (الأمريكي الغربي) ، ولتكون مراحل ثقافية متراكمة ومتداخلة ومتزاحمة باتجاه استمرار وتزايد التبعية التحديثية .

مظاهر الغزو الإعلامي الدولي

يمكن تحديد بعض مظاهر الغزو الإعلامي الدولي للموطن العربي :

أولاً: التدفق الإخباري الدولي : وهو التدفق الذي تمارسه وكالات العالمية في عملية نقل المعلومات دولياً للمنطقة العربية وهي تتحدد بوكالات الأنباء العربية الأربع (الاسوسيتدبرس Ap) ، (يوناييتدبرس انترناشيونال Upl) ، (رويترز Reuters) و(الوكالة الفرنسية Afp) ، حيث تسيطر هذه الوكالات على حوالي ٨٠٪ من الأخبار التي يتم توزيعها دولياً .

والملاحظ أن دور هذه الوكالات الدولية في مجال التدفق الإخباري تتجه نحو صياغة مفاهيم وطرق عمل تتفق مع اتجاهاتها الاحتكارية والأيدلوجية فهي : أولاً : على (المستوى الكمي) تهيمن على سوق الأخبار الدولي ، وبذلك فإنها تتركس الاتجاه الأحادي لسريان الأخبار من خلال اهتمامها بأخبار الدول الغربية على حساب دول العالم الثالث . ثانياً : على (المستوى الكيفي) فإنها تقوم بعمليات تحريفية لمضامين الأخبار من خلال تركيزها على الجوانب السلبية في العالم الثالث وإبراز ظواهر الأزمات والكوارث والقتل . إضافة إلى استخدامها صفات ونعوت تعكس وجهة النظر الغربية في الأحداث والزعامات التي تنتمي للدول النامية ، وثالثاً : سيادة المعايير والقيم الإخبارية الغربية في وسائل الاتصال بدول العالم

الثالث بحيث أصبحت هذه الوسائل نغماً تقليدياً للنموذج الغربي في ما يتعلق بالأساليب والقيم الأخبارية التي ينظر من خلالها للأحداث .

وتشير دراسات قديمة الى حقائق خطيرة حول طوفان المعلومات والأخبار في المنطقة العربية منذ منتصف الستينات، وكلها تؤكد على إن الغزو ظاهرة قديمة، وما زالت مستمرة بقوة نتيجة التقنيات الحديثة، وتطورها التكنولوجي، وقد أوضحت دراسة عربية إلى أن ٤٦,٧٪ من الأنباء الدولية التي نشرتها تسع صحف عربية كانت قد نقلت إليها عبر الوكالات الغربية الأربع الكبرى . وأن ٢٦٪ نقلت عبر وكالات أنباء عربية بينما ٢٥٪ نقلت عن صحف وإذاعات، و ٢٪ نقلت من وكالات شرقية، وأضافت الدراسة أن الوكالات الأربع الغربية كانت مصدر ٤٣٪ من الأنباء التي نشرتها الصحف العربية حول الوطن العربي ، بينما كانت وكالات الأنباء العربية مصدر ٤٢٪ من هذه الأنباء ، وكذلك سيطرة الوكالات الأربع على التدفق الإخباري القادم من الدول النامية بنسبة ٥٠٪ في حين كانت وكالات الأنباء العربية مصدر ٢١,٢٪ من هذه الأخبار (٣٣).

وتشير دراسة عربية أخرى على بعض الصحف العربية إلى أن الصفحات الخارجية في معظم الصحف العربية تعتمد على وكالات الأنباء الغربية بنسبة ٥٠٪ من مجموع الأخبار التي تنشرها و ٣٢٪ على وكالات الأنباء العربية . ولاحظت الدراسة بوجود تركيز واضح على أنباء الولايات المتحدة الأمريكية ، إذ بلغت نسبتها ٤٥٪ و ٣٥٪ عن الدول الغربية بينما تتال الدول النامية ١٥٪ وأوروبا الشرقية ٥٪ (٣٤).

وتؤكد دراسة عربية أخرى بأن أخبار الوكالات الإقليمية ومجمعات وكالات الأنباء التي لا تمثل توازناً في صحف الدول العربية . ومازالت أخبار وكالات الأنباء الأجنبية تستحوذ على النصيب الأكبر من الأخبار الخارجية في صفحات الصحف بنسبة تصل من ٦٥ - ٧٥٪ (٣٥).

كما وجد عدد من الباحثين الغربيين في دراسة حول محتوى الأنباء الصادرة عن بعض الوكالات الغربية ، بأن هذه الوكالات ترسل إلى الوطن العربي والعالم الثالث أكثر مما تقوم به أجهزة الإعلام في تلك الدول بأستيعابه ، ولاحظت الدراسة بوجود مناطق في هذه الدول يكثر فيها استخدام الأنباء الأجنبية على حساب الأخبار المحلية (٣٦).

ولاحظت دراسة عربية أخرى على اثنتي عشرة صحيفة عربية بأن وكالات الأنباء الغربية الأربع ، مازالت هي المصدر الرئيسي للأنباء الخارجية ، وهي التي تحدد حجم ونوعية

اهتمامات هذه الصحف ، وتحديد اتجاهات ومضمون الأخبار الخارجية مؤدية إلى غلبة النموذج الغربي لمضمون الأنباء الخارجية على الصحف العربية^(٣٧) .

وأشار الدكتور مازن العرموطي بأن التقرير التمهيدي الذي رفعته المجموعة المكلفة بدراسة وامكانية إقامة هيئة عربية لتبادل الأخبار التلفزيونية في الوطن العربي قد أشارت إلى أن معظم محطات التلفزة العربية تعتمد بشكل كامل على الوكالات التجارية التي تعمل من خلال اتحاد الإذاعات الأوروبية (Eurovision) والتي تتمثل بالوكالات التالية : E.T.E.S ، Visnews ، UPITN ، New Film GBS^(٣٨) .

واتفقت معظم الدراسات العربية والأجنبية على أن تدفق الأخبار التلفزيونية من خارج أوروبا ما زال خاضعاً لسيطرة الوكالات الغربية للأفلام الإخبارية . وأوضحت بأن التدفق المعلومات من خلال اتحاد الإذاعات الأوروبية يسير باتجاه واحد حيث تمتلك المؤسسات الإذاعية والتلفازية في الوطن العربي والعالم الثالث اشتراكات مع الوكالات العالمية للأنباء ووكالات الأفلام الإخبارية المتمركزة في لندن وباريس ونيويورك . وهذا الوضع أدى إلى سيطرة (الفلم الخبري) في معظم نشرات الأخبار التلفازية العربية ، وسيطرة النموذج الغربي ومضمونه على المؤسسات الإذاعية العربية .

وبشكل عام ، كما تبين الدراسات ، بأن طرق تشويه المعلومات يأخذ أشكالاً أخرى منها : المغالاة في التأكيد على أحداث ليس لها أهمية ، وضع الحقائق التي لا ترتبط ببعضها في قالباً واحداً وعرضها بشكل يوحي بأنها متصلة وتكون حالة واحدة ، عرض الحقائق بطريقة تولو نتيجة ضمنية تعكس حالة رضا مما يقدمه النظام المهيمن ، التشويه القائم على خلق حالة مزاجية وعقلية مسبقة نحو الأحداث وذلك عن طريق تقديم الأحداث ذات الأبعاد المعروفة بأسلوب يخلق حالة خوف أو شك لا أساس لها من الصحة ، وأخيراً التشويه من خلال (التعتيم) أو عدم نشر أي معلومات متصلة بالحدث أو الموقف الذي لا يخدم مصالح الدول التي تنتمي إليها وكالات الأنباء العالمية .

ثانياً: البرامج والأفلام المستوردة : تزداد مناطق الاختراق في الوطن العربي إذا ما حاولنا تقصي الكم الهائل والطوفان الكبير للبرامج والأفلام الأمريكية والغربية لتشكيل مناطق حيوية وخطيرة على الأمن القومي العربي بشكل خاص . فالمنطقة العربية مازالت تعتمد اعتماداً رئيسياً على ظاهرة إستيراد البرامج التلفزيونية والأفلام السينمائية الغربية بشكل عام ، والأمريكية بشكل خاص ، فقد ظهر في تحليل أجرته اليونسكو لمواد برامج التلفزيون

أن نصف البرامج في الأقل مستورد لصالح الأقطار العربية وإن ٧٠٪ من هذه البرامج منتج في الولايات المتحدة الأمريكية^(٣٩) .

وتشير دراسة أجريت من قبل اتحاد إذاعات الدول العربية بشأن اتجاهات البرمجة التلفزيونية في الوطن العربي إلى أن الإنتاج الأجنبي المستورد يصل فغى المتوسط ٣٠٪ ، وتصل نسبة الإنتاج الأجنبي ٥٠٪ في حالة الجزائر و ٦٣ ، ١٧٪ في حالة اليمن وتأتي الولايات المتحدة الأمريكية على رأس قائمة الدول المصدرة للبرامج الأجنبية^(٤٠) .

ويؤكد (ياسين) أن دول العالم الثالث . ومن ضمنها الأقطار العربية ، تستورد ٦٥٪ من البرامج والمسلسلات التلفزيونية ، وغالبية ما تعرضه من أشرطة سينمائية وعلى سبيل المثال لا الحصر ، استورد المغرب خلال ١٩٨٧ ألفاً وثلاثة وتسعين شريطاً سينمائياً . ويعلق الباحث بأن هدف هذا الإنتاج في غالبية هو التعبير عن مجموعة من الأفكار والمواقف ، وبالتالي ينطلق من مجموعة من القيم ، يعمل عمل ترويجها بأساليب فنية راقية ، وإبداع عالٍ من حيث مستوى الشكل والصياغة يجعل المتفرج في حالة تقبل وتجاوب^(٤١) .

ويرى أحد الباحثين العرب بروز ظاهرة طغيان الأفلام الأمريكية في محطات التلفزة الخليجية ، وخاصة في برنامجي أبو ظبي حيف تفوقت من حيث الكم على الأفلام المصرية إذ وصل إجمالي ما بث خلال أسبوع الدراسة (٤٢١) دقيقة^(٤٢) .

ولاحظت دراسة أخرى بأن الولايات المتحدة الأمريكية أكثر الدول الأجنبية تصديراً للبرامج التلفزيونية إلى (الكويت) حيث بلغت النسبة ٦٢ ، ٨١٪^(٤٣) .

وتؤكد دراسة عربية إلى أن محطات التلفزة العربية تستورد ما بين ٤٠ - ٦٠٪ من برامجها من مصادر مختلفة أهمها الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وفرنسا وألمانيا الغربية . وأن هذه البرامج تحتل مركزاً هاماً في ساعات البث التلفزيوني اليومي نظراً لكونها برامج تسلية وترفيه ، وتبرز خطورة هذه البرامج إذا عرفنا أنها تحتل النسبة الأكبر من ساعات البث التلفزيوني العربي^(٤٤) .

ولاحظ باحث من القطر المصري بروز ظاهرة غريبة في الحياة العربية التي تعتمد على الإنتاج الأجنبي برغم أنها من الدول البارزة في تصدير الأفلام والمسلسلات التلفازية للمنطقة العربية . فقد عرض التلفاز المصري عام ١٩٨٤ ، على سبيل المثال لا الحصر ، سبعة أفلام أجنبية مقابل ستة أفلام مصرية في الأسبوع . ومعظم الأفلام الأجنبية أمريكية الإنتاج . كما قدم التلفاز (٢٥) حلقة أجنبية مدة الحلقة الواحدة منها حوالي الساعة مقابل (٢١) حلقة

عربية في الأسبوع الواحد . وقد لفت انتباه الباحث أن مضامين معظم هذه المسلسلات الأجنبية تبرز جوانب عنصرية تجاه الشعوب الأخرى وتركز على الفردية والحياة البرجوازية وتعمق الجانب الاستهلاكي في حياة الإنسان^(٤٥) .

والخلاصة، أن هذا الكم الكبير من الأفلام والبرامج والمسلسلات الأجنبية ، وخاصة الأمريكية استطاع اختراق المحطات التلفازية العربية ليسجل حضوره الفعال في الحياة العربية مع ملاحظة ضعف الرقابة في اكتشاف دلالات هذه الأفلام ورموزها المبطنة ، وفقدان الوعي الاجتماعي والحضاري والقومي في الكثير من التطبيقات للسياسات الإعلامية العربية ، إضافة إلى عوامل موضوعية تتعلق بضعف إمكانيات المحطات التلفازية العربية على الإنتاج المحلي ، وساعات البث الطويلة لمعظم هذه المحطات وحاجتها الماسة للملي الفراع .

ولابد من الإشارة هنا إلى ظاهرة دور السينما العربية وما تعرضه من كم هائل من الأفلام الأمريكية والغربية ، واختراق الأفلام الصهيونية لهذه الدور الثقافية والتي تتنوع بأشكالها وتختلف باختلاف المكان والزمان وتنوع الأفلام وجمهورها وأهدافها مما يجعل عملية التفريق بينها وبين الأفلام الأخرى صعبة وهي تخترق السوق السينمائي العربي . فهناك اختراقات واضحة لدور السينما ومحطات التلفاز العربية لمجموعة كبيرة من الأفلام التي تقف وراء إنتاجها حلقات صهيونية استطاعت أن تخترق هوليوود والشركات السينمائية والتلفازية بل أنها (صنعت كتاباً للسيناريو ونجوماً سينمائية لبث الأفكار أولاً ثم لضمان توزيع الأفلام ومشاركة النجوم العالميين في تحقيق الأهداف الصهيونية المرغوبة من الأفلام)^(٤٦) .

وتشير معظم الدراسات والبحوث إلى أن مضامين الأفلام والبرامج المستوردة تعمق مفاهيم ومعتقدات وعادات وسلوكاً يتعارض مع الثقافات الوطنية باتجاه هيمنة الثقافة الأجنبية ، وما تسوقه من قيم ومعايير اجتماعية واقتصادية وسياسية وتربوية بحيث يجهل المواطن العربي نموذج الوطني ، وتحميد معرفة النماذج الوطنية الغربية . وهذا ما يفسر لنا بروز الظواهر الغربية في المجتمع العربي ، والمتعلقة بنقل الموضات الحياتية في الأزياء والموسيقى والأكلات السريعة . وتقليد النماذج الفردية الغربية في مجالات الفن والنجومية كنموذج (مايكل جاكسون) و(مادونا) و(الرامبو الأمريكي) باتجاه إشاعة مبدأ الفردية وتسويق الموديل الأمريكي في الحياة .

وهنا لابد من أن نشير إلى أن دور الأفلام والبرامج المستوردة تريد تحقيق أهداف واستراتيجيات تتلخص بالنقاط التالية :

أ- أن تسيد المنتج الأمريكي في هذا المجال يؤدي إلى خدخلة النظم الاجتماعية في الوطن العربي من خلال تحطيم نظم القيم السائدة و استبدالها بنظم أمريكية .

ب- تمثل هذه الأفلام و البرامج قناة هامة لتعويق المعايير الثقافية و الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية للولايات المتحدة و الغرب . و بذلك تصبح المنطقة العربية فريسة لهذا الغزو المبرمج الذي يستهدف هويتها و استقلالها الوطني و على كافة الأصعدة .

ج- تشويه صورة الإنسان العربي و ذلك من خلال خلق صور نمطية تحمل مضامين سلبية تجسد التخلف و الوحشية، في حين ترسم صوراً إيجابية للإنسان الأمريكي و الغربي مرتبطة بالتحضر و الإنسانية .

ثالثاً؛ الإذاعات الدولية: إذا كانت الأقطار العربية تستطيع إلى حد ما أن تحد من الغزو الإعلامي و الثقافي في مجالات تدفق الأخبار و الأفلام و الإعلانات فإنها تكون عاجزة عن إيقاف منطقة أخرى للاختراق و هي جبهة الإذاعة الدولية، فهي الوسيلة الوحيدة التي لا يمكن إيقافها كلياً، و لا يمكن للرقابة أن تمنعها على الرغم من ابتكار أساليب فنية متطورة للحد من انتشارها كالتشويش . و هو أمر لا تقوى عليه الأقطار العربية لأسباب تقنية معروفة .

و الملاحظ أن عادة الاستماع للإذاعات الدولية منتشرة في أنحاء الوطن العربي لسببين : أولهما عدم الرضا عن الخدمات الإخبارية المقدمة في الإذاعات المحلية، و ثانيهما عدم الثقة في المادة المقدمة . إضافة إلى انتشار ملكية أجهزة الراديو مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى حيث تبلغ الملكية حوالي (٣٣) مليون جهاز راديو بواقع (١٨٤) جهاز لكل ألف مواطن. (٤٧)

و تشير إحدى الدراسات إلى وجود خمس و أربعين إذاعة أجنبية موجهة باللغة العربية من مناطق العالم المختلفة . لعل أهمها و أكثرها قبولا لدى المستمعين في المنطقة العربية تلك الموجهة من أوروبا الغربية و عددها ثمانى و هي تذيع ما مجموعه (٢٩٣) ساعة أسبوعياً (٤٨) .

ومن بين الإذاعات التي تقوم بنشاط واضح على صعيد الغزو الثقافي و الإعلامي إذاعة (صوت أمريكا) و(هيئة الإذاعة البريطانية)، و(مونت كارلو)، و(إسرائيل)، و كلها تشترك في هدف مركزي هو تحطيم الثقة بالذات و زرع منطق الاستسلام، و تضخيم

الانقسامات، وخلق النماذج المشوهة التي لا تناسب الواقع الثقافي والاجتماعي للمنطقة . إضافة إلى تخصيص مساحة واسعة لإبراز الحياة الغربية و تطويرها بطريقة دعائية . وهي تقوم على اختيار الوقائع والتعليقات التي تسمح من الجوانب المختلفة، وبوجهات نظر مختلفة، بالاقتراب من شعار (الحريات الديمقراطية) و (الحرية الروحية) و (التطور الحر للفرد) و (حقوق الإنسان) وذلك من خلال عمليات التضليل الإعلامي و تشويه الحقائق .

رابعاً: الإعلان الدولي : من الثابت بأن وكالات الإعلان الأمريكية بالذات تشكل هي الأخرى منطقة أخرى للاختراق الحاد . فالأسواق العالمية هي حكم لعدد من وكالات الإعلان الأمريكية التي يبلغ عددها (٢٢) وكالة إعلان كبرى من مجموع (٢٥) وكالة دولية . وهناك (٧١) دولة من (٩١) دولة نامية تعتمد إذاعتها المرئية و المسموعة على الإعلانات . كما أن الوكالات الأمريكية تسيطر على ثلثي الشركات الإعلامية في (٤٦) دولة نامية . وتبرز أهمية الشركات الإعلامية عبر معرفة الأرقام السنوية التي تعكس قيمة الإنفاق السنوي على الإعلان . ففي عام ١٩٨١ بلغ الإنفاق السنوي على الإعلان (٦٤) بليون دولار أمريكي . أكثر من نصفه انفق على الإعلان في الولايات المتحدة الأمريكية، هذا الوضع يؤكد أن الإعلان الدولي يشكل ظاهرة أمريكية على الرغم من أن دولاً أخرى مثل بريطانيا وفرنسا و ألمانيا الغربية واليابان وكندا تنفق كل واحدة منها على الإعلان أكثر من بليون دولار أمريكي سنوياً^(٤٩) .

و تسيطر الولايات المتحدة الأمريكية على قطاعات الإعلانات في الدول النامية حيث تبرز السيطرة الأمريكية على السوق الإعلان في هذه الدول . إذ بلغت إعلانات الهند (٩٣) مليون دولار، و مصر (٣٢) مليون دولار و المغرب (٦,٦) مليون دولار ، والسعودية (٥) مليار دولار . و اتضح أن ٨٠٪ من نسبة الإعلانات الصحفية في بيروت تأتي من شركات الإعلان الأمريكية^(٥٠) .

والملاحظ أن الإعلان في المنطقة العربية ازداد حجمه و تطور سريعاً في عقد السبعينات والثمانينات حيث أصبح تأثيره واضحاً وفعالاً في الحياة العربية وخاصة الإعلانات الأمريكية والغربية التي حاولت اختراق العقل العربي ، وخلق نماذج ثقافية استهلاكية هدفها إيجاد منافذ لها في السوق العربي لتكريس نموذجها الاستعماري . وتعد منطقة الخليج العربي أكثر المناطق العربية رواجاً لهذا النوع من الإعلانات حيث نجد أن الإعلان التجاري الأمريكي ينافس برامج التلفزيون و يسحب له جمهور واسع يتابعه بشغف .

ويرى أحد الباحثين أن علاقة الإعلان كنمط اتصالي والثقافة تأخذ شكلين اثنين :

(١) علاقة الصورة والمرآة حيث يأخذ الإعلان خواص الصورة المعكوسة بينما تأخذ الثقافة خواص المرآة التي تعكس الصورة . وبشكل أكثر وضوحاً ، يقوم الإعلان بعكس المعايير الثقافية من خلال استخدامها كإطار عام لتزويد المتلقين بمعلومات حقيقة حول المنتج المراد الإعلان عنه .

(٢) العلاقة التبادلية ، حيث يقوم الإعلان بالترويج للمنتج من خلال خلق أنماط جديدة من الحياة تعمل على إيصال عملية الاستهلاك لنفس المستوى من الإنتاج^(٥١) .

وهذا ما جعل لجنة (ماكبرايد) لمناقشة مشاكل الاتصال في العالم تحذر من الإعلان الدولي الذي قد يقود إلى انحراف في السلوك الاستهلاكي بحيث يقوم الأفراد بإففاق دخولهم على منتجات مروج لها من خلال أنماط غريبة عن حياتهم . مما قد يؤدي إلى خلق مشكلات كثيرة للدول النامية على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي . وقد لخصت إحدى الباحثات من أمريكا اللاتينية التأثير الذي يحدثه الإعلان الدولي بقولها : إن أهلنا ملزمون بغسل أسنانهم ثلاث مرات يومياً حتى وإن كانوا لا يملكون شيئاً ليأكلوا^(٥٢) .

خامساً: تكنولوجيا الاتصال والإعلام : أن لجوء الأقطار العربية إلى استيراد السلع والتجهيزات وتكنولوجيا الإعلام والاتصال والثقافة أدى في كثير من الأحيان إلى تبعيات سلبية كثيرة في المجال الاقتصادي والاجتماعي أهمها جعل الإمكانيات الثقافية والإعلامية لهذه الأقطار في خدمة مصالح رأس المال العالمي وأجهزته ، وخلق أنماط تنمية غريبة تقود إلى أسلوب وعمل وتفكير يساعد على تعزيز الهيمنة الأجنبية وتسهيل الغزو الثقافي . وكلها عوامل تهدد الأمن الثقافي العربي .

إن اختيار التكنولوجيا الاتصالية المناسبة للاحتياجات الواقعية وتطويرها يحتاج إلى توافر القدر الملائم من المعلومات عن التطورات التكنولوجية المعاصرة في مجال العمل الإعلامي والثقافي عن طريق مراكز المعلومات المتخصصة وشبكات المعلومات الدولية . وهذا يقودنا إلى حقيقة جوهرية وهي أن مناطق الاختراق الغربي تكون عن طريق هذه المراكز الدولية للوصول إلى الأقطار العربية التي لا تزال تعاني من نقص كبير في هذا المجال . ذلك لأن بنوك المعلومات في الوطن العربي هي في غالبها مستوردة من العالم المتقدم ، وكذلك الأجهزة ، ومثلها نظم البرامج وقطع الغيار والصيانة . بل أن هناك أقطار عربية عديدة تعتمد على

استيراد العمالة الاجتماعية من الدول المتقدمة لتشغيل النظم الإعلامية لديها . وهذا ما ساعد على عمليات الاختراق للمؤسسات المعلوماتية والإعلامية وتعزيز الهيمنة الأمريكية .

أن التكنولوجيا هي تقنية في الأصل أو في التماثل لكنها محملة بمنظومة قيم، وهذه القيم تتعلق بإشكالية النقل التكنولوجي وكذلك إشكالية التبعية ولعل الطرح السائد في عالمنا العربي هو النقل التكنولوجي، إذا كانت التقنية عبارة عن عتاد لا يوجد إشكالية في نقلها، ولكن إذا كانت محملة بمنظومة قيم، ومعرفة وتصورات عن واقع مجتمع في زمن و مكان، فأنا لا يمكن نقلها، ولا يمكن بأي حال من الأحوال نقل منظومة القيم، حتى وان نجحنا في نقل العتاد، إذا النقل السائد هو نقل معنوه لأنه نقل بدون معرفة، بدليل عندما يعطب او يتعطل أي جهاز تأتي بخبراء أو أجناب، ننادي عن المعرفة التي تركناها .. هذه الظاهرة تعمق إشكالية التبعية التكنولوجية، وبالتالي عملية النقل لا بد أن نعيد فهمها للتخفيف من وطأة التبعية التكنولوجية^(٥٢).

والملاحظ أن الولايات المتحدة الأمريكية تهيمن على صناعة الدوائر الإلكترونية الاندماجية حيث تنتج ما نسبته ٦٠ - ٧٠٪ من إجمالي الإنتاج الدولي في هذا المجال . وتسيطر خمس شركات أمريكية فقط على إنتاج ما نسبته ٨٠٪ من الإنتاج الأمريكي في مجال الإلكترونيات ، إضافة إلى سيطرتها على أنظمة الأقمار الصناعية وما تمثله هذه السيطرة في التحكم بالأخبار والمعلومات الاستراتيجية ، واختراق سيادة الدول .

إن الفجوة التقنية بين عالم الشمال والجنوب أدت إلى بروز فجوة (المعلومات) واعتماد الدول النامية، ومنها الأقطار العربية، على شراء المعلومات الخاصة بشؤونها الاقتصادية والسياسية والتكنولوجية من الدول المتقدمة وهذا يستدعي الاعتماد على الشركات المتعددة الجنسيات للتعامل مع هذه المعلومات (الخام) كي تصبح قابلة للاستعمال . وهذا من شأنه زيادة التكاليف المالية للحصول على المعلوما، وتوسيع جبهة الاختراق للمؤسسات العربية المتخلفة .

سادساً: الإنترنت، وهو أكثر الوسائل الاتصالية المعاصرة تطوراً في تقنياته، وأكثر شمولية وتنوعاً في المضامين، وأسهل أداة إتصالية لإختراق المتلقي، وهو بهذا المعنى يمتلك قوة الجاذبية والتأثير، وقيل إن من يمتلك الإنترنت يستطيع أن يسيطر على العالم، وهذا هو مبعث الخوف الدولي وقلقه، وسر التسابق في الإستحواذ عليه تقنياً ومعلوماتياً .

ويشكل موضوع الفجوة الرقمية تحدياً للدول النامية، لان الصراع الحالي هو حول النفوذ وتقاسم الحصص، علماً بأن ١٣ موزعاً يديرون شبكة الإنترنت في العالم بينهم عشرة في أميركا واثنان في أوروبا والأخير في طوكيو.

وأن عدد أجهزة الكمبيوتر في الولايات المتحدة يزيد على عددها الإجمالي في بقية العالم وأن عدد الهواتف في طوكيو يفوق عددها في القارة الأفريقية بأكملها، حيث لا تتجاوز ١٤ مليون خط. وأن ثمن شراء كمبيوتر في بنغلادش يعادل رواتب ثماني سنوات لمواطن متوسط الدخل، فيما هو يعادل راتب شهر واحد لمواطن أميركي من الفئة نفسها. ويوجد الآن أكثر من ٩٠٠ مليون مستخدم عبر العالم، استناداً الى البيانات الأخيرة للاتحاد الدولي للاتصالات^(٥٣).

ورغم حداثة الاتصال بالإنترنت في المنطقة العربية كلها حيث لا يزيد عمر أول دولة عربية اتصلت بالإنترنت عن ثلاثة عشر عاماً، حيث كانت تونس أول دولة تتصل بالإنترنت في عام ١٩٩١، وإن كانت قد أتاحت فعلياً للمواطنين بدء النصف الثاني من التسعينات في تونس وباقي البلدان العربية باستثناء السعودية التي أتاحت تلك الخدمة عام ١٩٩٩ والعراق ٢٠٠٠، فإن عدد مستخدمي الإنترنت في الدول العربية وصل إلى ٤,٢ مليون شخص يشكلون ١,٦٪ من سكان الوطن العربي مقارنة بأقل من ١٪ فقط في العام السابق له، وهي زيادة محسوسة، رغم أن انتشار الإنترنت في البلدان العربية مازال محدوداً في السياق المقارن^(٥٤).

ورغم وجود تفاوتات بين الدول العربية من حيث عدد مواقع الإنترنت وعدد مستخدمي الشبكة، فإن الوطن العربي في مجمله يأتي ضمن أدنى مناطق العالم بهذا الخصوص، فقد أشار تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام ٢٠٠٢ إلى أن نصيب العرب من إجمالي مستخدمي الشبكة يبلغ ٠,٥٪ في حين تبلغ نسبة العرب إلى إجمالي السكان العالمي ٥٪ تقريباً^(٥٥).

ولابد من الاعتراف بأن هناك مظاهر أخرى للاختراق الأمريكي والغربي للمنطقة العربية بعضها يتستر تحت أغشية عديدة وبعضها يمارس دوره المكشوف في مختلف ميادين الحياة. فهناك جهات عديدة: جبهة المؤسسات العلمية والأكاديمية والثقافية، وجبهة المراكز الثقافية، وجبهة الجمعيات الدينية والأدبية والفنية. وكلها تعمل من أجل تنفيذ المخطط الأمريكي، وتعميق التبعية السياسية والاقتصادية والإعلامية.

إن المنطقة العربية ستشهد اختراقاً حاداً تتمثل بسلسلة من الإنجازات الفضائية الإعلامية الدولية المتمثلة بالمحطات التلفازية الأمريكية والغربية، وسيشهد الواقع العربي نمطاً جديداً لخطاب تلفازي عالمي يحتوي على الكثير من الأفكار والعقائد يكون بمثابة إنذار حقيقي لمستقبل المنطقة العربية. حيث سنشهد غزواً للإعلام الغربي بلغة الضاد، من خلال مشاريع كثيرة، الآن وفي المستقبل، ففي خريف ٢٠٠٧ ستنتقل القناة التلفزيونية العربية التابعة لهيئة الإذاعة البريطانية (بي بي سي). وفي نفس السنة من المفترض ان ينطلق التلفزيون العربي التابع للقناة الإخبارية الفرنسية التي تنوي تدشينها بنسخها الإنجليزية بنهاية العام الحالي مع موقع الكتروني مرافق باللغة العربية في الوقت نفسه. ومن المفترض ان ينطلق في نفس الفترة كذلك، تلفزيون (روسيا اليوم)، وهو النسخة العربية من قناة (راشا توداي) التي اطلقتها موسكو في ديسمبر (كانون الأول) ٢٠٠٥. كما قررت وكالة الأنباء الإسبانية الحكومية (إيفي) في مارس ٢٠٠٦ إطلاق خدمة عربية واختارت القاهرة مقراً لها. وفي النية أن تقوم الدنمارك بأطلاق برامج تلفزيونية وإذاعية موجهة للعالم العربي بسبب بعض الرسوم الكاريكاتورية التي تعرضت للإسلام ونشرت في صحيفة محلية، وتسعى مؤسسة (دويتشه فيلده DW) (صوت ألمانيا الحر) حالياً لزيادة ساعات بثها التلفزيوني باللغة العربية الذي انطلق من الكويت مطلع عام ٢٠٠٥. ويعتبر النطق بالعربية تجربة جديدة كلياً لكثير من هذه القنوات، باستثناء الربي بي سي) بالطبع، فهي تبث إذاعياً بلغة الضاد منذ عام ١٩٣٨، كما ان لديها وجوداً على الانترنت من خلال موقعها الاخباري العربي، وقد سبق ان حاولت اطلاق قناة إخبارية عربية في التسعينات بمشاركة شبكة (أوربت) إلا أن المشروع لم يستمر طويلاً. وها هي الآن تعيد التجربة ولكن باستقلال تام وتمويل من الحكومة البريطانية. وفي السياق ذاته، تستمر قناة (الحررة) الأميركية في البث على الرغم من جميع الانتقادات والمشاكل التي مرت بها. وكانت القناة قد انطلقت عام ٢٠٠٤ وهي تتلقى تمويلها من الحكومة الأميركية بواسطة مجلس أمناء الإذاعات الدولية. وكانت (الحررة) قد تلت مشروعاً آخرًا هو إذاعة (سوا) الأميركية المستمرة في البث كذلك. إضافة إلى الإذاعة القديمة (صوت امريكا).

بدءاً لابد من الاعتراف بأن الغزو الإعلامي ، ليس مشكلة مرتبطة بعالم الجنوب ، وليس مشكلة عربية ، ولكنه مشكلة دولية شاملة ترتبط باستراتيجية سياسية كونية تريد تحقيق السيطرة على الدول ، والتحكم والهيمنة بقصد تكريس التبعية السياسية والاقتصادية بعد التبعية السياسية والاقتصادية ، وتعبيراً عن المخطط القديم - الجديد الهادف لاحتلال العقل ثم احتلال الأرض .

والسؤال : لماذا الغزو الإعلامي الأمريكي دولياً رغم وجود دول تمتلك مؤهلات الغزو من ناحية التقنيات والقوة الاقتصادية والثقافية الأصيلة ، ولتصبح هي الأخرى غارقة في بحر الثقافة الأمريكية الساذجة والسطحية .

وببساطة فإن الولايات المتحدة الأمريكية تمتلك بعض العناصر المؤثرة ، والإمكانية الديناميكية :

● فهناك ، أولاً ، التاريخ العريق للثورة التقنية الإلكترونية التي جعلت العالم (قرية صغيرة) . ويكفي أمريكا أنها تصدر للعالم ٦٥٪ من الاتصالات ، كما أنها أكثر نشاطاً في تطوير نظام الاتصالات عبر الأقمار الصناعية ، والرائدة في تطوير شبكة المعلومات على النطاق الدولي .

● وهناك ، ثانياً ، جهود جبارة لاستثمار العلم وقوانينه في تضليل البشر ، والتفتيش عن الطرق الأكثر حداقة ومهارة لتعتيم والوعي الاجتماعي . لذلك تصنع الإدارة الأمريكية جهازاً تقنياً لتشويه الحقائق وأساليب لنشر الوعي والذعر والخوف . والأهم الاقتراب من الإنسان وتلبية حاجاته النفسية والثقافية والاجتماعية في ضوء دراسة الطبيعة البشرية وحاجاتها الفطرية .

● وهناك ، ثالثاً ، حالة (الانبهار) الذي أصاب المدنية منذ نشوء أمريكا ، يتمثل بتمجيد القوى الاستعمارية لها واعتبارها (الرسالة الحضارية) التي كانت تقوم على مد الشعوب الأخرى بالثقافة الغربية وأسباب التقدم الصحي وعجائب التقنية الحديثة . وما حملته بعد عصر الثورة الصناعية من مضامين ومفاهيم عصرية أقرب إلى المثاليات . كان هذا الانبهار التاريخي المتراكم يشكل مدخلاً نفسياً لتقبل الثقافة الأمريكية .

● وهناك ، رابعاً : ظاهرة الإعلان التجاري وأسس البراغماتية ، والناتج عن مبدأ (اقتصاد الوفرة) والذي أتاح للبضاعة الأمريكية الانتشار الدولي مما تحمله من ميزات مشجعة نتيجة

التنافس والتوزيع في الأسواق الخارجية . وخلق مرتكزات للدعاية الأمريكية بشأن إشاعة الموديل الأمريكي .

● وهناك ، خامساً ، العوامل المتداخلة بشأن المادة الإعلامية ، فالدول تحرص على شراء الأفلام والبرامج والمسلسلات الأمريكية لأنها أقل تكلفة من إنتاجها المحلي . والسبب وراء رخص أثمان البرامج الأمريكية يعود إلى تغطية تكاليف إنتاجها أساساً من السوق الأمريكية . وهناك ظاهرة شعبية البرامج الأمريكية وتنوع موضوعاتها بالإضافة إلى احتوائها عناصر الحركة والسرعة والإثارة والدراما ، وكذلك مستواها الفني المرتفع قياساً بالمادة الإعلامية الدولية الأخرى . وهذه كلها عوامل مساعدة لانتشار المادة الإعلامية الأمريكية .

عربياً ، فالغزو الإعلامي ، ارتبط تاريخياً بعوامل عديدة سياسياً واقتصادياً ودينياً وثقافياً من خلال مراحل مترابطة ومتزامنة زمانياً ومكانياً عبرت عنه مخططات (الإرساليات) و(التبشير) و(المدارس) و(الرحالة الغربيين) و(عمليات الاستشراق) و(البحوث الأمريكية للشرق الأوسط) وعمليات الغزو المنظمة للوطن العربي من خلال المواد الإعلامية ومضامينها ، والاختراق في جبهات المؤسسات السياسية والاقتصادية والثقافية .

والملاحظ أن الغرب منذ بدأ الغزو كأسلوب من أساليب الاستعمار فإنه حاول أن يؤسس أنماط استعمارية للتعامل مع العرب تميزت بعدم التكافؤ والعنصرية الشديدة دون أن يضع أمامه الدور الإنساني للعرب وحضارتهم بل أنه انطلق من عقدة تاريخية صليبية بقصد تحقيق (الثأر) و(الانتقام) مما جعل هذه العلاقة قائمة على (الاستغلال) و(الاستلاب) و(التبعية) .

وهذا صاغ الغرب في ضوء هذه العلاقة نظريات عنصرية مفادها أن (العرب لا يمكن لهم التطور الحضاري أو التحديث إلا بوجود الحضارة الغربية) بل أن بعض هذه النظريات ذهبت إلى حد صياغة أفكار انتقامية ووحشية بضرورة (السيطرة على العرب لأنهم يهددون المصالح الغربية) . وبمعنى إن الغزو توجه استراتيجي منظم ، له أساليبه وتكنيكه ، ومناطقه الحيوية لعمليات الاختراق ، وهو تعبير عن (عقلية سياسية) تريد تنفيذ مخطط للسيطرة على المجتمعات العربية والتحكم باتجاهاتها وتدمير ثقافتها وحضارتها . وهذا يتطلب من الأقطار العربية إدراج سياسة (الأمن الإعلامي والثقافي) ضمن خططها الأخرى الاقتصادية والعسكرية والسياسية لمواجهة مخاطر الغزو ومضامينه الأيدلوجية الهدامة . ذلك لأن وظائف الإعلام والثقافة في عالم الاتصال الحضاري الإعلامي هو ضمان أمن المجتمع من مخاطر الغزو الدولي المنظم .

إذن فالمواجهة تبدأ بمحددات وعناصر :

١- تحجيم العناصر التي خلقت الغزو وساعدت على اختراقه، وهي عناصر ترتبط بالتقنيات الإعلامية المتطورة التي هي ظاهرة تاريخية ، وذلك من خلال تقليص الفجوة التكنولوجية والتقنية، والاعتماد على الذات .

٢- المواجهة تبدأ عندما يشعر العرب بوعي حضاري بأن الأمن القومي العربي لا يمكن أن يتجزأ ولا يمكن لأي قطر عربي أن يحقق أمنه بمعزل عن أمن الأقطار العربية لمواجهة تحديات الغزو ومضامينه . لأن أول سمة جوهرية يتسم بها هذا الأمن هو سمة (قومية الأمن) بمعناها الشامل .

٣- الغزو ينمو عندما تفقد المجتمعات حضورها الحضاري وهي ترتبط بمحددات تتعلق بقضية الديمقراطية في المجتمع العربي ، وأزمة الحرية في الفكر والتفكير ، وامتلاك الوعي بالواقع وحركته .

وباختصار شديد ، فإن الغزو يريد إبقاء التخلف العربي بتكريس قيم حضارة الغرب وثقافته ، وهي معادلة ترتبط بالهدف المركز لمقاصد الغزو وأهدافه .

- (١) فتحي الأنباري، الإعلام العالمي أو (الدولي) والدعاية، دار المعرفة الجامعية، الطبعة الأولى مصر ١٩٨٥، ص ٨٦
- (٢) صلاح الخنثار، لماذا شؤون سياسية، مجلة شؤون سياسية، العدد الأول، السنة الأولى، كانون الثاني، ١٩٩٤، ص ٤
- (3) Giffard, A. "Developed Nations News in U.S. Wire Service Files to Asia" Journalism Quarterly 16. 1984. P 19>
- (4) Lee, C. Media Imperialism Reconsidered : The Homogenizing of Television Culture Beverley Hills, CA : Sage.
- (5) Schiller, H. "Mass Communication and American Empire, New York. 1968. P. 66.
- (6) Szeesckó Tamás, Kommunikációs rendszer Kozanapai A Kademai Kiado, Budapest 1971. P. 33.
- (٧) د. ر. مانكيكان، تدفق المعلومات بين الدول المتقدمة والنامية، ترجمة فائق مهينم، دار العلوم للطباعة والنشر، المملكة العربية السعودية ١٩٨٢، ص ٧٣.
- (8) L.R Compbel and R.E Wolseeley "News man a work" Houghton Mifflin com p. U.S.A P. 23.
- (٩) د. عرفان عبد الحميد فتاح، الأصالة والمعاصرة... دراسة في دوافع الإخفاق، وقائع ندوة التحديات الحضارية والعزوة الثقافي لدول الخليج، مسقط... سلطنة عمان، ١٩٨٥، ص ٣٢٤.
- (١٠) د. حسن صعب، العزوة الثقافي، صحيفة المواجهة، تونس ١٩٨٢، ص ٥.
- (١١) علم النفس الاجتماعي وقضايا الإعلام والدعاية. مجموعة علماء النفس السوفييت، ترجمة نزار عيون، العود، دار دمشق للطباعة والنشر. دمشق ١٩٧٨، ص ١١٧.
- (12) John Merrill. "The free flow of news, Western Communication Imperialism: Divergent views on ethical Issues" Studies in Third World Societies. No. g. 1979. P. 32
- (13) Phil Harns : Reporting Southeus Africa. Unesecs, Paris. 1981, P. 16. P. Ml. . (14) Ibid.
- (١٥) نيوزويك، ٧ تشرين الثاني ١٩٨٢.
- (١٦) Charles A. Slepman, Dropaganda, Tcehniques, in Voice of the : عن التكنيكات انظر : people P : Readings in puplic Opinion and propaganda, Edition by christen son ans Mc Williams, 2nd Edition, New York : Ms Grow Hill book company, 1967, P.P. 331-339
- (١٧) الخطة الشاملة للثقافة العربية، المنظمة العربية للثقافة والعلوم، الكويت ١٩٨٦، ص ١٦.
- (18) Iass wel, H, The stru ctur e and Functior comuncation in Society. 1978, P. 62.
- (١٩) بريجنسكي، بين عصرين... الاستراتيجية الأمريكية في العصر التكتروني، ترجمة وتقديم د. محجوب عمر، الطبعة الثانية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة ١٩٨٨، ص ١٤.
- (٢٠) المصدر السابق، ص ٥٠.
- (21) Buncc. R. "Television in the corporate in trest. New York : Pracger . 1976. P.85
- (22) Katz, E and Wedcll, G. : Broadcadsting in The Third World. Cambridge MA: Harvare University Press. 1977. P. 18.

- (٢٣) د. ر. مانكيكان ، مصدر سبق ذكره ، ص ٧٧ .
- (٢٤) د. مصطفى المصمودي ، النظام الإعلامي الدولي الجديد ، سلسلة عالم المعرفة ، العدد ٩٤ الكويت ١٩٨٥ ، ص ١٢٩ .
- (25) Anthony Smith, The Geopolitics of Information How Western Culture Dominates the World N.Y : Oxford univ. press. 1980. p. 8.
- (٢٦) الإحصائيات مأخوذة من كتاب د. ر. مانكيكان ، مصدر سبق ذكره .
- (٢٧) ميشيل شوبيلين ، السي . ان . ان تلفزيون القرية العالمية ، مجلة الجيل / العدد (٨) المجلد (١٢) ، ١٩٩١ ، ص ٤٦ .
- (٢٨) لمزيد من التفاصيل عن هذا النموذج ، والنماذج الأخرى ينظر : د. ياس خضير البياتي ، الإعلام الدولي والعربي ، مديرية دار الكتب للطباعة والنشر ، بغداد ١٩٩٣ ص ٦٢ - ٦٣ .
- (٢٩) د. ياس البياتي ، احتلال العقول ، دار الحكمة للطباعة والنشر ، بغداد ١٩٩١ ، ص ٨٦ .
- (٣٠) محمود أمين العالم ، ملاحظات أولية حول الثقافة العربية والتحديث ، انظر مجلة الوحدة ، العدد ١٠١ ، مارس ١٩٩٣ .
- (٣١) د. محمد عابد الجابري ، الزمن الثقافي العربي ومشكلة التقدم ، انظر (أقلام) المغربية العدد ٥٣ ، أبريل ١٩٨١ .
- (٣٢) د. حامد ربيع ، تأملات في الصراع الإسرائيلي ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت ١٩٧٦ ، ص ٢٦ ٢٧ .
- (٣٣) د. راسم الجمال ، دراسات في الإعلام الدولي ، مشكلة الاختلال الاجباري ، جده : دار الشروق ، ١٩٨٥ ، ص ٦٨ .
- (٣٤) د. عواطف عبد الرحمن ، الحق في الاتصال وإشكالية الديمقراطية في الوطن العربي ، مجلة الدراسات الإعلامية ، العدد ١٤٩ ، كانون الأول ١٩٨٧ ، ص ٣٠ .
- (٣٥) صلاح الدين عبد اللطيف ، دور وكالات الأنباء الاقليمية ومجمع وكالات انباء دول عدم الانحياز في تحقيق التوازن الاجباري العالمي . مجلة الدراسات الإعلامية ، العدد (٥٣) ، كانون الأول ١٩٨٨ ، ص ٨٤ .
- (٣٦) ايليا حريق ، انتشار الأخبار واتجاهها . انظر كتاب (حق الاتصال) ، دائرة الشؤون الثقافية ، سلسلة دراسات (٣١٨) ، بغداد ١٩٨٢ ، ص ٨٣ .
- (٣٧) د. راسم محمد الجمال ، الأنباء اخرجية في الصحف العربية . المجلة العلمية لكلية الإعلام ، العدد الأول ، القاهرة ١٩٨٩ ، ص ٩٤ .
- (٣٨) د. مازن العرموطي : دعوة لإنشاء سوق أخبار عربية مشتركة ، مجلة الأفق العربي ، الأردن ١٩٨١ ، ص ٩٤ .
- (٣٩) اليونسكو ، وثيقة أهداف واستراتيجيات ، باريس ١٩٨٢ ، ص ٩١ .
- (٤٠) رضا النجار ، اتجاهات البرمجة التلفزيونية في الوطن العربي ، اتحاد إذاعات الدول العربية تونس ١٩٨٣ ، ص ٩٧ .
- (٤١) د. راسم الجمال ، مصدر سبق ذكره ، ص ٤٧ .
- (٤٢) د. توفيق عبد الله يعقوب ، تدفق البرامج التلفزيونية الأجنبية - وهوية الخطه ، المجلة التونسية لعلوم الاتصال ، العدد (١٧) ، حزيران ١٩٨٨ ، ص ١٧٥ .
- (٤٣) حسين أبو شبيب ، دور التلفزيون في خلق ثقافة عربية متوازنة في الخليج العربي ، رسالة ماجستير كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ١٩٨٢ . نقلاً عن مقالة سعد لبيب (الأمن الثقافي في المجال الإذاعي) مجلة الدراسات الإعلامية مجلة الدراسات الإعلامية . العدد (٤٩) ، القاهرة ١٩٨٧ ، ص ١٤ .

- (٤٤) الكحلادي ، قراءة تحليلية في وسائل الاتصال والإعلام في المنطقة العربية ، مجلة البحوث ، العدد (١٦) ، بغداد ١٩٨٥ ، ص ٧٣ .
- (٤٥) ماجدة موريس ، عنصرية المسلسلات الأمريكية والسياسة الخارجية لأمريكا ، مجلة النار ، العدد (٣٤) ، تشرين أول ١٩٨٧ ، ص ١١٤ .
- (٤٦) أساليب السينما الصهيونية ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت ١٩٨٠ ، ص ٩
- (47) Boyd, A. Douglas Broadcasting the arab world, Temple University philadelphia, 1982, P. 237.
- (48) UNESCO, Statistical Year boo, Paris 1981. P. 109.
- (٤٩) د. عواطف عبد الرحمن ، مصدر سبق ذكره ، ص ٩٦ .
- (50) Aggarwala, No. "What is Development News?" Journal of Communication 29 (2) : 1979. P. 154.
- (٥١) للتفاصيل انظر كتاب : شون ماكبيريد ، أصوات متعددة وعالم واحد ، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع ، الجزائر ١٩٨١ .
- (٥٢) -٢- يحيى اليعياوي، العرب وتحديات تكنولوجيا الاتصال والإعلام وموقعنا من التوزيع العالمي، مركز العالمي لدراسات وأبحاث الكتاب الأخضر، ملخص محاضرة مطبوعة، ليبيا ٢٠٠٥، ص ٧
- (٥٣) موقع : بحوث علمية مختارة / الأنترنت / [www-\Documents and Settings\fac.yas\Desktop\](http://www:\Documents and Settings\fac.yas\Desktop\)
- (٥٤) مزيد من التفاصيل، انظر : تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام ٢٠٠٣ (برنامج الأمم المتحدة الإنمائي والصندوق العربي للإثماء الاقتصادي والاجتماعي، ٢٠٠٣) ، ص ص ٦٣ - ٦٤ .
- (٥٥) تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام ٢٠٠٢ ، مرجع سبق ذكره ، ص ٧٢ .

الفصل الثاني
الإعلام العربي
وتحديات العصر الرقمي

اذا كانت الحروب والاحداث السياسية والمتغيرات الدولية، وصراع القوى الكبرى والتكتلات الاقتصادية، وسباق التسلح النووي، تشغل يوميا تفكير انسان هذا العصر، وتأخذ وقتا كبيرا من تفكير المخططين الاستراتيجيين في الدوائر السياسية ومراكز البحوث العلمية، فان الاعلام يشكل، كما يبدو، قضية اساسية في عصر تكنولوجيا التواصل الاعلامي، او كما يسميه بعض الباحثين عصر الاتصال الجماهيري، حيث اتاحت اجهزة الاتصال الالكترونية، خاصة مجال الاذاعة والتلفاز والطباعة والترانزستور والاقمار الصناعية، المجال لتوفير اجهزة الاتصال واستعمالها واقتنائها على نطاق واسع، وهو ما اتاح ايضا جعل العالم قرية عالمية.

ان الكثير من الباحثين في العالم يتحدثون عن ثورة الاتصال التي شهدتها عصرنا الحالي باعتبارها (الثورة الثانية) التي لعبت دورا مؤثرا في حياة الانسان بعد الثورة الصناعية، فاذا كانت سمة الثورة الصناعية الاساسية هي انتاج المواد بكميات كبيرة، فان سمة الثورة الاتصالية الاساسية هي انتاج الرموز بكميات كبيرة، كما ان صناعة الاتصالات واستخدامها اصبحت المعيار الحضاري الذي يميز دولة عن اخرى في عالمنا المعاصر، تماما كما اصبحت معيارا يميز العصر الحالي عن العصور السابقة.

ولذلك فان الاسلوب الذي تعمل به وسائل الاعلام في اي بلد يعكس طبيعة النظام السياسي والاجتماعي ونفوذ السلطة وطبيعة العلاقات التي تربط الافراد بالمؤسسات. ويمكن الاقرار بان توجه العالم على المدى البعيد يتمثل في تحويل مجتمع الانتاج الى مجتمع علمي معرفي اي الى مجتمع اعلامي، وان حجم الاعمال في صناعة الاعلام في العالم يناهز (٢٠٠) مليار من الدولارات، وستطور الصناعة لتبلغ حوالي ٤٠٪ من مجموع الانتاج الصناعي العالمية^(١)، وهذا يعني ان العالم مقبل على ثورة صناعية اتصالية ستفرز الكثير من الانماط الاقتصادية والمعرفية والسلوكية، وستفرز ايضا طبيعة الانظمة الاعلامية ومحتوى الرسالة وسيكولوجية المتلقى.

فالحضارة المستقبلية هي الحضارة المعرفية ذلك لان (الثورة المابعد الصناعة تمتاز ببروز صناعة المعرفة وازوغ الاجتماع المؤسس على الاعلام، وان حركة الحضارة تتحول من انتاج السلع المادية وتوزيعها الى تجميع المعلومات وتوزيعها)^(٢)، وسيؤدي هذا الوضع الى تحقيق التواصل الحضاري بين البشر بفضل هذه الحضارة المعرفية التي ستختصر المسافات وكما يعبر عنها توينبي (بالغاء الحضارة العصرية للمسافات) بحيث تبلغ العملية الاعلامية مداها

اللحظوي، الى حد التواصل الزمني والمكاني بين انسان واخر في لحظة واحدة ضمن ثورة التواصل الحضاري الاعلامي العصري التي وصفها ماكلوهان بانها (ثورة الانسان الكلي. وثورة التكامل الانساني الكلي، اللتان يمكنهما ان تطورا الإنسانية الى مدينة حضارية واحدة)^(٣).

ولابد من الاقرار بان بقاء الهوة التكنولوجية الاعلامية بين الدول المتقدمة والدول النامية سيبقى الهيمنة الاعلامية للدول الصناعية في مجال المعلومات والاعلام لسنوات طويلة، وستضرر الدول النامية من جراء هذه الهيمنة، بحيث تكون غير قادرة على الحفاظ على استقلالها السياسي وامنها الثقافي بسبب التفوق التكنولوجي للغرب بل انها ستصبح معرضة لاختراقات مستمرة وحادة لمعتقدات وافكار وايدولوجيات تتعارض مع انظمتها السياسية والاجتماعية والثقافية.

ولهذا علينا ان نقرر من البداية بان دراسة الاعلام العربي يقترن بمحددات موضوعية ترتبط بعوامل كثيرا اهمها الفجوة الكبيرة في تكنولوجيا الاتصال والاعلام بين العرب والغرب، وضعف الامتلاك في مجال اجهزة وسائل الاعلام، وضالة حصة العرب من سكان العالم بما يتعلق بالمنتجات الاعلامية ووسائل الاعلام الجماهيري، وهذا يدعو الى دراسة الخريطة الاعلامية العربية من اجل تثبيت الحقائق، والخروج باستنتاجات منهجية لمشكلات الاعلام العربي من ناحية الوظيفة والاحتوى والتعبير.

الخريطة الإعلامية العربية

يرتبط انتشار وسائل الإعلام، واستهلاك المواد الإعلامية بالتطور الحضاري للمجتمعات وبقدرتها على استيعاب التكنولوجيا الإعلامية وتفاعلها مع الرسالة الإعلامية كوظيفة حضارية.

مثلما يعكس، ايضا التطور الحضاري للانسان تطور وسائل الاتصال واسانبة وتطور الوسط الاتصالي المستخدم في حفظ وتسجيل الانتاج الفكري للانسان وتنظيمه وبثه ونشره. ومن المؤسف حقا ان الاقطار العربية تاتي في ادنى السلم في استهلاك المواد الاعلامية، وتبلغ حصة العرب من سكان العالم ٤,٥%^(٤)، ولكن حصتهم في الصحف اليومية وفي الكتب المنشورة تبلغ اقل من ربع حصتهم من مجموع سكان العالم في حين ان الاربين تزيد

حصتهم من الصحف اليومية عن نسبتهم من مجموع سكان العالم اكثر من ستة اضعاف، ولا يتقدم العرب على الاسيويين سوى بحيازتهم على نسبة اكبر من اجهزة المذياع.

ونجد انه بين الف مواطن عربي (٢٠) منهم يقرأون الصحف في حين ان المعدل الدولي يبلغ (١٣٠)، ويبلغ توزيع اجهزة الاستقبال التلفازي (١٢٠) جهازا لكل الف مواطن بينما ترتفع اجهزة التلفاز في الدول الغنية الى (٤٨٤) جهاز لكل الف مواطن.

وعموما، يتراوح عدد الاجهزة بين (٤٠-٥٠) جهازا لكل الف مواطن من حيث المتوسط ويتراوح عدد اجهزة المذياع لكل الف ساكن في الاقطار العربية ذات الدخل المتوسط بين (١٥٠-٢٠٤) وتصل النسبة في بعض الاقطار الغنية الى (٤٦٠) لكل الف من السكان، مع ذلك تبلغ اوجه التفاوت في مجال الاذاعة حدا صارخا اذ يبلغ نصيب الفرد في البلاد المتقدمة اكثر من جهاز اذاعي، بينما تتحقق هذه النسبة بجهاز واحد لكل ثمانية عشر شخصا في افريقيا ولكل ثلاثة عشر شخصا في اسيا بل ان عدد اجهزة المذياع في امريكا وغيرها، على سبيل المثال، اكثر من عددها في مجموعة الدول النامية.

وتشير احصائيات اليونسكو الأخيرة الى ان متوسط ماتبثة وكالات الانباء العربية التي يمكن النقاط خدماتها في نطاق الوطن العربي يبلغ حوالي (٩٠٠) خبر او موضوع يوميا، وهذا امر يدعو الى اكتشاف وجد اخر للخلل الذي يحدث في تدفق المعلومات بشكل افقي بين دول العالم الثالث.

وتعتبر وسائل الإعلام من أهم آليات نشر المعرفة، ولكن مازال الإعلام العربي ووسائله الوصول اليه وبنيته التحتية ومضمونه يعاني من الضعف والقصور، ما يجعله دون مستوى التحدي في بناء مجتمع المعرفة، فعدد الصحف في البلدان العربية يقل عن ٥٣ لكل ١٠٠٠ شخص مقارنة مع ٢٥٨ صحيفة لكل ١٠٠٠ شخص في البلدان المتقدمة .

وباختصار فان الاقطار العربية مازال دون مستوى الطموح على الرغم من التطورات التي حدثت في وسائلها الاعلامية من الناحية التكنولوجية، فهي مازال بحاجة الى جهود علمية منظمة لرفع الكفاءة الفنية والتقنية لهذه الوسائل وصولا الى مستوى الدولي المتطور.

ان دلالات الارقام تعكس حدة الاختلال داخل المنطقة العربية من حيث التجهيز الاعلامي ووسائله المتنوعة مثل الصحف و اجهزة الطباعة والمذياع والتلفزة والوكالات، كما يشير الواقع الاعلامي بين الاقطار العربية الى وجود اختلالات حادة في تدفق الاعلام والمعلومات ولا

نبالغ اذا قلنا ان هذا التفاوت بين بلد عربي واخر قد يكون في بعض الاحيان من (١ : ١٠٠) وحتى اكثر، كما هو الحال بالنسبة لاستهلاك ورق الصحف او اجهزة استقبال التلفزة، اضافة الى ضعف حجم التدفق الاعلامي بين الاقطار العربية في مستوى وكالات الانباء وتبادل الاشرطة الاخبارية المصورة وتوزيع الصحف حيث تتراوح نسبة هذه الحركة بين ١٠ و ٣٠ من التدفق العام^(٥).

ولا بد من الاعتراف بان الوضع الاعلامي الراهن على مستوى الدولي يشير الى حقائق خطيرة منها^(٦):

١- تمركز المصادر الاعلامية والثقافية من حيث الانتاج والتوزيع بكافة اشكاله في الدول التي تحتكر مصدر القوة العسكرية والاقتصادية والسياسية.

٢- ان التدفق الشامل للانباء ياخذ طريقة من العالم الصناعي الذي يضم ثلث سكان العالم الى العالم الثالث الذي يضم ثلثي سكان العالم، وان ٨٠٪ من الانباء الموزعة يوميا في العالم تتولى انتاجها وكالات عالمية لا يتجاوز عددها (٥) وكالات فقط.

٣- الدعاية الثقافية المضادة الموجهة من دول الشمال الى دول الجنوب، وما يترتب عليها من سيطرة الثقافة الغربية وتهديد الثقافات المحلية والتي تؤدي الى تكريس اخطر اشكال الاستعمار الاعلامي.

٤- تجاهل وسائل الاعلام الغربية لاخبار بلدان العالم الثالث، والتحيز في نقل الاخبار من هذا العالم الى العالم المتقدم وبالعكس.

مشكلات الاعلام العربي الرسمي

اذا ماتم اختبار الفرضيات التي وضعها عدد كبير من الباحثين العرب حول واقع الاعلام العربي، والتي تتلخص في نقاط جوهرية ابرزها: عدم فعالية الاعلام العربي في تحديث المجتمعات العربية، وعدم قدرته على استيعاب المعطيات الحضارية والتطور التكنولوجي الدولي وضعف محتواه وأساليبه التعبيرية، ووضع فرضية مركزية تتلخص بان الاعلام العربي يسير على طابع غير علمي ولا يحكمة سوى الاسلوب النمطي المقلوب، وهو يتجه الى السطحية وعدم الجدية بسبب افتقاره الى التخطيط، فهذه سمة عامة تميزه من ناحية المنهج والاداء والتعبير. فأن مفهوم الاعلام، ووظائفه بقيت متخلفة وغير واضحة في ضوء

التطور الحضاري الاعلامي , بل ان المفهوم التقليدي بقي يشكل قاعدة عامة في منهجية الاعلام العربي وتوجهاته ووظائفه , بحيث اختلطت المفاهيم والمنهجية في سياقات نمطية ادت الى افراز معطيات اصبحت من التقاليد اليومية للخطاب الإعلامي , ومن هذه المعطيات :

١ - ان العرب يتناولون الاعلام في سياقة السياسي اكثر مما يتناولونه في سياقة الحضاري سواء اكان ذلك على الصعيد الوطني او القومي او الدولي^(٧) .

٢ - الاعلام العربي الداخلي ليست له في الاقطار العربية تقاليد سوى قاعدة واحدة مطلقة وهي ذات شقين النظر الى المواطن العربي على انه غير جدير بالثقة والنظر الى رجل الاعلام على انه اداة للتصفيق الحاد^(٨) .

٣ - الاعلام العربي مايزال في مجموعته يرى في الاعلام الخارجي امتدادا للإعلام الداخلي , وما تزال جميع صور الإعلام تخضع لمنطق واحد اساسه منطق الاتصال الداخلي.

٤ - الاعلام العربي سلطوى التوجه والتعبير ويفتقر الى المشاركة الجماهيرية في صنع القرار الاعلامي.

٥ - الاعلام العربي يتمركز في العاصمة والمدن الكبرى , فحينما تكون السلطة تكون وسائل الاعلام لذلك فالاعلام العربي حضري ولا يشبع رغبات واذواق واحتياجات اهل الريف الذين يشكلون الأكثرية في المجتمع العربي.

ان من الضروري في دراسة الاعلام العربي الاجابة على بعض التساؤلات التي تحتاج الى اجوبة علمية لمعرفة ابعاد ومشكلات الاعلام العربي , فمن المهم توضيح العلاقات وصيغ التفاعل بين وسائل الاعلام والسلطة مع التعمق في موضوعي الحرية والمسؤولية الاعلامية بصفة خاصة , وموضوع التشريعات الوطنية العربية المختلفة والنصوص المتعلقة بالاخلاقية المهنية , وقضية اللامركزية الإعلامية وعلاقتها باللامركزية الاقتصادية والثقافية , وكذلك السياسات الاعلامية الوطنية والقومية التي تحتاج الكثير من الوضوح والدقة. كما لا بد من استجلاء مزايا وسلبيات التكنولوجيا الجديدة وتأثيرها على الوطن العربي وعلى التدفق الاعلامي بين العرب وبقية انحاء العالم , مع ضرورة ابراز علاقات التأثير والتفاعل بين الاعلام والتنمية بكافة تفرعاتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية .

ان الإعلام العربي السائد يفتقد الى ابسط شروط العمل الاعلامي الناجح في الوصول الى الناس والتأثير بهم , وتلبية حاجاتهم الاجتماعية والنفسية والثقافية .

ولعل أبرز هذه الشروط ما يلي (٩):

الخطوة: ان اعلاماً لايقوم على اسس خطة اعلامية متكاملة لايستطيع انجاز الاهداف المطلوبة منه في حشد القوى الداخلية حوله، وفي تعبئة الراي العام الى جانب قضاياها، وبديهي ان غياب الخطة الاعلامية انما هي انعكاس لغياب الخط السياسي المحدد والواضح.

التغطية الاعلامية: لاشك ان اول مايشد المواطن الى الاجهزة الاعلامية هو من اجل الحصول على المعلومات، وخاصة الاخبارية، والملاحظ ان الاعلام العربي في معظمه لاعلاقة له بضرورة توفير التغطية الاخبارية لمواطنيه، فهو يمكن ان يتجاهل خبرا يحتل صدارة الاخبار في العالم او هو يقزّمة الى ادنى حد، كما يشاء، ولهذا السبب يتجه المواطن العربي الى الاذاعات الاجنبية.

الصدق: الاعلام العربي يكذب كثيرا، ويكذب كما قال احد، الباحثين حتى في النشرة الجوية وانباء الطقس، ولان الكذب حيلة قصير، فان المواطن سرعان مايكشف الحقيقة ومع تكرار الكذب لايلبث المواطن العربي ان ينصرف عن اجهزته الاعلامية بحثا عن مصادر اكثر ثقة وصدقا، ذلك لان ثقة المواطن العربي باعلامه شرط اساسي من شروط تواصله مع هذا الاعلام.

التعددية: في معظم الاقطار العربية هناك اكثر من صحيفة في كل قطر ولكنها جميعا ليست سوى نسخ كربون عن بعضها وعن وكالة الانباء الرسمية، وهي تتشابه الى حد الملل مع الاذاعة والتلفاز، وهذه احدى مظاهر غياب الحياة الديمقراطية، وغياب المنابر الاعلامية المتعددة التي تجعل المواطن قادرا على محاكمة الراي والرأي الاخر.

كما ان السياسة الاعلامية لايمكن ان تنفصل عن الحقيقة التطور الحضاري الإعلامي، لأن السياسة الاعلامية وجه السياسة بمعناها الشامل، والاعلام هو محور جوهري من محاور (صناعة الحضارة) لذلك فان السياسة الاعلامية تحتاج الى خطة متكاملة، واضحة الاهداف، ولها شمولية في الرؤية المستقبلية اضافة الى دقة منهجيتها، ذلك لأن غياب الخطة الاعلامية يعني غياب الخط السياسي المحدد الواضح، وهذا يعني بان العمل الاعلامي سيصبح عملية بطيئة لاتستجيب لمتطلبات الواقع وبالتالي يفقد هذا العمل تأثيره وقدرته على التواصل الحضاري .

ويعتقد احد الباحثين العرب، بان قمة بغداد عام ١٩٧٨ قد عالجت موضوع الاعلام العربي بصورة متقدمة جدا من حيث تصميم الخطة ومجالها واساليب العمل والجهة ذات

الاختصاص والتمويل ولكن المشكلة الجوهرية لا تكمن في الجانب النظري للسياسة الاعلامية العربية وانما في جانبها التطبيقي بحيث تتحول هذه السياسة الى حقيقة حية في ميدان العمل الاعلامي العربي مع توفر جانب المصادقية في تنفيذ الخطة ومتابعتها من قبل الاقطار العربية. كما ان السياسة الاعلامية تحتاج الى وضوح في ثبات اهدافها السياسية وتحديد الجهة صانعة القرار، بمعنى ادق تحديد الاهداف بشكل واضح منسجمة مع متطلبات البيئة العربية وحاجات الانسان العربي .

والملاحظ ان السياسة الاعلامية المحلية كثيرا ما تكون بديلا عن السياسة الاعلامية القومية وكذلك عن السياسة الاعلامية العربية الدولية مما يؤدي هذا التداخل الى خلق اكثر من سياسة اعلامية لا تحقق الا التناقض وتشتت الجهود السياسية والاعلامية بحيث لاتصبح قادرة على التأثير في الرأي العام ومجابهة الإعلام المعادي.

فالمنطقة العربية بسبب اشتراكها في خصائص ثقافية واحدة وجذور حضارية مشتركة ولغة واحدة برغم تباين اللهجات، ومتصلة مع بعضها جغرافيا، فانها بحاجة الى سياسة اعلامية قومية اكثر من سواها من المجموعات الدولية الاخرى لمجابهة التحديات الحضارية المعاصرة.

والثابت، من خلال الاتجاهات العامة لسياسات الاعلام وممارساته في المنطقة العربية، بروز اكثر من اتجاه في هذه السياسة اهمها:

١- تسود المركزية الشديدة ممارسات الاعلام في الاقطار العربية سواء بالنسبة للتوزيع الجغرافي او بالنسبة للادارة.

٢- الاهتمام الزائد في ممارسات الاعلام والاتصال بالنشاط السياسي والدعائي الموجه، وما يقابله من نشاط ترفيهي على حساب وظائف الاتصال الاخرى.

٣- الاعتماد على المنتجات الاعلامية الخارجية لسد النقص في الانتاج المحلي، ولا ينطبق هذا على التلفاز وحده، وانما يمتد ايضا الى الصحافة ووكالات الانباء والسينما.

واذا ما حاولنا ان نحدد ثوابت السياسة الاعلامية على المستوى القطري والقومي فاننا سنجد ان هناك اكثر من هدف واستراتيجية تتناقض مع بعضها احيانا، وسنجد ايضا ثوابت ومحددات تعيق الرسائل الاعلامية العربية، فالسياسة الاعلامية على المستوى القطري تتحدد

بفاهيم محددة أبرزها: سياسات ينقصها التنسيق والتفاعل مع المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية والثقافية مما يجعلها تعاني من التناقض والتكرار، كما انها سياسات تحكمها النظرة القطرية الضيقة في كثير من توجهاتها وليس لها ارتباط وتنسيق مع السياسة الاعلامية العربية، وهذا يفقدها عنصر التفاعل والحيوية، إضافة إلى انها سياسات دون جهة تتولى رسم خططها وتنظيمها ودون جهاز متطور من التخطيط والمتابعة.

اما السياسة الاعلامية على المستوى القومي فانها تعاني من مشكلات أبرزها: تداخل هذه السياسة الاعلامية مع السياسة الاعلامية القطرية، وعدم وضوح الرؤية السياسية للكثير من القضايا العربية المشتركة، وضعف في التخطيط والمتابعة الصادقة، وعدم استيعاب للوضع الدولي ومتغيراته، ولثورات تكنولوجيا الاتصال والاعلام، كما انها سياسات تنقصها الوظيفة الحضارية في التعامل مع الرأي العام^(١٠).

والاهم، كما نرى ان السياسة الاعلامية العربية تتأطر باشكاليات منهجية من ناحية العلاقة مع المواطن العربي المتمثلة بمبدأ (حق الاتصال) و (ديمقراطية الاعلام) فهناك فجوة واضحة بين الاعلام العربي كرسالة حضارية وبين المواطن وهذه الفجوة تتجسد في اكثر من اتجاه:

التناقض بين التشريعات الاعلامية والسياسية والتطبيق، وضعف حق الاتصال في الوطن العربي، فالدساتير العربية جميعها تنص على مبدأ حرية التعبير، وحرية النشر وحرية الصحافة والاعلام، وافردت لها بنودا خاصة في تشريعاتها المختلفة متضمنة عبارات تؤكد حق الانسان العربي في الاتصال والاعلام وممارسة دوره الانساني عبر اجهزة الاعلام، غير ان هذه النصوص جميعها مقيدة بعبارة في حدود القانون، وهذا يعني ان هناك نصوصا قانونية تؤطر هذه الحرية وتحميها ضمن رؤية النظام السياسي للقطر العربي.

وينبغي ان يرتبط (حق الاتصال) بمفهوم الديمقراطية بمعناه الشامل لتحقيق اتصال ديمقراطي بحيث تتحقق في هذه العملية الديمقراطية الشروط الاتية: ان يصبح الفرد شريكا نشيطا وليس مجرد هدف للاتصال، وان يتزايد تنوع الرسائل المتبادلة، ويزداد التمثيل الاجتماعي او المشاركة الاجتماعية في وسائل الاتصال كما وكيف^(١١).

ولذلك يمكن القول بان الاتصال بطبيعته علم ديمقراطي لانه يعتمد على الحوار والاقناع في حرية مسؤولية وهذا يستدعي من الاعلام العربي وسياساته:

١ - اعادة الثقة بين المواطن العربي ووسيلته الإعلامية من خلال تقديم الافضل ورفع مصداقية البرامج من اجل خلق التفاعل بين الفرد والسلطة، لأن الإعلام لا يتحمل التزوير والتزييف الى الابد.

٢- دفع العملية الاعلامية العربية للتفاعل مع عملية التنمية الحضارية من جهة وتحقيق التكامل الاعلامي من جهة اخرى عن طريق الاعلام المحلل والمفسر، وليس الاعلام التبريري لاعمال السلطة.

٣- جعل تفاعل الاعلام مع النظام السياسي تفاعلا ايجابيا لخدمة المجتمع وليس تفاعلا استبداديا او تسلطيا.

٤- اُنشاء مجالس المؤسسات الاعلامية يشارك فيها قادة الراي والاختصاصيون في مجالات علم النفس والاجتماع والتاريخ والاعلام والسياسة والشؤون العسكرية لاعداد الدراسات والبحوث الاعلامية من جهة ولخلق الثقة بالاعلام الوطني من جهة اخرى.

٥- الالتزام بحماية الإعلام وابرام موائيق الشرف الاعلامي، والاعتراف بحق النقد والمعارضة^(١٢).

وعلينا ان نتذكر ايضا عناصر حيوية وضرورية بالنسبة لحق الاتصال في الوطن العربي هذه العناصر تشكل قاعدة مهمة لممارسة الانسان العربي حقه في الاتصال ومن هذه العناصر: النظر الى حق الاتصال على انه مفهوم ديناميكي ومرن يمكن ان يستوعب اوضاعاً ومتطلبات اجتماعية عديدة، وكذلك يمكنه ان يتواءم مع انظمة الاتصال ووسائله وخدماته. كما ينبغي ان يقوم حق الاتصال على اساس مفهوم اكثر شمولاً للاتصال يعترف بان الاتصال عملية تشمل مجالات الحياة كافة. وان الهدف من حق الاتصال هو التعبير عن القيم الاجتماعية الايجابية التي في مقدمتها السعي الى مجتمع اكثر ديمقراطية والى مشاركة شعبية اكبر.

ومن الواضح ضمن هذه المعطيات ان السياسات الاعلامية العربية ماتزال قاصرة على فهم دلالات حق الاتصال وديمقراطيته واهميته للمجتمع العربي، بدليل ان هذه السياسات ماتزال بعيدة عن الواقع الدولي ومتغيراته، وبعيد عن الحاجات النفسية والاجتماعية للانسان العربي لتفجير طاقاته الابداعية في مجالات الحياة. وبقينا ان هذه السياسات التي هي انعكاس لسياسة النظام السياسي، ستجد نفسها ضمن المتغيرات الجديدة لعصر العولمة، بحاجة الى استراتيجية واضحة للعمل الاعلامي القطري والقومي تستند على اسس ديمقراطية بحيث تعطي حرية اكبر للانسان العربي في حق الاتصال وحرية الراي والتعبير.

شهد الوطن العربي في بداية عام ١٩٩٠ من القرن العشرين، ولادة الفضائيات العربية، بعد أن امتلأ فضاءه، بتغطية للأقمار الأوروبية المباشرة حيث مئات من الأقمار، وكل واحد يبيت عشرات القنوات التليفزيونية. والملاحظ أن أغلب القنوات العربية محمولة على القنوات القمرية لعربسات ونايل سات، ولكن بعضاً منها يضيف إليه أقماراً أخرى بغرض إيصال إرساله إلى مسافات أوسع وأبعد، وهذا ما جعل عدد الأقمار المستخدمة لحمل القنوات العربية يصل إلى أكثر من تسعة أقمار هي إنتلستات، عربسات، ينلستات، نايل سات، باناسات، أوروبون F1 و RAS-2-3-4 وايكوستار^(١٣) وغيرها من الأقمار الصناعية.

ويمكن تحديد الوظائف الإعلامية للفضائيات العربية بالنقاط التالية:

١- الوظيفة الخبرية، حيث شهدت المنطقة العربية ظهور فضائيات متخصصة في مختلف الميادين، وأبرزها الفضائيات الخبرية كالجريدة العربية والإخبارية وغيرها، ويعود الفضل لقناة الجزيرة بأنها تمكنت من خلق تقاليد إعلامية جديدة في الحياة الإعلامية العربية، من خلال توجيهها نحو الأخبار والخدمة الإعلامية والمنافسة المهنية ودورها في تكريس مبدأ الحوار الديمقراطي، والحرية الإعلامية، واحترام الرأي والرأي الآخر، وإشاعة المعلومة الحرة التي تكشف عيوب الواقع العربي ونظامه السياسي.

وبقدر ما حققت هذه الفضائيات الخبرية تفوقاً في المجال الإعلامي والمهني إلا أن ذلك لا يمنع القول بأن معظمها ما زالت تحت سيطرة الحكومات أو الأفراد لتحقيق مصالح سياسية، وأجندات سرية يصعب التكهن بأهدافها المبطنة، ومصادرها الخفية.

٢- الوظيفة التعبوية، والتي مازالت تمارس دورها التقليدي في القنوات الفضائية الحكومية، للتمجيد بالنظام وتعبئة المواطن بمعلومات مقولبة. وهذه الفضائيات خرجت من رحم إعلام تقليدي عربي، تتحكم به أجهزة الرقابة الرسمية، وينطق بلسان السلطة في قوالب إعلامية جاهزة ونمطية.

٣- وظيفة الترفيه حيث أصبحت هذه الوظيفة تسيطر على الحياة العربية، وذلك بسبب الأتجاه التجاري لمعظم الفضائيات التي تطنفي عليها مفهوم ثقافة الترفية معظم برامجها، وكلها تتسابق على أرضاء الجمهور العربي وبالذات الشباب،

لأسباب مادية وتجارية ، مع بروز ظاهرة دخول المال العربي بشكل سلبي إلى الإنتاج الإعلامي والفني ، دون أعتبارات للواقع الإجتماعي ، بحيث أصبح الاستثمار الإعلامي يأخذ مداه السلبي في تعميق ثقافة الإثارة .

ويمكن القول بأن الشبكة الفضائية العربية (MBC) السعودية هي أول قناة فضائية عربية تبث برامجها عبر الأقمار الصناعية من لندن عام ١٩٩٠ ، وهي شركة تجارية خاصة تعود ملكيتها لممولين سعوديين وتبث برامجها الآن من مدينة دبي الإعلامية . ثم بدأت بعدها عام ١٩٩٤ شبكة أوربت (orbit) و (ART) التي تأسست في روما ، وكان العراق الدولة العربية الأخيره التي شرعت بالبث التليفزيوني الفضائي ، ويمتلك الآن العشرات من الفضائيات الخاصة ، كما أن بعض الأقطار العربية أصبح لها أكثر من قناة فضائية ، وازداد إنشاء الفضائيات من قبل الشركات أو الأفراد لأسباب استثمارية تجارية .

ويحدد عدد من الباحثين اتجاهات الفضائيات العربية وأنماطها وإيجابياتها بالنقاط التالية^(١٤) :

١ - مهما تعددت البواعث والاسباب لإنشاء الفضائيات العربية فأن تباراً إعلامياً حقيقياً فرض قواعده ليس على القنوات المستقلة فقط ، بل حتى على تلك الرسمية التي اضطرت إلى مجاراة عصر العولمة ودخول حقل الفضائيات الحديثة شكلاً ومضموناً .

٢ - استحوذت عن غالبية المشاهدين العرب وشغلتهم عن متابعة القنوات الدولية الأخرى بسبب :

- كثرتها وتعددتها حيث وفرت خيارات متعددة للمشاهدين العرب
- استعمالها للغة الأم ، حيث سهلت عملية التلقى والفهم
- تنوع برامجها وتعدد تخصصاتها في مجال الحياة والعلم والفكر .

٣ - تقديمها أدوات تعبير إعلامية جديدة للفرد والجماعة والمجتمع في المجال السياسي وخاصة القنوات الفضائية الخيرية التي كسرت قيود الإعلام التقليدي السلطوي .

٤ - احدثت الفضائيات العربية تغييراً مهماً في المجتمعات العربية مما يتعلق بالتفاعل فيما بينها ، وتعميق وحدة الفكر ازاء قضايا الوطن وتحدياته ، وأشعرتهم بأنهم امة واحدة من خلال تشابه التراث والفكر والعادات . وبأختصار أصبحت الفضائيات جزءاً من السياسة ومن حياة الناس وتشكل آراءهم وأفكارهم ومواقفهم .

٥ - مازالت الحكومات العربية تسيطر على الفضائيات حتى التجارية منها، والتي تبدو مستقلة وتعمل في الخارج بل أنها أتاحت للحكومات وسائل جديدة في الهيمنة والاحتكار في مجال الصورة والإعلام أكثر ذكاء ودهاءاً، وأقل التزاماً بالمعايير الرسمية الثقافية والأخلاقية والسياسية، وذلك من خلال واجهات الاستثمار الإعلامي من قبل الأفراد.

٦ - أفسحت القنوات الفضائية العربية رغم لعبة الملكية، المجال للتحليل في جوانب جديدة من الإعلام، تجعله أكثر قرباً من الحريات، وتجعل الحكومات أقل احتكاراً من الماضي القريب وأقل سيطرة على مصادر الناس من المعرفة، وتكشف عن فاعليات إيجابية جديدة في المشهد العربي مما يتعلق بالوحدة والتقارب والتفاعل من الأزمات والقضايا العربية والعالمية.

٧ - لعبت بعض الفضائيات العربية دوراً مهماً في مواجهة النفوذ الإعلامي حيث أستطاعت بعض القنوات وخاصة الجزيرة، ان تواجة الآلة الإعلامية الغربية المتفوقة، وتظهر تغييراً واضحاً في التدفق الإعلامي بل وفي اسلوب ومضمون الخطاب الرسمي العربي والعربي أيضاً، ويكفي بعض الفضائيات العربية إنها أصبحت مصدراً إعلامياً وخبرياً أثناء الازمات الكبرى للكثير من الفضائيات الدولية من قبل (CNN) و(FOX) و(BBC) وغيرها.

٨ - ساهمت الفضائيات العربية في أرتقاء بمستوى الأداء الإعلامي والمهني وأبتكرت اسلوباً جديداً في قنوات الصحافة الفضائية العربية المعاصرة، وخاصة في مجال النشرات الأخبارية وتقارير المرسلين والحوادث والسياسة والفكرية.

٩ - ساهمت الفضائيات العربية في توسيع دائرة الحوار السياسي والإجتماعي حولها، الامر الذي خلق معه حماساً متجدداً للحديث في القضية الإعلامية في الوطن العربي.

والملفت للنظر، ظهور قنوات فضائية خبرية، ألغت الكثير من تقاليد ومنهجية الإعلام العربي في مجال صناعة الأخبار والتقارير والتغطية الإعلامية المباشرة، وأصبحت تشكل ظاهرة صحية في الحياة العربية، ومن أبرز هذه الفضائيات:

١ - قناة الجزيرة (JSC) Al-Jazeera Satellite Channel (15).

ويعود التاريخ الحقيقي لتأسيسها الى اليوم الأول من تشرين الثاني نوفمبر ١٩٩٦ ، حينما أنطلقت من دولة قطر لتحمل شعاراً جديداً في المنطقة العربية (الرأي والرأي الآخر) ، مموله من الحكومة القطرية لبناء البنية الأساسية لهذه القناة، وعلى أن يتولى القطاع الخاص تملكها وإدارتها مستقبلاً ، وهي أول قناة عربية فضائية متخصصة في الأخبار والبرامج الهوائية وتبث القناة برامجها عبر عدد من الأقمار الصناعية العربية والأوروبية لتصل إلى قارات العالم آسيا وشمال أفريقيا وأوروبا واستراليا وأمريكا. وقد بدأت في البث لأول مرة على مدار ست ساعات ثم تصل إلى (١٢) ساعة، وبعد ذلك أصبحت على مدار اليوم (٢٤) ساعة ، حيث تقدم خدماتها الإخبارية والبرامجية والحوارية والوثائقية. وهي تعتمد على فكرة الحرية الإعلامية ، وعناصر نجاحها تكمن في توفير تغطية واسعة وسريعة لنقل الخبر ، كما حددها المسؤولين في الجزيرة .

وتعتمد الجزيرة على التنوع في خدماتها الإعلامية من خلال إنشاء قنوات تخصصية كالقناة الرياضية، والأطفال، وقناة (الجزيرة مباشر) ، و(الجزيرة نت) ، والقيام بإنشاء مركز إعلامي للتدريب والتطوير والتلفزيوني . ومع ذلك تبقى الجزيرة ذات طبيعة إخبارية بالدرجة الأولى تحاول تغطية الأحداث والأخبار من خلال النشاطات التلفزيونية المتنوعة. وأبرز برامجها :

١- الأخبار، حيث تقدم كل ساعة على مدار اليوم نشرات أخبارية تفصيلية وموجزة لتغطية أخبار الوطن العربي والعالم مع تحليل سياسي لأهم الأخبار من خلال استضافة قادة الرأي ورجال السياسة والإعلام، إضافة إلى نقل الأحداث العالمية من خلال مراسليها الذين ينتشرون في ابرز العواصم العربية والعالمية . وكذلك الاعتماد على وكالات الأنباء الدولية في تحرير أخبارها. وتتميز أخبارها بالمهنية العالية، والرصانة الإعلامية، وتعدد الآراء الخاصة بالخبر، إضافة إلى ميزة السرعة والسبق التلفزيوني، والتغطيات الواسعة للأحداث البارزة، مع اهتمامها بالخدمات الخيرية المباشرة من موقع الأحداث، مما يجعلها أكثر اقبالاً من الجمهور العربي بمختلف مستوياته التعليمية والثقافية.

والجزيرة أدخلت مفهوم (الخبر الحر) للحياة الاعلامية العربية . بمعنى لم تعد الاخبار التقليدية التي اعتاد الجمهور سماعها من محطاتهم الحكومية تجد رواجاً، وقبولاً لديهم بما خلق فهماً جديداً لسيكولوجية المتلقي ، وتنوعاً كبيراً في صياغة الخبر ومضمونه وحرية.

وبشكل عام، فقد أصبح الخبر في الجزيرة، رغم تعدد الاجتهادات والانتقادات، مثار اهتمام الجمهور، ومصدراً مهماً لثقافة السياسي، ومصدراً للكثير من القنوات الفضائية العربية والدولية ووسائل الاعلام المكتوبة والمسموعة.

٢- **البرامج الحوارية**، وهي تشكل مصدراً لثقافة الجمهور، حيث تعتمد هذه البرامج على مناقشة أبرز القضايا العربية والدولية من خلال استضافة عدد من قادة الرأي ورجال العلم والاختصاص في مختلف الميادين وخاصة في المجال السياسي.

وتتميز معظم هذه البرامج بالأتارة وتنوع الموضوعات المرتبطة بحياة المواطن سياسياً، مما جعل هذه البرامج تستقطب جمهوراً واسعاً بسبب جرأة هذه البرامج بنقد النظام العربي، وتحريض الجمهور عليه، ومناقشة قضايا الحرية والاقليات في الوطن العربي. ومن ابرز هذه البرامج (الاتجاه المعاكس) و(أكثر من رأى) و(بلا حدود) وغيرها.

٣- **البرامج الاقتصادية**، تتناول أخبار المال والأعمال وتقديم التحليلات الاقتصادية حول اسعار العملات والبورصات في العالم، إضافة إلى موضوعات اقتصادية عامة في حركة ونمو الاقتصاد في العالم، والانشطة الاقتصادية المختلفة.

٤- **البرامج التعليمية والوثائقية**، حيث تقوم الجزيرة بأستيراد مثل هذه البرامج التي تتحدث في العلوم الطبيعية العلمية والتقنية وتاريخ حياة بعض المشاهير والرواد من العلماء والمبتكرين في جميع ميادين الحياة. كما تقوم أحياناً بإنتاج هذا النوع من البرامج ضمن حلقات وبرامج تلفزيونية ذات طابع وثائقي وتاريخي وتعليمي.

ويمكن تحديد أبرز الاتجاهات العامة للجزيرة من خلال بعض الأفكار:

١ - استطاعت الجزيرة أن تأخذ موقفاً دولياً مهماً ومنافساً بحيث كانت مصدراً للمعلومات عن الأحداث في افغانستان والعراق، وهذا ما شكل مشكلة بالنسبة لخطات أمريكية تليفزيونية معروفة دولياً. إذ إنه لأول مرة تستطيع محطة عربية أن تأخذ مكانها من رقعة الاعلام الدولي، وتكون مصدر تأثير على الرأي العام، ومصدراً أساسياً في تزويد الخطات الفضائية التليفزيونية بالمعلومات.

٢ - أصبحت الجزيرة مصدراً رئيساً للأخبار والمعلومات الموجهة إلى المشاهدين العرب الذين تعودوا على نخط تقليدي مقولب من الاعلام العربي الرسمي، أو الذين يريدون الحصول على معلومات تمثل وجهات نظر مختلفة في تلك التي تبثها وسائل الاعلام الغربية.

٣- الجزيرة أحدثت أنقلاباً نوعياً في مفهوم الاعلام العربي بما يتعلق بديمقراطية الاعلام ، وحرية التعبير والرأى (الرأى والرأى الآخر) . كما ساهمت في تعميق الثقافة السياسية للجمهور وخاصة احترام الرأى الاخر .

٤- ساهمت الجزيرة في إغناء حرفية الإعلام العربي ، من خلال تطور الاداء المهني للمعاملين ، وتطوير المضمون الاعلامى وخاصة بما يتعلق بالصياغة التحريرية للأخبار.

ولا بد من الإشارة هنا بأن (الجزيرة) جابهت الكثير من النقد اللاذع باعتبارها قناة تليفزيونية مرتبطة بجهات دولية تخدم أغراضها ، كما أنها تحاول من خلال تقنياتها عالية المستوى ، والاداء المهني المتميز ، بإثارة النعرات القومية والطائفية والقومية ، والقيام بعمليات التحريض ضد النظام العربى ، وفتح قنوات الاتصال مع (إسرائيل) من خلال استضافتها للكثير من الرموز الإسرائيلية في نشراتها الاخبارية والبرامجية ، وتكريس مفهوم اليأس في الحياة العربية ، وتشويه الرموز العربية التى ساهمت في النضال الوطنى والقومى.

٣ قناة العربية AL-Alarabiya Satellite Channel.

بدأت بثها الرسمى يوم ٢٠ / ٢ / ٢٠٠٣ من مدينة دبی ، لتقديم ،حسيما يقول اصحابها ، بديلاً منزناً للمشاهدين العرب الواقعيين تحت تأثير قناة الجزيرة الفضائية القطرية ، من مبدأ يقوم على أساس الحرية العامة المتزنة. وهذه القناة تعود إلى شركة الشرق الاوسط التى تمتلك أيضاً مركز تليفزيون الشرق الاوسط (MBC) الترفيهيه و (MBC 2) و (MBC 4) إضافة إلى قنوات أخرى.

و(العربية) لها مكاتب عديدة منتشرة في العديد من مناطق العالم ، حيث يغطى مراسليها معظم الأخبار والاحداث العالمية بشكل مباشر ، وهى قناة تتكون من مجموعة استثمارات سعودية وكويتية ولبنانية وقد بدأت البث في مرحلة اولى بمعدل (12) ساعة ثم أصبح (24) ساعة ، وهى قناة اخبارية بالدرجة الاولى وتبث أخبارها الرئيسية والموجزة كل ساعة على مدار اليوم .

ويؤكد أحد المسؤولين المؤسسين للعربية بأن سياستها تأخذ عدة اتجاهات أبرزها :

١- التركيز على حرية الاعلام ، حيث لا يوجد موانع لمثل هذه الحرية شرط أن تكون المناقشات عقلانية.

٢- السياسة التحريرية للعربية مستقلة ، وهى بعيدة عن تأثير الممولين .

٣ - ستكون العربية في مستوى المنافسة مع باقى وسائل الإعلام الأجنبية الموجهة إلى الدول العربية بعد أحداث ١١ أيلول سبتمبر ٢٠٠١ مثل إذاعة (سوا) الأمريكية والفضائية الاسرائيلية والايرائية باللغة العربية والأمريكية^(١٦).

٤ - يتم تداول القضايا بطريقة حيادية وموضوعية، ويتم أستضافة ضيوف متعارضين في الرؤى، وتنقل الأحداث الجارية للناس بشكل نزيه وبدون أن يحجب جزءاً من الحقيقة عن الناس^(١٧).

وبشكل عام يمكن القول بأن (العربية) تميزت هي الأخرى بنشراتها الاخبارية المتطورة وبرامجها الحوارية المثيرة للجدل وتغطيتها التلفزيونية المباشرة للأحداث، ونتاجها للبرامج الوثائقية والسياسية وخاصة قضايا العراق واحتلاله.

وتنتقد العربية ايضا من الكثير، لكونها غير حيادية في الاخبار، وتلتزم خطأ معيناً مرتبطة بالسعودية، مع تكريسها لمفهوم الاثارة في الاخبار والحوادث، على حساب المضمون الجاد والموضوعي. ومع ذلك نقول بأن (العربية) ساهمت هي الأخرى مع (الجزيرة) في ترسيخ مفاهيم جديدة في أساليب الإعلام العربي وحرفيته، وأوجدت نمطاً جديداً للبرامج الحوارية والأخبارية من حيث المضمون والشكل.

الصحافة العربية والمشهد المتناقض

هناك جدول واسع بين رجال الإعلام والصحافة، وعدد كبير من الباحثين والأكاديميين حول دور الصحافة العربية المعاصرة في تحديث المجتمعات العربية وتطورها، وفي خلق الانماط الإيجابية في الحياة السياسية وإجتماعية، إضافة إلى الجدول الواسع حول تطورها من ناحية الشكل والمضمون والتقنى، والتحديات التي تواجهها في عصر العولمة والإحتكارات الإعلامية الدولية الكبرى.

وقد لخصت ندوة علمية^(١٨) ابرز هذه الصعوبات والمشكلات والتحديات بالنقاط التالية:

١ - يمكن تقسيم المشهد الصحفي العربي إلى ثلاثة مشاهد رئيسية نسبة إلى الأوضاع السياسية المحلية وهي:

المشهد الأول: هناك الصحافة العربية الإيديولوجية التي انخرطت في الدعاية لأنظمة حكم وطنية وقومية على أثر تصاعد وتيرة الخطاب القومي السياسي، وبروز الأنظمة السياسية

ذات الأطر العقائدية . وهناك الصحافة الحزبية التي تخلت عن فن المهنة الحقيقي لصالح الخطاب السياسي، وصارت ادارة للسلطة ، وهي لا تزال كذلك في كثير من الأحيان .

المشهد الثاني: صحافة بلدان النفط ، التي انعكست عليها إثارة الطفرة النفطية، فتطورت نقياً ومهنياً إلى حد ما ، وإن ظلت في أغلب دول الخليج وخارجها صوت حكومتها، ولم تتمكن بعد من تقديم نفسها كصحافة مستقلة غير تابعة أو خاضعة ، بفارق دول تمكنت فيها صحافتها في أن تنال حظاً أوفر في الاستقلالية كما هو الحال في الكويت

المشهد الثالث: صحافة استفادة من توفير اجواء الانفتاح الديمقراطي فتطورت مهنياً وتقنياً، وتفاعلت مع الأحداث ومحيطها وقرائها والمستهدفين، بطريقة جعلت منها صحافة تنبئ بالكثير في المستقبل ، وتعد بما هو أفضل مما كحال لبنان والكويت والامارات .

٢ - تكاد الصحف في كل قطر عربي أن تكون نسخاً متشابهة مع استثناءات محدودة، لان مصدر الأخبار واحد، وهو في الغالب الأعم اجنبي، وهناك صحف محلية في كل بلد عربي تهتم بهذا القدر أو ذاك بالأخبار العربية لكن أهتمام المتلقى وليس صانع الخبر أو المساهم فيه .

٣ - انشغلت الصحافة العربية بالهم السياسي، الداخلى والخارجى، على حساب تطور دورها وأدائها، وعلى حساب تطور المهنة أيضاً، مما أفقدها المصدقية في الكثير من الأحيان وذلك من خلال الظواهر التالية :

- تحول الصحافة إلى اداة للسلطة العربية وتخليها عن دورها الصحفي المعروف بوصفها اداة تأثير على مسار الاحداث حيث كرس الخطاب الإعلامى المؤولج والمبرمج لمصلحة الحكومات أكثر مما هو لمصلحة التنمية وقضايا الناس .
- افتقادها حرية التعبير ، وهبوط حاد في مستوى الضمانات والحمايات الاخبارية والقانونية والنقابية ، مع تحالف في التشريعات الإعلامية، وعدم انسجامها مع عصر العولمة .
- صعوبة حرية انتقال وتبادل المعلومات، وغياب الشفافية الإجتماعية والسياسية، ونقص واضح في حق الاتصال وديمقراطية الإعلام والمعلومات .
- ازمة حرية الصحافة العربية، وهي أزمة الديمقراطية العربية سواء كانت ديمقراطية مغيبة تماماً في بعض البلدان التي تحكم نظم استبدادية أو سلطوية قاهرة، أو كانت ديمقراطية

منقوصة ومقيدة في بلدان عربية أخرى حيث بعض الاشكال والمؤسسات الديمقراطية مثل الانتخابات الموجهة ، والصحافة الموجهة عن قرب أو بعد .

● التشريعات القانونية الصحفية في معظم الأقطار العربية تقيّد حرية الصحافة بشكل أو بآخر ، سواء بفرض الرقابة أو التحكم في حرية إصدار الصحف وملكيّتها أو بالسيطرة الحكومية على الصحف والإعلام ، أو بتعليق العقوبات في قضايا الرأى والنشر وصولاً لعقوبة الحبس والغرامات المالية الباهظة ، أو بأنفراد السلطة التنفيذية بحق اغلاق الصحف ومصادرتها بإجراءات إدارية دون القضاء

● تعاني معظم الصحف في الوطن العربي من ضعف في إدارة المؤسسات الصحفية ، حيث نلاحظ ضعف الاداء ، خاصة في الصحف الحكومية بسبب عوامل البيروقراطية والولاء على حساب المهنية.

● حدث تطور كبير في صحافة بعض البلدان على الصعيد التقني ولكن لم يرافقه التطور المتوازي على صعيد الاداء المهني ، والدور المنحصر للوظيفة السياسية للصحافة ، حيث أخذت الصحافة العربية بأسباب التحديث فيما يتعلق بالأعداد الفني للصفحات وطباعتها ، وكذلك في تلقي الأخبار والصور والتراسيل عبر المكاتب التابعة لها ، ولكن التطور على مستوى الفعالية السياسية والاجتماعية لا يزال محدوداً للغاية.

● معظم الاعلانات في الصحف العربية اجنبية المصدر ، وهي بضائع اجنبية من الجوهرات والسكاير والمكياج وصولاً إلى الكوفيات والدشاديش وفساتين الموضة والسيارات والاعلان في الصحف العربية هو سلطة تجارية لكنة قابل للإستعمار سياسياً بمعنى ان مصادر الإعلان تمكن أن تؤثر على الصحف إذا لم تتماشى مع مصالحها السياسية والاقتصادية .

وفي زمن العولمة ، والشركات الاحتكارية الإعلامية الكبرى في امريكا والغرب ، والتطور التكنولوجي والتقني في الصحافة والإعلام ، والثورة المعلوماتية عبر الانترنت ، تواجه الصحافة العربية تحديات كثيرة أبرزها :

١- الصحف العربية تواجه تحديات العولمة الإعلامية وتأثيراتها حيث التحديات السياسية والمعرفية والحضارية والتكنولوجية والإنتاجية التي ستجعل من هذه الصحافة أمام إمتحان صعب للغاية ، وهي تواجه الثورة المعلوماتية وتكنولوجيا الاتصال وغزو المعلومات

والإعلام ، وطوفان الأخبار وهو مأزق كبير لصحافة لاتعيش في بيئة صحية وتشريعات قانونية متطورة.

٢- تحدى مسيرة الديمقراطية التي تسود العالم في زمن العولمة . فإذا كانت الحرية ضرورية من ضروريات التقدم الإنساني ، فإن ديمقراطية الإعلام وحرية الصحافة والتعبير عن الرأي هي المقدمة الضرورية لباقي الحريات ، وخصوصاً في مجتمعاتنا التي تعاني من نظم حكم فردية واستبدادية .

٣- تغيير خريطة الاستقطاب الصحفي والإعلامي لصالح مراكز إعلامية جديدة مؤثرة بدلاً من المراكز التقليدية كالقاهرة وبيروت ، مثل الكويت والامارات وقطر ولندن ، كعواصم ذات ثقل صحفي وإعلامي واضح . حيث فقدان الصحافة المستمر لابنائها الصحفيين ، أما عن طريق هجرة المهنة ، أو عن طريق الهجرة إلى الخارج (أوروبا والخليج العربي) .

٤- تحدى الهجوم الإعلامي الأجنبي الذي يأخذ اشكالاً عديدة عبر الاحتكارات الدولية عابرة القارات ، وذلك من خلال تكريس مفهوم الإعلام الغربي الحر ، وتعديل مناهج التعليم والثقافة ، وأطلاق إذاعات وتليفزيون ، وإصدار صحف ومجلات في العواصم العربية لمخذب الرأي العام . وهذا ما يجعل وسائل الإعلام العربية على محاكاتها أو الأفلاس والأغلاق . أو اجبارها على القبول سياسة الأفراد أو الأحزاب لصالح سياستها واهدافها من خلال دعمها المادى لها .

٥- بروز ظاهرة الطبقات الدولية من خارج المنطقة إلى داخلها الأجر الذي أدى أيضاً إلى أضمحلال القوة التأثيرية لبعض الصحف الاجنبية المعروفة بترجمات عربية.

تحدى ثورة وسائل الاتصال الأخرى كالفضائيات وشبكة الانترنت ودخولها على خط المنافسة مع الصحافة المكتوبة مما أثر على حضورها القومي.

٦- بروز الفضائيات الخبرية كالحزبية والعربية والأخبارية وغيرها في استقطاب الجمهور بسبب تقاليد الإعلام الجديدة وتطور مضامينها وأشكالها الإعلامية وادائها المهني وتمتعها بالحرية الإعلامية ، مقابل جمود التقاليد الصحفية في الصحافة العربية من ناحية المضمون والشكل الاداء والممارسة الديمقراطية.

٧- بروز ظاهرة المؤسسات الإعلامية العربية الكبرى ذات الاصدارات المتنوعة والمدعومة من مؤسسات حكومية ومالية قادرة على الاستمرار والمنافسة ، ومسايرة التطور التقني والطباعي ، مما أثر على الصحف العربية الفقيرة .

برزت في السنوات الاخيرة ظاهرة تشفير القنوات الفضائية او (البث الحصري)، وهي ظاهرة تحمل اكثر من بعد، لعل اهمها تنمية الإستثمار المادي، ومواجهة الميزانية المرتفعة والتكلفة العالية كتشغيل القنوات وتأجير القمر الصناعي، بعد فشل الاعلانات في تغطية الكلفة بسبب محدوديتها، وعدم قدرتها على تنمية موارد القنوات، وهذه الظاهرة بدأت مع القنوات الفضائية الخاصة، حيث تعتبر مصر رائدة في هذا المجال من خلال القنوات غير المصرية التي تنطلق من اقمار (نايل سات) وغيرها، وتغطي مجالات الأخبار والمنوعات والأفلام والرياضة، حيث تصل برامجها للمشارك من خلال (ديكودر) خاص يتسلمه المشترك بعد سداد قيمة الاشتراك، ولعل ابرز القنوات المشفرة هي قنوات (اي ار تي) و(الأوربت).

ويمكن تحديد اتجاهات ظاهرة تشفير القنوات الفضائية العربية بالنقاط التالية:

١- بروز ظاهرة الاحتكار للأحداث الرياضية والفنية التي اصبحت ظاهرة اعلامية عربية بارزة، ولعل احتكار مجموعة (اي ار تي) لمباريات موندiales عام ٢٠٠٦ لكرة القدم وبثها حصرياً، يؤكد بروز هذه الاتجاه في المنطقة لأسباب مادية، ولجذب اكبر عدد من المشاهدين بأعباءه عملاً دعائياً لهذه القنوات.

٢- ازدياد عدد المشتركين، وهي زيادة مرتبطة بمضامين هذه القنوات، وما تقدمها من برامج جديدة بقالب فني متميز، وجرأه في الموضوعات التي لا يمكن طرحها في القنوات الحكومية، وحتى الخاصة، التي تعتمد بعضها على عرض الافلام الجديدة، او تلك التي تقترب من الاثارة والغريزية، ويعاب على هذه القنوات المشفرة، برأي عدد من الباحثين، كونها ضد ديمقراطية المشاهدة، وتجعلها لشريحة وفئة من المشاهدين دون غيرهم، وهو ما يثير حالة من الغبن والسخط بين جموع المشاهدين، اضافة الى ان هذه القنوات عادة ما تلجأ الى الاثارة والعمل على اجتذاب المشاهدين، وهو قد يتعارض مع منظومة قيم المجتمع العربي وتقاليد.

ومن ايجابيات هذه الفضائيات المشفرة انها تتميز بنظام التحكم الذي ينتج الفرصة لأولياء الامور بوضع خطة لمنع مشاهدة الأبناء لبعض البرامج المشفرة، اضافة الى ان ظاهرة التشفير تساعد على بث روح المنافسة بين الفضائيات بقصد انتاج الجديد والمبتكر والمتطور. ولكن معادلة سايكولوجية التلقي العربي، تعطي الأولوية لتشفير الإعلام العربي الرسمي،

ضمانا للخلاص من رسائله الدعائية الحكومية، وعدم جدوى وجوده بين حداثة الإعلام الخاص، ومضامينه المتنوعة، ومساحة الحرية التي يمتلكها، ومهنته الإعلامية المتطورة والفاعلة.

مستقبل المواجهة الرقمية

والسؤال الكبير: ما السبيل للإعلام العربي لمواجهة العصر الرقمي؟

بأختصار شديد، المواجهة الخارجية بالعمل الإعلامي العربي المشترك، والمواجهة الداخلية بالتغيير الشامل للحياة العربية سياسيا واجتماعيا وثقافيا واقتصاديا واعلاميا، لأن السياسة الاعلامية الحقيقية لا يمكن ان تنفصل عن حقيقة التطور الحضاري الاعلامي، لأن السياسة الاعلامية وجه من وجوه السياسة الحضارية الهادفة الى صيرورة عربية حضارية خلاقة، لأن (السياسة هي صناعة الحضارة)^(١٩)، والإعلام هو محور جوهري من محاور هذه الصناعة الكبيرة، وبعض النظر عن الاعتبارات الثقافية والروحية والمغوية والتاريخية التي تربط ابناء الامة العربية فان العمل القومي ينبغي ان يأخذ في الممارسات والسياسات الاعلامية، فشبكات الاتصال والصناعات الاعلامية والانتاج التلفزيوني والاذاعي والصحف والدوريات لا بد ان تتحقق فيها الجدوى الاقتصادية والاجتماعية على مستوى التأثير الفكري والثقافي وعلى مستوى ضمان السوق الاعلامي والتوزيع.

ان تنفيذ مشروع القمر الصناعي العربي (عربسات) وقيام المؤسسات الاعلامية القومية في مجال التدريب الصحفي والاذاعي، وقيام اتحاد اذاعات الدول العربية ومراكز التبادل الاخباري التلفزيوني وغيرها من الهياكل التنظيمية المتمثلة بالمنظمات والاتحادات العربية العاملة في مجال الاعلام، تؤكد ان البعد القومي حقيقة لا بد منها لمجابهة التحديات الحضارية والثقافية.

فالسياسة الاعلامية العربية تحتاج الى مرتكزات قوية اهمها^(٢٠):

(١) تطوير مؤسسات الاعلام والاتصال داخل الوطن العربي، انطلاقا من مبدأ الاعتماد على الذات وعدم الركون الى ما يمكن ان يقدمه الاخرون كالدول الصناعية التي تقف ضد عملية تطوير هذه المؤسسات الاعلامية وقواعدها الفنية والبشرية، بحجة ان الاعلام في العالم الثالث بوجه عام لا يتمتع بالحرية وانه تحت سيطرة الحكومات.

(٢) النظر الى قطاع الاعلام في النظام العربي (السياسي والاقتصادي والقانوني...الخ) كجزء حيوي وقطاع منتج شان اي قطاع اخر من القطاعات الانتاجية في المجتمع العربي ، ولا بد من حشد الامكانيات العربية المتوفرة امام تحديات الثورة التكنولوجية في مجال الاعلام ووسائل الاتصال المرئية والمسموعة والمكتوبة.

(٣) تجاوز القضايا القطرية لكل دولة عربية لتركيز على بناء (نظام عربي اعلامي) يهتم بالتنوع القومي بخصوص وحدة الامة والوطن العربي وامنه القومي.

(٤) الاعتماد على التخطيط العلمي البعيد المدى لعملها داخل الوطن العربي وخارجه وان تستفيد من جهود المنظمات والاتحادات العربية الرسمية وخاصة العاملة في مجال الاعلام والاتصال ، وان تشترك الصناديق ومؤسسات العون العربي الخارجي في دعم الاعلام الخارجي وضمان تدفق المعلومات من الوطن العربي.

ان مجابهة الدعاية الدولية تحتاج الى عمل اعلامي مشترك يقترن بالعلمية والتخطيط ، وبأيجاد نظام اعلامي جديد كفيل بتكوين رأي عام عربي موحد لدعم خطط التنمية وتطوير الشخصية الثقافية وحماية الهوية القومية من الإختراق الثقافي ومجابهة الحرب النفسية وخططها الدعائية الموجهة للعرب.

لذا فأن مواجهة التحديات يتم عن طريق خلق مثل هذا النظام الإعلامي القومي الذي يساعد على تطوير السياسات الإعلامية العربية، وتنمية وسائلها الإعلامية، ومواجهة تحديات العولمة. ولتحقيق هذا الهدف لا بد من تحقيق بعض الثوابت في العمل العربي المشترك.

(١) وضع استراتيجية للسياسة العربية تجاه القضايا المصرية وخاصة المتعلقة بالسياسة الخارجية ووحدة المواقف.

(٢) وضع استراتيجية اعلامية عربية تكفل اعادة التوازن الاعلامي في المنطقة وخلق موقف اعلامي موحد في الخارج.

(٣) ايجاد نظام اقتصادي عربي يساعد على خلق التوازن الاقتصادي بين الاقطار العربي. والاهم خلق صناعات اعلامية قادرة على النجاح هذا المشروع القومي.

(٤) اعادة النظر في الانظمة والقوانين المتعلقة بالعملية الاعلامية والاتصالية في الاقطار العربية، وايجاد سياسات اعلامية قومية واضحة تعالج مشاكل العملية الاعلامية بشكل علمي وشمولي.

(٥) اقامة مؤسسات اعلامية قومية في مجال الخبر والمعلومات والانتاج البرامجي بعيدا عن الهيمنة الاجنبية.

(٦) انشاء وكالة عربية دولية للانباء هدفها ابراز الوجه الحقيقي للامة العربية والتعريف بحضارتها وقيمها وانجازاتها الثقافية والفكرية، والاسهام في ايجاد نظام اعلامي جديد يقوم على مبادئ العدل في تدفق الانباء.

فالاعلام العربي الخارجي يواجه مشاكل متعددة، وصورة الإنسان العربي وقضايانا القومية ما تزال تصل مشوهة او مجزأة الى الرأي العام الأجنبي، والحاجة ملحة لبذل جهود عربية ذكية وكبيرة لرفع الاساءة وتعزيز قنوات الاتصال الجماهيري السليمة، والتحديات الكبيرة التي تواجه الاعلام العربي الخارجي، هي تحديات حضارية وتكنولوجية ومعلوماتية، فضلا عن التحديات الاعلامية الصهيونية التي تمثلها مراكز الضغط والشخصيات الصهيونية المنتشرة في العالم.

ويمكن ان تتضمن الدعاية العربية في الخارج على النقاط التالية^(٢١):

(١) إن المشكلة التي تواجهنا نحن العرب ، هي مشكلة حضارية اي مشكلة صراع حضارات بيننا وبين (اليهود) في فلسطين، ومن ورائهم حضارة الغرب التي تعد نفسها في تناقض وحقد كامن للحضارة العربية. لذلك فالمطلوب هو ان يتفاعل الإعلام العربي تفاعلا فكريا وثقافيا مع رجال الفكر في البلاد الاخرى، مع التركيز على الرسالة الانسانية وجوانب التسامح للحضارة العربية. ان التغلب على الفجوة الثقافية، فضلا عن الفجوة الرقمية والعلمية والتكنولوجية، من شأنه ان يهيء الجسور التي تصل بيننا وبين الرأي العام الاجنبي.

(٢) إن اجهزة الدعاية العربية ينبغي ان تقوم بتحليل اتجاهات ومصالح الشعوب الاخرى بالاضافة الى التعرف على قضاياها الحيوية بقصد تعميق التفاهم والتبادل بين الافطار العربية وشعوب العالم.

(٣) عدم النظر الى الدعاية العربية في الخارج على انها احتكار لجهاز معين او انها واجب يؤديه مركز الإعلام. فالعملية الدعائية الناجحة يجب ان تشترك فيها قطاعات كثيرة خاصة وعامة، ويشترك فيها رجال الدين والفن والثقافة والرياضة اضافة الى الهيئات والمؤسسات المختلفة.

(٤) الاهتمام بالاتصال التحضيري ، اي العمل باستمرار على تحسين العلاقات بين الافطار العربية ودول العالم بحيث لاتصبح مهمة اجهزة الإعلام مقتصرة في وظائفها ومضامينها على الأزمات والملمات ، وانما تحاول ان تجعل الخطوط مفتوحة بين العرب والعالم لتدعيم التفاهم المستمر.

(٥) ان الاجهزة الدعائية العربية ينبغي عليها التركيز على القيادات وواضعي القرارات السياسية واساتذة الجامعات والصحفيين واصحاب المصالح باستعمال اساليب متطورة في الاتصال ، وبلغة حضارية انسانية.

ومن المؤكد ان الإعلام العربي ، كوسائل ومؤسسات ، حاول ان يؤسس خلال مسيرته الطويلة بعض التقاليد الإعلامية ، ويرسخ لنفسه اسماً منهجية في التعامل مع المواطن ، ويطور تقنياته الاعلامية والاتصالية ، ولكن هذا الاتجاه بقي ضمن ثوابت تقليدية ، ومعطيات لاتتناسب مع التطور الحضاري الإعلامي الرقمي ، والحياة السياسية المعاصرة ، فهناك توسع كمي اضطراري في استخدام وسائل الإعلام او في انتاجها على حساب النوع والابداع ، وهناك اخفاق في احداث الثورة التواصلية الحضارية الاعلامية العربية ، وطنية وقومية ودولية.

وهناك مشكلات كبيرة يعاني منها الاعلام العربي: فقدان التخطيط والمبادرة ، عدم وجود استراتيجية واضحة ، عدم ثبات الاهداف السياسية الرئيسة للمجموعة الإعلامية العربية في نطاق مؤسسات العمل القومي ، عدم ثبوتية الدور المناط بالإعلام العربي في مواجهة التحديات وتحديث المجتمع ، ضعف هذه المشكلات وغيرها .

وبروز ظواهر سلبية في الحياة الاعلامية العربية اثرت على الية عمل الإعلام العربي ، ومضامينه ومصداقيته بحيث افرزت الكثير من الأنماط الإعلامية التي لاتتناسب مع الوظيفة الحضارية للإعلام المعاصر . نعل ابرزها : بروز مبدأ سياسة اخفاء المعلومات ، تهويل الاحداث والوقائع بطريقة بدائية ، انتهاج سياسة الممنوعات الاعلامية ، اعتماد مبدأ المسار الواحد في النهج الاعلامي ، تقليص حرية تدفق الاخبار والمعلومات ، ضعف مصداقية المواطن العربي بأعلامه ، بروز النسق الاعلامي التقليدي المليء بالعموميات ، ونمطية الرسالة الاعلامية العربية شكلا ومضمونا ، وابتعادها عن حاجات ومشكلات المواطن العربي واقترابها من السلطة.

والاهم ، كما نرى ، تحقيق المزيد من التطور في وعي الانسان العربي ، وتعميق ثقافته وممارسته للديمقراطية لكي يكون قادرا على استيعاب التطور الحضاري والثورة الاعلامية الكبيرة ، ومشاركها فعلا في تقدم العصر .

- ١ - الشهدى الشجرة: المواصلات والاعلام والتنمية، ندوة روما للاعلام والتنمية (بحث مطبوع)، روما ١٩٨٥
- 2- A. Kelloch, "The wired city" In the communication Revolution (the ember- ra). Australian unesco Committee for communication, (1975 , P.14)
- 3-Herbert Marshall McLuhan , the Exten- sions of Man. (New York: Name, 1969) P.23.
- ٤ - جميع الاحصائيات عن الوطن العربي ماخوذة من اليونسكو: الكتاب السنوي للأحصاء ٢٠٠٢ برنامج الأمم المتحدة الإنمائي: تقرير التنمية الانسانية العربية للعام ٢٠٠٣، نيويورك ٢٠٠٣
- ٥- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، نحو نظام عربي جي للاعلام والاتصال، تونس ١٩٨٥ .
- ٦ ياس خضير البياتي، احتلال العقول، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، دار الحكمة للطباعة والنشر، بغداد، ص ١٠٤ ١٩٩١
- ٧ د. حسن صعب، معاهد التواصل الاعلامي والتطور الاعلامي العربي، مجلة المستقبل العربي، السنة الثالثة، العدد ١٢ شباط ١٩٨٠ ص ٨٦
- ٨- د. حامد ربيع، الحرب النفسية في الوطن العربي، دار واسط للدراسات والنشر والتوزيع، بغداد ١٩٨٩ ص ١٣٥
- ٩- نزلة ابو نضال، المواطن العربي بين استراتيجيات الادب وتكنيك الاعلام، بحث مقدم الى مؤتمر الادياء العرب الرابع عشر في الجزائر (بحث مطبوع ١٩٨٤).
- ١٠- د. ياس خضير البياتي، الاعلام الدولي والعربي، دار الکتب للطباعة والنشر، بغداد ١٩٩١، ص ٤٢٨
- ١١- اصوات متعددة وعالم واحد، تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر ١٩٨١ ص ٣٥١
- ١٢- د. ابراهيم الداوققي، الاعلام والتنمية الحضارية في الوطن العربي، مجلة التوثيق الاعلامي، المجلد الخامس، العدد (٥٦-٥٧) السنة الخامسة، بغداد ١٩٨٦ ص ٥
- ١٣ لتفاصيل أنظر: علي محمد شمو، تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات، مكتبة ومطبعة الأشعاع الفنية، الاسكندرية ٢٠٠٢
- ١٤ انظر التفاصيل حول هذا الموضوع: د. علي محمد شمو، مصدر سبق ذكره، د. إبراهيم غرابية، الفضائيات العربية، الواجب والمسكن، جزيرة نت، بتاريخ ٣٠/٢/٢٠٠٥ و محمد قواص، الفضائيات العربية، تحول المواطن إلى مشاهد، قناة المشرق، بتاريخ ٣٠/٤/٢٠٠٥، وأياد البكري، عام ٢٠٠٠، حرب المحطات الفضائية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان ١٩٩٩ .
- ١٥ لتفاصيل أنظر: موقع الجزيرة نت، وأياد البكري، عام ٢٠٠٠، حرب المحطات الفضائية. مصدر سابق.
- ١٦- مقابلة وكالة فرانس برس مع علي الخديثي رئيس شركة الشرق الاوسط للأخبار عام ٢٠٠٣. (جزيرة نت)
- ١٧ صحيفة الرياض اليومية بتاريخ ١١ مارس ٢٠٠٣

- ١٨- للتفاصيل أنظر: مركز الخليج، الصحافة العربية في عالم متغير، بحوث ومناقشات المؤتمر السنوي لمركز الخليج للدراسات، دار الخليج للصحافة والطباعة والنشر، الشارقة ٢٠٠٥
- ١٩- د. حسن صعب، علم السياسة الطبعة السادسة، دار العلم لملايين، بيروت ١٩٧٩، ص ١٧.
- ٢٠- مشروع التقرير النهائي لجنة العربية لدراسة قضايا الاعلام والاتصال في الوطن العربي، تونس ١٩٨٥ ص ٨٨-٨٩.
- ٢١- د. توفيق عبد الله يعقوب، تدفق البرامج التلفزيونية الاجنبية وهوية المخططة، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد (١٧) حزيران ١٩٨٨ ص ٥٧.

الفصل الثالث
محنة الشباب العربي
وسلطة الصورة

يشهد العالم، ونحن في القرن الواحد والعشرين، تحولات عميقة تشكل في حد ذاتها ثورة ثقافية وإعلامية، من شأنها إحداث تغييرات مهمة في مجالات الحياة المعاصرة، وتحديات سياسية واجتماعية وإتصالية، تشكل بأجمعها معطيات حياتية تنعكس على حركة المجتمع المادية والفكرية، والخلقية والروحية، والمثل والقيم والمعايير، وأنماط الحياة وطرائق الحياة وأسلوب سلوكها. وما يجعل بهذه الاحتمالات أن الانفجار المعرفي المتسارع الإيقاع الذي أتى للعالم بكتل هائلة من المعارف، والثورة التقنية المتجددة وما أحدثته من وسائل وعلاقات جديدة وطرقاً في العمل غير مسبوقه لم تعرفها البشرية من قبل، وما فرضته ثورة الإتصالات من نماذج متعددة من الأفكار والثقافات. وكلها أدت إلى أشكال مختلفة من التغييرات في الحياة الفكرية ومظاهر العادات والقيم الاجتماعية والتي تتمثل في صراع الأجيال وتزاوج الأفكار والثقافات وفي عمليات الغزو والتتابع الثقافي.

البيئة العربية وصراع القيم

وكان طبيعياً أن تفرز هذه المعارف والتقنيات الحديثة، وثورة الإتصالات، عدداً من التغيرات في الواقع العربي، إيجابياً أو سلبياً، والذي انعكس على أساليب الحياة والتفكير والقيم، مما جعلنا في مواجهة صريحة مع الواقع الجديد بتناقضاته وأنماطه، المختلفة والمتباينة. ويأتي موضوع تأثير التلفزيون على حياة الشباب في الوطن العربي في أولوية الأهتمام عند الباحثين والتربويين وأصحاب القرار، وما تفرزه هذه العلاقة من صراعات في القيم والثقافة والشخصية، يكاد يكون جانباً واحداً من عشرات النماذج التي تحتاج منطقتنا عبر قنوات متباينة في مضامينها وأساليبها، محدثة تغييرات وتحولات على صعيد الوعي الاجتماعي والسياسي والثقافي، ليتحقق ذلك في تراكيب أيديولوجية متناقضة لا يمكن فصلها عن تباين المصالح المادية والرمزية بين الفئات الذهنية والاقتصادية والمؤسسة في المجتمعات العربية.

وباختصار أن الشباب العربي تعرض لاحتلال واضح من ناحية التأثير، مصدره محلي يتمثل بالثقافة السائدة التي تشمل كل القيم والمعايير والعادات والدين والمعلومات والأفكار والأخلاق، داخل مجتمع تقليدي يتميز بخصائص اجتماعية ذات بنى متناقضة وغطية: بنى أسرية واسعة تحشد بشكل متحرك ومطاط عدداً كبير من العناصر، متشابكة المصالح والتأثيرات ويستمتع ذلك مجموعة كبيرة من القيم الاجتماعية العشائرية والقبلية التي

تحكم مسارات العلاقات العامة في هذا الإطار المؤسسي الأول، وبنى اقتصادية ضعيفة قريبة من الزراعة وبعيدة عن معطيات التكنولوجيا. وكل هذه البنى الاجتماعية تشكل الإطار المؤسسي العام الذي يتحرك من خلاله الشاب العربي، وهناك احتلال مصدره خارجي يتمثل بالثقافة الجديدة الوافدة عبر قنوات عديدة ومنها وسائل الإعلام، وهي ثقافة تروج لقيم ومعايير اجتماعية وأنماط حياتية قد لا تتلاءم مع الواقع الاجتماعي، ولها القدرة العالية على اختراق المنطقة وعقول الناس ومنهم الشباب. وهذه القدرة تتجسد في أكثر من ظاهرة: تطور تكنولوجيا الأرقام الصناعية، وشيوع القنوات الفضائية الأجنبية وانتشارها، المضمون المتقدم للمادة الأجنبية صناعة وفناً وإثارة وتشويقاً، والبعد العلمي للمادة الأجنبية من ناحية استثمارها للعلوم والمعارف لتحقيق فاعلية أكبر للعملية الإعلامية في النفس البشرية، وجعلها أداة خطيرة للمهيمنة والغزو الثقافي لاختراق العقل البشري وتدميره.

لذا يتوخى البحث تحديد أبرز التأثيرات الاجتماعية المحتملة التي يحدثها التلفزيون وبالذات الفضائيات في انحراف الشباب من خلال المضامين الإعلامية والمعلوماتية المتدفقة للوطن العربي، الذي تحول إلى منطقة مستوردة من مصادر أكثر تنوعاً وتناقضاً في الأفكار والمعارف والعقائد. وهو ينطلق من معطيات قائمة حول آثار التلفزيون اجتماعياً، وتأثيراته المحتملة في بناء شخصية الشباب المعرفية والانفعالية، ودراسة فلسفة الغزو الإعلامي المرئي وتكتيكات مضمونة ووسائل الاختراق والتأثير لاحتلال عقول الشباب العربي، منطلقين من نظرة تنبؤية بآثار التلفزيون المستقبلية، وباحتمال أن يثير هذا البحث النظري فرضيات تكون موضع دراسة ميدانية للباحثين والأكاديميين، ويتيح المجال لمؤسسات أصحاب القرار وضع الخطط لمواجهة التحديات والآثار المتوقعة.

واستناداً إلى هذه المعطيات وغيرها، فإن التلفزيون بوضعه الراهن أصبح يمثل متغيراً اجتماعياً وثقافياً هاماً في حياة الشباب، والمصدر الرئيسي للمعلومات والتعلم، وهو أحد عمليات التنشئة الاجتماعية في الوقت الحاضر.

وتتأثر المنطقة بالغزو الإعلامي وبمضامين الرسائل الاتصالية، والتي تتحدد بمظاهر رئيسة للمهيمنة على المستوى الدولي متمثلة بالتدفق الاخباري، والبرامج والأفلام التلفزيونية والسينمائية، والإعلان الدولي، وتقنية الاتصال واحتكارها من قبل الدول المتقدمة. فالمنطقة العربية ما زالت تعتمد اعتماداً رئيساً على وكالات الأنباء الغربية الكبرى في معرفة الأخبار الخارجية المتصلة بالدول المتقدمة ودول القارة الأفريقية والآسيوية وأمريكا اللاتينية، وحتى

بالنسبة لأخبار المنطقة العربية نفسها. وإن هذه الوكالات ترسل إلى العالم الثالث أكثر مما تقوم أجهزة الإعلام في تلك الدول باستيعابه، مما يجعلها أكثر المناطق استخداماً للأبناء الأجنبية كما يمثل الإنتاج المرئي الأجنبي المستورد أكثر من نصف ما تذيعه التلفزيونات العربية المتوسط. ويأتي الإنتاج الأمريكي في المقدمة.

وقد أظهر تحليل أجرته اليونسكو لمواد برامج التلفزيون بأن (نسبة ٤٠-٦٠٪ من البرامج التلفزيونية العربية مستوردة من أوروبا والولايات المتحدة بصورة رئيسية)^(١)، كما يلاحظ أن المنطقة تتعرض لسيل من الأشرطة السينمائية، وأشرطة التسجيل المرئي (الفيديو) و(السيدات)، وأغلبها ذات طابع أجنبي تجاري يشكل العنف والمغامرات والجنس والجريمة قاسماً مشتركاً لها. ومراجعة بسيطة للأفلام الأجنبية التي عرضتها دور السينما في الأقطار العربية تعطينا الدليل على هبوط نوعية الأفلام وضحالتها من حيث المضمون، بل ونجاحها في اختراق عقل المواطن العربي في ظل مؤسسات إعلامية ضعيفة ورقابة سينمائية مشلولة. والملاحظ أيضاً شيوع أشرطة التسجيل المرئي والسيدات بين الشباب واقتحامها للمنازل العربية والتي كثيراً ما تحفل هذه الأشرطة بنوع من الأفلام الممنوع تداولها وعرضها في دور السينما أو محطات التلفزيون. وقد أظهرت بعض البحوث الميدانية العربية^(٢) على وجود تقاليد للمشاهدة لجهاز الفيديو بين الشباب، واختيارهم لنوعية معينة من الأفلام كالرعب والترفيه والجنس والخيال العلمي والمغامرات والجريمة في ظل عجز الإجراءات القانونية وشروط مراقبة إنتاج وتوزيع الفيديو عن الضبط المحكم.

وهناك الظاهرة الأخطر التي تفاقم انتشارها في السنوات الأخيرة، ألا وهي تعرض الشباب لمئات القنوات التلفزيونية الفضائية والأجنبية التي تمتلئ ببرامجها بأفلام العنف والجريمة والمغامرات والجنس، والأفكار والعقائد والقيم التي لا تتلائم مع واقع المجتمع العربي. وأكثر ما يثير الانتباه هو انتشار صحن الفضائيات على أسطح المنازل العربية، والارتفاع الكبير في امتلاك أجهزة الاستقبال التلفزيوني، والأشتراك في قنوات الكابل الذي تعرض الأفلام الأجنبية ذات الطابع المثير، إضافة إلى ظاهرة أخرى وهي الوقت الكبير الذي يقضيه الشباب أمام التلفزيون، وما تسببه التقاليد الخاطئة للمشاهدة من تأثيرات اجتماعية واقتصادية وصحية.

وعموماً فإن الغزو الإعلامي للمنطقة العربية يشكل أبرز التحديات للإنسان العربي، لأن هذا الغزو المتمثل بخطر التدفق الإعلامي ومضامينه الثقافية يريد استهداف (مقومات

الشخصية الثقافية من قيم وأذواق ومختلف أنماط السلوك، الأمر الذي ينعكس أثره حتماً وبصورة مباشرة في الفكر العربي ذاته^(٣). و(تكريس نمط في الاستهلاك يخرب الادخار ويعوق التنمية)^(٤).

وبعبارة أخرى (جرى ترويح الثقافة الاستهلاكية تحت يافطة كسر احتكار المعرفة وحق الجماهير بالثقافة المبسطة. وقدمت الثقافة الاستهلاكية كذلك بهدف إمتاع الطبقات الشعبية، ولكنها في الواقع لم تكن سوى تحويل الثقافة إلى سلعة للاستهلاك الجماهيري)^(٥).

وهكذا يصبح الغزو الإعلامي تبعية بمعناه الشامل، تبعية ثقافية لثقافة أخرى، بحيث يؤدي تواجدها في الحياة واستمرارها بمثابة زوال الثقافة، المتأثرة وانتصار الثقافة الأجنبية الوافدة التي تقوم بدور بارز في إدارة ثقافة المجتمعات، وضرب الثقافات الوطنية وتحويلها إلى ثقافة الهوامش تمهيداً لاحتلال النفس البشرية.

هذه الهيمنة التي تتنوع أساليبها وطرقها وأهدافها، وضمن عمليات اختراق حادة لجبهات الحياة، تأخذ مسارات في عملية التأثير: الاعتماد على السهولة النسبية لتكوين الأنماط المقولية الكاذبة بمساعدة وسائل الدعاية، مما يسمح لهم على سبيل المثال بالهاء الجماهير عن المسائل الملحة الهامة، وتركز اهتمامها على القضايا الثانوية، والتأثير في الجانب العاطفي لتقبل الأفكار الموحى بها بصورة نقدية ومبسطة وبمدلول واحد من ناحية والموقف الانفعالي من بواعث الفعل من ناحية أخرى.

ولاجدال بأن هذا الغزو الإعلامي المبطن والظاهر استطاع اختراق المحطات التلفزيونية العربية، وأن تحتل الفضائيات الأجنبية عقول الشباب بمضامينها الفردية وإثارتها للغرائز، لتشكل بالتالي حضوراً فعالاً في الحياة العربية.

أساليب الاختراق والتأثير الإعلامي

إذا كان الصحيح بأن تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتطورها المذهل، عوامل مساعدة لاختراق الدول، فإن الصحيح أيضاً بأن المضامين الإعلامية الأمريكية والغربية تعكس حقيقة التطور الفني والفكري للرسالة الإعلامية، وفهمها الواعي للمتلقي من خلال دراستها للخصائص العقلية، والأنماط السلوكية التي يتسم بها سائر الشعوب والثقافات الإنسانية،

وهذه الرسالة الإعلامية، بسبب إدراكها المبكرة لأهمية دراسة الجمهور ميدانياً ونظرياً، بأعتبره عنصراً مهماً في العملية الاتصالية، وساعدها على اختراق العقل البشري، والتأثير عليه، بحيث أصبحت البحوث العلمية تشكل حيزاً مهماً من اهتمامات المؤسسات الاتصالية والعسكرية الاستخبارية التي توظف وسائل الإعلام لخدماتها.

وبشكل عام، فإن مضامين الرسائل الإعلامية الغربية والأمريكية تعتمد على المعارف السيكولوجية للتحكم بالرأي العام واتجاهاته من خلال منهج دعائي يستند على عدة مبادئ:

١- الاعتماد على الخرافات والآراء المختلفة، واستغلال الانفعالات البشرية عن طريق التوجه إلى العواطف .

٢- إثارة الانفعالات الأكثر بدائية عند الجمهور بالاعتماد على المبدأ القائل (الاستغلال المصطنع للعواطف) .

٣- التركيز على الثانوي في الظاهرة وجعلها رئيسية، وإهمال المسائل المهمة وجعلها ضعيفة الأهمية من مبدأ أساسي هو (تحويل بؤرة الاهتمام) .

٤- التحكم بالوعي الإنساني عن طريق صرف الجمهور عن المدخل العقلي المنطقي النقدي للحياة حيث التركيز على النزوات والانفعالات لتحديد قدرة المتلقي على التفكير المنطقي وجعلها سلبية بعيدة عن التأثير والفعل .

٥- الاعتماد على الأساليب السيكولوجية كالإيحاء والإثارة في المضمون الإعلامي .

٦- خلق التنوع في المادة الإعلامية بما يجعل الاستيعاب لها جزءاً من البنية الإدراكية، وبما يجعل انتقائية المادة مستجيبة لأنماط اهتمامات الفرد .

ولعل الكثير من هذه المبادئ تجسدت في المواد الإعلامية المتداولة في الوطن العربي والعالم الثالث، وهي مواد لا تخلو من صناعة متقدمة في الأسلوب والتأثير والإقناع، والرموز السرية والإيحاءات المتنوعة التي لا يمكن اكتشافها لأول وهلة .

وينير الانتباه في المنطقة العربية ظاهرة الإغراق الإعلامي وتنوع مصادره لتحقيق مبدأ خلط الأوراق وضياع الهدف المركزي المراد تمريره للمتلقي، لأن الإغراق يؤدي إلى تنمية القلق داخل الشخصية، وخلق التحسس بعدم الارتياح والتوتر، والتوقع لحدوث الخطر أو الضرر على النفس، وهو ما يحقق نفسياً هدف التأثير على المتلقي والتحكم بسلوكه واتجاهاته .

فالإغراق الإعلامي، كما تشير بعض الدراسات العلمية قد يؤدي إلى إحداث ثغرات في الشخصية والمعارف والسلوك والاتجاهات، فقد أشار (تيكنور) وغيره بأن (تزايد المعلومات وتدفعها في نظام اجتماعي ما يؤدي إلى توسيع ثغرة المعرفة بدلاً من تناقضها)^(٥)، بينما يشير (روجرز) إلى (إن المعلومات لن تؤدي فقط إلى تزايد ثغرات المعرفة بل إلى ثغرات في السلوك والاتجاهات)^(٦).

ويبدو إن المادة الترفيهية تأخذ حيزاً كبيراً في هذا الطوفان الإعلامي للمنطقة، حيث تتسابق المحطات التلفزيونية على نشرها وتعميقها على حساب المادة الثقافية والتعليمية والتنموية. وطوفان هذه المادة في المفردات اليومية لبرامج هذه المحطات، تنطلق من الاعتبار النفسي والاجتماعي من إن المتلقي، وخاصة من فئة الشباب، الأكثر ميلاً إلى الترفيه. رغم إن هذا التنوع من المواد التلفزيونية يخضع لفلسفة سياسية واجتماعية تتمثل، كما يقول المؤرخ الأمريكي (أريك بارنو)، بأن (الفكرة الأساسية للترفيه في أنه لا يتصل من بعيد أو قريب بالقضايا الجادة للعالم، وإنما هو شغل أو ملء ساعة من الفراغ. فهناك في تشكيل الخيال يفوق في الأهمية العنصر الواقعي في تشكيل الناس)^(٧). لذلك تصبح المادة الترفيهية عاملاً جديداً في عملية التأثير بل هي المبدأ الأساسي في تكتيك المضمون الإعلامي، والأسلوب الأقوى في عملية الاختراق، مادام الشباب يجعلها ضمن أولوياته في عملية الاختيار وتقاليده المشاهدة.

وما يثير الاستغراب إن بعض محطات التلفزيون العربية ودور السينما تساهم بشكل واضح في تعميق مضامين البرامج والأفلام المستوردة، وخاصة تلك التي تعتمد تشويه صورة الإنسان في مناطق مختلفة من العالم. فالسود ارتبطوا بالإجرام، والعرب بالثراء الخرافي والهمجية والتخلف، والشبقي الجنسي والإرهاب، والأفارقة بالهمجية والبدائية والوحشية والتخلف، بينما يمتاز الأمريكي بالتفوق والتحضر، والذكاء الخارق، والإنساني الديمقراطي، والشجاع ولتصبح الشخصية الأمريكية والغربية في أذهان الشباب العربي القدوة والأمل في الخلاص والنموذج الحياتي في السلوك. فتتحول شخصيات الممثلين إلى آلهة حقيقية للإقتداء وإلى نظام حياتي في الممارسة والمحاكاة، ويصبح رامبو ومايكل جاكسون ومادونا.. إلخ نماذج للإقتداء بدلاً من خالد بن الوليد والمنتبي وعمر المختار وابن رشد وصلاح الدين الأيوبي وغيرهم من عظماء التاريخ العربي الإسلامي.

وهناك التأثير الواضح للشباب من خلال الإعلان التلفزيوني الذي أصبح ظاهرة خطيرة ليس لترويج السلعة وإنما لخلق أنماط جديدة للحياة، وقناة تسويقية للقيم

والمعايير الاجتماعية والاقتصادية . وهو ما أدى برأي (Argumedo) إلى وجود (ظاهرة [الهيمنة على العقول] ، وذلك بجعل المستهلك يرى أن كل شيء غربي أو أمريكي شيء مرغوب ، مما ساهمت على نقل أنماط الحياة الاستهلاكية لتصبح عالمية ، وافتتاح أسواق تجارية للاحتكارات الأمريكية) (٨) .

ومن الأمثلة البارزة على هيمنة النموذج الغربي في الإعلان : إن فتاة الإعلان في بعض الدول النامية تحرص على صبغ لون شعرها ، وتعديل من أسلوب مكياجها والزي الذي ترتديه حتى تصبح صورة (كرتونية) لفتاة الإعلان الأجنبية .. هذه الظاهرة في نظر الكثيرين تساعد على تكريس حالة التمزق الأسري والتردي الأخلاقي بالإضافة إلى مساهمتها في تنمية النزعة الاستهلاكية داخل عقول الشباب والفتيات .

وعموماً يمكن تثبيت بعض الملامح العامة لنماذج مضامين المادة الإعلامية الأجنبية التي تسيطر على محطات التلفزيون العربية والعالمية : الغلو في اللامنطقية، وإلغاء العقل في فهم الأشياء والعلاقات والأحداث ويتمثل ذلك في مجموعة كبيرة من الأفلام العلمية والخيالية مثل أفلام الفضاء والصحون الطائرة .. إلخ، وتعجيد المغامرة الفردية، والشعور بالعظمة الذاتية، وقتل الإحساس بالجماعة كأفلام رامبو على سبيل المثال لا الحصر، والترويج للعنف والوحشية والقتل كما في معظم أفلام الغرب الأمريكي كأفلام الكابوي والبوليسية والحربية وأفلام الرعب والجريمة .

كما تحاول هذه المادة الإعلامية النزول بالمرأة في مستواها الإنساني وجعلها سلعة واقترائها بلذات ونزوات الرجال ، والانحراف بالأسرة عن غاياتها وأهدافها الاجتماعية . مع نشر أفلام العنف والجنس لتهديم ذاتية الشباب وطاقاتهم بما يجعلهم غير قادرين على التكيف مع الواقع .

بيئة الإعلام والتنشئة الاجتماعية

كان الاعتقاد في السابق إن الاضطرابات النفسية والاجتماعية التي تحدث للمراهقين والشباب تعود إلى الفسيولوجية فقط ، إلا إن الدراسات الاجتماعية والانثروبولوجية الحديثة عارضت هذا الاتجاه وربطته بعوامل عديدة أبرزها التنشئة الاجتماعية . فالتنشئة الاجتماعية كمصطلح ، كان في الماضي مرتبطاً بتعليم وتربية الصغار فقط ، بينما شمل المصطلح الحديث تنشئة الصغار والكبار معاً ، أي اعتبار التنشئة عملية مستمرة منذ الميلاد

وحتى الممات . لأنه من الواضح إن خبرة التطبيع الاجتماعي للشخص في مرحلة الطفولة لا تستطيع إعدادة لكل الأدوار الذي يتوقع منه أن يشغلها في حياته القادمة ، بل إن هذه العملية خلال سنوات النضج يجب أن تكون مطلباً أساسياً في المجتمعات الدينامية الحديثة . وهو الذي يلتقي مع الهدف البعيد للتربية المتمثل في ما يسمى حالياً بفكرة التنشئة الاجتماعية للكبار ، وهي التربية مدى الحياة والتي تنادي بأن يعيد الكبار تنشئة أنفسهم اجتماعياً لكي يتوافقوا مع الظروف الجديدة ، لكي تكون الأدوار واضحة بين أفراد الأسرة ، وعدم تعارضها مع أدوار أخرى .

فالتنشئة الاجتماعية تتضمن عمليات متعددة أهمها التعلم الاجتماعي والتثقيف والتوافق الاجتماعي والانتقال الثقافي ، وهي أيضاً إكساب الفرد طفلاً أو راشداً سلوكاً ومعايير وقيماً ، من خلال مؤسسات عديدة أسرية وتربوية ودينية وثقافية . . إلخ .

وتأتي وسائل الإعلام في المجتمع لتقوم بدور بارز في عملية التنشئة الاجتماعية ، وهذا الدور يزداد أهمية وتأثيراً بانتشار هذه الوسائل ، والتطور التقني لها ، واختراقها لجهات الحياة المختلفة ، وقبولها الفعال بين الأفراد وخاصة الأطفال والمراهقين والشباب ، وتلازمها المستمر لهم طيلة الحياة منذ الطفولة وحتى نهاية العمر ، من هنا نستطيع أن نقدر خطورة الآثار الاجتماعية والنفسية التي تترتب على تعرض الشباب المستمر لهذه الوسائل ، وهو أيضاً ما يجعل القلق الذي يبديه الكثير من الباحثين موضوعياً إزاء التأثير المحتمل لمضامين الرسائل الإعلامية المختلفة .

وعلى الرغم من أن وسائل الاتصال لها وظائفها الأساسية ، وكما حددها الباحث الأمريكي هارولد لاسول ، بثلاث وظائف جوهرية : جمع ونشر المعلومات داخلياً وخارجياً وتزويدها للجماهير لتأخذ صفة الوظيفة الإعلامية وتفسير المعلومات وتحليلها واتخاذ موقف محدد ليبتناها المتلقي بحيث تصبح وظيفة دعائية ، ونقل المعارف والقيم والمعايير والتقاليد من جيل إلى آخر لتصبح وظيفة تعليمية أو ثقافية ، فإن الوظيفة الثالثة التي ترتبط بالثقافة التي تشمل (الاعتقادات والعادات والقيم والنماذج السلوكية) . ومفاهيم الزمان والمكان ، فهي الوظيفة الأكثر تأثيراً وقوة في عملية التنشئة الإعلامية . خاصة وإن وسيلة التلفزيون لها حضورها المتميز في هذه العملية الاجتماعية ، لأنها الوسيلة الشعبية الأولى بين أفراد الأسرة العربية وخاصة الشباب .

وطبيعياً أن يتعرض الشباب في المجتمع العربي إلى ضغوطات وتحديات بفعل الثقافة القديمة وتصادمها بالثقافة الجديدة التي أفرزها التغيير الحماكي ، وما يفرزه هذا الصراع من هوة ثقافية بين الجديد والقديم ، وتناقضات تتفاوت في أبعادها على البناء الاجتماعي . وهناك التغيرات السريعة التي تحدث للمجتمع العربي في كثير من جوانبه ، وما يحدثه من تأثيرات على الشباب ، وعدم استيعابهم للجديد والتوافق معه مما يجعلهم في كثير من الأحيان كالغرباء في بيئتهم ومحيطهم الثقافي ، وتعارض مع قدرتهم المحدودة على القيام بعمليات التوافق بشكل جيد ، مما يؤدي إلى خلق الكثير من المشكلات الاجتماعية التي تتجسد بعدم الراحة والاضطراب والقلق والاندفاع نحو العنف أو ممارسته ، وهي أعراض طارئة تمثل صنوفاً من أمراض التغيير . كما أن هناك أعراضاً أخرى تشمل المضايقات التي تحدث بسبب البيئة الاجتماعية والمادية والمشحونة بمظاهر الخوف ، وما ينتج عنها من انسحاب أو هروب نفسي يتمثل في العزلة والانطواء ومظاهر النكوص أو التوقف عن العمل أو الإصابة بالاكئاب .

في واقع الأمر ، فإن الشباب العربي يعيش في مأزق ما يسمى بالتغيير ، وقد لخصه أحد الباحثين العرب^(٩) بمجموعة من الظواهر السلبية التي تتعلق بالمحيط الاجتماعي ، بمناخ الواقع الذي تسوده جملة من القيم الرديئة والتناقض الثقافي والفوضى الاقتصادية والفقر والفساد الإداري ومظاهر الاستغلال والتسلط والانحراف بكل صوره وأشكاله وأنواعه ، مما يجعلهم يستمدون من هذا المناخ وسلوكه نمط تفكيرهم وأسلوب حياتهم اليومية بحيث يصبح التقليد والمحاكاة لمظاهر الحياة الغربية نمطاً اجتماعياً سائداً في حياتهم اليومية ، وسلوكاً متحضراً في عملية التثقيف . إذ يبدو معقولاً أن نقول : ان الشباب يعانون من إرهاب اقتصادي ، متمثل في الأزمة الاقتصادية ، وإرهاب اجتماعي متمثل في الظلم الاجتماعي ، وإرهاب عدلي متمثل في ضياع الحقوق وعدم تكافؤ الفرص . وهناك التناقض الصارخ في مكونات وقواعد الدليل الثقافي عبر تربية الأسرة وتوجيهها ، وتربية المدرسة وتوجيهها ، وتربية وسائل الإعلام وتوجيهها ، مما يخلق أثاراً بالغة التناقض على يقين الشباب والتزامه الأخلاقي ، وبالتالي هروبه (إلى اليقين الأكبر) ، ربما ليس عن اقتناع كامل بل كرد فعل وملاذ ملجأ للتخلص من القلق والتوتر والمعاناة ، إضافة إلى التراجع الواسع للمقيم التي ربيت عليها الأجيال السابقة وربيت على احترامها بل تقديسها لتحل محلها قيم جديدة روجت لها على نطاق واسع وسائل الإعلام في وقت تكون فيه الضغوط الاجتماعية والاقتصادية لا تطاق ، وكذلك تراجع الانتماء وازدياد اليأس والإحباط . ثم هناك ظاهرة انعدام القدرة في الكلمة والتصرف والسلوك واهتزاز القيم حيث القدوة انعدمت في العلم

والمعلم ، وفي الإعلام و التربية، وفي أولي الأمر في سوادهم الأعظم ، وبذلك انهارت الثقة ، فالشباب إذ ينظر حوله تبدو له صورة كثيبة من خلال البطالة ، والتمزق ، والفقر ، وسيطرة الأقوى على الأضعف ، والأغنى على الأفقر ، وإنعدام أو غياب العدل ، فتمتلئ الصدور بالحقد والغضب والرغبة في تدمير كل ما هو قائم . وعند هذه النقطة تكون النفوس جاهزة لمسلسل الغضب والإرهاب والانحراف .

إن الفجوة الواسعة (والتي تزداد اتساعها بين الإمكانيات المادية ودخول الأفراد وبين مستويات الطموح الاستهلاكي العالية (والتي تزداد ارتفاعها) من جهة أخرى تؤدي إلى (واحد من الأعراض المرضية المجتمعية أو الفردية على النحو لافكاك منه ، فقد يكون الطريق هو الانحراف المباشر أو غير المباشر في سبيل الحصول على إثراء سريع بأي وسيلة ، سواء كان هذا الانحراف واقعا في دائرة التجريم القانوني أو في دائرة الاستهجان الأخلاقي أو في دائرة المعصية الدينية أو فيها جميعا) .

في الجانب الآخر ، هناك ضغوطات الثقافة الوافدة وتأثيراتها الاجتماعية والنفسية والثقافية على الشباب ، التي تحتل الأولوية في سلم عمليات التنشئة الاجتماعية في الوقت الحاضر ، وهناك (ثقافة التلفزيون) وما تحمله من قيم وأفكار وعقائد تتناقض مع الثقافة القديمة السائدة .

والملفت للنظر أن المحطات التلفزيونية العربية (الأرضية و الفضائية) تساهم بشكل فعال مع القنوات الفضائية الأجنبية بنشر المادة الأجنبية ذات الطابع الثقافي الهابط التي لا تتلائم مع الواقع الاجتماعي ، وتتعارض مع التنشئة الاجتماعية العربية ومقوماتها . فهي تكرر صور الحياة الاستهلاكية وتعرض مقومات الشخصية العربية والثقافية والقومية للتشويه والمسخ والاعتراب الحاد . حيث تتسابق هذه المحطات العربية على إرضاء الجمهور العربي ، وخاصة الشباب ، واجتذابه لهم بأي صورة ، من خلال المواد الترفيهية ، وعرض الأفلام والمسلسلات المليئة بالعنف والجريمة وقصص الحب والمغامرة العاطفية والإثارة .

والملاحظ بروز ظاهرة جديدة في بعض القنوات الفضائية العربية الخاصة ، تتمثل بظهور ما يسمى (تلفزيون الواقع) الذي يعرض نسخ معربة من برامج امريكية واوربية ، تقوم فكرتها على جمع عدد من الفتيان والفتيات في بيوت ، للعيش سويا ، ضمن ظروف محددة ، امام كاميرات تلفزيون ، تثبت في غرف هذه البيوت ليعيشوا حياة طبيعية ، مثل برنامج (ستار اكاديمي) و(على الهوا سوا) و(الرئيس) ، وكلها برامج تتسابق على ارضاء الجمهور العربي ،

وخاصة الشباب، لأسباب تجارية مادية، مع بروز ظاهرة دخول المال العربي، بشكل سلبي، الى الانتاج الإعلامي والفني، دون اعتبارات للواقع الاجتماعي، بحيث اصبح الاستثمار في هذا المجال يأخذ مداه السلبي في تعميق ثقافة الاثارة، مع ما قد تحمله من توجهات سياسية وفكرية ملغومة، تريد تدمير الواقع العربي وبنيتها الاجتماعية وثقافته وقيمه. وباختصار هناك صناعة ثقافية إعلامية لا تعتمد على المقاييس الفنية والجمالية بقدر اعتمادها على الحذب والإثارة لتسطيح الفكر والحياة، وخلق الوعي المشوه والمبسط، وهدر الوقت وإضاعته، وإضعاف مشاركة الشباب المثمرة في النشاطات المختلفة .

ومايزيد القلق هو نتائج البحوث العربية^(١٠) التي أجمعت على أن الإنتاج الأجنبي المستورد يشكل أكثر من نصف ما تبثه التلفزيونات العربية حيث تشكل المادة الترفيحية الجزء الأعظم من ساعات البث اليومي. وقد قادت دراسة ميدانية أجرتها إدارة البحوث في اتحاد إذاعات الدول العربية إلى اكتشاف مفارقة رئيسية، وهي ما يمكن أن نسميها بجدلية الحذب و النفور والإقبال و الحذر إزاء المادة التلفزيونية الأجنبية. فهي برأي الشباب مؤثرة ومفيدة ولكنها غير معبرة عن الواقع العربي وهي أداة تثقيفية وافتتاح على الآخر للاطلاع على المعلومات ومواكبة العصر، وهي أداة لتغيير الواقع الاجتماعي، وتغيير العلاقة بالأبناء (أي أسلوب التربية و التنشئة) وتغيير تصورات الزواج، وهي أيضاً مع ذلك، لها تأثير على ترسيخ مفهوم الاستهلاك والفردية والحرمان والتبعية^(١١).

ونعتقد هذه الصورة المشوشة والمتناقضة تعود إلى أسباب كثيرة : طبيعة وأساليب تربية الشباب في المجتمعات العربية. وضعف استقلالية التفكير، والسلوك الاجتماعي المتناقض . وعدم التوافق مع البيئة ومتغيراتها، واليأس والإحباط من الحاضر والمستقبل، ضعف الثقافة التي تتغذى بها هذه الشريحة والتي لا تمنحها أدنى المقومات الأساسية لتأهيلها، وأخيرا، وليس أخرا، ضعف منزلة الشباب في البرامج التلفزيونية العربية ونمطيتها، والتلقي غير المنظم للمعلومات وكثافتها عبر المحطات التلفزيونية العربية والأجنبية .

ان تحليل مستخلصات البحوث الإعلامية العربية الذي تضمن ١٣ رسالة دكتوراه و ٣٢ رسالة ماجستير و ١٨ بحثا من تأليف عينه من الخبراء و ٣٢ دراسة صادرة عن مؤسسات متخصصة في الدراسات الإعلامية يؤكد تهميش "فئات الشباب" في تعاملها وتفاعلها مع البرامج التلفزيونية^(١٢).

وكان طبيعياً أن تكون أحد مواقع الرهان الأساسية للتنافس القائم اليوم بين مراكز الإنتاج والتسويق الفاعلة على الساحة العالمية في مجال الصناعات الاتصالية (أجهزته ومضامين وخدمات) يكمن في كسب الشباب في العالم^(١٣) عبر رسائل تلفزيونية متنوعة ومشوقة ومثيرة تقترب من حاجاتهم وهمومهم وتطلعاتهم.

وبقدر ما تعتبر ظاهرة الشباب عالمية في علاقتها بثقافة الصورة ، فإن الشباب والمراهقين الذين يمثلون وزناً ديمغرافياً مهماً في المجتمع العربي^(١٤) . يستمدون الكثير من أنماط السلوك والمثل والقيم من وسائل الإعلام الحديثة ، والتلفزيون خاصة ، حيث أصبحت هذه الوسائل تنافس العائلة والمدرسة والنظم الاجتماعية . فاتساع الحقل الاجتماعي للمشاهدة في علاقته بالتحديث ، وما واكبه من تحولات في بنى أوقات الفراغ يمثل أحد العوامل الفاعلة في التحولات التي شملت جوانب الحياة المختلفة ، ومن ضمنها العلاقة القوية بالثقافة والإعلام والتربية ، وتأثيراتها النفسية .

إن الموقف يشير إلى إقبال واهتمام الشباب ببرامج القنوات الفضائية الأجنبية ، وربما لأسباب كثيرة ، فهي أحياناً تغذي لديهم شعوراً بالنقص الكبير الذي ينعكس على سلوكهم سلباً ، لقوة البرامج الأجنبية من ناحية التشويق والإثارة والتنوع ، وقربها لرغباتهم الثقافية والغريزية ، وهو الأمر الذي قد يؤدي إلى هروبهم من برامجهم التلفزيونية الوطنية ، بل وهروبهم من محيطهم الاجتماعي المتناقض ، مما قد يؤدي إلى تكوين خصائص سلوكية مضطربة تجعله ينتقل من مساهمة الفعل إلى موقع الانفعال ومن ميدان التأثير إلى خانة التأثير والاستيلاء .

والملاحظ أن القاسم المشترك لبرامج القنوات الفضائية الأجنبية هو المادة الترفيهية وأفلام الجريمة والعنف والرعب والجنس . أي أن ثقافة الصورة تطغى عليها أكثر من ظاهرة: الاغتراب ، القلق ، إثارة الغريزة الفردية العدوانية ، دافعية الانحراف ، سلطة المال والنساء ، حب الاستهلاك ، الأنانية ، عدم الاكتراث ، والتمرد ، وكلها مفردات حياتية تتأسس في إدراك الفرد وسلوكه ومعارفه ، حيث تتحول أحياناً صورة ذهنية إلى نشاط عملي عن طريق المحاكاة والتقليد وعمليات التطبيع الاجتماعي .

لهذا نتوقع مستقبلاً أن تنشأ مشكلات اجتماعية تأخذ أبعاداً واضحة في الحياة العربية ، ويتأثر فيها الأطفال والمراهقون والشبان بنتائجها السلبية . فمن المحتمل أن تخلق برامج الفضائيات الاضطراب الاجتماعي ، وعدم الاستقرار في العلاقات الاجتماعية ، وتعميق

المشاعر الذاتية أكثر من الالتزام الجماعي، ويضعف الولاء للمجتمع والوطن، وتنمية الفردية والروح الاستهلاكية، وتقوض أركان التماسك الاجتماعي، وتعميق الإحساس بالاغتراب والهروب من التصدي لواقع الحياة، وتوسيع الفجوة بين الأجيال دون محاولة تذويب الاختلاف، والانبهار بالموديل الأجنبي، وإشاعة مشاعر الاستسلام للواقع، وتوطين العجز في النفوس، واضعاف الروابط الأسرية وقيمها، وتعميق الانعزالية بين الشباب وسحبهم إلى معارك ضارية مع النظم الاجتماعية بدءا من الأسرة وانتهاء بالدولة والأمة، وإحجام الشباب عن ممارسة الأنشطة الإنتاجية والترويحية والاكتفاء بالتعرض للتلفزيون، واختلاف الجماعة على مجموعة من القيم الاتجاهات والمعايير، والتأثير على مهارات الطفل المرتبطة بالمدرسة وعلى الكفاية المعرفية بصوره عامد، وازدياد السلوك الانحرافي والأمراض الاجتماعية .

والاهم، كما أرى مستقبلا، ضعف دور الأسرة والمدرسة في عملية التنشئة الاجتماعية مقابل الدور الكبير والمؤثر لوسائل الإعلام والمعلومات على اتجاهات التنشئة الإجتماعية والعمليات الاجتماعية .

التلفزيون والانحراف الاجتماعي

على الرغم من اتفاق الباحثين وخبراء الاتصال حول المكانة المتميزة لوسائل الإعلام في المجتمع المعاصر، وبالذات بعد الثورة المعلوماتية، فإن حقيقة التأثيرات التي تتركها هذه الوسائل، كان، وما زال، موضعا للخلاف بين أصحاب الاتجاهات والتخصصات العلمية المختلفة، ويشير بينهم جدلا نظريا ومنهجيا واسعا . بل اختلفت الرؤية لتقوم هذه الآثار حسب التخصصات والاهتمامات، ومن زوايا اجتماعيه أو نفسية أو تربوية أو اعلامية، وتفسيرها وفق الايديولوجيات والعقائد وظروف المكان والزمان .

فكانت خلاصة أبرز نظريات التأثير الإعلامي تتمحور باتجاهات متباينة، بدأت تاريخيا، بنظرية الرصاصة، من نهاية القرن التاسع عشر حتى نهاية الثلاثينات، وهي تفترض بأن وسائل الإعلام تمتلك قوة هائلة تمكنها من تغيير اتجاهات وسلوك الرأي العام من منطلق بتماثل الطبيعة الإنسانية لدى كافة الناس، ولذا فإنهم يستقبلون الرسائل الإعلامية ويتأثرون بها ويستجيبون لها بدرجات واحدة وعلى نحو آلي ومتماثل . ولكن الدراسة التي قام بها مجموعة من الباحثين عام ١٩٤٠ حول انتخابات الرئاسة الأمريكية قدمت تفسيرات جديدة للتأثير الإعلامي قائمة على انتقال المعلومات على مرحلتين، وهي الصيغة التي

أكدت على دور قادة الرأي والاتصال الشخصي في دعم أو تحديد الكفاءة التأثيرية لوسائل الإعلام^(١٥) . بينما شهدت فترة ما بعد الأربعينات استخدام البحوث الميدانية (الامبيريقية) لتحديد أثر وسائل الإعلام، وأبرز نظرية في تلك الفترة كانت نظرية (التأثير الاختياري) ، بمعنى أن التأثير الإعلامي ليس مطلقا ، بل هو تأثير محدود ومرتبطة بعدة متغيرات ، منها ما هو نفسي مثل الفروق الفردية بين أعضاء الجمهور ومنها ما هو اجتماعي مثل الطبقة الاجتماعية ومستوى التعليم ومنها ما يدخل ضمن نطاق الجماعات الصغيرة مثل تأثير الأسرة والمدرسة .. الخ ، وساد اعتقاد بأن دورها يكاد يقتصر على تدعيم الآراء والاتجاهات القائمة لدى الجمهور من خلال انتقائية المشاهد، وانتقائية التذكر، وانتقائية المعرفة والإدراك. وهناك نظريه غرس الأفكار التي ترتبط بشكل كبير باسم باحث الاتصال (جورج جيرنر)^(١٦) ، وهي تعبر عن قدرة التلفزيون على خلق واقع معين لمشاهديه خصوصا هؤلاء الذين يشاهدون التلفزيون بكثرة (اكثر من ٤ ساعات في اليوم) ، حيث يشكل التلفزيون لهم المصدر الرئيسي أو الوحيد للحصول على المعلومات والأفكار عما يدور حولهم ، وهذا يؤدي بدوره إلى " غرس " الأفكار التي يبثها التلفزيون في وعي المشاهدين بحيث يحل (واقع التلفزيون) محل واقعهم الطبيعي . بينما ترى نظرية أخرى تبناها (كاتز) بأن الظروف الاجتماعية هي التي تدفع الأفراد الى الاتجاه لوسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم ، أبرزها ظروف تشير التوتر والصراع مما يدفع الفرد إلى اتخاذ اللازم نحو تخفيف حدة هذا الشعور باختيار وسائل الإعلام ، كما تخلق الظروف شعورا بوجود مشكلات يتوجب التعرف عليها وحلها وينتج الفرد إلى وسائل الإعلام للحصول على معلومات تساعد على الوصول إلى الحل . وتؤكد نظرية (التعلم من خلال الملاحظة) إلى انه يمكن إن يتعلم الأفراد سلوك العدوان والعنف من مشاهدة برامج العنف والإثارة والرعب وخاصة بين الأطفال والمراهقين . وان التلفزيون يؤدي دورا في التعلم طالما كان هناك تغير سلوكي ناتج عن التعرض لمحتوى البرامج التلفزيونية . بينما ترى نظرية (التنفيس) بان الفرد يحاول تصريف غضبه ومشكلاته وهمومه وإحباطاته بفعل الحياة وتناقضاتها عن طريق مشاهدة سلوك العنف لا عن طريق قيامه فعليا بعمل عدواني .

وخلاصة النظريات الحديثة تؤكد على النظرة الشمولية لعملية الاتصال الجماهيري أي أن الأفراد يعتبرون أجزاء من أنظمة اجتماعية أكبر منهم ، وهذه الأنظمة تقع تحت تأثير عوامل متعددة منها الثقافي والاجتماعي والنفسي . وهذا ما دفع الكثير من الباحثين المعاصرين

بتطوير أساليب تأخذ في الاعتبار عوامل أخرى مثل المحيط الاجتماعي والبناء الأسري ، كما قل الاهتمام بقياس الاتجاهات وحل محله التركيز على قياس النواحي المعرفية . بمعنى التوجه العام نحو التعرف على المتغيرات الداخلية التي قد تؤثر على شكل العلاقة بين وسائل الإعلام بنظرة شمولية دون عزل المتغيرات الاجتماعية الخاصة بالمستقبل (الجمهور) ، واعتبار الفرد جزءاً من بيئة ونظام اجتماعي شامل يتأثر به .

ونحن نرى ، إن دراسة تأثيرات وسائل الإعلام في المجتمع ينبغي أن تحلل شمولياً بحيث تشمل إبعاد العملية الاتصالية ؛ المرسل والرسالة والمستقبل ، واعتبار عملية الاتصال ظاهرة تتسم بالتغير المستمر ، وهي لا تتم في فراغ ، فالإطار الاجتماعي يعتبر جانباً من الجوانب الأساسية في عملية التعامل ومن ثم الاتصال . وهذا يعني فهم أكثر للأبعاد في هذه العملية : معرفة الخصائص الاجتماعية والثقافية للأفراد في المجتمع المعنى بالتأثير وسلوكهم الاتصالي مع وسائل الإعلام ، واحتياجاتهم ودرجة اعتمادهم عليها . كذلك دراسة مضمون الرسالة من ناحية قوتها وأسلوبها ووضوحها وارتباطها بالواقع وتلبيتها لحاجات السكان واتساقها مع ثقافة المجتمع ... الخ ، إضافة إلى المعرفة الاجتماعية والنفسية والسياسية للمصدر (القائم بالاتصال) ، وموقفه من المشكلات وطريقة معالجتها وعلاقتهم بالجمهور ، والأهم معرفة الظروف والظروف التي يعملون فيها داخل المؤسسات الإعلامية ، وانتماءاتها الأيدلوجية ، ومعرفة البناء السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي تعمل فيه وسائل الإعلام ، وهذه الأبعاد مجتمعة من شأنها توضيح الحقائق المرتبطة بعامل التأثير الإعلامي .

ومع ذلك نرى ، بان التلفزيون يبقى الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيراً على الشباب ، والأكثر احتمالاً في عمليته الانحراف الاجتماعي ، حيث أصبحت هذه الوسيلة متغيراً اجتماعياً وثقافياً هاماً في حياة الطفل والمراهق والشباب في المجتمع الإعلامي المعاصر .

وتعتقد الأغلبية الساحقة من علماء الاتصال والاجتماع والنفس بإمكانية تغيير موقف الناس أو سلوكهم بواسطة التلفزيون إذا ما ضم معلومات ضرورية للناس ، و يكفي القول مقولة شارل ديغول (أعطني هذه الشاشة الصغيرة ، وأنا أغير الشعب الفرنسي) ^(١٨) للتأكيد على دوره الفعال في تغيير السلوك والاتجاهات . بل إن تأثير التلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية ^(١٩) يبدو واضحاً في مختلف جوانب الحياة ، فهو قوة سياسية وعامل تأثير في انتخاب الرئيس والتحكم باتجاهات الرأي العام ، وهو موضع قلق من علماء الاجتماع والنفس لما يسببه من تأثيرات اجتماعية ونفسية وثقافية ، تتمثل بتفاقم الجريمة و

العنف ، و ازدياد ظاهرة السلوك الانحرافي ، وتفشي الأمراض الاجتماعية والنفسية ، وتأثيراته الثقافية على المجتمع الأمريكي بحيث سيفقد خلال السنوات القادمة ، كما يرى أساتذة الاجتماع في شيكاغو ، القدرة على القراءة والكتابة بسبب التلفزيون .

ولذلك أظهرت البحوث العلمية على وجود علاقة قوية بين التلفزيون و المتمثلة بأفلام العنف والجريمة و أساليب ارتكابها ، و بين تكريس مبدأ الاستعداد النفسي للانحراف . لذلك يطلق علماء الاجتماع على التلفزيون لقب (جامعة الجريمة) .

وفي رأينا أن دراسة تأثيرات التلفزيون في الاتجاهات و القيم و السلوك الاجتماعي لا بد أن يقترون بدراسة تكوين الاتجاهات ، وكيفية السبيل لتأقلم الشباب في المجتمع الذي يعيشون فيه ، وبعبارة أخرى عملية (التكيف الاجتماعي) التي تشمل أنواع التأقلم المباشر وغير المباشر ، والتعليم واكتساب القيم والاتجاهات .

وعلينا أن نتذكر بأن الأثر التلفزيوني في تعميق السلوك الانحرافي يتحدد في جوانب محددة هي :

١- السلوك الانحرافي لدى الأطفال والمراهقين حيث أن مشاهدة أفلام العنف و العدوان قد تؤدي إلى السلوك العدواني عندهم . ويزداد هذا الانحراف ، كما ترى بعض البحوث ، في عملية التكرار المستمر للمادة ، وبعضها يعتقد بأن (هناك عوامل عديدة تتوسط بين الفلم و سلوك الفرد) (١٩) .

٢- الجوانب المعرفية حيث أن إدراك الفرد لمعنى و مضمون البرنامج التلفزيوني هو الذي سيحدد مدى تأثيره فيه . فالإدراك جزء من الجانب المعرفي لذلك تهتم الدراسات الحديثة بمدى مساهمة التلفزيون في زيادة معدل النمو المعرفي عند الأطفال بعد أن كانت هذه الدراسات تهتم بدراسة مدى تأثير التلفزيون على الجانب المعرفي .

٣- التنشئة الاجتماعية حيث اتضح انه من خلال البحوث و الدراسات أن التلفزيون له دور واضح في هذه العملية / خاصة عند الأطفال ، و لعل عبارة (البرت بنديورا) رائد من رواد نظرية التعلم الاجتماعي ، تؤكد على أهمية التلفزيون في حياة الطفل حيث يقول (انه بازدياد استخدام نماذج رمزية (التلفزيون) فان دور الوالدين والمدرسين والنماذج التقليدية الأخرى للأدوار سوف تحتل دورا اقل أهمية في التعلم الاجتماعي) (٢٠) .

و لكن الشيء الذي يثير القلق في رأينا ، وتوفر فيه الأدلة موضوعان هم : التكرار الواسع لأعمال العنف على الشاشة ، والآثار التي تتضمنها برامج العنف والجنس .
و هناك نمطان للانحراف (٢١) :

(أ) التأثير المباشر للانحراف حيث يرى الكثير من الباحثين بأن الأفلام أفسدت الشباب و أنها السبب المباشر لانحرفهم . وهناك عاملان للاتهام : التأثير الجنسي ، خاصة على جنس المراهقة ، والتأثير الإجرامي الذي تصنعه أفلام الفيديو و التلفزيون.

(ب) التقليد و المحاكاة عن طريق مشاهدة الأفلام حيث وجد الكثير من علماء الاجتماع و النفس أن ظاهرة المحاكاة هي ظاهرة نفسية . فالمرهق مثلا يقلد غالبا حركات و تصرفات أبطال الأفلام : طريقة حديثهم ، ملابسهم ، و سلوكهم ، حيث يصبح هؤلاء الممثلون نموذجاً لهم في الحياة .

ويرى عالم النفس الفرنسي (جورج هوبير) أن عرض بعض الأفلام يصاحبه تكيفات على نسق دائري إلى جانب انفعالات نفسية أخرى مثل تنوع النشاط البيولوجي للعقل ، و توتر الجهد العضلي ، مما يؤدي إلى إبراز السلوك الانحرافي لدى الشخص . و يضيف (هوبير) نقطة أخرى وهي اختلاف هذا التكيف من مشاهد لآخر . كما أشار العلامة (أرمان لاند) أن هناك بعض الأفلام لها تأثير سييء على الفكر و على التكوين الخلقى للمراهقين مما يساعد على انحرفهم . فهناك انحرف و اوضح في الأفلام التلفزيونية و السينمائية بما تعرضه من أفلام تثير النزعات و التشنوهات الجنسية في أحط صورها عن طريق عرضها للممتع الحسيه ، مما قد يشجع الشباب على التحلل من قيود المجتمع و من ثم تؤدي إلى الاضطراب في القيم الأخلاقية .

و الملفت للنظر أن القائمين بالاتصال في الوطن العربي و العالم الثالث يشجعون ترويج المواد الإعلامية السلبية ، حيث يؤكد (جون ماريل) بأن (العديد من المحررين يفضلون نشر أخبار نجوم السينما الهليوودية عن الأخبار المسماة بالتنموية ، و تفضل محطات التلفزيونية عرض أفلام الإثارة و العنف و الجنس على الأفلام الجادة) (٢٢) .

و خلاصة القول أن السلوك الإنساني من اعقد المسائل نظرا لوجود الفروق الفردية بين مختلف البشر ، كما أن الإنسان كائن عضوي يعتبر من اعقد الكائنات الحية تركيبيا ، و ان تأثيرات الإعلام على السلوك و الاتجاه مسألة شائكة لأسباب عديدة أهمها : أن الاتصال

عملية نفسية _ اجتماعية قائمة على الرموز وتبادلها ، وان المضمون التلفزيوني السلبي عامل مساعد في عميلة الانحراف الاجتماعي إضافة إلى العوامل الأخرى الطارئة أو الأساسية ، ذلك لأن السلوك البشري لا يفسر بعامل واحد ، فثمة عوامل متعددة ، تختلف قوة وضعفاً ، تتحكم وتتفاعل تفاعلاً يختلف من فرد إلى آخر ، باختلاف محصلة العوامل وباختلاف الفرد نفسه .

لذلك كانت خلاصة البحوث والدراسات بخصوص احتمالية تأثير التلفزيون على الانحراف تتجه إلى نتائج ذات طابع شمولي وغير مطلقة في أحكامها ، ومن هذه النتائج (٢٣) :

١- أن مشاهدة الأفلام لا تؤدي إلى خلق المجرم إلا من يتوافر لديه الاستعداد النفسي للإجرام أو للانحراف .

٢- أن العوامل المتداخلة مع وسائل الإعلام مثل العوامل السياسية والاجتماعية والثقافية ، وكذلك المؤسسات الاجتماعية ، قد تشارك في عملية الانحراف ، أي أن وسيلة الإعلام ليست لوحدها تؤدي إلى الانحراف .

٣- أن هناك بعض الأفلام لها تأثير سلبي على تفكير الشباب وعلى التكوين الخلقى للمراهقين مما يساعد على انحرافهم ، وخاصة أولئك الذين لم ينالوا قسطاً وافراً من التربية الفكرية .

٤- أن تكرار الأفلام الجنسية والعنف والجريمة تؤدي إلى تكريس السلوك الانحرافي .

وفي أحدث بحث ميداني للباحث (٢٤) حول تأثير الفضائيات على الشباب العربي ، إجتماعياً ونفسياً ، من خلال تحديد أهداف البحث وهي :

١- معرفة العلاقة بين ثقافة الصورة المتلفزة وتأثيرها في ثقافة الشاب .

٢- الكشف عن نوعية الأفلام والبرامج التي يقبل على مشاهدتها الشباب .

٣- الفرق بين حجم الوقت الذي يقضيه الشباب في مشاهدة القنوات الفضائية وعلاقتها بالفراغ

٤ هل هناك علاقة بين انحراف الشباب ومشاهدة التلفزيون .

٥- دور الأسرة والجماعات الاجتماعية في عملية التوجيه .

٦- علاقة سلوك الشاب بمشاهدة البرامج التلفزيونية من ناحية التقليد والمحاكاة .

وتبين ما يأتي :

- ١- إن معظم الباحثين يقضون وقتاً طويلاً يومياً في مشاهدة التلفزيون ، حيث بلغت النسبة ٥١,٥ ٪ ممن يشاهدون ثلاث ساعات وأكثر ، بينما النسبة هي ٧٢,٥ ٪ ممن يشاهدون ساعتان و ٢١ ٪ ساعة واحدة .
- ٢- تبين أن مشاهدة التلفزيون من قبل الشباب يعود بالدرجة الأولى إلى اعتباره وسيلة للتسلية بنسبة ٤٣ ٪ ، وباعتباره أكثر وسيلة إعلامية مشوقة بنسبة ١٥,٥ ٪ ، بينما انخفضت النسبة إلى المرتبة الأخيرة باعتباره وسيلة للثقافة بنسبة ١٤ ٪ .
- ٣- اعتبر الشباب بأن التلفزيون كان عاملاً أساسياً في تعميق معرفتهم بالعالم ، وذلك بنسبة ٩٦ ٪ ، بينما يرى الآخرون بنسبة ٤ ٪ عكس ذلك .
- ٤- احتلت برامج الأغاني والموسيقى المرتبة الأولى في اهتمام الشباب بنسبة ٢٦ ٪ ، بينما جاءت البرامج الرياضية في المرتبة الثانية بنسبة ١٤ ٪ ثم أفلام العنف والجريمة بنسبة ١١,٥ ٪ والبرامج الدينية بنسبة ١٠,٥ ٪ ثم المسرحيات بنسبة ٩,٥ ٪ والبرامج الأخبارية بنسبة ٤,٥ ٪ . وجاءت البرامج التربوية والثقافية بالمرتبة الأخيرة بنسبة ٥,٤ ٪ و ٤ ٪ للبرامج التربوية .
- ٥- تأكيد الشباب على أهمية التلفزيون في نمو ثقافتهم حيث بلغت النسبة ٧٩ ٪ . بينما نسبة ٢١ ٪ يعتقدون عكس ذلك .
- ٦- أكد معظم الباحثين بأن التلفزيون كان مصدراً أساسياً وعاملاً مهماً في حواراتهم الثقافية والاجتماعية مع الآخرين بنسبة ٦٤,٥ ٪ بينما نسبة الباحثين ٣٥,٥ ٪ لا يعتقدون بذلك .
- ٧- يتفق معظم الباحثين بدور التلفزيون عليهم من خلال زيادة فهمهم للمشاكل الاجتماعية الموجودة في مجتمعاتهم ونسبتهم ٨٤ ٪ ، بينما ترى النسبة ١٦ ٪ بعدم وجود دور للتلفزيون في تعميق وعيهم إزاء المشكلات الاجتماعية .
- ٨- هناك تقارب في النسبة بين الباحثين وموقفهم من دور التلفزيون في إضعاف العلاقات الأسرية فهناك من يعتقد بعدم وجود تأثير مباشر على إضعاف العلاقات الأسرية ونسبتهم ٥٧,٥ ٪ ، بينما يرى البعض بوجود علاقة قوية بين مشاهدة التلفزيون وإضعاف العلاقات الأسرية ونسبتهم ٤٢,٥ ٪ .

٩- هناك تقارب كبير في النسبة بين المبحوثين وموقفهم من التلفزيون والأسرة فيما يتعلق بأيهما أكثر تأثيراً في الآخر ، حيث كانت النسبة ٥١ % ممن يعتقدون بدور الأسرة في التأثير أكثر من التلفزيون ، بينما النسبة ٤٩ % تعتقد بتراجع قوة التأثير الأسرة لصالح التلفزيون .

١٠- أجمع معظم المبحوثين بتأثير التلفزيون على عاداتهم وقيمهم بنسبة ٦٦ % ، بينما يرى البعض ونسبتهم ٣٤ % بعدم وجود تأثير على العادات والقيم التي يحملونها .

١١- أكد معظم المبحوثين بوجود علاقة قوية بين التلفزيون ومضاره من ناحية انتشار الجريمة والعنف وشيوع الرذيلة والكسل والتراخي بنسبة ٥٩ % . حيث بلغت نسبة مضار التلفزيون في انتشار الجريمة والعنف بنسبة ٣ % ، والكسل والتراخي بنسبة ١٤ بالمائة ، وشيوع الرذيلة بنسبة ٢ % .

١٢- ازدياد واضح في الجانب الاستهلاكي ، حيث كان للأفلام والإعلانات الدور البارز في زيادة ثقافة الاستهلاك . وما سببته هذه الظاهرة من ظهور مشكلات اجتماعية واقتصادية ونفسية للشباب وأسرهم ، حيث بلغت نسبة المبحوثين ٨٠ % ممن يعتقدون بتأثير التلفزيون عليهم في هذا الجانب . بينما يرى ٢٠ % بعدم وجود علاقة بين التلفزيون والتشجيع على الاستهلاك .

١٣- اتفق معظم الشباب على وجود تأثير واضح للتلفزيون على حياتهم الاجتماعية والنفسية من خلال التأثير على المستوى الدراسي وزيادة القلق والتوتر والشعور بالإحباط ، وكانت الإجابة على (جميعها) بنسبة ٥٠ % ثم جاء عامل التأثير على المستوى الدراسي بنسبة ٣٨ بالمائة ، والقلق والتوتر ٩,٥ % والشعور بالإحباط ٢,٥ % .

١٤- أشار معظم المبحوثين بتأثيرهم بثقافة التلفزيون من ناحية الموضة في الأزياء والإكسسوار وقص الشعر وتقليد النجوم من ناحية السلوك وطريقة الكلام والألفاظ المتداولة في التلفزيون . وكانت الإجابة على (جميعها) بنسبة ٥٥,٥ % . ثم يأتي التأثير بالموضة بالمرتبة الثانية بنسبة ٢٦,٥ % بتقليد النجوم و ٨,٥ % لطريقة الكلام والألفاظ .

بدءاً ينبغي الاعتراف بان انفجار المعلومات والمنجزات التقنية وما تحملها من إفرزات ونتائج سلبية في ميدان الحياة، وتعميق الهيمنة الاتصالية على النشاط الإنساني، وتكريس نماذجها وأنماطها وثقافتها على المجتمعات النامية ومنها المجتمع العربي، لا يلغي الحقيقة الأخرى بان هذه الثورة الحضارية ينبغي استيعابها وتقبلها بوعي حضاري واستيعاب ذكي باعتبارها حقيقة عصرية، لها أبعادها الثقافية في تأسيس أنماط متقدمة في مجال المعارف و المعلومات .

إن رفضها لا يلغي تواجدتها معنا، ما دامت تخترق حدودنا ومجتمعنا بطريقة قسرية عبر تكنولوجيا الفضاء، فلا يمكن إيقافها بوصفها منجزاً حضارياً ولا اعتبارات تكنولوجية.

لذلك فإن حل هذه المعادلة لا يتم إلا بالمزيد من العمل الإعلامي المتقدم، والوعي العميق بإيجابياتها وسلبياتها مع الإدراك الكبير بطبيعة العصر كونه (قرية صغيرة)، وتحقيق المزيد من التطور في وعي الإنسان العربي وتعميق ثقافته وممارسته للديمقراطية، لكي يكون قادراً على استيعاب المنجزات الإعلامية والمعلوماتية ومشاركاً فعالاً في تقدم العصر.

إن مواجهة الغزو لا تقع على مؤسسات الإعلام لوحدها، بل تشترك أكثر من مؤسسة في هذه المسؤولية، ذلك لأن نتائج هذا الغزو كثيرة، اقتصادية واجتماعية وسياسية ونفسية، أو نتيجة تفاعل هذه العوامل بأجمعها. كما أن المشكلات والأمراض النفسية، ومنها ظاهرة الانحراف، التي تنجم عن هذا الغزو، ترتبط بأكثر عن عامل واتجاه، مما يصعب الإقرار بان عامل (الإعلام) هو العامل الحاسم في نتائج وإفرزات هذا الغزو.

ومع ذلك نقول إن تغيير السلوك الذي يتحدد بالعقائد والآراء والحقائق التي يعتقدونها الفرد يتطلب تغيير المعلومات أولاً، وتغيير الاتجاهات ثانياً، بما يتعلق بالمشاهدة، وهذا يرتبط بالإعلام من خلال وظيفته الإقناعية التي تتعامل مع ثلاث متغيرات هي: المعرفة والاتجاه والسلوك. وبمعنى آخر فإن الرسالة الإعلامية العربية التي تريد التقليل من آثار الغزو وتحصين الشباب العربي لابد أن تهدف إلى؛ تغيير المعلومات غير الصحيحة للشباب وتقوية وتدعيم المعلومات الصحيحة. وتغيير الاتجاهات والمواقف غير المستحبة لمجهور الرسالة (الشباب) وتقوية الاتجاهات المستحبة منها، أي نقل اتجاه الشاب المستهدف من منطق الموافقة تجاه المادة الإعلامية الإيجابية إلى منطق الرفض للمادة الإعلامية السلبية، وتغيير سلوك الشاب المدمن على مشاهدة الأفلام السلبية إلى اتجاه ما يعزز ترسيخ تقاليد المشاهدة الإيجابية.

وبقدر تعلق الأمر بالدور الأساسي للمؤسسات الإعلامية في موجة الغزو الدولي، والتقليل من أثاره فإنه من الضروري وضع خطة إعلامية تأخذ مسارين : خطة إعلامية لمواجهة الغزو، وخطة إعلامية لتحسين الشباب .

الخطة الأولى المتعلقة بمواجهة الغزو، ينبغي وضع استراتيجية واضحة المعالم وواقعية من ناحية التنفيذ ، بما يتعلق بالطرق والوسائل الكفيلة للتقليل من طوفان المادة الإعلامية الأجنبية في التلفزيون العربي . وبمعنى آخر معالجة المشكلة والتصدي لها ، والتقليل من حدتها ومظاهرها ، وهذا لا يتم إلا بالطرق العلمية والخطط الشاملة ، ذلك لان التصدي للغزو يبدأ عندما تستوعب الخطة الأهداف الجوهرية لظاهرة الغزو باعتبارها شكلا من أشكال الاحتلال السياسي والإعلامي ، فهي ظاهرة لا تتجه نحو الفرد فحسب ، وإنما إلى المجموع لتحقيق هدف أكبر وأشمل تمهيدا للسيطرة بمعناها الواسع .

فالغزو له أهداف كثيرة تتمثل في التأثير في ثقافة البلد ، ومحاولة تشويه حضارته وتراثه ، بإدخال البدائل الثقافية الأجنبية للتأثير على سلوك الشباب وعاداتهم ومقنناتهم واستبدالها بما هو مستورد ، خلق ثقافة الاستهلاك ، ونقل الموديل الأجنبي للحياة العربية ، ونشر الأفكار والعادات والقيم التي لا تتلاءم مع الواقع وخصوصيته .

الخطة الثانية والمتعلقة بتحسين الشباب، تتضمن عناصر مهمة تتعلق بتعبئة الفرد سياسيا وثقافيا ، وعميق وعيه بمضامين الغزو وسلبياته وتطوير وسائل إعلامه الوطنية ومضامينه . لذا فان المخطط الإعلامي ينبغي أن تتوافر لديه المعلومات الشاملة قبل وضع الخطة : الظروف الحالية للنظام الإعلامي للمجتمع إلى جانب النظام السياسي والاجتماعي والاقتصادي ، حيث أن النظام الإعلامي لا يستطيع العمل في عزلة عن بقية الأنظمة في المجتمع . كما أن المخطط ينبغي أن ينتبه للمرحلة التي يمر بها البرنامج الإعلامي ، إضافة لمعرفته الشاملة عن التركيبة الاجتماعية والاقتصادية للسكان ، وعلاقتها بالتجانس والاختلاف .

وبشكل عام فالخطة الإعلامية الخاصة بالمواجهة والتحسين تحتاج إلى اتباع خطوات ضرورية : تحديد الأهداف ، تحديد الجمهور قنوات الاتصال ، تحديد الأساليب . كما أن وضع الخطة الإعلامية تمر بتقسيمات ثلاثة : خطط قصيرة المدى ، متوسطة المدى ، وطويلة المدى . وهذه الخطط خاضعة إلى الخطة المركزية أي (الاستراتيجية) .

إن وسائل الإعلام العربية تستطيع أن تساهم مع المؤسسات التعليمية والتربوية والاجتماعية والشبابية في التقليل من آثار الغزو وتحسين الشباب ، بوضع خطة واضحة

الأهداف ، والقيام بعمليات التنسيق المشتركة للحد من الظواهر السلبية في المجتمع ، لان هذه الوسائل ، وخاصة التلفزيون ، تستطيع بحق أن تساهم وطنيا وتربويا في غرس القيم الإيجابية وخلق الأنماط المقولية في سلوك الأفراد وتفكيرهم ، وذلك من خلال رسالة إعلامية ذكية في مضامينها ، و متطورة في أساليبها الفنية وملبية لحاجات الشباب و تفكيرهم بعيدا عن أسلوب الوعظ والإرهاب .

وهذا يدفعنا إلى تقرير أكثر من حقيقة إعلامية :

الحقيقة الأولى: التأكيد على أهمية بناء رسالة إعلامية عربية تتفق مع الواقع الاجتماعي والاقتصادي وتلبي حاجات الشباب ، وتكون قريبة لمشكلاته و همومه ومعبرة عن أفكاره واتجاهاته . وهذا لا يتم إلا بمعرفة الشباب : خصائصه ، أنماط تفكيره ، حاجاته ، متطلباته ، رغباته المعرفية ، وتطلعاته ، بقصد إنجاح الرسالة الإعلامية من حيث قوة الإقناع والتأثير ، وهذا مرتبط بخلق المؤسسات والمعلوماتية الصحيحة عن الشباب .

الحقيقة الثانية: وهي خلق التوعية الشبابية للمشكلات والظواهر من خلال وسيلتين هما : الإعلام والتعليم ، وضرورة ترابطهما جدليا بما يجعل التنسيق في خدمة الهدف المركزي .

الحقيقة الثالثة: التحكم في المادة الأجنبية من خلال تشديد الرقابة عليها ، والتقليل منها في محطاتنا الوطنية ، والاهم في رأينا ، خلق الوعي بمضارها .

الحقيقة الرابعة: تتمثل في إعطاء الشباب الفرصة للتعبير عن آرائهم وأفكارهم وتطلعاتهم في وسائل الإعلام ، بل إن من واجب المؤسسات الإعلامية العربية إشراك الشباب في صنع القرار الإعلامي ، والمشاركة في إنتاج برامجهم ، صناعة وكتابة وتنفيذا .

ولابد من الإقرار ، بان واقع الإعلام العربي الرسمي ونمطيته ، أحد العوامل المساعدة في هروب الشباب للقنوات الفضائية الأجنبية التي يجد فيها متنفسا لأفكاره وهمومه وتطلعاته ، فهناك شبه إجماع من قبل الباحثين العرب حول واقع الإعلام العربي الذي يتلخص بنقاط جوهرية : عدم فعاليته في تحديث المجتمعات العربية ، عدم قدرته على استيعاب المعطيات الحضارية والتطور التكنولوجي الدولي .

الحقيقة الخامسة: بناء نموذج متكامل ومتطور للثقافة الإعلامية العربية قائمة على مبدأ تكاملية عوامل الثقافة كعملية مترابطة تتألف من عناصر عديدة أبرزها وسائل الإعلام . وما يمكن أن تقوم به من دور فعال في حياة الشباب وتنشئتهم اجتماعيا ووطنيا من خلال :

١- إصلاح النظام الإعلامي العربي تقنيا وسياسيا واقتصاديا ، بمعنى إعادة الأساس التقني للإعلام العربي بصيغة (الاستيعاب) ، وليس (النقل الآلي) ، وتطوير النظام السياسي العربي وجعله ملبيا لطموحات الإنسان العربي وحريته ، وتحقيق أكبر قدر من المشاركة الجماهيرية في عمليات الاتصال والإعلام بحيث لا يقتصر دور الجماهير في التلقي والاستقبال السلبي للوسائل الإعلامية . واقامة صناعات ثقافية واتصالية تشمل صناعة مواد الإنتاج الثقافي ووسائله وصولا إلى تحقيق قومية وضمأن أمن الأمة الثقافي .

٢- جعل التراث العربي الإسلامي المعين الذي يجب أن يستخدم كقاعدة عريضة تغذي الثقافة الإعلامية العربية ، باعتبار أن هذا التراث له معطياته النفسية والقومية لتحجيم عقدة النقص الذي يسببه الغزو الأجنبي في نفوس الشباب ، ومصدرا ثريا لمواجهة تحديات الحياة الجديدة ، وعاملا مساعدا لتشكيل تجانس ذهني وروحي بين شباب الأمة .

٣- بقدر ما تشكل القنوات الفضائية العربية إحدى المناطق الحيوية لاختراق المادة الأجنبية ، فإنها يمكن أن تكون وسيلة ثقافية لوحدة الفكر بين الشباب العربي ، ومصدرا مهما لهم في تكوين رؤية ثقافية موحدة إزاء المشكلات ، والخروج من مأزق الثقافة الإعلامية المعاصرة . فالفضائيات العربية كما أرى ، قربت صورة الوطن الكبير بمدنه وثقافته وهمومه وحياته ولغته المشتركة ، وعمقت مفهوم وحدة الثقافة والمصير المشترك ، اكثر مما فعلته النظريات والتجارب الوجدية والكتابات القومية ، رغم اعترافنا بان السياسة الإعلامية العربية لا تزال تعمل في إطار الثقافة القطرية ، ومبدأ السياسة الإعلامية المركزية الشديدة .

الحقيقة السادسة: تتمثل في إيجاد لجان علمية متخصصة في أجهزة الإعلام قادرة على التقليل من آثار الأفلام وتحصين الشباب ، وذلك من خلال بعض الإجراءات العلمية :

(١) اعتماد مبدأ التخطيط العلمي للتلفزيون باعتماد المعلومات والبحوث الميدانية الإعلامية والاجتماعية والنفسية لمعرفة الشباب واتجاهاتهم وتقاليد المشاهدة وأنماطها ، ورغباتهم وأفكارهم وتطلعاتهم ، مما يسهل على المخطط تحديد الهدف من الرسالة ، والقدرة على التأثير والإقناع .

(٢) إنشاء لجان متخصصة من رجال العلم في مختلف الاختصاصات لاستيراد المادة العلمية الأجنبية وفحصها من جميع جوانبها ، ومدى ملاءمتها للواقع الاجتماعي ضمانا لاختيار المناسب منها ، وتحقيقا لمنع الهدر الاقتصادي .

(٣) التقليل من أفلام العنف ، والتقليل من تكرارها ، خاصة تلك الأفلام التي تحدث بالتفصيل عن السرقة وطرق الجريمة ووسائلها . إضافة إلى التقليل من حدة الإثارة على اختلاف أنواعها ، لما لها من اثر في إشاعة الاهتزاز الناطفي لدى الشباب ، ودفع من يستجيب لتلك الإثارة القيام بما ينافي القيم الإنسانية والأخلاقية . إضافة إلى الابتعاد عن الأفلام والإعلانات التلفزيونية التي تحتوي مضامينها أو أشكالها على عرض النماذج الغربية في الحياة والاستهلاك ، خاصة تلك التي تصور بذخ الحياة البرجوازية لأسباب مقصودة ، أو التي تروج للنمط الاستهلاكي ، والتي تستفز مشاعر الشباب وتدفعهم إلى السلوك الإجرامي لتحقيق ملذاتهم ورغباتهم .

(٤) إحكام الرقابة على أفلام الفيديو التي أصبحت ظاهرة سلبية في حياة الشباب بسبب اختياراتهم الخاطئة لبعض من أنواع الأفلام . وهو الأمر الذي يجعلنا ندعو لمراقبة شديدة لهذه الأشرطة التي تخل بالآداب ، وإيجاد رقابة من الأهل على الأفلام ، وتوجيه الأسر لتقليل وقت مشاهدة الفيديو .

(٥) التقليل من تعرض الشباب للقنوات الفضائية الأجنبية وذلك من خلال استقبال بعض القنوات الأجنبية مركزيا وتوزيعها محليا ، ضمانا لعدم تعرضهم المستمر لها ، ويكون التوزيع على الشبكات المحلية أو الشبكة العامة أو باستخدام شبكة الكوابل ، كما يمكن استخدام نظام التوزيع بالشفرة ، أو زيادة الخدمات أو القنوات على المستوى الوطني ، وكذلك نشر الخدمات التلفزيونية المحلية والإقليمية . وهذه المنافذ الوطنية التي تتناسب مع تعدد المستويات والاحتياجات الثقافية والاجتماعية لفئات المشاهدين ، ومنهم الشباب ، من شأنها الاستغناء عن القنوات الأجنبية ذات التكاليف المرتفعة نسبيا .

فإذا كان التلفزيون في عصرنا ، برأي الكثير من الباحثين ، ليس هو الأداة السحرية القادرة على تشكيل وتغيير العقائد والآراء والاتجاهات والسلوك ، وإنما هو أحد أدوات التشكيل والتغيير ، فإن ملامح الواقع تشير إلى تأثر الشباب العربي بمضامين الغزو الإعلامي ، وتأثير

سلطة التلفزيون على أنماط حياتهم واتجاهاتهم ، وتأثرهم بالكثير من معطيات الثقافة الوافدة ونزعاتها الفلسفية والسياسية والاجتماعية وهذا التأثير له مسبباته الموضوعية المرتبط بالواقع الاجتماعي السياسي وبمشكلة التخلف البنيوي للمجتمع العربي . وتدهور الثقافة الإعلامية العربية وتمطيتها وبعدها عن مشكلات الشباب .

والأخطر ، هو انتظار ما يفرزه القرن الحالي من معطيات أكثر تطورا في الثقافة والمعلومة ، وفي عصر نضج ظاهرة (العولمة) وإفرازاتها المتنوعة ، وما يمكن أن يسببه هذا الوضع العالمي للواقع العربي من أزمات جديدة ، وتعميق للتبعية الإعلامية والثقافية .

- ١- اليونسكو ، وثيقة اهداف واستراتيجيات ، باريس ١٩٩٣ ، ص ٩١ .
- ٢- محمد خليل الرفاعي ، الفيديو : تمدن الوسيلة وإشكالية التعرض . مجلة المستقبل العربي ، العدد (١٩٤) ، بيروت ١٩٩٥ ص ٧٨ .
- ٣- محمد عابد الجابري ، إشكاليات الفكر العربي المعاصر ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ١٩٩٠ . ص ٧٥
- ٤- مسعود ظاهر ، الثقافة العربية في مواجهة التغييرات الدولية الراهنة . الفكر العربي المعاصر ، العددان ١٠٠-١٠١ ، ١٩٩٣ ، ص ٥٦ .
- 5- Tichonor . J. D onohve, A. and Olien, N, Mass media and Differential Growth in knowledge .Pubic Quarterly 34, 1970. P. 74.
- 6- Rogers, M. Communication and Development. The passing og the D ominant paradigm. Communication Research, 3: :123-40-U.S.A (1976).
- ٧- هريوت أ . شيللر ، المتلاعبون بالعقول ، سلسلة عالم المعرفة ، ١٠٦ ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، الكويت ١٩٨٦ ، ص ١٦٤ .
- 8- Argumedo, A . The New World Information Order international power ... Journal of International Affairs, 1981. 35 (2): 183.
- ٩- أنظر للتفاصيل :
- محمد نجيب الصرايرة ، الهيمنة الاتصالية : المفهوم والمظاهر ، مجلة العلوم الاجتماعية ، العدد (٢) ، الكويت ، ١٩٩٠ ، ص ١٤٦-١٤٧ .
- زكي حنوش ، أزمة الشباب العربي بين التغيير والإرهاب وصراع القيم ، مجلة الفكر العربي ، العدد ٨٠ ، بيروت ، ١٩٩٥ ، ص ٤٦-٤٩ .
- ١٠- للتفاصيل عن نتائج البحوث العربية بما يتعلق بسيطرة المادة الأجنبية على مساحات البث في الخطات التلفزيونية العربية أنظر كتابنا : د. ياس البياتي ، احتلال العقول ، دار الحكمة للطباعة والنشر ، بغداد ١٩٩١
- ١٢- د . نواف عدوان . الانعكاسات الثقافية والاجتماعية للبث الأجنبي المباشر ، مجلة الإذاعات العربية ، العدد (١) ، تونس ١٩٩٦ ، ص ٥٦ .
- ١٣- المجلس الأعلى للاتصال المرئي والمسموع ، برامج للشباب ، منشورات المجلس ، باريس ١٩٩٣ ، ص ٢٢ (باللغة العربية) .
- ١٤- يقدر عدد الشباب اليوم في العالم حسب آخر إحصائية للأمم المتحدة لعام ١٩٩٨ بـ ١,٠٥ بليون نسمة الذين تتراوح أعمارهم بين ١٥-٢٤ سنة ، أي بنسبة ١٧,٦% من مجموع سكان العالم الذي يقدر بـ (٦) بلايين نسمة . أنظر : صندوق الأمم المتحدة للسكان ، حالة سكان العالم ١٩٩٨ ، نيويورك ١٩٩٨ ص ٣ .
- ١٥- يشكل الشباب في الوطن العربي القاعدة العريضة للهرم السكاني إذ أن (٥٠%) من السكان هم دون العشرين عاماً وإن أكثر من (٤٥%) هم دون الخامسة عشرة سنة . أنظر : جامعة الدول العربية ، الإدارة العامة للشؤون الاجتماعية ، إدارة الشباب والرياضة ، المشروع المشترك بين اليونسكو واتحاد إذاعات الدول العربية وصندوق الأمم المتحدة للأنشطة السكانية العربية حول دور الشباب في قضايا السكان والتنمية في الوطن العربي ، تونس ١٩٩٠ . ص ١١ .

- ١٦- كويل ، د . وويزل ، س . أنماط الإعلام لأغراض دراسة الاتصال الجماهيري ، ترجمة / محمد حسن ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والإعلام ، تونس ١٩٨٩ ، ص ٩ .
- ١٧- لمزيد من التفاصيل عن النماذج المعاصرة لتأثير وسائل الإعلام ، أنظر : جمال جاسم المنيسى . نشأة المداخل العلمية لدراسة تأثير وسائل الإعلام وتطورها ، المجلة العربية للعلوم الإنسانية ، العدد (٤٦) ، مجلس النشر العلمي ، جامعة الكويت ١٩٩٤ ، ص ٦٢-٧٣ .
- ١٨- د . انشراح الشال ، مدخل في علم الاجتماع الاعلام ، مكتبة نهضة الشرق ، القاهرة : ١٩٨٥ ، ص ١٤٠ .
- ١٩ لمزيد من التفاصيل عن دور التلفزيون وتأثيراته في المجتمع الأمريكي . أنظر : أو ستناي ، قنوات السلطة أو تأثير التلفزيون في السياسة الأمريكية ، ترجمة / موسى جعفر ، سلسلة المائة كتاب ، دار الشؤون الثقافية المادية . بغداد ١٩٨٥ ، ص ١٤٠ .
- 20- Kagan, G . and Moss, H . Birth to maturity . London : Wiley. 1977 . p .12 .
- 21-Bandurs. A. op. C it, p . 4 .
- ٢٢- د . ياس البياتي ، دراسات معاصرة في الإعلام والدعاية ، دار الحكمة للنشر والطباعة ، بغداد ١٩٩٠ ، ص ١٦٦ .
- 23- John, M, The word Elite press, Confernce given at N T S U, Denton USA. 1980, p. 16.
- ٢٤- زكي الجابر ، الإعلام والمؤسسة التعليمية : وقائع ندوة ماذا يريد التربويون من الإعلاميين ، الجزء الثاني ، الطبعة الثانية ، مكتب التربية العربي لدول الخليج ، الرياض ١٩٨٦ . ص ١٤٦ .
- ٢٥- د . ياس خضير البياتي، الفضائيات : الثقافة الوافدة وسلطة الصورة، مجلة المستقبل العربي . العدد ٢٦٧، بيروت ٢٠٠١ ، ص ١١١-١٢٧