

### الفصل الثالث

## الإعلام وديموقراطية الثقافة



## العلاقة بين الإعلام والثقافة

رغم الدور البارز الذي لعبته وسائل الإعلام في خدمة الثقافة عبر مراحل التاريخ المختلفة، إلا أنها كثيراً ما عانت من سوء فهم المنقذين لدورها أو عدم تقديرهم لهذا الدور، ولعله يكاد إن يكون قانوناً ثابتاً، أن يستقبل المنقذون كل وسيلة جديدة من وسائل الإعلام بقدر غير قليل من الشك والاستعلاء وعدم الثقة، ثم سرعان ما يتأقلمون مع تلك الوسيلة الجديدة عندما يدركون قدر ما تحققه للثقافة من خدمات جليّة.

وفي بداية ظهور الصحافة في غرب أوروبا خلال القرنين السابع عشر والثامن عشر، قوبلت بنظرة تتم عن الخوف وعدم الاحترام من جانب النخبة المثقفة، وقد بلغ الأمر حداً دفع الفيلسوف الفرنسي "جاك روسو" إلى القول الصحيفة لبست سوي نشره عابره لا فضل لها ولا إفادة فيها، ولا تفيد قراءتها المهملة والمختصرة من قبل الرجال المثقفين إلا في إعطاء النساء والأغبياء غروراً فوق غرورهم"، كذلك فقد أشار المفكر الفرنسي ديدرو في موسوعته إلى الصحف باعتبارها "هذه الأوراق جميعها غذاء الجهلة ومورد الذين يريدون التحدث والحكم بدون قراءة، ولم يكن غريباً أن أغلب الفلاسفة والمفكرين الفرنسيين الذين وجدوا في الفترة التي سبقت الثورة الفرنسية مثل فولتير ومنسكيو وديدرو لم يكتبوا قط في الصحف التي كانت تصدر في عصرهم، وقد حدث العكس تقريباً بعد الثورة وخاصة بعد أن تحولت الصحافة في فرنسا وفي

أوروبا الغربية بأكملها من صحافة خبر إلي صحافة رأي، لذلك لم يكن غريباً أن يندفع عدد كبير من المثقفين الفرنسيين إلي إصدار الصحف للتعبير عن أفكارهم، فقد أصدر ميرابو صحيفة "لوكوربيه ده يرفانس" وإصدار مارا صحيفة (لامي دوبيول) وأصدر باييف صحيفة (له تربين دبول) ولعل أكبر دليل علي تعاضم قدر الصحافة قول نابليون بونابرت عن صحيفة (له مونبتور) "أنها قلب حكومتي ومصدر قوتها وهي كذلك وسيطي لدي الرأي العام في الداخل والخارج وكلمة الأم لأنصار الحكومة"<sup>(١)</sup>.

وقد حدث نفسي الشيء تقريباً في بداية ظهور السينما والراديو والتلفزيون والفيديو والقنوات الفضائية، وقد حدث ذلك في الماضي وما زال يحدث اليوم رغم وجود ارتباط وثيق بين الإعلام والثقافة، بل يمكن أيضاً أن نعتبرهما شيئاً واحداً يحدث، أو علي الأقل وجهان لعملة واحدة، أو أن أحدهما جزء من الآخر، فإذا انظرنا إلي الثقافة باعتبارها "مجموع انجازات الإبداع الإنساني، أو كل ما إضافة الإنسان إلي الطبيعة" وإذا نظرنا إلي الإعلام بمعنى Communication ، أي الاتصال وهو "عملية" تبادل المعلومات والحقائق والآراء والأفكار والرسائل فيما بين الأفراد والجماعات لكان معني ذلك إن الاتصال هو الناقل الأساسي، بل الوحيد للثقافة!

أما إذا نظرنا إلي الإعلام بمعني Information أي المنتج الإعلامي، أو مخرجات وسائل الاتصال بما تحتويه من معلومات وآراء وأفكار ورسائل وسائر مضامين الأنشطة والإبداعات الثقافية، لكان معني ذلك أن الإعلام جزء من الثقافة، أو هو الثقافة نفسها، إن الفرد كعضو في جماعة يستقبل الرموز والمضامين الثقافية وينقلها إلي غيره عبر نوعين من وسائل الاتصال والإعلام، الأول الاتصال والإعلام المباشر والذي يأخذ أحيانا شكل الاتصال الشخصي كما في اللقاءات الثنائية، ويأخذ في أحيان أخرى شكل الاتصال الجمعي كما يحدث في فصول المدارس وقاعات المحاضرات بالجامعات وفي المساجد وفي الندوات والمؤتمرات وفي المسرح وغيره، أما النوع الثاني فيتم عن طريق وسائل

الاتصال والإعلام الجماهيري كالنشرات والكتب والصحف والراديو والسينما والتلفزيون والفيديو والقنوات الفضائية والإنترنت وغيرها، فإذا بحثنا عن وسائل نقل المضامين الثقافية لما وجدنا سوي وسائل الاتصال والإعلام بنوعيتها المباشر والجماهيري، ولا شيء غيرهما.

إن هذا التصور للعلاقة بين الثقافة والاتصال والإعلام لا يعني أن كل ما ينقل عبرهما هو ثقافة<sup>(٢)</sup>، وفي الوقت نفسه فمن عبر المتصور تحمل كافة الرسائل الإعلامية مضامين ثقافية، كذلك فإن وسائل الاتصال ليست مجرد أدوات محايدة لنقل الثقافة، فهي تؤثر في هذه الثقافة وتتأثر بها، وفي حالات كثيرة فإن الوسيلة تصبح هي الرسالة، فالكيفية التي تنتقل بها ثقافة ما تؤثر في هذه الثقافة وتحدث بها تغييرات جذرية بحيث تكتسب هذه الثقافة سمات الوسيلة التي تنقلها<sup>(٣)</sup>، فالقصيدة الشعرية التي تلقي شفاهة تحمل كافة سمات الاتصال المباشر، وتكتسب القصيدة ذاتها سمات الاتصال الطباعي عندما تتحول إلى ديوان مطبوع، فإذا ما تحولت إلى قصيدة مغناة تبث من خلال شاشة التلفزيون، تكتسب سمات الاتصال التلفزيوني الذي بجميع بين الصوت والصور المتحركة.

كذلك فإن ظهور وسائل جديدة للاتصال يؤدي إلى ظهور ألوان جديدة من الثقافة لم تكن معروفة من قبل ما كان يقدر لها أن توجد بدون ظهور هذه الوسيلة الجديدة وعلي سبيل المثال فإنه بدون وجود المطبعة ما وجدت الرواية الأدبية، وبدون الصحف ما وجدت القصة القصيرة والمقال النقدي، وبدون وجود الراديو والتلفزيون ما وجدت الدراما الإذاعية والتلفزيونية وهذا الأمر مع العديد من ألوان الإبداع الثقافي التي ظهرت بوجود وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية<sup>(٤)</sup>.

خلاصة القول إن الثقافة تؤثر وتتأثر بالوسيلة التي تنقلها بحيث تضيف علي الوسيلة طابعها، وفي ذات الوقت تكتسب هي طابع الوسيلة التي تنقلها.

## التفسير الإعلامي للتاريخ الثقافي

أن التاريخ الثقافي للبشرية يسير في خط متواز مع التطور التاريخي لوسائل الاتصال والإعلام، فكما يوجد التفسير الاجتماعي أو الاقتصادي أو السيكولوجي للتاريخ، فهناك أيضا ما يكن إن نسميه التفسير الاتصالي والإعلامي للتاريخ وهو تفسير يقوم علي تقسيم التطور الإنساني تبعا لمراحل تطور وسائل الاتصال والإعلام<sup>(٥)</sup>، فهناك مرحلة الاتصال الشفهي في التاريخ (النفخ في الأبواق والمنادين والخطباء والشعراء ورواة القصص والأساطير، وتلتها مرحلة الاتصال الخطي (النقش علي الأحجار والرسم علي الجدر أن والمقابر والمعابد والقصور والكتابة علي الجلود أو الورق) ثم مرحلة الاتصال الطباعي (النشرات والكتب المطبوعة والصحف) وأخيراً مرحلة الاتصال والإعلام الإلكتروني والاتصال والإعلام الشفهي والراديو والسينما والتلفزيون والفيديو والكمبيوتر وأقمار الاتصال الصناعية).

وقد ارتبطت ثقافة كل عصر بطبيعة المرحلة الإعلامية، ففي مرحلة سادت الثقافة الشفهية، وفي مرحلة الاتصال والإعلام الخطي وجدت الثقافة الخطية أو المكتوبة، وفي مرحلة الاتصال والإعلام المطبوع، سادت الثقافة المطبوعة، وفي مرحلة الاتصال والإعلام الإلكتروني سادت ثقافة الصوت والصور المتحركة.

وعلى ضوء هذا التفسير الاتصالي والإعلامي للتاريخ يتضح لنا أن الاتصال

والإعلام المباشر قد انفرد وحده بمرحلة الاتصال والإعلام الشفهي، وكذلك الحال بالنسبة للثقافة، فقد كانت شفوية وبالتالي اعتمدت على الاتصال المباشر، وقد استمر نفوذ الاتصال المباشر وما ارتبط به من إعلام وثقافة شفوية طوال المرحلة التالية، أي مرحلة الاتصالي الخطي، وذلك لندرة من كانوا يعرفون القراءة والكتابة في تلك العصور، ولأن القراءة والكتابة لا تلغي الاتصال المباشر، أما في المرحلتين التاليتين، أي مرحلة الاتصال الطباعي ومرحلة الاتصال الإلكتروني فقد اعتمد الإعلام والثقافة على وسائل الاتصال الجماهيري، ومن ثم فقد ظهرت بالتالي الثقافة الجماهيرية، وهكذا عملت وسائل الاتصال الجماهيرية على إيجاد ثقافة جديدة لها طبيعة مغايرة للثقافة التقليدية التي كان يتم نقل أغلبها عن طريق الاتصال المباشر بنوعية الشخصي والجمعي، ولم تعد وسائل الاتصال الجماهيرية تكفي بمجرد نقل الثقافة ونشرها، بل أصبحت تقوم بانتقاء محتواها أو ابتداعه.

ومن المهم الانتباه أن التطور الاتصالي والإعلامي وكذلك التطور الثقافي عبر التاريخ لم يكن يتم بشكل منتظم، ففي الوقت الذي عرفت فيه بعض الشعوب الإعلام والثقافة المطبوعة، كانت هناك لشعوب ما تزال تقف عند المرحلة الشفهية أو الخطية للإعلام والثقافة، كذلك فإن تكنولوجيا الاتصال والإعلام لم تظهر وتنتشر في المراحل الثلاث الأولى الشفهية والخطية والطباعية بنفس السهولة والسرعة التي تنتشر بها في المرحلة الرابعة الإلكترونية وهو ما انعكس بدوره على الثقافة، ثم أنه من المهم ملاحظة أنه لا توجد حدود فاصلة بين المراحل التاريخية الأربعة التي مرت بها وسائل الاتصال ومن ثم مرت بها الثقافة، كذلك لم يكن هناك ما يمنع من أن تتداخل مرحلتان أو أكثر معاً فقد وجد الإعلام ووجدت الثقافة المخطوطة في نفس الوقت مع الإعلام والثقافة الشفهية، ولكن من الضروري ملاحظة أن الإعلام والثقافة الخطية قد ارتبط ظهورها باكتشاف القراءة والكتابة، فالمجتمعات التي لم تعرف القراءة والكتابة لم تعرف

الإعلام والثقافة الخطية، كذلك فقد ارتبط ظهور الإعلام والثقافة المطبوعة باكتشاف المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر الميلادي، وإن المجتمعات التي لم تعرف المطبعة، لم تعرف الإعلام أو الثقافة المطبوعة.

ورغم التطور الهائل في وسائل الاتصال والإعلام في عصرنا الراهن فإن معظم شعوب العالم وعلى الأخص سكان الريف في البلدان النامية مازالوا يبعثون ويستقبلون رسائل ثقافية من خلال قنوات الاتصال المباشر ومن المتوقع أن يستمر هذا الوضع لسنوات طويلة قادمة، كذلك فمن المستحيل أن نفهم فهماً كاملاً مزايا وحدود وسائل الاتصال الالكترونية إذا اعتبرناها عناصر مستقلة عن قنوات الاتصال المباشر، لأن شبكات الاتصال بشكل عام تنمو بطريقة تراكمية أو تجميعية، بحيث يضاف كل شكل جديد فيها إلى الأشكال القديمة دون أن يؤدي إلى اختفائها، وعلى العكس فإن الاتصال المباشر يكتسب دلالة جديدة في مواجهة التأثيرات اللاشخصية للتكنولوجيا الحديثة، وبالتالي مازال يمثل جزءاً هاماً من شبكة الاتصالات سواء في الدول النامية أو الدول المتقدمة وأن نمو وسائل الاتصال الحديثة قد يعزز في كثير من الحالات قنوات الاتصال المباشر ويجعلها أكثر يسراً وفاعلية<sup>(1)</sup>، وعلى سبيل المثال فإن التطور السريع في تكنولوجيا الاتصال الجماهيري في ميادين السينما والتلفزيون والفيديو لم يضعف المسرح، وهو يقوم على الاتصال المباشر، بل أن المسرح استفاد في جوانب كثيرة بهذا التطور.

وعلى ضوء التفسير الإعلامي للتاريخ الثقافي فإن القراءة الاتصالية والإعلامية لأداب وفنون العصور المختلفة وخاصة العصور القديمة وجانب من العصور الوسطى يمكن أن يضع أيدينا على حقائق مثيرة، فإن رواة القصص والأساطير والملاحم من الشعراء والمنشدين في الحضارات القديمة إنما كانوا يقومون جميعاً بمهام اتصال وإعلام، فقد أدت الرغبة في الاحتفاظ برواية الأحداث الكبرى في التاريخ إلى وضع ملاحم وسير وقصص لو خضعت

للتحليل العلمي لما زادت عن مجموعة من القصص الصحفية الإخبارية الجيدة، لقد حرص قدماء المصريين ومن بعدهم الإغريق والرومان على تمجيد حكامهم وزعمائهم وتخليد ذكرى أبطالهم فنصبوا لهم التماثيل والهيكل والمعابد وأقاموا لتكريمهم أعياداً واحتفالات وألفوا الملاحم والسير في الإشادة بانتصاراتهم<sup>(٧)</sup>. وقد حفظت لنا الآثار التاريخية من هذه الملاحم، ملحمين شعريتين تركهما شاعر الإغريق الكبير هو ميروس هما الإلياذة والأوديسيا<sup>(٨)</sup>. واشتهرت في الحضارة الرومانية ملحمة "الإلياذة" لفرجيل وفيها محاكاة لإلياذة هوميروس حيث حكى قصة تأسيس مدينة روما، كذلك اشتهر للرومان أيضاً (المواعظ) للشاعر هوراس<sup>(٩)</sup>.

ويمكن أن نجد مقابلاً لذلك في الحضارة العربية سواء كان ذلك قبل ظهور الإسلام أو بعد ظهوره، فقد أنشأ العرب منذ القرن السابع الميلادي لغة أدبية متقدمة في ساحة الفكر، وأخذت البلاغة والشعر تحتلان مكانة عظيمة عندهم، واخترعت عدة أشكال أدبية لعل أبرزها النثر المسجوع وأنواع عديدة من الأوزان، واتخذت المنظومات أساليب جديدة فراج قرص الشعر كثيراً، وذلك لمدح أبطالهم وقبائلهم ودم أعدائهم، واشتهرت لهم العديد من الملاحم والسير التي سجلت أهم حوادثهم وطابع حياتهم، لعل أهمها عنتره بن شداد وسيف بن ذي يزن والسيره الهلالية وألف ليلة وليلة.

ومن المهم أيضاً أن نعيد تفسير العوامل التي دعت الحكام في العصور القديمة والوسطى إلى رعاية وتشجيع الثقافة والمتقنين وخاصة الشعراء منهم، أن هذه الرعاية لم تكن بسبب إعجاب هؤلاء الحكام بالأدب أو الفن أو الشعر فقط، وإنما لما كان يقوم به الأدب والشعر من وظائف إعلامية في خدمة الحكام.

## الإعلام الإلكتروني وديموقراطية الثقافة

في ظل سيادة الثقافة الشفهية في مرحلة الاتصال والإعلام المباشر، كانت الثقافة ذات مستوى واحد في كل تجمع بشري، فلم تعرف ذلك التمايز الذي تشهده اليوم بين ثقافة للنخبة وثقافة للجماهير العريضة، ولكن هذا التمايز بدأ يظهر بالتدرج في مرحلة الاتصال والإعلام المخطوط وما ارتبط به من ثقافة خطية أو مكتوبة، إذ اتسعت المسافة بين من يعرفون القراءة والكتابة وبين الجمهرة الغالبة من الأميين في أغلب المجتمعات البشرية، وبدأ يظهر في معظم الحضارات الإنسانية ذلك التمايز في الثقافة بين لغة الكتابة ولغة الحديث، وبين الفصحى والعامية أو اللهجات المحلية، وقد ازداد هذا التمايز وضوحاً في مرحلة الاتصال والإعلام الطباعي ثم أصبح طابع مرحلة الاتصال والإعلام الإلكتروني.

ورغم هذه الثنائية الثقافية فإن وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية قد لعبت دوراً هاماً في إضفاء طابع ديموقراطي على الثقافة، فقد نقلتها من الصفوة إلى العامة، إذ تشكل وسائل الإعلام الجماهيرية بالنسبة لملايين من الناس الوسيلة الأساسية في الحصول على الثقافة وجميع أشكال التعبير الإبداعي.

وفي الوطن العربي بدأ التمايز بين لغة الكتابة ولغة الحديث بعد ظهور الإسلام وتدوين القرآن، وبالتدرج أصبحت العربية الفصحى لغة الممارسة

الدينية والثقافية فكراً وعملاً، وظهرت تلك الثنائية التي اتسمت بها الثقافة العربية بين ثقافة روحية وثقافة مادية وبين ثقافة قومية وأخرى قطرية.

ومن الضروري أن نَعترف بأن بعض ألوان الثقافة في عصر الاتصال والإعلام الجماهيري نجحت في أن تكون ثقافة قومية رغم استخدامها العاميات أو اللهجات المحلية في بعض أقطار العالم العربي، ورغم أن هذا الأمر له جانبه الإيجابي، إلا أنه يشكل في رأينا- أحد التحديات الكبرى التي تواجه العربية الفصحى في عصر الاتصال والإعلام الجماهيري، خاصة وأن اللغة هي الناقل الأساسي للحضارة وأن التقليل من مكانة اللغة يمكن أن يفقد وراثتها هويتهم، وأن السماح بأضعاف اللغة أو تلاشيتها، خسارة ثقافية لا يمكن لأي أمة تعويضها<sup>(١٠)</sup>.

إن اللغة يمكن بسهولة أن تدعم سيطرة الصفوة السائدة ولكنها يمكن من ناحية أخرى أن تدعم الديمقراطية الثقافية من خلال تطوير اللغة القومية بحيث تكفل التعبير عن أي فكرة في مجالات التكنولوجيا والعلوم والتربية والثقافة وتسهيل تبادل المعلومات الفنية والعلمية والثقافية بحيث لا يكون تناثر اللغات أو تعددها مشكلة، كما أوضحت ذلك التجارب التي مرت بها بلدان مثل الهند وبلجيكا، حيث ساعدت ديموقراطية الاتصال بدعم الثقافة القومية<sup>(١١)</sup>.

إذا كان لوسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية المطبوعة والالكترونية فضل في إضفاء الطابع الديمقراطي على الثقافة من خلال تحويلها من ثقافة للنخبة إلى ثقافة للجماهير العريضة، فإن هذا الدور يحمل في ذات الوقت بعض التأثيرات السلبية على الثقافة، فإن إدخال وسائل إعلام جديدة وخاصة التلفزيون والفضائيات في المجتمعات التقليدية كثيراً ما يؤدي إلى زعزعة عادات ترجع إلى مئات السنين والتشكيك في ممارسات حضارية كرسها الزمن، وغالباً ما يصاحب الفوائد التي تأتي بها وسائل الاتصال والإعلام الحديثة ممارسات سلبية

تشيع القلق في المجتمعات المستقرة، وفي بعض الحالات قامت وسائل الاتصال والإعلام الحديثة بتشويه أنماط ثقافية كان يجب الحفاظ عليها، ومما لاشك فيه أن عملية التحديث الثقافي التي نتجت عن انتشار وسائل الاتصال والإعلام المطبوعة والالكترونية قلما تتم في كثير من المجتمعات دون أن تصاحبها بعض عوامل التمزق والاضطراب في النسيج الثقافي لهذه المجتمعات.

ومن المهم أن نعترف أن معظم السلبيات التي تصاحب وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري لا ترجع إلى طبيعة هذه الوسائل باعتبارها وسائل مطبوعة أو الكترونية، وإنما بسبب الظروف الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي صاحبت ظهور هذه الوسائل وانتشارها، فقد ظهرت هذه الوسائل في المجتمعات الغربية حيث يسود المثل الأعلى الاستهلاكي القائم على المصالح التجارية، ومن ثم فهي تركز على نقل ثقافة التسلية والترفيه أكثر مما تعرض من ألوان الثقافة الرفيعة، كما أنها تخضع للإعلان وتلبية رغبات المستهلكين، وهو الأمر الذي يؤدي في كثير من الأحيان إلى تسطيح الإنتاج الثقافي ونمطيته<sup>(١٢)</sup>.

وقد أدى الخلط بين الإعلان والثقافة في وسائل الإعلام الجماهيرية إلى تشويه كثير من ألوان الإبداع الثقافي، ورغم أن الإعلان يعتبر مادة ثقافية بما يسهم به في تأصيل بعض العادات أو نبذها وبما يوجده من أنماط حياة وسلوك في مختلف المجالات سواء في المأكل أو الملبس أو المسكن، إلا أنه غالباً ما يكون أسيراً للمثل الأعلى الاستهلاكي القائم على المصالح التجارية.

لقد غلب على مرحلتي الاتصال الشفهي والخطي في التاريخ طابع الثقافة المحلية، وإن كان هذا لا ينفي أنه حدث في معظم فترات العصور القديمة والوسطى اتصال ثقافي بين الشعوب سواء عن طريق الهجرات أو الغزوات أو عن طريق الرحالة، فضلاً عن قيام بعض حركات الترجمة النشطة في بعض الحضارات رغم ما اكتنفها من صعوبات النسخ المحدود في مرحلة الاتصال

الخطي. وفي مرحلة الاتصال الطباعي، أخذت الثقافة تكتسب بالتدريج أبعاداً عالمية بما وفره لها التوزيع الجماهيري الواسع للكتب والصحف المطبوعة، وخاصة تلك التي كتبت بلغات ذات نفوذ دولي في ذلك الوقت مثل الفرنسية والإنجليزية.

وفي مرحلة الاتصال الإلكتروني حدث تطور مذهل يتضاءل أمامه كل ما تحقق من تطور عبر المراحل الثلاث السابقة، والذي تمثل أخيراً في ذلك الاندماج الذي جرى بين ظاهرتي انفجار المعلومات وثورة الاتصال، والمظهر البارز لانفجار المعلومات يتمثل في المعالجة الآلية للمعلومات، حيث تمت الاستعانة بالحاسب الآلي في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري في أقل حيز متاح وبأسرع وقت ممكن، أما ثورة الاتصال فقد تجسدت في معالجة المعلومات عن بعد باستخدام أقمار الاتصال الصناعية، وبذلك أمكن لملايين الأنباء والبيانات والأفكار والآراء والصور والرموز أن تتدفق عبر الدول والقارات والمحيطات بطريقة فورية ومكتوبة وبالصوت والصورة، وبذلك انفتح أمام الاتصال الثقافي الدولي آفاق ديموقراطية لا حدود لها.

لقد أضفى تطور الاتصال الإلكتروني طابعاً دولياً على الثقافة وقد أصبح من الصعوبة التفارقة الدقيقة بين ما هو ثقافة وطنية وما هو ثقافة أممية فالثقافة الوطنية التي ينتجها مجتمع ما لمواطنيه، قد أصبح لها شكل من الأشكال، ومقصود أو غير مقصود بعداً أممياً فالثقافة التي تبثها محطات التلفزيون والفضائيات في الولايات المتحدة وكندا واليابان ودول غرب أوروبا ودول أخرى في الشرق والغرب والتي أعدت في الأصل لجمهورها المحلي، أصبح معظمها بالبث عبر الأقمار الصناعية، يشاهد في أنحاء متفرقة من العالم، وقد اكتسبت بذلك بعداً دولياً لم تسعى إليه أصلاً، ولكن تطور تكنولوجيا الاتصال جعل ذلك ممكناً، كذلك فإن الثقافة التي تبثها برامج الراديو في معظم دول

العالم، أصبحت تسمع في أماكن أبعد من حدودها الوطنية، بفضل تطوير إمكانات الموجة المتوسطة والقصيرة، ومعظم برامج هذه الخدمات الإذاعية يستهدف في الأصل المستمع المحلي، ولكن التطور التكنولوجي أضاف إليها بدرجة ما بعداً دولياً، وتتسحب نفس الظاهرة على الثقافة في الصحف أيضاً سواء منها الجرائد اليومية أو المجلات الأسبوعية أو الشهرية أو الفصلية، فإن التقدم الكبير في وسائل المواصلات اختصر الكثير من الوقت والجهد والمال اللازم للتوزيع خارج الحدود الوطنية، وقد شجع هذا التطور العديد من الصحف المحلية وخاصة التي تصدر باللغات الأكثر تداولاً في العالم، على التواجد في الأسواق العالمية، أما الصحف الدولية من الأصل، فقد زادت فعاليتها واتسع مجال انتشارها ووصلت إلى أماكن لم تصل إليها من قبل بفضل تطور تكنولوجيا الاتصال، فعن طريق جهاز الفاكسميلي مثلاً أمكن إرسال صفحات الجريدة بالكامل من المقر الرئيسي إلى أي مكان آخر في العالم، حيث تطبع وتوزع على القراء في نفس الوقت الذي تطبع وتوزع في مقرها الرئيسي، ولم يعد مستغرباً أن نجد صحفاً دولية تطبع في عشر عواصم في وقت واحد، وقد تأكد الآن أن أكبر إنجاز حققته الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال، إن المسافات لم تعد عقبة أمام تبادل الثقافات على المستوى الدولي.

وقد قوبل هذا التطور، في البداية، بترحيب من كافة الأمم، وكان الأمل يحدو الجميع في أن تعم فوائده الثقافية على الكافة، ولكن سرعان ما خيب هذا التطور الآمال التي عقدت عليه، فقد أدى هذا التطور إلى زيادة الفجوة الثقافية بين الدول الصناعية المتقدمة من ناحية والدول النامية من ناحية أخرى، حيث وجدت دول تتمتع بوفرة في الإنتاج الثقافي ودول أخرى تعاني من مجاعة في هذا الإنتاج، ويوماً بعد يوم تتسع الفجوة بين الدول المتقدمة والدول النامية، وتشير الإحصاءات الحديثة لليونسكو أن الدول الصناعية المتقدمة تستخدم ٩٢% من

الطيف اللاسلكي ومن المدار الذي تطلق إليه الأقمار الصناعية، وأن هذه الدول تملك ٨٨% من إمكانيات الحاسب الآلي، وأن ٧٠% من سكان العالم، وهم أبناء الدول النامية في آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية لا يملكون سوى ٤٠% من الصحف الصادرة في العالم و ٢٢% فقط من عدد النسخ المتداولة، وأن ٤٨% من أجهزة الراديو توجد في أمريكا الشمالية و ٣٢% في أوروبا في حين لا يزيد نصيب آسيا عن ١٢% أمريكا اللاتينية عن ٩% وأفريقيا ٣% فقط، وبالنسبة لأجهزة التلفزيون تصل إلى ٣٧% في أمريكا الشمالية و ٣٤% في أوروبا و ١٦% في آسيا و ٩% في أمريكا اللاتينية و ٣% فقط في أفريقيا.

وفي مجال إنتاج الكتاب فإن الولايات المتحدة وأوروبا الغربية وروسيا الاتحادية وكندا وأستراليا ونيوزلندا واليابان تنتج ٨١% من مجموع الكتب في العالم، في حين لا تضم هذه الدول سوى ٣٠% من مجموعة سكان العالم، مما يدل على أن ٧٠% من سكان العالم من أبناء الدول النامية لا ينتجون سوى ١٩% فقط من مجموع الكتب الصادرة سنوياً<sup>(١٣)</sup>.

وقد ترتب على هذا الوضع ظهور ما يمكن أن نسميه بظاهرة التبعية الإعلامية<sup>(١٤)</sup>، حيث أصبحت البلدان النامية تستورد نسبة عالية من المنتجات الثقافية من عدد قليل من البلدان المتقدمة، وبالمقارنة نجد التدفق في الاتجاه العكسي ضئيلاً للغاية، فالبلدان المتقدمة تحصل من البلدان النامية على ما عندها من عناصر الثقافة، بينما تحصل البلدان النامية على كثير مما يمكن وصفه بأي معيار موضوعي بأنه من أسوأ ما ينتج في البلدان المتقدمة<sup>(١٥)</sup>. ولا مناص من أن يضر هذا التبادل غير المتكافئ بالثقافة الوطنية للبلدان النامية، فالمواد المستوردة تزاحم إنتاج الكتاب والموسيقيين وصانعي الأفلام وسائر الفنانين والمبدعين بهذه البلدان، كما أن المواد الثقافية المنتجة محلياً على غرار النماذج المستوردة تؤدي بدورها إلى تكريس التبعية الثقافية للدول المتقدمة.

ويثير هذا الوضع غير المتكافئ العديد من المخاوف لدى الكثير من الدول النامية ومن بينها الدول العربية من هيمنة الإنتاج الإعلامي الغربي، خاصة وأن نسبة غير قليلة من المنتجات الإعلامية الغربية تقدم كسلعة تجارية تم تسويقها كأى سلعة أخرى<sup>(١٦)</sup>. وذلك ناتج عن سيطرة النزعة الاستهلاكية في المجتمعات الغربية فمعيار نجاح المنتج الإعلامي في الغرب الرأسمالي هو حجم المبيعات ومقدار الأرباح التي يحققها هذا الإنتاج<sup>(١٧)</sup>، لذلك فقد غلب عليه الطابع الترفيهي.

ولكن الذي يهم معظم الحكومات في العالم الثالث هو تخوفها أن ينجم عن البث الفضائي الإلكتروني مخاطر سياسية نتيجة بث برامج معادية لأنظمة الحكم بما يهدد الاستقرار السياسي بهذه الأنظمة<sup>(١٨)</sup>، خاصة وأن تطور تكنولوجيا الاتصال الفضائي الإلكتروني جعل من أية محاولات لمنع أو الرقابة أو التشويش على هذا الإعلام أمراً شبه مستحيل من الناحية التقنية<sup>(١٩)</sup>.

وفي العالم العربي جرت وما تزال عدة محاولات لضبط أداء الإعلام الفضائي العربي وعبر الجامعة العربية، وقد قوبلت هذه المحاولات بمعارضة قوية من جانب معظم وسائل الإعلام الفضائي العربية ومن جانب كثير من القوى والمنظمات السياسية العربية<sup>(٢٠)</sup>.

والحل الذي نقترحه في مواجهة المحاولات الحكومية العربية لتقييد البث الفضائي الإلكتروني يقوم على الاستفادة من تجارب المجتمعات الديمقراطية التي قامت بتشجيع وسائل الإعلام الفضائي على وضع ميثاق شرف إعلامية تتبع من الإعلاميين أنفسهم ولا تفرض عليهم من السلطات الحكومية، وهذه الميثاق يمكنها أن تعالج أي خروج على القيم والأعراف مع الضمان الكامل لحريتها في التعبير، وهذا الحل يتمشى مع بعض المحاولات الدولية الجارية الآن عبر عدد من المنظمات الدولية لصياغة عدد من الميثاق التي تسمح

بالاستفادة العادلة من تطور تكنولوجيا الاتصال الإلكتروني لكافة الشعوب وذلك لضمان السريان الحر لثقافات الأمم بما يساعد على تنمية التفاهم بين الشعوب في إطار الاحترام المتبادل لتعدد سياسات الدول والتنوع في الثقافات الوطنية، فالتنوع والتبادل الحر يشكلان جناحي ديموقراطية الثقافة والإعلام، سواء على المستوى الوطني أو الدولي.

## هوامش الفصل الثالث

(١) فرانسوتيرو والبيربيار: تاريخ الصحافة، ترجمة عبد الله عنان، المنشورات العربية، بيروت ص١٤-١٥.

(٢) شون ماكبرايد: الاتصال والمجتمع، اليونسكو، ص ٨٢-٨٣.

(3) Alfred G. Smith: Communication and Culture: Holt, Rineh art and Winston. London. 1992, p.p, 12- 13.

(٤) من المهم الإشارة إلى وجود عشرات التعريفات لمفهوم الثقافة، منها ما يضيق بالمفهوم حتى يقصره على الآداب والفنون ومنها ما يتسع به ليشمل كافة أشكال الإبداع الإنساني، ورغم ذلك نود التأكيد على أن الثقافة تشمل بالتأكيد ذلك المركب المتجانس من الذكريات والتصورات والقيم والرموز والتعبيرات والإبداعات التي تحتفظ لجماعة بشرية ما بهويتها الحضارية (محمد عابد الجابري: الثقافة العربية اليوم، ومسألة الاستغلال الثقافي- مجلة المستقبل العربي- بيروت أغسطس ١٩٩٣ ص٩)، وبالتالي فالثقافة هي حصيلة لقاء ديناميكي بين دلالة الخبرة الماضية وعملية المواجهة اليومية لمشاكل الوجود الإنساني، وبهذا المعنى هي جامدة ومتجددة في أن واحد، الخبرة تصير علامة على المعرفة، والتفاعل المستمر تعود إلى مرونة إزاء الواقع المتجدد، وبالتالي فلا ثقافة دون تاريخ، ولا ثقافة دون حركة مستمرة وانبعثت دائم نحو التغيير والتجديد (حامد ربيع: الثقافة العربية، دار الموقف العربي القاهرة، ١٩٨٣، ص٥٢)، الثقافة هي مجمل التراث الإنساني، وهي أسلوب حياة المجتمع، لذلك فلكل شعب ثقافته.

(٥) يقصد بالاتصال عملية انتقال الآراء والأفكار والمعلومات داخل مجتمع ما، وهذا المفهوم باعتباره تعبيراً لغوياً مشتقاً من التواصل بمعنى المشاركة وهو المعنى الذي تفسره الكلمة اللاتينية Communis وهي تعني مشترك أو اشتراك، ومنها اشتقت الكلمة الإنجليزية Communication (Rogers: Communication and Development. Sage publication. London 1996. p. p. 122- 127) ويؤكد تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال أنه لا يوجد تعريف واضح لمفهوم الاتصال Communication والإعلام Information كذلك فإن أكثر المؤلفين يستخدمون هذين اللفظين بلا تمييز، ومع ذلك فكثيراً ما يعد الإعلام أساساً إشارات أو رسائل تنتقل في اتجاه واحد من مصدر إرسالها إلى متلقيها، بينما ينطبق الاتصال على الظاهرة المتشعبة للمبادلات المتنوعة التي تجري بين الأفراد والجماعات بواسطة إشارات أو رموز، وقد استخدم التقرير اللفظين للدلالة على ظاهرتين مختلفتين، فالاتصال هو "عملية" تبادل الأنباء والحقائق والآراء والرسائل فيما بين الأفراد والجماعات، بينما الإعلام هو "المنتج" أي الأنباء والبيانات ورسائل مضامين ومخرجات وسائل الإعلام.

(6) Samarajive Rohan and Shields. Peter: Telecommunication Networks as Social Space. Media Culture and society Volume 19- October 1997. P.p 535- 556.

(٧) ديورانت. ول: قصة الحضارة. ترجمة عبد الله نعمان - المنشورات العربية، بيروت - ١٩٧٣، ص ٨.

(٨) وافي. علي عبد الواحد: الأدب اليوناني القديم، دار المعارف، القاهرة، ص ٦٥، ٧٣.

- (9) Macgregor. Marg: The story of Rome Apelicaun book. London. 1962, p.p, 17- 22.
- (10) Humphrey Tonkin: Equalizing Language. Journal of communication. Spring. 1998- p.p. 72- 79.
- (11) Mcnair Brain: politics and Democracy. Oxford University Press. London 2007. p.p. 19- 21.
- (12) Katitaz Sophia: Media policy as Industrial policy. European Journal of Communication. Volume 11 December 1996. p. p. 453- 460.
- (13) Unesco: World Communications Unesco Press. 2008, p. p. 17- 22.
- (١٤) عبد الرحمن. عواطف: قضايا التبعية الإعلامية والثقافية- عالم الفكر- الكويت- ١٩٨٤- ص ٤٤.
- (١٥) شيللر. هيرت: المتلاعبون بالعقول- عالم الفكر- الكويت- ١٩٨٦- ص١٧٢.
- (16) Mcphall. Thomas: Global Communication. Auyn and Brcon. London. 2002, P. 23.
- (17) Philips. Louise: Mediated Communication and the privatization of public problems. European Journal of Communication June 2000, p.p. 171- 208.
- (18) Barnett. Clive: The Limits of Media democratization in South Agrica: politics, privatization and regulation. Media culture and Society. September, 1999. p. p. 644- 671.
- (19) Mcquail. Denis: Media Performance, Mass Communication and the public Interest. SAGE publication London New Delhi. 2004, p.p. 306- 309.
- (٢٠) لجنة الإعلام، جامعة الدول العربية: مبادئ تنظيم البث والاستقبال الفضائي الإذاعي والتلفزيوني في المنطقة العربية ٢٠٠٨م.