

الإعلام العربي

راهنا وآفاق المستقبل

لا يمكن أن يختلف واقع إعلامنا عن حقائق واقعنا، ويعكس المشهد العربي الراهن صورة قائمة لإعلام يسوده طابع التعتيم،
ومن ملامح هذا المشهد :

1- سياسات إعلامية تشكو من انفصام حاد بين الغايات والإمكانات وبين الشعارات والممارسات، وعجز عن تحقيق أي نوع من التكتل الإعلامي، حيث ارتبط ذلك ارتباطاً عضوياً بالفشل في إحداث نوع من التكتل على الصعيد السياسي، وذلك نتيجة منطقية لتبعية الإعلام للسياسة.

2- قصور شديد في البحوث النظرية في مجال الإعلام، فضلاً عما تدين به أكاديميات الإعلام العربية من تبعية أكاديمية للمدارس الغربية، وغياب البحوث الإعلامية ذات الطابع الجماعي⁽¹⁹⁾.

3- نصوص دستورية تؤكد على مبدأ حرية التعبير وحرية النشر تفرغ من مضمونها بعبارات ناسفة تذييلها، من قبيل: "بما

لا يتعارض مع المصلحة العامة"، وبمقتضى القانون " (20) وكان القانون قد أصبح فى بعض ديارنا فوق الدستور.

4- تسرب مشاهدنا إلى منافذ الإعلام الأجنبية لفقدان الثقة فى الإعلام المحلى، ويكفى مثلاً هنا مشاهد البث الإذاعى العربى الهائلة التى تسيطر عليها هيئة الإذاعة البريطانية .

5- صحافة رسمية يعتبرها البعض مثلاً نموذجياً لصحافة الولاء (21) .

6- إذاعات موجهة تذيع ولا تسمع ووكالات أنباء ترسل ولا يستقبلها إلا أقل القليل ، وعلى الرغم من وجود أكثر من 22 وكالة أنباء عربية لاتزال وكالات الأنباء الغربية تتأثر بالساحة العربية (22) .

7- تدفق إعلامى غائب أو شبه غائب ما بين الدول العربية (23)

8- ومشاريع الإنتاج المشترك نادرة ، وقد فشلنا حتى الآن فى إصدار ميثاق موحد للإعلام العربى (24) .

لقد ظل الإعلام العربى المشترك - كما تقول : عواطف عبد الرحمن - منذ أنشئت جامعة الدول العربية ، أضعف الآليات التى

يسعى بها العرب لبلوغ أهدافهم القومية إذ تولت المصالح القطرية تحديد مجال حركة الإعلام العربي المشترك (25).

إهتمام ضئيل بشؤون الإعلام من قبل القائمين بالتنمية حيث غاب عن معظمهم ما للإعلام من دور حاسم في عملية التنمية (26)

6- الأعلام و مواجهة الارهاب في سياق العوامة :

غدت ظاهرة الارهاب خلال العقدين الأخيرين ظاهرة عالمية اجتاحت معظم مناطق العالم بدرجات متفاوتة ، واختلف وقع حجمها وصداهها وآثارها في المجتمعات المختلفة ، حسب الأسباب المؤدية لها من جهة أساليب التعامل معها من جهة ثانية.

ولم يسلم العالم العربي من ظاهرة العنف والإرهاب التي أدت بحكم تزايدها وتناميها إلى سقوط أعداد كبيرة من الضحايا وإلى زعزعة الأمن والاستقرار وانتشار الرعب والخوف فى نفوس الأفراد.

وبالعودة قليلاً للخلف نجد أنه حدث تغييراً كبيراً في رؤية العالم لدى المثقفين والمفكرين العرب ألقى بظلاله على العقلية العربية ولذلك اختلفت مصادرهم المرجعية أو المعرفية والأيدولوجية فما اختلفى العلميون العلمانيون والأيدولوجيون (التنويريون) لكن غلب على البيئات الثقافية العربية العقلانيون التقدميون والماركسيون

ومصادرهم المعرفية مختلفة كما أن مرجعيتهم ليست عصر الأنوار، بل الماركسية اللينينية وعقلانيتها المادية الجدلية، ولدى الآخرين العقلانية التاريخية والإبستمولوجية. أما لدى الإسلاميين فقد اختلف تقريباً الإصلاحيون ذوو النزوع العقلاني بالمعنى الثالث لصالح الإحيائيين والأصوليين الذين يكتفون بالحملة على العقلانيين بكل المعاني. ونشهد في العقدين الأخيرين عودة من جانب العقلانيين الجدد إلى عصر الأنوار في حين يرجع بعض الإصلاحيين الجدد إلى عقلانية الإصلاحيين الأوائل وإن اختلفت طرائق العودة وسياقتها لدى هذه الأطراف الجديدة⁽²⁷⁾ وقد انعكس ذلك على الفكر حيث جنح بعض المفكرين إلى التطرف في الفكر الأمر الذي أدى إلى الصاق الفكر الديني الإسلامي بالتطرف والإرهاب.

واكتسبت ظاهرة الإرهاب بعداً دولياً بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001م، وأصبح الحديث منذ ذلك الحين على إستراتيجيات وخطط عالمية لمواجهة الإرهاب تسهم فيها كل مجالات العمل العام في مختلف أقطار العالم.

ومن منطلق الدور الكبير الذي تؤديه وسائل الإعلام في التأثير على اتجاهات وميول الجمهور واكتسابه للمعارف والمعلومات ولاسيما

وقت الأزمات ووقوع الأحداث الإرهابية، تعددت المبادرات الهادفة إلى التصدي لهذه الظاهرة إعلامياً وفي مقدمتها "الإستراتيجية الإعلامية العربية في مجال مكافحة الإرهاب" والقرارات الصادرة عن الاجتماع المشترك لمجلس وزراء الإعلام ومجلس وزراء الداخلية العرب المنعقد في تونس منذ حوالي أكثر من عقد من الزمان.

وجرى نقاش حول مقاربة وسائل الإعلام لظاهرة الإرهاب بين عديد من الخبراء والإعلاميين العرب، أفرز أسساً وضوابط تسهم بدرجة واضحة في توصيف الإرهاب بكل أنواعه وتحديد ملامح معالجته السليمة.

أول هذه الأسس : اعتبار الإرهاب غير مرتبط بعقيدة أو جنسية أو وطن والسعي إلى تعزيز ثقة الجمهور العربي. ولا سيما الناشئة بتراته وحضارته وإبراز الطابع العالمي لهذه الظاهرة من خلال تسليط الضوء على أحداث إرهابية حدثت في بيئات مختلفة. كما يتعين تحليل ظاهرة الإرهاب وأسبابها وكشف أبعادها وأخطارها، وذلك من خلال الاستعانة بالخبراء على مختلف أوجه النشاط المتعلقة بمكافحة الإرهاب التي تقوم بها هيئات المجتمع المدني.

وعدم إتاحة الفرصة للإرهابيين لبث دعواهم وإرهابهم وأفكارهم الهدامة أو لتبرير أعمالهم الإجرامية عبر القنوات الفضائية العربية وعدم تصوير الإرهابيين كأبطال أو ضحايا، مع اجتناب التعقيم عند وقوع أي عمل إرهابي احتراماً لحقوق المواطن في الإعلام .

ومن أسس المعالجة أيضاً ضرورة التصدي للإرهاب على جبهتين :

أ - **الجبهة الداخلية :** من خلال إشاعة ثقافة الحوار، ونبذ احتكار الحقيقة وتوسيع دائرة الاجتهاد الإنساني ونشر مناهج الفكر التحليلي العقلاني التنويري وثقافة السلام ومفهوم الوسطية في الإسلام .

ب - **الجبهة الخارجية :** من خلال تصحيح صورة العرب والمسلمين في وسائل الإعلام الأجنبية.

لابد من تكريس منظومة قيمية من خلال القنوات الفضائية العربية تقوم على نشر روح التسامح والاعتدال باعتبار أن التماس الحقيقة هو غاية الاجتهاد البشري ، وتوسيع إطار التفاعل ليشمل كل فئات المجتمع أولاً ومن ثم يمتد نطاقه إلى التعامل مع أطراف العالم الخارجي من منطلق الشعور بالتكافؤ الحضاري والندية الثقافية

وإعلاء قيمة العقل من أجل استبعاد الفكر الخرافي نهجا في مقاربة الظواهر وفي معالجة القضايا والمشكلات .

ومن المفيد الإشارة إلى تولي اتحاد إذاعات الدول العربية إعداد دراسة تتناول تأثير القنوات التلفزيونية الفضائية في التصدي للجريمة والإرهاب⁽²⁸⁾ .

ثانيا : ظاهرة العولمة :

1- المصطلح والمفهوم وإدراك الخلفيات:

العولمة ليست مصطلحا قديما أو مألوفاً ، لكن جرى ترديده في تسعينيات القرن العشرين ، عندما شاع استعماله ببدء تبلور ظاهرتة التاريخية ، وبدء العمل بما هو أكبر من العالم والعالمية وحتى يومنا هذا يعيد ويكرر بعض الكتاب السطحيين والसानجين أن المصطلح يعني "العالمية" من دون أن يفكروا قليلا ، لماذا إذن استنبط مصطلح "العولمة" بالاشتقاق من لفظ "عولم" الذي يعنى أكبر بكثير من العالمية ، ومادام المصطلح ترجمة للمصطلح الإنجليزي (GIOboIOgy) فهو يعني إذن كونية الأشياء ، وأن العالمية جزء لا يتجزأ من تلك الكونية (GibaIiZaTiON) التي استطاع الإنسان أن يسخرها من أجل مصالحه.

2- خلفيات العولمة الفلسفية والفكرية :

ليس معرفياً فقط ، بل خدمياً ووظائفاً واقتصادياً وفى كل جزئيات الحياة عبر الاتصالات بمختلف مدياته ، سواء بشيوع استعمال الأقمار الصناعية ، والانفجار المعرفي ، وثورة المعلومات ، بدءاً بتقليص المسافات بين مناطق العالم ، وانتهاء باستخدام تقنية الإنترنت و"الآي باد" ، وشيوع القنوات والمحطات التلفزيونية الفضائية والفيس بوك ، وصولاً إلى أجهزة الاتصالات والموبايلات . هذا العصر الجديد يطرح العولمة بمناخ جديد ، وبشكل قوى وسريع ، إلى الدرجة التي لايمكن العلماء والفلاسفة وأغلب الباحثين من الإحاطة بها أو إيجاد جذور وأسس لها فى الماضي القريب ، بل لاتتمكن الدول والأمم من تجاهلها ، أو التخلف عنها . ومن ثم ، فإن مصطلح العولمة يعبر عن حالة من تجاوز الحدود الراهنة للدول إلى آفاق أوسع وأرحب تشمل العالم بأسره (29) .

3 - بزوغ النظام العالمى الجديد :

لقد انهار الاتحاد السوفييتي فى عام 1992 وبدأت فكرة الاستقطاب العالمى ، أى انفراد قوة كبرى وحيدة فى العالم تستحوذ عليها الولايات المتحدة الأمريكية التى بشرت بنظام عالمي جديد. وهذا "النظام" لا كما يربطه البعض من كتابنا وسياسيينا العرب

ب"النظام الدولي"! بل هو يتجاوزه ويختلف عنه فهو سعي أمريكي من نوع لا سابق له لإحداث البديل وإقراره على العالم ، ليقبل به صاغرا أو مستسلماً أو معجباً فى القرن الجديد ! ولكن متى سيولد هذا النظام؟ ومتى ستحدد له علاقاته الجديدة؟ إذ أن هناك من يقول إن العالم سيغدو متجانسا ، وسيختفى التمايز الجغرافي ، وإن المسافات ستختفي وستضع الجغرافيا نهاياتها .

هناك تكهنات وتنبؤات جديدة وعديدة ، فالرحلة حتى نهاية العقد الأول من القرن الجديد ، سيمر العالم كله بمخاض صعب جدا يتخلى فيه عن نظام القرن العشرين ، ويدخل نظاما عالميا جديدا له سماته وخصائصه وتكويناته الجديدة وعليه ، فإن عدة دول ستتلاشي وستنهار عدة نظم أخرى ! وثمة خرائط سترسم بالقوة أو بالسلم على الأرض وسوف تزداد قبضة القوى الكبرى على المصالح الحيوية فى العالم بانتظار توازن جديد ومرعب للقوة الدولية والإقليمية وحتى المحلية وستكتفى أكثر من قوة فى العالم بما سيصيبها وستلعب كتلة الاتحاد الأوروبي ضمن سياقات تحالفية جديدة ، مع دخول روسيا الاتحادية عضوا فى حلف الأطلسي ، وسيتبلور دور الصين التي يبدو أن

مصالحها الاقتصادية ستفرض عليها قبول النظام العالمي الجديد ضمن حسابات لاعهد للعالم بها من قبل (31).

ويعتمد النظام العالمي الجديد " كابييتالية " (رأسمالية) انقسام العالم ، وليس كي يسود هذا النظام نستنتج من خلال ذلك أن ميزان علاقات العالم فى القرن التاسع عشر كان أوربياً ، وقد اخترق العالم كله عسكرياً كولينيالياً ، ووصل إلى ذروته فى العهد الفيكتوري إبان النصف الثانى من القرن التاسع عشر، وانتهى فى الحرب العالمية الأولى. أما علاقات التوازن فى القرن العشرين فقد كان الصراع فيها سياسياً أيديولوجياً بين كتلتين : شرق وغرب ، ضمن ما سمي بالإمبريالية إزاء الشيوعية العالمية ، وقد بلغ ذروته على الزمن الأمريكى الذى اندحرت فيه المنظومة الاشتراكية . أما فى القرن الواحد والعشرين فإن التوازن والصراع اقتصادياً وعولمياً وإعلامياً بين الشمال والجنوب ، أى أن انقسام العالم سيكون كابييتالياً من الناحية الكونية أى بمعنى أن التكتل العالمى للأقوى ، وسيكون فى الشمال والتفكك فى العالم هو فى الأدنى ، وعالم الجنوب يشمل العالم الإسلامى وأفريقيا وأمريكا الجنوبية (32) .

وإذا كانت كل قارة من القارتين الأخيرتين تحاول أن تجد لها في هذا العالم المتوحش موطناً قدم لها ضمن سياقات جديدة ، ترتبها الولايات المتحدة الأمريكية اليوم ، فإن العالم الإسلامي له تعقيداته ومشكلاته وأزماته الصعبة، وهو يقف اليوم من دون أى غطاء حقيقي يحميه من أتون الصراع الذي أسموه بـ "صراع الحضارات" ، كما ورد في مؤلف صمويل هنتنجتون ، ونخشى أن يدفع عالمنا الإسلامي كله والعرب في مقدمته ، ثمنا باهظاً وحده في رسم أبعاد المستقبل خصوصاً أنه يمتلك مجالات حيوية جداً وثروات هائلة جداً، ومناطق استراتيجية في قلب العالم (33) .

وعلىنا أن نفهم أن نظاماً عالمياً جديداً يصاغ اليوم على أسس تاريخية جديدة سيحل محل ما تعارف عليه العالم كله من النظام الدولي . وعلىنا أن ننتبه ، ليس إلى استخدام المصطلحات والمفاهيم والتعابير استخداماً صحيحاً فقط ، بل لابد أن ندرك ما تحويه من المضامين الخطيرة ، ونفهم ما يحصل من متغيرات صعبة وتحولات مؤثرة فهي ليست كما يصفها البعض من كتابنا ومفكرينا العرب بـ "اللجنة" ، كما ورثوا ذلك من أدبيات القرن العشرين ، إنها ليست "لجنة الأمم" السياسية ، بل تأسيس نظام تاريخي عولمي جديد له آلياته

وعناصره التي ستكون نتائجه مخيفة ومرعبة ، من خلال تطبيقات القوى الجديدة في عالم اليوم ، ودورها في تغيير خريطة العالم الجغرافية ، خصوصا في عوالمنا الآسيوية والأفريقية من عالم الجنوب ، أى بمعنى العالم الإسلامي ضمن خلخلة المناطق والمجالات الحيوية وما سيتبع من تأثير ذلك كله في عالمنا العربي والإسلامي. وهل ندرك ما ستقود إليه جملة تلك التغيرات على مصيرنا ومستقبلنا في هذا الوجود؟ وما هي المشكلة الشرقية التاريخية التي تنتظرنا في هذا القرن؟ إنها ستنبثق حتما من ثنايا الصراع الذي يشيعونه منذ قرابة عشر سنوات باسم "صراع الحضارات" ، بين الشمال والجنوب ! إذا كانت المسألة الشرقية في شرق أوروبا قد شغلت العالم في النصف الثاني من القرن التاسع عشر ، وإذا كان المحور قد شغل العالم في النصف الأول من القرن العشرين ، وإذا كانت قضية الشرق الأوسط قد شغلت العالم في النصف الثاني منه ، فإن مسائل عودة الصراع ستشغل العالم في النصف الأول من القرن الواحد والعشرين.

ومن ناحية أخرى يمكن أن ينهار مشروع العولمة بفعل تطلعات الولايات المتحدة الأمريكية لإملاء شروطها على جميع شعوب العالم

مستخدمة قوتها السياسية والاقتصادية والعسكرية التي لاتضاهيها قوى أخرى في العالم أجمع فتوجه من هذا القبيل يرسخ لدى حكومات ومواطني دول الجنوب والشمال معا لعولمة ليست مشروعاً يخدم مصالح كل الشعوب ، بل هي مشروع موجه لهيمنة القطب الأوحده على مقدرات الشعوب الأخرى ، فالأمر الذي لا يختلف عليه اثنان هو أن الولايات المتحدة الأمريكية أمست تستهزئ بالقوى الأخرى صاحبة النفوذ السياسي والاقتصادي في الأسرة الدولية ، فلم تعد تأبهه باتفاقيات تحرير التجارة ولا بأحكام القانون الدولي ولا بأصول الشرعية الدولية ، وإذا كانت هناك مجموعة من مخططي السياسية الخارجية في واشنطن تقدم الدراسات لأن يكون القرن الواحد والعشرون قرن الهيمنة أو الإمبراطورية الأمريكية أو الاستراتيجيات لإحياء عصر الاستعمار مطبقة على العلاقات الدولية .

آراء "توماس هوبس " الزاعمة بإن الإنسان ذئب للإنسان ، وأن الكل في حالة حرب ضد الكل ، ومن ثم فإن لاشئ يحتم على الدول الاجتماع والتعاون وبالتالي فإن على دول العالم الخضوع صراحة أو ضمناً لإرادة سلطة مركزية ، أي لإرادة الولايات المتحدة الأمريكية وهذه التطلعات تفرغ مشروع العولمة من كل محتوياته الإيجابية

فالعولة العادلة ذات المضامين العادلة الإنسانية ، لاتنسجم أبدا مع الهيمنة والاستعمار الذي لم تتخلص بلدان الجنوب من قبضته ، إلا بعد كفاح مريير كلفها سيلاً من دماء أبنائها ولا مع الاستراتيجيات الراضة لإمكان التعايش السلمي بين الحضارات ، بدعوى أن الحضارات في حالة صراع دائم وأنه لابد من هيمنة حضارة واحدة هي الحضارة الأمريكية على العالم أجمع ، بدعوى أن تبلور هذه الحضارة قد يعلن نهاية التاريخ وتوقفه عن التطور نحو حضارة أرقى ويزعم أن لا بديل في العالم أجمع عن الحضارة الأمريكية ونظامها الرأسمالي ، ومن ثم وبفعل هذه التوجهات والاستراتيجيات فإن كل عنف وتطرف نراهما أو سنراهما في مقبل السنين أمرا زرعت بذرته الإدارة الأمريكية على وجه الخصوص (34) .

التفوق المعرفي يشكل القوة في المشهد العولمي :

لقد سجلت نهايات القرن العشرين حصيلة رائعة من الإنجازات التي كان سببها تفاقم العمل والتفكير في الفلسفة الوضعية الحديثة التي لا يمكن أبدا أن تحاكي الفلسفات القديمة سواء اللاهوتية أو الميتافيزيقية ، والتي انتهى فعلها مع تضاعيف القرن التاسع عشر بولادة الفلسفة المثالية لهيجل ، وانبثاق الفلسفة الوضعية لـ أوجست

كونت بولادة فلسفة التشكل الطبيعي لـ "تشارلز دارون" أو الفلسفة المادية لـ "كارل ماركس" ، وصولاً إلى الفلسفة الوجودية لـ "جان بول سارتر" ، وعالمية فلسفة التاريخ الحضارية لدى "أرنولد توينبي" ، وتطور المعرفة الأنثروبولوجية لـ "ليفى شتراوس" والتعمق فى البنيويات عند "ميشال فوكو" ، ومنهجية التفكيك عند دريدا . وانتهاء بصدام الحضارات لـ هنتنجتون ، ونهاية التاريخ عند فوكاياما ، لقد نضج العالم كله .ليس من خلال الفلسفة فقط ، بل من خلال المعرفة التى طورها الكمبيوتر عند نهايات القرن العشرين، لقد كانت الفلسفة تسابق كل العلوم حتى نهايات القرن العشرين ، بدأ الصراع بين الأيديولوجيا والمعرفة ، واستمر طوال القرن العشرين حتى انتصرت المعرفة عند الإنسان ، من خلال إثبات نظرياته العلمية وصحتها كالنظرية النسبية مثلاً ، واستكشافاته الجغرافية لكل العالم وتطور معرفته لدواخل الإنسان وأجهزته من خلال تخصصات دقيقة واكتشافاته الفضائية الحقيقية ، بعد أن كان يفسر الأشياء فلكياً وتطورت العلوم السوسولوجية لمعرفة المجتمعات ، والعلوم السيكولوجية لمعرفة تصرفات الانسان ... إلخ ، فكان أن وجد فى تحولاته من المثاليات والأيديولوجيات إلى العقلانية ميدانا تعزز

فيه التفكير والمنهج والنظرية والرؤية معا ، وبواسطة المعرفة ، فانطلقت ظاهرة من جراء تفاقم هذا الخلفيات فى القرن العشرين .

لم يكن الإنسان قبل القرن العشرين قادرا على حل الألغاز التى فكر فيها منذ آلاف السنين. حتى وجد ضالته عنها فى القرن العشرين بل بدأ يستهزئ بالطوباويات والأخيلة والأوهام التى تعلق بها قرونا طويلة ، بعد أن كشفتها علوم الطبيعة ، بل أدرك أن العالم لا ينحصر فى الأرض التى سماها "المعمورة" بل تأكد لديه أن عوالم أخرى موجودة فى هذا الكون فلم يعد يفكر فى استغلال الأرض استغلالاً بشعاً ، بل بدأ التفكير فى استغلال كواكب أخرى . وحتى الأرض بدت القوة قد فرضت نفسها ليس بالسلاح وحده ، بل غدت المعرفة فى رعاية القوة العالمية لتوظيفها كيفما تشاء .

4- الميديا الإعلامية تمهد الطريق للعولة الثقافية:

ويأتى دور العولة الثقافية والميديا الإعلامية، التى تعتبر بالنسبة إلى المجتمعات العربية من أخطر العوامل التى عالجهما العديد من الكتاب العرب فى كتبهم ومقالاتهم . وقدموا مقترحات عملية بصدد تأثير مخاطر الثقافة الكونية والانفتاح غير المبرمج بين أجزاء واسعة من العلم، وكثيرا ما شاعت مقالات عنيفة فى الصحافة العربية

ضد العولمة والعولمة الثقافية بالذات ، كتبها كتاب عرب إسلاميون وقوميون يؤمنون بخصوصياتهم ، من دون تقديم أى بدائل حقيقية لما يمكن فعله وعمله فى هذا المجال ، علماً بأن العرب – دولاً ومجتمعات – لم يعد باستطاعتهم إيقاف عجلة العولمات الميضية ودور الكمبيوتر وثورة الاتصالات والفضائيات والإعلاميات المباشرة وشبكات الإنترنت وانتقال الأقراص المكنززة وسرعة المعلومات وحجم المواصلات والنقل والترانزيت وأنسجة الديقيتالات وميضية الإعلام المرئى عبر الستالايت.. إلخ .

5- الطرف الآخر للعولمة :

على الرغم من سوء سمعة الرأسمالية ، سواء لدى اليمينيين من المتدينين والدينيين أو اليساريين الاشتراكيين الماركسيين ، فإن تفسير انتصارها كإيتالياً فى نهاية المطاف باعتبارها النظام الاقضى الوحيد الصالح للبقاء فى ضوء المذهب الآلى أيسر من تفسير انتصار الديمقراطية الليبرالية فى المجال السياسى ، ذلك أن الرأسمالية قد ثبت أنها أكثر فعالية من النظام الاقضى ذى الخطوط المركزية سواء فى مجال تطوير التكنولوجيا واستخدامها أو فى مسانيرة

الظروف سريعة التغير الخاصة بالتقسيم الدولي للعمل فى ظل أحوال الاقتصاد التصاعدي الناضج .

إن الدعوات سارية اليوم بشدة بأن تتمتع المجتمعات العالمية قاطبة بدرجة من الحرية فى تنظيم الاقتصاديات الرأسمالية والتخطيط لها . ولا يفرض منطق الآلية التى نؤمن بها هذه الدرجة بصورة جامدة . وهكذا نجد أن نخبا وجماعات تعمل بحرص على إحداث توازن بين عالمي الشمال والجنوب فيها ويمكن أن يطلق عليها "العولمة المضادة" .

وهنا يمكن تحديد صورة مرسومة واضحة وخطوطاً عريضة محددة كما يريد البعض من علماء ومفكرى عالم الجنوب أن يرسلوا رسالة مهمة إلى أبناء الشمال مفادها أن يصار إلى أى نوع من الشراكة فى المنافع والمصالح ، وأن يوضح الشمال لنا أن ازدهار التحديث الاقتصادى القائم على أساس من التكنولوجيا سيخلق حوافز قوية لدى مختلف الدول والمجتمعات المتقدمة ، وأن الدول والمجتمعات المتخلفة تطمح إلى أن تكون لها شراكتها الحقيقية ، لا أن تبقى عاجزة فى الظل يستفاد منها ولا تستفيد ، علما بأن هناك حاجة ماسة إلى خلق الاستعدادات من قبل عالم الجنوب على قبول الشروط

الأساسية للحضارة الاقتصادية الرأسمالية العريضة ، إذ يسمح بدرجة كبيرة من التنافس الاقتصادي ، ويسمح كذلك بإطلاق كل الحركة لآليات السوق لكي تنهض بمهمة تحديد الأسعار. لقد ثبت حتى الآن أن قدرة أي وسيلة أخرى لتحقيق الحداثة الاقتصادية الكاملة من خلال خلق البنى الفوقية في المجتمع قبل أن تنفق الدولة المليارات على البنى التحتية التي لا يمكنها أن تسود وتتطور إلا بواسطة خلق قوى الإنتاج وتوظيف كل الموارد في خلق البنى الفوقية الإنتاجية في كل القطاعات الاقتصادية والتنموية .

5- الميديا الإعلامية تسود :

في العقد الأخير من القرن العشرين بدا للناس أمراً طبيعياً أن تكون الرأسمالية الكابيتالية المنتشرة حتمية في البلاد المتقدمة . وأن تكون الاشتراكية الماركسية اللينينية المنعزلة عقبة كأداء في سبيل خلق الثورة والحضارة التكنولوجية الحديثة . أما ما كان أقل وضوحاً للناس فهو المزايا النسبية للظاهرة الاشتراكية ، مقارنة بالبشاعات المؤلمة التي اقترفتها الرأسمالية فيها يتصل بكل مجتمعات العالم ، خصوصاً في الدول المختلفة أو الدول الأقل تقدماً التي لم تصل بعد إلى مستوى التصنيع في أوروبا كالذى وصلت إليه في عقد

الخمسينيات من القرن العشرين. ويعلل ذلك بأن الدول الفقيرة التي لم يكن عصر الفحم والصلب عندها غير حلم من الأحلام . لم تكن لتأبه بحقيقة أن الاتحاد السوفييتي لم يكن سابقا فى مضمار تكنولوجيا عصر المعلومات ، بقدر ما كان يهمها أن الاتحاد السوفييتي خلق مجتمعا حضريا صناعيا فى ظرف جيل واحد. إنه الوهم الذى انتشر إعلاميا فى كل العالم .

إن جيلا واحد لا يمكنه أن يخلق مجتمعا حضريا صناعيا ، إذ إننا نعرف من تاريخ روسيا الحديث أن الانطلاقة الأولى قد بدأت على عهد بطرس الأكبر منذ القرن التاسع عشر وقد عرفت روسيا ثورة سكك الحديد منذ عشرات السنين إن ثورة أكتوبر الاشتراكية عام 1917 لم تأت لتخلص الفلاحين فقط من مشكلاتهم ، بل جاءت من أجل العمال والبروليتاريا الضخمة التى وصلت أوضاعها إلى درجة من السوء أيام الحرب العالمية الأولى .

وبدأت ثورة أكتوبر الاشتراكية تعمل ضمن المنهج الأيديولوجي الذى رسمته لنفسها إعلامياً ، وانتشر منذ تلك اللحظة التاريخية الإعلام المضاد للرأسمالية من قبل موسكو والعالم الاشتراكي الذى ستخلقه فيمشي فى ركابها رداً طويلاً من السنين . وظل للتخطيط

المركزي الاشتراكي جاذبيته الخاصة حيث إنه يشير إلى ريع سريع لتراكم رأس المال ، وإعادة توجيه "الرشيد" للمواد القومية فى التنمية الصناعية المتوازنة ، وقد تمكن الاتحاد السوفييتي من تحقيق ذلك باستخدامه الإرهاب الصريح فى عقدى العشرينيات والثلاثينيات فى القرن العشرين ، من أجل تقليص القطاع الزراعي وهى عملية استغرقت من رواد الصناعة فى الولايات المتحدة وبريطانيا عقدين من الزمان دون اللجوء إلى وسائل قمع .

إن منطق العلوم الطبيعية الحديثة التقدمية يميل بالمجتمعات البشرية صوب الرأسمالية ، وهذا ما ظهر فى المجتمعات التى تحررت من القبضة الاشتراكية كالصين ورومانيا ويوغوسلافيا وألمانيا الشرقية وغيرها .

إن الإعلام يبقى يخادع سنوات طوالاً حتى تنكشف من ورائه مزيد من الألاعيب وأنتج المفبركات كي يتغير الناس بغير الناس ! ويقدر ما يتسنى للبشر رؤية مصالحهم الاقتصادية الذاتية بوضوح فإن مذهب التجاريين ونظرية التبعية وغيرها من المذاهب الفكرية التى شبهت بالسلب حالت بين الناس وبين هذا الرؤية الواضحة . إن تجارب آسيا وأوروبا الشرقية الآن بمنزلة حقول اختبار تجريبية مهمة

ينبغي الحكم فى ضوءها على كل مزاعم النظره الاقتصادية المنافسه
للرأسمالية . كأننا هنا نتحدى أن يصعد أى نظام على ضوء الاقتصاد
إلا إذا كان رأسمالياً ، كأنه يرفع بيديه سلاحين الأول سلاح الرأسمالية
والثانى سلاح الدعوة إليها.

تميز النصف الثانى من القرن العشرين بالتأسيس التقنى
والتبشير الأيديولوجى بثورة الإعلام والاتصال ، التى أصبحت تنعت
اليوم بالقنبلة المعلوماتية ، فمنذ عقد الأربعينيات حيث نظر " نوربير
فيينر " إلى تقنية الاتصال انتقالاً إلى عقد الستينيات حيث تنامت
الدعوى المؤكدة على ولوج عصر نهاية الأيديولوجيا مع " لبست " و" بيل "
كما صاغ " ماكلوهان " مشروع القرية الكونية ، وصولاً إلى موجة
الإنترنت فى عقد التسعينيات ، انتعشت الأطروحات كما تناسلت
الخطابات المبينة لمزايا ثورة الاتصال والإعلام . لقد تحول إنسان
السنوات الأخيرة من القرن العشرين إلى كائن اتصالى من دون أن
يكون بالضرورة كائناً تواصلياً ، فإذا كانت الجريدة كمنتج إعلامي
ليست ملكاً مشاعاً بحكم استمرار الأمية حتى الآن . وخاصة فى
جنوب الكرة الأرضية ، وإذا كانت شبكة الإنترنت مخترعاً غير معمم
ولا ينعم بخيراته الإجزء من سكان العالم أغلبهم فى البدان الصناعية

المتقدمة ، فإن الراديو قد أمسى ملكا مشاعا إلى كل بيت بالمدينة كما بالقرية ، كما أمسى التلفزيون ضيفا تحول إلى المقيم الدائم حتى فى مناطق بعيدة ، وتجمعات قبلية منغلقة ، لا يمكن أيضا إغفال دور الهاتف فى تسهيل عملية نقل الأخبار والاتصال الاجتماعى كما لا يمكن إغفال ما حققته السينما من وظائف ثقافية ، جمالية وترفيهية متنوعة . غير أن هذا النمو الكاسح لوسائل الإعلام وخاصة التلفزيون ووسائل الاتصال وخاصة الهاتف ، بأشكاله الجديدة ، والإنترنت هو نمو يرقى واقعه إلى مستوى الثورة التى تنعت اليوم بـ "ثورة الإعلام والاتصال " أو "ثورة المعلومات " .

من هنا تستمد هذا القراءة قيمتها ، أى من "استفزاز" هذه الثورة لنا ، خاصة أنها ثورة مفككة للمعايير التقليدية فى الاقتصاد والثقافة والاجتماع ، ففى مجال الاقتصاد لم يعد مصدر تراكم الثروات يؤسس على ما هو ماكرو - مرئى من صناعات ثقيلة بل أصبح يؤسس على ما هو ميكرو - لامرئى ، من خلال الإرسال الرقمية وشبكة الآلاف المتطورة . أما فى الثقافة فلم يعد المعيار الواضح للتمييز هو ثنائية الأمية والتعلم ، بل ثنائية البطء والسرعة فى اقتحام عوالم خيالية وسبر أغوارها لحياسة أخبار ، معلومات وأموال أكثر وفى الاجتماع لم

يعد التمييز ينطلق من معيار أيديولوجي يتعصب للكائن الاجتماعي أو الحلم اليوتوبي فنكون أمام مجتمعات رأسمالية حرة أو اشتراكية حديثة أو مابعد حديثة ، زراعية أو صناعية وهى كلها نعوت أيديولوجية يعانق فيها الكائن الاقتصادى ما ينبغي أن تكون عليه البنيات السوسيو – اقتصادية .

لقد تحول التمييز اليوم إلى ثنائية مجتمعات اتصالية وأخرى غير اتصالية .

أكد أن لهذه الثورة المتسارعة حلقاتها المنفتحة آفاقها على إمكانات متنوعة جعلت بيل جيتس صاحب "ميكروسوفت" يعلن تواضعه أمام ما ستجود به الخيالات الابتكارية للأجيال المقبلة أن لهذه (الثورة) آثارا إيجابية مثلما لها آثار سلبية ، مما يؤدي إلى النظر إليها بمنظورين متعارضين :

منظور متفائل ومنظور متشائم ومن المؤكد أيضا أنها ثورة معضدة للموجة الكوسموبوليتية للعولمة ، على الرغم من أننا نحن أبناء الجنوب بصفة عامة ، والعرب بصفة خاصة ، نجد أنفسنا ظاهرا غير "معنيين" بهذه الثورة ما دامت أسئلتنا "بدائية" ترتبط بالخبز والعمل والرأي . لكن هذا الاعتراض التبسيطي لا يخلو من سذاجة حين يفصل

بين عولة كاسحة وثورة معلوماتية جامحة، هي قاعدة تجسيد هذه العولة تجارة وثقافة وأحكام .

ليس لنا إذن أن نستنسخ موقف الأجداد فى النصف الثانى من القرن التاسع عشر رافضين كل انفتاح على الغرب قابعين فى قوقعة تخلفنا حتى داهمنا الاستعمار بمدافعه وبعثاته العسكرية والدينية والثقافية من هنا تنبع قيمة هذا القراءة التى ترصد مظاهر هذه الثورة الإعلامية - المعلوماتية وتحدد أهم نتائجها الايجابية والسلبية من خلال مستويات أربعة :

أولها : إبراز العلاقات القائمة بين الإعلام من جهة والديموقراطية والعولة والأيدولوجيا من جهة ثانية .

ثانيها : استجلاء أهم مضامين النقد الموجه من طرف المثقف فى الغرب لتأثيرات وسائل الإعلام بمختلف قنواتها التعبيرية والكشف عن أسس أيدولوجيا "الاتصال" .

ثالثها : بيان الآثار الإيجابية لوسائل الإعلام وشبكات الاتصال كآثار هي مبررات التبشير المتفائل بمجريات هذه الثورة وإيجاباتها، فى مقابل تلك الآثار السلبية لتلك الوسائل والشبكات كآثار تحمل فئنة من المثقفين على صياغة رؤية متشائمة لما تحبل به

هذه الثورة من احتمالات قوية لتضييع العلاقات الاجتماعية
وتسطيح الرسائل الثقافية التي اعتمدت عبر قرون طويلة على
الكتاب المحفز للقارئ على شحذ ملكات السؤال ، التحليل
والنقد.

رابعها : الكشف عن واقع الإعلام العربى وما يعانیه من ضعف في الأداء
والاستثمار مقابل تضخم في الخطابة والأيديولوجيا؛
وهو إعلام على رغم ما تميزه منذ قرن من تضحيات جسيمة
لبعض أعلامه ، فإنه يظل إعلاما غير منخرط بعد في المعركة
الإستراتيجية التى تستحضر الحرب الإعلامية إلى جانب
الحرب العسكرية – الدبلوماسية . من هنا تتولد حرارة الدعوة
بضرورة ركوب النخب الاقتصادية، السياسية والثقافية
مغامرة الاستثمار المادي والرمزي فى قطاع الإعلام والاتصال
الذي تحول إلى قطاع منتج ومؤثر ماليا وفكريا يدر أرباحا
طائلة ، كما يجذب إليه يوميا "مدمنين" جدا خاصة بالنسبة
إلى التلفزيون والإنترنت ليس لنا القدرة فى هذا السياق على
ادعاء امتلاك رؤية شمولية لكل العناصر الواقعية والثقافية
الضرورية بحقل متسارع التطور كما هي متسارعة وتيرة ظهور

كوادر فكرية إعلامية وإشهارية مواكبة لهذه الثورة . كما أنه لا يمكن أن نقدم لصورة تحن إلى عصر السيادة الكلية والوحيدة للكتاب ، لكن لنا مشروعية إعلان ليس بإمكان كل جديد أن يعد بتجسيد " الجنة " الموعودة ، ف خلف كل دعوة تبشيرية تتخفى مصلحة حاملها ، خلف هذه الدعوة يسيل لعاب أباطرة المال وسماسرة البورصات الجدد من خلال الإنترنت .

لكن محكوم علينا أن ندخل هذا الجيل الثالث من الثورة المعاصرة كجيل ثورة معلوماتية خاصة ، وأن التمييز مستقبلا سيكون بين من هو أكثر سرعة ، ومن هو أكثر بطئا كما أكد " ألفن توفلر " .

مقاربة تحليلية للثورة المعلوماتية :

وبالنظر للثورة المعلوماتية الراهنة يمكن طرح مقاربة تحليلية

نقدية تعرض لعناصر أربعة أساسية هي :

- 1- الإعلام بين الديمقراطية والعولمة .
- 2- المثقف والثورة المعلوماتية .
- 3- ثورة الإعلام والاتصال بين التفاؤل والتشاؤم .
- 4- الإعلام العربي ومطالب "السلطة الرابعة" .

1- الإعلام بين الديمقراطية والعولمة :

قدم عالم الاجتماع الفرنسي بيير بورديو P.Bourdieu بتاريخ 11 أكتوبر 1999 أمام المجمع العالمي ، دراسة عن علاقة المال بالإعلام حيث عرض أمام "أسياد العالم الجدد" عناصر المنطق الجوهري للصناعة الثقافية الجديدة التي تعتمد الربح السريع فى مجال الإعلام والمعلوماتية المتسم بتبضيع المنتج الثقافي فى حقول الاتصال كالراديو والتلفزيون والفن ، خاصة السينما التي أضحت تجارية ، إذ على كل واحد ، من الكاتب إلى التقني فالمرج أن يحسب حسابه بدقة .

لقد أمس عالم الإعلام والثقافة معرضاً لخطر حقيقي يتجلى فى ضرورة تحصيل الربح الأقصى والفوري ، انسجاماً مع معايير العولمة التي ليست عولمة لثقافة كونية كما تحقق فن فترات تاريخية سابقة بل هي عولمة تجارية تستهدف أوسع جمهور ممكن لاستهلاك منتجات "الكيتش" و"الجينز" و"الكوكاكولا" . كانت دعوة بورديو الموجهة لأسياد العالم الجدد واضحة : ضرورة إحياء عولمة ثقافية مقاومة للعولمة التجارية الراهنة . إنها الدعوة التي لا تحتمل وهما أمام هؤلاء الأسياد لأن مثقفاً كبيراً وعالماً كبيراً سيكون موضع سخرية أمامهم إن هو حاول وصف حالة الإعلام الدولي لعقول تدبر لهذا المجال التدبير

المحكم ، فهو كما اعترف أبعد عن وضع المسألة الجريئة التي مارسها "سقراط" على سادة زمانه. إن وضعية "بورديو" إزاء هذا "المجمع" المغلق لأصحاب المال كأصحاب سلطة فعلية يدفعنا إلى مطارحة مسألة الإعلام من المثقف وذلك من مداخل ثلاثة :

- الإعلام والديمقراطية .

- الإعلام والعولة .

- الإعلام والأيدولوجيا .

أولاً : الإعلام والديموقراطية :

يعتبر الإعلام سليل الديمقراطية لأن انتشار الصحيفة وبعدها محطات الإذاعة وقنوات التليفزيون هو انتشار جوهري مع تعميم الديمقراطية وانتشارها في أوروبا وأمريكا الشمالية تعميماً وانتشاراً في مفاصل السياسة (حرية القول والتعبير والانتماء) والاقتصاد (حريات الاستثمار وتحويل البضائع ورؤس الأموال) والثقافة (حريات التفكير والإبداع والتعبير عن الهويات المختلفة) .

هكذا يكون الإعلام حلقة واحدة من حلقات تطور سيروية الديمقراطية خاصة في الغرب كموطن جذري لنشأتها غير أن تحول إلى علامة تشير إلى غيابها بغيابه وإلى حضورها بحضوره .

إن قوة الإعلام من قوة الديمقراطية وضعفه من ضعفها بل ثمة آراء وأطروحات تجتهد في إثبات أن الإعلام هو المدخل الحقيقي لتطوير الفعل الديمقراطي (35).

وللإعلام فضل كبير يتجلى في قدرته على تحقيق التواصل بشكل فعال ، وتحويل العالم إلى قرية صغيرة ، كما بشر بذلك ماكلوهان ، بما يعني هذه النزعة التبشيرية المتفائلة بقدرة الإعلام على تحقيق فعالية كبرى في التواصل ، هو تلاحق سرعة ابتكار كائنات اتصالية من الإذاعة إلى الشاشة فالفاكس وصولاً إلى الإنترنت .

هناك من يضع نقد هذه الأيديولوجيا التواصلية التي صيغت صياغة يوتوبية (36) منذ وضعه لأسس علم السرنيطيقا.

يكمن أحد أوجه هذا النقد في السؤال الذي صاغه منذ سنوات الباحث الكندي ميشيل سينيكال المختص في الاتصال التلفزيوني حيث طرح السؤال : هل التفاعل الاتصالي يؤدي إلى الديموقراطية؟ (37).

فأجاب : بأن لفظة التفاعل تحضر بتضخم في خطاب رجال الأعمال والسياسين كلما تعلق الأمر بالقدرة الإلكترونية السيارة للإعلام

والهدف هو الترويج لمشاريع تجارية وأخرى سياسية تختفي وراء التقدم الإعلامي والاتصالي كأسطورة تقنية ثقافية جديدة (39).

إن تدويل وسائل الاتصال لا يؤدي بالضرورة إلى التفاعل والتواصل وهذا يعني أن تطوير تقنيات الإعلام والاتصال لا يطور بالضرورة سيرورة الفعل الديموقراطي ولا حاجة هنا لإثبات أن العديد من القنوات الإذاعية والتلفزيونية هي ملك رجال الأعمال أو ملك أنظمة سياسية مستبدة في أفريقيا وآسيا.

من هنا فإن تطور الإعلام لا يحمل في طياته تطويرا للديموقراطية بل تقدم تقني في طرائق الاتصال وأساليب التفاعل بالصوت والصورة (الإنترنت مثلا) من دون إخصاب لديموقراطية سياسية وثقافية.

إن تعميم فكرة وسائل الاتصال وتشديد القول على علاقة الإعلام بالديموقراطية هما من إنتاج رجال المال الذين صاغوا "حرية التعبير التجاري" باعتبارها حقاً جديداً من حقوق الإنسان كما يظهر "أرمان ماتيلار" كأحد الباحثين المهتمين بمسألة الإعلام وإيديولوجيا التواصل. من هنا دعوى التفاؤل بقيام علاقة ضرورية بين وجود الإعلام ووجود الديموقراطية دعوى غير حقيقية تؤكد المظهر الإيجابي وتغفل الأعماق السلبية التي تجعل صناعة الإعلام صناعة تجارة وفعل سياسي

ثانياً : بين الإعلام والعولة :

ليس إثباتاً جديداً أن الإعلام في تطوره التقني هو من نتائج العولة الاقتصادية لأن حجم الاستثمار في قطاع الإعلام يخترق الاقتصادات الوطنية نحو منظومة الاقتصاد الدولي ، وليس إثباتاً جديداً تأكيد أن العولة ليست ظاهرة جديدة ، لأن توسع الإمبراطورية الرومانية كان حاملاً لعولة ذات وجه ديني – ثقافي من دون غياب عناصر الجند والتجارة والسياسة ، غير أن الهيمنة الجديدة للمتربولات الاقتصادية الحالية ، وتدويل الرساميل وسرعة انتقالها وتحويلها هي هيمنة جديدة في أبعادها الكونية والشمولية حيث تضافر السيادة السياسية لنظام عالمي جديد تحكمه الولايات المتحدة الأمريكية، وتنضده وفق مصالحها ، تتضافر السيادة السياسية مع هيمنة رأسمالية واضحة فيكون زواج السيادة السياسية الدولية مع الهيمنة الاقتصادية العالمية أساس أمركة حقل العلاقات الدولية والاقتصاد العالمي ، وثقافات المجموعات الكبرى لا الصغرى فحسب .

إن العولة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بوجود مجتمع الخمس الثري في مقابل الأخماس الأربعة من الفقراء كما حدد ذلك رجال المال

والسياسة بفندق فيرمونت بسان فرانسيسكو في نهاية سبتمبر
1995⁽⁴¹⁾.

كما أن هناك نقدا يوجهه من داخل مراكز العولمة لا من أطرافها
على سبيل المثال فهذا عالم الاقتصاد الأمريكي (بول كرونمان) ينتفي
التفاؤل المفرط في الثقة بقوة الاقتصاد الليبرالي كعلامة على قوة العولمة
فارتفاع مؤشر النمو ليس دليلا على سلامة المنظومة الاقتصادية
الليبرالية لأن القطاعات الاقتصادية الكبرى بأمريكا مازالت خاضعة
لميكانيزمات الاقتصاد الكلاسيكي وهذا يعني أن النتائج الراهنة لنمو
الاقتصاد الأمريكي هي نتائج ظرفية⁽⁴²⁾.

ومن هنا تكون العولمة أمريكية في جوهرها ويكون الاقتصاد
الأمريكي غير ثابت في نموه واختراقه للأنساق الاقتصادية المحلية
الوطنية، وهذا يميظ اللثام عن واقعة جوهرية، وهي أن علاقة الإعلام
بالعولمة هي علاقة أسواق محلية مستقبلية بمركز أمريكي منتج حيث
يبدو أن فاعلية المجتمع المدني في ممارسة أدوار موازية هي فاعلية
ضعيفة في المجال العربي⁽⁴³⁾.

وتشير الأدلة الواضحة إلى أن علاقة الإعلام بالعولة حاملة لبعده تجاري أساسا ، وأن عنوانها هو أمركة المجالات الإعلامية الكبرى على مستوى الشكل (التقنية) والمضمون (الثقافة) .

إن عولة قطاعات الإعلام والاتصال هي تسويغ لأيديولوجيا الإشهار ، وخطاب الدعاية فإذا كانت مخترعات الهاتف والفاكس والإنترنت ووسائل التنقل تقتصد جهود التنقل والبحث عن المعلومة ، وتبليغ الخبر فإنها مبطنة لحضور البعد التجاري ، عبر اعتماد الخطاب الإشهاري ، إنها أيديولوجيا النيوليبرالية التي تدين كل منطق نقدي بأنه يحن إلى سوسيولوجيا ماركسية مبسطة ، وينشد العودة إلى الزمن الماضي زمن ما قبل سقوط جدار برلين ، إن هذه الأيديولوجيا التي تتذرع بالحريات وحقوق الإنسان في الاستهلاك والإنتاج تمارس استبدادا مطلقا يؤيد كل نزعة نقدية خاصة حين لا تجد سلطات مؤسساتية مضادة تقف في طريقها ، وهي السلطات التي لا يمكن أن تنبثق إلا من بواطن المجتمع المدني .

ثالثاً : الدور الأيديولوجي وتأثيره الإعلامي :

في كتابه "نهاية الأيديولوجيا" أعلن دانييل بيل سنة 1962م تصفية حسابه مع الأيديولوجيا ، ونقده للصناعة الثقافية معلنا قيام مجتمع ما بعد صناعي يتمحور في حركته حول الذكاء وصناعة الإعلام وفي هذه الدعوة المعلنة عن نهاية الأيديولوجيا إشارة قاطعة إلى قيام طلاق بائن بين الإعلامي والأيديولوجي ، وهى دعوة وقع تحيينها وتحقق تجديدها بعد تفكك المنظومة الاشتراكية بزعامة الاتحاد السوفييتي سابقا ، حيث إن غياب مرجعيات التنافر الأيديولوجي بين الكتلتين الشرقية والغربية ، سيشرع المجال للتبشير بعصر ليبرالي جديد ، يتميز بقيم السوق والتنافس وتحرير المعاملات والتبادلات التجارية، فهل صحيح أن الأيديولوجيا اندحرت وانكشفت بفعل وقائع تاريخية أهمها سقوط جدار برلين وأخرى تقنية علمية أهمها تطور المخترعات المعلوماتية والاتصالية والأيديولوجيا كوعي اجتماعي، ينضد مصالح فئة أو طبقة اجتماعية معينة على مستوى الأحكام والتصورات والقيم الثقافية، تظل حاملة لدلالات إيجابية وهذا يعني أن أي خطاب لا يخلو من ضمنيات أيديولوجية ، مع العلم أن التسليم بوجود الأيديولوجيا كالهواء في كل قول وفعل. تفكيراً

وممارسة لا يشرعن للكسل الفكري الذي يقطع في أحكامه بوجود الأيديولوجيا .

إن الأيديولوجيا ذات حضور طبيعي في كل تجليات الفكر والعمل البشريين ، ولكن ما هو غير صحيح هو حين تتحول إلى وعي زائف ، وبالأخص إلى سلطة مؤسساتية كليانية ، تقمع الأفراد والجماعات ومن هنا تكون الأيديولوجيا محايثة لكل خطاب إعلامي لكن آليات اشتغالها تباين آليات اشتغال منظومات قولية خطابية بل وشفهية أخرى .

فما أهم حضور الأيديولوجيا في مجال الإعلام ؟

لعل أول تجليات هذا الحضور : هو الإشهار الذي يظهر قوة تأثيره في الفضاء الإعلامي، بل يجب ألا نغفل أن الإشهار شكل منذ الثمانينيات من القرن العشرين الحل الذهبي والمفتاح السحري بالنسبة إلى الشركات الكبرى لمضاعفة رأسمالها باختراقها أسواقاً واسعة واجتذابها قاعدة ممتدة من المستهلكين لمنتجاتها.

غير خفي أن الأيديولوجيا الإشهارية تشتغل باليات سمعية – بصرية حيث لعنف الصورة دور نافذ في تعنيف خيال القارئ أو المشاهد ، إنه العنف الذي ينضه تلاحق سريع لأصوات وصور لها قوة

الاشتراط السيكولوجي للمتلقي ، بحيث يقع إعدادة للهات وراء
البضاعة التي هي موضوع الإعلان الإشهاري .

أما التجلي الثاني : لحضور الأيديولوجيا في مجال الإعلام
فيتمثل في تحويل المنتج الإعلامي ذاته إلى بضاعة تخضع لمنطق تجاري
محض ، وهنا يتحول الإنتاج الثقافي أيضاً إلى بضاعة ثقافية مما يعني
وبشكل نموذجي إفلاس الثقافة وسقوطها في فخ التجارة ، كما أكد من
قبل أدورنو وهوركايمر كفيلسوفين مثلاً الاتجاه النقدي المناهض
للعقلانية التقنية .

في حين أن التجلي الثالث : يكمن وبقوة في احتكار الثورة
الإعلامية – المعلوماتية ، فمهما تذرع أيديولوجيو ثورة المعلومات
والاتصالات بأنها ثورة تؤدي إلى اقتسام ثروة المعلومات والأخبار
فإن القرائن تظهر أن تدفق المعلومات هو تدفق يتحكم فيه عقلان :

• **العقل الأول** : عقل اقتصادي يعادي النزعة العقلية ويهرع وراء
تراكم رأس المال .

• **العقل الثاني** : عقل سياسي يعادي هو الآخر النزعة النقدية ويهرع
وراء تأييد سيادة السلطات المؤسساتية القائمة .

إن تداول المعلومات ليس فعلاً مشاعاً وديموقراطياً بل هو فعل
نخبوي وخصوصي .

أما التجلي الرابع : لحضور الأيديولوجيا في حقل الإعلام فيتمثل
في تقنية الإضمار التي تحبك تفاصيلها وسائل الإعلام ، خاصة المرئية
منها فبفضل الصورة واعتمادا على رقيب حاضر دون أن يكون مرئياً
تتم تورية حماقات الحروب ، ويقع تقنيح لأبشع الجرائم لتكن
في وجبات إخبارية سريعة ومبتذلة .

أما خامس تجليات : حضور الأيديولوجيا في مجال الإعلام
فيتصل بسرعة الإرسال والتلقي فالمواد الإعلامية والمعلوماتية تتلاحق
وليس هناك مجال لقراءتها في تأن وروية ، فخبير اليوم يمحو خبر الأمس
وخبير الغد يمحو خبر اليوم كما أن المخترع التقني مصيره المحو من طرف
مخترع آت لامحالة .

رابعاً: الفجوة الرقمية والإعلام العربي :

يواجه الإعلام العربي العديد من التحديات لعل من أبرزها الفجوة الرقمية في عصر المعلوماتية والتي تتمثل في الخلل الإعلامي والمعلوماتي بين من يملكون التكنولوجيا الاتصالية والمحرومين منها خصوصاً في الدول العربية غير الغنية نفعياً ، التي تنتشر فيها الأمية والبطالة وتفتقد إلى وجود البنية التحتية للاتصالات . كما أن هناك إجماع أن الفجوة الرقمية تحمل بين جوانبها كل أشكال التفاوت الاجتماعي والاقتصادي والثقافي ولا يمكن اعتبارها تكنولوجياً فحسب ، فالتكنولوجيا كانت دوماً منتجا اجتماعياً ثقافياً ، سواء في نشأتها أو استخدامها وتوظيفها ولذلك يرتبط إلغاء الفجوة الرقمية بإلغاء الفجوات الأخرى الاقتصادية والاجتماعية والثقافية سواء على المستوى العالمي أو داخل البلدان العربية (44).

* تزايد الفجوة الرقمية وأثرها على الإعلام العربي :

تعني فجوة العقل الإعلامي العربي وجود رؤى نظرية عدة في حقل الإعلام ، تتباين تداعياتها لدى علماء الاتصال والإعلام والممارسين الإعلاميين ، وجمهور المتلقين وفي المحاولات الدءوبة التي تقودها القوى المتحكمة في السوق العالمية من أجل عولة الثقافة والتعليم والدين

ففي ظل الصراع الثقافي والتحديات الحضارية تبرز فجوة العقل الإعلامي ، حيث لم تعد تكنولوجيا الاتصال والمعلومات تشغل موقعا مركزيا فحسب في شبكة الإنتاج ، بل أصبحت تشغل في استراتيجية إعادة تشكيل منظومة العلاقات الدولية على المستوى السياسي بين الحكومات ، وذلك بالترويج لما يسمى "بالشرعية الدولية"ومعاييرها المزدوجة ، وعلى المستوى الثقافي بين الثقافات المختلفة بإعلاء شأن الثقافة الغربية وعلى الأخص الطبعة الأمريكية منها وتهميش ثقافات الجنوب، وعلى المستوى الاتصالي بالترويج لما يسمى " القرية الاتصالية العالمية " متجاهلا عن عمد التفاوت الحاد بين معدلات التطور الإعلامي والمعلوماتي بين أجزاء العالم ، شمالاً وجنوباً سواء تمثل ذلك في تكنولوجيا المعلومات والاتصال أو في الإشعاع الإعلامي والمعلوماتي، وتتجلى فجوة العقل الإعلامي في ثلاثة مجالات رئيسية :

أولاً: تعددية الرؤى الفلسفية والنظرية في هذا الحقل المعرفي المهم.

ثانياً : تنوع الممارسات المهنية في وسائل الإعلام المقروء والمرئي والسموع .

ثالثاً : طبيعة الجمهور المتلقي والتي تزخر بكثير من التباينات الاقتصادية والثقافية والديموجرافية علاوة على تعدد مستويات الوعي السياسي والاجتماعي⁽⁴⁵⁾ .

* الإعلام في إطار ثقافة عصر المعلومات المعلومات :

- من الإعلام إلى التواصل :

يرتكز مفهوم الإعلام أساسا على مهمة توجيه الرسائل من المرسل إلى المستقبل ، أما التواصل فهو ثنائي الاتجاه لا يقتصر على إبلاغ الرسائل ، بل يتجاوز ذلك إلى مهام التعليم والتعلم والتواصل والتعاون، عن بعد وأهم من هذا وذاك إقامة ساحة إعلامية لدعم المشاركة في توظيف المعرفة القائمة، وإنتاج المعرفة الجديدة . ويحتاج التحول من الإعلام إلى التواصل إلى إقامة بنية تحتية مغايرة في شبكات الاتصالات ذات السعة العالية ، مما يخشى معه نظرا لارتفاع تكلفتها ظهور نوع من الفجوة الإعلامية ، تفصل بين العالم المتقدم والعالم العربي وبين المجتمعات العرية ذاتها .

- الانتقال من الإعلام الفوقي إلى الإعلام الشعبي :

تقوم عظمة الإنترنت على احتوائها الصحافة والإذاعة والتلفزيون والبحث عن المعلومات ، لقد وفرت الإنترنت وسيطا إعلاميا غاية في الإثارة والمرونة ، يجمع بين البث على نطاق عريض والبث على نطاق ضيق والبث المصوب للأفراد أو فئة محدودة من الأفراد .

الأخطر من كل ما سلف أن الإنترنت وفرت ساحة إعلامية مغايرة تماماً للإعلام الجماهيري ذي الطابع الفوقي ، فمن خلال ما يعرف بالشبكات الاجتماعية اليوتيوب والفيس بوك وانتشار المدونات ظهر ما يمكن أن نطلق عليه الإعلام الشعبي المنبثق من أسفل إلى أعلى. إن انتشار المدونات العربية إضافة إلى عدة مبادرات ناجحة لصحف عربية ولدت إلكترونية ، تشير إلى تغيرات جوهرية سوف تطرأ إن عاجلاً أو آجلاً على ساحة الإعلام العربي الرسمي وغير الرسمي على حد سواء .

* التوقعات المستقبلية لتطور الفكر الإعلامي :

- التوقع الاقتصادي النفسي :

الانتباه لسعة نادرة ، فقدرة الإنسان على تلقي المدركات الحسية محدودة بقيود فسيولوجيا الجهاز العصبي إن ثراء المعلومات الحالي يقابله كما خلص البعض فقر في الانتباه ، حيث يتم على حساب استهلاك الموارد الإدراكية وهو ما أدى إلى ظهور ما يعرف ب اقتصاد الانتباه، الذي تسعى أجهزة التسويق للشركات العالمية إلى توظيفه من أجل اقتناص أكبر نصيب من سوق الانتباه وذلك باستحداث أساليب مبتكرة لاجتذاب المشاهدين ، وتشكو أغلبية المواطنين العرب

من أمية إعلامية تجعلهم لقمة سائغة لمثل هذه الأساليب ، مما يستوجب محوها من خلال المدرسة ومنظمات المجتمع المدني .

- التوقع اللغوي

تتضمن دساتير الأداء لكبرى المؤسسات الإعلامية قواعد صارمة وملزمة في انتقاء الكلمات ، وكيفية صياغة نص الرسالة الإعلامية ، وقد أدى ذلك بدوره إلى اهتمام الفكر الإعلامي بلغة الإعلام .

حيث دأب الإعلام الغربي على إساءة استخدام اللغة بهدف التغطية على الجرائم التي يقترفها الإحتلال الإسرائيلي في فلسطين ، من قبيل استخدام المناطق المتنازع عليها بدلاً من الأراضي المحتلة، وإغلاق المنافذ بدلاً من الحصار، والمجاورات بدلاً من المستوطنات ، والمتعاونين من الفلسطينيين بدلاً من العملاء .

هناك كم هائل من هذه النصوص الإعلامية تكفي لدعم بحوث لغوية جادة لا تفهم لغة الإعلام فحسب بل الإصلاح اللغوي بمعناه الشامل⁽⁴⁶⁾ .

* الإعلام ومجال الثقافة :

أوهو جزء من الثقافة بمفهومها الشامل ، وليس الإعلام (الإخبار) كما تشير التسمية العربية : إلا أنه يبدو أن دلالة كلمة (إعلام) في العربية - بمعنى : إيدان ، أو أذان ، إخبار وإشعار - قد طغت فى الأذهان ، على الدلالة التعليمية التثقيفية للمصطلح وعلى الوظيفة الآخذة لذلك الجانب التثقيفي بقوة في التطبيق . ولعل التسمية الإنجليزية ، المتعلقة بالمعلومة والمعرفة (*information*) كانت الأدق والأوفى إحياء بدور الإعلام الثقافى والمعرفى ، في حين ضللتنا - نحن العرب - التسمية العربية (إعلام) عن أصالة الجانب المعلوماتي - المعرفي والثقافي - في الإعلام .

والمعلومة هي لب المعطى الثقافى والمعرفى ، مما يؤكد التلازم بين الإعلام والثقافة . ولذا فقد ظلت - على الصعيد الثقافى - أندية الأدب والمراكز الثقافية في الوطن العربى ضعيفة بشكل يستوجب البحث عن حل ناجح ، ومن الحل الناجح مساندة الإعلام لتك المنابر ، التى بقيت منعزلة أو معزولة لسنوات ، ولم يتحول الهم المعرفى اجتماعيا إلى هم عام إن المشكلة تبدو ، إذن فى غياب الذراع الإعلامى عن الثقافة ؛ إذ كان لا بد من استثمار ما يملك الإعلام من وسائل تمكنه من

مخاطبة كل الناس ، وإثارة اهتمامهم وشدهم إلى مجالات الفكر والأدب والمعرفة ، وخلق توجه عام للاهتمام بمعارف العصر، وأفكاره وتفاعلاته

ذلك لأن الثقافة ، أيضاً لم يعد فى الإمكان تقديمها بالطرق التقليدية ، فالناس لن يحضروا منابر الثقافة ، كما كانوا فى الماضى لأن الواقع قد اختلف ، ووسائل التنقيف والتلقى قد اختلفت . وهنا يأتي دور الإعلام ، لتجسير الهوة الثقافية والمتلقى . ومن ثم تظهر أهمية دعم خطط الإعلام العربى فى مجال ، وتطوير مشروعاته المستقبلية فى هذا المجال ، أملا فى صنع حركة ثقافية فاعلة ومؤثرة عربياً وعالمياً. إن الوطن العربى يعج بالفاعليات الثقافية من مهرجانات وندوات ، ومؤتمرات . وعلى الرغم من ذلك المد الأفقى والرأسى من الاهتمامات الثقافية ، فإن الإعلام العربى لا يواكبه بتغطية كافية أو شبه كافية، عن أن يكون له دور التفعيل والتحفيز والجذب . وليس القصد بالمواكبة تلك التغطيات الإخبارية التى قد تبتث إنتاج فاعلية ما مباشرة عبر الأعمار الصناعية ، وإنما القصد التغطية الشاملة لأيام المهرجانات والفاعليات ، وبشكل احترافى، وحي وشامل ، ومغربحرك ثقافى جماهيرى . وهو واجب ثقافى إعلامى، لا بد أن يطمح إلى كثير

من رسائل يومية مقتضبة ، تقدم- إن قدمت - في هزيع متأخر من الليل ، أو في تلك الفترات التي توصف بالفترات الميتة، لضغف متابعة الجمهور.

إن الإعلام العربي- والحالة تلك- لا يزال فى طور (الإخبار) لا التثقيف . حتى لقد بات ينظر إلى بعض الفعاليات الثقافية - كتلك المصاحبة لمعارض الكتب الدولية - على أنها مدموغة بطوابع إعلامية وتغلب عليها صيغ العلاقات العامة . ومعنى ذلك الإعلام عوض من أن يخدم الثقافة، أصبح يسخر الثقافة لخدمته وبعبارة أخرى: بدل أن يكون الإعلام وسيلة للثقافة ، صار الإعلام غاية والثقافة هي الوسيلة.

من جهة ثانية ، ما زالت الثقافة العربية نفسها تتلکأ فى مواكبة التطور الثقافى ، بين ثنائيات تمر بها الثقافة الإنسانية وتتخطاها ونحن لانزال فى جدلياتها ويبرز ذلك فى مجالين حيويين هما: -

- ما يتعلق بثقافة الصورة عبرتاريخها المديد من السينما إلى التلفزيون إلى اليوتيوب .

- ما يتعلق بثقافة الحرف والكتابة من الشفاهي والسماعي إلى براءة التأليف وصولاً إلى النشر الإلكتروني .

إن الإعلام اليوم بوسائله المتعددة لم يعد في العالم قوة رابعة ، بل هو قوة أولى ، ترفده وسائط الاتصال بتقنياتها المتنوعة ، وهو بذلك في مختلف جوانب الحياة ، بل صانع حياة ثقافية شاء ذلك أم أبى أحسن الصناعة أم أساء ، كما أن الثقافة اليوم قد أصبحت ثقافة إعلام واتصال عبر الصورة والتلفزيون والحاسوب والإنترنت . ولم تعد ثقافة سماع أو ورق وبتلك الكيفية صارت الثقافة مشكلة لاقتصاد الشعوب المعرفي مؤثري اقتصادها المادي بيد أن الثقافة تعجز عن ذلك كله بلا إعلام جاد ومتطور، والإعلام الجاد المتطور المنافس لما يكتسح الفضاء من تحديات لن يتأتى بطيبة الحال دونما تخطيط استراتيجي مستمر ودعم مالي متواصل (47).

* الإعلام والسياسة والذكر :

في فترات مختلفة من التاريخ الإنساني منذ الصياغات الأولى للتاريخ الفلسفي ، عند اليونان وحتى بدايات القرن العشرين لعب المفكرون والفلاسفة والمثقفون دوراً بارزاً في قيادة مجتمعاتهم وتطويرها بل ووجهوا السياسيين في أنحاء كثيرة من المعمورة .

فقد كان أرسطو مستشاراً للإسكندر الأكبر ، وديكارت مقرباً من ملكة السويد ، وفرانسيس بيكون جزءاً من البلاط الملكي الإنجليزي

وغيرهم من الفلاسفة الذين كانوا عوناً وموجهين للعديد من القيادات السياسية ، بيد أن هذا الدور تراجع كثيراً منذ منتصف القرن العشرين أصبحنا اليوم في عالم يقوده السياسيون والمصالح السياسية المرتبطة بالعوامة⁽⁴⁸⁾ .

* العلاقة بين النظام السياسي والإعلام :

يمكن توصيف العلاقة بين النظام السياسي والإعلام من خلال علاقة تأثير متبادل ، حيث يؤثر النظام السياسي في وسائل الإعلام من خلال آليات متعددة ، ويختلف حجم التأثير الذي يتبادله الطرفان وذلك وفق طبيعة العلاقة بينهما من مجتمع إلى مجتمع آخر، وفق درجة الديمقراطية التي يتمتع بها المجتمع ودرجة الحرية السياسية التي ينعم بها الإعلام في معالجة قضايا المجتمع ودرجة استجابة النظام السياسي لملاحظات الإعلام على الأداء التنفيذي في واقع الحياة.

* تأثير النظام السياسي في الإعلام :

تستطيع النظم السياسية أن تؤثر في الإعلام من خلال عدة آليات يمكن اختصارها في النقاط الآتية :-

- التشريعات والقوانين المنظمة للعمل الإعلامي.
- آليات المتابعة على أداء وسائل الإعلام.

- إصدار تراخيص الصحف الجديدة.
- قواعد النشر في موضوعات وقضايا معينة.
- حجب المعلومات عن وسائل الإعلام في أوقات معينة.
- الدعم المالي المقدم لوسائل الإعلام.
- إختيار القيادات الإعلامية.
- تقدير الاعلاميين على المستوى المعنوي والأدبي.
- توفير تكنولوجيا الاتصال اللآزمة لدعم العمل الإعلامي.
- توفير البنية الفنية اللازمة لدعم العمل الإعلامي .
- مشاركة كبار الإعلاميين والكتاب في دوائر صنع القرار.
- فرص الاحتكاك بالخبرات الأجنبية في مجال الإعلام .
- مناخ الحرية الذي تتمتع به وسائل الإعلام في معالجة قضايا المجتمع.

* دور الإعلام في دعم النظام السياسي:

يؤثر الإعلام في النظم السياسية من خلال عدد من الآليات يمكن اختصار أهمها في النقاط الآتية :-

- التنشئة السياسية للمواطنين من خلال تعريف الجمهور بحقوقه وواجباته السياسية كما كفلها الدستور والقانون من خلال المضامين الإعلامية المختلفة.
- التعبئة السياسية للمواطنين ولا سيما في الظروف التي تستدعي مساندة التوجهات السياسية الرسمية إدارة الأزمات المحلية والإقليمية والدولية المختلفة.
- تعد وسائل الإعلام بمثابة قنوات اتصالية فعالة ذات اتجاهين (هابط – صاعد) بين النخبة الحاكمة والرأي العام حيث تعكس تصورات نخبة الحاكم لمجريات الحياة على المستوى المحلي والأقليمي والدولي للرأي العام ، كما تعكس في الوقت ذاته اتجاهات الرأي العام بشأن معالجة النظام السياسي للقضايا المختلفة.
- تسهم وسائل الإعلام في ترتيب أولويات أجندة قضايا العمل الوطني ، من خلال إدراكها لاحتياجات ورغبات المواطنين ،

وكذلك إدراكها لتوجهات النظام السياسي خلال مراحل
زمنية مختلفة.

- إمداد المواطنين بالمعلومات والمعارف حول المستجدات
على الساحة السياسية المحلية والإقليمية والدولية والتعبير عن
وجهة نظر النظام السياسي تجاه هذه الأحداث والتطورات ،
والتعليق عليها وإبداء الرأي بشأنها.
- تعزيز مبادئ الديمقراطية من خلال إتاحة الفرصة للنخبة
الفكرية والثقافية لإبداء رأيها بشأن الأحداث الجارية ،
ومتابعة الأداء الحكومي ، وإبداء الملاحظات حول بعض
الممارسات السياسية وتصحيح المسار الديمقراطي ، وتقديم
بدائل وحلول للموضوعات السياسية ، والاقتصادية المختلفة ،
والدفاع عن حرية الرأي والتعبير والتعبير عن الفئات المهمشة ،
والدفاع عن حقوق الإنسان المختلفة والاستمرار في تقييم أداء
السلطات الثلاث الأساسية بالدولة. إضافة إلى إعطاء
الأحزاب الفرصة الأساسية للتعبير عن نفسها من خلال
الصحف الحزبية.

- تسهم وسائل الإعلام في إضفاء الشرعية على النظم السياسية من خلال مساندة الأهداف التي تعتنقها والبرامج والأنشطة التنفيذية التي تقوم بها ، والتقريب بين أهداف القيادة وال جماهير.
- ويمكن أن تقوم وسائل الإعلام بدور يناقض الدور السابق حيث تسهم في تقويض شرعية النظم السياسية من خلال الانتقاد الدائم لسياساتها وتوجهاتها ، وكذلك تقليل أهمية الأنشطة والبرامج التنفيذية التي تقوم بإنجازها.
- تؤدي وسائل الإعلام دورا مهما في تشكيل اتجاهات الرأي العام إزاء القضايا المختلفة الشائكة على المستوى المحلي والدولي ، بما يساند النظم ويحافظ على شرعيتها ، أو العكس من ذلك فقد تتبني وسائل الإعلام اتجاها مغايرا لذلك الذي تتبناه نظم الحكم ويترتب على ذلك تقويض شرعيتها في أوساط الرأي العام .

* الدور الإعلامي ومحاولة إيجاد لغة إعلامية واحدة :

من أهم التغيرات التي طرأت على الحياة الفكرية العامة في العقود الأخيرة من القرن العشرين انتشار عدد كبير من الكلمات والمصطلحات ذات الطابع الأكاديمي ، بين أوساط المثقفين غير المتخصصين في فروع المعرفة التي تنتسب إليها هذه المصطلحات بل ودخول بعضها بلغاتها الأصلية في الحديث اليومي بين فئات واسعة من عامة الناس ، الذين يكادون لا يعرفون الدلالة أو الأبعاد الحقيقية لهذه المصطلحات ، مثل كلمة الكمبيوتر والإنترنت والصواريخ ومركبات الفضاء والأقمار الصناعية ، بل وفي بعض الأحيان كلمات مثل ثقب الأوزون والجينات والسوفت وير وما إليها.

وقد انتشرت هذه الكلمات بطبيعة الحال على هذا النطاق الواسع بفضل تقدم وسائل الإعلام والاتصال ، التي ساعدت على سهولة التدفق المعلوماتي وبعد ان كانت هذه المصطلحات والمعلومات حكراً على فئة مميزة من العلماء والأكاديميين والمتخصصين في المجتمعات المتقدمة ، علمياً وتكنولوجياً شاعت حتى في المجتمعات القبلية التي كانت حتى عهد قريب ، تستمد كل معارفها ومعلوماتها من الكبار عن طريق الرواية الشفهية ، إلى أن عرفت طريقها إلى الراديو ثم

التليفزيون ومن بعدهما الفيديو، وظهر نتيجة لذلك ما يمكن اعتباره لغة مشتركة بين معظم مجتمعات العالم من ناحية ومختلف قطاعات وشرائح المجتمع الواحد من ناحية أخرى .

فوسائل الإعلام والاتصال تزود الناس وبخاصة من الأجيال الجديدة بمعلومات جديدة وبثروة لفظية ، تختلف كل الاختلاف عما توارثته الأجيال السابقة ، وتناقضه بأساليبها البسيطة التي أصبحت ساذجة ومتخلفة أمام إنجازات العلم والتكنولوجيا الحديثة ، ومع دخول هذه الألفاظ والمصطلحات والتعبيرات وما يرتبط بها من أفكار وتصورات ومفاهيم ، يعتبر عامل قوة وثراء للغات التي تتقبلها وتدرجها بصورتها الأجنبية الأصلية ضمن قاموسها اللغوي ، فإن الكثيرين من الكتاب والمفكرين يرون أن هذا التسلسل اللغوي قد يكون مصدر تهديد لمقومات اللغة الوطنية ، ولذا يجب الحد من انتشارها ، أو على الأصح يجب ترجمتها إلى تلك اللغات لتقريبها من الأذهان أولاً وللمحافظة ثانياً على الهوية الوطنية لتلك اللغات .

والواقع أن المسألة أخطر بكثير من مجرد انتشار ألفاظ أو دخول مصطلحات غريبة إلى اللغات الوطنية . فالكلمات تحمل كثيراً من معالم ومقومات الثقافة ، التي تؤلف هذه الكلمات جزءاً منها ، ولذا

فإن انتشارها خارج حدودها الوطنية يعنى انتشار مقومات وأفكار وتصورات ومفاهيم ، بل وقيم هذه الثقافة وبالتالي إخضاع الثقافات الأخرى التي تتقبل هذه الكلمات والمصطلحات لهيمنتها . ولما كانت لغة الغالبية العظمى من تلك المصطلحات العلمية هي اللغة الإنجليزية نظرا لتفوق المجتمع الأمريكي في مجال العلوم والتكنولوجيات الحديثة المتطورة ، فقد أدى ذلك إلى انتشار اللغة الإنجليزية فى معظم أنحاء العالم ، وإلى مزاحمتها اللغات الوطنية والقومية فى كثير من الأحيان ولم يكد يفلت من ذلك حتى المجتمعات واللغات الأوربية ذاتها .

وليس من شك فى انتشار هذه المصطلحات والتعبيرات التي تصاغ فيها هذه المصطلحات والمفاهيم ، التي تحملها يساعد على التقارب بين الشعوب على الأقل فى هذه المجالات المحددة وأن كان يثير فى الوقت ذاته التساؤل عما إذا كان ذلك يؤدي فى آخر الأمر إلى قيام لغة عالمية واحدة يمكنها تحقيق هذا التقارب على الوجه الأكمل ، وهل يمكن للغة الإنجليزية التي تجد كل هذا الانتشار والإقبال أن تتولى هذه المهمة الضخمة ، أم أن الأمر سوف يحتاج إلى (اختراع) لغة لها من السهولة وبساطة التركيب والقدرة على الذيوع مما يساعد الشعوب المختلفة على تقبلها واستخدامها ليس فقط فى النشاط

العلمى والتكنولوجى المحدث ، بل وأيضاً فى كثير فى أنشطه الحياه الأخرى مع الاحتفاظ فى الوقت ذاته بلغاتها الوطنيه ؟ ثم ما الشروط التى يجب توافرها فى مثل هذه اللغة حتى يمكنها فرض نفسها على شعوب العالم ؟ .

ولقد شغلت مجلة أتلا نتيك الشهرية *Atlantic Monthly* الأمريكية نفسها بهذه المشكله وشاركها فى ذلك عدد من المعاهد ومراكز البحوث التى تهتم بمستقبل اللغة فى عالم سريع التغير ، نتيجة لتقدم أساليب وتكنولوجيا المعلومات والاتصال .

فى عدد نوفمبر 2000م مثلاً ظهر مقال طويل كتبه "باربارة وولراف" - وهى إحدى محررات المجلة - عن إمكان قيام لغة عالميه وماهيه هذه اللغة وفيه تذكر أن انتشار اللغات خارج حدود أوطانها يتوقف إلى حد كبير على سهوله اللغة وسرعه تعلمها ، بفضل بساطة تركيباتها النحويه ، وتستههد على ذلك بأن المتقدمين من الأمريكيين للعمل فى الخارجيه الأمريكية يحتاجون إلى أربعة وعشرين أسبوعاً فقط لتعلم أى من اللغات الألمانية ، الايطاليه الفرنسيه ، الأسبانيه البرتغاليه ، لتقارب تراكيبها النحويه البسيطه مع الإنجليزيه ، ولذلك تنتشر هذه اللغات أكثر من غيرها فى العالم مع بعض التفاوت فيما

بينها فى درجة الانتشار، بينما يتطلب تعلم لغات مثل السواحيلية (شرق إفريقيا) والإندونيسية والماليزية إلى ستة وثلاثين أسبوعاً ويحتاج تعلم الهندية والأوردية والروسية إلى أربعة وأربعين أسبوعاً. أما تعلم العربية والصينية واليابانية والكورية فإنه يحتاج إلى ثمانية وثمانين أسبوعاً.

وتعتبر الإنجليزية من أبسط هذه اللغات جميعاً وأسرعها فى التعلم، ولذا فإنها مؤهلة ومرشحة لأن تكون هى اللغة العالمية التى قد تسود العالم كله فى المستقبل وثمة شواهد كثيرة تشير إلى إمكان تحقيق هذا التوقع⁽⁴⁹⁾.

وأول هذه الشواهد هو ذلك الكم الهائل من المواد المتاحة باللغة الإنجليزية، على شبكات الإنترنت التى تقدر بحوالى 80 ٪ من كل المواد المعروضة.

والشاهد الثانى على انتشار اللغة الإنجليزية واحتمال أن تصبح هى اللغة العالمية فى المستقبل غير البعيد هو أن الإنجليزية تعتبر الآن لغة العلم التى تستخدم فى إجراء البحوث ونشر النتائج على مستوى العالم.

والشاهد الثالث والأخير هو اهتمام دولة كبرى مثل الصين بنشر اللغة الإنجليزية بين الأطفال في المدارس حتى ينشأوا على اتصال ومعرفة بتطورات الحركة العلمية والتكنولوجية في العالم⁽⁵⁰⁾ .

ربما كان أهم ما سوف يميز القرن الواحد والعشرين هو زيادة الانفتاح الثقافي والاجتماعي بالمعنى الواسع للكلمة ، الذي يشمل السياسة والاقتصاد وأساليب الفكر ، نتيجة وسائل الإعلام والاتصال المتطورة وسوف يساعد هذا الانفتاح والاتصال على معرفة الثقافات المختلفة والمتباينة في العالم ، وإدراك كنهها ومعرفة رموزها ومعاني هذه الرموز ، مما يؤدي إلى احترام ثقافة الآخرين ، والنظر إلى كل ثقافة منها على أنها منظومة واحدة تتفق في مبادئها العامة مع المنظومات الثقافية الأخرى ، رغم اختلاف العناصر الجزئية التي تدخل في تكوينها والتي سوف يشهد القرن الواحد والعشرون استمرار بعض حركات التغيير والتقدم التي بدأت بوادرها تظهر خلال القرن العشرين .

بحيث يمكن القول أن القرن الواحد والعشرين هو قرن التقدم في مجال العلوم والتكنولوجيا استمرارا وامتدادا لما تم تحقيقه بالفعل وهو ما يتطلب سيادة التفكير العلمي العقلاني وتراجع التفكير التفكير الغيبي وانكماش الخرافات ، وإن كان هذا لن يقضي عليها تماما لأنها

تخاطب ناحية معينة في حياة البشر وسوف تزداد المطالبة بالحقوق المدنية وبخاصة في مجتمعات العالم الثالث ، مع إقرار حقوق الأقليات العرقية والدينية واللغوية واستمرار ارتفاع الصيحات بتحقيق مطالب المرأة ، والعمل على إبراز وتوكيد الثقافة النسوية التي تهدف إلى فرض نظرتها الخاصة ، إلى الأوضاع والنظم والعلاقات القائمة بالفعل وإعادة تأويل وتفسير الثوابت التقليدية المتوارثة في الاجتماع والأخلاق والسياسة والاقتصاد ، ومن منظور نسوي خالص بدأت بوادره تظهر خلال النصف الثاني من القرن العشرين ، ورغم سقوط الحواجز الثقافية بين مجتمعات العالم وازدياد التقرب الثقافي بين مختلف الشعوب فسوف تظهر في الوقت ذاته الرغبة في إبراز وتوكيد التمايز والاختلاف والاستقلال الاجتماعي والسياسي ، لكسر الهيمنة والتي قد تريد بعض الدول فرضها على الآخرين ، كما سوف تزداد داخل المجتمع الواحد النزاعات الفردية على حساب الشخصية الاجتماعية المتماسكة ، وبذلك تزداد حدة التنافس وأوحدة الصراع الداخلي بين الأفراد كوسيلة لتحقيق المكاسب الشخصية وإثبات الذات أمام سطوة المجتمع⁽⁵¹⁾ .

هذه الأوضاع الجديدة تتطلب وجود منظومة من القيم الاجتماعية ، التى تتلائم معها وتفسرها وتبررها ، وتعطيها الدعم المكانى المطلوب كواقع قائم بالفعل ، ولا بد أن تكون هذه القيم منسجمة ومتجانسة مع الأخلاقيات الجديدة التى تترجم نفسها فى الأخذ بمقتضيات ومتطلبات العلم ومناهجه ، وبأساليب التفكير العقلانى البعيد عن الغيبيات ، وذلك بمتطلبات العمل والقواعد التى تحكمه وتنظمه فى عصر تسيطر عليه روح المنافسة والصراع ، كما تسوده الرغبة فى تحقيق التقدم والنجاح فى مختلف الميادين مع توفير أكبر قدر من الحرية الشخصية ، والحق فى إبداء الرأى والمشاركة فى الحكم ، وترسيخ مبادئ المساواة والديمقراطية لأفراد المجتمع مع العمل فى الوقت ذاته على تقوية روح الانتماء الوطنى والقومى كوسيلة لمواجهة سطوة وفاعلية وسائل الإعلام التى تعمل على تقويض عوامل التمايز الثقافى والاجتماعى والأخلاقى ، وهيمنة أخلاقيات وسلوكيات وقيم المجتمع الغربى المتقدم على مجتمعات العالم الثالث ومنها المجتمعات العربية والإسلامية ، ولذا فسوف يشهد القرن الواحد والعشرون فى المنطقة العربية التى تهمنا هنا بالدرجة الأولى مزيداً من التركيز على إذكاء روح الوطنية والانتماء القومى .

وربما كان المثال الذى يحضرنا هنا هو الاتجاه الواضح فى الوقت الحالى نحو التعليم الأجنبى فى كثير من البلاد العربية واعتبار ذلك من دواعى الفخر واكتساب مكانه متميزة فى المجتمع ولكن هذا الاعتزاز سوف يتضاءل ويتقلص أمام الاتجاه الذى بدأ فى التنامى الآن نحو الاهتمام بتعليم اللغة العربية وآدابها وتراثها واعتبار ذلك قيمة مطلقة وليس مجرد وسيلة للارتباط بالمكان الذى نعيش فيه أو مجرد أداة للتعامل والتواصل ، وبطبيعة الحال لن يكون الاتجاه عائقاً على الانفتاح على الثقافات الأخرى ، لأنه لا يتنكر للغات الأجنبية ، ولكنه سوف يضع قواعد للاختيار والانتقاء من هذه الثقافات بحيث نستعير منها ما لا يتعارض مع مقومات الثقافة العربية الإسلامية ، فعنصر الاختيار والانتقاء عنصر مهم فى الانفتاح السليم والفعال على العالم الخارجى ، وفى التأثير والتأثير المتبادلين⁽⁵²⁾ .

خامساً : الفضاء المعلوماتي

• تراجع المجال العام والتزايد المستمر للفضاء المعلوماتي :
في متابعة ظهور و بروز المدونات والمدونين باعتبار التدوين أصبح رمزا لنشوء فضاء اجتماعي جديد ، فلا يمكن في الواقع فهم هذه الظواهر المستحدثة إلا في ضوء التركيز على النقلة الكيفية في النموذج الحضاري ، من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات الحالي.
والمجتمع الصناعي هو ربيب الثورة الصناعية ، ولم يكن في الإمكان صياغة وتخطيط مؤسساته وترسيخ قيمته ، إلا في ضوء المشروع الحضاري للرأسمالية الأوربية التي صعّدت على أنقاض المجتمع الاقطاعي الأوربي القديم . وهذا المشروع الحضاري اصطلح على تسميته بالحدائثة *modernity*.
والحدائثة مشروع يقوم على عدة أسس هي :
الفردية والعقلانية والموضعية والاعتماد على العلم والتكنولوجيا وتبني نظرة خطية *linear* في التاريخ الإنساني مبناهما أنه يتطور من مرحلة إلى أخرى. والحدائثة كمشروع له تجليات مختلفة.
ومن تجليات الحدائثة :

- أولها الحدائثة الفكرية : التي أعلنت من شأن العقل ، وكان شعارها أن "العقل هو محك الحكم على الأشياء". بعبارة أخرى

أهدرت الحداثة الفكرية سلطان وسطوة النص الدينى الذى كانوا ينطلقون من رؤى للعالم تتسم بالانغلاق وبالرجعية مما أدى إلى جمود المجتمعات الأوربية وسيادة الاستبداد السياسى لأن رجال الدين المحافظين والرجعيين، وضعوا أنفسهم فى خدمة الطغاة من الحكام الذين مارسوا قهر شعوبهم.

- وهناك وجه آخر للحداثة وهو الحداثة السياسية : التى توجهت لتأسيس مجتمعات ديمقراطية تقوم على أساس تداول السلطة والانتخابات الدورية النزيهة ، وحرية التفكير وحرية التعبير وحرية التنظيم . وفى قلب الحداثة السياسية ولدت فكرة المجال العام (*public sphere*) .

وهناك إجماع بين العلماء الاجتماعيين على أن المفكر الذى وضع أسس "نظرية المجال العام" هو الفيلسوف الألمانى الشهير "هابرماس" فى كتابه المعروف "التحول البنىوى للمجال العام" الذى صدر عام 1962 وكان فى الواقع أطروحته للحصول على درجة الأستاذية فى علم الاجتماع.

وما زال هذا الكتاب هو المرجع الأساسي في الموضوع حتى الآن بالرغم من أن "هابرماس" طور من أفكاره من بعد وخصوصاً في نظريته الاتصالية.

ولعل السؤال الذي ينبغي طرحه الآن: ما هو تعريفه المجال العام؟.

المجال العام - كما تعرفه موسوعة ويكيبيديا- هو "منطقة في الحياة الاجتماعية حيث يتجمع الناس معا ويناقشون بحرية المشكلات المجتمعية بعد أن يحددها ومن خلال مناقشاتهم يؤثرون على الفعل السياسي".

وهو فضاء خطابي (من مفهوم الخطاب) *discursive*. يجتمع فيه الأفراد والجماعات ليناقدوا الأمور ذات الأهمية بالنسبة لهم وللوصول - إذا كان ذلك ممكناً - إلى حكم عام.

ويرى بعض الباحثين أن المجال العام أشبه ما يكون بمسرح ينصب في المجتمعات الحديثة يتم فيه تفعيل المشاركة السياسية من خلال الكلام. وهو في قول آخر "مجال من مجالات الحياة الاجتماعية يتشكل فيه الرأي العام".

ويمكن القول إن "المجال العام" يتوسط بين "المجال الخاص" و"مجال السلطة العامة". والمجال الخاص يتضمن المجتمع المدني

فى معناه الضيق ، ونعنى عالم التبادل السلعى والعمل الاجتماعى .
فى حين أن مجال السلطة العامة يتعلق بالدولة ، أو مجال الشرطة
والطبقة الحاكمة .

والمجال العام يعبر كلا من المجال الخاص والسطلة العامة
من خلال آلية الرأى العام الذى يجعل الدولة بصيرة بحاجات المجتمع .
وهو بهذه الصورة يتميز عن الدولة ، لأنه مجال لإنتاج الخطابات التى
يمكن - من ناحية المبدأ - أن تكون ناقدة للدولة . وهو أيضا يتميز
عن الاقتصاد الرسمى لأنه ليس مجالا لعلاقات السوق ولكنه مجال
للعلاقات الخطابية والعلاقات بين خطابات مختلفة إيديولوجيا
هو مسرح للجدل والنقاش وليس مجال للبيع والشراء (53) .

عملية الاتصال بين الفرد والمجتمع :

يثير جوناثان كللر فى كتابه "فرديناند دي سوسير" نقطة مهمة
حول العلاقة القائمة بين الأفراد والمجتمع .

بالنسبة إلى البشر فالمجتمع هو الحقيقة الأساسية ليس مجموع
الأنشطة الفردية وليس المظاهر / التجليات الطارئة فى العقل وإذا
كان أحد يرغب فى دراسة السلوك البشرى ، فعليه أن يعترف بالواقع
الاجتماعى باختصار يكون علم الاجتماع وعلم اللغويات (اللسانيات)

وعلم التحليل النفسي أمرا ممكنا فقط ، عندما يأخذ المرء المعاني ذات العلاقة والتي تفرق بين الأشياء والأفعال في المجتمع كواقع أساسي وكحقائق يمكن تفسيرها ، وبما أن المعاني منتج اجتماعي فيجب أن تفسر بمصطلحات اجتماعية، كما لو أن سوسير وفرويد ودور كايم سألوا " ما الذي يجعل تجربة الفرد ممكنة ؟ ما الذي يمكن الرجال والنساء من العمل في أشياء وأفعال ذات مغزى ؟ وما الذي يمكنهم من التواصل والعمل بصورة ذات معنى ؟ " وكان جوابهم المفترض هو المؤسسات الاجتماعية التي هي ظروف الخبرة على الرغم من أنها تتشكل من الأنشطة البشرية، لفهم التجربة الشخصية علينا دراسة المعايير الاجتماعية التي تجعلها ممكنة .

وهكذا فإن (سوسير وفرويد ، ودور كايم) عكسوا المنظور الذي يجعل المجتمع نتيجة للسلوك الفردي ، وأصروا على أن السلوك يصبح ممكنا بموجب الأنظمة الاجتماعية الجماعية ، التي استوعبها الأفراد بوعي أو من دون وعي (54) .

يثير (كلر) نقطة مهمة لكي تكون الإشارات ذات مغزى يجب أن يكون هناك مجتمع يعلم الناس بطريقة أو بأخرى كيفية تفسير هذه الإشارات إن معاني الإشارات ليست طبيعية بل يحددها المجتمع

ويدفع (كللر) أن التصرفات الشخصية هي نتيجة وجود شيء نحن ندعوه المجتمع والأفراد ليسوا هم الذين يصنعون المجتمع .

ولعل ما يحتاج البعض حقا هو أن المجتمع قد يكون موجودا ولكن لاصلة له بالموضوع لكن إذا أخذنا بعين الاعتبار أن معظمنا يقضي تسع ساعات يوميا مع وسائل الإعلام ، مما يتطلب من جميع أنواع المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية ووسائل الإعلام إعداد ونشر نصوصها فإن الحجة تبدو جوفاء إلى حد ما ، ومن المهم أن نبقي على هذه النظرة في اعتبارنا بأننا جميعا كما يقول (دوركايم) : مخلوقات مزدوجة وأننا في المجتمع والمجتمع فينا حين تتحرى وسائل الإعلام ودورها في المجتمع ، لأن الشيء نفسه ينطبق على ذلك. وسائل الإعلام موجودة في المجتمع والمجتمع موجود بطرق مختلفة ومهمة في وسائل الإعلام⁽⁵⁵⁾ .

الإعلام وتباين القيم بين الإيجابية والسلبية:

التليفزيون مهووس بمجموعة ضيقة نسبيا من الموضوعات: العنف والجنس والاستهلاك والشباب والشهرة ، وعدد آخر قليل من المواضيع ، إذا ما حكمنا عليها من زاوية العدد الكبير من الموضوعات المتعلقة بالحالة الإنسانية ، التي يمكن أن يتعامل التليفزيون معها

فالجماهير تختار وفق ما هو متاح لها من برامج حيث يؤدي ذلك إلى
تساؤل حاسمة الاحتمالية لدى المشاهدين وضيق لما يعنيه مفهوم أن
يكون المرء إنسانا ، ويمكن القول إن التلفزيون لا يعطي للناس ما
يريدون ولكن يعلمهم أن يريدوا ما يحصلون عليه .
الدفح باتجاه السلبية :

مشاهدة التلفزيون عموما هي تجربة سلبية، يجلس الشخص
ويشاهد النشاط البدني الوحيد المعني هنا هو الضغط على زر لذلك فإن
مشاهدة التلفزيون لها بعض التأثيرات الفسيولوجية والنفسية لدى
الجماهير، وهذه التغييرات الفسيولوجية لها تداعيات اجتماعية
فالجلس طويلا أمام التلفزيون قد يسبب العديد من المشاكل الطبية .
الخصوصية والبعد عن المجال العام: مشاهدة التلفزيون تؤدي
إلى الخصوصية والمشاهدون يتعلمون على حياتهم الخاصة الاهتمامات
الشخصية ، وبصفة خاصة إهمال المسائل الاجتماعية والمجال العام .
الميل إلى العاطفية : كثيرا ما انتقدت الدراما التلفزيونية بأنها
عاطفية بإفراط وذلك لنهاياتها السعيدة عموما ، أو لأنها تثير عاطفة
أكثر مما ينبغي في أنواع مختلفة من السرد ، وثمة من يقول : إن

التليفزيون يميل إلى إهمال الأبعاد المأسوية في حياة البشر، وغسل كل شئ بشئ من التفاؤل ورؤية كل شئ من خلال نظارة وردية.

الاستغلال الجنسي : الأدوار التي تمنح للمرأة في الدراما التلفزيونية والطريقة التي تصور بها في الإعلانات التلفزيونية ، وغيرها من النصوص تستغل الجاذبية الجنسية للمرأة ، وتستخدمها في الإثارة الجنسية وبيع المنتجات ، على الرغم من الأصوات التي تعالت من الحد من هذا الاستغلال لجسد المرأة ، فصورة المرأة ليست واقعية في وسائل الإعلام ، وقد يكون كثير من الإثارة غير المباشرة متاحة على شاشة التلفزيون ، حيث يتراجع اهتمام المشاهدين بالنشاط الجنسي أو أن التخيلات المثيرة التي تم توليدها بواسطة التلفزيون تهيمن على تفكيرهم ، مما يؤدي إلى المشاعر السلبية .

بعض الفنانين المبدعين الجادين ممن الدخل الأفضل :

لأن التلفزيون يدفع مرتبات خالية فهو يغري العديد من الكتاب الجادين والمخرجين وفناني الأداء للعمل من أجله ، وتحولهم من المسرح وغيره من أشكال فن النخبة ، ومن ثم حرمان الجماهير من مساهمتهم في هذا النوع من الفن، وهذا ينطبق بصفة خاصة على صناعة السينما ونتيجة للإغراءات المالية المقدمة من وسائل الإعلام

فإنه يصعب على كبار الفنانين الجادين مقاومتها مما يعني إنتاج عدد أقل من الأعمال المسرحية والأدبية الجادة .

الهروب إلى البرامج الترفيهية : يوفر التلفزيون ملاذا للتهرب من خلال : كوميديات المواقف الهزلية ، وبرامج العنف والمغامرة وأنواعا مماثلة من المواد قليلة القيمة الاجتماعية أو الجمالية ، لأن هذه البرامج سطحية ولا تتناول قضايا جادة أو خطيرة، ويمكن للناس أن يستهلكوا كميات هائلة من هذه المواد وحتى البرامج الإخبارية ، طغت عليها الحاجة إلى الترفيه وقد أشار نقاد وسائل الإعلام إلى أنه في الوقت الحاضر هناك عدد قليل نسبيا من الوثائقيات التلفزيونية التي تتناول القضايا الجادة مقارنة مع عشرين أو ثلاثين سنة خلت .

زيادة النشاط المفرط : نتيجة للوابل السريع من الصور وهذا النوع من الإشباع الفوري ، الذي يوفره التلفزيون هناك ما يدعو إلى الشك في أن مشاهدة التلفزيون تسهم في السلوك المفرط لدى العديد من الأطفال، الذين يشاهدون التلفزيون اعتادوا الترفيه الذي لا ينتهي ولا يطورون قدرتهم على أن يكونوا هادئين في الفصول الدراسية وأن يركزوا على دراستهم . قد يكون الارتفاع المذهل في عدد الأطفال والكبار الآن المصابين باضطراب نقص الانتباه (ADD)

أو نقص الانتباه للنشاط المفرط (ADHD) مرتبطا بمستويات عالية من مشاهدة التلفزيون والتعرض لوسائل الإعلام⁽⁵⁶⁾.

القول بأن الناس الذين يقررون ما يعرض على شاشة التلفزيون هم غير مسؤولين وأكثر اهتماما بالربح من الاهتمام بما يعود النفع على المشاهدين ، يثير قلقاً أخلاقياً موجات الأثير مملوكة للجمهور ومن حيث المبدأ ينبغي أن يعمل التلفزيون .

وكذلك الإذاعة من أجل تعزيز المصلحة العامة وبدلاً من ذلك في مسعى جنوني للتقديرات / التصنيفات يبت منتجو التلفزيون قدراً كبيراً من البرامج التافهة التي تلاقي استحساناً على نطاق واسع ولكنها قد تكون ضارة على سبيل المثال : العديد من الإعلانات التجارية عن بعض المشروبات موجهة تجاه مشاعر المراهقين ، ويتم عرضها في البرامج التي يميل المراهقون إلى مشاهدتها قد يؤدي إلى نوع من الإدمان في الشرب .

اللجوء إلى العزلة : على الرغم من أن التلفزيون يخلق جمهوراً كبيراً من المشاهدين فإن معظم الناس الذين يشاهدون البرامج التلفزيونية في أي وقت تقريباً هم معزولون في مجموعات أسرية صغيرة وبوحي ذلك التلفزيون يؤدي إلى زيادة العزلة وينتج عنه أن الناس

يفصلون أنفسهم عن الآخرين ، حتى في بعض الأحيان عن أفراد في أسرهم .

تجنب القضايا المهمة: يستهدف التليفزيون القاسم المشترك الأصغر، وهذا يعني أن التليفزيون يقلل من أهمية الأشياء ويبسط الأمور كثيرا ويتجنب القضايا المهمة في محاولة لإرضاء أكبر قدر من الناس .

من الناحية النظرية كلما انحدرت جذبت مزيدا من الناس . مما يعني أن هناك قوى تعمل على إعداد البرامج التي أقل ما يمكن وصفها بأنها تافهة .

التلاعب بالمشاهدين : من المؤكد أن التليفزيون يتلاعب بمشاهديه باستخدام الفكاهة والجنس وأي شيء آخر، يمكنه جذب الجمهور ومن خلال الإعلانات التليفزيونية التجارية ، لدفع الناس إلى شراء المنتجات والخدمات التي تعلنها .

وبالإضافة إلى ذلك ولأن التليفزيون يعرض فقط بعض وجهات النظر للأحداث الإخبارية فهو أيضا يتلاعب بالرأي العام .

ويقول الناس إن الرؤية هي التصديق من دون التفكير في أنه عندما يشاهدون التليفزيون فإن شخصا آخر يحدد دائما ما يرونه وأن

من يرونه قد يكون منزوعاً من سياقه أو وفق المصطلح العلمي خارج السياق (57) .

• وسائل الإعلام وتأثيراتها :

• التأثيرات المقصودة :

1. تأثير الإعلانات التجارية في سلوك الشراء .
2. أثر الحملات الإعلامية السياسية في التصويت
3. فاعلية إعلانات الخدمة العامة في تعزيز السلوك النافع .
4. دور الحملات المتعددة الوسائل طويلة الأمد في تغيير أنماط الحياة .

5. تأثيرات التلقين المتجانس في الأيديولوجية .
6. تأثيرات عرض وسائل الإعلام الجماهيرية للطقوس المحافظة على السيطرة الاجتماعية.

• التأثيرات غير المقصودة لوسائل الإعلام :

1. تأثير العنف في العدوانية المعادية للمجتمع لدى المشاهدين .
2. تقديم وسائل الإعلام كأحد محددات الرؤية الاجتماعية .
3. عرض منحاز لوسائل الإعلام كمؤثر في الصورة النمطية العامة للجماعات .
4. تأثير المواد الشهوانية على السلوكيات الجنسية المرفوضة .

5. أساليب العرض في وسائل الإعلام التي تؤثر في الأنماط
6. المعرفية أثر إدخال وسائل الإعلام الجديدة في عمليات الفكر العام (58).

• العالم الرقمي :

أول شيء يجب أن يتبادر إلى أذهاننا هو أن تكنولوجيا وسائل الإعلام الجديدة تنطوي على استبدال التكنولوجيات التناظرية بأخرى رقمية، وبالنظر إلى الساعات التي كان الناس يلبسونها كان لها عقرب ثوان يتحرك حول المينا بمرور الثواني وكان لها عقرب للساعات هذه الساعات كانت ساعات تناظرية ، تستند إلى فكرة أن الأشياء متصلة بعضها ببعض وأن الوقت مستمر وأننا نعيش في عالم مملوء بدرجات متفاوتة من الاختلاف كلمة تناظري (*analog*) مأخوذة من الكلمة الإغريقية (*analogy*) ، والتي تعني : تشبه شيئاً أو مثل شيء .

في العالم الرقمي في المقابل كل شيء مفصل ومع الساعات الرقمية اليدوية والكبيرة يصبح الوقت سلسلة لحظات منفصلة ومستقلة يخلف بعضها بعضاً ولكن لا يظهر أن أي لحظة من الوقت لها علاقة بأي واحدة أخرى .

مع الساعة التناظرية يمكنك إلقاء نظرة إلى ساعتك والقول إنها الخامسة إلا ربع ولكن في الساعة الرقمية يمكنك الحصول على قراءة تقول: في الواقع الساعة الآن الرابعة وخمس وأربعون دقيقة بعد الظهر.

• مصطلح الرقمي :

الأنظمة الرقمية لاستخدم العلاقات التمثيلية المتغيرة باستمرار بدلا من ذلك فإنها تترجم جميع المدخلات إلى تراكيب ثنائية من الأصفار والآحاد ، التي يمكن بعد ذلك تخزينها أو نقلها أو استخدامها على مستوى أرقام أو خانات رقمية، (تسمى كذلك لأن الكلمة من الناحية الاشتقاقية تنحدر من الأرقام التي لدينا والتي نستخدمها في عد تلك الأعداد) .

وهكذا سوف يتم ترميز مكالمات هاتفية على نظام رقمي كسلسلة هذه الأصفار والآحاد وإرسالها عبر الأسلاك كمعلومات ثنائية ، ليعاد تفسيرها ككلام على الطرف الآخر إنها قدرة الكمبيوتر الإلكترونية لترميز مجموعة واسعة من المعلومات رقميا ، هي ما أعطتها تلك المكانة المحورية في الثقافة المعاصرة ، وبما أن جميع أشكال الأنظمة التمثيلية تتمثل في إعادة صياغة المعلومات الرقمية ، فإنه يمكن تخزينها كلها والرجوع إليها والسيطرة عليها بالمعدات نفسها (59) .

• الأخلاق و وسائل الإعلام :

الأخلاق ذلك الفرع من الفلسفة الذي له علاقة بما يمكن وصفه بالسلوك الصحيح .

هناك العديد من الآراء الفلسفية المختلفة التي وضعت إزاء ما هو سلوك أخلاقي ، وما هو ليس كذلك وما هي الأخلاقيات التي ينبغي التعامل معها . عندما نأتي إلى وسائل الإعلام هناك كثير من المخاوف المختلفة التي لها علاقة بالأخلاق .

فالجحافيون مثلاً يعملون في إطار ميثاق أخلاقي يتطلب منهم أن يقدموا الخبر بأمانة ودقة ومعنى ذلك ألا يضعوا تفسيرهم أو تأويلهم الخاص حول ما يغطونه ، وقد اقترح بعض النقاد أن جميع الأخبار تشمل على التفسير حتى عندما يرغب الصحفيون في أن يكونوا دقيقين .

كما يتوقع الصحفيون أن يتفادوا مجرد ظهور أي تضارب في المصالح ، على سبيل المثال : لا يجب على الصحفي الذي يغطي سوق الأوراق المالية لصحيفة أن يكتب مقالاً يمدح شركة له استثمار فيها .

كما بعض الحكومات تدفع لعدد من الصحفيين وبالتالي لم يكونوا موضوعيين عندما كتبوا تقاريرهم عن مواضيع معينة وقد

أصبحوا في واقع الأمر موظفي علاقات عامة ولم يكونوا أمناء مع الجماهير ومع زملائهم .

يمكن أن يواجه الصحفيون مشكلة مختلفة عند الإبلاغ عن الأحداث ، التي تلقي ضوء سلبي على معلن كبير مع الصحيفة أو محطة التلفزيون التي يعملون لديها . وكثيرا ما يواجه هذه المشكلة المحررون الذين يتعين عليهم أن يعرضوا قصة يعرفونها عن أحد المعلنين المهمين الذي لا يريد منهم عرضها .

بعض المحررين يتعاملون مع قصص سلبية حول هؤلاء المعلنين وذلك بدقتها في الصفحات الخلفية من صحفهم أو في البرامج الإخبارية التي يذكرونها بشكل عابر فقط .

يواجه الصحفيون معضلات أخلاقية أخرى في كثير من الأحيان وقد رفض أولئك الذين يحصلون على معلومات عن قضية ما وقد سبب لهم ذلك بعض المتاعب في حياتهم الصحفية وقد تولد المسائل العقائدية والمالية للصحفين مشاكل أخلاقية .

محررو الأخبار في الصحف ومحطات التلفزيون عليهم أن يقرروا ما القصص التي سوف يبتونها من بين جميع القصص التي يمكن بثها

هل تكون قصة عن جريمة انتحارية أكثر أهمية من كلمة ألقاها نائب في البرلمان ماذا ينبغي أن تقدم الكلمة في كثير من الحالات قد تكون المسائل الأيديولوجية أكثر أهمية ، حتى من المسائل المالية .

تلون الشراكة السياسية القصص التي تبث والمنظور الذي يأخذه المراسل . وعموماً تمتلك الشراكات العملاقة اليوم الصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون وهذه لديها أجندات سياسية خاصة .

- من تأثيرات الثورة الإعلامية :

- تمضي العلاقة بين الإعلام والديموقراطية حيث التكامل بين المؤسسات الإعلامية من جهة، والمؤسسات السياسية والمدنية من جهة ثانية ، فالديموقراطية هي المرتع الخصب لتطور الإعلام وتفعيل إنجازه كما وكيفا ، غير أن الإعلام هو الآخر ومنذ طرح "ماكلوهان" المشروع العالمي الذي سيتحول إلى قرية كونية بفضل الإعلام والاتصال ، يطور الديموقراطية ويغني صيرورتها خاصة حين يؤكد ذاته كسلطة رابعة.

- تنشيط المثقف لخطابه النقدي إزاء ثورة المعلومات المنفتحة راهناً ومستقبلاً على إمكانات "مجهولة وغير متوقعة" تقلص من تأثير الأدوار الكلاسيكية للمثقف عبر إزاحة التليفزيون للكتاب .

- الانشطار في النظر إلى نتائج ثورة الإعلام والاتصال من منظورين مختلفين بل ومتناقضين :

- **منظور متفائل** يبت بقييمه منجزات ثورة الإعلام والاتصالات.
- **منظور متشائم** يفضح الآثار السلبية ويكشف عما تحدثه قنوات الاتصال الحديثة من لاتواصل ثقافي وأخلاقي ، كما يبن استمرار اللاتكافؤ بين الفئات الاجتماعية من جهة وشمال الكرة الأرضية وجنوبها ، من جهة أخرى في تمثل مكتسبات تلك الثورة .

معاناة الإعلام العربي ضعفا في الاستثمار المادي وانكماشه في الأداء المهني .

ومن ثم فإنه يجب بناء صورة سمعية – بصرية خاصة بالذات العربية ، صورة تقوض الصور المشوهة التي نسجها الإعلام الغربي حول العرب والإسلام في المتخيل الجماعي .

• الإعلام والاتصال :

الإنسان كما قيل حيوان اتصالي ولا تقوم للمجتمع الإنساني قائمة دون نظام للاتصال، الذي اعتبره البعض من شروط بناء الكائن البشري⁽⁶⁰⁾ .

وتاريخ البشرية من عصور نقوش الأحجار إلى بث الأقمار يمكن
رصده متوازيًا مع تطور وسائل الاتصال ، التي تربط بين الأفراد
والجماعات ويشهد التاريخ أن الاتصال كن دوما وراء كل صراع ووفاق.
• الإعلام محور أساسي في المجتمع :

لقد ظن البعض خطأً أن إعلام المعلومات في سياق العولمة ما
هو إلا مجرد طغيان الوسيط الإلكتروني على باقي وسائل الاتصال
الأخرى، لكنه في واقع الأمر أخطر من ذلك بكثير فالأهم هو طبيعة
الرسائل التي تتدفق من خلال هذا الوسيط الاتصالي الجديد، وسرعة
تدفقها وطرق توزيعها واستقبالها (61).

لقد نجمت عن ذلك تغيرات جوهرية في دور الإعلام جعلت منه
محورا أساسيا في منظومة المجتمع ، فهو اليوم محور اقتصاد وشرط
أساسي لتنمية الصغار ، ومما يؤكد محورية الإعلام في حياتنا المعاصرة
ذلك الاهتمام الشديد الذي تحظى به قضاياها في الفكر الفلسفي
والتنظير الثقافي المعاصر، محافظا كان أو ثوريا حدثا كان أو ما بعد
حدثا رأسماليا كان أم ذا توجه ماركسي .

لقد ساد الإعلام ووسائله الإلكترونية الحديثة ساحة الثقافة حتى جاز للبعض أن يطلق عليها ثقافة الميديا ، وثقافة التكنولوجيا وثقافة الوسائط المتعددة .

العوامل الرئيسية لثورة الإعلام والاتصال :

وراء ثورة الإعلام والاتصال عوامل تقنية واقتصادية وسياسية يمكن تلخيصها فيما يلي :-

العامل التقني : المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر عتاده وبرمجياته وتكنولوجيا الاتصالات خاصة فيم يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية. لقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الإنترنت التي تشكلت حاليا لكي تصبح وسيطا إعلاميا ، يطوي بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى: المطبوعة والمسموعة والمرئية وكذلك الجماهيرية وشبه الجماهيرية والشخصية . لقد انعكس تأثير هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام صحافة وإذاعة وتلفاز وانعكس كذلك وهو الأخطر على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها . لقد انكمش العالم مكانا وزمانا وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب ، وكادت تكنولوجيا

الخائلي أن تسقط الحاجزين الواقعي والوهمي وبين الحاضر والغائب وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات .

العامل الاقتصادي المتمثل في عولمة الاقتصاد : وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات ، وليس هذا مجرد كون المعلومات قاسما مشتركا يدعم جميع الأنشطة الاقتصادية دون استثناء بل لكونها أي المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها ، تتنامى أهميتها يوما عن يوم ويقول آخرا إن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق من جانب وتنمية النزعات الاستهلاكية ووسيلة توزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وأفلام وألعاب وبرامج تليفزيونية من جانب آخر .

العامل السياسي : المتمثل في الدور المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور ، والمحافظة على استقرار موازين القوى . في عالم شديد الاضطراب ، زاخر بالصراعات والتناقضات .

لقد تداخلت هذه العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقه . جاعلة من الإعلام الحديث قضية شائكة للغاية . وساحة ساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية.

- تناقضات الإعلام الحديث :

الإعلام الحديث ،كغيره من أمور العصر، بات فى مفترق الطرق فعلى الرغم من ثرائه التقني وأهميته السياسية والاقتصادية والثقافية مازال تنظيره تائها بين علوم الإنسانيات ونظريات المعلومات والاتصالات ، وعلى ما يبدو فإن معظم فروع الثقافة : لغة وتربية وإعلاماً وإبداعاً ، محكوم عليها بأن تحمل فى جوفها تناقضاً جوهرياً من نوع ما . فكان تناقض اللغة فى ثنائىة شفائيتها وعمتها ، وكان تناقض التربية فى تنازعها بين الوفاء بمطالب استقرار مجتمعتها ومطالب تغييره معا .

أما الإعلام فيكمن تناقضه فى حيرته بين رسالة الإعلام وهوى الإعلان ، وبين مراعاة مصالح الحكام والحرص على مصلحة المحكومين وما بين غايات التنمية الاجتماعية ومطامع القوى الاقتصادية التى تعطي الأولوية للإعلام الترفيهي لا التنموي . وهل هناك تناقض أكثر حدة وسخرية بين ما يدعيه الإعلام من كونه أداه للترفيه والترويح

عن النفس ، وما يثيره من "عنف ترفيهي" و"فزع معنوي"؟ وبينما ينتظر منه أن يكون وسيلة للترابط الاجتماعي والوفاق العالمي ، نجده وقد استخدم من أجل إشاعة التعصب والعصبية ، والتفرقة الطبقية والعنصرية ، وتنمية نزعات الكره تجاه الآخرين؛ أجنب كانوا أو أصحاب فكر متناقضين .

ولم تكن مظاهر هذا التناقض الجوهرية في صلب منظومة الإعلام أكثر وضوحاً مما هي عليه الآن ، في ضوء متغيرات عصر المعلومات . وكما هي الحال على جبهتي اللغة والتربية ، فقد باتت الإعلام - هو الآخر- في أمس الحاجة إلى رؤية جديدة ومغايرة فالمنظومة الإعلامية بصورتها الحالية تعد مثلاً صارخاً لإساءة استخدام التكنولوجيا ويكفي دليلاً على ذلك ، تلك الهوة الفاصلة بين غايات الإعلام وواقعه وبين زيف أقنعتة وحقيقة دوافعه .

• الصدمة الإعلامية العربية :

✓ يعيش الإعلام العربي صدمة إعلامية على مختلف المستويات السياسية والتنظيمية والفنية فليس بالأقمار الصناعية والقنوات الفضائية وأحدث المطابع الصحفية وحدها يحيا الإعلام والاتصال في عصر المعلومات، وعلينا أن نقر بأننا لم نرصد بعد

مسارات الخريطة الجيو- إعلامية الحديثة حيث ضعف
الاستجابة إلى عولة الإعلام⁽⁶²⁾

✓ لقد فقد إعلامنا العربي محوره ، وأضحى مكبلا بقيود سوق
إعلامية إعلانية محدودة، وكان نتيجة ذلك أن أصبح رهين
الإعلان من جانب ، ودليل الدعم الحكومي من جانب آخر.
✓ إن إعلامنا العربي يواجه عصر التكتلات الإعلامية مشتتا عازفا
عن المشاركة في الموارد ، يعاني من ضمور الإنتاج وشح الإبداع
حتى كاد وهو المرسل بطبيعته أن يصبح نفسه مستقبلا للإعلام
المستورد ليعيد بثه إلى جماهيره ، وأوشكت وكالات الأنباء لدينا
أن تصبح وكالات للوكالات الكبرى الأخرى ، حتى فيما يخص
أخبارنا المحلية .

✓ لقد ارتضينا أن نوكل إلى غيرنا نقل صورة العالم من حولنا بل
صنع صورتنا عن ذاتنا أيضا أما شبكة الإنترنت فلم ندرك بعد
مغزاها الثقافي لكي يمكننا إدراك مغزاها الاتصالي الإعلامي .

✓ لقد وقعنا في فخ شباك الإعلام والاتصال، شبكة الأقمار الصناعية
وشبكة الإنترنت وشبكة التكتلات الإعلامية المتعددة الجنسيات
ولا يمكن للمرء أن ينكر بعض المحاولات الناجحة لتطوير الإعلام

العربي في مجالات الصحافة والإذاعة والتلفزيون إلا أن هذه المحاولات تظل دون الحد الأدنى المطلوب.

✓ غياب التنظير الإعلامي على الرغم من إدراك الكثيرين بيننا لأهمية الإعلام ، ودوره التنموي ، إلا أن هناك شبه غياب نظيري للقضايا التي يطرحها إعلام عصر العولمة والمعلومات وانعكاساته على تضاريس واقعنا العربي ، فخطابنا الإعلامي الرسمي يسوده طابع غير محدد ويخلط عادة ما بين الغايات والسياسات والإجراءات .

• التناقض الجوهرى في الإعلام العربي :

يشكو إعلامنا من تناقض جوهرى ، بعد أن تخرى عن مهمته التنموية الأساسية ، ليسوده طابع الترفيه والإعلام على حساب المهام الأخرى ، ويقصد بها مهام التعليم والتوعية الثقافية وإعادة إحياء الإرادة الجماعية للمشاركة في العمل الجماعى . ومن قبيل الإنصاف فإن إعلامنا شأنه في ذلك شأن نظم الإعلام في دول العالم الثالث يعمل تحت ضغوط سياسية واقتصادية تنأى به عن غاياته التنموية البعيدة المدى ، ويكمن التحدي في أن التوجهات الإعلامية الراهنة

تعمل على زيادة الضغوط مما يتطلب سياسية إعلامية أكثر صموداً ومرونةً وابتكاراً⁽⁶³⁾.

* الإعلام والثقافة :

علاقة الإعلام بالثقافة هي في جوهرها علاقة النوع بالكم . إلا أنهما كثيراً ما يتداخلان إلى التطابق ، حيث التداخل الشديد بين السياسات الإعلامية والسياسات الثقافية ، وجاءت شبكة الإنترنت لتؤجج لهيب العلاقة بين الإعلام والثقافة ، فهي تجمع ما كونها وسيطاً إعلامياً وكونها ساحة لنقل بضاعة الثقافة من مناطق إنتاجها إلى مناطق استهلاكها .

والإعلام في معظم البلدان العربية هو طفل السلطة المدلل ، في حين تظل علاقة هذه السلطة بالثقافة أقل ما يقال عنها أنها من الأمور الثانوية ، وإعلام ما بعد الإنترنت تتطلب من طرح قضايا إعلامية في سياقها الاجتماعي الأشمل⁽⁶⁴⁾ .

* فضاء الإنترنت :

بالرغم من أن المجتمعات العربية بشكل عام تعاني فكرة الرقابة كواحدة من التناقضات ، التي تتعارض مع مفاهيم حرية التعبير المنصوص عليها في الدساتير العربية فإن فكرة الرقابة على الإنترنت تأخذ شكلاً أكثر تناقضاً ، على اعتبار أن فكرة شبكة

الإنترنت في جوهرها هي فكرة إتاحة المعلومات والاتصال بين البشر في أرجاء العالم ، بعيداً عن حدود الجغرافيا والزمن بالإضافة إلى أن قدرة المتخصصين في تكنولوجيا الاتصالات لديهم الكثير من البرامج التي يمكن بها الحظر المفروض على أي موقع، مما يجعل السؤال الأجدى بالطرح والأكثر واقعية هو:

هل هناك بالفعل جدوى من الرقابة في عصر الفضاءات المفتوحة وشبكة الإنترنت وفي زمن يتقدم فيه البشر في تحقيق طفرات في الخروج لفضاءات جديدة في الكون الانهائي في محاولة مستمرة ودءوبة لكشف ما يحدث في المجرة التي يعد كوكبنا بالنسبة إليها مجرد نقطة صغيرة جداً في محيط من التيه اللانهائي ؟

إن أحدا لا يستطيع أن يمنع الإنسان من الوصول إلى الثقافة التي يبحث عنها في زمن صارت فيه وسائل الإعلام داخل كل غرفة في كل منزل بشكل متنوع ومتعدد .

هل تقوم ثقافة كوكبية موحدة؟

قد يكون من الصعب التنبؤ في الوقت الحالي عن الثقافة في أي مجتمع ، وذلك بعكس ما كان الوضع حتى عهد غير بعيد ، وذلك

نظرا لسرعة التغيرات وكثافة الاتصالات بين الشعوب والثقافات
وازدياد عمليات الاستعارة الثقافية والتأثير الثقافي المتبادل .
بفضل انتشار وقوة وفاعلية الإعلام الحديث وتنوع وسائله
وأساليبه ، وقدرته على التسلل إلى أعماق الأذهان وازياد حجم الحراك
السكاني والبشرى عبر الحدود الجغرافية والسياسية. فالمستقبل
الثقافى الآن على مستوى كوكب الأرض يكاد يكون منعدم الصلة
بالحاضر الثقافى فضلا عن الماضى بل إن ثمة نوعا من اللايقين حول
مستقبل الثقافة وما سوف تتمخض عنه تلك التغيرات والعلاقات
والتحركات المستجدة التى سوف تؤثر بشكل قوى فى نوعية الثقافة
سواء على المستوى المحلى أم العالمى. وهذا اللايقين يثير شكوك
الكثيرين حول إمكان وضع سياسة ثقافية يمكن الالتزام بها حرفيا مدة
طويلة ، وأن الوضع المستقبلى للثقافة لن يخرج عن أحد احتمالات
ثلاثة : إما أن تمر الثقافة بوجه عام بحالة من الاضطرابات
والفوضى نتيجة عم وضوح الرؤية إزاء التداخلات الثقافية وإما أن
تتصادم تقاليد الماضى مع مستجدات الحاضر والمستقبل ، بحيث
يصعب التوفيق بينهما ويكون هناك فصل أو انقطاع فى المتصل
الثقافى على المستويين المحلى والعالمى. وإما أن تتصارع الحضارات

بكل ما قد يترتب على ذلك الصراع من حروب ثقافية تحمل فى طياتها كثير من النتائج السلبية ، التى سوف تنعكس بالضرورة على طبيعة العلاقات بين شعوب العالم .

وقد تكون هذه كلها احتمالات صادرة عن نظرة تشاؤمية منبثقة من عدم الثقة فى طبيعة الإنسان نفسه وقدرته على التسامح مع الآخرين.

ولكن المؤكد هو أنه ليس من الواضح تماماً ما سوف تكون عليه ثقافة الغد على الرغم من كثرة الحديث حول الموضوع / المشكلة ووجود كثير من الحركات والجماعات التى تعمل من أجل التوصل إلى تصور متكامل حول مستقبل ثقافي جديد ، متمايز وله خصائصه ومقوماته ومفرداته وتصوراتهِ عن العالم وعن الذات وعن الآخرين . وذلك فى ضوء الثورة الإعلامية فى سياق العولمة وليس من الضروري أن تكون هذه الحركات المختلفة حبيسة الماضي أو خاضعة للحاضر ولكنها تهتم فى المحل الأول بالتوصل إلى صيغ جديدة للخطاب السياسى الاجتماعى والثقافى ، والبحث عن أنماط جديدة من القيم تساعد على إقرار التوازن بين مكونات الحياة الاجتماعية على مستوى العالم ، واحترام الخصوصية الفردية فى كل مناشط الحياة .

دور الفضائيات في نشر ثقافة الاستهلاك :

الثقافة الاستهلاكية ظاهرة عالمية ، لا تقتصر على مجتمع بعينه أوفئة بعينها من الناس ، ولكنها بفضل الفضائيات وما تبثه من إعلانات تتواصل في إلحاح ، جعلت من الاستهلاك ظاهرة عامة بين معظم الطبقات ، عادة ما توصف المجتمعات الرأسمالية المعاصرة على أنها مجتمعات استهلاكية . فقد تحولت هذه المجتمعات إلى الاستهلاك بعد أن نجحت في تحقيق طفرة في الإنتاج فازداد حجم المعروض من السلع وتحول الإنتاج إلى هدف في حد ذاته الأمر الذي أدى إلى تكديس السلع ، ووفرة في أنواعها .

وفى إطار هذه العملية أصبحت الدعوة إلى الاستهلاك جزءاً من العملية الإنتاجية .

وانتشر الميل إلى الاستهلاك ، وشملت المظاهر الاستهلاكية كل شئ ، وأصبحت تسيطر على كل تصرفات الأفراد وسلوكهم تجاه السلع وطرق إشباع رغباتهم منها ، واندمج الإنسان فى هذا المجتمع الجديد إلى درجة أنه لقب بالإنسان المستهلك . وتتميز النظرة السوسيولوجية بأنها تنظر للاستهلاك نظرة بنائية شاملة في ضوء التطورات التى خضع - ويخضع لها - المجتمع فإذا كان الاستهلاك قد أصبح

قاسما مشتركا بين المجتمعات والأفراد ، وإذا كانت ثمة نزعة استهلاكية تتسرب إلى نفوس الأفراد ، وسلوكياتهم الشرائية ، فإن ذلك أدى إلى ظروف بنائية تاريخية ، ترتبط بتطور النظام الرأسمالي وتطور نظم الإنتاج والثقافة داخله .

وإذا كان هناك تأثير لثقافة الاستهلاك ، فإنه أوضح ما يكون على الأفراد وقد ذهب "كريستوفر لاش *c. lash*" إلى أن اقتصاد السوق – القائم على الاستهلاك الجماهيري – قد أدى إلى ظهور نمط الذات المعتمدة أو الموجهة بالآخرين *otheroriented* ، ولا تعتمد في تقدير نفسها على محددات داخلية ، بقدر ما تعتمد على أحكام الآخرين ، وقبولهم لها ، وهكذا تحولت إلى ذات خاضعة لا تملك من أمر نفسها شيئا .

• سمات الثقافة الاستهلاكية :

توصف الثقافة الاستهلاكية بأنها مادية ، فهي تستهدف استهلاك السلع المادية . لكن الثقافة الاستهلاكية شهدت تغيرات كثيرة تمثلت في نمو الإنتاج السلعي الكبير ، وإقامة أسواق جديدة للسلع الاستهلاكية ، وظهور أنماط جديدة للتسوق *shopping* وليس الشراء فقط *buying* ، وأصبحت هناك المحلات الضخمة ذات الطوابق

المتعددة ، والأقسام الكثيرة ، كما أصبحت "المولات *Malls*" الجديدة لا تقتصر فقط على البيع والشراء ، بل تجاوز ذلك إلى متع أخرى يجد مراده فيها الكبير والصغير ، والشباب ، مثل دور السينما والكافيهات ومركز ألعاب الأطفال ، وأحيانا مراكز صحية ، وخدمات بنكية وسياحية .

لا ترتبط الثقافة الاستهلاكية بالنواحي المادية فقط ، وإنما تتمثل في جوانب معنوية ، تعد أهم جوانب الثقافة الاستهلاكية على الإطلاق ، وتتعلق باستهلاك المعاني والخبرات والصور للثقافة الاستهلاكية وخاصة إضفاء الطابع الأنيق المتميز *stylish* على السلع والمنتجات ، بحيث يكون للمنتج أسلوب متميز يعبر عن تفرد صاحبها وغالبا ما تعبر الثقافة الاستهلاكية عن ذلك بربط السلع والمنتجات بشخصيات معينة مثل نجوم السينما ، أو الشخصيات العامة الناجحة في ذات الأسلوب المميز .

✓ تتسم الثقافة الاستهلاكية بالتحول المستمر والسريع ويظهر هذا التحول في مستويات عدة أولها مستوى عام يرتبط بقابلية المعاني التي ترتبط بقابلية ثقافة مستويات عدة ، أولها مستوى عام يرتبط بقابلية المعاني التي ترتبط بقابلية ثقافة الاستهلاك ، للتحول

ولذلك فقد وصف أحد الباحثين ثقافة الاستهلاك بأن "كل شئ فيها يصبح قابلا للتبادل مع أى شئ".

✓ إن الثقافة الاستهلاكية تغرس فى نفوس الناس طموحات استهلاكية كبيرة ، وتخلق فى تصوراتهم أحلاما وريية ماهي فى الواقع إلا يوتوبيا أو واقع مزيف ، ذلك أن الفرد ما يلبث أن يكتشف أن هذا العالم ماهو إلا حلم جميل ، عندما لا يتمكن فى الواقع من الوصول إليه.

✓ من طبيعة الثقافة الاستهلاكية أنها ثقافة رمزية تتأسس على الإنتاج المستمر للعلامات *Signs* ، والرموز *Symbols* . فالمستهلكون على وعي بأنهم يتحدثون من خلال مظهرهم وملبسهم والسلع والممارسات التى تحيط بهم . وينسحب ذلك على السلوك فى المنزل مثلما ينسحب على السلوك فى الأماكن العامة ، وأماكن قضاء وقت الفراغ وأماكن التسوق . فالثقافة الاستهلاكية تخلق من الرموز ما يجعلنا نفهم ذواتنا وذوات الآخرين على نحو معين ، وتمتد رمزية ثقافة الاستهلاك إلى الجانب التدويقي والجمالي فى الثقافة . وتخضع الرموز والعلامات فى ثقافة الاستهلاك إلى التغير المستمر . وتتخلل كل المعاني الثقافية القائمة .

تتصف الثقافة الاستهلاكية بأنها ثقافة قهرية تدفع الناس دفعاً إلى الاستهلاك والجرى وراء طموحاتهم ، بصرف النظر عن الفوائد الفعلية المتحققة من ذلك وهى قهرية ، لأنها تعتمد على عنصرين قهريين فى انتشارها : الأول هو التقليد الذى يدفع الناس إلى تكريس كل حياتهم لأن يحصلوا على كل ما حصل عليه أقرانهم الآخرون والثانى يأتى من التقاليد التى تنجح الثقافة الاستهلاكية فى استخدامها وتوظيفها ، ويظهر ذلك فى حالة الاحتفال بالمناسبات التقليدية ، دينية كانت أم غير دينية حيث يتحول الاحتفال بالمناسبة إلى حفل استهلاكي من الطراز الأول .

• الطفل والاستهلاك :

الطفل فرد فى أسرة ، مستهلك للغذاء والملابس واللعب والمصروف وما تملكه الأسرة من أجهزة وأدوات ، والتنشئة الاستهلاكية هي العملية المتميزة التى يتعلم الطفل من خلالها ، المعارف والمهارات والاتجاهات التى تتناسب مع السلوك الاستهلاكي المتعلق بالحصول على المنتجات أو الخدمات واستهلاكها .

إن الأسرة لها دور مهم فى التنشئة الاستهلاكية للطفل فالأطفال يتعلمون السلوك الاستهلاكي من خلال سلسلة من المواقف ، ومعاملة

الآخرين لهم ، والأماكن التي يمارس فيها هذا السلوك . هذا إلى جانب أن هناك دراسات أظهرت أن سلوك الأم الاستهلاكي والمعلومات الخاصة بهذا السلوك والتي تسعى الأم لتعليمها للطفل ، لها تأثير في تقويم الطفل للسلعة .

وتؤكد دراسات أخرى أن وجود القدوة السليمة وبخاصة في فترة الطفولة يساعد على سرعة التعلم ، وغرس العادات والقيم والاتجاهات الصحيحة نحو الاستهلاك والتركيز على المفاهيم الخاصة بترشيد الاستهلاك ، كما أن توافر الفرصة المناسبة للطفل من الصغر للمشاركة في عمليات الاختبار والشراء تنمي لديه القدرة على حسن الاختيار ، مع تعويد الطفل على الاقتصاد والتوفير . وتقليل الفاقد في كل نواحي الحياة الاستهلاكية . وتتشكل الهوية الاستهلاكية للطفل أيضا ، بتأثير من أقرانه *peer Group* ، الذين قد ينشرون أو يؤكدون أهمية سلع استهلاكية معينة ، قد تكون مجرد سلع ترفيهية يترتب عليها إفراط شديد في استهلاك غاب عنه الترشيح ، لكنه تعطيه التميز وتكسبه القبول بين ثلة أقرانه .

أما مجال الإعلام والإعلان فيشارك أيضا في التنشئة الاستهلاكية للطفل ، بعمليات الترغيب والتحبیب المستمرة التي تلهب

عقل الطفل ، والمراهق وأنظارهما ، سعيا وراء مزيد من الاستهلاك فالوسيلة الإعلامية تؤثر تأثيرا ديناميكيا على الأطفال .

وثقافة الاستهلاك الترفيهي تركز على إنفاق المال على سلع كمالية وفي مناسبات غير ضرورية ، وتكرس الإسراف ، والتبذير بقصد التباهي وحب الظهور وتعويض نقص اجتماعي معين . فهناك - إذن - أنواع من السلع لا نقدرها لصفاتها الذاتية أو لاحتياجنا الفعلي لها ولكن وفقا لما تمثله من مكانة اجتماعية والحقيقة أن السلوكيات الاستهلاكية بدأت تتغير ، بسبب ثورة المتغيرات ، والإنتاجية الكبيرة أو لأننا ننتهج مسلكا استهلاكيا لاختفاء شئ ما في نفوسنا ، كمستوانا المالي ، أو الثقافي مثلا ولذا كان خيارنا عشوائيا بحسب ما يمليه ذوق المصمم ، أو حسب النص الإعلان في التلفزيون . ويعد الاستهلاك الترفيهي مرضا اقتصاديا اجتماعيا له مخاطره ، وآثاره ، ويتأثر الطفل بنمط السلوك الاستهلاكي لوالديه والمحيطين ، منذ الصغر ، وعملية التنشئة الاستهلاكية هي عملية مستمرة يتعلم الطفل من خلالها المعارف ، والمهارات والاتجاهات التي تتناسب مع حصوله على المنتجات (65) .

الأداء الإعلامي العربي:

تتجلى فجوة العقل الإعلامي على الصعيد الأدبي في مجالى السياسات والممارسات الإعلامية عالياً ومحلياً ، وتعزى أساساً إلى أسباب عدة أبرزها :

1- الصراع التاريخي بين الصحفيين من ناحية والقائمين على السلطة وتعنت السلطة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في مختلف المجتمعات ، والعصور ويرجع ذلك إلى التناقض الجوهرى والجذري بين مصالح هؤلاء المتسلطين وبين جوهر مهنة الصحافة التي تستهدف تقصي ونشر كل صور وأشكال الفساد ، وسوء الإدارة والظلم الاجتماعى والقهر السياسى ، مما يصطدم غالباً بمصالح السلطة التي لاتتوانى عن اللجوء إلى العنف المباشر الذي يصل إلى حد السجن والاعتقال والنفي من الأوطان للصحفيين .

2- الفجوة بين التعليم والبحث العلمى الأكاديمى فى حقل الإعلام ، وبين الممارسة المهنية وضوابطها السياسية والاجتماعية وضغوطها وإغراءاتها الاقتصادية .

3- العامل الدولي والذي يكمن في تركة التبعية الإعلامية والقيم الإخبارية – والمسلسلات والمنوعات والإعلانات ، فضلا عن عدم التوازن في انسياب المعلومات من الشمال إلى الجنوب ورسوخ الاتجاه الرأسي أحادي الجانب للإعلام القادم من أعلى إلى أسفل ، من المراكز الدولية المهينة على التكنولوجيا الاتصالية والمعلوماتية ومصادر المعرفة والتراث الإعلامي ، إلى الأطراف الأفقر في الجنوب ومن الحكومات إلى الأفراد والشعوب ، ومن الثقافة الغربية المسيطرة إلى الثقافات التابعة في الجنوب .

أما على الصعيد العربي فتتمحور أسباب فجوة العقل الإعلامي إجمالاً ، حول السيطرة التي تمارسها الحكومات العربية في مجال تنظيم وتوجيه أنشطة الاتصال والإعلام ، سواء في المجالات الاقتصادية ملكية وسائل الإعلام – توفير موارد الاتصال أو في المجالات التشريعية "قوانين المطبوعات والتشريعات الإعلامية" ، فضلاً عن تحكمها في المضامين والممارسات الإعلامية⁽⁶⁶⁾ .

الإعلام ومسارات العولمة الإعلامية :

يمكن القول بأن عولة الإعلام هي عملية تهدف إلى التعظيم المتسارع والمستمر في قدرات وسائل الإعلام ، على تجاوز الحدود بين الدول والتأثير في المتلقين الذين ينتمون إلى ثقافات متباينة ، وذلك لدعم عملية توحيد ودمج أسواق العالم من ناحية ، وتحقيق مكاسب للأطراف المهيمنة على صناعة الإعلام والاتصال من ناحية ثانية وينطوي مفهوم عولة الإعلام على مجموعة من الأبعاد والمكونات الأساسية التي يمكن إيجازها كالآتي:

إن عولة الإعلام هي عملية متسارعة التغيير وبالتالي لم تتشكل ملامحها النهائية بعد فهي تمر بمرحلة انتقالية وذلك لسببين :

السبب الأول :

أن عولة الإعلام أحد أبعاد عملية أوسع هي عولة الاقتصاد والاجتماع والسياسة والثقافة ونظرا لعدم استقرار أو تبلور عملية العولة فإن هناك مجموعة من الرهانات والتحديات الاقتصادية والسياسية والثقافية التي تحدد مسار تطور ، بل ومستقبل عملية عولة الإعلام ومجمل هذه الرهانات يقوم على تماثل جوهر عملية العولة في مجالات الإعلام والاقتصاد والاجتماع والثقافة ، باعتبارها إسقاطا للحدود السياسية وتوحيدا ودمجا للأسواق ، وبالتالي وجود ارتباط

وثيق وتأثيرات متبادلة بين هذه المجالات الأربعة، والإعلام بما يعني أن النجاح في عولة الإعلام يدعم من فرص نجاح عولة الإعلام والثقافة السياسية والعكس صحيح .

السبب الثاني:

أن عولة الإعلام تعتمد في بعد مهم منها على نتائج الثورة لعقود قادمة وستدفعها إلى الأمام " التطبيقات " الجديدة أي الأدوات في مجال الاتصالات والتي بدأت لتوها وسوف تستغرق تطوراتها مدة طويلة .

علاقة مجالات الإعلام ببعضها البعض :

ونتيجة لسرعة تطور تكنولوجيا الاتصال ومجتمع المعلومات أصبح من الصعب تعريف الإعلام أو الاتصال بمعزل عن تكنولوجيا الاتصال والمعلوماتية ، والثورة في تكنولوجيا الاتصال أوجدت وسائل جديدة في الاتصال مثل البث التلفزيوني الفضائي والتكنولوجيا الرقمية ، التي وفرت إمكانيات هائلة لاستقبال الصوت والصورة بدقة ونقاء غير مسبقين، وكذلك وسائل الإعلام المرئية التفاعلية والفيديو والصحافة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت ووسائل الاتصال المحمولة علاوة على التطبيقات المختلفة للوسائط المتعددة وقد ارتبطت هذه

الوسائل والتطبيقات بالمعلوماتية المتعددة في مجتمع المعلوماتية الذي لم تتبلور معالته بعد .

وأناحت وسائل وتطبيقات الثورة التكنولوجية المرتبطة بالإعلام والاتصالات والمعلوماتية إمكانيات واختبارات هائلة ، وأيضاً تحديات أمام الأفراد والمجتمعات ، فقد تعاظمت قدرة تكنولوجيا الاتصال على تجاوز الحدود السياسية والنفاذ عبر الثقافات ، وأناحت تكنولوجيا الاتصال التفاعلية والملاهماهيرية واللاتزامنية وقابلية التوصيل والشيوخ والكونية.

النمو الهائل في اقتصاديات الإعلام والاتصالات والمعلومات وقد أفضى هذا النمو إلى مزيد من التداخل بين عولة الإعلام وعولة الاقتصاد ، فعولة الإعلام ليست مجرد تعظيم في قدرات الإعلام على الدعوة إلى عولة الاقتصاد أو الثقافة ، أو ما يعرف أحياناً بنشر أيديولوجيا العولة ، أي ليس مجرد أداة أيديولوجية ، بل إن عولة الإعلام أصبحت جزاً أصيلاً من عولة الاقتصاد ، وذلك بالنظر إلى الدور الكبير لقطاع الاتصالات والإعلام والمعلومات في اقتصاديات الدول الكبرى والأسواق العالمية، فالإعلام أصبح صناعة وقطاعاً مؤثراً في الاقتصاد العالمي ، ويمثل هذا القطاع أكثر من أربعين في المائة

من الإنتاج الصناعي العالمي، ويضم أكثر من ستين في المائة من اليد العاملة في العالم الصناعي .

توسيع الخيارات والبدائل الإعلامية المتاحة أمام الجمهور فقد وفرت تكنولوجيا الاتصال والمعلوماتية ، وبصورة غير مسبوقه مئات القنوات التلفزيونية ومئات المحطات الإذاعية وعشرات الصحف والمجلات المحلية والدولية ، فضلاً عما توفره من وسائل الاتصال الأحدث والمرتبطة بالمعلوماتية .

ويركز خطاب عولمة الإعلام على أن آليات السوق ومدى إقبال الجمهور بغض النظر عن جنسيته أو ثقافته هي التي ستقود تطور وسائل الاتصال والإعلام ، كما يؤكد أن المنافسة ستكون دائماً في مصلحة الجمهور الذي سيضمن الحصول على خدمات إعلامية جيدة تلبى احتياجاته وبأسعار رخيصة .

والمأمل في أطروحات هذا الخطاب يكتشف بسهولة أنه يتعامل مع الإعلام ومنتجات الثقافة على أساس كونها سلعا ، يجري تداولها في سوق موحدة لا توجد فيها خصوصيات سياسية أو ثقافية فالأفضلية للسلعة أو الخدمة الأجود والأرخص .

على أن هذا الخطاب يتجاهل عن عمد الطابع الأمريكي المهيمن على صناعة الإعلام والاتصالات الدولية ، والذي تزايد بصورة ملحوظة منذ نهاية الثمانينات ، نتيجة تطور تكنولوجيا الاتصال والإعلام الأمريكية والتحولت السياسية في النظام الدولي .

تقليل دور الحكومات والمنظمات الدولية في تنظيم بيئة الإعلام والاتصالات المحلية والدولية لصالح الشركات الاحتكارية متعددة الجنسيات ، وذلك من خلال الدعوة إلى تغيير التشريعات والنظم التي تعوق التدفق الحر للمعلومات والصور والرموز بين الدول ، أو تمنح الحكومات أدواراً ووظائف إعلامية كالتخطيط والمنع والمصادرة .

في هذا السياق تطرح عولة الإعلام مهام خصصة وسائل الإعلام والاتصال وإنهاء دور الدولة في مجالات الإعلام خاصة في دعم وسائل الاتصال المحلية أو الإنتاج الإعلامي⁽⁶⁷⁾ .

* ما يشير إليه الواقع الإعلامي :

1. تمركز المصادر الإعلامية والثقافية والمعرفية من حيث الإنتاج والتوزيع بكافة أشكاله في الدول المتحتكرة مصدر القوة الاقتصادية والعسكرية .

2. إن التدفق الشامل للأنباء والمعلومات يأخذ طريقه من العالم الصناعي ، الذي يضم ثلث سكان العالم إلى العالم النامي الذي يضم ثلثي سكان العالم ، وأن أكثر من ثمانين في المائة من الأنباء الموزعة يوميا في العالم تتولى إنتاجها وكالات عالمية قليلة العدد .
3. إن الصراع المستقبلي سيكون موجها للسيطرة على الحاسوب والتلفزيون والهاتف، التي يمكن صهرها على الإنترنت ولهذا سيكون بإمكانية المجموعة التي تسيطر على تقنية الإنترنت أن تسيطر على العالم مستقبلا .
4. يتجه السوق والمنافسة في هذا العصر عمليا وفقا لنظرية دارون (البقاء للأصلح) وهذا يعني أن الدول والأمم والشعوب التي لاتقدر على المنافسة سيكون مصيرها الانقراض ، وهذا يعود إلى الفجوة الكبيرة بين الدول المتقدمة والنامية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال .
5. وجود تغييرات كبيرة في الخريطة الإعلامية الدولية ، متمثلة في الانفجار النوعي والكمي لآليات التحرير والتوزيع للإنتاجات المرئية والصوتية وبروز مجاميع بيانات الاتصالات العالمية

وتطوير إنتاجات الترفيه والتسلية والمعلومات للذوق العالمي وليس المحلي .

6. نجح العالم الصناعي في تحويل صناعة الإعلام من صناعة كثيفة الإبداع إلى صناعة تقليدية كثيفة رأس المال ، حيث أخطر أنواع الاحتكار هو احتكار الإنتاج الإعلامي واحتكار مضمون الرسالة الإعلامية .

7. بروز ظاهرة العامل التقني المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات خاصة فيما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية واندماج هذه العناصر في توليفات اتصالية أبرزها شبكة الإنترنت .

• العولة الإعلامية :جدل التلقي والتأثير

إذا اعتمدنا منهجية تحليلية نقدية لمفهوم العولة فإننا نجد أنفسنا أمام محاذير متعددة واحتمالات مستقبلية صعبة ، خاصة بالنسبة إلى المجتمعات التي لا تملك موارد كافية للمنافسة، ولا إمكانيات ذاتية تخولها دخول السوق العالمية وتحصيل حصتها من الاستثمار والإنتاج والترويج .

وهناك من يعتقد بأهمية العولمة في الحياة الدولية باعتبارها مناسبة متاحة أمام المجتمعات لتبرز قدرتها لتنافس وتستفيد من الموارد المالية الموجودة في الأسواق العالمية ، ولتحقق رخاءها ونموها أي أن تحقق تقدما على الطريقة الأمريكية . وهناك من يعتقد بأنها (تهدميش للعالم النامي) وتدمير لثقافته إضافة إلى آثارها الاقتصادية والاجتماعية .

* إشكالية المستوى الحضاري والقيمي :

- تفكك التضامن الاجتماعي واستشراء التفجير والفرديانية .
- تفرغ الإنسان من مضامينه الروحية والإنسانية والحضارية واختزاله إلى مجرد منتج أو مستهلك رغم وفرة الإنتاج وكثافة المغريات فرغم التخممة ثمة تفرغ للإنسان على المستوى الأخلاقي والحضاري .
- استشراء العنف المسلط على الإنسان وخاصة العنف المسلط على البيئة مثل الملاعب والبيئة وخاصة الجينات فالاستنساخ يمكن اعتباره وجها مكمل للعولمة .

* السعي الإعلامي والثقافي للتماثل والتنمية:

- العولمة الإعلامية تسعى من خلال تكنولوجيا الثورة الاتصالية إلى نشر " مبدأ التماثل " وتحميه ليصبح التماثل بذلك أمراً واقعاً وتحويل المجتمع كله إلى كتلة متشابهة تنميط الحياة اليومية بحكم فراغ ما يسمى بالخيال الجماعي ، وخوائه وظهور نمط واحد من الواقع المعيشي يتصف بالتماثل السكوني ، وهكذا نجد العولمة الإعلامية تركز اليوم على حوادث العنف بين الجيران وقضايا القتل وحوادث الطرق ، وغيرها ويتم في مقابل ذلك إغفال العديد من مشاكل البشرية وتباين اهتمامتها والتحكم في مستوى الإنسان .

- تنميط المشاعر الإنسانية والتحكم في تشكلها وفق منظور معين من الأولوية والأهمية ، فالتحكم الإعلامي في المشاعر البشرية وتحديد أهميتها وبرمجة أولوياتها هو تحكم في الخيال الجماعي وبالتالي تحكم في ثقافات الشعوب .

- تعميق وظيفة التشيؤ بإحلال عالم الموضات محل العلم الإنساني محل الذوات والأشياء مع الأفراد باختزال القيمة الإنسانية إلى

قيمة سلعية - تعميق ثقافة الاستهلاك وجعل الثقافة مجرد
سلعة لتسطيح الحياة .

كيف يواجه الإعلام العربي عصر العولمة ؟ .

تتم المواجهة من خلال محورين :

المحور الأول :

"المواجهة الخارجية العمل الإعلامي العربي المشترك" .

إن السياسة الإعلامية الحقيقية سق لا يمكن أن تنفصل عن
حقيقة التطور الحضاري الإعلامي ، لأن السياسة الإعلامية وجه من
وجوه السياسة الحضارية الهادفة إلى صيرورة عربية حضارية خلاقة
والسياسة هي صناعة الحضارة (68) .

أهم المرتكزات التي تحتاجها السياسة الإعلامية العربية :

- تطوير مؤسسات الإعلام والاتصال داخل الوطن العربي

انطلاقاً من مبدأ الاعتماد على الذات .

- النظر إلى قطاع الإعلام في النظام العربي (السياسي

والاقتصادي والقانوني إلخ) كجزء حيوي وقطاع منتج شأن

أي قطاع آخر من القطاعات الإنتاجية في المجتمع العربي .

- تجاوز القضايا القطرية لكل دولة عربية لتركز على نظام عربي

إعلامي .

– الاعتماد على التخطيط العلمي بعيد المدى والاستفادة من كافة

الجهود العاملة في مجال الإعلام والاتصال .

المحور الثاني :

المواجهة الداخلية : "عصرنة المجتمع – عصرنة الإعلام" .

من المؤكد أن الإعلام العربي كوسائل ومؤسسات حاول أن يؤسس خلال مسيرته الطويلة بعض التقاليد الإعلامية ، ويرسخ لنفسه أسسا منهجية في التعامل مع الواقع ، ويطور تقنياته الإعلامية والاتصالية ، ولكن هذا الاتجاه بقى ضمن ثوابت تقليدية ومعطيات لا تتناسب مع التطور الحضاري الإعلامي والحياة السياسية المعاصرة فهناك توسع كمي اضطراري في استخدام وسائل الإعلام أو في إنتاجها على حساب النوع والإبداع ، وهناك إخفاق في إحداث الثورة التواصلية الحضارية الإعلامية العربية وطنية وقومية ودولية وهناك مشكلات يعاني منها الإعلام العربي منها :

1. فقدان التخطيط والمبادرة وعدم وجود استراتيجية واضحة وعدم ثبات الأهداف السياسية الرئيسية ، وعدم ثبات الدور المناط بالإعلام العربي في مواجهة التحديات وتحديث المجتمع .

2. بروز ظواهر سلبية في الحياة الإعلامية العربية أثرت على آلية عمل الإعلام العربي ومضامينه ومصداقيته ، بحيث أفرزت الكثير من الأنماط الإعلامية التي لا تتناسب مع الوظيفة الحضارية للإعلام المعاصر لعل أبرزها :

- 1- بروز مبدأ سياسة إخفاء المعلومات .
- 2- تهويل الأحداث والوقائع بطريقة بدائية.
- 3- انتهاج سياسة المنوعات الإعلامية واعتماد مبدأ المسار الواحد في المنهج الإعلامي .
- 4- تقليص حرية تدفق الأخبار والمعلومات.
- 5- ضعف مصداقية المواطن العربي بإعلامه .
- 6- بروز النسق الإعلامي التقليدي الملىء بالعموميات ، ونمطية الرسالة الإعلامية العربية شكلا ومضمونا ، وابتعادها عن حاجات ومشكلات المواطن العربي واقترابها من السلطة (69).

التعذير من طمس الشخصية الثقافية الوطنية:

يتم توظيف الإعلام عبر وسائل الإعلام المعولم لنشر ثقافة الاستهلاك ، والآثار التي يخلقها الإعلام التجاري فى ثقافة المجتمع والفرد بشكل عام . ويتلخص ذلك فى أن الإعلان المعولم يهدف إلى تشكيل ثقافة معولة ، أى أنه وسيلة اتصالية أيضا تحمل رموزها ودلالاتها الخاصة ، وعلى الرغم أن رموزها ودلالاتها غير متطابقة فى الغالب مع الواقع ، أو مبالغ فيها ، أو موظفة للأحاسيس والمشاعر ومستفزة للوعى وغير ذلك إلا أنها تصب نحو غاية واحدة وهى السيطرة على ثقافة ومنظومة قيم الآخر، ومحاولة التأثير عليها وفرض قناعات (حاجات) جديدة على الفرد .

ولذلك غالبا ما نجد الإعلان مستفزا للأحاسيس والمشاعر ، ويقترب من منظومة القيم الاجتماعية الأسرية ، وحتى يتدخل فى العلاقة بين الطفل والزوج وزوجته وهكذا يعمل الإعلام المعولم - بكسر اللام- كآلية فاعلة لتسريع عملية العولة، ويجسد بوضوح قيما ومعانى ورموز أيديولوجية العولة ، لكنه مفضل وزائف ، إذ إنه يمجّد ثقافة الاستهلاك ، ويسوق للمتعة المجردة ، ويثير الرغبة من التمييز الطبقي ، أى انتقال الفرد من مجموعته وبيئته وطبقته ، إلى أخرى

يشعر أنها أكثر مرتبة في السلم الاجتماعي ، وكل ذلك يقود إلى طمس الشخصية الثقافية الوطنية ، ويشجع الدعوه إلى التغريب والاعتراب والابتعاد عن القيم الوطنية مقابل إحلال قيم النموذج الأمريكى التى تمجد الفرد المتميز، والقوة الخارقة المطلقة ، وكل ذلك يقود الفرد أيضا إلى استبدال منظومة قيمة بأخرى ، وربما إلى طمس وتغييب الموروث الثقافى بأسره .