

مجلة العلوم القانونية و الاجتماعية

Journal of legal and social studies

Issn: 2507-7333

Eissn: 2676-1742

العولمة الاعلامية ماهيتها و مظاهرها وانعكاساتها على دول العالم الثالث

Media globalization: its nature, manifestations and repercussions on the third world countries

بن دبله قويدر*

المركز الجامعي أفلو، (الجزائر)، bendbla@yahoo.fr، مخبر الإنسان والمجتمع

تاريخ النشر: 2022/03/01

تاريخ القبول: 2022/01/31

تاريخ ارسال المقال: 2021/12/08

* المؤلف المرسل

الملخص:

تعد العولمة من أكثر الموضوعات التي اخذت حيزا كبيرا من اهتمام الفكر الانساني بحثا وتحليلا وتنظيرا واختلافا فهي سمة هذا العصر،عصر ما بعد الحداثة، وواقع لا مفر منه لمجتمعات الكرة الارضية كلها، قبولا واختيارا رفضا وقهرا، لأبعادها المتداخلة والمترابطة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والإعلامية هذه الاخيرة التي تعد أكثر الابعاد تأثيرا و تأثيرا ووسيلة اسهمت ترويجا لمبادئها وإيديولوجيتها ، اعتمدت عليها استخداما في توسيع نطاقها وانتشارها بعد الاندماج مع التكنولوجيا المتطورة ، وفي هذا السياق جاء هذا البحث ليلسط الضوء على ماهية العولمة الاعلامية بعدا ووسيلة وابرار مظاهرها و انعكاساتها على دول عالم الثالث.

الكلمات المفتاحية: العولمة الاعلامية ؛ ابعادها ؛ مظاهرها ؛ انعكاساتها على دول العالم الثالث.

Abstract :

Globalization is concerned as one of the topics that have received a great deal of interest in human thought research, analysis, theorizing and disagreement is a feature of this era, the postmodern era, and an inevitable reality from it to the societies of the entire globe, acceptance, choice, rejection and coercion, due to its interconnected and interconnected dimensions. The economic, political, social, cultural and media dimensions, which are the most influential and influencing dimensions and a means that it relied on to expand its scope and spread, and in this context, this research sheds light on the nature of media globalization as a dimension, a means, and its manifestations and extent implications for third world countries.

Key words: media globalization ؛ dimensions ؛ manifestations ؛ implications for third world countries

مقدمة:

ان التحول الذي عرفه التطور التكنولوجي لوسائل الاعلام و الاتصال في القرن العشرين افرز نمط من التكتلات الاعلامية والتي كانت نموذجا اقتصاديا بحتا، حيث هيمنة على وسائل الاعلام والاتصال كمؤسسات و على انتاج المحتويات الاعلامية كمنشآت، وعلى الارسل والاستقبال من بث ونشر وتوزيع وتسويق ودعاية له كتجارة بمنطق التكامل الراسي لهذه المؤسسات المتعددة الجنسيات، انه استحوذ على النشاط الاعلامي والاتصالي خاصة بظهور الاقمار الصناعية وكابلات الانترنت والألياف البصرية والتلفزيون الرقمي متعدد الوسائط ، انها العولمة المتعددة الغايات و الاهداف الضمنية والصريحة وليدة الفكر الغربي عموما و الأمريكي خاصة ، لأنها مرحلة متطورة ومتقدمة للهيمنة الرأسمالية الغربية على العالم تمثل ايدولوجية فكرية وسياسية وثقافية واجتماعية ومعرفية ، يتسع نطاقها الى ابعد الحدود الجغرافية طولا و ينتشر عرضا عالميا فضائيا وافتراسيا ، ولم يتحقق ذلك إلا بواسطة التدفق الاعلامي وسريان المعلومات عن طريق حركة معلوماتية عارمة مقصودة و موجهة.

في سياق هذا الطرح الذي هو تقديم لرؤية بحثية مستخدمين فيها المنهج الوصفي التحليلي الذي سمح لنا بفهم وتحليل ظاهرة العولمة الإعلامية مؤسسات ووسائل ومضامين عابرة للعالم تركزت بقوتها التكنولوجية الاعلامية والاتصالية كبعد في نشر وتوسيع نطاق العولمة ووسيلة الترويج لمبادئها المتعددة والمتحدة لاحتواء العالم وبالأخص العالم الثالث ؟ وضمن هذا وضعنا التساؤلات الاتية لتقديم تلك الرؤية:

- ماهي سمات الاعلام كبعد ومرتكز اساسي في مشروع عولمة العالم والعالم الثالث؟

- ماهي مظاهر العولمة الاعلامية في مجتمعات العالم الثالث ؟

- ماهي مظاهر العولمة الاعلامية ؟

- ما هي الانعكاسات التي خلفتها العولمة الاعلامية بموادها الاعلامية المتنوعة جماهيريا وفرادى على مجتمعات دول العالم الثالث ؟

يهدف هذا المقال الى تسليط الضوء على احد اهم الموضوعات والتي شغلت الباحثين تجاذبا وتشعبا

بالبحث خاصة بعد نهاية الحرب الباردة لتشابكات الابعاد فيها وتوحد الاهداف وهي العولمة التي كان للإعلام

وما رافقه من تطورات وتغيرات على مستوى وسائله بعد الاندماج مع التكنولوجيا، التي عمل على الاستفادة منها

استخداما تقنيا في توظيفها لتعزيز ممارساته شكلا ومضمونا، فاختصر الزمان وقرب المكان فصار الاعلام للعولمة

البعد و السند الاول اضافة الناقل الحصري والمروج لمبادئها وأهدافها ما ترتب عنه في فترة زمنية قصيرة انعكاسات

وأثارا على جمهور العالم والعالم الثالث بأخص .

ان أهمية بحثنا تكمن في انه محاولة بحثية تركيزها ينصب على فهم الاعلام كأهم ابعاد العولمة حيث يعد فاعلا اساسي بوسائله في انتشار الفكر العولمي وامتداده الجغرافي الى مجتمعات العالم الثالث خاصة باتحاده مع التكنولوجيا و الكيانات المالية المتعددة الجنسيات .

ولالإحاطة بجوانب الموضوع المتعددة والمتداخلة بغية الوصول الى الهدف المنشود تم اعتماد الخطة البحثية والمقسمة الى ثلاث مباحث:

المبحث الاول : والذي نتعرف من خلاله وبمطلبين نتناول في اوله تعريفا للظاهرة العولمة عموما والعولمة الاعلامية كبعد ووسيلة ، والمطلب الثاني يتعلق بالتركيز على سمات وخصائص العولمة الاعلامية.

المبحث الثاني : فهو تقديم لمظاهر العولمة الاعلامية في ثلاث مطالب بحثية يتعلق الاول عولمة الوسيلة الاعلامية والمطلب الثاني حول مظهر مبدا التدفق الاعلامي واحتكاره والمطلب الثالث بعولمة المحتوى الاعلامي الموجه والممول

المبحث الاول: العولمة والعولمة الاعلامية

المطلب الاول : تعريف العولمة والعولمة الاعلامية

إن العولمة ليست مجرد ظاهرة عابرة يمكن تجاهلها ، كما يظن البعض ولكنها حتمية العالم الجديد ما بعد الحرب الباردة ، الذي كان باختيار الاتحاد السوفيتي والاشتراكية وانتصار امريكا والليبرالية من جهة فانطوى تحت شعارها النظام الدولي الجديد كل المنظمات الدولية السياسية والاقتصادية والثقافية ودخلنا العالم المسطح للقريبة الكونية بسبب ثورة تكنولوجيا الاعلام والاتصال والتفاعل المستمر بين البشر اننا نعيش اللحظة.

مصطلح العولمة يرادف مصطلح الكونية ، الكوكبية ، الشمولية، فرضت نفسها على الفكر والواقع العالمي للبحث وستظل كذلك لمدة طويلة ، ففي اللغة الانجليزية يعني مصطلح العولمة " Globalization اي اكساب الشيء طابع العالمية "(1) وهو معنى يحمل ايديولوجية الحضارة الغربية بقيادة امريكا للسيطرة على العالم اجمع ،

باستخدام الشركات الرأسمالية الكبرى والمنظمات العالمية و الوسائل الاعلامية لتعميمها على العالم ، بالجمع بين أمور التكنولوجيا والاقتصاد والسياسة والسلوك والقيم والأخلاق أي لا تريد أن تسيطر على الجوانب المادية فحسب ، إنما تتعدى ذلك إلى القيم الاجتماعية للشعوب(2) ، يتحقق ذلك باستخدام موجه ومركز لمبادئ العولمة

عبر المؤسسات الاعلامية العملاقة الخاصة والتي تعد مخابرا تسيطر بنفوذها غير المحدود على كافة الابعاد السياسية والاقتصادية و الثقافية و الاجتماعية للدول العالم الثالث بداية بتشكيل اتجاهات هذه المجتمعات وصناعة رأيها العام وتحريكه اين ما بعد تريد،فتتحول بذلك الى الية او جسر للعبور و التغلغل والتطبيق عليه. وفي وفي اشارة الى

البعد العولمي للإعلام ووسائله يقدم هربرت تشلر تعريفاً للعولمة الاعلامية من حيث انها " تركيز وسائل الاعلام في عدد من التكتلات الرأسمالية عابرة الجنسيات تستخدم وسائل الاعلام كحافز للاستهلاك على النطاق العالمي فأسلوب الاعلان الغربي ومضمون الاعلام يدفع الى ادخال قيم اجنبية تطمس او تزيل الهويات القومية والوطنية

"(3) وهي قراءة نقدية توضح كيف وظفت مخابر العولمة وعلى وجه الخصوص الأمريكية لتحقيق أهدافها البعد

الاعلامي او العولمة الاعلامية في التأثير المباشر و غير المباشر باستخدام الدعاية والإعلان والترويج كأساليب اعلامية تهدف الى استمالة و اغراء جمهور العالم الثالث الى تبني مبادئ الليبرالية الحديثة والذي اشار اليه غيدنز فالعولمة ببعده الاعلامي اصبحت السمة الرئيسة لعالمنا اليوم والتي تستخدم النشاط الاعلامي لتصدير الليبرالية الحديثة او الرأسمالية التجارية الجديدة .

المطلب الثاني : سمات العولمة الاعلامية

-ارتباط العولمة الاعلامية بالشركات الاحتكارية العملاقة التي اختصت في الانتاج الاعلامي والاتصالي و حولته الى رؤية اقتصادية تخضع لقانون العرض والطلب مما ادر عليها مداخل ومن هذه شركات عالمية تجارية واحتكارية نجد مثلا شركة تايم ورنر الامريكية للانتاج الاعلامي والتكنولوجي 26 مليار دولار امريكي سنة 2009 وشركة والت ديزني بلغ صافي دخلها 38 مليار دولار سنة 2010 وشركة نيوز كوربريشن الامريكية الجنسية والاصل الاسترالي 30 مليار دولار وسوني اليابانية 88 مليار دولار والامانية برتسلمان 15 مليار سنة 2010(4).

-الاندماج بين التكنولوجيا ووسائل الاعلام والاتصال على غرار الاعلام الرقمي، حيث يتم الدمج بواسطة الحاسوب بين الوسائل الاعلامية الالكترونية السمعية والبصرية والمقروءة ومتابعتها ومشاهدتها في اي مكان، اي الدمج بين الوسائط المتعددة النص والصوت والصورة والحركة، بغية توصيل الرسالة الى الجمهور المستهدف فجاءت تسميتها بتكنولوجيات الاتصال متعدد الوسائط و التي مكنتها من تحقيق عولمتها وعولمة رسائلها ووسائلها فهي تنتمي إلى أحد الحقول التكنولوجية الأكثر تطورا في الوقت الراهن.

-التفاعلية : حيث تضع العولمة الاعلامية أدوات تسمح للمستخدمين بالقدرة على المشاركة الحية بتقديم اراء حول موضوعات او قضايا محلية او اقليمية او عالمية تظهر في التظاهرات العالمية السياسية او الاقتصادية او الثقافية او الاجتماعية ومن ذلك تظاهرات مؤتمر الارض وحماية البيئة وحتى الترفيهية استثمرت فيها تكنولوجيا ووسائل الاعلام الفضائية والرقمية.

- ان الاعلام في العصر الراهن هو أكثر قدرة على الوصول والتأثير على الافراد بفضل تكنولوجيا الاقمار الصناعية وقدرتها على البث الفضائي او عبر شبكة الانترنت الرقمي التي حققت له الانتشار الواسع اضفت عليه سمات الفورية و الآنية والتفاعلية و السرعة في رجوع الصدى بعد النشر والتوزيع ، و كذا استعمال النصوص الفائقة والوسائط المتعددة ، إذ تمثل هذه السمات أو الخصائص أوجه متعددة للشراء الاعلامي مما جعل العديد من المستخدمين يقبلون عليها لتوافر هذه السمات فيها و التي تلبي احتياجاتهم الاتصالية(5) .

المبحث الثاني : مظاهر العولمة الاعلامية

بعد تطرقنا لتعريف العولمة والعولمة الاعلامية يتضح سبب الاهتمام بالإعلام والاتصال في خضم التغيرات والتحولت التي مستهما بنويها ووظيفيا حين اقتراهما بالثورة التكنولوجية، حيث اصبغتهما بخصائص الفورية والسرعة والآنية والتفاعلية اثناء القيام بعمليات ونشاطات التدفق الاعلامي داخل و خارج حدود الدولة، بفضل البث التلفزيوني الفضائي المرتبط بالأقمار الصناعية، وكذا شبكة الانترنت ، فقد ارتبط بفضل هذه التكنولوجية العالم بإنتاج مضامين اعلامية تكون غير متوازنة احيانا وتأخذ الاتجاه احادي نتيجة اليات التركيز التدفق الاعلامي

المؤسساتي وكذا التكامل الراسي الذي افرد اقلية تهيمن وتتحكم وتسيطر على تدفق تلك المضامين الاعلامية نستوضحها بشيء من التفصيل في النقاط التالية :

المطلب الاول :عولمة الوسيلة الاعلامية

تعني وسائل الاعلام وسيط او الوسيلة او النظام او قناة الاتصال والتي تنقل او تنتقل بها المعلومة من متحدث مرسل الى مستقبل جمهور بشكل بسيط و في ظل عولمة الاعلام عرفت هذه الوسائل تغيرات طبعتها تقنيات الثورة التكنولوجية على الوسائل الاعلامية منها البث الفضائي (الارسال والاستقبال) قفز بها من الارضية الى الفضائية والرقمية كالقنوات الفضائية التلفزيونية التي تبث إرسالها عبر الاقمار الصناعية تتجاوز بهذا الارسال نطاق الحدود الجغرافية لدولة الارسال ، حيث يمكن استقباله في دول ومناطق أخرى بعيدة عبر أجهزة خاصة بالاستقبال والنقاط الاشارات الوافدة من القمر الصناعي " (6) ، اذاً هذه الثورة التكنولوجية سهلت للوسائل الاعلامية تحقيق الامتداد الجغرافي العولمي اي الانتشار والتوسع لبلوغ أكبر عدد من المشاهدين عبر عنه اتنوبي غيديز بأنها " مقدمة لنوع من التوسع الثقافي، وان وسائل الاتصال التكنولوجية الجديدة جعلت من الممكن فصل المكان عن الهوية والقفز فوق الحدود الثقافية والسياسية والتقليل من مشاعر الانتساب او الانتماء الى مكان محدد و تقدم مضمون متشابه". (7)

ان اختراع آلة طباعة كان بداية لميلاد الوسائل الاتصالية و الاعلامية المقروءة الصحف ، المجلات ، الكتب ، الى عصر التقنية الترانزيستور الاذاعة والتلفزيون السمعية البصرية ، التي كانت فيها الصورة المتحركة أكثر إبحارا للمتلقين ومارست سحرها عليهم تأثيرا ، فتولّد عنها ظهور المجتمع الجماهيري مقابل وسائل الاتصال والأعلام الجماهيرية التي سوقت المضمون الاعلامي الواحد الرمزي ، بأبعاده السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية ولغة الغالب، فلم يستطع العقل الانساني في العالم الثالث ومنه العربي التملص من اثار تبعيته او بالأحرى احتضانه وتبنيه على المستوى المعرفي والأخلاقي و القيمي فقد "طغت ثقافة الصورة التي حلت محل الثقافة المكتوبة في اداء وظيفة الاختراق بفعل عملية التأثير الإعلامي" (8) ، فالصورة التي رافقت الناس في الغرب ، وكذلك في العالم الثالث المتحضر على نحو مضطرد منذ الولادة حتى اللحد هي تلك التي تروج للاستهلاك أو تجسده، فقد أفرزت الصورة المنتجة عبر التلفزيون، ومن قبلها السينما، واليوم الحاسوب والهاتف، شكلا حديثا من التبعية لدى المستهلكين جعلتهم رهن القيام بأدوار قد حددها لهم غيرهم بفضل وسائل الاعلام والاتصال الجماهيرية جماعيا او فرديا صورا للتسلية الجماعية او الاستهلاك الجماعي (9) ، انه تنامي لسطوة العولمة المتلاصق بتسارع خطى التكنولوجيا المدجة في وسائل الاعلام والاتصال العالمية مثل التلفزيون فقدمت لجمهورها المشاهد الثقافية المرئية اي ثقافة ما بعد الكتابة ، فعولمت المجتمعات التي كانت متباعدة فتقاربت جعلتها وثيقة الاتصال بعضها ببعض بما سموه دبلوماسية الاقمار الصناعية التي انتجت الدبلوماسية الانية التي تعني " تطور تقنيات وسائل الاتصال والمعلومات في زمن العولمة بدمج تقنيات الاقمار الصناعية والبث والاستقبال التلفزيوني والحاسوب والهاتف " (10).

ان هذه الثورة التكنولوجية الحديثة في مجال الاتصال و الاعلام افرزت اشكال اعلامية واتصالية جديدة الاعلام الرقمي والتفاعلي بفضل شبكة الإنترنت ، تحولت بواسطتها الحواسيب والتلفزيونات والهواتف الى تقنيات ذكية

وسريعة متعددة الوسائط، جمعت بين الصوت والصورة والحركة، واتسع نطاق قبولها وانتشارها فقل عالم المجتمعات الراضة لها او الممتعة عنها، وزادت المجتمعات المتقبلة لها، انه ينعكس جليا في مرآة وسائل التواصل الاجتماعي والتي يتم توظيفها كأداة في دعم وترسيخ قيم العولمة بكل أبعادها. (11)

وساهمت هذه الاشكال الاعلامية المدججة مع التكنولوجيا في تحول من الاستهلاك الجماهيري الى الاستهلاك الفردي للمضامين الاعلامية المختلفة ، ما يترجم توجه وسائل الاعلام والاتصال الحديثة الرقمية الفورية الى الانفرادية المشاهدة والمتابعة مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية التي هي جماهيرية الى ابعد حدود.

المطلب الثاني: عولمة تدفق المعلومات واحتكارها

جاء في تقرير المنظمة العربية للتربية والثقافة والإعلام تعريفا للمفهوم تدفق المعلومات " هو تدفق المنتجات الاعلامية والثقافية والمعلومات التي تعتمد عليها وسائل الاتصال الجماهيري وتشمل الخبر والتعليق والصورة والبرامج الاذاعية والتلفزيونية والفيل السينمائي والمعلومات والبيانات" (12)

كان لعملية الاندماج بين الاعلام ووسائله وتكنولوجيات الاقمار الصناعية وشبكة الانترنت في الدول المتقدمة ومنها امريكا تركز مفهوم الاعلام الراسي او التدفق الاخباري الراسي الذي هو تعبير بصورة اخرى عن الهيمنة و التحكم والاحتكار لمبدأ التدفق الحر للمعلومات عالميا عن طريق مؤسساتها الاعلامية مثل وكالات الأنباء العالمية أبرز وسائل الإعلام تأثيراً على الصعيدين الداخلي والخارجي، فهي قادرة على الوصول إلى مناطق وبقع جغرافية كان يصعب الوصول إليها بسبب الأجهزة المستخدمة لديها في نقل الخبر وبثه ، لذلك يعتبرها مختصوا الاعلام مصنع الاخبار واحتكارها وموزعها الاولى في العالم أي هي "المصدر والممون الرئيسي للمؤسسات الاعلامية بالمادة الاخبارية على اختلاف انواعها وأشكالها، وتقوم بدور عالمي هام في نقل وتبادل الانباء عبر القارات ، يؤهلها للقيام بهذا الدور قدراتها المادية والتكنولوجية و البشرية المدربة على جمع الانباء وتوزيعها بلغات عديدة في مختلف انحاء العالم" (13) ، وقد افرزت لنا شكلا جديد في صناعة المعلومات الدولية اخبارا وبرامج كمواضيع اعلامية متنوعة تمثل شكلاً عريقاً من أشكال العولمة الاخبارية لأنها تملك عناصر السيطرة على مواد و تجهيزات الصناعة الاعلامية والذي تحوزه كبريات الشركات الانتاجية الامريكية. (14)

ان الثورة التكنولوجية لوسائل الاعلام والاتصال التي انتجت محطات تلفزيونية فضائية رقمية بوسائط متعددة باندماجها وتكاملها مع تكنولوجيا الأقمار الصناعية والبث الفضائي والانترنت والألياف البصرية وإنتاج الفضاء الاعلامي الافتراضي التفاعلي والتي تمتلك وتسيطر على مضامينها الولايات المتحدة بنسبة تفوق 60% وهو تأكيد على تحول المنتج الاعلامي الى اقتصاد معلوماتي تتحكم فيه كبريات الشركات المتعددة الجنسيات انتاجا وتوزيعا منها:- شركة ديزني والتي تدير شبكة أي بي سي ABC .

- شركة اخبار روبرت مردوخ الامريكي اليهودي والتي تدير شبكة فوكس نيوز FOX NEWS

- شركة جنرال الكتريك ومايكروسوفت تديران شبكة أم أس إن بي سي NBS-MS .

والتي تشكل امبراطوريات اعلامية امريكية تتحكم وتحتكر المعلومات وتوجهها كما تشاء بغرض سياسي وثقافي و اقتصادي و اجتماعي.

ان الاعلام الراسي او التدفق الاخباري جسد مبدا الاختلال وعدم التوازن في انتقال المعلومات والأخبار وتبادلها حيث اثبتت الدراسات الاعلامية ان الدفع المعلومات من الدول المتقدمة يمثل ما يقارب 80% اتجاه الدول النامية في حين يمثل بالاتجاه المعاكس الصاعد 20% فقط ، و ما يميز هذا التدفق الراسي للمعلومات والأخبار وفي كثير هو التحريف للحقائق وقلبها¹⁵

ان الابحاث والدراسات التي قام بها الباحثون حول الاعلام والاتصال ووسائلهما ، توصلت الى وجود فجوة اعلامية بين العالمين المتقدم والنامي كرسنها التبعية الاتصالية والإعلامية التي انتهجتها الدول المتقدمة كان من غايتها تثبيت مشروع العولمة بأبعادها على العالم النامي او الثالث بفضل تلك الفجوة الاعلامية حيث خلصت نتائج دراسة هربرت شيللر ان التبعية الإعلامية والثقافية لدول عالم الثالث للدول المتقدمة بقيادة أمريكا كانت تكريسا لهيمنة الاقتصاد العالمي المعاصر ، الذي يسعى إلى تعزيز سيطرته من خلال تحالف رأس المال العالمي لتحطيم الحواجز القومية وتوحيد السوق العالمية لترسيخ تبعيتها الاقتصادية بوضع إمكانياتها الثقافية والإعلامية في خدمة مصالح رأس المال العالمي وأجهزته وتحويل العالم إلى قرية اتصالية شديدة الترابط⁽¹⁶⁾.

فالعولمة كمشروع اقتصادي عالمي معاصر مهيمن تستخدم وسائل الاعلام لتمكين امتداد الإمبراطورية الأمريكية التي بدأت تنتشر عالميا بعد الحرب العالمية الثانية⁽¹⁷⁾، حيث وجدت مجالا مفتوحا خاصة في الدول حديثة الاستقلال بسيطرة الثقافة الأمريكية من خلال ما يتم تقديمه عبر الوسائل الاعلامية كالبرامج السينمائية والتلفزيونية التي غزت معظم دول العالم تحكما واحتكارا للمعلومات، وان تدفقها يبقى على نحو ما عبرت عنه منظمة اليونسكو في تقريرها " ان التدفق الحر للمعلومات هو في حقيقة الأمر تدفق في اتجاه واحد ، وليس تبادلاً حقيقيا للمعلومات " ⁽¹⁸⁾.

ان ثورة الاتصالات والمعلومات الحديثة التي صنعتها وأنتجتها ووزعتها امريكا وحلفاؤها ، جمعت بين البث الفضائي والأقمار الصناعية وشبكة الانترنت هو سيطرة على الاعلام العالمي ، بفضلته يتم اختراق حدود الدول بمبدأ التدفق الحر للمعلومات ، يكون له التأثير العميق اذا كان منتجات ثقافية⁽¹⁹⁾

المطلب الثالث : عولمة المحتوى الاعلامي

يمثل الاعلام ووسائله الية يراهن عليها في تمرير رسائل العولمة المتعددة والهادفة الى الهيمنة وتسويقها على نحو ما يرى دانيال بونيو في قوله " ان فكرة إيديولوجية الاتصال ان نتصل فلا يهم مضمون الاتصال ومحتوى التبادل، المهم هو أن نتبادل و المهم أن نتصل و نتبادل الانطباعات والمشاعر الفعلية أو المفتعلة التي يمكن أن يخلقها الشكل وليس المضمون."⁽²⁰⁾ ولذلك نصطدم عند المشاهدة او الاستماع تفاعليا بمضمون اعلامي غير هادف و لا يصبوا الى تقديم خدمة ذات قيمة وفائدة .

وتأكيدا لهذا يعبر لنا انتوني غيدنز ان العولمة الاعلامية ماهي " إلا امتدادا او توسعا في مناطق جغرافية ، مع تقديم مضمون متشابه وذلك كمقدمة لنوع من التوسيع الثقافي فبواسطة الوسائل الاعلامية والاتصالية يتم فصل المكان عن الهوية، والتقليل من الانتساب والانتماء "⁽²¹⁾.

لقد ساهمت وسائل الاعلام في الدفع بالعملة كبعد اعلامي مهيمن في شكل اخطبوط هولويودي له عواقبه الثقافية والاجتماعية الوخيمة الملموسة على مستهلكي الانتاج السينمائية ثقافيا واجتماعيا ودخول الشركات متعددة الجنسيات في لعبة العملة اقتصاديا ما ادى على تأسيس كارتل من الشركات الاعلامية مثل (ام جي ام ، بارامونت، فوكس القرن العشرين ، نيونيفارسال ، ورنبرادز)، استحوذت على الاعلام مؤسسة وإنتاجا وتوزيعا وعرضا بما يسمى التكامل الراسي (22)، اي تطبيق مبادئ الانتاج الضخم وكفاءة الوقت والحركة نفسها عند التصوير ولم تكنفي بذلك فامتدت الى الانتاج التلفزيوني وامتلاك اكبر واهم القنوات التلفزيونية العالمية بقصد السيطرة على كل السلسلة الانتاجية للمحتوى الاعلامي وبالتالي لها حق اختيار المحتوى واحتكاره وتسويقه وتوجيهه والدعاية له عبر الادوات الاعلامية الاخرى التي تمتلكها، واستثمار الشركات المتخصصة في الاعلانات الترويجية و الاشهارات التسويقية ، ايضا تأجير المنتج الاعلامي بواسطة متاجر متخصصة في بيع وكراء الافلام والأغاني في شكل أسطوانات وأقراص مدجة الذي في دي هذا في الماضي، اما اليوم ومع منصات التواصل الاجتماعي اصبح العالم بين يدي كل مستخدم حيث توفر شركة الفايستوك واليوتوب على سبيل المثال لا الحصر مبتغى المستخدمين، فقط يشترط فيه اتقان لغة العالمية حتى يلج العالم الافتراضي بكل ابعاده والى ما نهاية، فقد استطاعت بفضل ثورتها التكنولوجية وتعدد برامجها وتطبيقاتها ان تحترق الصماء، وانتقلت من عالم الاعلام الجماهيري الى عالم الاعلام الفردي بفضل المضامين التي تروج للقيم الفردية والاستهلاكية، بمعنى اخر انصب تركيزها على تلك القيم المادية الغربية، والتي لا تولي اهتماماً للقيم الدينية، ولا القيم الاخلاقية، إنها بذلك تصنع وجودا ليس متوازنا للفرد والمجتمع على السواء ، وهو ملمح بسكال لابونتانه عندما عبر قائلا : " منذ منتصف القرن العشرين هناك شيء ما تغير لقد بدأنا ننتج بسرعة أكثر من طاقتنا على الهضم، لم يحدث هذا من قبل أبداً، النتيجة أننا نبلع أكثر فأكثر الإعلام وبسرعة متزايدة " (23).

والمعضلة الاكبر هي تحول المؤسسات الاعلامية في زمن العمولة من تقديم القيمة المضافة في المجال الثقافي والمعرفي والمنفعة الاجتماعية الى مؤسسات اعلامية بالعائد التجاري والذي يقاس به نجاح هذه المؤسسات حيث ان 70% من زمن المشاهدة على القنوات التلفزيونية هي مواد اشهارية او اعلانات مدفوعة وأما الباقي منها فهو يروج للترفيه والجنس والعنف والاعتراب والاستسلام وغيرها. 24

لقد بلغت البشرية مرحلة الحرية الكاملة من الابحار في الفضاء الازرق و انتقال الأفكار و المعلومات والبيانات والاتجاهات والقيم والأذواق على الصعيد العالمي، فالملايين من البشر اليوم هم موحدون بالصورة والصوت بفضل البريد الإلكتروني، الذي يلج به العالم الشبكي الإنترنت، فهم يمثلون اكثر من 60 % من عدد

سكان الأرض يتابعون معا بالصوت والصورة الحية وفي وقت واحد احداثا علمية رياضية وثقافية وسياسية واجتماعية .

ان التطور التكنولوجي للثورة الاتصالية والإعلامية والمعلوماتية فرض على جمهور المستهلكين والمستخدمين مسوقا يتسم به اعلام العولمة تجاريا وثقافيا في عرض وتقديم المحتوى للمنتج الاعلامي العالمي المقروء والسمعي البصري باللغة الانجليزية ، فالمنشور بها عبر الشبكة العنكبوتية يقدر ب 77 % و تبقى نسبة 23 % للغات العالم الاخرى مجتمعة⁽²⁵⁾، وتبقى هذه المعطيات زادت ام نقصت لا تنفي قيادة امريكا للعالم باللغة والتعليم والجامعات والبرامج والعروض والعالم الافتراضي بأكمله انه يتحدث لغتها ويضم رموزها.

فاللغة اهم عناصر الهوية والثقافة لأي مجتمع ، والتي يتم بواسطتها تسويق المحتويات الاعلامية لأن تأثير وسائل الاعلام اليوم يتقاطع مع كافة الانشطة التي يمارسها الانسان في المجتمعات المعاصرة، بدءاً من ابسط هذه النشاطات على مستوى الفرد الى اكثرها تعقيدا على مستوى المجتمع.

فالعولمة الاعلامية تتخذ لها صيغاً وأساليب مختلفة في صناعة المحتوى الاعلامي المستخدم بأهداف وخلفيات مرسومة تتعدى القرية الكونية الواحدة ف" القرية الواحدة يتفاوت مستوى معيشة ساكنيها ويتحكم في فضاءها الاعلامي قلة ممن يملكون اموال فارونية، وتكنولوجيات حديثة يفرضون عليهم ما يريدون بثه اونشره أو اذاعته دون ان يحقق ذلك تبادلا عادلا او حوارا متكافئا"⁽²⁶⁾، مع العلم ان الامم المتحدة ومنظمة اليونسكو في مؤتمراتها الدولية كانتا تروجان له، بل ان وسائل الإعلام والاتصال الحديثة و التلفزيون منها باتت على حد تعبير (جان بودريار) " تحول المعنى والاجتماعي الى نوع من سديم مكرس لا مزيد من الابداع ابداء، بل بالعكس خلق القصور الشامل"⁽²⁷⁾

وبالتالي العولمة الاعلامية تمثل " وسيلة لتعميم نمط حضاري يخص بلداً بعينه هو الولايات المتحدة الأمريكية بالذات على بلدان العالم أجمع"⁽²⁸⁾، وهي محاولات بعدما كانت الصورة ضمنية للعولمة الاعلامية صارت صريحة في مضامين الرسائل الإعلامية التي تغرس وتعزز وتعديل كل اتجاه لا يتوافق وقيمها الليبرالية الجديدة ، التي تظهر بدءاً في الاقتصاد، السياسة، فالثقافة والهوية، انه حديث عن نهاية تاريخ صراع الحرب الباردة سماته تفوق في التكنولوجيا و أفضلية الديمقراطية .

المبحث الثالث : انعكاسات العولمة الاعلامية على دول العالم الثالث

الملاحظ اليوم للواقع العالمي الامتداد الجغرافي والزمني للمبادئ العولمة في انتشارها وتوسعها بفضل الترويج الاعلامي المدمج بالتكنولوجية الفائقة، حيث نلامس فيه تلك الاثار و الانعكاسات المتداخلة لانتقال المجتمع

العالمي الى القرية الكونية المترابطة والمتشابكة ثقافيا واقتصاديا وسياسيا وغيره، فبتغلغل العولمة الاعلامية وسائلها ومضامين ومن ثم تأثيرا في مجتمعات العالم الثالث، برزت ظواهر و مشكلات متعددة مست النظام الاجتماعي ككل لهذه دول كرسست عليه دلالات سلبية، تعتبر اهدافا خفية للعولمة باعتراف فرانسوا بايروا بأن هدف العولمة هو تدمير الهويات القومية، والثقافة القومية للشعوب العالم الثالث، واقل ما يقال عنها تمثل انعكاسات وأثار مأساوية تم تنفيذها بواسطة الشركات الاقتصادية العالمية الامريكية التي سيطرت محليا على باقي المؤسسات الاخرى السياسية والعسكرية والإعلامية وجعلتها خارجيا ليات للتنفيذ.

المطلب الاول : الانعكاسات الاقتصادية

- فرض قيما مادية تنفي الخصوصية الإنسانية وتطرح رؤى تدور حول السوق أي تدور حول القيمة التي جوهرها الإنسان الاقتصادي، فيكون التأثير الواضح على نمط استهلاكه بشيوع نمط الاستهلاك الغربي من الاكل والموضة والفن اجنبية الصنع والإنتاج تروج له شركات عالمية تجارية اعلامية هيمنة على اعلامه الوطني ففرضت من خلال اساليب الدعاية والإعلان والإشهار ذلك النمط الاستهلاكي الغذائي مثلا شركة ماكدونالد لأطعمة الجاهزة والسريعة البيتزا و الهامبرغر.

- تأثير تطبيق قوانين التجارة العالمية على دول عالم الثالث تتعلق بالتصدير والاستيراد و التبادل التجاري كقوانين و مواصفات الجودة وحماية البيئة والتي أنجر عنها عدم استعداد هذه الدول وقدرتها على مساهمة في المبادلات التجارية العالمية وبالتالي ابقى عليها طابع الدول المستوردة والمستهلكة فقط، اضافة الى الغاء التعريفات الجمركية على المنتجات المستوردة ما دفع بالشركات المحلية وأصحاب الاموال التوجه الى الاستيراد نظرا لارتفاع الارباح وانخفاض التكاليف في الاقتصاد المعولم.

- الاستدانة الخارجية للدول العالم الثالث كإستراتيجية ضغط وتنازل تعتمد عليها منظومة الشركات الكبرى الامريكية او ما تسمى بالإمبراطورية العالمية العظمى مثاله ما حدث لدولة الاكوادور حيث تم الاستحواذ على مساحات كبيرة من غاباتها بعد فشلها في السداد للتنقيب عن البترول²⁹.

- تطويع اللغة لتغليف استراتيجيات المنظمات العالمية مثل البنك الدولي والصندوق النقد الدولي في استخدام مفاهيم الحكم الرشيد، تحرير التجارة، حقوق المستهلك، خصخصة الشركات الوطنية والتنازل عنها، وكلها بغرض تفكيك وتفئيت اقتصاد دول العالم الثالث والتبعية،

المطلب الثاني : الانعكاسات الثقافية

انه تسخير للإعلام الثقافي المعولم لإشاعة قيم ومبادئ ومعايير للثقافة الأمريكية والنموذج الأمريكي وجعله نموذج كوني يتوجب ان يتبع تبنيا وتقليدا، خاصة بعد الامتداد والانتشار الكبير للثقافة الامريكية بواسطة وسائل

الاعلام الفضائي والرقمي وباتت جماهير العالم الثالث المشاهدة والاستماع لتلك الثقافة التي تنادي بالحرية، وبختمية الاختلاف، وبقبول التعددية ظاهريا ، وبالإقصاء للآخر ورفضها لمبدأ التعددية والتنوع الثقافي، أي رفض الآخر هو الغريب عندهم الأمريكي الملون وخارجيا هم والمسلمون والعرب والسود ، والذين مورست عليهم ابشع الجرائم بعد احداث 11 سبتمبر 2001 والتي كشفت الوجه الخشن والعنصري الاخر لامريكا والحقيقة هو عداء الدين وما يعبر عن الاسلام والذي يمثل الهوية الثقافية لأكثر من مليار انسان .

فالإعلام اليوم تحول الى ورشات لصناعة المنتجات الثقافية الامريكية والتي تروج لما يريدون أن نفكر فيه ، لا ما يتوجب أن نفكر فيه ، وبواسطة اساليب الدعاية و الإعلان يريدون التطبيع مع الهيمنة وتكريس الاستتباع الحضاري لأمريكا وحلفائها ، شيئا فشيئا حتى نفقد الشعور بالانتماء لوطن أو أمة أو دولة .

المطلب الثالث : الانعكاسات السياسية

لقد تخطت العولمة الاعلامية مفهوم حدود الدول وبنياها وخصوصيتها ، الذي يعني سياسيا تحطي مفهوم سيادة الدولة وخاصة الامر والنهي على اقليمها ومواردها وشعبها اي الحفاظ على استقلالها عن اية سلطة خارجية³⁰، ما انجر عنه صراعات وحروب تغذيها العولمة الاعلامية خاصة في الدول القومية الراضة مثال فنزويلا وإيران والجزائر

فالعولمة هي قدرة الأقوياء على استغلال الفرص المتاحة بينما يعاني الضعفاء من عدم قدرة على اقتناص تلك الفرص ، ودول العالم الثالث والذي يلتقي فيه قسم من اسيا وأمريكا الجنوبية وإفريقيا وجميع الدول العربية ضعفاء رغم عددهم ومواردهم وبشرهم يكتفون بالمستورد يستهلكونه اعلاميا ثقافيا وتجاريا وسياسيا واقتصاديا .

خاتمة

يعد الاعلام ووسائله من الظواهر التي تؤثر على النظام الاجتماعي وعلى ادائه ومهامه ، بما تقدمه من مواد اعلامية وبأشكال مختلفة ترتبط عموما بهذا النظام الاجتماعي سياسيا او اقتصاديا او ثقافيا او معرفيا او تعليميا على المطلق ، بغرض غرسها وترسيخها و تعزيزها او تعديلها ، لكن مع الوتيرة المتسارعة والتي يسير بها عصرنا خاصة بعد نهاية الحرب الباردة وظهور النظام الاحادي الجديد ، الذي هو امتداد لهيمنة ولسيطرة دول بعينها على دول باسم مبادئ الرأسمالية والليبرالية والديمقراطية وحقوق الانسان وحرية تدفق المعلومات لتحقيق الوحدة الانسانية العالمية، او بمعنى اخر عولمة الانسانية اي تشكيل اتجاهات المجتمعات الاخرى بسياسات وثقافات وهويات جديدة بعيدة عن القومية والمحلية والخصوصية والتي لعب فيها الإعلام كفاعل اساسي بعدا ووسيلة منبر وجسر في تحقيق جوهرها بخاصة بعد اندماجه و التطور التكنولوجي وما وتولد عنه من متغيرات فنية تقنية وخصائص الفورية

والسرعة والتفاعلية ، حيث بداية باختصار الزمن وتقريب المكان بالقفز فوق الحدود والسيادة للدول افرز مظاهر وانعكاسات كانت واضحة المعالم على العالم الثالث.

ورغم ايجابيات العولمة التي حملتها وروج لها في الظاهر والعلانية لتحقيق مجتمع انساني مبني على التعاون والتبادل غير ان الخفي اعظم يستنتج منه تكريس هيمنة وسيطرة القوى المتقدمة بقيادة امريكا مستخدمة لذلك ثورة تكنولوجيا المعلومات والمعرفة ، اذ اتضح تحقيق معادلة أن من يمتلك المعلومة يمتلك التقنية المتقدمة ، ويمتلك التحكم بحركة العالم ، فواقعنا يكشف التقدم الكبير في المجال التكنولوجي والمعلوماتي وتطور نظام الاتصالات والانترنت واندماجها مع وسائل الاعلام الحديثة ، الذي افرز بعدا اعلاميا مستحوذا والية لترويج وترسيخ الفكر العولمي المهيمن على مجتمعات العالم الثالث نظرا لأنها تمثل سلطة تكنولوجية بمنظومات معقدة سواء فضائية بين البث والاستقبال او ارضية تتمدد بكابلات لا تعبر للحدود ولا للسيادات ولا للثقافات ولا للهويات ووجود ، بل الكل يذوب في القرية الكونية.

فالخصوصيات الثقافية التي ترافق الامم وشعوبا وجماعات تتصرف بها في مواقفها في الماضي ، فاليوم وفي ظل العولمة الاعلامية التي تنشر تأثيرا وتتوسع في الجغرافيا بفضل كيانات ليبرالية لصناعة وإنتاج وترويج المضمون المتشابه ، به عكست قفزها فوق حدود الخصوصية الثقافية الدينية او اللغوية تفكيكا وتشكيكا وتشتيتا فقللت لدى شعوبها مشاعر الانتماء الى مكان معين او محدود ، وهو الهدف الحقيقي لمشروع العولمة ووظيفة الاعلام بالسعي الدؤوب لإعادة انتاج النمط الليبرالي أي أيدلوجية العولمة الامريكية وحلفائها في بلدان العالم الثالث .

قائمة المراجع

- (1) جمال محمد احمد ، الاعلام والوجهات الدولية الراهنة ، دار غيداء للنشر والتوزيع ط1 ، عمان 2015، ص 11 .
- (2) انظر محمد عبد السلام على ، الفكر الاعلامي الحديث ، دارالمعزز للنشر والتوزيع ، ط1، عمان 2017 ، ص 190.
- (3) رضا عبد الواحد امين ، الاعلام والعولمة ، دار الفجر لنشر والتوزيع ، القاهرة 2007 ، ص 12 .
- (4) بول يونغ ، تيم ويل، الدراسات الاعلامية الانتاج الاعلامي، تر، هدى عمر عبد الرحيم ، نرمين عادل عبد الرحمان ، ط1 ، المجموعة العربية للتدريب و النشر، مصر 2017، ص 195.
- (5) انظر منال هلال المزاهرة ، نظريات الاتصال ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان، 2012 ، ص 305 .
- (6) هناء السيد : الفضايات وقادة الرأي ودراسة أثرها على السلوك الاتصالي ، العربي للنشر والتوزيع القاهرة ، ط1، القاهرة ، 2005، ص 37.
- (7) حسين على ابراهيم فلاحي ، العولمة الجديدة ابعادها وانعكاساتها ، دارغيداء للنشر والتوزيع ، عمان، 2013، ص 111 .
- (8) محمد شومان، العولمة وقضايا الهوية الثقافية العربية (الفرص والمخاطر)، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، تونس، 1984، ص 95 .
- (9) انظر الان توران ، نقد الحدائثة (الحدائثة المضطربة) القسم الاول ، تر، صباح الجهميم ، منشورات وزارة الثقافة السورية ، دمشق 1989، ص 192.
- (10) مجدي الهاشمي ، العولمة الدبلوماسية والنظام العلمي الجديد ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، ط1، الاردن ، 2003 ص 226 .
- (11) انظر محمد العمر، الانترنت والمجتمع ، منشورات الجامعة الافتراضية السورية ، سوريا 2020، ص 71 .
- (12) سمر طاهر ، الاعلام في عصر العولمة والهيمنة الامريكية، ط1، دار نخبضة مصر للنشر، مصر 2011، ص 7 .

- (13) بيار البير، الصحافة، تر، محمد برجوي، منشورات تحدييات، ط1، بيروت، 1970، ص31 .
- (14) حميد حمد السعدون، العولمة وقضاياها، داروائل للطباعة والنشر، الأردن، 1999، ص14.
- (15) حسين على ابراهيم فلاحى ، مرجع سابق ، ص 133 .
- (16) انظر عوطف عبد الرحمان ، قضايا التبعية الاعلامية ولثقافية في العالم الثالث، عالم المعرفة ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب ، الكويت 1984 ، ص40 .
- (17) انظر نفس المرجع ، ص40.
- (18) هدى العشاوي ، جنابة القنوات الفضائية على القراءة عند الاطفال ، المجلة العربية، مصر، العدد231، سبتمبر 1996، ص 58
- (19) انظر عوطف عبد الرحمان ، مرجع سابق ، ص56 .
- (20) انظر دانييل بونيو ، الاتصال ضد الإعلام ، ترجمة نصر الدين ليعياضي ، وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع، آراء ورؤى ، دار القصبه ، الجزائر 1999 ص 35
- (21) رضا عبد الواجد امين ، مرجع سابق ، ص 124
- (22) انظر تيم ويل ، بول لونغ، الدراسات الاعلامية والانتاج الاعلامي ، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2017 ، ص213
- (23) Pascal Lapointe : Peut-on se noyer dans une mer d information ? la presse- Montréal 23-juillet 1997
- (24) حسين على ابراهيم فلاحى ، مرجع سابق ، ص 126
- (25) انظر نحر هادي ، اللغة العربية وتحديا العولمة ، عالم الكتب الحديث ، ط1، الاردن، 2010، ص 29-30
- (26) رضا عبد الجواد امين ، مرجع سابق ، ص 148
- (27) جان بودريار ، المصطنع والاصطناع ، تر، جوزيف عبد الله ، المنظمة العربية للترجمة ، ط1، بيروت ، لبنان، 2008، ص149
- (28) أحمد زايد ، عولمة الحداثة وتفكيك الثقافات الوطنية ، عالم الفكر، الكويت ، المجلد 32 ، العدد 1 ، 2005، ص50
- (29) انظر جون بركنز، الاغتيال الاقتصادي للأمم ، تر، مصطفى الطناني وآخرون، الهيئة المصرية للكتاب، مصر2012 ، ص10.
- (30) انظر سحاري مصطفى، السيادة الوطنية في ظل التدفق الاعلامي الدولي (الجزائر نموذجا)، دارغيداء للنشر والتوزيع، ط1، الاردن، 2017، ص19