

بسم الله، والحمد له والصلاة والسلام على رسول الله صلى الله عليه وسلم وعلى آله الطاهرين،
وصحابه الأكرمين ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين وبعد :

أولاً : تعريف العولمة

تركيزاً على البعد الاقتصادي في العولمة، بوصفه
المحرك الرئيسي لعمليات العولمة، وبالتالي التقليل
من أهمية الأبعاد الثقافية والإعلامية واعتبارها من
توابع العولمة الاقتصادية.

رصد السيد ياسين فغات أربعاً تدرج في
إطار محاولات العولمة هي¹ :

1- العولمة باعتبارها حقبة تاريخية.

2- العولمة باعتبارها تجليات لظواهر اقتصادية.

3- العولمة باعتبارها انتصاراً للقيم الأمريكية.

4- العولمة باعتبارها ثورة اجتماعية وتكنولوجية.

التجليات المختلفة للعولمة

العولمة تجليات متعددة، اقتصادية
وسياسية وثقافية واتصالية³. وتظهر التجليات
الاقتصادية في نمو وتعمق الاعتماد المتبادل بين
الدول والاقتصادات القومية، وفي وحدة الأسواق
المالية، وفي تعمق المبادلات التجارية وفي إطار
نزعت عنه القواعد الحمائية التجارية بحكم ما نتج
من آخر دورة "للجات" وإنشاء منظمة التجارة
العالمية.

تدرج الثورة الاتصالية والإعلامية في الفئة
الرابعة. ويلاحظ السيد ياسين أن التعريفات
جميعاً تكاد تجمع المكونات الأساسية لتعريف
واحد للعولمة، فهي تجمع بين جنباتها كونها تمثل
حقبة تاريخية، وهي تجل لظواهر اقتصادية، وهي
في الوقت الراهن على القل هيمنة للقيم
الأمريكية، وهي أخيراً ثورة تكنولوجية
 واجتماعية².

وتثار بالنسبة إلى التجليات الاقتصادية
للعولمة مشكلة أزمة الدولة القومية وتأثير العولمة
في مفهوم وتطبيقات فكرة السيادة الوطنية من
ناحية أخرى.

وتبدو ملاحظة السيد ياسين صحيحة،
فالعولمة عملية كلية، مندمجة الأبعاد والآليات
الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية
والإعلامية ومن الصعب تناول العولمة من منظور
تاريخي أو اقتصادي فقط، فثمة ترابط وتداخل
بين كل هذه البعاد، لكن من الواضح أن هناك

وهناك تجليات سياسية للعولمة من أبرزها
سقوط الشمولية والسلطوية، والنزوع إلى
الديمقراطية والتعددية السياسية، واحترام حقوق
الإنسان، وفي هذا الصدد تثار عدة أسئلة : هل

ثانياً : مفهوم عولمة الإعلام

على كثرة الحديث عن الإعلام والعولمة، ودور الصور والمضامين والرموز العابرة لقوميات عبر وسائل الإعلام والمعلومات في الترويج للعولمة، وتوحيد العالم، فإنه لم تظهر سوى محاولات قليلة لتحديد مفهوم عولمة الإعلام، والمتابع لهذه المحاولات يلاحظ أنها اتسمت بالاستقطاب الجاد بين تيارين: 4 :

الأول : يؤيد بحماس ودون تحفظ عولمة الإعلام، ويبرز إيجابياتها باعتبارها تدعم من التدفق الحر للمعلومات وحق الاتصال، وتوفر للجمهور فرصاً غير محدودة لحرية الاختيار بين وسائل الإعلام والمعلومات وفي إطار هذا التيار ظهرت أصوات متعددة، توجد بينها اختلافات في المداخل والرؤى العامة.

فهناك أصحاب المدخل التكنولوجي الذين يركزون على أن التقدم التكنولوجي المتسارع والمستمر في مجال الإعلام والاتصال يحدث نقلات ثورية في بعدي المكان والزمان وما يربط بهما من خبرات اجتماعية، فضلاً عن التمهيد على وعي جديد، والفصل بين الحدود الجغرافية والهوية.

وهناك أصحاب مدخل ما بعد الحداثة، ولعل أشهرهم "أنطوني جيندنز" الذي يرى أن ما

دراسات

هناك نظرية وحيدة للديمقراطية هي الديمقراطية الغربية، أم أن هناك صياغات أخرى متأثرة بالخصوصية السياسية والثقافية للمجتمعات في العالم؟ ...

وهناك تجليات ثقافية للعولمة، والمشكلة المطروحة هي الاتجاه إلى صياغة ثقافية عالمية، لها قيمها ومعاييرها، والغرض منها ضبط سلوك الدول والشعوب.

وأخيراً هناك عولمة اتصالية تبرز أكثر ما تبرز من خلال البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية، وبصورة أكثر عمقا من خلال شبكة الإنترنت التي تربط البشر في كل أنحاء المعمورة، وتدور حول الإنترنت أسئلة كبرى، ولكن من المؤكد أن نشأتها وذيوعها وانتشارها سيؤدي إلى أكبر ثورة معرفية في تاريخ الإنسان.

ويندرج في إطار هذا التيار ممثلون لمواقف واتجاهات عديدة أبرزهم ممثلو النموذج النقدي، ولعل أشهرهم "هربرت شيلر" الذي عرف عولمة الإعلام على أنها "تركيز وسائل الإعلام في عدد من التكتلات الرأسمالية (عابرة الجنسيات) التي تستخدم وسائل الإعلام كحافز للاستهلاك على النطاق العالمي"، ويؤكد "شيلر" أن أسلوب الإعلان الغربي ومضمون الإعلام يدفع إلى التوسع العالمي لثقافة الاستهلاك عبر إدخال قيم أجنبية تطمس نفسية الهويات القومية أو الوطنية. وفي الإطار نفسه يرى "تشومسكي" أن عولمة الإعلام هي : "الزيادة الضخمة في الإعلان، خاصة الإعلان عن السلع الأجنبية، والتركيز في ملكية وسائل الإعلام الدولية، وبالتالي انخفاض التنوع والمعلومات مقابل الزيادة في التوجه للمعلن".

ويتابع "تشومسكي" أن العولمة الإعلامية هي : التوسع في التعدي على القوميات من خلال شركات عملاقة شاملة ومستبدة يحركها أولا الاهتمام بالربح وتشكيل الجمهور وفق نمط خاص، حيث يدمن الجمهور أسلوب حياة قائما على حاجات مصطنعة، مع تجزئة الجمهور، وفصل كل فرد عن الآخر، حيث لا يدخل

بعد الحادثة هي نسخة راديكالية من الحادثة، كما بينها وبين العولمة، فالعولمة هي توسع للحادثة من نطاق المجتمع إلى نطاق العالم.

ويعرف "جيدنز" العولمة بأنها تكثيف للعلاقات الاجتماعية على مستوى العالم بطرق تجعل الأحداث المحلية تتشكل بفعل الأحداث التي تقع على مسافة بعيدة والعكس صحيح.

وفي هذا السياق ناقش "جيدنز" عولمة وسائل الإعلام Media globalisation على أنها ضغط للزمن والمكان، وهي سمة رئيسية في العالم المعاصر، وأشار إلى أن عولمة الإعلام : هي الامتداد أو التوسع في مناطق جغرافية مع تقديم مضمون متشابه، ولذلك كمقدمة لنوع من التوسع الثقافي.

الثاني : ويعارض بشدة عولمة الإعلام ويرفض ما يقال عن إيجابياتها، وينظر إليها باعتبارها نфия للتعددية الثقافية وتسويدا لقيم الربح والخسارة وآليات السوق في مجالات الإعلام والاتصال والمعلومات علاوة على الاعتداء على حرية وسائل الإعلام والحق في الاتصال وتفويض سلطة الدولة لصالح الشركات الاحتكارية متعددة الجنسية.

وتبادل أدوار الاتصال بين الطرفين، علاوة على اتساع وتنوع حرية المتلقي في الاختيار.

وفي هذا الإطار يمكن القول : إن العديد من المسلمات والفرضيات الأساسية التي تقوم عليها تعريفات الإعلام والاتصال الجماهيري ونظرياته قد تحطمت أو في طريقها إلى الزوال، فقد أصبح من العسير التسليم بالتعريف البسيط القائل : إن الإعلام أو الاتصال الجماهيري هو مجرد توصيل رسائل نمطية إلى جماهير غير متجانسة، يصعب التعرف على ردود أفعالها تجاه هذه الرسائل أو إجراء حوار معها، وبالتالي فإن العلاقة الاتصالية العتي كانت تميل ناحية المصدر (المؤسسة الإعلامية) وتسير في اتجاه واحد من المصدر إلى الجمهور، مرشحه حالياً-وفي المستقبل-للتعديل والتغيير، ربما لصالح الجمهور، وذلك رغم صعوبة توقع السلوكات المستقبلية للجمهور.

3- تزايد أهمية اقتصاديات الإعلام والاتصالات والمعلومات : في إطار التكامل والاندماج بين وسائل الإعلام الجماهيري وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات ظهر ما يعرف بقطاع الاتصالات المعلوماتي الترفيهي، والذي يضم هؤلاء الذين يخلقون عالم اللافئات والرموز

الجمهور الساحة السياسية، ويزعج أو يهدد نظام القوي أو السيطرة في المجتمع.

ثالثا : أبعاد عولمة الإعلام

1- التكامل والاندماج بين وسائل

الإعلام الجماهيري وتكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات⁵، الذي من شأنه أن يحدث تحولات هيكلية في بنية العمليات الاتصالية، ويتيح للمتلقين إمكانيات غير محدودة للاختيار والتفاعل الحر مع القائمين بالاتصال، وتبادل الأدوار الاتصالية، وكسر مركزية الاتصال، فضلا عن تعظيم استخدامات وسائل الإعلام والاتصال في التسويق والترويج والتجارة على الصعيدين المحلي والدولي.

2- إعادة تعريف الإعلام أو الاتصال

الجماهيري⁶ : فقد تفتحت ثورة تكنولوجيا الاتصال آفاقا جديدة لاستخدامات ووظائف جديدة للاتصال، كما تحطم هذه الثورة الفواصل التقليدية بين الإعلام أو الاتصال الجماهيري من جهة، والاتصال الشخصي من جهة أخرى، وتقود نحو نمط اتصالي جديد يتسع لكل أنماط الاتصال هو الاتصال التفاعلي القائم على التفاعل الحر والمباشر بين المرسل والمستقبل،

في قطاع الإعلام والترفيه الأوروبي حوالي 1.8 مليون شخص من المتوقع أن يصل عددهم إلى 4 ملايين عام 2005، من هنا تحرص أوروبا الموحدة على مواجهة التحديات الاقتصادية والثقافية التي تفرضها صناعة الاتصال والترفيه والمعلومات الأمريكية⁸

ولا شك أن النمو المتلاحق في قطاع الاتصالات المعلوماتي الترفيهي سواء على مستوى الاقتصاديات الوطنية أو الاقتصاد العالمي يشير بوضوح إلى الجانب الاقتصادي في عولمة الإعلام، أو ما يمكن وصفه بالجانب الإعلامي في الاقتصاد المعولم، وهذا الجانب تحتلط فيه وتتداخل بنحو بالغ التعقيد متطلبات السوق وآليات الاقتصاد الرأسمالي المعولم، مع خصوصية لمنتجات الإعلامية والترفيهية والمعلوماتية كرموز ثقافية حاملة لقيم ومعلن وعادات وسلوك وأنماط حياة، ومثل هذا التداخل قد يدفع أحيانا إلى⁹ :

أ- تنميط المنتجات الإعلامية المعلوماتية بهدف توحيد العالم وفق متطلبات الاقتصاد، وخصوصا اقتصاديات الإنتاج الإعلامي والترفيه الأمريكي، والذي يسيطر على السوق.

ب- مراعاة الخصوصيات الثقافية والقومية والعمل من خلالها، بمعنى تجنب الاصطدام بها

ويتحكمون فيه. ذلك العالم الذي تنقل من خلاله المعلومات والاتصالات والترفيه، ويشمل الصاغة وراسمي الصور كأصحاب وكالات الإعلان، والمنتجين السينمائيين والصحفيين والمفكرين، بل ومبرمجي الكمبيوتر.

وتقدر معاملات صناعة الاتصالات عام 1995 بألف مليار دولار ترتفع خلال خمس سنوات القادمة إلى حوالي 2000 مليار دولار، أي ما يعادل 10 % من التجارة العالمية، وقد ازدادت مكانته ودور قطاع الاتصالات المعلوماتي الترفيهي في اقتصادات الدول الصناعية الكبرى، وفي أنشطة الشركات متعددة الجنسية، ويقدر رأسمال صناعة الراديو والتلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية بحوالي 50 مليار دولار عام 1995م حققت 15 مليار دولار أرباحا... في الأشهر العشرة الأولى من عام 1995م⁷.

وتحتل المنتجات صادرات المنتجات الثقافية الأمريكية المربية (02) بعد الطائرات، وقد صدرت الولايات المتحدة أفلاما إلى دول الاتحاد الأوروبي عام 1992م بقيمة 3.7 مليار دولار، وذلك على الرغم من أن إجمالي عدد الأفلام التي تنتجها أوروبا أكبر من الولايات المتحدة، ويعمل

قوانين الاحتكار والتركيز الذي مارسه بامتياز الشركات متعددة الجنسيات. من هنا تحفل الكتابات الإعلامية الاقتصادية بإحصاءات ومعلومات عن أسماء الشركات القومية (المحلية) أو المتعددة الجنسية التي تم شراؤها أو اندمجت لتشكيل كيانات أكبر، سواء على المستوى القومي (المحلي) أو العالمي، في هذا السياق قدّم باجديكيان (BAGDIKIAN) قائمة باندماجات شركات الإعلام والاتصال في الولايات المتحدة تغطي الفترة من 66 إلى 94 وخلص إلى أنه بحلول التسعينات كانت 17 شركة إعلام ضخمة تحصل على نصف إجمالي العائدات من كل وسائل الإعلام بما في ذلك التسجيلات الصوتية والكيبل والفيديو كاسيت.

ومن المهم التوقف عند أهم سمات آليات عمل شركات الإعلام والاتصال والترفيه العملاقة وهي¹¹:

1- هيمنة الشركات الأمريكية على قطاع الإعلام والاتصال والترفيه :

ونقصد السيطرة على الملكية والسيطرة على محتوى وتوجيهات المضامين والأشكال المنتجة. فقد أفضت حركة التركيز في الملكية إلى ظهور خمس شركات عملاقة تعرف باللاعبين الخمس الكبار هي :

لتحقيق مكاسب اقتصادية في ظل التنافس الحاد بين المنتجات الإعلامية الترفيهية وتعدد الخيارات المتاحة للشعوب.

ج- وفي هذا السياق يمكن إدراك ظاهرة

تجزئة الجماهير، وزيادة الاتجاه نحو الإعلام المتخصص ولا مركزية الاتصال التي تعتمد على تقديم رسائل متعددة، تخاطب الحاجات الفردية الضعيفة والجماعات المتجانسة.

4- تعاضم دور الشركات متعددة أو متعددة الجنسيات : يمكن القول أن الأرباح المغربية التي

يؤمنها قطاع الاتصالات المعلوماتي الترفيهي قد جذبت إليها العديد من الشركات العملاقة متعددة الجنسيات إلى توجيه استثماراتها إلى هذا القطاع، من جانب آخر فإن تكنولوجيا البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية، قد شجعت الكثير من شركات الاتصال المعلوماتي الترفيهي للعمل عبر الحدود، وتنوع أنشطتها فضلا عن الاندماج وتكوين كيانات اقتصادية أكبر¹⁰.

والواقع أن تعاضم دور الشركات متعددة الجنسيات وسعيها المستمر نحو الاحتكار والتركيز أصبح من معالم عولمة الاقتصاد...لم يكن قطاع الاتصالات والمعلومات الترفيهي استثناء من

حرصت الشركات الإعلامية متعددة الجنسيات على العمل عبر وكلاء محليين، حيث برزت المكاسب الاقتصادية بقدر سعيها لخلق احتياجات محلية زائفة تتماشى معا لمضامين والصور المعولمة، والتي تنتج ويجري تسويقها وفق آلية الإنتاج الضخم وتحقيق مزايا تنافسية.

وتتخذ عمليات الشراكة أو العمل عبر الوكلاء المحليين أنماطا وصيغها مختلفة، فهناك اتفاقيات لإعادة البث وشراء البرامج، أو الإنتاج المشترك للموارد والمضامين الإعلامية والترفيهية، علاوة على توجيه استثمارات مباشرة حيث استثمرت A.B.C (100) مليون دولار في أنشطة تلفزيونية أوروبية في فرنسا وإسبانيا وألمانيا، تبعثها شبكة N.B.C باستثمارات في أوروبا وآسيا وأمريكا اللاتينية.

3- تراجع دور الدولة في النظام الإعلامي الدولي :

لقد تراجع دور الدولة كلاعب رئيسي في النظام الإعلامي الدولي نتيجة الثورة التي أحدثتها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وأصبح المطروح على جدول أعمال الجدل والنقاش الخاص بعولمة الإعلام والاتصال والمعلومات هو : ما مستقبل دور الدولة ؟ وهل يعني تقليص دورها في تنظيم

- ديزني
- برتلسمان
- تايم وارنر
- فاكم
- شركات الأخبار

وباستثناء الشركة الثانية والأخيرة فإنها شركات أمريكية، مع ملاحظة أن شركة (برتلسمان) هي ملكية ألمانية، لكنها أكبر شركة نشر في الولايات المتحدة الأمريكية وتعمل الشركات الخمس الكبار وفق آليات السوق والإنتاج الضخم، لكي ينشر ويستهلك على نطاق واسع بين أكبر عدد من المستهلكين، وبالتالي تخفيض تكلفة الإنتاج، لذلك قد لا تراعي هذه الشركات القيمة الفكرية أو الثقافية للمضامين والبرامج المنتجة، لكنها تركز على الشكل والجاذبية. وفي هذا السياق تفوقت صناعة الإعلام والترفيه الأمريكية على مثيلاتها الأوروبية واليابانية في إنتاج وترويج المنتجات الإعلامية والترفيهية، ومكّنها هذا النجاح من أن تصبح الحلم أو النموذج الذي تسعى على تقليده صناعات الإعلام والترفيه في بقية أنحاء العالم بما في ذلك أوروبا.

2- العمل عبر وكلاء محليين :

الدولة وظهور العلاقات عبر القومية، وأزمة الآلية التي تنظم العلاقات بين الدول.

الثالثة : إن التراجع في دور الدول عموما وأدوارها الإعلامية خصوصا قد كان لصالح دور ومكانة الشركات متعددة أولا بغض النظر عن علاقات التعاون أو الصراع التي تربطها بالدول الأم ثم وبفارق كبير مؤسسات المجتمع المدني ثانيا.

الرابعة : إن بيئة النظام الإعلامي الدولي تتحول من الدول كأطراف فاعلة بشكل رئيسي على الدول والشركات الإعلامية متعددة الجنسية، ثم بفارق كبير أيضا مؤسسات المجتمع المدني ذات العلاقات والأنشطة عابرة القومية، ومثل هذا التحول في الأطراف الفاعلة في النظام الإعلامي الدولي ربما يفتح المجال لمراجعة كثير من مفاهيم ونظريات الإعلام أو الاتصال الدولي، ولعل أهم هذه المراجعات هل نحن بصدد إعلام دولي أم إعلام معولم ؟

4- توسيع الخيارات والبدائل الإعلامية المتاحة أمام الجمهور :

ولا تعني هذه التعددية والخيارات المفتوحة التدفق الحر للمعلومات وحرية التلقي، فهناك فرق بين الحق في الاتصال، والقدرة على ممارسة هذا الحق من النواحي الاقتصادية والثقافية،

دراسات

بيئة الاتصال كفالة الحق في الاتصال وضمان حرية الإعلام أو مزيدا من القيود واللامساواة الناجحة عن سيطرة واحتكار الشركات متعددة الجنسيات،

وهل يمكن دعم دور المجتمع المدني كطرف ثالث يوازن الصراع الاحتكاري بين الدولة والشركات العملاقة. على أن نوعية هذا الجدل والنقاش الذي لم يحسم عن أربع حقائق تتعلق بتأثير عولمة الإعلام على الأدوار الإعلامية (الاتصالية) للدولة على الصعيدين المحلي (الوطني) والعالمي¹² :

الأولى : إن ثمة تراجعا في الأدوار والصلاحيات الإعلامية (الاتصالية) للدولة، مع اتجاه متزايد نحو تخلي الدولة عن ملكية أو دعم وسائل الإعلام والاتصال، مع تسارع الدعوة إلى خصخصة وسائل الإعلام، انطلاقا من آليات السوق ومدى الجمهور على وسائل الإعلام، بغض النظر عما تقدمه من مضامين وصور- ستقود إلى تطور وسائل الاتصال والإعلام، وستكون المنافسة بين وسائل الإعلام في مصلحة جمهور المستهلكين.

الثانية : إن تراجع دور الدولة لم يرتبط بثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات فقط، بل أيضا نتيجة الشك في المصادقية العالمية لنموذج

في زيادة وانتشار ثقافة الاستهلاك والتسطيح الفكري على المستويين المحلي والعالمي.

ويرى الفريق الثاني : أن عولمة الإعلام تحمل إمكانيات ورهانات متعددة بشأن المستقبل، فمن الممكن في ظل انخفاض أسعار تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وانتقاء ما يعرض له من منتجات ثقافية وإعلامية وترفيهية.

والثالث : يراهن على تطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وانخفاض تكلفة امتلاكها واستخدامها بما يسمح بدعم حقوق الاتصال للجماعات الصغيرة وللأقليات داخل المجتمعات، من خلال إيجاد إعلام مواز أو مقاوم لإعلام الحكومات، وإعلام الشركات الإعلامية العملاقة متعددة الجنسية.

رابعا : الأثار المحتملة لعولمة الإعلام والاتصال .

لا يجب أن نخفي منذ البداية الحيرة القائمة إزاء العولمة، بل تحديدا الحيرة إزاء الإمكانيات النظرية لمقاربتها، ولعلّ هذا ما يفسر اختلاف المقاربات وتضادها وتباينها بين الأمل والقلق، بين التفاؤل والريبة وبين الإقدام والإحجام.

فالمعلومات والمضامين والبرامج أصبحت سلعا تباع.

والإشكالية أن تعددية وسائل الاتصال والمعلومات على أرضية الانقسام الاجتماعي والثقافي الممكن أن تعمق من هذا الانقسام لصالح الطبقات والفئات المهيمنة.

على مستوى آخر يدور جدل ونقاش حول حقيقة توسيع الخيارات المتاحة للجمهور وآثار عولمة الإعلام حيث يرى فريق من الباحثين :-13:

1- أن التعددية والوفرة في وسائل الاتصال خاصة قنوات التلفزيون وما تقدمه من برامج ومضامين لا تقدم تنوعا حقيقيا.

2- وأشاروا إلى أن آلية التركيز والتكامل الرأسي ستجعل هناك أقلية تسيطر على إنتاج المضامين والصور مما سيقص فرص التنوع الحقيقي.

3- وشككوا في إمكانية وجود المتلقي النشط القادر على الاختيار الواعي والعقلاني بين ما يقدمه من مضامين وبرامج وصور ويغلب عليها الترفيه، أو العنف، أو الجنس.

4- كما انتقدوا الروح التجارية والسوقية التي سيطرت على منتجات الثقافة والإعلام، ويخلصون إلى القول : إن عولمة الإعلام تساهم

صورة متسلطة وشمولية وعنيفة عنف مضمونها ذاته. ولعلّ أهم هذه الآثار المحتملة ما يأتي :

1- آثار القنوات الفضائية الأجنبية

:

أشار- في الصدد- "دانييل بل" إلى أن وصول البث الفضائي إلى البيوت سيؤدي إلى حدوث تغييرات عميقة في القيم الاجتماعية مؤكداً أن حجم هذه التغيرات يوازي مقدار التغيير الحاصل في الميدان الاقتصادي بعد وصول هذا البث.

كما توقع الخبراء أن تكون عمليات انتقال القيم من مجتمع إلى آخر من السهولة واليسر بحيث يمكن لجميع المجتمعات تعبير في الواقع عن المجتمعات التي تحكم هذه الصناعة، لكن عملية انتشارها سوف تكون اختلافاً كبيراً، ومن ثمّ فإن ردود أفعالها ستكون مختلفة جداً عن الأولى في الشكل والمضمون، مخلفة آثاراً كبيرة أهمها¹⁴:

1- خلق الاضطراب الاجتماعي وعدم

الاستقرار في العلاقات الاجتماعية التقليدية ولا سيما عند شعوب دول العالم الثالث، فضلاً عن ظهور معتقدات متطيرة غير ثابتة وخلق وضع تصبح فيه المشاعر الذاتية أكثر أهمية من الالتزام الجماعي بأي مشروع للنشاط أو التنظيم الاجتماعي.

2- جعل الفرد المشاهد إنساناً سلبياً

جانحاً إلى الاستسلام، ومن ثمّ تسهيل تمرير دراسات

فالعولمة ظاهرة قديمة-حديثة يمكن تلمسها وتلمس جذورها في النصف الثاني من القرن 19م. فقبل أن تصبح العولمة حركة اقتصادية عالمية تتركز على توسيع السوق العالمية والعمل على انصهار الاقتصاديات المحلية والوطنية. فقد مرّت الرأسمالية بمراحل متعددة قبل أن تصبح ما هي عليه الآن، ونذكر في هذا السياق مرحلة التشكل الصناعي والتجاري وتوسع رأس المال، في إطار ما يمكن أن يسمى بالتداول أي الانتشار بحثاً عن الأسواق والمواد الأولية، وتلت ذلك مرحلة راس المال متعدد الجنسيات أي مرحلة ما بعد التداول، وصولاً إلى المرحلة الحالية المسماة بالعولمة.

فالدينامية السائدة مع نهاية هذا القرن، هي دينامية العولمة، وهي عولمة المضامين الاقتصادية ذات التوجه الليبرالي. وهي ليست استثناء، بل هي امتداد لعدد آخر من الأساطير تروّج لها الإمبراطوريات الإعلامية المتطورة مثل : الرفاهية والتقدم ومقاومة الفقر.

فالعولمة قبل أن تكون مضموناً اقتصادياً وتجارياً وسلعياً هي مضمون إعلامي وثقافي متطور تروّجه وتؤطره وسائط إعلامية متعددة مثل : الفضائيات والوسائط المتعددة، والشبكات المعلوماتية الكونية (Internet)، ومن شأن هذا الانفجار في التقنيات أن يخلق صورة قوية ومؤثرة وفاعلة تشجع على الانتشار السريع للأفكار وترويج البضائع، وسلعة الإنسان والوجود، وهي

بما في ذلك الوطن العربي، حيث إنّ ظروفًا نفسية واجتماعية وسياسية تراكمت وتزايدت وتفاعلت وآلت إلى ذلك الإحساس.

6- ثم إنّ الحملة الموجهة صوب الوطن العربي، من خلال البث الوافد، هي عملية تفسيح للشعب العربي والإسلامي عبر استراتيجية تقبع خلفها أجهزة خفية. لذلك تشكل المحطات عبئًا كبيرًا على المثل الاجتماعية العربية الإسلامية، من خلال إقحامها لكل ما هو سلبي من البرامج التي ستؤدي بالضرورة إلى تأثير في سلوك، وتصرفات الناس. وتعد تلك البرامج بمثابة سموم موجهة للمشاهد العربي المسلم، فهي تسعى إلى نقل الحياة العربية والإسلامية وتقاليدها ومثلها.

وعموماً يمكن تثبيت بعض الملامح لنماذج مضامين المادة الإعلامية الأمريكية والغربية الموجهة عبر الأقمار الصناعية لجمهور العالم الثالث وخاصة الشباب منها¹⁵ :

أ- الغلو في اللامنطقية وإلغاء العقل في فهم الأشياء والعلاقات والأحداث، ويتمثل ذلك في مجموعة كبيرة من الأفلام العلمية والخيالية، مثل : أفلام الفضاء، والصحون الطائرة...
ب- تمجيد المغامرة الفردية، والشعور بالعظمة الذاتية وقتل الإحساس بالجماعية.

ج- الترويج للعنف والوحشية والقتل، كما في معظم أفلام الغرب الأمريكي التي تمتلئ

الأهداف التي تخدم مصالح القائم عليها، الذي يذهب مباشرة إلى القيم والمعايير السلوكية، والمفاهيم الاجتماعية السائدة، وأول ما يركز عليه هو توطين العجز في النفوس واستلاب الحياة، والحط من مستوى الرضا عن الذات وقيمة المستقبل، وسحب الطفولة والشباب إلى معارك ضارية مع البنى الاجتماعية بدءاً من الأسرة وانتهاءً بالدولة والأمة.

3- محو القيم المحلية، وغرس أنماط جديدة من السلوك والقيم الاجتماعية، ومسح أسس ما يسمى بحماية المجتمع، وإلغاء معنى الرقابة الداخلية في الدول، وتوسيع الفجوة بين الأجيال، دون محاولة لتذويب الاختلافات أو بناء الجسور التي يعبر منها كل جيل، مما يقوض أركان التماسك الاجتماعي، وينمي الفردية، ويضعف الولاء للمجتمع، ومن ثم إضعاف الانتماء إلى التراث الوطني والتراث الحضاري، وفقدان المعايير دون تأصيل مستمد من تاريخ المجتمع وتراثه، والإحساس بالاعتزاز، والهروب من التصدي لواقع الحياة.

4- كما ستحدث خلال في التوازن التنموي لتلك المجتمعات، وتحملها على سلوك استهلاكي للقوالب المهيمنة، فيضعف وعيها الاجتماعي بقضايا التطور في مجتمعاتها.

5- كذلك من المحتمل-وكما حدث فعلاً- أن تكون المحطات الفضائية عاملاً لإثارة الشعور بالانبهار بالغرب في كثير من بلدان العالم

تقوم المحطات الوافدة بترويج بضاعات ذات طابع تجاري مرتبط بالإنتاج الرأسمالي، وإشاعة قيم الاستهلاك، وتحويل المجتمعات النامية ومنها العربية والإسلامية إلى مجرد أفواه وعقول مستهلكة لا منتجة، ومنفصلة لا فاعلة، وتنميط الحياة الثقافية، بحيث تتحوّل الحضارات الأخرى إلى حضارات هامشية.

■ فرض النموذج الثقافي الأمريكي

والأوروبي.

2- آثار شبكات الإنترنت :

مما لا شك فيه أن مصطلح الإنترنت (Internet) قد أصبح من المصطلحات الشائعة الاستخدام على مدار السنوات القليلة الماضية، خاصة منذ بداية عقد التسعينات. والإنترنت ببساطة شديدة عبارة عن شبكة ضخمة، تتكوّن من عدد كبير من الشبكات المرتبطة بعضها ببعض.

ورغم المزايا المتعددة التي تتيحها شبكة الإنترنت إلا أنها لا تخلو من مخاطر نتناولها فيما يلي بشيء من التفصيل، وسنركز على الآثار التي تحدثها من الناحية الاجتماعية والثقافية وهي¹⁷

:

بها دور السينما ومحطات التلفزيون في العالم الثالث.

د- النزول بالمرأة عن مستواها الإنساني، وجعلها سلعة، واقتراحها بلذات ونزوات الرجال، والانحراف بالأسرة عن غاياتها وأهدافها الاجتماعية.

هـ- نشر أفلام العنق والجنس لتهديم ذاتية الشباب وطاقاتهم بما يجعلهم غير قادرين على التكيف مع الواقع.

ومن الناحية الثقافية سنخلف المحطات الفضائية للآثار التالية¹⁶ :

■ ترسيخ قيم الامتثالية : إذ تعمل

هذه الثقافة على إنتاج نمط من الإنسان الذي يؤدي دوره في المجتمع بصفة ساكنة وفقاً للتوقعات السائدة دون أن يشارك بفعالية في مقارعة أو تغيير ما هو قائم في المجتمع.

■ القضاء على التنوع الثقافي : ذلك

أن المحطات تحمل قيما متماثلة تقوم على النمطية والمعيارية، بحيث يصبح مشاهد هذه المحطات يفكر التفكير نفسه، ويسلك سلوكا شبه موحد ومن ثم القضاء تدريجيا على التنوع الثقافي الحضاري الذي يميز الجماعات المختلفة.

■ خلق مجتمع استهلاكي : حيث

جدول : أعداد الشباب والفتيات العرب على موقع حسب إحصائية نشرتها مجلة الأهرام العربي في الثاني من ماي 1998.

الدولة	رجال	إناث	المجموع
مصر	60	05	65
الإمارات	25	07	32
لبنان	15	07	22
المغرب	5	09	14
الكويت	7	02	09
الأردن	1	02	03
عمان	3	-	03
البحرين	1	01	02
تونس	1	01	02
الجزائر	1	01	02
قطر	1		01
السودان			
اليمن			
ليبيا			
السعودية			

دول لم تدخلها خدمات الإنترنت مطلقاً، أو دخلتها لخدمة بشكل محدود حتى الآن.

1- المخاطر المتعلقة بالعلاقات

الإنسانية عبر الإنترنت : ومن هذه المخاطر أنه توجد مواقع على هذه الشبكة للحب والزواج والعلاقات غير الشرعية، وبمجرد دخول المشترك إلى هذه المواقع عليه أن يحدد بالضبط شكل العلاقة التي يريدتها، هل هي صداقة أم زواج أم علاقة حميمة أم مجرد الحصول على بعض المتعة. وقد أنشأت جامعات أوروبية وأمريكية وطوائف دينية ومذهبية بعض هذه المواقع، وأنشأ هواة ومدمنو المافيا العالمية بعض هذه المواقع لتحقيق أرباح من هذه العلاقات المحرمة، وتسويق السيدات والفتيات من روسيا وأوكرانيا ودول شرق أوروبا عبر هذه الشبكة.

وقد دخل الشباب العربي-للأسف- سواء الرجال الذي يبحثون عن سيدات أو العكس، إلى هذه المواقع حيث توجد صافيت مخصصة لبعض الدول العربية، التي تتمتع بانتشار جماهيري لشبكة الإنترنت. ومن الملاحظ أم دولا مثل : السودان واليمن والعراق والسعودية وليبيا وسوريا لا تزال بعيدة عن تلك الساحة، لأن هذه الدول لم تدخلها خدمة الإنترنت إطلاقاً، أو لم تدخلها بشكل جماهيري حتى الآن¹⁸ (أنظر الجدول المرفق الآتي).

سورية
العراق

الغرب كان يتغاضى أحيانا عن إباحية الكبار بدعوى الحق في حماية الخصوصية، فإنّ ذلك لا ينطبق على الأطفال والصبية الصغار، بعدما انتشرت "دعارة الأطفال".

3- المساعدة على الانتحار : وهي من أغرب الخدمات التي اكتشفها البوبليس الياباني عبر الشبكة حيث وفرت خدمة خاصة للانتحار. لتسهيل عملية قتل النفس لكل من يرغب في ذلك، نظير دفع المقابل المادي لذلك، وقد ساعدت هذه الخدمة امرأة واحدة على الأقل في الإقدام على الانتحار، كما أرسلت سبعة طرود بريدية من أقراص "سيانيد البوتاسيوم" القاتلة لسبعة أشخاص طلبوها عن طريق الإنترنت.

وقد كشف هذا الموقع في 15 ديسمبر 1998، وتبيّن أن الشخص الذي يديره صيدلي يمتلك ترخيصا بمزاولة المهنة. والجدير بالذكر أن الموقع يعرض الكبسولة الواحدة التي تؤدي إلى الموت مقابل مبلغ يتراوح بين 258 و430 دولارا.¹⁹

4- تهديد الأمن العام : تزداد القناعة يوما بعد يوم بإمكانية الاستخدام السلي لشبكات المعلومات من جانب العناصر الهدامة

والغريب حقا أن دولة مثل إسرائيل تأتي في المرتبة الخامسة على هذه الشبكة، بعد الولايات المتحدة أو أوكرانيا وروسيا وكندا، سواء من حيث الرجال الذين يبحثون عن نساء أو العكس، ولعلّ هذا ما يثير الشك والريبة، لأن مثل هذا النوع من العلاقات قد يعمل على نقل أمراض معينة كالإيدز للشباب العربي، أو يعمل على كشف أسرار عسكرية أو اقتصادية عن الدول العربية، أو يعمل على كشف أسرار عسكرية أو اقتصادية عن الدول العربية، أو يعمل على كشف أسرار السيدات في مجال الجاسوسية، وهو ما نحذر منه في ظل ما يخيم على العلاقات بين إسرائيل والعرب في الوقت الراهن.

2- المخاطر المتعلقة بالإباحية الالكترونية : فقد بدأ ينتشر ما يسمى "بالإباحية الإلكترونية" عبر شبكة الإنترنت، حيث يتم تبادل الصور الفوتوغرافية المخلة بالآداب العامة عن طريق هذه الشبكة، وأصبح هناك نواد للإباحية في الغرب، تباشر أعمالها بالاستعانة بشبكة "الويب" العالمية، ورغم أن

ما العمل ؟

إن البشرية محتاجة مع إطلالة الألفية القادمة إلى عناصر أساسية :

- إلى سياسة حضارية جديدة تعتمد آليات أخلاقية وتضامنية جديدة.
- إلى مراجعة جذرية للنظام العالمي المالي الحالي ولواقع الأحادية القطبية السائدة.
- إلى جبهة واسعة شمالا وجنوبا، شرقا وغربا من أجل مواجهة تماثل العالم وتخيطة.

الهوامش

- 1- السيد ياسين : العولمة والطريقة الثالث، (القاهرة : ميريت للنشر 1999م)، ص 95.
 - 2- السيد ياسين : المرجع نفسه، ص 105
 - 3- السيد ياسين وآخرون : العرب والعولمة : بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية، (بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية، ط3، أفريل 2000م).
- ص32، 33
- 4- محمد شومان : عولمة الإعلام، عالم الفكر (الكويت : المصدر الوطني للثقافة والفنون

للمجتمعات. فقد اكتشفت الجهات الأمنية في المجتمعات المستخدمة لشبكات الإنترنت رسائل مشفرة، تتصل بتعريب المخدرات والحث على التخريب والعنف من قبل المتطرفين والمنفذين للحروب الأهلية. وقد أكدت عملية الانفجار الرهيب الذي شهدته مدينة أوكلاهوما الأمريكية هذه المخاوف.²⁰

5- المخاطر المتعلقة بزعة عقيدة

المسلمين : ففي صيف عام 1998 قامت إحدى المنظمات المشبوهة من خلال شبكة الإنترنت بمحاولة لتشويه القرآن الكريم، حيث طالبت هذه المنظمة من زوار موقعها على الإنترنت بتأليف سور تحاكي السور القرآنية الكريمة، في محاولة منها لإقناع جمهور الشبكة العالمية بأن القرآن ليس معجزة إلهية من عند الله، بل هو من صنع البشر... وبعد كم الاحتجاجات الهائلة من قبل المسلمين المستخدمين للشبكة العالمية على استضافة الشبكة لهذه المنظمة مع ما تبثه من أفكار هدامة وتسيء للإسلام، أعلنت شركة " أمريكا أون لاين " America on line التي تدير الإنترنت رفضها بث أفكار هذه المنظمة²¹.

B

- والآداب، مجلد 18، عدد2، أكتوبر، ديسمبر 1999م)، ص 159-161.
- 13- محمد شومان : عولمة الإعلام والهوية الثقافية العربية (القاهرة : المجلس الأعلى للثقافة، أبريل 1998م)، ص 9.
- 14- إياد شاعر البكري : عامر 2000 حرب المحطات الفضائية، (عمان : دار الشروق، الطبعة الأولى، 1999م)، ص 252-261.
- 15- إياد شاعر البكري : حرب المحطات الفضائية، ص 256.
- 16- نفس المرجع السابق، ص 249.
- 17- أنظر : شريف درويش اللبان : تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، شوال 1420هـ/ جانفي 2000م)، ص 101-136.
- 18- الأهرام العربي : عشاق العالم عبر الإنترنت، 2 ماي 1998م.
- 19- الأهرام : "الإنترنت تساعد اليابانيين على الانتحار"، 28 ديسمبر 1998م.
- 20- مصطفى المصمودي : "ما ثبت في مفهوم النظام الإعلامي الجديد لمجاهة مفاجآت الطريق الشريعة للإعلام" (القاهرة : جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، 1996)، ص 216.
- 5- محمد شومان : "عولمة الإعلام" مرجع سابق، ص 161، 163.
- 6- نفس المرجع السابق.
- 7- حسن عماد : أبعاد العولمة وإعادة هيكلة وسائل الإعلام، (القاهرة، جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، أبريل 1999م)، ص 170.
- 8- المنصف ونّاس : "مضامين العولمة الاتصالية والثقافية"، مجلة الإذاعات العربية، (تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد 2- 1998م)، ص 10، 11.
- 9- حسن عماد : أبعاد العولمة وإعادة هيكلة وسائل الإعلام، ص 171.
- 10- المرجع السابق ومحمد شومان : "عولمة الإعلام"، ص 163.
- 11- محمد شومان : "عولمة الإعلام"، ص 165.
- 12- بيرتراند بادي وبير بيريناوم : "معاودة الحوار حول سوسيولوجيا الدول" المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية، العدد 140، جوان 1994م)، ص 5-18.

21- أخبار اليوم : "منظمة عالمية مشبوهة
تهاجم الأزهر" 15 أوت 1998م عن اللبان :
تكنولوجيا الاتصال، ص 126.