

قضايا إعلامية معاصرة

Contemporary media issues

د. مروة رشاد حداد

كلية الإعلام و الصحافة- الإعلام

الأبعاد الإعلامية و التكنولوجية للعولمة

- أصبحت العولمة تفرض نفسها و بقوة على الحياة المعاصرة و بمستويات عده، لذا تعد من المفاهيم التي تحتاج إلى معالجة قائمة على قدر كبير من الرؤية و النضج لفهمها و التعمق في جوهرها، و الوقوف على ما تنتوي عليه السياسات التي تحكم بها و تقودها.
- كما أن الوقوف على الأبعاد الإعلامية و التكنولوجية لهذه الظاهرة ليس بالأمر الهين، لأن هذه الأبعاد تعيش في عالم متغير خاصه بعد التلاحم ، بين الوسائل الإتصالية و المعلوماتية.
- وبالتالي أصبحنا في مرحلة جديدة بحاجة إلى إعادة وضع تعريفات معاصرة للكثير من المصطلحات و الوسائل الإعلامية في عالم متغير.

أولاً: مفهوم العولمة

- يشير مفهوم العولمة إلى عملية متشابكة الأبعاد الإقتصادية والسياسية و الثقافية و التكنولوجية تستهدف دمج كافة المجتمعات و الثقافات و المؤسسات و الأفراد في بوتقة واحدة يحكمها النظام الرأسمالي الحر و السوق العالمية الموحدة.
- يرى آخرون أن العولمة: التداخل الواضح لأمور الاقتصاد و الإجتماع و السياسة و الثقافة و السلوك، دون اعتداد بذكر بالحدود السياسية للدول ذات السيادة أو انتماء إلى وطن محدد أو دولة معينة دون الحاجة إلى اجراءات حكومية.
- ويمكن القول بأن العولمة تقتسم أربعة جوانب أساسية للدولة ذات السيادة وهي:
 - الإحتكار ، السلطة، التشريع، الحدود الجغرافية.



ما هي آراء المحللون لظاهرة العولمة؟

- 1- يرى بعض المحللون المفتونون بالحضارة الغربية بوجه عام أن العولمة لها كفأتها في الإنتاج المادي ونقل المعلومات، كذلك الديمقراطية الغربية و العلاقات الإجتماعية و غزارة الإنتاج الثقافي في الغرب.
- 2- هناك من لا يرى العولمة إلا اتجاهًا متزايدًا نحو تقسيم العمل و انتشار التكنولوجيا الحديثة من مراكزها في العالم المتقدم إلى أقصى أطراف الأرض.
- 3- هناك المقاومون للعولمة ، حيث ينظرون إليها على أنها نوع من الهيمنة السياسية ، و افتعال الأزمات الإقتصادية التي تؤدي حتماً إلى الإستغلال الإقتصادي، تهديد للهوية القومية لصالح قوميات أخرى و سرعة انتشار الجرائم والإرهاب ونشر الثقافة السطحية الإستهلاكية فضلاً عن التشتت في الإلتزامات القيمية و الدينية و الأخلاقية.

ثانياً: إعلام العولمة

- إعلام العولمة: هو سلطة تكنولوجية ذات منظومة لا تلتزم بالحدود الوطنية للدول وإنما تطرح حدوداً فضائية غير مرئية ، ترسمها شبكات اتصالية معلوماتية على أساس سياسية و اقتصادية و ثقافية و فكرية ، عالم المؤسسات و الشبكات التي تتمرّكز و تعمل تحت إمرة منظمات ذات طبيعة خاصة، وشركات متعددة الجنسيات يتسم مضمونها بالعالمية و التوحد رغم تنوع رسائله التي تبث عبر وسائل تتحلى بـ حواجز الزمان و المكان و اللغة لـ تـخاطـب مـسـتـهـلـكـين متـعـدـديـ الـمـعـقـدـاتـ .
- إن عملية عولمة الإعلام تهدف إلى التعميم و الإنتشار المتـسـارـعـ وقدـرـةـ وسائلـ الإـعلامـ علىـ تـجاـوزـ الحـدـودـ بـيـنـ الدـوـلـ وـ التـأـثـيرـ عـلـىـ الـمـتـلـقـينـ الـذـيـنـ يـنـتـمـونـ إـلـىـ ثـقـافـاتـ مـتـبـاـيـنـهـ ،ـ وـذـلـكـ لـدـمـجـ الـمـجـتمـعـاتـ وـتـحـقـيقـ مـكـاـسـبـ لـلـدـوـلـ الـمـهـيـمـةـ عـلـىـ صـنـاعـةـ الـإـلـمـ وـالـإـتـصـالـ .

تعد عملية عولمة الإعلام عملية متتسارعة ولم تتشكل بعد ملامحها النهائية فهي تمر بمرحلة انتقالية لسبعين:

أ- عولمة الإعلام تعتبر أحد أبعاد عملية أوسع هي عولمة الاقتصاد والمجتمع والثقافة والسياسة ، نظراً لعدم استقرار أو تبلور عملية العولمة، فهناك تحديات تحدد مسار ومستقبل عولمة الإعلام.

ب- النجاح في عولمة الإعلام يدعم من فرص نجاح عولمة الاقتصاد والثقافة والسياسة ، وبالمثل فإن نجاح عولمة الاقتصاد يدعم عولمة الإعلام والثقافة والسياسة وذلك لأن العولمة مترابطة الأبعاد.



ثالثاً: أهداف إعلام العولمة

- 1- ترمي العولمة إلى تحرير إرادة الشعوب من كافة القيود السياسية و الثقافية و الإجتماعية و الفكرية التي يعتقد أنها تعيق تقبلها للثقافة الجديدة عن طريق الإستخدام الموجه للكلمات و الصور .
- 2- إعادة صياغة الحياة الإجتماعية للشعوب وفق نمط الغربي وحثها على النموذج الإجتماعي الغربي، عن طريق زرع مفاهيم الإختيار الشخصي و النزعة الفردية.
- 3- تشجيع فكرة الإنحراف في الثقافة الجديدة عن طريق ثوبها الخارجي والثناء على كل من يتبعها و يعمل بمبرتها وينمي الإنتماء إليها.
- 4- تدريب العقول على مشاهدة و معايشة الأنماط المغربية للثقافة الجديدة عن طريق إحكام السيطرة على المعلومات او توظيفها و تعميمها وفقاً لقوالب محددة لتعتاد الشعوب عليها.

رابعاً: نفوذ إعلام العولمة

■ التأثير و النفوذ الذي يتمتع به إعلام العولمة لم يعد خافياً على مستوى الحكومات أو الشعوب و يتجلّى هذا النفوذ بأشكال متعددة في أكثر من مجال ومنها:

- 1- استطاع إعلام العولمة بوسائله التي تتخطى كل الحدود أن يعمل على تحويل المجتمعات و البيئات الداخلية للدول إلى مجتمعات وبيئات عالمية.
- 2- استطاع إعلام العولمة أن يجبر الدول و حكوماتها على الإهتمام بقضايا و مشكلات ظلت بعيدة عن دائرة الإهتمام مثل قضية حقوق الإنسان.



رابعاً: نفوذ إعلام العولمة

3- إستطاع إعلام العولمة أن يكفل محياً ثقافياً واسعاً بنظرة أشمل إلى العالم و عمقاً في الإتصال الإنساني، عن طريق استقطاب الملايين برسائله المبسطة.

4- استطاع إعلام العولمة أن يعيد تشكيل العالم في صورة محسوسة بعد أن سيطرت وسائله على الزمان و المكان و صار المشاهد بإمكانه أن يرى نفسه في أي نقطة في العالم بسرعة فائقة.

5- استطاع إعلام العولمة أن يدفع الإنسان خطوات واسعة في طريق السلوك الإستهلاكي فالإعلان الدولي في مجال تسويق السلع والخدمات أدى إلى خلق طلب واسع على هذه السلع .



رابعاً: نفوذ إعلام العولمة

- 6- استطاع إعلام العولمة أن يوفر لوكالات الإعلان الدولية المناخ الملائم لنشر قيم المجتمع الإستهلاكي.
- 7- استطاع إعلام العولمة أن يحيل العلاقات الدولية إلى بحر من الأمواج المتلاطمـة، فأحدثـ تأثيراتـ صعبـ تقييمـهاـ فيـ الوقتـ الحاضـرـ.
- 8- استطاع إعلام العولمة بقدراته التكنولوجـيةـ الـهائلـةـ أنـ يـضـعـفـ منـ نـظـمـ الإـعـلامـ الوـطـنـيـةـ وـ يـزـيدـ منـ تـبعـيـتهاـ لـهـ.

خامساً: سمات إعلام العولمة

نلخص سمات إعلام العولمة فيما يلي:



 BNP PARIBAS
INVESTMENT PARTNERS
The asset manager for a changing world

- 1- إعلام متقدم من الناحية التكنولوجية ، و مؤهل لتطورات مستقبلية جديدة.
- 2- يشكل جزءاً من البنية السياسية الدولية الجديدة التي تطرح لمفاهيم جديدة لسيادة الدولة.
- 3- يشكل جزءاً من البنية الاقتصادية العالمية التي تفرض على الكل أن يعمل ضمن شروط السوق السائدة.
- 4- يشكل جزءاً من البنية الإتصالية الدولية التي مكنته من تحقيق عولمته و عولمة رسائله.

خامساً: سمات إعلام العولمة

- 5- يشكل جزءاً من البنية الثقافية للمجتمعات التي تنتجه و توجهه و تتوجه به.
- 6- لا يستند إلى فراغ فثمة إتفاقيات دولية تدعمها منظمات و قرارات تحدد استخدام شبكاته.
- 7- لا يشكل نظاماً دولياً متوازناً لأن كل مدخلاته و مراكز تشغيله و آليات التحكم فيه تأتي من شمال الكرة الأرضية.



سادساً: الأبعاد الإعلامية و التكنولوجية لظاهرة العولمة

يمكن القول أن الأبعاد الإعلامية و التكنولوجية للعولمة تمثل في الآتي:

1- أتاحت التكنولوجيا الإتصال الحديثة العديد من الوسائل و الوسائل التي ألغت الحدود الجغرافية و سهلت الحصول على المعلومات.

مثل: الأقمار الصناعية، الحاسوبات الإلكترونية و خطوط الميكروويف و الألياف الضوئية، الاتصالات الرقمية و الوسائل المتعددة.

2- زيادة الاتجاه نحو الإعلام المتخصص و لامركزية الاتصال التي تعتمد على تقديم رسائل متعددة تخاطب الحاجات الفردية الضيقية و الجماعات المتجانسة بدلاً من الرسائل الموحدة التي تخاطب الجماهير الغفيرة.

السادس: الأبعاد الإعلامية و التكنولوجية لظاهرة العولمة

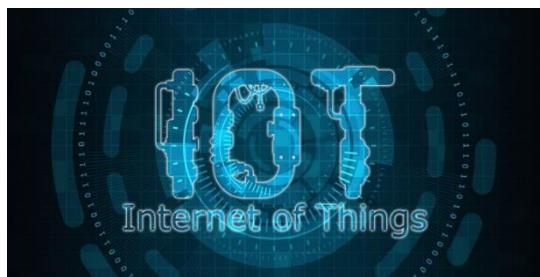
- 3- فقدان الحكومات الوطنية لاحتكار البث التليفزيوني الذي تتلقاه مواطنوها.
- 4- اتجاه صناعة الإتصال الجماهيري إلى التركيز في كيانات ضخمة وملكية مشتركة متعددة الجنسيات.
- 5- ظهور مجاميع من التحالفات و الإن amatiques التي أثرت على كافة القطاعات في العقد الأخير مثل: الإلكترونيات ، الإنتاج الإعلامي ، التليفزيون و كافة الإتصالات السلكية و لا سلكية.
- 6- الترابط و التكامل بين مجالات الإعلام و تكنولوجيا الاتصال و مجتمع المعلومات بحيث أصبح من الصعب تعريف الإعلام بمعزل عن التكنولوجيا.

سادساً: الأبعاد الإعلامية و التكنولوجية لظاهرة العولمة

7- النمو الهائل في اقتصاديات الإعلام و الإتصال و المعلومات، وقد أدى ذلك إلى التداخل بين عولمة الإعلام و عولمة الاقتصاد.

8- توسيع الخيارات و البدائل الإعلامية أمام الجمهور ، فقد وفرت تكنولوجيا الإتصال و المعلوماتية بصورة غير مسبوقة مئات القنوات التليفزيونية و الصحف و المجلات.

9- تقلص دور الحكومات و المنظمات الدولية في تنظيم بيئة الإعلام و الاتصالات المحلية و الدولية لصالح شركات احتكارية.



سابعاً: تحديات الإعلام (رؤية مستقبلية)

تحديات الإعلام في دول العالم الثالث:

يمكن قراءة التحديات التي تواجه الإعلام دول العالم الثالث في ظل التحديات الاقتصادية التي تواجه العالم كله فيما يلي:

- 1- تسود في دول العالم الثالث السياسة الأمريكية التي خلقت نظم إعلامية قومية إما واقعة تحت السيطرة الكاملة للدولة أو تنظمها جزئياً حكوماتها.
- 2- لا يتوقع من إعلام كثير من دول العالم الثالث القدرة على خلق الرأي العام أو تشكيله، وبدلاً من ذلك يطلب أن يعكس السياسات القومية من خلال التعليمات الحكومية.

خارطة الإعلام المستقبلية

3- يكمن مفهوم الخدمة الوطنية وراء فلسفة الإعلام الصحفى في كثير من الدول النامية وهو الذي يحدد الوظيفة الكلية للإعلام.



خارطة الإعلام المستقبلية:

كيف تتشكل خارطة الإعلام المستقبلية في ظل العولمة الزاحفة بقوّة؟

يمكن ان تكون خارطة الإعلام المستقبلية كما يأتي:

1- الإعلام في المستقبل لن يعود بمقدوره رسم حدود واضحة المعالم لمكوناته واتجاهاته بل سيرتبط بشكل وثيق بالاقتصاد و السياسة وسيصبح أكثر شمولًا.

خارطة الإعلام المستقبلية



- 2- تكرّس النّزعة الإستهلاكية ستكون من أولويات إعلام العولمة.
- 3 - سوف تختفي الحدود الجغرافية و السياسية بين الدول و الشعوب.
- 4- اختلاف النظم الإعلامية حالياً على الخارطة الدولية و التمسك بهذه النظرية لن يصمد طويلاً في مواجهة التغيرات الجارفة التي تحملها العولمة العالمية.
- 5- سوف تبرز ظاهرة التكتلات الإعلامية بشكل كبير، سواء عن طريق الشركات المتعددة الجنسيات أو تحالف الدول القومية و الفضاءات .

- 6- إن إعلام المستقبل هو الإعلام المتخصص و الذي لن يكتف بالخطاب العمومي.
- 7- لن يعد بمقدور الدولة المنعزلة مقاومة هذا التيار العالمي الإعلامي بشكل منفرد.
- 8- بروز الفضاءات الاقتصادية و الشركات العملاقة لن يتحدد بمنطقة واحدة بل سيكون رأس المال هو المرتكز لقيام تلك الشركات.
- 9- سوف تبقى أبواب العولمة الاقتصادية و التكنولوجية مشرعة أمام التنافس و المغامرة بكل أشكالها الاقتصادية و الاجتماعية و العلمية.

خارطة الإعلام العربي المستقبلية

10- لن يعود بمقدور الكثير من حكومات العالم الثالث التحكم بأجهزة الإعلام ، أمام التحولات الإعلامية الخطيرة التي فتحت الباب لنظام الخصخصة.



العرب وخارطة إعلام المستقبل:

السؤال الذي يطرح نفسه أين موقع الدول العربية من هذه الخريطة المستقبلية؟

1- لا زالت التوجهات الإعلامية العربية أسيرة للتقليد أو الانفتاح السمح المقرون بالحسابات الإحتمالية التي لا تلبي احتياجات مجتمعاتها.

خارطة الإعلام العربي المستقبلية

- 2- لا زال الإعلام العربي يستند بشكل كبير على التكنولوجيا المصدرة من دول الشمال الغنية ويظهر ذلك في معظم المعلومات والأخبار التي تصلنا من دول أوروبية.
- 3- بغياب السوق العربية المشتركة سوف تزداد الفجوة الاقتصادية بين الدول العربية، هذا يعني أن هناك من هو قادر على اقتناء تكنولوجيا الاتصالات وتطويرها وأخرى ترى بأنها ترف زائد.
- 4- لازالت ماكينة الإعلام الغربي الموجه تمتلك القدرة الفائقة في بناء وتغيير الإتجاهات السائدة في الشارع العربي.

خارطة الإعلام العربي المستقبلية

- 6- هناك اهتمام عربي ملحوظ بالإعلام المسموع و المرئي يقابله ضعف في الإعلام المطبوع، هذا سينعكس مستقبلاً وبشكل كبير على الثقافة السائدة و ظهور ثقافة سطحية.
- 7- غياب الثقة في الخطاب الإعلامي العربي دفع الجمهور إلى استقاء معلوماته عبر وسائل تالتوصال الاجتماعي مثل الفيس بوك و تويتر.
- 8- التخبط الواضح في رسم صورة واضحة للمؤسسات الإعلامية العربية سببها غياب نظرية إعلامية عربية قادرة على استيعاب التطورات و المستجدات و التحديات التي تواجهها.



- 9- أكثر المتضررين من التخبّط الإلّاعامي العربيّاليوم هي الهويّة العربيّة و اللّغة العربيّة، فالتوجّه الإلّاعاميّاليوم لا يبني هويّة حضاريّة أصيلّة.
- 10- لازال إعلامنااليوم أسيّراً لمن يمتلكون المال والقوّة سواء المؤسّسات الإلّاعاميّة الرسمية أو الخاصة.



[This Photo](#) by Unknown Author is licensed under
CC BY-SA-NC



شكرا لكم