



رابطة العالم الإسلامي
الأمانة العامة
الإدارة العامة للمؤتمرات والمنظمات

الإعلام الدولي وتوجهاته

إعداد

الدكتور الصادق الفقيه

المستشار في وزارة الخارجية بدولة قطر

مقدم إلى

مؤتمر مكة المكرمة الثالث عشر

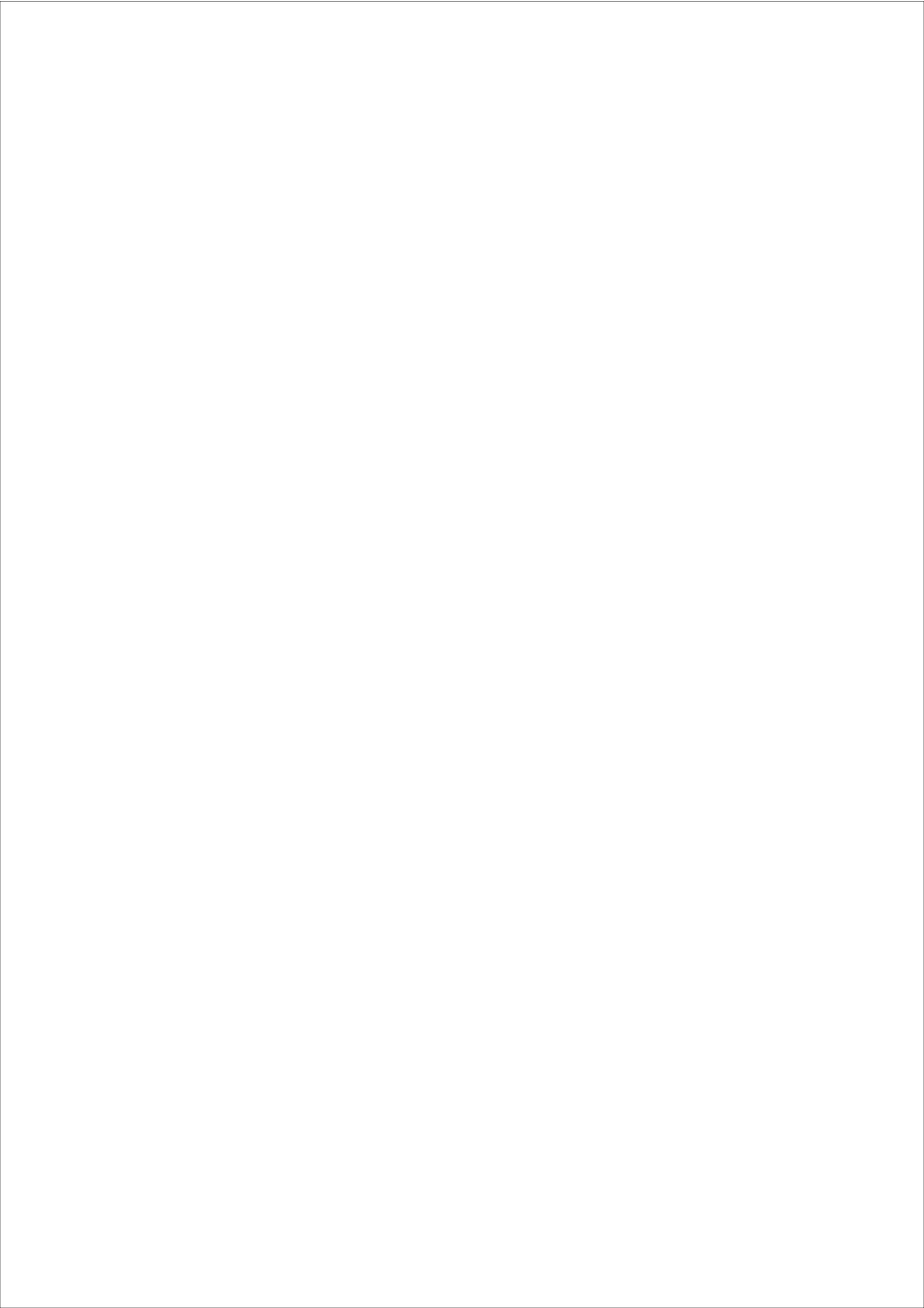
التحديات الإعلامية في عصر العولمة

الذي تنظمه رابطة العالم الإسلامي

مكة المكرمة - المملكة العربية السعودية

٥ - ٧ / ذو الحجة / ١٤٣١ هـ

١١ - ١٣ / نوفمبر / ٢٠١٠ م



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مقدمة

يُعرف الإعلام الدولي بأنه: عملية الاتصال العابرة لحدود الدول والثقافات، التي تتم باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية، ومعينات التقنية المتطورة الحديثة، ويتميز بقدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات، ولأفراد معروفين وغير معروفين للقائم بالاتصال، تصلهم الرسالة بسرعة مذهشة وفي اللحظة نفسها، مع مقدرة على إيجاد رأي عام، وعلى تنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلاً، ومقدرة على نقل المعارف والمعلومات، والتي تجعل لهذا التغيير منطقاً عقلاً وأيديولوجية.

ويعتمد الإعلام الدولي على وجود قاعدة اقتصادية متينة من التمويل اللازم للحصول على تكنولوجيا الاتصال - كالمطابع ومحطات الإذاعة والتلفزيون والأقمار الاصطناعية - وتوفر البنى الأساسية اللازمة - مثل شبكة الطرق والنقل والكهرباء - مما يسهل عمليات التوزيع للوسائل المطبوعة للإذاعتين المسموعة والمرئية، تسندها قاعدة علمية وثقافية في المجتمع والدولة؛ بحيث يكون بإمكانها إنتاج المعلومات وتوزيعها^(١).

وإلى جانب التأثيرات المختلفة للغزو الإعلامي العالمي؛ فإن التحدي الأكثر يتمثل في أن نسبة كبيرة من البرامج الإعلامية موجهة إلى الأطفال والمراهقين والشباب؛ لأن هذه الشرائح العمرية تتأثر بسرعة، وتعتبر وسائل الإعلام الحديثة من أقوى الوسائل المؤثرة في الشباب، إذ تعتمد على الإخراج الجذاب، وتقنيات الصورة المؤثرة، ووسائل الإغراء القوية،

(١) صالح خليل أبو إصبع، الاتصال الجماهيري، الطبعة الأولى، عمان، ١٩٩٩، ص ١٥ - ١٧

الأمر الذي يدفع الشباب والمراهقين - فضلاً عن الأطفال - إلى الاهتمام الشديد والانجذاب إلى أجهزة الإعلام المختلفة.

وتثير توجهات الإعلام الدولي تساؤلات كثيرة حول طبيعة ومغزى الرسائل التي يحملها، أو يروجها خارج حدود منظومات القيم الثقافية والاجتماعية والسياسية لمراكز بثه وانطلاقه. وذلك في ظل اختلال واسع وكبير بين الذين يملكون والذين لا يملكون، أي بين دول الشمال بعقيدتها وفلسفتها الغربية، ودول الجنوب التي تقع كل بلاد العرب والمسلمين ضمن حدودها.

ويزيد التطور الهائل في تكنولوجيا وسائل الإعلام من هذا الاختلال ؛ لأن التقدم في تقنية الاتصالات وفتيات العمل الإعلامي متلازم مع زيادة سيطرة ونفوذ هذه الدول الغربية على توجهات الإعلام الدولي، وتسييره بالشكل الذي يخدم مصالحها وسياساتها العالمية ؛ إذ تشير الإحصائيات إلى أن ٩٧% من الأجهزة المرئية موجودة في دول الشمال ، فضلاً عن ٨٧% من الأجهزة المسموعة من مجموع ما تملكه دول العالم ، وأن دول الشمال هي المصدر الأساس لأكثر من ٩٠% من مصادر الأخبار.

ولا تختلف كثيراً شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) عن صورة السيطرة هذه ؛ فلغات الدول الغربية - ولاسيما اللغة الإنكليزية - هي المهيمنة في مجال الإنترنت، إذ أن ٨٨% من مواد ومعلومات الإنترنت تُبث بها، مقابل ٩% للغة الألمانية، و٢% للفرنسية، فيما يوزع ١% على بقية لغات العالم ، ومنها اللغة العربية.

ويتركز ٦٠% من مجموع شبكة الإنترنت في العالم في الولايات المتحدة الأمريكية، و٢٦% في دول أوروبا، فيما تضم بقية دول العالم، ومنها

العالم العربي والإسلامي، ١٤% فقط؛ الأمر الذي يبين بجلاء ووضوح مدى الهيمنة والسيطرة الكاملة على وسائل الإعلام الدولي من قبل الغرب، وقدرة دوله على ضبط رسائله، وتقرير توجهاته، وتحديد أهدافه وغاياته.

تجزئة الجمهور:

تمثل تجزئة الجمهور - التي تقوم بها وسائل الإعلام العالمية العابرة للمسافات والثقافات - واحدة من أكبر التحديات الماثلة في العصر الحديث؛ إذ أن من أبرز مظاهر الحالة الإعلامية المعاصرة؛ وحدانية الرسالة وجماهيرية الأثر، الشيء الذي يتسق مع الفلسفة الغربية وعقيدتها الرأسمالية، التي تؤمن بجدل المنافسة على أساس منفعة الفرد واحتكار الفائدة، مع اقتراع دائم على مبادئ المجتمع، وتنازل راتب عن ثوابت الجماعة.

والإعلام - في رسالته العامة يسعى - إلى تنميط الفرد وتوحيد المتخيل الإنساني باتجاه ثقافة كلية (عولمة)، ونحن نشفع له بمسميات، مثل: (الاستلاب، الانسلاخ، المسخ، الحداثة، التغريب، الاقتلاع، الغزو الثقافي)، وغيرها من مخزون المصطلحات المتداولة، التي يزيد من كثافتها تسارع التطور التقني لوسائل الاتصال، والتطور السريع في أجهزة الإعلام ووسائل الاتصال المختلفة. وتلعب أجهزة الإعلام المرئية والسمعية والمقروءة - في عصرنا - دوراً مؤثراً في صناعة الرأي العام، ورسم الأنماط السلوكية للناس، والتأثير في صناعة القرار السياسي، بل التأثير في مختلف السياسات العامة للدولة والمجتمع، وذلك بفعل التطور الذي مكن الإعلام من امتلاك قدرات عالية التأثير، لم يكن يمتلكها قبل مدة قصيرة، مما أعطى للإعلام سلطة وقدرة لا يمكن لأحد تجاهلها، ومثل تأثيره تحدياً لا بد من مواجهته وضبط آثاره.

وهناك دراسات عن تحديد الجمهور المستهدف الذين يتأثرون بالرسائل الإعلامية، إذ أن استراتيجيات "الإعلام والاتصال" لا تستوعب ما اصطلح على تسميته بـ "الجمهور العام"، وذلك لأن نشاطات الإعلام تتعامل مع جمهور محدد تحديداً دقيقاً، لذا فقد ظهر مفهوم تجزئة الجمهور، ليتسنى التعامل مع الحاجات الخاصة لكل فئة من الفئات، ويقصد به تحديد الفئات المختلفة للجمهور المستهدف؛ من أجل عملية الاستغلال الأمثل للحاجات الخاصة بكل فئة - وعلى رأسها الشباب - بهدف تحقيق أقصى درجة من التأثير، باستغلال أفضل الوسائل والرسائل، لهذا فالجمهور المستهدف تتم تجزئته أولاً حتى يتكون من أفراد معلومين توجه لهم الرسائل الإعلامية من أجل تغيير سلوكياتهم.

ويميز الذين يقومون بعمليات التخطيط في مجال الإعلام والاتصال بين الجمهور الرئيس والجمهور الثانوي في وضعهم للاستراتيجية، وذلك تبعاً للدور الذي يلعبه كل منهما - على المدى الطويل - لعملية تغيير الاتجاهات والسلوكيات.

ويضم الجمهور الرئيس الفئات التي تسعى الاستراتيجية إلى تغيير ممارساتها، أما الجمهور الثانوي فيضم الفئات التي تسعى الاستراتيجية من خلالها للتأثير إيجابياً على الجمهور الرئيس، أي بتحديد الفئة الأكثر قابلية للتأثر، ومن ثم استخدامها كـ "نماذج" للتأثير على بقية الفئات.

وعادة ما يتطلب تحديد هذه الفئة الخاصة معرفة خصائصها العامة - كالثقافة، ومكانة الأسرة، والمستوى الاجتماعي، والوضع المهني - إضافة إلى الخصائص النفسية والعادات الاتصالية، والفئة العمرية، أي كلما كانت صغيرة السن تكون فرصة التأثر والتأثير أكبر.

وتشير جهود البحث العلمي في مجال دور وسائل الاتصال في عملية التغيير الجماعي، إلى أن هذه الوسائل، - وبخاصة التلفزيون- لها تأثير فعال في إحداث التغيير الجماعي، ليس بسبب تقديم المعلومات للجماهير، ولكن بسبب توفيرها أساليب المشاركة في هذه العملية.

ولكل إعلام أهدافه وأدواته ووسائله في التأثير والجذب، والقدرة على التغيير، ومحاولة صنع رأي عام متناغم معه، متسق مع غاياته، فالإعلام في النهاية يؤلف لصالح سياسات معينة، وأهداف محددة، إذ لا يمكن أن نتصور أية وسيلة إعلامية من دون أن يكون لها أهداف معينة، واستراتيجية مرسومة، وإلا تحول إلى إعلام عدمي أو عبثي.

وأكبر شريحة تتأثر بالإعلام ووسائل الاتصال الحديثة؛ شريحة الأطفال والشباب والمراهقين.

كما تشير الدراسات إلى أن وسائل الاتصال قادرة على تحقيق ثلاثة مستويات من التأثير هي: البعد المعرفي، البعد الاتجاهي العاطفي، والبعد السلوكي، لذا فإن تصميم برامج "الإعلام والتعليم والاتصال" - التي تهدف بالنهاية إلى تغيير السلوكيات - يجب أن تأخذ بعين الاعتبار عدداً معيناً من المراحل التي يمر بها الأفراد قبل أن يغيروا سلوكياتهم، وهذه المراحل حددها "ماجوايز" وهي:

- ❖ التعرض للرسالة والوعي بها.
- ❖ تصور علاقة شخصية مع النماذج السلوكية المقدمة من خلال الرسالة.
- ❖ معرفة مضمون الرسالة، ثم الاقتناع بها.
- ❖ الميل إلى تغيير السلوك بطريقة تتفق وما تطرحه الرسالة.
- ❖ التغيير في السلوك العلني وتعزيزه وترسيخه.

ولهذا يتضاعف اهتمامنا- بلوغا إلى فهم هذه القضايا- بتطور وسائل الاتصال كمقدمة لازمة تطرح أسئلة محددة، ولكنها تعد محورية، لأن هدفها النهائي والأساس هو محاولة فهم واستيعاب نتائج التغييرات الكبرى في الاتصال الإنساني، والتي حدثت في العصور الأخيرة كنتيجة للابتكار والاختراع، وانتشار وسائل الإعلام، علماً بأن إحدى الوسائل التي يمكن من خلالها تقييم ثورة الاتصال الراهنة: النظر إلى ما حدث في أوقات سابقة للبشرية؛ عندما وقعت تغييرات كاسحة في مجال القدرة على اقتسام المعاني والمشاركة فيها، صياغة وفهماً.

وهكذا، وجد علماء الإعلام أنه من الأكثر ملاءمة تفسير قصة الوجود الإنساني كلها بواسطة نظرية التحولات الكبرى، أي تفسيرها بلغة المراحل المتميزة لتطور الاتصال الإنساني، التي كانت لكل مرحلة منها نتائج "ثقافية" عميقة، سواء بالنسبة للفرد، أو حياته الاجتماعية بشكل عام. وباختصار، فإن هذه العصور والأحقاب كانت مرتبطة بتطور الإشارة، والكلام، والكتابة، والطباعة، والاتصال بوسائل الإعلام التي نعرفها اليوم.

ومن هنا، فإن فهم نتائج وعواقب هذا الانتقال والتحويلات - من المراحل الأقدم إلى المراحل الأحدث- يتيح لنا الحصول على خلفية هامة للتطور، وإدراك أهمية ونتائج المرحلة التي دخلها الجنس البشري منذ بدايات هذا القرن.

والنتيجة المستخلصة لهذه التحولات هي أن كل مرحلة "اتصالية" كانت لها تأثيرات ذات دلالات كبيرة، أي أنها أتت بتغييرات كبيرة بالنسبة للتفكير الإنساني على المستوى الفردي، وبالنسبة للتطور الثقافي على المستوى

الجماعي، أو البيئة الثقافية التي هيأت لها وأفرزتها كل وسيلة اتصال مستحدثة، خضوعاً لتقدير تفسيرات عالم السياسة - الكندي، البولندي الأصل - البروفسر "مارشال ماكلوهان" وغيره من العلماء.

وربما كانت الصلة الوحيدة التي تشكل ميراثنا الإدراكي في دراسة وسائل الاتصال؛ هي أن كل نظرية من النظريات الكبرى تأسست - بطريقة مباشرة أو غير مباشرة - على أساس مفاهيم الفرد أو المجتمع؛ التي كونها عن طريق علوم الاجتماع المختلفة.

ولذلك، نجد أن لدينا نظريات تكونت؛ متأثرة بنماذج فكرية وفلسفية واجتماعية وأنثروبولوجية مختلفة، بالإضافة إلى مشاركة علماء التاريخ والاقتصاد والسياسة والقانون، وغيرهم من علماء العلوم التطبيقية، وكل هؤلاء أضافوا تأثيراً كبيراً في فهمنا المعاصر لوسائل الاتصال، وبخاصة "مارشال ماكلوهان"، الذي تأثرت بآرائه: النظريات الإعلامية الحديثة، والذي نقل فهمنا لطبيعة وسائل الإعلام نقلة نوعية جبارة، فمدد إحساسنا بأهمية هذه الوسائل، وما شكّلتها هي من امتدادات لحواسنا، مكتنا من تجاوز معوقات الزمان والمكان^(١).

ثورة العصر:

لم يعد هناك مجال للجدل حول حقيقة ثورة الاتصالات، والدفع الهائل الذي رفدتها بها التقنية الحديثة؛ حتى صارت من حقائق العصر الكبرى، وأسطع تجسيد مائل لعنفوانها، وأجلّ تأكيد لحيويتها.

(١) Marshall McLuhan, The Medium Is Message, (With Quentin Fiore) Bantam Press, New York, 1967

وتطرح الاندفاعات الهائلة - التي أخذت تبدو عليها ثورة وسائل الاتصال والإعلام، في العقود الثلاثة الأخيرة - التباسات مفاهيمية في ثقافة الناس، وحالة من الإرباك والتشويش بين الوعد الإيجابي الذي تحمله، وبين شكل تَمَظُّهرها الذي تبدو عليه - على الأقل في الوضع الراهن - ويمثل تحدياً وتهديداً للثقافات المحلية.

وتتسارع وتيرة الاتصالات هذه بشكل مذهل، وتتبدى آثارها في كل ناحية، وتحيط بشعاب حياة الإنسان كلها.

وقد تزايدت أهمية وسائل الإعلام ودورها في عملية التنشئة في عصر العولمة والسموات المفتوحة وعشرات القنوات الأرضية والفضائية، حيث تتيح وسائل الإعلام تفاعلاً مع الآخرين دون التواجد معهم في نفس المكان، أو الالتزام والانضباط بحدود قيمهم.

ويمكنها الوصول إلى كل إنسان بسهولة ويسر، مما يشكل تحديات جديدة لا قبل لوسائل الرقابة القديمة بها.

وفي هذا الإطار؛ يبرز التلفزيون كأحد أهم وسائل الإعلام التي تلجأ إليها الأجيال الناشئة، ليس فقط لتلبية احتياجاتهم المعرفية؛ وإنما بهدف التسلية والترفيه وشغل أوقات الفراغ.

وأوضحت كل الدراسات الميدانية - التي أجريت في مناطق كثيرة من العالم - ارتفاع نسبة التعرض للتلفاز بين الشباب، وارتفاع كثافة المشاهدة اليومية للتلفاز؛ حيث بلغ المتوسط اليومي لها بين ٢، ٩، إلى ١٦ ساعة يومياً.

كما أوضحت الدراسات أن نسبة عالية من الشباب يعتبرون التلفاز المصدر الرئيس للحصول على المعلومات، يليه الصحافة بنسبة لا تتعدى

٤٣, ٨%، ثم مصادر الاتصال الشخصي، في حين تراجعت الكتب إلى (٧, ٥%) والمحاضرات والندوات (٣, ٦%)، ويصعب - مع هذه النتائج - تفسير التساؤلات حول جوانب الحياة المختلفة؛ وما يترتب على ذلك من تعقيدات في بنية مكونات الثقافة الخاصة، وفي درجة الارتباط العضوي بمكونات الهوية، وتفاعلها الحميم مع أصول الميراث الحضاري للأمة، وما ينتج عنها من قابليات الإلحاح على الاتصال بالواقع والمحيط المحلي، ونوازع الافتراق عن المجتمع، والتطلع نحو هدف الاندماج في الثقافة المغايرة ومظاهر الحضارة الأخرى، وخطورة ما تتمتع به هذه القابليات من مضامين مؤسسة لمفاهيم جديدة، وما يكتنفها من دلالات تستدعي التوقف عندها، وفحص أخطارها لمواجهة تحدياتها.

ونلاحظ الانتشار الواسع للوسائط المتعددة، والإعلام (القنوات التليفزيونية الفضائية والأرضية، والإذاعات، والإنترنت، والصحافة الإلكترونية...) وغيرها من الوسائل التي لها قدرة على اجتذاب أعداد متزايدة من المشاهدين - وبخاصة من الشباب - من خلال ما تقدمه من مادة إعلامية جيدة الإعداد؛ بصرف النظر عن مضمونها الذي يكون موجهاً في أغلب الأحيان طبقاً لانتماءات الوسيلة الإعلامية وأهدافها، وما يترتب على ذلك من تأثير مباشر على مفاهيم وتوجهات الشباب تجاه القضايا المختلفة، والذي يتضمن في حالات كثيرة تأثيرات سلبية تؤدي إلى تبني الشباب مواقف وسلوك وأفكار خاطئة.

من ناحية أخرى، يزداد دور شبكة الإنترنت أهمية في أوساط الشباب المتعلم، إذ أوضحت إحدى الدراسات؛ ميل الشباب إلى استخدام الإنترنت؛ بكثافة تتجاوز مضمون "الرسائل" الإعلامية الأكثر انتشاراً وتأثيراً

على الشباب.

كما أوضحت مدى تأثير الوسائط الإعلامية في تشكيل توجهات الشباب وسلوكهم، منذ أن انطلقت ثورة الاتصال والإعلام، التي بدأت بحروف الطباعة التي اكتشفها الألماني "جوتنبرج" في القرن الخامس عشر، حتى بلغت إلى آخر ما تم التوصل إليه من شبكات غاية في التفوق؛ كالأقمار الاصطناعية والتلفاز والإنترنت.

ومن الواضح أن وسائل الاتصال سوف تستمر في الاعتماد على المنطلقات التقنية، وخضات الفكر التي تصاحبها.

وفي الوقت نفسه، فإن المجتمعات الإنسانية تستمر في التعرض لتغيرات مستمرة، وهي تغيرات لا تُعتبر في حد ذاتها أنظمة اجتماعية مستقرة.

لذا فإن الطرق المستحدثة - وفي جوانب تقنية الاتصالات خاصة - هي التي ستشكل النماذج الاجتماعية في المستقبل؛ لأن وسائل الاتصال الجماهيرية تعتبر مصدراً أساساً لـ "التوقعات" الاجتماعية النموذجية حول التنظيم الاجتماعي لجماعات معينة في المجتمع الحديث.

وبمعنى آخر، فإنها في مضمونها تصف أو تُصور النماذج والمعايير والأدوار والمراتب والعقوبات؛ لكل أنواع الجماعات المعروفة في الحياة الاجتماعية المعاصرة.

والشباب الصغار - عندما يقرؤون الكتب، أو يشاهدون التلفاز، أو يذهبون لمشاهدة فيلم سينمائي، أو يقومون بما يشبه ذلك من ألوان النشاط - يستطيعون أن يروا معايير عشرات من الجماعات - رغم أن هؤلاء الشباب

صغار السن لم يغادروا منازلهم بعد - فهم يرون أو يقرؤون عن الرياضة والأندية والنماذج الاجتماعية، بما فيها العصابات الإجرامية، والمطاعم الحديثة، ويعرفون شيئاً عن فرق من الجراحين، وعن البوليس الأمريكي، وعن العائلات الفنية في هوليوود، وعن فرق موسيقى الروك، وعن غير ذلك الكثير من قائمة لا تنتهي من النماذج.

وهذا ليس باعتبارهم ينتمون إلى بيئة عربية وإسلامية محافظة ؛ ولكن كأعضاء جدد في مجتمع إعلامي كوني متعولم ، فهم -كغيرهم من أطفال وشباب العالم - ينهلون من ذات المعين الإعلامي العالمي، الذي يقدم لهم جرعات ثقافية مغايرة لما تَرَبَّت عليه الأجيال التي سبقتهم. ومن نفس هذه المصادر، يستطيع الصغار أن يتعلموا أي نوع من السلوك، ويتصوروا الدور المتوقع منهم إذا صاروا زعماء سياسيين ، أو نجوم مجتمع، وإذا أصبحوا مخبرين خصوصيين، أو أساتذة بالجامعة، أو راقصي باليه، أو من محترفي الغوص تحت الماء، أو مدربي لعبة التنس.

وبالمثل، فإنهم يستطيعون رؤية نماذج الشرف الاجتماعي، أو الخزي الاجتماعي، والتصرفات التي تدل على التبجيل والاحترام، أو على الازدراء، والتي يلقاها الأشخاص الذين يشغلون مناصب مختلفة داخل الجماعات الأخرى.

ثم إنهم يستطيعون أن يمارسوا - وهم يشعرون بما يشعر به الآخرون - لعبة المكافآت التي تصاحب عادة الرضا في السلوك، أو العقوبات التي تنتج عن عدم الرضا لانحراف السلوك.

وهنا يكمن التحدي الأعظم ؛ إذ أن هذه دروس قوية ومعقدة يصعب

مجابهة تداعياتها. ومن الواضح أن كل الصغار سوف يدخلون في كل الجماعات، ويشاركون في نشاطاتها، ويزيدون من تعقيد تلك الجماعات التي تصور وسائل الإعلام نماذج التنظيم الاجتماعي فيها^(١).

إن وسائل الاتصال - من خلال عروض منتقاة، ومن خلال التركيز على مواضيع معينة - تستطيع أن تخلق انطبعا لدى جمهورها بأن المعايير الثقافية (النماذج) المشتركة المتعلقة بالموضوعات المختارة يتم تركيبها أو تحديدها، بطريقة معينة متقنة.

ولما كان سلوك الفرد؛ تُوجهه هذه المعايير الثقافية، أو انطباع الممثل بشأن المعايير، أو النموذج المقبول بالنسبة لموضوع معين، أو اعتبار محدد؛ فإن وسائل الاتصال تسهم - بطريقة مباشرة، أو غير مباشرة - في التأثير على السلوك^(٢).

ولما كانت وسائل الاتصال هي العملية المركزية التي يحصل الناس (الجمهور) عن طريقها على فهم ذاتي للحقيقة الموضوعية؛ فإن هذه العملية أصبحت أقرب إلى خدع التبشير الذي سبق رحلات المستعمرين إلى أراضي الدنيا الجديدة، فأصبح الناس عندئذ على دين ملوكهم، ويروض الجمهور الآن ليصيروا على دين إعلامهم.

والمبدأ هنا أنه عند تشكيل سلوكنا العلني وأفكارنا، فإن معتقداتنا التي نشترك فيها مع الآخرين هي التي تههم، وهي معرفتنا الذاتية، والتي تشكل

(١) كمال عبد الرؤوف، (ترجمة)، نظريات وسائل الإعلام، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٢م، ص ١٢-١٣.

(٢) Melvin L. Defleur, Theories of Mass Communication, 2nd ed. David McKay Press, New York, 1970, p. 129.

عادتنا وأفكارنا عن المعاني ، والتي نشارك فيها الآخرين ، أما طبيعة الواقع الخاص ، أو الحقيقة المثالية ؛ فلا تهم.

وفي الأزمنة المعاصرة ، قام علماء نظريات الاتصال الجماهيري بتوسيع فكرة "المفهوم" المبني على المسمى والعادات ؛ بملاحظة أننا نطور عادات للمعاني ، ليس فقط للكلمات التي نطقها ؛ ولكن لأنواع أخرى عديدة من الرموز.

وهكذا ، فإن اللغة صارت تمتد إلى ما بعد التعبيرات المنطوقة بالفم ، وبينما تزداد نسبة نشاطنا الاتصالي الكلي - الذي نخصصه للاهتمام بوسائل الاتصال - فإن ما تقدمه لنا هذه الوسائل من محتوى يؤثر أكثر على الطريقة التي يتحدث بها الناس ، وعلى الكلمات التي يستخدمونها ، وعلى المعاني التي ترتبط تقليدياً برموزها.

وعلى المستوى العربي ، فهذه قضية تصطرع فيها معاجم ومجامع اللغة بشكل دائم.

وتنشأ تبعات الفهم الاجتماعي عندما يستخدم الأفراد مصادر معلومات ووسائل الاتصال لفهم وتفسير الأشخاص والثقافات وأحداث الماضي والحاضر والمستقبل.

وتشير معرفة الذات إلى علاقات ووسائل الاتصال - التي توسع قدرات الأفراد ، أو تحافظ عليها - بتفسير معتقداتهم وسلوكهم ومفاهيمهم الذاتية وشخصياتهم.

وتعد مسائل المعاني والمعرفة أساساً لتبعات الفهم ، بحيث يكون هدف الفهم أمراً خارجياً بالنسبة للفرد في حالة الفهم ، وداخلياً في حالة معرفة الذات.

وهذا تأكيد على أن للاختراعات الجديدة - في تقنيات وسائل الاتصال - قدرة تأثيرية مباشرة على تشكيل نماذج الأفكار والمفاهيم والنماذج الاجتماعية المختلفة.

لذا، يجب - كما يقول الدكتور سمير أمين - أن يسيطر عليها اجتماعياً، وبتعبير أدق : تتطلب التخلي عن أشكال سيطرة تعمل من خلال المصالح ذات الملكية الخاصة ، التي يعتبرها الدكتور أمين جزء لا يتجزأ من البناء الكلي الذي يلزم مقتضيات المرحلة (العولمة).

ويزعم - بمعنى آخر - أن الأيديولوجية المعتمدة هنا تتصل بالاقتصاد السياسي للرأسمالية المعاصرة ومذاهب ما بعد الحداثة، حتى تخلق الظروف المحيطة بالملائمة لتنفيذ مشروع الليبرالية المعولمة.

وأيديولوجيا المعلوماتية - أي ثورة وسائل الاتصال - هي الأخرى جزء لا يتجزأ من أيديولوجيا ما بعد الحداثة^(١)، وتأثير تقنية الاتصالات يأتي بحقيقية مؤداها العلاقة الجدلية بين الوسيلة (الاختراع) والفكرة التي ترتبت عليها؛ وذلك لأن التقنية ليست هي فقط الآلة التي ولدتها، وإنما مجمل الأفكار والعلاقات البشرية، ومجمل الأدوات والوسط المحيط بعملية الإنتاج والاستهلاك، وكل شيء لا حق؛ ينبغي أن يقتفي نفس الأثر، ويحقق نفس التأثير، وبتنسيق كامل.

(١) د. عبد الباسط عبد المعطي، (تحرير)، العولمة والتحويلات المجتمعية في الوطن العربي، مركز البحوث العربي، مكتبة مدبولي، القاهرة، ١٩٩٩م، ص ٦٢.

صراع الخصوصيات :

إن القبول بالتقنية في استعمالاتها اليومية، والإيمان العام بالعلم كمصدر لعجائب التقنية وأدواتها السحرية، ثم الخضوع الإجباري لكل ما هو اقتصادي، ثم إعادة تنشيط هذه الأشياء وبثها عن طريق وسائل الاتصال وتقويتها بواسطة الغزو الثقافي؛ كل ذلك يشكل عوامل لا تقاوم في التوحيد العملي للمتخيل، أي لمتخيل الناس الذي يملأ عقولهم.

وهناك دور تلقائي هام لوسائل الاتصال؛ وهو نقل التراث الاجتماعي للمجتمع.

وفي المجتمعات البدائية، كان التراث والتقاليد تنقل شفهيًا، ثم بعد ذلك قامت دور العبادة والمؤسسات الدينية بهذا الدور الاجتماعي.

أما اليوم، فوسائل الاتصال هي التي تقوم بنشر وتشكيل التراث الاجتماعي للمجتمعات، وتقوم هذه الوسائل بتوسيع مجال حياتنا.

وفي هذه العملية، فإنها تعكس وتتحدى وتتجاوز النظام (الثقافي) القائم، وبذلك تسهم في التعليم العام للجماهير، وتسرع عمليات التغيير الثقافي، وتشكل تجليات معاني الحياة الأخرى، وتبتدع بدائل الإجابات عن أسئلة الحياة الأساس، أي أسئلة الثقافة الخاصة، باعتبار أن الثقافة هي الجواب الذي تقدمه الجماعات البشرية لمشكلة وجودها الاجتماعي، بصفتها التصور الكلي لهذه الحياة. وهي - أي الثقافة - مجمل التصورات والرموز التي يخلع الإنسان بواسطتها معنىً على وجوده، وعلى تجاربه المحسوسة والغيبية.

ولكن تجاربنا الحاضرة تخضع لعوامل التنميط والاستيعاب الثقافي، لأن هناك فكراً يخطط لذلك، وأذرع تقنية تتمدد من فوقنا ومن تحتنا، وثقافة حيوية تغطي كل فراغات التخلف في مجتمعاتنا.

وحيوية الثقافات لا يمكن البرهنة عليها إلا من خلال انتشارها، وعجز التقنية لدينا يحد من انطلاقة ثقافتنا، ولهذا فلا بد من تنمية صاعدة قبل أن نمتع أنفسنا بالجاذبية السطحية للهلع من الغزو الثقافي؛ لأنه سيظل عجز التقنية محجوباً من قبل العجز عن الخروج منه.

وبدون أن نضع التنمية الشاملة على محكّ الشك؛ فإنه يبدو لنا شبه مستحيل أن نتخلص من استبدادية التقنية، وتقنية الاتصالات، وبخاصة التي تدرنا بغطاء فضفاض متحرك من الثقافة الغازية، والتي تجرّج خلفها غول السوق (المبادئ الرأسمالية) وأشعب الاستهلاك.

والفكر الغربي المسيطر خلف وسائل الاتصال العالمية الحديثة؛ اختزل العلاقات بين الثقافات إلى مجرد البعد الاقتصادي لتأججها، وهو يعتبر أن كل مشكلة في العالم الثالث باسم "التخلف" هي عبارة عن مسألة تقنية يمكن حلها بواسطة الوسائل التقنية، وينبغي على نماذج القدوة والخبراء - كما يقول العالم الفرنسي "سيرج لاتوش" - أن يستلموا المسألة، وذلك بشكل لا تردد فيه ولا رجوع عنه، وكل فشل سوف يكون معرضاً لأن يعالج كمشكلة تقنية جديدة، وكمصدر لفتوحات تقنية جديدة، وكمصدر لفتوحات استعمارية ثقافية جديدة^(١).

(١) سيرج لاتوش، تغريب العالم، تعريب هاشم صالح، المؤسسة العربية للنشر والإبداع، الدار البيضاء، المغرب، ١٩٩٣م، ص ٢٢ - ٢٣.

إن إنسان العالم الثالث متغرب أو مستغرب، ومرجعياته الخيالية زائفة، تشكلها صور من سيطرة المدينة ونماذج الاستهلاك السائدة في دول المركز (الغرب - الشمال) على حياته اليومية، إنه - كما يصفه "لاتوش" - متسول متسكع في واقعه المحسوس، يعاني من اضطراب اقتلاعه العميق من الجذور، ومستوى حياته البائسة في مدن الصفائح (الأكواخ).

ولئن فشل التصنيع في تغريب الكمية المستهلكة، فإنه قد نجح إلى حد كبير في تغريب العمران (البشري) وفي جعل المجتمع المزيف بيروقراطياً ومجتمع خدمات.

وأما التغريب الحقيقي للنخبة - أي دمجهم في الثقافة الدولية الاستلابية - فإنه ينجح قليلاً أو كثيراً بعد تهميش السكان، وفي أغلب الأحيان ينجح بشكل كاريكاتوري مأساوي.

وعلى الرغم من أن ألوان الترفيه والتسلية المنتخبة والمنتجة تجارياً، هي الأدوات الرئيسة لنقل قيم الرأسمالية الغربية (الأمريكية) القائمة على الشركات العملاقة وأساليب حياتها؛ فإن الإعلام المنتج مباشرة من خلال دوائر النشاط الصناعي التجاري الأمريكي خارج الولايات المتحدة؛ له آثاره القومية البعيدة المدى، والواقع أن تأثير الأنشطة الترويجية والبحثية للشركات العملاقة في الشعوب التي تتعرض لها، يفوق كل التقديرات، لأنه يتصف بفاعلية أشد، وبقابلية للقياس أقل، لعدم الاعتراف به في الغالب الأعم، أو هو غائب عن أذهان من يستطيعون التعديل في مساراته المنحرفة، أو رتق مسارب زخمه، التي تغمر معالم الثقافة الخاصة.

ولهذا، يظهر خطر الاندماج العالمي بكل الأوجه والقياسات والقناعات المطروحة على الساحة السياسية الدولية؛ لأن اختزال الغرب إلى مجرد أيديولوجية الكونية الإنسانية (العولمة) يبدو لنا - وباعتراف لاتوش - خداعاً جذاً، ولا يتيح لنا تحاشي ألغام الأنانية الثقافية، التي تؤدي مباشرة إلى الصراع وإلى استئصال الثقافات الأخرى.

وصراع الثقافات هو "صراع الحضارات" الذي روَّج لفكرته "صموئيل هنتنغتون"، بفهم أن الثقافة كيان كلي؛ فالقري والمناطق والجماعات العرقية، والقوميات والجماعات الدينية؛ تمتلك ثقافات متميزة بوضوح على مستويات مختلفة من عدم التجانس.

ويقول "هنتنغتون": إنه ربما تختلف ثقافة قرية في جنوب إيطاليا عن ثقافة قرية في شمال إيطاليا؛ لكن كليهما تتشاطران ثقافة إيطالية مشتركة تميزها عن مثيلاتها الألمانية مثلاً.

والمجتمعات الأوروبية تشترك في ملامح ثقافية تميزها عن المجتمعات العربية أو الصينية⁽¹⁾.

ومع ذلك فإن العرب والصينيين والغربيين ليسوا جزءاً من أي كيان ثقافي أشمل؛ إنهم أصحاب مستوى للهوية الثقافية؛ لا يفوقه - من حيث تحديده للهوية الثقافية - إلا الذي يميز الإنسان عن غيره من الأنواع (الحيوانات) الأخرى، ويمكن تحديدها أو تعريفها بكل من العناصر الموضوعية - مثل اللغة، والتاريخ، والدين، والعادات، والمؤسسات - بالتمايز الذاتي للبشر.

(1) Samuel P. Huntington, The Clash of Civilization, Touchstone Books, 1996, pp.15-20.

ويقوم افتراض "هنتنغتون" على حتمية الصراع بين هذه الحضارات المختلفة ؛ زاعماً بأن المصدر الأساس للصراع في هذا العالم لن يكون أيديولوجياً أو اقتصادياً ، فالتباينات بين الجنس البشري والمصدر المحوري للصراع ستكون ثقافية، وستظل الدولة القومية - في اعتقاده - أكثر الوحدات الفعالة قوةً في الشؤون الدولية ؛ غير أن الصراعات الأساس في السياسة الدولية ستقع بين دول وجماعاتٍ صاحبة حضاراتٍ مختلفة، وسيهيمن صراع الحضارات على السياسة الدولية، وستكون الفوارق الفاصلة بين الحضارات بمثابة خطوط القتال في المستقبل - أي ستقع أهم الصراعات على امتداد الهوة الثقافية التي تفصل تلك الحضارات عن بعضها البعض - لأن التباينات بين الحضارات ليست حقيقية فحسب ؛ بل أنها أساسية ، ولأن العالم أصبح يشكل بقعة أصغر (قرية). ويتزايد التفاعل بين أصحاب الحضارات المختلفة، ويكشف هذا التفاعل - المتزايد الوعي والإدراك الحضاري - الاختلاف بين الحضارات والجماعات الدخيلة على هذه الحضارات. وإن عملية التحديث الاقتصادي والتغيير الاجتماعي في مختلف أنحاء العالم ؛ تنزع الناس من هوياتهم المحلية طويلة الأمد، كما أنها تُضعف الدولة القومية كمصدر للهوية.

وعزز الدور المزدوج للغرب : زيادة الوعي الحضاري ؛ فمن ناحية ، يعيش الغرب أوج قوته، وأوج همجيته ، وبخاصة بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١م.

وفي الوقت نفسه - وربما نتيجة لذلك - تحدث ظاهرة العودة إلى الجذور بين الحضارات غير الغربية ؛ لأن الاختلافات والخصائص الثقافية أقل قابلية للتغيير، ومن ثم أقل سهولة في تسويتها وحلها عن الاختلافات السياسية والاقتصادية.

ويقع هذا الصراع أو الصدام - كما يصوره "هنتنغتون" - على مستويين :
- الجزئي ؛ ويمثل صراع جماعات التخوم على طول حدود الهوة
الفاصلة بين الحضارات ، وغالبا ما يتخذ شكلا عنيفا للسيطرة على
الأراضي ، أو لسيطرة كل منهما على الآخر.

- والكلبي ؛ حيث الدول صاحبة الحضارات المختلفة التي تتنافس
للاستحواذ على القوة الاقتصادية والعسكرية ، تتصارع للسيطرة على
المؤسسات الدولية والأطراف الثالثة ، كما تتنافس في ترويج قيمها الدينية
والسياسية.

ويشكل ترويج القيم الغربية وإدخالها لمحميات الحضارات الأخرى عن
طريق وسائل الاتصال ؛ القاعدة الأساس للاقتلاع الثقافي ؛ لأن التبني يمثل
اعتناقاً ، وهو استلاب وتحول كلي عن الموروث القديم.

ولقد بيّن "يوجين فيبر" في كتابه: "نهاية الأراضي الشعبية" نهاية
الثقافات ؛ لا بسبب صدامها الحتمي مع غيرها أو مع بعضها البعض ؛ بل
بسبب دمجها في عجلة التقدم والحدثة ، وأن مشروع "الحضارة" الذي ولد
خارج الجذور المحلية للأرض ، هو مشروع للحدثة ، فهو كوني ، بمعنى
أن قيمته في قيمة العلم والتقنية والتقدم ، إنه يدمر الثقافات المحلية
والخصوصيات ، لأنه يجلب معه الرفاهية ، ويزيل الحصار المضروب على
المناطق الريفية البعيدة عن طريق وسائل الاتصال ، ويحل قوانين السوق
الحديثة محل العلاقات الاجتماعية التقليدية.

وهكذا نجد أن إطار الحياة الثقافية الضيق يتشظى ويزول^(١).

(1)Herbert Schiller, The Mind Managers, Beacon Press, USA, 1974, p.7.

إن أزمة الحداثة - التي أصبحت ظاهرة كونية - قد لا تكون في تبعية البعض وهيمنة البعض الآخر، فيما يخص قضية التنوع والتعدد الثقافي والحضاري، وإنما تكمن في الإفقار الثقافي الناتج عن التوحيد النمطي وامتصاص الرسائل الثقافية ذات الخصوصية من قبل تقنيات وسائل الاتصال، ثم إفراغ هذه الثقافة المزعومة في ثقافة التقنية.

يقول "جاك إيولول" عن مؤيدي ثقافة الحداثة: إنهم يتشرون اليوم بواسطة أروع وسائل النشر ثقافة، والتي يمكن وصفها في أحسن الأحوال بأنها انعدام الثقافة، ثقافة أنتجتها الصدفة^(١).

التضليل الثقافي؛

يقول الفيلسوف الألماني "مارتن هيدغر": "إن الغرب هو بلد المساء"، فهل هو البلد الأسطورة الذي تولد فيه الفلسفة عندما يخيم المساء، وعندما تظهر بومة "منيرفا"، وبعد أن تكون الشمس قطعت مسارها الطويل؟!!

يجيب "سيرج لاتوش"، في كتابه "تغريب العالم"، إن رسالة الغرب لا تُبرز وجهها الأكثر سحراً وإغراءً على هيئة هذه الصور الغسقية المعتمدة، فهذا الانطواء العدواني والهديان على الذات هو علامة على أزمة تراجيدية، إنه يمثل الإثبات السلبي بعد أن دفع به إلى ذروته القصوى.

فالحنين إلى الهوية الضائعة يدفعه للانحراف عن حقيقته التاريخية لكي يحقق بما يُنكر (أي الاقتصاد والتقنية) ذلك الوهم الخيالي لما يرغب أن يكون.

(١) جاك أيولول، النظام التقني، منشورات كالمان ليفي، باريس، ١٩٧٧م، ٧٦.

وهذا المسار الانتحاري (الذي يشمل الإبادة الجماعية للآخر) يشكل أيضا حقيقة الغرب، كما يشكل تهديداً مستمراً (له وللآخرين) يترصد الأفق، و يترصد الشباب في الثقافات الأخرى المغايرة، ويمثل تحدياً كبيراً لقيمها.

وتفترض الرؤية البنيوية أن السيطرة على المعلومات هي جزء من عملية أكبر لسيطرة اجتماعية توجد في كل نظام اجتماعي؛ في الغرب خاصة، وفي الولايات المتحدة الأمريكية بوجه أخص؛ حيث يقوم مديرو أجهزة الإعلام الغربية بوضع أسس عملية تداول "الصور والمعلومات"، ويشرفون على معالجتها وتنقيحها وإحكام السيطرة عليها، تلك الصور والمعلومات التي تحدد المعتقدات والمواقف حول كثير من القضايا، بل وتحدد السلوك في النهاية.

وعندما يعتمد مديرو أجهزة الإعلام إلى طرح أفكار وتوجهات لا تتطابق مع حقائق الوجود الاجتماعي، فإنهم يتحولون إلى سائسي عقول؛ ذلك أن الأفكار التي تنحو - عن عمد - إلى استحداث معنى زائف، وإلي إنتاج وعي لا يستطيع أن يستوعب الشروط الفعلية للحياة القائمة، أو أن يرفضها، سواء على المستوى الشخصي، أو الاجتماعي، إنها ليست في الواقعي سوى أفكار مموّهة، أو مضللة^(١).

وليس من المستغرب أن يبلغ التضليل الإعلامي - بوصفه أداة للهيمنة الثقافية والسياسية - أعلى درجات تطوره في الولايات المتحدة الأمريكية؛ ففي أمريكا - أكثر من أي مكان آخر - تتيح الظروف المواتية الفرصة أمام

(١) عبد السلام رضوان، ترجمة، المتلاعبون بالعقول، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني

قسم كبير من السكان للإفلات من القمع الشامل، ومن ثم يصبحون عناصر فعالة (من الوجهة الإمكانية) في العملية التاريخية.

ذلك أن التضليل الإعلامي يسمح بالمظهر الخارجي للانخراط النشط، بينما يحول دون الكثير من الفوائد المادية، وكل الفوائد السيكولوجية؛ للمشاركة الأصلية الجماهيرية.

فباستخدام الحجج والأساطير التي تفسر وتبرز الشروط السائدة للوجود، بل وتضفي عليها طابعاً خلاباً؛ يضمن المضللون التأييد الشعبي لنظام اجتماعي لا يخدم المصالح الحقيقية للأغلبية. وعندما يؤدي التضليل الإعلامي للجماهير دوره بنجاح تنتفي الحاجة إلى اتخاذ تدابير اجتماعية بديلة.

إن تضليل عقول البشر هو - على حد قول "باولو فيري" - "أداة القهر"، "فهو يمثل إحدى الأدوات التي تسعى النخبة من خلالها إلى تطويع الجماهير لأهدافها الخاصة".

على أن تضليل الجماهير لا يمثل أول أداة تتبناها النخب من أجل الحفاظ على السيطرة الثقافية والسياسية والاجتماعية؛ فالحكام لا يلجؤون إلى التضليل - كما يؤكد "فيريري" - إلا عندما يبدأ الشعب في الظهور (ولو بصورة فجأة) كإرادة اجتماعية في مسار العملية التاريخية، أما قبل ذلك، فلا وجود للتضليل بالمعنى الدقيق للكلمة؛ بل نجد بالمقابل قمعاً شاملاً؛ إذ لا ضرورة هناك لتضليل الواقع^(١).

(1) Paules Freire, Pedagogy of the Oppressed, Herder and Herder Press, , New York, 1971, p. 144.

وقد استخدم التضليل الثقافي والإعلامي كثيرا، وما يزال يستخدم في الدعاية والحرب النفسية؛ وحيث يكون هو الأداة الأساس للهيمنة السياسية، وإحداث الأثر المرغوب؛ يتطلب معرفة وثيقة بثقافة الآخر، لأنه - ومهما بلغت حجته الثقافية وقوته المادية، - يحتاج دوماً إلى معرفة خصمه وإن كان أضعف منه حيلة.

والمثال الذي يعرضه "جورج سلفستر فيريك"، في كتابه "نشر جرائم الكراهية"، يقدم توضيحا بليغا لنمط التضليل الثقافي، الذي تُسخر له وسائل الاتصال الجماهيري التي تقوم عليها جهود الدعاية، والأثر المرغوب^(١).

يقول: كانت "قصص الوحشية" عاملاً كبيراً في الدعاية الإنجليزية، وقد ابتلع معظم هذه القصص - وبشراهة - جمهور لا يرتاب، كان يمكن أن يكون أقل استعداداً لقبول قصص الرعب الألمانية؛ لو أنه شهد بعينه ميلاد "قصص الوحشية" شديدة الكآبة في مقر قيادة المخابرات البريطانية، في ربيع سنة ١٩١٧م.

كان العميد "ج. ف. شارترز" يقارن بين صورتين تم التقاطهما في المواقع الألمانية:

كانت الصورة الأولى لمشهد مرعب يوضح سحب جث الجنود الألمان إلى المدافن الكائنة خلف الخطوط.

أما الصورة الثانية فكانت للجياد الميتة، وهي في طريقها إلى المصنع الذي خصصه المخترعون الألمان لاستخراج الصابون والزيوت من عظامها.

(1) George Sylvester Viereck Spreading, Germs of Hate, Horace Liveright New York, 1930, pp. 153-54.

وفجأة برقت في ذهن العميد "شارترز" فكرة جهنمية كما لو كانت شعاعاً خاطفاً، فقد فكر في تغيير التعليق على الصورتين ، فاستخدم المقص ببراعة، ولصق عبارة "الجثث الألمانية في طريقها إلى مصنع الصابون" تحت صور الجنود الألمان القتلى، وفي خلال أربع وعشرين ساعة، كانت الصور قد وُضعت في جوال البريد المتجه إلى شنغهاي.

وقد أرسل العميد "شارترز" هذه الصورة إلى الصين ؛ لعلمه بأن الصينيين يُجلون الموتى لدرجة التقديس والتأليه، وكان تدنيس الموتى الذي نُسب زوراً للألمان هو أحد العوامل الرئيسة التي دفعت الصين إلى إعلان الحرب على قوات دول المحور.

ولقد تم استخدام التضليل الثقافي في حروب كثيرة .

فمعلوم لكل فطن تابع بالتدقيق أساليب الحشد والتعبئة، وتوليفة التحالف، والجمهور الداعم لها. وقد استُغلت عاطفة الغرب بصور "الوحشية العربية" المطبوعة أصلاً في الذهنية الغربية، تعززها كل الصور الانطباعية عن ثقافة العرب، والتخلف، وإرهاب الإسلام ومنسوبيه، فجاءت الجيوش ومعها آلة اتصالها، وجاءت وسائل الإعلام الغربية ومعها رسالة وثقافة بديلة، وانتهت الحرب والتحرير، وبقيت التدايعات الثقافية أجلى صورة من الوجود العسكري الذي استقر، ولا بد أنه عاكف على أن يخلق لوجوده ظروفًا ثقافية ملائمة، وله في ذلك وسائله الناعمة والمهادنة^(١).

(١) كونت دي مارنشيوز وديفيد اندلمان، الحرب العالمية الرابعة، دبلوماسية وتجسس في عصر الإرهاب، معرّب، مكتبة مدبولي، القاهرة، ١٩٩٣م، ص ٣٢٤.

ولكن على المستوى العام، فإن دعاة صدام الحضارات في الغرب، يريدون لنا أن نخسر فضائل الصحراء- حداثة وعولمة - دون أن نتمكن من استيعاب حضارة ما بعد العالم الصناعي- أو حضارة عصر المعلوماتية - وفق معايير ثقافتنا الخاصة، وشروط حضارتنا، وتنزيل معتقداتنا. ونُسب للملك الراحل فيصل بين عبد العزيز آل سعود أنه قال: "إن أخطر شيء يمكن أن يحدث لأمة ما هو أن تفقد روحها". وهذا هو هدف الغزو الثقافي؛ أن تفقد الأمم روحها باقتلاع ثقافتها واستلابها^(١).

حواسُّ الإعلام:

اعتقد "مارشال ماكلوهان" أن وسائل الاتصال هي امتدادات لحواسنا وقدراتنا، موضحاً أن الشبكات الإلكترونية هي مركز العصب الحسي للإنسانية، وبما أن مركز العصب الحسي لدى الإنسان العالمية هو مركز خبرته؛ فهو ينظر إلى هذه الشبكات الإلكترونية باعتبارها بؤر الخبرات الإنسانية في العالم اليوم^(٢).

إن قدرتنا على بث الرسائل بشكل فوري عبر المسافات الشاسعة، وإثارة المعاني المتشابهة لدى ملايين البشر في نفس الوقت، والقدرة على التعاطي الآني النشط؛ يُعد اليوم أمراً مألوفاً بالنسبة لنا جميعاً؛ لدرجة أنه يُسهل النظر إليه بنوع من اللامبالاة.

ورغم ذلك، فإن ما نفعله اليوم- عندما نتصفح الجريدة. أو ندير مؤشر

(١) كمال السيد، (ترجمة)، جنون العولمة، مركز الأهرام للترجمة والنشر، مؤسسة الأهرام، القاهرة، ١٩٩٩م، ص ٦٦- ٧٠.

(٢) Marshall Macluhan, op.cit , p. 213..

الراديو، أو نذهب إلى دار السينما، أو نشاهد التلفاز- يمثل تغييراً هائلاً غير عادي في سلوك الاتصال الإنساني، وبالتالي سلوكنا ومعتقداتنا؛ إذا نظرنا إليه في إطار معادلات الحياة الإنسانية التي كانت سائدة في العصور الغابرة، أي عصور ما قبل ثورة تقنية الاتصالات^(١).

والذي بات واضحاً بشكل تام؛ هو أن وسائل الاتصال الجماهيري غدت في عصرنا هذا جزءاً مركزياً من هياكل مؤسساتنا، وهذا يعني أنها في الوقت الذي تمثل فيه امتدادات حقيقية لحواسنا الخمس؛ تغلغت بعمق داخل كل وحدة من مؤسسات مجتمعاتنا الخمس.

وعلى سبيل المثال لا الحصر، فإن وسائل الاتصال- من خلال قيامها بدور طليعي في وضع أجندة المجتمع والدولة، ومشاركتها في عمليات الانتخابات والتعبئة الجماهيرية، واستخدامها في مختلف ضروب الحشد والائتمار، وتركيزها الأضواء على أنشطة الحكومات والعلاقات الدولية - سمة مميزة في المؤسسة السياسية، وقد أصبحت وسائل الاتصال - من خلال تركيزها على الخدمات ومنتجات المؤسسات التجارية والصناعية - تعتبر جزءاً أساساً من المؤسسة الاقتصادية، وقد أدى تركيزها الشديد على المواد الترفيهية والثقافية والشعبية الجماهيرية- التي يستخدم معظمها على أنه مادة ترفيهية في المنازل- أدى إلى أنها صارت عاملاً مهماً في بناء الأسرة.

ويرى الكثيرون أنها أصبحت جزءاً هاماً من المؤسسة الدينية، كما يتعاضد دور وسائل الاتصال في المؤسسة التربوية والتعليمية.

(١) Herbert Schiller, op.cit., p.128.

وباختصار؛ تغلغت إلى داخل المجتمعات حتى وصلت إلى أعماق مؤسساتها؛ إلى حد أن الحياة - كما نعرفها اليوم - قد تكون مستحيلة بدون وسائل الاتصال الجماهيري.

لقد سهّلت تقنية وسائل الاتصال الحديثة على الناس أن يسافروا، ووفرت أن يروا كيف يعيش غيرهم؛ بل يستطيعون البقاء في بيوتهم، وتعلم طرقاً أخرى لعمل الأشياء، وذلك من الراديو، وعن طريق الصحف والمجلات والكتب، ومن التلفاز، ومن تسجيلات الفيديو، والإنترنت، وأجهزة الهاتف الجوال.

لقد جرى القول إن اختراع طريقة لعلم شيء ما أسهل من تكوين فكرة عن الحاجة إلى شيء ما، أو رسم صورة لشيء يريدته الناس. ونجد أن انتقاء واحد من عددٍ من الخيارات يقل في صعوبته كثيراً عن ابتداع طريقة لفهم موضوع ما، أو ابتداع نظام جديد.

لقد زاد التلفاز، وتسجيلات الفيديو، والنقل السريع، والأقمار الاصطناعية، والإنترنت، والهاتف الجوال، زادت جميعها من سرعة معدل التغيير في العالم، فإذا قام الإنسان بزيارة بلد ما في بحر عامين فسيستوقفه شيئان: الأول: التغييرات المدهشة التي حدثت بعد الزيارة الأولى، والشيء الثاني تزايد أوجه الشبه تزايداً كبيراً جداً بين ما يجده في هذا البلد وما يجده في بلده هو.

وبعض هذا شبيه بالحقيقة القائلة بأن جميع البلدان - في النصف الثاني من القرن العشرين - بدأ يأخذ بعضها عن بعض بمعدلٍ متزايدٍ السرعة؛ نتيجةً للتنميط الذي تمارسه وسائل الاتصال.

وهذا يمثل التصور الميكانيكي للمكان ، حيث إن النتيجة المحصلة عن كل ذلك هي التوحيد النمطي الهائل ؛ لأساليب الحياة والثقافة والفكر ونزعة التقليد ، والمحاكاة العامة والمعممة.

وحتى في عالم الطائرات والمطارات الذي اختصرت فيه الأرض ؛ أصبحنا نلتقي بأناس من كل الأنواع ، ومن كل الأصول العرقية ، وهم يلبسون نفس الثياب ، وينزلون في نفس الفنادق التابعة للسلاسل الدولية المشهورة - هيلتون ، وشيراتون ، وإنتركونتيننتال ، وغيرها - ويأكلون طعام المطبخ الدولي ، ويتكلمون نفس اللغة الإنجليزية الدولية ^(١) .

والتغيرات التي طرأت في العقدين الأخيرين من القرن العشرين على أنظمة وسائل الاتصال وقدرتها في توزيع الرسائل ؛ حدثت في كل مكان ، لكن التغيرات امتدت كذلك إلى فلسفة ما يمكن وما يجب توزيعه ، وأوضح أن تلك البلدان - التي كانت أكثر تقدماً في صناعة أجهزة وأدوات الاتصال في بداية عقد الثمانينيات من نفس القرن - كان التغيير فيها أقل من تلك التي كان عليها أن تبذل جهداً أكبر للحاق بمن سبقتها ، وذلك لهدفٍ أساس هو إيجاد وسائل خاصة بديلة تعين على تقليل وتيرة التغيير الذي تُحدثه - غزواً وتدخلًا - وسائلُ اتصال البلدان المتقدمة والعبارة للحدود والقيود ، التي تُشَلُّ فاعلية الثقافة المحلية على قيادة التغيير الداخلي ، مع ملاحظة أن التدفقات الثقافية ذات الاتجاه الواحد - تصدر عن بلدان المركز (الغرب - الشمال) لكي تُغرق الكوكبَ الأرضي بأسره.

إنها تدفقات من الصور والكلمات ، والقيم الأخلاقية ، والمعايير القانونية ، والمضامين السياسية ، ومعايير الكفاءة.

(١) Ibid., p.128.

وكلها ترسل الوحدات الإبداعية - الثقافية والترفيهية - نحو بلدان العالم الثالث عن طريق وسائل الاتصالات، من صحف، وراديو، وتلفاز، وأفلام، وكاسيت، وفلاشات، وأسطوانات، وفيديو، وغيرها.

فالواقع أن معظم الإنتاج العالمي من "العلامات" يتمركز في الشمال، أو يُصنع من قبل الغرب الذي يسيطر، بحسب نواميسه وأنماطه الأخلاقية والثقافية.

وهذا التدفق الهائل من الأخبار والمعلومات والمواد الترفيهية ؛ لا يمكنه أن يتحكم برغبات المستقبلين - أي الجماهير - وحاجياتهم، وأشكال سلوكهم، وعقلياتهم، وأنظمة التربية الخاصة بهم، وكذلك أنماط الحياة العامة.

فهذه الدعاية التي تتسرب بشكل مخادع ماكر، هي - كما يصفها "سيرج لاتوش" - عبارة عن "هبة" لا تقاوم، وهي تشهد على الحيوية الفياضة الزائدة عن الحد للمجتمعات شديدة التطور، ولكنها تخنق كل فعالية ثقافية خلاقاً لدى المستقبلين السلبيين للرسالة - أي سكان الأطراف - وتنتهك بالتالي خصوصياتهم.

إن مخطط الوحدة الثقافية الأساس، أو الاستيعاب الثقافي للبشرية؛ مسجّل في متخيّلنا اليوم أكثر من أي وقت مضى، ويقوى الاقتناع بهذه الحقيقة: الوجود المتزايد لنموذج ثقافي يتجاوز القوميات والخصوصية، ويوحّد نمط الحياة في كل جوانبها على الصعيد الكوني (العولمة).

يقول "هيربرت شيلر"، إننا نكتشف مرة أخرى أن القدرة على رسم حدود الواقع، وعلى وضع جدول الأعمال الاجتماعي للجماعة على وجه

الإجمال ؛ هي مفتاح السيطرة الاجتماعية ، وأن القدرة على رسم حدود السلطة ، واستئثار فئات معينة بحق الوصول إليها ، أو التعامل معها ؛ يمثل نوعاً خطراً عنيداً من السلطة.

وقد انعقدت السيطرة القائمة على سلطة رسم حدود وملامح الواقع في أمريكا للمهيمنين على أجهزة الإعلام وخدماتها المعاونة (العلاقات العامة ، الإعلان ، استطلاع الرأي ، والبني شبه التعليمية المختلفة) ^(١) .

إن أهمية اللغة في خلق الثقافة ونقلها ، ثم الوجود الفعلي للإنجليزية بصفتها لغة التواصل العالمي ؛ يقويان أيضاً من مظهر هذه السيطرة ، ويسهمان في إعطائها بعض المصدقية.

وبدلاً من أن نشهد حصول ثقافة وتربية على القيم الكونية ، أو حوار حضارات وأديان وثقافات - كما في مبادرة خادم الحرمين الشريفين الملك عبدالله بن عبدالعزيز آل سعود ، وغيره من القادة والعلماء - رُحنا نشهد نوعاً من الصدام والاقتلاع الثقافي ، الذي يصيب حتى الدول الصناعية العتيقة ، مثل اليابان ، وفرنسا ، وألمانيا ، وغيرها.

وما يشاهده الناس وما يقرؤونه ، أو ما يستمعون إليه ، وما يلبسونه ويأكلونه ، والأماكن التي يذهبون إليها ، وما يتصورون أنهم يفعلونه ؛ كل ذلك أصبح وظائف يمارسها جهاز إعلامي يقرر الأذواق والقيم التي تتفق مع معايير الخاصة ، والتي تفرضها وتعززها مقتضيات السيطرة ^(٢) .

(١) Alvin Toffler, the Future Shock, Amazon Books, New York, 1970, p. 56 -62.

(٢) الدكتور جلال أمين ، العولمة والتنمية العربية ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، سبتمبر ،

ولكن نجد هنا أيضا أن الخصوصية قد تم تجاوزها إلى حد بعيد من قبل النزعة الكونية (العولمة) المتجاوزة للخصوصيات، فمع مجيء الأقمار الاصطناعية المستخدمة في الاتصالات اللاسلكية، ومجيء الإنترنت، وثورة المعلوماتية؛ أصبحت العالمية فورية ومباشرة.

إن التوحيد النمطي للمنتجات الثقافية لا يمكنه أن يصوغ للناس رغباتهم وحاجياتهم، وأشكال تصرفاتهم وعقلياتهم وأنماط حياتهم الأخرى، ولكن خسارة الهوية الثقافية الناتجة عن ذلك شيء لا يمكن إنكاره، فهي تسهم في زعزعة الهوية القومية؛ ثقافياً، وسياسياً، واقتصادياً، مثل حالة "جورج سورس" والأزمة الاقتصادية التي تسبب فيها لدول شرق آسيا.

وما تبقى من الإبداعية والخصوصية القومية يجد نفسه في حالة خضوع تجاه ثقافة تبدو أجنبية، وهي بالفعل أجنبية، ولكن المفارقة إنما تكمن في أن هذا الانتهاك الثقافي والاستلاب - على الرغم من أنه مقسم بشكل متساو - إلا أنه يصبح كونياً.

فخمائر التفكك ليست مرسلة من قبل البعض - وهذا باستبعاد تام "للقصد" وترتيبات نظريات المؤامرة ضد مصلحة البعض الآخر، - وإنما هي تصيب كل العالم؛ حتى ولو كان كل منهم قد أصيب بشكل مختلف، وبدرجات متفاوتة.

وهذا لا يخالف كثيراً رأي عالم المستقبلات "ألفن توفلر" في نظراته لمجتمع القنوات المتعددة، حيث ظل الاتجاه الأساس للتغيير في وسائل الاتصال - على الأقل منذ عام ١٩٧٠م - عندما تنبأ كتاب "صدمة المستقبل" بأن التفكك القادم لجماعية ما يثبت على موجات الأثير يتركز

صوب تجزئة المتلقين - مشاهدين ومستمعين - إلى شرائح ومجموعات فرعية، كل منها تستقبل تركيبة مختلفة من الرسائل والبرامج^(١).

وقد واکب هذا توسع كبير في مقدار الصور الانطباعية التي يبثها التلفزيون في شكل مواد إخبارية وترفيهية.

ولقد ظل البشر - على مر العصور - يتبادلون صوراً انطباعية رمزية للواقع، خاصة الواقع الثقافي الذي يعيشونه.

وقد تصح ملاحظة "توفر" لمجتمع القنوات المتعددة إذا كانت "تركيبة" الرسائل والبرامج مختلفة بما يلبي الحاجة الخاصة للمتلقين.

ولكن رغم تعدد القنوات ومسمياتها؛ إلا أن الإطار المرجعي لأساليب أدائها المهنية واحد، وهو ما يعرف ببيئة الوسيلة؛ كما أن الرسالة (البرنامج) مسخّ مشوّه للخصوصية الثقافية.

وحال فضائياتنا نموذج لتعريب التغريب، وجعل رسالة الآخر الثقافية أكثر حضوراً في واقعنا، أي أنها تخلق القابلية للغزو أكثر من تأسيس المناعة الثقافية الذاتية ضده، وهي بالتالي تؤدي دورها في التنميط الكوني، وتحويل هذه الصيرورة التوحيدية الامتثالية إلى ظاهرة عالمية تنقل بلغة الضاد عاهات الغرب ونواقصه، الشيء الذي يهدد الخصوصية الثقافية بأكثر الانحرافات خطورة.

فنحن نتيح - بتعربنا للمواد الإعلامية الغربية - لحواس الآخرين الإعلامية أن تمطرنا بوابل متّصل من الرسائل والشفرات المتناقضة لخصائص ثقافتنا، وتمارس فينا عمليات الاقتلاع اليومي للأصول

(١) الدكتور جلال أمين، العولمة والتنمية العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، سبتمبر،

والجذور، وتتعهد التشكيك في كل ميراثنا الحضاري ورموزنا القومية المبعجلة، وتتصيد الثقافة في معترك السياسة التي جعلت بؤرتها (فلسطين) على خاصرة أمتنا.

وعندما تنهياً لنا وسائل اتصال عابرة؛ نوظفها لاجترار بضاعة الآخر، ونمكن بها للاستلاب الفكري والثقافي، وقد فقدت وسائل اتصالنا قدرتها على إضفاء صورة مميزة على رسالتها وأنشطتها المحلية، وهي مدعوة إلى مراجعة أدوارها، وإعادة رسالتها الثقافية القومية، لتبرر الحكمة من وجودها.

القابلية للاستلاب :

نتج الاختلال الثقافي أساساً من عمليات الانتهاك المستمر الذي تقوم به وسائل الإعلام العالمية للخصوصيات المحلية، ويعينها القابلية العالية للاستلاب، والذي تتمثل أكبر مظاهره في عمليات التقليد والتعريب غير المرشّد لكل ما ينتجه الغرب من مواد ورسائل إعلامية.

وقد خلقت كثير من دعاوى الحداثة حالةً من الانجذاب للحضارة الغربية، الأمر الذي أوجد حالة من المسخ والانسلاخ من قيم الهوية الخاصة.

يقول الدكتور "جلال أمين" : إنه خلال المائتي عام المنصرمة، مر العرب بعملية "انسلاخ" من أنفسهم، أو عملية استلاب، أو اغتراب، ويمكن تسميته أيضاً بعملية "تعريب"، وهي عملية، أو تطور، ليس من السهل وصفه بأنه كان خيراً أو شراً؛ ولكنه بلا شك كان تطوراً على مستوى عال من "الدرامية" (١).

(١) علي درويش، (ترجمة)، نظم الإعلام المقارنة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة،

ورغم أن الدكتور جلال لا يرى وجهةً في وضع حكمٍ قيمي أو معياري مطلق بسوادٍ أو بياض هذه الحالة العربية ؛ فقد أعطانا صفة الدرامية لنستخلص منها موقفنا الخاص ، رغم تأكيدنا اللاحق على سلبية حالة الانسلاخ والاستلاب والتغريب هذه ، ولكنه تقدير خاص لا يستغرب في أن يكون حكماً موضوعياً يتبناه الآخرون ؛ رغم أنه يقصد حالة التنمية العربية الشاملة - وليس جانبها الثقافي فقط - والذي اتخذناه موضوعاً محدداً لهذه الورقة.

والاختلال في التوازن الثقافي ؛ قائم - إلى حد كبير - على العجز في التمكن (الاستخدام) من وسيلة التقنية أكثر من القدرة على امتلاكها، لأن حقائق الواقع تؤكد قدرتنا على الامتلاك ، وتنفي سلطة هذه القدرة على تصويب الأهداف بضبط الرسالة ووضع سياجٍ واقٍ للخصوصية ، وحماية الأسرة والشباب الذين يمثلون عماد المستقبل ، ونحن ككيان حضاري ثقافي ، وفرت لنا الثروة النفطية وغيرها امتلاك حواسٍ إعلامية نافذة ، ولكننا بحاجة إلى ثورة في التوجيه ، ليس بالضرورة لمنازلة الآخرين في معترك المثاقفة ، ولكن لحماية خصوصياتنا الثقافية من أن تُنتهك بأيدي الآخرين وأيدينا ، بما نقوم به من استيرادٍ وتعريب لبضاعة الآخرين دون ضوابط أو حُسن للانتقاء.

وتثار شكوى أخرى تجاه حواسٍ الإعلام وتقنية الاتصالات المتقدمة - وبخاصة الإنترنت - هي أنه نظراً لأنها توسع فرص المستهلكين عن المعلومات والترفيه ، بالإضافة إلى السلع والخدمات التقليدية ، فإن الثقافة العالمية (العربية) البازغة تعدد وتهدد المعايير المحلية ، وأيضاً موردي المعلومات والثقافة المحليين .

فأمريكا وحدها تستأثر بثمانين بالمائة تقريباً من حصة المعلومات والثقافة الموجودة في شبكة الإنترنت.

ففي حين أن لهوليود ولكوكاكولا وجود كلي في كل مكان حالياً ؛ فإن منتجات العالم النامي لا أثر لها في واعية الشمال وثقافته ، لانعدام وجودها الفعلي في عالم الواقع.

وقد يشعر دعاة "العولمة" بأن الخيار الإضافي يمثل انتقاصاً من الرفاهية البشرية، لكنّ البعض يعتقدون العكس بصورة واضحة.

وتقدم الملاحظات التالية - المأخوذة من التقرير الذي أصدرته مؤسسة "مورجان ستانلي دين ووتر" للاستثمار" في سبتمبر ١٩٧٧م - تصويراً دقيقاً قوياً لإمكانات نمو المنتجات والخدمات الاستهلاكية والثقافية، التي كان ينتجها الأمريكيون وما يزالون، ومقارنتها ومقاربتها بما هو موجود في العالم النامي.

ولم يتغير الواقع كثيراً منذ ذلك الحين ؛ ففي حين أن الهواتف النقالة تكتسح البلدان المتقدمة وبضع أسواق ناشئة ؛ فإن أكثر من ٥٠ بالمائة من سكان العالم لم يُجروا مكالمات هاتفية مطلقاً. وعلى الرغم من أنه يبدو أن مطعم ماكدونالدز (عولمة المطبخ) موجود في كل ركن في شوارع الولايات المتحدة والعالم ؛ فإن الشركة لا تزال تخدم نصف في المائة فقط من سكان العالم.

وفي حين أن شركتي "فوجي" و"كوداك" تتعاركان حول ما إذا كانت السوق اليابانية مغلقة بصورة عادلة أم لا ، فإن نصف سكان العالم لم تُلتقط لهم صورة فوتوغرافية مطلقاً.

غير أن قضايا هذه المؤسسات الأمريكية صارت - بفعل الإعلام الغربي - قضايا العالم ، وإسقاطاتها جزءاً من بثور التشويه في ثقافته (١) .

إلى جانب ذلك ؛ فإن العالم النامي ما يزال يمثل فرصة وسوقاً بكرةً للإنتاج الاستهلاكي والثقافي . وبالمثل ، فإنه إذ تصبح أسواق العمل مرتبطة من خلال التجارة ، وإذ تتصاعد أوجه القلق الإنسانية الدولية بفعل تحسين وسائل الاتصالات والإعلام (تأثير الإنترنت و CNN) ؛ تبدو الدعوة إلى معايير عالمية لموازنة التبادل وعدالته أكثر إلحاحاً .

يضاف إلى ذلك : انتشار النزعة الفردية ، التي تكسب لها أراضٍ جديدةً كل يوم بفعل وسائل الاتصال .

فالفردية - حسب تعبيرات "سيرج لاتوش" ، تندس في كل مكان عن طريق الاندماج الاقتصادي العالمي ، وعالمية الثقافة وألف قناة وقناة إعلامية مختلفة يقوى بعضها بعضاً .

إنها تنتشر دائماً بعمق أكثر في المجتمعات غير العربية والإسلامية ، ولكن المناعة العربية الإسلامية تنهار أمامها بشكل مستمر .

ونحن نعلم أن العقلية الفردية تشكل خميرة لتفكيك الرابطة الاجتماعية ؛ بتهديدها لتماسك الأسرة ، وتسببها في فتنة الشباب وانحرافهم .

إنها كالسرطان في نسيج العصبية القبلية والتضامات التقليدية والقيم الدينية والأخلاقية .

(١) محمد مصطفى غنيم ، ترجمة ، وسائل الإعلام والسياسة الخارجية ، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية ، القاهرة ، ١٩٩٥ م ، ٣٧ - ٤٢ .

ومما يجعل النزعة الفردية شيئاً لا يمكن مقاومته بالنسبة لأجيال الشباب من الجنسين ؛ أنها تبدو تحريرية في نظر كل واحد منهم.

إنها تحرر الإنسان من محددات وقيود ثقافته، وتفتح أمامه سراب آمالٍ للانطلاق ؛ لا حدود لها، ولكن على حساب القيم والأخلاق والدين والعصبية القومية، التي تشكل لحمة تماسك الجماعات والحياة الجماعية.

وعلى أية حال، فإننا نجد أنفسنا بعيدين عن سلطة التمكّن، وعن القدرة على رد عدوان الثقافة الغربية الليبرالية المتطرفة.

نقول ذلك ؛ والحلول النظرية غير قابلة للتطبيق والتعميم في واقعنا المعاصر ؛ فالفشل الذي نشاهده هنا وهناك لا يعود كثيراً إلى النواقص التقنية ؛ وإنما بكل بساطة إلى عدم واقعيته السياسية، بالإضافة إلى استحالته الشاملة، قراءة لتاريخية الخلافات العربية والإسلامية وحقائق الوضع الراهن.

إننا نعاني رهق الاختناق الثقافي، والوافد الفكري يمثل الحضور، والتجربة التاريخية غائبة عن الحاضر، وآليات تجاوز غياب حيوية الثقافة العربية والإسلامية ؛ مفقودة من الناحية الإجرائية ؛ رغم أنها تتراءى في أفق قريب وكأنها عرائس رمل، وهي القدوة والنموذج.

خاتمة :

تشهد الساحة الإعلامية الدولية اختلالاً كبيراً في تدفقات الرسائل الإعلامية بين الشمال والجنوب، بين دول الغرب وبقية أنحاء العالم، ويتبدى ذلك في عجز الصناعة الإعلامية الوطنية في دول الجنوب - الذي تقع كل دول العالم العربي والإسلامي ضمن نطاقه الجغرافي - عن مواكبة التطورات التقنية في مجال الاتصالات، وضعف التمكن من تصنيعها؛ الأمر الذي يدفع غالب جمهور هذه الدول لأن يتجه لوسائل الإعلام الغربية بحثاً عن المعلومة والخبر والترفيه والحقيقة؛ لعجز الإعلام في دوله عن تقديم الرسائل التي تلبى رغباته، وتُشبع ميوله وتطلعاته، وتؤثر حتماً في سلوكه وتوجهاته؛ فقد أصبح الإعلام سلاحاً أكثر مضاءً في حرب القيم، وسياسات الغزو والاستلاب، والاقتلاع الثقافي.

وتشهد تكنولوجيا الإعلام والاتصالات تطورات متسارعة، وثورة حقيقية، وتقنيات مذهلة، مما يزيد من تأثير وسائل الإعلام المختلفة على حياة الأسرة وثقافة الناس، وكل شيء يتعلق بقيم وأخلاق المجتمعات، وهو ما يعني زيادة التحديات التي يفرضها الإعلام الدولي على القيم الدينية والأخلاقية والمعنوية.

وتزداد خطورة التحدي الإعلامي إذا علمنا أننا كمسلمين لا زلنا مستهلكين؛ لا منتجين، مستقبلين؛ لا مرسلين، متأثرين؛ لا مؤثرين؛ فقد بات الإعلام الغربي - بما يمتلكه من وسائل تقنية متقدمة، وتكنولوجيا فائقة القدرة، وموارد مالية ضخمة - يؤثر في العالم، وأصبح بعض الشباب العربي والمسلم يتأثر بصورة كبيرة ملحوظة بما يُصدّره الإعلام إليه من قيم

ثقافية جديدة، وأفكار مختلفة، وفلسفات مغايرة، وسلوكيات منحرفة، وأخلاقيات منافية للقيم العربية والإسلامية.

إن هذا التحدي الخطير لا يمكن مواجهته إلا بنفس الاستعداد العلمي والمادي، وبذات الوسائل والأدوات، فلا يمكن مواجهة الإعلام الغربي إلا بإعلام إسلامي ملتزم قوي ومؤثر، ولا سبيل لمواجهة ثقافة الصورة الشديدة التأثير في الرأي العام العالمي إلا بنفس الطريقة، مع التشديد على اختلاف قيم المضمون وأخلاقية المحتوى؛ لأن مواجهة تحديات الإعلام الغربي لا تتم بكثرة الحديث عن الغزو الإعلامي والثقافي الغربي، ولا تتأني ببلاغة النقد لفساد الحضارة الغربية، وإنما بتوفير البدائل التي تعين على تحصين المجتمع، وذلك بالاستفادة المثلى من الوسائل المتاحة في تقوية الإعلام الوطني، وتجويد صناعة الرسائل الخاصة؛ بحيث تكون مؤثرة في مختلف شرائح المجتمع، ويصبح صوت الأمة مسموعاً بقيم الخير في أرجاء العالم.