

## أبعاد العولمة وإعادة هيكلة وسائل الإعلام

أ.د. حسن عماد مكاوى\*

مقدمة :

ظهر مصطلح « العولمة » فى السنوات العشر الأخيرة من القرن العشرين ليشير إلى عملية متشابكة الأبعاد الاقتصادية والسياسية والثقافية والإعلامية ، وهى التى تستهدف دمج المجتمعات والثقافات والمؤسسات والأفراد فى سوق عالمية واحدة فى إطار النظام الرأسمالى الحر ونمط الديمقراطية الغربية .

وتهدف هذه الدراسة إلى شرح مفهوم العولمة وأبعادها السياسية والاقتصادية والثقافية والإعلامية ، وتداعيات هذه الظاهرة على إعادة هيكلة سوق وسائل الإعلام على المستوى الدولى ، وذلك من خلال ظاهرتين أساسيتين : الأولى مؤشرات تقلص هيمنة صناعة الإعلام الأمريكية ، والثانية تتمثل فى انتشار ظاهرة تخصيص وسائل الإعلام وتحريرها من القيود والتنظيمات الحكومية .

وتعرض الدراسة لتداعيات العولمة المحتملة على دول الجنوب بوجه عام ، وعلى الوطن العربى بوجه الخصوص ، وأخيرا تقدم الدراسة بعض المقترحات لمواجهة هذه الظاهرة من أجل تحقيق التوازن العالمى فى مجال الاتصال والإعلام .

مفهوم العولمة :

يشير مصطلح « العولمة » Globalization إلى عملية متشابكة الأبعاد

---

\* أستاذ الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة .

الاقتصادية والسياسية والثقافية والتكنولوجية ، تستهدف دمج كافة المجتمعات والثقافات والمؤسسات والأفراد فى بوتقة واحدة يحكمها النظام الرأسمالى الحر والسوق العالمية الموحدة . ويرى أنتونى جيدنز أنه يمكن فهم مصطلح « العولمة » من خلال عبارة بسيطة هى « الفعل عن بعد » (Giddens, 1994) Action at distance.

وعلى الرغم من هذا التبسيط تظل العولمة عملية معقدة سواء على المستوى النظرى أو التطبيقي ؛ ذلك لأن مفهوم « العولمة » شديد العمومية ، ولذلك تختلف بشأنه الآراء والأيدولوجيات شاسعا خاصة فيما يتعلق بتاريخ هذه الظاهرة ، وما إذا كانت ظاهرة جديدة انتشرت فى أواخر القرن العشرين ، أم أنها عملية ذات جذور عميقة فى الحضارة الإنسانية ، وهل هى مصطلح اقتصادى سياسى أم أنها توصيف ثقافى ، ومدى ارتباطها بالنظام الرأسمالى العالمى ، وما مدى علاقتها بالنظام الاستعمارى الثقافى الجديد وتطور أساليب التبعية . (Tomlinson, 1997: 171).

ويزعم « مكجرى » أن العولمة تقتحم أربعة جوانب أساسية للدولة ذات السيادة ؛ وهى : الاحتكار - السلطة - التشريع - الحدود الجغرافية ، فهى تقلص دور الحكومات فى إصدار التشريعات داخل الدولة وممارسة سلطة الدولة ، وإذا لم تستطع الدولة أن تحافظ على أمنها الاقتصادى والسياسى والبيئى ، فإنها تفقد مصداقيتها ، ومن ثم سلطتها . ( McGrew, 1992: 87- 91).

وعلى الرغم من أن عولمة الاقتصاد لم تكن ظاهرة بوضوح قبل عام ١٩٩٠ ، فإن التجارة الدولية كانت ظاهرة معروفة منذ ٧٥٠ سنة قبل الميلاد . (NcNeill, 1987: 131- 132).

وقد اختلف المحللون لظاهرة العولمة اختلافاً شديداً، فمنهم المفتونون بالحضارة الغربية بوجه عام، وكفاءتها في الإنتاج المادي، ونقل المعلومات وتخزينها والانتفاع بها، والديموقراطية الغربية، والعلاقات الاجتماعية الغربية، وغزارة الإنتاج الثقافي في الغرب وتنوعه. وهناك من لا يرى في العولمة إلا اتجاهًا متزايدًا نحو تقسيم العمل، وانتشار التكنولوجيا الحديثة من مراكزها في العالم المتقدم إلى أقصى أطراف الأرض، ومن ثم زيادة الإنتاج كمياً وتحسينه نوعياً.

هناك أيضاً الكارهون للعولمة، حيث يرون أنها نوع من الهيمنة السياسية، والاستغلال الاقتصادي، والتنكر للأديان، وتهديد الهوية القومية لصالح قوميات أخرى (أمين، ١٩٩٨: ٤٦).

وفي جميع الأحوال، فإن العولمة تعبر عن نشاط دولي تقوده نخبة تكنولوجية صناعية، تسعى إلى تدعيم السوق الكونية الواحدة، من خلال تطبيق سياسات مالية وائتمانية وتكنولوجية واقتصادية متحررة من القيود والتنظيمات الحكومية المألوفة.

### أبعاد عملية العولمة :

تنطوي عملية العولمة على الكثير من الأبعاد السياسية والاقتصادية والثقافية والتكنولوجية، وذلك على النحو الآتي :

#### الأبعاد السياسية للعولمة :

١- إفساح المجال أمام التعددية السياسية وحرية التعبير والإعلام في إطار مبدأ

« السوق الحرة للأفكار » ، مما أدى إلى انهيار أسوار عالية كانت بعض الدول تحتذى بها من تيار العولمة ، أو كانت معزولة بدرجة أو أخرى ، مثل الصين وأوروبا الشرقية .

٢- لم يعد عالمنا المعاصر منقسما إلى كتلتين متصارعتين من الدول ، وإنما أصبحنا بصدد عالم هر في تركيبته أقرب إلى فكرة « الشبكة » Network منه إلى فكرة « التسلسل الهرمي » ، وهذا يعنى انتقال السلطة من النمط الهرمي التقليدى إلى نمط الشبكات الدولية ، ومن الإلزام المركزى إلى الاتحاد التطوعي . أما محرك هذا التحول فهو ثورة تكنولوجيا المعلومات ، وقدرة الاتصال المتسعة على نحو جذري ، وهى التى عززت من قوة الأفراد والجماعات ، بينما قلصت من السلطة التقليدية للدولة . فالدولة لا تختفى ولكنها تتفكك إلى أجزائها المنفصلة المتميزة وظيفيا ، وتقيم تلك الأجزاء شبكات مع شبيهاتها فى الخارج ( مؤسسات إعلامية - محاكم - هيئات تنظيمية - منظمات غير حكومية ) مكونة نسيجاً كثيفاً من العلاقات التى تشكل نظاماً جديداً عابراً للحكومات . ( سلوتر ، ١٩٩٨ : ٧ - ١٨ ) .

٣- هناك تغير ملحوظ فى مركز « الدولة » ، حيث بداية التضاؤل فى قوة الدولة لتحل الشركات متعددة الجنسية تدريجياً محل الدولة . لم تعد حدود الدولة القومية هى حدود السوق الجديدة ، بل أصبح العالم كله مجال التسويق ، سواء تسويق السلع أو الخدمات أو الأفكار . ( أمين ، ١٩٩٨ : ١٧ ) كانت الدولة ذات السيادة هى اللبنة الأساسية فى النظام الدولى ، وهى المرجع فى مفهوم الشرعية الدولية ، ولو من الوجهة النظرية . أما الآن فلم تعد سيادة الدولة تحظى

بحصانة مطلقة ، وإنما أصبحت تُنتهك وتُخترق بطرق شتى مادية أو معنوية معا .  
(أحمد ، ١٩٩٨ : ٣٥) .

٤- أسفرت التغيرات العالمية عن توارى اعتبارات الجغرافيا السياسية لتصعد على أساسها اعتبارات الجغرافيا الاقتصادية ، والتي أصبح لها اليد العليا فى رسم السياسات الخارجية للدول ، وتحديد مصالحها القومية ، وصياغة برامجها للأمن القومى .

٥- إحياء المجتمع المدنى فى مختلف أنحاء العالم ، وتحول المنظمات التطوعية ( حقوق الإنسان - المرأة - الأقليات العرقية ) إلى طرف فاعل فى النظام الدولى يضغط على الدولة فى بعض الأحيان . ( يسين ، ١٩٩٨ : ٣٤) .

٦- تراجع مكانة منظمة الأمم المتحدة ووكالاتها المتخصصة ، فالأمم المتحدة لا تستطيع العمل بفعالية مستقلة عن القوى العظمى التى تكوّننها ، كما أن تلك الأمم لن تتخلى عن سلطتها وسيادتها لمؤسسة دولية . ( سلوتر ، ١٩٩٨ : ٧) .  
كذلك هناك تصاعد لسلطة الثلاثى الذى يخضع بصورة شبه مطلقة لسيطرة الدول الصناعية ( السبع الكبار ) فى إطار أيديولوجية السوق ، وأعنى به : البنك الدولى ، وصندوق النقد الدولى ، ومنظمة التجارة العالمية . ( عبد الرحمن ، ١٩٩٨ : ٦٠) .  
ومن الناحية القانونية ، مازالت معظم الأمم تتمسك بشرعية مستمدة من منظمة الأمم المتحدة ، ولكن الولايات المتحدة الأمريكية من الناحية الفعلية مازالت تحاول أن تفرض هيمنتها المنفردة . وهكذا أصبح لدينا مرجعان : أحدهما يستند إلى الشرعية ، وهو الأمم المتحدة ، والآخر يستند إلى القوة وهو الولايات المتحدة ، أى أن هناك تعارضا ما بين قوة القانون وقانون القوة .

## الابعاد الاقتصادية للعولمة :

١- صعود التكتلات الاقتصادية الإقليمية . وقد بدأت هذه التكتلات بظهور السوق الأوروبية المشتركة عام ١٩٥٩، ثم تكتل دول جنوب شرق آسيا ASEAN عام ١٩٦٧، ثم منتدى التعاون الآسيوي الباسيفيكي APEC عام ١٩٨٩، فالسوق الأمريكية الشمالية NAFTA عام ١٩٩٤، و السوق الأمريكية الجنوبية Mircosor عام ١٩٩٥. واتخذت هذه التكتلات الدولية شكل الأسواق المشتركة التي تستهدف تحقيق المصالح الاقتصادية للدول المنظمة لها قبل تحقيق أهداف سياسية أو ثقافية .

٢- الإعلان عن الاتفاقية الدولية للتعرفة والتجارة GATT فى أبريل ١٩٩٤ بمراكش، وهى تعبر عن النظام التجارى العالمى الجديد. وتم تنفيذ اتفاقية « الجات » اعتبارا من ١٩٩٥، وتقضى الاتفاقية بتحرير تدريجى للتجارة العالمية فى السلع و الخدمات والملكية الفكرية .

٣- بروز الشركات العالمية العملاقة واستخدامها لاستراتيجيات التحالف أو الدمج . فمع تزايد الاتجاه نحو إدارة بلا حدود جغرافية زاد ظهور الشركات العالمية وتأثيراتها، وبعد أن كان توسع الشركات يتخذ صورة تعدد الفروع فى السوق الوطنية، تطور الأمر لنشر الفروع الخارجية عالميا، وخاصة مع تطور شبكات المعلومات والتجارة الإلكترونية . وتنقسم الشركات العالمية إلى نوعين :  
أ- الشركات متعددة الجنسية : وهى شركات تنتشر عملياتها فى أكثر من دولة فى آن واحد، لكن يتم التخطيط لها وإدارتها مركزيا بالدولة الأم، وقد ساهمت هذه الشركات فى النمو السريع للتجارة العالمية .

ب- الشركات العابرة : وهي تدير عملياتها في أكثر من دولة في الوقت نفسه ، وتضع قراراتها لا مركزيا بما يتناسب وطبيعة السوق المحلي الذي تدير عملياتها به Multi- Domestic ومن أمثلة تلك الشركات : جنرال موتورز - نستلة .

وقد تحول كثير من الشركات الكبرى التي أنهكها التنافس من استراتيجية التنافس إلى استراتيجية التحالف ، والهدف من ذلك تقليل تكلفة المنافسة ، وخفض نفقات البحوث والتطوير ، ونقل التكنولوجيا بشكل منفرد ، وتعزيز القدرات التنافسية للمتحالفين . ومن أمثلة هذه التحالفات : تحالف شركة «توشيبا» اليابانية مع شركة «موتورولا» الأمريكية في صناعة وسائل الاتصال الإلكترونية وتسويقها . وتحالف شركة «سيمنز» مع شركة «فيليبس» الهولندية في صناعة أشباه الموصلات الحرارية . وتحالف شركة «طومسون» الفرنسية مع شركة GVC اليابانية في صناعة شرائط الفيديو .

وبالإضافة لاستراتيجية التحالف ، هناك استراتيجية الشراء والدمج ، ومن أمثلة ذلك ، اندماج شركة IBM مع شركة Lotus ، بعد شراء الأولى للثانية بمبلغ ٣,٥ مليار دولار ، بهدف تكوين كيان قادر على منافسة شركة Microsoft التي تستحوذ على ٨٠٪ من سوق أنظمة الحاسبات الإلكترونية .

٤- انتشار معايير الجودة العالمية والمواصفات القياسية «أيزو» ISO . ففي عام ١٩٨٧ وضعت المنظمة الدولية للمواصفات القياسية International Standards Organization - ومقرها مدينة جنيف بسويسرا - مواصفات قياسية عالمية موحدة تلتزم بها دول المجموعة الأوربية والدول الصناعة الكبرى



لكافة المنتجات فيما عدا المنتجات الكهربائية والغذائية ، ووضعت المنظمة الدولية الكهربائية الفنية IEC مواصفات قياسية للمنتجات الكهربائية . كما وضعت المنظمة الدولية لدستور الأغذية CAC مواصفات المواد الضارة بالصحة وحدودها ، وكذلك حدود بقايا المبيدات الحشرية والآفات في الحاصلات الزراعية والمنتجات الغذائية .

٥- انفتاح النظم المالية والاستثمارات العالمية ، فخلال الثمانينيات والتسعينيات ألغى كثير من دول أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية سقف أسعار الفائدة ، وسمح هذا لكثير من البنوك أن تجذب مستثمرين أجانب ، وقدمت لهم أسعار فائدة أعلى ، وفي الوقت نفسه قلت القيود المفروضة على إنشاء فروع لبنوك أجنبية ، مما جعل النظم المالية العالمية أكثر انفتاحا . كذلك اجتذبت بعض الأسواق - مثل شرق آسيا - الاستثمارات الدولية مثل هونغ كونج ، وتايوان ، وسنغافورة ، وكوريا الجنوبية ، وماليزيا ، حيث تصدر هونغ كونج ٩٠٪ من ناتجها الصناعي ، وتصدر تايوان ٧٠٪ من إجمالي ناتجها الصناعي . ( مصطفى ، ١٩٩٨ : ١٦ - ٣٠ ) .

### الأبعاد الثقافية للعولمة :

١- امتدت أنماط المنافسة من اقتصاد السوق لتشمل الجوانب السياسية والثقافية ، ومن الناحية الجغرافية امتدت ثقافات المجتمعات الغربية الصناعية إلى المجتمعات التقليدية مجددة شكل تنظيمها الاجتماعي ، وأدى الإنتاج المتزايد إلى الاستهلاك المتزايد ، وتوفير المستلزمات الاجتماعية لدولة الرفاه .

٢- ساد الحديث عن « القرية الكونية » التي ينتشر فيها جميع أنواع



الاتصالات ، ويرى بعض العلماء أن هذا التطور يشكل تهديدا للثقافات الوطنية التي تتعرض لهيمنة الثقافات الوافدة عبر وسائل الاتصال الدولية . ورغم أنه من المتفق عليه أن الثقافات الوطنية تنمو وتزدهر من خلال احتكاكها بالثقافات الأخرى ، فإنه يسود الخوف من تعرض بعض الثقافات لفقدان هويتها نتيجة استخدام التكنولوجيا الحديثة ، وأنه بدلا من التبادل الثقافى المتوازن والتعددية الثقافية ، توجد محاولات من جانب بعض الدول - خاصة الولايات المتحدة - لفرض قيمها الثقافية على البلدان الأخرى . وطالما أن الثقافة هي أسلوب حياة ، فإن إدخال قيم ثقافية وافدة إلى مجتمع ما ، سيؤدى على المدى البعيد إلى ضعف أسس هذا المجتمع فيما يتعلق بالعلاقات الاجتماعية والإبداع الفنى والأنماط الثقافية . (أغا ، ١٩٩٥ : ٢٦) .

٣- أصبح اكتساب الطابع الفردى ظاهرة عالمية ، وقد حدث ما أسماه «تالكوت بارسونز» «الفردية المؤسسية» فى التشريع والهيكل والعمليات التنظيمية ، وكذلك فى التفكير والسلوك اليومي ، فالأفراد فى الجزء المتقدم من العالم معرضون بشدة لتوتر دائم ، حيث يوجد عدم يقين Uncertainty فيما يتعلق بما اكتسبه الفرد من تعليم أو مهارات أو خبرات إنتاجية . وقد أصبحت المجتمعات خاضعة بدرجة متزايدة للتقلبات العالمية لعمليات نقل التكنولوجيا ، والتبادل التجارى والمالى ، والاستقرار السياسى ، وكثيرا ما يترتب على ذلك انعدام فعالية الأشكال التقليدية للتضامن الاجتماعى . ونتيجة لنقص المعلومات أو بسبب المعلومات المشوهة ، أصبح الأساس المعرفى للتوجه والعمل مزعزعا . (Parsons, 1987: 221).

٤- إن الاتجاه العالمى للفردية يحدث تأثيرات ثقافية متماثلة بدرجة صارخة

على مستوى العالم . وتفيدنا التجارة اليومية أنه فى غضون أيام أو أسابيع يندفع الشباب فى جميع أرجاء العالم لشراء الموسيقى أو الملابس أو « موزات » قص الشعر المصنوعة فى الثقافات الغربية . ومن المفارقات أنهم بمحاولتهم اللحاق بأحدث التقاليع لتأكيد فرديتهم ، إنما يحدثون التأثيرات المجمعمة للتراكم السلوكى والتجانس الثقافى العالمى ، ويكون ذلك أكثر وضوحا لدى الشباب عنها لدى كبار السن . والواقع أن مشروب الكوكاكولا ومطاعم مكدونالد وخدمات الوجبات السريعة المنتشرة فى العالم ، هى فى الأساس نسخ مكررة من خط الإنتاج السريع القائم على مبادئ فورد أو تاييلور ، وهكذا فإنها تؤدى إلى حدوث الآثار الثقافية والسلوكية المتجانسة بين العمال والمديرين والزبائن واستمرارها ، والنتيجة هى كبت التنوع التقليدى للأتماط الثقافية والسلوكية . ( جينوف ، ١٩٩٨ : ٢٩ - ٤٦ ) .

٥- إن الاختراق الثقافى يعد آلية متطورة تسعى إلى تكريس منظومة معينة من القيم الوافدة تتفاعل داخل المجتمعات وتسرى ببطء - ولكن بثبات - مخترقه منظومة القيم الثقافية الوطنية فتعمل على تفتيتها وتمزيقها من الداخل ، وإحلال القيم الأمريكية ذات الطابع الاستهلاكى محلها ، وذلك على حساب أى محاولات للنهوض أو الاستقلال أو التمايز الثقافى . ( عبد الرحمن ، ١٩٩٨ : ٦٥ ) .

٦- إن العقدين الأخيرين من القرن الحالى شهدا تفجرا للروح الجماعية ، فالتعصب القومى الذى كان من المعتقد أنه اختفى بوصفه متعارضا مع الحداثة قد عاد بصورة مذهلة فى جميع القارات ( الجمهوريات السوفيتية السابقة -

يوغسلافيا السابقة - إيران - الجزائر - الأكراد) . وهي جهود تستهدف التأكيد على الهوية القومية ، وتقاوم الاتجاه العالمي نحو التجانس الثقافي .

### الأبعاد الإعلامية والتكنولوجية للعولمة :

١- أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة الكثير من الوسائط والوسائل التي ألغت الحدود الجغرافية ، وقربت المسافات ، وسهلت إمكانية الحصول على المعلومات من أى مكان وتجميعها وتخزينها وبثها بشكل فوري متخطية قيود الوقت والمساحة ، وقد تمثلت هذه المبتكرات فى الأقمار الصناعية ، والحاسبات الإلكترونية ، وخطوط الميكروويف ، والألياف الضوئية ، والاتصالات الرقمية ، والكوابل المحورية ، والوسائط المتعددة ، والاتصال المباشر بقواعد المعلومات وشبكاتهما مثل « الإنترنت » ، والتليفونات الخلوية والمحمولة ، والبريد الإلكتروني ، وعقد المؤتمرات عن بعد . وتعمل معظم هذه المبتكرات فى إطار المشروعات الخاصة ، وتخطب الحاجات الفردية .

٢- زيادة الاتجاه نحو الإعلام المتخصص ولا مركزية الاتصال التى تعتمد على تقديم رسائل متعددة تخاطب الحاجات الفردية الضيقة والجماعات المتجانسة Demassification بدلا من الرسائل الموحدة التى تخاطب الجماهير الغفيرة Massification ، ويعتمد هذا الاتجاه على التوسع فى تأسيس خدمات اتصالية متحررة من النظم والقيود الحكومية . (مكاوى ، ١٩٩٧ : ٢٤٢ - ٢٤٣) .

٣- فقدان الحكومات الوطنية لاحتكار البث التليفزيونى الذى يتلقاه مواطنوها ، مما جعل بعض الحكومات تعيد هيكلة نظم الإعلام من خلال فتح المجال أمام تأسيس خدمات اتصال إلكترونية غير حكومية ، لتعزيز القدرة على

المنافسة في السوق الإعلامية الدولية . (Taylor, 1992: 7).

٤- اتجاه صناعة الاتصال الجماهيري إلى التركيز في كيانات ضخمة وملكية مشتركة متعددة الجنسيات ، وامتد هذا التركيز من السلاسل الصحفية إلى شبكات الراديو والتلفزيون ، ونظم الكابل ، والحاسبات الإلكترونية ، وصناعة الإلكترونيات . وفي حالات كثيرة تمتد أنشطة هذه الكيانات الإعلامية العملاقة إلى تملك إدارة أعمال أخرى ليس لها علاقة بصناعة الاتصال . (مكاوي ، ١٩٩٧ : ٢٦٨ - ٢٦٩) .

٥- إن مجموعة لم يسبق لها مثيل من التحالفات والاندماجات قد أثرت على كل القطاعات في العقد الأخير : الإلكترونيات ، الإنتاج الإعلامي ، التلفزيون ، الكابل ، النشر ، الكمبيوتر ، وكافة الاتصالات السلكية واللاسلكية ، وكلها تسعى لإيجاد مكان لها في السوق العالمية . لقد أصبح المنتجون أنفسهم يلغون الفرق بين الإعلام والتسلية ، وبين البرامج والمعدات ، وبين الإنتاج والتوزيع . فقد تم تشكيل تحالفات جديدة بين ملاك المكونات المادية Hardware وملاك المحتوى الإعلامي Software . فعلى سبيل المثال ، أعلنت شركة MCI الأمريكية للاتصالات السلكية واللاسلكية عن استثمار ملياري دولار أمريكي في شركة روبرت ميردوخ للأبناء ، مما يحقق الدمج بين خطوط الألياف الضوئية والمحتوى الإعلامي والبرامجي . وسيؤدي دمج شركة ABC / Capital Cities مع إمبراطورية Disney بقيمة ١٩ مليار دولار في ما يعده « مايكل إيزنر » رئيس مجلس إدارة شركة والت ديزني أعظم شركة ترفيه في العالم خلال القرن الحادي والعشرين . (اليونسكو ، ١٩٩٥ : ١١٦ - ١١٨) .

## إعادة هيكلة وسائل الإعلام في إطار العولمة :

حتى وقت قريب ، كانت أغلب وسائل الاتصال الإلكترونية مملوكة للدولة في معظم أنحاء العالم ، وكان يُنظر إليها - مع قليل من الاستثناءات - بوصفها أدوات تعكس الثقافة القومية وتحقق الدمج الاجتماعي من خلال نقل المعلومات والتعليم والتسلية لجميع فئات المجتمع .

وفي دراسته الوصفية حول النظم الإذاعية في ١٨٤ دولة ، قسم « سيدني هيد » أساليب ملكية الإذاعات إلى أربعة أنماط رئيسية : نمط الاحتكار الحكومي Government Monopoly ويوجد في ٩١ دولة بنسبة ٤٩٪ ، ونمط الهيئات العامة Public Service Corporation Model ، ويوجد في ٣٨ دولة بنسبة ٢١٪ ، ونمط الملكية الخاصة Private Ownership ويوجد في ٣٦ دولة بنسبة ٢٠٪ ، وأخيرا النمط المختلط Mixed System ويوجد في ١٩ دولة بنسبة ١٠٪ . (Head, 1985: 60- 86).

والآن تغيرت هذه الصورة تماما ، وأصبح على الحكومات في الوقت الحالي أن تقوم بالمهمة الدقيقة في فتح أبواب الاحتكارات المحمية أمام المنافسة ، وأسباب ذلك تكنولوجية في معظمها ؛ إذ إن الأقمار الصناعية أصبحت تخترق جميع الحدود ، وهي أسباب سياسية أيضا ، ليس بسبب زوال الأنظمة الشمولية لسيطرة الدولة فحسب ، ولكن أيضا بسبب تزايد الضغوط من أجل إتاحة الفرصة أمام الناس لتوصيل آرائهم في المجتمعات الديمقراطية ، وهي أسباب اقتصادية أيضا بحثا عن مناخ الربح في السوق الحرة ، حيث لا يحتاج دور السلطات إلى إلغاء بقدر ما يحتاج إلى إعادة تنظيم في هذا السياق .

وخلال العقد الأخير من القرن العشرين ، يبدو أن هناك إرهابات لإعادة هيكلة سوق وسائل الإعلام في معظم أنحاء العالم ، ويمكن رصد مظاهر هذا التغيير في ظاهرتين :

أولاً : تقلص هيمنة صناعة وسائل الإعلام الأمريكية .

ثانياً : تزايد الاتجاه نحو خصخصة النشاط الإعلامي على المستوى الوطني .

**أولاً : تقلص هيمنة صناعة الإعلام الأمريكية :**

لسنوات عديدة كانت عبارات مثل « استعمار وسائل الإعلام » - « الأخبار أمريكية » - « صنع في هوليفود » تلخص صناعة الأخبار الدولية والترفيه من جانب الشركات الأمريكية التي اكتسبت شهرة واسعة في ترويج منتجاتها الإعلامية على المستوى الدولي . ولكن خلال السنوات القليلة الماضية ظهرت مؤشرات على تقلص المزايا التنافسية للولايات المتحدة في سوق وسائل الإعلام الدولية ، وذلك على النحو الآتي :

١- انخفاض مستوى التعليم الابتدائي والثانوي في المجتمع الأمريكي بالمقارنة مع مجتمعات أخرى مثل اليابان وألمانيا وكوريا الجنوبية .

٢- باعت بعض الشركات الأمريكية التكنولوجيا بأسعار منخفضة لمنافسين أجنبية ، واستطاعت هذه الشركات منافسة الشركات الأمريكية والتفوق عليها . (Carveth, 1992: 707) .

٣- فشلت بعض الشركات الأمريكية في تخفيض نفقات الإنتاج ، مما جعل السلع الأمريكية تفقد مزاياها التنافسية في مجال الأسعار (Porter, 1990: 30) .



٤- واجهت الولايات المتحدة بعض المشكلات المالية منذ عام ١٩٧٠ حتى منتصف الثمانينيات ، حيث ارتفعت معدلات الفائدة في البنوك مما أدى إلى قلة الاستثمارات الداخلية . (Toffler, 1990) .

٥- ارتفاع تكاليف البرامج القادرة على المنافسة الدولية ( تصل كلفة الساعة من البرامج التليفزيونية إلى مليون دولار في المتوسط ، وكلفة الفيلم الروائي ٢٥ مليون دولار ) كما تناقص عدد المشتركين في الشبكات الإعلامية ، وكذلك عائد الإعلانات ، وقد بذلت بعض الشركات جهودا لخفض التكاليف ، مثل إنتاج بعض المكونات في دول أخرى ذات عمالة رخيصة ، وقد تم ذلك في صناعة السيارات والحاسبات الإلكترونية ، وتم إنتاج بعض أفلام الكارتون في كندا وتايوان لخفض التكاليف . (Carveth, 1992: 708) .

٦- في بداية التسعينيات ، حدث ارتفاع في أسعار تذاكر السينما ، وفواتير الاشتراك في خدمات الكابل ، مما تسبب في ضعف فرصة وسائل الإعلام الأمريكية في الانتعاش على المستوى الوطني ، وأصبحت الشركات الأمريكية مضطرة للبحث عن توسيع أسواقها لزيادة المبيعات ، حيث لم تعد الأسواق الدولية أسواقا ثانوية ، وإنما أصبحت أسواقا رئيسية لدعم صناعة الإعلام الأمريكي (Ohmae, 1990) .

٧- حتى نهاية السبعينيات ، كان للولايات المتحدة وضعٌ مسيطرٌ ، ليس في إنتاج المواد الإعلامية على المستوى الدولي فحسب ، ولكن أيضا في صناعة الإلكترونيات ذات الصلة الوثيقة بالصناعات الإعلامية ( الراديو والتليفزيون والفيديو ) . وخلال الثمانينيات ، واجهت صناعة الإلكترونيات الأمريكية



منافسة قوية من جانب أوروبا واليابان، ونتيجة لهذه المنافسة هجرت بعض الشركات الكبرى مثل RCA صناعة الإلكترونيات، كما اضطرت بعض الشركات مثل «موتورولا» إلى عقد تحالف مع شركة «فيليبس» الهولندية يسمح لشركة فيليبس بالاستفادة من خبرة شركة موتورولا في تصميم دوائر الفيديو لتشغيل الأقراص المدمجة CD للوسائط الإلكترونية، في حين أنه تستفيد شركة موتورولا من السوق الأوروبية الواسعة لشركة فيليبس.

٨- ضعف التمويل المخصص للبحوث والابتكارات لدى الشركات الأمريكية بالمقارنة مع الشركات المنافسة في الدول الأخرى، فبالرغم من إنفاق ٧٤ مليار دولار على البحوث عام ١٩٩١ بزيادة نسبتها ٦,٨٪ عن عام ١٩٩٠، فإن نسبة الإنفاق على البحوث في مجتمعات أخرى أفضل منها في الولايات المتحدة، حيث زادت هذه النسبة في الفترة المذكورة إلى ١٠,٣٪ في ألمانيا، و ١٢,١٪ في اليابان، و ١٧,٣٪ في فرنسا.

٩- بطء نمو الشبكات القومية الأمريكية الثلاث، وشركات إنتاج الأفلام بسبب انحدار السوق الإعلاني منذ أواخر الثمانينيات، والانتشار المتزايد لشركات الكابل التي استحوذت على نسبة كبيرة من عائد الإعلانات، ولذلك لجأت بعض الشركات إلى خفض التكاليف، ولجأت شركات أخرى إلى طرح أسهمها للبيع. (Carveth, 1992: 710)

١٠- شهدت استراتيجيات المنافسة بين وسائل الإعلام الوطنية تحولاً عميقاً من التوجه للجمهور العام Massification إلى مخاطبة جمهور متجانس Demassification بعد انتشار الشبكات المتخصصة (الأخبار - الرياضة -

الموسيقى - الدراما ) ، وكانت الشركات الإعلامية الأمريكية قد حافظت على وضعها القيادي في تصدير المواد الإعلامية بسبب اتساع نطاق السوق الأمريكية الذي يغطي ٢٥٠ مليون نسمة .

١١- خلال الثمانينيات بدأت دول كثيرة تفرض قيودا على المحتوى الإعلامي الأمريكي مثل كندا وبعض دول أوروبا الغربية التي أنتجت بعض البرامج القادرة على التنافس ، بل والتفوق على المنتج الإعلامي الأمريكي ، وظهر ما يسمى بوسائل الإعلام العابرة لأوروبا Pan- European Media Compaines مثل شركة Hachette وشركة Pathe. كذلك ناقشت بعض الدول الأوروبية إصدار تشريعات لتيسير التبادل البرامجي بين الدول الأوروبية ضمن برنامج « تليفزيون بلا حدود » ، حيث تم فرض حصص من البرامج لكل دولة أوروبية في حالة استيراد المواد الإعلامية من خارج أوروبا ، ويمكن تطبيق هذا الحظر على المواد الأمريكية بالذات . ( Carveth, 1992 : 712 - 713 ) .

١٢- تواجه وسائل الإعلام الأمريكية تغييرات حادة في تفضيلها من جانب الأوروبيين ، حيث يتزايد طلب الجمهور الأوربي على المحتوى الإعلامي الأوربي ، وبالرغم من أن الإنتاج التلفزيوني الأمريكي مازال مهيمن على السوق الأوروبية ، فإنه في حالة تناقص مستمر ، وظهر في السنوات الماضية مسلسلات أوروبية حققت شعبية كبيرة في منافسة المسلسلات الأمريكية . وتواجه الولايات المتحدة الظروف نفسها في دول أخرى مثل كندا وأستراليا ، فضلا عن العوائق الثقافية واللغوية في دول أخرى مثل الباسيفيك . على سبيل المثال فشل المسلسل الأمريكي الشهير « دالاس » في اليابان بسبب تركيزه على الصراعات الأمريكية

التي تتعارض مع القيم السائدة في المجتمع الياباني ، ومن ناحية أخرى أنفقت اليابان مائة مليار دولار أمريكي في شكل استثمارات إعلامية في الخارج خاصة في ماليزيا وتايلاند . (Huey, 1990 : 50 - 60) .

١٣- شهدت فترة الثمانينيات والتسعينيات تزايد الاتجاه نحو تمويل شركات الإعلام الأمريكية من الخارج عن طريق الشراء أو الدمج ، وزيادة القروض المقدمة من البنوك الأجنبية لشركات الإعلام الأمريكية - خاصة البنوك اليابانية - وأصبحت معظم شركات الكابل الأمريكية تتلقى تمويلها من مصادر خارجية . كذلك شهدت وسائل الإعلام الأمريكية ظاهرة الاندماج مع شركات أجنبية ، وقد بدأت هذه الظاهرة من خلال الإمبراطور الإعلامي الأسترالي روبرت ميردوخ الذي نجح في شراء مجموعة من الصحف الأمريكية مثل : "Chicago, Suntimes, New York Post, Boston Herald American" ومجموعة القنوات الإذاعية Metromedia، وشركة Fox للإنتاج السينمائي .

كذلك استطاع روبرت ماكسويل Maxwell البريطاني شراء شركة Macmillan الأمريكية للنشر، وتمكنت شركة Saatchi and Saatchi البريطانية من شراء عدد من شركات الإعلان الأمريكية الكبرى . واشترت شركة Sony اليابانية شركة كولومبيا للإنتاج السينمائي نظير خمسة مليارات دولار أمريكي عام ١٩٨٨ ، وسميت هذه الصفقة « الغزو الأجنبي لهوليوود » . وخلال التسعينيات ، تمكنت شركة Pathe Cannon الأوربية من شراء شركة MGM/UA الأمريكية . وفازت شركة Matsushita اليابانية بصفقة شركة MCA الأمريكية نظير ٦,٨ مليار دولار .

وبوجه عام تم شراء أو دمج ١٤٤ شركة أمريكية لأجانب خلال الفترة من ١٩٨٥-١٩٩٠، وينتمي الملاك الجدد لثمانى دول على النحو الآتى : المملكة المتحدة (٦٩ شركة) ، كندا (٤٢ شركة) ، أستراليا (١٠ شركات) ، هولندا (٨ شركات) ، اليابان وألمانيا (خمس شركات لكل منهما) ، فرنسا (أربع شركات) ، نيوزلندا (شركة واحدة) ، وكان تصنيف هذه الشركات على النحو الآتى : ٦٥ شركة نشر ، ٣١ شركة إعلانات ، ١٨ صحيفة ومجلة ، ١٣ شركة توزيع ، ٥ شركات إنتاج سينمائي ، ٤ شركات إنتاج موسيقى ، شركتان إذاعيتان ، وشركتان للكابل .

وقد كشفت دراسة Rod Carveth عن ثلاثة أنماط لتكوين الشركات الإعلامية الأمريكية فى العقد الحالى :

**النمط الأول :** بناء شركات عملاقة متعددة النشاط الإعلامى Cross-Media Empire Building ومن أمثلة تلك الشركات شركة Maxwell Communication البريطانية ، وشركة News Corporation الأسترالية ، وتمتلكان أنواعا عديدة من شركات الإعلام الأمريكية تشمل صحفا ، ومجلات ، ودور نشر ، وشركات توزيع ، وشركات إنتاج تليفزيونى وسينمائي ، وشركات تليفزيون بالأجر Pay-Tv Services .

**النمط الثانى :** بناء شركات عملاقة متخصصة Concentrated Industry Specific مثل مجموعة صحف Thomson الكندية التى تمتلك ١١٧ جريدة أمريكية ، ومجموعة صحف Hollinger الكندية التى تمتلك ٦١ جريدة أمريكية ، وعموما بلغ عدد الصحف الأمريكية المملوكة لأجانب ١٨٥ صحيفة من بين ١٦٤٠ صحيفة أمريكية .

**النمط الثالث :** الاندماج بين شركات تصنيع «المكونات المادية» Hardware وشركات إنتاج «المكونات الفكرية» Software. ولعل أفضل مثال للشركات التي تتعامل مع المكونات المادية شركة Sony اليابانية التي اشترت شركة CBS الأمريكية لإنتاج التسجيلات الموسيقية، وشركة كولومبيا للإنتاج السينمائي. وهناك أيضا شركة Matsushita اليابانية التي اشترت شركة MCA الأمريكية للتسجيلات الموسيقية، وشركة Universal للإنتاج السينمائي. وكذلك شركة Philips الهولندية التي اشترت شركة A & M Records الأمريكية للتسجيلات الموسيقية (Carveth, 1992 : 716).

ونخلص مما سبق إلى أن الولايات المتحدة الأمريكية حظيت معظم القرن العشرين بمزايا تنافسية عالية في صناعة الإعلام والاتصالات، خاصة صناعة المكونات الفكرية Software مثل الأفلام وبرامج التلفزيون والتسجيلات الموسيقية، وذلك بسبب اتساع سوقها الوطنية (٢٥٠ مليون نسمة)، وقدرة الشركات الأمريكية على تقديم برامج تحقق عائدا رئيسيا من السوق الوطنية، وعائدا إضافيا من التسويق الخارجي.

وخلال السبعينيات والثمانينيات، استطاعت اليابان أن تحقق ميزة تنافسية دولية في صناعة المكونات المادية للاتصال Hardware، وذلك بسبب معدلات الإنتاج العالية الجودة، والكوادر البشرية المدربة، وتكاليف العمالة المنخفضة نسبيا عن الولايات المتحدة، مما حقق لليابانيين وضعاً مهيمناً على المستوى الدولي في معظم صناعات الإلكترونيات مثل الراديو والتلفزيون والفيديو وآلات الفاكس.

وخلال عقد التسعينيات، تمكنت بعض الشركات اليابانية والأوروبية

العلاقة من شراء بعض الشركات الأمريكية الكبرى أو دمجها مكونة كيانات إعلامية ضخمة ذات مزايا تنافسية عالية في السوق الإعلامية الدولية . وقد أدى كل ذلك إلى جعل شركات مثل : سوني - ماتسوشيتا - فيليبس ، أكبر منتج في العالم لصناعة الترفيه المنزلي والصناعات الإلكترونية ، بما يحقق لتلك الشركات السيطرة على سوق الإنتاج والتوزيع والعرض للمواد الإعلامية الترفيهية .

ويشير ذلك إلى بداية فقدان الولايات المتحدة الأمريكية لهيمنتها المنفردة على سوق إنتاج المواد الإعلامية الترفيهية وتوزيعها ، حيث انتقلت ملكية شركتين من أكبر ثلاث شركات أمريكية في صناعة التسجيلات الموسيقية لملاك غير أمريكيين ، كما تم شراء بعض أشهر استديوهات هوليوود مثل : يونيفرسال - كولومبيا - فوكس للقرن العشرين MGM - من جانب ملاك يابانيين وأستراليين وأوربيين . وقد أسهم ذلك ، على سبيل المثال ، في إلغاء الأفلام التي كانت تتناول الصراع بين الثقافتين الأمريكية واليابانية أو إعادة كتابتها ، مما أثار تساؤلات حول ما إذا كان ذلك يعبر عن قرارات سياسية أم اقتصادية ؟ (Hirsch, 1992: 677- 681) .

**ثانيا : الخصخصة هي سبيل التنافس في سوق الإعلام الدولية :**

قبل الثمانينيات كانت وسائل الاتصال الإلكترونية تدار من خلال الحكومات ، إما مباشرة وإما من خلال الهيئات العامة ، وذلك في معظم الدول الأوروبية . وقد بدأ الاتجاه نحو خصخصة وسائل الإعلام في أوروبا في المملكة المتحدة عندما تم تشغيل قنوات التلفزيون التجارية منذ عام ١٩٥٩ ؛ لتعمل جنباً إلى جنب مع هيئة الإذاعة البريطانية BBC .



وخلال السبعينيات، سمحت إيطاليا بتشغيل الإذاعات التجارية، ثم التليفزيون التجارى عام ١٩٨٠. كذلك سمحت كل من فرنسا وألمانيا الاتحادية بتشغيل الشبكات التجارية منذ عام ١٩٨٤. (اليونسكو، ١٩٩٥: ١٠٨).

وكان من بين أسباب اتجاه معظم دول أوروبا الغربية نحو نمط الملكية الخاصة لوسائل الاتصال الإلكترونية التوسع فى استخدام التليفزيون الكابلي، والقنوات التليفزيونية الفضائية، وعوامل المنافسة التى عجلت بالاتجاه نحو خصخصة وسائل الإعلام. (مكاوى، ١٩٨٩: ٤٥).

أما الوضع فى وسط وشرق أوروبا فقد تغير بشكل خاص، حيث كان على وسائل إعلام الدولة التى لا تجد الدعم المالى الكافى أن تتنافس مع الشركات الخاصة، وكانت منظمات البث فى كومنولث الدول المستقلة تعمل حتى عام ١٩٩٥ فى ظل فراغ قانونى نظرا لعدم وجود تشريع حول بث الإذاعة والتليفزيون. وحاليا تعمل شركة تشيكية - قطاع خاص - على إنشاء اتحاد التليفزيون الكابلي فى شرق أوروبا، لتنسيق العمل فى مجال التشريع والتكنولوجيا والتمويل، وهى مهمة كان من المتوقع أن تقوم بها الحكومات فى الظروف العادية.

لقد ظهرت قوى فى المجتمع المدنى مستعدة بشكل متزايد لتبنى شبكات راديو وتليفزيون متحررة من التنظيمات الحكومية. وفى أوائل التسعينيات على سبيل المثال، أنشئ أكثر من ٧٠٠ قناة إذاعية وتليفزيونية (غير قانونية) فى تركيا متحديا بذلك قانونا يعطى احتكار الراديو والتليفزيون لسلطة الدولة.

ونظرا لأن الأمم الفقيرة أو الصغيرة لا تستطيع أن تحسّن شبكات اتصالاتها



بدون الاستثمار والمهارات والتكنولوجيا الأجنبية، فقد أصبح الحل الوحيد هو الخصخصة Privatization خاصة بالنسبة لنظم التلفزيون، وقد أخذت به سنغافورة وكوريا الجنوبية عام ١٩٩٣، والمجر وباكستان وبيرو وروسيا عام ١٩٩٤، وبوليفيا وكوت ديفوار والجمهورية التشيكية والهند وتركيا وأوغندا عام ١٩٩٥.

والحركة من أجل إلغاء قيود البث قوية في إفريقيا جنوب الصحراء، حيث تعد دولة مالي أكبر دولة في عدد القنوات الإذاعية (١٥ قناة)، كما أعطت بوركينا فاسو تراخيصاً لتسع محطات إذاعية، ومنحت لجنة البث القومية في نيجيريا تراخيصاً لمحطة إذاعية وست محطات تلفزيونية، إلى جانب إحدى عشرة محطة لإعادة الإرسال بالكابل ومن الأقمار الصناعية، لكن هذه المحطات الخاصة الجديدة في إفريقيا تعاني من بعض القيود المهمة، فهي تميل إلى تقديم برامج محدودة من الموسيقى الشعبية والبرامج الدينية بعدة لغات قومية، ويركز الكثير من هذه القنوات على الأرباح التجارية من خلال الإعلان والبرامج الترفيهية، وقد لوحظ أيضاً أن هناك ميلاً لمنح التراخيص لأفراد لهم صلة وثيقة بالحكومة.

ومن المخطط خصخصة حوالي ٢٦ شركة هاتف في الدول النامية خلال السنوات القليلة القادمة، لكن مثل هذه الخطط مازالت تواجه بمقاومة سياسية، حيث إن شركات الهاتف التي تملكها الدولة في بلد نام قد تكون بمثابة أكبر هيئة اقتصادية، فقد يساعد دخلها على مساندة أنشطة كثيرة، ويعد دخل المكالمات الدولية المغالى في سعرها أحد مصادر العملة الصعبة، لكن مثل هذه المواقف

السلبية يتم تحطيمها بالضغط الدولي . فالبنك الدولي ، على سبيل المثال ، قد ربط بين قروض الاتصالات اللاسلكية وإلغاء القيود في كل من كينيا ونيكاراجوا . (اليونسكو ، ١٩٩٥ : ١١٠) .

إن العقد الأخير من القرن العشرين تميز بتزايد عدد الدول التي تقيم نظما إذاعية وتليفزيونية متحررة من التنظيمات الحكومية في كل أنحاء العالم . ويبدو أن التطورات التكنولوجية تقوم بالدور الرئيسي في إعادة هيكلة نظم وسائل الإعلام . وبالرغم من أن عوامل التكلفة تصنع معظم هذه التغييرات ، فإن نظم التوزيع الجديدة تحد من هيمنة وسائل الإعلام الأمريكية . (Hilliard & Kaith, 1996: 2) .

لقد أدت التغييرات الجديدة إلى أن تأخذ تايوان مكان الصدارة العالمية في تصنيع أجهزة الاستقبال التليفزيوني ، وأجهزة الكمبيوتر ومعداته . وتسعى ماليزيا جاهدة للتخصص في تصدير التقنيات العالمية (Hi- Tech) ، وتنتج بومباي في الهند ما يقرب من ٨٠٠ فيلم سنويًا ، أي أربعة أضعاف إنتاج هوليفود . ( بيتر - مارتن وشومان ، ١٩٩٨ : ٥٥) .

ويذهب « بورتر » إلى أن العولمة الاقتصادية تجعل كل دولة تحرص على ابتكار مزايا تنافسية في إحدى الصناعات التي تستطيع تسويقها بسهولة في السوق العالمية . فعلى سبيل المثال ، تحرص ألمانيا على تحقيق ميزة تنافسية دولية في مجال صناعة السيارات ، بينما تحرص دولة مثل كوريا الجنوبية على تحقيق ميزة تنافسية في صناعة الأقراص المدمجة الصغيرة CD ، وصناعة قطع غيار السيارات . (Porter, 1990: 24) .

إن التنافس المتزايد يمكن أن يعزز التنوع في وسائل الإعلام ، ومع ذلك فإن

إلغاء القيود أو تخفيف السيطرة الحكومية قد يعزز أيضا تركيز الملكية .

إن التكاليف العالمية للبرامج الجذابة ، والحاجة للإنتاج من أجل الأسواق العالمية - قد أجبرت الشركات على تكوين مجموعات على مستوى إقليمي وعالمي ، ولعل الشركات العملاقة المندمجة فى الآونة الأخيرة خير دليل على ذلك ، ومثل هذا التركيز يتيح بالتأكيد مزايا اقتصادية ، أما غياب التنوع فهو من بين العيوب الرئيسية .

ورغم الجاذبية العالمية لمنتجات وسائل الإعلام الجماهيرية التى كان يشاهدها العالم لفترة طويلة ، فقد أصبحت مجموعات معينة من الجمهور تطلب بشكل متزايد أنواعا معينة من المضمون البرامجي . ومع ذلك ، فهناك أسباب عدة لاستيراد البرامج من الخارج ، مثل قلة التكاليف ، وعدم وجود بديل محلى تقريبا ، وضعف مستوى البرامج المحلية ، ونقص الكوادر البشرية المدربة . وبالرغم من خطورة هذه المشكلات فى البلدان النامية ، فإنه يبدو أن المشاهدين يفضلون البرامج المحلية إذا ما تُرك لهم الاختيار . ففى مسح تم فى عام ١٩٩٥ على الوقت المفضل للمشاهدة التليفزيونية يغطى أربعين دولة من الهند إلى البرازيل ، كان واحد من كل ثلاثة أفراد لا يفضلون الإنتاج الأجنبي . وعندما يكون هناك خيار ، فإن البرامج المحلية تميل لإحراز نقط أكثر فى التقديرات عن البرامج المستوردة . وينطبق ذلك أيضا على سوق التليفزيون الأوربي ، حيث فشلت البرامج الأمريكية فى أن تحتل مكانا من بين البرامج العشرة الأولى فى ثمانى دول من اثنتى عشرة دولة تم فيها المسح . (اليونسكو ، ١٩٩٥ : ١١٣) .

وعندما تخطط الشركات العملاقة مثل شركة AT & T الأمريكية لنشر دائرة ألياف ضوئية Fiber Optics حول إفريقيا، فهي بذلك تخدم المصالح الاستراتيجية الأمريكية طويلة الأمد. إن كبرى الشركات الدولية التي تقوم بتوفير وسائل الاتصال وتشغيلها تسعى لتثبيت أقدامها في مثل هذه الأسواق، بهدف إحلال شبكات جديدة محل الشبكات الموجودة ليستخدمها عملاء متخصصون، وفي الأغلب من الشركات الدولية. (اليونسكو، ١٩٩٥ : ١١٦).

كذلك لا يخفى التكامل الاقتصادي الأوربي وانعكاساته على نشر المضمون الإعلامي الأوربي الذي يستهدف ٣٢٠ مليون نسمة داخل القارة الأوربية. وقد برز هذا التكامل في صناعة وسائل الإعلام - خاصة الفيلم والتلفزيون - وترويج البرامج المشتركة، ولعل من أبرز هذه المشروعات مسلسل «ريفيرا» Riviera الذي شارك في إنتاجه خمس دول أوربية: فرنسا، وألمانيا، وإيطاليا، وإسبانيا، والمملكة المتحدة، ونبعت فكرة هذا المسلسل من إحدى الوكالات الإعلانية الدولية التي تنفق نحو مليار دولار سنويًا على وسائل الإعلام. (Carveth, 1992: 705).

#### تداعيات العولمة على دول الجنوب :

١- تكمن قوة «العولمة» في تحويل السلطة بعيدا عن الحكومات ذات السيادة إلى شركات دولية ذات أصول غربية، وهو ما يجعل السوق الدولية خاضعة للدول الأقوى التي تحتكر تدفق المعلومات، والأسواق المالية، وتزيد من صعوبة تحكم الدول النامية في مواردها الاقتصادية.

٢- تعدد الفاعلين من خارج الدولة، ويمكن تصنيفهم في فئتين عريضتين :

أ- الفاعلين من دوائر القطاع الخاص في الشركات دولية النشاط والشركات العابرة للقوميات .

ب- المنظمات التي لا تهدف إلى الربح ، وهي التي تمتد من المنظمات الأهلية أو التطوعية ، إلى ما يطلق عليه الجماعات العابرة للقوميات . ( يسين ، ١٩٩٨ : ٣٢ ) .

٣- يوجد ٣٥٨ مليارديرا يمتلكون ثروة تضاهي ما يملكه ٢,٥ مليار نسمة من سكان المعمورة ( حوالي نصف سكان العالم ) . وعلى مستوى الدول يستحوذ ٢٠٪ من دول العالم على ٨٥٪ من الناتج العالمي الإجمالي ، و ٨٤٪ من التجارة العالمية ، و ٨٥٪ من مجموع المدخرات العالمية . ( بيتر - مارتن وشومان ، ١٩٩٨ : ١١ ) .

٤- إن نسبة ٢٠٪ من حجم القوى العاملة ستكفي في القرن القادم للحفاظ على نشاط الاقتصاد الدولي ، ويبقى ٨٠٪ من قوة العمل عاطلين ، وكما يقول بيتر - مارتن وشومان في كتابهما « فخ العولة » : « إن المسألة في المستقبل ستكون إما أن تأكل أو تؤكل » to have lunch or to be lunch . ( بيتر - مارتن وشومان ١٩٩٨ : ٢٦ ) .

٥- في ظل تحرير التجارة العالمية ، هناك حسابات دولية مستقرة للأرباح والخسائر ، تصب غالبيتها العظمى بوصفها أرباحا في خانة الدول الأكثر تقدما ، وتصب خسائرها الغالبة في خانة الدول الأقل تقدما ، وتصل جملة الأرباح وفقا لتقرير لجنة الصناعة والطاقة بمجلس الشورى المصرى إلى نحو ٢٤٧ مليار دولار . كذلك يؤكد تقرير التجارة والتنمية الصادر عن منظمة « الأنكتاد »

انخفاض متوسط الدخل الفردي في الدول النامية إلى نحو ٣٢٥ دولارا سنويًا بمعدل عام ٢٠٣٠، في حين أنه تصل تقديرات متوسط الدخل الفردي في الدول المتقدمة إلى أربعين ألف دولار سنويًا. (غيث، ١٩٩٨ : ١٥).

٦- انخفاض ما تقدمه الدول الصناعية من معونة إلى الدول النامية، ففي عام ١٩٩٤ قدمت ألمانيا ما يعادل ٠,٣٤٪ من مجموع ناتجها القومي الإجمالي، ثم خفضت القيمة إلى ٠,٣١٪ عام ١٩٩٥ أى بمقدار ١٠٪ تقريباً. كذلك ارتفع المجموع الكلى لمديونيات الدول النامية، على الرغم من تعهدات حكومات الشمال بأنها ستخذ الخطوات اللازمة لشطب نسبة كبيرة من هذه الديون. ففي عام ١٩٩٦ بلغت هذه الديون ١,٩٦ ألف مليار دولار، أى أنها ارتفعت إلى ضعف ما كانت عليه قبل عشرة أعوام (بيتر - مارتن وشومان ١٩٩٨ : ٦١).

٧- تنطوى التكنولوجيا الحديثة على طمس الهوية الثقافية، فالهوية معناها فى الأساس «التفرد» بكل ما يتضمنه معنى الثقافة من عادات وقيم وسلوك ونظرة إلى الكون والحياة. والتكنولوجيا الحديثة تزيد من درجة «النمطية» Standardization التى هى بطبيعتها نقيض التفرد. (أمين، ١٩٩٨، ٥٣-٥٥).

٨- إن قدرات المشاركة بفعالية فى المنافسة التكنولوجية على نطاق العالم موزعة بطريقة غير متوازنة، حيث تستأثر ثلاثة مراكز رئيسية: أمريكا الشمالية، وأوروبا الغربية، واليابان بأكثر من ٩٠٪ من جميع الاستثمارات فى البحوث والتطوير التكنولوجى، وبنسبة أكبر فى براءات الاختراع. ومع استثناءات قليلة، فإن الفجوة بين مراكز الحضارة التكنولوجية والأطراف تتعمق بسرعة متزايدة.



ويعد هذا الاستقطاب جبهة مقبلة للنزاعات التي نشأت نتيجة للفروق التكنولوجية الصارخة، وكذلك الاختلافات السياسية والاقتصادية التي صاحبته. (Turek, 1993 : 65- 81).

٩- أدى تركيز تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في دول الشمال الغنية إلى تحول دول الجنوب إلى سوق للاستهلاك الإعلامي والإعلاني، وتجسد ذلك في زيادة اعتماد دول الجنوب على الأخبار والمسلسلات والإعلانات الغربية - وعلى الأخص الأمريكية - كما أدى إلى تدفق الثقافة المركزية الغربية بلا ضوابط، وفي إطار تجارى تنافسى بحث . (عبد الرحمن، ١٩٩٨ : ٧٢).

١٠- إن تأثير العولمة على دول الجنوب يرتبط مباشرة بعملية «الخصخصة» Privatization، ومن ثم تحرير الشركات والمؤسسات من التنظيمات الحكومية، حيث تنمو الأنشطة الاستهلاكية في الدول النامية بسرعة شديدة؛ بالمقارنة بالدول الغربية المتقدمة. ولم تعد الأسواق الاستهلاكية محصورة في السلع والبضائع الاستهلاكية، وإنما امتدت إلى المنتجات الثقافية والإعلامية، وقد أدى ذلك إلى اهتمام شركات الإعلان الدولية العابرة للقارات بالموزعين والمنتجين في الدول النامية. وقد أشارت بعض الدراسات إلى أن عولمة تكنولوجيا الاتصال لعبت دورا مهما في زيادة استهلاك السلع والخدمات في الدول النامية، كما انطوت عملية العولمة على زيادة تدفق الإعلانات للسلع الاستهلاكية في المجتمعات النامية، وقد خلق هذا الرغبة لدى دول الجنوب في إنشاء قنواتهم التلفزيونية الفضائية وتطويرها، وتم ذلك في ظروف متنوعة من خلال قبول سياسات القروض المشروطة من البنك الدولي وصندوق النقد الدولي. (Mohammadi, 1997 : 78).



١١- إن الخطة الحالية لبناء طريق سريع للمعلومات فى الدول الغربية تستهدف المزيد من تغلغل المؤسسات العالمية الغربية فى السوق العالمية ، فهى حاليا فى وضع مسيطر ، وسيكون الطريق السريع للمعلومات فى خدمة من يستطيع دفع مقابل هذه الخدمة ( الأغنياء ) ، ومن ثم تستفيد منه المؤسسات الغربية حتى تواصل احتكارها للسوق العالمية . ( Mohammadi, 1997: 3- 4) .

١٢- إن انتصار الرأسمالية لا يعنى أبدا « نهاية التاريخ » التى تحدث عنها الفيلسوف الأمريكى « فرنسيس فوكوياما » فى عام ١٩٨٩ ، وإنما يعنى نهاية المشروع المسمى بكل جرأة وغرور « الحداثة » . قسمة فعلا تحول تاريخى بأبعاد عالمية ، إذ لم يعد التقدم والرخاء ، بل صار التدهور الاقتصادى ، والتدمير البيئى ، والانحطاط الثقافى ، هى الأمور التى تخيم بطابعها على الحياة اليومية للغالبية العظمى من البشر . ( بيتر - مارتن وشومان ، ١٩٩٨ : ٦٩ ) .

### تداعيات العولمة على الوطن العربى :

مما لا شك فيه أن محاولات العولمة الثقافية والإعلامية - فى ظل تفوق تكنولوجيا واضح من جانب الدول الغربية - أسفرت عن فقدان إعلامنا العربى لبعض من تميزه وخصوصيته . ( عبد الرحمن ، ١٩٩٤ ) .

١- تشير المؤشرات الديموغرافية إلى أن سكان الوطن العربى سيتزايدون من ٢٤٥ مليون نسمة إلى ٢٩٠ مليون نسمة عام ٢٠٠٠ بمعدل نمو سكانى قدره ٢,٥ ٪ ، وهو من أعلى المعدلات فى العالم ، إذ لا يتجاوز هذا المعدل ١,٩ ٪ فى الدول النامية ، و ٠,٧ ٪ فى الدول المتقدمة .

ومع أن متطلبات النمو السكانى المتزايد تفرض أن تكون متطلبات النمو

الاقتصادى متزايدة هى الأخرى ، فإن الواقع يشير إلى أن الوطن العربى يخضع لعجز غذائى كبير يتجاوز ٢٠ مليار دولارا سنويًا ، وتمثل البنية الهرمية السكانية نسبة ٤٥٪ للسكان دون ١٥ سنة ، ومع إضافة نسبة الشيوخ فوق ٦٥٪ تصل النسبة إلى ٥٣٪ ، وهذا يعنى أن أكثر من نصف سكان البلدان العربية معطل ومستهلك فقط فى المسيرة التشموية . ( سليمان ، ١٩٩٨ : ١٥٠ ) .

٢- تبلغ قيمة إجمالى الدخل القومى للدول العربية ٣٨٠ مليار دولارا سنويًا بما يعادل ٢١٪ من دخل ألمانيا و ٣١٪ من دخل إيطاليا ، وتتكون صادرات الوطن العربى من ٨٩٪ من المواد الأولية و ١١٪ من السلع الصناعية ، فى حين أن استيراد العالم العربى يتكون من ٧٤٪ من السلع الصناعية ، و ٢٦٪ من المواد الأولية . وتتضح المقارنة بصورة أكبر إذا ما عرفنا أن مجمل الدخل المحلى لإسرائيل يبلغ ٧٥ مليار دولار تصدر منه ١١,٨ مليار دولار فى شكل سلع صناعية ، فى حين أنه تبلغ قيمة صادرات الدول العربية بكاملها ٩,١ مليار دولار فقط . ( يوسف ، ١٩٩٨ ) .

٣- تتجاوز مديونية الوطن العربى الخارجية ١٧٠ مليار دولار ( مع استبعاد العراق ) ، ومن المتوقع أن يصل حجم الفجوة الغذائية إلى ٣٠ مليار دولار عام ٢٠٠٠ ، كما تمثل المجتمعات العربية أدنى نسبة فى العالم فيما يتعلق بتعليم المرأة . ( سليمان ١٩٩٨ : ١٥١ ) .

٤- يقول روبرت د . كابلان الخبير الأمريكى بشئون العالم الثالث : « إن نسبة ٩٥٪ من الزيادة السكانية فى العالم تتركز فى أفقر مناطق المعمورة ، لذا لم يعد السؤال يدور حول ما إذا كانت الحروب ستندلع أم لا ، وإنما صار يدور حول

طبيعة هذه الحروب ، وحول من سيحارب من ؛ فمن بين اثنتين وعشرين دولة عربية ينخفض الناتج القومي فى سبع عشرة دولة منها ، وهذا فى الوقت الذى يتوقع فيه المرء أن يتضاعف حجم السكان فى بعض هذه الدول فى العشرين سنة القادمة . من ناحية أخرى ستكون المياه أشد ندرة فى العديد من المناطق ، وعلى وجه الخصوص فى أواسط آسيا والسعودية ومصر وأثيوبيا . ويعلق كابلان على هذا السياق قائلاً : « فى هذا الجزء من العالم سيكون الإسلام أكثر جاذبية بسبب تأييده المطلق للمقهورين والمظلومين ، فهذا الدين المطرد الانتشار على المستوى العالمى هو الديانة الوحيدة المستعدة للمنازلة والكفاح » . ( بيتر - مارتن وشومان ١٩٩٨ : ٦٤ ) .

٥- بلغ حجم التجارة الإلكترونية فى أوروبا عام ١٩٩٧ نحو مليار دولار ، ومن المتوقع عام ألفين أن يصل إلى ٢٠ مليار دولار ، بينما لم يتجاوز حجم هذه التجارة بين الأقطار العربية ١١,٥ مليون دولار فقط . ( عارف والبرادعى ، ١٩٩٨ ) .

٦- الملاحظ أن تكنولوجيا المعلوماتية لم تستخدم حتى الآن بالقدر الكافى فى الوطن العربى ، ومازالت هناك عوامل متعددة تؤثر فى أنشطة المعلومات العربية . وقد سرد تقرير اللجنة العربية لدراسة قضايا الإعلام والاتصال بعنوان « الإعلام العربى حاضرا ومستقبلا » - الصادر عن المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم - هذه العوامل على النحو الآتى :

أ- الفجوة الاقتصادية بين الدول العربية ، فهناك دول غنية يمكنها اقتناء أحد نظم تكنولوجيا المعلومات ، ودول فقيرة ترى تكنولوجيا المعلومات رفاهية غير

مطلوبة قبل توفير الغذاء والمسكن لشعبها .

ب- التباين الشديد في الكثافة السكانية للدول العربية ، حيث تستطيع بعض الدول أن توفر القوى العاملة المدربة في مجال تكنولوجيا المعلومات ، في حين أن هناك دولاً تفتقر إلى القوى البشرية المدربة .

ج- التباين الكبير في مستويات العلوم والتكنولوجيا والمعرفة عموماً بين الدول العربية .

د- اختلاف المفاهيم والمعاني المتصلة بتكنولوجيا المعلوماتية .

هـ- ضعف دور المنظمات العربية المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات .

و- نقص مسوح مصادر المعلومات ، وخطط وأساليب التنسيق في خدمات المعلومات بين الهيئات العربية ، مما يؤدي إلى تكرار الخدمات والجهود والنفقات نفسها .

ز- هجرة بعض الكفاءات التي يتم إيفادها إلى الدول المتقدمة نظراً لتوفر فرص عمل أفضل وحياة أفضل .

ح- عدم وجود خطط شاملة ومنظمات للتدريب في مجال تكنولوجيا المعلوماتية . (ألكسو، ١٩٨٧ : ١٥٠ - ١٥١) .

٧- يتميز واقع الإعلام في المنطقة العربية بتوسع كبير في مجال الوسائل السمعية البصرية ، فعلى سبيل المثال زاد عدد أجهزة استقبال الراديو من ٦٥ جهازاً لكل ألف نسمة سنة ١٩٦٥ إلى ٢٢٦ جهازاً سنة ١٩٨٥ ، كما زاد عدد أجهزة الاستقبال التلفزيوني خلال الفترة نفسها من ٨,٤ جهازاً إلى ٨٥ جهازاً

لكل ألف نسمة . ويفوق الرقم المقياس الذى حددته منظمة اليونسكو ، المتمثل فى ٢٠ جهازا لكل ألف من السكان . ويمكن أن نعمم ذلك على خطوط الهاتف والفاكس والتليكس وغيرها . هذا التوسع فى عدد الأجهزة لم يستتبعه استثمار مماثل فى ميدان إنتاج البرامج الإعلامية التى تتطلبها هذه الوسائل ، مما أتاح المجال لاستيراد البرامج من الخارج ، خاصة من المجتمعات الغربية المتقدمة مثل الأخبار والمسلسلات والأفلام .

٨- يقابل الاهتمام العربى الملحوظ بالمجال السمعى البصرى ضعف فى ميدان المكتوب ، فعلى سبيل المثال ، بلغت نسبة توزيع الجرائد اليومية فى البلدان العربية - عام ١٩٨٤ - ٣٥ نسخة لكل ألف نسمة ، وذلك أقل بكثير من المتوسط العالمى الذى حددته منظمة اليونسكو بوصفه حدا أدنى ، والذى يصل إلى ١٣٦ نسخة لكل ألف نسمة . وتتماثل هذه الظاهرة فى استهلاك الأنواع الأخرى من الورق للطباعة والكتابة ، إذ لم تتجاوز حصة الفرد الواحد فى الوطن العربى ٢,٨ كيلو جرام من الورق عام ١٩٨٤ ، بينما بلغت ٣٥,٣ كيلو جرام فى البلدان المصنعة فى السنة نفسها ، ويحمل هذا الضعف فى الوسائل المكتوبة عدة دلالات ، ذلك لأن المكتوب هو الذى يسمح بالتراكم المعرفى ومن ثم الحضارى ، بالإضافة إلى نمط التعلم والثقافة التى ينشئها ويعتمد على التفكير والمشاركة . ( عبد الرحمن ، ١٩٩٤ : ١٥٢ - ١٥٣ ) .

٩- تخضع وسائل الإعلام فى الوطن العربى - خاصة الراديو والتلفزيون - للسيطرة المباشرة من جانب الدولة ، حيث تقوم الحكومة بتشغيل النظام الإذاعى ، أو يدار بواسطة هيئة تحت رعاية الدولة مباشرة ، ويكون من الصعب على وسائل

الإعلام فى ظل هذه الظروف أن تقوم بدور مستقل . وقد أدى ذلك إلى انتشار ظاهرة مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية فى الوطن العربى ، خاصة منطقة الخليج التى قد توفر أكبر سوق للفيديو كاسيت فى العالم ، وهى من أكبر المشترين لبرامج التلفزيون الأمريكية والبريطانية المهربة . ( اليونسكو ، ١٩٩٥ : ١٨ ) .

١٠ - أصبح موضوع البث التلفزيونى الفضائى أحد التحديات التى تواجه الأمة العربية - خاصة بعد حرب الخليج الثانية - وبات من الضرورى توفير قنوات اتصال تواكب التطور الهائل الذى تشهده صناعة وسائل الإعلام . وقد أدى تزايد القنوات الفضائية التى تستقبلها المنطقة العربية ( حوالى ١٤٥ شبكة وقناة فضائية ) إلى اهتمام الحكومات العربية بإنشاء قنوات فضائية لجذب المشاهد العربى ، ومواجهة المنافسة الوافدة عبر القنوات الأجنبية .

١١ - أصبح هناك اتجاه عام فى الكثير من الدول العربية نحو إقرار مبدأ التعددية الإعلامية ، والتخلى تدريجياً عن احتكار الحكومات العربية لوسائل الإعلام المسموعة والمرئية ، ومن ثم السماح للقطاع الخاص بإنشاء شبكات أو قنوات إذاعية وتلفزيونية وتشغيلها . وقد بدأ هذا الاتجاه فى منطقة المغرب العربى ، حيث سمحت الحكومة المغربية بإنشاء «إذاعة البحر الأبيض المتوسط الدولية» MEDIA I بوصفها أول إذاعة غير حكومية بالتعاون مع شركة Sofirad الفرنسية فى ١٢ يوليو ١٩٨٠ ، وتبث هذه الإذاعة برامجها باللغتين العربية والفرنسية ، وقد تمكنت هذه الإذاعة من تحقيق رواج كبير فى كافة بلدان المغرب العربى . وهناك أيضاً القناة التلفزيونية المغربية "2M Inter" التى بدأت تبث برامجها فى ٤ مارس ١٩٨٩ ، وهى شركة تجارية ذات رأسمال مشترك بين

خواسب من المغرب (٥١٪) وأجانب (٤٩٪) ، وتبث هذه القناة برامجها مشفرة للمشتركين فيها ، كما تبث ساعتين يومياً بدون تشفير ، وتحظى هذه المحطة بترخيص من الحكومة المغربية . واللافت للنظر أن هاتين المحطتين تمثلان خرقاً للاحتكار الحكومي الذي مازال نافذاً قانونياً ، وهو ما يطرح إلحاح مسألة الفراغ التشريعي الذي يحول دون معرفة موقع المؤسسات الإعلامية الخاصة على الساحة الإعلامية المغربية .

وفي الجمهورية التونسية تحتكر الحكومة وسائل الإذاعة والتلفزيون وفقاً لقانون الإعلام لعام ١٩٥٧ . ومع ذلك وافقت الحكومة التونسية على بث برامج قناة التلفزيون الإيطالية RAI بتونس العاصمة وأحوازها منذ عام ١٩٦٠ . وفي عام ١٩٨٩ بدأ بث القناة الفرنسية الثانية "Antenna 2" التي أصبح اسمها الآن "France 2" على كامل تراب الجمهورية التونسية بموجب اتفاق بين الحكومتين التونسية والفرنسية . وفي ٧ مايو ١٩٩٠ صدر قانون جديد يتيح دخول القطاع الخاص إلى جانب القطاع العام في مجال البث الإذاعي والتلفزيوني ، وقد تمخض هذا القانون عن إنشاء قناة « الأفق » التلفزيونية Canal Horizons التي بدأت تبث برامجها في تونس العاصمة في ٧ نوفمبر ١٩٩٢ ، ونسبة رأسمال هذه القناة ٦٠٪ لتونسيين و ٤٠٪ لأجانب ، ومن أهم المساهمين الأجانب قناة "Canal +" الفرنسية التي تزود قناة الأفق بأهم قسط من برامجها . والجدير بالذكر أن قناة « الأفق » لم تحصل على ترخيص في الوقت الحاضر ، وما زالت ظروف استغلالها غامضة لأن مضمون الاتفاقية بين الحكومة الفرنسية وقناة الأفق لم ينشر بعد .



وهكذا فإن التجارب التي خاضتها كل من تونس والمغرب فى مجال البث الإذاعى والتلفزيونى الخاص تبقى هشة وقابلة للمراجعة فى أى وقت ، نظرا للفراغ القانونى الذى تعمل فيه ، وللتكتم الذى يحيط بشروط استغلالها . ومن الواضح فى كل الحالات أن الإطار التشريعى الحالى قد تقادم ولم يعد مطابقا لتطور النشاط الإعلامى . ولا شك أن مراجعة هذه التشريعات وتطويرها لواقع التعددية والخصخصة خير ضمان لمسار القطاع السمعى البصرى بفضل ما سيتوفر من شفافية ومن مساواة بين المواطنين .

أما دولة الجزائر ، فقد أصدرت قانونا فى ٣ أبريل ١٩٩٠ يسمح بوجود قطاع عمومى وقطاع خاص فى مجال الإذاعة والتلفزيون ، حيث يجيز الفصل ٥٦ من القانون استعمال أموال الأثير الإذاعية من طرف الخواص ( القطاع الخاص ) بعد الحصول على ترخيص إدارى ، والاتفاق على كراس شروط لاستغلال هذه الأمواج ، ويعد القانون هذه العملية « استعمالا خاصا للملك الدولة » . ( حيزاوى ، ١٩٩٤ : ١٠٧ - ١١٠ ) .

ونظرا لامتداد الفراغ التشريعى الخاص بإنشاء خدمات تلفزيونية غير حكومية فى منطقة الخليج العربى ، فقد ظهرت بعض الشركات السعودية التى دخلت مجال البث التلفزيونى الفضائى من خلال التسهيلات التى تسمح بها الدول الأوربية ، حيث أنشأت شركة « آرا » للإنتاج الإعلامى مركز تلفزيون الشرق الأوسط MBC ومقره لندن فى ١٨ سبتمبر ١٩٩١ ، وأنشأت شركة دلة البركة السعودية راديو وتلفزيون العرب ART ومقره روما عام ١٩٩٣ ، وأنشأت شركة الموارد السعودية شبكة Orbit ومقرها لندن عام ١٩٩٤ ، وهناك

أيضا شبكة الأخبار العربية ANN التي يملكها سوريون ومقرها لندن . كذلك ظهرت قناة « الجزيرة » الإخبارية في دولة قطر بوصفها قناة متخصصة غير حكومية ، وهي تبث من الدوحة في ظل فراغ تشريعي يسمح بذلك . وظهر في دولة لبنان حوالي ٣٩ قناة تليفزيونية غير حكومية ظلت تعمل لسنوات بدون ترخيص حكومي ، ثم صدر القانون رقم ٣٨٢ الخاص بالبث التليفزيوني والإذاعي والصادر في تشرين الثاني ١٩٩٤ ، وهو يسمح للقطاع الخاص بتأسيس مؤسسات الإعلام المرئي والمسموع بعد الحصول على ترخيص بذلك ، وقد حدد القانون شروط الحصول على هذا الترخيص بأن تنشأ المؤسسة التليفزيونية أو المؤسسة الإذاعية على شكل شركة لبنانية ، ولا يحق لها أن تمتلك أكثر من مؤسسة تليفزيونية واحدة ومؤسسة إذاعية واحدة (م ١٢) ، وأن تكون جميع أسهم الشركة اسمية ، وأن يكون الشخص الطبيعي لبنانياً ، والشخص المعنوي شركة لبنانية ، ولا يحق له أن يمتلك أكثر من ١٠٪ من أسهم الشركة ، ولا يحق له أن يساهم في أكثر من شركة واحدة (م ١٣) . وبناء على هذا القانون تم تقليص عدد محطات التليفزيون الخاصة إلى أربع قنوات فقط في عام ١٩٩٨ .

#### خاتمة : الكفاءة والعدالة من أجل توازن عالمي :

هل كُتِبَ على البنية التحتية العالمية للمعلومات أن تنمو بشكل غير عادل ؟ وأن تزيد من الانقسام بين الشمال والجنوب ؟ وكيف يمكن تقديم فرصة لأكثر عدد من الناس للسير في « الطريق فوق السريع للمعلومات » ؟

إن مهمة موازنة كفاءة قوى السوق مع حسابات العدالة على المستوى الدولي ، لا تقل في ضرورتها الملحة عنها على المستوى القومي . وبدون المساندة

المالية والبشرية، سيجد الكثير من البلدان نفسه فى النهاية بلا صوت، وبلا إمكانية للتوصل للفرص التى تمنح القوة التى تتيحها تكنولوجيا الإعلام. إن التحدى يكمن فى تحقيق التوازن بين قوة السوق وأعمال الحكومة؛ بين الحرية الفردية والحاجة إلى التنظيم، وبين التعطش للتكنولوجيا وندرة الموارد.

من المفارقات الغريبة، أن الكثير من الدول النامية قد جعل من تكنولوجيا الاتصال أولوية مطلقة، وهذه الدول بصدد تركيب سترالات رقمية، وخطوط ألياف ضوئية وأحدث تكنولوجيا خلوية ومحمولة. فعلى سبيل المثال، توجد أكثر الشبكات القومية تطوراً فى جيبوتى ورواندا والمالديف وجزر سولومون، حيث أصبحت نسبة ١٠٠٪ من الخطوط الرئيسية رقمية، بالمقارنة بنسبة ٤٩,٥٪ فى الولايات المتحدة الأمريكية. وسوف تنفق الدول النامية كلها نحو ٢٠٠ مليار دولار أمريكى فى السنوات الخمس القادمة لكى تبنى أكثر من ٣٠٠ مليون خط أساسى، وتحسن شبكات تليفوناتها الحالية. ونظراً لضخامة هذه المهمة الخاصة ببناء مثل هذه البنية التحتية، فإن الحكومات ستضطر إلى تشجيع القطاع الخاص على تقديم الاستثمارات الضخمة المطلوبة، مع التأكيد على الحسابات الاجتماعية والثقافية، وسوف تحتاج الدول النامية إلى موارد أكثر كثيراً مما يمكن أن توفره وكالات التنمية الدولية. (اليونسكو، ١٩٩٥ : ١٢٥).

ولعل بارقة الأمل لتحقيق التوازن العالمى الإعلامى تكمن فى ظهور شبكة التليفزيون الدولية WETV، وهى شبكة جديدة للأقمار الصناعية تعاون فى إنشائها مؤسسات حكومية وخاصة فى أعقاب قمة الأرض فى «ريودى جانيرو» عام ١٩٩٢. ويضم هذا الاتحاد بعض وكالات الأمم المتحدة وبرامجها،

ووكالات التنمية الثنائية، ومنظمات غير حكومية، ومستثمرين من القطاع الخاص، وقد التقوا معا استجابة لجدول الأعمال رقم ٢١ الذي دعا البلدان إلى أن « تنشئ وسائل لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة لتكون في متناول يد الجميع بشكل فعال ». وكانت النتيجة هي شبكة التلفزيون العالمية WETV بوصفها شبكة بديلة تتيح لمشاهديها فرصة الاطلاع على تنوع الثقافات في العالم، وعلى مجال واسع من وجهات النظر حول المسائل الاجتماعية والثقافية المهمة، ومن خلال محطات إرسال تابعة لهذه الشبكة، ومنتجين مستقلين في كل من الشمال والجنوب، فهي تعد بتقديم برامج دولية متنوعة، وسوف يتم إنتاج قدر كبير من البرامج الأولى لهذه الشبكة في البلدان النامية، وهي تخطط لتقديم برامج تناول المشكلات العالمية والتنوع الثقافي العالمي، كما تستثمر قوة التلفزيون في تدعيم التعلم مدى الحياة، وقد بدأت خدمات هذه الشبكة منذ أوائل عام ١٩٩٦. (اليونسكو، ١٩٩٥: ١٢١).

إن تداعيات العولمة تشير إلى أن المنافسة ستزداد شراسة في جميع الميادين، ولا يمكن الحيلولة دون خروجها من السيطرة إلا بتعزيز الضوابط الأخلاقية والمؤسسية، مع ترك حيز كاف للاستقلال الذاتي والإبداع الشخصي. (جينوف، ١٩٩٨: ٤٤).

وفيما يلي بعض المقترحات التي قد تفيد في مواجهة تداعيات ظاهرة العولمة على دول الجنوب عامة والوطن العربي خاصة :

١- إن رؤية الشر المحض في « العولمة »، أو وجه القبح في الآخر فيه تقليل من قدرة الذات على مقاومة هذا الشر. إن تقديم العولمة عبر فهم كهذا يخضعنا

للإزاحة عن مضامينها الموضوعية التي تفتح احتمالات التطور، حيث السيطرة الواعية على المحيط البيئي والاجتماعي . ( سليمان ، ١٩٩٨ : ١٤٥ ) .

٢- هناك حاجة إلى تعاون دولي للاستفادة القصوى من التكنولوجيا المتاحة مثل الأقمار الصناعية ، والكوابل ، والميكروويف ، والألياف الضوئية ، على أن يتم التعامل بين الدول المتقدمة والنامية بقدر متكافئ ومتساو فيما يتعلق بالمشاركة فى الاتصال الدولي . ( Hilliard & Keith, 1996 : 5 ) .

٣- يجب الاستفادة من الابتكارات التكنولوجية ، والبحث عن مزايا تنافسية فى الأسواق الجديدة ، وإعادة التوجه السياسى نحو المزيد من الحرية السياسية . إن مجتمعاً يقوم على أسس ديمقراطية يضمن لنفسه الاستقرار ، حينما يشعر الناخبون ويلمسون أن حقوق الجميع ومصالحهم تراعى وتؤخذ بعين الاهتمام ، وليس حقوق المتفوقين اقتصادياً ومصالحهم وحسب .

٤- هناك ضرورة للحد من السلطة السياسية التى يتمتع بها الناشطون فى أسواق المال .

٥- يجب إدخال الإصلاحات الكفيلة بتوسيع النظام التعليمى ورفع درجاته .

٦- يجب التوقف عن تحرير الاقتصاد دون تعزيز للرعاية الاجتماعية .

٧- إن إصلاح الدول العربية فرادى أمر لم يعد ممكناً فى ظل التشابكات السياسية والاقتصادية السائدة حالياً ، ولعل فى تجربة الاتحاد الأوربي ومنظمات النافتا والآسيان ، وكل التكتلات الإقليمية مثال للعرب كى يعيدوا للوجود تلك

الصيغ المتقدمة « نظريًا » والتي تعود إلى الستينيات ، والتي تبدأ بمنطقة التجارة الحرة ، ثم الاتحاد الجمركي ، وصولاً إلى السوق العربية المشتركة .

٨- يجب على العرب إطلاق قدراتهم وطاقاتهم التنافسية ( أفراداً ومؤسسات ) فيما بينهم ، وإسقاط أنظمة الحماية الوطنية أمام صناعاتهم تدريجيًا ، بحيث تكتشف بعض الدول التي ظلت تحمي صناعاتها الوطنية لأكثر من ثلاثين سنة كيف حرمت هذه الصناعة من التطوير ، وأغرقت أسواقها بتلك الأسعار الاحتكارية لمنتجات رديئة وغير قابلة للمنافسة حتى عربياً . ( سليمان ، ١٩٩٨ : ١٥٨ ) .





## مصادر الدراسة

### أولاً : المصادر العربية والمترجمة :

- (١) أحمد، محمد سيد (١٩٩٨) « قضية العراق بين العولمة والقومية الثنائية »، جريدة الأهرام، عدد ٢٦ نوفمبر.
- (٢) أغا، ألفت حسن (١٩٩٥) « البث المباشر والهوية الثقافية »، مجلة الدراسة الإعلامية، القاهرة : العدد ٧٩، أبريل - يونيو.
- (٣) ألكسو (١٩٨٧) الإعلام العربي حاضرا ومستقبلا، تقرير اللجنة العربية لدراسة قضايا الإعلام والاتصال في الوطن العربي، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، إدارة الثقافة.
- (٤) اليونسكو (١٩٩٥) التنوع الإنساني المبدع، تقرير اللجنة العالمية المعنية بالثقافة والتنمية، الطبعة العربية، القاهرة، مركز مطبوعات اليونسكو.
- (٥) أمين، جلال (١٩٩٨) العولمة، القاهرة، دار المعارف.
- (٦) بيتر - مارتن، هانس وشومان، هارالد (١٩٩٨) فخ العولمة : الاعتداء على الديمقراطية والرفاهية، ترجمة : عدنان عباس على، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، العدد ٢٣٨ - أكتوبر.
- (٧) جينوف، نيقولاى ب. (١٩٩٨) « أربعة اتجاهات عالمية : نشأتها وغيوبها »، ترجمة : أحمد فؤاد بليغ، مجلة الثقافة العالمية، الكويت، المجلس

الوطني للثقافة والفنون والآداب ، العدد ٨٧ ، مارس - أبريل .

(٨) حيزاوي ، عبد الكريم (١٩٩٤) «الحق في الاتصال وفق الأسس القانونية في المغرب العربي» في : حق الاتصال وارتباطه بمفهوم الحرية والديمقراطية ، تونس ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، إدارة الثقافة .

(٩) سلوتر ، آن ماري (١٩٩٨) «حقيقة النظام العالمي الجديد» ، ترجمة : فخرى لبيب ، مجلة الثقافة الدولية ، الكويت ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب : العدد ٨٧ مارس - أبريل .

(١٠) سليمان ، عدنان (١٩٩٨) «مقاربة أولية لتداعيات العولمة على المجتمع العربي» ، مجلة الفكر العربي ، بيروت ، معهد الإنماء العربي ، العدد ٩٣ .

(١١) عارف ، عبد الناصر والبرادعي ، وفاء (١٩٩٨) «القانون لا يعرف التجارة الإلكترونية» ، جريدة الأهرام ، عدد الجمعة ٣٠ نوفمبر .

(١٢) عبد الرحمن ، عزي (١٩٩٤) «الحق في الإعلام والاتصال وإبستمولوجية حرية التفكير وحرية التعبير» في : حق الاتصال وارتباطه بمفهوم الحرية والديمقراطية ، تونس ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، إدارة الثقافة .

(١٣) عبد الرحمن ، عواطف (١٩٩٤) «الإعلام وتحديات العصر» مجلة عالم الفكر ، الكويت ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، العددان يوليو - ديسمبر .

(١٤) عبد الرحمن ، عواطف (١٩٩٨) «حرية الإعلام المعاصر وتحديات

- العولمة» ، مجلة الدراسات الإعلامية ، القاهرة ، العدد ٩٣ ، أكتوبر - ديسمبر .
- (١٥) غيث ، أسامة (١٩٩٨) «قاطرة العولمة هل تقود العالم إلى حافة الهاوية؟» ، جريدة الأهرام ، عدد ٢١ نوفمبر .
- (١٦) مصطفى ، أحمد سيد (١٩٩٨) ، تحديات العولمة والتخطيط الاستراتيجي ، القاهرة ، د . ت .
- (١٧) مكاوي ، حسن عماد (١٩٨٩) ، إنتاج البرامج للراديو : النظرية والتطبيق ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية .
- (١٨) مكاوي ، حسن عماد (١٩٩٧) ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات ، ط ٢ ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية .
- (١٩) يسين ، السيد (١٩٩٨) «نحو خريطة معرفية للعولمة» ، جريدة الأهرام ، عدد ١٩ نوفمبر .
- (٢٠) يسين ، السيد (١٩٩٨) «سياسات العولمة (٤)» ، جريدة الأهرام ، عدد ١٠ ديسمبر .
- (٢١) يوسف ، يحيى (١٩٩٨) «المعرفة التكنولوجية سلعة القرن القادم» ، جريدة الأهرام ، عدد الجمعة ٣٠ نوفمبر .

## ثانيا المصااار الأآنبفة :

- (22) Carveth. R. (1992) "The Reconstruction of the Global Media Marketplace", **Communication Research**. Vol. 19. No. 6.
- (23) Giddens. A. (1994) **Beyond Left and Right**, Cambridge: Polity Press.
- (24) Head. S. W. (1985) **World Broadcasting Systems: A Comparative Analysis** Wadsworth, Inc.
- (25) Hirsch. P. M. (1992) "Globalization of Mass Media Ownership Implications and Effects ", **Communication Research**, Vol. 19. No. 6.
- (26) Hilliard, R. L., & Keith, M. C. (1996) **Global Broadcasting Systems**, Focal Press.
- (27) Huey. J. (1990. December, 3) America's Hottest Export: Pop Culture Fortune .
- (28) Kenworthy. L. S. (1996) **Catching up with a Changing World**, Pennsylvania : World Affairs Materials.
- (29) Mc Grew. T. (1992) "A Global Society?" In S. Hall. D. Held. & T. Mc Grew, (eds) **Modernity and its Future**, Cambridge: Polity Press.
- (30) Mohammadi. A. (1997) **International Communication and Globalization**. London: SAGE Publications.
- (31) Mohammadi. A. (1997) "Communication and The Globalization Process in The Developing World", In : Ali

Mohammadi, (ed.) **International Communication and Globalization**, SAGE Publications.

(32) Neill, W. H. (1987) **A History of the Human Community**, Englewood Cliffs, N. J.: Prentice- Hall.

(33) Ohmae, K. (1990) **The Borderless World**, N. Y.: Harper.

(34) Parsons, T. (1987) **The System of Modern Societies**. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice- Hall.

(35) Porter, M. (1990) **The Competitive Advantage of Nations** N.Y.: Free Press.

(36) Taylor, P. M. (1992) **War and The Media, Propaganda and Persuasion in the GULF War**. N. Y.: Manchester University Press.

(37) Toffler, A. (1990) **Powershift**, N. Y.: Bantam.

(38) Tomlinson, J. (1997) "Cultural Globalization and Cultural Imperialism" In : A. Mohammadi. (ed.) **International Communication and Globalization : A Critical Introduction**, SAGE Publications.

(39) Turek, J. (1993) "Global Competitiveness and Emerging Technologies: Europe in The World Economy" In : Werner Weidenfeld, and Josef Janning (eds) **Europe In Global Change** , Gutersloh: Bertelsman Foundation Publishers.

## تعقيب

أ. د. جيهان رشتى\*

الدراسة مقدمة للمؤتمر العلمي الأول لقسم الدراسات الإعلامية حول الإعلام العربى وتحديات العولمة. يتحدث الباحث فيها عن مفهوم العولمة وأبعادها السياسية والاقتصادية والثقافية والإعلامية. وقد قدم الباحث معلومات مفيدة حول كل متغير من هذه المتغيرات. فى الجزء الخاص بالأبعاد الإعلامية والتكنولوجية للعولمة، تحدث الباحث عن إلغاء الحدود الجغرافية، وسهولة الحصول على المعلومات والاتجاه نحو الإعلام المتخصص، أو الإعلام الذى يخاطب جماعات متجانسة لها اهتمامات خاصة، كذلك ضعف احتكار الدولة وانخفاض قدرتها على السيطرة على ما يتلقاه الجمهور من معلومات، ودخول القطاع الخاص مجال الاتصال التليفزيونى فى الدول التى كان التليفزيون يخضع فيها أساسا لسيطرة هيئات عامة. كذلك يتحدث الباحث عن ازدياد الاندماج وتركيز الملكية فى مجال الإعلام، مما يحتم سيطرة القلة التى لها أنشطة تجارية أو صناعية أخرى غير إعلامية. كل هذه العوامل تركت آثارها على هيكل وسائل الإعلام. وقد اقتصر الباحث فى حديثه - بعد هذه المقدمة الغنية بالمعلومات - على عاملين، وهما:

١- خصخصة وسائل الإعلام.

\* أستاذ متفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة، والعميد السابق للكلية.



٢- انخفاض الدور المهيمن لصناعة الإعلام الأمريكية ، وذلك لأسباب مختلفة ، منها ارتفاع تكاليف البرامج القادرة على المنافسة الدولية ، وارتفاع رسوم الاشتراك فى الخدمات الكابلية ، وهو الأمر الذى زاد الاهتمام بالأسواق الدولية بوصفها مصدرا للدخل المستمد من تسويق البرامج الأمريكية ، ومقاومة بعض الدول الغربية لاستيراد المضمون الأمريكى الترفيهى وفرضها نظام الحصص على المواد الإعلامية المستوردة ، وكذلك شراء مستثمرين أجنبى لعدد من المؤسسات الإعلامية الأمريكية ، وغير ذلك من أسباب . أى أن الباحث ركز فى حديثه عن إعادة الهيكلة على ظاهرة الخصخصة ، وانخفاض تأثير الدور الإعلامى الأمريكى دولياً .

#### أولاً : الخصخصة :

بالنسبة للخصخصة بوصفها سبيلاً للتنافس فى السوق الدولى للإعلام ، يشير الباحث إلى اختفاء احتكار الدولة للخدمات الإذاعية فى غالبية الدول الأوربية ، وظهور التلفزيون الكابلى الذى يخضع لملكية خاصة ، وظهور القنوات التلفزيونية الفضائية كذلك ، ويستنتج الباحث أن الدول الصغيرة والفقيرة لن تتمكن من تطوير أنظمتها التلفزيونية ، إلا إذا اتبعت الأسلوب الأوروبى والأمريكى فى الخصخصة على أساس هذا الاتجاه العام للتطور . لكنه لا يقدم معلومات عن النتائج غير المطلوبة للخصخصة عموماً ، أو فى دول العالم الثالث بالتحديد ، فمن النتائج الملموسة للخصخصة فى الدول الغربية سيطرة قوى السوق على البرامج ، والتركيز على جذب أكبر جمهور ممكن لزيادة الدخل الإعلانى ، من خلال الإكثار من البرامج الترفيهية والبرامج التى تنطوى على

عنف وجنس ، وكذلك ازدياد مستوى البرامج ، ومن المتوقع أن تظهر هذه النتائج بشكل أكبر في دول العالم الثالث ( وقد أشار الباحث إلى هذا العامل بالنسبة للدول الإفريقية ) .

والجدير بالإشارة أن الخصخصة لن تقلل من الهيمنة الأمريكية ، بل ستزيدها ، لانخفاض سعر البرامج الأمريكية المصدرة للخارج ، كما أن الخصخصة قد تؤدي إلى امتلاك أجنبي للخدمات الإعلامية ، مما يحتم إصدار تشريعات تحمي المجتمع من تملك الأجانب لقنوات الاتصال .

وعلينا الإشارة إلى أن هناك اختلافا كبيرا بين خصخصة شركات الهاتف ، أو المؤسسات المنتجة لأجهزة التلفزيون Hard Ware وخصخصة محطات التلفزيون أو دور النشر الصحفية ، فيجب عدم التعميم وافترض أن كل خصخصة مفيدة . كذلك كان من الضروري أن يقوم الباحث بمناقشة الاتجاه السائد حاليا في الدول الأوروبية ، الذي يشجع المؤسسات التي لا تهدف لتحقيق الربح على دخول مجال التلفزيون إلى جانب القطاع الخاص ، وذلك لتوفير خدمة إعلامية لها طابع ثقافي أو خدمة تسعى لإرضاء أذواق الصفوة المثقفة .

الملاحظ أيضا بالنسبة للاتجاه نحو الخصخصة حاليا ازدياد الحريات المتاحة للفرد في الولايات المتحدة في امتلاك أعداد أكبر من محطات الإذاعة والتلفزيون ، في ظل سياسة تقليل التنظيم deregulation .

كذلك هناك نتائج أخرى للخصخصة كان على الباحث أن يشير إليها ، ومنها أن غالبية القنوات الفضائية لا توفر مضمونا يختلف عما تقدمه القنوات الأرضية . فالمضمون الإعلامي لم يتحسن مع تعدد القنوات ، بل أصبح هناك

مزيد من نوع المضمون نفسه ، ولم تظهر خدمات تليفزيونية تركز على تقديم نوعيات متميزة من البرامج ، وإن كانت الخدمات الإخبارية قد تحسنت وظهرت خدمات إخبارية متخصصة .

### ثانيا : الهيمنة الأمريكية على الإعلام الدولي :

وبالرغم من صحة كل الأسباب التي أوردها الباحث حول التغييرات التي طرأت على الإعلام الأمريكي ، فإن النتيجة التي توصل إليها الباحث حول العوامل المؤثرة على الهيمنة الأمريكية يدور حولها عدد من علامات الاستفهام . فمازالت الولايات المتحدة الدولة الأولى في تصدير البرامج التليفزيونية والأفلام السينمائية ، وإن لم تكن الدولة الأولى في إنتاج الأفلام السينمائية . فقد سبقتها في هذا المجال دول أخرى منها الهند وكوريا الجنوبية . ولكن الأمر الجدير بالإشارة هو احتياج قنوات التليفزيون الكابلية الأمريكية لقدر كبير من المضمون لشغل وقت الإرسال الذي يستمر ٢٤ ساعة يوميا ، واضطرار هذه القنوات الكابلية إلى إعادة عرض البرامج القديمة Reruns لملء ساعات الإرسال الطويلة ، كما جعلها ذلك أكثر استعدادا لاستيراد بعض البرامج الأوربية الناجحة ، لذلك أصبح الأمريكيون حاليا يشاهدون بعض البرامج الأوربية ، وهذا تطور خطير ومهم . كذلك ظهرت مراكز إنتاج متقدمة في غالبية الدول الأوربية تقوم بإعداد برامج ترفيهية للمشاهد الأوربي ، ولكن بالرغم من ذلك فمازالت الدول الأوربية تستورد البرامج الأمريكية بكثافة ، وتقوم بدبجتها باللغات الأوربية الوطنية ، أى أنه بالرغم من غزارة الإنتاج الأوربي فمازال هناك احتياج شديد للمضمون الأمريكي ، ولذلك سوف يستمر الاستيراد . هذا فضلا عن أن قدرا كبيرا من

الإنتاج الأوربي هو إنتاج يخضع للسيطرة الأمريكية .

الجدير بالإشارة أن صناعة السينما البريطانية مازالت تخضع بنسبة ٩٠٪ للسيطرة أو التمويل الأمريكي ، كما تخضع صناعة السينما فى كل من فرنسا وإيطاليا لسيطرة رأس المال الأمريكى أو لسيطرة المنتج الأمريكى بنسبة عالية . ولهذا فإن الإنتاج الذى يبدو أوربيًا هو فى واقع الأمر إنتاج خاضع للسيطرة الأمريكية . أى أن الهيمنة الأمريكية على صناعة الترفيه ، بالرغم من كل العوامل التى أوردها الباحث ، مازالت قائمة ، وسوف تستمر لسنوات طويلة ، خاصة أن قنوات التليفزيون الكابلية والقنوات الفضائية الأوربية فى حاجة ماسة للمضمون الإعلامى قليل التكلفة ، المتسم بنوعية فنية عالية ، وهذه المواصفات متوافرة بكثرة فى الإنتاج الترفيهى الأمريكى . ومما يزيد الاعتماد الأوربي على هذا المضمون أن المشاهد الأوربي اعتاد عليه وأدمنه ، ولم يعد قادرا على الاستغناء عنه .

التطور الثانى المهم هو ظهور قنوات فضائية أوربية وأخرى تابعة لدول العالم الثالث تصل بإرسالها إلى أجزاء من الولايات المتحدة والدول الأوربية . بعض هذه القنوات تستخدم اللغة الإنجليزية أو الفرنسية أو الألمانية ، والبعض الآخر يث بلغات الدول النامية . وجود هذه القنوات يجعل الرسائل الإعلامية تتدفق من الشرق إلى الغرب ومن الجنوب إلى الشمال . وقد لا يشاهدها عدد كبير من المواطنين فى الدول الغربية فى المراحل الأولى ، ولكنها تصل على الأقل لمواطنى الدول النامية الذين يعيشون فى المجتمعات الغربية . ووجود هذه القنوات لا يقلل إطلاقا من تأثير الدور الأمريكى المهيمن ؛ لأن هذه القنوات تعتمد على المصادر الأمريكية فى الحصول على الأخبار ، كما تعتمد على البرامج الترفيهية

## الأمريكية .

وقد أشار الباحث في دراسته أيضا إلى انخفاض هيمنة الدولة على مصادر المعلومات . وعلينا أن نشير إلى أن احتكار الدولة قد اختفى فعلاً في أغلب الدول الأوربية ، ولكن تحكم الدولة وسيطرتها على مجال الاتصال زاد في المجتمعات الغربية ولم يقل ، وأصبحت الدولة تلجأ إلى أساليب الضغط غير المباشر على الإعلام ، فقد ازداد تأثير مصادر الأخبار ( المسئولين ) ، وجماعات الضغط ، لحجب معلومات معينة ، أو عدم طرح قضايا معينة ، وذلك حتى تتجنب وسائل الإعلام السمعة التي اكتسبتها بأنها تعمل على زيادة عدم الاستقرار وتضعف سلطة المؤسسات الرسمية وغير الرسمية ، كذلك الأمر فيما يتعلق بفرض السرية على المعلومات . وقد اتضح هذا بشكل واضح خلال التغطية الإخبارية للحروب القصيرة التي دخلتها الولايات المتحدة منذ عام ١٩٨٣ ( غزو جرينادا ) ، وضرب ليبيا عام ١٩٨٦ ، وغزو بنما ( ديسمبر عام ١٩٨٩ ) ، وحرب الخليج عام ١٩٩٠ .

كذلك لم يتحدث الباحث عن ظروف التعرض في عصر العولمة ، أو تأثير الجمهور وأهمية وضع سياسات إعلامية .

### ١- التعرض مسئولية الفرد :

أصبح التعرض مسئولية الفرد ، لانخفاض قدرة الدولة على التدخل بدعوى حمايته . صحب هذا انخفاض قدرة الأسرة على السيطرة على ما يشاهد أفرادها ، ولم تعد الأسرة تتجمع لمشاهدة التلفزيون ، بل أصبح كل فرد يشاهده وحده .

## ٢- تأثير الجمهور :

التغيير الأساسى الذى أحدثته ظاهرة العولمة وأحدثه التقدم التكنولوجى هو زيادة سلطة المستخدمين - أى الجمهور - على وسائل الإعلام Empowerment of media users، فقد ازدادت سيطرة الجمهور على الرسائل الإعلامية، ولم يعد المتلقى سلبياً، بل زادت قدرته على الاتصال والوصول إلى مصادر المعلومات ؛ خاصة بازدياد برامج الحوار، واستخدام الكمبيوتر والمودم، وازدياد البرامج الجماهيرية، ووجود اتصال محلى وتعدد القنوات. فقد زادت قدرة الجمهور على إرسال رسائل سياسية قليلة التكلفة لجماهير متنوعة أو جماهير متجانسة. أتاح هذه الفرصة لأحزاب الأقلية والمرشحين الوصول إلى جماعات جمهور محددة منتقاة Audience Segmentation، وغيّر طبيعة الحملات السياسية (خاصة بعد استخدام البريد الإلكتروني والكمبيوتر). كذلك زادت قدرة الجمهور على متابعة الأخبار ٢٤ ساعة يومياً، وليس فى الأوقات المحددة التى تفرضها وسائل الإعلام.

ولكن بالرغم من ازدياد المعلومات المتوافرة للفرد، مازال ما يحصل عليه الفرد العادى (فى الدول المتقدمة) من معلومات محدوداً جداً ؛ خاصة المعلومات السياسية والاقتصادية. وبذلك اتسعت فجوة المعرفة بين الأفراد الذين لديهم مصادر مالية وثقافة، أى القادرين على استخدام الإنترنت، والأفراد العاديين. وبذلك زاد عدم اليقين لانخفاض المعرفة، وهو الأمر الذى جعل من المحتم أن يؤدى إلى انخفاض المشاركة السياسية، فلم يصاحب إنشاء قنوات جديدة الاهتمام بالتنوع والتنوع فى المضمون السياسى. وحينما نتحدث عن مضمون سياسى جاد نجد أن الاختيارات التى تقدمها القنوات المختلفة أغلبها



سطحية ، وليس هناك مضمون متميز إلا فى القليل النادر ، فالقنوات الجديدة لا تضيف الجديد الذى يثرى المعرفة . ولكن الأمر المهم هو ازدياد قدرة الفرد على الحصول على النصوص الكاملة للأحداث أو الندوات ، ومشاهدتها حية أثناء حدوثها ، فضلاً عن ازدياد برامج الحوار التى يشارك فيها الجمهور .

### ٣- إعادة الاهتمام بسياسات الاتصال :

كان المفروض أن يتعرض الباحث بالنقاش ، بعد ازدياد مصادر المعلومات ، إلى الحديث عن أهمية وضع سياسات اتصال جديدة ، وكيفية التعامل مع وسائل الإعلام فى ظل الظروف المستحدثة : هل تتحول وسائل الإعلام إلى ناقل عام للمعلومات مثل البريد والتليفون ووسائل المواصلات ؛ أى تتاح الفرصة لكل فرد ليقول ما يريد ، كما هو مطبق حالياً فى مجال أقمار الاتصال ؟ أم تترك الدولة أصحاب وسائل الإعلام ينعمون بحرية كاملة ، ويكون عليهم بعض الالتزامات بالنسبة لتقديم برامج خدمة عامة أو برامج تعليمية ، أو قضايا تختلف حولها وجهات النظر ، أو خدمات تنموية ؟ كيف سيتم تمويل تلك الوسائل ، خاصة أن التمويل الإعلاني ينخفض مع تعدد القنوات وانقسام الجمهور إلى شرائح أصغر حجماً غير اقتصادية بالنسبة للمعلنين ؟

إذا استمر التمويل التجارى ( أى الإعلان ) سوف يستمر التأكيد على الترفيه الخفيف ، واستمالة جماهير غفيرة لجذب المعلن أو المشتركين ، بدلا من تقديم برامج جادة . وبالنسبة للإعلان ، فإنه من الملاحظ فى ظل ظاهرة العولمة ازدياد الميل لتقليل سيطرة الدولة على الإعلان فى الدول المتقدمة . فقد أصبحت الحريات الدستورية تنطبق ( منذ عام ١٩٧٥ ) على « التعبيد التجارى » وابتداءً

من الثمانينيات ، أصبحت المجتمعات الغربية تتبنى - إلى حد كبير - وجهة النظر التي تعتمد الإعلان بوصفه شعرا تجارياً Commercial poetry ، ونشاطا إقناعيا يقدم وجهة نظر تخضع للحماية . بهذا تم تقليل سلطات المؤسسات المنظمة لصناعة الإعلان ، خاصة في عصر الاتصال الفضائي .

يمكن عموما القول إن الدراسة اتسمت بالعمق ، وناقشت ظاهرة معقدة متعددة الأبعاد بأسلوب علمي متميز ، واستعانت بالكثير من المصادر الحديثة والمهمة .

العوامل التي لم يتطرق إليها الباحث ، أهمها :

١- تأثير قوى السوق على البرامج وانخفاض مستوى المضمون الإعلامي المقدم .

٢- زيادة قدرة الجمهور على الوصول لوسائل الإعلام .

٣- زيادة أساليب السيطرة غير المباشرة على الإعلام .

٤- أهمية وضع سياسات إعلامية تراعى الظروف الجديدة .

وربما عدها الباحث غير متصلة بالهيكلية ، ولو أن لها تأثيرات مهمة .