**المحاضرة الثانية**

هوية الأمة العربية الإسلامية في مواجهة

التحدي الإعلامي

الدكتور محمد نجيب الصرايرة

جامعة اليرموك

الأحد 2 ذو القعدة 1412هـ، 3 أيار 1992م

نحن نعلم أن عقد السبعينيات كان أكثر العقود اضطراباً في مجال الاتصال الدولي. ففي تلك الفترة، وبعدها، وجهت موجة من النقد الحاد للنظام الاتصالي "الحر" الذي فشل في إيجاد حلول منطقية وجادة لمشاكل الاتصال الدول. فبقي القوي قوياً، وازداد قوة، في حين بقي الضعيف ضعيفاً وازداد ضعفاً. ولعل من أبرز السمات التي تميز بها النظام الاتصالي "الحر" دوره في خلق فجوة اتصالية عميقة بين الدول "التي تملك" والدول الفقيرة. هذه الفجوة أدت إلى خلق حالة من عدم التوازن في مجال تدفق المعلومات على المستويين الكمي والكيفي، إضافة إلى تعميق الفجوة القائمة بين الجانبين في مجال تقنية الاتصال. ولعل الخلل الذي أصاب النظام الدولي وبروز فكرة النظام الدولي الجديد، يكون مؤشراً واضحاً على تكريس الفجوة القائمة، وتعميقها من خلال إحكام الدول الغربية - وبخاصة الولايات المتحدة الأمريكية- سيطرتها على التقنية الاتصالية، وتدفق المعلومات كماً وكيفاً على الصعيد الدولي. هذه السيطرة في مجال التقنية والمعلومات التي مارستها الدول الغربية وبخاصة الولايات المتحدة الأمريكية، والتي ستمارس بشكل أكثر بشاعة في المستقبل عرفت بأسماء مختلفة، منها الغزو الثقافي، والهيمنة الثقافية، والهيمنة الإعلامية. ويبدو أن هذه التسميات التحديات، تعوزها الدقة وإن كانت الأخيرة أكثر قرباً في دلالاتها للمعني المراد. في هذه المحاضرة، سوف نستعمل تعبير "الهيمنة الاتصالية" لأنها تعكس الصورة بشمولية أكبر منها في حالة الهيمنة الإعلامية، حيث تبرز الهيمنة في مجال الاتصال بمظاهر عديدة، ولا تقتصر على البعد الإعلامي فحسب، بل تشمل أبعاداً أخرى منها الإعلان، الأفلام والبرامج المستوردة وكذلك تقنية الاتصال.

أما فيما يتعلق بالتسمية الأولى، الغزو الثقافي، أو الثانية، الهيمنة الثقافية، فهي الأكثر شمولاً، التي تنعكس من خلال أبعاد مختلفة تأخذ

أشكالاً اجتماعية ونفسية واتصالية. فالهيمنة الاتصالية تمثل إحدى مسببات الهيمنة الثقافية، ولا يمكن النظر إليها بمعزل عن المظاهر الأخرى التي ذكرناها، والتي تشكل متفاعلة مفهوم الهيمنة الثقافية، التي بدورها تمثل إحدى صور الهيمنة بمفهومها الشامل. ويبقى لنا أن نتساءل عن معنى الهيمنة الاتصالية، وكيف تنظر إليها المدارس الفكرية. وفي هذا المجال اختلفت الاتجاهات حول إيجاد تصور واضح أو معنى محدد لهذه الظاهرة.

غير أنه من الممكن حصرها في دائرتين اثنتين:

* **الأولى ممثلة بأنصار نظرية التبعية.**
* **والثانية ممثلة بأنصار نظرية الانتشار.**

نشأت مدرسة "التبعية" أساساً كرد فعل للمعاناة التي عاشتها شعوب الدول النامية من "تجربة نمط النمو الاقتصادي القائم على الاندماج الكامل في السوق العالمي، والموجه أساساً إلى خدمة احتياجات الدول الصناعية الاستعمارية". ويلخص أنصار هذا الاتجاه رؤيتهم في مجال الاتصال على الصعيد الوطني لدول العالم الثالث بوصفها امتداداً لما يجري على الصعيد الدولي. فوسائل الاتصال في الدول الرأسمالية تمارس دوراً جوهرياً في تحقيق الأرباح من ناحية، والتحكم في الوعي القومي والاجتماعي بهدف المحافظة على الوضع الراهن.

هذه الصورة لا تختلف كثيراً في الدول النامية حيث تتحكم النظم الحاكمة في هذه الدول بمساعدة من الشركات والاحتكارات متعددة الجنسيات في احتكار وسائل الاتصال وتسخيرها لخدمة مصالحها بحيث تصبح أدوات إعلامية ودعائية تروج لمصالح النخبة السياسية الحاكمة، وبهذا تصبح الدول أسواقاً للمنتجات الاقتصادية والعسكرية والثقافية للنظم المهيمنة.

ويرى أنصار هذه المدرسة أن النظام الدول السائد يعكس علاقات من

الهيمنة والتبعية. فالنظم المهيمنة تعمل على توسيع هيمنتها وتثبيتها بطرق واعية ومدروسة، وبأساليب مخطط لها، وذلك بهدف خلق ثقافة عالمية متماثلة هي "الثقافة الاستهلاكية"، وبالتالي إيجاد سوق عالمي واحد يستقبل قيمها الثقافية، ومنتجاتها الاستهلاكية. ويبرز بعض أنصار هذه المدرسة الدور الخطير الذي تلعبه الاحتكارات الأمريكية في المجالين العسكري والاتصالي للمحافظة على تفوقها وهيمنتها في المجالات المختلفة. فالباحث الأمريكي شيلر(Schiller) يشير إلى أن هذه الجهود تأخذ شكلين اثنين:

**الأول**: مباشر عن طريق وزارة الدفاع الأمريكية التي تساهم في وضع السياسة الوطنية الأمريكية في مجال الاتصال.

**الثاني**: غير مباشر، عن طريق الشركات الأمريكية الخاصة التي تعد من أكبر الشركات الأمريكية التي تربطها عقود تجارية كبيرة في مجال الاتصال مع الوزارة المذكورة.

ويؤكد الباحث أن هيمنة وسائل الاتصال الأمريكية مرتبطة بالسياسات الخارجية والدفاعية الأمريكية التي تعتبر وسائل الاتصال إحدى أدواتها المهمة، كونها امتداداً طبيعياً لحالة الهيمنة الأمريكية على الصعيد الدولي. ويضيف أن التفوق الذي تسعى السياسة الأمريكية للوصول إليه، يمكن تحقيقه من خلال السيطرة على تقنية الاتصال بكافة أشكالها، بالإضافة إلى توسيع دائرة النظم الاتصالية التجارية عالمياً، مؤكداً أن الهدف الرئيس وراء ذلك يكمن في المحافظة على الامتيازات الاقتصادية التي تحققت لها، بالإضافة إلى منع حدوث أي تغيير على المستوى الاجتماعي للنظم التابعة من شأنه أن يحدث تغييراً في الوضع الراهن.

وتلعب الشركات متعددة الجنسيات أثناء توسعها على المستوى الدولي دوراً مهماً في فرض نماذج اقتصادية تشجع على قبول معايير وقيم ثقافية ملائمة لإحداث هذا التوسع، مشيراً إلى أن الأخبار المتعلقة بالشؤون

الداخلية والدولية، بالإضافة إلى الأفلام، وأشرطة التسجيل والمجلات ومطبوعات المدارس، وبرامج التلفزيون وغيرها تروج "لأنماط من الحياة" تساعد في عملية تحويل المعايير والقيم المحلية أو الإقليمية ونقلها لتصبح ذات صيغة عالمية. هذه العملية يرافقها انتشار وتركيز للمؤسسات الاقتصادية والمالية المهيمنة داخل النظم التابعة.

أما الاتجاه الآخر الذي يتبناه أنصار نظرية الانتشار، فيركز مؤيدوه في رؤيتهم لظاهرة الهيمنة الاتصالية على العملية الوطنية لتنمية وسائل الاتصال، إضافة إلى الدور الذي تلعبه القيم والمعايير الاجتماعية الوطنية في تنمية النظم الاتصالية. ويقبل أنصار هذا الاتجاه تشخيص الوضع الحالي للتدفق المعلوماتي القائم على احتكار قلة من الدول لمصادر المعلومات، وبالتالي تكريس حالة الاتجاه الأحادي لسريان المعلومات إلا أنهم يطرحون تصوراً مغايراً لمفهوم الهيمنة الاتصالية كما أبرزه مؤيدو نظرية التبعية.

يؤكد أنصار "الانتشار" على مفهوم الهيمنة الاتصالية كأداة تحليلية متميزة، كونها تشمل عدداً من الظواهر الأكثر تحديداً من كونها نمطاً اختبارياً صارماً يرتبط بالهيمنة الثقافية، أو الهيمنة بمفهومها الشامل.

فظاهرة الهيمنة الاتصالية تتضمن:

* تصدير البرامج التلفزيونية من الدول المتقدمة إلى دول العالم الثالث.
* انتشار نماذج النظم الإذاعية والتلفزيونية للدول المتقدمة في دول العالم الثالث، وغلبة النموذج التجاري عليها.
* الملكية الأجنبية لوسائل الاتصال في الدول النامية.
* السيطرة التي تفرضها الدول المتقدمة على السوق الاتصالي الدولي، وغزو الرؤى الرأسمالية للعالم الثالث، وتشويهها للأنماط الوطنية للدول المستقبلة.

ويرى بعض أنصار هذه المدرسة أن هيمنة وسائل الاتصال الأمريكية تعود لأسباب متعلقة بطيعة منتجها الذي يتميز بانخفاض سعره، وارتفاع جاذبيته، وفي الوقت ذاته قدرته على ملاءمة الأذواق الشعبية، بالإضافة إلى أن القدرة الأمريكية أو الأنجلو أمريكية على استيعاب العملية الاتصالية - وبخاصة في مجال التلفزة - قد أدت إلى تسيد المنتج الغربي دون سواه، وعلى الطرف الآخر وفي الاتجاه نفسه هناك من يرى أن اعتماد دول العالم الثالث على البرامج المستوردة يعود لمجموعة معقدة من الأسباب أكثر من كونها مرتبطة بالرغبة الاستعمارية فقط، أو كون هذه البرامج ملائمة لأذواق الناس. ويؤكدون أن درجات التبعية متباينة، ومتأثرة بتفاعل عدد من المتغيرات الداخلية مثل البنى التحتية، والنظم السياسية والاجتماعية والتقاليد الثقافية، والبناء الاقتصادي، وأخرى خارجية مثل: الضغوط من قبل الدول المتقدمة. ويمكن لنا تحديد مواقع الاختلاف بين الاتجاهين في رؤيتهما لظاهرة الهيمنة الاتصالية في ثلاثة محاور رئيسية هي:

**أولاً**: يؤكد أنصار نظرية الانتشار في نظرتهم لظاهرة الهيمنة الاتصالية على العملية الوطنية لتنمية نظم الاتصال، إضافة إلى الدور الذي تلعبه القيم والمعايير الاجتماعية في تنمية هذه النظم. في حين ينطلق مؤيدو نظرية التبعية في دراستهم للمشاكل التنموية، ومنها الاتصالية، في دول العالم الثالث، من تحليل علاقات القوى الدولية. هذا النظام بنظرهم يقوم في الأساس على خدمة مصالح الدول المتقدمة، ويؤكد أنصار نظرية التبعية أن الشركات متعددة الجنسيات، بالإضافة إلى المساعدات التي تقدمها الدول المتقدمة للدول النامية، وطبيعة السوق العالمية، وكذلك نظام الأرصدة الدولي، هذه وغيرها تشكل مظاهر التبعية بمفهومها الشامل.

**ثانياً**: يرى أنصار نظرية الانتشار أن حالة التبعية هي حالة مؤقتة.

فالدول النامية يمكن لها أن تستعير التقنية والثقافة من الدول المتقدمة ثم بعدها يتم تطويرها، وتكييفها لتتفق والمعايير الثقافية السائدة. ويشير مؤيدو هذا الاتجاه إلى أن هناك كماً هائلاً من العناصر الثقافية الأجنبية التي تم تكييفها لتلائم الثقافات الوطنية المستقبلة. فخلال هذه العملية تبرز حالة من التبعية المبدئية نتيجة للتفاعل مع الثقافات المستوردة، ثم بعد ذلك يتم إضفاء شئ من الثقافة الوطنية على العناصر الثقافية المستوردة، بعدها يتنامى، وبشكل نسبي، التفاعل الثقافي الوطني وعلى الاتجاه الآخر، يرى مؤيدو نظرية التبعية أن النظام الدولي السائد، بما يفرزه من علاقات دولية قائمة على الهيمنة والتبعية، يشكل صيغة تجسد الهيمنة الاتصالية كحالة دائمة وليست مؤقتة.

**ثالثاً**: يرى أنصار نظرية الانتشار أن وسائل الاتصال تمثل أدوات تخدم عملية التنمية، في حين يرى أنصار الاتجاه المضاد أن النظام الدولي الحالي يمثل وكيلاً للقوى المهيمنة في تثبيت النظام الإعلامي الحر، الذي يشكل عقبة أمام تحقيق التقدم الاقتصادي والاجتماعي المتوازن.

**مظاهر الهيمنة الاتصالية في الوطن العربي:**

- التدفق الإخباري الدولي: أوضحت المناظرة الدولية في مجال الاتصال خلال السبعينيات والثمانينيات أن سريان المعلومات بشكل عام والأخبار بشكل خاص يسير باتجاه واحد من الدول المتقدمة إلى الدول النامية. وتلعب وكالات الأنباء الغربية دوراً بارزاً في عملية نقل المعلومات دولياً. وتعتبر هذه الوكالات: الأسوشيتدبرس، ويونايتد برس إنترناشيونال، ورويتر، والفرنسية للأنباء، الموزع الرئيس للأنباء على الصعيد الدولي. وباستثناء عدد قليل من صحف العالم التي تنتمي إلى المعسكر الغربي فإن صحف العالم تعتمد بشكل كبير أو كامل على وكالات الأنباء، فعلى صعيد الوطن العربي، أشارت إحدى الدراسات إلى أن

7, 46% من الأنباء الدولية التي تم نشرها في تسع صحف عربية كانت قد نقلت إليها عبر الوكالات الغربية الكبرى، وأن 26% نقلت عبر وكالات أنباء عربية، وهذه غالباً ما تعتمد بشكل كلي أو جزئي على الوكالات الغربية و25% نقلت عن صحف وإذاعات، وهذه غالباً ما تكون غربية، و2% نقلت عن وكالات أنباء تتبع دولاً اشتراكية. وأضافت الدراسة، أن الوكالات الغربية الأربع كانت مصدر 43% من الأنباء التي نشرتها الصحف العربية حول الوطن العربي، بينما كانت وكالات الأنباء العربية مصدر 42% من هذه الأنباء، وكذلك سيطرت الوكالات الأربع على التدفق الإخباري القادم من الدول النامية بنسبة 50% في حين كانت وكالات الأنباء العربية مصدر21.2% من هذه الأخبار. وأشارت دراسة أخرى أجريت حول الصحافة الأردنية إلى أن حوالي 70% من أخبارها الدولية تصل إليها عبر وكالات الأنباء الغربية الأربع. في حين تتقاسم النسبة الباقية وكالات إقليمية. وأوضحت دراسة أخرى أن صحيفة "الجوردان تايمز" لا تختلف في اعتمادها على الوكالات الغربية عن الصحف الأخرى. وقد أشار التقرير التمهيدي الذي رفعته المجموعة المكلفة بدراسة إمكانية إقامة هيئة عربية لتبادل الأخبار التلفزيونية في الوطن العربي، أن معظم محطات التلفزة العربية يعتمد بشكل كامل على الوكالات الغربية في نقل الأخبار. وقد أشارت دراسة حول تدفق الأفلام الإخبارية للتلفزيون الأردني إلى أن الوكالات الغربية مهيمنة بشكل كامل، في حين لم يكن للتلفزيون الأردني أي مساهمة في تبادل الأفلام الإخبارية البالغة 500 فيلم كوّنت عينة الدراسة.

وعلى الصعيد الكيفي، فإن وكالات الأنباء الغربية تمارس هيمنة من نوع آخر يمكن تحديدها في شكلين اثنين:

**الأول**: التركيز على أخبار الأزمات والصراعات أو ما يتصل بمفهوم الأخبار السلبية.

**الثاني**: إقحام الرؤية الخاصة لهذه الوكالات في الأحداث الدولية، وإعطاء هذه الأحداث وشخوصها صفات ونعوتاً تلائم وجهات نظرها من خلال تشويه المعلومات وتلوينها أو التعتيم عليها.

فالوكالات الغربية كانت دائماً متحيزة في تغطيتها للصراع العربي الإسرائيلي، وتقديم الشخصية العربية الإسلامية، وأستشهد هنا بما قاله أحد محرري صحيفة لوس أنجلوس تايمز، الذي أوضح أن الصورة العامة للعربي لدى غالبية الأمريكيين هي إما "مليونير أثرى من النفط" أو "إرهابي" أو "راكب جمال"، وأحياناً كثيرة تبرز شخصية العربي كونها مزيجاً مركباً من الحالات الثلاث.

إن طرق تشويه المعلومات التي تمارسها وكالات الأنباء العالمية تتعدى حدود نشر معلومات كاذبة، لتأخذ أشكالاً أخرى منها:

* المغالاة في التأكيد على أحداث ليست لها أهمية.
* وضع الحقائق التي لا يرتبط بعضها ببعض في قالب واحد، وعرضها بشكل يوحي بأنها متصلة، وتكوّن حالة واحدة.
* عرض الحقائق بطريقة تولد نتيجة ضمنية تعكس حالة رضا أو حالة إعجاب بما يقدمه النظام المهيمن.
* التشويه القائم على خلق حالة مزاجية، وعقلية مسبقة نحو الأحداث وذلك عن طريق تقديم الأحداث ذات الأبعاد المعروفة بأسلوب يخلق حالة خوف، أو شك لا أساس لها من الصحة.
* التشويه من خلال التعتيم، أو عدم نشر أي معلومات متصلة بالحدث، أو الموقف الذي لا يخدم مصالح الدول التي تنتمي إليها وكالات الأنباء العالمية.

ويمكننا هنا أن نلخص مظاهر الهيمنة التي تمارسها وكالات الأنباء العالمية بما يلي:

1. الجانب الكمي، إذ تهيمن وكالات الأنباء على سوق الأخبار، وبذلك تكرس الاتجاه الأحادي لسريان المعلومات.

2- الجانب الكيفي، الذي يتصل بتحريفها للمضامين الإخبارية من خلال تركيزها على الأخبار ذات الطبيعة السلبية، إضافة إلى استخدامها صفاتاً ونعوتاً تعكس وجهة النظر الغربية في الأحداث والزعامات.

1. سيادة المعايير والقيم الإخبارية الغربية في وسائل الاتصال العربية، بحيث أصبحت هذه الوسائل نمطاً تقليدياً للنموذج الغربي فيما يتعلق بالأساليب والقيم الإخبارية التي ينظر من خلالها للأحداث.

**البرامج والأفلام المستوردة:**

تعتبر ظاهرة استيراد البرامج التلفزيونية والأفلام السينمائية الغربية بشكل عام، والأمريكية بشكل خاص أحد المظاهر البارزة ظاهرة الهيمنة الاتصالية على الصعيد الدولي. فالتواجد المكثف لهذه البرامج لا يهدف إلى التسلية والترفيه وحسب، بل يسعى بالدرجة الأولى إلى ترويج قيم ومعايير اجتماعية وأنماط حياتية تخدم خلق ثقافة عالمية تهيئ الأجواء أمام بروز الأنماط الاستهلاكية واتساعها عالمياً. فقد أشارت إحدى الدراسات حول تدفق البرامج والأخبار التلفزيونية إلى حقيقتين بارزتين:

1. إن معظم الدول الأقل نمواً تستورد أكثر من نصف البرامج التلفزيونية التي تعرضها.
2. إن الولايات المتحدة هي مصدر ثلاثة أرباع البرامج المستوردة. وتؤكد إحصائيات أخرى أن الدول النامية تستورد 65% من البرامج والمسلسلات التلفزيونية، وغالبية ما تعرضه من أشرطة سينمائية، فعلى الصعيد العربي استورد المغرب خلال عام 1987

ألفاً وثلاثة وتسعين شريطاً سينمائياً، في حين استوردت الكويت ثلاثمئة شريط سينمائي وتلفزيوني. وأشارت دراسة أخرى إلى أن نسبة ما استوردته الدول العربية التي شملتها الدراسة التي أجريت عام 1984، من برامج أجنبية كانت على النحو التالي:

الجزائر 55%، مصر 41%، سورية 35%، تونس 55%، اليمن الديمقراطية (قبل الوحدة) 47% من ساعات البث. وأوضحت دراسة أخرى (1985)، أن البرامج المستوردة في التلفزيون الأردني احتلت ما نسبته 55% من ساعات البث 45% منها استوردت من الولايات المتحدة الأمريكية.

هذه البرامج بالطبع، تعبر عن مجموعة من الأفكار والمواقف، وبالتالي تنطلق من مجموعة من القيم تعمل على ترويجها بأساليب فنية راقية، وبإبداع على مستوى الشكل والصياغة يجعل المتفرج أو المستمع في حالة تقبل وتجاوب وإعجاب.

وتعمل مضامين هذه البرامج المستوردة على تشويه صورة الإنسان في مناطق مختلفة من العالم. فمثلما تربط شخصية السود بالإجرام فإنها كما يقول جاك شاهين تربط شخصية العربي بثلاث صور هي: الثراء الخرافي، الهمجية والتخلف، والشبق الجنسي وبخاصة وراء المرأة الغربية. والنتيجة الملاحظة أيضاً أننا في الوطن العربي لا نعرف عن نماذجنا الوطنية بمثل معرفتنا عن النماذج الغربية. وبمعرفة أثر البرامج التلفزيونية المستوردة نستطيع أن نفسر وجود كثير من الظواهر الغربية التي تغزو حياتنا العربية، فانتشار نموذج إليزابيث تايلور، ومايكل جاكسون، ومادونا أو غيرهم، هو ترجمة بديهية لما يبث على شاشات التلفزيون، وأكثر من هذا فالانتشار السريع للأطباق الغذائية الغربية، والأزياء الغربية هو نتيجة لما يشاهد في المسلسلات الغربية.

ويمكن تلخيص الدور الذي تلعبه البرامج والأفلام المستوردة في النقاط التالية:

1. إن تسيـُّد المنتج الغربي في هذا المجال يؤدي إلى خلخلة النظم الاجتماعية في الوطن العربي، وذلك من خلال تحطيم نظم القيم السائدة، واستبدال نظم غربية بها.
2. تمثل هذه البرامج قناة تسويقية للمعايير الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية للدول الغربية، وبذلك تصبح الدول العربية بأنظمتها المختلفة فريسة لهذا الغزو الذي يستهدف هويتها واستقلالها الوطني على كافة الأصعدة.
3. تشويه صورة الإنسان العربي من خلال خلق صور نمطية تحمل مضامين سلبية تجسد التخلف والوحشية في حين ترسم صوراً إيجابية للإنسان الغربي مرتبطة بالتحضر والإنسانية.

**الإعلان الدولي:**

أثّر التوسع السريع والمكثف للشركات متعددة الجنسيات على المستوى الدولي بشكل مؤثر في المجال الاتصالي. إذ أوضحت لجنة ماكبرايد لدراسة مشاكل الاتصال في العالم أن المرء يستطيع التحدث في الوقت الحاضر عن الاتصال كظاهرة عالمية، كما هو الحال في المجالات الاقتصادية، حيث تهيمن بعض الدول المتقدمة على السوق العالمية في مجالي الخدمات والإنتاج في حقل الاتصال. غير أن التوسع السريع لهذه الشركات لم يكن ممكناً في ظل نظام اتصالي دولي مكرس لخدمة حاجاتها المعلوماتية والإنتاجية فحسب، بل كان لا بد من نظام اتصالي يعمل على خلق نظم عالمية تخدم تسويق منتجاتها على المستوى الدولي. ولعل شركات الإعلان الدولية ووكالاتها تمثل أحد أهم الأشكال في مجالالاتصال، مثلما هو الحال بالنسبة إلى الشركات الأخرى التي تنتج الحاسوب، والأقمار الصناعية أو أدوات التقنية الحديثة الأخرى.

وتبرز أهمية هذه الشركات عبر معرفة الأرقام السنوية التي تعكس قيمة الإنفاق السنوي على الإعلان. ففي سنة 1981، بلغ الإنفاق السنوي على الإعلان 64 بليون دولار أمريكي، أكثر من نصفه أنفق على الإعلان في الولايات المتحدة الأمريكية. هذا الوضع يؤكد أن الإعلان الدولي يشكل ظاهرة أمريكية، على الرغم من أن هناك دولاً أخرى مثل بريطانيا، وفرنسا، وألمانيا، واليابان وكندا، تنفق كل واحدة منها على الإعلان أكثر من بليون دولار أميركي سنوياً.

ويبدو أن النظم الاتصالية في الوطن العربي قد تأثرت بشكل واضح بنظم الاتصال في الشمال الأمريكي. فقد كرست الأنشطة الاتصالية لخدمة العملية الاستهلاكية (البيع والتسلية)، فالإعلانات التجارية تشجع الصناعات الأجنبية (وبخاصة الأمريكية)، أو الصناعات المقلدة لمنتوجات أجنبية. ونظام الإعلان الأمريكي المهيمن لا يشجع مطلقاً مفاهيم مثل: التقشف أو ترشيد الاستهلاك أو عادات مثل: التوفير وتشجيع الإنتاج المحلي.

ومن الأمثلة البارزة على هيمنة النموذج الغربي في الإعلان أن فتاة الإعلان في الدول النامية، ومنها الدول العربية تحرص على صبغ لون شعرها وتعدل من أسلوب مكياجها، والزي الذي ترتديه حتى تصبح صورة "كربونية" لفتاة إعلان أجنبية. وهذه الظاهرة في نظر الكثيرين تساعد على تكريس حالة التمزق الأسري والتردي الأخلاقي، بالإضافة إلى مساهمتها في تنمية النزعة الاستهلاكية داخل عقول الشباب والفتيات. والإعلان الغربي بشكل عام، والأمريكي بشكل خاص، يعمل على خلق ثقافة دولية أو حالة تجانس عالمية تعمل على بروز تماثل في عادات

الاستهلاك. هذا النوع من الإعلانات التجارية أدى إلى وجود ظاهرة "الهيمنة على العقول" بمعنى أن المستهلك أينما كان، يرى أن كل شئ غربي أو أمريكي شئ مرغوب، ويمكن التفاخر به. هذه العملية عملت على نقل أنماط الحياة الأمريكية لتصبح عالمية مما أدى إلى افتتاح أسواق تجارية حيوية للاحتكارات الأمريكية.

وتشكل إعلانات الدول النامية ومنها العربية، شريحة واسعة في السوق الإعلاني الدولي الذي تسيطر عليه الولايات المتحدة الأمريكية، إذ بلغت إعلانات الهند 93 مليون دولار، وإيران 34مليون دولار، ومصر 32 مليون دولار، والمغرب 6.6 ملايين دولار والسعودية 5 ملايين دولار عام 1971، وهذه الأرقام من الممكن أنها زادت بكثير عما كانت عليه. وفي سنة 1973، أجريت دراسات عن فروع الوكالات الإعلانية الأجنبية في هذه الدول، فوجد أن هذه الوكالات في 29 دولة من بين 46 دولة أجريت عليها الدراسة كانت ذات ملكية أجنبية، وفي الغالب أمريكية.

هذه الظاهرة الإعلانية المرعبة دفعت الكثيرين للتحذير من أن الإعلان الدولي قد يقود إلى انحراف في السلوك الاستهلاكي بحيث يقوم الأفراد بإنفاق دخولهم على منتجات يرويج لها من خلال أنماط غريبة عن حياتهم. وهذا الوضع يولد بالطبع مشكلات، وانحرافات على المستويين الاقتصادي والاجتماعي. وقد لخصت إحدى الباحثات من أمريكا اللاتينية، التأثير الذي يحدثه الإعلان الدولي بقولها: "إن أهلنا ملزمون بغسل أسنانهم ثلاث مرات يومياً حتى وإن كانوا لا يملكون شيئاً ليأكلوا".

ويمكننا هنا تحديد العلاقة ما بين الإعلان كنمط اتصال، والثقافة في شكلين اثنين: علاقة الصورة والمرآة، حيث يأخذ الإعلان خواص الصورة المعكوسة بينما تأخذ الثقافة خواص المرآة التي تعكس الصورة. وبشكل أكثر وضوحاً، يقوم الإعلان بعكس المعايير الثقافية من خلالاستعمالها كإطار عام لتزويد المتلقين بمعلومات حقيقية حول المنتج المراد الإعلان عنه. أما الثانية: فهي العلاقة التبادلية حيث يقوم بالترويج للمنتج من خلال خلق أنماط جديدة من الحياة تعمل على إيصال عملية الاستهلاك إلى المستوى نفسه من الإنتاج.

والملاحظ أن غالبية الإعلانات التي تمر عبر الحدود تأخذ الطابع الثاني حيث تعمل على ترويج قيم ومعايير، وعادات اجتماعية واقتصادية تمهد لقبول المنتج المراد الإعلان عنه. وهي بذلك تشكل خطراً داهماً على الثقافات المستقبلة. وبذلك فالإعلانات التي تمر عبر الحدود لا تستهدف الترويج لسلع تجارية وحسب، بل تحمل داخلها قيماً اجتماعية وثقافية واقتصادية، تهدف إلى تغيير أنماط الحياة السائدة بحيث تتلاءم والنماذج الغربية لتعزز بذلك القيمة الاستهلاكية لدى الأفراد في المجتمعات المستقلة.

**تقنية الاتصال:**

تبرز هيمنة الدول الغربية في مجال تقنية الاتصال بأشكال مختلفة، بحيث أصبحت تحتكر هذا المجال بشكل شبه كامل، وتستغل كافة الطرق بما فيها العسكرية في منع أي تقدم في الدول النامية ومنها الدول العربية، والعراق خير مثال على ذلك.

تشير الإحصائيات إلى أن 97% من أجهزة التلفزيون و 87% من أجهزة الراديو و 95%، من مصادر الأخبار في الدول النامية، ومنها الدول العربية مستوردة من دول تتبنى سياسة الاقتصاد الحر. كما تشير دراسات أخرى إلى أن مساهمة الدول النامية في إجمالي إنتاج العقول الإلكترونية في العالم لا تتجاوز (5%) فقط، في حين تهيمن الدول الصناعية على النسبة المتبقية.

وتظهر دراسات أخرى أن الشركات متعددة الجنسيات، التي تنتمي إلى عدد من الدول مثل: الولايات المتحدة الأمريكية، وألمانيا، واليابان، وبريطانيا، وهولندا وفرنسا تسيطر على صناعة الإلكترونيات التي تشمل أجهزة التلفزة، وأجهزة الراديو، والتلكس، والتلفون، وأجهزة الإرسال، والمسجلات وكذلك أجهزة الحاسوب المعقدة، إذ تسيطر أكبر خمس عشرة شركة في مجال الإلكترونيات على 75% من الإنتاج الصناعي الإلكتروني العالمي في مجال أجهزة الاتصال.

وتهيمن الولايات المتحدة الأمريكية على صناعة الدوائر الالكترونية الاندماجية حيث تنتج ما نسبته 60 – 70% من إجمالي الإنتاج الدولي في هذا المجال. وتسيطر خمس شركات أمريكية فقط على إنتاج ما نسبته 80% من الإنتاج الأمريكي في مجال الدوائر الإلكترونية. والصورة ليست مختلفة في مجال الأقمار الصناعية، فالقطاع الخاص يهيمن على الإنتاج الغربي في مجال الأقمار الصناعية، إضافة إلى العمليات الاتصالية التي تجري عبر هذه الأقمار. واحتكار الغرب وبخاصة الولايات المتحدة الأمريكية لهذا المجال خلق العديد من المشكلات السياسية الحساسة مثل السيطرة على المعلومات الاستراتيجية، والتعدي على السيادة الوطنية، واستعمال المدار الجغرافي الثابت، كذلك تثير عملية البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية التي تسمح للجمهور العريض بتلقي الصور التلفزيونية مباشرة عن طريق هوائيات صغيرة، مشاكل أخرى، لا نملك وسائل لحماية أنفسنا منها، فنصبح مهددين بشكل أكثر شراسة في هويتنا الثقافية، وكذلك مصالحنا التجارية.

إضافة إلى كل ذلك، فإن الولايات المتحدة الأمريكية قد عارضت بشدة أية محاولة من الدول النامية لحجز حصتها في استعمال طيف الموجات الإذاعية؛ لأغراض البث عبر الأقمار الصناعية لاستعمالها في المستقبل

واعتبرت الولايات المتحدة أن مثل هذه السياسة تتضمن تبذيراً للموارد، بالإضافة إلى إعاقتها في تطوير تقنية الأقمار الصناعية.

وهنا لا بد أن نشير إلى أن أكثر من 90% من العلماء والفنيين في مجال تطوير التقنية يعملون لصالح الدول الغنية، وأن 90% من الأنشطة التي تمارس في مجال البحث العلمي لتطوير التقنية متركزة في هذه الدول. في حين نسمع عن مقتل علماء، واختطاف آخرين يعملون في الدول الفقيرة.

والاتصال، باعتباره نشاطاً اقتصادياً، ساهم بشكل ملحوظ في تراكم رؤوس الأموال الغربية، حيث حققت الشركات متعددة الجنسيات أرباحاً طائلة، ساهمت دول العالم الثالث بنسبة 60% منها. إذ بلغت استثمارات الشركات الأمريكية العاملة في دول العالم الثالث ما يعادل 22.5 بليون دولار سنة 1987. ولعل أبرز مثال يستشهد به على التراكم المذهل لرأس المال الغربي بسبب هيمنته على عناصر التقنية الحديثة هو شركة الاتصالات الأمريكية (AT&T)، إذ بلغ رأسمالها سنة 1977 (36) بليون دولار، وهذا الرقم يفوق الدخل الإجمالي الوطني لمئة وثماني عشرة دولة من الدول الأعضاء في هيئة الأمم المتحدة في تلك الفترة.

وبعد، فهذا هو واقع نظام الاتصال الدولي، وهذه مظاهره المختلفة تطرح أمامنا مجموعة من التحديات التي تستهدف هوية الأمة. وهنا أجد من الضروري التذكير بأن ندوة علمية جمع لها كثير من مفكري الغرب عقدت في إحدى الجامعات الفرنسية بعد حرب 1967، كان عنوانها يطرح سؤالاً هو "هل الأمة العربية قابلة للزوال؟" أذكر في ظل ما يجري ويطرح اليوم وكأننا نعيش في مرحلة التنفيذ بعد أن اكتملت مراحل التجريب.

**الأمة وهويتها في خطر... وهذه هي التحديات**:

على الصعيد الفكري.. أقول إن الفكر السياسي الإسلامي استطاع أن يضع حداً للجهالة والركود، واستطاع من خلال إيمانه بدوره الحضاري أن يعيد صياغة المدركات الأوروبية مقدماً لتلك الانطلاقة التي بدأها القديس توماس الإكويني، لتنتهي بحضارة عصر التحرير والتنوير. لقد استطاع الفكر الإسلامي من خلال رموزه الفكرية، الفارابي، وابن سينا, وابن رشد، وغيرهم أن يقوم بدور حضاري لا يمكن لأحد تجاهله. كل ذلك كان ممكناً في ظل فكر تكامل فيه الخطاب الفلسفي بالخطاب الديني. ماذا نرى اليوم؟ إشكالية واضحة المعالم بين ما هو فلسفي وما هو ديني. وأكثر من ذلك تمرد الخطاب الفلسفي على الخطاب الديني؛ بحيث أصبحت الهوية الإسلامية مجزأة إلى مجموعة من الهويات المتصارعة، وأصبح الفكر طيّعاً أمام الغزو الخارجي مما سهل تشويهه من خلال زرع قيم جديدة, وتشويه قيم كامنة واستغلال قيم مختلفة... ومارست وسائل الاتصال الغربية والصهيونية عملها بكل يسر في خلق فجوة عميقة بين ما هو عربي وما هو إسلامي, وبرزت ظاهرة التسميم السياسي واتسعت دائرتها مستهدفة تفتيت الأمة إلى مجموعة من الأمم0 ومن مظاهر عملية التسميم السياسي على سبيل ضرب أمثلة:

* تسمية الصراع العربي الإسرائيلي بأنه صراع الشرق الأوسط.. هذه التسمية ميزت الفقه العربي وهي في حقيقة الأمر تسمية تفرض الكثير من التناقضات كما يقول أستاذنا الكبير الدكتور حامد ربيع رحمه الله. عبارة "الشرق الأوسط" يقصد بها في الفقه المتداول تلك المنطقة التي تمتد من مصر حتى إيران شرقاً وتركيا شمالاً. فهل إسرائيل والوجود العبري بالأوضاع الحالية تمثل أزمة بالنسبة إلى إيران؟ أو أنها على العكس استطاعت أن تكون إحدى الأدوات المساندة للوجود الإيراني ولأطماعه في منطقة الخليج العربي, ولماذا نذهب بعيداً؟ أليس التخطيط الأمريكي

أساسه خلق بؤر أربع تستطيع تمزيق الوطن العربي من خلال جذب أطرافه، وبالتالي تجزئة الجسد، مستندة في هذه العملية إلى مراكز أربعة محيطة بتلك الأطراف وهي إيران، والحبشة, وإسرائيل وتركيا. أليست هذه التسمية تعني عزل شمال إفريقيا ابتداءً من ليبيا حتى المغرب، وقد جرى الفقه المتداول على تسمية تلك المنطقة "بالشرق الأدنى"، ويضيف رحمه الله: إن تسمية مشكلة الوجود العبري بأنها مشكلة الشرق الأوسط يعني خلطاً بين مستويات الصراع القصد منه خلق نوع من التمويه على الضمير العربي، وربطه بمستويات معينة تختلف عن المستويات الحقيقية التي تمثل محور الأزمة بالنسبة إلى الأمة العربية.

إن عملية التسميم السياسي التي تخضع لها المنطقة, لها أبعادها المتعددة ونماذجها المتباينة.. بعضها يزرع في المنطقة بأيد أجنبية تمارس فيه وسائل الاتصال الغربية والصهيونية دوراً بارزاً, والآخر يضخم من خلال التعايش مع الأوضاع التي تفرضها لحظات الضعف والتحلل، ولكن هناك أيضاً ما تخلقه إرادتنا الذاتية وتقاليدنا المحلية نتيجة ًلسطحية أولئك الذين يقودون على أصعدة مختلفة وعدم تخصصهم, ومن هذه الأصعدة المؤسسة الإعلامية.

ويضيف رحمه الله: إن عملية زرع القيم الاقتصادية وما يرتبط منها بقيم الرفاهية والرخاء أو ما نسميه بمجتمع البرجوازية الاستهلاكية المعبر عن أكثر صور الإنسانية السياسية تفعلا ًواستحواذاً لم يكن سوى نموذج ٍمن نماذج التسميم السياسي يرافقه تشجيع النعرات القومية والطائفية وتشجيع الأقليات تمهيداً لإقامة دولة الإقليم التي تجمع شعوباً ترتبط بإقليم واحد, وتكون معبرة عن تكامل اقتصادي.. وهذا بالطبع يجعلنا نفهم التصريحات الجديدة التي تدعو إلى تقسيم القدس.. ونفهم أيضاً لماذا يركز زعماء حزب العمل الإسرائيلي - بيريز ورابين - على أن من واجب الدولة الإسرائيلية أن تجعل من منطق دولة الأقليات هدفاً دعائياً واتصالياً.

نحن في حقيقة الأمر نواجه تسميماً فكرياً على أصعدة مختلفة، وصل إلى حد ضرب المؤسسة الاجتماعية الأولى في عملية التنشئة الاجتماعية (الأسرة)، بحيث أصبح الدور الريادي الذي يمارس في إعداد الأجيال دوراً دونياً نعمل من داخلنا لضربه مرة تحت شعار حقوق المرأة وأخرى تحت شعار عملها. وكل ذلك بالطبع يستهدف خلق التحلل الحضاري، وإذابة التكامل القومي، والقضاء على التميز الذاتي، والاستمرارية في الهوية والعمق والارتباط التاريخي.

أما على الصعيد الثقافي، فنحن أمام كم هائل من الثقافة الجماهيرية التي تمر إلى بيوتنا. هذه الثقافة غريبة الأصول تساهم في ترويجها الأفلام والمسلسلات الأجنبية وتلك المقلدة لها على الصعيد المحلي. هذه الثقافة ذات مستوى واحد، غير أصيلة ولا غنية، غامضة ولا تحفز على الإبداع إنما تكرس التقليد، قبيحة ولا قواعد لها.

وقد أشرت عند حديثي عن مظاهر الهيمنة الاتصالية إلى أن ترويج مثل هذا النوع من الثقافة؛ يهدف إلى خلق ثقافة استهلاكية تمهيداً لجعلنا جزءاً لا يتجزأ من النظام الرأسمالي العالمي الذي يفرض نفسه بميكافلية فاقت التصور أو الخيال.

أما على صعيد تشويه الشخصية العربية داخلياً وخارجياً فتمارس وسائل الاتصال الغربية المهيمن عليها من الفكر الصهيوني أبشع الوسائل لضربنا معنوياً على مستوى الداخل, ورفضنا كنموذج إنساني وحضاري على مستوى الخارج. فالصور النمطية للعربي في الخارج تدور حول الإرهاب، والوحشية، والجنس، وهذه كلها صفات تخرج صاحبها من الدائرة الإنسانية إلى الدائرة الحيوانية. أما على مستوى الداخل فتستهدف رفض الإنسان العربي لذاته، ودفعه للانخراط بما يدور حوله دون تفكير.. وإلا فكيف نفسر تساقط المثقفين العرب ودعوتهم لقبول الأمر الواقع، أو عزوفهم عن المشاركة في المواجهة، واستسلامهم .

أما على الصعيد الإعلامي.. فالأمة العربية والإسلامية تواجه حرباً نفسية متواصلة.. يقابلها على الجانب العربي والإسلامي مظهران مماثلان هما:

**أولا**:ً عدم فهم لأبعاد المعركة والتحدي.. فالمعركة كما يقول د. حامد ربيع: - رحمه الله- ليست اقتطاع جزء من الأرض، والتحدي ليس مجرد مشكلة منع الوحدة، وإنما السعي نحو تفتيت الحضارة العربية الإسلامية من خلال ثلاثة أبعاد تكمل بعضها بعضاً:

- إرادة عربية إسلامية يسعى الغرب والصهيونية لتحطيمها.- خصم تريد أن تحتويه وتحركه لخدمة أهدافها.

- وحضارة تريد أن تتفتت مقوماتها تمهيداً لعملية الابتلاع الكلية والشاملة.

**ثانياً**: فهم خاطئ لطبيعة العملية الإعلامية، وأدواتها، ورسم استراتيجياتها، ويتمثل ذلك بغياب الطاقات الإعلامية المحصنة والمؤهلة، والتعامل مع العملية الإعلامية بصورة عفوية، وسطحية مع إغفال واضح للأبعاد الحضارية في العمليات الاتصالية، يرافقه حالة لا مبالاة واضحة في إعطاء العمل الإعلامي وزنه الحقيقي.

أود هنا، وفي نهاية هذه المحاضرة، أن أذكـّر بأن ندوة علمية جُمع لها عدد كبير من مفكري الغرب، عقدت في إحدى الجامعات الغربية بعد هزيمة 1967، كان المحور الرئيس الذي ناقشته هو محاولة للإجابة عن السؤال التالي:هل الأمة العربية والإسلامية قابلة للزوال؟.