



مَجْلَدُ الْحَمْدِ الْعَلِيِّ



مَجَلَّةُ الْمَحْكَمَةِ الْعِلْمِيَّةِ

فصلية محكمة أنشئت سنة ١٣٦٩ هـ / ١٩٥٠ م

الجزء الأول . المجلد الثاني والستون

١٤٣٦ هـ = ٢٠١٥ م

شبكة كتب الشيعة



shiabooks.net

رابط بديل < mktba.net

الإعلام في عصر العولمة

الدكتور داخل حسن جريو

عضو المجمع العلمي

الملخص :

يؤدي الإعلام في عصر العولمة دوراً خطيراً في حياة الأمم المختلفة ، لما له من تأثيرات بالغة في ثقافتها الوطنية وتكويناتها الاجتماعية وإرثها الحضاري ، ولاسيما البلدان النامية ، حيث تبث وسائل إعلام الدول الأوروبية والأمريكية برامج متنوعة تحمل في طياتها مفاهيم وقيماً قد لا تتسجم مع القيم الثقافية والحضارية للكثير من هذه البلدان ، ولاسيما البلدان العربية والإسلامية ، بل قد تتقاطع مع الكثير منها . ولعل ما شهدته بعض البلدان العربية فيما أطلق عليه بالربيع العربي زوراً وبهتاناً ، وما حل بهذه البلدان من دمار هائل وإزهاق وتشريد وتهجير لملايين الناس من بيوتهم ، إلّا خير شاهد ودليل على الدور الخطير لوسائل الإعلام الدولية التي جندت للترويج لهذا الربيع العربي المزعوم . تتناول هذه الدراسة بعض تجليات الإعلام الدولي المعاصر في عصر العولمة .

المقدمة :

تعتبر الدعاية في جميع العصور والأزمان من الأساليب المؤثرة في حياة الناس ، وهي تمارس في الوقت الحاضر بشكل واسع من قبل الحكومات والمؤسسات المختلفة : لجذب انتباه الناس لموضوع ما ، ترغب بترويجـه ونشره بكل الوسائل المتاحة على أوسع نطاق ممكن ، بهدف التأثير في قناعاتهم ، وتغيير أفكارهم وآرائهم ومعتقداتهم . تختلف مهام وسائل الدعاية والإعلام ووظائفها بحسب النظم السياسية السائدة في البلدان المختلفة ، ودرجة وعي وتطور مجتمعاتها ثقافيا وحضاريا . ففي البلدان ذات التقاليد الديمقراطية التي يتم فيها تداول السلطة وانتقالها من حزب سياسي إلى آخر سلميا عبر الانتخابات التي تنظم بصورة منتظمة بموجب قوانين معينة ، ولها دساتير تعتمد مبدأ الفصل بين السلطات التنفيذية والتشريعية والقضائية بحيث لا تكون الحكومة هي الدولة بل جزء منها ، يكون الإعلام في هذه الحالة ، بمجمله إعلام دولة وليس إعلاما حكوميا ، أي أنه يكون إعلاما شاملا وواسعا لإستيعاب جميع الآراء والأفكار والمعتقدات السائدة في مجتمعاتها . ولا شك في أن من يملك الجاه والثروة في أي مجتمع ، يملك تأثيرا أكبر من غيره في الإعلام . ولا تكون هناك في العادة وزارات خاصة بالإعلام كما هو عليه الحال في النظم السياسية الشمولية التي تسخر الإعلام ، بما يتماشى ورغبة الحكومة ، ويتفق مع مصالحها وتحقيق رغباتها ، حيث أنه في هذه الحالة تكون الحكومة هي الدولة والدولة هي الحكومة .

نستلزم الدعاية الإطراء والإشادة بسياسة الحكومة وصوابها وصحة إجراءاتها في جميع الأحوال والظروف ، من جانب وسائل الإعلام بوصف ذلك تحقيقا للمصلحة الوطنية ودرء المخاطر وصيانة الوطن والمواطن . وقد شهدت بعض البلدان العربية في عقدي الخمسينيات والستينيات من القرن المنصرم نشاطا إعلاميا شموليا واسعا ، بوصفه سلاحا فتاكا ضد خصومها السياسيين دولا كانوا أم جماعات ، لتعزيز هيمنتها وسيطرتها على جميع مفاصل الحياة في بلدانها ، حيث قامت بتأميم جميع المؤسسات الإعلامية وإحتكارها من قبلها حصرا . كما قامت هذه البلدان بتوظيف العلماء والمفكرين والأدباء والفنانين بالإغراء أو التهريب لأغراضها الدعائية . وليس بعيدا عن الأذهان دور وسائل الإعلام المصرية في فترة حكم الرئيس المصري الراحل جمال عبد الناصر ، من صحف ومؤسسات إذاعية موجهة نحو الداخل المصري أو المحيط العربي والإقليمي ، ولاسيما محطة إذاعة صوت العرب ومذيعها الشهير حينذاك أحمد سعيد ، في محاولة منها لزراعة النظم السياسية القائمة حينذاك في المنطقة العربية ، وكان يحسب لها من قبل الآخرين ألف حساب .

وسائل الإعلام :

تتعدد وسائل وأساليب الإعلام ، فقد تكون على شكل كتب ومجلات ومنشورات وتقارير مرئية أو مسموعة أو مقروءة ، وقد تكون شرائط سينمائية أو تلفازية وغيرها . ومع تطور وتوسع دور وسائل الإعلام وتقنيات الاتصال التي تجتاح عالمنا اليوم ، لم يعد ممكنا التمييز بسهولة بين الإعلام والدعاية

حيث توظف مهارات الإتصال وتقنيات الإيهار بمهارة عالية يصعب معها إكتشاف زيف وسائل الإعلام ودعاؤها الباطلة في الكثير من القضايا التي تقدم للناس على أنها حقائق مفروغ منها ، بالإعتماد على المغالطات المنطقية وخط الأوراق .

ازدادت أهمية الدعاية في القرن العشرين خلال الحربين العالمية الأولى والثانية التي استخدمت فيها الدعاية بشكل واسع ما بين الدول المتحاربة بعد ما تبين لهم مدى تأثير الدعاية ، وقد وصفت الحرب العالمية الثانية بالحرب الدعائية بسبب سعة استخدام الدعاية وتأثيرها الفعال في الرأي العام العالمي نتيجة التطورات التي تلاحقت على وسائل الإعلام والتي ساهمت في تشكيل المواقف . ويعد وزير الدعاية السياسية الألماني جوزيف غوبلز أحد أبرز من وثقوا واستثمروا وسائل الإعلام في الحرب العالمية الثانية لترويج الفكر النازي لدى الشعب الألماني بطريقة ذكية ، ورفع معنوياته وتطلعاته بهدف تحطيم معنويات الخصوم . أكدت ظاهرة جوبلز هذه أن الذي يملك وسائل الإعلام يملك القول الفصل في الحروب الباردة والساخنة . وفي العصر الحديث يعد وزير الإعلام العراقي محمد سعيد الصحاف في إنشاء الغزو الأمريكي للعراق عام ٢٠٠٣ م ، أحد أبرز وزراء الإعلام العرب ، حيث استطاع لفت أنظار العالم وفي مقدمتهم الرئيس الأمريكي جورج بوش بتغطيته مجريات الحرب الأمريكية على العراق حينذاك ، على الرغم من خسارة العراق في الحرب.

ونظرا لتأثير الإعلام والدعاية وأهميتهما فقد أصبحا من المواضيع التي تدرس في الجامعات ، وتقوم على الاستخدام العلمي المدروس للأساليب

الإقناعية لتغيير الأفكار والاتجاهات وتعديلها ، وتعتمد على أسس وقواعد علمية منهجية ، وتستخدم تقنيات علمية حديثة تساعد على تحقيق الأهداف التي ترمي إليها . ويفترض أخلاقيا أن الإعلام معني بنشر المعلومات والحقائق والأفكار عن الأحداث التي تمس حياة الناس بشكل مباشر أو غير مباشر لتجعله يهتم بها ويتابع تطوراتها ، وتعد الصحافة والإذاعة والسينما والتلفزيون والمحاضرات والندوات من وسائل الإعلام الأساسية .

تشير بعض المصادر التاريخية إلى أن الإعلام المطبوع الذي بدأ في القرن الخامس عشر الميلادي لم يكن يهدف بالأساس إلى تقديم الصورة الصحيحة للواقع ، فحتى الأخبار كانت تتعرض للتزوير حسب مصالح القائمين على النشر ، وعندما بدأت الصحافة الحرة في بريطانيا في القرن السابع عشر لم تكن تعكس إلا وجهات نظر أصحابها وتصب في مصالحهم ، إلا أن اتساع رقعة الحرية والليبرالية وتزايد الاستقلال الفردي للمواطن العادي ، دفع الإعلاميين إلى التزام المزيد من الموضوعية والشفافية كسبا للإعلان التجاري الذي يبحث عادة عن الصحف ذات القبول الشعبي ، وهكذا ارتبطت الشفافية الإعلامية بمدى تقبل المتلقي وإيمانه بموضوعية وسائل الإعلام ، مما ألزم الإعلاميين بالبحث عن وسائل جديدة تحتفظ لهم بحق نشر قيمهم وتأمين مصالحهم دون المساس بولاء المتلقي .

أدت ثورة المعلومات والاتصالات التي شهدتها العالم وما نجم عنها من إنتشار تقنيات متطورة في الاتصالات ونشر المعلومات عبر شبكة المعلومات (الانترنت) والهواتف الذكية وقنوات التلفاز الفضائية إلى

ظهور نوع جديد من الإعلام يعرف بالإعلام الإلكتروني المقروء والمرئي والمسموع ، ويتكلفة زهيدة نسبيا ، والأهم من ذلك أن هذا النمط من الإعلام لا يقع تحت قبضة الحكومات بسهولة ، لذا أصبح الإعلام الإلكتروني محور الحياة المعاصرة ، لما له من أهمية كبيرة باحتواء قضايا الفكر والثقافة . وبذلك استطاع الإعلام الإلكتروني أن يفرض واقعا مختلفا على الصعيد الإعلامي والثقافي والفكري والسياسي ، فهو لا يعد تطورا فقط لوسائل الإعلام التقليدية وإنما هو وسيلة إعلامية احتوت كل ما سبقها من وسائل الاعلام ، من خلال انتشار المواقع والمدونات الإلكترونية وظهور الصحف والمجلات الالكترونية التي تصدر عبر شبكة المعلومات ، بل إن الدمج بين كل هذه الأنماط والتداخل بينها أفرز قوالب إعلامية متنوعة ومتعددة بما لا يمكن حصره أو التنبؤ بإمكانياته . يتجه العالم اليوم بشكل عام نحو شبكة المعلومات وتطبيقاته في المجالات المختلفة بإمكانياته ، فالعصر الحالي يعد بحق عصر الإعلام الإلكتروني ، إعلام المستقبل .

ولا يخلو الإعلام الإلكتروني من مخاطر ، ليس بسبب الحرية الواسعة والفضاء الرحب التي يوفره لمستخدميه ومريديه بعيدا عن أية قيود أو سيطرة حكومية ، بل من سوء إستخدامه من جماعات لا يحدها وازع أخلاقي أو شعور وطني بحيث تصبح أداة طيعة بأيدي جماعات عابثة بأمن بلدانها وساعية لتفتيت نسجه الوطني بدعاوى باطلة . وليس بعيدا عن الأذهان ما شهدته بعض البلدان العربية من عبث بأمنها الوطني راح ضحيته إزهاق أرواح آلاف الناس وتدمير كل مقومات الحياة في بلدانهم ، مما إضطر هجرة ملايين الناس إلى بلدان الجوار طلبا للأمن والأمان لاجئين مشردين

في العراق ، فيما يصفه المرجفون ودعاة الفتن بثورة شباب التواصل الاجتماعي عبر شبكة المعلومات ، وبأنه الربيع العربي الذي سينتشر فيه العدل بعد أن إمتلأت بلدانهم ظلما وجورا ، وإذا بهم لم يحصدوا سوى المزيد من الفوضى والظلم والجور الذي ما زال متواصلا حتى يومنا هذا ، على الرغم مما تروج له بعض محطات التنحاز الفضائية التي هي الأخرى أدت دورا أقل ما يوصف بأنه نور سببي لم يصب في مصلحة هذه البلدان . ومن هنا يمكن إدراك خطورة دور المؤسسات الإعلامية في بناء المجتمعات إذا ما إبتعدت عن الموضوعية وأعتمدت أسلوب تليق الأخبار وبحث التقارير الكاذبة في أطر موضوعية زائفة ، إلى مجتمعات يغلب على قطاعات واسعة من شعوبها الفقر والجهل والمرض بحيث يصعب عليها التميز بين ما هو حقيقي وما هو زائف . ويحدونا الأمل ان تشهد المرحلة القادمة بزوغ إعلام عربي أكثر تطورا وأكثر صدقية تجعله أكثر إحساسا بهوم الوطن والمواطن.

قنوات التلفاز الفضائية :

منذ مطلع عقد التسعينات من القرن المنصرم والبلدان العربية تشهد عاما بعد آخر زيادة مطردة بعدد قنوات التلفاز الفضائية الموجهة إليها ، حيث تشير بيانات نشرها إتحاد إذاعات الدول العربية التابع لجامعة الدول العربية بتقريره الصادر مطلع عام ٢٠١٤م ، إلى أن أعداد القنوات الفضائية العربية قد بلغت في عام ٢٠١٢م نحو (١٣٢٠) قناة حكومية وخاصة ، منها نحو (٦٧٪) مملوكة للقطاع الخاص ، و (٢٠٪) قنوات حكومية ، و (١٣٪) مملوكة لجهات خارجية ، بعد إن كان عددها عام ١٩٩٠م لا يزيد على

الثلاثين قناة تلفزيونية معظمها قنوات حكومية . يعزى هذا التوسع إلى التطور الهائل بتقنية المعلومات والاتصالات الرقمية التي أتاحت مجالا واسعا للبث الفضائي بتكلفة منخفضة ، بتفاعل وإندماج تقنية التلفاز وتقنية الأقمار الصناعية والحواسيب وشبكات المعلومات . كما كان للتحويلات العميقة التي يعيشها العالم في عصر العولمة ، أثرها في انهيار احتكار الدولة للبث السلكي واللاسلكي في كثير من دول المنطقة ، مما شجع القطاع الخاص الدخول بقوة في هذا المجال وإنشاء المئات من القنوات التلفزيونية الخاصة في فترة وجيزة ، بعيدا عن هيمنة المؤسسات الحكومية وسيطرتها ، كما ساعد قيام المدن الإعلامية العربية على ارتفاع حجم الإنتاج .

تستحوذ حاليا كل من مصر والمملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة على أكبر عدد من القنوات التلفزيونية الفضائية في العالم العربي . بحصص متقاربة تتفاوت بين (٣,١٣ ٪) و (٢١,٦ ٪) وتبث معظم القنوات التلفزيونية الفضائية برامجها مجانا ، وأن عدد هذه القنوات في تزايد مستمر، فقد ارتفع عددها بنسبة (١٩.٣ ٪) ليصل إلى (٦٤٢) قناة فضائية تلفزيونية بنهاية الربع الأول من عام ٢٠١٢م ، مقابل (٥٣٨) قناة خلال الفترة المقابلة من عام ٢٠١١م . تصدرت القنوات المملوكة من قبل القطاع الخاص قائمة القنوات المجانية ، حيث استحوذت هذه القنوات على نحو (٦٧ ٪) من إجمالي قنوات البث التلفزيوني المجاني ، تليها القنوات التلفزيونية الفضائية المملوكة من قبل الجهات الحكومية بنحو (٢٠ ٪) ، ونحو (١٣ ٪) لجهات خارجية . وما زال عدد القنوات التلفزيونية المجانية الفضائية التي

تستهدف المنطقة العربية مستمر في النمو، حيث ازداد عدد هذه القنوات بنسبة (٤٣٨٪) خلال الفترة (٢٠١١م - ٢٠٠٤م) .

يشير تقرير إتحاد الإذاعات إلى أن هناك نحو (١٥١) قناة متخصصة في البراج الدرامية (أفلام ومسلسلات) ، و(١٤٦) قناة متخصصة في الشؤون الرياضية ، و(١٢٥) قناة متخصصة في الشؤون الدينية ، و(١٢٤) قناة متخصصة في المنوعات الغنائية ، و(٦٦) قناة إخبارية . وهناك عدد قليل من القنوات متخصصة بشؤون التعليم أو برامج الأطفال . ولا تخصص بقية القنوات في مجال معين بل هي ذات طبيعة عامة .

وإدراكا للدور المتزايد الذي تؤديه القنوات التلفازية الفضائية في التأثير في الرأي العام محليا ودوليا ، فقد قامت حكومات الدول الكبرى بإنشاء قنوات فضائية تلفازية تبث برامجها بلغات مختلفة ومنها اللغة العربية بهدف التأثير على الشعوب الناطقة بتلك اللغات ، أبرز القنوات الناطقة باللغة العربية حاليا : قناة BBC Arabic البريطانية وقناة CNA الأمريكية وقناة فرانس ٢٤ الفرنسية وقناة DW الألمانية وقناة روسيا اليوم والقنوات التركية والكورية والفارسية وغيرها .

ولعل من المفيد أن نشير هنا إلى قرار الرئيس الأمريكي السابق جورج دبليو بوش شخصيا في إطلاق قناتي " الحرة " الموجهة إلى البلدان العربية ، و " الحرة عراق " الفضائية الموجهة إلى العراق بعد غزوه واحتلاله عام ٢٠٠٣م بفترة وجيزة ، بدعوى تحرير المواطن العربي من سطوة القنوات الفضائية العربية التي تبث كما يدعون " ثقافة الكراهية " .

كما تقدم العضو الديمقراطي البارز في لجنة العلاقات الخارجية في مجلس الشيوخ حينذاك جوزيف بايدن (نائب الرئيس الأمريكي حاليا) ، بمشروع قانون يدعو إلى إنشاء محطات بث مماثلة لقناة " الحرة عراق " باللغات الفارسية والكردية والأوزبكية من بين لغات أخرى .

وعلى الرغم من تأكيد تقرير مجلس علوم الدفاع على إخفاق الجهود المبذولة "في الحرب الإعلامية" فإن موازنة الإنفاق الشاملة التي أقرها مجلس الشيوخ خصصت (٦٠٠) مليون دولار لتغطية كلفة التوسع في البث الدولي للإذاعات والتلفزة المملوكة للحكومة الأميركية والموجهة إلى المنطقة العربية وجوارها ، ومن بين تلك المحطات إذاعة سوا وقناة الحرة .

وهناك أصوات تتطلق من داخل مجلس الشيوخ وخارجه تدعو إلى وقف مشاريع القنوات الفضائية الممولة من قبل الإدارة الأمريكية والتركيز على دعم المؤسسات الإعلامية العربية ، قد نُشرت معلومات عن دعم برامج مشتركة مع محطات فضائية عربية لتروج للثقافة والمواقف الأمريكية في المنطقة .

ولأن معظم القنوات التلفازية الفضائية الموجهة إلى البلدان العربية هي إما قنوات مملوكة لجهات خاصة ، أو لجهات دولية ، فإنها والحالة هذه لا تخضع لإشراف حكومي أو مجتمعي ، مما يجعلها حرة تماما ببث برامجها بما يتوافق ومصالح حكومات بلدانها السياسية والإقتصادية ، والترويج لثقافتها التي قد تهدد مصالح البلدان التي تستهدفها هذه القنوات وتشويه ثقافتها . ولعل أخطر القنوات التلفازية الفضائية ، القنوات المملوكة لجهات خاصة واجهيا ، ولكنها ممولة من جهات خارجية بهدف التأثير في الرأي

العام في البلدان العربية بما يتوافق ورغبات تلك الجهات الخارجية في قضايا مصيرية . وليس بعيدا عن الأذهان ما لعبته بعض القنوات التلفازية الفضائية من تفتيق الأخبار ونشر التقارير الكاذبة وتكليف بعض الجامعيين وسواهم لتحليل الأحداث التي مرت بها بعض البلدان العربية ، لإيهام المواطن بأن هذه البلدان تشهد ربيعا عربيا ، وبداية بزوغ عصر جديد ينعم فيه بالحرية والرفاهية ، فيما كانت نتائج دمارا شاملا وفوضى عارمة . وما زالت بعض هذه القنوات مستمرة حتى يومنا هذا ، بتفتيقها الإعلامي موظفة أرقى المعدات التقنية ، وحذقة كبار الإعلاميين لإضفاء هالة زائفة من الموضوعية لإيهام المواطن بصديقها ، وهي أبعد ما تكون عن نقل حقيقة الأحداث في البلدان التي تستهدفها تلك القنوات ، والأخطر من كل ذلك أن بعض هذه القنوات تروج لثقافة العنف والكراهية والضغينة بين الناس من منطلقات دينية أو طائفية مقبلة لا تمت لدين أو فكر إنساني بصلة ، موظفة لهذا الغرض من يسمون أنفسهم دعاة دين ، والدين منهم براء ، أو رجال فكر عفى عليه الدهر وسلف . وأخيرا نقول إذا كان فضاء الحرية واسعا وإن الله سبحانه وتعالى قد كرم بني آدم بعقله ، فليترك أصحاب هذه القنوات الفضائية الله في عباده والكف عن أذاهم ودعوة الناس بالحكمة والموعظة الحسنة كما أمرهم الله تعالى ، بدلا من تشجيعهم على العنف والأرهاب .

الإعلام الدولي المعاصر :

بدأ النشاط الإعلامي لأول مرة في العالم في النصف الأول من القرن التاسع عشر الميلادي ، حيث أنشأ المترجم الفرنسي صاحب مكتب

الإعلانات جारلس لويس هافز عام ١٩٣٥م أول وكالة أنباء عالمية بإسم وكالة هافز لتزويد زبائنه الأجانب بأخبار فرنسا ، توسعت وكالة هافز في العقد اللاحق بإنضمام وكالات فرنسية أخرى لتصبح فيما بعد وكالة الصحافة الفرنسية . أنشأها بعدها إثنان من العاملين مع هافز ، هما بيرن هارد وولف وبول جوليوس رويتر وكالتيهما الخاصة ، الأول في برلين عام ١٨٤٩م بإسم وكالة وولوف ، والثاني في لندن عام ١٨٥١م بإسم رويتر. بعدها أنشأت في إيطاليا وكالة إستيفاني التي كانت أهم وكالة أنباء في إيطاليا للفترة من منتصف القرن التاسع عشر وحتى بدء الحرب العالمية الثانية.

ساعدت تقنية التلغراف بنهاية القرن التاسع عشر على إنشاء وكالات أنباء قوية في بريطانيا وألمانيا والنمسا والولايات المتحدة الأمريكية ، إنتشرت بعدها وكالات الأنباء في دول العالم المختلفة بحيث أصبح لكل دولة كالة أنباء خاصة بها.. كانت وسائل الإعلام في بداية الأمر إما محلية أو وطنية لغاية عقد السبعينات من القرن العشرين ، تنقلت بعدها بسبب التطورات اللاحقة في تقنيات المعلومات والاتصالات ، من فضاءاتها الوطنية إلى الفضاءات الدولية ، مما زاد من قدراتها الإعلامية ونفوذها وعملها بحرية أوسع .

وبحكم قدرات الولايات المتحدة الأمريكية التقنية الهائلة ، هيمنت مؤسساتها الإعلامية على وسائل الإعلام المختلفة في الدول الأخرى ، كان هناك في العام ٢٠١١م ، (٥٠) مؤسسة تسيطر على الإعلام الأمريكي والعالم ، ليصبح عددها (٦) مؤسسات إعلامية عملاقة في العام ٢٠١٢م ، تهيمن على فضاءات الإعلام الدولية ، حيث أنها تسيطر على

أكثر من (٩٠٪) من صناعة الإعلام ، وذلك نتيجة اندماج الكثير من المؤسسات الإعلامية بضم بعضها إلى البعض الآخر .

تمارس هذه المؤسسات الإعلامية كل أشكال النشاط الإعلامي بصور متفاوتة من صناعة السينما والتلفزيون إلى امتلاك الجرائد والصحف والمواقع الإلكترونية وإنتاج ألعاب الفيديو وشركات التسويق الإعلامي وغيرها . تتمتع هذه المؤسسات الإعلامية بنفوذ واسع في بلدانها حيث تشارك في صنع القرار السياسي وتؤثر في نشاطها الاقتصادي والثقافي والاجتماعي ، ولا يقتصر تأثيرها على بلدانها فحسب ، بل يمتد إلى الكثير من البلدان الأخرى . وهذه المؤسسات الإعلامية الست الكبرى هي :

١- مؤسسة تايم ورنر الأمريكية : تُعد تايم ورنر من أكبر المؤسسات الإعلامية والمنظومات الترفيهية في العالم ، وتمتلك أكبر دار للنشر في الولايات المتحدة الأمريكية ويصدر عنها (٢٤) مجلة ، منها مجلة تايم الشهيرة ، وتمتلك قنوات تلفزيونية دولية عديدة .

٢- مؤسسة نيوز كورب التي أسسها روبرت مردوخ ، تمتلك أكثر من (١٧٥) صحيفة عالمية شهيرة من بينها التايمز اللندنية، والصنداي تايمز والصن وهي أوسع الصحف البريطانية انتشارًا . وفي الولايات المتحدة هناك وول ستريت ونيويورك بوست ثاني أوسع الصحف انتشارًا في الولايات المتحدة ، وإحدى أهم الدوريات الاقتصادية في الولايات المتحدة والعالم . وتمتلك شبكة تلفزيون فوكس نيوز أوسع القنوات التلفزيونية انتشارًا في الولايات المتحدة التي تتألف من (٢١) قناة داخل الولايات المتحدة وأكثر

من (٧) قنوات خارجها ، كما تمتلك (٣٩٪) من أسهم شركة بي سكاي بي الإعلامية ، إلى جانب دار نشر الكتب هاربر كولينز ، وعدد آخر من المؤسسات التعليمية ، وتمتلك شركة الإنتاج السينمائي فوكس القرن العشرين .

٣- امبراطورية سى بى إس

تمتلك مؤسسة سى بى إس شبكة من عشرات القنوات التلفزيونية في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا وآسيا . وتمتلك في مجال الإنتاج السينمائي إحدى أكبر شركات الإنتاج السينمائي في الولايات المتحدة . كما تمتلك المؤسسة شبكة كبيرة من مواقع الإنترنت وعدداً من المطبوعات ودور النشر .

٤- مؤسسة فياكام وهي مؤسسة إعلامية قوية في الولايات المتحدة الأمريكية، تمتلك (١٣) محطة تلفزيونية ، إضافة إلى شبكات بث فضائي دولي . كما تمتلك شركات إنتاج تلفزيوني وسينمائي ودور نشر .

٥- مؤسسة ديزني أحد أكبر مؤسسات الإعلام والترفيه في العالم ، ولها أنشطة متنوعة منها : الشبكة التلفزيونية الضخمة أي بي سي وقنوات تلفزيونية دولية متعددة ، ودور نشر للكتب ، و (٧) صحف يومية ، و (٣) شركات لإصدار المجلات .

٦- مؤسسة برتلزمان وهي أكبر مؤسسة إعلامية في أوروبا. لها قنوات تلفزيونية في ألمانيا وفرنسا وبريطانيا ، ومجموعة من الإذاعات الأوروبية ، وتمتلك (٤٥) شركة نشر للكتب بلغات أوروبا المختلفة ، وتصدر أكثر من (١٠٠) مجلة في أوروبا وأمريكا .

هناك مؤسسات إعلامية تجارية أخرى في بلدان العالم ، ولكنها أقل سطوة وتأثيرا من هذه المؤسسات العملاقة الست .

لا شك في أن هيمنة المؤسسات التجارية الإعلامية تحد من حرية إبداء الرأي ما لم يكن ذلك متوافقا مع مصلحة هذه الشركات ، كما يمكن أن تؤدي رقابة مديري المؤسسات الإعلامية وممارسة الضغوط على الإعلاميين بعدم التقيد بالمعايير المهنية الإعلامية ، لضمان أرباح المؤسسات الإعلامية ، إلى تشويه الأخبار وعدم دقة التحليلات ، وربما تضليل الرأي العام من خلال فبركة الأخبار .

أما في البلدان النامية ومنها البلدان العربية ، فإن المؤسسات الإعلامية ما زالت في معظمها في قبضة حكوماتها وتحت سيطرتها وإشرافها المباشر ، بوصفها مؤسسات إعلام دولة ، تعكس سياسة حكوماتها وتوجهاتها محليا ودوليا ، بصرف النظر ما إذا كانت هذه المؤسسات ذات ارتباط مباشر بوزارات الإعلام ، أو أنها ذات ملكية خاصة .

وإذا كان يؤخذ على المؤسسات الإعلامية في البلدان النامية ومنها البلدان العربية ، بأنها مؤسسات إعلام دولة تهيمن عليها المصالح الحكومية ، فإن الحال لا يختلف كثيرا في الدول الصناعية بعامة ، والدول الأوروبية وأقطار أمريكا الشمالية بخاصة ، حيث تهيمن عليها المصالح التجارية بالدرجة الأساس في إطار قواعد المجتمعات الديمقراطية . ومراعاة المصالح العليا لبلدانها وبما لا يلحق الضرر بتلك المصالح .

لقد فتحت التطورات الهائلة بتقنية المعلومات والاتصالات آفاقا رحبة للإعلام الحر في البلدان المتقدمة والنامية على حد سواء ، بلا رقيب أو حسيب ، والتحرر من هيمنة إعلام الدولة وإعلام المؤسسات الإعلامية التجارية الكبرى ، حيث أصبحت شبكة المعلومات والهواتف المحمولة والأقراص المدمجة ملاذا آمنا لهذا الإعلام عبر الصحف والمجلات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي المختلفة مخترقة بذلك أعتى الحواجز . ويلقى هذا النمط من الإعلام ، انتشارا واسعا في أرجاء العالم المختلفة بعد أن أصبحت شبكة الإنترنت أكثر إنتشارا وتداولاً من قطاعات واسعة من الناس .

الخاتمة :

أدت التطورات التقنية المتسارعة في عالمنا المعاصر ، ولاسيما تقنيات المعلومات والاتصالات إلى فتح آفاق رحبة في قطاع الإعلام حيث أصبح نقل الأخبار والمعلومات من مكان إلى آخر بالصوت والصورة يتم بإقل من لمح البصر ، وأصبح هذا الإعلام إعلاما عابرا للقارات ومتخطيا جميع الحواجز ، وبإمكانه دخول البيوت والمكاتب بلا إستئذان من أحد . ولأن الدول متفاوتة بقدراتها التقنية والعلمية والثقافية والمالية ، لذا فإنه أمر طبيعي أن تهيمن الدول الأكثر قدرة المتمثلة حاليا بالولايات المتحدة الأمريكية ودول الإتحاد الأوربي على فضاءات الإعلام الدولي ، وتوجيهه بما يخدم مصالحها .

المراجع :

- ١- حسام الدين محمد وآخرون ، دراسات نقدية في الإعلام المعاصر، مركز دراسات الوحدة العربية ، الطبعة الأولى ، بيروت ، ٢٠٠٨ م .
- ٢- رضا عدلي ، أخلاقيات الإعلام في عصر العولمة ، كراسات صحفية وإعلامية ، العدد الثالث ، السنة الأولى ، ٢٠١٢ م .
- ٣- سامية جفال ، التحديات الإعلامية العربية في عصر العولمة الثقافية، مجلة كلية الآداب والعلوم الإجتماعية ، العدد السادس ، ٢٠١٠م ، جامعة محمد خيضر ، الجزائر .
- ٤- عواطف عبد الرحمن ، الإعلام العربي وقضايا العولمة .
- ٥- محمد طه مصطفى ، الإعلام الإسلامي المعاصر في عصر العولمة ، مجلة الوعي الإسلامي ، العدد ٥٣٢ ، ٢٠٠٩م ، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية ، الكويت .
- ٦- داخل حسن جريو ، الإعلام بين الدعاية والموضوعية ، جريدة عمان الأحد ، ١١ رجب ١٤٣٥هـ ١١ مايو ٢٠١٤ م ، مسقط .
- ٧- داخل حسن جريو ، القنوات التلفازية الفضائية والمسؤولية الأخلاقية ، جريدة عمان / الأحد ، ٣ شعبان ١٤٣٥هـ ١ يونيو ٢٠١٤م ، مسقط .
- ٨- داخل حسن جريو ، الإعلام الدولي ... إعلام حر أم إعلام مصالح ؟ جريدة عمان / الاثنين ، ١ صفر ١٤٣٦هـ ٢٤ نوفمبر ٢٠١٤م ، مسقط .