

المقدمة :

- أسباب اختيار الموضوع .
- مشكلة الدراسة .
- الدراسات السابقة .
- حدود الدراسة .
- منهج الدراسة .
- استعراض الدراسة .

الفصل الأول : تخلفنا الحضاري

- مقدمة
- التغيير الاجتماعي الذي مر على العالم الإسلامي خلال قرن من الزمان :
 - أ - التخلف التعليمي
 - العوامل التي ساعدت على التخلف .
 - ب - التخلف الإعلامي
 - عدم معايشة تطور وسائل الإعلام
 - ج - التخلف الاجتماعي
- تقسيم المجتمعات المسلمة إلى إقليميات ولغات وما سببته من تخلف .
- النظرة إلى المرأة ودورها في التخلف .
- الخلاصة : قال مالك بن نبي قبل قصة كل استعمار هناك شعب قابل للاستعمار .

الفصل الثاني :

- مقدمة
- الاستراتيجية الغربية في إحكام القبضة على وسائل الإعلام وتشكيل العقول في دول العالم الثالث .
- التحكم في نشر وبيع التكنولوجيا لدول العالم الثالث .
- التحكم في موجات البث الإذاعي من خلال منظمة الاتصالات الدولية (نيويورك) .
- التحكم في امتلاك وإطلاق الأقمار الصناعية .
- التحكم في تأجير القنوات الفضائية .
- التحكم في نشر الأخبار من خلال وكالات الأنباء .
- نشر المسلسلات والأفلام بأرخص الأسعار .
- نشر أفلام الكرتون .
- نشر المسلسلات المدبلجة .
- نشر القنوات الفضائية الغربية كما هي .
- إنشاء قنوات فضائية غربية تتحدث باللغات المحلية في دول العالم الثالث مماثلة للإذاعات : BBC. لندن ، VOA. صوت أمريكا ، RBC. مونت كارلو .
- الخلاصة .

الفصل الثالث :

- نتائج تطبيقات الإستراتيجيات الغربية في الإعلام على دول العالم الإسلامي .
- مقدمة .
- المدرسة العلمانية .
- نظام يميني – نظام يساري .
- المدرسة المتدينة .
- مجموعات رافضة – مجموعات منعزلة .
- مدرسة الطريق الجديد .
- استخدام التكنولوجيا لخدمة الفكر الإسلامي – التركيز على المضمون مع محاولة أسلمة الشكل .

- الخلاصة .
- الفصل الرابع : مجتمعاتنا المسلمة والحماية الذاتية من التوظيف الثقافي .
- مقدمة .
- خطوط دفاعنا المتينة .
- الأسرة .
- مكانتها في التصور الإسلامي .
- مكانتها في الواقع المشاهد .
- الترابط الأسري .
- التعايش الأسري .
- التفاهم الأسري .
- مجتمع الأصدقاء العائلي .
- انتقاده .
- الترابط مع هذا المجتمع .
- الاتفاق على الحد الأدنى من المواصفات .
- مجتمع الحارة أو الحي .
- المسجد كمركز التقائي .
- الديوانيات الرجالية كمنطلق توعوي .
- الملتقيات النسائية كمحضر دفاعي .
- التفعيل الإعلامي .
- من خلال التأكيد على السياسات الإعلامية في دول العالم الإسلامي .
- المطالبة بتطبيقها من منطلق حماية حضارة وثقافة المجتمع .
- النقد البناء بدلاً من الانفعالات العاطفية .
- التوجيه المدروس لمجتمعاتنا النامية من خلال النقاط والإحصاءات التي يتوقع سلفاً موافقة المجتمع على تقبلها .

د. خالد بن علي ابو الخير

www.mftvp.com

- المساهمة الإعلامية في برامج التلفزيون المحلية بصورة أكبر من الماضي .
 - تنويع الاهتمامات لدى المقدمين .
 - عدم الانطواء على البرامج الدينية .
 - المبادرة إلى الحضور الإعلامي وعدم انتظار الدعوات في البرامج الإذاعية والتلفازية .
 - المفاضلة بين الأضرار من خلال قاعدة أخف الضررين .
 - تفعيل الضغط الاجتماعي .
 - من خلال وجوه الناس وأعيانهم .
 - توجيه المجتمعات من خلال الكتاب والأدباء – المربين – العلماء .
 - الخلاصة .
- خاتمة .

د. خالد بن علي ابو الخير

www.mftvp.com

د. خالد بن علي ابو الخير

www.mftvp.com

د. خالد بن علي ابو الخير

www.mftvp.com

د. خالد بن علي ابو الخير

www.mftvp.com

أسباب اختيار الموضوع :

يلعب الإعلام دوراً كبيراً في نقل الثقافات والأخبار بين شعوب العالم من خلال أشكال برامجية أو مقالات صحفية أو مؤلفات مترجمة ، ومن المفترض أن تكون حركة النقل الثقافي متوازنة بين الأمم حتى لا تطغى ثقافة على ثقافة وحتى تحافظ الأمم على موروثاتها الحضارية والفكرية والأخلاقية ، إلا أن الواقع يكذب هذه المعادلة المتساوية . فالمساحات الإعلامية في حركة النقل الثقافي لا توزع بل تأخذ بحسب القناعة والقدرة والرغبة في نشر الثقافة لمجموعات دولية (كالغرب مثلاً) يقابلها عدم القناعة وعدم القدرة وكذلك عدم الرغبة في نشر الثقافة لمجموعات دولية أخرى (كدول العالم الثالث مثلاً) .

هذه القناعة بسمو الثقافة التي تملكها هذه الدول مع القدرة على امتلاك الوسائل الإعلامية الخاصة بنقل الثقافة وتسويقها مع وجود الرغبة أصلاً في نقل حضارة وثقافة هذه الدول إلى دول أخرى أوجدت سيلاً من قنوات الانفتاح على هذه المجتمعات ، وبات المواطن في دول الاستقبال متنسفاً في تركيبته الثقافية مع الثقافة المستقبلة ، ولم يعد الخلط بين الثقافتين الموروثة والمستقبلة أمراً يشغل باله بل أصبح السؤال أيهم يلبس في هذا الموقف وأيهم يخلع في ذلك الموقف .

إذا وصل مواطن دول الاستقبال إلى هذه الحالة من التساؤل يكون الإعلام المرسل قد حقق نتائجه في توظيف ثقافته لتغيير عادات وسلوكيات مجتمعات أخرى إلى عادات وسلوكيات المجتمعات المرسله .

لكن هل هي بهذه البساطة تحويل ثقافات أمم إلى ثقافات أخرى بعيدة عنها آلاف الأميال دون استعمار عسكري أو فرض سياسي ؟ ، وهل المسألة أشهر عديدة أم عقود من السنوات ؟ ، ثم إن كان الأمر كذلك فما هو الحل ؟ .

هذه بعض أهم الأسئلة التي ستحاول هذه الدراسة الإجابة عليها والتي كانت سبباً في اختيار هذا الموضوع ، فالإعلام أصبح لاعباً أكبر في لعبة توظيف الثقافات بعد أن كان الاستعمار العسكري في القرن الماضي وبداية القرن اللاعب الأكبر (مثال الجزائر) وكذلك كان الدور للانقياد السياسي لإحدى الكتلتين الشرقية والغربية بعد الحرب العالمية الثانية الدور الأكبر في فرض ثقافة إحدى الكتلتين على شعوب دول العالم الثالث ؛ ولما خلت الساحة من العاملين السابقين إلى حد كبير حُمّل المواطن العادي الدور الأكبر في استقبال الوافد الثقافي ، وصار السؤال من سيوظف من لصالحه :

- الثقافة الوافدة توظف المواطن لصالح ثقافتها .
- المواطن يوظف الثقافة الوافدة لتغيير تخلفات اجتماعية وثقافية موجودة في موطنه .

الدراسات السابقة :

ستذكر منفصلة .

حدود الدراسة :

سوف تركز هذه الدراسة على دور الإعلام في توظيف الثقافات وخصوصاً في العالم العربي والحلول المقترحة لحماية المجتمعات من خطر التوظيف الثقافي .

منهج الدراسة : المنهج الاستقرائي (يتبع لاحقاً)

استعراض الدراسة :

إن هذه الدراسة عبارة عن استقراء للاستخدام الإعلامي لتوظيف الثقافة خلال قرن من الزمان ، ولذا فستركز على استعراض الأحداث والمسارات التاريخية واستقرار أهم الوسائل المستخدمة في توظيف الثقافات ففي الفصل الأول سوف يقوم الباحث باستقراء أسباب التخلف الإعلامي والتعليمي في دول العالم الثالث وخصوصاً العالم العربي ودور ذلك في تشكيل البنية الثقافية الحالية في هذه الدول ؛ ثم سنقوم الدراسة بعرض الاستراتيجيات الغربية في إحكام القبضة على وسائل الإعلام من خلال استقراء بعض الاستراتيجيات في بيع التكنولوجيا وتوزيع موجات البث وغيرها ، وفي الفصل الثالث سيقوم الباحث باستعراض نتائج تطبيقات الاستراتيجيات الغربية في الإعلام على دول العالم الإسلامي والعربي خصوصاً من خلال استقراء إفرات هذه الاستراتيجيات على الواقع .

في الفصل الأخير ستركز الدراسة على وسائل حماية مجتمعاتنا العربية من خطر التوظيف الثقافي ، ثم يتلو ذلك خاتمة تلخص أهم النتائج .

الاستراتيجيات الغربية في توظيف الثقافات من خلال وسائل الإعلام

مقدمة :

إن وسائل الإعلام عبارة عن آلات ومعدات وأدوات وأوراق وأصوات لا تخرج عن ذلك أبداً ، لكن تتميز هذه الوسائل بأنها محسنات وموصلات لما يدخل فيها من أفكار وكتابات ؛ فاستخدام الحركة في الصورة واستخدام الألوان في المجلة والصحيفة واستخدام الهاي فاي لتحسين الصوت ، كل ذلك عبارة عن محسنات يمكن أن تستخدم لتدعيم برنامج أو مجلة دينية بنفس القدر الذي يمكن أن تستخدم لتدعيم برنامج راقص أو برنامج سياسي أو فلم درامي . ولذا حرص صاحب كل فكر يريد استخدام وسائل الإعلام أن يبحث عن كل جديد في عالم هذه الوسائل الواسع كيما يجذب أكبر قدر من الجمهور لمشاهدة فلمه أو برنامجه أو قراءة كتابه أو صحيفته . وتسارعت الشركات العالمية المصنعة لهذه الوسائل في إخراج كل جديد حتى أصبح يحول الحول على جهاز الفيديو أو التلفاز أو الراديو وقد أنتج منه بمراحل خلال ذلك العام فقط .

وحرصت الدول التي تعمل هذه الشركات العالمية المصنعة لوسائل الإعلام فيها أن تكون لها يد في توجيه صناعة هذه الوسائل وتوزيعها على دول العالم بشكل عام ودول العالم الثالث بشكل خاص . فالإعلام أصبح اليوم مع الاقتصاد وتجارة بيع الشرق الآسيوي والجنوب الإفريقي .

وفي هذا الفصل ستحاول الدراسة كشف أهم الاستراتيجيات التي استخدمتها الدول الغربية ف توظيف ثقافات دول العالم الثالث بشكل عام ودول الشرق المسلم بشكل خاص.

الاستراتيجيات الغربية في إحكام القبضة على وسائل الإعلام وبالتالي توظيف الثقافات في دولنا :

هناك مجموعة من الاستراتيجيات وضعت على فترات زمنية مختلفة وبعضها وجد من خلال مؤسسات دولية تابعة للأمم المتحدة وبعضها من خلال منظمات إقليمية أوروبية غربية وأوربية شرقية ، كما أ، هناك استراتيجيات وضعت من خلال مؤسسات إعلامية عالمية خاصة كوكالات الأنباء ومحطات البث التلفزيونية العالمية ومحطات الإذاعة العالمية الموجهة ، بالإضافة إلى ذلك هناك سياسات وضعت من قبل دول محدودة تمتلك عناصر تكنولوجية لا يملكها غيرها وتقوم بوضع ما يناسبها من سياسات .

(1) التحكم في موجات البث الإذاعي من خلال المنظمات الدولية :

عندما صرح الرئيس الأمريكي بوش أن هناك نظام عالمي جديد ستسري قوانينه على الدول ظن الناس أن العالم سيمر بمرحلة جديدة تماماً ليس لها أي علاقة بماضي الغرب وتعامله مع دول العالم الثالث ، لكن الزمن لم يمهل الرئيس بوش فلقد تكشفت الحقائق أن ما أطلق عليه نظام عالمي جديد إنما هو مرحلة نتجت عن مراحل سابقة وأنها جزء من خطة طويلة في استخدام القيادة الدولية في بسط النفوذ السياسي على الدول الأضعف . فلقد استخدمت الأمم المتحدة ووكالاتها المتخصصة في جميع الفنون والعلوم للمساهمة في هذا الدور . فالالاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية عبارة عن وريث لاتحاد التلغراف الدولي والذي وجد عام 1865 عندما اجتمع مندوبون من عشرين دولة في باريس وأنشأوا هذا الاتحاد لتنظيم وتحسين خدمة التلغراف بين دولهم . وفي عام 1934 أطلق عليه اسم الاتحاد

الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية بعد اتفاق مدريد عام 1932 . وفي عام 1947 تم إبرام اتفاق بين هذا الاتحاد والأمم المتحدة ليكون واحداً من وكالاتها [1].

وبرغم أهداف الاتحاد الجيدة في تقديم الخبرات وتحسين الأداء للعاملين في مجال الراديو والهاتف والتلغراف ومحاولة خفض أجور الاتصالات أقل حد إلا أنه أصبح أداة استراتيجية في يد الدول الأكثر تقدماً في مجال الاتصالات . فلقد أدرك رؤساء دول عدم الانحياز في مؤتمر 1973 ظاهرة انعدام التوازن في ميدان الاتصالات [2] ، فالدول الصناعية تضخ كمّاً إعلامياً كبيراً مقارنة بالدول النامية . حتى إن إحدى توصيات ذلك المؤتمر ((أن من واجب بلدان عدم الانحياز تغيير الوضع المنحاز وتحرير الإعلام ووضع تصور بنظام إعلامي عالمي جديد)) [3] . وفي عام 1976 أقر مؤتمر نيروبي لدول عدم الانحياز برنامجاً يخفض حجم الفارق بين الإعلام النامي والإعلام الموجهة من دول الغرب . ثم توالى المؤتمرات واللجان في أروقة الأمم المتحدة بين دول تسيطر على التكنولوجيا وتملك رأس المال ودول مستهلكة للفكر والتكنولوجيا وليس لها قدرات مالية كافية .

وانتصر الضعفاء في مؤتمر اليونسكو العشرين عام 1978 ، حيث أقر المؤتمر بعض المبادئ الأساسية التي تخدم قضايا دول العالم الثالث . وقد أدى ذلك إلى أن تغادر الولايات المتحدة الأمريكية اليونسكو مدعية أن هذه المنظمة شديدة التعاطف مع دول العالم الثالث ، وامتنعت عن دفع حصصها المالية .

بهذا المنطق يتفاهم معنا الكبار عند المطالبة بأدنى حق من حقوقنا ، مع أن دول العالم الثالث لم تطالب سوى بتخفيض الفارق بين الكبيرين ما تبثه دول الشمال مقابل ما تبثه دول الجنوب .

يقول د. المصمودي [4] : ((هناك عدم مساواة في توزيع طيف الذبذبات الإذاعية بين البلاد المتقدمة والنامية، فالأولى تسيطر على حوالي 90% من أص الطيف بينما لا تمتلك البلدان النامية الوسائل التي تحميها من الإذاعات الأجنبية ، وكثيراً ما يصعب عليها أن تنافسها)) . ((والبلاد النامية ، وإن كانت تغطي مساحة أوسع امتداداً إلا أنها تملك قنوات أقل مما تملكه البلاد المتقدمة . أما كثافة الطاقة لكل كيلو متر مربع فهي أقل بمقدار أربع مرات في البلاد النامية منها في البلاد المتقدمة)).

(2) التحكم في نشر (بيع) التكنولوجيا لدول العالم الثالث :

لم يعد سراً أن تعلن دول الشمال حرباً تكنولوجية على دول العالم الثالث ، فالسيطرة على اقتصاد دول العالم الثالث تصبح سهلة إن كانت جميع الآلات Made in U.S.A أو Made in Europ فهي بذلك تكتسب مجموعة من المحصلات السياسية والإعلامية والاقتصادية . فبيع دولة معينة نوع معين من الآلات أو الأجهزة أو المعدات ينبني عليه اتفاقات تابعة تحصل من الدولة المشترية دولة مقادة للدولة البائعة . فشرط الاستخدام وأنواعه وأحجامه كلها أصبحت تحدد من قبل الدولة البائعة . وصارت قطع الغيار أداة تستخدم ضد كل من يخرج عن شروط العقد أو يحاول الاستقلال عن الدولة البائعة . برغم أن المعادلة يفترض فيها أن يملي المشتري شروطه فهو صاحب المال والآخر هو المستفيد إلا أن قاعدة الاحتكار الغربي مع تقدمه التكنولوجي يجعل من دولنا دولاً مقادة نحو رغبات الدولة البائعة .

ولإلقاء صورة أكثر وضوحاً في هذا المجال علينا النظر إلى أساسيات تكنولوجيا وسائل الإعلام أين تصنع وكيف توزع . فبدء من أجهزة الاستديو الإذاعي والتلفازي وانتهاء بالأقمار الصناعية وقواعد الصواريخ التي تقوم بإطلاقها في الفضاء ، وفي مجالات الطباعة والتصوير وتقنية الأفلام الفوتوغرافية والسينمائية كلها تبدأ من دول الشمال .

هذا البدء من يولد من خلال فترة زمنية قصيرة بل تولد من خلال عقود طويلة من الزمن رافقه مراكز أبحاث وجامعات وميزانيات ضخمة تنفق في مجال البحث العلمي ، في حين تقع دوائر اهتمام دول العالم الثالث خارج دائرة البحث العلمي والتكنولوجي . دولنا تتجه نحو توسيع دائرة التسليح وزيادة الرفاهية وزيادة تحقيق مزيد من الطعام والكساء والأمن ، ولا ترى في البحث وتشجيعه دوراً فاعلاً في تغيير كيانها وتحويلها من دول متخلفة إلى دول متقدمة . ذكر لي أحد الأساتذة بكلية الطب في جامعة عربية افريقية أنهم استطاعوا خلال الثمانينات زراعة الكلى وكان ذلك يعد فتحاً في مجال زراعة الأعضاء في دول العالم الثالث . فقاموا بزيارة لرئيس الدولة ليخبروه عن هذا الإنجاز العظيم ، فرد عليهم : دولتنا ليست في حاجة إلى زراعة كلى ، نحن في حاجة إلى زراعة رز؟! بهذه العقليات فقدنا التكنولوجيا بحثاً ودراسة وتطبيقاً . وبهذه العقليات صرنا نتسول الموافقة على طلبات الشراء برغم تقديم كافة الضمانات المالية .

إن التحكم في تكنولوجيا وسائل الإعلام قدم لدول الغرب ثغوراً مباحة في قناتنا المسلمة؛ فالإذاعات الموجهة على مدى الستين عاماً الماضية جعلت الطفل الشرقي يعرف تفاصيل ما يحدث في الغرب بكل فنانيه ولاعبي الكرة ورؤساء الدول والكتاب والمفكرون ، واستطاعت هذه الإذاعات الموجهة أن تشكل عقول النخبة من مثقفينا وبالتالي من دونهم في الجامعات والمراكز العليا في دولنا . ثم بدأ البث الفضائي يشكل تهديداً أكثر لهويتنا وثقافتنا وسيتلوه تحكم أكثر في بث قناتنا المحلية . كل ذلك بسبب التحكم في تصنيع وتشغيل تكنولوجيا وسائل الإعلام ، ثم التحكم في بيعها لمن وبكم .

يقول الدكتور عبدالرحمن السميطة [5] - نقلاً عن أحد رجال الكونجرس الأمريكي :- ((إن كل دولار تمنحه امريكا لدول العالم الثالث يعود عليها بثلاثة دولارات سنوياً)) ويفسر ذلك بأن امريكا تبني محطة إذاعة لدولة إفريقية مثلاً وتمنحها لها ثم تقوم هذه الدولة بشراء قطع الغيار وإعادة تدريب العاملين والالتزام بتقنية الشركة الأمريكية التي قامت بتركيب المحطة ، مما يؤدي إلى أن تدفع مقابل هذه الالتزامات ثلاثة أضعاف قيمة المحطة نفسها .

(3) التحكم في الأقمار الصناعية :

يتصور بعض المتحمسين من الدعاة والوطنيين أن مسألة الأقمار الصناعية مسألة مالية ، فالدولة من دولنا إن أرادت أن تنشر الخير أو أن تنشر فكر ثوارها فما عليها سوى دفع رسوم التشغيل للشركات الغربية المالكة لهذه الأقمار الصناعية لتحصل على قنوات من خلالها ببث ما تريد ، وهذا في الواقع غير صحيح .

فالأقمار الصناعية ليست مباحة لكل من يملك مالا بل تحكمها ضوابط وقواعد منطلقاً من استراتيجيات أمنية وسياسية وعقائدية . فلا يمكن أن تسمح الدول التي تقع هذه الشركات داخل حدودها بإعطاء دول العالم الثالث الحرية في استخدام هذه القنوات الفضائية كيفما تشاء ، فهناك ((تصور حرية الإعلام على أنها نتيجة طبيعية وحرية التعبير ، لكنها في الواقع فهمت على أنها حرية القائم بالإعلام ، ونتيجة لهذا أصبحت أداة للسيطرة في أيدي الذين يتحكمون في وسائل الإعلام ، وبلغت القانون فقد نجم عنها تقديس لحقوق المشتغلين بالإعلام)) [6].

وقد بدت الصورة تتضح خلال العامين الماضيين في قضية التحكم في مثل الأقمار الصناعية ، فهناك تصنيف امريكي لدول العالم ، ومن بنود هذا التقسيم أن هناك دولاً داعمة للإرهاب ومنها : إيران والسودان وباكستان وسوريا ، فهل يعقل أن تعطي الشركات الأمريكية المالكة لهذه الأقمار الصناعية امتيازات استخدام للقنوات الفضائية

لدول كهذه دون موافقة الحكومة الامريكية؟! لا أظن ذلك ممكناً ، إلا أن تعلن هذه الدول توبتها النصوح ويتقبلها منها الكونجرس الامريكي . وكذلك الحال بالنسبة لفرنسا وغيرها من دول أوروبا .

وبداية قصة الأقمار الصناعية توضح لنا حجم الإحتكار وطرق عمله مع دول الكتلتين الغربية والشرقية ثم موقف هاتين الكتلتين الشمالييتين مع دول الجنوب .

ففي عام 1965 تم إطلاق أول قمر صناعي امريكي يسمى "الطائر المبكر" أو Early Bird

وهذا القمر هو الجيل الأول مما تم التعرف على تسميته فيما بعد بأقمار "إنتلسات" .. وكان هذا القمر هو أول قمر يستخدم في نطاق تجاري ولم تمض سبعة عشر يوماً حتى أطلق الإتحاد السوفيتي قمر "مولينا-1" لنقل البرامج التلفزيونية والاتصالات اللاسلكية .

ثم توالى السباق بين امريكا والاتحاد السوفيتي ، ففي عام 1967 أطلق الجيل الثاني من "إنتلسات -2" ثم عام 1968 أطلق جيل أقمار "إنتلسات -3" وهكذا . وكذلك الحال بالنسبة للاتحاد السوفيتي الذي غطى خلال الستينيات جميع حدوده بشبكة من الأقمار الصناعية . ويقول ديماني: ((أن هناك معلومات تفيد بأن معدل إرسال الأقمار الصناعية خلال الثمانينات سيكون 120 قمراً على الأقل كل عام لأغراض إعلامية وعسكرية وعلمية وغيرها [7]. ويلخص ديماني قصة الأقمار الصناعية بقوله : ((والأمر الذي يستوي فيه المهيمنون هو انهم يشاركون في ممارسات استعمارية بكل ما في هذه الكلمة من معنى ، وكل طرف يحاول أن يستعرض عضلاته ويفرض هيئته ، ويطور - وهذا هو المهم - وسائله الاستراتيجية لمواجهة أي حرب مقبلة)) [8].

4) التحكم في تأجير القنوات الفضائية :

إن نظرية العرض والطلب لم تعد ذات قيمة محورية في مجال تأجير الأقمار الصناعية وتأجير القنوات الفضائية ، فهناك محاور استراتيجية أخرى تتساوى أو تزيد في أهميته في قضية العرض والطلب . فالشركات المالكة لهذه القنوات تضع لنفسها مجموعة من السياسات والشروط المطلوبة من الدول أو الشركات الراغبة في استئجار قنوات فضائية فيها . وهذه الشركات المالكة تعمل في دول لها الأخرى سياسات وشروط من المستأجرين لهذه الأسلحة الإعلامية ، ولذا فمن العبث الظن الذي يراه بعض الدعاة المتحمسين بأن المسألة مسألة مال وعزيمة ، مال تستأجر به هذه القنوات وعزيمة دول تريد نشر الإسلام وتحمل الخسائر المالية لاستئجار هذه القنوات ، وبذلك يمكننا أن ننشر الإسلام ليعم الدنيا .

إن المسألة في الحقيقة تحتاج إلى دراسة وتمحيص ، فالمال والعزيمة أمران محوريان لبداية مشروع أي قناة فضائية سواء كان لنشر الإسلام أو المسيحية أو حتى لنشر الجنس كقنوات الولد للعب "Flay Boy" . لكن من هي الشركة التي ستأجر هذه القناة أو تلك ، ومن هي الدولة التي ستسمح بفتح ثغورها لأعدائها ؟ لنتصور العملية بشكل عكسي ، لو كانت السعودية هي المالكة لهذه القنوات فهل ستسمح بتأجيرها لقناة تابعة للفايكان ؟ .

من خلال التحكم في تأجير القنوات الفضائية أصبح هناك مفاضلات لشركات عن شركات أخرى ولأيدلوجيات على أيدلوجيات أخرى . ولذا فسند في القريب قنوات أكثر إباحية موجهة لدول العالم الثالث لكسر الجمود الذي تفتخر به هذه الدول (في منظور الغرب) والذي تعبر عنه بأنها دول محافظة . فالأولوية تعطى لمجموعة من الأفكار

والشركات لتحقيق سياسات دولية وعقائدية . والمحزن أننا في غمرة هذا التقدم السريع في مجال القنوات الفضائية ما زلنا ننتول استخدام هذه القنوات فضلاً عن تصنيعها أو شراء ما يمكن شراؤه منها . بل حتى تنويع الاستئجار أغفلنا أهميته . فالدول الغربية هي السوق الأوحده الذي نعرفه مع أن هناك دولاً أخرى كالصين واليابان وروسيا تقدمت في هذا المجال .

(5) التحكم في نشر الأخبار من خلال وكالات الأنباء :

يوجد المئات من وكالات الأنباء المحلية والإقليمية والدولية ، إلا أن خمس وكالات فقط تحوز على مجموع 90% من الأخبار التي تذاق وتكتب في تلفزيونات وإذاعات وصحف ومجلات العالم [9] . هذه الوكالات هي غربية المنشأة والتمويل والتوجه وهي : الأسيوتدبرس واليوناييتدبرس الامريكيتين وتاس والسوفيياتية ووكالة الأنباء الفرنسية ورويترز البريطانية .

وقد أصبحت هذه الوكالات الخمس محتكرة للأخبار في العالم ولعدة عوامل منها :

(أ) عدد المراسلين لهذه الوكالات يصل إلى ... موزعين في جميع دلو العالم ، بالإضافة إلى تعاقدهم مع وكالات محلية في الدول التي لايمكنهم تغطيتها للحصول على الأخبار بأسرع الطرق .

(ب) دعم الدول الأربعة لهذه الوكالات بما يساعدها في الانتشار وبسط السبل لمراسليهم وحمائيتهم من خلال سفارات هذه الدول في جميع دول العالم . وتستفيد هذه الدول من المراسلين في الشق الإخباري والشق التجسسي إذ لافرق في طبيعة العمل بين المراسل لوكالة أنباء والمخبر أو الجاسوس لدولة معينة ، فكلاهما يبحث عن المعلومة إلا أن المراسل يرسلها بهدف النشر والثاني يرسلها كمعلومة سرية .

(ج) بيع الأخبار بأرخص الأسعار نظراً لقلّة التكلفة في جمعها حيث يصل إرسال الوكالات بمعدل

بالإضافة أن بيع الأخبار بأسعار رخيصة سيؤدي إلى إماتة دور الوكالات الإقليمية ثم المحلية من خلال خطة اقتصادية متوسطة أو طويلة المدى .

(د) عدم وجود الرقابة السياسية المفروضة على هذه الوكالات كما هو الحال في وكالات الأنباء المحلية .

(هـ) سرعة نقل الخبر وذلك لكثرة عدد المراسلين وانتشارهم ثم لاستخدام هذه الوكالات لأحدث الأجهزة في مجال الاتصالات .

بعد أن عرفنا تحكم هذه الوكالات في نشر الأخبار يمكننا الآن الحديث عن دورها في توجيه الخبر وتحويله أو إماتته . هناك قاعدة معروفة عن الإعلاميين ؛ أن أي خبر يراد إماتته يتم ذلك بعد نشره وبذلك لن يتحدث عنه الناس [10].

وبذلك لعبة هذه الوكالات دوراً كبيراً في إماتة الكثير من القضايا الحية بالنسبة لدول العالم الثالث في حين أبرزت آلاف الأخبار عما يحدث في أوروبا وأمريكا . فمن معدل ما ترسله إلى إذاعات وتلفزيونات وصحف العالم توجد نسبة 40% فقط من أخبار دول العالم الثالث في حين الباقي يمثل أخبار أوروبا وأمريكا . في حين أن أوروبا وأمريكا لا يشكلان سكانياً سوى % من مجموع دول العالم [11].

أما تحوير الخبر فهناك نظرية إعلامية تسمى نظرية حارس البوابة والتي تتضح معالمها في وكالات الأنباء بالذات . فالنظرية ترى أن مراسل وكالة معينة في مدينة بومباي مثلاً في الهند ، عندما يرى حادثاً ينقله إلى رئيس فرع الوكالة في الهند بحسب ما رآه أو بحسب قدرته على الوصف وبحسب المعلومات التي استطاع جمعها . ولا ينسى إن كان للحادث ارتباط بعقيدة أو لغة أو قبيلة المراسل نفسه وما لذلك من تأثير في طريقة صياغة الخبر أو إضافة أو حذف جزء منه ثم ينقل الخبر إلى رئيس الفرع في الهند الذي يقوم بدوره بربط الخبر ضمن أخبار أخرى أو إجراء تعديلات في الصياغة أو إضافة معلومات لم تتوفر للمراسل حين كتابة الخبر . ثم يقوم بإرسال الخبر إلى مقر الوكالة الرئيسية في أوروبا أو أمريكا وهناك أيضاً يترجم الخبر وتعاد صياغته وقد تضاف معلومات أو تحذف أخرى لعدم أهميتها ثم يرسل إلى المشتركين . هذه السلسلة التي مر عليها الخبر يتم خلالها تعديل أو تحوير أو إضافة أو حذف جزء أو أجزاء من الخبر من خلال هؤلاء المراسلين الذين تقترضهم النظرية .

ولئن الوكالة جميعها غربية فيمكننا أن نتصور مدى تركيزها على قضايا محددة مضادة للغرب وقضايا أخرى لصالح النفوذ الغربي . ومثال تغطية أخبار أفغانستان خلال الحرب مع الشيوعيين وتغطية الأخبار خلال المعارك بين الصرب والمسلمين والصرب والكروات والمسلمين ، كل ذلك عبارة عن أمثلة توضح خطورة احتكار توزيع الأخبار وجمعها من خلال خمس وكالات غربية وبالتالي دور ذلك في تشكيل الثقافات في الدول المستقبلية .

(6) نشر الأفلام والمسلسلات الغربية بأرخص الأسعار :

كان من الطبيعي في فترة انتشار التلفزيون في دول العالم الثالث الاستعانة بالأفلام والمسلسلات الغربية لعدم توفر الإنتاج المحلي في تلك الحقبة ، وقد أدى هذا الانتشار إلى نظرة المشاهد في دول العالم الثالث إلى أسلوب إنتاج هذه الأفلام والمسلسلات على أنه مثالي أو Model وهذا متوقع لأن التلفزيون والسينما في الدول الغربية قد سبقوا التلفزيون والسينما في دول العالم الثالث بعدة عقود . وقد حاول الإنتاج المحلي مجاراة الإنتاج الغربي في القصة والمضمون لكنه لم يفلح في مجاراته في أساليبه وإمكانات الإنتاج والتي تضخ لإنجاحها رؤوس أموال ضخمة من مؤسسات الإنتاج ومن البنوك المستثمرة في مجال الإنتاج .

وبرغم النجاح الذي حققه الإنتاج المحلي معتمداً على عنصر اللغة المحلية في الحوار ، إلا أن المشاهد ظل ينظر إلى هوليوود على أنها قبلة الفن لا منازع في ذلك . ولأن فلسفة الإنتاج في هوليوود قائمة على الحصول على تكلفة الفلم أو المسلسل ونسبة جيدة من الأرباح من التسويق المحلي للفلم أو المسلسل داخل أمريكا ، فقد سارع ذلك على نشر الفلم أو المسلسل الأمريكي خارج أمريكا بأسعار زهيدة مقارنة بتكلفة إنتاجه .

هذه الاستراتيجية العظيمة ساهمت في عدة سياسيات :

نشر الفلم والمسلسل الأمريكي في جميع دول العالم من أقصى اليابان إلى روسيا وحتى جنوب إفريقيا .
إعلانات هذه الأفلام والمسلسلات وأبطالها محفورة في جدران وقلوب وعشاق الأفلام الأمريكية في كل مكان .

تحتطيم الإنتاج المحلي في جميع دول العالم حتى في أوروبا . ولك أن تطلع إلى تقرير اليونسكو الإحصائي السنوي عن معدل إنتاج الأفلام لكل دولة من دول العالم لترى معدل نزول هذه الأفلام بشكل مخيف في ظل زيادة إنتاج الفلم الأمريكي . ولم يسلم من هذه القاعدة سوى الفلم الهندي الذي ما زال محافظاً على سوقه وحجم إنتاجه .

يقال أن الرئيس الامريكي روزفلت طلب في اجتماع مع رؤساء كبرى شركات الإنتاج في هوليوود أن يرسموا للعالم من خلال صناعة الفلم شخصية الرجل الامريكي على أنها الشخصية التي لا تقهر . وقد يكون هذا الكلام صحيحاً إذا نظرنا إلى أي شريحة من شرائح الفلم الامريكي . فالكاوبوي أو راعي البقر شخصية أسطورية يتغلب على آلاف الهنود الحمر وكذلك الهندي الامريكي في أفلام كومبت يقتل عشرات الجنود الألمان ، ورامبو العظيم وهلم جرا . والصورة نفسها داخل المجتمع الامريكي فرجل الشرطة والأفلام البوليسية كلها قائمة على فكرة الرجل السوبر الذي لا يقهر . ولذا فلا عجب أن يتطور الخيال الامريكي في فلسفة الرجل الذي لا يقهر حتى في أفلام سوبرمان والوطواط وحتى أفلام الرعب .

ولئن رأى البعض أن هذه الفلسفة لا علاقة للشاهد بها وأنها فلسفة المنتج ولا تعني - لضرورة انتقالها للمشاهد - فهذا في الحقيقة قمة الخطأ . فالإنسان بطبيعة متقمص لما يراه في حياته من أشخاص وقدرات سواء كان ذلك في صفات الخير أو الشر . ولذا فمن الطبيعي أن يموت شبابنا وقتياتنا هياماً بمايكل جاكسون و مادونا في الغناء و جون ترافولتا في الرقص و مارادونا في الكرة ورامبو في العضلات ، فلقد رأوا هؤلاء الفنانين يرتمي بين أيديهم ملايين البشر فلماذا لا يكونوا هم أيضاً؟! . إن نزعة التقمص الموجودة في نفوسنا تدفعنا إلى ذلك .

إن الفلم والمسلسل الامريكي لم يعد خطراً على الفكر فقط بل أصبح ماسحاً لجميع المساحات البرمجية في قنواتنا . فهو أرخص ثمناً وأجود إنتاجاً ، ثم بالتالي أكثر شعبية . ولك أن تتصور المضامين والعقائد التي يمكن أن ينشرها هذا الفلم وذاك المسلسل أمة تتعشقه . لقد أصبح أمراً عادياً أن يخرج الفتى مع صديقته للسهر معها ثم أصبح عادياً للزوج أن يتعرف على غير زوجته أو العكس .

[1] حسين عمر ، المنظمات الدولية والتطورات الاقتصادية الحديثة ، تهامة ، جدة ، 1404 .

[2] د.مصطفى المعموري ، النظام الإعلامي الجديد ، في مكتبتي .

[3] نفس المصدر .

[4] نفس المصدر ص42.

[5] د.عبدالرحمن السميث (رئيس لجنة مسلمي افريقيا) محاضرة في مؤتمر رابطة الشباب المسلم العربي 1988، أوكلاهوما ، امريكا .

[6] د.المصمودي ص46 .

[7] د.محمد يمانى ، أعمار الفضاء غزو جديد ص9 .

[8] نفس المصدر ص15 .

[9] د.المصمودي ، د.عواطف عبدالرحمن .

د. خالد بن علي ابو الخير
www.mftvp.com

[10] (فريد عزة : نشأة وسائل الإعلام .

[11] (المصمودي .

د. خالد بن علي ابو الخير
www.mftvp.com

د. خالد بن علي ابو الخير
www.mftvp.com

د. خالد بن علي ابو الخير
www.mftvp.com

د. خالد بن علي ابو الخير
www.mftvp.com

د. خالد بن علي ابو الخير
www.mftvp.com