

العولمة الإعلامية وإنتاج القيم والرموز الثقافية

أية مخاطر على الأمن الفكري والتنوع الثقافي؟

Media globalization and the production of values and cultural symbols.. which risks on the intellectual security and cultural diversity ?

د. عبد القادر دندن¹

باجي مختار - عنابة

dendenne.relation@gmail.com

تاريخ الوصول 2020/02/22 القبول 2021/12/25 النشر على الخط 2022/06/05

Received 22/02/2020 Accepted 25/12/2021 Published online 05/06/2022

ملخص:

يهدف هذا المقال إلى توضيح الدور الذي تلعبه العولمة الإعلامية في إنتاج القيم والرموز الثقافية، والمخاطر المترتبة عن ذلك على الأمن الفكري للأمم والتنوع الثقافي العالمي، وفق إشكالية كيفية تأثير إعلام العولمة على عملية إنتاج القيم والرموز الثقافية التي تؤسس لتمييز هوية كل مجتمع وخصوصيته الثقافية وأمنه الفكري، نظرا لكون العولمة الإعلامية هي الذراع الإعلامية لمسار العولمة الساعي إلى فرض هيمنة القوى الغربية عموما والأمريكية على وجه الخصوص، لأن تحقيق هدف الهيمنة لا يعتمد على الأساليب العسكرية والاقتصادية والمالية فقط، بل تلعب الجوانب الثقافية والفكرية دورا مفتاحيا في ذلك، من خلال التسويق للنموذج الغربي في أبعاده السياسية والاقتصادية والثقافية على أنه نموذج عالمي، حيث تتضح خطورة قيم العولمة الغربية على النسيج الثقافي للمجتمعات المحلية والكيانات الحضارية غير الغربية، وضرورة العمل على الحفاظ على التميز الهوياتي، مع الانفتاح المحسوب الذي يسمح بالاستفادة من ثمرات التطورات الحضارية دون المساس بالخصوصيات الثقافية.

الكلمات المفتاحية: العولمة الإعلامية - القيم - الرموز الثقافية - الأمن الفكري - التنوع الثقافي

Abstract:

This article aims to unravel the role of media globalization in the production of values and cultural symbols, and the latter risks to the nations' cultural security and the world's cultural diversity alike. Media is considered as a weapon in the hand of globalization that aims to impose the western hegemony, in general, and the American, in particular. It must be born in mind that the achievement of dominance does not rely on military, economic, and financial means only, but also on the cultural and intellectual means, which are corroborant in this endeavour. In this regard, media globalization attempts to advertise the western values as universal ones.

Key words: Media globalization- values – cultural symbols – intellectual security - cultural diversity.

مقدمة:

أسهمت التطورات التكنولوجية المتسارعة خصوصاً تلك التي شهدتها البشرية مع نهاية القرن العشرين وبدايات القرن الحالي، في إدخال تحولات كبرى على مختلف مناحي الحياة بما في ذلك العلاقات الدولية وأنماط التفاعلات السائدة فيها، وأصبح للتكنولوجيا تأثيراتها على الاقتصاد وصنع القرار والشؤون العسكرية والجغرافيا السياسية وغيرها، وقد كان للجانب الثقافي نصيبه في هذا التحول، حيث باتت العلاقة وطيدة بين الثقافة والتقانة أو التكنولوجيا، سواء من حيث فواعل إنتاج الثقافة، أو طرق ووسائل نقل الرسائل الثقافية والفكرية عبر العالم، ومن حيث كفاءات توظيف تلك التطورات التكنولوجية في خدمة مشاريع الهيمنة والنفوذ التي تتبناها القوى الكبرى عبر العالم، فأصبح استغلال تلك الوسائل التكنولوجية لنشر الخطاب العملي الغربي أمراً شائعاً، وازداد نتيجة لذلك الوعي بالتنوع الثقافي في العالم، والدعوات للحفاظ على الثقافات المحلية وتقويتها في وجه تيارات ثقافة العولمة الوافدة من الغرب خصوصاً، لاسيما وأنها ليست مضامين محايدة بل هي متحيزة لنموذج ثقافي وحضاري معين، وتسعى لجعل القيم الليبرالية والرأسمالية أكثر قبولاً عبر العالم، وذلك ما يسهل تمرير مشاريع الهيمنة الغربية عموماً والأمريكية على وجه الخصوص، فهي محاولات لفرض ثقافة معينة واعتبارها ذات طابع عالمي وإنساني شامل.

وتشكل وسائل الإعلام والاتصال المختلفة من قنوات فضائية وصحف ومجلات وإنتاجات فنية وسينمائية وفكرية ومعرفية أهم الوسائل التي يعتمد عليها لبلورة قيم تتسم بالعالمية، مستفيدة من القدرات المذهلة المتاحة لها حالياً للبحث على مستوى عالمي بدون عوائق، مدعومة في ذلك بالتطورات التي مست الفضاء الإلكتروني، أين أضحت الإنترنت وما يرتبط بها من مواقع ووسائل التواصل الاجتماعي أدوات ضمن ما يعرف بالإعلام الجديد، الذي يدعم التوجه الغربي الرأسمالي العملي، فبمقابل التعددية الثقافية التي تعرفها البشرية، تعمل العولمة على تحقيق تجانس عالمي على الصعيد القيمي، مستغلة الثورة الهائلة في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال التي تخطت كل العوائق ولم تعد تعترف بالحدود الجغرافية أو الوطنية التقليدية، لنتزع الثقافات المحلية من جذورها، وتعمل على غرس قيم هي بالأساس غربية تعكس رغبة القوى المسيطرة تكنولوجيا واقتصادياً في نشر قيمها وفرضها على الآخر، مما يؤثر على قيم تلك المجتمعات وأساليبها في التربية والتنشئة، فتصبح بذلك مصادر القيم غير نابعة من عمق ديانة وأصالة وتقاليد تلك المجتمعات، بقدر ما هي مستقاة من مصادر دخيلة تروج لها وسائل الإعلام العالمية.

ما ذكرناه آنفاً، يجعل من التساؤل عن مصير قيم وعادات وتقاليد تلك المجتمعات، وأمنها الفكري وهويتها الثقافية وتميزها في عصر العولمة وإعلامها القوي والنافذ أمراً مشروعاً، وهنا نطرح الإشكالية البحثية التالية: كيف يؤثر إعلام العولمة على عملية إنتاج القيم والرموز الثقافية التي تؤسس لتمييز هوية كل مجتمع وخصوصيته الثقافية وأمنه الفكري؟

وعليه نتساءل:

- ما هي أدوات المشروع الغربي الرأسمالي لنشر قيمه كقيم عالمية واستهداف القيم المغايرة؟
- إلى أي مدى تؤدي العولمة الإعلامية إلى دحض القيم الأصيلة للمجتمعات، وتعويضها بقيم بديلة تختلف جذرياً عن نسيجها الثقافي وتحدد التعددية الثقافية السائدة عالمياً؟
- ما هو مستقبل مصادر القيم الأساسية كالدين والأعراف والأسرة وغيرها أمام منافسة قيم العولمة التي تروج لها عبر إعلامها الواسع في انتشاره والكبير في تأثيره؟
- وما هي المخاطر التي تشكلها العولمة الإعلامية على الأمن الفكري للأمم والتنوع الثقافي في العالم؟

يهدف هذا المقال إذاً إلى تحليل أهم الأدوات التي يعتمد عليها المشروع العملي الغربي في نشر ثقافته وقيمه، كما يهدف إلى رصد نقاط القوة في هذه الأدوات ومدى قدرتها على اختراق الهويات الثقافية للشعوب الأخرى، ويهدف كذلك إلى توضيح إستراتيجية العولمة في شقها

الإعلامي في تنميط الأفكار وتوحيدها ونشر قيمها الاستهلاكية والدخيلة على المجتمعات الأخرى، ناهيك عن سبل مواجهة هذا التيار الثقافي العاتي، وتحقيق الانفتاح بشرط المحافظة على الثوابت والخصوصيات.

1. تأصيل مفاهيمي:

يقوم هذا المقال على مجموعة من المفاهيم المفتاحية التي لا بد من الإحاطة بها لاستيعاب حيثيات الموضوع، فقد سادت عدة مفاهيم تتعلق بقضية الصراع الثقافي على المستوى العالمي، تخص جوانب القيم والأمن الفكري ودور العولمة الإعلامية في تحويل تلك المفاهيم وقولبتها بما يتماشى مع مصالح قوى العولمة الغربية.

1.1. العولمة الإعلامية.. الماهية والخصائص:

بفضل الطفرة التكنولوجية غير المسبوقة التي شهدتها العالم في القرن العشرين وبدايات القرن الحادي والعشرين، زالت قيمة الحدود التي طالما فصلت بين الشعوب والدول، وقامت شبكات الإعلام العملاقة (القنوات الفضائية والإذاعات الدولية والصحف والمجلات وشركات وصناعة السينما) ذات الموارد المالية الضخمة، والمستعينة بشبكة الإنترنت، بعولمة بثها ورسائلها ومضامينها عبر العالم أجمع، في إطار ما أصبح يعرف بـ "العولمة الإعلامية"، وهي أحد مظاهر وأدوات العولمة في نفس الوقت، وفي الواقع لا توجد إجابات حاسمة عن سؤال: ماذا نعني بالعولمة الإعلامية؟ بسبب اختلاف الباحثين بين مؤيد ومعارض لما تلعبه العولمة الإعلامية من أدوار، ونعرض فيما يلي لمنظور كل تيار: **أ- التيار المؤيد:** وينطلق في تصوره من دور العولمة الإعلامية في إلغاء الحدود وتحقيق التقارب بين الثقافات والشعوب، وفي هذا التيار نجد عدة مداخل:

- **المدخل التكنولوجي:** يعرف أصحابه العولمة الإعلامية باعتبارها: "التقدم التكنولوجي المتسارع والمستمر في مجال الإعلام والاتصال، الذي أحدث نقلات ثورية في بعدي الزمان والمكان، وما يرتبط بهما من خبرات اجتماعية، فضلا عن التمهيد إلى وعي جديد، والفصل بين الحدود الجغرافية والهوية".

ويعتبر التفاعل بين عاملي الزمان والمكان مكونا جوهريا للعولمة الإعلامية، فقد ازدادت عملية الترابط العالمي المكاني، والتي تحدث عنها "ماركس" في كتابه "معالم نقد الاقتصاد السياسي" باعتباره "إنهاء المكان بالزمان"، والذي أشار له "ديفيد هارفلي" على أنه انضغاط الزمان والمكان، وزيادة الإحساس بانكماش المسافات، إما بصورة مادية عن طريق وسائل النقل والمواصلات، أو بشكل تمثيلي وغير مادي عن طريق نقل الوسائط التكنولوجية والإلكترونية للصور والمعلومات والقيم التي تحملها معها⁽¹⁾.

- **المدخل الحداثي:** وأشهر ممثليه "أنطوني جيدنز" (Anthony Giddens) الذي عالج مسألة عولمة وسائل الإعلام على أنها ضغط للزمن و المكان، و إشارة للامتداد أو التوسع في مناطق جغرافية مع تقدم مضمون متشابه، وذلك كمقدمة لنوع من التوسع الثقافي، مؤكدا على قدرة العولمة الإعلامية على فصل الهوية عن المكان والقفز فوق الحدود الثقافية والسياسية، والتقليل من مشاعر الانتساب أو الانتماء إلى مكان محدد، مشددا على دورها في خلق و تضخيم الحقائق اعتمادا على الصور و الرموز.

- **المدخل الليبرالي الجديد:** يعرف العولمة الإعلامية بأنها: "التركيز في ملكية وسائل الإعلام والتكامل الرأسي والتكنولوجيا الجديدة، وتخفيف القيود، مما يؤدي لخلق فرص جديدة أمام المستهلكين، وتخفيض تكلفة التكنولوجيا، وخلق فرص جديدة"⁽²⁾.

1- عادل عبد الصادق، الفضاء الإلكتروني والعلاقات الدولية، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2017. ص 319.

2- محمد علي حوات، قراءة في الخطاب الإعلامي والسياسي المعاصر، القاهرة، مكتبة مدبولي، 2005. ص 52.

ب- التيار المعارض: وهو التيار الرافض للعولة الإعلامية وما يروج عن إيجابياتها، ويعمل بالمقابل على كشف جانبها السلبي وما ينطوي عليه من تهديد عالمي، ويتقدمهم ممثلو "النموذج النقدي" (Critical Model) وعلى رأسهم "هربرت تشيلر" (Herbert Schiller) صاحب الإسهامات الكبيرة في "نظرية الإمبريالية الثقافية"، والذي يرى أن عولة الإعلام ما هي إلا تركيز لوسائل الإعلام في عدد من التكتلات الرأسمالية متعددة الجنسيات، التي تستخدم وسائل الإعلام كحافز للاستهلاك على النطاق العالمي، ويؤكد أيضا أن أسلوب الإعلان الغربي ومضمون الإعلام يدفع إلى التوسع العالمي لثقافة الاستهلاك، عبر إدخال قيم أجنبية تطمس أو تزيل الهويات القومية الوطنية، وهو ما يعتبره نفيا للتعددية الثقافية، وانتصارا للقيم الاقتصادية الليبرالية، القائمة على مبدأ المنافسة والربح والخسارة، وتحويل المضامين الإعلامية إلى سلع تخاطب سكان العالم بواسطة الشركات العملاقة⁽¹⁾.

أما "نعوم تشومسكي" (Noam Chomsky) المفكر الثائر على الهيمنة الغربية وسياسات الولايات المتحدة الأمريكية، فيرى في العولة الإعلامية: "تلك الزيادة الضخمة في الإعلان خاصة عن السلع الأجنبية، والتركيز في ملكية وسائل الإعلام الدولية، وبالتالي انخفاض التنوع والمعلومات مقابل الزيادة في التوجه للمعلن"، وهذا ما يحمل معنى التوسع في التعدي على القوميات من خلال شركات عملاقة شاملة، ومستبدة يحركها الاهتمام بالربح وتشكيل الجمهور وفق نمط خاص، حيث يدمن الجمهور أسلوب حياة قائم على حاجات مصطنعة، مع تجزئة ذلك الجمهور وفصل كل فرد عن الآخر، حيث لا يدخل الجمهور الساحة السياسية وبالتالي لا يزعج أو يهدد نظام القوى أو السيطرة في المجتمع⁽²⁾.

مما سبق من نقاش حول مفهوم العولة الإعلامية، تتضح صعوبة الاتفاق على تعريف يلقي قدرا كبيرا من الإجماع، ولكن من الممكن أن نستخلص السمات العامة التي تتميز بها العولة الإعلامية، وهي:

- إعلام متقدم من الناحية التكنولوجية ومؤهل لتطورات مستقبلية جديدة ومستمرة تدفع به إلى المزيد من الانتشار المؤثر في المجتمعات المختلفة.
- تشكل جزء من البنية الاقتصادية والعالمية التي تفرض على الكل أن يعمل ضمن شروط السوق السائدة من صراعات ومنافسات وتكتلات، وسعي متصل لتحقيق الربح للمؤسسات التي تحتكرها بحكم انتمائها إلى أكثر من وطن وعملها في أكثر من مجال.
- تشكل جزء من البنية الثقافية للمجتمعات التي تنتجها وتوجهها وتتواجه بها، ولهذا فإنها تسعى إلى نشر وشيوع ثقافة عالمية، وتعرف عند مصادرها بالانفتاح الثقافي وعند متلقيها بالغزو الثقافي.
- استنادها على اتفاقيات دولية تدعمها منظمات وقرارات تحدد استخدام شبكاتها وتوزيع طيفها وموجاتها السمعية وأليافها البصرية وبثها المباشر، وتعريفاتها الجمركية للصحف والمجلات والكتب والأشرطة والمطبوعات المدبلجة ووسائطها المتعددة⁽³⁾.
- هيمنة الشركات الغربية عموما والأمريكية خصوصا على إعلام العولة، من حيث الملكية والمحتوى وتوجهات المضامين والأشكال المنتجة، حيث يوجد في العالم ست مجموعات رئيسية كبرى تعمل في الأنشطة الإعلامية، أربعة منها أمريكية وواحدة أوروبية و واحدة أسترالية-أمريكية.

1- رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007. ص 125.

2- مؤيد عبد الجبار الحديشي، العولة الإعلامية، عمان، الأهلية للنشر والتوزيع، 2002. ص 53.

3- طيبيل، أدهم عدنان (2009/5/17)، "الإعلام الحديث في ظل العولة"، الجزء الثاني، صحيفة الأيام الجزائرية.

- تركز أشخاص مؤثرين على رأس أكبر الإمبراطوريات الإعلامية، من أمثال "روبير مردوخ" (Robert Murdoch)، الذي يسيطر على عدد من أكثر الصحف انتشارا في بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية، مثل "التايمز" (The times)، و"الصان" (The Sun)، و"نيويورك بوست" (The New York post)، ويمتلك نظام تلفزيوني عبر الأقمار الصناعية (BSkyB)، والشبكة التلفزيونية والسينمائية "فوكس" (Fox)، وفي ألمانيا "برتلزمان" (Bertelsman) بما له من دور نشر وشبكات سمعية بصرية وخدمات إعلامية لم يعد له أي منافس بعد انخيار "كيرش" (Kirch)، وفي إيطاليا وإلى جانب كونه وزيرا أولا يمتلك "سيلفيو برلسكوني" (Silvio Berlusconi) ثلاثة من بين سبع قنوات تلفزيونية خاصة، ناهيك عن الجرائد ودور النشر⁽¹⁾.

- لا تشكل نظاما دوليا متوازنا لأن كل مدخلاته ومراكز تشغيله وآليات التحكم فيه تأتي من الشمال، وهذا ما أدى إلى هيمنة الدول المتقدمة عليه في مقابل تبعية الدول النامية.

وهو ما أكدته نموذج "جوهان غالتونغ" (Johan Galtung) الذي يتحدث عن عالم ينقسم إلى جزأين غير متكافئين هما، "المركز" (The core) المسيطر وتمثله الدول الصناعية المتقدمة قليلة العدد، و"الهامش" (Periphery) الأقل تطورا والمتخلف والذي يمثل دور التابع في النموذج، ويتفاعل مع التبادل الإعلامي الدولي رأسيا من فوق (الدول المتطورة صناعيا) إلى أسفل (الدول الأقل تطورا)، وهو ما تحقق بسيطرة الدول الصناعية على وسائل الاتصال الحديثة ومصادر الأنباء، وتوظيفها لصالحها على حساب المصالح الوطنية للدول النامية⁽²⁾.

ويبدو منظور "غالتونغ" للتبعية الإعلامية التي تمكن المركز من الهيمنة على الهامش أو المحيط التابع قريبا من تصور "فيجيس" (Fejes) للعملة الإعلامية، التي يصفها: "بتلك العملية التي تقوم من خلالها وسائل الاتصال الحديثة بالعمل على توفير وتوسيع نظم مسيطرة وأخرى تابعة في المحيط الدولي، يمثل هذا النظام الاتصالي الدولي القائم على الهيمنة عقبة حقيقية أمام ظهور أي شكل من أشكال التوازن الإعلامي"⁽³⁾.

وازداد المشهد تعقيدا مع تحول الشبكة العنكبوتية أو الإنترنت إلى مكون رئيسي في حياة الأفراد والمجتمعات، وإلى أداة لتمرير الرسائل الثقافية وأنماط الحياة الافتراضية وتعقيدها التي أثرت نفسيا واجتماعيا على دينامية البنى الاجتماعية عبر العالم، وهنا تشكل ما يعرف بالفضاء السيبراني أو الإلكتروني، الذي أصبح يلعب دوره في التكوين الثقافي، وفي تشكيل الرؤى والخلفيات والصور الذهنية التي تحملها الشعوب، ومن ثمة تعزيز القدرة على التأثير في عملية الإدراك والوعي تجاه العالم الخارجي، عبر آليات جديدة للتفاعل الاجتماعي الدولي، مثل شبكات التواصل الاجتماعي وعبر استخدام الإنترنت والاتصالات، وما ينجر عن ذلك من تأثير على الدول والتجمعات البشرية، خصوصا ما تعلق بالتأثير على ما يرتبط بها من قيم ومعتقدات ولغات وثقافة جديدة⁽⁴⁾.

2.1 مفهوم القيم الثقافية:

تعد القيم معايير للحكم على السلوك، وتختلف هذه المعايير من مجتمع لآخر، باختلاف المصادر التي تنبع منها تلك القيم والتي تتمثل أساسا في الدين والأعراف والعادات والتقاليد والتجارب التي مرت بها المجتمعات على مر الأجيال والسنين، وتبعاً للاختلاف في طبيعة تلك

1- « Médias, information et mondialisation libérale (1) », Groupe « Médias » d'Attac, Publié le 11 mai 2003, "http://www.acrimed.org/article1066.html". Consulté le 23 Mars 2019.

2- مؤيد عبد الجبار الحديثي، العملة الإعلامية، مرجع سابق. ص 76.

3- Fejes. F. «Media Imperialism: An Assessment» in: D. C. Whitney and E Wartella (Eds), Beverley Hills, vol. 03, 1981. P. 350.

4- عادل عبد الصادق، الفضاء الإلكتروني والعلاقات الدولية، مرجع سابق. ص ص 118، 119.

القيم من مجتمع لآخر ومن زمن لآخر، برز هنالك اختلاف واضح بين آراء الباحثين في معنى القيم، إلى وهذا ما يظهر جليا في التعاريف الموالية⁽¹⁾:

* تعريف "بيبر" (Pepper): "القيمة بأوسع معانيها هي أي شيء خيرا كان أو شرا".

* أما "ثورنديك" (Thorndike) فيرى أن: "القيم هي تفضيلات، وأن القيم الإيجابية منها والسلبية تكمن في اللذة أو الأمل الذي يشعر به الفرد الإنسان"، يبرز هذا التعريف عنصر التفضيل في القيم، ولذلك يعد ذو أهمية كبيرة، فالإنسان على حد تعبير "كلايد كلاكون" (Klide klackon) "حيوان مقوم"، فهو دائما وفي كل زمان ومكان يقوم الأشياء، أو بعبارة أخرى يصدر أحكاما حولها (هذا خير وذاك شر، هذا صواب وذاك خطأ، هذا نافع وذاك ضار، هذا مرغوب فيه وذاك مرغوب عنه).

ويمتلك الفكر الإسلامي منظوره الخاص لمفهوم القيم، يرتبط خصوصا بالقوة الإلهية العليا وهي "الله" عز وجل باعتباره الخالق والشارع الحكيم، ولذلك تعرف القيم عموما وفقا لهذا المنظور بأنها: "حكم يصدره الإنسان على شيء ما، مهتديا بمجموعة من المبادئ والمعايير التي ارتضاها الشرع"، فهذا التعريف يربط القيم بمرجعية خاصة وهي الشرع الحكيم⁽²⁾.

وجاء في "موسوعة نضرة النعيم في أخلاق الرسول الكريم" أن القيم في الإسلام تعني: "مجموعة المعايير والأحكام النابعة من تصورات أساسية عن الكون والحياة والإنسان والإله كما صورها الإسلام، تتكون لدى الفرد والمجتمع من خلال التفاعل مع المواقف والخبرات الحياتية المختلفة، بحيث تمكنه من اختيار أهداف وتوجهات حياته تتفق مع إمكانياته، وتتجسد من خلال الاهتمامات أو السلوك العملي بصورة مباشرة أو غير مباشرة"⁽³⁾.

والإسلام ككل هو دين المثل العليا والقيم السامية، ورسالته هي رسالة القيم الإنسانية التي تتسم بالربانية والشمولية والثبات والتوازن والعالمية.. مما يعني أنها صحيحة ودائمة وشاملة لكل ما يراد للإنسان ويتمثلها ويعيشها، لتحقيق مصالحه كلها ونسقتها منظم ومتكامل ومتناغم لا تضاد ولا تضارب فيه، كما أنها مترابطة، وهي أحكام تمثل معايير توضح للإنسان سبل السلوك الإنساني السوي، فكل حكم شرعي يحمل قيمة محددة، إما مرغوب فيها أو مرغوب عنها⁽⁴⁾.

وبما أن القيم الإسلامية تمثل منظومة هامة في سياق المنظومات القيمية السائدة عبر العالم وعبر التاريخ، وبما أنها أيضا موضوع جدل وحتى استهداف من طرف منظومة قيم العولمة الغربية الحالية، فإنه من الواجب التذكير بأهم خصائص القيم الإسلامية، والتي نوجزها فيما يلي⁽⁵⁾:

- تستمد من القرآن والسنة بالأساس، واللذان يعتبران لازمان للحديث والبحث عن القيم الإسلامية.

- تستمد من الأحكام الشرعية، التي تتضمن إما أمرا بالفعل أو أمرا بالترك.

1- عبد السلام السعيد، تدريس مفاهيم قيم حقوق الإنسان ضمن المناهج التعليمية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الدار البيضاء، 2001. ص 131.

2- علي الأصبحي، "التربية على القيم ورهانات المستقبل"، جريدة ميثاق الرابطة الإلكترونية، عدد 23، 2010/11/05. في:

"http://www.arrabita.ma/almithaq/contenu.aspx?C=4112".

3- علي خليل أبو العينين، "الأخلاق والقيم التربوية في الإسلام"، في: صالح حميد عبد الرحمان ملوح وآخرين، "موسوعة نضرة النعيم في أخلاق الرسول الكريم"، الرياض، دار الوسيلة للنشر والتوزيع، 1998. ص 79.

4- خديجة مستعد، "المنظومة القيمية في الإسلام"، عن موقع مدونات الجزيرة، 26 أوت 2017، في:

تاريخ التصفح 7 أوت 2020 <https://www.aljazeera.net/blogs/2017/8/26/>

5- علي خليل أبو العينين، مرجع سابق. ص ص 81، 82.

- تقوم على أساس الشمول والتكامل، فتراعي عالم الإنسان وما فيه، وجامعة لكافة مناحي حياته.

- تتميز بالاستمرار والعمومية لكل الناس وفي كل زمان ومكان.

- تجمع بين الثبات والمرونة، فهناك قيم عليا ثابتة لا مساس بها كالقيم العقدية وقيم العبادات، بينما هنالك قيم نسبية تخضع للاجتهاد ومراعاة أحوال الناس، وما يطرأ عليها من تطورات وتغيرات.

ورغم الاختلافات الجلية في هذا الموضوع، إلا أن القيم لا تكاد تتخرج عن كونها عبارة عن أحكام صادرة في حق أفعال وأشياء الوجود البشري، اعتمادا على عنصر التفضيل من جهة، والمعايير السوسيو-ثقافية من جهة ثانية⁽¹⁾.

ويمكن بذلك اعتبار القيم - وبغض النظر عن مصدرها وعن القوة المحركة لها، سواء كانت قوة عليا سماوية غيبية أو قوة إنسانية وضعية- تعبيرا عن⁽²⁾:

- مجموعة من المعايير التي يحكم بها على الأشياء (الناس، والأفكار، والأغراض، والأفعال، والمواقف) بالحسن أو القبح (القبول أو الرفض).

- تفضيلات يختارها الفرد ويفضل بها أنماطا من السلوك على غيرها.

وتمتلك كل أمة أو حضارة منظومة القيم الخاصة بها، التي تمنحها تميزها وخصوصيتها، وتحدد ما هو صالح أو غير صالح وما هو مرفوض أو مقبول اجتماعيا، لتكون تلك المنظومة القيمية دليل سلوك ومنهاج حياة ومعيارا للحكم والتقييم، والشعوب تتمايز عن بعضها البعض وفقا لطبيعة المنظومة القيمية التي تعتنقها، وتؤثر في ديناميتها الثقافية والاجتماعية وحتى النفسية، والمشكلة لا تكمن في هذه التباينات القيمة بل في كيفية التعامل معها، فعلى أساس منظور التعامل معها يتحدد ما إذا كنا نتجه نحو الثقافت والتلاقح الثقافي المثمر، أو نحو الهيمنة الثقافية المهلكة.

3.1. نحو مقارنة للأمن الفكري:

من المعلوم أن الأمن كمفهوم، كان من بين أكثر المفاهيم التي عصفت بها التحولات التي شهدتها العالم بنهاية الحرب الباردة، فخرج عن نطاقه الضيق المحصور في الجانب العسكري والاستراتيجي والمتعلق بأمن الدولة بالخصوص، ليتسع في مضمونه وأهدافه ليتسم بالشمولية من حيث مداه ومجالاته، فيتضمن في طياته كذلك الاقتصادي والسياسي والبيئي وغيره، ويتخطى حدود الدولة ليجعل من الفرد محورا له، ومع ذلك يبقى مفهوما عصيا على الإحاطة والتدقيق.

وقد كان لديناميكية تصاعد مكانة العوامل الثقافية والحضارية في العلاقات الدولية دورا هاما في الجنوح بالأمن نحو مسار فكري، يجعل من عناصر مثل الهوية والفكر والتميز الثقافي والحفاظ عليها موضوع اهتمام للأمن الوطني ولصيرورة الأمم في اتجاه المحافظة على بصمتها الثقافية والحضارية المميزة في العالم، ذلك في مواجهة مختلف التيارات الفكرية الوافدة مهما اختلفت أشكالها وصيغاتها ومضامينها وأدوات نقلها وبثها، خصوصا تلك المنقولة عبر الترسانة الإعلامية المعولة التي لا تعترف بالحدود ولا بالإيديولوجيات ولا بالاختلافات الثقافية التي تعد من السنن الكونية، وذلك في ظل العولمة خصوصا في شقها الثقافي، والتي تعبر عن اتجاه يرمي إلى التمييط الثقافي عبر العالم، وتشكل هذه العوامل مجتمعة مقدمة لتبني مفهوم الأمن الفكري.

هذا المفهوم - الأمن الفكري - لا يمكن فصله أو التعامل معه بمعزل عن مفهوم الأمن الشامل، الذي يعبر عن منظومة أمنية متكاملة (اقتصادية وسياسية وعسكرية واجتماعية وثقافية وفكرية) لها تقاطعاتها ونقاط التقائها، وتُظهِمها المتشابكة التي تتصف بالترايط الكلي

1- عبد السلام السعيد، تدريس مفاهيم قيم حقوق الإنسان ضمن المناهج التعليمية، مرجع سابق. ص 131.

2- علي الأصبحي، "التربية على القيم ورهانات المستقبل"، مرجع سابق.

والاستقلال الجزئي، الأمر الذي يعني عدم القدرة على احتزال مفهوم الأمن الشامل في أي منها... و قد لعبت الثورة الرقمية دورا هاما في إبراز هذا المفهوم الأمني الجديد، فالتطورات التكنولوجية وما صاحبها من ثورة في مجال الاتصالات والمعلومات، والتي بفضلها تحول العالم إلى قرية صغيرة، لم يعد بمقدور الموانع الطبيعية والاصطناعية أن تشكل عائقاً أمامها وأمام رسائلها وبث أفكارها، الأمر الذي وضع جميع دول العالم أمام تحديات كبيرة وعظيمة لم يكن لتواجهها من قبل⁽¹⁾.

ويقصد بالأمن الفكري الحفاظ على المكونات الثقافية الأصيلة في مواجهة التيارات الثقافية الوافدة، فهو يصب في صالح الدعوة لتقوية أبعاد الأمن الوطني، وهو بهذا يعني حماية وصيانة الهوية الثقافية والفكرية من الاختراق أو الاحتواء من الخارج، و يعني أيضا الحفاظ على العقل من الاحتواء الخارجي، وصيانة المؤسسات الثقافية، واطمئنان الناس على مكونات أصالتهم وثقافتهم النوعية ومنظومتهم الفكرية، ولذلك تعالت أصوات تطالب بإدراج البعد الفكري في اهتمامات الأمن، على اعتبار أن وحدة الأمم وهويتها جزء من أمنها القومي⁽²⁾.

وعرفه "صالح بن محمد المالك بأنه: "الحفاظ على الهوية الثقافية في مواجهة التيارات الثقافية الوافدة، وهو ما يعني تحصين الهوية الثقافية من الاختراق أو الاحتواء من الخارج.. ليسود إحساس لدى المجتمع بأن منظومته الفكرية ونظامه الأخلاقي الذي يرتب العلاقات بين أفراد داخل المجتمع ليس موضع تهديد... مع مراعاة عدم الانغلاق على الثقافة العالمية... لأننا بحاجة إلى ثقافات الشعوب الأخرى... مثلما نحتاج أيضا إلى نشر ثقافتنا ليستفيد منها الآخرون"⁽³⁾.

وكغيره من المفاهيم ذات الصلة بالعلوم الاجتماعية، أثار مفهوم الأمن الفكري حالة من الجدل منذ أن بدأ يأخذ مكانه في التداول منذ نهاية العقد الفائت، سواء من ناحية المفهوم نفسه أو من حيث ظروف وملابسات ولادته أو الأهداف المنوط به تحقيقها⁽⁴⁾، غير أنه يمكن القول عموما أن الأمن الفكري لكل مجتمع يهدف إلى الحفاظ على هويته، إذ إن في حياة كل مجتمع ثوابت تمثل القاعدة التي تبنى عليها وتعد الرباط الذي يربط بين أفراد، وتحدد سلوك أفراد، وتكيف ردود أفعالهم تجاه الأحداث، وتعمل للمجتمع استقلاليته وتميزه، وهو يهدف فيما يهدف أيضا إلى حماية العقول من الغزو الفكري، والانحراف الثقافي، والتطرف الديني، بل يتعدى الأمن الفكري ذلك ليكون من الضرورات الأمنية لحماية المكتسبات ومتطلبات الأمن الوطني⁽⁵⁾.

2. العولمة الإعلامية والسعي لعولمة إنتاج القيم:

من المتعارف عليه أن مصادر القيم نابعة بالأساس من عمق تاريخ وحضارة ومكونات كل مجتمع، وهذا ما يبرر التباين الملاحظ في عالم القيم من مجتمع لآخر، وحتى في المجتمع الواحد من زمن إلى آخر، ولكن المعطيات التي يتميز بها عالم اليوم، وأبرزها التطورات التكنولوجية المذهلة في مجال الإعلام والاتصال، فرضت واقعا جديدا تلعب فيه وسائل الإعلام ذات الصبغة العالمية دورا مؤثرا في إعادة صياغة وتعريف

1- أنور رجب، "حول مفهوم الأمن الفكري"، نقلا عن موقع الحياة الجديدة، 2018/7/11، تاريخ التصفح 2019/10/21، على الرابط:

"www.alhayat-j.com/ar_page.php?id=3e9cdab"

2- نبيل أحمد الأمير، "الأمن الفكري: مفهومه وأهميته وأهدافه وتأثيره لحماية عقول الشباب"، صحيفة المثقف، العدد: 4792، 19 / 10 / 2019، تاريخ التصفح، 2019/10/21، على الرابط:

www.almothaqaf.com/268-qadaya 2015/900942

3- محمد إبراهيم إسماعيل عبده (جمادى الأولى، 1430هـ)، الأمن الفكري في ظل متغيرات العولمة: أبعاد الدراسة النظرية و المعالجة المجتمعية، أعمال المؤتمر الوطني الأول للأمن الفكري: المفاهيم والتحديات، الرياض، جامعة الملك سعود.

4- أنور رجب، "حول مفهوم الأمن الفكري"، مرجع سابق.

5- نبيل أحمد الأمير، "الأمن الفكري: مفهومه وأهميته وأهدافه وتأثيره لحماية عقول الشباب"، مرجع سابق.

مفاهيم ومصطلحات كانت تبدو إلى زمن قريب مقدسة وغير قابلة للنقاش، وعلى رأسها القيم وما ينجر عنها من تأثير على مدلولات حيوية، كالهوية، والخصوصية الثقافية، والتميز الحضاري، والتنوع والتعددية الثقافية، ودور الأسرة والمدرسة في التربية والتكوين.

وقد اعترفت المؤسسات الدولية بهذه الأهمية والخطورة لدور الإعلام والاتصال في حركية العلاقات الإنسانية والدولية، وأبرز مثال على ذلك الدراسة التي أعدها منظمة "اليونيسكو" وأشرف عليها "شون ماكبرايد" (Shone McBride)، وحملت عنوان "أصوات متعددة وعامل واحد"، والتي تم التركيز فيها على الدور الثقافي لوسائل الاتصال، وعن الأخطار المحتملة الناجمة عنها أيضاً^(*).

ومن أكبر المشكلات والأخطار الناجمة عن العولمة الإعلامية، هو ارتباط المفهوم الثقافي للعولمة بفكرة التثمين (Uniformalisation) أو التوحيد (Unification) الثقافي للعالم، على حد تعبيرات لجنة "اليونيسكو" المكلفة بالإعداد لمؤتمر السياسات الثقافية من أجل التنمية، التي عقدت اجتماعاتها في ستوكهولم عام 1998، وهو ما يتم باستخدام واستغلال ثورة وشبكة الاتصالات العالمية وهيكلها الاقتصادي الإنتاجي، ومن هنا اتخذ المفهوم الثقافي للعولمة بعداً اقتصادياً وإعلامياً... حيث الإعلام هو أداة التوصيل والتأثير بالأفكار الثقافية التي يراد لها الذيوع والانتشار⁽¹⁾.

إن من خصائص العولمة بنيتها التحكم في آليات التفكير والتحليل والتصور والتماثل، وهو ما يصطلح عليه بـ "المخيال" (L'imaginaire)، الذي يمكن اعتباره أداة أساسية من أدوات تعبير الإنسان عن ذاته وحياته ووجوده، وحين تتم السيطرة على مخياله يصبح تعبيره عن وجوده منقوصاً ومتحكماً فيه، لاسيما وأن العولمة الإعلامية تسعى إلى نشر مبدأ "التماثل" (Similarity) ليصبح أمراً واقعاً لا مفر منه، وتحويل المجتمع إلى كتلة متشابهة⁽²⁾.

وفي نفس السياق يذهب المفكر المغربي المرحوم "محمد عابد الجابري" إلى أن: "الهدف النهائي للعولمة هو السيطرة على "الإدراك"، وهي الكلمة التي تحل اليوم محل "الوعي".. فأول ما يستهدفه "الاختراق الثقافي" الذي تمارسه العولمة هو السيطرة على الإدراك، واختطافه وتوجيهه، وبالتالي سلب الوعي، والهيمنة على الهوية الثقافية الفردية والجماعية.. ووسيلة ذلك في عصر العولمة هو الإعلام والصورة السمعية البصرية التي تسعى إلى "تسطيح الوعي".. وبالسيطرة على الإدراك يتم إخضاع النفوس، وتعطيل فاعلية العقل، وتكثيف المنطق، والتشويش على نظام القيم، وتوجيه المخيال، وتنميط الذوق، وقولبة السلوك، وتكريس نوع معين من الاستهلاك لنوع محدد من المعارف والسلع والبضائع، عبر معارف إشهارية تشكل في مجموعها ما يمكن أن نطلق عليه ثقافة الاختراق"⁽³⁾.

ولكن أي نوع من القيم يراد نشرها بالذات ولماذا؟ إنها ببساطة قيم الرأسمالية الغربية، لأن العادة جرت أن تكون قيم الأقوى والمنتصر هي السائدة والأكثر انتشاراً، وهي هنا قيم مادية هادفة للربح وتعظيم الثروة وغرس ثقافة الاستهلاك، وجعل العالم ككل سوقاً كبيرة لترويج منتجات الشركات متعددة الجنسيات المادية والخدماتية والثقافية وفكرية (أخبار، وبرامج تلفزيونية، وموسيقى، وأفلام، وأطروحات فكرية

* لنفاصيل أكثر حول محتوى هذا التقرير الهام، أنظر: شون ماكبرايد وآخرين، "أصوات متعددة وعالم واحد: الاتصال والمجتمع اليوم وغدا"، تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال التابعة لمنظمة اليونسكو، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981.

1- محمد عبد الشفيق عيسى، "الدولة والعولمة في الوطن العربي في ضوء مفهوم الدولة الوطنية"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2004. ص 164.

2- مؤيد عبد الجبار الحديثي، العولمة الإعلامية، مرجع سابق. ص 63.

3- محمد عابد الجابري، "العولمة والهوية الثقافية.. عشر أطروحات"، ورقة قدمت إلى الندوة الفكرية حول العرب والعولمة، من تنظيم مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، في:

وغيرها)، في إطار ما أصبح يعرف بتسليع الثقافة أو صناعة الثقافة اعتمادا على التقدم التكنولوجي الذي فصح المجال للصورة بما لها من قوة تأثير لتعوض الحرف والكتابة في عالم "ما بعد الثقافة المكتوبة" أو "عالم ما بعد المكتوب".

فلم تعد الأخلاق ترتبط بمفهوم الواجب أو الدين أو بقاء النوع الإنساني وتميزه عن الحيوان، ولا ترتبط بغايات مثالية كالشرف والكرامة والعزة، وإنما أصبحت في المفهوم الغربي ترتبط أكثر فأكثر بالمنفعة والمصلحة الخاصة ذات الطبيعة المادية البحتة.. وهذا النفع إنما هو مصلحة مادية وعرض قريب في هذه الحياة الدنيا، وليس هناك إحالة إلى الحياة الآخرة، وليس هناك إحالة إلى مفهوم الرضا النفسي أو السلام الذهني، أو إلى حيازة القبول من المجتمع⁽¹⁾.

إنها إستراتيجية محكمة تتلاعب بمنظومة القيم الأصيلة لشعوب تنتمي إلى حضارات عريقة ومن بينها الشعوب العربية والإسلامية، فتحورها و تعمل على تفكيكها ثم إعادة تركيبها وتشكيلها بالصورة التي تجعل من البيئة الثقافية لتلك المجتمعات على استعداد لتقبل القيم المادية والاستهلاكية التي تروج لها المؤسسات الإعلامية الكبرى، وزرعها في قلب المنظومة القيمية لكل المجتمعات، والقضاء على عنصر المقاومة فيها، وهو ما يصب في مصلحة الشركات الغربية الكبرى، التي تدرك أن الوصول إلى جيوب أكبر عدد ممكن من المستهلكين، يمر عبر الاستيلاء على وعيهم وتخدير قدراتهم الإدراكية والتمييزية، فأقطاب العولمة لا يقفون عند حدود السيطرة الاقتصادية، فلتكون هذه الظاهرة في مأمن ينبغي أن يسندها الفكر وتدعمها الثقافة حتى تكون في حماية من الانهيار⁽²⁾.

ومرد ذلك، هو كون العولمة في مفهومها الاقتصادي والإعلامي تقوم على الأسواق والسموات المفتوحة، لذلك كان لابد من إتباع سياسة جديدة في مجال الإعلان، ألا وهي وسيلة عولمة الإعلان وتوجيهه بما يسهل تحويله من سوق لآخر تماشيا مع سياسة الأسواق المفتوحة وعالمية السلع والخدمات والمنتجات، إلا أن تنفيذ هذه السياسة بحاجة إلى بيئة ثقافية مشتركة، وقد تحملت وسائل الإعلام مسؤولية تأسيسها، وكيف لا وهي التي تتعامل في صناعة الثقافة التي تروج لبضائع و سلع غير ملموسة، ولكنها معروضة للبيع في الوقت نفسه.. وكما يقول "الجابري": "إن البشر في كل مكان، القادرين على الاستهلاك، توحد بينهم وتجمعهم سلع وبضائع ومنتجات تخلق فيهم ميولا وأذواقا ورغبات مشتركة، ترفع من مستوى الاتفاق الثقافي فيما بينهم، وتدرجيا تجرد ثقافتهم من هويتها وخصوصيتها و تلبسها ثوب الثقافة الاستهلاكية الجديدة"⁽³⁾.

ففي إطار ما يعرف بثقافة ما بعد الحداثة، أصبح للفضاء الإلكتروني دورا كبيرا في التأثير على الثقافة ومواردها وقيمها وعملية تكوين هويات جديدة.. وكان لذلك أثره في طبيعة العلاقة بين الثقافة والمجتمع... فقد أسهم الفضاء الإلكتروني في عملية التراكم في المنتج الثقافي وجعله يعمل على إنتاج نفسه بنفسه، وأخضع القيم إلى الأبعاد التجارية والتسويق لها عبر آليات الاقتصاد الرأسمالي.. وأدت هيمنة الفضاء الإلكتروني في الحياة المعاصرة إلى خلق توترات وصراعات ثقافية عنيفة، في مواجهة محاولات التنميط العالمي للثقافة العالمية التي تعبر أساسا عن الهيمنة الأمريكية⁽⁴⁾.

1- زكريا بشير إمام، في مواجهة العولمة، عمان، مكتبة روائع مجدلاوي، 2000. ص 217.

2- بلقاسم محمد الغالي، العولمة وتداعياتها و البديل الإسلامي، الشارقة، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، 2007. ص 53.

3- محمد عبد الشفيق عيسى، الدولة والعولمة في الوطن العربي في ضوء مفهوم الدولة الوطنية، مرجع سابق. ص 176، 177.

4- عادل عبد الصادق، الفضاء الإلكتروني والعلاقات الدولية، مرجع سابق. ص 316، 317.

لقد استطاع إعلام العولمة أن يدفع الإنسان خطوات واسعة في طريق السلوك الاستهلاكي، في دول لا تسمح مستويات الدخل فيها بتبني أنماط الثقافة الاستهلاكية، والنتيجة انخفاض معدلات الادخار في مثل هذه الدول، بعد أن وفر الإعلام لوكالات الإعلان الدولية المناخ الملائم لنشر قيم المجتمع الاستهلاكي، التي تعرض لثقافة جديدة على شعوب تحاول أن تحتفظ بذاتيتها وخصوصيتها الثقافية⁽¹⁾.

وهذا ما اعتبرته "اليونيسكو" تهديدا للذاتية الثقافية لكثير من البلدان النامية، فوكالات الإعلان العالمية تعرض على جماهير غفيرة قيما أخلاقية أجنبية، وقد تحول طلبات المستهلكين إلى مجالات استهلاكية قد تعوق أولوياتها الإنمائية، وتؤثر في أنماط المعيشة وأساليب الحياة وكثيرا ما تشوهها... حيث هنالك اتفاق بين عدد كبير من الباحثين على سلبية الدور الذي تقوم به العولمة الإعلامية في تعاملها مع القيم، و تتمثل هذه الجوانب السلبية على الخصوص في:

- تشكيل العقول والتلاعب باتجاهات الرأي العام، وتوجيه رغبات الناس بما يتفق مع سياسات ومصالح أصحاب هذه المخططات من الدول الصناعية الغربية، وفي مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية.

- حقن الوجدان القومي بقيم و معايير وسلوكيات لا تتفق مع الثقافة التقليدية، الأمر الذي يهدد تماسك النسيج الاجتماعي، وإشاعة الميول الاستهلاكية، والرغبة في التقليد والمباهاة⁽²⁾.

- التحكم بالمخيل الجماعي لما للصورة الإعلامية والتلفزيونية خاصة من تأثير شديد على شرائح الأطفال والشباب، الأمر الذي يؤثر على أنماط سلوكهم واستهلاكهم للمضامين الحضارية الوافدة.

- تنميط الحياة اليومية بحكم فراغ المخيل الجماعي وخوائه، وظهور نمط واحد من الواقع المعيش، يتصف بالتمائل السكوني، ويكتسي هذا النوع من التنميط درجة من التعقيد والخطورة لأنه يخضع المجتمعات إلى فراغ ذهني وثقافي، بحكم ما يشيعه من قوالب جاهزة واهتمامات تافهة (زواج الأميرات والمصاهرات وتنقلات الرياضيين وغيرها)، مع إغفال المشاكل الحقيقية، ويلخص الكاتب المجري "جورج لوكاش" (George Lukács) ذلك في قوله: "لقد تم اختزال القيمة الإنسانية إلى قيمة سلعية، بتخلل الصيغة الاستهلاكية بحمل الظواهر الحياتية للمجتمع وتحولها إلى صورتها... وتحولها إلى إنتاج قيم استعمال"⁽³⁾.

هذه هي صورة القيم والمجتمعات التي تبشر بها العولمة وإعلامها الذي يسير وفقا لإستراتيجية مدروسة، تعمل على المدى البعيد على إخضاع النفوس والإرادة الإنسانية لسلطة المادة والاستهلاك، وطغيان المنظور والرؤية الغربية للأخلاق وللحياة ولمعايير السلوك و للموقف حتى من الموت، حين تروج مثلا في إعلاناتها التجارية لفلسفة خاطئة عن الحياة والموت تقدس الأولى وتهمل الثانية تماما كرفع شعار "إنك تعيش حياة واحدة فتمتع بها"، لأن الساعين للهيمنة أضحوا مقتنعين بأن السيطرة على أنماط وأساليب التفكير تحقق ما لا تحققه القوة القهرية العسكرية مهما بلغت قوتها، وتأكيذا لهذا الطرح يقول "هربرت شيلر" أحد أكثر المفكرين معاداة لاستغلال العولمة الإعلامية في فرض السيطرة على مقدرات الشعوب بقوله: "إن السيطرة على البشر وعلى المجتمعات تتطلب في الوقت الحاضر وقبل أي شيء، الاستخدام الموجه للإعلام فمهما كان جبروت القوة التي يمكن استخدامها ضد شعب ما فإنها لا تفيد على المدى البعيد، إلا إذا تمكن المجتمع المسيطر

1- عادل عبد الصادق، الفضاء الإلكتروني والعلاقات الدولية، مرجع سابق. ص 168، 169.

2- تيسير أبو عرجة، الإعلام والثقافة العربية: الموقف والرسالة، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2003. ص 116.

3- مؤيد عبد الجبار الحديشي، العولمة الإعلامية، مرجع سابق. ص 63 - 66.

من جعل أهدافه تبدو مقبولة على الأقل إن لم تكن جذابة بالنسبة لهؤلاء الذين يسعى لإخضاعهم، فالحالة الشعورية لسكان بلد ما لها دورها الملموس في تحديد سلوكهم الاجتماعي ونهجهم الثقافي⁽¹⁾.

3. خطر عولمة الرموز والقيم على الأمن الفكري وتماسك الثقافات المحلية:

إذا كانت البشرية قد قامت على التنوع والاختلاف القيمي من مجتمع لآخر، فإن السعي لفرض قيم معينة تمثل نتاجا لتطور فكري اجتماعي وتاريخي لمجتمعات بعينها عرفت بقناعاتها الليبرالية وثقافتها الغربية، لمجرد كونها تمتلك قوة التأثير السياسي، وتحوز على أكثر الاقتصاديات تطورا، وتحتكر وسائل الإعلام العملاقة في إنتاجها والمغرية في طريقة تقديمها لثقافتها وقيمها، لا يمكن أن يوصف إلا بـ "الإمبريالية الثقافية"، ولا يمكن أن يعبر إلا عن رغبة في الهيمنة على عقول ووعي وطريقة عيش وتفكير شعوب بأكملها، بعد أن تمت في وقت سابق السيطرة على خيراتها وثرواتها، يقول الفرنسي "بول فيريلو" (Paul Virilio): "... وإنما تسعى أيضا للهيمنة على الثقافات الأخرى وإلغائها، وإذابة الثقافات الصغرى، وإلغاء الخصوصيات والهويات، وخلق عالم اللاتقافات"⁽²⁾.

فمشكلة تفاوت الإعلام العالمي (سيطرة جانب واحد على عمليات الإنتاج والبت والتسويق وغيرها من العمليات الإعلامية) ليست مجرد مشكلة تكنولوجية، وإنما مشكلة استقلال ثقافي، فالعادات والأعراف والتقاليد واللغات واللهجات المحلية والأشكال المميزة من التعبير الثقافي، أصبحت مغمورة بالموجة القادمة من المنتجات الثقافية والاستهلاكية الأجنبية⁽³⁾.

إذ دفعت عملية الربط بين الثقافة ورأس المال إلى زيادة تسويق الثقافات المرتبطة بالدول الكبرى، وهو ما يعزز حالة الاستيعاب للثقافات المحلية وإفقادها لهويتها وإدماجها في ثقافة أخرى، فأصبحت التفاعلات في الفضاء الإلكتروني تعمل على تعزيز هيمنة ثقافة معينة على ثقافات أخرى... وهو ما ساعد في زيادة قوة الشركات متعددة الجنسيات في مجال الصناعات الثقافية، وبالتالي تعزيز التفاعل غير المتساوي بين الثقافات المحلية وثقافة العولمة... وأسهم ذلك في تحول العالم لأول مرة في التاريخ إلى مكان وزمان اجتماعي وثقافي واحد، وهو ما يدفع بالثقافات المحلية والاختلافات العرقية والإثنية بالكفاح للحفاظ على ذاتيتها أمام خطر الاندثار والتنميط العالمي⁽⁴⁾.

ومن مظاهر حملة التنميط العالمي والسعي لتغليب ثقافة واحدة على الأنساق الثقافية الأخرى، انحصار دور مصادر التربية وغرس القيم المتعارف عليها تقليديا، مثل الدين والأعراف وخبرة كبار السن والأسرة والمدرسة، أمام التلفاز وما يعرضه من برامج، والمجلات وما تحتويه من مواد لا تتفق مع معايير السلوك التي دأبت المجتمعات على تلقينها لأبنائها، وقد عبر "لستر ثورو" (Lester c. Thurow) عن ذلك بقوله: "عمليا يتم نقل التراث والثقافة والقيم من كبار السن إلى صغار السن والشباب، أي أن الثقافة هي تجسيد حقيقي لأنماط التفكير والمعتقدات والسلوك، وتحتوي على مضمون الذاكرة الشعبية وتاريخها الإنساني، ولكن ما يخيفنا بشأن الثقافة الإلكترونية أن كل ما فيها للبيع، والقفز على المضامين الثقافية للأجيال، والتوجه مباشرة إلى الصغار والشباب، إنها ثقافة اقتصادية (أرباح)، بدلا من كونها ثقافة قيم (أخلاق وضمائر)، وفق هذا الإحساس والشعور إنها تختلف كلياً عما يريده الكثير من الناس، إضافة إلى أنها مخربة"⁽⁵⁾.

1- محمد قبيس، الإعلام والإعلام الأممي: واقع ومفاهيم، بيروت، دار الفكر اللبناني، 2008. ص 71.

2- مؤيد عبد الجبار الحديشي، العولمة الإعلامية، مرجع سابق. ص 61.

3- سوزان كاروثرز، "وسائل الإعلام و تكنولوجيا الاتصالات"، في: وايت برايان وليتل ريتشارد وسميث مايكل (محررون)، قضايا في السياسة العالمية، دبي، مركز الخليج للأبحاث، 2004. ص 298.

4- عادل عبد الصادق، الفضاء الإلكتروني والعلاقات الدولية، مرجع سابق. ص 314، 315.

5- الصادق رابع، "وسائل الإعلام والعولمة"، في أحمد ثابت وآخرين، العولمة وتداعياتها على الوطن العربي، مرجع سابق. ص 209.

استطاعت إذن ثقافة الصورة أن تحطم الحواجز اللغوية بين المجتمعات الإنسانية نتيجة لتطور التقانة، مما ساعد على انتشار ثقافة الصورة خارج البلدان التي صدرتها، وشكلت إمبراطوريات إعلامية مهمتها تصدير ثقافة الصورة بالنظام السمعي البصري.. خاصة مع تراجع نسبة القراءة، أصبح التلفزيون المؤسسة التربوية التي تقوم بالترويج لهذه الثقافة، فحل محل الأسرة والمدرسة في التربية⁽¹⁾.

فلا عجب إذن أن يحوز "والت ديزني" (Walt Disney) على لقب "المعلم الأعظم"، بعد أن باتت الثقافة والإعلام و الترفيه تصنيعا لا تنظيرا في زمن العولمة (خصوصا إذا علمنا أن شركة ديزني هي الأولى عالميا في إنتاج برامج الأطفال باختلاف أنواعها)⁽²⁾، برامج من نوع خاص معظمها ترفيهي وليس معرفي، وكما أوضح خبراء مدرسة "الكيتش" (The Kitch) الإعلامية الأمريكية التي ظهرت منذ ثلاثينيات القرن الماضي وطرحت فكرة "تسليع الثقافة": "وسائل الإعلام أصبحت بديلا للوحي والإلهام"، ومن هنا جاءت دعوة "هنتنغتون" (Huntington) بأن الثقافة القادمة هي جديدة، ويجب على الثقافات العقائدية أن تترك مكانها وتتحنى لأنها ثقافات بائدة، وأن تدخل روح العصر أو العولمة -أي أن تنصهر ضمن النمط الثقافي العولمي الغربي وتدور في فلكه-⁽³⁾، فمدرسة "الكيتش" الأمريكية ومعها عدد من المدارس الأوروبية، قامت على تمهيد السبيل للسيطرة الأخطر، ألا وهي ترويض العقل وتغيير أنماط السلوك البشري، وتعديل أو تحديث المناهج التربوية على أساس عولمي وليس وطني⁽⁴⁾.

ففي سياق السعي لتغيير العقول والأرواح، يتم الاعتماد على تغيير بل ونسف النظم التربوية الوطنية، إذ يعتبر المجال التعليمي والتربوي هو الأهم من نوعه بالنسبة للعولمة، ليس فقط لارتباطه بالأطفال والشباب الذين يشكلون حاضر الأمة ومستقبلها فحسب، بل لأنه يشكل ذاكرة الأمة وتاريخها ووعيتها وإدراكها وثقافتها وهويتها ومعتقداتها الدينية والسياسية والإيديولوجية وأنساقها القيمية وأبنياتها الاجتماعية، فالتعليم متعدد المضامين ومرتبطة مباشرة بنهضة المجتمع وتقدمه⁽⁵⁾.

وهذا ما يفسر الضغوط الممارسة على مختلف المجتمعات لتغيير مضامين مناهجها التربوية، والمبرر الظاهري هو ضرورة الإصلاح للحاق بركب العالم المتقدم، بينما الهدف الخفي هو إنشاء مدرسة متجردة من قيمها الأصيلة ومكملة للدور الذي تلعبه العولمة الإعلامية في نشر قيم بعينها، وهذا ما يفسر أيضا انتشار فكرة "نهاية التربية" (كجزء من خطاب النهايات الذي ساد بعد نهاية الحرب الباردة، على غرار "نهاية التاريخ" ونهاية الإيديولوجيا" ونهاية الجغرافيا" وغيرها)، وهنا تتجلى بوضوح خطورة العولمة الإعلامية كأداة لنشر ثقافة العولمة التي وصفها المفكر المغربي "عبد الإله بلقزيز" بأنها: "فعل اغتصابي ثقافي وعدواني رمزي على سائر الثقافات، إنها رديف للاختراق الذي يجري بالعنف - المسلح بالتقانة- فيهدد سيادة الثقافة في سائر المجتمعات التي تبلغها عملية العولمة"⁽⁶⁾.

إن مخاطر العولمة على الأمن الفكري تتجلى بوضوح في المجال الثقافي، حيث تستهدف العولمة الهويات القومية ومقوماتها الرئيسية كاللغة و الدين والسمات التاريخية وأنماط العيش والسلوك والعادات والتقاليد ومظاهر الاختلاف والتمايز بين المجتمعات، إذ يتم استغلال التقدم التكنولوجي في مجال الإعلام والاتصال لنشر ثقافة جماهيرية واحدة بقوالب محددة، عمودها الفكري هو الاستهلاك... مستفيدة من فاعلية التفوق والقوة والسيطرة والثروة التي تمتلكها قوى العولمة... من أجل تحويل الثقافة الاستهلاكية إلى آلية لتقويض البنى المجتمعية التقليدية

1- عبد الجليل كاظم الوالي، "جدلية العولمة بين الاختيار والرفض"، في أحمد ثابت وآخرين، العولمة وتداعياتها على الوطن العربي، مرجع سابق. ص 18.

2- مؤيد عبد الجبار الحديشي، العولمة الإعلامية، مرجع سابق. ص 248.

3- محمد محمود ذهبية، الإعلام المعاصر، مكتبة المجتمع العربي، عمان، دار أجنادين، 2007. ص 186.

4- المرجع نفسه، ص 196.

5- صابر حارص، الإعلام العربي والعولمة الإعلامية والثقافية والسياسية، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2008. ص 60.

6- علاء زهير الرواشدة، العولمة و المجتمع، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2007. ص 70.

وتغريب الإنسان وعزله عن قضاياه.. بهدف إخضاعه لتوجهات بعينها.. لنكون هنا أمام صناعة الثقافة وما لها من دور هام في توجيه نمط الثقافة من منطلق ما بعد الحداثة، من أجل إعادة إنتاج وتقوية منطق الاستهلاك لدى الشعوب⁽¹⁾.

لقد أدركت القوى الكبرى أن الهيمنة تمر حتميا عبر السيطرة على الرموز الثقافية التي تتمثل في اللغة والفكر والدين والمعرفة والعلم والقوانين والقيم والأعراف الثقافية والتراث الشعبي... وهي جميعها عناصر رئيسية في هوية الإنسان، على النحو الذي يجعل من غزو عقول الناس أخطر أنواع الغزو الخارجي، لأنه يستهدف المكونات المركزية للهوية الإنسانية... وقد أصبح متاحا للقوى الكبرى توظيف ثمرات التطورات التكنولوجية لخدمة مصالحها، وفتح أسواق لمنتجاتها وتعزيز روابط التبعية، فلم تعد الثقافة المحلية تتشكل بالضرورة عبر المؤسسات التقليدية كالعائلة أو المدرسة، بل عبر ما يتم تداوله من معلومات وأفكار بين الخارج والداخل في نطاق الفضاء الإلكتروني المهيمن⁽²⁾.

وقد عبر وزير الدفاع الأمريكي الأسبق عن ذلك بوضوح، حين صرح لصحيفة "الواشنطن بوست" في شهر مارس 2006 قائلا: "نحوض حرب أفكار مثلما نحوض حربا عسكرية، ونؤمن إيمانا قويا بأن أفكارنا لا مثيل لها"، وأضاف: "إن تلك الحرب تستهدف تغيير المدارك، ومن المحتمل الفوز فيها، وعدم الاعتماد على القوة العسكرية وحدها"⁽³⁾.

وجاء تصريح "رامسفيلد" كتأكيد لتصريح وزيرة الخارجية الأمريكية سابق "كوندوليزا رايس" سنة 2005 لنفس الصحيفة، حين صرحت قائلة: "إننا ضالعون في حرب أفكار أكثر مما نحن منخرطون في حرب جيوش"، وأكدت في موضع آخر أن الهدف الأكبر للمواجهة الفكرية هو الانتصار لفكر الليبرالية الأمريكية الجديدة.

وقد كان "تاكر إسكيو" مدير الاتصالات السابق في البيت الأبيض قد وضع خطة لنشر الأفكار والمفاهيم والقيم الأمريكية، وتجسدت تلك الخطة في افتتاح قناة الحرة الناطقة بالعربية التي تبث للشرق الأوسط، وكذلك إذاعة "سوا"، وصرح عند تدشين هذه القنوات: "إننا نملك المال، ونملك الخبرة، ونملك الأفكار، ولن نستطيع أحد أن يقف أمامنا"⁽⁴⁾.

هذه النزعة نحو الهيمنة في شقها الفكري والثقافي، تمثل فصلا آخر من فصول محاولات الهيمنة التي تجسدت بداية في الأشكال المادية عبر الاستعمار واستغلال الخيرات والثروات الطبيعية والأيدي العاملة، لكنها تأخذ الآن منحى أكثر خطورة لأنه يستهدف الإنسان في وعيه وفكره وثقافته وعناصر هويته، فتتم عملية قبولته وتنميته وتقييمه ثم إعادة تشكيله، بما يتناسب مع التماهي مع أهداف تلك القوى في نشر قيمها المادية ومنظورها للحياة، والتسويق له على أنه أسلوب حياة إنساني وعالمي، فيما هو يعبر في الواقع عن نظرة أحادية مهيمنة، تدعي الطابع العملي والإنساني، فيما هي في الحقيقة مجرد أداة دعائية للسيطرة على الفكر والعقول، تمهيدا لتحقيق الهيمنة بأقل تكلفة، عبر تهميش الثقافات المحلية، والقضاء على التنوع الثقافي العالمي، وفرض نموذج حياتي واقتصادي وسياسي وثقافي يمس بالأمن الفكري لبقية الشعوب والمجتمعات.

1- عبد الجليل كاظم الوالي، "جدلية العولمة بين الاختيار والرفض"، مرجع سابق. ص ص 21، 22.

2- عادل عبد الصادق، الفضاء الإلكتروني والعلاقات الدولية، مرجع سابق. ص ص 320، 321.

3- عبد العزيز بن مصطفى كامل، معركة الثوابت بين الإسلام والليبرالية، منشورات مجلة البيان، 2010. ص 208.

4- المرجع نفسه، ص ص 210-213.

خاتمة:

لا تقل المعركة الثقافية ضراوة عن المعارك الإستراتيجية الأخرى التي يتم خوضها في عالم اليوم على الأصعدة العسكرية والاقتصادية، وكل ذلك من أجل تحقيق هدف واحد هو الهيمنة، بل إن الحرب الفكرية هي الجوهر فيما تبدو القوة العسكرية ونظيرتها الاقتصادية مجرد أدوات مادية وشكلية تخدم ذلك الهدف الجوهري ذو الطابع الثقافي والفكري بالدرجة الأولى، لأن القوة العسكرية قد تحقق هيمنة مؤقتة وعرضية، في حين تمكن الهيمنة الثقافية والفكرية من هيمنة أطول أمدا وأكثر تأثيرا وفاعلية، وهو ما يمثل البعد الناعم للقوة والذي يعكس القدرة على جذب الآخرين وإقناعهم بإتباع نهج معين بدلا من إجبارهم، لأن الجذب والإقناع يستمران ويؤثران أكثر من مفعول الإجبار والإخضاع القسري والعنيف.

باستغلالها للترسانة الإعلامية الهائلة والفضاء الإلكتروني المهيمن، أصبحت العولمة الإعلامية اليوم تضع الكثير من الشعوب والمجتمعات في امتحان صعب، فإما الانسياق وراء ما تروجه الآلة الإعلامية الغربية في توجيهها والعالمية في انتشارها، مع ما يعنيه ذلك من انسلاخ تلك الأمم عن هويتها وابتعادها عن قيمها الأصيلة، والسقوط في فخ العولمة الرامية لفرض قيمها وتصورها للعالم على الجميع، وإما الاستجابة للتحديات التي تفرضها العولمة الإعلامية بشكل يسمح بالحفاظ على الخصائص الهوياتية المميزة لكل أمة من جهة، والاستفادة من الإيجابيات التي تتيحها التطورات التكنولوجية الحديثة في قطاع الإعلام والاتصال والتي لا يجب أن ننكرها، وأن تسعى الثقافات المحلية لحسن استغلالها وتوظيفها لتكريس التنوع الثقافي في مقابل الأحادية الثقافية أو حتى عالم اللاتقافات الذي تسعى إليه العولمة الإعلامية والقوى التي تقف خلفها.

قائمة المراجع:

الكتب:

- 1- أبو عرجة، تيسير، الإعلام والثقافة العربية: الموقف والرسالة، عمان، (دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2003).
- 2- أحمد ثابت وآخرين، العولمة وتداعياتها على الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط 2، 2004.
- 3- إمام، زكريا بشير، في مواجهة العولمة، (عمان، مكتبة روائع مجدلاوي، 2000).
- 4- أمين، رضا عبد الواحد، الصحافة الإلكترونية، (القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007).
- 5- حارص صابر، الإعلام العربي والعولمة الإعلامية والثقافية والسياسية، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2008).
- 6- الحديثي، مؤيد عبد الجبار، العولمة الإعلامية، (عمان، الأهلية للنشر والتوزيع، 2002).
- 7- حوات، محمد علي، قراءة في الخطاب الإعلامي والسياسي المعاصر، (القاهرة، مكتبة مديوني، 2005).
- 8- محمد محمود دهبية، الإعلام المعاصر، (مكتبة المجتمع العربي، عمان، دار أجنادين، 2007).
- 9- علاء زهير الرواشدة، العولمة والمجتمع، (عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2007).
- 10- السعيد، عبد السلام، تدريس مفاهيم قيم حقوق الإنسان ضمن المناهج التعليمية، (الدار البيضاء، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2001).
- 11- عبد الصادق، عادل، الفضاء الإلكتروني والعلاقات الدولية، (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2017).
- 12- الغالي، بلقاسم محمد، العولمة وتداعياتها والبديل الإسلامي، (الشارقة، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، 2007).
- 13- قبیس، محمد، الإعلام والإعلام الأمني: واقع ومفاهيم، (بيروت، دار الفكر اللبناني، 2008).
- 14- كامل، عبد العزيز بن مصطفى، معركة الثوابت بين الإسلام والليبرالية، (منشورات مجلة البيان، 2010).

15- وايت برايان، ليتل ريتشارد وسميث مايكل (محررون)، قضايا في السياسة العالمية، (دبي، مركز الخليج للأبحاث، 2004).
الموسوعات:

1- ملوح، صالح حميد عبد الرحمان وآخرين، "موسوعة نضرة النعيم في أخلاق الرسول الكريم"، الرياض، دار الوسيلة للنشر والتوزيع، 1998.
أعمال المؤتمرات:

1- محمد إبراهيم إسماعيل عبده (جمادى الأولى، 1430هـ)، الأمن الفكري في ظل متغيرات العولمة: أبعاد الدراسة النظرية والمعالجة المجتمعية، أعمال المؤتمر الوطني الأول للأمن الفكري: المفاهيم والتحديات، الرياض، جامعة الملك سعود.
الصحف:

1- طليل، أدهم عدنان (2009/5/17)، "الإعلام الحديث في ظل العولمة"، الجزء الثاني، صحيفة الأيام الجزائرية.
مصادر الإنترنت:

1- الأصبحي، علي (05/11/2010)، "التربية على القيم ورهانات المستقبل"، جريدة ميثاق الرابطة الإلكترونية، عدد 23، تاريخ التصفح، 2019/9/22، على الرابط:

"http://www.arrabita.ma/almithaq/contenu.aspx?C=4112".

2- الأمير، نبيل أحمد (19 / 10 / 2019)، "الأمن الفكري: مفهومه وأهميته وأهدافه وتأثيره لحماية عقول الشباب"، صحيفة المثقف، العدد: 4792، تاريخ التصفح، 2019/10/21، على الرابط:

www.almothaqaf.com/268-qadaya 2015/900942

3- الجابري، محمد عابد، "العولمة والهوية الثقافية.. عشر أطروحات"، ورقة قدمت إلى الندوة الفكرية حول العرب والعولمة، من تنظيم مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، في:

https://www.aljabriabed.net/n06_01jab_awlama.htm تاريخ التصفح 01 أوت 2020

4- رجب، أنور (11/07/2018)، "حول مفهوم الأمن الفكري"، نقلا عن موقع الحياة الجديدة، تاريخ التصفح 2019/10/21، على الرابط:

"www.alhayat-j.com/ar_page.php?id=3e9cdab"

5- مستعد، خديجة (26/8/2017) "المنظومة القيمية في الإسلام"، عن موقع مدونات الجزيرة، في:

https://www.aljazeera.net/blogs/2017/8/26/ تاريخ التصفح 7 أوت 2020

المراجع الإنجليزية:

1- F, Fejes. (1981), «Media Imperialism: An Assessment» in: D. C. Whitney and E Wartella (Eds), Beverley Hills, vol. 03.

المراجع الفرنسية:

1- « Médias, information et mondialisation libérale (1) » (11 Mai 2003), Groupe « Médias » d'Attac, Consulté 23 Mars 2019.

"http://www.acrimed.org/article1066.html".