

المعايير المفاهيمية لمجتمع الاتصال والإشكاليات التي يطرحها

د. ريم بوش

أستاذة بجامعة الجزائر3 كلية علوم الاعلام والاتصال قسم الاعلام

يشار إلى مجتمعات الاتصال بأنها تلك التي تحوز على جملة من القيم والمعايير التي تسمح لها بأن تحقق أعلى درجات التواصل فيما بينها، بغية تحقيق الاستقرار في المعاملات وجعل الاتصال قيمة اجتماعية غاية في الأهمية، وذلك بالنظر إلى جملة الخصائص التي تتحقق بفضلها. فمجتمعات الاتصال تتميز بخصائص أساسية ترتكز عليها في تكريس وجودها واستمرارها. منها : الخصائص الاقتصادية والخصائص السياسية وكذا القيم والعلاقات الاجتماعية. ناهيك عن أن كل خاصية من هذه الخصائص المذكورة لها تفرعات ترتبط بها وتؤكدتها وتشكل بالنسبة لها إطارا ابستمولوجيا لا يمكن الاستغناء عنه.

يقول عالم الأنثروبولوجيا إدوارد هال **Edward Hall** : تشكل الاتصالات قلب الثقافة وحتى الحياة ذاتها (1). لذلك يتفق الجميع على أن للاتصال أهمية كبرى داخل المجتمع، إذ أن الأمم التي تتواصل أكثر، تتطور بشكل أفضل وتتحقق فيها التنمية. وسنتناول هذه الخصائص التي نحكم من خلالها على مجتمع ما بأنه أصبح مجتمع اتصال. وذلك بعد أن نتناول بالتعريف مجتمع المعلومات باعتباره خاصية من خصائص مجتمعات الاتصال.

التعريف الاصطلاحي لمجتمع المعلومات

Warren I. Sussman, Culture as history : The transformation of (1) American society in the twentieth century, Pantheon Books, New York, 1973, p. 252.

يشير مصطلح مجتمع المعلومات **Information Society** إلى شكل من أشكال التنمية الاجتماعية والاقتصادية، يؤدي فيه امتلاك، تخزين، تشغيل ونشر المعلومات إلى توليد أفكار جديدة ومتطورة من المعرفة، التي يمكن استخدامها لبناء السياسات واتخاذ القرارات وتنفيذها وتقييمها، وإشباع احتياجات الأفراد والمؤسسات في المجتمع. وعلى هذا يلعب مجتمع المعلومات دوراً حيوياً في النشاط الاقتصادي، وفي توليد الثروة، وتحقيق نوعية حياة أفضل للمواطنين. وتحقق القطاعات المختلفة التي تركز على إنتاج المعرفة في الدول المتقدمة مثل: صناعة المعلوماتية، والاتصالات، والخدمات، نسبة تصل إلى 50% من إجمالي الناتج القومي في هذه الدول، وتوفر فرص عمل لأعداد متزايدة من الموارد البشرية.

و يعتبر دخول الدول العربية إلى مجتمع المعلومات نمطا من أنماط الحتمية التاريخية، ذلك أن توزيع الفرص والأدوار تذهب تلقائياً على كل المستويات الدولية والإقليمية، حيث تأتي في المراتب الأولى عملية تحديث أدوات الإنتاج والتوزيع والخدمات والاتصالات، وتهيئتها للاندماج في البيئة الدولية الاقتصادية والسياسية، في ظل أوضاع تتسم بسرعة التقدم التكنولوجي في مجال الاتصالات والمعلومات، وغزارة تدفقها التي أصبحت تشكل القاعدة الأساسية لأي تقدم أو نشاط تمارسه المجتمعات الآن (2).

تتفق المصادر الغربية لاسيما الأكاديمية على أن العالم العربي هو أقل مناطق العالم من حيث قدراته العلمية والتكنولوجية والبشرية وأضعفها من حيث مساهمته واستفادته من مجتمع المعرفة ومزاياه، فالدول العربية دخلت عصر التصنيع متأخرة بقرون. وهاهي تدخل عصر المعلومات متأخرة بعقود. فهي أمم غير منتجة للمعرفة، ولا مستهلكة لها، ولا مستفيدة منها بشكل جيد، ولا هي قادرة على التأهل لولوج مجتمع المعرفة.

إن التحدي الذي يواجهنا أساساً هو معرفي بالدرجة الأولى، فالتطور الآن هو بالضرورة تطور نحو بيئة لديها القدرة على إنتاج واستهلاك المعرفة. وقد عبّر تقرير

(2) راسم محمد الجمال، الاتصال والاعلام في العالم العربي في عصر العولمة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006، ص177.

التنمية البشرية العربية لعام 2002 عن هذه الحقيقة بالإشارة إلى أن الخيار الأساسي أمام العرب هو ما إذا كان مسار المنطقة العربية سوف يظل متسماً بالقصور الذاتي، بالإبقاء على الهياكل التي أفرزتها التحديات والمشكلات التي تواجهنا أو الانطلاق نحو نهضة. هناك خياران : أولهما الاستمرار في الاعتماد على المجتمعات الغربية الرائدة في إنتاج المعرفة وثانيهما بناء قدرة الانتماء إلى مجتمع المعرفة بإقامة نظام ديناميكي وفعال لحيازة المعرفة، وهو ما يعد أحد المفاتيح الأساسية للتقدم في الدول العربية.

وقد ربط التقرير بخيار استراتيجي آخر، يتعلق بالاختيار بين الإبقاء على السياق القائم الذي أثبت عدم صلاحيته، أو التحرك لبناء هيكل مؤسسي يمكن من التنمية البشرية، ويساهم في مواجهة المشكلات المختلفة سواء في المجال السياسي أو الاقتصادي أو التنظيمي أو التعليمي أو الثقافي أو الأخلاقي، وإنتاج وتوزيع واستهلاك المعرفة من خلال زيادة الانفاق الحكومي على نحو يؤدي إلى وفرة الموارد اللازمة لجمع المعلومات (3).

من مجتمع المعلومات إلى مجتمع المعرفة :

مع انتشار تكنولوجيا المعلومات ووسائل الاتصال الجديدة، وبروز الإنترنت كشبكة عامة، فتحت فرص جديدة لتوسيع الفضاء العام للمعرفة. والسؤال المطروح الآن هل سنملك وسائل تسمح لجميع الناس بالإنفاذ بشكل متساو وشامل إلى المعرفة؟ إن تحقيق هذا الهدف هو أساس أي مجتمعات حقيقية للمعرفة لتكون مصدراً لتنمية بشرية مستدامة.

ويمكن القول إن مجتمع المعرفة لا يمكن أن ينهض إلا على أساس «اقتصاد المعرفة». وقد استعمل مفهوم مجتمع المعرفة لأول مرة عام 1969 بعد أن ابتدعه فيلسوف الإدارة الشهيرة بيتر دراكر peter Druceker الذي قرّر أنه لا يمكن تأسيس مجتمع المعرفة إلا إذا تبلور اقتصاد للمعرفة. Knowledge Economy.

واقتصاد المعرفة يعنى استخدام المعرفة لخلق قيم مادية وغير مادية. وتساعد التكنولوجيا-وخصوصاً تكنولوجيا المعرفة والذكاء الاصطناعي - على تحويل جزء

من المعرفة إلى آلات. وهذه الآلات يمكن- من خلال عملية صنع القرار في ميادين مختلفة- أن تنشئ قيماً اقتصادية.

ومفهوم اقتصاد المعرفة الذي صاغه بيتر دراكر في كتابه عصر الانقطاعات **The age Of Discontinuites** يرجعه هو نفسه إلى الاقتصادي فريتز ماشلب **Fritz Machlup** بل يعود به إلى فكرة الإدارة العلمية التي صاغ مفاهيمها فريدريك تايلور.

وإذا أردنا أن نفصل في أبعاد مفهوم اقتصاد المعرفة لقلنا أنه يعنى أن المعرفة والتعليم - والذي غالباً ما يشار إليه بالرأس المال الإنساني- يتمثل في منتجات تعليمية أو فكرية تجديدية يمكن تصديرها مقابل عوائد كبيرة.

فالسمة الرئيسية لاقتصاد المعرفة هو اعتماده الكبير على الإمكانيات الفكرية أكثر من اعتماده على المدخلات الفيزيائية أو الموارد الطبيعية.

وقد قام «دراكر» بتأصيل مفهوم اقتصاد المعرفة في كتابه " **The effective Executive**" الصادر عام 1966، الذي أقام فيه معرفة أساسية بين العامل اليدوي " **Manual Worker**" والعامل المعرفي " **Knowledge**"، على أساس أن الأول يعمل بيده لإنتاج السلع والخدمات في حين أن الثاني يعمل بعقله وليس بيده وينتج أفكاراً ومعرفة ومعلومات.

ولابد من توضيح الفرق الجوهرى بين مجتمع المعلومات ومجتمع المعرفة، وذلك لأن المعلومات لا تكون بذاتها معرفة، فالمعرفة تحتاج بصورة عامة إلى عقل نقدي يفاضل بين المعلومات ويميز بين الزائف منها والصحيح ويستطيع أن يفاضل بين الآراء المختلفة ليفرز الذاتي من الموضوعي (4).

وهناك اتفاق بين الباحثين على أن عديداً من العوامل التي أدت إلى تغيير قواعد ممارسة الأنشطة الاقتصادية لا تؤثر تأثيراً كبيراً على المنافسة بين المشروعات وهي:

(4) السيد يسين، "من مجتمع المعلومات العالمي إلى مجتمع المعرفة"، الأهرام، العدد 46749، 4 ديسمبر 2014. <http://www.ahram.org.eg/NewsQ/344463.aspx>، تاريخ الاطلاع 2016/01/20.

1 - الأسواق والمنتجات أصبحت معولمة.

2 - تعميق تكنولوجيا المعلومات.

3 - الميديا الجديدة التي أدت إلى زيادة المنتجات وتوزيع المعارف والتي أدت

في النهاية إلى نشوء ما يطلق عليه الذكاء الجماعي. Collective intelligence.

4- لتشبيك الإلكتروني وزيادة القدرة على الاتصال. و في ضوء هذه التطورات

فإن السلع والخدمات يمكن أن تنمى وتشتري وتتاح و في أغلب الحالات تسلم عبر الشبكات الإلكترونية.

ويلتفت التقرير الأول لليونسكو عن مجتمع المعلومات إلى مسألة في غاية الأهمية

وهي أخطار التسليع المفرط للمعارف. حيث أشار أن المعرفة أضحت مسلعة بشكل معلومات قابلة للتبادل والترميز. "

وهناك انتقادات لهذا الاتجاه لأن المعرفة في هذه الصورة يمكن التلاعب بها في

قواعد البيانات ومحركات البحث وإدماجها في الإنتاج كأحد ترتيبات العلم القائم على التكنولوجيا وتحويلها إلى شرط للتنمية وإلى رهان للسلطة أو إلى أداة للمراقبة قد تنتهي إلى هدم نفسها بنفسها من حيث هي معرفة.

وتبدو الخطورة كما يقرر تقرير اليونسكو - في أن الاستحواذ على المعارف بعد

التسليع المفرط لها في المجتمع العالمي للمعلومات قد يشكل تهديداً جدياً لتنوع الثقافات المعرفية. ومن هنا يصح التساؤل عن المكان الذي ستمثله بعض المهارات والمعارف المحلية أو الأصلية في اقتصاد تعطي فيه الأولوية للمعارف العلمية أو التقنية؟

ألا تواجه هذه المعارف المحلية الأصلية التي يقلل غالباً من شأنها بالمقارنة مع

المعارف التقنية العلمية الزوال بكل بساطة، في الوقت الذي تمثل فيه هذه المعارف ميراثاً غنياً لا يقدر بثمن وتشكل وسيلة للتنمية المستدامة؟

ولو رجعنا إلى تقرير اليونسكو الأول فيمكن القول إن أبرز مفردات مجتمع

المعرفة هي :

- 1- أن مجتمعات المعرفة مصدر للتنمية وأن حرية التعبير هي حجر الأساس.
 - 2- تأثيرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة على المعرفة الشبكية.
 - 3- التعليم هو القيمة الأساسية في مجتمعات المعرفة، بالإضافة إلى أهمية توفير المعرفة.
 - 4- التعليم الأساسي للجميع والتعليم للجميع مدى الحياة من بين الأسس الرئيسية لمجتمع المعرفة.
 - 5- تطوير التعليم العالي مسألة أساسية في بلورة مجتمعات المعرفة.
 - 6- عقد الصلات العضوية بين البحث العلمي والتنمية واستكشاف حدود العلم الجديدة.
 - 7- نشر الثقافة العلمية بين الجماهير.
 - 8- أهمية الالتفات إلى موضوع المخاطر والأمن البشري في مجتمعات المعرفة، لأن المعرفة قد تكون مصدراً لأفكار جديدة.
 - 9- ضرورة الحفاظ على المعارف المحلية والأصيلة والحرص على الحفاظ على التنوع اللغوي.
 - 10- وضع سياسات ثقافية لإتاحة المعرفة للجميع (5).
- ولقد أثارت مجتمعات الاتصال مجموعة من الإشكاليات نذكر منها: الفجوة الرقمية، الهوية، والغزو الثقافي. سأتناول كل مفهوم بالشرح.

الفجوة الرقمية :

لقد أحرزت الدول العربية تقدماً نسبياً في مجال المعلوماتية، و لديهم إمكانات لتطبيق الحكومة الالكترونية، إلا أن الوضع العام يشير إلى ثمة فجوة بينهم وبين الدول المتقدمة وبقية أقاليم العالم. حيث بلغ عدد مستخدمي الأنترنت في منطقة الشرق الأوسط عام 2001 حوالي 4,65 مليون من إجمالي 513,41 مليون فرد على

مستوى العالم، أي حوالي 0,91 % من الاجمالي العالمي، أي ثمة فجوة رقمية بينهم وبين بقية مناطق العالم باستثناء افريقيا، التي تقل وضعيتها عن وضعية الشرق الأوسط.

وتتباين وضعية الدول العربية بالنسبة لبعضها البعض إلى حد كبير، والفجوة الرقمية بينها واضحة، ويمكن تقسيم الدول العربية من حيث وضعيتها في ثورة المعلومات إلى ثلاث فئات : الدول الخائفة، الدول الراقبة، الدول المدفوعة.

وتضم الدول الخائفة كلا من الجزائر وليبيا والعراق وسوريا، وهي دول ذات وصلات محدودة بالانترنت، لتجنب أي آثار سلبية تنجم عن الارتباط بالعالم الخارجي. حيث اتخذت سوريا وليبيا خطوات حذرة للارتباط بالشركة.

أما الدول الراقبة في الاستفادة من ثورة المعلومات إلى أقصى حد ممكن، مع تجنب ما هو غير مرغوب فيه، تضم : السعودية، وتونس، والإمارات العربية المتحدة. وهي الدول التي تحاول أن تطور شبكة وطنية مرتبطة بالانترنت، لجني ثمار التجارة الالكترونية، والمعرفة الأكاديمية، والحكومة الالكترونية في الوقت الذي تتحكم فيه بقوة في تدفق المعلومات عبر الانترنت.

ويمكن وصف بقية الدول العربية بأنها مدفوعة، فهي تريد ما توفره ثورة المعلومات، مع الاستعداد لتحمل المخاطرة الناجمة عن الانفتاح على العالم الخارجي عبر الأنترنت. وتضم هذه الفئة الدول العربية الغنية وقليلة السكان، مثل : البحرين، والكويت قطر، ودول طورت بنى أساسية قوية في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، مثل: مصر، والأردن، ولبنان والمغرب عمان. أما أفقر الدول العربية والأقل تقدما في استخدام المعلوماتية هي اليمن (6).

وتعتبر دولة الإمارات العربية أكثر الدول العربية من حيث كثافة الاستثمار في البنى الأساسية لمجتمع المعلومات، تقديرا للمزايا الاقتصادية الناجمة عن ذلك. حيث في عام 2003 قدر أن حوالي 30 % من المنازل ونصف المشروعات الاقتصادية في الامارات العربية مرتبطة بشبكة الأنترنت. ومن ناحية أخرى تعتبر مصر أقل

الدول العربية من حيث أسعار خدمات الأنترنت وأكبرها من حيث اتساع السوق. حيث تصدر الدول العربية في أسعار خدمات الأنترنت السريعة، يليها عمان، المغرب الإمارات، قطر، الأردن الجزائر، البحرين، السعودية، السودان، الكويت على التوالي. وتعتبر سوريا الأعلى سعرا بين الدول العربية.

وهكذا يتضح أنّ هناك ثمة فجوة رقمية بمستويات مختلفة بين الدول العربية، فالقدرات التكنولوجية والبشرية في العالم العربي ضعيفة، حيث تعاني المنطقة العربية نقصا في حيازة المعرفة المعبر عنها بمعدل تعليم الكبار. ويذكر تقرير التنمية البشرية لعام 2002 أن العرب يعانون من نقص في حيازة المعرفة وإنتاجها والدليل على ذلك ارتفاع معدلات الأمية، وانخفاض تسجيلات الطلاب في مراحل التعليم المختلفة قياسا بالدول النامية في شرق آسيا وأمريكا اللاتينية.

ولا توجد دراسات تتناول الجوانب المختلفة للفجوة الرقمية داخل الدول العربية. إذا ما سلمنا بتفاعل العوامل الاجتماعية والتكنولوجية، ويختلف تأثير العوامل الاجتماعية والديمغرافية على تكنولوجيا المعلومات والاتصال من دولة عربية إلى أخرى وقد يكون مستوى التعليم، و تركيب السكان من حيث السن، ونوع العمل من العوامل الأساسية المحددة للفجوة الرقمية.

وإلى جانب ما سبق، توجد عوامل أخرى تؤثر على الفجوة الرقمية داخل الدول العربية، ومنها :

-**اللغة** : حيث أن معظم المعلومات التي يمكن الاستفادة منها باللغة الانجليزية، وهي لغة يفترق أغلب العرب إلى معرفتها.

-**غياب برامج التعليم**: التي تستهدف إعادة تأهيل الكبار.

-**الاعتبارات الثقافية المتعلقة بطبيعة عمل المرأة** : والتي تفضل إلحاقها بأعمال

لا تتطلب تعاملًا مع أنماط التكنولوجيا المعقدة (7).

إن الأفراد أنفسهم متفاوتون في قدرتهم على الوصول إلى المعرفة والاستفادة منها وهو يشكل في حد ذاته سببا آخر للفجوة الرقمية داخل هذه المجتمعات. وفي ضوء ذلك يمكن القول أن انتشار تقنيات الاتصال والمعلومات تعمل لصالح الأغنياء والأقوياء والصفوة، فهذا أيضا يزيد من الفجوات القائمة في مستويات المعيشة والفرص المتاحة للأفراد للتفاعل وتحسين أوضاعهم، وهو ما قد ينجم عنه بعض المشكلات الاجتماعية داخل بعض الدول، التي قد تبرز بدورها السيطرة والتحكم الصارم من طرف الأنظمة، الذي يسهم هو الآخر بدوره في تفاقم المشكلة ذاتها.

الهوية :

يمدنا المنطق الأرسطي بأول محاولة في تحديد مبدأ الهوية والقائم على أن الشيء هو المطابق لذاته فإذا استمر هذا التحديد صامدا على امتداد أزمنة ثقافية عديدة فإن العصور الحديثة قد دخلت علينا بزعة لهذا المبدأ وتراءت لنا نقطة استفهام كبيرة: كيف نثبت على هويتنا ونثبتها في عالم متغير؟

إذا كانت موجة الحداثة قد نجحت في تحقيق كل تلك الزعزعة فإن تيار العولمة يكاد يهد كل مقومات الهوية حيث يبدو هذا التيار مستعدا لتجاوز واختراق كل الحدود لتحقيق أهدافه المتمثلة :

1-سيطرة قيم وعادات وثقافات العالم الغربي على بقية دول العالم، خاصة الدول النامية وإذابة خصائصها .

2-فرض مفهوم نهاية التاريخ، وتسليم القيادة البشرية إلى ثقافة الغرب إلى الأبد.

3-إبقاء حال الهيمنة الغربية أطول فترة ممكنة تحت ستار العولمة.

وباختصار فإن العولمة هي في الحقيقة هوية بلا هوية هدفها تفرغ ثقافة الغير من محتواها واستدراجها إلى الثقافة الغربية بشعار مزيف يطلق عليه اسم العولمة، هذا الشعار يدعو الجميع للانتماء لعالم واحد، والانصهار في ثقافة واحدة، و الاحتكام لقوانين عالمية واحدة، حتى نتعايش ونفاهم حتى إذا وقع المدعوون في هذا الفخ، اكتشفوا أنهم في قفص الأمركة، ثم وجدوا أن اللافتة التي تحمل اسم العولمة تساقطت حروفها وظهر من تحتها اسم جديد وشعار جديد هو التغريب، فتظن المخدوعون أن

حضارتهم سلبت من حيث لا يشعرون، وثقافتهم ذابت من حيث لا يعلمون، وهويتهم طمست من حيث لا يدرون (8).

وقد بدأت تظهر آثار سياسة الهيمنة بملاح حملة تغريب الإنسان في أفكاره ومنهاج تعليمه، وفي نمط معيشته، وفي طعامه وشرابه، حتى في شكله الخارجي. فالعالم كله يشرب كوكا كولا ويأكل عند محلات ماكدونالد، حيث تعد هذه المنتجات رموزاً من رموز ثقافة العولمة وهذا يعني تهميط وتوحيد السلوك ليصبح عالمياً على حساب أنماط السلوك المحلية.

ومن جراء ذلك اختفت الأسواق المحلية، ليصبح العالم كله سوقاً واحداً مما يسرع في احتكاك شتى الثقافات بثقافة العولمة، وتشكل السلع والرموز الأمريكية وسيلة لتغلغل القيم الثقافية الأمريكية في باقي مناطق العالم.

وهكذا عزز تيار العولمة منطق أن كل شيء مطروح للبيع والشراء ما دامت الثقافة التي يتم نشرها هي ثقافة الربح، وهذه الثقافة تعبر عن النموذج الأمريكي وهو المثل الأعلى الذي تروج له وسائل الإعلام الأمريكية.

وأخطر ما في العولمة أنها تنتشر أفكاراً وسلوكيات من شأنها تحطم الولاء للقيم والدين والوطن، وإحلال أفكار وولاءات جديدة محلها (9).

الغزو الثقافي:

في مجمل الكتابات التي تتحدث عن الاقتصاد، والسياسة، والإعلام والثقافة وفي الأدبيات الأخرى التي تتناول الفنون والآداب يتكرر مصطلح الغزو بوتيرة ثابتة. وتطالعنا باستمرار هذه التحذيرات أو التخوفات التي يطلقها بعض الباحثين: الغزو الثقافي يهدد ثوابتنا وقيمنا، يهدد هويتنا، نحن مهددون بطمس شخصيتنا الحضارية...

(8) محمود عبد الله، الإعلام وإشكاليات العولمة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص

(9) جلال أمين، العرب والعولمة، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1998، ص 156.

لماذا نحن بالذات؟ الشروح لم تتضح والباحثون لم يقدموا ما يوقظ الوعي لفهم المخاطر والتهديدات التي تحيط بأممتنا. ولكي نصل إلى النتائج المرجوة فإننا سنستلهم من تراثنا المعاني الأولية للغزو.

الغزو في أدبيات التراث :

تشير معاجم اللغة العربية إلى أن كلمة غزو تعني في جوهرها : القتل والنهب، فقد جاء في معجم لسان العرب لابن منظور: الغزو هو السير إلى قتال العدو ونهبه.

وبلغتنا المعاصرة يعني تدمير البنية التحتية للمجتمع المغزو والقضاء على إنسانه ويتضح أيضا أن الغزو يأتي دائما من الخارج، أي من قبل مجتمع بعيد يفترض العدواة في المجتمع الآخر فينقض عليه (10).

أما معجم اللغة الفرنسية فيعرف الغزو "Invasion" على أنه :

❖ تدخل مسلح لدولة معينة على دولة أخرى.

❖ تدخل واسع مكثف مصحوب بالعنف وتدمير المنشآت يقوم به شعب معين خارجي ضد بلد معين، من أمثلة ذلك غزوات البربر والغزوات الكبرى (11).

وإذا سلمنا أن الغزو جزء من الثقافة البربرية التي يرفضها الآخرون أي غالبية البشرية، فعندما يصبح الغزو ثقافيا فإن ذلك يعني أن الثقافة هذه تصبح هي كلها الاستراتيجية ويصبح الغزو أداة لتنفيذها، وبمعنى أوضح أن نظام القيم والرموز الذي أوجعته أو أوجدته هذه الثقافة المعادية يسعى عن طريق الغزو لأن يحل محل أنظمة القيم والرموز الذي وضعته الشعوب الأخرى، وذلك بالعمل على تدميرها والقضاء عليها (12).

ورد هذا المصطلح إلى واقعنا العربي ثقافيا، إعلاميا ولغويا مع ظاهرة الاستعمار الحديث الذي استولت فيه البلدان الأوروبية على الدول العربية منذ أواخر القرن الثامن

(10) سلمان بن حمد العتيبي، العولمة والدعاية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2002، ص 214.

(11) المرجع نفسه، ص 215.

(12) المرجع نفسه، ص 249.

عشر 18 حتى أواخر القرن العشرين 20، وقد مارست الدول الاستعمارية الغزو الفكري عن طريق وسائل الاعلام، مؤسسات التعليم، المنظمات والشركات والنوادي والهيئات، فالغزو الذي اجتاحت الأمة الاسلامية مصاحبا للغزو العسكري ألحق الهزيمة لهذه الأمة في العمق حيث تسبب خسائر مادية ومعنوية فادحة، فكما تقول سوزان سلامة: "الأعداء إذا شنوا غارة على بلد ما فإنهم لا ينزلون به سائحين عابرين، ولا زائرين متفرجين، وإنما ينزلون بهم مستبحين عرضه، فإن كانوا طلاب مغنم استنفذوا خيره، وإن كانت لهم أعراض دينية واجتماعية وضعوا خطط لمحو شخصية الأمة وتغيير ملامحها الفكرية والدينية" (13).

عرفه جلال أمين بأنه : "اعتداء رأسمالي على الهوية الثقافية للأمة المعتدى عليها، من أجل استقلالها اقتصاديا، كما يمكن أن نضيفه بأنه غزو دين لدين آخر أو إحلال ثقافة أمة محل ثقافة أخرى." (14).

ويصفه باسم خريسان بأنه الوليد غير الشرعي للغزو العسكري إلا أنه يختلف عنه كثيرا، ذلك أن الغزو العسكري يضر بالغزاة أكثر مما يحقق أهدافهم، فهو يحرك في الشعوب المغزوة عاطفة الولاء للدين والوطن، ويثير فيهم حسن العمل الجاد للاستقلال من التبعية للأعداء، أما الغزو الثقافي فهو لا يعتمد المواجهة المسلحة أو استخدام القوة، إلا أنه أفضل للغزاة فوسائل الغزو الثقافي ناعمة، خادعة ومحفوفة بالشهوات لذا فإن الاستجابة إليه أسرع وأكثر تأثيرا، فآثار الغزو العسكري تنتهي بانسحاب قوات الاحتلال في حين يبقى أثر الغزو الثقافي قائما في عقول وقلوب الناس أكثر بكثير من قتل الأفراد، بل من قتل جيل بأسره إذ يتعدى ذلك إلى قتل أجيال متعاقبة (15).

أما محمد الملي فيرى أن الاصطدامات الأولى بين الغرب الاستعماري والبلدان التي فقدت استقلالها الواحدة تلو الأخرى في الماضي كانت في جوهرها اصطدامات

(13) سوزان سلامة، التغريب والغزو الثقافي والفكري

WWW.adabhome.com/vb/showthread.php?t=1408..17/02/2016.

(14) أحمد عيساوي، الثقافة الوطنية وتحديات العولمة، شركة مزوار للطباعة والنشر، الجزائر، 2004، ص 75.

(15) باسم علي خريسان، العولمة والتحدي الثقافي، ط1، دار الفكر العربي، بيروت، 2001، ص40.

ثقافية. صحيح أن الشكل الذي اتخذته والنتائج التي تربت عن ذلك جعلت الجانب السياسي (16).

ويقول ابن خلدون في معنى الغزو الثقافي : "إنما تبدأ الأمم بالهزيمة من داخلها عندما تشرع في تقليد عدوها" (17)، والناظر اليوم إلى حال الدول التي كانت قد تعرضت للغزو الثقافي في السابق نتيجة للسيطرة الثقافية نجدها تعيش في أزمة ثقافية فلا يزال منهجها منسوخا عن المنهج الغربي ولا تزال عقول مثقفيها لا تدرك إلا النمط الثقافي الغربي، لذلك نجد هذه المجتمعات منقسمة بين فئة تعيش في غربة ثقافية، وهي الفئة التي تمثل النخبة القيادية والمفكرين، وفئة أخرى تمثل الثقافة الشعبية تعيش في غربة ثقافية عن عصرها (18).

وفي الأخير لا بد من الإشارة إلى نقطة مهمة، هي أن الغزو الثقافي لا يتوقف حدوثه على الطرف الغازي فقط، وإنما على الطرف المتعرض للغزو أيضا، خاصة إذا كان هذا الأخير لا يملك القدرة على تجديد ثقافته.

إن تحول مجتمع ما نحو الاتصال، ترافقه تغيرات في الحياة الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية. وهو ما أكده مارشال ماكلوهان حيث يعتقد أن كل مرحلة من مراحل التطور التقني في ميدان الاتصال أدخلت تحولات اجتماعية وثقافية على المجتمع. فللحكم على مجتمع ما بأنه اتصالي، ينبغي تحديد مجموعة من المتغيرات التي تخص مجالات الحياة الاجتماعية.

لذا لن نتسرع بوصف مجتمعاتنا بأنها مجتمعات اتصالية ، وذلك حفاوة بالإقبال الشديد على كل جديد في التكنولوجيا، بل سنعمل على تحديد مجموعة من المعايير التي ستمكننا من الحكم على صحة هذا الوصف. وسنكتفي برصد أربع مجالات أساسية : الاقتصاد، والسياسة والقيم والعلاقات الاجتماعية. والاقتصار على هذه المحاور فقط مرده إلى كون هدفنا الرئيسي ليس هو البحث في مواصفات التحول

(16) محمد الميلي، حق المعرفة وحق الأمل، ط1، دار الغرب الاسلامي، لبنان، 2000، ص249-250.

(17) سوزان سلامة، التغريب والغزو الثقافي والفكري، مرجع سبق ذكره.

(18) باسم علي خريسان، العولمة والتحدي الثقافي، مرجع سبق ذكره، ص 40-41.

الاجتماعي نحو الاتصال، بقدر ما نريد التأكيد على السمة الشمولية والكيفية لهذا التحول.

ونبدأ بمتغير الاقتصاد

ترتبط المؤسسات السياسية والثقافية وحتى الاجتماعية بنظام الملكية التابع لقوانين السوق، ومن ثم فإن التغيير في المفاهيم الأساسية للاقتصاد، سينتج عنه تغييرات في أنماط الحياة الاجتماعية. وأكثر من ذلك يؤكد جيري مي ريفكين "إن عالمنا مشيد حول علاقات اقتصاد الوصول، إذ يمكن أن يقدم لنا نوعاً مختلفاً جداً من الكائن البشري" (19).

ومن المعروف أن الاقتصاد يقوم على مجموعة من العناصر هي : رأس المال والملكية والتصنيع والعقار والثروات الطبيعية وأيضاً المعرفة التي أصبحت حجر الزاوية في التطور والنمو. غير أن ظاهرة الاتصال أدخلت تحولات جديدة برزت ملامحها في الاقتصاد الجديد، وهذا ما سنوضحه فيما يلي:

1- من اقتصاد الملكية إلى اقتصاد الوصول:

ماذا نقصد باقتصاد الوصول :

هو اقتصاد يقوم على المعرفة والمعلومات أكثر من اعتماده على التراكم المادي. وقد كانت حركية الاقتصاد في العصور السابقة تقوم على عملية تبادل الممتلكات والسلع والبضائع بين البائع والمشتري في الأسواق. أما في عصر الاتصال، حلت الشبكات محل الأسواق، و تراجع الاهتمام بتراكم الممتلكات إلى محاولة الوصول إلى الخدمات.

ويصف جيري مي ريفكين هذا التحول في كتابه عصر الوصول، بقوله " في اقتصاد الشبكات سيكون الوصول إلى الممتلكات المادية والفكرية من قبل الشركات التجارية أكثر احتمالاً من تبادلها. فرأس المال الذي كان في قلب النموذج الصناعي

(19) جيري مي ريفكين، عصر الوصول : الثقافة الجديدة للرأسمالية المفرطة، ترجمة صباح صديق الدملوجي، ط1، المنظمة العربية للترجمة، بيروت لبنان، 2009، ص 32.

للحياة سيصبح أكثر هامشية في العملية الاقتصادية، والأكثر احتمالا أنه سيعتبر من قبل الشركات نفقة ضمن كلفة التشغيل، بدلا من كونه أحد الموجودات، وهو شيء ممكن افتراضه بدلا من امتلاكه (20).

لم يعد تحقيق التراكم المادي يحظى بالأهمية نفسها، سواء في المواد الأولية أو المصانع، أو وسائل النقل. فالشركات الكبرى ستصبح كيانا متخصصا في إدارة الوساطة، إذ يتم شراء المواد الأولية، واستئجار اليد العاملة الرخيصة في بلدان العالم الثالث، وكذلك استئجار وسائل النقل دون اقتنائها.

ويعتبر هذا عامل قوة بالنسبة لهذه المقاولات، حيث يتابع **جبريمي** " إنه في عالم الإنتاج المصمم حسب احتياجات الزبون والابتكارات والتحسينات المستمرة. وفي عالم دورة حياة المنتج التي تتضاءل باستمرار، يصبح كل شيء تقريبا عتيق الطراز حال انتاجه" (21).

لهذا يصبح تجنب حيازة الممتلكات عاملا مهما لتقليص هامش المخاطرة التجارية. فتراكم الممتلكات المادية، قد يعزف السوق عن استهلاكها في وقت ما، هذا العزوف سيؤدي إلى خسائر فادحة. مما يجعل شركات الخدمات تغير وتحسن خدماتها، كلما أحست بتغير في ميول المستهلكين. وحتى شركات التصنيع التي تنتج بضائع مادية، والتي انتهجت مبادئ اقتصاد الوصول، فهي تعمل على استئجار كل شيء مطلوب لتسيير العمل المادي تقريبا (22).

وهكذا العلاقة التقليدية بين السلعة والخدمة، أصبحت معكوسة، ففي السابق كانت الشركات تبيع السلع، مقابل خدمات مجانية كالصيانة مثلا. أما الآن فالشركة تقدم المنتج المادي مجانا. مثال على ذلك : شركات الاتصال التي تمنح هواتف مجانية مقابل اشتراك الزبون في خدماتها.

(20) المرجع نفسه، ص 29.

(21) المرجع نفسه، ص 32.

(22) المرجع نفسه، ص 30.

ومن هنا يمكن القول أن اقتصاد الوصول يتميز بازدهار قطاع الخدمات، كما يتميز بتراجع الاهتمام بالملكية مقابل التوجه نحو استئجار كل ما له علاقة بالإنتاج المادي، ويتميز أيضا بتراجع أهمية البضاعة المادية مقابل الخدمة التي توفرها.

2- الصناعات الثقافية والإبداعية:

استعمل هذا المفهوم لأول مرة من قبل باحثي مدرسة فرانكفورت سنة 1947 : تيودور أدورنو وماكس هوركايمر، وهو يشير إلى: "الأنشطة الصناعية التي تنتج وتسوق الخطابات، والصور، والفنون وكل القدرات الأخرى والعادات التي يكسبها الإنسان بوصفه عضوا في المجتمع، والتي تمتلك وبدرجات مختلفة خصائص الثقافة" (23). أو هي كما أشار إليه الباحثان: "مصطلح يضم مجموع الأنشطة والتقنيات التي تعيد إنتاج الأعمال الثقافية طبقا لمعايير إخضاع للمنطق والنمطية" (24).

وتجدر الإشارة إلى أن البدايات الأولى للصناعة الثقافية تمت حسب أرمون ماتلار عقب تشكل المجموعات الصحفية والتي كانت بدورها وراء الأنواع الصحفية الأولى للمنتجات الثقافية الجماهيرية (25)، يقول الجابري: أن من أهم خصوصيات هذا العصر ظهور بنية جديدة تسمى الصناعات الثقافية فرضت أنماطا جديدة للتعبير الثقافي تتجاوز في غالب الأحيان بنية السياسات الثقافية المحلية والوطنية. فبعد الحرب العالمية الثانية تبين لرجال السياسة والاقتصاد أن هذه الصناعات تمحورت اتجاهاتها حول تصنيع وتسويق وسائل الاتصال، فأصبحت المعادلة حتمية حيث تنطلق القاعدة من الصناعات الثقافية إلى تصنيع وسائل الاتصال، و أخيرا إلى المحتوى الثقافي لهذه الوسائل (26)، وحسب هوركايمر وأدورنو فإن الوسائل الجديدة للإنتاج الثقافي

(23) أحمد عيساوي، الثقافة الوطنية وتحديات العولمة، مرجع سبق ذكره، ص 80-81.

(24) Helène Bourdelois : La conjonction de la technique de la culture des médias de masse.

<http://composite.org/v1/2001.1/articles/bourde.html.30/01/2016>

(25) راضية فويال، العولمة الثقافية ومفهومها ضمن الركن الثقافي لجريدة الخبر اليومية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2002، ص 68-69.

(26) كمال راشدي، عولمة الاتصال وأثرها على السيادة الثقافية لدول العالم الثالث، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الدولي، جامعة الجزائر، 2002، ص 104.

المتمثلة في الإذاعة، والسينما، والتلفزيون لا تقدم إلا السلع المنمطة التي تدخل المستهلكين في متاهة الاغتراب، وتسقط الأعمال الثقافية في حيز السوقية والتسليع (27).

ولم تتوقف الثورة التقنية عند حدود ظهور الاستوديوهات الكبرى للإنتاج السينمائي والتصنيع الثقافي، بل إن اختراع وتطوير الكمبيوتر، البث عن طريق الأقمار الصناعية والأنترنيت أعطاها دفعا جديدا سهّل عملية نقل شتى المنتجات الثقافية ذات البعد الاستهلاكي، وساعد على ترويجها في كافة أنحاء العالم، وتشكلت بذلك المظاهر الأولى لعولمة تدفق المواد الصناعية من جهة وعولمة الثقافة عبر التدفق الحر للمنتجات الثقافية النمطية والسلع الاعلامية من جهة أخرى (28).

وهكذا فالصناعات الثقافية قطاعات واسعة جدا من المواد المتنوعة والوسائل المادية التي تستخدم في إنتاج الثقافة، فهي تشمل الورق، والحبر، ومواد الطباعة، والأجهزة السمعية البصرية، وأجهزة التصوير، والأجهزة الالكترونية، والآلات الموسيقية، ومواد الفنون التشكيلية والمسرحية، والقائمة طويلة ومتنوعة.

ولأن المبدأ الذي تقوم عليه أنشطة الصناعة الثقافية هو مبدأ الترويج التجاري، فإن ما تنقله من منتجات ثقافية سوف يؤثر بالضرورة، حيث أن هذه الصناعات الثقافية أضحت تلعب دورا رئيسيا في تشكيل اتجاهات ومواقف مستهلكيها. ففي كل يوم يتم ابتكار واختراع أشياء جديدة تجعل الحياة أكثر سهولة ورفاهية. هذا النمط الجديد في الحياة يصنع ثقافة جديدة وحسب قول لينين "لكل نمط من المعيشة نمط من التفكير".

وقد سبق لأدورنو أن اكتشف حقيقة الثقافة المصنعة بحكم كون النشاط الثقافي المعاصر هو نتاج المجتمع الصناعي والتقني المتقدم الذي تغدو فيه الثقافة آلية تمثل الواقع الصناعي المغترب، و فكرة التخدير الفاقد لمحتوياته الجذرية بسبب تمثله داخل

Helène Bourdelois : La conjonction de la technique de la culture (27) des médias de masse. **Op. cit.**

(28) راضية فويال، العولمة الثقافية ومفهومها ضمن الركن الثقافي لجريدة الخبر اليومية، مرجع

ثقافة جماهيرية استهلاكية عامة ترضي حاجة اجتماعية (29). إذا فالصناعات الثقافية هي كل الأجهزة المادية والطاقات البشرية التي تجسم الآثار الفنية في صورتها المحسوسة فتنسخها ثم توزعها حسب مقاييس صناعية وتجارية لغاية تنمية وتطوير الثقافة.

وفي نفس السياق يرى **Pierre. A. Pontoizeau** بأن: "الثقافة أصبحت بفعل الموضة تشكل القاعدة الأساسية للاستهلاك في ظل النظام الاقتصادي الرأسمالي، و أن العمل الاعلامي في هذا النظام قد ساهم وأبدع في خلق سياق اجتماعي ونفسي يضمن الاستمرارية في الرغبات الجديدة عبر الموضات التي يخلقها المحيط الثقافي المكون من الصور، الأبطال، طرق اللباس، الأذواق الغذائية..." ومن هنا نتضح المبادئ الأساسية التي تحكم الصناعات الثقافية القائمة على مبدأ التسليع وإخضاع المنتجات الثقافية للنهج التجاري المتبع في إنتاج السلع (30).

بمعنى آخر سقوط الفعل الثقافي في حلقة التسليع والتصنيع مثله مثل أي منتج، وهذا من شأنه أن يحوله إلى قيمة تجارية مادية تقضي على قيمته الحقيقية، لهذا فالدور الوجودي للثقافة في أي مجتمع باعتبارها نظاما لإنتاج المعاني والرموز والقيم المحددة لسلوك الفرد سوف يتراجع، بحيث تصبح هذه الأخيرة مجرد وسيلة لتعبئة الجماهير لحثهم على استهلاك مختلف السلع.

فمصطلح الصناعات الثقافية بني على الربط بين موضوعين يتناقضان بالضرورة ظاهريا : صناعة من ناحية وثقافة من ناحية أخرى، فالصناعة تشير إلى معنى الإنتاج الاستهلاكي النفعي كصناعة المنسوجات، أما الثقافة تصرف الذهن إلى الذوق الشخصي، المتعة الفردية، هذه المزوجة بين الثقافة والتقنية هي نتيجة التحولات التي طرأت على هيكل المجتمعات المعاصرة، حيث لم يعد بالإمكان الفصل بين التطوير والتكنولوجيا أو بين التنمية والتقنية (31).

(29) بركات محمد رياض، العولمة وظاهرة الهيمنة،

<http://alwai.com/topics/view/article.php?sdd=97&issue=448>
23/01/2016

(30) راضية فويال، مرجع سبق ذكره، ص70.

(31) هوشنك أوسي، صناعة الثقافة وتحديات العولمة.

هذه العملية التي كان قد نوّه إليها كل من أدورنو وهوركهايمر عندما وضعوا مبادئ الصناعات الثقافية التي ترتكز عليها وهي :

أ- الوصول بالمنتج الثقافي إلى كل أفراد المجتمع.

ب- إتباع رغباتهم وحاجاتهم من المنتجات الثقافية التي تخضع إلى آليات التصنيع والتجارة أي إلى قانون العرض والطلب.

فالإنتاج الثقافي في وسائل الاعلام هو ذات طابع استهلاكي منمط، لذا يرى البعض أن الصناعة الثقافية تمثل تهديدا على الثقافات التقليدية بفضل ما تتمتع به من قدرة على الانتشار والاختراق، و لذلك أصبحت الدول تعبّر عن تخوفها من هذه الصناعة الثقافية خاصة منها الأمريكية (32).

فحسب إدغار موران فإن طريقة معالجة وتكييف الأعمال الفنية من روايات وقصص تتم عن طريق البحث المتواصل عن عناصر جديدة لتجاوز النمطية التي تميز المنتجات السينمائية الأمريكية، ومن بين هذه العناصر هو تركيز المنتجين على عنصر النجم مثلما هو الحال بالنسبة لفيلم التيتانيك للمخرج الأمريكي جيمس كامرون الذي حقّق رواجاً كبيراً بعد ما تمّ إخراجها بتوظيف نجوم جديدة استلطفها الجمهور.

ومن جهته يذهب هربرت ماركيز في كتابه الإنسان ذو البعد الواحد إلى الاعتقاد أن النظام الاجتماعي السائد في الدول الصناعية المتقدمة القائمة على التكنولوجيا الحديثة يسيطر على أفكار الناس، مشاعرهم، قيمهم لمصلحة مجموعة من المالكين أو المسيطرين على هذا النظام، كما يعتقد ماركيز أن الحاجات التي يلبّيها هذا المجتمع المعاصر هي حاجات وهمية من صنع الدعاية والإشهار ووسائل الاتصال الجماهيري، وهي خير وسيلة لخلق الإنسان ذي البعد الواحد الذي يستغني عن الحرية وهكذا يكون الواقع التكنولوجي الراهن هو واقع استعباد الإنسان (33). حيث عبّر عن هذه الفئة

<http://www.syriakurds.com/2007/adab/adab5.html>

Helène Bourdelois : La conjonction de la technique de la culture (32) des médias de masse, **Op. cit.**

(33) بركات محمد مراد، العولمة وظاهرة الهيمنة، مرجع سبق ذكره.

من خلال وصفهم بالدواب المسيرين كالمقطعان مكن قبل صاحب الشأن فتراهم لا حول ولا قوة إزاء أي ابتكار خاصة إذا تعلق الأمر بمجتمعات الدول النامية.

إن الإنسان ذا البعد الواحد والمجتمع ذا البعد الواحد يطرح ثقافة ذات بعد واحد، هذه الثقافة تنتج حاجات زائفة، فالنظام الرأسمالي يولد شعورا بعدم الأمان الاقتصادي، ومن ثمّ هيأت الثقافة لإنتاج شعور بديل هو في حقيقته شعور زائف بالأمان والاستقرار، وفي الوقت نفسه فعّال رغم زيفه ومن ثمّ فإنّ الثقافة في المجتمع الرأسمالي موجهة نحو هدف واحد، هو تخدير وعي الإنسان وإذابة الفرد في النسق العام وإحكام سيطرة النسق على شعور ووعي المجتمع (34).

إن عملية التصنيع الثقافي تؤدي إلى تضيق الخناق على الإبداع مقابل تصاعد وتيرة الإنتاج المعياري الذي يخضع المضامين لنمط واحد من التصنيع يعتمد بالدرجة الأولى على الجماليات الشكلية، كما تضيء السطحية وضحالة المضمون على الرسالة بالإضافة إلى تكريسها للترفيه والتماثل الاجتماعي، بمعنى إفقادها طابعها الفكري الأصيل.

فيما سبق كان الإبداع نشاطا فرديا، يضيف نوعا من التمييز والنجومية على صاحبه. و غالبا ما ينشط داخل الأوساط الثقافية النخبوية، أو الأوساط الفنية الشعبية، أو الأوساط الحكومية. أما حاليا فقد تحول الإبداع في عصر الاتصال إلى عملية مؤسسية تغذي الاقتصاد. فبدلا من أن يرجع الإبداع إلى صاحبه أصبح يرجع إلى المؤسسة الممولة أو المنتجة.

فالصناعات الإبداعية أو كما يطلق عليها الصناعات الثقافية حسب منظمة اليونيسكو : "هي مجالات النشر والموسيقى والسينما والمهن الحرفية والتصميم، و هي صناعات تشهد نموا مستمرا ومتعاظما وتلعب دورا حاسما في مستقبل الثقافة" (35).

(34) عامر مصباح، علم الاجتماع : الرواد والنظريات، ط1، دار الأمة، الجزائر، 2005، ص

173-174.

(35) الموقع الرسمي لمنظمة اليونيسكو- www.unesco.org/ar-creativity-creative-industries

industries

ويشرح **جون هارتلي** أهمية الصناعات الإبداعية بقوله: "أصبحت الصناعات الإبداعية عنصراً مهماً في تكوين اقتصاد الدول، ففي سنة 2001، قدر صافي عائدات صناعات حقوق النشر الأمريكية بـ **791.2 بليون دولار أمريكي**، وهو ما يعادل **7.75** من إجمالي الناتج القومي، ويعمل بها حوالي **8 ملايين** عامل. ويبلغ إسهامها في المبيعات أي صادراتها الأجنبية قدرت بـ **88.97 بليون دولار أمريكي**، أي ما يفوق إسهام الصناعات الكيميائية، والسيارات، والطائرات، وقطاع الزراعة، والصناعات الالكترونية، والحاسوب. وفي المملكة المتحدة، في السنة نفسها قدرت عائدات الصناعات الإبداعية بـ **112.52 بليون استرليني**. ويعمل بها **1.3 مليون** شخص. وتسهم بـ **10.3 بلايين جنيه استرليني** من الصادرات. وتشكل **5 %** من الناتج القومي الإجمالي. وفي استراليا قدرت عائداتها بـ **25 بليون دولار استرالي**، وتجاوزت القطاعات الأكثر ديناميكية، فمحتويات الاعلام الرقمي بلغ معدل نموها ضعف معدل نمو الاقتصاد ككل.

وهكذا يبدو جلياً من خلال هذه الاحصائيات، تحول الصناعات الإبداعية من نشاط فردي يبرز المواهب والكفاءات ويهدف أساساً إلى تحقيق الرضا عن الذات إلى فاعل اقتصادي قوي، يضاهاى أو يتفوق على القطاعات الاقتصادية التقليدية. ويعود سبب هذا الصعود القوي للصناعات الإبداعية إلى التحول نحو اقتصاد الوصول، وهذا ما يؤكده **بيل غيتس** والذي يعتبر من أثرياء العالم، رغم أن شركته-**مايكروسوفت**- لا تنتج حواسيب، فهي تقوم فقط بإعداد برامج لها.

ويرى **جون هارتلي** أن أهمية الصناعات الإبداعية تعود إلى دورها المتوقع كموجه للمعرفة الاقتصادية ومسير للصناعات والخدمات عبر تزويدها بالمحتوى الرقمي الذي يترجم مباشرة إلى ميزة تنافسية وطاقعة إبداع لقطاعات الاقتصاد الأخرى. وكذلك عبر احتضان رأس المال الإبداعي والمبدعين عموماً (36).

يبقى أن نؤكد أن الصناعات الإبداعية محتواة في جسم الاقتصاد العام من خلال بنيات مهيكلية، تتفرع إلى قطاعات كاملة التنظيم. وعلى حد تعبير **جون هارتلي**

(36) جون هارتلي، الصناعات الإبداعية : كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا والعولمة، ترجمة

"الوظيفة الاجتماعية للإبداع لا تتحقق لأن الأفراد مبدعون، لكن تتحقق بما يتوافر لهؤلاء المبدعين من المال، والبنية التحتية، والتنظيم، والأسواق، ومناخ يسوده الحرية بشقيها الاقتصادي والسياسي والتنظيم والتحفيز وعمليات واسعة النطاق يمكنها استيعاب ذلك الإبداع" (37).

3- تسويق الموارد الثقافية :

إنّ من أبرز ما حملته العولمة في عصر الاتصال هو تحول الموارد الثقافية إلى سلع تجارية يتم تسويقها، ضمن ما يمكن أن نطلق عليه اقتصاد الترفيه.

ويتم تسويق وتصنيع الموارد الثقافية، بما في تلك الطقوس أو الشعائر المختلفة، والفنون والاحتفالات والفعاليات الودية والروحية، و كل ذلك بهيئة تسلية شخصية مدفوعة الثمن (38).

وهكذا أخضعت الصناعات الثقافية والاعلامية إلى منطق التسليع من خلال استخدام تقنيات الانتاج الصناعي وأسلوب العمل المنظم حسب النظام الرأسمالي.

فمع مرور الوقت، تطورت الأنشطة الثقافية والاعلامية والمعرفية عموما لتقترب من نموذج النشاط الاقتصادي النمطي القائم على استخدام عوامل الإنتاج التقليدية، من عمل ورأسمال في مرحلة أولى. ثم الاستفادة من الابتكارات والابداعات في مراحل أخرى وذلك بالانتقال إلى النوع الأحدث كما هو الشأن بالنسبة للنشر الالكتروني. ولقد سمح التطور التكنولوجي، بتطوير تقنيات الإنتاج وبالتالي رفع إنتاجية العمل عن طريق تحسين مستواه المعرفي، مما أدى إلى زيادة أوقات فراغ المستخدمين والموظفين، ومنه ارتفاع الطلب على المنتجات والخدمات الثقافية وشيوع مختلف أنماط الاستهلاك الثقافي الحديث.

وتبعاً لهذا فإنّ مظاهر القوة للمجتمعات لم تعد كما في ظل الاقتصاد القائم على القاعدة المتمثلة في استهلاك المنتجات الصناعية أو الموارد التقليدية التي تضمن تحقيق عوائد مالية أو منافع تجارية آنية. بل إن القوة الدائمة والفعالية إنما يضمنها

(37) المرجع نفسه، ص7.

(38) جيريمي ريفكين، مرجع سبق ذكره، ص 30.

امتلاك وزيادة القدرات والإمكانيات والمهارات لإنتاج المعرفة والمزيد منها باستمرار مع تسخيرها في الميدان لفائدة المواطنين. تلك التي تضمن تراكم المعلومات والأفكار (39).

فالميسورون ماديا سيسعون إلى دفع مبالغ مالية كبيرة ليعيشوا تجارب ثقافية أو روحية، قد تكون خارج بلدهم الأصلي، حيث كثر الحديث عن التنمية البشرية والبرمجة اللغوية والعصبية، وهي أفكار ذات بعد حضاري هادف إلى تزويد الناس بالمهارات الكافية لجعلهم يتغلبون على إحباطاتهم الذاتية، ويتحولون إلى أفراد إيجابيين وفاعلين ومبدعين، إلى جانب هذه التجارب الروحية مدفوعة الثمن. نذكر أيضا الرقصات الشعبية ذات الحمولة الرمزية والتاريخية التي تعرض أمام جمهور من السياح تجذبهم طرافة العرض، وخاصة أنهم لم يعتادوا على مثل هذه العروض. وليس لهم معرفة سابقة بعلاقة هذه الرقصات بالفروسية والشهامة، وغيرها من القيم الأصيلة السائدة وأيضا الفضول الذي يسكن البشر.

يلاحظ جيري مي ريفكين أن شركات الاعلام العابرة للحدود المالكة لشبكات الاتصال المنتشرة في العالم، تنقب عن الموارد الثقافية المحلية في كل أصقاع العالم، وتعيد تعليبها كسلع ثقافية (40).

يقول في هذا المقام: "لم أستطع مقاومة استفزاز تسليع الثقافة، ضمن ما أصبح يطلق عليه اقتصاد التجربة، التي تجاوزت تسليع التجارب الثقافية والروحية، لتصبح كل ثانية من حياة الانسان سلعة قابلة للمتاجرة بها". والأمر الذي يوضحه جيري مي ريفكين في قوله "أصبح التعبير الجديد المستخدم في عالم الأعمال هو القيمة العمرية lifetime Value أو اختصارا LTV للزبون، وهي المقياس النظري لما تبليغه قيمة الكائن الانساني فيما لو اعتبرت كل لحظة من عمره كسلعة بطريقة أو بأخرى في المحيط التجاري. وفي العصر الجديد، سيقوم الأفراد بشراء وجودهم ذاته كقطع تجارية صغيرة" (41).

(39) الدكتور نبيل، الثقافة العربية وعصر المعلومات، عالم المعرفة، الكويت، 2001، ص 11.

(40) المرجع نفسه، ص 33.

(41) جيري مي ريفكين، مرجع سبق ذكره، ص 34.

2-توظيف المسوغات السياسية:

لقد وظفت السياسة تقنيات التواصل لعمليات الدعاية وحشد الأصوات الانتخابية. فالعلاقة الموجودة بين الاتصال والسياسة معقدة يجب النظر إليها من عدة أوجه نعرضها فيما يلي (42) :

1- فحسب بيير ليفي: "الم يعد الأمر يخص علاقات القوى والصراعات التطبيقية بل الأعباء التواصل وباللغات. في الأخير أن الديمقراطية بالنسبة لنظام معين هي مشكل تقني : يلزم الإخبار الصاعد، قدرا أكبر من التجاوب والشفافية. كما يتعين أن يكون الاعلام في متناول الجميع (43).

2- تكفل تقنيات التواصل حماية السلطة، لأنها تضمن التحكم في التيارات الاجتماعية وتقلباتها السياسية. وتتيح التنبؤ بالثورات التي تأتي من الشارع (44).

ويستطرد الباحث فيقول إنّ: "...السلطة هي معسكر اللانظام، وهي تخشى الموت وتسعى باستمرار نحو توليد وبعث الحياة الاجتماعية. ولعل موقفا وسطا بين هذين الاتجاهين يمكن أن يكون هو استراتيجيا. إن هاته الأحداث يمكن إحداثها بواسطة أدوات التواصل. فمجتمع الاتصال يتواصل بوسائل الاعلام لتحقيق الديمقراطية وهي الوسائل نفسها التي تعمل على تدجين الوعي العام.

3- و يطرح مجتمع الاتصال نوعا جديدا من السلطة، ومفهوما جديدا للسياسة: فالسياسة التي تتغذى على الايديولوجيات لن تبقى صالحة في مجتمع الاتصال، وهذه النظرة الجديدة إلى السياسة ستشكل حسب فيليب بريتون بديلا حقيقيا للأيديولوجيات السياسية التقليدية، بمعنى أنها ثمرة يوتوبيا.

(42) فيليب تايلور، قصف العقول: الدعاية للحرب منذ العالم القديم حتى العصر النووي، ترجمة سامي خشبة، سلسلة عالم المعرفة، ع256، أبريل 2000، ص67.

(43) بيير ليفي، ميتولوجيا : إشكاليات الفكر المعاصر، ترجمة محمد سبيلا، ط1، سلسلة ضفاف، 2009، ص 205.

(44) ثورتا تونس ومصر : رؤية سيبرانية، مجلة قضايا استراتيجية، العدد 3، ديسمبر 2011، تونس، ص 68.

كما أن السياسة في مجتمع الاتصال لا تقوم على الإقصاء، ولن تحتاج إلى الدخول في صراعات، لأن تحرير المجتمع لا يحتاج إلى أكثر من تحرير الاتصال. الذي ليس له عدو بشري فالعدو الوحيد هو التشويش الذي يعرقل عملية الاتصال. وهكذا فإن القيام بالاتصال بالحيوية والفاعلية المطلوبة، يكفل تحرر المجتمع (45).

فينتظم المجتمع ذاتيا بفضل التغذية الراجعة، وبفضل صفة الانفتاح التي تتصف بها طرق الاتصال (46).

والتنظيم الذاتي أمر أساسي، فمجتمع الاتصال قائم على نظام الشبكات، تحكمه علاقات معقدة. هذه العلاقات حتى وإن كان في استطاعة رجال السياسة التدخل فيها قانونيا، فإنهم لن يستطيعوا فعل ذلك عمليا، لأن تغيير طبيعة مجال واحد يستدعي تغيير البناء الاجتماعي بكل مجالاته.

3- البعد الاجتماعي لمنظومة القيم :

عوضت فلسفة الاتصال مفهوم الانسان بمفهوم الكائن الاتصالي، حيث تحول الانسان إلى مجرد وسيط في شبكة الاتصال الكبرى، و يمكن له أن لا يتوقف أبدا عن الاتصال طيلة اليوم أي ما سماه فيليب بريتون بالديمومة الاتصالية، ليصبح الفضاء الاجتماعي عملية اتصالية كاملة، خصوصا وأن العلاقات المهنية والاجتماعية يمكن أن تتجسد في عمليات اتصالية : كالمراسلات الإدارية، رسائل الفاكس، والرسائل الالكترونية والاتصالات الهاتفية، ولن يصاحب هذا الزخم أي اهتمام بمضمون الاتصال، فالاتصال يظهر كقيمة جديدة وفي الوقت نفسه يظهر كقيمة فارغة من دون مضمون (47). فيكثر حينها الاتصال، و يقل اللقاء المباشر.

وسيمتتع الانسان من أن يكون مسيرا من الداخل، عبر قيم ومثل عليا، بل سيصبح مجرد معلومة تدرج في شبكة الاتصال الواسعة. وهكذا فإن البحث عن القيم سيتجه إلى الخارج، نحو أنماط من السلوك والقيم يقتدي بها ليتوجه ضمنها للعالم الخارجي

Philippe Breton, L'utopie de la communication : Le mythe du (45) village planétaire, La découverte, Paris, 1997, p. 74.

Ibid, p. 76. (46)

Ibid, p. 123. (47)

(48). وستكرس الشفافية، ويصبح المجتمع بدون أسرار، وكل فرد فيه يكون مكشوفاً للجميع.

أما على مستوى القيم، فقد عمل مجتمع الاتصال على توسيع دائرة النقاش، أي ما وصفه فيليب بريتون باتساع فضاء الحجاج إذ يقول: "ومن الآن فصاعداً سيتعلق كل شيء بالحجاج، وسيصبح بالإمكان مناقشته... وقد قدمت التصورات الجديدة للاتصال إطاراً ضرورياً جداً لهذا الانفتاح في كل الاتجاهات" (49).

ويبرز البعد الاجتماعي ليوتوبيا الاتصال في أربعة نقاط:

1-تصاعد الشفافية: لقد كرس الشفافية إلى أبعد الحدود، أصبح المجتمع بدون أسرار، وكل فرد فيه مكشوفاً للجميع. وتطال الشفافية أكثر البؤر حميمية في حياة الإنسان: الميول والرغبات التي تصبح ملكاً مشاعاً، وصوراً معروضة، ومتعة مدفوعة الثمن.

2-اتساع فضاء الحجاج:لقد ساهم مجتمع الاتصال على توسيع دائرة النقاش، الأمر الذي يصفه بريتون باتساع فضاء الحجاج، إذ يقول: "ومن الآن فصاعداً سيتعلق كل شيء بالحجاج، وسيصبح بالإمكان مناقشته، وقد قدمت التصورات الجديدة إطاراً ضرورياً لهذا الانفتاح في كل الاتجاهات (50). وهكذا يصبح كل شيء مطروح للنقاش: الدين، المقدسات، القيم والأخلاق، والأكثر من ذلك تصبح القيم نسبية، لا تستمد قوتها من صدقها، بل بصبح مصدر القوة هو مقدار البراعة في عرض الموقف وليس الموقف ذاته. الأمر الذي أشار إليه تيودور أدورنو بقوله: "الكذبة السافرة وحدها تملك الآن حرية قول الحقيقة. إن الخلط بين الأكاذيب والحقائق جعل التمييز بينهما أمراً عسيراً، إذ لا يتم فقط كبح الحقيقة كما هو الحال في الأنظمة القمعية، التي تؤدي إلى نسف جوهر الاختلاف بين الحقيقي والزائف. فالكلمة التي كانت يوماً وسيلة

Ibid, p. 72. (48)

Ibid, p. 122. (49)

Philippe Breton, L'utopie de la communication: Le mythe du (50) village planétaire, Op. cit, p. 22.

حرة للتواصل تصبح اليوم واحدة من تقنيات الغطرسة، وتتيح المجال لكل فرد بأن يبيث حوله مناخا للاحتماء في كنفه" (51).

3- اتصال بدون مضمون أو محتوى: فمع التوسع الملفت الذي يعرفه الاتصال في الدول العربية، انتشرت ظاهرة تبادل تهاني العيد عبر رسائل الهاتف القصيرة ومواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت تجنب صاحبها حرج عدم الزيارة. ويلاحظ أن بعضا من هذه المؤشرات قد بدأت تدخل إلى المجتمع العربي نذكر منها : الصناعات الإبداعية والمتمثلة في البرامج التلفزيونية المتعلقة بالمسابقات الغنائية المخصصة لاكتشاف النجوم. وتمثل هذه البرامج الوجه الاعلامي لمقاولات تجارية مهمة.

4- صعود الأقليات: انتشرت من جهة أخرى ظاهرة الأقليات، وهي جزء من نسيج أو خليط إنساني موجود داخل المجتمع متفرقة مقيمة في مجتمع واحد، تجمعها قواسم مشتركة، تستطيع من خلالها إدارة عملياتها الاتصالية. ولهذا كان نوربرت فاينر ينتقد التنظيمات الجغرافية الواسعة مقابل تثمين الجاليات الصغرى. فشهد العالم أقليات حسب النوع كالمنظمات النسائية، أو حسب السن كجمعيات الشباب، و الأطفال، أو المتقاعدین أو حسب الميول : كأحزاب الخضر، أو حسب العرق أو اللغة أو الطائفة الدينية. فمن بين أسباب صعود الأقليات في منطقة الشرق الأوسط مثلا تصدّع بنية الدولة القومية والتمركز الجغرافي والدعم الخارجي، والتهميش الاقتصادي والاجتماعي.

وهكذا يبدو جليا، أن تحول المجتمعات نحو الاتصال عملية معقدة لا يمكن حصرها في بعدها المادي أو الكمي، وأن تحول مجتمع ما إلى مجتمع اتصالي يعني أن كل أنشطته تقوم على الاتصال، بما فيها الأنشطة السياسية والاقتصادية والعلاقات الاجتماعية. ما يدفعنا إلى الحذر من هذا التحول والانتباه إلى الخصوصية الثقافية والقيم الاجتماعية.

ريم بوش

أستاذة بجامعة الجزائر3 كلية علوم الاعلام والاتصال قسم الاعلام

(51) كريستوفر نوريس، نظرية لا نقدية : ما بعد الحداثة المثقفون وحرب الخليج، ترجمة عابد

اسماعيل، ط1، دار الكنوز الأدبية، بيروت، 1999، ص5.

مراجع الدراسة:

المراجع العربية

1. أحمد عيساوي، الثقافة الوطنية وتحديات العولمة، شركة مزوار للطباعة والنشر، الجزائر، 2004.
2. الدكتور نبيل، الثقافة العربية وعصر المعلومات، عالم المعرفية، كويت، 2001.
3. السيد يسين، من مجتمع المعلومات العالمي إلى مجتمع المعرفة، الأهرام، العدد 46749، 4 ديسمبر 2014.
4. <http://www.ahram.org.eg/NewsQ/344463.aspx> تاريخ الاطلاع 2016/01/20.
4. الموقع الرسمي لمنظمة اليونسكو- www.unesco.org/ar-creativity-creative-industries
5. باسم علي خريسان، العولمة والتحدي الثقافي، ط1، دار الفكر العربي، بيروت، 2001.
6. بركات محمد رياض، العولمة وظاهرة الهيمنة، http://alwai.com/topics/view/article.php_sdd=97&issue=448 ، 2016/1/23
7. ببير ليفي، ميتولوجيا : اشكاليات الفكر المعاصر، ترجمة محمد سبيلا، ط1، سلسلة ضفاف، 2009.
8. جلال أمين، العرب والعولمة، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1998.
9. جون هارتلي، الصناعات الابداعية : كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا والعولمة، ترجمة بدر السيد سليمان الرفاعي، ج1، أبريل 2007.
10. جبريمي ريفكين، عصر الوصول: الثقافة الجديدة للرأسمالية المفرطة، ترجمة صباح صديق الدموجي، ط1، المنظمة العربية للترجمة، بيروت لبنان، 2009،
11. راسم محمد الجمال، الاتصال والاعلام في العالم العربي في عصر العولمة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006.

12. راضية فويال، العولمة الثقافية ومفهومها ضمن الركن الثقافي لجريدة الخبر اليومية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2002.
13. سلمان بن حمد العتيبي، العولمة والدعاية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2002.
- WWW.adabhome.com/vb/showthread.php?t=1408..17/02/.14
2016 سوزان سلامة، التغريب والغزو الثقافي والفكري.
15. فيليب تايلور، قصف العقول: الدعاية للحرب منذ العالم القديم حتى العصر النووي، ترجمة سامي خشبة، سلسلة عالم المعرفة، ع256، أبريل 2000.
16. كريستوفر نوريس، نظرية لا نقدية: ما بعد الحداثة المتفقون وحرب الخليج، ترجمة عابد إسماعيل، ط1، دار الكنوز الأدبية، بيروت، 1999.
17. كمال راشدي، عولمة الاتصال وأثرها على السيادة الثقافية لدول العالم الثالث، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الدولي، جامعة الجزائر، 2002.
18. محمد المليي، حق المعرفة وحق الأمل، ط1، دار الغرب الإسلامي، لبنان، 2000.
19. محمود عبد الله، الاعلام وإشكاليات العولمة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
20. مصباح عامر، علم الاجتماع : الرواد والنظريات، ط1، دار الأمة، الجزائر، 2005.
21. هشام المكي، ثورتا تونس ومصر : رؤية سيبرانية، مجلة قضايا استراتيجية، العدد3، تونس، ديسمبر 2011.
22. هوشنك أوسي، صناعة الثقافة وتحديات العولمة، <http://www.syriakurds.com/2007/adab/adab5.html>، تاريخ الزيارة 2016/2/23.

المراجع الأجنبية

23. Heléne Bourdelois : La conjonction de la technique de la culture des médias de masse. <http://composite.org/v1/2001.1/articles/bourde.html.30/01/2016>
24. Philippe Breton, L'utopie de la communication: Le mythe du village planétaire, La découverte, Paris, 1997.

25. Warren I. Sussman, Culture as history : The transformation of American society in the twentieth century, Pantheon Books, New York,1973.