

أزمة العولمة في الإعلام العربي : تحليل كفي من المستوى الثاني

د. صابر حارص محمد

تنظر هذه الدراسة إلى العولمة على أنها أم الأزمات سواء في المؤسسة الإعلامية أو في المجتمع ، وتعالج جانباً مغايراً بمدخل مختلف عن كل دراسات العولمة السابقة ، إذ أنها تعيد الأمور لنصابها بتشخيص الأزمة في المؤسسة الإعلامية أولاً قبيل دراسة آثارها أو حتى كيفية إدارتها ، ولا تهتم بأزمات أو مشكلات ناجمة عن العولمة ، بل تهتم بالأصل أو المصدر الذي سبب كل هذه الأزمات ، ومن ثم فهي دراسة في فلسفة الإعلام من منظور مدخلي الأزمة والعولمة ، تعنى بالكلية والعموميات وفقاً لآليات المدرسة النقدية وترى أنها المدخل الطبيعي للانتقال إلى الجزئيات وفهمها على نحو غير مبتور كما هو السائد بالبحوث العربية والأمريكية على السواء ؛

فالإعلام العربي في هذه الدراسة ليس مجرد مؤسسة متناقضة تعمل على تكريس العولمة ومواجهتها في آن واحد، ولكنه شريك أساس في صنع الأزمة تحول من مُعالج إلى مُستغل لتحقيق أغراض خاصة ليست بالضرورة مرتبطة بالمؤسسة السياسية أو حتى بالمؤسسة الإعلامية فحسب ، وإنما قد يصل الأمر لتحقيق أغراض مرتبطة بكل إعلامي على حدة أو بجماعات المصالح السياسية والاقتصادية الدولية والمحلية .

وتتضمن الدراسة :- تشخيص أزمة العولمة وتحديد أبعادها في الإعلام العربي (الوسيلة - القائم بالاتصال - المحتوى) والوقوف على أسبابها والعوامل الذاتية والموضوعية المؤثرة على تصاعدها بمرور الوقت ، والتميز بين مستويين من الأهداف المعلنة والواقعية ورصد آثار الأزمة ومخاطرها الآنية والمستقبلية، ثم تحديد الأدوار المقترحة التي يمكن للإعلام العربي القيام بها في ظل الأزمة لتخفيف حدتها في ظل الظروف الراهنة مع الإشارة إلى قدرات النماذج الإعلامية المتاحة في تحقيق ذلك .

وأظهرت الدراسة أن أزمة المحتوى الإعلامي تكمن في إعادة العولمة لترتيب أجندة القضايا والقيم والأدوار والشرائح المجتمعية المستهدفة وبروز موضوعات وأشكال وبرامج جديدة، بينما تتحدد أزمة القائم بالاتصال في انهيار القيم والواجبات الأخلاقية والمهنية في مقابل بروز قيم الولاء للمصالح الشخصية والمؤسسة الإعلامية وارتفاع سقف الفساد الإعلامي بشكل عام وفساد القيادة الإعلامية وحاشيتها بشكل خاص ومن ثم التقاطع مع مصالح القوى السياسية والاقتصادية المسيطرة ، في حين تحددت

أزمة الوسائل في تراجع أدائها وخاصة وسائل الإعلام "الحكومية وشبه الحكومية" وسيرها باتجاه تفاقم الأزمة وتحقيق أهداف قوى العولة أكثر من تحقيق أهداف الأمة والتخفيف من حدة الأزمة ، وتحول المؤسسة الإعلامية من مجرد تابع سياسي لاسترضاء السلطة لتجنب العقاب وضمان الاستمرار إلى شريك أساس في المصالح واقتسام المكاسب مما أدى إلى تجاوز المسؤولية والضمير الإعلامي ، وكشفت الدراسة عن تعاضم مخاطر الأزمة في الفضائيات أكثر من الانترنت ، وفي الصحافة أكثر من الإذاعة ، وتباين هذه المخاطر بالنسبة للوسيلة الإعلامية الواحدة من شريحة اجتماعية لأخرى فضلاً عن عدم كفاية المؤشرات الحالية باتجاه تحسن أوضاع الإعلام العربي في ظل الأزمة لاعتبارات ذاتية (أخلاقية مهنية) أكثر منها موضوعية (سلطة السياسة ورأس المال) ، وأن بداية الإصلاح يجب أن تنطلق من الذات قبل الموضوع ، كما أبانت النتائج أن الارتباط بالسلطة السياسية واستهداف الربحية والمصالح الخاصة يفسران إمكانية أن تعمل النماذج الإعلامية الدينية والأيديولوجية بشكل أفضل من نماذج الإعلام الرسمي والخاص في التعامل مع الأزمة والتخفيف من حدتها.