

اثر البعد الديني في الإعلام الأمريكي العولمي الجديد

م.د رعد حميد توفيق صالح البياتي *

الملخص :

اصبحت وسائل الاعلام احدى عناصر القوة، واصبح من البديهي القول أن من يملك وسائل الإعلام في هذا الزمن يملك زمام تفكير الشعوب، وتوجهاتهم؛ حيث تحول العالم بفضل هذه الوسائل الاعلامية ونتيجة لهذا الضخ الاعلامي المليء بالأفكار والأيدولوجيات الى تغير في منظومة القيم والأفكار في مختلف اصقاع العالم ، وهذا هو هدف الاعلام الموجه ، والذي كان عامل حسم في كثير من المواقف والصراعات الدينية والسياسية والاقتصادية وحتى العسكرية. يتجاهل الكثير يتجاهل او يتغافل عن حقيقة قوة الإعلام في العصر الحالي، وهؤلاء الذين يتجاهلون او يتغافلون يفضلون متابعة الأخبار التي تنشر عن أهمية الإعلام بشي من الحياد، إذ لا شك أننا نعيش اليوم وفي ظلّ العولمة والتي تعد بالفعل ثورة إعلامية بكل ما تحمله الكلمة من معاني ودلالات، ثورة تلاقح فيها الرقم مع الحرف في تفاعل مع أجهزة الإعلام والكمبيوتر، لتشكل ما يطلق عليه بالطرق السريعة للإعلام، التي ليست لها كوابح تحد من اندفاعها، ولا حواجز تعيق التدفق الإعلامي المنهمر في كل الاتجاهات، وهذا انعكس على ظاهرة احتواء الإعلام من قبل جهات بعينها وانحصر محتوى الرسائل الإعلامية تبعاً لرغبات هذه الجهات إن كانت سياسية أو اقتصادية أو عقائدية أو فكرية.

Abstract

Become the media, one of the elements of power, and it became evident that the have the media at that time have the reins of thinking people, and attitudes; where the transformation of the world thanks to the media and as a result of this pumping media is full of ideas and ideologies to the change in the system of values and ideas in various parts of the world this is a goal-oriented media, which was a deciding factor in many of the attitudes and religious conflicts, political, economic and even military.

*كلية اصول الدين / الجامعة العراقية.



Is still much ignores or misses the fact that the power of the media in the current era, and those who ignore or forget to prefer to follow the news published on the importance of the media Basha of neutrality as there is no doubt that we live today and in the light of globalization, which is already media revolution in every sense of the word meanings and connotations, the revolt of cross-fertilization of the number with the letter in the interaction with the media and the computer, to form the so-called highway of information, which does not have ballasts limit the rush, and barriers that hinder the flow of information pouring in all directions, and this was reflected on the phenomenon of containment of the media before specific and limited points of the content of media messages according to the wishes of the parties that were political, economic or ideological or intellectual.

المقدمة

أصبح من البديهي القول أن من يملك وسائل الإعلام يملك زمام تفكير الشعوب وتوجهاتهم؛ لأن وسائل الإعلام أصبحت إحدى عناصر القوة، حيث شهد العالم بفضل هذه الوسائل الإعلامية ونتيجة لهذا الضخ الإعلامي المليء بالأفكار والأيدولوجيات حالة من التغير المستمر في منظومة القيم والأفكار في مختلف أصقاع العالم ، وهذا هو هدف الإعلام الموجه والذي كان عامل حسم في كثير من المواقف والصراعات الدينية والسياسية والاقتصادية وحتى العسكرية، وهذا ما بين خطر هذه الوسائل الإعلامية ، فالإعلام هو أول علم تم استخدامه للتواصل بين بني البشر⁽¹⁾. من هذا المنطلق ظهرت أهمية وسائل الإعلام التي ضاعفت إيصال المعلومات والأفكار والقيم والعادات إلى الشعوب بصورة مكثفة، فكان نصيب العالم العربي والإسلامي أقل ما يمكن أن يعتمد عليه الدعاة والإعلاميون لنشر ثقافة الإسلام بين أتباعه أو بين العالم الخارجي. لا يزال الكثير يتجاهل أو يتغافل عن حقيقة قوة الإعلام في العصر الحالي، وهؤلاء الذين يتجاهلون أو يتغافلون يفضلون متابعة الأخبار التي تنشر عن أهمية الإعلام بشي من الحياء،



ربما مثل الشعار الذي ترفعه معظم المؤسسات الإعلامية "الحياد"، هذا الشعار الذي لم يكن يوماً من الأيام صحيحاً، إذ لا شك أننا نعيش اليوم وفي ظلّ العولمة والتي تعد بالفعل ثورة إعلامية بكل ما تحمله الكلمة من معاني ودلالات، ثورة تلاقح فيها الرقم مع الحرف في تفاعل مع أجهزة الإعلام والكمبيوتر، لتشكل ما يطلق عليه بالطرق السريعة للإعلام، والتي ليست لها كوابح تحد من اندفاعها، ولا حواجز تعيق التدفق الإعلامي المنهمر في كل الاتجاهات، وهذا انعكس على ظاهرة احتواء الإعلام من قبل جهات بعينها وانحصر محتوى الرسائل الإعلامية تبعاً لرغبات هذه الجهات إن كانت سياسية أو اقتصادية أو عقائدية أو فكرية.

مشكلة البحث: تتحدد مشكلة البحث في تساؤل رئيسي هو: هل أن الإعلام الأمريكي ومن خلال عولمة الإعلام له بعد ديني يسعى إلى تحقيقه؟. ويتفرع عن هذا السؤال تساؤلات فرعية:

1. لماذا تستأثر الولايات المتحدة الأمريكية بالسيطرة على الشركات الإعلامية العملاقة؟.
 2. ماهي أبعاد مصطلح النظام العالمي الجديد، وهل يحمل في طياته أهداف دينية وعقائدية؟
 3. إلى أي مدى أثر البعد الديني في الإعلام الأمريكي؟
 4. كيف انعكس فكر القادة السياسيين وانتماءاتهم الدينية على تكوين إعلام أمريكا؟
- فرضية البحث: يفترض الباحث فرضية لبحثه تقول: إن الإعلام الأمريكي يقوم أساساً على بعد ديني كنسي أو ماسوني بحسب من يملك هذا الإعلام، وإن عولمة (أمركة) هذا الإعلام يتحد والغاية منه في إشاعة عقيدة واحدة وفكر واحد خلاف ما يتداوله الإعلام الأمريكي من عالميته.
- أهداف البحث: يتم تحديد الهدف من خلال المشكلة، فكل بحث دون هدف لا يعد بحثاً تاماً⁽²⁾، لذا كانت أهداف البحث ما يأتي:

1. معرفة دور البعد الديني في تكوين إعلام الولايات المتحدة الأمريكية.
 2. معرفة ما محتوى الرسالة التي تكمن في مكان هذا الإعلام.
 3. قراءة الفكر الديني كمحرك لسياسة أمريكا الخارجية عن طريق إعلام حامل لعقيدة معينة.
- منهجية البحث: اتخذ البحث المنهج الوصفي للبحث عن المكان والغايات الدفينة وراء تكتلات الإعلام الأمريكي وأبعاده وخلفياته الدينية. إذ يساعد البحث الوصفي على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية أو عدة فترات من أجل التعرف



على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى أو المضمون للوصول الى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره⁽³⁾.

هيكلية البحث: يتكون البحث من مقدمة وثلاثة مباحث وخاتمة تتضمن أبرز النتائج
المبحث الأول: مستقبل الإعلام الأمريكي بين العالمية وعولمة الاعلام.
المطلب الاول: الإعلام الأمريكي بين العالمية والعولمة
المطلب الثاني: مستقبل العولمة الإعلامية

المبحث الثاني: الخلفية الدينية للإعلام الأمريكي وحقيقة مواجهتها
المطلب الاول: الخلفية الدينية للإعلام الأمريكي
المطلب الثاني: أشكال البعد الديني لعولمة الإعلام
المطلب الثالث: حقيقة المواجهة وسبل الحفاظ على الهويات الخاصة

المبحث الأول : الإعلام الأمريكي بين العالمية والعولمة ومستقبل العولمة الاعلامية

المطلب الاول: الإعلام الأمريكي بين العالمية والعولمة

إن الموضوع الذي يهدف إليه رجال الإعلام على الدوام هو فرض مضمون معين ذي طبيعة محددة على الجمهور المستهدف؛ وهذا الفرض يقوم على "قولبة" الفكر والرؤية والذوق والوجدان وهذه القولبة أو العولمة تقوم على تهيئة محور تحدده جهة معينة تسيطر على وسائل الإعلام. إن هذا الإعلام الموجه أو المقولب يكون موجه إلى جهة معينة مستهدفة ويتوقع أن يستجيب هذا الجمهور لهذا النوع المقدم من الإعلام استجابة يظهر عليها التغذية المرتدة المرجوة. إن هذا النوع من الإعلام موجه في الأصل إلى العالم الآخر ماعدا الشعب الأمريكي الذي بلغ من التقدم على صعيد الاقتصاد والمعرفة درجة تجعله في وضعية يستطيع معها أن يستجيب لهذا النوع المقدم من الإعلام استجابة يحكمها قانون الملائمة والتكيف، بمعنى أن قسما كبيرا من الناس يستطيعون التكيف بصورة أو أخرى مع الإعلام الذي يمارسه هذا النوع.



بعبارة مختصرة إن الإعلام المعولم، هو بعنفه وإغراءاته بإيجابياته وسلبياته، جزء ومظهر من الحضارة الغربية وهو "جزء" و"مظهر"، لا "نتاج"، لأنه مندمج فيها اندماج الجزء في الكل الذي ينتمي إليه أي أن الأيدلوجية الطبيعية للمجتمع الغربي تنعكس على إعلامه، وهي السمة التي تبرز أن الأيدلوجية بشتى مجالاتها الثقافية والحضارية والعقائدية تحدد نوعية الإعلام.

لهذا فإن من أبرز المكامن التي يهدف إليها الإعلام الغربي ولا سيما الأمريكي هو جعل نفسه إعلام عالمي والإشهار بهذا الاتجاه وإقامة الدعايات لهذا الأمر، أي جعل الإعلام الأمريكي يظهر للجماهير في بقاع الأرض كافة أنه إعلام لكل فئات الشعوب وعلى اختلاف أيدلوجياتهم ومعتقداتهم.

العالمية هي انتقال الظواهر من الطابع الوطني أو القومي إلى الطابع العالمي، وهي ظاهرة موضوعية يتحدد مدى انتشارها بمستوى تطور القوى المنتجة والثقافات، وهي بونقة كونية لتفاعل الأمم في إطار مجتمع إنساني تقوم العلاقات فيه، على أساس التكافؤ، فلا يلغي طرف الأطراف الأخرى⁽⁴⁾، مجتمع يقوم على التعددية الثقافية، والاقتصادية، والسياسية، والاجتماعية وهذا خلاف الحقيقة الماثلة التي تشاهد يوميا من على وسائل الإعلام الرقمية أو التقليدية بكونه إعلام معولم أو مؤمرك تسلطي على الثقافات، يهيمن فيه الطرف الأكثر قوة في المضامين الاقتصادية والعلمية والتطبيقية.

يتحدد مفهوم عولمة الإعلام في أنه سمة رئيسية من سمات العصر المتسم بالعولمة وهي امتداد أو توسع في مناطق جغرافية مع تقديم مضمون متشابه، وذلك كمقدمة لنوع من التوسع الثقافي نتيجة ذلك التطور لوسائل الإعلام والاتصال، التي جعلت بالإمكان فصل المكان عن الهوية، والقفز فوق الحدود الثقافية والسياسية والتقليل من مشاعر الانتماء إلى مكان محدود، أو الانتماء إلى هوية ما عقائدية أو حضارية، وهو ما ترنوا إليه شركات الإعلام الغربية بصورة غير معلنة.

كما أن العولمة يمكن اعتبارها المرحلة النهائية من الكوكبية التكنولوجية - الاقتصادية والإعلامية في ضوء التحولات الهائلة والجذرية التي طرأت على خريطة العالم بفعل ثورة الاتصالات والمعلومات⁽⁵⁾. ويمكن وصفها أيضا مجتمع عالم يتشكل تحت اسم العولمة أو ما بعد الحداثة من المخلوقات والمنتجات أو الأنظمة والآليات أو القوى والعلاقات أو الهويات والذوات، وكما يتجلى ذلك على غير صعيد وفي غير حقل من النشاط البشري والتطور الحضاري، اتصالات



سريعة وتخوم مفتوحة، موارد افتراضية ومبادلات مختلفة الأشكال، تدفقات عالمية وعلاقات متعددة الخطوط، منظومات تراثية مرنة، وشركات سلطوية معقدة، هجرات بشرية متزايدة، وهويات ثقافية مهجنة أو هجينة على أرضية جديدة جغرافية حقيقية أو افتراضية ذات تعددية قصوى، وخريطة لعالم جديد حيث الحدود غير ثابتة والقدرات غير محدودة.

إن من الأوائل الذين تطرقوا إلى هذا الموضوع حيث استخدم مصطلح "العولمة" معرفياً على لسان العالم السوسيولوجي⁽⁶⁾ الكندي مارشال ماكلوهان⁽⁷⁾، أستاذ الإعلام السوسيولوجي في جامعة تورنتو، عندما صاغ في نهاية الستينات مفهوم "القرية الكونية"⁽⁸⁾. وأول من تبني فكرة مفهوم العولمة بعد عالم السوسيولوجيا الكندي "مارشال ماكلوهان" هو "بيغنيو بريجنسكي" مستشار الرئيس الأمريكي كارتر (1977-1980م) الذي أكد على ضرورة أن تقدم أمريكا - التي تمتلك 65% من المادة الإعلامية على مستوى العالم - نموذجاً كونياً للحدث، يحمل القيم الأمريكية التي يذيعونها دوماً في الحرية وحقوق الإنسان⁽⁹⁾.

تشير عولمة الإعلام إلى تركيز وسائل الإعلام في عدد من التكتلات الرأسمالية العابرة للقارات لاستخدامها في نشر وتوسيع نطاق النمط الرأسمالي في كل العالم من خلال ما يقدم من مضمون عبر وسائل الإعلام في المجالات المختلفة.

أن عولمة الإعلام هي التقدم المذهل وغير المسبوق في تكنولوجيا الاتصال وضغط المكان والزمان مع تقديم مضامين وصور متشابهة تتجاوز الحدود الجغرافية والسياسية والثقافية بين الشعوب، كما أنها تركيز وتوسع ملكيات وأنشطة الشركات متعددة الجنسية العاملة في مجال الإعلام والاتصال.

أمام هذه التعريفات يضع المفكر الدكتور محمد شومان تعريفاً لعولمة الإعلام بقوله: إنها عملية تهدف إلى التعظيم المتسارع المستمر في قدرات وسائل الإعلام والمعلومات على تجاوز الحدود السياسية والثقافية بين المجتمعات بفضل ما توفره التكنولوجيا الحديثة والتكامل والاندماج بين وسائل الإعلام والاتصال والمعلومات لدعم عملية توحيد ودمج أسواق العالم من ناحية وتحقيق مكاسب لشركات الإعلام والاتصالات والمعلومات العملاقة متعددة الجنسية على حساب تقليص سلطة ودور الدولة في المجالين الإعلامي والثقافي من ناحية أخرى⁽¹⁰⁾، وعليه يعرف الباحث عولمة الإعلام بانها: استلاب استقلالية محتوى الإعلام العالمي وإرساله بشكل وقالب واحد وبحسب وجهة نظر واحدة من حيث المحتوى لا من حيث أسلوب الإرسال.



إن مفهوم عولمة الإعلام بدأ بإرهاصات ابرزت الدور المستقبلي للإعلام والاتصال كما أكد على تفاعله - تأثراً وتأثيراً - وتداخله العميق في مجالات الثقافة والاقتصاد والسياسة، وإذا كانت السياسة والاقتصاد والإعلام عناوين كبرى متناقضة في مدارس واتجاهات، إلا أنها متلاقية في ميادين واسعة للعولمة وتجلياتها⁽¹¹⁾.

تتضمن أبعاد عولمة الإعلام كما هو واضح من المفهوم عملية التكامل والاندماج بين وسائل الإعلام الجماهيري وتكنولوجيا الاتصال وثورة المعلومات وتطور الحاسبات وشبكات الهاتف والجوال وشبكات المعلومات وتقنيات البث الفضائي والاتصال المتعدد والوسائط والاتصال التفاعلي وشبكة الإنترنت، وإن تركيزنا على الوسائط التي تستخدمها هذه "العولمة" من شبكة اتصالات عالمية وقنوات تلفزة فضائية وهاتف عالمي محمول إلى كل بقعة وعبر كل مجال دون قيد أو رقابة، يأتي من باب إعتبار هذه الوسائط هي الوسائل التي تستخدمها العولمة الثقافية في نشر مضامينها المختلفة

إن هذا التكامل والاندماج بين الوسائل أحدث تحولات هيكلية في بنية العمليات الاتصالية وأتاح للمتلقين إمكانات غير محدودة للإختيار والتفاعل الحر مع القائمين بالاتصال وتبادل الأدوار الاتصالية وكسر مركزية الاتصال وكذلك أسهمت تلك الوسائل في التسويق والترويج والتجارة على الصعيد المحلي والدولي، مما أتاح لشركات الإعلام الغربية ولا سيما الأمريكية أن تبث من خلال الاتصال ما تؤمن به من سياسيات واستراتيجيات للعالم أن كانت متعلقة بتغيير خارطة العالم أو تغيير الهويات الدينية أو القومية، وجميع ذلك كان في صالح من يقومون بوضع الاستراتيجيات العامة للشركات المنتجة للإعلام وانتماءاتهم العقائدية، فضلا عن التعبئة الدينية التي سنشاهدها جليا في المباحث اللاحقة.

لقد حولت العولمة الإيديولوجيا إلى فيديولوجيا (vedeologie) قائمة على أشرطة سمعية بصرية، فالفيديولوجيا أكثر ضبابية وأقل وثوقية من الإيديولوجيات السياسية التقليدية، لكنها مع هذا تنجح في زرع القيم الجديدة التي يحتاج إليها إزدهار أفكار معينة؛ لأنها تجمع بين الصوت والصورة ومالهما من تأثير على طريقة الإقناع للجماهير، إنها إيديولوجيا تفرض على الشعوب إختياراً مستحيلاً، إما التقليد الأعمى للغرب الذي يقطعها عن ثقافتها الخاصة، أو سلب الهوية أو ثورة التشبث بالهوية التي تفصل هذه الشعوب عن الحداثة، وهو الغاية التي تبحث عنها وسائل



الإعلام الغربية محاولة ربط الجماهير بوسائل الإعلام ومحتواها بغض النظر عن صدقيته من عدمها، وذلك تحت نظرية تطبيق مفهوم الاستخدامات والاشباعات⁽¹²⁾.

لا شك أن النفوذ الأمريكي حالياً أصبح قوياً سواء كان على الصعيد السياسي أو الإقتصادي أو الإعلامي وعلى هذا الأساس يتجه البعض إلى إطلاق مصطلح الأمركة بدلاً من العولمة لقوة وسيطرة الولايات المتحدة الأمريكية على العالم اليوم، فإن ثمة جهوداً خارقة تُبذل لكي يتخذ العالم صورة واحدة، أو نظام عالمي موحد، ولا ريب في أن المحصلة النهائية لمثل هذا التطور ستكون في سيادة المجال الثقافي والإعلامي، كما يتنبأ الفنان كورت روي ستون بمفردة: يبقى في العالم أجمع الصراخ والزعيق الأمريكي⁽¹³⁾.

إذن فالمستقبل: هو لمن يسيطر على وسائل الإعلام الحديثة، ويستخدمها استخدام الحريص على أفكاره، والذي لا يهمل إدارتها للترفيه والتسلية فقط.

أما فيما يتعلق ببداية تطور العولمة الإعلامية، يمكن القول أن التحول الضخم في اتجاه العولمة في مجال الإعلام قد بدأ من القرن الماضي، وكانت البداية أفرعاً لمؤسسات وموزعين لمنتجات إعلامية، ثم تطورت الأمور مع التوسع الاقتصادي والنمو السكاني والانفتاح السياسي والاقتصادي بين الدول، كما استطاعت مجموعة من المؤسسات الإعلامية أن تفهم حاجات المجتمعات المختلفة للمواد الإعلامية مما ساعدها على تطوير أدوات إيصال لهذه المواد مستفيدة من التطور التقني الواسع في ميدان الاتصالات.

بدأت المؤسسات الإعلامية الأمريكية القوية في موطنها في تكوين شركات متعددة الجنسيات وشراء أنشطة ومؤسسات إعلامية في البلدان الخارجية المختلفة، وهذا الشراء لمحتوى الرسائل الإعلامية يضمن التبعية لها.

مر كل ذلك على تحالفات إستراتيجية مع الجهات المحلية القوية مستفيدة بدرجة كبيرة من النفوذ الأمريكي السياسي في العالم وتهوي أدوات المنع أو الرقابة ووسائلهما في البلدان المختلفة، وهذا الأمر استفادت منه الكثير من الجهات المعاصرة.

إن العديد من السمات والملامح التي تتميز بها عولمة الإعلام يذكر الباحث أهمها: هيمنة الشركات الأمريكية على قطاع الإعلام والاتصال والترفيه، والمقصود بهذا السيطرة على الملكية وعلى المضمون والأشكال المنتجة⁽¹⁴⁾.



وجميع ما مر أدى إلى ظهور شركات عملاقة تعرف باللاعبين الكبار وهي ديزني وبرتلمان وتايم وارنر وفياكم وشركات الأخبار وتعمل هذه الشركات وفق آليات السوق والإنتاج الضخم لكي ينشر ويستهلك على نطاق واسع بين أكبر عدد من المستهلكين وبالتالي تخفيض تكلفة الإنتاج وقد لا تراعي هذه الشركات القيمة الفكرية أو الثقافية للمضامين والبرامج المنتجة لكنها تركز على الشكل والجاذبية.⁽¹⁵⁾

المجموعات الإعلامية الدولية الكبرى

هناك خمس مجموعات رئيسة كبرى تعمل ولها حضور إعلامي على مستوى العالم ولها حضور دولي كبير متفاوت من مؤسسة لأخرى، وهذا عرض لأبرز أنشطة هذه المجموعات:

1 - تايم وارنر : Time Warner

أكبر مؤسسة إعلامية في العالم؛ إذ تفوق مبيعاتها 25 بليون دولار، ثلثها من أمريكا والباقي من العالم. ويتوقع ارتفاع دخلها من خارج أمريكا إلى 50%، وتمتلك العديد من الأنشطة الإعلامية المتنوعة.

2 - مجموعة برتلزمان Bertelsmann :

أكبر مجموعة إعلامية في أوروبا وثالث أكبر مجموعة في العالم. دخلها السنوي يجاوز 15 بليون دولار، وتتميز بأن لها تحالفات وتعاوناً مع العديد من المجموعات الإعلامية الدولية في أوروبا واليابان .

3 مجموعة فياكم Viacom:

مجموعة إعلامية قوية في أمريكا؛ وربع دخلها السنوي (13 بليون دولار) من خارج أمريكا، ولها نشاط محموم للتوسع الدولي؛ حيث أنفقت بليون دولار في السنوات الأخيرة للتوسع في أوروبا، ولها تحالفات مع العديد من المجموعات الإعلامية ونشاطها متنوع.⁽¹⁶⁾

4 - ديزني Disney :

أكبر متحدٍّ لمجموعة تايم وارنر في العولمة الإعلامية. لها دخل يفوق 24 بليون دولار، ولها حضور قوي في مجال الأطفال بل تعتبر أكبر منتج لمواد الأطفال في العالم، ولها حضور من أقصى الشرق (الصين) إلى أوروبا والشرق الأوسط حتى أمريكا اللاتينية.

5 - نيوز كوربريشن News Corporation :



خامس أكبر مجموعة إعلامية من حيث الدخل (10 بليون دولار) لكنها أكبر لاعب دولي في مجال الإعلام حول العالم. أسس المجموعة روبرت مردوخ ويملك حالياً ثلثها، ولها وجود في جميع أنحاء العالم من خلال أنشطتها الإعلامية⁽¹⁷⁾.

المطلب الثاني: مستقبل العولمة الإعلامية

إذا كان عصر العولمة يعني في جوهره رفع الحواجز والحدود أمام الشركات والمؤسسات والشبكات الدولية والاقتصادية والإعلامية والثقافية، كي تمارس أنشطتها بوسائلها الخاصة لتحل محل الدولة في ميادين المال والاقتصاد والإعلام. وإذا كان التفوق التكنولوجي قد أتاح للغرب إمكانية التحكم في صناعة المعلومات والاتصال والترفيه من خلال الشركات العملاقة والشبكات الدولية، إلا أن هذا المجال لا يزال يمثل الساحة الرئيسية لشكل وآفاق الصراع في المستقبل، وهذا يوضح أن ميدان الصراع القادم هو الحلبة الثقافية والإعلامية، وهي مجالات لن تصمد فيها إلا الأمم والشعوب التي لها ثقافات قوية، وإعلام يجعلها متجددة وقادرة على المنافسة، وجذب الاهتمام وإقناع المتلقي والحصول على ثقته، وهكذا أصبحت هذه الثورة الإعلامية إحدى علامات العولمة وتجلياتها الأشد وضوحاً وأثراً.

أصبح الإعلام والعولمة توأمان، لا ينفك أحدهما عن الآخر، فعصر الإنترنت والفضائيات قربت المسافات والاتصالات بين الجميع، ولم يعد هناك أي قوة تحجب المعلوماتية، فإن كلا الظاهرتين متلازمتان لا يمكن أن ينفك أحدهما عن الآخر على الأقل في عالمنا المعاصر الذي طوى شوطاً من الزمن توسعت فيه دائرة العولمة من ناحية وكثرت وتشعبت وسائل الإعلام فيه من ناحية أخرى، وقد أثرت العولمة وبحد كبير على الأنشطة الإعلامية في عالمنا المعاصر ولا تخلو اليوم أية ظاهرة من ظواهر الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية وحتى الترفيهية إلا ولعبت فيها وسائل الإعلام دوراً يكاد أن يكون الأهم.

لعل العالم اليوم يدرك مدي وأهمية الدور الذي لعبته وتلعبه وسائل الإعلام في فرض الهيمنة والسيطرة على الشعوب وتغيير هويتها وثقافتها بفرض قيم وثقافة مختلفة تماماً عن ثقافتها الأصلية بل ومتناقضة معها، فهي تسعى إلى تدمير الذات وتغريبها عن نفسها وعن مجتمعتها وواقعها.

لقد نجح الغرب بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية عبر وسائل الإعلام كما ونوعاً في أن يفرض هيمنته وسيطرته وثقافته على أغلب شعوب الأرض حتى بدا للكل أن نموذج الحياة الغربية



هو ليس الصحيح فقط بل الحق أيضاً، وتغيرت مفاهيم ومصطلحات وقيم ومبادئ دينية وأخلاقية وسياسية واجتماعية وثقافية.

ان المتابع لوسائل الإعلام بكافة أنواعها والتلفاز والسينما والإنترنت على وجه الخصوص لا يخفى عليه الحضور الأمريكي الطاعي؛ لدرجه أن أصواتاً عدة ارتفعت في أوروبا لمقاومة المد الإعلامي الأمريكي الغازي، وفي الوقت نفسه بدأ السعي الحثيث لدى بعض المؤسسات الإعلامية الأوروبية نحو العولمة، بدءاً بالانتشار الواسع داخل أوروبا نفسها ثم الانطلاق نحو الأسواق الخارجية لا سيما ذات الثقافة واللغة المتشابهة.

تعد أمريكا أكبر دولة في العالم اقتصادياً وسياسياً؛ وفي جانب الاتصالات هي الأولى وكذلك في جانب الكمبيوتر، أما الإعلام فلا يوجد لها منافس حقيقي على الساحة الاعلامية، وهذه الحقيقة تعطي تصوراً واضحاً للمستقبل الإعلامي العالمي في ظل قيادة امريكية للاعلام الدولي، وتداخل الإعلام مع التقنية في الكمبيوتر والاتصالات تجعل القدرة الأمريكية في استمرار الهيمنة الإعلامية مؤكدة؛ خصوصاً إذا انتبهنا إلى الأسلوب المستخدم في الإعلام والذي يعتمد على الإيحاء والخيال الواسع والصورة والحركة لإيصال الرسالة الإعلامية بعيداً عن الكلام الكثير والحشو المطول، فضلاً عن ذلك يُشاهد أن التوسع الإعلامي أفقي وعمودي؛ وقد استفاد من التحالفات المحلية (في المناطق القوية) والسيطرة والاحتكار (في البلدان الضعيفة).

كذلك فإن النظرة للعولمة من جهة الشركات الإعلامية الغربية والأمريكية على وجه الخصوص يزداد مع الأيام، والقناعة به بدأت تسري حتى في المؤسسات المتوسطة والصغيرة فضلاً عن الكبيرة. هذا الأمر (العولمة الإعلامية) سيتجذر مع مرور الأيام، وسيصبح جزءاً مفهوماً من الواقع العالمي. وبالطبع سيتأثر هذا الأمر بمدى المقاومة السياسية والدينية للبلدان المستهدفة وبمدى قدرتها على المقاومة أصلاً أو حتى برغبتها في ذلك أو عدم الرغبة.

كذلك سوف تتعرض البلدان المتخلفة لضغوط سياسية واقتصادية للقبول بهذا الواقع الإعلامي الجديد من باب: حرية الرأي، وحقوق الإنسان، والإعلام الحر، وتبادل الثقافات، وحوار الحضارات، ولا يُنسى أيضاً أن الشركات الإعلامية تتحرك بمساعدة حكومية من بلدانها الأم وهي تنظر إلى الناس (في كل مكان) أنهم مستهلكون لسلع هم ينتجونها، ولا ينظرون إليهم بصفتهن مواطنين في بلدانهم لهم ثقافتهم الخاصة وعقائدهم المتميزة.



المبحث الثاني : الخلفية الدينية للإعلام الأمريكي وحقيقة مواجهتها

المطلب الاول: الخلفية الدينية للإعلام الأمريكي

أدرجت الكنيسة منذ البداية دور وسائل الإعلام الواسع والمتعدد الوجوه. وعبر البيان الصادر عن المجمع المسكوني الفاتيكاني الثاني عام 1963، عن أهمية ما أسماه "وسائل الإعلام الاجتماعي"، أي الصحافة والسينما والراديو والتلفزيون وما شابهها، فأعتبرها من "الاكتشافات... التي استلقتها عبقرية الإنسان... بعض من الله"⁽¹⁸⁾،

كما يشير تاريخ الولايات المتحدة الأمريكية إلى أن "عبارة إسرائيل" تأصلت في الروح وتشربها الجسد الأمريكي حتى النخاع. ويعزى ذلك إلى "التهود البروتستانتي" منذ كتب مارتين لوتر، تحت ذريعة "يهودية المسيح"⁽¹⁹⁾، مع أن القول بأن المسيح يهودي لا يستقيم إلا إذا سلمنا بأن كون المرء يهودياً ينشأ عن انتمائه عرقياً إلى جنس "هو اليهود، أو قومياً إلى "شعب" هو اليهود، في حين أن كلا الادعاءين زائف من أساسه لأن اليهود هم أناس من أعراق وشعوب مختلفة ينتمون إلى ديانة هي "اليهودية" فيستمدون تسميتهم منها وليسوا "جنساً" أو "شعباً"⁽²⁰⁾

ونتيجة للخلفية الدينية وتحت تأثير القيم الروحية والثقافية والسياسية السائدة في الولايات المتحدة الأمريكية، أو تحت تأثير تشكيل الأفكار (غسيل الادمغة) المرادف لظهور الصهيونية واستغلالها البشع لما يسمى بـ "الهولوكوست"⁽²¹⁾، وصلت نسبة الأمريكيين المؤيدين لإنشاء "إسرائيل" عام ١٩٤٨ إلى درجة عالية بين المسيحيين الأصوليين، الذين يؤمنون بأن قيام الدولة اليهودية جاء تحقيقاً للنبوءات التوراتية، وأن هذه الدولة ستلعب دوراً مركزياً في مخطط السماء للأرض⁽²²⁾، وأصبح كل المسيحيين الأمريكيين تقريباً ينجحون تجاه المنطقة نهجاً أقل ما يوصف به أنه قائم على صلة روحية دقيقة مع "إسرائيل". ويميل إلى اتخاذ موقف المعارضة أو التشكك من كل ما ينطوي على شبهة التساؤل عن صواب سياساته⁽²³⁾ فالدين في الولايات المتحدة أصبح يعني عملياً "التهود البروتستانتي". ومنذ بدء الإعداد لوضع المشروع الصهيوني موضع التنفيذ ظهرت تحركات دينية كبرى على الساحة الأمريكية يمكن إيجازها في ما يلي:

١ - تدهور المكانة الاجتماعية، والسطوة الدينية للمؤسسة التقليدية سواء في جناحها البروتستانتي أو جناحها الكاثوليكي.

٢ - نفوذ ديني متعظم ومكانة اجتماعية أقوى للتيار الإنجيلي ولا سيما لرافده الأصولي.

٣ - انخراطاً قوياً وملحوظاً للإنجيليين والأصوليين في الساحة السياسية.



٤ - حركة إحياء قومية لليهودية الأمريكية.

٥ - اتجاهاً قوياً إلى الائتلاف ثم إلى التحالف بين المسيحية واليهودية .

لعل من يذكر ان ظهور وبروز التدين في الشعب الامريكي اوضح من الشعوب الأوروبية في حين ان المسيحية قد نشأت فيها وترعرعت وهذا يرجع الى ان امريكا لم تعان مثل ما عانت اوربا من محاكم التفتيش المسيحية ولم تلق الاضطهاد الذي لقيته الدول الاوربية، فمنذ بادئ الأمر كان الإعلام الأمريكي مجنّداً بأغلبية ساحقة لإنشاء " وطن قومي لليهود في فلسطين، كما دعا" وعد بلفور. "(24)

إن أهم هدفين رئيسيين يسعى الإعلام الموجه من قبل اللوبي الصهيوني إلى تحقيقهما، هما إرباك الرأي العام الأمريكي تجاه الإسلام والعالم الإسلامي، وإيجاد حالة من الخوف والترقب من كل منهما (الاسلاموفوبيا) ولا شك أن تأثير اللوبي الصهيوني على الإعلام الأمريكي واضح وملحوس، ويستمد قوته من عدد من العناصر الهامة، ومنها:

1. الاختراق الإعلامي: وصول عدد كبير من الموالين لهذا اللوبي إلى مراكز إعلامية هامة،

وسيطرتهم على عدد كبير من غرف التحرير في الصحف والمجلات والقنوات التلفزيونية .

2. السطوة الإعلانية: إن للقوة المالية التي تتمتع بها الشركات المرتبطة بهذا اللوبي، قدرة

على استخدام الميزانيات الاعلانية كوسيلة ضغط لتحقيق أهداف فكرية وسياسية، ونظراً

لأن أغلب وسائل الإعلام الأمريكية هي مؤسسات ربحية بالدرجة الأولى، فإن الإعلان يعد

أهم مصدر من مصادر التمويل والربح لهذه المؤسسات الإعلامية، وبالتالي فإن من يملك

التصرف في الميزانيات الاعلانية يمكن أن يتحكم في المحتوى الفكري للرسالة الإعلامية

ويمكن أن يؤثر أيضاً على المصادقية لوسيلة الإعلام.

3. استملاك وسائل الإعلام: قام التيار الصهيوني والمسيحي المتطرف منذ أكثر من قرن

بشراء العديد من الصحف والمجلات ووسائل الإعلام الأخرى، وإخضاعها بصورة أو أخرى

لأهداف التيار بشكل غير مباشر، مع استمالة الرأي العام عن طريق اللعب على الغرائز،

والإسفاف الإعلامي، وغير ذلك من الوسائل التي اشتهر بها هذا التيار تاريخياً.

4. ضعف الثقافة الاعلامية: المجتمع الأمريكي بطبعه لا يهتم بقضايا العالم الخارجي، ولا

يعنى بصراعات العالم طالما أنها لا تؤثر على حياته اليومية، ولذلك نجح التيار المتشدد

في استغلال هذا الجهل العام لإعادة صياغة رؤية الرأي العام الأمريكي تجاه أولويات



اللوبي الصهيوني⁽²⁵⁾، ومنها التكتل ضد العالم الإسلامي والدفع باتجاه قيام نظام عالمي جديد تحكمه عقائد دينية ماسونية بوهيمية، وفي إحصائية اتضح بأن 25% من الـ 1600 صحيفة يومية في أمريكا يملكها ناس مستقلون والباقية تابعه لليهود بل العالم اليوم إعلامياً بيد اليهود يشكلون بوعيه ما يشاءون، حتى أكبر المجلات الأمريكية وهي التايم ونيوزويك ونيوز أند وورلد ريبوت تعتبر أكثر المجلات الأسبوعية توزيعاً بأمريكا المسؤول التنفيذي لها هو جيرالد ليفين اليهودي⁽²⁶⁾.

لا تكتفي المؤسسات السابقة بالمشاركة في صناعة الاستراتيجيات والايديولوجيات بل تتجه نحو صياغة تفكير العقول عبر الهيمنة على الإعلام من خلال شركات ومؤسسات إعلامية عملاقة، فالولايات المتحدة تتحكم بحوالي 80 بالمئة من الصور المبتوثة في العالم، فضلاً عن ذلك أن 90 في المئة من مواقع شبكة الانترنت هي مواقع أميركية، وهذه العوامل تسهم في تعميم وتسويق الأفكار الأميركية، بل تنشر بنشاط النموذج الأميركي لنمط العيش في مختلف أنحاء العالم⁽²⁷⁾.

أما فيما يتعلق بدور النشر والكتب فاليهود كذلك لهم سيطرة تميل للمطلقية على هذه الدور ، فأكبر ثلاث دور نشر وهي راندوم هاوس وفروعها كراون بيليشينغ غروب وسيمون شاستر وتايم وارنتر غروب ووارنر بوكس وليتل وبراون ونادي كتاب الشهر ، يسيطر اليهود على اثنين من ثلاثة عدا راندوم هاوس التي يحتل اليهود بها مواقع هامة ولا يسيطرون عليها بالكامل ، فأى كتاب ينتقد اليهود أو حليفها التيار المسيحي المتشدد ، أو يحاول أن يفضحهم يتعرض للطرد ولا يمكن أن تتم طباعة كتبه إلا فيما ندر، فمثلاً كتاب (الأكثرية المطرودة) للكاتب ويلموت روبرتسون لم يجد له ناشر لأن الناشرين غالبيتهم يهود وقد هُدد من يتعامل مع الكتاب من الصحف بأن تسحب الإعلانات التي تسيّر الصحف وما كان من الكاتب إلا أنه باع 150000 نسخه من كتابه عبر البريد والمشافهة⁽²⁸⁾.

كما لا يخفى أهمية استخدام الآليات الحديثة والتقنية المتطورة لخدمة عقائد الإعلام الأمريكي وأهدافها فمكوك الفضاء (تشالنجر) التقط صوراً سنة 1988 لما ادعى أنه بقايا مدينة توراتية أسطورية في الطرف الجنوبي لشبه الجزيرة العربية، بالتحديد في منطقة الربع الخالي كانت تسيّر إليها سفن النبي سليمان (عليه السلام) من نواحي فلسطين بحسب الرواية⁽²⁹⁾.



اذ أن التطور التكنولوجي له ارتباط وثيق بالأبعاد الدينية، فالكل اليوم يلمس بأن لها ارتباطاً خيطياً لا ينفصم مع مبتكرات التكنولوجيا الحديثة ولا سيما في مجال الاتصال والمعلوماتية، والثورة الرقمية الحديثة، الذي يتجسد بشكل أساسي في البث التلفزيوني والإذاعي الذي أصبح يعتمد أساساً على الأقمار الصناعية، وأيضاً في الصحافة المكتوبة وشبكة الاتصالات الدولية الإنترنت⁽³⁰⁾، ووظفوا كل هذا لتحقيق مبادئ اتخذت شكل عقائد وأهداف دينية⁽³¹⁾، فلا غرابة أن يرى سيطرة واضحة لأصحاب الأموال اليهود والماسونيين على أكبر وأضخم شركات اليهود السمعبصرية، كشركات التلفاز والسينما⁽³²⁾.

وتشير بعض الإحصائيات إلى أن أكثر من 90 % من مجموع العاملين في الحقل السينمائي الأمريكي إنتاجاً وإخراجاً وتمثيلاً وتصويراً، هم من اليهود⁽³³⁾، إذ تنتشر هذه الشبكات في الولايات الأمريكية ما بين 700 - 1100 شبكة بث تلفزيوني وتعد الشبكات الثلاث المسماة (A.B.C- C.B.S- N.B.S.) أشهر شبكات البث التلفزيوني في العالم⁽³⁴⁾.

كما لا يخفى أن الأبعاد الحقيقية للمواجهة، وللمخططات الأمريكية وسياساتها هي إستراتيجية محكمة من أجل السيطرة على مواقع عديدة في العالم ، ولتؤكد مدى سيطرة البعد الديني على خريطة الأحداث الدولية والتي يصنع الغالب منها الإعلام.

وسرعان ما تصدر مفهوم " صدام الحضارات " الذي سكه صمويل هنتنجتون جدول أعمال هذه الأبعاد ، وما لبث أن أزاح غيره من مفاهيم وتسميات ومصطلحات عن دائرة الاهتمام أو الحوار، فالصراع في العالم الجديد، كما يقول هنتنجتون لن يكون إيديولوجيا أو اقتصاديا، بل سيكون الانقسام الكبير بين البشر، والمصدر الغالب للصراع ثقافيا، كما يعلن أن الدين محوري في العالم الحديث، وربما كان الفكرة المركزية التي تحرك البشر وتحشدتهم، وتتجدد الهوية الثقافية عند هنتنجتون بالتضاد مع الآخرين، وفي الحروب تترسخ الهوية، ويتحقق التماسك الاجتماعي بدلا من الانقسام الذي يتطلب زواله وجود محور مشترك⁽³⁵⁾.

وفي هذا المجال يقول (روبرت ويكس) أستاذ الإعلام في جامعة أركنساس الأمريكية في كتابه (فهم جمهور الإعلام) الذي صدر عام 2001 : (إن الإعلاميين يبنون رسائلهم على ثقافتهم ومعتقداتهم ومواقفهم ، ورسائلهم الإعلامية هي انعكاس لمواقف مسبقة قد تؤثر على بناء الرسالة الإعلامية ومضمونها ، وإن المؤسسات الإعلامية تؤثر أيضا في بناء الرسالة الإعلامية وتوجهاتها ، وإذا اتفقت توجهات الأفراد مع توجهات المؤسسات فإن ذلك يعزز من الأثر الذي



تحديثه الرسالة الإعلامية المصبوغة بصبغة الإعلاميين ومعتقداتهم⁽³⁶⁾، وينطبق الشيء ذاته على تحليلات ورؤى المنظرين الأمريكيين وخبرائهم.

إن هذا يمثل ما يمكن أن نسميه بالأيديولوجية الفكرية والإعلامية للخطاب السياسي الأمريكي، وهي الأيديولوجية التي أخذت تظهر إلى العلن في إطار ما سمي بتيار صراع الحضارات المذكورة آنفاً، الذي رسمه وخطط له عدد من فلاسفة السياسة والتنظير الأمريكيين وأهل الاختصاص والرأي في دوائر التخطيط الاستراتيجي، ونفذها صناع القرار السياسي والمستثمرون في العقل البشري العالمي من خلال وسائل الإعلام ذات السيطرة والهيمنة على كثير من مصادر المعلومات والتحليل في عصر الرقمية والفضائيات.

يدعم الإعلام منحى هذا الصراع انطلاقاً من توجه أساسي يركز على القوة المتزايدة للرموز الدينية مما يحول الدولة في العديد من بقاع العالم إلى قوة توتاليتارية⁽³⁷⁾ فيتحول الخطاب الداعي إلى إثبات الهوية إلى "مصدر أيديولوجي هام في خدمة استراتيجيات السلطة، ولذلك غالباً ما يلجأ الخطاب السياسي إلى الاستعمال الواسع لمفهوم الهوية"⁽³⁸⁾

ومن هنا وجدت الفلسفة الإعلامية الغربية في أفكار وأطروحات (هنتغتون وفوكوياما)⁽³⁹⁾ مادة تسوّغ بها سياسات الغرب تجاه العالم المعاصر⁽⁴⁰⁾.

إن وجه الخطورة في عولمة الإعلام، أن غالبية الدول النامية، والدول العربية والإسلامية تستورد من الغرب ما لا يقل عن نصف برامجها التلفازية، وأن 75% من هذه الواردات الإعلامية المتلفة تأتي من الولايات المتحدة، الأمريكية وقد أكدت ذلك إحدى دراسات اليونسكو⁽⁴¹⁾.

المطلب الثاني: أشكال البعد الديني لعولمة الإعلام

1. صناعة الافكار

لا يمكن إغفال الدور البارز الذي قامت به السينما الغربية وتحديدًا معقلها "هوليوود" في تأجيج نيران العداء الغربي والأمريكي ضد عالم المسلمين، حيث تشكل صناعة السينما إلى حد كبير ليس فقط الرأي العام على أهمية دوره في المجتمعات الغربية بل الأهم من ذلك تشكيلها، للوجدان⁽⁴²⁾، ولمجموعة القيم والرموز التي تمثل عصب الحياة في العالم الغربي.

ففي أواخر الثمانينيات من القرن العشرين ومع أفول التحدي السوفيتي بدأت عمليات التحضير لإبراز صورة العدو الإسلامي الخارق الذي ينتظره العالم بوجل وترقب كبديل للشيوعية



المحتضرة كفيلم "ذي دلتا فورس" والمنتقم 1986 "والموت قبل العار" 1987، "وسرقة السماء" 1988⁽⁴³⁾، وجميع ذلك تم من خلال صالات السينما أو أجهزة الاتصال السمعية والتلفزيونية والتي لها خلفيات عقائدية يهودية.

وهذا العنوان المخيف للعالم الإسلامي بدى واضحا من خلال ما نرى من ظاهرة بدأت تطفو على السطح ألا وهي التحيز ضد الإسلام في وسائل الإعلام الغربية وأهمها التلفاز⁽⁴⁴⁾، الذي نراه يصور العالم الإسلامي على أنه سلبي والعالم الغربي إيجابي، وهذا ما يكرس عند المشاهد الغربي الشعور بالتفوق والاستعلاء والرقى⁽⁴⁵⁾، وعند المشاهد العربي الشعور بالإهانة والتخلف والجهل.

2. تشكيل الايدولوجيات:

يأتي دور المخططين الاستراتيجيين، وصنّاع الفكر والاستراتيجيات والتوجهات العامة في الدولة والمجتمع على حد سواء فالتكامل بينهما عضوي وليس ثمة تنافر أو صراع.

ففي ربيع 1990 ألقى هنري كيسنجر (وزير خارجية أمريكا الأسبق) خطابا أمام المؤتمر السنوي لغرف التجارة الدولية قال فيه: "إن الجبهة الجديدة التي على الغرب مواجهتها هي العالم العربي والإسلامي" باعتبار هذا العالم هو العدو الجديد للغرب⁽⁴⁶⁾

و قد أدركت النخب الأصولية المسيحية الأمريكية أن الحياة الثقافية الأمريكية تخضع لسيطرة وسائل الإعلام وللكنائس، ولما كان هذان البوقان (الإعلام والكنيسة) من التأثير والقوة والفاعلية، فقد استطاعت الأصولية المسيحية أن تستغلها إلى أقصى الحدود لغرس إيديولوجيتها في أذهان المجتمع الأمريكي، ولكي تترسخ في الثقافة السياسية الأمريكية، ومما لا يدعو إلى الدهشة أن الأصولية المسيحية الأمريكية تتبنى أفكار ومفاهيم الأصولية اليهودية، وبالتالي فإن الأصوليتين تنبعان من المصدر عينه، وتصبان في بركة واحدة، إلا وهي خدمة الأهداف الإمبريالية الأمريكية والأهداف الصهيونية، والمسيحيون الأصوليون في نصف الكرة الغربي، يؤيدون اليهود الأصوليين في طرحهم برنامجا سياسيا يركز على بسط السيادة اليهودية على "أرض إسرائيل الكاملة"، وهم يعتبرون مثلهم أن هذه الخطوة الحاسمة تؤدي إلى التعجيل في إتمام عملية الخلاص الكونية التي قضت الإرادة الإلهية بها والتي وباعتقادهم طبعاً قد بدأت فعلاً⁽⁴⁷⁾.

إن أكثر الأمريكيين لا يدركون عمق ومدى الإرهاب الإسرائيلي وذلك بسبب السيطرة اليهودية على وسائل الإعلام التي أشار إليها الجنرال جورج براون (الرئيس الأسبق لأركان القوات المسلحة)، وأوضح مثال على قوتهم الإعلامية التي لا تصدق هو قدرتهم على بث تلك الكذبة



الكبرى بأن الهجوم على مركز التجارة العالمي ليس له أي علاقة بإسرائيل، أن الطيارين الانتحاريين الذين نفذوا تلك الهجمات إنما كرهوا الأمريكيين لأنهم "أحرار"⁽⁴⁸⁾

المطلب الثالث: حقيقة المواجهة وسبل الحفاظ على الهويات الخاصة

إن تشكل أهم المحددات الداخلية في البعد الديني للإعلام الأمريكي، إثر طبيعة الثقافة السياسية والدينية في المجتمع الأمريكي، وموقع الدين فيها، وكذلك تأثير التيارات الدينية والفكرية، والأفكار والمعتقدات الدينية المتشددة والمتطرفة للقيادة السياسية، وأصحاب رؤوس الأموال ومدراء شركات الإعلام، إذ عبّرت المؤثرات الدينية والأخلاقية عن نفسها، في وسائل الإعلام الأمريكية، في العديد من المظاهر، والممارسات، والرسائل الإعلامية عبر مراحل تطورها التاريخية، وإن اختلفت التوجهات وتعددت الأشكال، لكنها تصب في المحصلة النهائية، في اتجاه التأكيد على هذا البعد، بطرق مباشرة أو غير مباشرة، سواء تم استخدام الدين بلفظه واصطلاحه، أو تم استخدامه في ثنايا مصطلحات ومفاهيم أخرى كالنظام العالمي الجديد، والقيم الأمريكية والأخلاق الأمريكية، والأيديولوجية الرأسمالية، أو الثقافة الأمريكية، والحضارة الغربية أو مصطلح أمريكا والآخر، أو غيرها من مفاهيم تتداخل مع المفهوم، وتعطى مضامينه نفسها.

إن وجود الدين في الإعلام الأمريكي ليس وليد العهد الجديد المعاصر ولكنه ممتد الجذور عبر المراحل المختلفة التي مر بها تاريخ الولايات المتحدة، ولكن الجديد هو حجم هذا التأثير، والذي شهد تصاعداً كبيراً مقارنة بكل المراحل السابقة، وجاء هذا التصاعد مرتبطاً، في شقه الداخلي الخاص بالولايات المتحدة، بطبيعة الظرف التاريخي الذي شهدته ممثلاً في أحداث سبتمبر، مع تنامي تأثير التيارات الدينية واليمينية في المجتمع الأمريكي، مع وجود قيادة سياسية مهيأة للاستجابة لهذا التأثير، وتملك مقومات القدرة على نقل القنوات الذاتية إلى ممارسات فعلية، كما في الحرب الصليبية التي جاء بها بوش وأعلن عنها بعد الهجوم على الولايات الأمريكية، وهو الأمر الذي كشف عن تقاليد إستراتيجية أميركية راسخة نحو التوسع والهيمنة في رداء جديد، هو العولمة الإعلامية وعالمية المعلومة والمعرفة، وتحت دوافع دينية تترابط بقوة مع الدوافع الإستراتيجية والمصلحية والسياسية.



وسلطة الإتصال تترجم عبر انتصار نموذج ثقافي واحد، لا بل هيمنة لغة كونية واحدة، وهذا التشكل للنظام العالمي الجديد أثر المؤلفان انطونيو نيغري ومايكل هارديت تسميته "الإمبراطورية" باستعادة اسم قديم لواقع جديد⁽⁴⁹⁾.

أن التأكيد في هذا السياق على أن الدين في ذاته كما نشأ عليه العالم الأمريكي، مصدراً دافعاً للصراع والرغبة في السيطرة والهيمنة والتفرد واستئصال الآخر، مع العلم أن أغلب السياسات الأمريكية كانت ذات منشأ ماسوني أو منظمات متطرفة⁽⁵⁰⁾، وكذلك طبيعة الجذور والخبرات التاريخية التي تمت في إطار كل دين، وهنا تبرز خبرة النموذج الحضاري الإسلامي، والتي تبين كيف أن هذا النموذج يعكس رؤية تعارفية تعددية تهتم بالرأي واحترام الرأي الآخر تتخذ من الشورى منهاجاً.

من هنا كان لا بد من الإشارة سابقاً إلى دور النظرية الغربية صراع الحضارات التي يستند عليها الغرب بمرافقه السياسية والإعلامية والاقتصادية كافة، إذ تتخذ من الدين الفارق الأول بين الشعوب والحضارات كما أنها لم تذكر الديانة اليهودية وكأنها جعلت اليهودية والمسيحية كحضارة واحدة لأن كل واحد منهم مكمل لسياسات الآخر، وبالتالي تبدو العلاقة بين عالم الثقافة والفكر من ناحية، وصنع الإعلام وأمرسته من ناحية أخرى، طبيعية وصحيحة بالنسبة للمسئولين في الحكومات وملاك الأموال⁽⁵¹⁾، ولهذا كان الإعلام الأمريكي يحمل ما مر من أشكال وجوانب وساعده في ذلك مبتكرات الحداثة التكنولوجية والفكرية كالعولمة ووسائل الاتصال الحديثة .

إن أجهزة الإعلام في عصر العولمة قد غدت " أفيون الشعوب الجديد ". فتحت ستار موت الإيديولوجيا تروج للإيديولوجيا الوحيدة التي مازالت حية بالفعل، وهي الإيديولوجية الليبرالية المنزوعة عنها صفتها الإيديولوجية، أي غير ظاهرة الأيدلوجية، مما يتيح لها أن تتسلل بسهولة أكثر وبلا مقاومة إلى الأذهان لتخدرها ولتشل طاقتها على التفكير النقدي، وإن هذه الدعاية الصامتة أشد فاعلية بما لا يقاس من الدعاية الصاخبة في عصر الخطابة الإيديولوجية.

فالأفيون الإعلامي الجديد لا يسعى إلى استفزاز الوعي وتعبئته بل إلى تنويمه وتخديره، بحيث يجعله يستطيب ويتلذذ بعصر العولمة، فوسائل الإعلام العولمية لا تسعى إلى الترويج المباشر للأفكار، بل إلى غزو العقول وصناعة الأفكار: ويستشهد مفكر غربي بهذا الاتجاه بقوله: إننا لا نتكلم لنقول شيئاً، بل لنحصل على مفعولها⁽⁵²⁾. وهذا المفعول هو ما تسعى إليه وسائل الاتصال الجماهيري المعاصر، ولكن من غير أن تتكلم، فهي تكتفي بأن تلوح بالصورة كيما تستثير



لدى المتلقي المفعول المطلوب، في حين على العكس من ذلك أن بعض الإعلام العربي اتخذ جوانب أخرى منها:

شيوع ظاهرة التسفيه والاستهانة بمعتقدات الآخرين وتشويه صورتهم أمام الرأي العام الذي فقد ثقته بكل إعلام ديني يعمل على تعبئة الجماهير وحشدها لأغراض لا تبني فكراً ولا تحيي أمة ولا تؤسس نهوضاً، وبدل أن تعمل بعض وسائل الإعلام الدينية كمرشد يُحتذى به في أدب التواصل والاتصال تحولت من حيث ترغب أو لا ترغب إلى مجرد ابواق تجافي شرف المواثيق المهنية للإعلام، في حين ان إستراتيجية عولمة الإعلام لدى الأمريكيين خلاف ما يشاهد من قطاعات واسعة من الإعلام الديني الإسلامي التي حددت وجهتها الإعلامية الخاطئة استجابة لعواطف الوجدان الشعبي ورغباته في برامج متنوعة من تفسير الأحلام وعلاج الجن وطلبات الزواج والدعاية الى غيرها، وبمعزل عن ذلك كله فإن ما يستحق النقاش فعلاً في تجربة الإعلام الديني على الفضائيات هو ظاهرة التجاهل المقصود - لقضايا الأمة وثقافتها - وفي مقدمتها تجسيد ثقافة المقاومة، وثقافة الأخلاق، وثقافة ايجاد الذات والاعتزاز بها، وفي ضوء هذه المفارقات يرى الباحث أن الفضائيات الدينية قد أحدثت تأثيراً جذرياً في المشهد الديني وكان تقديم الوعظ الديني والمعرفة الدينية عبر وسيط الفضائيات سبباً في تحولات دينية بالغة الأهمية كان من أهمها نشأة ما صار يعرف بظاهرة - التدين الجديد - او -التدين الهجين- التي يمكن النظر إليها كوليد لدخول وسائل الاتصال الحديثة كالإنترنت والفضائيات كوسيط لنقل المعرفة الدينية.

لقد ساعدت ثورة الاتصالات على ظهور نمط جديد ومختلف من التدين فهو تدين فردي منفتح في مرجعياته منزوع السياسة غير معني بقضايا الأمة والهوية وتحديات الاحتلال⁽⁵³⁾.

ان ما مر من اسباب يمكن أن يتخذ كمعلل لمرحلة حاز عليها الإعلام الغربي على الإعلام الإسلامي؛ لهذا يحتاج العالم الاسلامي ومؤسساته الاعلامية الى جهد اكثر من ناحية الصبر والصدق، ليعكس الصورة الحقيقية للمسلم، لا الصورة التي يعمل عليها الإعلام الغربي المتصهين، والذي يملك وبلا شك القدرة الكبيرة في استعمال وسائل الإعلام الحديثة، وهذه الوسائل والأساليب تدور جميعها في دائرة واحدة عنوانها (الكيد والعداء للإسلام)⁽⁵⁴⁾.

ثم إذا كانت الفضائيات الدينية الإسلامية منبراً للدعوة والبلاغ لتزويد العالم بحقائق الدين الإسلامي ونقل الأخبار والوقائع التي تجري على أرض العالم الإسلامي فإن ضابط هذه الدعوة وهذا البلاغ هو الالتزام بالتدقيق فيما يذاع وينشر ويعرض لحماية الأمة الإسلامية من التأثيرات



الضارة بشخصيتها وبقِيمها ومقدساتها ودرء الأخطار عنها في أسلوب عفّ كريم يحرص على شرف المهنة وآداب الأخلاق الإسلامية بحسب المادة الثالثة من ميثاق جاكرتا بملاحظة أن الإعلام الديني بوجه عام والإعلام الإسلامي بوجه خاص ليس مجرد أداة للتعبير وإنما للتغيير بالتي هي أحسن نحو الأفضل والأكمل والأجمل على عين الله ورضاه⁽⁵⁵⁾.



الخاتمة

إن الملاحظ على الساحة الإعلامية في مرحلة افول أقطاب سياسية وظهور أخرى اخذ الإعلام يتأرجح بين عدة اتجاهات كان الغالب فيها من يسيطر على آلياته وتقنياته، ومن المعلوم بالضرورة وما توصل إليه الباحث وما هو مشاهد على ارض الواقع من خلال آخر الإحصائيات، أن الولايات المتحدة الأمريكية سيطرت على معظم آليات وتقنيات الإعلام وأخذت وبصورة انتقالية سريعة بإنشاء ما بات يعرف بالنظام العالمي الجديد وهذا النظام يقوم على عولمة الإعلام وربطه بالمصدر وهو أفكار واطروحات الغرب بصورة عامة وأميركا على وجه الخصوص.

وعليه فقد توصل الباحث من خلال بحثه الى النتائج التالية:

1. أن الإعلام الأمريكي يقود صراعا دينيا عقائديا يهدف من خلاله نشر الثقافة الغربية (المسيحية) بشكل عام، والثقافة الأمريكية بشكل خاص (مسيحية متطرفة ومتصهينة)، عبر آليات وأدوات أطلقت عليها مجتمعة مصطلح العولمة، ولذلك ممكن إطلاق مصطلح الأمركة الذي يعبر عن حقيقة العولمة.
2. إن معظم قادة أميركا ومهندسي سياستها الخارجية ذوو معتقدات متطرفة تعود في أصولها إلى عقيدة ماسونية بوهيمية متصهينة، ولذلك أطلق البعض عليهم باليمين المتطرف أو اليمين المتصهين.
3. إن عولمة (أمركة) هذا الإعلام تتحد والغاية منه في إشاعة عقيدة واحدة وفكر واحد خلاف ما يتداوله الإعلام الأمريكي من عالميته.
4. إن لمواجهة الإعلام المؤمرك لا بد من إيجاد طريقة للتعاون الإعلامي المشترك بين الدول العربية أولاً، والدول الإسلامية ثانياً تبدأ بتحديد مخاطر هذه العولمة ومن ثم وضع سياسات وبرامج محددة لمواجهة هذه العولمة الإعلامية ، ويمكن أن يكون ذلك من خلال إبراز الثقافة العربية والإسلامية ، وإنشاء مراكز ومراصد متخصصة لإيقاف حالات التعدي على الإسلام وشخصياته القيادية ، ومن الضروري تجاوز القطرية والتخطيط الخاص بالدولة أو إيجاد إستراتيجية محددة ينتهجها الإعلام العربي والإسلامي.

الهوامش:

1. يُنظر: فاروق محمد أبو زيد، مقدمة في علم الصحافة (جامعة القاهرة، 1999) ص24.
 2. يُنظر: محاضرات لـ هادي إلهيتي ألقيت على طلبته الدكتوراه بتاريخ 2003/6/1.
 3. ينظر: وجيه محجوب ، طرائق البحث العلمي ومناهجه (بغداد، دار الحكمة للطباعة والنشر 1993) ص275.
 4. ينظر: مسعود ظاهر، خصوصية الثقافة في مواجهة الثقافة الكونية، مجلة العربي الكويتية (العدد 438، 1995) ص 60.
 5. ينظر: بول هيرست وجراهام طومبس، المعرفة، العولمة - الاقتصاد العالمي وإمكانات التحكم ، ترجمة د. فالح عبد الجبار (سلسلة عالم المعرفة، الكويت ، العدد 273 ، 2001) ص 12.
 6. تعرف السوسيولوجيا : دراسات تنطلق من الاطار المجتمعي، ويعرف ايضا بعلم الإشارات ، وسوسيو (كلمة التلقي، تعني الإشارة) ، وإن السوسيولوجيا هي أحد العلوم التي تتميز عن العلوم الطبيعية (مثل البايولوجيا أو الفيزياء أو الكيمياء) من جهة، وتتميز أيضاً عن علوم الآداب والفنون (مثل الأدب والموسيقى والفن) من جهةٍ أخرى. ينظر: محمد عباس عبد الواحد، قراءة النص وجماليات التلقي، (ط1، دار الفكر العربي، 1417هـ) ص72.
 7. الدكتور مارشال ماكلوهان ، ولد هيرت مارشال ماكلوهان في ادمونتون ، ألبرتا ، كندا ، 21 يوليو 1911، هو منظر الاتصالات المعروفة والناقد وأستاذ الإعلام في مختلف الجامعات ، بما في ذلك جامعة تورنتو 1946 حتى 1980 . حصل على شهادة الدكتوراه من كامبردج في عام 1942. توفي الدكتور مارشال ماكلوهان 31 ديسمبر 1980 في سن الـ69. ينظر:
- : <http://ar.ogdeo.com/q-1026.html#ixzz1Ui7ZqTsl>
8. يُنظر: بدرية البشر، واقع العولمة في مجتمعات الخليج العربي دبي والرياض نموذجان، مركز دراسات الوحدة العربية (ط1، بيروت ، 2008) ص 15.
 9. يُنظر: صادق جلال العظم ، ما هي العولمة - ورقة بحث غير منشورة- مقدمة للمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (تونس 1996م) ص 3.
 10. يُنظر: هبة فتوح، عولمة الإعلام، ص 4.
 11. يُنظر: نسيم الخوري، الإعلام العربي وانهايار السلطات اللغوية، مركز دراسات الوحدة العربية الكتاني (2003م) ص 396.
 12. يُنظر: عصام سليمان موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، (ط5، الأردن اربد مكتبة الكتاني 2003م) ص 163.
 13. ينظر: هانس، بيتر مارتين؛ هارالد، شومان، فخ العولمة " ، إعتداء على الديمقراطية والرفاهية؛ ترجمة د.عدنان عباس علي؛ (سلسلة عالم المعرفة؛ العدد 238 ؛ تشرين أول، 1998) ص 49 .



14. يُنظر: ديفيد ديوك، عضو الكونغرس الأمريكي الأسبق، الصحوة ، النفوذ اليهودي في الولايات المتحدة الأمريكية ترجمة الدكتور إبراهيم يحيى الشهابي (ط3، دار الفكر المعاصر للطباعة والنشر والتوزيع 2005) ص 309.
15. يُنظر: صباح ياسين الإعلام "النسق القيمي وهيمنة القوة"؛ مركز دراسات الوحدة العربية(ط1، بيروت، نيسان، 2006) ص 7.
16. ينظر: نعيم إبراهيم الظاهر ، إدارة العولمة وأنواعها، (ط1، عمان الأردن 2010) ص 140
17. ينظر: نعيم إبراهيم الظاهر ، إدارة العولمة وأنواعها، مصدر سبق ذكره، ص 140
18. المجمع المسكوني الفاتيكاني الثاني، البيان المجمعي Inter Mirifica، عدد 1.
19. يُنظر: شفيق مقار، المسيحية والتوراة: بحث في الجذور الدينية لصراع الشرق الأوسط (ط ١ دار رياض ١٩٩٢)، ص ٩.
20. يُنظر: شفيق مقار، المسيحية والتوراة، مرجع سبق ذكره، ص ٣١٥.
21. الهولوكوست تعبير ديني (حرق الضحية حتى الرماد لكي يستجيب الله) وهذه الأسطورة لها ثلاث جوانب: - ادعاء سياسة الإبادة الجماعية ضد اليهود. - ادعاء مقتل 6 ملايين يهودي في الحرب العالمية الثانية. - ادعاء الإبادة بواسطة غرف الغاز. ينظر: نورمن فنكلستين، صناعة الهولوكوست : تأملات في استغلال المعاناة اليهودية(دار الآداب للنشر والتوزيع، بيروت، 2001) ص 15.
22. يُنظر: شفيق مقار، المسيحية والتوراة، مرجع سبق ذكره، ص ٣١٦
23. ينظر: بول فندلي، من يجرؤ على الكلام (ط 1بيروت :شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، ١٩٨٥)، ص ٣٩٢ وما بعد.
24. ريجينا الشريف، الصهيونية غير اليهودية ،جذورها في التاريخ الغربي، ترجمة أحمد عبد الله عبد العزيز (الكويت، سلسلة "عالم المعرفة"، العدد ٩٦ ، كانون الأول ١٩٨٥) ص ص ٢١٦-٢٢٧.
25. يُنظر: موقع آفاق على الرابط:
<http://www.aphaq.com/Arabic/Articles/ItemList.asp?Item1>
26. يُنظر: جاك شاهين، الشخصية العربية في التلفزيون الأمريكي والغربي،(عدد 340 مارس 1987 م)، ص 18 - 20.
27. يُنظر: عبد الغني عماد؛ دبابات الفكر الجديدة- صانعو القرار والحكومة الخفية في أميركا - بيروت ، 2004، ص 3.
28. يُنظر: حليس بن هادي، الإعلام .. بعد أن تحوّل إلى سلطه أولى .. من الذي يُسيطر عليه، على الرابط
<http://www.humanf.org:8686/vb/showthread.php?t=65128> الالكتروني:



29. يُنظر: مهند العزاوي البعد الديني للسياسة الأمريكية ، مركز صقر للدراسات الإستراتيجية الخميس، 03 آذار/مارس 2011 [/http://www.shabablek.com/vb/t51814](http://www.shabablek.com/vb/t51814)
30. يُنظر: اسعد ملي، التداعيات الإقصائية المتصاعدة لعولمة الإعلام وأثرها على الهوية الثقافية ،(مجلة جامعة دمشق، مجلد 26، عدد 3+4 ، 2010) ص 4
31. يُنظر: موقع جزيرة مصر الحرة، محمد عثمان صبري، جذور التآمر في الشخصية اليهودية (2000م)، الشبكة العالمية للمعلومات، على الرابط: <http://www.annabaa.orgnba42tafeel.htm>
32. يُنظر: فؤاد بن سيد رفاعي، اليهود والسيطرة على صناعة السينما والتلفزيون، 2006، الشبكة العالمية للمعلومات، على الرابط :
- http://www.islamway.com/iw_s=outdoor&iw_a=print_articles&article_id=
33. يُنظر: المرجع نفسه.
34. يُنظر: المرجع نفسه.
35. ينظر: صامويل هنتجتون - صدام الحضارات - إعادة صنع النظام العالمي، ترجمة : طلعت الشايب، تقديم د صلاح قنصوه ، (ط2، 1999)، ص 10.
36. موقع المعهد العربي للبحوث والدراسات الإستراتيجية، عبد الوهاب محمد الجبوري، الخطاب السياسي الأمريكي وتحولاته ، على الرابط الالكتروني:
- <http://www.airssforum.com/showthread.php/12286>
37. التوتاليتارية، هي: الشمولية، ومن أهم خصائص هذه التوتاليتارية تميزها بعدد من الثوابت والعلامات الفارقة : الحزب الشمولي الواحد، الدور المركزي للأيديولوجيا، إلغاء الحدود الفاصلة بين الدولة والمجتمع، تقديم دولة السلطة على سلطة الدولة، تضخم أجهزة القمع والإرهاب وافتراسها المجتمع، نفي مشروعية الصراعات الداخلية وتقديس مبدأ الانصهارية. ينظر : توفيق المديني، التوتاليتارية الليبرالية الجديدة والحرب على الإرهاب، (منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق - 2003) ص 6-7.
38. Jacque..chevallier, « présentation », in l'identité politique, paris, p.u.f, coll. « publications du curapp », 1994, p206.
39. فرانسيس فوكياما، نهاية التاريخ وخاتم البشر، ترجمة: حسين احمد امين(ط1، مركز الاهرام للترجمة والنشر، القاهرة، 1993)
40. ينظر: جودت سعيد وعبد الوهاب علواني، الإسلام والغرب والديمقراطية (دار الفكر المعاصر ، لبنان ، دار الفكر - دمشق - الطبعة 1417هـ - 1997م) ص 185 .
41. ينظر: وطفة علي، التحديات الإعلامية في الوطن العربي، مجلة المستقبل العربي،(عدد 187 ، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1994) ص 64.



42. شبكة الحوار نت الاعلامية، على الرابط:

<http://www.alhiwar.net/ShowNews.php?Tnd=10711>

43. ينظر: توفيق المديني، التوتاليتارية الليبرالية الجديدة والحرب على الإرهاب، مرجع سبق ذكره، ص 302

44. يُنظر: زياد أبو غنيمه، السيطرة على وسائل الإعلام العالمية، (عمان، دار عمار، بلا ت) ص 184.

45. يُنظر: محمد عايش، الصورة العربية في وسائل الإعلام الأمريكية (الإمارات العربية المتحدة، سلسلة بحوث صادرة عن لجنة التعريب والتأليف والترجمة، بلا ت) ص 2.

46. موقع إسلام ويب، المقالات، عمر عبد الكريم، الإعلام الغربي.. وتأجيج الصراع ضد المسلمين، على الرابط الالكتروني:

<http://www.islamweb.net/media/index.php?id=160950&lang=A&page=article>

47. ينظر: جورجي كنعان، الأصولية المسيحية في نصف الكرة الغربي، (ط1، بيسان للنشر والتوزيع - بيروت، تموز 1995) ص 134،

48. ديفيد ديوك - أمريكا - إسرائيل و 11 أيلول 2001 - ترجمة سعد رستم (ط1، دار الأوائل، دمشق - 2002) ص 8-11 - 13.

49. ينظر: مايكل هاردي وأنطونيو نيغري، تعريب: فاضل جتکز ومراجعة د. رضوان السيد (ط1، مكتبة العبيكان، الرياض، 2002) ص 23.

50. ينظر: فيصل بن علي الكاملي، اليسوعية والفاثيكان والنظام العالمي الجديد (مجلة البيان - مركز البحوث والدراسات - الرياض، 1431هـ) ص ص 100-105.

51. يُنظر: عصام محمد عبد الشافي، السياسة الأميركية تجاه المملكة العربية السعودية دراسة في تأثير البعد الديني، أطروحة دكتوراه غير منشورة مقدمة إلى جامعة القاهرة/ كلية الاقتصاد والعلوم السياسية/ قسم العلوم السياسية، 1430هـ / 2009 / ص 240.

52. يُنظر: توفيق المديني، التوتاليتارية الليبرالية الجديدة والحرب على الإرهاب، مرجع سبق ذكره، ص 10

53. ينظر: نقد الإعلام الديني، الشيخ حسين أحمد شحادة، موقع الأزمة الالكتروني، على الرابط: http://www.alazmenah.com/?page=show_det&id=4895&select_page=

54. زياد أبو غنيمه، السيطرة الصهيونية على وسائل الإعلام العالمية، مرجع سبق ذكره، ص 169.

55. حسين أحمد شحادة، نقد الإعلام الديني، مرجع سبق ذكره، ص 20.