

المحاضرة الثانية: العولمة الإعلامية نتاج تكنولوجي

خلقت تكنولوجيا الاتصال إعلاما جديدا ونظاما اقتصاديا جديدا، ونظاما اجتماعيا وثقافيا جديدا، وأطلق على هذه الأنظمة مفهوم العولمة، بمعنى جعل العالم وفق قالب تفكير وتسيير واحد، واختلت التعاريف حول هذا المفهوم وذلك بالنظر إلى شموليتها لجميع مجالات الحياة الإنسانية.

1. مفهوم العولمة:

أ. اصطلاحا: العولمة بالإنجليزية Globalization وهي ظاهرة عالمية تهدف إلى تحقيق التكامل بين العديد من الميادين المالية والاقتصادية والتجارية والإعلامية...، كما تهدف العولمة إلى البرط بين القطاعات المحلي والعالمية من خلال تقوي انتقال الخدمات ورؤوس الأموال. وتعرّف العولمة أيضا على أنها إيديولوجية تتبناها المؤسسات بُغية تحقيق نفوذ دولي أو توسيع عملها ليتحول من محلي إلى دولي، وتعرف كذلك على أنها دعم قطاع تجاري ضمن كافة أنحاء العالم، وتحديدًا من خلال المنشآت الكبرى التي تُنتج الخدمات والسلع ضمن دول عديدة.

ب. العولمة الإعلامية: هي سلطة تكنولوجية ذات منظومة متعددة لا تلتزم بالحدود الوطنية للدول وإنما تطرح حدودا فضائية غير مرئية ترسمها شبكات اتصالية معلوماتية على أسس سياسية واقتصادية وفكرية، لتُقيم عالما من دون دولة ومن دون أمة ومن دون وطن، وهو عالم المؤسسات والشبكات التي تتمركز وتعمل تحت إمارة منظومات ذات طبيعة خاصة، وشركات متعددة الجنسيات، يتّسم مضمونها بالعالمية والتوحد رغم تنوع رسائلها التي تُبث عبر وسائل تتخطى حواجز الزمان والمكان واللغة، لتُخاطب مستهلكين متعددي التوجهات والعقائد والرغبات.

2. ركائز العولمة الإعلامية: تسعى العولمة الإعلامية إلى تجاوز كل ما هو سياسي وثقافي بين المجتمعات بفضل ما توفره التكنولوجيا الحديثة والتكامل والاندماج بين وسائل الإعلام والاتصال والمعلومات لدعم عملية توحيد ومج أسواق العالم من ناحية وتحقيق مكاسب لشركات الإعلام والاتصالات والمعلومات العملاقة، على حساب تقليص سلطة ودور الدولة في المجالين الإعلامي والثقافي من ناحية أخرى.

3. سمات العولمة الإعلامية/ تتميز العولمة الإعلامية بخصائص متعددة نذكر منها:

- الاندماج والتداخل بين أدوات العولمة الإعلامية وتشابكها.
- إلغاء حدود الزمان والمكان وإلغاء عوائق المتابعة



جامعة غليزان
RELIZANE UNIVERSITY

جامعة أحمد زبانة - غليزان -
كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية
شعبة: العلوم الإنسانية
قسم: علوم الإعلام والاتصال
محاضرات مقياس: تكنولوجيا الإعلام والاتصال



جامعة غليزان
RELIZANE UNIVERSITY

- أدوات اتصالية عالمية الاستخدام (التويتر، البريد الإلكتروني،...)
- الإعلام في قالب أمريكي لا يعترف بالخصوصية والمركزي في الرقابة.
- ارتباط الإعلام بالشركات الاحتكارية متعددة الجنسيات "العابرة للقارات" والنظن التي تُعيق التدفق الحر للمعلومات بين الدول.

4. نماذج عن المجموعات الإعلامية الكبرى / هناك 6 مجموعات كبرى تعمل في الأنشطة الإعلامية على مستوى العالم، إذ لها دور دولي كبير متفاوت من مؤسسة لأخرى؛ 4 منها أمريكية وواحدة أوروبية وواحدة أسترالية-أمريكية، وفيما يلي عرض لأبرز أنشطة هذه المجموعات:

1.4 تايم ورنر: هي أكبر مؤسسة إعلامية في العالم إذ تُفوق مبيعاتها 25 بليون دولار ثلثها من أمريكا والباقي من العالم، وتملك العديد من الأنشطة الإعلامية منها:



24 مجلة أهمها "تايم Time"

➤ ثاني أكبر در نشر في الولايات المتحدة الأمريكية

➤ شبكة تلفزيون ضخمة واستديوهات وبرامج أفلام ودور عرض سينمائية.

2.4 مجموعة برتلزمان BERTELSMANN: أكبر مجموعة إعلامية في أوروبا وثالث أكبر مجموعة في العالم دخلها السنوي يتجاوز 15 بليون دولار، وتتميز بأن لها تحالفات وتعاون مع العديد من المجموعات الإعلامية في أوروبا واليابان ولها العديد من الأنشطة الإعلامية ومنها:

➤ قنوات تلفزيون في ألمانيا وفرنسا وبريطانيا إضافة إلى استديوهات سينمائية متعددة.

➤ مجموعة من إذاعات الأوروبية.

➤ 45 شرك نشر للكتب بلغات أوروبا.

➤ أكثر من 100 مجلة في أوروبا وأمريكا.

BERTELSMANN
media worldwide

3.4 مجموعة فياكوم VIACOM: جموعة إعلامية قويّة في أمريكا ورُبع دخلها السنوي 13 بليون دولار



من خارج أمريكا ولها نشاط قابل للتوسّع الدولي، تتنوع نشاطاتها في:

➤ 13 محطة تلفزيون في أمريكا إضافة إلى شبكات بث فضائي دولي

➤ شركات إنتاج تلفزيوني وسينمائي وموسيقي

➤ شركات نشر الكتب

4.4 ديزني Disney: أكبر مُتحدى لشركة لمجموعة "تايم ورنر" في العولمة الإعلامية لها دخل يفوق 24 بليون دولار أمريكي، تُعتبر أكبر منتج لمواد الأطفال في العالم ولها حضور من أقصى الشرق إلى أوروبا والشرق الأوسط حتى أمريكا اللاتينية ولها أنشطة متنوعة:

- استديوهات أفلام وفيديو وبرامج تلفزيونية وشبكة ABC التلفزيونية الضخمة في الولايات المتحدة الأمريكية ومحطات تلفاز ورادية متعددة
 - قنوات تلفزيونية دولية متعددة بالأقمار الصناعية والكابل
 - دور نشر للكتب
 - 7 صُحف يومية و 3 شركات لإصدار المجلات.
 - محلات تجارية باسم ديزني ومراكز ألعاب وترفيه حول العالم.
- وبالرغم مما قدمته العولمة من إيجابيات إلا أن هذا لا ينفي وجود تداعيات سلبية على الدول، نذكرها فيما يلي:

- تغذية الصراعات العرقية والدينية والطائفية داخل المجتمعات
- تهميط المجتمعات وجعلها في قالب واحد
- سيطرة الشركات العالمية الكبرى وتوسيع فجوة التكنولوجيا والأنظمة الاقتصادية بين دول الشرق والغرب
- إعادة صياغة العالم وفق ثقافة واحدة ومعينة وهي ثقافة الولايات المتحدة الأمريكية.