

# اندماج المحلي بالعولمي في الإعلام العربي

## دراسة لحراس البوابة في المواقع العربية لمؤسسات الإعلام الدولية وشبه الدولية

د. محمد حسام الدين إسماعيل (\*)

### عن الدراسة وأهميتها:

كانت ظاهرة العولمة في معالجاتها النظرية المبكرة تشمل إندماج الاقتصاديات والثقافات والسياسات الحكومية وحتى الحركات السياسية حول العالم، وشدد المنظرون على تنبؤ مارشال ماكالوهان بقرية عالمية واحدة، ولكن بنظرة متعمقة نكتشف أن قرية اليوم ليست واحدة ولا يرتبط أعضاؤها بشكل متناغم، ولكنها بيئة معقدة معتمدة على بعضها البعض ولها انعكاسات شتى سياسية واقتصادية واجتماعية حول العالم.

الآن تقدم العلوم الاجتماعية وفي مقدمتها علم الإعلام فهماً أعمق لما يحدث في العالم يضع ذلك في إطار ما يسمى ب (إندماج العولمي بالمحلي)، أو بالإنجليزية Glocalization<sup>(1)</sup>.

والكلمة على صعيد اللغة منحوتة من لفظتين العولمة Globalization والمحلي Local ولكن اللغة العربية كانت استجاباتها للظاهرة بطيئة فلم يتم ترجمتها ترجمة متداولة اللهم إلا مساهمة غير ذائعة في موقع إلكتروني مغمور، وفي هذه المساهمة تم تسمية الظاهرة ب (العقلمة) أو (العوقلمة) دمجا ما بين العولمة والإقليمية<sup>(2)</sup>، وكان الأولى منطقياً إيجاد لفظة عربية تدمج ما بين (المحلي) و(العولمي) كما في اللغة الإنجليزية، والباحث يستقل الترجمة المقترحة ولذلك لن يستخدمها مفضلاً العبارة المطولة نسبياً (اندماج المحلي بالعولمي).

وأحد مهام تحديد مفهوم (اندماج المحلي بالعولمي) وأبعاده هو تأويل أو تفسير ارتباط المحلي بالعولمي بما ينتج عنه من نتائج منفردة في مناطق جغرافية عدة. (اندماج المحلي بالعولمي) هي عملية بمقتضاها "تفصل" أو "تحيك" الشركات العولمية منتجاتها تبعاً لظروف محلية معينة حتى تستجيب لتنوعات مطالب المستهلكين لهذه المنتجات الإعلامية و(اندماج المحلي بالعولمي) هي طريقة لتحليل

(\*) الأستاذ المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة

الطرق التي يبني بها الفاعلون الاجتماعيون معانيهم وهوياتهم وأشكالهم المؤسسية داخل السياق الاجتماعي للعلامة.

ففي سياق وسائل الإعلام العولمية، يوفر المفهوم عدسات من خلالها يمكن أن نفهم كيف يتفاوض الجمهور بشأن المعنى من خلال عدساتهم الثقافية الخاصة التي تتأثر حتماً بالقوى المحلية والعولمية.

فوسائل الإعلام العولمية تنقل قيم وأساليب معيشة ووجهات نظر قد لا تتفق أو تتسق مع مثيلاتها المحلية، ولم تعد الرقابة ذات تأثير في هذا الصدد إذًا فإن دراسة ماذا ينتج عن هذه العملية هو في قلب (اندماج المحلي مع العولمي)<sup>(٣)</sup>.

وللإطار النظري المسمى باندماج المحلي بالعولمي تطبيقات إعلامية كثيرة يظهر فيها، تتراوح ما بين صفحات موسوعة ويكيبيديا حتى برامج تليفزيون الواقع. وقد اختار الباحث دراسة المواقع الإلكترونية العربية الإخبارية لوكالات الأنباء الدولية وشبه الدولية لمعرفة هذا التقاطع بين المحلي والعولمي من خلال المقابلات المتعمقة شبه المقننة مع من يتولون مناصب مفصلية في المواقع التي تتوجه للجمهور العربي مباشرة بلغته.

وقد تطورت وكالات الأنباء الدولية بمرور السنين وعززت من دورها وانتشارها، مع دخولها في العقد الأخير من القرن العشرين، وانتهت مرحلة كونها المصدر الإخباري الأساسي لوسائل الإعلام لتتحول إلى مصدر خبري من بين مصادر إخبارية ووسائل إعلامية عدة، في ظل انتشار الشبكات الإخبارية التليفزيونية العالمية الغربية منها والعربية والتي تعمل من خلال قنوات فضائية طوال الساعات الأربع والعشرين دون انقطاع، وازدياد التنافس بينها للظفر بأكبر شريحة ممكنة من المتابعين والمشاركين من ناحية، والتطور التكنولوجي الذي فرض نفسه بقوة عبر ما توفره شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) من آليات متطورة لبث الأخبار وتطورات الأحداث بصورة آنية ولقطات حية بشريحة جديدة من المتابعين من ناحية أخرى<sup>(٤)</sup>.

وجاءت الوكالات شبه الدولية لتبدأ من حيث انتهت الوكالات الدولية ولتستغل الوجود الإلكتروني على الإنترنت لمداه الأقصى مغيرة من نموذج الأعمال بالوصول لكل من المشاركين من الصحف والجمهور العام مباشرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

وتدمج هذه الدراسة الجانب المكتبي بالإمبريقي فهي من جهة تمثل تراكما نظريا ومعرفيا يتم تسجيله وتصنيفه للمرة الأولى باللغة العربية للظاهرة المدروسة في مجال (الإعلام الدولي)، وهي من جهة أخرى تدرس المواقع الإدارية التحريرية المفصلية في المواقع الإخبارية العربية لمؤسسات الإعلام الدولية وشبه الدولية.

### **مراجعة التراث العلمي (الدراسات السابقة):**

في دراستنا هذه سوف تنقسم الدراسات السابقة إلى محورين:

**الأول:** يعرض دراسات المفهوم النظري المسمى **إندماج المحلي بالعولمي** في محور يجري تقسيمه داخليا إلى محاور فرعية لدراسات عنيت أساسا بالانتظير للمفهوم وتتبع جذوره اللغوية والاصطلاحية ودراسات أخرى عنيت بالتطبيق الإمبريقي على تجليات إندماج المحلي بالعولمي في إعلام دول العالم المختلفة، وفي هذا المحور الفرعي التطبيقي تقسم الدراسات أولا بالدول أو المناطق الجغرافية وثانيا بالظواهر الفرعية أو التطبيقات وثالثا من الأقدم إلى الأحدث.

ثم نجىء إلى المحور الثاني: ويعنى بدراسة المواقع الإخبارية لوكالات الأنباء وتحديد تأثيرات العولمة على وكالات الأنباء أو المواقع العربية لوكالات الأنباء الدولية وشبه الدولية، وهو محور لا يتعرض لوكالات الأنباء ككل ولكن الدراسات القريبة من (اندماج المحلي بالعولمي) فقط.

ومن الجدير بالذكر أننا سنكتفي في عرض الدراسات السابقة بالجوانب المنهجية والإجرائية والاستخلاصات النظرية أو الامبريقيه العامة تاركين النتائج التفصيلية للجزء النظري من الظاهرة الذي يشكل تراكما معرفيا جديرا بالإبراز والتأطير، وهو الذي وجه أيضا أسئلة المقابلات المقننة شبه المتعمقة التي أجراها الباحث وهو جزء لا يتجزأ من الدراسة.

### **المحور الأول: دراسات إندماج المحلي بالعولمي**

#### **أولا: الدراسات النظرية**

وهي دراسات عنيت بتقديم معنى كلمة **Glocalization** أو (إندماج المحلي بالعولمي) دراسات حددت الأطر النظرية للمفهوم وظواهره، ومن بينها دراسات ومقالات لفلاسفة كبار عن الجوانب الفلسفية للظواهر، ودراسات تناقش الأصول اللغوية للمفهوم ومعناه في ثقافات.

أهم مساهمة نظرية هي دراسة **حبيب الحق خونداكير Khondker** فقد رصدت تطور مفهوم العولمة وتحوله مركزة على العلاقة بين تخصص علم الاجتماع والعولمة، وتتبع الورقة تاريخ مفهوم (اندماج المحلي مع العولمي) وتطوره منذ أن نشأ في اليابان كإستراتيجية شهيرة في مجال الأعمال، وكان أستاذ علم الاجتماع بجامعة بتسبرج في ولاية بنسلفانيا بالولايات المتحدة (رونالد روبرتسون Robertson) هو أول متخصص في علم الاجتماع يقدم المفهوم لخطاب علم الاجتماع، وكان واعياً باختلاف هذا المفهوم في السياق الياباني.

وتتبع الورقة جذور هذا المفهوم في الثقافة اليابانية والنقاش الذي تم حوله ولمست الورقة مشكلات تطبيق المفاهيم الاجتماعية المطورة في السياقات الاجتماعية الغربية في السياقات المحلية مطبقة على سنغافورة وماليزيا<sup>(5)</sup>.

ومن أنصح المساهمات النظرية دراسة **باربرا والكز Walkosz** وآخرون وفيها رصدوا أبعاد الظاهرة عبر طرح الأسئلة الفارقة وهي كيف تؤثر الثقافة المحلية في تفسير الرسائل العولمية؟، كيف تم تعديل البرامج العولمية لتتناسب الثقافات المحلية؟، كيف يمكن أن يصبح المحلي عولمياً؟، ما تأثير الإعلام على تشكيل الهوية؟ وفي كل سؤال قدموا تحليلاً من المستوى الثاني لمجموعة من الدراسات الإمبريقية<sup>(6)</sup>.

فيما يقدم مقال **فراشيسكو سيدا Sedda** أدلة فلسفية مستندة إلى دراسات سيميولوجية أو علامانية عن حتمية اندماج المحلي بالعولمي.

يرصد (سيدا) العلاقة بين المحلي والعولمي بداية من دور الجسد ومجالات كل يوم في بناء المعنى وبناء الهوية الشخصية والإحساس بالانتماء من خلال إنتاج (القصص) أو الخطابات الاجتماعية بشكل عام، ومن خلال تحليل الخطابات التاريخية إلى السياسية التي تقدمها وسائل الإعلام<sup>(7)</sup>.

أما المفكر **زيجموند باومان Bauman** الأستاذ بجامعة ليدز البريطانية، فقد نظر إلى ظاهرة (اندماج المحلي مع العولمي) بصورة فلسفية مقدماً إياها على أنها حل لمشاكل تدفق رأس المال غير المعني إلا بالأرباح بحيث تبدو علاجاً للأمراض العولمة.

فقد رصد زيادة عدد الأفراد الذين يعيشون في الشتات لأسباب اقتصادية في الأغلب، والمشكلات التي تتمخض عن هذا النوع من الهجرات مثل ضرورة أن

تستوعبهم الحكومات المحلية وتوفر لهم الوظائف والخدمات والسكن والتعليم والصحة، واستيعاب الآثار السلبية لارتفاع أسعار الأدوية بفضل الشركات العولمية التي تعمل في مجال الدواء بحيث تصبح المستشفيات مؤهلة لتقديم الخدمات الأساسية الجراحية والدوائية، وبذلك تحمي العالم من الدمار بحل تناقضاته الاقتصادية والثقافية<sup>(٨)</sup>.

وهناك من الدراسات من نظر لتدفقات الإعلام في العالم ككل مثل الدراسة العميقة (التدفقات العكسية للعولمة) فهي عبارة عن دراسة كيفية تضم تحليلاً من المستوى الثاني لعدد كبير من الدراسات الإمبريقية لتدفقات الإعلام حول العالم لاستخلاص حقائق نظرية، ولا عجب في تميزها فالذي يتصدى لها قامة علمية سامقة في مجال الإعلام الدولي أستاذ الإعلام الهندي المقيم في بريطانيا دايا كيشان ثوسو Thussu<sup>(٩)</sup>.

وفيها يوضح (ثوسو) تدفقات المستوى الثاني التي تعدل نوعا الهيمنة الأنجلو-أمريكية ويقوم بها لاعبون دوليون من القطاع الخاص ومن القطاع الذي تسنده الدولة، وأكثرها شهرة أفلام بوليوود الهندية، والمسلسلات التليفزيونية من أمريكا اللاتينية وهي تدار بأسس ربحية صافية.

كل الوسائل السالفة لها حضور إقليمي قوي ومخطط لها الوصول لما يتعدى الدولة الأم وعليه فإن الباحث يسميها (التدفقات الإعلامية للمهيمن عليهم) أو تدفقات "الغلبة" أو تدفقات المستوى الثاني.

ولكن رغم ذلك فإن التحليل المتأمل الدقيق المتعمق لحقائق التدفقات الكوكبية والتدفقات المضادة يبين لنا عملية أكثر تعقيداً، فالتدفقات غير المتوازنة بين السائد والمهيمن عليهم يعكس إنعدام التوازن في تدفق الأفكار والسلع، وذلك بفضل ظواهر اندماج المحلي بالعولمي.

### ثانياً: الدراسات الإمبريقية

وهي دراسات رصدت تطبيقات هذا الاندماج بين المحلي والعولمي في مناطق جغرافية عدة هي (الولايات المتحدة وغرب أوروبا - العالم العربي - جنوب آسيا - شرق آسيا - شرق أوروبا - حوض البحر المتوسط).

كثيرة هي الدراسات التي تتعرض للولايات المتحدة وغرب أوروبا في تحليلات للمستوى الثاني ولكن الدراسات الإمبريقية ليست بكثرة التحليل الفوقي ومنها دراسة

ربیکا ریتشاردز **Richards** عن الروايات الأمريكية التي تصدرها دار نشر (أرلي كوين) التي اعتمدت على إنتاج الروايات الرومانسية الشعبية ذات الغلاف الورقي (Paperback) والتي حظت بشعبية في أوروبا وآسيا وأمريكا اللاتينية منذ بداية التسعينات لتترجم إلى ٢٤ لغة حول العالم في ١٠٠ دولة تقريباً.

فهذه الروايات تم تعديلها من قبل المترجمين لتناسب الثقافة المحلية في كل دولة ترجمت إلى لغتها حتى تناسب أذواق الجمهور المحلي إذا جاء المؤلفون الأصليون من دول ناطقة باللغة الإنجليزية. فقد لاحظ المترجمون أن القصص أمريكية للغاية وربما لا تعني حتى القارئ الأوروبي فبدأوا في عملية (دمج ما بين المحلي والعولمي) عميقة للروايات ونجحت الفكرة<sup>(١٠)</sup>.

فيما رصدت رسالة الباحث **باولو سيجسموندي Sigismondi** للدكتوراه صعود مفهوم (اندماج المحلي مع العولمي) وتمثله، والتطور السريع في التكنولوجيا الرقمية، وقد دمج الباحث الظاهرتين في العقلمة الرقمية لصناعة الترفيه التي تقدم نصوص إعلامية ناجحة في عبور الحدود الثقافية والقومية تدمج المحلي بالعولمي (كعروض المجلة التليفزيونية الساخرة مثل برنامج باسم يوسف: البرنامج الذي بدأ على اليوتيوب) ويجرى إثراؤها بعناصر متبناة لم تكن لتوجد لولا بيئة الإعلام الرقمية.

وهو يربط هذه الظواهر بالتدهور المحتمل لتأثير هوليوود وسلطاتها وهو في ذلك يلفت الانتباه إلى زيادة شعبية البرامج غير مكتوبة السيناريو كبرامج تليفزيون الواقع وثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

ولما كان الباحث قد أتى من خلفية متخصصة في إدارة الأعمال، فقد حلل الاستراتيجيات التنافسية للشركات الإعلامية الأوروبية والأمريكية، ويرصد (سيجسموندي) كيف تعاملت شركات هوليوود مع تحديات عدة في الولايات المتحدة والعالم<sup>(١١)</sup>.

ونادرة هي أيضاً الدراسات التي درست تطبيقات اندماج المحلي بالعولمي في **العالم العربي** وحتى الدراسة الوحيدة التي تم رصدها كانت باللغة الإنجليزية فقد درس **محمد عايش Ayish** برامج تليفزيون الواقع المنتجة في العالم العربي، غربية الأسلوب والقالب، والتي حازت شعبية لدى جماهير المنطقة بقدر ما أثارت أسئلة أخلاقية خطيرة<sup>(١٢)</sup>.

ففي الاقتراب من هذا النوع التليفزيوني/الشكل البرامجي Genre، عمدت بعض القنوات الفضائية العربية إلى التأكيد على القيم والعادات والتقاليد العربية، وبعضها خالف ذلك بالاقتراب من القيم والعادات الغربية.

تعتمد هذه الدراسة على مسح المضمون وحلقات النقاش الجماعي المركز أو البؤري لعينة من طلبة جامعة الشارقة بالإمارات العربية المتحدة، الذين تعرضوا لنوعين من هذه البرامج: نسخة معولمة، وأخرى محلية، ورأى الطلاب أن النوعين يحملان قيما متعارضة وأحياناً متناقضة عربية وعالمية. وتنتهي الدراسة إلى أن النوع الذي يعدل نفسه تبعاً لقيم المنطقة العربية (ويدمج المحلي بالعولمي) هو النوع الأكثر قبولاً ونجاحاً وشعبية بينما النوع الآخر بسبب الهجوم عليه توقف بعد أشهر قليلة من بثه، وهو أمر مهم لشركات الإنتاج العربية التي تريد أن تواصل نجاحها في المنطقة.

وخلص الباحث أنه بينما النقاد لديهم مشروعية لإثارة الاهتمام حول الطبيعة الجديدة والمتحدية لنسق القيم العربي، فإن هناك دلائل أن برامج تليفزيون الواقع المتوازنة والمسئولة تحمل وعداً بتحفيز الابتكارية وتدعيم المشاركة الديمقراطية في المنطقة التي ظهر بجلاء مجالها العام.

وفي جنوب آسيا حازت الدراسات التي تعرضت للإعلام الهندي على قصب السبق في الريادة والانفراد فقد حاولت دراسة **شاكونتالا راوو Rao** تحليلياً وميدانياً أن تجيب على سؤال لماذا يطلب الجمهور الهندي من الأفلام الهندية أن تحمل لمسة ثقافية هندية حتى إذا كانت تحمل تأثيرات عولمية؟<sup>(13)</sup>.

وقد تراوحت استجابات الجمهور الهندي لاستخدام اللغة الإنجليزية والملابس الغربية وقوالب الموسيقى ومواقع تصوير الأفلام من القلق إلى المتعة تبعاً لنوع الموضوع ولكن معظم المبحوثين عبروا عن توقعهم بأن تتضمن الأفلام البوليدوية موسيقى تقليدية وكذا ملابس مرتبطة بالهند، وكذا التركيز على المشاعر الأسرية المعروفة والتي تظهر في الأفلام الهندية، وتدعم القيم الهندية خاصة في الحفاظ على الأسرة وتلاحمها.

فلم يستسلم الجمهور النشط لأفلام الهندية بسلبية للتأثيرات الغربية، ولكنه طلب ونجاح نوعاً من الموائمة بين التغريب والهند وهو ما يدخل في مفهوم اندماج المحلي مع العولمي وفكرة التهجين الثقافي، وهذا الجيل نزع المخاوف التي كانت

تسيطر على الجيل الأول عندما رصد كل العناصر المحلية التي ما زالت تحتفظ بها  
الميديا الهندية.

واستخدمت الدراسة مقابلات مع شباب يتراوح سنهم من ٢٢- ٣٩ من الجنسين  
وأغلبهم طلبة في جامعة البنجاب وأسرهم وهو جمهور يغلب على أصوله الطابع  
الريفي.

أما دراسة برايا فازوندارا وساشير تانثري **Vasundara & Tantry** فركزت  
على التحول الدلالي في كلمة (جذاب جنسياً) Sexy عندما فقدت دلالاتها الإثارية  
الجنسية أو الإيروتية، وحاولت تفسير أسباب ذلك ثقافياً برصد تحول الاتجاه في  
الهند إلى قبول فكرة (اندماج المحلي مع العولمي)<sup>(١٤)</sup>.

فالتعريف والمقبول الثقافي للنزعات الإيروتية قد تحولاً في أعقاب (اندماج  
المحلي مع العولمي)، والذي بالتبعية أثر في تغير اتجاهات الجمهور وسلوكهم  
وثقافتهم في إطار زمني لا يتعدى ١٥ عاماً. وذلك عندما تحولت لفظة (sexy) من  
لفظة لا تلاقي قبولا مجتمعياً وتعد من التابوهات ولا يجوز استخدامها في وسائل  
الإعلام إلى لفظة مقبولة على نطاق واسع لدرجة أنها فقدت معناها الإثاري  
الإيروتية.

قامت الدراسة بتحليل أغنيتين واحدة هي (مثيرة جنسياً هكذا يدعوني الناس) من  
فيلم (خوضار) الذي أذيع عام ١٩٩٤، والذي تم تعديل كلمة Sexy إلى Baby أو  
حبيبتي حتى يسمح بعرضه وذلك بعد الضغوط التي تعرض لها المنتجين من قبل  
المنظمات النسوية وجماعات اليمين على (المجلس المركزي لاعتماد الأفلام) CBFC  
وهي الجهة المركزية التي تجيز عرض الأفلام لعموم الجمهور وهي الهيئة التي  
كانت في السابق تمنع تبادل القبلات في الأفلام الهندية.. ثم حللت الدراسة بعد ذلك  
أغنية (اسمى شيبلا) من فيلم (تيمارخان) الذي عرض عام ٢٠١١ وذكر فيها لفظة  
Sexy أو مثيرة جنسياً أكثر من مرة ودون أن يثير ذلك أي استياء لدى جماعات  
اليمين والجماعات النسوية ولا بالطبع الهيئة المخولة لرقابة الأفلام والتي سمحت  
بتبادل القبلات في الأفلام الهندية.

وقد طبقت الدراسة استنباطاً على ١٠٠ مبحوث نصفهم من النساء من الجمهور  
الذي كان في فترة المراهقة إبان إذاعة الأغنية الأولى عام ١٩٩٤.



وقد أجمع معظم المبحوثين أن الأغنية الأولى تعد (سوقية) وخليعة بينما لم يلاحظوا أي شيء من ذلك في الأغنية الثانية.

وخلصت الدراسة أن اندماج المحلي مع العولمي قد أثر على التركيبة الذهنية للجماهير وكذا على ثقافتهم وإدراكهم لما هو إيروتيكي إذ أصبحت الفتيات الهنديات تفخر بأن يطلق عليها هذه اللفظة (جذابة جنسياً) بينما قبل ما لا يزيد عن ١٥ عاماً كانت تعد قائلها غير مهذب ويقصد إهانتها.

على حين رصد **ديفيد أندروز Andrews** وآخرون تأثير الرياضات العابرة للقومية المنتشرة في دول الكومنولث البريطاني مثل الرجبي والكريكيت والهوكي على الصور الذهنية والإعلامية للياقة البدنية وعلى الثقافة الشعبية الإعلامية الهندي<sup>(١٥)</sup>.

وأوضحت الدراسة الإمبريقية التي اعتمدت على التحليل السيميولوجي لصور المجالات الرياضية العلاقة المعقدة بين التحرير الاقتصادي والعولمة والرأسمالية الاستهلاكية وبين صور الطبقة الوسطى الهندية الجديدة، وهو ما أعاد تقديم استقطابات اجتماعية وافتقاد للعدالة.

تم تقديم الأجساد الهندية الأقرب للأوربية على أنها الأجساد المنتجة المستهلكة المحلية والعلمية، على حين أصبحت الأجساد الهندية الأخرى ممثلة للفقر والحرمان والأولى والأليق بالتخلص بمن يحملها، فهناك علاقة لا شك فيها بين السياسات النيولبرالية وسياسات الجندر.

وننتقل إلى **منطقة شرق آسيا** والتي تعد المنطقة الأنشط في عمليات الاندماج والتنظير لها على حد سواء.

فقد درس **دوبو شيوم Shiom** مصطلح (الموجة الكورية) للتعبير عن حمى التعرض للمواد الكورية الذي تبعها موجة موازية للسفر إلى كوريا والسياحة فيها<sup>(١٦)</sup>.

وإضافة الطابع المحلي على المواد الكورية ليس لها من تفسير إلا في مفهوم (العقلمة) المطور عن (العولمة)، وظاهرة (الموجة الكورية) هي دراسة حالة مثيرة ومهمة لدراسة العولمة تطبيقياً.

أولاً: لأنها تبين كيف نجح الكوريون في الاستخدام الأمثل للسينما والتلفزيون كأدوات عولمية باعتبارها طرق يعبرون من خلالها عن ثقافتهم ومعرفتهم المحلية.

ثانياً: لأنه تبين المضامين الثقافية المهجنة محلياً أصبحت تدريجياً ذات جاذبية وشعبية لدى الجماهير الإقليمية أكثر من المضامين العولمية (والتي يقصد بها عادة الأمريكية خاصة والغربية عامة).

ثالثاً: لأنها توضح أن دعم الحكومة الكورية لهذه العملية وترويجها أسهم في نمو الإنتاج الإعلامي والكوري وهو الأمر الذي يتحدى الفهم الشائع للعولمة على أنها ظاهرة لا تعطى دوراً للدولة أو تمثل تخلياً من قبل الدولة عن دورها.

ولهذا فهذه الدراسة تتعرض لظاهرة لا تدعم التوحيد الثقافي بل الابتكارية الثقافية برصد الأشكال الثقافية الهجينة المتمخضة عن تفاعل المحلي مع العولمي.

وقد أفاد الباحث من هذه الدراسة في تطبيق عدد من العوامل أو المحددات على المواقع الإخبارية العربية لوكالات الأنباء الدولية والإقليمية التي ترصد مدى نجاح (اندماج المحلي بالعولمي)، ومنها حجم السوق، المنافسة، والجدوى الاقتصادية لهذه المشروعات.

وفي دراسته للماجستير رصد **سونج هو شوو Cho** استراتيجيات قنوات (أم تي في) في إضفاء الطابع المحلي على منتجاتها في شرق آسيا خاصة في كوريا الجنوبية، والصين واليابان<sup>(١٧)</sup>.

ولا يمكن تفسير هذه الاستراتيجيات بنموذج العولمة ولكن بنموذج العقلمة (اندماج المحلي مع العولمي) لأن دخول قنوات MTV إلى الأسواق الخارجية يعني إضفاء الطابع المحلي على البرامج وعلى نمط الأعمال والتي أثبتت أنها استراتيجيات أكثر نجاحاً من استراتيجيات التنميط والتوحيد القياسي.

وتبرز نتائج هذه الدراسة أن شركة (فايكوم Viacom) المالكة لقنوات (إم تي في) استخدمت مفهوم الشراكة الاقتصادية كاستراتيجية الرئيسية في إضفاء الطابع المحلي على قنوات (إم تي في) لأنها استراتيجية فعالة للشركة الدولية أو العولمية التي تبعد عن مناطق البيزنس/الأعمال الجديدة والتي تعد ثقافياً وسياسياً مالياً واقتصادياً متحدياً للشركة الأم.

في قنوات أم تي في في شرق آسيا، في كوريا والصين واليابان، تم استخدام طواقم عمل محلية ونطقت القنوات بلغات محلية ولكن كل دولة وظفت ذلك تبعاً لقوتها الاقتصادية ومدى قبول جمهورها للمضمون الغربي ففي كوريا بثت (إم تي

في) برامج محلية أكثر بينما أذاعت (ام تي في) اليابانية برامج أمريكية وغربية أكثر أما في الصين فقد اعتمدت (أم تي في) على برامج منتجة من دول الجوار.

وتطبيقاً على الظواهر الاتصالية في سنغافورة، قام الباحث **حبيب الحق خوندكير Khondker** بدراسة دور (اندماج المحلي بالعولمي) في النهضة الاقتصادية السنغافورية<sup>(١٨)</sup>.

فالمجتمع السنغافوري مجتمع متعدد الأعراق والأديان ويرى المنظرون أن هذه الصفة صفة إيجابية في إضفاء الطابع الأخلاقي على المجتمع ومعايير، عدد السكان ٤ مليون في (٢٠٠٤) ٧١% منهم صينيون، ١٤% ملاويون ٧% هنود، ٣% آخرون وحوالي ربع السكان فقط من المواطنين، والذي يعد مؤشراً على الاعتماد على قوة العمل الأجنبية خاصة كطبقة عاملة ذات معرفة وتأهيل عال.

وقد قدمت سنغافورة نفسها كنموذج متطور من مجتمع نام إلى مجتمع متقدم منذ أواخر السبعينات وفي عقد من الزمان كان صناع السياسة السنغافورين يعقدون مقارنة بين اقتصادها واقتصاد دول أوروبية صغيرة الحجم مثل سويسرا.

ولم تتبع سنغافورة نمط المجتمع ذو الاقتصاد الحر تماماً لأن الحكومة السنغافورة كانت متحكمة ومتدخلة دوماً في إرشاد قوى السوق الحر، واعتمدت على الشركات متعددة الجنسيات لدفع النمو الاقتصادي بوجود فائض مدخرات كبير للبلاد وكان نمط تطورها ونموها (هجين).

في الثمانينات اعتمدت على إنتاج تكنولوجيا الهاردوير للكمبيوتر وفي التسعينات اعتمدت على مجتمع التكنولوجيا الحيوية، ولكنها عدلتها لتناسب المعايير الأخلاقية والثقافية للبلاد، وهو ما انعكس على المعمار الذي أعتمد مع تزواج الثقافي واندماج المحلي بالعولمي.

وفي أوروبا الشرقية رصدت الرومانية أوريلاً **أنا فازيلي Vasile** دراسة التطور الذي أعتري التغطية الصحفية لعلاقة رومانيا بالاتحاد الأوروبي ومدى تمتع التغطية (بالتفكير النقدي) في الفترة من (٢٣ مايو - ٦ يونيو ٢٠٠٦) ونفس الفترة في عام ٢٠١١ مستخدمة أحد نماذج التفكير النقدي ومطبقة عناصرها على التغطية والتي شملت:

- التفرقة بين الحقيقة والرأي، وما بين العقلانية والعاطفية.
- التفرقة بين المصادر الأساسية والثانوية.

- تقييم المصادر.
- تقييم الحجج الإقناعية.
- رصد الصور النمطية.

وانتهت الدراسة التي استخدمت تحليل العناصر السابقة كميًا وكيفيًا في ١٢ قصة خبرية في كل فترة إلى أن معالجة علاقة رومانيا بالاتحاد الأوروبي تغيرت ودخلت عليها عناصر من (اندماج المحلي مع العولمي) عندما زادت التفرقة بين الحقيقة والرأي، وقلت الأوتار العاطفية المركزة على اختلاف الثقافة الرومانية، وزادت مصداقية المصادر وغلبت الحجج الإقناعية التي تصالح بين مصالح رومانيا والاتحاد الأوروبي وقلت الصور البسيطة عن الدول الأوروبية والاتحاد الأوروبي ككل.

وخلصت الدراسة أن هذا تأثير (اندماج المحلي مع العولمي) فعلى صعيد عدد القصص الخبرية المعالجة للعلاقة فقد زادت، واصبحت القيم الظاهرة والمحبذ اعتناقها هي القيم (التي تدمج المحلي بالعولمي) وليست (المحلية)، وأن اعتماد التغطية الصحفية على عناصر التفكير النقدي يرسخ قيم الديمقراطية في المجتمع الروماني لسيادة قيم عقلانية في المجال العام الذي يتم فيه مناقشة القضايا المصيرية<sup>(١٩)</sup>.

**أما رادكا هفالوفا Havalova** فقد درست تأثير العولمة على الاندماج الثقافي في جمهورية التشيك في المجالات الاقتصادية والسياسية والسوسيو ثقافية، ورصد معدلات هذا الاندماج الثقافي ودور جمهور وسائل الإعلام فيه، وتوصيف الآليات التي تجعل هذا الاندماج الثقافي ممكنا، ودور حكومة التشيك والاتحاد الأوروبي والبنك الدولي والمهاجرين في هذه العملية<sup>(٢٠)</sup>.

واستندت الدراسة إلى المصادر الثانوية وإلى المواقع الرسمية مثل وزارة العمل والشباب والرياضة والمكتب الإحصائي التشيكي وموقع (يوروستات).

وما يعنينا هنا النتائج الخاصة بوسائل الاتصال التقليدية والمحدثة في عملية الاندماج الثقافي إذ أوضحت الدراسة أن هناك من البحوث ما أثبتت أن نمط التعرض الاتصالي لكبار السن، غير المتعلمين تعليماً عالياً، الذين لا يجيدون الإنجليزية لا يساعد على الاندماج الثقافي بينما نمط التعرض الاتصالي للجيل الجديد المتعلم تعليماً عالياً هو الذي يُمكن أن يكون المستقبل لذلك.

ورغم ذلك فما زالت أكثرية الشعب التشيكي يرون في المهاجرين خطراً على ثقافتهم المحلية ولديهم اتجاه لتقييد هذه الهجرات خاصة من آسيا، وأوضحت الدراسة أن وسائل الإعلام لا تعامل كل المهاجرين على قدم المساواة (الأقليات العرقية) على حد سواء. على حين يتم إبراز السلوكيات والفيتناميين كأقليات طيبة الأولى للقرب الثقافي والثانية للجهد الذي يبذلونه في المجتمع التشيكي بينما يتم تصوير العجر على أنهم خطر على الثقافة التشيكية ويحرمون من استخدام لغتهم الخاصة، ويؤيدون استمرار عزلهم في مدارس خاصة رغم ذلك (!).

في حين درس **إيلادكو هورتوباجاي Hortobagyi** في المجر اندماج المحلي بالعولمي مجيباً على تساؤل رئيسي: إلى أي مدى تتعدل القيم العولمية وتتشكل لتلائم الاحتياجات المحلية؟، مستقصياً جوانب اتصالية لفظية وغير لفظية في الثقافة الشعبية المذاعة / التي تبثها الميديا المجرية.

ويرى أنه إذا كان المواطن الأمريكي يتعرض للمواد التليفزيونية أكثر من المواد المقروءة فإن ذلك يتواجد أيضاً للمستخدم / المتعرض المجرى<sup>(٢١)</sup>.

وفي منطقة **حوض البحر الأبيض المتوسط** فقد رصد **جو جريكستي Grixti** كيف يعاد تعريف الهويات الثقافية للشباب في ظل هذه العلاقة المعقدة بين التجارب اللغوية وتجارب التعرض لوسائل الإعلام عابرة القومية، عبر مقابلات مع الشباب (المالطي) ترصد الدراسة استخدام الشباب واتجاهاتهم نحو اللغة في سياق ما بعد استعماري ثنائي اللغة مشكلة نوعاً من الهجين الذي يجمع بين المحلي والعولمي.

أصبحت العلاقة بين المحلي والعولمي متداخلة بشكل عميق وهذه العلاقة تحول معناهما بشكل تكافلي (تشبه العلاقة التعايشية التكافلية بين الكائنات الحية) وفي هذا المشهد يبدو أن الشباب خاصة يشكلون هوياتهم المتعددة والهوية تفهم هنا "كعملية" إنتاج متحولة أبداً غير مكتملة أبداً، ولا تظهر إلا من خلال التمثيلات الإعلامية وليس بدونها.

وقد قام الباحث بإجراء بحثاً ميدانياً في مالطا ما بين (١٩٩٨-١٩٩٩) و(٢٠٠٢-٢٠٠٣) كجزء من مشروع دراسة كيفية ممولة من هيئة الإذاعة القومية في مالطا.

ورصد الجهد البحثي مدى أهمية الإعلام في تكوين وتشكيل ثقافة الشباب المالطي عبر مقابلات بؤرية جماعية لـ ٥٠٠ من الشباب والأطفال المالطيين تتراوح

أعمارهم بين ٥ - ٢٥ عاماً، وقد جاء المبحوثون من خلفيات متعددة الوضع الاقتصادي والاجتماعي والجغرافي وتمت المقابلات في أماكن مختلفة في الجامعات والمدارس والمنازل وأماكن العمل مستخدمة اللغتين المالطية والإنجليزية أو كليهما في كل مقابلة (٢٢).

أما عبد الكريم الدببسي ففي دراسته عن (الإعلام التركي من العثمينة إلى العولمة) ما يشير إلى (اندماج المحلي بالعولمي) عندما أصبح الإعلام التركي مثار اهتمام كبار رجال الأعمال من مالكي الشركات الإعلامية المشهورة عالمياً مثل: بيرلسكوني ومردوخ وماكسويل الذين أبدوا رغبة بالاستثمار في السوق الإعلامي التركي، بعد أن أصبحت هذه المجاميع الإعلامية تضم عدداً من الصحف والمجلات ومحطات الإذاعة والقنوات التلفزيونية ووكالات الأنباء ودور النشر والطبع.

توجد في تركيا ثماني مجموعات إعلامية كبرى تتوزع اتجاهاتها السياسية والفكرية بين تيارين متضادين هما التيار الليبرالي العلماني والتيار الإسلامي وتتحكم بنسبة أكثر من ٨٠% من القطاع الإعلامي التركي (٢٣).

#### المحور الثاني: تأثيرات العولمة وتطوراتها على وكالات الأنباء أو المواقع العربية لوكالات الأنباء الدولية وشبه الدولية

حيث هدفت دراسة مروة مرعي مذكور إلى التعرف على الصورة الذهنية لمصر في أذهان القائمين بالاتصال من العاملين في المؤسسات والوسائل الصحفية الأجنبية المقيمين في مصر من خلال معرفة آرائهم وتوجهاتهم تجاه البلاد، ورصد تغيير الاتجاهات المسبقة سلباً أو إيجابياً عن مصر بفعل العمل والاحتكاك الإعلامي والصحفي فيها (٢٤).

واستخدمت الباحثة منهج المسح، حيث قامت بمسح ميداني للمراسلين رغم الصعوبات المفرطة في إقناع هؤلاء المراسلين بالتعاون في البحث رغم تأكيدات الباحثة بعدم تعلقه بتوجهات أو جهات أخرى غير علمية، فمن بين أكثر من ألف إستمارة وزعتها الباحثة وصل الصالح منها ٨٧ مراسلاً عربياً وأجنبياً قامت عليهم الدراسة الميدانية.

وما يهمننا من نتائج الدراسة: ضعف التأثير الإعلامي الرسمي المصري في الخارج لدرجة تصل إلى حد الغياب التام، ورغم تغيير خريطة الوسائل الإعلامية التقليدية ونشوء ما يعرف بالصحافة البديلة التي تأخذ الطابع الشخصي كالمدونات،

وشبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك واليوتيوب، فما زالت الرقابة على الصحافة الخارجية تفلق كثيراً من المرسلين الأجانب؛ ويرجع ذلك لوجود أزمة ثقة بين وزارات الإعلام وأجهزة الرقابة الرسمية فى الدول الإسلامية والعربية من ناحية وبين الصحفيين الأجانب من ناحية أخرى حيث صرح معظم المبحوثين من المرسلين الأجانب أنهم يواجهون عقبات فى مصر تؤخر أعمالهم.

وفى رسالتها للماجستير أوضحت **رويدا أحمد طلب** أن وكالات الأنباء العالمية تتحرك من خلال سياق اجتماعي واقتصادي وسياسي، وبالتالي لا تنفصل هذه الوكالات عن مجتمعاتها وأنظمتها السياسية والاقتصادية، بل أصبح لها دورا هاما فى دعم هذه الأنظمة وتبريرها أيديولوجيا ولذلك اتجهت الدول الغربية الكبرى متمثلة فى بريطانيا وفرنسا والولايات المتحدة الأمريكية إلى دعم مصالحها وسياساتها فى مجال الفكر والمعلومات والأخبار التي تؤيدها وتضمن بقائها، وذلك عن طريق الهيمنة والتحكم فى مسار حركة تدفق الأخبار والمعلومات فى العالم من خلال سيطرتها على وكالات الأنباء العالمية<sup>(٢٥)</sup>.

ومن أهم النتائج ذات الصلة بمفهوم (اندماج المحلي بالعولمي) أن من أهم أسباب استمرار هيمنة وكالات الأنباء العالمية وبقائها حرصها الدائم على ملاحقة أهم التطورات التكنولوجية والاستفادة من الثورة التكنولوجية الهائلة للاتصالات والمعلومات.

إذ ارتبط تطور هذه الوكالات بالتطور التكنولوجي الهائل فى وسائل الاتصال فقد أتاح التطور التكنولوجي استخدام الكمبيوتر فى المجال الإخباري فى إعداد المادة الإخبارية وكتابتها وأيضا تنوع الخدمات التي تقدمها هذه الوكالات، فقد تحولت الأخبار والبيانات والمعلومات إلى بيانات رقمية تقنية يسهل الوصول إليها عبر شبكة الإنترنت فى أسرع وقت وأقل تكلفة بفضل الثورة التكنولوجية الراهنة كما مكنت هذه التحولات التكنولوجية وكالات الأنباء العالمية من تجميع الأنباء وتوزيعها فى معظم أنحاء العالم بلغات عديدة ومتنوعة لتصل لأكبر قدر ممكن من وسائل الإعلام وجمهور المتلقين عبر المواقع الإلكترونية الخاصة بكل وكالة على شبكة الإنترنت وعبر الأقمار الصناعية مما كان له أثر كبير على معالجة وكالات الأنباء العالمية للأخبار الخارجية السياسية.

وسعت دراسة **لمياء سامح جاد** إلى تحقيق هدف رئيسي فى الكشف عن

الدور الذي تلعبه وكالات الأنباء الأجنبية خلال الخدمات الإخبارية المقدمة عبر مواقعها الإلكترونية في تأطير أحداث الصراع العربي الإسرائيلي في مشهده الأبرز المتمثل في الصراع الفلسطيني الإسرائيلي ومسارته التطورية عام ٢٠١١ وعلاقتها بآليات التأطير اللغوي للفصائل الفلسطينية والأطراف الإقليمية والدولية ذات الصلة بالصراع بالصحف اليومية المصرية بالتطبيق على ثلاث وكالات اجنبية كبرى هي رويترز البريطانية - الأسوشيتدبرس الامريكية - ريا نوفوستي الروسية وثلاث صحف يومية مصرية هي الأهرام كصحيفة قومية والوفد كصحيفة حزبية والمصرى اليوم كصحيفة خاصة<sup>(٢٦)</sup>.

وما يعنينا من هذه الدراسة هي الجانب المعرفي عن وكالات الأنباء خاصة وكالة رويترز وتطور أوضاعها الاقتصادية والمهنية في العقد الأول من القرن الحادي والعشرين.

وتحددت مشكلة الدراسة عند **مي مصطفى عبد الرازق** في رصد وتحليل وتفسير العوامل التي تؤثر على تغطية الأحداث لدى الوكالات العربية و الدولية<sup>(٢٧)</sup>، وتمثلت أهم العوامل في: المهارات المهنية وسمات الصحفي الشخصية، العلاقة مع مصادر الحدث ومعايير اختيارها، والرضا الوظيفي للصحفي. أما العوامل الداخلية و الخارجية التي يمكن أن تؤثر على جودة أداء وكالات الأنباء فكان أهمها درجة استقلال الوكالة عن السلطة الحاكمة لدولتها، الجهات المالكة للوكالة، درجة جودة التكنولوجيا المتاحة في الوكالة و كيفية توظيفها. وقد أفادت هذه الدراسة من الجوانب المعرفية الخاصة بوكالتي رويترز وشينخوا.

أما **عبير عبد الله علي** فقد تحددت دراستها في تقييم عشرين موقعا إلكترونيا لوكالات الأنباء العربية الرسمية المتاحة علي شبكة الانترنت بهدف التعرف علي نقاط القوة ومواطن الضعف بها<sup>(٢٨)</sup>. كما اهتمت أيضا بدراسة مدى الإفادة من هذه المواقع كمصدر من مصادر المعلومات، وتم التقييم اعتمادا علي قائمة مراجعة تكونت من ١١٨ معيارا موزعة على أربع فئات رئيسة هي: محتوى الموقع والتصميم والبنية الفنية وإمكانية الاستخدام والخدمات، واعتمدت الدراسة علي المنهج المسحي التحليلي لرصد وتحليل مواقع وكالات الأنباء العربية ومدى الإفادة منها، كما اعتمدت علي الأسلوب التقييمي في ضوء المعايير التي تم وضعها لذلك.



وأفادت هذه الدراسة في رصد التطورات التكنولوجية - خاصة في مجالي التفاعلية والوسائط المتعددة - التي جعلت من إنشاء مواقع عربية لوكالات الأنباء شيئاً ممكناً.

#### تعليق عام على الدراسات السابقة:

- ندرة دراسة (اندماج المحلي بالعولمي) في المنطقة العربية وتميز دراستها في شرق وجنوب آسيا، والجمع بين الأسلوب الكيفي أو الكمي/الكيفي في الدراسات الإمبريقية التي تعرضت لها.
- جمعت بعض دراسات المحور الأول بين أكثر من وسيلة إعلامية، وإن تفوقت دراسات الوسائل المسموعة المرئية من حيث العدد والإحكام المنهجي والإجرائي، ولا غرابة في تصدر التلفزيون لظاهرة (اندماج المحلي بالعولمي) فالولايات المتحدة منذ العصر الذهبي لهوليوود هي رائدة هذا الاتجاه بلا منازع وصاحبة القاسم الأعظم للمنتجات السينمائية والفيديوية التي تدمج المحلي بالعولمي.
- جمعت دراسات كل محور ما بين التحليلي والميداني وإن فاقت الدراسات التحليلية في عددها الدراسات الميدانية، وتميزت الدراسات التحليلية بغلبة الأساليب الكيفية على الكمية الكيفية.
- جمعت التحليلات الإمبريقية بين الجانبين الكمي الكيفي إذا درست تجلي واحد فقط (دراسة التلفزيون الموسيقي في شرق آسيا)، أو اكتفت بالجانب الكيفي حين رصدها لأكثر من تجلي (حالة دراسة الميديا المجرية).
- لم تتطرق دراسات (اندماج المحلي بالعولمي) للقائم بالاتصال عامة أو في المؤسسات الدولية خاصة، أما دراسات وكالات الأنباء فدرست المرسلين بشكل نادر ولم تدرس القيادات الوسيطة أو حارسي البوابة أو الصحفيين المعنيين بالقرارات الإدارية التحريرية نتيجة لصعوبات الدراسة التي سيتم إدراجها بالتفصيل.
- أفادت الدراسات السابقة في التنظير لمفهوم اندماج المحلي بالعولمي وتطبيقاته الإعلامية، وصياغة المشكلة البحثية وفي بناء دليل المقابلة المتعمقة بما يحقق أهداف الدراسة ويجيب على تساؤلاتها.

## الإطار النظري للدراسة:

بالإضافة إلى المدخل النظري (اندماج المحلي بالعولمي) الذي يعد أساس هذه الدراسة، تعتمد الدراسة على تحليل النظم الكيفي، وفيه يسعى الباحث إلى تقديم أدلته على وجود أو عدم وجود العلاقة بين المتغيرات بناء على الشواهد التاريخية والأنية المقارنة بين الحالات المختلفة مع مناقشة وربما رفض التفسيرات الأخرى التي تختلف مع النتيجة التي توصل إليها.

ولا تقف حدود توظيف تحليل النظم في دراسة المؤسسات الإعلامية على وصف العناصر والمكونات فقط، ولكن تمتد إلى وصف علاقات المؤسسات الإعلامية بالنظم الاجتماعية الأخرى والبيئة الكلية لهذه النظم، فالنظام المفتوح هو الذي يميز المؤسسات الإعلامية بصفة عامة، وهو ما يظهر في هذه الدراسة، ويرتبط بذلك دراسة العقائد والإيديولوجيات واستدعاؤها لمعرفة ارتباطها بالقوى والنفوذ والسلطة في المجتمع.

## مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة في تعريف مفهوم إندماج المحلي بالعولمي Glocalization وتتبع التطور التاريخي له وتحديد أبعاده وتجلياته الإعلامية، ثم دراسة عناصر هذا المفهوم بالتطبيق على المواقع الإلكترونية الخيرية باللغة العربية لوكالات الأنباء الدولية وشبه الدولية والمؤسسات الإعلامية المناظرة.

## أهداف الدراسة:

- 1- تحديد مفهوم إندماج المحلي بالعولمي ورصد أبعاده.
- 2- تتبع التطور من العولمة إلى إندماج المحلي بالعولمي في تخصص الإعلام الدولي.
- 3- رصد الأسباب الاقتصادية والسياسية وراء مفهوم إندماج المحلي بالعولمي.
- 4- رصد التطبيقات الإعلامية للظاهرة في المجالات الإعلامية المختلفة المقروءة والمسموعة والمرئية.

٥- تطبيق المحددات السابقة على حراس البوابة في المواقع الإلكترونية الإخبارية العربية لوكالات الأنباء الدولية وشبه الدولية والمؤسسات الإعلامية المناظرة.

### تساؤلات الدراسة:

تشمل تساؤلات الدراسة تساؤلات عامة عن المفهوم وتجلياته ثم تساؤلات خاصة بإندماج المحلي بالعولمي في المواقع الإلكترونية الإخبارية العربية لوكالات الأنباء الدولية وشبه الدولية والمؤسسات الإعلامية المناظرة.

وبسبب ندرة الدراسات الأكاديمية عن ظاهرة إندماج المحلي بالعولمي في الجامعات العربية، وندرة الكتابة عن الظاهرة باللغة العربية إن لم يكن اختفاءها، فإن هذه الدراسة تطرح - منطقياً - تساؤلات وصفية وتتحو إلى التفسير في مرحلتها الأخيرة:

- ١- ما مفهوم إندماج المحلي بالعولمي وما الفارق بينه وبين المفاهيم المشابهة كالتجهين؟
- ٢- ما شكل التدفقات الإعلامية في عصر اندماج المحلي بالعولمي؟
- ٣- ما الوسائل الإعلامية التي يظهر فيها وما الأشكال البرمجية أو الأنواع Genres في كل وسيلة؟
- ٤- ما تأثير النشأة والتطور على الخدمات العربية الإلكترونية لوكالات الأنباء والمؤسسات الإعلامية المدروسة؟ وما أوجه الشبه والاختلاف بينهم في ذلك؟
- ٥- ما نموذج الأعمال الذي تعتمد عليه كل وكالة أنباء ومؤسسة مدروسة؟ وما أوجه الشبه والاختلاف بينهم في ذلك؟
- ٦- ما تأثير المنافسة على الخدمات العربية الإلكترونية لوكالات الأنباء والمؤسسات الإعلامية المدروسة؟
- ٧- ما تأثير الصراع السياسي والاقتصادي بين دول المنشأ على الخدمات العربية الإلكترونية لوكالات الأنباء والمؤسسات الإعلامية المدروسة؟

٨- ما عوامل النجاح في المشروعات التي تدمج المحلي بالعولمي، وما عوامل نجاح الخدمات العربية الإلكترونية لوكالات الأنباء والمؤسسات الإعلامية المدروسة؟

### نوع الدراسة:

على أساس الهدف النهائي من إجراء البحوث: فإن هذه الدراسة تجمع ما بين كونها بحثاً علمياً بحثاً يستعرض مقولات نظرية لمفهوم إندماج المحلي بالعولمي، وبين كونها بحثاً ميدانياً إمبريقياً لأنها تدرس أربع حالات تمثل المفهوم في تجلي إعلامي خاص من بين تجلياته وظواهره وهو المواقع الإخبارية الإلكترونية لوكالات الأنباء الدولية وشبه الدولية والمؤسسات الإعلامية المناظرة.

وعلى أساس الوسائل أو التكنيك المستخدم: فهي دراسة كيفية سواء في التأصيل التاريخي والسياسي والاقتصادي لظاهرة إندماج المحلي بالعولمي أو تطبيقاته الميدانية فهي تستخدم المقابلات الكيفية.

ويقوم التحليل الكيفي على تفسير العالم تبعاً لمفاهيم لا يمكن التعامل العددي الإحصائي معها مثل الدراسات الإثنوجرافية (الدراسات التي تبحث دور العرق والطبقة والنوع/الجنس في تلقي المواد الإعلامية)، والدراسات التي تعتمد على المقابلات هي دراسات تصنف على أنها تفسيرية تعلي من أهمية سؤال لماذا على بقية الأسئلة وإن لم تغفل التحليل، وفي دراسات إندماج المحلي بالعولمي فقد تأثرت بدراسات تحليل النظم الإعلامية بشكل كبير.

وهو إمبريقي على طريقته، فالخطاب المجموع من المقابلات يجري تحليله ويحتوي على حقائق وآراء تقال ربما للمرة الأولى، الفارق أنه لا يجري التعامل معها عددياً أو كمياً.

مطلوب تأصيل للتحليل الكيفي لظواهر الإعلام الدولي والمؤسسات الإعلامية الدولية.

وعلى أساس مستوى المعرفة العلمية: فهي دراسة وصفية في مرحلتها الأولى المتعلقة برصد مفهوم إندماج المحلي بالعولمي وتطوره التاريخي الثقافي ومحدداته الاقتصادية والسياسية بالتطبيق على المواقع الإلكترونية الإخبارية العربية لوكالات الأنباء الدولية والإقليمية والمؤسسات الإعلامية المناظرة، ورصد أوجه الشبه والاختلاف فيما بينها والنتيجة عن عوامل النشأة والتطور والمنافسة والاعتماد على

نموذج معين للأعمال، وهي دراسة تفسيرية حينما تنتقل لتفسر تأثير النظم السياسية والاقتصادية التي تعمل فيها هذه المؤسسات على عمل هذه المواقع الإخبارية.

### مناهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على أكثر من منهج مطبق في بحوث الإعلام الدولي الكيفية النقدية:

١ - أسلوب التحليل التاريخي التطوري عبر التتبع التاريخي للظاهرة وربطها بالظواهر السياسية المصاحبة، وبنمط إقتصادي محدد هو النمط الرأسمالي العابر للقومية.

٢ - أسلوب تحليل النظم الاقتصادي والإداري للمؤسسات الإعلامية ووكالات الأنباء المختارة.

وغني عن البيان أن هذه الدراسة - امتدادا لتوجهات الباحث الفكرية وأعماله السابقة - هي دراسة بينية **Interdisciplinary** تقع بين أكثر من علم من العلوم: الإعلام والاقتصاد والسياسة والإدارة.

### أدوات الدراسة:

في هذه الدراسة ستكون المقابلة المتعمقة شبه المقننة هي الأداة الرئيسية فنحن نريد رصد تطبيقات هذه الظاهرة لدى المسؤولين عن التحرير والإدارة، وهي المقابلة التي تعنى بجمع أسباب الخيارات الإدارية والتحريرية للمؤسسة الدولية أو الإقليمية، ولذا هي تهتم بالخبرات السابقة والقرارات المستقبلية ولكنها ليست كالمقابلات الصحفية فهي محكومة بإطار نظري يرصد المحددات السياسية والاقتصادية لظاهرة إندماج المحلي بالعولمي في مجال إعلامي بعينه، ودليل المقابلة بملحق (١) بهذه الدراسة.

### عينة الدراسة:

لمفهوم (إندماج المحلي بالعولمي) تجليات (أو تطبيقات) إعلامية كثيرة نأخذ منها ما هو أقرب لتخصص الصحافة المطبوعة وهو المواقع الالكترونية لوكالات الأنباء، وهو المنطق السائد في الجامعات المصرية على إعتبار أن الإعلام الالكتروني تخصص مشاع بين الأقسام الثلاثة. وهو منطق - رغم وجاهته - لا يأخذ التطورات في مجال الإعلام الدولي بعين الاعتبار مثل تراجع المطبوع أمام المرئي

والمسموع أو الانصهار التكنولوجي أو الأهم وهو التخصصات الجديدة مثل البرامج التي تدمج الدراسات الثقافية بالإعلام وهنا التخصص يكون في التوجه النظري والمنهجي للدراسات وليس التخصص بالوسيلة، وفيها المتخصص يدرس كل الوسائل بإقتراب ثقافي ونقدي كافي في الأغلب وليس الاقتراب البنائي الوظيفي الكمي التقليدي .

والتطورات في البحوث في الدول الغربية المتقدمة هي التي دفعت الباحث لذلك، ولكن عوضاً عن تقييم هذا التوجه بشكل موضوعي يجري أحيانا معاقبة من يدرس الإعلام المسموع والمرئي بتوجهات نظرية ومنهجية جديدة لا تدرسها أقسام الإذاعة والتلفزيون التقليدية تحت لافتة (الإلتزام بالتخصص) الأمر الذي يشبه من يكمن في خندق يرى منه العالم متخيلاً أن تلك هي الرؤية الوحيدة له .. !

"اختارت" الدراسة أربع مؤسسات إعلامية دولية وشبه دولية لها مواقع إلكترونية إخبارية باللغة العربية:

وكالة الأنباء رويترز .. وكالة الأنباء الدولية البريطانية المنشأ

<http://ara.reuters.com>

المؤسسة الإعلامية (بي بي سي) .. المؤسسة الإعلامية الدولية البريطانية

<http://www.bbc.co.uk/arabic>

وكالة أنباء الأناضول التركية .. وكالة الأنباء شبه الدولية

<http://www.aa.com.tr/ar>

وكالة أنباء شينخوا الصينية .. وكالة الأنباء شبه الدولية

<http://arabic.news.cn>

ووكالات الأنباء يطلق عليها بالإنجليزية News Agency ،Wire service، وتعرف بأنها مؤسسات أو منظمات إعلامية إقتصادية متكاملة، تستفيد من أعلى تطبيقات التقنية في جمع الأنباء، حول العالم وتجهيزها وتطويرها وتصنيفها وتوزيعها بعدة لغات، فهي مؤسسات ذات كفاية هائلة في جمع وتوزيع الأخبار على المشتركين في الخدمة مقابل إشتراك مالي محدد، أو بالمجان، ويشمل مشتركها المؤسسات الإعلامية، وغير الإعلامية، وعادة ما كان يتم توصيل أخبار تلك الوكالات عبر البرقيات، وحالياً فإن معظمها يبت أخباره عبر الأقمار الصناعية أو الإنترنت إلى غرف الأخبار لدى العملاء مباشرة<sup>(٢٩)</sup>.

**رويترز:** وكالة أنباء دولية كبرى تأسست عام ١٨٥١ عن طريق مؤسسها رجل الأعمال الألماني جولوس رويتر وقد بدأت بالأخبار المالية، ثم توسعت في عام ١٨٥٨ لتغطي الأخبار العامة كذلك. يقع مقرها الرئيسي في ميدان التايمز بنيويورك، وآخر التطورات التاريخية لرويترز كان في أبريل ٢٠٠٨، وتمثل في اندماجها مع شركة تومسون Thomson الكندية والتي تعد واحدة من بين أكبر ناشري الكتب العلمية والأكاديمية في العالم، وأحد أهم شركات تكنولوجيا المعلومات خاصة المعلومات المالية، وقد إتفق الطرفان على الإندماج مقابل ١٨,١٤ مليار دولار لرويترز، بحيث تتكون شركة جديدة هي تومسون - رويترز يرأسها ديفيد تومسون رئيس مجلس إدارة شركة تومسون، حيث تملك آل تومسون ٥٣% من الشركة الجديدة، بينما يتولى إدارتها التنفيذية توم جلوسر مدير رويترز، ويبدو التأثير الأنجلوفوني على رويترز جلياً عبر تاريخها<sup>(٣٠)</sup>، وقد أطلق الموقع الإلكتروني العربي عام ٢٠٠٠.

**بي بي سي عربي:** قاسم في مؤسسة إعلامية دولية كبرى هي بي بي سي، شبكة لنقل الأخبار والمعلومات إلى العالم العربي عبر عدة وسائط، تشمل الإنترنت والراديو والتلفزيون والهواتف المحمولة. وتعد بي بي سي العربية أكبر وأقدم خدمة إعلامية تطلقها بي بي سي بلغة غير الإنجليزية، وقد واصلت تطورها منذ انطلاقتها في ٣ يناير/ كانون الثاني عام ١٩٣٨ حتى صارت في مقدمة المحطات الإعلامية في العالم. وكانت تعرف منذ نشأتها وحتى التسعينات بـ "القسم العربي بـ هيئة الإذاعة البريطانية". ثم أطلق القسم العربي في ١٩٩٨ موقعا إخباريا على شبكة الإنترنت تتجدد أخباره على مدار اليوم. ثم أطلقت بي بي سي العربية قناة إخبارية جديدة في ٢٠٠٨، وبهذا إضافة للقسم العربي لإذاعة بي بي سي وموقع [bbc.com](http://bbc.com)، تكون بي بي سي قد أتمت الخدمة العربية للإذاعة في صورها الثلاث المختلفة<sup>(٣١)</sup>.

**وكالة أنباء شينخوا:** وكالة أنباء الصين الجديدة (شينخوا) الوكالة الرسمية لجمهورية الصين الشعبية، وهي من وكالات الأنباء العالمية الحديثة، وتأسست الوكالة في عام ١٩٣١، بمقاطعة جيانغشي تحت اسم "وكالة أنباء الصين الحمراء"، وأصبحت وكالة أنباء رسمية للدولة بعد تأسيس جمهورية الصين الشعبية عام ١٩٤٩، ومقرها الرئيسي في بكين، وإعتباراً من نوفمبر عام ١٩٩٧ شرعت وكالة شينخوا في نشر الأخبار المتعلقة بالصين وسائر مناطق العالم عبر موقعها على

شبكة الأنترنت، وتبث وكالة أنباء شينخوا الأخبار على مدار ٢٤ ساعة بلا إنقطاع بسبع لغات صينية وإنجليزية وعربية وفرنسية وأسبانية وروسية وبرتغالية. وتدرج تحت تصنيف وكالات الأنباء شبه العالمية لأنها تحتل مرتبة متقدمة من حيث المهنية والإنتشار خارج الدول التابعة لها، وتأتي في مرتبة تالية للوكالات العالمية الكبرى، وتنتهي هذه الوكالات غالباً إلى دول قوية اقتصاداً ومكانة على الخريطة الدولية<sup>(٣٢)</sup>.

**وكالة الأناضول للأخبار:** هي وكالة الأنباء الرسمية في تركيا والمفوضة بإصدار الأخبار والتصريحات المتعلقة بها، تم تأسيس هذه الوكالة بتاريخ ٦ أبريل ١٩٢٠ من قبل مصطفى كمال أتاتورك خلال حرب الاستقلال التركية وتعد الوكالة الأكبر في تركيا. وفي ١ مارس من عام ١٩٢٥ تأسست شركة تركية مساهمة تحت اسم "شركة وكالة الأناضول" وقام مصطفى كمال أتاتورك بتكليف مجموعة من رفاقه بتطوير عمل وكالة الأناضول حسب المعايير الحديثة المعمول بها في دول أوروبا الغربية وقتئذ؛ فأصبح للوكالة حينها وضع مستقل تتمتع فيه بنظام مؤسسي متميز لم يكن معمول به حتى في الدول الأوروبية، وتبث حالياً أخبارها بسبع لغات هي: التركية والإنجليزية والروسية والكردية والعربية والبوسنية والفرنسية<sup>(٣٣)</sup>، وهي بذلك تعد وكالة أنباء شبه دولية، وبدأ موقعها الإلكتروني باللغة العربية عام ٢٠١٢.

### عينة كرة الثلج:

والعينة في هذه الدراسة هي عينة غير احتمالية تنطبق عليها ما تقوله كتب مناهج البحث عن عينة كرة الثلج، ولا تعني هذه العينة بأي حال نوعاً من الاستسهال لدى الباحث فالمجهود الذي بذل لإقناع هؤلاء بمقابلته استغرق أكثر من ستة أشهر كاملة بينما استغرق جمع الدراسات السابقة ثلاثة أشهر فقط، ولذا أثر الباحث أن يستبعد تسميات العينة المتاحة أو المريحة أو العرضية فلم يكن الأمر متاحاً أو مريحاً بحال.

في عينة كرة الثلج نبدأ باختيار شخص/مؤسسة يستوفي المواصفات الموضوعية للاختيار ضمن العينة ثم نطلب منه أن يقترح آخرين بنفس المواصفات. على الرغم من أن هذه الطريقة من طرق اختيار العينة لا تمثل المجتمع تمثيلاً حقيقياً لكنها مفيدة في كثير من الأحيان عندما يصعب الوصول إلى أفراد مجتمع الدراسة، مثلاً إذا كنت تقوم بدراسة عن المشردين فلن تجد قوائم تحمل



أسماءهم في منطقة الدراسة لذلك عليك تحديد بعض المرشدين ثم تطلب منهم أن يرشدوك إلى المرشدين الآخرين<sup>(٣٤)</sup>.

وفي كتب مناهج البحث المحدثة تسمى عينة كرة الثلج بالعينة التي يحركها المبحوثين respondent-driven sampling وهي تفيد في الظواهر التي تكون فيها مفردات الدراسة مختفية، ولتقديم تصورات حول الشبكات الاجتماعية التي تنتظم مفردات العينة<sup>(٣٥)</sup>، وقد كان مستشار التحرير بوكالة رويترز هو مصدر المعلومات عن بقية العاملين بالوكالات والمؤسسات الدولية وشبه الدولية.

وقد كان من المفترض في العينة الأصلية أن تقارن بين وكالتين دوليتين ووكالتين شبه دوليتين، وبالفعل تم اختيار (رويترز، أجانس فرانس برس) عينة للوكالات الدولية، والوكالتين التركية والصينية عينة للوكالات شبه الدولية، ولكن مسئولو الوكالة الفرنسية لم يسمحوا بالمقابلة وكذا فعلت وكالة الأوسويتندبرس الأمريكية، فتم تحويل العينة إلى (رويترز، بي بي سي) / (الأناضول، دويتش فيلا) في مرحلة أخرى من الدراسة لمعادلة البي بي سي بإختيار الدويتش فيلا التي وافق مسئولها في ألمانيا على الإجابة على أسئلة المقابلة بالبريد الإلكتروني، وفي اللحظة الأخيرة جرى استبدالها بوكالة الأنباء الصينية بعد تعذر الحصول على إجابات أسئلة المقابلة من برلين.

### صعوبات الدراسة:

**المنافسة:** لن يتحدث أحد بسهولة عن خطته الإدارية وتصوراتهِ التحريرية خاصة في مناخ إعلامي منافس، ولكن الباحث أثر أن يفتح هذه الأسوار رغم الصعوبات الشديدة لذلك. واتضح من المقابلات المتاحة بالفعل وجود قرارات إدارية وتحريرية ثورية في بعض الوكالات الأمر الذي يعتبر إتاحتها للباحث أو الأكاديمي أمراً صعباً. فضلا عن ذلك، تخرج كثير من المصريين العاملين في هذه الوكالات والمؤسسات من الحديث إلا بموافقة من رؤسائهم المحليين في البلدان الأصلية لهذه الوكالات، وقد أخذت هذه الإجراءات وقتاً طويلاً.

**المناخ السياسي بمصر في فترة إجراء الدراسة:** بدء تفكير الباحث في الدراسة في سبتمبر ٢٠١٣ وهي الفترة التي أعقبت الإنقلاب الشعبي على الإخوان والإطاحة بنظامهم الحاكم ودخول مصر في مرحلة إنتقالية ثانية إلى أن تم انتخاب المشير عبد الفتاح السيسي رئيساً لمصر في يونيو ٢٠١٤.

وهي فترة غموض وسيولة سياسية وعدم استقرار اقتصادي جعلت كثيراً من المؤسسات الدولية وشبه الدولية تحجم عن إتاحة مقابلات مع إداريها وصناع سياستها التحريرية رغم مخاطبة الباحث رسمياً لهم بذلك، وشمل الأمر إحجام مدراء الحاليين عن إجراء المقابلات وإحالة الأمر لمدراء سابقين لن يتضرروا من إتاحة المعلومات للباحث.

وقد رفض كل من المدراء البريطانيين والأتراك والصينيين أي شكل من أشكال التواصل عبر التليفون أو البريد الإلكتروني أو برامج الدردشة، ووافق مسئولو الدويتش فيلا على الإجابة عن الأسئلة باستخدام البريد الإلكتروني ولكنهم لم يرسلوا الإجابة حتى تاريخه.

#### وقد تمت المقابلات مع:

- الأستاذ عاصم عبد المحسن مستشار التحرير بوكالة رويترز العربية ورئيس التحرير التنفيذي للنشرة العربية في الفترة من ١٩٨٠ - ١٩٩٣
- الأستاذ يحيى خلف أحد مسؤولي الموقع الإلكتروني العربي لمؤسسة بي بي سي
- الأستاذ توفيق غانم مستشار التحرير بالنشرة العربية لوكالة الأناضول
- الأستاذ صلاح أبو النجا مستشار التحرير بالنشرة العربية لوكالة شينخوا الصينية

#### تقسيم الدراسة:

تنقسم الدراسة إلى مبحثين: المبحث الأول: اندماج المحلي بالعولمي بين النظرية والتطبيق، ثم المبحث الثاني: إمبريقية اندماج المحلي بالعولمي في المواقع العربية لمؤسسات الإعلام الدولية وشبه الدولية.

#### المبحث الأول: اندماج المحلي بالعولمي بين النظرية والتطبيق

##### أولاً: نشأة المفهوم وتطوره

جاءت الصفة محلي عولمي أو عقلمي Glocal والمصدر اندماج المحلي بالعولمي أو عقلمة Glocalization من دمج صفتين: (عولمي Global) و(محلي Local) لتكوين كلمة منحوتة تبعاً لقاموس أكسفورد للكلمات الجديدة، وكان أول من استعملها باللغة الإنجليزية هو عالم الاجتماع الإنجليزي روبرتسون عام ١٩٩٥.

وكان اليابانيون هم أول من نحتوا هذه الكلمة وتنتطق باليابانية (دوتشاكوكا) Dochakuka والتي تعني حرفياً تبني أسلوباً في الزراعة لتناسب أرضاً غريبة على هذا الأسلوب، ثم أخذها عالم المال والأعمال في اليابان لتعبر عن دمج المحلي مع العولمي<sup>(٣٦)</sup>.

ويؤكد نفس المعلومة قاموس (Word Spy) ويعرفها على أنها ابتكار منتجات أو سلع موجهة نحو السوق العولمي ولكنها مصممة لتناسب الثقافات المحلية، وقد كان المفهوم يعبر عنه منذ أواخر الثمانينات ولكن تحت تسمية Indigenization والتي تعني إضفاء طابع ثقافة السكان الأصليين على أي شيء.

وكان المفهوم امتداداً لرؤية بعض علماء الاجتماع الذين ذهبوا أن العلوم الاجتماعية لعلم الاجتماع وعلم النفس وعلم السياسة هي منتجات معرفية تعكس الخبرة المجتمعية الغربية ولذا فإن هذه الميادين البحثية تحتاج إلى تطبيع مع الثقافة المحلية حتى يتم نقلها وزرعها.

وإذا أخذنا مفهوماً تاريخياً ممتداً لعملية (العولمة) فإن كلمة (المحلية) ذات نفسها هي نتيجة للعولمة فبالكاد يمكن أن ترى موقعاً في العالم بعيداً/بمعزل عن عملية العولمة نفسها.

وحتى رائد استخدام تعبير (اندماج المحلي مع العولمي) عالم الاجتماع روبرتسون لم ينظر للعولمة على أنها عملية حديثة أو جديدة ولا حتى كمنتج للحدثة بل نظر إليها كعملية تاريخية تسارع إيقاعها مع الحدثة الغربية.

وعلى صعيد الاقتصاد، رأى أستاذ الاقتصاد روبرت ووند أن الشركة العولمية لا تعني أنها قد قطعت الشوط كله واصبحت عالمية تماماً ولكن جزء منها عالمي، وجزء إقليمي وجزء محلي ويصبح لها أقسام خاصة للعرض والأبحاث والتطوير مختلفة عن الشركة الأم في شكل تحالف أو شراكة وليس إندماج بالكامل<sup>(٣٧)</sup>.

في هذا الإطار يعد مفهوم (اندماج المحلي بالعولمي) تطويراً لمفهوم العولمة Globalization، ويتكون اللاعبون الرئيسيون للعولمة من الشركات المتعددة الجنسيات أو عابرة القومية، التي تتسق عملها مع المؤسسات الدولية الاقتصادية كالبنك الدولي وصندوق النقد الدولي ومنظمة التجارة العالمية ويعتبر هذا الجناح الإعلامي للطبقة الرأسمالية عابرة القومية التي لها أذرع سياسية وإعلامية تتمثل في المؤسسات الإعلامية الكبرى التي تسيطر على بيئة الإعلام الدولي<sup>(٣٨)</sup>.

وقد تناول التنظير الأساس العلاماتي للمفهوم، فالمحلي مكون أساسي في العولمة لأنها حتى تتعين أو تنشأ لأبد لها من أن تلامس واقعاً محلياً إذ لا وجود لها بدون المحلي.

العولمة بشكلها الفوقي الفلسفي (ثقافة واحدة نقية سائدة) أمر غير موجود إلا في الذهن فقط وغير قابل للاستهلاك من قبل الناس إذ لا بد من أن تلتحم بالمحلي حتى يتم فهمها ابتداءً، واستهلاكها أو إنتاجها.

إن نظم التمثيل العظيمة مرتبطة ومعتمدة على بعضها البعض في تشكيل حياة كل يوم للأفراد والمجتمعات ومرتبطة بهذا العالم الذي يندمج فيه المحلي بالعولمي، فالفضاء العلاماتي هو هجين بين المحلي والعولمي، والمحلي مكون أساس في العولمة لأنها حتى تتعين أو تنشأ لأبد لها من أن تلامس واقعاً محلياً إذ لا وجود لها بدون المحلي<sup>(٣٩)</sup>.

ووصل الأمر بمفكر مثل (زيجموند باومان) للقول بأن (اندماج المحلي بالعولمي) هي ورش إصلاح محلية تخدم وتعيد تدوير المشكلات التي تنتجها المصانع العولمية، وهي في ذلك تحفظ كوكب الأرض مع البشرية من التدمير الذاتي، وهي الرؤية التي - على حد قوله - لم يستطع أن يستوعبها صمويل هنتجتون عندما كتب صراع الحضارات، ولم ير في الثقافات المحلية إلا عنصر هدم وصراع، وليس ورش عمل لإزالة أضرار العولمة.

وبما أن مفهوم (اندماج المحلي مع العولمي) هو رؤية متقدمة للعولمة فإنها تعني:

- ١- التنوع هو أساس الحياة الاجتماعية.
- ٢- العولمة لم تمح كل الاختلافات.
- ٣- استقلالية التاريخ والثقافة يعطي إحساساً بالتفرد لتجارب المجموعات والشعوب المحلية التي تعرفها على أنها (ثقافات)، أو (مجتمعات) أو (أمم).
- ٤- اندماج المحلي بالعولمي هو المفهوم الذي يزيح مخاوف الكثيرين بأن العولمة هي موجة كاسحة للاختلافات الثقافية، إذ ليس صحيحاً أن العولمة تجعل الحدود تختفي أو أنها تدمج الثقافات في ثقافة واحدة عولمية فمع الألفية الثالثة كل الاختلافات الدينية والثقافية بقت كما هي.

٥- العولمة لا تعد بعالم خال من الصراعات والتوترات ولكنها تقدم فهماً تاريخياً مركباً ولكنه عملي للغاية لعالمنا المعاصر<sup>(٤٠)</sup>.

وقد حاول المنظرون المحدثون فصل عملية (اندماج المحلي بالعولمي) كتطور للعولمة عن التغريب والأمركة وغيرها من المصطلحات المتحيزة مؤكدين أن التحديث ولو أنها عملية بدأت في الغرب، ولكن امتدادها يعكس صيغة محلية، ففي كل ثقافة صيغة تعكس الاندماج Fusion وليس التقليد Imitation.

وفي مناقشة العقلمة يحلو لبعض المنظرين أن يستبدلها بلفظ التهجين، ولكن يبدو الأمر مضللاً لماذا؟

لأن اندماج المحلي بالعولمي يقتضي دمج وانصهار عمليتين أو أكثر واحدة منهم محلية ولكن المرء يمكن أن يقبل (عملية) تهجين ليس لها بعد محلي، ومثال على ذلك ما حدث في التعليم العالي في سنغافورة فقد كان التهجين بين النموذج البريطاني الأصلي والنموذج الأمريكي ويمكن أن نجد ذلك مطبقاً في ممارسات تكنولوجية ومرتبطة بالأعمال في أماكن كثيرة في العالم.

ولكن ظواهر اندماج المحلي بالعولمي حتى تصبح ذات معنى لا بد أن يكون أحد مكوناتها محلياً سواء كان المحلي قيم أو ممارسات، وهو ما نجد دليلاً عليه في سنغافورة وفي أماكن كثيرة في العالم حين ندرس مجال برامج التليفزيون مثل الدراما ومسلسلات كوميديا الموقف وتلفزيون الواقع على الرغم من بعضها غير ناجح والبعض الأخرى محض تقليد ولكنه مقبول من أهل سنغافورة<sup>(٤١)</sup>.

ويرصد المنظرون تنويعات أشكال اندماج المحلي بالعولمي فأحياناً يفسر المحلي العولمي وفي أحيان أخرى ينتج العولمي المحلي، وفي أحيان ثالثة يصبح المحلي عولمياً.

### ثانياً: نمط التدفقات الإعلامية في فترة اندماج المحلي بالعولمي

ما زالت الولايات المتحدة تنزعم دول التدفق من النوع الأول أو التدفق السائد نتيجة القوة السياسية والاقتصادية لها. والإعلام الأمريكي بأنواعه (المعلومات، المعلومة الترفيهية، الترفية) هو الأكثر وصولاً حول العالم سواء باللغة الإنجليزية أو مدبلج ومعدل للجماهير المحلية، ثم يأتي الإعلام البريطاني (خاصة في الأخبار والوثائقيات) في المركز الثاني بفضل قوة اللغة الإنجليزية ثم

الكرتون الياباني الذي لم يكن ليحظى بهذا الانتشار العولمي لولا القوة الاقتصادية لثاني أقوى اقتصاد في العالم وهؤلاء يشكلون ما يسمى (التدفقات الإعلامية المهيمنة أو السائدة).

هذا في الوقت التي ظهرت فيه دول من الهوامش (دول الجنوب) كمصدرة للمواد الإعلامية (الأفلام والبرامج التليفزيونية) ولكن ما زالت الولايات المتحدة في الصدارة سواء بالأخبار والوثائقيات (Discovery، CNN) أو برامج الموسيقى والشباب (MTV)، بالأفلام (هوليود)، الأطفال (ديزني)، الرياضة (ESPN)، الإنترنت (جوجل)، الولايات المتحدة هي العملاق الكوكبي أو العولمي، ونتيجة لاندماج المحلي مع العولمي زادت نسبة البرامج الأمريكية بمقدار خمسة أضعاف ما بين ١٩٩٢ - ٢٠٠٤.

ونتيجة لهذا التوسع، بدأت الشركات العولمية الأمريكية تبحث عن زيادة العوائد باستخدام قوة العمل في مجال الإعلام والمعلومات التي تجيد الإنجليزية وكان للهند النصيب الأكبر من الاستعانة بقوة العمل في الجنوب لتعظيم الأرباح وهو الأمر الذي انعش الطبقة الوسطى الهندية.

والمستوى الثاني لتدفق البرامج بكافة الأنواع يقوم بها لاعبون دوليون من القطاع الخاص ومن القطاع الذي تسنده الدولة، وأكثرها شهرة أفلام بوليوود الهندية، والمسلسلات التليفزيونية من أمريكا اللاتينية وهي التي تدار بأسس ربحية صافية.

ومن بين وسائل الإعلام التي تسندها الدولة (يورونيوز) وهي مجموعة شركات متعددة اللغات هي الأكبر اخبارياً في أوروبا، وهناك قناة TV5 ورايو فرنسا الدولي ويتوجهان لدول الفرانكوفون، وهو الأمر المتكرر مع قناة الجزيرة القطرية للعالم العربي، والقناة الأمريكية اللاتينية (تلفزيون الجنوب) أو Televisora de Sun التي تبث من فنزويلا وكذلك قناة روسيا اليوم الناطقة بالإنجليزية، وقناة CCTV-9 الصينية الناطقة بالإنجليزية لنقل الدبلوماسية الشعبية الصينية للجمهور العولمي.

كل الوسائل السالفة لها حضور إقليمي قوي ومخطط لها الوصول لما يتعدى الدولة الأم وعليه فإن الباحث يسميها (التدفقات الإعلامية للمهيمن عليهم) Subaltern أو تدفقات "الغلبة" أو تدفقات المستوى الثاني.

ثم تأتي تدفقات في المرتبة الثالثة تستهدف فيها وسائل الإعلام الجيوثقافية جمهوراً له خصائص ثقافية ولغوية متميزة مثل: قناة (فونيكس) الصينية، وMBC السعودية والتدفقات الهندية التي تستهدف الوصول لجمهور الشتات ومنها قنوات Zee التي تستهدف الجيل الثاني من الهنود في البلدان الناطقة بالإنجليزية والذين لا يجيدون اللغة الهندية، وهي تدفقات تسمى (بالتدفقات العكسية) **Contra-Flows** وهي تدار في الاتجاهين من المركز للهوامش والعكس، وهي تغذي ما يمكن تسميته (المجال العام للشتات أو الدياسبورا) وهي تبث باللغات: الإسبانية، المندرين، العربية، التركية، الفرنسية الهندية وأصبح لها وجود ملموس.

ومن العوامل الرئيسية لهيمنة الولايات المتحدة صناعة السينما الهوليوودية التي كسبت في ٢٠٠٧ نصف عوائدها من التوزيع الخارجي وبلغت الأفلام بعشرات اللغات حول العالم، ثم يأتي الإعلانات العابرة للقومية المفصلة ثقافياً على قدر المناطق التي تنتشر فيها، وهو ما جعل لمصطلح (اندماج المحلي بالعالمي) كل هذا الحضور والمصدقية التحليلية بابتكاره (تدفقات هجينة) ولكنها تصب في صالح الولايات المتحدة كما تفيد عدد من اللاعبين المحليين<sup>(٤٢)</sup>.

وتدفقات المستوى الثاني تساعد على تدعيم فكرة التهجين الثقافية بوجود نمو في البث متعدد اللغات تابع من المراكز الإبداعية في القاهرة وهونج كونج وممباي ومكسيكوسيتي وكاراكاس (فنزويلا)، وبالطبع سول صناعة ما أطلق عليه (الموجة الكورية)<sup>(٤٣)</sup>.

وتعطي التدفقات من الدرجة الثانية، والجيو ثقافية انطباعاً خاطئاً بأن الاتصال الدولي قد أصبح أكثر تعددية وديمقراطية، ولكن التحليل الدقيق المتعمق لحقائق التدفقات العولمية والتدفقات المضادة يبين لنا عملية أكثر تعقيداً، فالتدفقات غير المتوازنة بين السائد والمهيمن عليهم يعكس إنعدام التوازن في تدفق الأفكار والسلع.

فيما عدا الكارتون الياباني، هذا النمو في الأسواق الجيوثقافية هو نمو ضئيل وتأثيره العولمي محصور في مناطق جغرافية بعينها فأى مسلسل مكسيكي لا يمكن أن يكون له نفس التأثير مثل المسلسل الأمريكي وحتى توسع بوليوود الخارجي نسبته من النمو في التوزيع السينمائي يعادل ٠,٢% ! بينما تزداد هوليوود قوة وغنى ووصول عولمي لأقصى أطراف الأرض.

إذاً يتضح لنا أن (إندماج العولمي بالمحلي) أو (الهجين الثقافي) ساعد على انتشار وسائل الإعلام الأمريكية/الغربية وليس العكس.

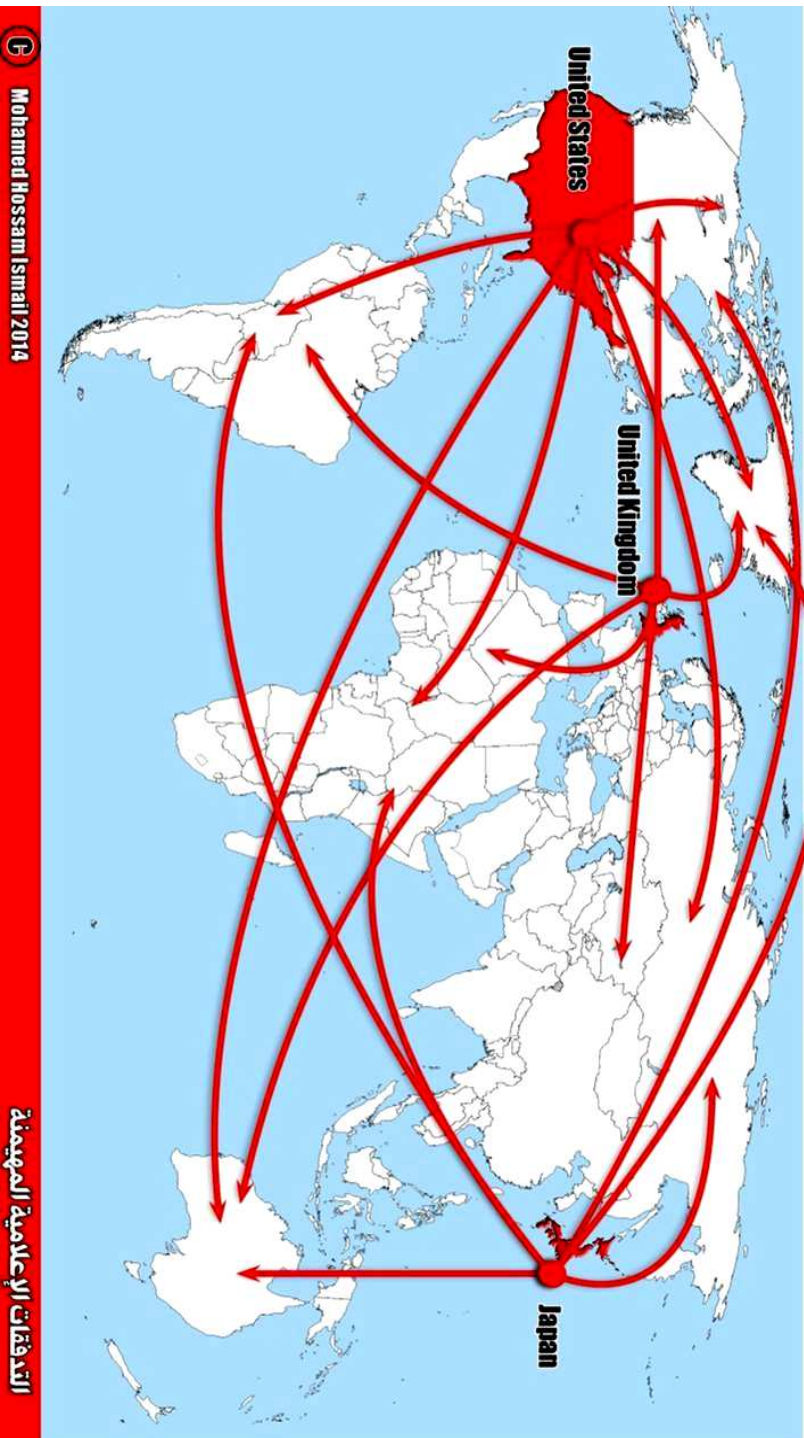
ولكن المستقبل يحمل وعداً لدولتين عملاقتين بسكانهما: الصين والهند إذ أن العوامل الديموغرافية حولتهما إلى لاعبين كبيرين يزاحمان الولايات المتحدة إذا استمر نسبة نموها في قطاع المعلومات بنفس الكيفية، الأمر الذي سيجعل من اللغتين (المندرين) و(الهندية) مراكز متقدمة للغاية على الإنجليزية.

ويرصد (سيجسموندي) كيف تعاملت شركات هوليوود مع تحديات عدة في الولايات المتحدة والعالم، فقد تحول مركز الثقل في هوليوود من إنتاج المضمون إلى توزيعه خاصة خارج الولايات المتحدة وهو ما يجعلها على عرش الشركات الأكثر ربحية في العالم، وهو يرصد عوامل بقاء المضمون الأمريكي مطلوباً في الخارج لا سيما خاصية تعدد المعاني وانفتاحه على التأويلات الثقافية المتعددة<sup>(٤٤)</sup>.

وجاء التحدي الكبير لهوليوود من البرامج (من دون سيناريو) والتي بدأت أوروبياً وانتشرت في العالم وعلى رأسها برامج تليفزيون الواقع؛ ولكن هوليوود الذكية استعارت هذا الشكل البرامجي وسوقته أيضاً حول العالم تبعاً للحاجات الإقليمية الإعلامية، وهي في تصديرها للخارج تراعي إضفاء السياق المحلي على هذا الشكل العولمي ولذا حولت التهديد إلى فرصة.

وكان التحدي الثاني لهوليوود هو التحدي التكنولوجي بانتشار منصات إعلامية وأشكال رقمية في فضاء الانترنت والتليفونات المحمولة خاصة اليوتيوب، وما زال الباحثون يرصدون كيف تشكل القنوات الجديدة للإنتاج والتوزيع تهديداً لهوليوود.

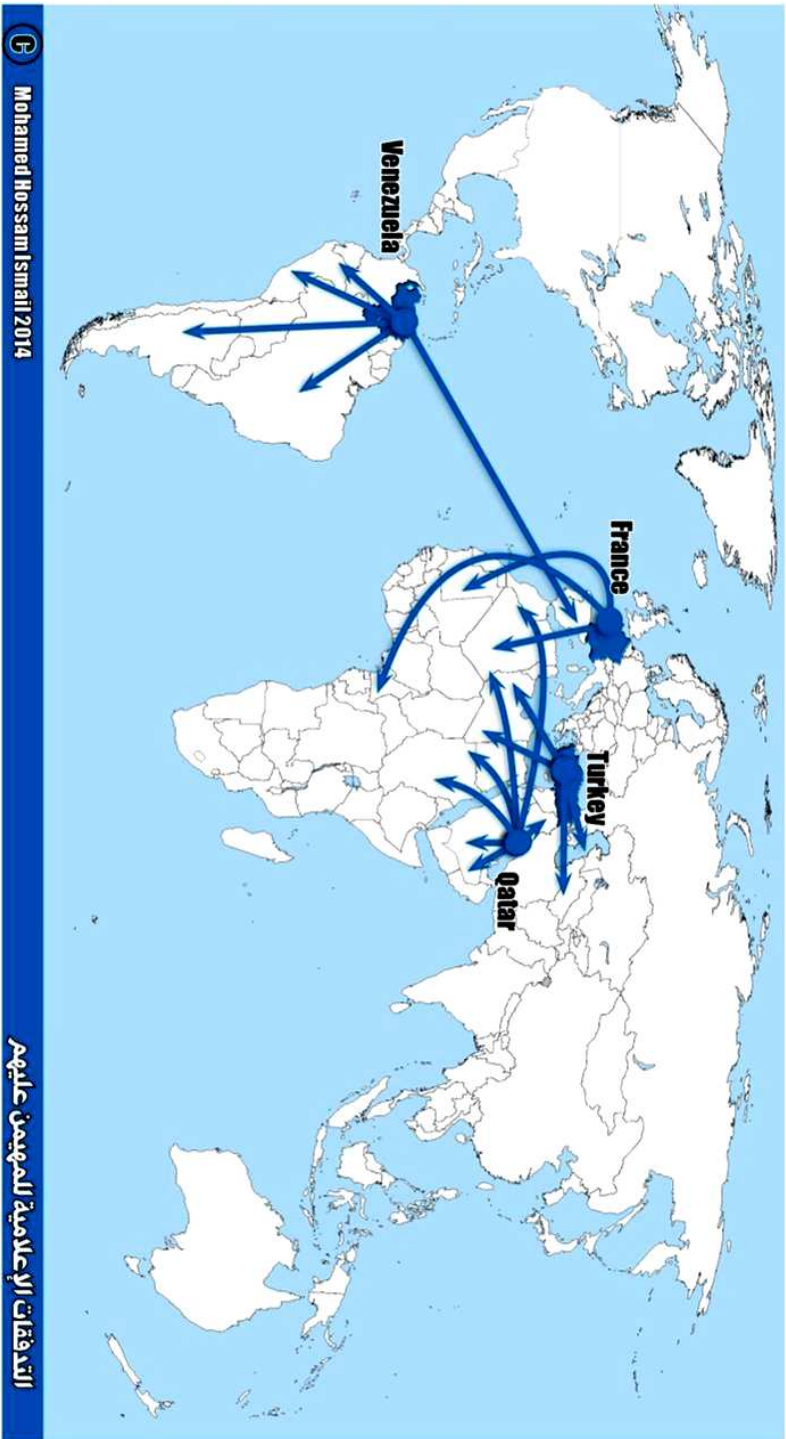




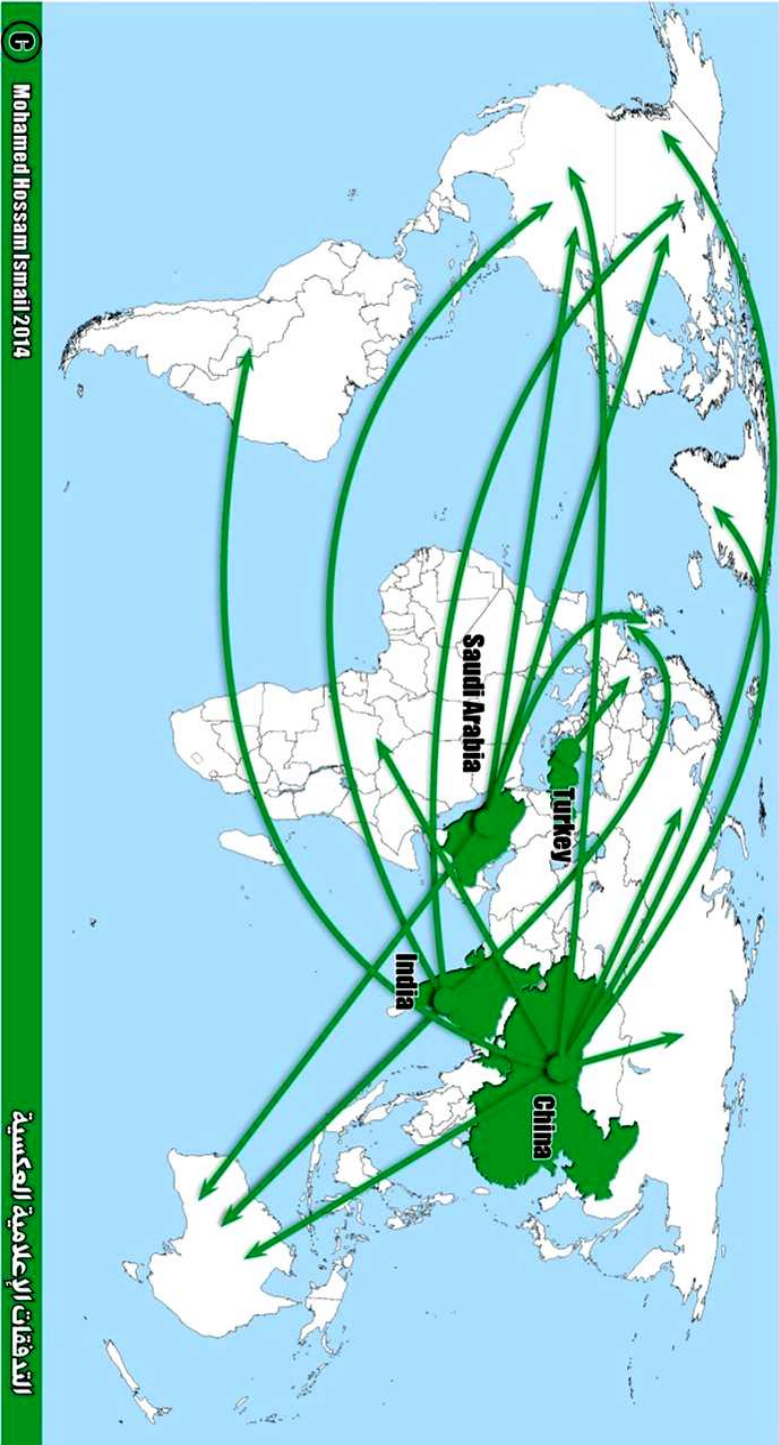
Moamed Hossam Ismail 2014

التدفقات الإعلامية المهيمنة

شكل (١) يوضح التدفقات الإعلامية المهيمنة



شكل (٢) يوضح التدفقات الإعلامية للمجتمعات عليهم



Ⓜ Mohamed Hossam Ismail 2014

التفاعلات الإعلامية العكسية

شكل (٣) يوضح التفاعلات الإعلامية العكسية

### ثالثاً: الوسائل الإعلامية والأنماط الاتصالية Genres

١- التليفزيون: حاز التليفزيون على أغلب الاهتمام البحثي والمعرفي الذي يظهر تطبيقات مفهوم اندماج المحلي بالعولمي وهو الاهتمام الذي غطى كل مناطق العالم الجغرافية تقريباً متمثلاً في أشكال برامج Genres أو ظواهر: تليفزيون الواقع، المجلة التليفزيونية الساخرة، برامج المسابقات، الإعلانات، القنوات الموسيقية (إم تي في وأخواتها)، كارتون الأطفال (الياباني والأمريكي).

#### • تليفزيون الواقع:

انتهت الدراسات إلى أن برامج تليفزيون الواقع التي تعدل نفسها تبعاً لقيم المنطقة العربية (وتدمج المحلي بالعولمي) هو النوع الأكثر قبولاً ونجاحاً وشعبية، بينما النوع الآخر المتغرب تماماً يتوقف ويتعثر بسبب الهجوم عليه، وهو أمر مهم لشركات الإنتاج العربية التي تريد أن تواصل نجاحها في المنطقة.

وإذا كان النقاد لديهم مشروعية لإثارة الاهتمام حول الطبيعة الجديدة والمتحدية لنسق القيم العربي، فإن هناك دلائل أن برامج تليفزيون الواقع المتوازنة والمسئولة تحمل وعداً بدعم الابتكارية وتعميق المشاركة الديمقراطية في هذه المنطقة العربية التي ظهر بجلاء مجالها العام ما بين سنوات ٢٠١١-٢٠١٤.

وقد كان الرفض العام لبرامج تليفزيون الواقع منصباً على كيف تقترب هذه البرامج من القيم الاجتماعية والثقافية للمجتمع العربي وليس على شكل برامج تليفزيون الواقع.

في عام ٢٠٠٤ مثلاً، كان هناك احتجاجاً شعبياً في البحرين على أحد برامج تليفزيون الواقع الذي أنتجته مجموعة (MBC) السعودية، وهو برنامج الأخ الأكبر، وأدى ذلك لإلغاء تصويره في هذه المملكة الخليجية الصغيرة، وتضمن العرض وضع ١٢ فتى وفتاة للإقامة معاً تحت سقف واحد وهو أمر غير لائق ثقافياً وغير واقعي بينما تصور كاميرات المراقبة حركاتهم وسكناتهم حتى في أشد لحظاتهم خصوصية كتغييرهم للملابس مثلاً.

وهو الرفض الشعبي الذي طال أيضاً برنامجاً آخر هو (On Air Together) في الهوا سوا، والذي له ترجمة أخرى في العربية (On Love) الذي كانت تنتجه شبكة (ART)، السعودية أيضاً.

بينما نجحت برامج أخرى خلافية في البقاء مثل برنامج (أكاديمية النجوم) وهو برنامج مأخوذ عن برنامج فرنسي يحمل نفس الاسم تنتجه قناة LBC اللبنانية وذلك لأن المنافسات كانت حول الغناء وليس حول الارتباط العاطفي، وإن لم يخلو موسماً منه من مؤاخذات أخلاقية أغلبها متسرب لزيادة شعبية البرنامج.

أما الجانب الإيجابي في هذه البرامج فهو أن المشاهدين في العالم العربي وربما لأول مرة أصبح لهم صوتاً يسمع، وتتخذ آرائهم وتصويتاتهم بعين الاعتبار لاختيار نجماً معيناً، وكذلك دعم ذلك من ديمقراطية النجومية حيث يتم اختيارهم من بين الناس العاديين وهذا ما حدث لبرنامج (سوبر ستار) والذي أنتجته شبكة المستقبل اللبنانية.

الأكثر من ذلك فإن برامج تليفزيون الواقع قد تحفظ القيم التقليدية السائدة في العالم العربي بوجود برامج تراعي هذه القيم بل وتركز على إبرازها وإثباته من يتعلق بها مثل برامج (شاعر المليون) وبرامج مسابقات حفظ القرآن الكريم، وهي عناصر مكينة وعزيزة في الثقافة العربية الإسلامية.

وهي بذلك تفصل نفسها على قد القيم الأصيلة لهذه المجتمعات أو تعدل نفسها على مقاس هذه القيم السائدة حتى تصبح مقبولة جماهيرياً ولذلك هي مثال على البرامج التي تدمج المحلي بالعولمي Glocalized أي "معقمة" من حيث القيم التي تحملها تدعم الهوية السائدة.

وهي بذلك تحتفظ بعناصر عولمية مثل تحمس الجماهير لهذه المسابقات، وتدعيم الإبداعية واكتشاف المواهب، ومشاركة الجماهير في انتقاءهم ولكن في ثوب ليس افتضاحياً كأغلب الأشكال الغربية، بل بشكل يحفظ القيم العربية وهو ذكاء من المنتجين يضمن لهم الاستمرار في إنتاج البرامج في العالم العربي<sup>(٤٥)</sup>.

والتعليق الذي يمكن أن يظهر هنا هو أن: مازال الجمهور العربي يسعده أن يستهلك الجنس في السر ويسوءه أن يكون هذا الاستهلاك في العلن وهو جزء أصيل من القيم العربية الإسلامية في هذا المجال، فممارسة الجنس والجمهور به أمراً يثير الامتعاض في هذه المجتمعات.

ومن الملاحظات الهامة في هذا المجال، وجود السياق لظهور هذه البرامج فقد ظهرت برامج تليفزيون الواقع العربية بعد سحق الانتفاضة الفلسطينية التي بدأت ٢٠٠٠ وتوقف عملية السلام بغزو الولايات المتحدة للعراق ٢٠٠٣ فأخذت

الشباب العربي بعيداً عن هذه الاحباطات بشئ منعش ويوجه حماسهم لشئ فني وليس سياسي.

وأنت هذه البرامج وسط أزمة بطالة عربية لتداعب خيال الملايين في نجومية سريعة على غرار نجومية نانسي عجرم التي كسبت الملايين وهي بعد في الخامسة والعشرين من عمرها.

وجاءت هذه البرامج أيضاً لتختبر الولاء السياسي والوطني لدولة عربية ما وتفضيلات جماهير الدول الأخرى لنجوم من دول بعينها.

وكذلك فإن البرامج الناجحة جرى تصويرها في لبنان الذي ينظر له على أنه مجتمع يمثل سقف الحرية في العالم العربي نتيجة لتعدد الثقافات فيه ونتيجة ارتباطه بالغرب، فبقاء المشاركين من الجنسين تحت سقف واحد ربما ليس أمراً شائعاً بدوره في لبنان ولكنه شيئاً جديداً لا يثير الامتعاض كثيراً؛ إذ ينظر لهؤلاء الشباب على أنهم جيل جديد بقيم متجددة.

وفي كل المناطق الجغرافية تقريبا، انتشرت سلسلة (لديهم مواهب أو Got Talent) دامجة السياق المحلي بالعولمي، وإن كان هذا لا يجب أن يعشي عيوننا عن الأصل الأنجلو - أمريكي للبرنامج، وهنا يؤشر المثال على أن المحلي يطوع العولمي وقيمه كي يظهر. وكلما كانت القيم قريبة من قيم المجتمع الغربي زاد قبول نقل القيم مباشرة دون تغيير في نمط القيم إذ أثبتت دراسة أخرى أنه يتم محاكاة برامج تليفزيون الواقع في سياقات محلية مثل برنامج (الأخ الأكبر) الذي يحوز قبولاً في المجتمع المجري أكثر من الدراما والأفلام<sup>(٤٦)</sup>.

#### • التليفزيون الموسيقي:

تحوز قنوات الأغاني المصورة أهمية كبيرة في تطبيقات مفهوم (اندماج المحلي بالعولمي) ويجيء في طليعة هذه القنوات قنوات إم تي في المعقمة خاصة في شرق آسيا في: كوريا الجنوبية، والصين واليابان.

ولا يمكن تفسير هذه الاستراتيجيات بنموذج العولمة لأن دخول قنوات MTV إلى الأسواق الخارجية يعني إضفاء الطابع المحلي على البرامج وعلى نمط الأعمال والتي أثبتت أنها استراتيجيات أكثر نجاحاً من استراتيجيات التتميط والتوحيد القياسي.

وتبرز نتائج دراسات عدة أن شركة (فياكوم) المالكة لقنوات (إم تي في) استخدمت مفهوم الشراكة الاقتصادية كاستراتيجية رئيسية في إضفاء الطابع المحلي على هذه القنوات لأنها استراتيجية فعالة للشركة الدولية أو العالمية عندما تبعد فيها مناطق البيزنس/الأعمال الجديدة عن بلد المنشأ، هذا البعد الذي يعد تحدياً ثقافياً وسياسياً واقتصادياً للشركة الأم.

في قنوات أم تي في في شرق آسيا، في كوريا والصين واليابان، تم استخدام طواقم عمل محلية ونطقت القنوات بلغات محلية ولكن كل دولة وظفت ذلك تبعاً لقوتها الاقتصادية ومدى قبول جمهورها للمضمون الغربي ففي كوريا بثت (إم تي في) برامج محلية أكثر بينما أذاعت (إم تي في) اليابانية برامج أمريكية وغربية أكثر، أما في الصين فقد اعتمدت (أم تي في) على برامج منتجة من دول الجوار.

كان على قنوات (إم تي في) في شرق آسيا أن تراعي الثقافات المحلية بتقليل عدد الأغاني المصورة والبرامج المتضمنة عنفاً أو مشاهد جنسية.

ولهذا تم استخدام اللغات المحلية في الدول الثلاث ولكن زادت البرامج الغربية في (إم تي في) اليابان نتيجة قبول المشاهد الياباني للفيديو الغربي ومعاييرهم وقلة الإنتاج الياباني، أما في كوريا فزاد الإنتاج المحلي مع اكتساح الموجة الكورية، وفي الصين ونتيجة لقلّة المنصرف على الإنتاج للأغاني الصينية تم استبدال المنتج الفني الكوري والياباني بالأمريكي والذي يحوز مشاهدة عالية في الصين<sup>(٤٧)</sup>.

لم تتجح تجربة إم تي في في المنطقة العربية لوجود قنوات محلية نجحت في صنع الاندماج بين المحلي والعالمي مثل قنوات روتانا التي يمتلكها تايفون الإعلام العربي الوليد بن طلال<sup>(٤٨)</sup>، وحتى في هذه التجربة يقول (باتريك سماحة) اللبناني مدير إم تي في العربية كنا حريصين على احترام الثقافة العربية وبالطبع عدم إذاعة الكليات التي تحتوي على عري صارخ وألفاظ جنسية فاضحة.

#### • الإعلانات التلفزيونية:

وهي بالطبع ليست مقتصرة على التلفزيون ولكن الباحث وضعها هنا لأن التلفزيون ما زال يحوز القاسم الأعظم للحملات الإعلانية، والمثال الأبرز هي شركات المشروبات الغازية العولميو وتحديداً (كوكا كولا وبيبيسي).

وترصد البحوث على سبيل المثال ما حدث في حملات (كوكا كولا) في آسيا وخاصة الفلبين عندما ركزت على القيم العائلية والأسرية لدرجة تحويل (كوكا كولا) لمنتج إقليمي أطلق عليه (جوهرة الشرق)، وهو ما حدث مع حملات (بيبيسي) في المنطقة العربية وفي السياق المصري في مناسبات ذات طبيعة ثقافية خاصة مثل شهر رمضان لتكون (بيبيسي) هي من تجمع أفراد العائلة القريب والبعيد على مائدة واحدة.

#### • كارتون الأطفال:

يهيمن تصدير الكارتون الأمريكي والياباني على المشهد الدولي من خلال التليفزيون الفضائي والكابلي، ففناة الأطفال (نيكولوديون) المملوكة من قبل شركة (فياكوم) تمتد لأكثر من ١٠٠ دولة حول العالم ويدخل الملايين أيضاً على المواقع الإلكترونية التي تعد أمثداً لها [niok.com](http://niok.com).

وفي حالة مشابهة فإن شركة ديزني لها أكثر من ٢٠ موقعاً في آسيا وأوروبا وأمريكا اللاتينية، وهذه البرامج يجرى دبلجتها بلغات عدة محلية موفرة نفس القصص والمنتجات المأخوذة عن شخصيات ديزني، والأيديولوجيات لجمهور متنوع عولمي.

وتشير الدراسات الحديثة إلى أن هذه الثقافات العديدة تفسر وتؤول هذه الرسائل العولمية على ضوء قيمها ومعاييرها الثقافية بدلاً من تبني هذه الرسائل المصدرة لها من الخارج.

ويتم إضفاء الطابع المحلي على البرامج العولمة ليتم قبولها، على سبيل المثال برنامج (شارع سمس) دخل في شركات محلية للإنتاج حتى يناسب مناطق جغرافية - ثقافية عدة مقدمين للجمهور تنوعات أكثر ثراءً وفاعلية في التعرض من الشكل العولمي الموحد يعد نموذجاً على التفاعل بين المحلي والعولمي<sup>(٤٩)</sup>.

#### • المجلة التليفزيونية الساخرة:

وقد نجح هذا الشكل التليفزيوني المأخوذ من (عرض جون ستيوارت الساخر) في مناطق عدة ليس من بينها شرق آسيا المنتعشة عولمياً وذلك لأسباب ثقافية تتمثل في علاقة المواطن بالحكومات، فيما نجحت النسخة المصرية في برنامج (البرنامج) الذي كان يقدمه باسم يوسف في الفترة التي ارتفع فيها سقف حرية الإعلام في مصر واختفى البرنامج بهبوط هذا السقف<sup>(٥٠)</sup>، وفي شرق أوروبا



مثلاً، يتم محاكاة عروض (ديفيد ليترمان) في برامج مثل: Mr. & Mrs. Show, .Monika Show, Fabri Show

#### • برامج المسابقات:

مثل برنامج من سيربح المليون، و Deal or No Deal حيث تم اضعاف الطابع المحلي عليه ونجح للغاية في أوروبا الشرقية وكذلك في المنطقة العربية وشرق آسيا.

#### ٢ - السينما:

تعتبر السينما الهندية في بوليوود مثالا ناصعا على إندماج المحلي بالعولمي على أصعدة عدة. على صعيد الملابس ازداد قبول الملابس الغربية في الأفلام الهندية وبينما كان ينظر لمن يرتديها على أنهم يلعبون أدوار الفساد والشر أصبحوا الآن من الأبطال المحبوبين، وبينما كانت الموديلز الغربيات فقط من يلبسن ملابس تظهر مفاتهن تحول ذلك إلى الموديلز الهنديات ولكن في كل الأحوال بقيت البطلة الرئيسية أقل كشافاً لجسدها، وكذلك تم تفصيل الملابس التقليدية بشكل يجعل هناك تداخل بينها وبين الملابس الغربية.

على صعيد اللغة اندمجت الانجليزية مع الهندية من أصل (أوردو) في لغة واحدة اسموها (هندجلش) Hinglish وزادت في البرامج والأفلام وعلى لسان أبطالها.

على صعيد أماكن التصوير، زاد ظهور الأماكن الغربية والخارجية عموماً في الأفلام، على صعيد المشاعر زاد عرض حياة الأبطال الفردية ولكنه ليس كما في الافلام الغربية فالأولى مازالت تظهر العائلة في الفيلم حتى وإن قلت المساحة المعطاة للأب والأم والأخوة والأقارب.

على صعيد كلمات الأغاني اندمجت الهندية مع الإنجليزية وأن كانت الإنجليزية بالكامل مازالت غير مقبولة، وعلى صعيد الرقصات حدث تهجين بين الرقصات الهندية والغربية مع بقاء المشاهدين حريصين على هذه اللمسة الهندية، ويقبل الجمهور الرقصات الإيروتيكية من المجاميع الراقصة وليس من الأبطال، ودخل على الموسيقى الهندية التوزيع الغربي والآلات الغربية.

ووضح أن إضفاء اللمسة الهندية على الفيلم المعولم يقلل من مخاوف الناس على هويتهم فالعولمة المتعدية للمحليات لم تعد موجودة وغير واقعية، فالعولمي

يجرى بناءه وقبوله محلياً، كما أن المحلية يجرى بناءها وقبولاً كوكبياً في عملية جدلية تتفاوت بين بلد وآخر وثقافة وأخرى في القوة، ولكنها لا تختلف في المنطق العام<sup>(٥١)</sup>.

وفيما يتعلق بالجانب الاقتصادي، تنتج الشركات المعولمة مثل (سوني) أفلاماً مع الشركات المحلية في الصين وفرنسا والهند وتقدم لهذه الدول آليات للتوزيع العولمي، وقد تم استغلال خاصية الشراكة في الإنتاج والتوزيع بين الشركات المحلية والعولمية في مضامين عرفت بجاذبيتها المحلية خاصة في مضامين مثل الأفلام البوليدوية وأفلام الحركة الآسيوية.

عندما بثت التلفزيونات في الصين وتايوان وهونج كونج تحديداً الأفلام الكورية في نهاية التسعينات وجدت إقبالاً كبيراً على مشاهدتها، كما حدث ذلك مع الأغاني الشعبية كما لو أن الجماهير وجدت نموذجاً يتطلعون إليه، وقد تزامنت الموجة الإعلامية الكورية مع الانتعاش الاقتصادي الكوري وأخذها كنموذج ناجح في إنتاج الإلكترونيات والسيارات في المنطقة.

وكان منطقياً أن تقبل الناس على السينما والدراما والموسيقى الكورية كي يتعرفوا على هذا الجانب الثقافي لهذه الأمة الناجحة المتحققة، وأصبحت النجوم الكورية يقونات ثقافية في منطقة جنوب شرق آسيا.

وكانت جاذبية الثقافة الشعبية الكورية ذات معنى دال للحكومة الكورية إذ ساعدتها على إصلاح علاقاتها الخارجية مع دول الجوار فالناس في فيتنام لا يزالون يتذكرون تدخل الجيش الكوري الجنوبي ضد جيش التحرير الفيتنامي خلال الحرب في فيتنام (١٩٦٣-١٩٧٥)، وعند الناس في تايوان إحساس بخيانة الكوريين الجنوبيين لهم عندما استأنفت علاقاتها الدبلوماسية مع الصين ١٩٩٢، وحسن التعاون الإعلامي والثقافي بين كوريا واليابان العلاقة العداوية القديمة نتيجة احتلال الأخيرة للأولى إبان الحرب العالمية الثانية<sup>(٥٢)</sup>.

وعلى صعيد الأسباب وراء النجاح الكوري: فترى الجماهير في الصين وتايوان أن الميديا الكورية نجحت في اختراع هذا المزيج الجذاب من القيم الآسيوية والغربية في كل شيء بدأ من استراتيجيات البيزنس العولمي نهاية بالمضامين الجذابة وليس نهاية بالمطبخ الكوري المطور وهذا ما جعل كوريا الجنوبية نموذج يتم التطلع إليه والإعجاب به.

### ٣- الإعلام المطبوع:

وهو الإعلام الذي يشهد تراجعاً خاصة على صعيد الجرائد والمجلات الورقية مقارنة بالمواقع الإلكترونية لهذه الجرائد والمجلات، فقد اختفت الطبعة العربية الورقية لمجلة نيوزويك الأمريكية نتيجة عدم الجدوى الاقتصادية لهذا المشروع الذي يدمج المحلي بالعولمي.

في الهند، رصدت البحوث العلاقة المعقدة بين التحرير الاقتصادي والعولمة والرأسمالية الاستهلاكية على صور الطبقة الوسطى الهندية الجديدة، وهو ما يؤشر على وجود استقطابات اجتماعية في الإعلام الهندي وافتقاد للعدالة التي تستبعد الشرائح الفقيرة.

تم تقديم الأجساد الهندية الأقرب لأوربية على أنها الأجساد المنتجة والمستمتعة بثمار التنمية، على حين أصبحت الأجساد الهندية الأخرى ممثلة للفقير والحرمان والأولى والأليق بالتخلص بمن يحملها، فهناك علاقة لا شك فيها بين السياسات النيولبرالية وسياسات الجندر.

في الولايات المتحدة، يتم تعديل الروايات الرومانسية من قبل المترجمين لتناسب الثقافة المحلية في كل دولة ترجمت إلى لغتها، وذلك حتى تناسب أذواق الجمهور المحلي إذ جاء المؤلفون الأصليون من دول ناطقة باللغة الإنجليزية. فقد لاحظ المترجمون أن القصص أمريكية للغاية وربما لا تعني حتى القارئ الأوربي فبدأوا في عملية (دمج ما بين المحلي والعولمي) عميقة للروايات ونجحت الفكرة.

### ٤- الإعلام الإلكتروني:

وله ظواهر عدة أبرزها موسوعة ويكيبيديا التي بدأت باللغة الإنجليزية ونمت بفضل (اندماج المحلي بالعولمي) لأكثر من ٢٨٧ لغة منها ٥٢ لغة تتجاوز صفحاتها ١٠٠ ألف صفحة حتى أكتوبر ٢٠١٤<sup>(٥٣)</sup>، وتشير البحوث الحديثة على منصات الإنترنت الرقمية أن هذه المنصات سواء التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي أو اشتراكات تطبيقات المحمول هي أماكن يلتقى فيها المحلي بالعولمي.

وتؤشر البحوث المتعاقبة على أن الإعلام الإلكتروني تم تعريفه على أنها محفز للديمقراطية ومكون لمجتمعات محلية تعكس التغيرات التي تحدث في الثقافة والتجارة والتكنولوجيا والبناء الاجتماعي، ففي قائمة أفضل ١٠٠ موقع يسوق

المنتجات العالمية، جاءت المواقع الصينية في المركز الأول في تقديم استراتيجيات الاندماج المحلي مع العالمي<sup>(٥٤)</sup>.

وتجىء دراستنا هذه لتدرس تحلياً جديداً للمفهوم ممثلاً في المواقع العربية لوكالات الأنباء الدولية وشبه الدولية.

#### رابعاً: نموذج الأعمال في عصر اندماج المحلي بالعالمي

نموذج الأعمال يصف المنطق الذي بمقتضاه تحصل المنظمات على فائض القيمة/الربح/النجاح، وفي السياقات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية فإن (نموذج الأعمال) جزء لا يتجزأ من استراتيجية الأعمال.

وكنظرية وممارسة فإن مصطلح (نموذج الأعمال) يستخدم لوصف مدى واسع من التوصيفات الرسمية وغير الرسمية التي تعبر عن الأوجه الرئيسية للأعمال بما فيها الأهداف، العمليات، الجمهور المستهدف، العروض، البنية التحتية والبنى المنظمة، والعمليات والسياسات الإجرائية<sup>(٥٥)</sup>.

ويقدم التراث العلمي تأويلات وتعريفات متعددة لنموذج الأعمال وأحدهم هو: تصميم البنى المؤسسية للفوز بفرصة ربحية تجارية، وثانيهم: هي آليات بمقتضاها تخلق الشركات نجاحاً استثنائياً، وهي الآليات التي يتم تكرارها من بعض الشركات بعد ذلك.

ويستخدم المصطلح من قبل المديرين لاكتشاف احتمالات للتطوير في المستقبل، ونماذج الأعمال المعروضة تشكل (وصفات) للنجاح للمديرين المبدعين.

وأصبح (نموذج الأعمال) مرتبطاً ببعض الشركات في بعض العقود بدءاً من النصف الثاني من القرن العشرين لتصف كيف نجحت هذه الشركات وكيف انتشرت منتجاتها على صعيد كوكبي أو يتعدى دولة المنشأ، في الخمسينات انعقد النجاح لنموذج الأعمال لمطاعم ماكدونالدز وتويوتا للسيارات، وفي الستينات كان المبتكر هو صيغة الهايبر ماركت على غرار وول مارت، وفي السبعينات نجحت شركات Toys R Us ، FedEx وفي التسعينات ظهر نماذج أعمال متميزة لشركات: Netflix, eBay, Amazon.com, Starbucks<sup>(٥٦)</sup>.

وتختار الشركة العالمية نمط الأعمال عندما تدخل الاسواق الأجنبية معتمدة على مؤشر مدى تقدم أو تأخر دولة بعينه، وهذا المؤشر يتضمن أيضاً عناصر مثل: حجم السوق، حجم النمو، مدى الربحية، المنافسة.

وتتطلب هذه العوامل من الشركة الدولية في مجال الإعلام تنويع نمط الأعمال، فأحياناً تعتمد على الاندماج وأحياناً على الشراكة وهو ما يحدد حجم رأسمال الذي يتم إعادة توطينه في بلد معين.

وقد أثبتت التجارب أن الشراكة هي الأسلوب الأمثل في دخول الأسواق الجديدة خاصة البعيدة عن بلد المنشأ للشركة الدولية وفي حالة قنوات إم تي في الآسيوية كان البعد الثقافي والجغرافي بين الولايات المتحدة، والبلدان المدروسة الصين واليابان وكورياً عاملاً حاسماً لاختيار الشراكة وليس الاندماج بنوعيه الأفقي والرأسي وهو ما قلل المخاطر لشركة (فياكوم).

وقد أجرت شركة (فياكوم) دراسات إثنوجرافية على البلدان الثلاثة قبل الدخول لمعرفة خصائص الجمهور. وكان النموذج المفسر لعملها هو (اندماج المحلي مع العولمي) وهي عملية ثنائية الاتجاه تتضمن شد وجذب بين الشركة الأم وبين الشركات التي تتشارك معها في البلدان الأجنبية ويأتي زيادة الطابع المحلي كلما زاد التمسك باللغة والثقافة وتدخلت الحكومة في الأعمال. وهو الأمر الذي تكرر مع شبكة (ستار) المملوكة لمجموعة (نيوز كوربريشين) ومالكها روبرت ميردوخ.

طبقت ذلك شبكة CNN الدولية المملوكة لمجموعة (تايم وارنر- أمريكا أون لاين) عندما خصصت نصف وقتها للحكومات المحلية في شرق آسيا حتى يزيد التعرض لهذه القناة الإخبارية<sup>(٥٧)</sup>، والشركات المحلية التي قامت بالشراكة مع شركة فياكوم مالكة قنوات إم تي في:

**كوريا الجنوبية: CJ Media**

**الصين: China Inter CCTV, SMG TV**

**اليابان: H&Q Asia, pacific@japanMedia**

ويعد رجل الأعمال العربي الأمير الوليد بن طلال نموذجاً لرجل الأعمال الذي اعتمد أسلوب الشراكة خاصة مع مجموعة نيوزكورب الذي يديرها إمبراطور الإعلام العالمي روبرت ميردوخ.

وللحكومات دور أيضاً في نجاح اندماج المحلي بالعولمي، إذ تعزو الدراسات النجاح الكوري في منطقة جنوب شرق آسيا إلى النمو الاقتصادي الكوري الرشيد ودعم الحكومات الكورية المتعاقبة لشركات الإنتاج الإعلامي والسينمائي الكوري

بل إن بعضهم جاء من عمالقة التتقيب عن النفط مثل شركة (Daesung) عملاق الطاقة الكوري<sup>(٥٨)</sup>.

ولم تتبع سنغافورة نمط المجتمع ذو الاقتصاد الحر تماماً لأن الحكومة السنغافورية كانت متحكمة ومتدخلّة دوماً في إرشاد قوى السوق الحر، واعتمدت على الشركات متعددة الجنسيات لدفع النمو الاقتصادي بوجود فائض مدخرات كبير للبلاد وكان نمط تطورها ونموها (هجين).

وفي حوض البحر الأبيض المتوسط، أصبح الإعلام التركي مثار اهتمام كبار رجال الأعمال من مالكي الشركات الإعلامية المشهورة عالمياً مثل: بيرلسكوني ومردوخ وماكسويل الذين أبدوا رغبة بالاستثمار في السوق الإعلامي التركي، بعد أن أصبحت هذه المجاميع الإعلامية تضم عدداً من الصحف والمجلات ومحطات الإذاعة والقنوات التليفزيونية ووكالات الأنباء ودور النشر والطبع.

ويعد الاتجاه اليميني، الاتجاه السائد والمسيطر على الصحف ووسائل الإعلام التركية الأخرى، لأن مؤسساته هي الأكثر عدداً وصحفه إجمالاً هي الأكثر توزيعاً وتأثيراً من الاتجاهات الأخرى ويبلغ حجم احتكاراته ٦٠% من إجمالي قطاع الإعلام التركي. وهو الاتجاه الذي يحدث فيه اندماج المحلي بالعولمي<sup>(٥٩)</sup>.

يحتكر اليهود في تركيا شركات إنتاج وتوزيع الإعلانات التي تشكل مورداً أساسياً للصحف ويفرض اليهود سيطرتهم على شركات الإعلان منذ أن امتلك اليهودي (إيزيدور باروخ) ١٩٠٨ شركة باروخ، وكذا (إيلي أيجمان) صاحب شركة (ماناجانس) كبرى الشركات الإعلانية التي أدخلت الأساليب الحديثة في الإعلان، وشركة (إعلان جليل) التي يرأسها اليهودي (ألبرت ليفي) وكذا يتحكمون في فرض رؤاهم بحرمان وسائل الإعلام التي لا تتوافق مع مصالحهم من الإعلانات.

**المبحث الثاني: إمبريقية اندماج المحلي بالعولمي في المواقع الإخبارية العربية لمؤسسات الإعلام الدولية وشبه الدولية**

**أولاً: تأثير النشأة والتطور**

رويترز: بدأ التفكير في خدمة عربية لوكالة رويترز العريقة (تأسست ١٨٥١) في إطار الحرب العالمية الثانية وفي سياق الصراع بين الحلفاء والمحور، وكان من الواضح أن إذاعة برلين العربية التي تأسست عام ١٩٣٤ ناجحة في استقطاب

المشاعر ضد الاحتلالين البريطاني والفرنسي للدول العربية، واستجابت بريطانيا بإطلاق إذاعة السبي بي سي باللغة العربية لكسب عقول الناس في المنطقة العربية عام ١٩٣٨، وفي ١٩٤١ في خلال ثورة رشيد عالي الكيلاني في العراق والتي كانت بدعم من الألمان ضد الإنجليز، تم التفكير في توجيه ضربة إعلامية أخرى لألمانيا النازية بإنشاء وكالة أنباء باللغة العربية تخاطب جماهير العرب.

نشأت ما تسمى (وكالة الأنباء العربية) وهي الوكالة الأم التي قامت بالإعداد والتدريب لمعظم وكالات الأنباء العربية فيما بعد، إلا أنها كانت النسخة العربية من وكالة رويترز وكان مقرها القاهرة وبدأت بترجمة أخبار وكالة رويترز والمتعلقة بالمنطقة، واستعانت تلك الوكالة بنخبة من أساتذة الجامعات في مصر وبعض الصحفيين الكبار الذين يجيدون الإنجليزية مثل الأستاذ عباس حافظ.

انتهت الحرب العالمية الثانية بيد أن هذه الوكالة استمرت بشكل أو بآخر ذات ارتباط بوكالة رويترز حتى عام ١٩٥٦، وفي إطار أزمة السويس بين مصر والدول الغربية صدر قرار من الرئيس جمال عبدالناصر بإغلاق وكالة الأنباء العربية، وحينما سأل الرئيس عبدالناصر لماذا لا يقرأ أخبار رويترز قيل له: (ما أنت يا ريس قفلت الخدمة العربية للوكالة)، فصدر قرار شفوي بإعادة عمل الوكالة، وظل هذا الوضع الشفوي قائما حتى نهاية ديسمبر ١٩٦٣ إذ رأى المسئولون عن رويترز أن الوضع غير موات في القاهرة فنقلوا الخدمة إلى عمان في الأردن ثم إلى بيروت في لبنان عندما شعر الصحفيون بتقييد حرية الصحافة في مصر في الوقت الذي قامت فيه وكالة أنباء الشرق الأوسط في عام ١٩٥٥.

عندما انتقلت رويترز إلى عمان تحول الإسم إلى وكالة الأنباء الإقليمية، ولم يقتصر الأمر على ترجمة أخبار رويترز وامتد الأمر لتغطية الأحداث في المنطقة في شكل أخبار ليست بالضرورة لها نسخة باللغة الإنجليزية في رويترز.

كانت الوكالة في القاهرة تعمل على مدار الساعة، ولكن عندما انتقلت إلى عمان تغيرت الصورة وتم تقليل عدد العاملين وعدد ساعات العمل وبدأ طاقم العمل في إصدار نشره ٤ مرات في اليوم كل مرة منهم ٤٥ دقيقة، كانت خدمة شكلية أكثر مما أنها خدمة حقيقية.

استمر الأمر حتى عام ١٩٨٠ عندما طلبت رويترز من الأستاذ عاصم عبد المحسن إنشاء خدمة عربية متكاملة من القاهرة رغم معاهدة السلام المصرية

الإسرائيلية والعداء العربي للرئيس أنور السادات، وبسبب الظروف الأمنية غير المواتية في (لبنان) إبان اندلاع الحرب الأهلية، "وطلب إليّ أن أضع خدمة متكاملة بشبكة مراسلين تغطي البلدان العربية وبقية بلدان الشرق الأوسط، وكأن أحد الدوافع الأساسية لذلك أننا كنا نواجه مشاكل خطيرة من الترجمة من اللغة الإنجليزية وكان يسفر عنها مشاكل سياسية فكان الأفضل أن يكون التصريح باللغة العربية.

كان العالم العربي يستقي أخباره عن بعضه البعض من خلال وكالات الأنباء الأجنبية وليس من خلال وكالات أنباء وطنية أو إقليمية، ولهذا كانت لرويترز العربية ميزة الأخبار العربية التي ليست بالضرورة أن تترجم للإنجليزية، بالإضافة للأخبار المترجمة من رويترز وتم اختيار العناصر وتدريبها رغم ندرة العناصر ذات الكفاءة التي كان المطلوب منها القدرة على الصياغة السليمة بمعايير رويترز المهنية.

وبدأنا نتوسع بشكل تدريجي، وبدأنا نشجع هذه العناصر إنها تجمع الأخبار في حدود معينة، وبدأنا نزيد ساعات العمل من ١٢ إلى ١٨ ساعة إلى أن حدثت حرب الخليج الأولى عام ١٩٩١ إلى أن وصلت الخدمة لتكون على مدار الساعة.

وتوسعت خدمات الوكالة ليكون عندي خدمة اقتصادية وخدمة ثقافية أسبوعية تتضمن ٢٠ - ٢٢ خبر صحفي من المنطقة العربية، وأصبحت صحف الخليج تنتظرها بشغف، وأصبح هناك مندوبين في أكثر من بلد عربي، وكان لدينا مكتب في كل بلد عربي رئيس بإستثناء السعودية التي كانت سياستها في عدم وجود صحفيون مرتبطون بوكالات أجنبية ثم رفع هذا الخطر.

استخدمت الوكالة معينين ومؤقتين الذين زادوا بشكل كبير أما المعينون فكان عندنا قيود مالية على تعيينهم، وعندما تركت ذلك ١٩٩٣، كنا وصلنا لعدد ٣٥ مندوب ما بين معين ومؤقت، والآن هناك مزيد من التخصص في الخدمة العربية.

كان الأستاذ مجدي عبدالعزيز أحد الثلاثة الأساسيين عام ١٩٨٠ وأكمل المسيرة بعدي ثم الأستاذ ملاك غيربال.

بدأت خدمة الموقع الإخباري العربي عام ٢٠٠٠ وتولى المسؤولية عنها أ. عصام خلف كان نائب رئيس التحرير ووضع أسس العمل واختار المحررين توكبا مع الاهتمام بالمواقع الالكترونية، وكان قسم الموقع الإخباري العربي يأخذ



أخباره من النشرة العربية وتزامن ذلك مع انتفاضة الأقصى، واعتمد توسع الموقع الإلكتروني على توسع النشرة العربية لوجود نشرات اقتصادية ورياضية وثقافية بشكل يومي ومركزها القاهرة. ومن ٢٠٠٠ إلى ٢٠١٤، بدأت الخدمة التليفزيونية والرسوم التوضيحية Info-graphics .

والحقيقة إن وكالة رويترز هي أكبر الوكالات التي تقدم الخدمة العربية ولا ينافسها إلا الفرنسية في عدد الأخبار والانتشار، نعم هناك خدمات عربية جيدة للوكالة الألمانية والصينية ولكنهما ليستا منافسين لروترز<sup>(٦٠)</sup>.

**البي بي سي:** بحلول عام ١٩٣٤ كان الألمان يبثون بلغات أجنبية إلى آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية ودعمت هذه الخدمات أولمبياد برلين عام ١٩٣٦.

وكان هناك أيضا خدمة إيطالية بدأت باللغة العربية ١٩٣٥ براديو باري، واستجابت الإمبراطورية البريطانية بإطلاق الخدمة العربية للبي بي سي منذ عام ١٩٣٨ وكان يشرف عليها ما يسمى آنذاك المكتب الخارجي البريطاني وهو تابع لوزارة الخارجية البريطانية، وحول نفس العام أيضا بدأت بريطانيا خدمات متابعة البث الإذاعي للآخرين حتى يتاح لها الرد عليهم فيما عرف بخدمة المتابعة البريطانية.

وشهد عام ١٩٥٦ أزمة السويس أو العدوان الثلاثي الذي بدأ بقرار الزعيم المصري جمال عبد الناصر تأميم قناة السويس لاستكمال العمل في مشروع السد العالي، مما أعطى مبررا لبريطانيا وفرنسا للانضمام إلى إسرائيل في الهجوم على مصر، وكان الحدث يمثل تحديا كبيرا لإذاعة عمرها ثمانية عشر عاما تبث من لندن لمستمع عربي يرى في بريطانيا في ذلك الوقت عدوا وغازيا.

وشكّل هذا التحدي محكاً لو لم تتجح فيه البي بي سي لفقدت مصداقيتها لدى المستمع العربي الي الأبد، واصطدمت بي بي سي كمؤسسة في ذلك الوقت مع رئيس الوزراء البريطاني أنتوني إيدن متضامنة مع رد الفعل الغالب على الشارع البريطاني الراض للحرب، وظل الخلاف مع إيدن حتي قدم بالفعل استقالته بعد ذلك.

و لم يكن ذلك الموقف في الشارع البريطاني فحسب، بل امتد الى داخل القسم العربي الذي قدم بعض العاملين فيه - خاصة من المصريين استقالتهم - احتجاجا على موقف الحكومة البريطانية من الهجوم على مصر.

ومن الأمور التي ساعدت بي بي سي علي تميز تغطيتها الإخبارية وعدم فقدان ثقة المستمع هو القرب من دوائر صنع القرار البريطانية مما جعل المستمع العربي يلجأ إليها لمعرفة آخر التطورات وأصبحت مصدرا موثوقا به.

مثل عقد الستينيات ترسيخا لمصداقية بي بي سي ففيه تطور القسم العربي ليس فقط كمصدر موثوق به للأخبار ولكن كقوة دفع ثقافية في العالم العربي خاصة مع وجود مركز إنتاج في القاهرة إلى جانب لندن، وبمشاركة كبار الكتاب والفنانين والمذيعين في إنتاج البرامج.

وكان ثاني التحديات الكبرى هو حرب الأيام الستة في ١٩٦٧ والتي كان نقل أحداثها بدقة وسرعة وموضوعية - في عصر لم تكن فيه الامكانيات التقنية متطورة - أمرا ليس باليسير. ولكن البي بي سي حاولت أن تقدم صورة متوازنة وواقعية للأحداث، وهو ما تكرر في حرب الخليج التي أعقبت غزو العراق للكويت ١٩٩١، وفي الحرب على العراق في ٢٠٠٣، وإن كانت بعض الأوساط السياسية العربية وصفت البي بي سي في الحرب الأخيرة بالتحيز للتحالف الأنجلو-أمريكي<sup>(١١)</sup>.

وتقول البي بي سي عن نفسها أن "حيادها كمؤسسة إعلامية هو نتيجة لعدم تلقيها أي دعم حكومي لا من الحكومة البريطانية ولا من أي حكومة أخرى بل إن تمويلها الضخم بشبكة قنواتها التلفزيونية الفضائية والمحلية والإذاعات التي تديرها يأتي بشكل مباشر من المواطن البريطاني ومن خلال الضرائب التي تضعها الدولة على كل جهاز تلفاز في بريطانيا الذي في حال امتلاكه على مالكة أن يدفع ضريبة سنوية تجمعها الحكومة البريطانية لتشكل ميزانية عتيده تذهب لتمويل البي بي سي بفروعها المختلفة.

وتحررها من أية تبعية مادية من الحكومة البريطانية (الأمر الذي في حال وجوده قد يؤثر على انحيازها إلى الحكومة) فإن ال بي بي سي تتمتع باستقلالية مادية تامة تتيح لها حرية تناول السياسة الإعلامية وفق ما يريده منها دافع الضرائب البريطاني (والذين هم بدورهم من أصول وعرقيات وخلفيات مختلفة) مما يجعل البي بي سي مؤسسة تحظى بثقة مشاهديها ومستمعيها حول العالم<sup>(١٢)</sup>.

ولكن هناك وجهة نظر أخرى قررها أحد مشرفي الموقع الإلكتروني العربي وهو أنه "رغم موضوعية وتوازن البي بي سي إلا أن الخارجية البريطانية كانت

دائما ترعى البي بي سي سياسيا وماديا حتى مايو ٢٠١٤ عندما خرجت البي بي سي من تحت مظلة الخارجية البريطانية وهو أمر أثار أزمة في بعض الخدمات خاصة المواقع الإخبارية لأن الأساس في الموقع الأخباري أنه لا يكسب اقتصاديا<sup>(٦٣)</sup>، وبدأت الخدمة الإلكترونية الإخبارية عامة في ١٩٩٤ وباللغة العربية عام ١٩٩٨.

**شينخوا:** في بداية الثمانينات من القرن الماضي بدأت الصين حملة ضخمة للإصلاح الاقتصادي والانفتاح على العالم تحت حكم الزعيم (دينج زياو بينج)، وكتبها إحساس بضرورة نقل صورة جديدة للصين في العالم ثقافيا وإعلاميا توطيدا لعلاقات الصين مع مناطق متعددة كقوة صاعدة جديدة ومن هنا جاء اهتمام شينخوا بالعمل في العالمين العربي والإسلامي.

وجاء التفكير في خدمة إخبارية باللغة العربية على مرحلتين: الأولى استقدام عدد من الخبراء العرب إلى مقر الوكالة في بكين لترجمة بعض الأخبار المحلية والدولية والثانية الانتقال إلى العمل في القاهرة التي اختيرت مركزا إقليميا للشرق الأوسط في الوكالة، وقد بدأ العمل أولا من داخل وكالة أنباء الشرق الأوسط المصرية عام ١٩٨٥ إلى أن انتقلت وكالة أنباء شينخوا للعمل من مركز مستقل في ١٩٨٨ بعد ثلاث سنوات أمضتها في الوكالة المصرية. وبدأ الموقع العربي على الانترنت في عام ١٩٩٧ مع مواقع بلغات أخرى في إجراء يكشف مركزية القرار الصيني<sup>(٦٤)</sup>.

**الأناضول:** بدأ الموقع الإخباري الإلكتروني العربي في ٢٠١٢ وإن كان يرجع تاريخ الوكالة إلى ٩٢ سنة مضت عندما كانت تكتب التركية بحروف عربية. توأكتب الخدمة العربية للأناضول مع مساحة الفعل لتركيا في المنطقة العربية، فهناك تمدد اقتصادي وسياسي، ومن الطبيعي أن بقية المجالات تلحق بهذا التوسع.

على سبيل المثال، لوكالة المعونات التركية الخارجية (تيكا) دور كبير في مناطق عدة منها المنطقة العربية ومنها أفريقيا تنفق هذه الوكالة على المشروعات المختلفة في شكل منح وهبات لا تزد، ووصل الرقم عام ٢٠١٢ إلى أكثر من ٣ مليار دولار للخارج، وذلك للحكومة التركية فقط فما بالك برجال الأعمال الأتراك الذين ينسقون مع الحكومة، ويضيف مستشار تحرير الخدمة العربية: "لديهم هدف

في ٢٠٢٣ أن يكونوا من بين العشرة اقتصاديات الكبرى في العالم بعد أن أصبحوا من أكبر ٢٠ اقتصاد عالمي.

بدأت الفكرة في التوسع الإعلامي على استحياء في تخصيص بعض ساعات البث لبعض القنوات التركية بالعربية ثم انتشار المسلسلات التركية ودبلجتها، ثم في خدمات وكالة الأناضول فهو توسع إعلامي مواز للتوسع الاقتصادي.

وبناء على ما دار بيني وبين المسؤولين الأتراك من حوار، هناك أيضاً التحدي للغرب، وهذا التحدي موجود عن إسلاميهم وقوميتهم وحتى عند علمانيهم، يسألون أنفسهم: لماذا لا تطور تواجد إعلامي تركي يضارع التواجد الغربي؟، وخاصة وأن القوى الغربية هي التي هدمت الإمبراطورية العثمانية، ورأيي أن هذا جزء من الشخصية القومية التركية فهي سلبية إمبراطورية كبيرة.

إذن جزء من التوسع الإعلامي جاء استجابة لدولة تكبر وإمكاناتها تعظم والبعض يفسر هذا على أنه إحياء لعثمانية جديدة أو كنزعة إمبراطورية جديدة ولكني لا أعتقد ذلك، وجزء آخر تحدياً للوجود الغربي الإعلامي السائد في مجال الإعلام الدولي وبالتالي معادلة هذه الهيمنة الإعلامية الغربية نسبياً<sup>(٦٥)</sup>.

وتستهدف وكالة الأناضول في ٢٠٢٠ - أي بعد مرور ١٠٠ عام على إنشائها - أن تكون من بين الخمس وكالات الكبرى في العالم، وتعتبر الحكومة الحالية من بين إنجازاتها نقل الوكالة من المحلية للعالمية.

ومن السطور السابقة نلاحظ أن وكالة رويترز تميزت عن البي بي سي وعن وكالتي شينخوا والأناضول في أنها نشأت كمشروع خاص وظل هذا الأمر يحكم علاقتها بالحكومة البريطانية في تغطيتها للأحداث، ويحكم مسار ملكيتها من ملكية سلاسل الصحف الكبرى الذي يسمى بالاندماج الرأسي إلى شراؤها من قبل شركة عابرة للقومية هي طومسون وإندماجها مع شركة داو وجونز الذي يسمى بالاندماج الأفقي بما يعني ولأؤها الكبير للرأسمالية عابرة القومية وآلياتها التطورية في زمن اندماج المحلي بالعالمي، فضلاً عن توسع الخدمة العربية لرويتز مع الطفرة النفطية في منطقة الشرق الأوسط.

أما البي بي سي فرغم اعتراف عدد من الدراسات بمهنتها الفائقة التي جعلتها تحوز مصداقية عالية إلا أن نمط ملكيتها بل والإشراف عليها ظل مقرونا بالحكومة البريطانية ممثلة في وزارة الخارجية، فيما كانت شينخوا مثالا على الملكية

المركزية للإعلام الصيني الذي يرفض إدارة الوكالة بمنطق رأسمالي رغم النصائح المتعددة من قبل خبراء بذلك، أما الأناضول فتوائمت ملكيتها مع انتعاش الاقتصاد التركي الأمر الذي يجعلها مرشحة في المستقبل القريب لدخول رؤوس أموال في ملكيتها إذ يرى مدراء الوسط إمكانية حدوث ذلك.

### ثانياً: نموذج الأعمال للمواقع الإخبارية العربية

يعتمد (نموذج الأعمال) في القرن الحادي والعشرين على كيفية استخدام التكنولوجيا إذ أن استخدام التكنولوجيا يساعد الأعمال على الوصول لعدد كبير من المستهلكين بأقل التكاليف، وهذا هو المنطق الذي اعتمدت عليه وكالات الأنباء الدولية وشبه الدولية والمؤسسات الإعلامية المناظرة.

فكان التغيير في هذه المؤسسات بتصميم بني مؤسسية جديدة للحصول على فرص جديدة في الأسواق، وترى الدراسات الحديثة في هذا المجال أن وسائل الإعلام الجديدة اعتمدت على التوسع الشبكي، والتوسع في المنصات الإعلامية المختلفة لإيصال الخدمات الإعلامية حيث تساعد البنية التحتية كمحطات الكهرباء وشبكات التلفزيونات والإنترنت على التفاعل بين المشتركين، ويعزو باحثو إدارة المؤسسات الإعلامية نجاحها في العشر سنوات الأخيرة إلى الإمكانيات التي وفرتها تطبيقات web 2.0 والتي أتاحت الخدمات الإعلامية بشكل تفاعلي جذاب لمستهلكي المواد الإعلامية<sup>(٦٦)</sup>.

ويرى باحثو تحليل النظم الإعلامية أن نموذج الأعمال يشمل كيف تختار الشركة الإعلامية مستهلكيها وكيف تنوع من (العروض) والمهام التي ستقوم بها بنفسها والمهام التي ستعتمد فيها على اليد العاملة في الخارج outsourcing الأمر الذي يجعلها تحوز نسبة كبيرة في الأسواق وتحصل على صافي ربح مناسب يفوق ما تم صرفه على التكنولوجيا الجديدة.

وتعددت التوصيفات لنماذج أعمال شركات الإعلام والداخل فيها المؤسسات المختارة في الدراسة (وكالات الأنباء) مثل: Bricks and clicks business model والشركة هنا تدمج بين الخدمات غير الموصولة بالإنترنت bricks بالخدمات الموصولة بالإنترنت clicks والخدمات يمكن أن تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأهداف ترويجية لرؤى المؤسسة الإعلامية ولكنها غير ذات عائد مادي ربحي<sup>(٦٧)</sup>.

وجاءت الخدمة الإلكترونية الإخبارية باللغة العربية عام ١٩٩٨، ثم التلفزيون العربي ٢٠٠٨ بعد تراكم خبرة محترمة بالعالم العربي، بتقديم خدمة إعلامية تنافس المتواجد من خدمات باللغة العربية في أي مؤسسة إعلامية في العالم بنمط الأعمال المتفرد الذي يضع كل الأخبار بين يدي القارئ<sup>(٦٨)</sup>.

وتضع الخدمة العربية لرويترز جزءا من أخبارها فقط أون لاين بما يؤشر على أهمية الربح المادي لرويترز التي ما زالت الأعلى من حيث المشتركين فيها من صحف وتلفزيونات حول العالم<sup>(٦٩)</sup>.

وتتشابه وكالتي شينخوا والأناضول في فتح كل أخبارها للقارئ المتصفح لموقعها الإخباري في البداية ثم الإكتفاء بوضع بعض الأخبار حتى تتيح فرصة ربحية تأتي من اشتراك الصحف والتلفزيونات في خدماتها، ولكن وكالة الأناضول تضع كل أخبارها بصيغة مختصرة على الفيس بوك وتويتر حتى تتحول الوكالة إلى وسيلة اتصال مباشر مع المستخدمين الأفراد.

ويكمن السبب وراء تعديل نموذج الأعمال هذا إلى حالة الاستقطاب السياسي التي عملت فيها وكالة الأناضول في العالم العربي، "فوسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف وقنوات التلفزيون تأخذ أخبار محدودة وتتعامل معها بالحذف والإضافة، فتكون الرؤية التركية للأحداث غير واضحة أما على الفيس بوك وتويتر، فأنتك تصل بكامل الخبر إلى المستخدمة دون عمليات الحذف وإعادة الصياغة التقليدية.

إذاً زيادة عدد المشتركين لا يعني وجود الوكالة ورؤيتها، الوكالة التركية كسرت حلقات الانتقاء وتخطت حراس البوابة وبدأت بنشر كل الأخبار، نعم ربما بصيغة مختصرة مثل الـ ١٤٠ حرف بتوع تويتر، ولكن بعد عدة ساعات ينشر الخبر كاملاً على مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا يجعلنا نقول أن الوكالة التركية لها تعامل متميز مع مواقع التواصل الاجتماعي، ولهم قياساتهم في ذلك ويتم إخباري شخصياً بأن الوكالة حققت (الرقم المستهدف بالتغطية) على الفيس بوك ووصل عدد من رأوا الخبر إلى ٥٠٠ ألف مستخدم على الفيس بوك أو تويتر<sup>(٧٠)</sup>.

### ثالثاً: تأثير المنافسة

يرى مسئولو وكالة رويترز أنها أكبر الوكالات التي تقدم الخدمة العربية ولا ينافسها إلا وكالة الأنباء الفرنسية في عدد الأخبار والانتشار، نعم هناك خدمات عربية للوكالة الألمانية والصينية ولكنهما ليسا منافسين لرويترز. المنافس الرئيسي

لي هي الفرنسية ولا اعتبر وكالة الأسوشيتيدبرس الأمريكية منافسا لي لأنها نزلت السوق العربية متأخرة جدا ولا تقارن بالوكالتين الكبيرتين، والخدمة الفرنسية فيها بعض العيوب مثل ركافة الأسلوب والصياغة ولكن لها مناطق متميزة فيها مثل الشمال الأفريقي وأفريقيا والانتشار الجغرافي لرويترز أكبر، والفرنسية تأخذ دعم حكومي ليس موجوداً في رويترز بل وأحيانا تعطي أخبارها بالمجان.

وهو ما انتهت إليه عدد من الدراسات التي أوضحت أنه منذ منتصف التسعينات تفوقت رويترز على بقية الخمسة الكبار في عدد المشتركين وعدد الاخبار وعدد المراسلين وتفوقت الفرنسية في عدد الدول التي تخدمها وفي عدد الدول التي تغطيها<sup>(٧١)</sup>.

أما فيما يتعلق بمنافسة البي بي سي خاصة موقعها الإخباري فلا يعتقد مسئولو رويترز أن البي بي سي منافسا لها "لأن هذه راديو وتلفزيون وتلك وكالة أنباء ولا أستطيع المقارنة لاختلاف الأهداف، موقع البي بي سي يستهدف الجمهور مباشرة، أما رويترز فلا تستهدف الجمهور مباشرة ولا يعينها عدد الزوار للموقع الإخباري، وليس في موقعها العربي خدمة للفيديو Video Journalism، إذاً هناك اختلاف في الأهداف بين الموقعين، ولا تعتبر رويترز الوكالة الألمانية أو الأناضول أو شينخوا منافساً لها على الإطلاق لأن عنصر التدخل الحكومي عندهم كبير ولهم أهداف أخرى سياسية"<sup>(٧٢)</sup>.

أما مؤسسة البي بي سي فتعتبر أن المنافس الأساسي لها هي مؤسسة أو شبكة الجزيرة القطرية كمنظومة لها قناة تليفزيونية وموقع إخباري خاصة أن لها قناة عربية وإنجليزية أيضاً، وتغطية الجزيرة أسرع نتيجة عدد مراسليها الكبير وسخاء المنصرف عليها من أموال، ولكن هناك قارئ معين يذهب إلى البي بي سي ليتحقق من الخبر، ثم تأتي في المرتبة الثالثة قناة سكاى نيوز بموقعها الإخباري الذي تملكه مجموعة سكاى الذي يديرها ابن روبرت ميردوخ ثم سوف تأتي قريباً قناة العرب بموقعها الإخباري وسوف تملكه مجموعة نيوز كورب المتحالفة مع الأمير الوليد بن طلال وهو ما يشير إلى انتعاش نموذج دمج المحلي بالعولمي في المواقع الإخبارية.

والموقع الإخباري مهم لأنه أشبه بالتوثيق ولذلك فمن "يترك الجزيرة من العاملين سوف يذهب للبي بي سي والعكس صحيح، وتدخل في ذلك سكاى نيوز، وجميعهم يداروا بالبيزنس موديل أو نموذج الأعمال لشبكة الجزيرة"<sup>(٧٣)</sup>.

ويدخل في المنافسة تطويع القوى البشرية للهدف من المشروع الإعلامي وجميع الوكالات والمؤسسات المدروسة تقلل من المكاتب الإقليمية، وتقل من طواقم العمل من بلد المنشأ في مقابل التوسع في استخدام طواقم العمل المحلية والتوسع في عدد المراسلين بالقطعة على حساب العاملين بدوام كامل **توفيراً للنفقات وتدعيماً للربح** من وراء المشروع، وليس مصادفة أن تكون أكبر المكاتب في الدول العربية في القاهرة في الوكالات والمؤسسات المدروسة، ففيها تتوفر القوى البشرية المطلوبة، ويستحق ما حدث للبي بي سي نوعاً من الإبراز.

كان للبي بي سي ثلاثة مكاتب في القاهرة: الخدمة العربية، الخدمة الإنجليزية، ومكتب المتابعة ولذلك تم التفكير في دمج الثلاثة في مكتب واحد يعتبر أكبر مكتب إقليمي في الشرق الأوسط لأي مؤسسة إعلامية، وسيكون ذلك على حساب مكنتي القدس ودبي العربيين.

كان في البداية المكتب إنجليزي صرف يستعين بشبكة من المراسلين المساعدين القادرين على الكتابة بالإنجليزية ثم تطور الأمر لمكتب عربي فيه شبكة من المراسلين الذين يجمعون ويكتبون الأخبار باللغة العربية، أما الآن فالخبر الواحد يجري تنسيقه هل ينزل فيه مراسل إنجليزي مثل حادث سقوط البالون في الأقصر أو مراسل عربي مثل أحداث العنف المرتبطة بالإخوان المسلمين، وهي نوعاً من المرونة الموقفية في جمع المادة الخبرية وتحريرها.

في مكتب القاهرة الموسع ستكون الأولوية للتلفزيون، ثم للموقع الإخباري ثم للراديو، وهناك منظومة من الاجتماعات لمكتب جمع الأخبار والتخطيط، والإنتاج ومراقبته، وسوف يرأس ذلك إنجليزي وهذا سوف يحدث في المستقبل القريب، وبما إن اقتصاديات الأون لاين أرخص فعدد المواقع الإخبارية باللغات الأخرى أكبر من الخدمات التلفيزيونية<sup>(٧٤)</sup>.

#### رابعاً: الصراع السياسي وتدعيم القوى الناعمة للدولة

منذ أن قسمت إنجلترا وفرنسا مناطق النفوذ بين وكالتي رويترز وهافاس في القرن التاسع عشر، ووكالات الأنباء ببادق على لوحة شطرنج كبيرة بعرض الكرة الأرضية، يتم تحريكها لتحقيق المصالح السياسية والاقتصادية وتدعيم القوة الناعمة للدولة التي تمتلك الوكالة.



ومع نهاية الألفية الثانية وتسارع إيقاع العولمة بدت المشكلات ليست في التدفق الحر، ولكن في الخوف على السيادة الوطنية للدول التي تتلقى هذه الخدمات المعولمة، خاصة أن المؤسسات المهيمنة على الإعلام أصبحت الشركات متعددة الجنسيات عابرة القومية.

وآخر التطورات التاريخية لرويترز يؤشر على ذلك، ففي أبريل ٢٠٠٨ إندمجت مع شركة طومسون Thomson الكندية والتي تعد واحدة من بين أكبر ناشري الكتب العلمية والأكاديمية في العالم، وأحد أهم شركات تكنولوجيا المعلومات خاصة المعلومات المالية، وقد إتفق الطرفان على الإندماج مقابل ١.٨ مليار دولار لرويترز، بحيث تتكون شركة جديدة هي طومسون - رويترز يرأسها ديفيد طومسون رئيس مجلس إدارة شركة طومسون، حيث تملك الأخيرة ٥٣% من الشركة الجديدة، بينما يتولى إدارتها التنفيذية توم جلوسر مدير رويترز<sup>(٧٥)</sup>، ويبدو هنا شيان جليان: دعم الرأسمالية عابرة القومية والتأثير الثقافي الأنجلوفاوني.

وإذا كانت دراسات سابقة أوضحت ارتباط الخطاب الخبيري بالموقع الإلكتروني لوكالة رويترز بإستراتيجية التعاطي مع الصراعات بحيادية في سياق ربط الأحداث بسياقاتها التاريخية وتدايعياتها المتباينة وفقا لطبيعة الحدث والأطراف المرتبطة به، وذلك في سبيل حفاظ الوكالة كوكالة أنباء دولية على سمعتها التي ترتبط بصورة وثيقة بقطاع المعلومات المالية الدولية، فإن المقابلة المتعمقة في هذه الدراسة أكدت أن خدمة رويترز العربية لم تحسن من صورة بريطانيا على اعتبار أن هناك انفصالا بين المواقف الرسمية للحكومة البريطانية وبين منطق رويترز المهني، فقيمة التوازن على سبيل المثال لا بد وأن تطال بالنقد الحكومة البريطانية ذاتها.

وكذلك لأن علاقة بريطانيا بمصر كمستعمرة سابقة تختلف عن بقية المستعمرات الأخرى وتختلف عن علاقة فرنسا بمستعمراتها السابقة، مصر تعتبر استثناء لأن معظم الأسر المصرية كأن ترسل أبناءها للدراسة في فرنسا وليس إنجلترا كمقاومة لهذا المحتل<sup>(٧٦)</sup>.

وهو الأمر الذي ظهر أيضا في البي بي سي الذي كان منطق عملها المهني يجعلها تختلف في تغطياتها عن الموقف الرسمي لوزارة الخارجية البريطانية رغم أنه حتى هذا العام (٢٠١٤) كانت ميزانيتها تأتي عبر وزارة الخارجية.

أما شينخوا فبالرغم من توفير الإمكانيات المادية والبشرية فيها بشكل يمكنها من خلاله منافسة الوكالات العالمية، إلا أن إرتباطها بالدولة جعل دورها محدودا في هذا الشأن لاعتمادها الكبير على المصادر الحكومية ورجال العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية، وذلك عند تغطيتها للأحداث، فتتبنى الوكالة وجهة نظر الحكومة سواء في الأحداث العادية أو في الأزمات والحروب متأثرة في هذا بالموروثات الأيديولوجية الصينية، وتحاول الوكالة في الوقت الحاضر التأثير على تدفقات الأخبار الدولية بالتوسع في الدول الإفريقية والآسيوية بشكل أكبر لقلب الموازين في سياق الصعود الاقتصادي للصين.

وشينا فشينا بدأت الدولة في الصين تقطم الوكالة فأعطتها شيئا من الاستقلال الاقتصادي تدير بمقتضاه مشروعات تجارية خاصة بها لا علاقة لها بالعمل الإعلامي للوكالة، ويعتقد المشرف على الخدمة العربية أن الدعم المالي الحكومي يقل تدريجيا مع نجاح المشروعات التجارية للوكالة وبدء نجاح بعض مشروعاتها الإعلامية اقتصاديا.

بالنسبة للصين تمضى الأمور بسلاسة نظرا لأن الصين لا تتبع طرق تصادمية مع سياسات المنطقة العربية ولا مكوناتها الثقافية في إطار أنها تسعى لتثبيت الأقدام إزاء قوى راسخة مثل بريطانيا والولايات المتحدة<sup>(٧٧)</sup>.

أما وكالة الأنباء التركية، ففي بدايتها تلقت دعما حكوميا ٥١% والباقي كانت تموله الجمعيات الأهلية الدينية، بيد أنه يجري التفكير لتتحول تماما لخدمة ذات معايير نجاح اقتصادية مثل رويترز وهو التحول من وكالة حكومية بالكامل إلى وكالة اقتصادية في العشر سنوات القادمة، وهذا هو الطموح للخروج من أسر الحكومة التركية / الدولة التركية، ومن يتابع الوكالة يرى في تغطياتها توازنا في عرض الرؤى المغايرة للحكومة ورئيس الدولة<sup>(٧٨)</sup>.

ونستطيع القول بأن من فوائد سياسة اندماج المحلي بالعالمي تعظيم القوة الناعمة للدولة بالمعنى الثقافي، أما تحسين سياستها الخارجية فيعتمد على نمط التفاعلات مع المناطق المستهدفة، فالجامعات الأمريكية والبريطانية ما زالت تستقبل عشرات الطلاب العرب على الرغم من الرفض العربي بل والأوروبي للحرب الأنجلو-أمريكية على العراق في ٢٠٠٣.

مثلا في الشام فيه ترحيب بوكالة الأناضول على الرغم من تحفظ القوميين العرب من النوايا التركية في الانتشار والتأثير السياسي بينما في لبنان وسوريا "العثمانية" حاضرة جدا ثقافيا، حتى أن نمط المحاكم التركية على مستوى القوانين والمعمار موجود في بلاد الشام، وهذا لا ينفي أن الدول ذات العلاقات الجيدة بالحكومة التركية منفتحة على خدمات الأناضول، ولذا من ضمن تكتيكات الأناضول الوصول للقارئ العربي المنتمي لدول عربية رافضة للسياسات التركية عن طريق وضع أخبارها على مواقع التواصل الاجتماعي.

ويرى الإقتراب الثقافي النقدي من الأخبار ووكالات توزيعها الكبرى أن الأخبار لا تركز على السياق التاريخي للأحداث ولا على الإيديولوجية الكامنة وراء الأسماء والمؤسسات التي تصنع الأحداث.

بالإضافة لعامل العام للغاية هو أن أخبار المؤسسات الكبرى تضفي الشك وعدم المعقولية على الجماعات أو المؤسسات أو الأفراد التي تتحدى بني القوى المسيطرة وأهمها الرأسمالية عابرة القومية، وهي في التحليل الأخير تساند الوضع القائم على التغيير.

وتتبع المدرسة الثقافية ذلك من جذور خدمة الأخبار في نهاية القرن الـ ١٩ حيث كانت الأخبار هي كل ما يعيق الحياة الطبيعية للتجارة والبيع والشراء مثل إندلاع حرب أو غرق السفن أو تمرد في مستعمرة ولذا فإن حل التمرد مع أصحاب الأعمال هو المنطق قبل تغيير هؤلاء الممسكين بالأعمال<sup>(٧٩)</sup>.

ويمكن القول بأن الوكالتين الصينية والتركية تحاول كلا منهما تقديم مالا تقدمه رويترز والبي بي سي ممثلا في فكر يتحدى الهيمنة الغربية سواء من منظور اقتصادي أو عرقي.

#### خامسا: معايير النجاح للمواقع الإخبارية العربية

أجمعت المقابلات على أن الأهمية الجيو- سياسية للمنطقة العربية والشرق الأوسط هو العامل الأهم في تواجد إعلامي بريطاني وصيني وتركي يدمج المحلي بالعولمي في شكل مواقع إخبارية لوكالات الأنباء والمؤسسات الإعلامية المناظرة. ما زالت المنطقة العربية والشرق الأوسط هي مركز الأحداث في العالم، والقاهرة هي العاصمة الأكبر في هذه المنطقة.

والدلائل على ذلك كثيرة، هناك استثمارات تركية كبيرة في آسيا الوسطى وقرب عرقي إثنوجرافي من الأتراك هناك ولكنها منطقة خاملة إعلاميا، وكذلك حجم الاستثمارات البريطانية في جنوب شرق آسيا أكبر من المنطقة العربية، ولكن التواجد الإعلامي البريطاني في المنطقة العربية أكبر نتيجة وجود السلعة الحيوية التي تحتاج إليها الرأسمالية وهي النفط في منطقة مضطربة سياسيا.

ثاني معيار للنجاح هو استمرار الاشتراكات في الخدمات وزيادتها بإطراد وكثرة التصفح للموقع الأخباري، وبهذا المعيار تعتبر الخدمة العربية في رويترز نفسها هي الأفضل على الساحة محققة الربح الاقتصادي والتواجد على الإنترنت في نفس الوقت، بينما ترى البي بي سي أنها بالأرقام تتفوق في عدد المتصفحين على أي مؤسسة إعلامية في العالم لها موقع باللغة العربية، فيما كانت الأناضول تعترف بتفوق السابقين ولكن تعتبر أن ميزتها النسبية وضع الأخبار كلها على مواقع التواصل الاجتماعي وتخطي حواجز حراس البوابات في البلدان العربية غير المرحبة بالسياسات التركية خاصة حيال القوى الإسلامية في المنطقة العربية، فيما كانت شينخوا تتواجد في المنطقة وتتوسع دون ضجيج تحت مظلة حكومية.

وقد رصد الباحث مدى متابعة المواقع العربية للوكالات المدروسة من قبل مستخدمي الفيس بوك وتويتر. حازت صفحة بي بي سي العربية على المركز الأول (ثلاثة ملايين و ٦٥٧ ألف معجب) تلتها صفحة وكالة الأناضول العربية (مليون و ٦٧٦ ألف معجب) ثم خدمة رويترز العربية (٣٦٨ ألف) وأخيرا خدمة شينخوا العربية (٤٣٩ معجب فقط).

وعلى صعيد متابعي التويتر، جاءت أيضا خدمة بي بي سي العربية في المركز الأول (مليون وأربعة آلاف متابع) وتلتها الأناضول العربية (٢٢٤ ألف متابع) ثم رويترز العربية (٤٩٩٢ متابعا) بينما لم يوجد خدمة مستقلة لشينخوا العربية على تويتر، وهو الأمر الذي يثبت ما ذهب إليه مسئولو الأناضول من اعتمادهم على تويتر في الترويج لأخبار الوكالة ونجاحهم في ذلك، ويثبت أيضا وجود مواقع التواصل الاجتماعي كاستراتيجية ثابتة للبي بي سي.

ثالث معيار للنجاح هو أن يدير الخدمات العربية إعلاميين عرب من أبناء المنطقة حتى يتوفر لديهم الإحساس السياسي والثقافي للأخبار، وهو الأمر الحادث في كل الوكالات والمؤسسات الإعلامية المدروسة، وقد عزا البعض إخفاق تجربة النيوزويك الأمريكية بطبعتها الورقية العربية إلى عدة عوامل منها: أن من أدار

التجربة (إندماج بين النيوزويك ودار الوطن الكويتية) لم يفهم ثقافة المنطقة جيدا؛ كانت تدار بعقلية أمريكية، وليس بعقلية تفهم الثقافة العربية والمحدد المهم لنجاح المشروعات الإعلامية التي تدمج المحلي بالعولمي هو أن تأتي بخبراء يفهمون المنطقة.

أخفقت التجربة أيضا لأنها كانت تعاند اتجاهها عولميا لتراجع الورقي أمام الإلكتروني، فالنجاح منعقد للإعلام الإلكتروني خاصة في المشروعات التي تدمج المحلي بالعولمي، وقد حدث نفس الشيء مع مطبوعات عالمية أخرى.

رابع معيار للنجاح هو **الالتزام بالقيم المهنية**: الصدق والدقة والموضوعية والتوازن والشمول، وهي القيم التي تجعل للوكالة المصدقية التي تجعلها تتغلب حتى على الحساسية السياسية أو الثقافية للأخبار بتفادي الصفات الحكيمة وفصل الخبر عن الرأي.

ويجمع الصحفيون الذين التقاهم الباحث أنه طوال عملهم في مؤسساتهم لم يحدث في يوم من الأيام تلميحا أو تصريحاً أن يقال لهم أن يكتبوا بشكل معين، كل ما يحدث أن توضح الوكالة نفسها إذا طلب أحد المشتبكين في الخبر أو التغطية ذلك.

### خاتمة الدراسة:

تحت تأثير الاتصال المتعولم، حدثت عملية إندماج المحلي بالعولمي وهي عملية مزدوجة تتضمن عولمة المحلي، وإضفاء الطابع المحلي على المتعولم، وهي عملية تجعل العزلة والاكتفاء الذاتي عملية مستحيلة لأي دولة حتى لهؤلاء الذين يقاومون ذلك كالصين والمملكة العربية السعودية وبورما وإيران.

ويبدو أن الجزء الأول من العملية يجري من القمة للقاعدة، ووسطاؤه هي الميديا المعولمة العابرة للقومية من خلال وكالات الأنباء الدولية وشبه الدولية والمؤسسات الإعلامية الممثلة لشبكات إذاعية وتليفزيونية مثل البي بي سي، وسكاي، والسي إن إن، وكذا الشركات العابرة للقومية في مجال الاقتصاد الذي انتعش عبر التجارة الإلكترونية، فضلا عن الإعلان، والتعليم وتبادل المعلومات.

بينما الجزء الثاني (إضفاء الطابع المحلي على العولمة) يحدث على العكس من القاعدة للقمة ووسطاؤه هي الحركات القومية والدينية والعرقية والقادة الذين يدافعون عن مصالح الهوامش ورؤاهم وهم يستخدمون صحافة المواطن وكاميرات المحمول والمدونات الصغرى (مواقع التواصل الاجتماعي) وأجهزة الكمبيوتر.

وقد حاولت هذه الدراسة في مبحثين التنظير للمفهوم/العملية وظواهره وتطبيقاته بشقيها السابقين، وتطبيقه على عمل مواقع الخدمة العربية لوكالات الأنباء الدولية وشبه الدولية.

وقد واجهت الباحث – كما حدث مع باحثين قبله – صعوبات جمة في مقابلة حراس البوابة أو المسؤولين عن المواقع التحريرية الإدارية المفصلية في وكالات الأنباء والمؤسسات الإعلامية المناظرة، ولكن أهمية البحث دفعته للإلحاف في الطلب حتى نجح – بعد لأي ومشقة – في مقابلة أربعة مشرفين ومستشارين للتحرير في أربع مؤسسات دولية وشبه دولية في عينة تمثل نموذجاً لعينة كرة الثلج. وانعقد النجاح لعملية اندماج المحلي بالعولمي للوسائل الإعلامية المسموعة المرئية التي تتوسل بالصورة وفي أشكال برامجية معينة جرى رصدها، وكذا للإعلام الإلكتروني عبر الإنترنت.

وقد رصد الباحث في دراسته تأثير نشأة وتطور المؤسسات الإعلامية الدولية وشبه الدولية المدروسة على عملية ادماجها المحلي بالعولمي بتأسيس مواقع إلكترونية إخبارية، وكذلك رصد نموذج الأعمال التي تعتمد عليه كل مؤسسة وأوجه الشبه والاختلاف بينهم في ذلك، ثم رصد تأثير المنافسة على عمل هذه المؤسسات وكذلك تأثير الصراع الاقتصادي والسياسي وتطويع القوى الناعمة للدولة ممثلاً في هذه المشروعات.

ثم اختتم دراسته بتوضيح العوامل التي تساعد على نجاح المشروعات الدولية التي تدمج المحلي بالعولمي؛ والتي اشتملت على الأهمية الحيو- سياسية للمنطقة العربية والشرق الأوسط، وزيادة الربح المادي من الاشتراكات في هذه الخدمات وعدد المتصفحين لها، والإحساس السياسي والثقافي للأخبار فضلاً عن الالتزام بالقيم المهنية التي تدعم بناء المصداقية لهذه المؤسسات.

## هوامش الدراسة:

- 1- Barbara Walkosz, Tessa Jolls and Mary Ann Sund: Global/Local: Media Literacy for the Global village, A Paper Submitted for International Media Literacy Research Forum, London, 14-16 May 2008. P. 9.
- ٢- راجع ذلك في علاء زين الدين:  
[http://www.proz.com/kudoz/english\\_to\\_arabic/other/143117-glocalization.html](http://www.proz.com/kudoz/english_to_arabic/other/143117-glocalization.html)
- 3- Barbara Walkosz, et all, op. cit., p.10.
- ٤- لمياء سامح السيد جاد: أطر تقديم أحداث الصراع العربي الإسرائيلي بمواقع وكالات الأنباء الأجنبية وعلاقتها بآليات تأطير الفصائل الفلسطينية في الصحف اليومية المصرية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٢. ص ٢.
- 5- Habibu-Haque Khondker: Glocalization as globalization: Evolution of a Sociological Concept, Bangladesh, Journal of Sociology, Vol. 7, No. 2, July 2004. pp. 55-70.
- 6- Franciscu Sedda, Reflections on Glocal on the Basis of the Semiotic Study of Cultures, MATRIZES, (translated by Giampiero Vacca) Universidade de Sao Paolo, Brazil, Vol 2, No 1 (2008). pp. 1-20.
- 7- Barbara Walkosz, et all, op. cit., pp.10 – 21.
- 8- Zygmunt Bauman: Glocalization and Hybridity, Journal of Culture, Politics and Innovation, 1(9), 2013. pp. 88-101.
- 9- Daya Kishan Thussu, "Contra-Flow in Global Media: An Asian Perspective", A Paper Presented at the Conference (Media in Asia: Aspirations, Choices and Realities), AMIC Conference, Penang, Malaysia, 17-20 July 2006.
- 10- Rebekah Richards, "Globalization and Glocalization in Media", in Personal Interests to Public Rhetoric, Christopher Minnix and Carol Nowotny-Young, (Eds.), Plymouth, MI: Hayden McNeil Publishing, 2010. Pp. 35-62.
- 11- Paolo Sigismondi, "The Digital Glocalization of Entertainment: New paradigms in the 21<sup>st</sup> century Global Media-scope", PhD Dissertation, University of Illinois at Urbana Champaign, 2012.

- 12- Muhammad Ayish, Television Reality Shows in the Arab World: The Case of a "Glocalized" Media Ethics, Journalism Studies, 12(6), pp. 768-779.
- 13- Shakuntala Rao, "I need an Indian Touch": Glocalization and Bollywood Films, Journal of International and Intercultural Communication, 3:1, 1-19, Feb 2010. Pp. 1-19.
- 14- Priya Vasundara & Sachier Tantry. The Impact of Glocalization on Erotism and Paradigm Shift in the comprehension of the Word (Sexy): A Study the rough Bollywood songs. In Media & Glocal Change Rethinking Communication for Development, Oscar Hemer & Thomas Tufte (editors), Argentina, Buenos Aires, CLACSO, 2011. Pp. 25-60.
- 15- David Andrews et al., Sport, Glocalization and the New Indian Middle Class, International Journal of Cultural Studies, 13(6), 2013.
- 16- Doobo Shiom, The Glocalization of the Korean Media, A Paper Presented at the Annual Meeting of the International Communication Association, New Orleans, LA, May 27 2004. pp. 1-29.
- 17- Seung Ho Cho, "We want our MTV": Glocalization of Cable Content in China, Korea and Japan, MA Thesis, University of Alabama, 2004. pp. 45-60.
- 18- Habibu-Haque Khondker: op. cit., pp. 55-70.
- 19- Aureila-Ana Vasile: Glocalised Media and Critical Thinking: The Online Media (the Hotnews.no) Site about Romania and the European Union in New Essays in informal logic: Toronto, Vale Press, 2006, pp. 10-25.
- 20- Radka Havalova, Globalization and its Effects on Cultural Integration: the Case of the Czech Republic, MA Thesis, University of Prague, 2009. pp. 5-15.
- 21- Ildiko Hortobagyi: Aspects of Glocalised Popular Culture in Hungary, Philology and Cultural Studies, University of Bhasov, vol. 3 (52), 2010.
- 22- Joe Grixti, Glocalised Youth Culture as linguistic performance: Media Globalization and the Construction of Hybrid Identities, Mediterranean Journal of Educational Studies, 11(2), 2006. pp. 1-15.

٢٣- عبد الكريم علي الديبسي: الإعلام التركي من العثمينة إلى العلمنة، مجلة أداب الفراهيدي، الأردن، العدد (١١)، يونيو/ حزيران ٢٠١٢. ص ص ١٢١-١٤٢.



- ٢٤- مروة مرعى زايد عبد الجابر مذكور: الصورة الذهنية لمصر لدى المراسلين الصحفيين العرب والأجانب: دراسة ميدانية على مراسلي الصحافة ووكالات الأنباء المقيمين فى مصر، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الاعلام، كلية الاداب، جامعة حلوان، ٢٠١٠.
- ٢٥- رويدا أحمد طلب أحمد محمد: وكالات الأنباء العالمية وأثرها على المعالجة الصحفية للأخبار السياسية في الصحافة المصرية، رسالة ماجستير، كلية الأداب، جامعة الإسكندرية، ٢٠١٠.
- ٢٦- لمياء سامح السيد جاد: مرجع سابق، ص ص ٥-٧.
- ٢٧- مي مصطفى عبدالرازق: العوامل المؤثرة على تغطية وكالات الأنباء العربية والدولية للأحداث، رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٣.
- ٢٨- عبير عبد الله علي: مواقع وكالات الأنباء العربية على شبكة الانترنت كمصدر للمعلومات: دراسة تقييمية للإعداد والإثابة والإفادة، رسالة دكتوراه، قسم المكتبات والوثائق، كلية الآداب، جامعة بنى سويف، ٢٠١٤.
- ٢٩- مي مصطفى عبدالرازق: مرجع سابق، ص ١٨٧.
- ٣٠- المرجع السابق، ص ١٩٩.
- 31- Look into: [http://en.wikipedia.org/wiki/BBC\\_Arabic](http://en.wikipedia.org/wiki/BBC_Arabic)
- ٣٢- مي مصطفى عبدالرازق: مرجع سابق، ص ٢٠١.
- 33- Revise in: [http://en.wikipedia.org/wiki/Anadolu\\_Agency](http://en.wikipedia.org/wiki/Anadolu_Agency)
- 34- Kath Browne, "Snowball Sampling: Using Social Networks to Research Non-Heterosexual Women". International Journal of Social Research Methodology, 8 (1), (2005). Pp. 254-280.
- 35- David L. Morgan, The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods. London, SAGE Publications, Inc, 2008. pp. 816 – 817.
- 36- Habibu-Haque Khondker: op. cit., pp. 55-70.
- 37- Ibid, pp. 55-70.
- ٣٨- محمد حسام الدين إسماعيل: العولمة وصورة الإسلام في الإعلام الدولي (القاهرة: السدار المصرية اللبنانية، ٢٠١٤). ص ص ١١-١٤.
- 39- Franciscu Sedda, op. cit., pp. 1-20.
- 40- Habibu-Haque Khondker: op. cit., pp. 55-70.
- 41- Ibid, pp. 55-70.
- 42- Daya Kishan Thusu, op. cit., pp. 55-80.
- 43- Doobo Shiom, op. cit., pp. 1-29.
- 44- Paolo Sigismondi, op. cit., pp. 181- 191.

- 45- Muhammad Ayish, op. cit., pp. 768-779.
- 46- Ildiko Hortobagyi, op. cit., pp. 100-120.
- 47- Seung Ho Cho, op. cit., pp. 45-60.
- ٤٨- محمد حسام الدين إسماعيل: الصورة والجسد ط ٢ (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠١٠). ص ص ١٢٥-١٣٠.
- 49- Barbara Walkosz, et all, op. cit., pp.10 – 21.
- ٥٠- محمد حسام الدين إسماعيل: المحددات النفسية والاجتماعية للنجومية الإعلامية: دراسة حالة لبلال فضل وباسم يوسف ونوار نجم، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ١(٤٦)، ص ص ٥-٧٧.
- 51- Shakuntala Rao, pp. op. cit., pp.1-19.
- 52- Doobo Shiom, op. cit., pp. 1-29.
- 53- Revise: [http://meta.wikimedia.org/wiki/List\\_of\\_Wikipedias](http://meta.wikimedia.org/wiki/List_of_Wikipedias)
- 54- Barbara Walkosz, et all, op. cit., pp.10 – 21.
- 55- Phil MacGregor, International News Agencies: Global eyes that never blink in Journalism: New Challenges Edited by: Karen Fowler-Watt and Stuart Allan, Centre for Journalism & Communication Research, Bournemouth University, 2013. pp. 35-64.
- 56- Cornelia C. Krueger, Kornelia van der Beek, New and Emerging Business Models for Online News: A Survey of 10 European Countries, 17th Bled eCommerce Conference eGlobal, Bled, Slovenia, June 21 - 23, 2004.
- 57- Seung Ho Cho, op. cit., pp. 45-60.
- 58- Doobo Shiom, op. cit., pp. 1-29.
- ٥٩- عبد الكريم علي الدبيسي: مرجع سابق، ص ص ١٢١-١٤٢.
- ٦٠- مقابلة متعمقة غير مقننة مع الأستاذ عاصم عبدالمحسن مستشار التحرير للخدمة العربية لوكالة رويترز في مكتبه بالقاهرة في ٨ إبريل ٢٠١٤.
- 61- Robert S. Fortener: International communication: History, conflict, and control of the Global Metropolis (Belmont) CA: Wadsworth publishing Co., 1993) pp. 128-132.
- 62- Revise: <http://en.wikipedia.org/wiki/BBC>
- ٦٣- مقابلة متعمقة غير مقننة مع الأستاذ يحيى خلف أحد مشرفي الموقع الإلكتروني العربي للبي بي سي بمكتبي بكلية الإعلام في ١٥ مايو ٢٠١٤.

- ٦٤- مقابلة متعمقة غير مقننة مع الأستاذ صلاح أبو العينين مستشار التحرير للخدمة العربية لوكالة شينخوا في مكتبه بالقاهرة في ٣٠ مايو ٢٠١٤.
- ٦٥- مقابلة متعمقة غير مقننة مع الأستاذ توفيق غانم مستشار التحرير للخدمة العربية لوكالة الأناضول في مكتبه بالقاهرة في ١١ إبريل ٢٠١٤.
- 66- Phil MacGregor, op. cit., pp. 35-64.
- 67- Cornelia C. Krueger et all, op. cit., pp. 1-19.
- ٦٨- مقابلة متعمقة غير مقننة مع الأستاذ يحيى خلف، سبق ذكرها.
- ٦٩- مقابلة متعمقة غير مقننة مع الأستاذ عاصم عبدالمحسن، سبق ذكرها.
- ٧٠- مقابلة متعمقة غير مقننة مع الأستاذ توفيق غانم، سبق ذكرها.
- 71- Mark D. Alleyene: International power and International Communication, (New York: St. Martin's press, 1995). Pp. 66-75.
- ٧٢- مقابلة متعمقة غير مقننة مع الأستاذ عاصم عبدالمحسن، سبق ذكرها.
- ٧٣- مقابلة متعمقة غير مقننة مع الأستاذ يحيى خلف، سبق ذكرها.
- ٧٤- المقابلة السابقة.
- ٧٥- مي مصطفى عبدالرازق: مرجع سابق، ص ١٩٩.
- ٧٦- مقابلة متعمقة غير مقننة مع الأستاذ عاصم عبدالمحسن، سبق ذكرها.
- ٧٧- مقابلة متعمقة غير مقننة مع الأستاذ صلاح أبو العينين، سبق ذكرها.
- ٧٨- مقابلة متعمقة غير مقننة مع الأستاذ توفيق غانم، سبق ذكرها.
- 79- Pets Golding & Philip Elliot: "Bias, objectivity and Ideology" in Paul Marris and Sue Thornham, Media studies: A Reader (Edinburgh: Edinburgh University Prom, 1997) pp. 411-415.

\*\*\*\*\*

## ملحق (١) دليل مقابلة بحث إندماج المحلي بالعولمي

- ١- متى بدأت المؤسسة التفكير في تقديم خدمة إخبارية باللغة العربية؟
- ٢- ما الأسباب التي دعت مؤسستك للوصول للجماهير العربية بلغتهم؟
- ٣- ما معايير النجاح التي تعتمد عليها مؤسستك لتقييم الخدمات الإخبارية الإلكترونية في مناطق العالم؟
- ٤- وسط المناطق الجيوثقافية الأخرى، ما تقييم مؤسستك لخدمة اللغة العربية من حيث الترتيب؟
- ٥- هل تدار هذه المشروعات الإعلامية بشكل اقتصادي؟
- ٦- ما معايير المكسب والخسارة في هذه المشروعات؟
- ٧- لماذا فشلت تجربة (النيوزويك)، هل لأنها كانت مطبوعة ورقية؟
- ٨- ما أشكال الدعم الحكومي أو الدعم من الدولة التي تتلقاها مؤسستك؟
- ٩- هل تعتبر من فوائد سياسة إندماج المحلي بالعولمي Glocalization تعظيم القوة الناعمة للدولة ، وتحسين سياستها الخارجية؟
- ١٠- ما مدى تحقق ذلك بالنسبة لدولتك ومؤسستك؟
- ١١- هل يمكن أن يحدث العكس وتسوء العلاقة مع المنطقة الجيوثقافية المستهدفة بالمشروع الإعلامي؟
- ١٢- ما الفوارق الأساسية بين المضامين باللغة الأصلية لدولتك والمضامين المبنية للمنطقة العربية؟
- ١٣- ما الحساسيات السياسية والثقافية التي تتوخاها مؤسستك في الأخبار التي تنشر باللغة العربية؟
- ١٤- ماذا يراعي القائم الاتصال حين صياغة رسائله لمنطقة جيوثقافية بعينها؟
- ١٥- ما دور منصات الإعلام الألكترونية مثل تطبيقات المحمول ومواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الخدمة الإخبارية لمؤسستك باللغة العربية؟

١٦- ما الدور الذي تلعبه العلاقات السياسية والثقافية السابقة بمناطق معينة في العالم (علاقات ما بعد الاستعمار) في تدعيم نجاح مشروعات تدمج المحلي بالعولمي؟

١٧- ما دور العوامل الآتية في قرار إصدار موقع إخباري باللغة العربية: حجم السوق، حجم النمو الاقتصادي، مدى الربحية، المنافسة؟

١٨- هل هناك شراكة بين مؤسستك ومؤسسة إعلامية عربية ما للإطلاق موقع إخباري باللغة العربية؟

\*\*\*\*\*