المحاضرة السادسة: المدرسة الأمريكية (تشومسكي)

مقدمة:

يعتبر نعوم تشومسكي من أهم رواد هذه المدرسة والذي اشتهر بنقده للسياسة الخارجية الأمريكية ، وذلك في كتابه السيطرة على الإعلام والذي يعرض فيه الإعلام كآلة توظفها الدولة لتوجيه آراء العامة بشكل رئيس ممهدةً بذلك أرضية أكثر مرونة لقبول وتبنّي القرارات والإجراءات التي سيتم إتباعها لاحقاً من الدولة في الإدارة[1]، كما يعتبر من أشد المنتقدين للوسائل الإعلام الأمريكية لأنها في نظره تضع منتجاتها الاقتصادية وتكمن المهمة الأساسية لها في جعل الشعب رعية لها.

ولا يمكننا النظر إلى وسائل الإعلام بمعزل عن النظرة العالمية للنظام الإعلامي العالمي باعتبار وسائل الإعلام جزء من مكونات المجتمع، وقد ارتبط النقد لدى نعوم تشومسكي بالنقد السياسي، لماذا؟ لأن وسائل الإعلام عموما ما تكون الناطق الرسمي للواقع السياسي ذلك أن وسائل الإعلام تحافظ على مصالحها بشتى الطرق انطلاقا من المعيار البراغماتي أي أن تعارض مع المصلحة الأمريكية يعتبر خرقا لحقوق الإنسان ومبادئ الديمقراطية، كما أن الولايات المتحدة الأمريكية لديها مفهوم نمطي للإرهاب مهما كانت أفعال الدول فهي لا تعد إرهابا طالما أنها لم تمس مصالحها، ومهما اقترف حلفاءها من جرائم فهي مبررة طالما أنها لا تمس مصالح أمريكا(**تفسرها الحرب ضد الإرهاب**) ويقدم نعوم تشومسكي الموقف الحزي للولايات المتحدة الأمريكية حول القضية الفلسطينية وأن وسائل الإعلام دائما ما تعمل على قولبة الأحداث على مقاس المصالح الأمريكية.

1. **أهم أفكار المدرسة الأمريكية:** يرى نعوم تشومسكي أن وسائل الإعلام الأمريكية تعمل وفق أسس أهمها

1.1 الإعلام والتضليل: تهدف التكنولوجيات الحديثة والإعلام والاتصال إلى حماية الحضارة الغربية، ويرى تشومسكي وآخرون أن انهيار الفكر الغربي سيكون بسبب إعادة انتاج العاية الغربية لوسائل إعلامها لتقنيات الأنظمة الشمولية أكثر منها ديمقراطية، حيث يشير إلى صورة العالم التي تقدمها لعامة الجمهور أبعد ما تكون عن الحقيقة ويعتمد الإعلام على التخويف من العدو وتستغل وسائل الإعلام العديد من الشخصيات مثل روسيا، الإرهاب العالمي، تهريب المخدرات، هيتلر، صدام حسين، فكان لزاما عليهم معالجة هذه الأحداث والشخصيات في وسائل الإعلام لإثارة الخوف والرعب في الجماهير، فالرأسمالية الغربية هي تكتل هائل لاستعراضات مثل استخدام'الإشهار، الصور النمطية للأفلام، اوالقصص الصحفية.

1.1 **تسليع الثقافة:** جاءت هذه المحاولة مع **تيودور أدومو** الذي يعتبر من اهم المنظرين الذين قاموا بمحاولات لفضح تأثير وسائل على الثقافة والمجتمع لهذا كان لهذه الأخيرة تأثير كبير على النظرية النقدية، حيث انتقد

[1] أنور محمّد: **تحليل الإعلام عند نعوم تشومسكي**، نشر في موقع https://saqya.com يوم 14،09،2018، تم الإطلاع يوم 24،11،2023.

في دراسة البرامج الموسيقية الإذاعية وضع الموسيقى التي تم الحط من قدرها التي لم تعد إلا تزيين للحياة اليومية، كما فضح ما أطلق عليه بمصطلح السعادة المغشوشة للفن التأييدي واستحدث في الأربعينيات من القرن الماضي مع هوركايمر ما يعرف بمصطلح الصناعة الثقافية قام بدراسة تهدف إلى تحويل الثقافة إلى صناعة (فالمنتجات الثقافية الأفلام البرامج المجالات) تحيل على نفس التقنية العقلانية ونفس الصيغ التنظيمية والتخطيط الإداري المتبع للانتاج الصناعي للسيارات أو المشارؤيع الحضرية، حيث تم الإعداد لكل شيء مسبقا ليجد كل فرد ما يناسبه، والصناعة الثقافية هي علامة واضحة على إفلاس الثقافة وسقوطها في السلعة "التسليع".

لقد وضع هذا التوجه البحثي وسائل الإعلام أمام مسؤولياتها وكشف أهم خيوط الهيمنة التي تتحكم في وسائل الإعلام العالمية لذلك كان من الواضح أن تجد الدول النامية ضالتها في هذا التوجه البحثي الذي لا يكتفي باكتشاف عناصر الهيمنة بل يسعى لكشف سبل الاعتاق منها.

1.2 دور الجمهور:

تعمد النظرية الامبريالية الثقافية على اقصاء دور الجمهور، إذ يؤكد أصحاب هذه النظرية على هيمنة الإعلام الغربي وتأثيره الكبير على ثقافة الدول في العالم الثالث، هذه النظرية الأحادية في الفكر تلغي دور الجمهور إلغاء تام، وهذه الأحادية الميثالية يصعب تجسيدها في الواقع إذ أن الجمهور في عملية الاتصال وفي تقدير مدى نجاح وسائل الإعلام في تأدية رسائلها الإعلامية الذي يقترن بمدى تقبل الجمهور للرسائل الإعلامية وتفاعله معها معها والاقتناع بها.

- تركز الإمبريالية الثقافية على سيطرة الغرب بشكل عام و الولايات المتحدة الأمريكية بشكل خاص على تدفق المعلومات وقابليتها على الترويج وفرض سيادتها وأفكارها على شعوب العالم الثالث.

- لا تكتمل العملية الإعلامية إلا إذا تقبل الجمهور ما يتلقاه من وسائل الإعلام، لذا تحاول التأكيد الدائم على مدى تقبل الجمهور لما ترسله لهم وسائل الإعلام بأساليب متنوعة، أي أن هناك تفاعل وتبادل مستمرين، وإذا حدث خلل في هذا التفاعل يؤدي إلى عدم وصول الرسالة الإعلامي، وتشير الأبحاث والدراسات في هذا المجال تشير إلى دور الجمهور في عملية إفشال نتاجات وسائل الإعلام المستمرة، ويشير في هذه النقطة جون فيسك إلى أن هناك العديد من الأفلام التي يشارك فيها نجوم وتنجز بميزانيات ضخمة إلا أنها لا نتجح وذلك كون الجمهور لا يتلقاها.[2]

[2] بن عمروش فريدة: مرجع سابق الذكر.