

الفضاءات العربية وتحديات الإعلام الغربي

د. المنصف العياري
معهد الصحافة وعلوم الأخبار بتونس

لا يختلف اثنان على أن لوسائل الإعلام تأثيرا مهما وخطيرا على الأفراد وعلى المجموعات. وفي موضوع الحال نركز الاهتمام على التلفزيون باعتباره الوسيلة الأكثر انتشارا والأكثر متابعة والأقدر على التأثير ، ويتميز عصرنا الحالي بتكاثر عدد القنوات الفضائية لتعد بالآلاف بعد أن كان العدد محدودا. وأصبح العالم بين يدي المشاهد يجوب أركانه في طرفه عين ويستهلك المادة المقدمة في أغلب الأحيان استهلاكاً سلبياً وفي حالات نادرة تكون المتابعة رصينة وواعية وحذرة. إن قوة المجتمعات أصبحت تقاس بدرجة تمكنها من التكنولوجيات الحديثة ومنها وسائل البث الفضائي. وأصبحت الشاشة، سواء كانت شاشة تلفزيون أو شاشة حاسب، المحمل الرئيسي والأساسي للثقافات والإيديولوجيات والأفكار والقيم. وهي الأقدر على حماية ذات ما وثقافة ما وهوية ما وهي الأقدر كذلك على اختراق هذه الثقافة والهوية والذات وجعلها تذوب وتضمحل مفوكة ثقافة الأقوى وذات الأقوى وهويته. وهذا الأقوى هو المتمكن من التكنولوجيا والقادر على بث مواد تلفزيونية قادرة على شد الانتباه والاهتمام شكلاً ومضموناً. ويضمن الباث هذه المواد ما يروم بثه وترويجه لدى الجماهير المستهدفة.

ولقد تجلت العولمة في أوضح صورها، السلبية أو الإيجابية حسب المنظور الذي نعتمه، من خلال الرسائل التلفزيونية. لقد شهد الفضاء التلفزيوني تسابقاً شرساً نحو بعث القنوات التلفزيونية الفضائية سعياً إلى كسب ود المعلنين عبر الرسائل الإشهارية وضمان عائدات مالية تغطي تكاليف البث وتحقق أرباحاً وتروج رسائل إلى جمهور تبهره الصورة والأخطار والديكور فيقف مستوعباً .

فالتلفزيون لم يعد فقط وسيلة اتصال ناجعة، بل كذلك مجال استثمار مربح، مريح على الصعيد المادي ومريح كذلك على الصعيد الإيديولوجي.

إن الغرب كان السباق إلى بعث قنوات تغطي جهات جغرافية شاسعة لا يدركها البث الأرضي. وفي مرحلة متأخرة نسبياً سارع العرب أو تسرعوا، من حيث الطريقة، في بعث قنوات فضائية كانت في الغالب هي القنوات نفسها التي تبث أرضياً. فكان الخطاب الذي تروجه هذه القنوات خطاب الذات إلى الذات متسماً بطابع المحلية الضيقة غير آخذ في الاعتبار استهلاك جمهور غير الجمهور المحلي لمادة البث.

وأصبح لمعظم إن لم نقل لكل الأقطار العربية قناة فضائية واحدة على الأقل في وقت تبث فيه بعض الأقطار أكثر من قناة. وبعد أن ظلت الحكومات حريصة لمدة طويلة على احتكار البث التلفزيوني، أصبح هذا البث مجال استقطاب لرجال الأعمال والمستثمرين. وتمكنت القنوات العربية الخاصة من اقتحام هذا المجال مع بداية التسعينات من خلال قنوات، تبث في معظمها من خارج الوطن العربي، باستثناء حالات محدودة على غرار قناة الجزيرة الإخبارية التي تبث من قطر. وشهد الفضاء التلفزيوني العربي تنافساً بين القنوات الحكومية والقنوات الخاصة إلى جانب التنافس القائم بين القنوات العربية من جهة والقنوات الغربية من جهة أخرى. وتجاوز عدد القنوات الفضائية العربية المائتي قناة بين حكومية وخاصة.

وظهرت القنوات الفضائية المتخصصة مسايرة لما يشهده الفضاء السمعي البصري العالمي من تحولات. وتختلف هذه القنوات باختلاف جهات التمويل فكانت خاصة في أغلبها وحكومية في بعض الحالات. وتوقع المتابعون للفضاء التلفزيون العربي أن تعمل هذه القنوات على ترويج خطاب تلفزيوني عربي جاد واثري قادر على المنافسة وشد الانتباه. والمطلوب أن يكون هذا الخطاب موجهاً باعتماد سياسة واضحة حتى لا تنكسر التبعية التلفزيونية للغرب وحتى لا تتسخ "غربة المشاهد العربي عن قنواته وغربة هذه القنوات عن هويتها وعن مواقفها"⁽¹⁾. وفي هذه الحالة، يجد الإعلام الغربي المنفذ لترويج خطابة ونشر الصورة التي يرى عليها الإنسان العربي.

القنوات الفضائية العربية المتخصصة

إن الاختصاصات السائدة تخدم هدف الترفيه بدرجة أولى. ونعني بذلك الموسيقى والدراما وتلفزيون الواقع والقنوات التفاعلية. وتحتل هذه القنوات نسبة 40.68 بالمائة من مجموع القنوات المتخصصة. وإذا أضفنا القنوات الرياضية، ترتفع النسبة إلى 54.83 بالمائة من القنوات ذات الطابع التجاري الذي يسعى إلى تحقيق عائدات من البث الحصري ومن الإعلانات بالإضافة إلى عائدات الاشتراك بالنسبة إلى القنوات المشفرة. ويبين الجدول الموالي توزيع القنوات العربية حسب الاختصاصات :

مجال التخصص	عدد القنوات	النسبة المئوية
الموسيقى والمنوعات	18	19.35%
الدراما العربية والأجنبية	15	16.12%
الرياضة	13	13.97%
التعليم والبحث العلمي	10	10.75%
قنوات الأسرة والطفل والمرأة	9	9.67%
القنوات الإخبارية	8	8.60%
القنوات الإيديولوجية والدينية	7	7.52%
قنوات الخدمات	3	3.22%
الثقافة والفنون	3	3.22%
قنوات تفاعلية	3	3.22%
تلفزيون الواقع	2	2.15%
العلم والطب	2	2.15%
الاقتصاد	1	1.07%
	93 (1)	

(1) عدد القنوات 93 عوضاً عن 94 لأن قناة نجوم المصنفة ضمن قنوات الموسيقى والمنوعات هي نفسها التي تتحول إلى قناة ستار أكاديمي المصنفة ضمن قنوات تلفزيون الواقع

إننا لسنا ضد الترفيه أو بث مواد موسيقية ولكن على الترفيه أن يكون هادفاً وأن تساهم الإنتاجات الموسيقية التي يتم بثها في صقل الذوق العام والسمو به . كما أنه لا بد من تحقيق التوازن بين مختلف الاهتمامات البرمجية التلفزيونية دون التركيز المفرط على الترفيه المجاني في أغلب الأحيان .

وجدير بنا أن نلاحظ أن وفرة عدد القنوات المتخصصة في مجالات الموسيقى والدراما والرياضة لا يعني بالمرّة أنها نوافذ لترويج الإنتاج التلفزيوني العربي فقط. ذلك أننا نشاهد الأغاني المصورة الغربية والإنتاج الدرامي الغربي بل إن هناك قنوات عربية متخصصة في عرض الإنتاج الدرامي الأجنبي دون سواء طيلة ساعات البث (MBC2, ONE TV)

ومما نلاحظ أيضاً أن من بين الاختصاصات المهمشة قطاع الثقافة بالمفهوم الراقي للكلمة من عرض للإبداعات والتعريف بها ونشر الخصوصيات الثقافية وما له علاقة بالتجذير في الهوية وتكريس التفتح على الآخر مع ترويج أدوات التحصين من الذوبان أو الانبثاق.

إن عدد القنوات الثقافية لا يتجاوز الثلاث (3.22 بالمائة من مجموع القنوات العربية المتخصصة).

إن باعثي القنوات التلفزيونية يعتقدون أن الثقافة من مجالات الاستثمار التلفزيوني غير المربحة ولا تشد جمهوراً عريضاً. وهكذا نجد أن حظ الثقافة في التلفزيونات المتخصصة لا يختلف كثيراً عن حظها في التلفزيونات العربية الجامعة.

وفي غياب القنوات الثقافية العربية، يلجأ المشاهد المتلهف الى المادة الثقافية إلى القنوات الغربية المتخصصة في هذا المجال، وما أكثرها، مما يجعله أكثر اطلاعاً على الآخر وثقافته جاهلاً بثقافته وخصوصياتها وحركة تطورها وإسهاماتها في المخزون الثقافي العالمي. كما أن الغرب يحسن توظيف المادة الثقافية تلفزيونياً ويقدمها بطريقة تشد المشاهد ولا تخلو من حيوية وإبهار.

لكن البرنامج الثقافي يعني لدى قنواتنا العربية مجموعة من علياء القوم مجتمعين حول مائدة مستديرة أو مستطيلة يتحدثون لغة هم فقط من يفهمونها، أضف إلى ذلك موعد بث هذه البرامج الثقافية وطريقة إخراجها.. وإذا تأملنا الشبكات البرمجية للقنوات العربية المتخصصة نخلص إلى مجموعة من النتائج :

- معظم القنوات تسعى إلى أن يمتد بثها على مدار الساعة دون اعتماد تخطيط واضح المعالم لنوعية البرمجة.

- تماثل شديد على مستوى البرمجة المقترحة باستثناء القنوات الإخبارية

- المنافسة تكاد تنحصر في احتكار بث برامج تلفزيونية أو مباريات رياضية أو انتاجات

درامية وموسيقية

- كثرة الاعتماد على برامج تطلق عليها تسمية الجماهيرية. وهي برامج تعتمد أساساً

المكالمات الهاتفية المطولة والمربحة. فقد حتمت التكلفة المرتفعة للإنتاج الإعلامي الضخم والجيد والمتكامل التوجه إلى بث برامج الحوار والمناقشات والمناظرات الكلامية Talk Show . وتستغرق هذه البرامج زمناً طويلاً بكلفة مادية منخفضة إذا ما قارناها بتكلفة إنتاج فيلم أو برنامج وثائقي أو مسلسل.

- الترويج لثقافة استهلاكية خاصة في برامج الترفيه والتسلية والمسابقات المتسمة بضعف

المضمون ومخاطبة أحلام الرغبة في الثراء السريع مع إهدار قيمة العمل لتحقيق الأهداف في الحياة.

كما لا يمكن أن نتغافل عما تروج له القنوات المتخصصة ببث رسائل المشاهدين القصيرة SMS وما تتضمنه من إحياءات وعبارات تضرب القيم والأخلاق العربية الإسلامية في الصميم.

ومع كل ذلك، فهناك بعض الإيجابيات وجب التوقف عندها ومنها بالأساس هذا النفس الجديد من حرية التعبير الذي أسست له القنوات الإخبارية بالخصوص وشجعت عليه ومارسته رغم ردود الفعل العديدة من الداخل والخارج. وقامت هذه القنوات بكسر حاجز المحرمات في القنوات العربية. وانجر عن اختراق هذا الخطاب لحاجز المحظورات أن تحول إلى خطاب تعددي ناطق باسم النخب والشعب أيضا.

كما يسعى هذا الخطاب إلى صد الهجمات التي يراد بها التشكيك في اقتدار العرب على النهوض وجعلهم يفكرون كما يريد الغرب أن يجعلهم يفكرون. ويتميز هذا الخطاب بنبرته الجديدة وبمصادقته وقدرته على الإقناع والتأثير. ولكن هذا المجهود يظل غير كاف في غياب الرؤى البرمجية الواضحة لدى معظم القنوات التلفزيونية العربية التي تتبنى أفكار وبرامج غريبة وتنتجها وتبثها على جمهور مشاهديها.

وعلى القنوات العربية أن تدرك أنها ليست الوحيدة الفاعلة في الفضاء التلفزيوني العالمي. فالمشاهد العربي يتعرض الى وابل من الصور من جميع أركان العالم. وهي صور تم إنتاجها لخدمة استراتيجيات محددة ومبرمجة. كما على هذه القنوات أن تدرس جيدا ما تقدمه القنوات التلفزيونية الغربية وما يروج له بعضها من صورة مشوهة عن العرب والواقع العربي.

إن القنوات العربية المتخصصة تتوجه إلى الجمهور العربي وتهمل دورا أساسيا من المفترض أن تضطلع به وهو مخاطبة الآخر وتخصيص حيز من القنوات المتخصصة أو من برامجها لترويج المنتج الثقافي والحضاري العربي بلغات غير اللغة العربية.

ففي الوقت الذي تسعى فيه الدول الغربية وبالخصوص الولايات المتحدة الأمريكية إلى بعث قنوات تتوجه إلى المشاهد العربي بمنتج يخضع إلى رؤية معينة للأخبار أو للتاريخ أو للثقافة بلغة عربية على غرار قناة الحرة الأمريكية، نركز على مستوى عربي على تفويق إيديولوجيا فكرية أو عقائدية معينة من شأنها أن تفرق أكثر مما توحد أو أن نبث منتوجا تسلويا ترفيهيا يكرس ثقافة الاستهلاك السلبي والريح اليسير وتسطيح الذهن وتهميش الخصوصيات.

ونغتتم الفرصة هنا، لنجدد دعوة سبق وأن وجهناها في دراسة منشورة من قبل اتحاد إذاعات الدول العربية (2) وهي ضرورة ضبط استراتيجية عربية مشتركة للإنتاج والبث بلغات غير العربية تتوجه إلى جمهور غير عربي حتى لا يظل الخطاب العربي محصورا في بوتقة ضيقة وحتى لا يظل العرب ينتجون لأنفسهم. فان العصر الحالي هو عصر حوار الثقافات والحضارات. ولا يمكن التأسيس لهذا الحوار بتوجيه الخطاب إلى الداخل فحسب في حين أن الغرب يسعى إلى ترويج منتوجه الإعلامي بجميع اللغات مروجاً لثقافته وقيمه وللمفاهيم التي يريد نشرها ومن خلالها الصورة التي يريد ترويجها عن العرب والواقع العربي.

وهكذا، فان الإعلام العربي وخصوصا التلفزيوني منه وعبر القنوات الفضائية مدعو إلى تطوير ممارسته على الواجهة الخارجية بهدف إرساء قواعد الحوار المتكافئ مع الآخر. كما أن الهدف الأساسي من مخاطبة الآخر بلغته، إبراز الصورة الصحيحة للأمة العربية في مواجهة ما يلحق بها من تشويه وإساءة.

ففي الوقت الذي يخترق فيه الغرب فضاءنا السمعي البصري، نقف موقف المستهلك السلبي لصورة رسموها عن العربي الذي جعلوه، أو بعض وسائل الإعلام الغربية على الأقل، أميا وإرهابيا وعنيفا ومتعصبا ومتطرفا. أما الصورة الحقيقية عن الحضارة وعراقة التاريخ والتشبيث العربي بالوسطية والاعتدال والتسامح والتفتح فهي مغيبة في أغلب الأحيان. ولا يجب أن ننتظر أن يلمع الآخر صورتنا بل علينا نحن التحرك السريع لابرار الصورة الحقيقية للعرب ولتحسين الصورة التي أصبحوا يحملونها عنا بفعل وسائل الإعلام. كما يهدف هذا التحرك إلى إبراز القضايا العربية العادلة وفي مقدمتها القضية الفلسطينية التي تتناولها وسائل الإعلام الغربية وخصوصا القنوات التلفزيونية وفق منظور يجعل المدافع عن أرضه وحقوقه المسلوبة إرهابيا وممارسا للعنف. كما أن القنوات التلفزيونية العربية مطالبة بتوجيه برامجها نحو تحصيل الشخصية العربية ضد محاولات الغزو الثقافي. فنحن مع التفتح على الآخر والاعتراف به وبحضارته وثقافته. ولكن ذلك لا يعني تهميشنا وتهديد هويتنا العربية. ولا يمكن أن يتم ذلك إلا بالتنسيق الوثيق بين الفضائيات العربية لتوحيد الخطاب الذي نتوجه به إلى الغرب بلغته.

ولا نتوقف مهمة القنوات الفضائية العربية عند هذا الحد بل هي مدعوة، كما جاء في دراسة أعدها الدكتور سامي الشريف من جامعة القاهرة، إلى "بث برامج تسهم في بناء الشخصية العربية والتصدي للمشكلات الحيوية الرئيسية التي تعيق عمليات التنمية في المجتمعات العربية وعلى رأسها مشكلة الأمية التي يعاني منها نصف سكان العالم العربي".

المراجع

¹ -/ خضور (أديب) دراسات تلفزيونية، المكتبة الإعلامية، دمشق 1998، ص 56.

² -/ الإنتاج الإعلامي العربي