«أثر مشاهدة البرامج التلفزيونية الأجنبية على القيم الإجتماعية والثقافية والسلوكية بالمجتمعات النامية»

أ. د. عبد الله بوجلال
أستاذ بجامعة الأمير عبد القادر
للعلوم الإسلامية - قسنطينة

يشهد العالم المعاصر تطورا كبيرا في مجال الإتصال الجماهيري تحققه يوميا الدول الصناعية المتقدمة، ونتيجة لذلك أخذ التدفق الإعلامي، الصوتي والمرئي على حد سواء، مساره إلى إتجاه واحد من الدول الصناعية في أوروبا والقارة الأمريكية إلى الدول النامية.

وقد كان ذلك حال العالم في سنوات ما بعد الحرب العالمية الثانية، عندما كانت معظم الدول النامية حديثة عهد بالإستقلال في سنوات الخمسينات والستينات، لا تملك محطات بث إذاعية أو وكالات أنباء وطنية، وفي العقود الأخيرة امتلكت محطات صوتية ومرئية ووكالات أنباء خاصة بها، إلا أن مسألة الإعلام الغربي الذي يتدفق في اتجاه واحد أصبحت أكثر خطورة وتعقيدا مما كان عليه، إلا أن هذا التدفق الإعلامي ركب أيضا موجات المحطات الوطنية، إذ لو نظرنا إلى وضع وسائل الإعلام الرئيسية في الدول النامية: الإذاعة والتلفزيون والصحافة ووكالات الأنباء، لوجدناها هي الأخرى تساهم بتكلفة وطنية باهضة في انتشار الإعلام المتدفق عليها من الغرب (1).

وسيبقى هذا التدفق الإعلامي يسير في اتجاه واحد ما لم تدرك دول العالم الثالث خطورته وتعمل على الحد من آثاره ثم تغيير مساره، ذلك أن الزمن

يعمل على توسيع الهوة التي تفصل بين الدول «المتقدمة» الصناعية والدول النامية «المستهلكة» ضمن شروط يفرضها حق الإختراع والإكتشاف، كما تبررها، إلى حد ما، التكاليف الباهظة للأبحاث والتصنيع. (2)

ومن المعروف أن وسائل الإتصال الجماهيرية هي على عتبة ثورة تقنية هامة مع عواقب قد تمتد على نحو أبعد من التي صاحبت ظهور الإذاعة في العشرينيات والتلفزيون في الأربعينيات والخمسينيات. ورغم أن منظمات وسائل الإتصال بدأت تستعد للأحداث القادمة، إلا أن معظم التخطيط يرتكز على الجانب التقني مع إعطاء أهمية محدودة للعواقب المترقبة على محتوى وسائل الإتصال وطبيعتها. (3)

إن وسائل الإتصال في أمريكا وأوروبا الغربية تتنافس بشدة على اهتمامات الجمهور، ومداخيل الإشهار، ومثل هذه الوضعية تجعل التفكير ينصب على المعالم الآنية التي تحد من التخمينات البعيدة المدى، ذلك أن موضوع وسائل الإتصال الجماهيرية الحالية والمستقبلية يطرح بعض المشاكل التي تواجهها في المدة المتبقية من هذا القرن دون اقتراح الحلول لها. وتقوم أطروحات هذا الموضوع على أن المعرفة الحالية الخاصة بوسائل الإتصال وجمهورها غير وافية للسماح بذلك النوع من التخطيط العقلاني المستنير الذي هو مطلوب للسيطرة على التكنولوجيا الحديثة للإتصال، وان الوقت حان الآن لمواجهة المشاكل التي ستطرح عليها قريبا. (4)

ولعل التقدم التكنولوجي هو الذي زود الإعلام بوسائل عديدة وتجهيزات وإمكانيات مختلفة ومتنوعة بدأت بصماتها تزداد وضوحا وفعالية وتأثيرا في حياتنا وحياة مجتمعنا والعالم من حولنا. ومن جهة أخرى نستطيع أن نقول أن وسائل الإعلام الجماهيرية قد أحرزت تقدما ملموسا خلال العقد الأخير من القرن العشرين، من خلال القفزات الواسعة التي تمخضت عن التغيرات التي تحققت في هذه الفترة، ومن أهمها التطورات الإجتماعية والفكرية والعقائدية،

ونمو الإختراعات في الميدان الإعلامي والإتصال الجماهيري، تلك التي بفضلها أمكن ملاحظة التطور والتقدم في شتى الميادين الأخرى. (5)

وبما أن وتيرة الإختراع تنمو كلما اتسعت قاعدة التكنولوجيا فإن التغيرات في الثلث الأول من القرن القادم ستكون أكثر من التغيرات في الثلث الأخير من هذا القرن... وبناء عليه يمكن توقع الإرتفاع المستمر في مستوى الثقافة والإهتمامات المتخصصة ومردودية العمل والدخل ووقت الفراغ، ويرجع ذلك التوقع إلى الطلب المتزايد بسرعة على الإعلام بجميع أنواعه وعلى الثقافة والترفيه وقضاء الوقت لملء الفراغ. (6)

ويعد البث عبر الأقمار الصناعية عرضا من أعراض ذلك الترابط الدولي المتزايد في ميدان وسائل الإتصال، كما أن السياسات الدولية ستعتمد بثقل على الإتصالات بدل الخيار العسكري، مما سيؤدي إلي تغير وظيفة وسائل الإتصال لتصبح أداة وقوة للانسجام الوطني والدولي، إلا أن تطور وسائل الإتصال سيتأثر بصفة عميقة بالمواجهة الشاملة للقوى السياسية المتصارعة وبالفجوة المتسعة بين الأمم المصنعة المتحكمة بصرامة في التكنولوجيا والأمم المتخلفة المحرومة منها. (7)

وفي ظل انفجار ثورتي المعلومات وتكنولوجيا الإتصال، والإنفتاح الكامل بين دول وحضارات وشعوب العالم، عبر الفضاءات المفتوحة تجدد الحديث عن قضية الحفاظ على الهوية الثقافية والدفاع عن الذاتية الوطنية والقومية، في مواجهة ما يسمى بالغزو الثقافي والهيمنة الاعلامية، التي تحاول الدول الكبرى والإحتكارات الضخمة فرضها، بالاستخدام الأوسع للمعلومات ولتكنولوجيا الإتصال ولقدراتها المالية والفنية غير المحدودة وغير القابلة للمنافسة الآن على الأقل (8).

إن الثورة الإعلامية التي قذفت بها تكنولوجيا الإتصال المعاصر إلى ما يسمى «بالتدفق الحر» للإعلام المباشر، توشك أن تودي بالثقافات القومية،

وخاصة في البلاد النامية التي تكتسحها الثورة الصناعية بكل آثارها الفكرية والسلوكية في الوقت الحاضر بأسرع مما كان في أي وقت مضى. فالإرسال الدولي الذي تغذيه الأقمار الصناعية بالسعة والأمتداد أكبر زاد للتدفق الحر لألوان المعرفة الجديدة التي تطبع ثقافة العصر بالتماثل والإنسجام، ولكنها تخلق في الشعوب النامية نوعا من البلبلة والقلق بين ما هو قديم قائم وما هو جديد طارئ كما تخلق نوعا من الشك والحذر فيما يقدمه العالم المتقدم من بيانات ومعلومات فحينما كانت الطباعة تعيد بناء الماضي في الشعوب النامية، كانت المطبعة لا تنقل إليها إلا ما يقع عليه اخيارها من ثقافة العالم المتقدم، بينما اقتحم الإرسال التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية حياتها، وقدم إليها ما لا تستطيع منعه أو منع تدفقه. (9)

ولقد نتج عن هذه الثورة الصناعية وذلك الإرسال العالمي للبرامج الإعلامية حدوث «فجوة إعلامية» بين الدول المتقدمة والنامية نتيجة الاحتكار الدول المتقدمة لوسائل الإتصال العملاقة التي تتحكم في نوع و مسار المادة الإعلامية المتداولة في العالم المعاصر، وهذا ما جعل هذه الدول المتقدمة اقتصاديا وتقنيا وإعلاميا تفرض اتجاهاتها الثقافية على الطرف الآخر من الدول النامية، ودفعها أيضا إلى التركيز على إبراز «الصورة القاتمة من تجارب الدول النامية والمتخلفة، كالأزمات السياسية، والحروب والقلاقل والإضطرابات التي تتفاعل في هذه الدول بقصد تغذيتها وتأجيج نارها» (10)

سيطرة الإعلام الغربي على سوق الإعلام العالمي

تشير الإحصائيات المتوافرة إلى أن وكالات الأنباء العالمية الغربية الأربع الكبرى تسيطر على سوق الأنباء العالمية، حيث تستحوذ الولايات المتحدة الأمريكية لوحدها على حصة الأسد من تلك الأنباء والبرامج التلفزيونية المستوردة، إذ تبلغ سنويا حوالي مئتين ألف (200.000) ساعة من البرامج التلفزيونية المصدرة إلى الخارج. (11)

وفي أمريكا اللاتينية تقدم وكالتا U P I وA P ثلثي الأخبار الدولية المنشورة في صحف هذا الإقليم العالمي. وأشارت دراسة إلى أن وكالة A P أسوشيتد بريس تحول يوميا إلى البلدان الآسيوية (90.000) كلمة، وتستقبل من مقر مكتبها بنيويورك من نفس البلدان (19000) كلمة يوميا. أما وكالة U P I يونايتدبريس انترناشيونال فتحول وتستقبل على التوالي (100.000) وحوالي (40.000) كلمة يوميا، وتحول وتستقبل وكالة رويتر Reuter (30.000) و (15.000) كلمة يوميا، وتستقبل وكالة الأنباء الفرنسية A F P (8.000) كلمة وتحول (30.000) ألف كلمة يوميا من وإلى الدول الآسيوية. وتوجد نفس الوضعية في افريقيا وفي أمريكا اللاتينية. (12)

وفي دراسة تحليلية قام بها باحث من أمريكا اللاتينية (جوان سومافيا "Juan SOMAVIA") منذ عدة سنوات عن الإتصالات الصادرة عن مختلف الأقاليم العالمية ضمن حجم الأخبار المقدمة من وكالة الأنباء الأكثر أهمية وهي U P I، فوجد أن الأخبار المتعلقة بأمريكا الشمالية تحتل نسبة (71.2٪) من جملة الأخبار، والأخبار المتعلقة بأوروبا الغربية (9.6٪)، وآسيا (5.9٪)، وأمريكا اللاتينية (3.2٪)، والشرق الأوسط، (3.0٪)، وافريقيا (1.8٪)، وبلدان حوض البحر الأبيض المتوسط (0.3٪) والإتحاد السوفيتي - سابقا - وبلدان أوروبا الشرقية (1.5٪). وتبرز هذه البيانات التحيز الإعلامي والإقليمي لوكالة U P I، حيث أنها تقدم أخبارا ومعلومات عن أمريكا الشمالية تعادل أربعين مرة مثل تلك الأخبار والمعلومات المتعلقة بافريقيا التي تضم حوالي خمسين دولة. (13)

وقد أثبت الدراسات أن وسائل الإتصال بأنواعها تعتمد بشكل أو بآخر على وكالات الأنباء الأربع، فقد تناولت إحدى هذه الدراسات تغطية أربع صحف نرويجية رئيسية لثلاث أزمات دولية وثبت أن 87٪ من الأخبار الخاصة بهذه الأزمات مصدرها الوكالات الأربع، وأثبتت دراسة لأنباء العالم الثالث

التي نشرتها 14 صحيفة آسيوية 1977 أن مصدر ثلاثة أرباع هذه الأخبار أو أكثر الوكالات الأربع الكبار. (14)

وقد وجد شرام تشابها ضخما بين المحتوى الإجمالي لنشرات الوكالات الأربع و 19 صحيفة آسيوية من مشتركيها فيما يتعلق بأخبار العالم الثالث، وهذا يعني أن الصحف تتبع الوكالات فيما تنشره. (15)

أما فيما يتعلق باتجاه المعلومات الإعلامية، فتفصح الدراسات عن حقائق مذهلة، إذ أن مجمل تدفق الأنباء من الدول الصناعية إلي الدول النامية يزيد عن مائة مرة على الأقل عن الإتجاه العكسي للتدفق أي من الدول الأقل نموا إلي الدول الصناعية. (16)

ويبلغ حجم الأخطار المقدمة من هذه الوكالات الأربع 32.850.000 كلمة يوميا، منها 17.000.000 ل: A P و (11 مليون) ل: U P I، و (3.35 مليون) ل: A F P و (1.5 مليون) ل: Reuter، ويبلغ حجم أخبار بقية وكالات الأنباء (1.09 مليون) كلمة يوميا، وهذه الوكالات الأخري هي D P A، A N S A، E F، E، Tanjug، I P S . (17)

وفي مقابل هذا نجد وكالات الأنباء العربية توزع داخل بلدانها حوالي 250 خبرا في اليوم، بمتوسط 90 كلمة وتوزع في الجزائر والعراق 290، 285 خبرا علي التوالي. (18)

وقد تبين من دراسة تحليلية لستة عشرة يومية صادرة بأمريكا اللاتينية في 14 دولة، قام بها فرناندو ريسي ماتا "Fernando Reyes Matta"، أن 80٪ من الأخبار الأجنبية التي تنشرها هذه الصحف اليومية تستقيها من الوكالات الأربع الكبرى. (19) وبالإضافة إلى ذلك، فإن هذه الوكالات الأربع لا تزود زبائنها بالأخبار والتقارير المصورة فقط، بل أيضا بالبرامج التلفزيونية، وذلك عن طريق مساهمة UPITN وVisnews و U P I و Reuter التي تزود بالأفلام

الإخبارية الدولية التلفزيون، وضمن هذه الشروط فإن تبعية عدة بلدان الكلية لهذه الوكلات في مجال الأخبار المكتوبة والمتلفزة تتزايد. (19)

وقد اتضح في دراسة قام بها بيتر جولدنج وفيليب اليوت "Peter Golding et Phillip Elliot" عن الهيئات الإذاعية النيجيرية في سنة 1977، أن انتاج وكالات رويتر Reuter واسوشيتد بريس AP ووكالة الأنباء الفرنسية A F P وفيزنيوس Visnews تشكل مصادر الأنباء الخارجية بنسبة 85٪ من حجم الأخبار الأجنبية المقدمة في هيئة الإذاعة النيجيرية (20).

وتؤكد دراسة أخرى أجريت عن الأخبار التي نشرتها 16 جريدة صادرة في 13 بلدان أمريكا اللاتينية خلال أربعة أيام كاملة من 24 إلى 27 نوفمبر 1975، أن موضوع استقلال سورينام في نفس الشهر لم يحز إلا على 3٪ من الأخبار الخارجية المنشورة في تلك الجرائد في خلال تلك الفترة، بينما حازت الأخبار المتعلقة بالبلدان الصناعية على نسبة 70٪ في نفس المدة الزمنية، وقد تم استقاء 80٪ من هذه الأخبار المتعلقة بالدول الصناعية الغربية من الوكالات الإعلامية الغربية الأربع الكبرى . (21)

وكشفت دراسة أخرى في فنزويلا عام 1977 أن هذا البلد تلقى في يوم واحد 360 خبرا صحفيا من مصادر خارجية كان من بينها 278 خبرا من أمريكا الشمالية، بينما أرسلت فنزويلا عن طريق مراسلي عشر وكالات أنباء 71 خبرا من بينها 20 خبرا عن طريق وكالتيي يونايتد برس واسوشيتد برس الأمريكتيي، ويعني هذا أنه يتم إرسال سبعة أخبار من فنزويلا عن طريق وكالتي أ. ب، وي. ب مقابل استقبال مائة خبر من الولايات المتحدة عن طريق نفس الوكالتين، وقد حددت هذه الدراسة الخلل في التوازن بين الأنباء المحلية والأنباء الدولية بنسبة: 5 - 100 (22)

وتؤكد دراسات عديدة أن التغطية الإعلامية الدولية لأنباء العالم الثالث، لا تنقل أنباء عنه إلا «عندما تفوح فيه رائحة الإضطرابات» ولا تعرض عن

الدول النامية سوى المظاهر السلبية والفضائح والفساد، ولا تركز إلا على الكوارث والإضطرابات، وأحداث العنف، والأزمات والتوتر وعدم الإستقرار، ولا تنظر إلى العالم الثالث إلا على أنه وكر للعصابات وبؤرة للإنقلابات. (23)

وهكذا عجزت التغطية الإعلامية الدولية التي حققت تقدما هائلا على المستوى الإقتصادي والفني والتقني، وتضاعفت قوتها وحساسية أدوارها وأهميتها، عن ضمان حرية تدفق المعلومات والرسائل الإعلامية، وفشلت في تحقيق ديمقراطية الإتصال بالمعني الذي تنص عليه وثيقة حقوق الإنسان والنظام الإنساني لليونسكو ودساتير العالم أجمع. (24)

فالأوضاع الإعلامية الدولية الراهنة غير متوازنة في جملتها، ونشر معلومات وتدفقها عملية ذات بعد واحد إلى حد كبير، لا تبادل في مجاله، والإختلاف في تداول الرسائل والمعلومات بين الشمال والجنوب، وتكنولوجيا الإتصال المتقدمة التي زودت التغطية الإعلامية الدولية بالأدوات اللازمة لتحقيق السهولة في العمل والإجادة في الأداء، والسرعة في التنفيذ والإنجاز، وتخطي الحدود الجغرافية والتغلب على حواجز المكان والزمان لم تضمن سوى مصالح من يملكون على حساب من لا يملكون. ولم تتح فرص المشاركة الإيجابية في عمليات التدفق الإعلامية إلا للدول الصناعية الكبرى، بينما لم توفر للدول النامية سبل الحفاظ على ذاتيتها وهويتها، أو حماية صورها القومية ووقايتها من محاولات التزيف والتضليل المستمر التي تتعرض لها، وعمليات التشويه والتحيز ضدها التي تعكس اتجاهات غير ودية، تشير الدلائل إلى أنها لم تعد قاصرة على عامة الجماهير، بل امتدت لتطبع بصماتها على صناع القرار والنخبة في عدد من الدول والمجتمعات، مما جعلها من بين أسباب توتر العلاقات الدولية ونشوء الأزمات في بعض الأحيان وربما ازدياد حدة الصراع أو تغير أسلوب إدارته. (25)

وبالإضافة إلى إختلال توازن انتقال المعلومات بين دول الشمال ودول الجنوب، فأن الوكالات الإشهارية التابعة للبلدان الغربية تؤثر على الحياة الإقتصادية والفكرية والروحية بالبلدان النامية، وهذا التأثير له علاقة مباشرة بأنشطة وسائل الإعلام و«امبريالية الإعلام».

وتبرز دراسة أجريت منذ سنوات أن معظم الوكالات الإشهارية الأساسية الموجودة في 46 بلدا في العالم، أمريكية الجنسية، وأن خمسة اتحاديات أمريكية تراقب ثلثي 135 وكالة إشهارية درست في هذه البلدان 46 .(26)

ولا يشتغل عشرات الآلاف من رجال الأعمال والتجار الأمركيين والغربيين وحدهم في مجال الإشهار ونشر النصوص ذات الطابع الإشهاري، بل يفرضون على البلدان النامية اختيارا واسعا لأداء هذا العمل، عن طريق دراسة الرأي العام بواسطة سبر الآراء بكل أنواعه، والتأثير على شكل هذا الرأي العام بواسطة الصحف المحلية ومختلف مصالح العلاقات العامة، وتقديم استشارات لرجال الأعمال المحليين، وهيئات التخطيط التابعة للدولة، وقيامهم بمعالجة البيانات المتعلقة بالتنمية الإقتصادية الوطنية وغيرها بواسطة الحاسبات الآلية Ordinateur. (27)

وبواسطة انحراف الإشهار المدعم ماليا من البلدان الغربية لضمان أنماط المعالجة الإعلامية بواسطة الإذاعة والتلفزيون في الدول النامية فأن الاذاعة والتلفزيون في هذه البلدان تحقق ربحا ماديا وفيرا عن طريق الإشهار الغربي، لكنها لا تضمن وظائفها الوطنية وتقع تحت التبعية الإقتصادية والسياسية للإحتكارات الأجنبية.

وبإجراء مقارنة بين النفقات المالية الأجنبية المخصصة للتوجيه الفكري الهدف الأساسي للإشهار في البلدان النامية مع النفقات المالية المخصصة للتربية في هذه البلدان، نجد أن النفقات المالية الأجنبية المتعلقة بالإشهار والخاصة بفروع الشركات الأمريكية في البرازيل تفوق النفقات الخاصة بالتربية في البرازيل بثلث تلك النفقات. (28)

وفي أندونسيا، استطاعت الاحتكارات الغربية أن تضع تحت سيطرتها التلفزيون الأندونيسي بواسطة الإشهار المنحرف الذي يشكل 73٪ من ميزانيته، الذي لا يعد مذهلا، إلا أن نتائج البحث الذي أنجز منذ عدة سنوات على عينة من المشاهدين في جاكرتا، أظهرت أن أسماء المنتجات الأجنبية لها السبق في الهيمنة على ذاكرة المشاهدين البالغين، وذلك لأن النصوص الإشهارية المقدمة في التلفزيون أثناء الأسبوع السابق عن الإستطلاع والتي تذكرها أغلب الأشخاص المستجوبين تتعلق بأسماء المنتجات الأجنبية وليست الوطنية كالتالي: إذ ذكر 66٪ منهم كوكاكولا، 66٪ منهم ذكروا صابون لوكس، 59٪ منهم ذكروا معجون الأسنان ببسودانت "Pepsodent" و لم يذكر أي منتوج أندونيسي ضمن العشر منتجات الأكثر ترددا في إجابات المبحوثين. (29)

ونستطيع ذكر أمثلة عديدة متشابهة لهذا، إذ أن الدراسات تكشف أن تلفزيون تايلاند يخصص مدة لإشهار أطول من التي حددتها لجان الراديو والتلفزيون، إذ أن تلفزيون بانكوك يخصص 20 دقيقة للإشهار في كل ساعة، مع أن المدة التي خصصتها لها لجان الراديو والتلفزيون والمرخص بها هي 08 دقائق في الساعة فقط. بالإضافة إلى ذلك فأن 90٪ من المنتجات المعلنة هي صناعة أجنبية، كما أن عشرات الشركات الأجنبية تساهم بنصف عائدات الإشهار في تايلاند. ونفس هذه الوضعية موجودة في البلدان الإفريقية والأمريكية اللاتينية. (30)

إن القيم والأفكار الخاصة بالمجتمع الإستهلاكي المتضمنة في البرامج الإعلامية، والإشهار والمنوعات الغربية هي مناقضة للمصالح الأساسية والأهداف الرئيسية للبلدان النامية، حيث أنه ينبغي على هذه البلدان تعبئة كل مصادرها من أجل اتباع سياسة وطنية فعالة، لتطوير القيم المساعدة على التقدم، وتوسيع خبراتها الوطنية، وتكثيف دور القوى المنتجة وخلق محيط

مناسب للعمل الحماسي، والتضامن، إلا أن وسائل الإعلام الغربية تقدم برامج تعمل على توسيع الإستهلاك للمنتجات الغربية، وتعظم الأنانية، والفردية، وتهدف إلى تثبيت ثقافة المال والحياة الجميلة. (30)

إن القوة الإقتصادية للشركات المتعددة الجنسيات يتزايد نشاطها اتساعا في البلدان النامية بفضل نشر نموذج مجتمع سلبي خطير جدا، ونشر ثقافة الإستهلاك التي تؤدي إلى الرغبة الجامحة في التملك بدون حدود. (30)

الآثار السلبية لتقديم البرامج الأجنبية في تلفزيونات الدول النامية:

تشير إحدى دراسات اليونسكو إلى أن غالبية البلدان النامية تستورد ما لا يقل عن نصف البرامج التي تعرضها محطات التلفزيون فيها، وأن نسبة 75٪ من الواردات العالمية من البرامج التلفزيونية تأتي من الولايات المتحدة الأمريكية التي تقف على رأس الدول التي تحتكر انتاج وتصدير البرامج التلفزيونية. (31)

ان من بين الكم الهائل مما ينتج لأغراض التصدير ثمة مواد مصنوعة بعناية ووفق تخطيط دقيق تقف وراءه جهات لها مصلحة في تخريب عقول أبناء البلدان النامية ومسخ سلوكهم وإضعاف انتمائهم والإضرار بالشخصية القومية.

ويقع الانتاج التلفزيوني الأمريكي تحت هيمنة عدد محدود من الشركات الرئيسية التي هي على ارتباط وثيق ومباشر بدوائر المؤسسة العسكرية - الصناعية. وتمتلك الولايات المتحدة عدد كبيرا من محطات الإرسال التلفزيوني في الخارج، منها عشرات المحطات التابعة لوزارة الدفاع الأمريكية. (32)

ويبلغ معدل الإنتاج السنوي الأمريكي من البرامج التلفزيونية ربع مليون ساعة، ويمكن لهذا الإنتاج أن يغطي بث أكثر من ثمانين محطة تلفزيون بقناة

واحدة وبمعدل ثماني ساعات من الإرسال اليومي وعلى مدار السنة... وتحرص الولايات المتحدة الأمريكية على توفير أسواق لبرامجها في بلدان العالم الثالث. ولا تجد صعوبة في توفير مثل هذه الأسواق في هذه البلدان إما بسبب تابعية التلفزيون في بعضها إلى أنظمة حكم تخضع للهيمنة الأمريكية بشكل مباشر أو غير مباشر وتستسيغ التبعية الإعلامية لها، أو بسبب غياب أو ضعف القدرة على توفير الإنتاج الوطني البديل مما يدفع غياب أو ضعف القدرة على توفير الإنتاج الوطني البديل مما يدفع الى استيراد البرامج. وفي مقابل الكم الهائل الذي تصدره من برامج لا تستورد الولايات المتحدة إلا نزرا يسيرا من البرامج التي تعرضها في بعض محطات التلفزيون فيها. فهي لا تستورد اية أفلام أو مسلسلات باستثناء 2٪ من المواد التعليمية فقط، وهكذا تنعدم فرصة التدفق الاعلامي في الإتجاه المعاكس مما يقود إلى التبعية الإعلامية. (33)

وتتألف الأغلبية الساحقة من البرامج الأمريكية من مسلسلات درامية مسلية (70٪)، إذ أن معظم الموزعين الأمريكيين لا يتعاملون مع البرامج الإخبارية أو التسجيلية أو الوثائقية أو الثقافية. وتبلغ نسبة المسلسلات (70٪) والأفلام الطويلة (30٪).(34) وتقوم بعملية انتاج وتصدير البرامج التلفزيونية الأمريكية أكثر من 150 شركة مع تسع شركات تشتمل على جمعية تصدير الأفلام السينمائية وتبلغ مبيعاتها للخارج ثمانين في المائة، وبالإضافة إلى ذلك يملك المستثمرون الأمريكيون أسهما في محطات التلفزيون في جميع أنحاء العالم (35).

ومما تجدر الإشارة إليه أن اشكال السيطرة الإعلامية الأجنبية والأمريكية منها خاصة لا تقتصر في مجال التلفزيون فقط، بل أيضا في مجال توزيع المنتجات الثقافية والإعلامية الأخرى، كالأفلام السينمائية والبرامج الإذاعية والأخبار والكتب...وغيرها، ومما لا شك فيه أن وسائل الإعلام في البلدان

النامية التي تعتمد على المواد المستوردة والمنتجة في بيئة ثقافية واجتماعية بعيدة عن بيئتها وثقافتها تحدث آثارا سلبية على جمهورها وتشوه وعيهم بالقضايا الاجتماعية والسياسية الوطنية والدولية. إلا أن عملية استيراد هذه المواد الإعلامية وتقديمها إلى الجمهور يختلف باختلاف البلدان والأنظمة السياسية الحاكمة فيها ومدى تبعيتها سياسيا واقتصاديا وايديولوجيا للبلدان الغربية، إذ نجد بعض الأقطار تختار بعض البرامج والمواد الإعلامية الأقل ضررا على جمهورها والتي لا تتعارض مع اختياراتها السياسية والإقتصادية، بينما نجد أقطارا أخرى واقعة تحت الهيمنة الغربية والأمريكية بالذات في هذا المجال.

إذ تشترك بلدان أمريكا اللاتينية، باستثناء كوبا، في البرامج التلفزيونية المذاعة عن طريق شبكات الأقمار الصناعية الواقعة تحت سيطرة الإحتكارات الأمريكية، وتشكل البرامج التلفزيونية المرسلة من الولايات المتحدة 80٪ من البرامج المذاعة. ويعتمد التلفزيون على الاعلانات في الحصول على موارده، وتستحوذ الجرائد الرأسمالية الكبرى القليلة العدد وشركات الإذاعة والتلفزيون على الجزء الأكبر من الأموال التي تنفق على الإعلان، وتقدم الإحتكارات الأمريكية (80٪) من هذه الأموال التي تصرف على الإعلانات. وتمارس الإحتكارات الأمريكية من خلال هذا رقابة خفية وحازمة وتتحكم سياسيا في إتجاهات الصحافة والراديو والتلفزيون وسد المنافذ أمام أية مصادر إعلامية «غير مرغوب فيها» وبالتالي تحكم قبضتها على عملية صياغة الرأي العام في أمريكا الأتينية. (36)

وإذا كان هذا هو حال بلدان أمريكا اللاتينية، فإن الجزء الأكبر من الإنتاج التلفزيوني الذي تستورده البلدان العربية من الولايات المتحدة الأمريكية (33٪) يأتي على شكل أعمال درامية: أفلام ومسلسلات وبرامج تمثيلية، وعلى شكل حقائب وبرامج إخبارية مصورة بالإضافة إلى البرامج الموسيقية

وبرامج المنوعات وفي مقدمته ما تتسم به البرامج الدرامية الأمريكية انها تدور في دائرة العنف والجنس والجاسوسية، وهي برامج تصاغ وفق تخطيط يستهدف غسل دماغ المشاهد وتخريب وعيه وذوقه وانتزاعه من مواقع الإحساس بالمواطنة والشعور بالمسؤولية والقذف به إلى مواقع التحلل والإغتراب. (37)

إن العديد من البرامج الدرامية الأمريكية تسعى إلى مسخ شخصية الفرد وتعمل على سلخه من واقعه وانتمائه الإجتماعي، وهي برامج تضع ضمن أهدافها إضفاء هالة من التضخيم على الشخصية الأمريكية واعتبارها شخصية نموذجية لإنسان خارق (سوبرمان). في محاولة لايقاع المشاهد غير الأمريكي في شرك الإحساس بالدونية، وتحرض هذه البرامج على طمس سمات الثقافة القومية لصالح الثقافة الدخلية المعادية، وفي هذه البرامج ما يشكل خرقا للتقاليد والقيم الدينية والثقافية والأخلاقية السائدة. (38)

ومن المعلوم أن الغرب يحرص منذ مدة طويلة على القضاء على أشكال المقاومة الأهلية المحلية وتكييف الأوضاع الإقتصادية والإجتماعية والسياسية في الداخل وفق النموذج الحضارى الغربي، وذلك في حركة توسيع دائم للسوق الرأسمالي في المناطق التي تختلف من حيث الثقافة والإنتاج والإستهلاك والقيم والأذواق (39) وهنا يلعب الغزو الثقافي ضمن صيغة التثقيف والتمدن التحديث الدور الممهد لهذا التوسع الذي تبرز فيه قطاعات اجتماعية وثقافية محلية متوافقة في الداخل مع توجيهات الإستعمار الحديث. (40)

ولقد جاء في تقرير الحلقة الدراسية الإقليمية حول تأثيرات برامج التلفزيون العام والصحافة في العملية التربوية التي تمت بين 10، 14 يونيو 1982 في تونس:

1 - أن معظم الأشرطة التي تقدم على شاشة التليفزيونات العربية بطريقة غير مرشدة تجعل الإنسان في هذه المنطقة يحتك احتكاكا مباشرا مع ثقافات غير متعادلة مع الثقافة الأصلية، وغالبا ما يكون هذا الإحتكاك لصالح

الثقافة الدخيلة مما يؤدي إلى إنسلاخ ثقافي يتجلى في الخلط الذي تعرفه أنماط السلوك الإجتماعية.

2 - ان معظم الأشرطة التي تقدم على شاشة التليفزيونات العربية تمرر رسائل وخطابات ذات تأثيرات وجدانية ومعرفية تؤثر تأثيرا لا شعوريا على المشاهدين مما يؤدي إلى تكوين اتجاهات غير مستساغة.

3 - تبث معظم الأشرطة في لا شعور الإنسان العربي أن الوسيلة الوحيدة للخروج من التخلف واللحاق بركب الحضارة هو نكران الماضي الحضاري باعتباره عقبة في طريق التقدم. (41)

ولم تفتأ الدول النامية أن تنبهت إلى هذا الخطر في العديد من المؤتمرات والملتقيات الدولية، منذ سنوات طويلة، فلقد أثبتت المناقشات والتوصيات التي اتخذها المؤتمر الذي عقدته الدول الافريقية في لاجوس بنيجريا سنة 1964، ونظمته هيئة اليونسكو لمناقشة دخول التلفزيون وتطوره في إفريقيا، وعي معظم الدول الإفريقية بالدور الذي ينبغي للتلفزيون الإفريقي أن يلعبه في حياة شعوب القارة، مراعيا مصالح هذه الشعوب في المقام الأول غير متأثر باتجاهات التلفزيون في البلدان الغربية، «فالتلفزيون في افريقيا ليس مظهرا من مظاهر الأبهة، وليس عنصرا كماليا ولكنه عنصر أساسي وضروري لتجميع قوى الشعب وتعليمه والنهوض به وتخليصه من روح التفرقة والقبلية، وهو أداة قوية لتشكيل رأس عام قوي وموحد يقف مع التطور والتقدم. (42)

ولقد جاء في توصيات المؤتمر الأول للوزراء المسؤولين عن الشؤون الثقافية في البلاد العربية الذي انعقد في عمان في كانون الأول سنة 1976، النص على تصميم الأمم العربية على مواجهة الإستيلاب الثقافي الذي حددت بأنه يتمثل في الآتي:

1 - محاولة فرض مظاهر الإغتراب اللغوي والفكري والثقافي.

2 - محاولة طمس معالم الشخصية الثقافية.

3 - محاولة إغراق المجتمع العربي بمواد مناهضة للقيم الصحيحة.

4 - العمل على تزييف التاريخ العربي الإسلامي، والعمل على تغيير البناء الإجتماعي والسكاني. (43)

أما منظمة اليونسكو فقد اعتبرت التبادل غير المتكافئ في الميدان الثقافي والإعلامي بين الدول النامية والمصنعة، مضرا بالثقافات الوطنية للبلدان النامية، فالمواد المستوردة تزاحم انتاج الكتاب والموسيقيين وصانعي الأفلام وسائر الفنانين المبدعين لهذه البلدان، كما أن الثقافة والترفيه المنتجين محليا على غرار النماذج المستوردة لا تحسن الوضع لأنها تؤدي بدورها إلى فرض قيم أجنبية.

والخيط الذي يربط بين عناصر هذه العملية كلها هو النهج التجاري المتبع تجاه الثقافة والذي يضر بالقيم الحقيقية «فالشركات غير الوطنية تضطلع في العالم أجمع بدور يزداد باطراد تأثير في إقامة البنى الأساسية للإتصال وتداول الأنباء والمنتجات الثقافية والمواد التعليمية والكتب والأفلام والمعدات والتدريب، وعلى الرغم من أن دورها كان كبيرا في توسيع نطاق المرافق اللازمة للتنمية الثقافية والإتصال والإعلام إلا أنها ترسخ أيضا مواقف دخيلة عبر الحدود الثقافية، وذلك عن طريق نقل نماذج وتأثيرات ثقافية، مما يسفر عنه فرض نمط موحد من حيث الذوق والأسلوب المضمون. (44)

وتعتبر اليونسكو أن محاكاة الثقافات الأجنبية أمر يختلف عن التنمية الحقيقية للثقافة الوطنية، لأنها قد تعوق في الواقع نمو الثقافات الوطنية عن طريق الأخذ بأنماط دولية موحدة من الثقافة الجماهيرية، ومع ذلك، فليس بوسع الشركات غير الوطنية أن تمارس تأثيرا كبيرا ما لم تكن الصفوة من البلدان النامية على استعداد لمعاونتها، وتتقاسم المسؤولية عن هذا الوضع قوى أجنبية وجماعات إجتماعية واقتصادية تبوأت مركزا ممتازا منذ حصول البلاد على

استقلالها السياسي، وما كان للتطابق الثقافي أن ينتشر إلى هذا الحد ما لم يكن أولئك الذي اتفقت نظرتهم إلى الحياة قد اتفقوا علي تبادل التأييد والتفاهم. (45)

ومن جهة أخرى، فإنه لا يعرف مدى التضارب المحتمل بين القيم التي تضمنتها البرامج الأجنبية وتلك التي تضمنتها البرامج المحلية. ففيما يتعلق بالتلفزيون على وجه الخصوص يثور الجدل لأن التناقض ليس شديدا بسبب المحاكاة التي تتسم بها كثير من البرامج التي يتم إعدادها في دول العالم الثالث التي تسيرعلى منوال التصميم الفني الماهر في التسلسل والتوقيت وابتكار الشخصيات التي طورت بصفة خاصة في وسائل الإعلام الأمريكية، وأحيانا نرى البرامج التي تدور حول التاريخ الثقافي القومي مشتقة مباشرة من الصيغة الأمريكية - الغربية. (46)

ومن صور الغزو الثقافي والتأثير السيئ الذي تحدثه وسائل الإعلام في البلدان النامية، بالإضافة إلى إستيراد البرامج الإعلامية وتقليد نمط الإنتاج الإعلامي والثقافي في الغرب، تدريب الفنيين والإعلاميين في الدول المتقدمة صناعيا، وإمدادها الدول النامية بالمعدات اللازمة لمثل هذه الصناعة.

ويؤكد تانستول "Jeremy Tunstall" هذا بقوله أن هؤلاء الأشخاص الذين يدربون في الدول المتقدمة يواجهون أبناء جلدتهم في أوطانهم بكل ثقل ثقافتهم الأجنبية التي يحملونها (47) فإذا كان على هؤلاء أن يقودوا بلادهم في طريق التنمية، فإنهم بثقافتهم الأجنبية سيسلكون دروبا خاطئة، فإن الأفكار التي أصبحوا يؤمنون بها تتعارض مع ما هو سائد بين جماهيرهم، ويؤثر تكوينهم الفكري والثقافي على ما يقدمونه من برامج يدعون أنها «وطنية» هذا إذا لم يستمروا في تقديم المواد الأجنبية صراحة. (48)

وقد بدأت الدول النامية فعلا تتحسس الخطر الذي يتهددها واتخذت أسلوبا موحدا في التعامل معه، ويؤكد ذلك موقف ممثلي هذه الدول في الدورة الحادية والعشرين للمؤتمر العام لليونسكو الذي عقد في بلغراد في أكتوبر 1980،

حيث اتخذ مندوبو هذه الدول موقفا موحدا نسبيا، في تسليط الأضواء على الحيف النازل بها، واحتكار الدول الصناعية لمعظم امكانات الإتصال. (49)

وفي مقابل كل ما يقال عن مخاطر الغزو الثقافي والهيمنة الإعلامية في إطار الهيمنة السياسية والإقتصادية والعسكرية، التي يشهدها العالم اليوم في ظل القطبية الواحدة، فإن مأزق الدول الصغرى والشعوب الفقيرة يكمن في أن قدرتها على المقاومة لازالت ضعيفة وامكاناتها لازالت هشة، مما يعرضها للإستقطاب الحاد، ما بين التبعية الكاملة، وبين الإنعزال الكامل. (50)

والمأزق الحقيقي الواضح الآن، أنه في ظل ثورتي المعلومات وتكنولوجيا الإتصال، أصبح مستحيلا الإنعزال والتقوقع والإبتعاد عن جاذبية الحركة العالمية بكل ايجابياتها وسلبياتها، وبالتالي أصبح مستحيلا العودة إلى قيود المنع وسدود التشويش وفرض الرقابة، فيما يتعلق بقضية المعلومات وحرية انسيابها وتدفقها، وصور المواطن العادي في أن يعرف ويدرك بحرية ثم يعبر عن رأيه وموقفه بحرية. (51)

وإذا ما سارت الأمور في خط تطورها الطبيعي، فإن تظافر الثورات الثلاث للديمقراطية والمعلومات والتكنولوجيا، سيتيح للإنسانية بشكل عام، وللفرد البسيط بشكل خاص، حرية واسعة لم تعرفها الحضارة البشرية من قبل، في استقاء وتداول وتتبع المعلومات والتحليلات من مصادرها المتعددة والمتنوعة، وفي اختيار ما يريد وتجاهل ما لا يريد، ومن ثم بناء مواقفه وتحديد اختياراته وبلورة آرائه بحرية.

والمعنى العكسي لذلك، هو تراجع فكرة التحكم المركزي للسلطة وتخفيف قبضة الحكم، ليس فقط في مجال التدفق الإعلامي والإنسياب المعلوماتي، ولكن أساسا في كل نشاطات الحياة الإنسانية من رسم السياسة إلى تنظيم الإقتصاد، ومن تشكيل الرأي العام، إلى تراكم الثقافة، ومن توجيه النشاط الفردي إلى بناء منظومة القيم الإجتماعية العامة. (52)

ويقودنا هذا إلى ضرورة التنبيه إلى التأثير القوي المتوقع لثوارت الديمقراطية والمعلومات وتكنولوجيا الإتصال على مجمل التطور العام في المجتمعات، خاصة تلك الفقيرة الموارد والإمكانات، الضعيفة الهياكل والبنى التحتية.

ذلك أن تأثير هذه الثورات، بما تحمله من رياح لا يمكن صدها، سيكون قويا وخاصة على مسارات الحراك الإجتماعي الثقافي الأخلاقي من ناحية وعلى مستوى مسارات التطور السياسي والأيديولوجي من ناحية أخرى، مع الأخذ في الإعتبار أن هذه الدول تعاني مشاكل معقدة وأزمات متصاعدة وإحباطات متزايدة، من أزمة الفقر والتخلف إلى أزمة الديون والتبعية، ومن المشاكل الإقتصادية الإجتماعية الطاحنة، إلى مشاكل التطرف والتعصب والإرهاب، ومن إحباطات البطالة والأمية إلى إحباطات فقدان الأمل في المستقبل الأفضل. (53)

وبقدر ما ستعاني هذه الدول والمجتمعات من تأثير التدفق الإعلامي والمعلوماتي، وجاذبية النماذج والأنماط المبهرة التي ستقدمها تكنولوجيا الإتصال - خاصة الإعلام الإلكتروني الغربي الأكثر تأثيرا وابهارا - مما سيغري المحبطين اليائسين ويثير تمردهم في وقت واحد بقدر ما ستعاني من نفس تأثير هذا التدفق الإعلامي والمعلوماتي على إثارة إحساس المواطن العادي، بحقه في حياة كريمة، وبحريته في أن يعرف أو لا يعرف، في أن يشارك أو لا يشارك، مما يعني مزيدا عن احتمالات التطور والتقدم السلبي، أو على النقيض مزيدا من إحتمالات الإنقلاب والتمرد والثورة. (54)

والجدير بالذكر أن هذا البحث لا يتناول افتقاد الدول النامية لتكنولوجيا الإتصال المتقدمة، ولا يتناول المشاكل التقنية المتعلقة بالتدفق الإعلامي فيها، لكنه يتناول الوجه الأخر لهذه العملية الذي تكمن فيه الخطورة على تلك الدول وفي مقدمتها بلادنا، وأعني به تأثير «الرسالة» أو المضمون الإعلامي الذي

تحمله مختلف أقنية هذه التكنولوجية المتطورة، والتي تتجه من الغرب إلى الشرق وإلى الجنوب، حاملة معها ثقافات وقيما جديدة تعمل على إحداث التغيير في البنية الإجتماعية والثقافية والإقتصادية لشعوب وأمم العالم الثالث التي تستقبلها عبر التدفق الإعلامي المباشر عن طريق الأقمار الصناعية. (55)

ومن المعلوم أن جل البلدان النامية تشهد ظاهرة الثقافة الجماهيرية الخاصة بالمجتمع التقني المعاصر، التي تروجها وسائل الإتصال الجماهيرية، وتحمل قناعات الثقافة الصناعية، بهدف ترسيخ قيم امتثالية تنميطية واستهلاكية والحفاظ على ديمومة النظام الإجتماعي.

وتجد هذه الثقافة الجماهيرية سبيلها إلى المجتمع العربي في شكل أحزمة ثقافية مصنّعة (من أفلام ومسلسلات وأغاني وإشهار ورسوم متحركة، ومختلف البضائع الترفيهية الأخرى). والسؤال الذي ينبغي طرحه في هذا الإطار يتعلق بطبيعة التغيرات التي تنجم عن التعرض لهذه المحتويات الإعلامية والثقافية على مستوى قيم المجتمع وأذواقه وأنماطه الإستهلاكية ونظرته إلى ذاته وإلى العالم الخارجي. (56)

وفي ظل ضآلة الحصانة الثقافية والمعرفية الذاتية، وغياب الوعي، أصبحت معالم هذه الثقافة الوافدة تتجلي أكثر فأكثر في الواقع المعيش سواء على مستوى قيم الأجيال الناشئة أو على مستوى طبيعة الإستهلاك وأنماطه. (57)

ومن المفيد أن نشير إلى أن التطور السريع في تكنولوجيا الإتصال قد جعل الأوروبيين أنفسهم في حيرة وانشغال بسبب ما نجم عن هذا الوضع الإتصالي الجديد من إختلال صارخ في التوازن بين الجهود التي تبذل والأموال التي تنفق في انشاء الأقمار الصناعية وإطلاقها من جهة وبين الطاقات التي تخصص لتكوين رصيد برامجي من جهة أخرى، مما جعل الذخيرة البرامجية تبدو هزيلة

وغير متكافئة مع ما تتيحه السواتل من حيّز للبث يتزايد اتساعه يوما بعد يوم، وهذا ما جعل أهل الإختصاص يعتقدون بأن الحاجة إلى استهلاك الإنتاج التلفزيوني الأمريكي ستتزايد خلال السنوات القادمة على نسق قد يفوق نسقها في السبعينات وفي الثمانينات.

فجل المؤشرات الإقتصادية تدل على أن هذا التوجه يكاد يكون حتميا لا مفر منه، ويكفي أن نذكر في هذا السياق للتوضيح، أن انجاز برنامج بث تلفزيوني متكامل يغذي بنسبة من الإنتاج الوطني وتراعي فيه مقتضيات التوازن بين الأصناف وتتوفر فيه الجودة الثقافية والإمتاع الفني وتتولاه هيئة عمومية كهيئة الإذاعة البريطانية مثلا يكلف اليوم ما يناهز 350 مليون دولار سنويا، وهو مبلغ هائل إذا ما قورن بما يمكن انفاقه لملء نفس العدد من ساعات البث بانتاج أمريكي زهيد الكلفة. (58)

ثم أن عدد المشاهدين الذين يقبلون على مشاهدة الإنتاج الأمريكي المركز على التسلية والترفيه هو بالضرورة أكبر بكثير من عدد الناس الذين يشاهدون البرامج التي ترمي إلى تنمية الثقافة أو توسيع دائرة المعرفة أو التعريف بمظاهر الإبداع المتقدمة.

وهذا يعني أن المداخيل التي يدرها الإعلان ضمن الصنف الأول من البرامج أهم بكثير من المداخيل التي تتأثر من إعلانات تبث ضمن الصنف الثاني.

ويعد هذا أيضا من بين الضغوط المهمة التي تتسبب في توجه شبكات البث الأوروبية نحو التركيز أكثر فأكثر على صنف من البرامج التي أفرزت في أوروبا توجها جديدا نحو استنباط برامج تنبع من تصور أوروبي شامل وتتكاثف في انجازها عدة أطراف منذ عدة سنوات. (59)

ولقد جاء في تقرير أصدرته منظمة اليونسكو بشأن دراسة أجرتها نفس المنظمة حول التدفق العالمي للبرامج التلفزيونية ما يلي:

«تؤكد الدراسة أنه لم يحدث تغيير مهم في مجال تدفق البرامج والأخبار التلفزيونية عالميا منذ عام 1973، فعل الصعيد العالمي تناهز نسبة البرامج المستوردة من مجموع ساعات البث أو تفوقه.. وأغلب البرامج المستوزدة مصدرها الولايات المتحدة بالدرجة الأولى وأوروبا الغربية واليابان بدرجة أقل، وجل هذه المواد تنتمي إلى أصناف البرامج الترفيهية والرياضة». (60)

وقد جاء في نفس التقرير أيضا: «على أن هذه الهيمنة التقليدية لبعض الأقطار المصدرة يوازيها توجه متنام نحو التبادلات الجهوية ويلاحظ تزايدا في حركة التبادل على الصعيد الجهوي بالخصوص بين الأقطار العربية وأقطار أمريكا اللاتينية». (61)

وورد في تقرير آخر صادر عن منظمة اليونسكو أن نسبة البرامج التلفزيونية المستوردة في خمس بلدان عربية من بينها الجزائر تبلغ في المتوسط 42٪ من جملة البرامج المقدمة من تلفزيوناتها الوطنية، حيث بلغت ثلث برامج تلفزيون كل من مصر وسوريا، وتشكل البرامج المستوردة من البلدان العربية ثلث البرامج المستوردة والثلثين الباقيين من البلدان الأجنبية غير العربية. (62)

وتتضمن البرامج المستوردة في معظمها أفلاما تلفزيونية وبرامج وثائقية وتأتي هذه البرامج من الولايات المتحدة الأمريكية بنسبة 32٪ من كل البرامج المستوردة، ومن فرنسا بنسبة 13٪ منها، ومن بريطانيا واليابان وألمانيا بنسبة 5 إلى 7٪ من البرامج المستوردة... وتستورد الجزائر 26٪ من البرامج الأجنبية من أمريكا، و 20٪ منها من فرنسا، و 12٪ من بريطانيا، و 9٪ منها من ألمانيا. (63)

وتبلغ البرامج المستوردة المقدمة في تلفزيونات أوروبا الغربية 27٪ من جملة البرامج المقدمة فيها، وتأتي 44٪ من هذه البرامج المستوردة من أمريكا، 16٪ من بريطانيا، 7٪ من ألمانيا، و 5٪ من فرنسا، 8٪ من بلدان غربية أخرى، والباقي من بلدان أوروبا الشرقية - سابقا - (64)

ولا تستورد بريطانيا إلا 16٪ من البرامج الأجنبية من جملة البرامج المعروضة، وتعد الولايات المتحدة المصدر الرئيسي لهذه البرامج المستوردة إلى بريطانيا، حيث تبلغ نسبتها 75٪ من البرامج الأجنبية، أي 12٪ من كل البرامج المعروضة في التلفزيون البريطاني. (65)

وقد ساهم في هذه الدراسة الدولية التي شملت خمسة أقطار عربية رضا النجار، ومن أهم ما جاء في تقريره المفصل حول العينة العربية قوله: «ان البرامج الترفيهية تمثل نسبة 47.55٪ من مجموع ساعات البث، في حين تحتل البرامج الإعلامية المرتبة الثانية بنسبة 20٪ تقريبا وتحتل برامج الثقافة والتعليم المرتبة الثالثة بنسبة 14.68٪.

وجاء في هذا التقرير أيضا أن السيطرة الإعلامية تغلب على الإنتاج المحلي العربي إذ تحتل البرامج الإعلامية نسبة 42.49٪ من الإنتاج العربي الإجمالي، وتليها البرامج الثقافية التعليمية بنسبة 21.61٪، ثم برامج الترفيه الأخرى (عدا البرامج التمثيلية) بنسبة 21.20٪، فالبرامج التمثيلية بنسبة 9.46٪، وأخيرا برامج الأطفال والشباب بنسبة 5.22٪. (66)

لكن هذا القصور في انتاج البرامج الترفيهية يقابله اقبال شديد على بثها واستيرادها، حيث أن هذه الأقطار تستورد نسبة 43٪ من البرامج التي تبثها، والتي تصنف كالآتي: (67)

- البرامج التمثيلية = 40٪ من مجموع البرامج المستوردة.
- الأشرطة السينمائية = 25٪ من مجموع البرامج المستوردة.
- برامج الأطفال = 14٪ من مجموع البرامج المستوردة.

ويضيف رضا النجار قائلا: «ان مجل الانتاج الأمريكي المستورد يهم أنواع البرامج التمثيلية وبرامج الأطفال بينما يحتكر مجل الإنتاج الياباني المستورد في برامج الأطفال، كما يكاد يحتكر الإنتاج الألماني في نوع البرامج الإعلامية والثقافية من طراز الأشرطة الوثائقية. (68)

وتتصدر المسلسلات والأفلام برامج التلفزيون الجزائري، إذ بلغت نسبة المسلسلات العامة 18.88٪ في سنة 1989، وبلغت نسبة الأفلام الطويلة 17.5٪ من جملة البرامج المقدمة في نفس السنة، وبلغت نسبة الموسيقى والمنوعات 7.14٪ ونسبة البرامج الرياضية 8.87٪ بينما بلغت نسبة البرامج التربوية والثقافية 3.52٪ .(69)

وتشير هذه البيانات إلى أن التلفزيون الجزائري يتوجه في المقام الأول إلى جمهور البرامج الترفيهية والرياضية، إلا أنه يقدم البرامج الخفيفة أكثر من تقديمه البرامج التربوية والعلمية والثقافية والدينية. وهذه البرامج الأخيرة هي التي ترفع من مستوى أفراد جمهور التلفزيون الثقافي والفني وترتقي بمستوى وعيهم، وتوجه سلوكهم بما يتلاءم مع القيم الإجتماعية والثقافية السائدة في مجتمعهم.

طبيعة البرامج الأجنبية المقدمة في التلفزيون الجزائري:

بلغ حجم البرامج التلفزيونية المستوردة المقدمة من التلفزيون الجزائري خلال سنة 1983 (53.10٪) من حجم البرامج الكلية المقدمة في نفس السنة، وتتشكل هذه البرامج المستوردة من الأفلام والمسلسلات والمنوعات، ثم الحصص التربوية والثقافية، فالرسوم المتحركة التي تخص الأطفال. وإذا قورنت هذه البرامج بأنواع البرامج المنتجة محليا، لوجدنا أن الإنتاج الوطني منعدم في سنة 1983 في مجال الرسوم المتحركة، والمسلسلات، ويكاد ينعدم في مجال الأفلام حيث بلغت نسبتها 4.39٪ من البرامج الوطنية المقدمة. (70)

أما عن نوع البرامج المقدمة في التلفزيون الوطني خلال خمس سنوات من 1987 إلى 1991، فتأخذ ضمنها الأفلام المرتبة الأولى بنسبة (19.62٪) والمسلسلات المرتبة الثانية بنسبة (15.48٪)، والحصص الوثائقية والتحقيقات المصورة المرتبة الثالثة بنسبة (14.77٪) والأخبار المرتبة الرابعة بنسبة

(10.37٪)، وبرامج الأطفال المرتبة الخامسة بنسبة (9.46٪)، والمنوعات الغنائية والموسيقية المرتبة السادسة بنسبة (8.95٪)، بينما أخذت البرامج المدرسية المرتبة الثانية عشرة بنسبة (1.05٪). (71)

وتبلغ نسبة البرامج الوطنية المقدمة خلال هذه السنوات الخمس (44.18٪)، ونسبة البرامج العربية (21.67٪)، ونسبة البرامج الأجنبية (34.35٪) وتبلغ نسبة البرامج الترفيهية (Divertissements) المقدمة خلالها (44.80٪)، منها: (7.33٪) وطنية، و (11.56٪) عربية، و (25.91٪) أجنبية، أي أن البرامج الترفيهية الأجنبية أكبر من البرامج الترفيهية الوطنية والعربية معا.

وتبلغ نسبة البرامج التربوية والثقافية وبرامج الأطفال (30.45٪) من جملة البرامج المقدمة في فترة الخمس سنوات منها: (12.10٪) وطنية، و (10.10٪) عربية ومعربة، و (8.25٪) أجنبية. أما البرامج الخيالية (Prgs.Fication) فقد بلغت نسبتها (35.84٪) من جملة البرامج المقدمة في تلك الفترة أيضا، منها: (23.94٪) أجنبية، و (9.74٪) عربية، و (2.16٪) وطنية.

وتحتل الأفلام المرتبة الأولى ضمن البرامج المستوردة خلال هذه الفترة بنسبة (33.34٪) منها: 81.95٪ أجنبية، 18.05٪ عربية، وتأخذ المسلسلات المرتبة الثانية بنسبة (26.40٪) منها 58.54٪ أجنبية، 41.46٪ عربية. (72)

وفي سنة 1989 و ارتفعت نسبة البرامج التلفزيونية المستوردة المقدمة في التلفزيون الجزائري حيث بلغت 61.44٪ من جملة البرامج المقدمة مقابل 38.56٪ من البرامج الوطنية التي تتشكل في معظمها من البرامج الرياضية والمنوعات الغنائية والموسيقية والبرامج الإخبارية التي تعتمد بدورها على ما يأتيها من وكالات الأخبار الأجنبية. أما البرامج المستوردة فتتشكل أساسا من المسلسلات (30.11٪) والأفلام الطويلة (27.71٪)، وبرامج الأطفال (15.26٪)، والبرامج الوثائقية (14.22٪)، والبرامج الرياضية (6.06٪)

والمنوعات (4.49٪)، وبلغت نسبة البرامج الثقافية والتربوية المستوردة (0.78٪) فقط من البرامج المستوردة والمقدمة في التلفزيون الجزائري في سنة 1989 . (73)

ولم تنخفض نسبة البرامج الأجنبية المقدمة في التلفزيون الجزائري بل ازدادت في أوائل التسعينات، حيث بلغت نسبتها خلال شهر أكتوبر 1990 (63.4٪) من جملة البرامج المقدمة أثناءه، بينما بلغت نسبة البرامج الوطنية المقدمة خلاله (36.96٪)، وتتشكل البرامج الوطنية المقدمة أيضا من الأخبار والبرامج الرياضية والبرامج الخاصة والدوائر المستديرة، ثم البرامج الثقافية والتربوية التي أخذت نسبة (3.82٪) فقط من جملة البرامج المقدمة خلال نفس الشهر. (74)

وتتشكل البرامج المستوردة المقدمة أثناءه من الأفلام الطويلة بنسبة (35.94٪)، منها (75.32٪) أجنبية، و (24.68٪) عربية، وتليها في المرتبة الثانية البرامج الوثائقية بنسبة (21.89٪) منها (72.78٪) أجنبية، و (27.22٪) عربية ومدبلجة إلى العربية، وتأتي في المرتبة الثالثة المسلسلات العامة بنسبة (19.38٪) منها (61.56٪) أجنبية، و (38.44٪) عربية، وفي المرتبة الرابعة الموسيقى والمنوعات بنسبة (11.58٪) منها (62.94٪) أجنبية، و (37.06٪) عربية، وفي المرتبة الخامسة برامج الأطفال بنسبة (11.03٪) منها (12.63٪) أجنبية، و (87.37٪) عربية ومدبلجة، وأخذت البرامج التربوية والثقافية المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة ضئيلة جدا (0.18٪) من البرامج المستوردة المقدمة في أكتوبر 1990، وهي كلها عربية، ومدتها (27 دقيقة) فقط خلال شهر كامل. (75)

وكان توزيع البرامج المقدمة في التلفزيون الجزائري خلال سنة 1991 كالتالي: (19.65٪) أفلام طويلة، (17.36٪) برامج وثائقية، (12.31٪) مسلسلات، (9.92٪) أخبار، (9.20٪) برامج أطفال، (8.43٪) منوعات

وموسيقى، (6.95٪) برامج خاصة وطاولات مستديرة، (6.55٪) برامج رياضية... (1.86٪) برامج مدرسية. (76)

ويتضح لنا من هذا التوزيع أن البرامج الترفيهية تأخذ الحجم الأكبر فيه مما يعني أن الدور الأول الذي يقوم به التلفزيون الوطني هو التسلية والترفيه وليس الإعلام والتربية والتوعية والتثقيف، ولكن الخطر الموجود هنا هو أن الجزء الأكبر من المواد والبرامج الترفيهية المقدمة مستورد من الخارج ويتضمن محتويات وقيما ثقافية وإجتماعية غريبة عن بيئة الإنسان الجزائري الحضارية والثقافية والمعيشية، وهذا ما يؤدي إلى نتائج وآثار سلبية على أمزجة وتصور وقيم وسلوك المجتمع الجزائري العربي المسلم، ويتسبب في حدوث تصدعات بين أفراده وشرائحه المختلفة، وتباين في ميولاتهم ورغباتهم وأذواقهم واتجاهاتهم وقيمهم السلوكية والمعيشية والثقافية والأيديولوجية.

ولإبراز ذلك نعرض نوعية وطبيعة المواد والبرامج المستوردة المقدمة في التلفزيون الجزائري سنة 1991 كالتالي: (77)

1 - احتلت الأفلام الطويلة المرتبة الأولى بنسبة (35.19٪) من البرامج المستوردة، منها (86.12٪) أجنبية، (12.88٪) عربية.

2 - أخذت البرامج الوثائقية المرتبة الثانية بنسبة (22.40٪) من البرامج المستوردة، منها (52.99٪) أجنبية و (47.01٪) عربية.

3 - أخذت المسلسلات المرتبة الثالثة بنسبة (21.20٪) منها (52.71٪) عربية، و(47.29٪) أجنبية.

4 - أخذت برامج الأطفال نسبة (13.83٪) محتلة بذلك المرتبة الرابعة ضمن البرامج المستوردة، منها (85.59٪) عربية ومدبلجة و (14.41٪) أجنبية.

5 - احتلت المنوعات والموسيقى المرتبة الخامسة بنسبة (5.53٪) منها (50.08٪) عربية، و(49.92٪) أجنبية.

وللكشف عن حجم البرامج الترفيهية ضمن كل من البرامج الأجنبية والعربية والوطنية المقدمة في هذه السنة 1991 نقدم الآتي: (78)

أ - أخذت الأفلام الطويلة الأجنبية نسبة (52.65٪) من كل البرامج الأجنبية المقدمة في التلفزيون الجزائري خلال سنة 1991، والأفلام العربية نسبة (11.51٪) من كل البرامج العربية المستوردة، وأخذت الأفلام الجزائرية نسبة (3.46٪) من البرامج الوطنية المقدمة في نفس السنة.

ب - أخذت المسلسلات الوطنية نسبة (3.05٪) من البرامج الوطنية، والمسلسلات العربية المستوردة (26.33٪) من البرامج العربية المستوردة، والمسلسلات الأجنبية (17.42٪) من البرامج الأجنبية.

حـ - أخذت المنوعات الموسيقية والغنائية الوطنية نسبة (10.41٪) من البرامج الوطنية المقدمة، وأخذت المنوعات العربية (7.71٪) من البرامج العربية المقدمة، وأخذت المنوعات الموسيقية والغنائية الأجنبية نسبة (5.66٪) من البرامج الأجنبية المقدمة في سنة 1991 .

د - أخذت البرامج الخيالية "Prgs:Fictions" الأجنبية نسبة (63.22٪) من كل البرامج الخيالية المقدمة في سنة 1991، أخذت البرامج الخيالية العربية نسبة (25.50٪) منها، بينما بلغت البرامج الخيالية الوطنية (11.28٪) فقط من كل البرامج الخيالية المقدمة في هذه السنة (1191) التي بلغ حجمها (32.58٪) من كل البرامج المقدمة خلالها. (79)

وفي سنة 1992، بلغت نسبة البرامج الأجنبية المقدمة في التلفزيون الجزائري (49.33٪) من جملة البرامج المقدمة، منها 24.04٪ عربية، 25.29٪ أجنبية. وقد أخذت الأفلام المرتبة الأولى ضمن البرامج المستوردة بنسبة (37.53٪) منها: (79.35٪) أجنبية، و(20.65٪)عربية، وتأتي في المرتبة الثانية المسلسلات بنسبة (27.69٪) من البرامج المستوردة، منها: (62.35٪) عربية و(37.69٪) أجنبية، وتحتل المرتبة الثالثة البرامج الوثائقية والتحقيقات

والأشرطة المصورة بنسبة (16.84٪)، منها: (52.63٪) عربية ومعربة و(37.37٪) أجنبية. وأخذت برامج الأطفال المرتبة الرابعة بنسبة (10.35٪)، منها: (89.96٪) عربية وأجنبية معربة، و (10.04٪) أجنبية. (80)

وقد بلغ حجم البرامج الخيالية والترفيهية الأجنبية (56.41٪) من مجموع هذه البرامج المقدمة في التلفزيون الجزائري في سنة 1992، وبلغ حجم البرامج الخيالية والترفيهية العربية (35.94٪) منها، والبرامج الوطنية (7.65٪) منها. (81)

وبذلك بلغت نسبة هذا النوع من البرامج (35.16٪) من البرامج المقدمة في التلفزيون الجزائري خلال نفس السنة (1992) محتلة بذلك المرتبة الأولى ضمن البرامج المقدمة. (82)

وإذا ألقينا نظرة على نسبة هذه البرامج ضمن البرامج الأجنبية غير العربية لوجدناها تصل إلى (78.345٪) منها، مقابل أخذها نسبة (52.57٪) من البرامج العربية المستوردة، وأخذها نسبة (5.31٪) من البرامج الوطنية المقدمة في تلك السنة.

وإذا أضيف إلى هذه البرامج الأنواع الترفيهية الأخرى مثل البرامج الرياضية التي أخذت نسبة (7.79٪) من مجموع البرامج المقدمة في سنة 1992، والبرامج الموسيقية والغنائية التي أخذت (7.90٪) والألعاب والإسكتشات وغيرها من البرامج المسلية، لاتضح لنا أن أغلبية البرامج المقدمة هي برامج ترفيهية وأن معظم هذه البرامج مستوردة من البلدان الأجنبية والعربية. (82)

وفي سنة 1994، بلغت نسبة البرامج المستوردة المقدمة في التلفزيون الجزائري (54.48٪) منها (28.56٪) أجنبية، و (25.92٪) عربية، بينما بلغت نسبة البرامج الوطنية المقدمة (45.52٪)، وأخذت برامج التسلية (Divertissements) نسبة (48.03٪) من البرامج المقدمة في نفس السنة

(1994)، منها (10.43٪) وطنية والباقي (89.67٪) مستوردة من البلدان العربية والأجنبية. وتتوزع هذه البرامج على الأنواع التالية: المسلسلات (18.17٪)، والأفلام (17.94٪)، والموسيقى والمنوعات (9.12٪)، الألعاب والإسكتشات (2.32٪). (83)

وتبلغ نسبة المسلسلات ضمن البرامج العربية المستوردة في 1994 (37.33٪)، والأفلام (10.18٪)، والموسيقى والمنوعات (7.29٪) والألعاب والإسكتشات (1.31٪)، مقابل أخذ البرامج التربوية والثقافية العربية المستوردة (5.43٪) فقط، أما المسلسلات الأجنبية المقدمة في التلفزيون الجزائري في سنة 1994 فقد بلغت نسبتها (29.09٪) من جملة البرامج الأجنبية المقدمة، في حين بلغت نسبة الأفلام (48.45٪)، والمنوعات (2.02٪) والألعاب والإسكتشات (0.79٪)، مقابل انعدام البرامج الثقافية والتربوية الأجنبية المقدمة في نفس السنة، ووجود نسبة (16.85٪) من تلك البرامج الأجنبية المقدمة تأخذها البرامج الوثائقية والتحقيقات والأشرطة المصورة (84) وتعني هذه النسبة أن مجموع البرامج الخيالية الأجنبية المقدمة في التلفزيون الجزائري في تلك السنة تأخذ نسبة (77.54٪). وإذا أضيفت إليها نسبة المنوعات والألعاب تصبح (80.35٪) من مجموع البرامج الأجنبية غير العربية.

وإذا نظرنا إلى توزيع البرامج المستوردة المقدمة في التلفزة الجزائرية في سنة 1994، لوجدنا أن المسلسلات تحتل المرتبة الأولى بنسبة (33.01٪) منها (53.80٪) عربية، (46.20٪) أجنبية، وأن الأفلام تحتل المرتبة الثانية بنسبة (30.25٪)، منها (83.98٪) أجنبية، (16.02٪) عربية، أي مجموع البرامج الخيالية يبلغ نسبة (63.26٪) من البرامج المستوردة المقدمة في سنة 1994، بينما بلغت البرامج الوثائقية والتحقيقات والأشرطة المصورة (15.32٪) محتلة بذلك المرتبة الثالثة ضمن البرامج المستوردة والمقدمة في 1994 . (85)

أما عن هذا النوع من البرامج المنتج محليا، فقد بلغت الأفلام نسبة (3.21٪) من البرامج الوطنية المقدمة في سنة 1994، وبلغت المسلسلات (0.40٪) منها، بينما بلغت الأخبار نسبة (17.50٪) والرياضة نسبة (17.37٪) والمنوعات والموسيقى (14.63٪).

وفيما يخص توزيع البرامج الخيالية (progs: Fictions) في سنة 1994 فقد بلغت البرامج الخيالية الأجنبية نسبة (60.54٪) منها، والعربية (33.92٪) منها، والوطنية (5.54٪) منها فقط. (86)

وتشير هذه المعطيات إلى أن التلفزيون الجزائري يقدم البرامج الأجنبية ذات الطابع الترفيهي والخيالي في الدرجة الأولى، وأنه يقدم حجما ضئيلا جدا من البرامج الثقافية والتربوية والعلمية المستوردة والتي كان يجب أن تحتل الصدارة في هذه البرامج، لما لها من أهمية كبيرة في تثقيف وتنوير وإرشاد المشاهدين وتوسيع آفاقهم الفكرية، وتعريفهم بما يحصل في البلدان الأخرى من تقدم في شتى المجالات العلمية والثقافية والإجتماعية والإقتصادية والتربوية.

وتجدر الإشارة إلى أن التلفزة والإذاعة الجزائرتين، بالرغم من استفادتهما من 81٪ من الميزانية التي تخصصها الدولة للإعلام منذ الإستقلال، إلا أن تحسين برامجها لازال دون المستوى المطلوب كما ونوعا، حيث أن الاعتماد على البرامج الأجنبية يتزايد باستمرار. (87)

وبالإضافة إلى ذلك فإن التلفزيون الجزائري أصبح منافسا من طرف التلفزيون الأجنبي والعربي والأوروبي منه خاصة إبتداء من سنة 1988، وذلك لأن أغلبية سكان الشمال الجزائري يستطيعون استقبال البرامج المقدمة في التلفزيونات الأجنبية والعربية والأوروبية منها خاصة، بفضل الأقمار الصناعية. (88)

ويشكل هذا تحديا كبيرا للثقافة الوطنية وللجهود الوطنية الهادفة إلى تحقيق الإستقلال الثقافي والإعلامي واللغوي للجزائر، كما يشكل خطرا على

ثقافة وسلوك الأطفال والمراهقين والشباب الجزائري، وعلى القيم الإجتماعية والأخلاقية، وتقاليد الأسر الجزائرية، لأنه أصبح منذ حوالي عشر سنوات في وسع أفراد جمهور التلفزيون وفي مقدمتهم الأطفال والمراهقين والشباب استقبال «أنماط مشوهة» من البرامج والمواد التلفزيونية الأجنبية مباشرة.

وقد تبين من نتائج دراسة ميدانية على عينة من الشباب في الجزائر أجريت سنة 1994 لمعرفة مدى مشاهدة الشباب الجزائري للقنوات التلفزيونية الأجنبية عن طريق الهوائي المقعر - البارابول - أن أكثر من ثلثي أفراد العينة يشاهدون برامج القنوات الأجنبية والعربية القضائية، وأن أهم القنوات المشاهدة هي: TF1 بنسبة (20.06٪) وMBC بنسبة (19.3٪) و M6 بنسبة (17.28٪) وRT2 بنسبة (11.1٪) و F2 بنسبة (10.5٪). (89)

أما عن طبيعة البرامج التي يقبل عليها الشباب، فقد أخذت الألعاب المرتبة الأولى بنسبة 11.11٪ ضمن البرامج المشاهدة في القنوات الأجنبية، وأخذت الأفلام المرتبة الثانية بنسبة (10.84٪)، وأخذت المنوعات الموسيقية والغنائية المرتبة الثالثة بنسبة (10.33٪)، وأخذت البرامج العلمية المرتبة الرابعة بنسبة (10.06٪)، وأخذت المسلسلات المرتبة الخامسة بنسبة (9.63٪). (90)

وكشفت نتائج الدراسة أن الأغلبية الساحقة من أفراد البحث ذكروا أنهم لا يرغبون مشاهدة أنواع معينة من البرامج المقدمة في القنوات الأجنبية بنسبة (80.12٪) منهم مقابل (16.42٪) منهم ذكروا مشاهدتهم لها بدون انتقاء، أما عن طبيعة البرامج غير المرغوب مشاهدتها من طرف عينة البحث، فأوضحت إجابات أفرادها البرامج التالية:

الأفلام والحصص والمسلسلات المنافية للأخلاق بنسبة (34.49٪)، والأفلام الليلية الجنسية بنسبة (12.68٪)، والمنوعات الغنائية والموسيقية المنافية للأخلاق بنسبة (9.33٪)، والأخبار والبرامج السياسية بنسبة (7.86٪)،

والأفلام والبرامج التي تتعارض مع القيم الدينية بنسبة (7.65٪) والمسلسلات بنسبة (6.6٪)، والإعلانات بنسبة (6.5٪). (91)

وبالإضافة إلى هذا أبرزت إجابات أفراد العينة أسباب وعوامل عدم رغبتهم مشاهدة تلك الأنواع من البرامج المقدمة في القنوات الأجنبية كالآتي:

يأتي في مقدمة تلك الأسباب والعوامل أنها تتعارض مع التعاليم والقيم الإسلامية بنسبة (16.67٪) من أفراد البحث، وفي المرتبة الثانية أنها لا تتفق مع عادات وأخلاق الأسرة الجزائرية بنسبة (16.45٪)، وفي المرتبة الثالثة أنها تحتوي على صور ومشاهد وسلوكات غير أخلاقية بنسبة (16.40٪) وفي المرتبة الرابعة أنها تدعو إلى ارتكاب الرذائل والفواحش بنسبة (15.63٪) منهم، ويأتي في المرتبة الخامسة قولهم أنها تؤدي إلى الإنحراف والإجرام بنسبة (12.99٪) منهم، وفي المرتبة السادسة قولهم أنها تنشر أفكارا وايديولوجيات غريبة عن المجتمع الجزائري بنسبة (10.59٪). (92)

ويتضح من هذه البيانات أن الأسباب الأخلاقية والقيمية هي التي لها دور فعال في رفض الشباب مشاهدة بعض البرامج المقدمة من القنوات الأجنبية، أي أن ثقافة وقيم وتنشئة الشباب الإجتماعية هي التي تدفعهم إلى رفض مشاهدة تلك البرامج المثيرة والمتناقضة مع بيئتهم الثقافية والحضارية ومع وسطهم الأسري وتقاليده وأخلاقياته، بالإضافة إلى مخالفة تلك البرامج لقيمهم الدينية وللسلوكات التي يدعو إليها الإسلام، مثل العفة والطهر والحشمة والإبتعاد عن الإبتذال والفحش والرذيلة مظهرا وسلوكا، واصطدامها بنبذ تعاليمه الظلم والتعسف والإستغلال والتبذير والتفاخر والتعصب والعنف والأجرام... إلخ. وقد يتسبب هذا التناقض والتصادم بين القيم الثقافية المحلية والقيم الوافدة عن طريق البرامج الأجنبية في حدوث صراع ثقافي وقيمي بين الثقافتين والنمطين القيميين المحلي والأجنبي، فالصراع الثقافي قد يحدث إذا ما كانت الثقافة القائمة والثقافة الوافدة على طرفي نقيض.

الصراع بين الثقافات المحلية والثقافات المضمنة في برامج التلفزيون الأجنبية:

تدفع العادات والتقاليد والأعراف وأنماط الحياة الجماعة في مجتمع معين إلى زيادة التمسك بها في مواجهة التجديد والتطوير، إذا كانت هذه العناصر الثقافية لازالت تؤدي وظائفها بكفاءة كاملة، وهذا مما يكسبها درجة أعلى في الصلابة والقوة، ويضفي على شكلها ومحتواها مجموعة جديدة من مظاهر التبجيل والإحترام، وكلما كانت الثقافة القديمة صلبة وراسخة ظلت آثارها باقية، حتى بعد أن تظهر التيارات الجديدة وتنفذ إلى الأجزاء الأكثر تقبلا واستعدادا في الثقافة القديمة. (93)

فقد يحدث أن يظهر أسلوب إجتماعي أو أخلاقي جديد مناقض تماما لتقليد أو قيمة قديمة بحيث لا يمكن الجمع بينهما في وقت واحد. ولا بد من سقوط أحدهما إذا تغلب الآخر، وحتى في هذه الحالة الأخيرة لا يمكن أن تكون نتيجة هذا الصراع قضاء كاملا على الثقافة المغلوبة، لأنه إذا كانت التيارات المستحدثة هي المغلوبة فإنها سوف تترك بصماتها وآثار صراعها على جبهة الثقافة القديمة المنتصرة، وإذا كانت الغلبة للتيارات الوافدة فإن الثقافة القديمة المتنحية لن تترك آثارها بل إن تأثير المعايشة الطويلة على علاقات الأفراد والجماعات سوف يظل صداها مدة طويلة مقدار ما كان لهذه الثقافة المتنحية من انتشار وذيوع في أعماق وجدان هذه الجماهير. (94)

وعندئذ تظهر الهوة الحضارية بين القديم والجديد، فالتباين بين مضمون القيمة وواقع تطبيقها يعكس تناقضات تتفاوت في أبعادها وأعماقها على البناء الإجتماعي، وتظهر هذه التناقضات نتيجة لظهور شكلين من الإهتمامات داخل إطار التشكيلات الجماعية. فبينما تمثل التقاليد الجانب الإجتماعي الثابت في الإهتمامات الجماعية والمجتمعية، فإن التيارات الجديدة

تمثل الإهتمامات المستحدثة التي تتطلع إليها العناصر الشابة في هذه التشكيلات. (95)

وتشتد حدة الصراع كلما ازدادت الجماعة التفافا حول ذاتها وانغلاقا عن غيرها من الجماعات. وتخف شدة الصراع كلما تميز بناء الجماعة بالمرونة والاستعداد للشكل وتقبل التوازن البنائي الذي لا غنى عنه لنمو الجماعات والمجتمعات وتلبيتها لاحتياجات التطور. (96)

والنسق القيمي هو المعيار الذي في ضوئه تتم الإختيارات والتفضيلات، وهو المحك الذي توزن به سائر أعمال الإنسان وخط سيره في الحياة، وهو مرجع أحكامه كلها فيما يصدر عنه من أقوال وأفعال، وشأن المجتمع في ذلك شأن الأفراد، لا بد له من إطار قيمي يحظى بالإحترام والتأييد من غالبية أفراده ليضمن قدرا مشتركا من التناسق والإنسجام في نسيجه الإجتماعي، وبنيته العامة، ومن ثم يحمي نفسه من الهزات الإجتماعية العنيفة، والإضطرابات التي قد تؤثر على بنيانه من الأساس.

وكلما كان هذا الإطار القيمي مرتكزا على مصادر قوية، لها قداستها، وشدة تأثيرها تمنع المجتمع بقدر من التماسك بين أفراده، والتجاوب مع أهدافه العليا، لأنها حينئذ تلزم الجميع باحترامها وتقديرها. (97)

ولكن القيم بصفة عامة أصبحت في الوقت الراهن عرضة لتهديد خطير، مبعثه التحول الإجتماعي السريع والقفزات، نتيجة للتطبيقات العلمية المتزايدة على مجالات الحياة المختلفة وغذت كل صورة من صور المجتمع تفسح الطريق أمام نوع من التهديد لتلك القيم مما أدى إلى الإضطراب والتخبط في مقياس القيمة ومستوياتها التي تحظى بالقبول والإحترام. (98)

إن التعادل الوظيفي بين العناصر الثقافية «القديمة» والعناصر الثقافية «الجديدة» يعكس نفسه داخل الجهاز النفسي للشخصية ويظهر في الحياة الإجتماعية على شكل سلوك إجتماعي يقرره التوازن بين مضامين العناصر

الثقافية في وحدتها وانقسامها. فإذا كانت العناصر الثقافية داخل الوحدة الثقافية متعادلة في الوظائف والوجهة الثقافية، فإن السلوك يظهر بشكل سَوي، ويحوز على قبول الجميع، مثل التعادل الوظيفي بين الزواج المدبر من قبل الأبوين وحرية الأبناء في المشاركة في اختيار الزوج، والتعادل الوظيفي بين عناصراللباس العربي واللباس الأوروبي داخل الوعي الإجتماعي والثقافي للفرد العربي وبخاصة أبناء الجيل الجديد. (99)

أما إذا كانت العناصر الثقافية متعادلة في الشكل والوجهة الثقافية، ومختلفة في المحتوى أو المضامين، فإن السلوب الفردي الناتج عن هذه العناصر يمتاز بالإزدواج والمفارقة في الكثير من الحالات والأوضاع الإجتماعية والسياسية والثقافية والخلقية. (100)

والجدير بالملاحظة أن العناصر الثقافية الإجتماعية نشأت في ظل ظروف تاريخية وأوضاع اقتصادية وإجتماعية لها سماتها وملامحها وقوانينها الخاصة بها، وأن الوظائف التي اكتسبتها هذه العناصر تمتاز بنفس الخصائص والمهام التي تمتاز بها تلك المرحلة الإقتصادية والإجتماعية، كما أن العناصر الثقافية الجديدة لها شخصيتها في وظائفها ووجهتها حسب الظروف الخاصة بالمرحلة الجديدة. ولا شك أن من المهام الأولية للعناصر الجديدة أن تطرح نفسها بديلا للعناصر الثقافية القديمة اما عن طريق تجريد العناصر القديمة من وظائفها، أو شحن هذه العناصر بوظائف جديدة تساير وتواكب مستوى تطور المجتمع الإقتصادي والإجتماعي والحضاري. (101)

وتعتبر فترة المراهقة والشباب أكثر مراحل العمر تأثرا بالتغيرات الإجتماعية السريعة، التي تطرح اختيارات عديدة فيما يتعلق بالإلتزام بالحاضر والمستقبل. كما أن هذه التغيرات تعمل على وضع الشباب في موقع يشعرهم بأن المجتمع الذي ينتمون إليه لا يمنحهم التوجيه الملائم للإختيار الرشيد، وذلك كنتيجة لتغير البناء المعياري، وغموض الأدوار الجديدة،

وارتفاع معدلات الحراك الإجتماعي والجغرافي، والتحولات التي تطرأ على سلطة الكبار بعد أن أصبحت خبراتهم غير ملائمة للمواقف الجديدة، ثم المكانة الإجتماعية والإقتصادية والسياسية التي تكتسبها الشباب في المجتمع المعاصر. وإذا أضفنا إلى ذلك كله، أنه برغم تعاظم المكانة التي أصبح يشغلها الشباب في المجتمع الحديث، فإن الفرص التي يمنحها هذا المجتمع للشباب لكي يثبتوا ذواتهم ويؤكدوا نضجهم الإجتماعي محدودة وقليلة بشكل ملحوظ (102).

ويقدم بعض الباحثين مثالا على تأثير برامج التلفزيون في النشء فيول: «بمتابعة برامج التلفزيون لسنوات طويلة نجد أن الحصيلة التي اكتسبتها الأجيال الصاعدة من أبنائنا هي معالم الشر والعدوان والرفض والغضب، كل ذلك متمثل في عرض المشاكل والخلافات وكثرة النقاش، والضرب بالمعايير الأخلاقية عرض الحائط في إطار تمجيد الرفض وإبراز الشجار كسمة من سمات الحوار، وإلغاء الفواصل الزمنية بين الكبار والصغار، وقلب المعايير بالسخرية من العادات والتقاليد». (103)

إن القيم الإجتماعية هي الأساس الثاني - بعد التفاعل الإجتماعي في تكوين العمليات الإجتماعية - باعتبارها المراكز النشطة في النسق الإجتماعي النفسي لكل فرد بمعنى أن الفرد يستقبل مختلف الأحداث المادية ثم يقوم بعملية انتاج السلوك الذي يؤدي بدوره إلى تكوين العمليات الإجتماعية في مختلف الجماعات.. وكلما ازدادت اتصالات الجماهير بعضها ببعض كان ذلك أدى إلى زيادة اشتراك الجماهير في نسق قيمي واحد يجعل الأفراد متماسكين وموحدي الرأي. (104)

وبالرغم من أهمية القيم كأساس هام في العمليات الإجتماعية إلا أن الرأي القائل بأن الجماهير «موحدي الرأي» بفعل الإتصالات فيه إطلاقا وتعميما يمثل نوعا من الحجر الفكري والتعسف في إصدار الأحكام، ذلك إن زيادة

الإتصالات لا تحقق توحيد الرأي بالضرورة، بل ربما يكون أثرها أوضح في انتاج المزيد من الآراء ووجهات النظر، لأن الإحتكاك الفكري الناتج عن تزايد الإتصالات ينمي لدى الأفراد ملكة التفكير الناقد وحرية الرأي، وهذا التعدد وهذه التنمية يقودان إلى مزيد من الآراء. (105)

إن ما يجب أن يتفق عليه هو «القيم» بمعناها العام، وهي في أصح الأراء - مكتسبة وليست فطرية - وعلى وسائل الإعلام أن تسعى إلى دعمها وتطويرها وتعديلها، وليست مهمة الإعلام هي خلق مجتمع سلبي موحد الآراء. (106)

«إن الاتصال الجماهيري تجسيد لثقافة الأمة وحضارتها، ومن خلال ذلك تقوم وسائل الإتصال بتعميق المفاهيم الشائعة في المجتمع، وترسيخ القيم السائدة فيه، وتثبيت العلاقات القائمة بين شتى المؤسسات والجماهير، فوسائل الإعلام لا تقدم إعلاما فحسب، بل تقدم مواقف درامية تعكس من خلالها اتجاهات نحو الحياة، إنها تقدم للجماهير فلسفة حياة زاخرة بالقيم والمعايير. (107)

ولقد توصل أحد علماء الإتصال وهو (لازار سفيلد) الذي اهتم بموضوع - التأثير السيئ للبرامج التلفزيونية المستوردة إلى نتيجة هامة، بعد تحليل عدد من البحوث الميدانية التي أجريت على جمهور مختلف في عدد من البلاد النامية، وهذه النتيجة هي: «أن الخطر الحقيقي يكمن حتى في المواد التلفزيونية المستوردة البريئة التي لا تحمل أفكارا أو وجهات نظر متعارضة مع سياسة الدولة التي تشتريها، ويكمن فيما تحمله هذه المواد من تصويرها لعالم أكثر تقدما». (108)

وإذا علمنا أن معظم البرامج التي تقدمها القنوات التلفزيونية في البلدان النامية تتشكل من هذه البرامج المستوردة فإننا يمكن أن نتصور أنماط ومدى الآثار السيئة التي تحدثها على مشاهديها في تلك البلدان وخاصة على

الأطفال والشباب وإذا أضفنا إلى تلك البرامج المقدمة من القنوات الوطنية البرامج المقدمة من القنوات الأجنبية والمستقبلة من طرف جمهور البلدان النامية - كما هو الحال في الجزائر - فإن الآثار السلبية التي تتركها هذه البرامج التلفزيونية تتضاعف عدة مرات، خصوصا وأن القنوات التجارية الأجنبية تقدم البرامج الترفيهية والخيالية بنسبة 80٪ من برامجها الكلية.

وقد احتلت هذه البرامج الترفيهية المرتبة الأولى ضمن البرامج المقدمة في التلفزيونات العربية، مثلا، في الفترة بين 1985، 1989، حيث تراوحت نسبها بين 16.2٪ في مصر كحد أدنى و (53.7٪) في الإمارات العربية كحد أقصى، وأخذت البرامج الإخبارية المرئية الثانية بنسبة 11٪ كحد أدنى في حالتي البحرين ومصر، وبنسبة (45.8٪) كحد أقصى كحالة جيبوتي، بينما كانت نسبة البرامج الثقافية الدنيا 7.4٪ في حالة جيبوتي، والقصوى 35.3٪ في حالة مصر، أما البرامج الدينية فكانت نسبتها الدنيا (2.2٪) في سوريا، والقصوى (13.9٪) في اليمن الشمالي. (109)

ويرى عبد الله الكحلاوي أن «توزيع البرامج من حيث نوعيتها وتصنيعها غير متكافىء. فإذا اعتبرنا أن مهام التلفزيون الأولى هي الترفيه والإعلام لوجدنا أن توزيع البرامج الإخبارية لا يحترم هذا التصنيف ولا يساوي بينه». ويخلص إلى القول بأن «المضامين التي تبثها التلفزيونات العربية مازالت محل جدال مفاده أن الترفيه والتثقيف والإعلام هي مفاهيم مجردة طالما بقيت معزولة عن المناخ السياسي والإجتماعي السائد، فالترفيه يصبح تخديرا، والتثقيف دعاية، والإعلام طمسا للحقائق، إذا ثبت أن استعمال التلفزيون يتم بطريقة سيئة لا تراعي اهتمامات المشاهد، ولا تسعى إلى تحقيق طموحاته، وجوهر هذا الجدل هو: الإستعمالات السياسية الفوقية لوسائل الإعلام ككل وجهاز التلفزيون بوجه خاص». (110)

وفي التسعينات انتشرت القنوات الفضائية العربية، والأقمار الصناعية الناقلة للانتاج الأجنبي لمختلف البرامج دون أن يطالها مقص الرقيب، وأبدى

العديد من الدارسين والباحثين قلقهم من هذه التقنية، التي ازداد الإنبهار بها، والتهافت على استخدامها. وهكذا استخدمت هذه التقنية لتعميق مظاهر التبعية، والفرقة، والتخذير، باعتبار أن الرسائل القادمة من الفضاء لن تجد من يعترض طريقها عبر قرص المنزل لا مقص الرقيب، ولا قوانين المطبوعات والنشر، واكتمل بهذا طوق الإغراق بواسطة التكنولوجيا الإتصالية. (111)

والتمعن في طبيعة ظاهرة الإتصال الفضائي الأجنبي الوافد يفصح أن العوامل الوسيطة تقل فاعليتها إلي حد كبير في هذا النمط من أنماط الإتصال، الأمر الذي يجعل من احتمالات تأثير القنوات واضحا في الوطن العربي، حيث ان ما يقلل من قوة العوامل الوسيطة يتمثل في تيسر التعرض للقنوات التلفزيونية الوافدة على مدار اليوم، وتعدد القنوات الوافدة، وقوة طرق تقديم المواد التلفزيونية وجاذبيتها، وجدة الموضوعات وحيويتها، وضعف مستوى المواد التلفزيونية المحلية، فضلا عن عوامل لا علاقة لها بتلك القنوات، بل هي ترتبط بواقعنا الإجتماعي، منها ضآلة مجالات الترويح والنشاط الإجتماعي في فترات الفراغ، وشعور المواطن العربي بالقلق إزاء مستقبله وشدة تشبثه في الوقوف على ما يحيط به، الأمر الذي يدفعه إلى التعرض للمصادر الإتصالية التي تحقق له قدرا من الطمأنينة. (112)

ومع أن القنوات الوافدة تشكل لقاء الجمهور العربي بالفكر الغربي والحضارة والثقافة الغربيتين، إلا أن هذا اللقاء لا يشكل حوارا بين طرفين، إذ يتحدث طرف واحد فقط، بينما يعد الجمهور العربي مجرد طرف مستقبل.

والتلفزيون بفضل ظروفه الجديدة، وفي تجاوزه الحدود السياسية بين الدول، أصبح قوة ذات فاعلية سياسية باعتباره مصدر تكوين انطباعات الناس ومعاييرهم ووجهات نظرهم السياسية. وإذا كان التلفزيون قبل أن تتهيأ له ظروف البث الفضائي قد استطاع أن «يغير وجه الحياة السياسية، ويعدل العادات اليومية، ويكيف أسلوب حياة الناس، ويجعل الأحداث المحلية ظواهر

عالمية»، فإنه بفضل الإتصال الدولي الفضائي أصبح مهيّئا لإحداث آثار انقلابية في حياة المجتمعات، وفي التفكير السياسي، والوعي به على مستوى شعوب العالم قاطبة. (113)

ويأتي هذا الدور الجديد المتصاعد للتلفزيون في مجال صياغة نماذج حياتية جديدة وأساليب تفكير وعلاقات إجتماعية وقيم ثقافية جديدة على مستوى العالم، متزامنا مع ظاهرة التخطي المعلوماتي للحدود القومية، أو «ظاهرة الثقافة عابرة القوميات وهي عملية أساسية يحل فيها بدرجات متفاوتة وفي سياقات مختلفة، تنظيم الشعوب في مجموعات «أفقية» محل تنظيمهم رأسيا في مجموعات وطنية». بمعنى آخر ترتبط الشعوب بعضها ببعض بأساليب إليكترونية وليس بالحوار الجغرافي، وليس أيضا بالثقافة الوطنية أو القومية. (114)

ويثير امتزاج ظاهرة التخطي المعلوماتي للحدود القومية بظاهرة التخطي التجاري لها وتداخلها ببعضها تساؤلات محورية وأساسية ومهمة لكل المجتمعات، بغض النظر عن وضعها الإقتصادي الراهن أو المشاكل التي تواجهها أو الضغوط التي تتعرض لها، وتتصل التساؤلات بعدد من القضايا الأساسية وهي: السيطرة الثقافية، الإنتاج الثقافي، والتوزيع، النفاذ للمعلومات السياسية والإقتصادية، خلق نظام إعلامي دولي (عالمي) جديد، وتنظيم عمليات تدفق البيانات عبر الحدود والتحكم فيها وتحديد سياسة الدولة في المجالات الإقتصادية والثقافية، وتنمية طاقة أهلية وطنية (تكنولوجيا وإنتاجية، والفهم والإعادة لبناء ما هو وطني بالمعنى الثقافي والتاريخي وبأي معان أخرى). (115)

وينتج عن ظاهرتي التخطي التجاري والمعلوماتي للحدود القومية تعميق الإعتماد على الغير على مستوى دول العالم الثالث، وترسيخ التبعية التي تأسست في عهود الإستعمار المباشر لمعظم هذه الدول.

فالشركات متعددة الجنسيات أثناء توسعها على المستوى الدولي بحاجة إلى فرض نماذج اقتصادية وإجتماعية تشجع على قبول معايير وقيم ثقافية ملائمة لإحداث هذا التوسع، حيث يشير«أرجوميدو» إلى أن الأخبار المتعلقة بالشؤون الداخلية والدولية بالإضافة إلى الأفلام وأشرطة التسجيل والمجلات ومطبوعات المدارس وبرامج التلفزيون وغيرها تروج لأنماط من الحياة تساعد في عملية تحويل ونقل المعايير والقيم المحلية لتصبح ذات صفة عالمية. هذه العملية يرافقها انتشار وتركيز للمؤسسات الإقتصادية والمالية المهيمنة داخل النظم التابعة. (116)

ويبرز تقرير صادر في سنة 1986 عن منطقة الكاريبي عن تأثير التلفزيون الأجنبي على شعب الكاريبي، مثل هذه الأخطار التي تحدثها برامج القنوات الأجنبية على أفراد المجتمعات النامية وقيمهم الثقافية واهتماماتهم وتوجهاتهم الفردية والجمعية إزاء ما يجري من أحداث دولية ومحلية، إذ ذكر صاحب التقرير «هارولد هولت» أن البث التلفزيوني من القمر الصناعي قد أدى إلى تدفق كم غير متناسب من المواد الأجنبية (الأمريكية أساسا) على شاشات أجهزة التلفزيون في الكاريبي، مما سيفضي في نهاية الأمر إلى إفساد وتدمير الثقافة والقيم المحلية. (117) وذكر أن هذا البث المباشر قد أضعف البنية الأساسية للإذاعة المحلية والإقليمية، مما يخلق الحاجة إلى إنتاج البرامج المحلية..، ثم يتطرق إلى الجانب الخطير في الموضوع قائلا: «نجد في جزيرتي الدومنيكا وسانت لوتشيا، وكلتاهما تعانيان من ارتفاع نسبة الأمية والبطالة، أن أفراد الشعب العاديين يشعرون بالسعادة وهم يتناقشون، مثلا، في مظهر وهيئة الرئيس (ريجان) أو في آخر الشؤون السياسية، والجريمة والموضة في الولايات المتحدة. مع أن أحدا منهم لا يعلم شيئا عما بدل حوله في المجتمع الكاريبي، كذلك نجد في سانت كيتس / نيفيز، التي بها إحدى عشرة قناة تليفزيونية، أن شعبها البالغ 45.000 نسمة يتلقى تلك الوجبة الغذائية الثقيلة

من أغان وموسيقى البوب الحديثة والتي ليس لها أية علاقة بالحقائق القاسية والمزعجة لمشاكل البلاد الإجتماعية والإقتصادية. (118)

ومن هنا يتبدى صدق «جيل نوبل» مسؤول شبكة تليفزيون ABC الأمريكية حين يقول «أن الولايات المتحدة لديها القدرة على خلق «قوة ثقافية ضاربة» يمكنها التغلغل في المجتمعات الضعيفة تكنولوجيا». لذلك، فإن الإعتماد على البرامج الأجنبية سوف يصل إلي درجة من القوة بحيث تتيح للقيم الثقافية الخارجية القدرة على انتزاع الهوية الثقافية الوطنية، (119) بالبلدان النامية المتخلفة.

وإذا علمنا أن الولايات المتحدة الأمريكية تحوز حاليا قرابة 50٪ من السوق الدولي الإعلامي والإتصالي، بفضل قدراتها المالية والتكنولوجية الهائلة المسخرة للإنتاج الإعلامي والإتصالي، خصوصا السمعي - البصري منه، فإننا نتوقع مضاعفة السيطرة الأمريكية والغربية عموما على البلدان الأخرى التي لا تمتلك موارد مالية أو تكنولوجيا متطورة في الإعلام والإتصال. وبهذا يمكن القول إنه على غرار التبعية الغذائية والعسكرية والإقتصادية للولايات المتحدة وللبلدان الغربية الأخرى، فإن البلدان النامية تبقى تابعة في ميدان الإنتاج الإعلامي والثقافي والفكري أيضا. (120)

ولذلك فإن التهديد الثقافي والحضاري الأجنبي للقيم الثقافية والإجتماعية والسلوكية والحضارية المحلية سيستمر إلى سنوات طويلة أخرى طالما بقيت الأوضاع الثقافية والسياسية والإجتماعية المحلية متخلفة وراكدة بالبلدان النامية.

الهوامش

(1) أسامة عصفورة، «التدفق الإعلامي من الناحية التقنية»، مجلة البحوث، اتحاد إذاعات الدول العربية، المركز العربي للبحوث، بغداد: العدد السادس، يوليو 1982، ص 59 .

(2) المرجع السابق ، ص 60 .

(3) ليوبو جارد، «وسائل الإتصال الجماهيرية: اليوم وغدا»، ترجمة عزت عبد الرحمن، مجلة دراسات عربية، عدد: 3 - 4، السنة السابعة والعشرين يناير - فبراير، 1991، ص 114 .

(4) المرجع السابق، ص 114 .

(5) جامعة الإسكندرية «أثر وسائل الإعلام في الشباب المصري»، ندوة الإعلام والشباب من 17 إلى 20 يناير 1983، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، القاهرة: 19983، ص 149، 150

(6) ليوبو جارد، مرجع سابق، ص 14، 115 .

(7) نفس المرجع، ص 115 .

(8) صلاح الدين حاظ، «حق المعلومات وحرية الرأي»، مجلة الدرسات الإعلامية، العدد: 74، يناير - مارس 1994، ص 11 .

(9) حسين فوزي النجار، الإعلام المعاصر، القاهرة: دار المعارف، 1984، ص 146 .

(10) محمد مصالحة، دراسات في الإعلام العربي، السلسلة الإعلامية رقم 03، بغداد: مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربي، 1984، ص 71 .

(11) ابراهيم الداقوقي، نظرة في إعلام العالم الثالث من خلال الأنظمة الإذاعية في الدول النامية، بغداد: مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج، د. ت، ص 109 .

(12) Youri Kachter, information: la mainmise imperealiste, Moscou: Editions de l'A. P. n, 1984, p. 52.

(13) Ibid, p. 53.

(14) سعيد محمد السيد، «نماذج التدفق الدولي للأنباء» مجلة السياسة الدولية، العدد: 94، أكتوبر 1988، السنة: 24، ص 57، 58 .

(15) Unesco, la circulation internationale de l'information: Analyse et bilan, Etudes et documents d'information n 99, Paris: Unesco, 1985, p. 22.

(16) سعيد محمد السيد، مرجع سابق، ص 57

(17) Mohamed Aly Elewainy, "The Arab World And international Flow of communication, Faculty of Mass Communication, Cario University 1988, p. 7.

(18) يحي أبو بكر وآخرون، تطوير الاعلام في الدول العربية: الإحتياجات والأوليات تقارير ودراسات في مجال الإتصال الجماهيري، باريس: يونسكو، رقم 95، 1983 ص 258 .

(19) Unesco, op. cit. p 22.

(20) Ibid, p 22.

(21) Francis Balle, Médias et sociétés, cinquième Ed, Paris: Editions montchrestien, E.J.A., 1990, p. 474.

(22) عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث: الطبعة الثانية: القاهرة: دار الفكر العربي، 1987، ص 89 .

(23) راجية أحمد قنديل، «أحداث العالم الثالث في التغطية الإعلامية الدولية»، مجلة الدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير، عدد: 63 - أبريل - يونيو 1991، ص 78 .

(24) المرجع السابق، ص 78 .

(25) المرجع السابق، ص 78 .

(26) Youri Kachler, op. cit., p 36.

(27) Ibid, p. 36 - 37.

(28) Ibid, p. 37.

(29) Ibid, p. 37.

(30) Ibid, p. 38.

(31) ناطق حلو صير، «الغزو التلفزيوني ومخاطره»، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد 3 . 1993، ص 49، 50 .

(32) المرجع السابق، ص 50 .

(33) المرجع السابق، ص 50 .

(34) وليد شميط، «الإعلام العربي صناعة غربية»، مجلة المنار، السنة الأولى، العدد الثالث، مارس، 1985 ص 149 .

(35) وارن ك. أجر وآخرون، وسائل الإعلام: صحافة، إذاعة، تلفزيون ترجمة ميشيل تكلا، القاهرة: مكتبة الوعي العربي، 1984، ص 659 .

(36) كارين خاشاتوروف، «أساليب الخداع والتحيز في وسائل الإعلام»، دراسات إشتراكية،

السنة الرابعة، العدد الثاني، فبراير 1978، ص 76 .

(37) ناطق خلوصي، المرجع السابق، ص 51 .

(38) المرجع السابق، ص 51 .

(39) وجيه كوثراني، «الإختراق الثقافي الغربي للمجتمعات العربية الإسلامية» مجلة الثقافة، العدد: 85، يناير - فبراير، 1985، ص 221 .

(40) المرجع السابق، ص 221 .

(41) تقرير الحلقة الدراسية الإقليمية حول « تأثيرات برامج التلفزيون العام والصحافة في العملية التربوية» تونس: 1 - 14 يونيو / حزيران 1982، مكتب اليونسكو الإقليمي للتربية في الدول العربية، ص 6 - 7

(42) مختار التهامي، الإعلام والتحول الإشتراكي، الطبعة الأولي، القاهرة: دار المعارف، 1966، ص 117 .

(43) زكي الجابر «القمر الصناعي في خدمة الثقافة والتربية عبر الوطني العربي»، المجلة التونسية لعلوم الإتصال، العدد الثاني، جويلية - ديسمبر 1982، ص 41 .

(44) شون ماكبرايد، أصوات متعددة وعالم واحد: الإتصال والمجتمع اليوم وغدا، الجزائر - اليونسكو: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1981، ص 345 - 346 .

(45) المرجع السابق ص 346 - 347 .

(46) ريتاكروز - أويريان، «وسائل الإعلام الجماهيرية والتربية»، مجلة مستقبل التربية، المجلد العاشر، العدد الأول، 1980، ص 2 .

(47) انشراح الشال، مدخل في علم الإجتماع الإعلامي، القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، 1985، ص 170 .

(48) المرجع السابق، نفس الصفحة.

(49) أسامة عصفورة، مرجع سابق، ص 60، 61 .

(50) صلاح الدين حافظ، مرجع سابق، ص 11 .

(51) نفس المرجع، ص 12 .

(52) نفس المرجع، ص 12 .

(53) نفس المرجع، ص 12، 13 .

(54) صلاح الدين حافظ، المرجع السابق، ص 13 .

(55) أسامة عصفورة، مرجع السابق، ص 60 .

(56) د. عزي عبد الرحمن، الفكر الإجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الإتصالية، بعض

الأبعاد الحضارية، الطبعة الأولى؛ الجزائر: شركة دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع، 1995، ص 148، 149 .

(57) المرجع السابق، ص 149 .

(58) رؤوف الباسطي، «تطور البرمجة الإذاعية والتلفزيونية في عهد أقمار البث المباشر»، مجلة البحوث، عدد: 65، ديسمبر 1987، ص 68 .

(59) المرجع السابق، ص 68 .

(60) المرجع السابق، ص 73، 74 .

(61) نفس المرجع السابق، ص 74 .

(62) Rapport unesco: la circulation internationale de l'information et emissions de TV, n 100, 1983, p. 43 .

(63) Ibid, p. 43.

(64) Ibid, p. 26, 27.

(65) Ibid, p. 29.

(66) رؤوف الباسط، مرجع سابق، ص 74 .

(67) المرجع السابق، ص 74 .

(68) المرجع السابق، ص 75 .

(69) E.N.T.V Direction de la programmation. Departement: Etudes et Mesure D'audiance, 1989; N. P.

(70) R.T.A. Bilan, Alger: 1983, N.P.

(71) ENTV. Direction des programmes. Departement des statistiques et analyses. Rapport de cinq années de Diffusion 1987 A 1991. N. P.

(72) Ibid, N. P.

(73) E.N.TV. Direction de la prorammation, op. cit., N.P.

(74) E.N.TV. Direction de la programmation, Departement Etudes Statistiques et Mesure D'audiance, période du 01/10/1990 Au 31/10/1990, Annex: 01, 02, 03.

(75) Ibid, Annex: 04. N.P.

(76) Entreprise Nationale de Télévision. Direction des progammes.

Departement des statistiques et analyses. Rapport Annule. Année 1991. N.P.

(77) Ibid. N. P.

(78) Ibid. N. P.

(79) Ibid, N. P.

(80) E.N.T.V. Direction des programmes, Département statistiques et analyses. Rapport Annuel . Année 1992. N.P.

(81) Ibid, N. P.

(82) Ibid. (82)،

(83) E.N.T.V. Direction des programmes. Départemen statistiques et analyses. Rapport Annuel. Année. 1994. N.P.

(84) Ibid, N. P.

(85) Ibid, N. P.

(86) Ibid. N. P

(87) Brahim Brahimi, le droit à l'information en Algérie. principes et réalités, l'Algérie et modernité, Ali El Kenz Codesria Book Series, premiere Edition 1989. Dakar / Sénegal, p. 250.

(88) عبد الله بوجلال، «آثار التلفزيون على المشاهدين»، مجلة بحوث، العدد: 2 / 1994، ص 102 .

(89) عبد الله بوجلال، «الشباب الجزائري وبرامج التلفزيون الأجنبي» دراسة ميدانية، مجلة بحوث، العدد: 03 / 1995، ص 41 .

(90) المرجع السابق، ص 42، 43 .

(91) المرجع السابق، ص 44، 45 .

(92) المرجع السابق، ص 45 .

(93) أحمد الخشاب، أحمد النكلاوي، المدخل السيسيولوجي للإعلام، الإسكندرية: دار الكتب الجامعية، 1974، ص: 161 .

(94) محمد طلعت عيسي، فلسفة التعبير المخطط، القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة، الطبعة الأولى، 1971، ص 46، 77

(95) المرجع السابق، ص 47 .

(96) محمد طلعت عيسي، فلسفة التعبير المخطط، الطبعة الأولى، القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة، 1971، ص 47 .

(97) عبد الرحيم الرفاعي، «العقيدة والقيم الأخلاقية»، مجلة المنهل، العدد: 264، السنة 54، المجلد: 49، يوليو - أغسطس، 1988، ص : 14 .

(98) المرجع السابق، ص 14 .

(99) عز الدين دياب، «الشخصية والثقافة»، مجلة شؤون عربية، العدد الرابع، يونيو 1981، ص 130 .

(100) المرجع السابق، ص 130 .

(101) المرجع السابق، ص 131 .

(102) محمد علي محمد، الشباب العربي والتغير الإجتماعي، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1987، ص 59 .

(103) رضا الجمل، «زهور الشر في برامج التلفزيون»، نقلا عن: مصطفى رجب، الإعلام التربوي في مصر: واقعه ومشكلاته، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1989، ص 79 .

(104) زيدان عبد الباقي، وسائل وأساليب الإتصال في المجالات الإجتماعية والتربوية والإدارية والإعلامية، القاهرة: مكتبة النهضة المصرية، 1979، ص 366 .

(105) مصطفى رجب، المرجع السابق، ص 80 .

(106) المرجع السابق، ص 80 .

(107) ابراهيم، إمام الإعلام والإتصال بالجماهير، ط 2، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1975، ص 99 .

(108) كرم شلبي، حرب الكلمات، القاهرة: كتاب الإذاعة والتلفزيون، 1975، ص 84 .

(109) عصام سليمان الموسى، «التدفق الإعلامي بين الدول العربية: أهميته، مزاياه، عوائقه»، الدراسات الإعلامية العدد: 78، يناير - مارس 1995، ص 310 .

(110) عبد الله الكحلاوي، «قراءة تحليلية في وسائل الإتصال والإعلام في المنطقة العربية، عن عصام سليمان الموسي، المرجع السابق، ص 26 .

(111) عصام سليمان الموسى، المرجع السابق، ص 24 .

(112) هادي نعمان الهيثي، «الإتصال التلفزيوني الفضائي الدولي الوافد واحتمالات تأثيره السياسي في الوطن العربي»، مجلة المستقبل العربي السنة الثامنة عشرة، العدد: مئتان وخمسة (205)، آذار (مارس) 1996، ص 151 .

(113) المرجع السابق، نفس الصفحة.

(114) محمود علم الدين، «ثورة المعلومات ووسائل الإتصال، التأثيرات السياسية لتكنولوجيا الإتصال: دراسة وصفية»، مجلة السياسة الدولية، السنة الثانية والثلاثون، العدد: 123، يناير 1996، ص 105 .

(115) المرجع السابق، نفس الصفحة.

(116) المرجع السابق، ص 105 .

(117) نوال محمد عمر، في صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون القاهرة: دار الفكر العربي، 1993، ص 88، 89 .

(118) المرجع السابق، ص 89 .

(119) نفس المرجع، ص 90 .

(120) الملف الشهري «الإعلام العربي.. والآخر الدولي»، مجلة الدعوة، العدد 1561، 3 أكتوبر 1996، ص 23 .