

المشهد الثقافي والإعلامي في الفضائيات العربية: قراءة نقدية للتحديات والحلول

Cultural and Media scene in Arab satellite channels: A critical reading of challenges and solutions.

د/لامية طالة¹¹ - كلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر 03

تاريخ القبول: 2021/11/23

تاريخ المراجعة: 2021/08/05

تاريخ الاستلام: 2021/08/01

ملخص:

إذا كان للإعلام في الأنظمة الديمقراطية التعددية الدور الأكبر في دعم مسيرة حقوق الإنسان وخدمة قيم التعددية، وحرية التفكير والاجتماع والنقد، وإظهار التنمية السياسية والاجتماعية الحقيقية، وتكريس معاني الوعي والمسؤولية، والحوار، والانفتاح، والاعتراف بالآخر، فإن الدور الذي يؤديه الإعلام العربي يرتبط ارتباطاً مباشراً بالنظم السياسية التقليدية المهيمنة فقط، في دعوة الناس قسرياً إلى فكرها الجامد، وعقائدها الوهمية، وسياساتها المتخبطة، وشعاراتها الرنانة الزائفة، سواء تم ذلك عن طريق صناعة أو اختلاق الأحداث بما يتناسب مع الرغبة الجارحة لدى هذه النظم في المحافظة على مواقع نفوذها وتسلطها على البلاد والعباد، أو عن طريق تحوير الحقائق التاريخية والثقافية، أو اختلاق أحداث وأفكار جديدة للضغط على الوعي العام، وتضليله إعلامياً بما يخدم التوجهات المعلنة والمخفية الخاصة بهذا الطرف أو ذاك.

إن كل ذلك يقودنا إلى حقيقة مأساوية وهي أن إعلامنا العربي (الرسمي والخاص) يعيش مأزقاً خطيراً باعتباره إعلاماً مليئاً بالضوابط، والقيود السياسية، والخطوط الحمراء والسوداء، وهو موضوع مقالنا الذي يتناول أهم ما يعتلي المشهد الثقافي الإعلامي العربي من أزمات وإشكاليات وتبعات ذلك على الجمهور المشاهد.

الكلمات المفتاح: الإعلام العربي؛ النظم السياسية؛ النظم الإعلامية؛ العولمة الإعلامية؛ القيود الإعلامية.

Abstract:

While information in pluralist democratic systems has a greater role to play in supporting the progress of human rights and in serving the values of pluralism, freedom of thought, assembly and criticism, the demonstration of genuine political and social development, the expression of awareness and responsibility, dialogue, openness and recognition of the other, the role played by the Arab media is directly related only to the dominant traditional political systems, in forcibly inviting people to their inanimate ideas, tenets and policies.

All of this leads us to the tragic fact that our Arab media (official and private) is in a serious predicament, as it is full of controls, political constraints and red and black lines. It is the subject of our article, which deals with the major crises and problems of the Arab media cultural landscape and the consequences for the public.

Keywords: Arab media; Political systems; Information systems; Media globalization; Media constraints.

1. مقدمة:

يروى عن أينشتاين أنه قال: "هنالك ثلاث (03) قنابل تشكل تهديدا للجنس البشري في القرن العشرين: القنبلة النووية، القنبلة الديموغرافية وقنبلة الاتصالات" وبالفعل فإن الرجل بفضل ما يتمتع به من حدس رياضي نادر المثال قد عبر بكثير من الدقة والإيجاز عن أعظم الأخطار التي يواجهها الإنسان في العصر الحاضر، غير أن العبارة لشدة ما هي محتزنة هي في غاية الغموض لأنها لا تكشف لنا عن مصدر الخطر، ولا توضح نوعية البشر المهددين ولا الكيفية التي يتجسد بها هذا التهديد، والواقع أن هناك نوعين من البشر يعمرن هذه الأرض حددهما منور في:

-**الأقوياء:** الذين يمتلكون العلم والتكنولوجيا ومن ثم يمتلكون القوة الاقتصادية والعسكرية.

-**الضعفاء:** الذين لا يمتلكون أي شيء من ذلك.

والبشرية المهددة فعلا هي هذه الأخيرة التي لا تملك سلاحا نوويا تدافع به عن نفسها ضد الأقوياء، ولا علما ولا تكنولوجيا تخرجها من حالة التخلف وتحفظ لها كيائها من كل أشكال الغزو وأولها الغزو الإعلامي، ولا حتى وعيا بالخطر الديموغرافي الذي يتهدهدها من الداخل، ويقضي على كل جهد تنموي بها، وعليه فإنه تقريبا عشر العالم هم الذين يهددون التسعة أعشار الأخرى من البشرية، ويهيمنون على العالم ويفرضون على الأكثرية شريعتهم الجديدة التي يطلقون عليها مصطلح "النظام العالمي الجديد"، هذا النظام الذي لا يعني في جوهره إلا إعادة تقسيم مناطق النفوذ في العالم بعد انهيار إمبراطورية الشيطان كما كانوا يسمون الاتحاد السوفيتي، وفرض الهيمنة الإمبريالية من جديد على نطاق واسع وبوسائل أكثر ملائمة للعصر من حيث التطور.

بقيت المجتمعات العربية لأوقات طويلة تتعرض لمضامين "إعلام جماهيري" غير متكافئ، جسدت هيمنة القناة التلفزيونية الوطنية الواحدة، ويذهب باحثون إلى أن هذا "النموذج التواصلي التقليدي" بدأ في الانحلال تدريجياً بسبب المتغيرات المعاصرة، وعلى رأسها ما أتاحته التقنيات الحديثة.

وحين وفرت الدفعة التكنولوجية إمكانية توصيل البث التلفزيوني مباشرة إلى المستقبل، وبدون وسيط، وبدون أية إمكانية إلغاء أو تعطيل أو منع هذا البث، فقدت الأنظمة سيطرتها وسيادتها واحتكارها الإعلامي، وشكل هذا التطور منعطفاً هاماً في الحياة الاتصالية العربية، وأخذ المجال الإعلامي العربي الجديد يتشكل ببطء، حتى أصبح فضاء تتصارع في داخله قوى جديدة عديدة ومتباينة.

ويتأثر الإعلام العربي بما حوله من معطيات ومؤثرات، تنعكس على طبيعته ومساره، وإن تباينت الحالات، الإمكانات والظروف من مكان إلى آخر ومن زمان إلى آخر وبخاصة أن الإعلام اليوم يتصدر قائمة الاهتمام الدولي، وأصبح العالم من حولنا خريطة إعلامية أكثر من كونها خريطة جغرافية أو تاريخية، وأصبح الإعلام اللاعب الأساسي في صياغة الترتيبات العالمية.

إضافة إلى ذلك لا بد وأن نضع في اعتبارنا اختلاف الممارسات الإعلامية من مجتمع لآخر، بل إن هذه الممارسات تختلف داخل المجتمع الواحد من فترة زمنية لأخرى، من هنا يمكن القول بأن تطور الإعلام رهن بالبيئة المحلية التي يظهر

فيها ويتطور من خلالها، رغم إمكانية الاستعانة بتجارب الآخرين من أجل تسريع وتيرة التطور والتقدم، ومن أجل العمل على تلافي الأخطاء المستقبلية، وفي هذا السياق تبدو مقارنة البعض في عالمنا العربي بين الإعلام العربي والإعلام الغربي في غير محلها، بل إنه يمكن القول بأن هذه المحاولات تؤدي في أحيان كثيرة إلى تشويه محاولات الفهم من أجل مقاربتها مع واقع الإعلام الغربي.

ويشتمل البحث على ثلاثة مباحث أساسية، في المبحث الأول نتناول سمات وأبعاد وسائل الإعلام في الوطن العربي، لنبحث في طبيعة مشاكل الإعلام الفضائي العربي، وفي المبحث الثالث نتناول استراتيجيات معالجة الإشكالية الإعلامية العربية، وأخيرا خلاصة البحث.

- أهمية الدراسة:

تنطلق من أن العولمة في مجال الإعلام الفضائي، وتلك الحالة الانفجارية في أعداد القنوات الفضائية الأجنبية، لم تأت المجتمعات العربية مهياة لها أو مستعدة للتعامل مع آثارها الإيجابية والسلبية، كما هي حدثت في وقت كان الإعلام العربي يعاني فيه، من قصور في وسائله التقنية ومهارات توصيل رسالته، ومن ضعف وتراجع في نمط رسالته الإعلامية التي اعتمدت على المباشرة الفجة والتسطيح والدعاية لشخص المسؤولين وفي صرف الناس عن القضايا السياسية الداخلية والخارجية والتهديدات التي تواجه البلدان العربية، وبحكم تلك الأوضاع جاءت القنوات العربية في المرحلة الفضائية مقلدة للقنوات الفضائية الأجنبية، في جوانب كثيرة - خاصة في مرحلتها الأولى - كما جاء بعضها "نسخا" عربية لبرامج الحطات الأجنبية، بما يعني نقل الرسالة الإعلامية الغربية "صعبة اللغة" إلى مواطني المجتمعات العربية وفق أبجديات لغتها، الأمر الذي وسع رقعة تأثير تلك الثورة الفضائية خاصة وأن هذه الفضائيات اعتمدت على المنتج الإعلامي الغربي الذي يهيمن على سوق الإنتاج الإعلامي في المعمورة.

- منهج الدراسة:

تصنف هذه الدراسة المنهج ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي تسعى لكشف الحقائق المرتبطة بمضمون وسائل الإعلام العربية، لذلك سوف تستعين الدراسة بالمنهج الوصفي التحليلي الذي يصف ويحلل ويشخص الموضوع المثار من مختلف جوانبه وكافة أبعاده.

2. سمات وأبعاد وسائل الإعلام في الوطن العربي:

يشهد العالم اليوم انفتاحاً إعلامياً لم يسبق له مثيل نظراً لما أحرزته تكنولوجيا البث التلفزيوني المباشر من تطور سريع وكبير، وأمام هذا الواقع أصبحت البلدان العربية شأنها شأن الكثير من البلدان النامية، مناطق مستوردة لمضامين تلك القنوات، أو متلقية لتأثيراتها بصورة إيجابية أو سلبية، لاسيما فئة الشباب الأكثر انجذاباً وتأثراً بمثل هذه الوسائل... يحدث ذلك في ظل تنامي الاهتمام الغربي بالمنطقة العربية الإسلامية خاصة بعد الإعلان عن النظام العالمي الجديد بزعامة الولايات المتحدة الأمريكية عام 1989، والذي رافقه زيادة حاجة الغرب إلى مخاطبة الشعوب العربية بلغتها الأم، فظهرت القنوات الفضائية الغربية الناطقة باللغة العربية، وأصبح الفضاء العربي بالإضافة إلى القنوات الغربية الموجودة من قبل يعج بفضائيات أجنبية عربية اللسان غريبة الروح ذات مضامين متنوعة. محملة بأشكال ونماذج متعدّدة من القيم

والثقافات والأفكار والعادات وسواء كانت توافق خصوصية المجتمع المتعرض لها أم لا توافق؟، حقيقية أم زائفة؟، واقعية أم مشوهة؟، صواباً أم خطأ؟، يتم عرضها و تكرارها في محتوى القنوات الفضائية الذي يتعرض لها الناس يومياً (حماني، 2020، ص 126).

فضلاً عن تلك القوى السابقة التي كانت تسيطر على النموذج التواصلية التقليدي، الذي كان قد امتاز بسمات شكلت ثقلًا على العمل الإعلامي العربي لعقود طويلة، تجسدت أبعاد وسائل الإعلام في الوطن العربي أساساً في النقاط التالية:

1.2 - القطرية: يتميز الإعلام العربي بطابعه القطري، فالقطرية هي أهم حقيقة في الإعلام العربي، إذ كان من السمات العامة للخطاب الإعلامي العربي في السنوات الأخيرة للقرن العشرين، تزايد طابعه القطري وتكثيف جهوده وتركيز اهتماماته على كل ما هو قطري، وبدأ ذلك في المجال السياسي، وتم الأخذ به في المجال الثقافي والفولكلوري والموسيقي، ومنه: "القيم المغاربية، والثقافة الأردنية، والموسيقى المصرية، وغيرها".

وتتضح سمة القطرية أيضاً في استخدام وسائل الإعلام العربية في مجالات الدعاية بشكل كبير، لإبراز محاسن النظم السياسية ومنجزاتها، فضلاً عن مهاجمة النظم الأخرى التي لا تتفق معها في الرأي، وكان من نتائج ذلك أن يكون الإعلام العربي أحد أدوات تأجيج الصراع السياسي العربي - العربي (شاهين، 2008، ص 401).

والمعضلة أن الإعلام العربي في واقعه الحالي يقف أمام هذه الهجمة الإعلامية الكاسحة عاجزاً أو شبه عاجز فهو في الكثرة الغالبة من الأحوال، إعلام فاقده لمصداقيته، بحكم إطاره ومنزعه القطري فحسب، وإنما كذلك بحكم طابعه الرسمي، بل الحكومي المغرق في بيروقراطيته وفي انعزاله عن الجماهير وعدم حساسيته بمشاكلها الأكثر حيوية، والواقع أن احتكار البيروقراطية للسلطة الإعلامية، في زمن انكشف فيه على الصعيد العربي كما على الصعيد العالمي عجز البيروقراطيات عن استيعاب مجمل حركة المجتمع، يكاد وحده، دون سائر العيوب الإضافية، أن يشكل نقطة مقتل الإعلام العربي السائد (العتيبي، 2002، ص 65).

2.2 - السلطوية: إن التاريخ يعلمنا أنه كلما زادت تبعية الصحافة ووسائل الإعلام للسلطات الحاكمة قلت ثقة الجماهير بها وتناقصت مصداقيتها، لذلك فإن أهم وسائل تطوير الصناعة العربية للإعلام والاتصال هو التوصل إلى نظرية جديدة للعلاقة بين وسائل الإعلام والسلطة بحيث تضمن لهذه الوسائل الاستقلال عن السلطة، والحرية في القيام بوظائفها لصالح المجتمع.

يزداد الطابع السلطوي التمجيدي للخطاب الإعلامي العربي، وقد شكل هذا الخطاب نماذج دعائية، في حين إن النموذج الدعائي يختلف بعدة وجوه في الفرضيات السائدة حول الاتصال - كما نتوقعه في النظم الديمقراطية - تبدأ بالاختلافات في طريقة تعريف الاتصال نفسه، إذ ينظر الدعاة إلى الاتصالات كمجموعة من التقنيات التي ترمي إلى تلقين الجمهور المستهدف، فيما يعبر المفهوم الديمقراطي للاتصال عن عملية مستمرة من الحوار بين الأصوات المتنوعة، ولقد عدت النظم الحاكمة وسائل الاتصال الجماهيري بحد ذاتها إحدى الأدوات السلطوية في ممارسة الضبط الاجتماعي، وفي ترسيخ إيديولوجية وقيم السلطة الحاكمة المسيطرة على هذه الأدوات.

وهكذا فقد تأثر الإعلام العربي بالأنظمة العربية، وتباينت السياسات الإعلامية تبعاً لهذا الواقع، لكنه انصاع للمعطيات العالمية، وحاولت جامعة الدول العربية، والمؤسسات الإعلامية العلمية أن تخرج من مأزق التشرذم والتباين إلى صياغة جديدة للعمل الجماعي، متأثرين في ذلك بالمساعي والجهود الحثيثة التي بذلتها هيئة اليونسكو من جهة ومحاولات الدول النامية في عصرها الذهبي في الستينيات والسبعينيات للتوافق على سياسة متوازنة في المجالات المختلفة ومن بينها بالطبع السياسة الإعلامية في مواجهة التدفق الإعلامي الدولي من أعلى إلى أسفل ويتواكب ذلك مع تطور آخر باتجاه الممارسة الديمقراطية وإن تفاوتت درجاتها (أبو إصبع، 1999، ص 54).

واللافت للنظر هنا أنه بينما تطارد السلطات السياسية الإعلاميين الجادين الذين تتعارض توجهاتهم ورؤاهم مع توجهات ورؤى هذه السلطات، فإنها تتساهل بشكل كبير مع الإعلاميين الذين يتوحدون معها ويطرحون رؤاهم وينفذون سياساتها، وفي هذا السياق يمكن الإشارة إلى العديد من الكتابات والبرامج التي يندى الجبين عن ذكر مضمونها والتي تدعم السلطات السياسية من جانب، أو تؤسس لسياسات وثقافات وتوجهات جديدة تعمل في غير صالح التطلعات والطموحات العربية من جانب آخر.

إضافة إلى ذلك، يمكن الإشارة لازدواجية السلطات السياسية في التعامل مع البرامج الإعلامية التلفزيونية؛ ففي حين أنها تتدخل لوقف البرامج النقدية الجادة، نجدها تتغافل عن هجمة البرامج التافهة والمخدرة لعقل المشاهد في العالم العربي، وهنا يمكن ملاحظة ما تبثه الكثير من القنوات الفضائية من مواد تافهة تؤدي إلى المزيد من تغريب المشاهد العربي بعيداً عن قضايا المجتمع الحقيقية، بل بعيداً عما يكابده هذه المشاهد في حياته اليومية (العتيبي، 2002، ص 71-72).

3.2- الابتعاد عن الواقع والجمهور: لا يقدم الإعلام العربي، في معظمه، صورة موضوعية عن الواقع وهو ما يجعله يفتقر إلى المصداقية والفعالية، كما أنه لا يقيم وزناً كبيراً للجمهور، الأمر الذي يزيد من عزله، ولا يشكل ذلك مشكلة كبيرة له، لأنه معنى أساساً بإرضاء السلطة وليس الجمهور، ولأن النظم السياسية كانت مشغولة أساساً في ترسيخ وجودها وضمان الاستمرار، فقد تحددت مهام ووظائف الإعلام العربي على هذا الأساس.

لقد أدت سيطرة النظم الحاكمة على وسائل الاتصال الجماهيري العربية إلى جعل المضمون الإعلامي تابعاً للسلطة، وباتت مهمة القائمين بالاتصال مركزة على تلبية احتياجات هذه السلطة، حتى ولو كان الدفاع عنها ضد مصالح الغالبية من الجماهير، الذين أصبحوا بحكم ما قدمته هذه الوسائل من قيم وأفكار بعيدة عن الواقع الموضوعي لا يدركون حقوقهم السياسية والمدنية، ولم تكن وسائل الاتصال الجماهيري العربية تقوم بدور محايد "مجرد وسيط" في الصراع الفكري والسياسي الذي كان من أبرز سمات المجتمع السياسي العربي المعاصر، بل أداة عضوية للجماعات الحاكمة، تعكس في تعبيرها الإعلامي نطقاً ومجالاً محدداً للسيطرة، مستفيدة من المقدرة الإيديولوجية للإعلام كوسائل جماعية، تنبع قدرتها من إنها تستطيع أن تقول نفس الشيء لملايين البشر في الوقت ذاته (اللبان، مقصود، 2008، ص 146).

ولا تقف القيود البنيوية فقط عند حدود السلطات السياسية وما تمارسه من قيود مستمرة على كافة الممارسات الإعلامية، بل إن الأمر يتعدى ذلك إلى ضغوطات البنية الاجتماعية التي تستند إما إلى الرغبة في الحفاظ على العادات والتقاليد الجامدة، وإما إلى الانفتاح المفرط على سياقات وأطر مجتمعية أخرى، وبين هذا وذاك يجد الإعلام نفسه فريسة بين محاولة إرضاء العادات والتقاليد، حتى لو كانت بالية، والانغماس في أنشطة أقل ما توصف به أنها استنساخ باهت لمنتجات مجتمعية أخرى، غالباً ما تكون غريبة بالأساس، وبين إنتاج أعمال وبرامج هجين تجمع بين الداخل والخارج في محاولة توفيقية بائسة لإرضاء كل الأذواق، وتعظيم المكاسب والأرباح (العزاوي، 1998، ص 54).

يضاف إلى ذلك عامل آخر يرتب الظروف السياسية الخاصة بصناعة الصحافة بشكل عام، وبما يجعل دورها في المجتمع العربي يتركز في "التوسط" في عملية تقديم الآراء والأفكار انطلاقاً من رؤى محددة، طبقاً لتوجهات الميسطرين على الصحافة، المتمثلين بالنظم الحاكمة في الدول العربية (اللبان، مقصود، 2008، ص 146).

وقد تحدت بموجب ذلك النظرة إلى السياسة الإعلامية للعديد من هذه الدول بمجرد وضع القيود والرقابة والتحكم في وسائل الاتصال لصالح السلطة الحاكمة، لتصبح هذه الوسائل أداة لشرعنة سياسات النظام القائم الذي تعمل ضمن إطاره.

وبالنظر إلى مجمل السياسات الإعلامية الحكومية لأغلب الدول العربية، يمكن استخلاص بعض سماتها العامة في محورين:

✧ **التركيز على الشخصية الوطنية لتلك الدولة:** وتعميق الولاء لها في وجدان المواطن وعقله، وفي مخاطبتها للرأي العام في الدول المجاورة أو في الدائرة الدولية.

✧ **الدفاع عن السياسة العامة للدولة وقرارات النخبة الحاكمة:** وشرح أهدافها وتوضيح مواقفها إزاء القضايا التي تهم السلطة، ومن هنا تكون السياسة الإعلامية للدولة مرآة لسياستها العليا (طلب، 2009، ص 73-74).

إلا إن هذا لا يعني أن تبقى النظم الحاكمة الموجه الوحيد للإعلام، فالدولة في العالم العربي لا تحتكر وسائل الإعلام فقط، ولكنها تتصرف فيها من منطلق إنها القوة الشرعية الوحيدة التي لها الحق في تنظيمها وتحديد مضمونها، إذ أنها تمارس من خلال آليات متنوعة عملية إنتاج المضامين المتداولة انطلاقاً من مرجعية إيديولوجية، ومن شرعية دور الوساطة الذي أعطته لنفسها، كقوة مؤتمنة على قيم المجتمع ونظمه الأخلاقية والثقافية.

وقد نتج عن تحولات البيئة السياسية والتقنية والإعلامية ما يمكن تسميته "نهاية السيادة الإعلامية"، والتي تعني في أحد جوانبها: انحسار دور الدولة في تنظيم وصول الأفراد إلى المضامين الإعلامية والمساهمة في إنتاجها، وهو ما أدى بالنتيجة إلى تطور المجال الإعلامي العربي المعاصر.

كما إن للتغيرات السياسية والإيديولوجية والتي من أهمها: اضمحلال مفهوم الحرب الباردة وشيوع ممارسات الديمقراطية والإصلاح، قد أدت بشكل ملحوظ إلى تغيير النظرة تجاه حقوق الإنسان والممارسات الديمقراطية في المجتمعات المحلية، التي يأتي الإعلام الحر في مقدمتها، وهو ما يوجب ضرورة الإفادة من تطور تكنولوجيا الاتصال وتقنيات المعلومات لمواجهة تلك المتغيرات، أو التعامل معها، والعناية الفائقة بمحتوى الصحافة التقليدية، والتركيز على قيم الصدق والموضوعية، والنهوض بوظائف الإعلام الديمقراطية (غالي، 2009، ص 145).

وقد تعددت الدراسات والبحوث التي تناولت طبيعة الإعلام العربي ودوره في معالجة القضايا والأزمات والأحداث، وتباينت الآراء في ذلك، غير أن معظم الدراسات تتوقف عند عدد من السمات العامة للإعلام العربي، يمكن تصنيفها كمعوقات لتطوير الإعلام العربي بحكم الظروف التي تحيط بالوطن العربي وإمكانياته العامة للتطور والتقدم.

إن أهم مرتكز للصياغة الإعلامية في ضوء التقدم الهائل في وسائل الإعلام، القدرة على تقديم المعلومات بوضوح وحال حدوثها، فالعالم اليوم أصبح بين أصابعك، ويستطيع الواحد منا أن يتابع الكثير من الفضائيات في زمن محدد دون مشقة أو تعب، وعليه فإن السرعة والصدق في توفير المعلومة يعطيك مصداقية عند المتلقين وهو ما وقع فيه الإعلام العربي فترات طويلة، وهو بذلك يقع في سلم المعوقات ويمكن إيرادها كما يلي:

❖ الاعتقاد بأن وسائل الإعلام واسطة لإصدار التعليمات والمراسيل والتوجيهات بدلا من كونها وسيلة للحوار وتبادل الرأي.

❖ الاعتقاد بأن الجمهور مستقبل سلبي، يلتزم بما يلقي إليه من تعليمات وأوامر، والصواب أن الجمهور اليوم انجباي انتقائي متمرّد ومجتهد.

❖ الاعتقاد بأن وسائل الإعلام مملوكة للأنظمة بحكم السيطرة والنفوذ وهي بالتالي خاضعة للتعليمات، ولذلك فإن الإعلام العربي المحكوم بهذه السيطرة هو إعلام مؤدلج غير حرّ وبالتالي فهو ليس إعلام الجماهير وإنما هو إعلام السلطة.

❖ سياسة التوظيف والترقيات القائمة على عدم التخصص وعدم المهنية في معظم المؤسسات، وندرة التدريب والإعداد، والتابعة وهو ما يجعل القائمين بالاتصال في الأغلب خاضعين للسلطة والوظيفة دون مرونة في المعالجة والتعبير.

❖ مشكلات التمويل حيث يعاني الإعلام العربي من سياسة التمويل التي هي في الغالب رسمية ومحدودة لا تكفي للإبداع والإنتاج والتطوير والتحكم في أساليب التفكير للتمويل.

❖ التقنيات الحديثة والتي أصبحت اليوم في حالة متسارعة ولا تقف عند حدود، وهذه التقنيات تحتاج إلى ميزانيات وإلى خبرة متجددة ومتواصلة مع المستجدات، وتحتاج في ذلك الوقت إلى متخصصين قادرين على التعامل مع هذه التقنيات (شاهين، 2008، ص 87-88).

4.2- الرقابة الإعلامية: الرقابة على وسائل الإعلام بحسب الأدبيات الإعلامية هي ما تعني: "ملاحظة خروج مضمون وسيلة إعلامية معينة على ضوابط وتشريعات دستورية أو قانونية من جهة مخولة حكومياً بالشكل التي لها صلاحيات إغلاق أو حجب أو تجريم أو تغريم كاتب الرسالة الإعلامية أو من يملكها أو من يحمل امتيازها والتي بحسب تلك التشريعات تعد خرقاً للقانون المنصوص عليه في الدولة".

ومع أن الأنظمة الاستبدادية والشمولية ترى في الرقابة عامل بناء وضبط اجتماعي أو عقائدي، وعلى أنه حق من حقوق الدولة على وسائلها، فإن التغييرات الجذرية التي طالت المجتمعات وتنامي الوعي في حقوق الإنسان في حرية

التعبير، والنظم الديمقراطية كان هذا الاعتقاد والممارسة قد خلفت خلفها تاريخاً اسوداً من الاستبداد والخنق الفكري، سرعان ما بدأت تعيش في أجواء أكثر تقبلاً لمفهوم النقد الحكومي أو السياسي، وأغلب الظن أن للرقابة الإعلامية نوعان أساسيان: الرقيب الإعلامي من داخل المؤسسة، والذي يسمى بالاصطلاح الإعلامي "حارس البوابة" يعمل في أكثر الأنظمة استبداداً بثلاث اتجاهات أغلبها تصب في الآتي:

✓ حجب أو منع رسالة إعلامية كان من المفترض أن تنشر إلى الرأي العام وفيها تبصير بأخطاء الحكومة أو من يمثلها بصيغة مباشرة أو مستترة.

✓ حذف أو إضافة مادة أو فكرة يرى الرقيب أنها لا تتماشى مع سياسة المؤسسة "تحرير توظيفي".

✓ انتقاء وتكرار وفرض رسالة إعلامية عن سواها في وقت معين، وهذا ما تم العمل به أخيراً تحت تسمية "الرقابة الذاتية".

أما النوع الآخر من أنواع الرقابة فهو ما يدعى بالرقيب الحكومي الإجرائي: ويعمل وفق فريق عمل رقابي لمضمون وسائل الإعلام وله الحق في إحالة المؤسسة الخارقة للضوابط للقانون أو بتشريع منه "بحسب صلاحياته من قبل النظام الحاكم"، أو بحسب الدستور المنصوص عليه في البيئة الإعلامية التشريعية (أبو إصبع، 1999، ص 76).

وهناك من يضيف نوعاً ثالثاً يقترب من الإجراء الأخلاقي لحدود المعالجة أو الكتابة أو التغطية، وبحسب علاقة المؤسسة الإعلامية ومن يمولها بالشؤون العامة، فيضع الصحفي لنفسه ضوابط رقابية أخلاقية، أو مؤسسية "الرقيب الداخلي" الذاتي"، انطلاقاً من الفهم العام لطبيعة الحاضنة التي تملئها المؤسسة وتضعها كأجندات وخرائط عمل لا يجوز عبور خطوطها الحمراء بحسب العرف الأيديولوجي السائد.

وحقيقة القول أن البحوث التي تجرى على وسائل الإعلام وعناصرها المختلفة ما هي إلا عنصر موضوعي للمراقبة العلمية، ذلك أن الباحث يراقب ويتحسس بالظواهر، ومن ثم يقوم بمعالجتها منهجياً، وفي ذات الوقت تأخذ الرقابة بعداً تقويمياً "إيجائياً" إذا كانت تنطلق من المقومات الآتية:

- لا تمثل جهة حكومية إلزامية التوصية.
- هدف الرقابة يأخذ جانب تقويمي وليس من باب الانتقاص أو خلط الأوراق.
- موضوع الرقابة يجب أن يكون ذا أبعاد مهمة وواضحة وقابلة للقياس والتصنيف، وذا أبعاد نفعية للمؤسسة قيد الدراسة، وللدارسين في ذات الميدان.
- فريق الرقابة يحمل صفة الحيادية والمسؤولية العلمية لا الصفة الجهوية أو التسلطية.
- أن تسير الرقابة بأسلوب المنهج العلمي، وأن تخضع إجراءاتها إلى الصدق والثبات في التحليل والقياس.
- أن يكون موضوع الرقابة يحمل حاجة وطنية أو اجتماعية ومن صلب اهتمامات المجتمع وأولوياته، وأن يجري اختيارها بناءً على دراسة قبلية "قبل دراسة التقويم"، على وفق أسلوب المسح الشامل.
- أن يتم اختيار الوسائل الإعلامية بحسب ضوابط معينة "مجتمع البحث وعينته"، ويفضل أن يكون مضمونها متاحاً للباحثين حتى يتم إخضاعه للتحليل والدراسة.

▪ تعرض نتائج الدراسة بشفافية عالية وبهدف سام لأجل إفادة أو تعزيز أو لفت النظر عن قضية أو طريقة، ربما تكون الوسيلة الإعلامية غير مدركة لها.

▪ الاستعانة بخبراء في المجال الإعلامي وطرق البحث العلمي للتأكد من صحة الإجراءات وبالتالي تعميمها.

▪ أن لا تأخذ نتائج الرقابة التقييمية على أنها من باب الانتقاص أو التبرص أو الضعف، بل العمل على تشجيع المؤسسات التي تعنى بمثل هذه الدراسات لأن العمل الإعلامي لا يمكن أن يسير بالشكل الصحيح الآمن خلال كشف مناطق الخطأ والصواب.

▪ إشعار القنوات الإعلامية بدور الأجهزة الرقابية التقييمية وبطرق إجراءاتها وكادرها حتى تساعد من يراقب بالمعلومات، أو توفير عينة التحليل أو أية مساعدة أخرى، مادامت الرقابة ايجابية ومن صالح الوسيلة الإعلامية (تيطاوي، 2002، ص 111-112).

5.2- التبعية الإعلامية: أعطت نظرية التبعية الإعلامية اهتماماً متزايداً للأبعاد الثقافية والتاريخية والدولية في تفسيرها للعلاقة بين وسائل الإعلام والسلطة السياسية ودورها في إطار التبعية الإعلامية والغزو الثقافي.

وأيضاً كان الأمر فإن نظرية التبعية الإعلامية في حاجة إلى جهود جديدة لمراجعتها على ضوء المتغيرات الدولية التي برزت في أواخر الثمانينيات، ابتداءً بانحياز الشيوعية وسقوط القطبية الثنائية ومروراً بالنظام العالمي الجديد، وما سمي بعولمة الاقتصاد والسياسة، وانتهاءً بالثورة التكنولوجية في عالم الاتصال، والحديث عن عولمة الثقافة وصراع الحضارات (أبو إصبع، 1999، ص 87).

ويمكننا أن نحدد الأنظمة الإعلامية السائدة في العالم الثالث على النحو التالي:

▪ **نظام إعلامي يقع تحت سيطرة الدولة:** في إطار مفهومي التنمية والوحدة الوطنية والرقابة تكون صارمة على المضمون.

▪ **نظام إعلامي موجه من الدولة:** تكون الوظيفة الأساسية للصحافة تعبئة الجماهير من أجل التنمية وتدعيم الوحدة الوطنية فتحل المسؤولية القومية محل المسؤولية الاجتماعية.

▪ **نظام إعلامي مستقل:** تتمتع فيه الصحافة بقدر من الحرية بعيداً عن التدخل المباشر للحكومة وتستطيع الصحافة في ظله أن تظهر استقلالية عنيفة في مواجهة الضغوط الحكومية، ولعل هذا التصنيف أكثر مرونة في تصنيف الأنظمة الإعلامية في العالم الثالث، فمن الصعب إخضاعها لتصنيفات جامدة نظراً لما تتضمنه من تناقضات وتعقيدات.

وتأسيساً على ما سبق يمكن تحديد سمات المجال الإعلامي العربي الجديد، في ظل التحولات الدولية المعاصرة، بثلاثة محاور تتمثل في:

أ. **من جانب الوسائل:** تعدد قنوات الاتصال المتاحة أمام الفرد إذ إن المجال الاتصالي المفتوح أتاح تعدداً أكبر في الوسائل والقنوات والمصادر والأصوات والمحتوى والجمهور، وأن المزيد من المنتجين، ممن يثبون المزيد من المضامين المتنوعة، إلى المزيد من المستقبلين، يحدث بالضرورة المزيد من القنوات، فأتساع حجم المضامين، وضغط المنافسة، وتنوع رغبات المستقبلين وتزايد احتياجهم لا يمكن أن يتكيف -بالنتيجة- مع القنوات التقليدية التي كانت موجودة لوحدها،

وقد نتج عن ذلك التحول إلى المشروعات الخاصة، في مجال البث الفضائي العربي، وبروز المنظومة التفاعلية الالكترونية في المجال الإعلامي العربي (مكاوي، علم الدين، 2009، ص 312-313).

ب. **من جانب المضامين:** استمرار الحاجة إلى استيراد البرامج من الخارج، ضمن سياق الاتجاه إلى العالمية والمحلية في وقت واحد، وقد نجم عن ذلك التعامل مع القضايا السياسية والثقافية والاجتماعية المهمة بعدها سلعة، والمنافسة مع الخدمات العامة، وهو ما يوجب ضرورة زيادة الاتجاه إلى المحلية، وكسب مكانة مهمة بين المتلقين المحليين لأنها استراتيجية مهمة لمواجهة وسائل الاتصال الجديدة غير المحلية (غالي، 2009، ص 145).

ت. **من جانب الاستراتيجيات:** محاولة التفوق والحصول على المصدقية لاجتذاب المتلقين، لاسيما بعد أن حملت العديد من المضامين الإعلامية الوافدة قيماً تتنافى مع الهوية العربية، لقد تميز التدفق الحر للمعلومات في ظل العولمة - من وجهة نظر البعض - بطبيعة مراوغة ذات إبعاد متناقضة، ذلك أنه لا يؤدي بالضرورة إلى حرية التعبير، بل يظهر دائماً مفهوماً جديد للقرابة في عصر التدفق الالكتروني للمعلومات، يحمي مصالح المتحكمين بالسوق العالمية (باركر، 2006، ص 65).

إن سقوط الحواجز السياسية والثقافية وكل العوائق الأخرى أمام التدفق الحر للمعلومات والأفكار، لم يحقق -دوماً- التنوع والتعدد في الآراء والأفكار بما يثري الثقافة الإنسانية، وذلك بسبب هيمنة عدد محدود من الشركات العملاقة على النشاط الإعلامي والمعلوماتي في العالم، مما يشكل تهديداً للتنوع الثقافي الذي ميز تاريخ البشرية (القليبي، شومان، 2005، ص 196).

وتمثل نظرية "الإمبريالية الإعلامية" التي أسسها هيربرت شيللر Herbert Schiller والفكر المناهض لها، أحد المحاور الأساسية في الخطاب الإعلامي الحديث، ويقصد بالإمبريالية الإعلامية استخدام قوة الميديا من أجل فرض القيم والعادات والنزعات الاستهلاكية، كثقافة أجنبية وافدة على حساب الثقافة المحلية.

وإذ يمثل الإعلام رهانا من أهم رهانات العولمة وآلياتها في تعميم الثقافة ونشرها، فمن المفيد أن لا نغفل صحة هيري في بورج Hervé Bourges الداعية إلى تخلص الإعلام وبالتالي تخلص الثقافة التي يحملها من التبعية، لأنه لاحظ أن اختلال التوازن بين الأقوياء والضعفاء في المستوى الاقتصادي قد رافقه بل نتج عنه اختلال آخر أكثر ضراوة وأخطر، لأنه يمس مجال المعلومات وتدفقها بطريقة تعسر السيطرة عليها ويعز التحكم فيها، يقول هيري في بورج إن تدفق المعلومات في الوقت الراهن يحمل كل مساوئ الليبرالية الحديثة، بمعنى أنها يتم لصالح الأقوياء على حساب الضعفاء، فقانون "أتركه يفعل" إنما هو قانون الغاب، وأنه من الجلي أن حظوظ بلدان العالم الثالث وإمكانياته في المجال الإعلامي أقل بكثير من حظوظ البلدان المتقدمة وإمكانياتها، والفارق بين هذه وتلك لا ينفك يتعاظم كما في الميادين الأخرى (كعواش، جفال، 2019، ص 26-27).

كما أن التفاعلية التي تشير إلى إمكانية أن يكون للمشاركين في عملية الاتصال تأثيراً على أدوار الآخرين، ويكون بوسعهم التفاعل معها، يكمن خطرهما في أن المضمون الاتصالي المتبادل لا يخضع لسيطرة الدولة، ويخترق حدودها، فضلاً عن أنه يعمل على إعادة تنشئة المتواصلين على وفق قيم عالمية، تعدو على قيم المواطنة المحلية، وهو ما يتطلب

وضع استراتيجيات، تراعي حريات التعبير، مثلما تهتم بحماية المجتمع، وتعالج إشكالية إعلامية عربية ثلاثية الأبعاد تتجسد في قصور الاستشراف المستقبلي، ثقل القيود على الحريات، سيادة الإعلام الترفيهي (طلب، 2009، ص 114)

3. إشكاليات ومشاكل الإعلام الفضائي العربي:

دخل العرب كما سبق وأوردنا مجال الاتصال الفضائي بشكل واسع منذ عقد التسعينيات من القرن الماضي، وتسبقت الحكومات العربية إلى إنشاء قنوات فضائية، وأولت هذا المجال - كما يقول الدناني - أهمية خاصة في إطار الاهتمام بتطوير وسائل إعلامها، حيث توالى عمليات إنشاء القنوات فانتشرت الفضائيات العامة والخاصة التي تبث برامجها من داخل الوطن العربي وخارجه، منها ما هو مشفر ومنها ما هو مفتوح، وهي قنوات متعددة الأهداف والغايات منها ذات البرامج المتنوعة أو ما يسمى بالقنوات الجامعة وهي الأكثر عددا، ومنها المتخصصة في مجال الأخبار، الرياضة، الثقافة، الأفلام، المرأة، الطفل، التعليم. (الدناني، 2006، ص 128).

وهكذا أصبح الوطن العربي مغطى بعدد كبير من الأقمار الصناعية المباشرة، حيث تستخدمها قنوات البث الخاصة أو الحكومية، وازداد عدد الفضائيات العربية خلال السنوات الأخيرة، وظهرت معطيات ومفاهيم جديدة أخذت تتشكل عبر شاشات التلفزيون في ملايين المنازل العربية في عصر الأقمار الصناعية التي اقتحمت الحدود وألغتها، ومع إطلاق الجيل الثالث لأقمار عربسات أتيحت للفضائيات العربية فرصة الدخول في مجال الإرسال الرقمي الذي دفع إلى إعادة صياغة الخطاب الإعلامي ليكون متنوعا ليساهم في تأصيل الهوية الحضارية للمواطن العربي، ويعزز قدرته على التعامل مع الواقع الجديد تعاملًا مدركًا وليسهم أيضا في تبصير الرأي العام العالمي بقضايا المصيرية العادلة (الدليمي، 2005، ص 106).

هذه الوضعية الحالية تتميز بفائض في القنوات العربية وبعرض قليل التنوع، فالمشهد التلفزيوني العربي إذا يتميز بعرض تلفزيوني وفير ورديء، لا يوجد فيه مجال واسع للخلق والتجديد، الشبكات البرمجية مشكّلة أساسا من حصص بلاتوهات (Talk -Shows) إعادة بث الحفلات الغنائية، الأفلام الخيالية، الأخبار (المراقبة جدا) والتي لا تعكس سوى وجهة النظر الرسمية (بن حالة، 2005، ص 119-120)، ذلك أن المضمون الثقافي الذي تطرحه الفضائيات العربية وتستند إليه يظل حبيس التصور الضيق للسلطة الفعلية في البلدان العربية... حيث يمكن القول بأن ما تقدمه الفضائيات العربية الرسمية لا يعتبر خدمة عامة لأنها في الواقع لا تعكس آراء المواطنين العرب بما يحقق إشباعاتهم المعرفية، بل تمثل آراء النخبة السياسية (مهنا، 2003، ص 382-383).

بالإضافة إلى حالة غير طبيعية تعيشها بعض الفضائيات العربية تبدو مظاهرها في حالة الطرب والفرح التي تحتاج إلى إعادة النظر في برامجها من قبل المهتمين بالبث الفضائي العربي خاصة وأننا لا نريد أن تكون نظرة الغرب إلينا بوصفنا مخلوقات راقصة يأخذها الطرب حتى في أحلك الأوقات التي تمر بها الأمة العربية وأكثرها حرجا، إضافة إلى ترويجها المبتذل إلى أنماط هابطة من الغناء: لا تحترم ذوق المتلقي وتداعب غرائزه وسلوكياته، بعيدة كل البعد عن أي ذائقة جمالية، فنجد مثلا نموذج الأغنية العربية التي تبث من خلال بعض الفضائيات العربية قد تغيرت مضامينها كثيرا

وأصبح ما يقدم يركز على مظهر المرأة، زينتها وعُريتها، فهبطت قيمة المرأة العربية كإنسانة عاملة، منتجة، لها كيانها، احترامها وحقوقها (مهن، 2003، ص 136-137).

☐ ما زال الإعلام العربي مهزوزا بمز راقصات، وضعيفا يحتضر على فراش الموت، وخاويا إلا من أشعار شعبية ومسابقات أقرب ما تكون إلى التفاهة والسخافة... إنه خطاب يبغي إفراغك من شئئين: عقلك وجيبك!! " (طالة، 2014، ص 272)، وكأنه مطلوب منا أن نتحول إلى أمة من الراقصين والراقصات على طريقة مايكل جاكسون ".

هذا ناهيك عن أن الهدف من إنشاء الفضائيات هو تحقيق ربح مادي أو سياسي وليس خدمة المواطن، فلا نجد مفهوم التخطيط الإعلامي الذي يحتاج إليه العمل الثقافي، ولذلك ينظر القائمون على هذه الفضائيات إلى الثقافة بشكل سطحي، أو على أنها ليست أمرا مهما، فضلا على أن الاهتمام بها يحتاج إلى دعم مادي أكبر، ومن هنا يجد هذا الباحث أن معظم البرامج الثقافية المنتجة تتميز بالهبوط "، لنخلص في النهاية إلى أن الثقافة في الفضائيات العربية شيء ثانوي، كونها لا تؤمن أصلا بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وحاصل ذلك أنها تعمل ما تريده وبراحة تامة (عزي، 2004، ص 198-199).

أي أن تأسيس معظم الفضائيات العربية لم يكن نتيجة لوجود حاجة موضوعية وملحة لتوصيل صورة البلد إلى الخارج، ولم توجد أيضا بدافع إدراك الحكومات أو النخب العربية لأهمية إنتاج وبث الصور كرهان ثقافي وحضاري، وإنما تأسست الكثير من هذه المحطات بدوافع محلية صرفة، لا تختلف كثيرا عن دوافع تأسيس المحطات التقليدية المحلية، بالرغم من اتساع الإطار الجغرافي والبشري لذلك تسابقت الدول العربية إلى إنشاء قنوات تتميز بأساسيات وخطط برامجية شاملة وعدم وضوح الأهداف وإهمال الجمهور وعدم الأخذ برأيه وحاجاته بعين الاعتبار (بوقرة، 2006، ص 106)، الأمر الذي جعل خطابها الإعلامي نفسه لم يتغير في الألفية الثالثة عنه في مطلع ومنتصف القرن العشرين الماضي، فمازال هذا الخطاب عاطفيا وتحريضا ومفتقدا إلى الموضوعية لا يملك أهدافا وثوابت تتمتع بمصداقية وعليه لا توجد استراتيجية واضحة أو حتى رؤية للأمد القصير " (الجمال، 2006، ص 121).

فباستثناء المضامين الإعلامية الجديدة التي تبثها القنوات الفضائية الإخبارية والقنوات الفضائية المستقلة التي تبث من خارج الوطن العربي، يجنح الخطاب الإعلامي القومي الذي تبثه وسائل الإعلام العربية إلى التعبير عن الإحباط، خيبة الأمل، وعدم القدرة على طرح بدائل للاستجابة القومية للتحديات التي تواجه الدول العربية فنجد مثلا:

☐ غياب الواقع العربي سياسيا، اقتصاديا واجتماعيا، فهناك العديد من القضايا المحورية التي لا تلقى الاهتمام الكافي مثل القضايا البيئية، قضايا المرأة، التعليم، التربية، الشباب... أو بعبارة أخرى تجميل الوجه القبيح للحضارة الغربية، فإذا كان الإعلام في الغرب يركز وربما يصطنع قصصا تراجيدية يخاطب فيها مشاعر شعبه والشعوب الأخرى وفي كل الأحوال، فإن إعلامنا ببغائي بطبعه، يميل إلى انتهاز تقليد سياسي واجتماعي وثقافي وفني لكل ما يفرزه الإعلام الغربي بدون مراعاة للواقع المحلي وقيمه، الأمر الذي حوله إلى إعلام ركيك، لا عقلاني وتبريري، يحرص على إشاعة

الامتثالية للسلطة أكثر من حرصه على تعزيز الهوية والثقافة، يستخدم القيم الثقافية لتحقيق أهداف فئوية متباينة ويحرص على أمن الدولة أكثر من حرصه على أمن مواطنيه.

❑ **غياب الثقافة العربية الأصيلة وعدم تناولها وتفسيرها في المضمون الثقافي والإعلامي والتعامل العربي مع التلفزيون أو مع الفضائية يتم وكأنه مجرد وسيلة ترفيهية، فكثير من البرامج "الترفيهية" تتميز بارتفاع مستواها التقني والجمالي الجذاب، لكن عند العودة إلى موضوع المضمون المقدم نلاحظ أن مشاهدتها مضيعة للوقت، فالأداء النمطي يجعلك إما زاهدا في الرسالة الإعلامية وإما قلقا حائرا تدفعه غريزة المشاهدة وغلbian الدم في المخ لتقليب كل العجين الفضائي، وليس أمامك سوى حلين إما غلق الجهاز أو الاستسلام الكسول والمستلب للوجبات السريعة الساخنة التي تصلك أو بالأحرى تغزوك وتقتحمك دون إرادة منك...** إنها ديمقراطية قصف العقول ونفي كافة الأشكال لتسييد النمطية، وهذا ما أوقع الإعلام العربي في فخ الرؤية السيكلوجية الأمريكية الإعلامية للآخر (طالة، 2014، ص 277-278).

أمام هذا الاعتراف العالمي بقوة تأثير الإعلام على ثقافات الشعوب حتى على الدول التي قطعت أشواطاً مهمة في درب التكنولوجيا والإعلام وحفظ الخصوصية وتحسينها فإن خوف الشعوب العربية يجب أن يكون مضاعفا نظرا لما تعيشه هذه الأقطار من استهداف يشمل كل المجالات أمام واقع إعلامي ضعيف الإنتاجية ومتفكك ويفتقد أسس الفرحة والاستمالة وتبعيته في الغالب إلى قطبين إما تحت سلطة الأنظمة الحاكمة التي تسيره لخدمتها وجعله بوقا أيديولوجيتها أو تابعا بشكل أو بآخر للدول الأجنبية وشركاتها سواء عن طريق الإعلانات أو وكالات الأنباء أو المعاهد والكيلات ومراكز البحوث (الدخيل، 2020، ص 282-283).

❑ **الإعلام الفضائي العربي يعاني من أزمة هوية حادة في ظل العولمة الإعلامية بسبب استناد ثقافة العاملين بها لثلة معايير وقيم غربية لا صلة لها بالثقافة العربية الإسلامية، ولا تراعي خصوصيات الثقافة الوطنية للشعوب العربية، بالإضافة لدخول مستثمرين عرب في هذا المجال همهم الأول والوحيد تحقيق فوائد تجارية ربحية دون اعتبار للجانب المعنوي، حيث أن معظم فضائياتنا ابتليت بما ابتليت به الأحزاب العربية من ناحية الابتعاد عن الجماهير والجهل بمشاكلها الحقيقية أو ما يسمى إعلاميا باضطراب الأجندة الإعلامية، وهنا نقع في فخ المعادلة الإعلامية الكلاسيكية من ناحية خلطها بين ما يريده هذا الجمهور، وبين ما يحتاج إليه، وتراهن للاستسهال على ما تظن أن الجمهور يريده من ناحية نوعية الأغاني، المسلسلات، وتخفيف نسب البرامج الثقيلة والجادة، بعدها يتساءل: كيف نكسب الجمهور؟** هذه هي المسألة الأساسية في الفضائيات، ويستغرب في ذات الوقت للشعبية الغربية التي تتمتع بها الفضائيات المهمة بما يريده الجمهور، رغم كل ما فيها من تسطيح (عزي، 2004، ص 174).

❑ لقد مر الإعلام العربي بتجارب كثيرة كان يغلب على معظمها الفشل، بسبب غياب التخطيط والمتخصصين والافتقار إلى استراتيجية واضحة، إضافة إلى عدم ضخ الأموال الضرورية للإنفاق على الحملات الإعلامية خاصة فيما يتصل بالقضايا القومية، وما تتطلبه هذه القضايا من يقظة واستمرارية وقدرة على الإقناع، سيما على الساحة الغربية التي كانت دائما ساحة غير مؤيدة لأمتنا، حضارتنا ومشروعنا الاستقلالي التحرري، فمما أعاق الإعلام العربي ومسيرته هو أنه كان ضحية للخلافات السياسية العربية، حيث لم تنجح الدول العربية في جعله بمنأى عن هذه الخلافات، بل تم

توظيفه في خدمتها، وتأجيج نيرانها، فنجد اليوم إعلاما مشغولا جدا بالأمر الصغير، المصالح الفتوية، والقطرية الضيقة (أبو عرجة، 2006، ص 19-20).

☐ يفتقر الأداء الفضائي العربي إلى حد كبير إلى الحرية بمفهومها الليبرالي، وما هو موجود منها محكوم بأجندة الفضائية، وموجه لأهداف معينة، فمفهوم الحرية في النظام الإعلامي العربي محكوم بثلاثة أنواع من الرقابة يجب التمييز بين مستوياتها هي الرقابة الأجنبية، السياسية والذاتية.

☐ اعتماد العديد من الفضائيات العربية على استعمال المبالغة والخطب الرنانة بهدف الاستهلاك المحلي، مما جعل البرامج العربية تبقى رغوا ودعاية لا تقنع إلا السذج، عاجزة لا تستطيع مواجهة البرامج التي تظهر في القنوات الأجنبية (سلمان، 2005، ص 58).

☐ بعض القنوات العربية لا تعطي حق الاتصال وحرية التواصل، مما يؤدي إلى ضيق هامش الحريات، وتوجيه البرامج وإعدادها بمعزل عن الاهتمام برأي المتلقي، وهذا لا يتيح عقد الصلة معه، أو إنعاش الحوار معه، حيث يشعر المتلقي أحيانا بوجود جدار أو غلالة بينه وبين المرسل، مما لا يفسح المجال لمناقشة مشاكل المجتمع مثلا (مهنّا، 2003، ص 375).

☐ وما يؤسف له أن الانتماء إلى الكيانات القطرية والسيادات الوطنية والإعلاء من شأن القادة المحليين وتركيز سلطتهم والإشادة بإنجازاتهم، أصبح الوظيفة الأساسية للإعلام العربي، وجسد بامتياز السمات السلبية في إعلامهم، وكتحصيل حاصل اتجه قادة العرب إلى إيلاء الأهمية العظمى لأمن أنظمتهم أكثر من أمن الأمة وشخصيتها وقضاياها المصرية، فلا وجود لاستراتيجية إعلامية عربية للدفاع عن الذات ومواجهة التحديات الخارجية، تحوّل من جرائها الإعلام العربي من بقرة حلوب تخدم المجتمع إلى حصان شارد يريد البعض أن يكبحه" أو إعلام مصاب بـ "الفلات فووت" أي القدم المفلطحة، التي لا تسمح له بالسير لمسافات ويُعفى صاحبها من الخدمة العسكرية في بعض الدول، ومن لم يصب بالفلات فووت "الإعلامي أطلق الرصاص على رجله بنفسه ليُعفى من الخدمة" (طالة، 2014، ص 282)

4. استراتيجيات معالجة الإشكالية الإعلامية العربية:

يعتقد بعض الباحثين أن وضع استراتيجيات معالجة الإشكالية الإعلامية العربية ينبغي لها أن تقف عند ثلاث حقائق تتمثل في:

1.4 - **شيوخ العولمة:** إن ديناميكية العولمة وآليات حراكها في الوطن العربي لا يمكن تجاهلها، بل ينبغي تحليل دوافعها وأهدافها وإدراك كيفية استثمار إيجابياتها والتعامل مع سلبياتها، فقد أصبح الإعلام بموجب هذه الحقيقة يشغل المجال الرابط بين الفعل السياسي أو الثقافي ورد الفعل الجماهيري.

وإذا كان المتحكمون في العولمة يسعون إلى صياغة ثقافة كونية شاملة تغطي مختلف جوانب النشاط الإنساني، مستهدفين خلق الإنسان العالمي المبرمج، ذا البعد الواحد المؤمن "بإيديولوجية السوق العالمية"، فإن ذلك لا يمكن إن يتحقق إلا بفضل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وشيوع حريات الاتصال، ومن هنا تأتي ضرورة فهم ديناميكية العولمة للتمكن من التعامل معها (Delbarre, 2004, p 21).

2.4- الحاجة التكنولوجية: إن من يمتلك تكنولوجيا المعلومات يمتلك القدرة على مواجهة الآخرين، ومن لا يمتلكها ليس بوسعه أن يبعد نفسه عن تأثيرات الآخرين، كما إن احتمال اتساع الفجوة بين الدول العربية والدول الغربية المصنعة للتكنولوجيا سيبقى قائماً، ما دام الواقع العربي يعاني غياب التنسيق في سوق المعلومات العربية، التي يتقاسمها عدة موردين للبرامج والمعلومات، وما دامت الصناعة العربية لم تصل بعد إلى الدرجة التي تمكنها من تصنيع الكمبيوتر كاملاً (سنو، 1999، ص 132).

وقد سجل في هذا المضمار تقرير اللجنة العربية لدراسة قضايا الإعلام والاتصال في الدول العربية مجموعة من العوامل التي أثرت في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، رغم أن الدول العربية تعد سوقاً مستهلكة جيدة للتكنولوجيا حالياً منها:

- ❖ اختلاف المفاهيم والرؤى المتصلة بتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، إذ مازالت هذه المفاهيم والرؤى غير موحدة بين الدول العربية.
- ❖ ضعف دور المنظمات العربية المتخصصة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.
- ❖ نقص مصادر المعلومات العربية.
- ❖ مشاكل اللغة العربية في استخدام هذه التكنولوجيا.
- ❖ هجرة نسب كبيرة من الكفاءات العربية التي تم إيفادها إلى الدول المصنعة للتكنولوجيا (سنو، 1999، ص 133-134).

ومن هنا تتفق كل المصادر الدولية والأكاديمية على إن العالم العربي هو من بين أقل مناطق العالم من حيث قدراته التكنولوجية، وأضعفها من حيث إسهامه واستفادته من مجتمع المعرفة ومزاياه، التي بدأت الدول الغربية تنتقل إليه منذ حوالي نصف قرن من الزمن.

3.4 مجتمع المعرفة: إن تجاهل أطروحة مجتمع المعرفة بوجه عام، وتأثيرات الفضاء المعلوماتي والفجوة الرقمية بوجه خاص في المجال الإعلامي والسياسي والاجتماعي العربي لم يعد خياراً ممكناً، إذ يتعامل علم الاجتماع مع مجتمع المعرفة انطلاقاً من علاقة تكنولوجيا الاتصال الحديثة، ونظم المعلومات وتأثيراتها الاجتماعية في الفرد والأسرة والمجتمع والرأي العام وقوى الضغط المجتمعية.

وينظر الفلاسفة إلى مجتمع المعرفة من زاوية قراءتهم لما بعد الحداثة، وكيفية تشكل فكر معرفي افتراضي وشبكة بشرية جديدة، أما فقهاء القانون والعلوم والسياسية فيرون في التقاء تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالقرار والسيادة وتأثر العلاقات الدولية بثورة المعلومات والاتصالات نوعاً من امتداد السلطة وإعادة تشكيلها من جديد (طلب، 2009، ص 115).

5. خاتمة:

في نهاية هذا التقييم نود الانطلاق من هذه الملاحظات لطرح ثلاث تساؤلات عن الفضاءات العربية من خارجها، أي من ناحية علاقاتها بالثقافة والمجتمع وهي:

❖ **هل من الضروري أن يكون لدينا في الوطن العربي كل هذا الكم من الفضاءات؟** يوحي هذا الكم بظاهرة التعددية، لكن هذه التعددية في النهاية ليست إلا تعددية للواحد، ففي فضاءاتنا لا تتم تلبية جميع رغبات المشاهدين، بمعنى أن المشاهد يرى الشيء نفسه على مستوى المجالات الإخبارية أو الدرامية في القنوات التي ينتقل بينها.

❖ **يتعلق بتجربة المشاهدة:** بمعنى استهلاك التلفزيون لوقت المواطن العربي بغض النظر عما يشهده، وتحوله إلى بديل عن السينما والمسرح والعلاقات الاجتماعية، فتحوّلت الفضاءات هنا من نافذة على الحياة إلى بديل عنها، حيث تمارس الصورة المرئية إغراء كبيرا لدينا بسبب عدم توطد الثقافة المكتوبة في مجتمعاتنا، حيث انتقلنا مباشرة من عصر الثقافة الشفهية إلى عصر الثقافة السمعية البصرية متجاوزين عصر الثقافة المكتوبة.

❖ **يتمحور حول عشوائية التواصل بين المشاهد والفضائيات:** بمعنى أن المشاهد يفتح التلفزيون ويقلب بين القنوات من دون معرفة برامجها، الأمر الذي يؤدي إلى تشتت الفرقة وعشوائيتها وعدم اعتناء الفضاءات العربية بالمتلقي، وكأنها تتحدث عبر الفضاء دون أن تعرف بالضبط ماذا سيكون رد فعل هذا المتلقي؟ وما هي نتائج عملها عليه؟ (عزي، 2004، ص 153-154).

خصوصا مع ما سمي عن حالة البث الفضائي العربي بـ "سوق عُكاظ الفضائي"، هذا السوق -سوق عُكاظ- الذي اشتهر به العرب في جاهليتهم: عارضون كثيرون، خطباء كثيرون، وشعراء كثيرون ويبقى المواطن العربي هو السيد في الحكم، الاختيار والتقدير.

أو "الزحام الفضائي" الذي يفيد أقله ويدخلنا معظمه في متاهات السطحية والعشبية، والذي لم نستطع أن نحكم عليه من زاوية واحدة فعلا، حيث كانت له إيجابياته المعلومة وسلبياته الكثيرة فإن حالة إعلامية تتشكل، لم يكن لدينا دراية بحجم ما ستحملة إلينا مما هو ماثل أمامنا، هذا الزحام الفضائي الذي يقدم إعلاما جديدا، فيه نقلة نوعية كبيرة على صعيد الخبر والصورة، البرنامج الحوار، المواد الخفيفة والترفيه الذي سار إلى أبعاد واسعة من الإثارة.

وهكذا فالإعلام الفضائي العربي يعيش تحديات كبيرة في ظل ما يسمى بعصر العولمة أو لنقل الأمركة الإعلامية والثقافية، لكن في نهاية هذا المقال لابد من التنويه عن ملاحظة استوقفتنا لوقت طويل، وهي تستدعي التأمل في فحواها وتقليبه ذات اليمين وذات الشمال: "يلاحظ أن أكثر القنوات الفضائية ابتداءً محسوبة على أكثر الأنظمة العربية محافظة!!" فما معنى هذا؟.

يمكن القول هنا أن الإعلام العربي بعامته يواجه مشكلات التحديات البنيوية التي يتعامل معها من ناحية، ومشكلات مؤسساتية أخرى تتعلق بالقائمين على هذا الإعلام والممارسين لأنشطته المختلفة والمتنوعة من ناحية أخرى، فالإعلام يقع بين مطرقة السلطات السياسية والاجتماعية، وبين سندان القائمين عليه وممارساتهم المختلفة، مع العلم بأنه لا يمكن الفصل بين الجانبين إلا لأغراض تحليلية محضة، لذلك فإن الاقتصاد على جانب واحد فقط دون الآخر عند مناقشة المشكلات المختلفة التي يواجهها الإعلام العربي تضر أكثر مما تنفع، بل إنها قد تؤدي إلى تصورات مشوهة ومبتورة عن حالة الإعلام العربي الراهنة.

قائمة المراجع:

الكتب:

- أبو إصبع صالح، تحديات الإعلام العربي: دراسات الإعلام: المصادقية، الحرية، التنمية والهيمنة الثقافية، الطبعة الأولى. (الأردن: دار الشروق، 1999).
- أبو عرجة تيسير، قضايا ودراسات إعلامية، الطبعة الأولى. (الأردن: دار جرير، 2006).
- باركر، كريس، التلفزيون والعولمة والهويات الثقافية، ترجمة: علا أحمد. (القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2006).
- بن حالة فؤاد، صدمة الاتصال الشمولي: الأنظمة والمجتمعات العربية في مواجهة التحدي، ترجمة: أحمد عظيمي. (الجزائر: منشورات ANEP، 2005).
- الجمال محمد راسم، الاتصال والإعلام في العالم العربي، الطبعة الأولى. (مصر: الدار المصرية اللبنانية، 2006).
- الدليمي عبد الرزاق محمد، عولمة التلفزيون، الطبعة الأولى. (الأردن: دار جرير، 2005).
- الدناني عبد الملك، البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية. (مصر: المكتب الجامعي الحديث، 2006).
- سنو العبد الله مي، الاتصال في عصر العولمة-الدور والتحديات الجديدة. (بيروت: الدار الجامعية، 1999).
- شاهين هبة، التلفزيون الفضائي العربي. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008).
- طالة لامية، الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي، الطبعة الأولى. (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014).
- طلب محمد نبيل، البرامج التعليمية والثقافية بالإذاعة والتلفزيون. (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009).
- العزاوي جواد قيس، الإعلام العربي وقضايا الهوية والثقافة، الإعلام العربي الأوروبي: حوار من أجل المستقبل، الطبعة الأولى. (البحرين: دار بلال، 1998).
- عززي عبد الرحمان وآخرون، العرب والإعلام الفضائي: الفضائيات العربية وقضايا الأمة (حالة نقاشية)، الطبعة الأولى. (لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، 2004).
- غالي محرز حسن، صناعة الصحافة في العالم: تحديات الوضع الراهن وسيناريوهات المستقبل. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009).
- القليني فاطمة، شومان محمد، الدعاية والإعلان بعد 11 سبتمبر. (القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، 2005).
- اللبان شريف درويش، مقصود، هشام عطية، مقدمة في مناهج البحث الإعلامي. (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، 2008).
- مكايي حسن عماد، علم الدين محمود، مقدمة في الصحافة. (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009).

- مهنا نصر مُجَد، في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية للفضائيات العربية والعولمة الإعلامية والمعلوماتية. (مصر: المكتبة الجامعية، 2003).

المجلات العلمية:

- حماني إسماعيل: أثر التعرض للإعلام الفضائي الأجنبي على التوافق الأسري لدى الشباب: دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين الجزائريين، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 03، العدد 02، ديسمبر 2020.
- الدخيل لبات: الإعلام الأجنبي والهوية الثقافية العربية: دراسة في تجليات التبعية من BBC إلى MBC، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 03، العدد 01، جوان 2020.
- كعواش عزيز، جفال سامية: الإعلام والثقافة والعولمة: دراسة تحليلية للمكون اللغوي في المنظومة الثقافية والإعلامية العربية، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 02، العدد 02، ديسمبر 2019.

المذكرات والأطروحات الجامعية:

- بوقرة رضوان: بنية الأخبار في القنوات الفضائية العربية: قناة الجزيرة نموذجا، دراسة وصفية تحليلية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006.
- تيطاوي الحاج: جمهور وسائل الإعلام في عصر العولمة وواقع مشاهدة القنوات الفضائية في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2002.
- العتيبي بن حمد سلمان: العولمة والدعاية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2002.

— Delbarre Roger et autres, Les médias et la mondialisation: nouveaux territoires nouveaux enjeux, Conférence scientifique internationale, Mastère franco- Conférence scientifique internationale, Faculté de journalisme, Université d'Etat Lomonossov (MGU), Moscou, 2004.