

القنوات الفضائية العربية في عصر العولمة:

قراءة في مؤشرات القصور والافتقار إلى المشروع

الدكتور: رفيق بوزانة ، جامعة قسنطينة 3، الجزائر

الملخص:

لقد أصبحت السماء العربية مفتوحةً على بث فضائيّ تلفزيونيّ كثيف، يحمل مشاريع محدّدة، ويستهدف جماهير معينة، ويحاول قدر المستطاع التأثير في بنية المجتمعات من أجل تحقيق أهداف ضمنية أو ظاهرة. وأمام هذا الواقع الراهن سادت حالة من الاضطراب والارتباك في الأوساط الرسمية والشعبية، وتعدّدت الاستجابات واختلفت ردود الأفعال والمواقف تجاه الأنموذج الثقافي الذي يقدم من خلال البث الفضائي التلفزيوني العربي وقدرة هذه الوسائل تقنياً وبشراً على صيانة الخصوصيات الثقافية المحلية في زمن عولمة الاتصال، والتنبؤ بالمستقبل، وبالتالي الاستعداد لملاقاته، وامتلاك أهم مستلزمات هذه الملاقاة ونعني بها امتلاك المشروع العربي الذي يستجيب لمعطيات هذا المستقبل.

Abstract:

The Arab sky has become fully open to an intensive satellite TV broadcasting which delivers specific projects, targets a well-defined audience and tries to influence the structure of each society as much as possible in order to achieve hidden or apparent objectives. Under this current situation, official and popular circles undergo a wave of perturbations and confusions. Moreover, a multitude of diverse reactions and attitudes have surfaced regarding both the cultural model defined through the Arab satellite TV broadcasting, and the latter's capacity with all the technical and human means utilized to preserve unaltered the local cultural features in the age of the communication globalization, and also to anticipate the future, ergo to be willing to face it. To this end, the Arab project that covers the different requirements to this future has to be set up.

لقد أثار مارشال ماك لوهان، واضع الصيغة الشهيرة القرية الكونية جدلاً في الستينات من القرن الماضي لاعتقاده أن الحياة الخاصة والمذهب الفردي مهددان بفعل التطور التقني في مجالات الاتصالات، وتكهنه بعودة المجتمعات إلى العادات القديمة الشفهية والقبلية. واليوم ثمة أكثر من 25 مليون شخص يستعملون الانترنت في العالم وهم الآن بصدد إثبات صحة تنبؤاته ونشر ثقافة جديدة عالية التقنية، عصر الأرقام اليوم هو في طور إزالة الغبار عن كتابات ماك لوهان⁽¹⁾.

و يُعد البث الفضائي الوافد عبر الأقمار الصناعية أحد أبرز التطورات التي حققها الإنسان في مجال الاتصال، وأحد أبرز مظاهر العولمة الاتصالية، وسنحاول من خلال هذه الدراسة البحث في بعض القضايا الإشكالية المتعلقة بالفضائيات العربية واقتارها للمشروع الهادف لنشر الثقافة العربية الأصيلة الذي يمكنها من الاستمرار والتميز من جهة، وقصورها في التعامل مع الواقع العربي الراهن وتقديم الأنموذج الثقافي المحلي بالشكل الذي يمكنه من المنافسة في زمن عولمة الإعلام والاتصال من جهة ثانية وهذا من خلال جملة من المحاور:

- الثورة التكنولوجية وتصدير النموذج الثقافي الغربي إلى الدول النامية.
- خصائص القنوات الفضائية العربية في زمن العولمة، ومظاهر اقتارها إلى المشروع الهادف لنشر الثقافة العربية الأصيلة.
- مؤشرات قصور الفضائيات العربية في تقديم المنتج الثقافي المحلي (صوتاً وصورةً وإنتاجاً) بالشكل الذي يمكنه من المنافسة في عصر عولمة الاتصال.

1. الثورة التكنولوجية وتصدير النموذج الثقافي الغربي إلى الدول النامية:

تمارس الولايات المتحدة الأمريكية ومعها بلدان العالم المتقدم (المركز) هيمنتها الثقافية والإعلامية على بلدان العالم الثالث من خلال مجموعة من الآليات: وكالات الأنباء العالمية التي تحتكر أربعة منها عملية بث المعلومات ومعالجتها وتخزينها وتوزيعها عبر العالم هي: AFP (وكالة الأنباء الفرنسية)، Reuter

(وكالة الأنباء البريطانية) وكل من *Associated Press* و *United Press* الأمريكيتين. هذا الاحتكار الذي أدى إلى أن النسبة الكبيرة من الأنباء العالمية التي تتلقاها البلدان النامية مصدرها هذه الوكالات. كما تقوم محطات الإذاعة والتلفزيون بتوجيه برامج خاصة إلى البلدان النامية كما هو الحال مع إذاعة BBC وإذاعة صوت أمريكا أيضا قناة *Euronews* وقناة الحرة العراقية وغيرها من القنوات التي ترسل برامج بلغات متعددة إلى جميع مناطق العالم من أجل التوغل أكثر على الصعيد الثقافي المحلي، في هذه البلدان والترويج للمنتج والنموذج الأوروبي-أمريكي من خلال مخاطبة شعوب هذه البلدان بلغتهم، ولكن بآراء وأفكار غربية غريبة وبعيدة كل البعد عن واقعهم وقيمهم.

و تُعد واشنطن في مقدمة الدول التي تعمل على تحقيق الهيمنة على المجتمعات الأخرى ويكفي أن نتذكر بأنها تسيطر على أكثر من 60% من حجم الاتصال الدولي، المتعلق بالأخبار والبرامج التلفزيونية وأفلام السينما والإعلان التجاري. ويمكن القول أن الدول العربية من أكثر دول العالم تعرضاً لثورة المعلومات التي تتناول الإنسان العربي وقضايا الوطنية والقومية بصورة مغايرة لواقع هذا الإنسان وعاداته وقيمه وعدالة قضاياها المصرية⁽²⁾.

وهنا لا يمكن أن نغفل دور الشركات متعددة الجنسيات التي باتت من أهم الآليات والوسائل التي تمارس عبرها الدول الغربية- وبدرجة أكبر الولايات المتحدة الأمريكية- سيطرتها على البلدان النامية، من خلال امتداد نشاطها من المجال الاقتصادي إلى ميادين الثقافة والإعلام، وذلك عبر امتلاكها لدور النشر ومؤسسات الإنتاج السينمائي والإعلامي وتحولت معها- في ضوء آثار التكنولوجيا الجديدة - العملية الإعلامية إلى صناعة، وبدأ يظهر إلى الوجود مفهوم صناعة الثقافة.

وعلى الرغم من التناقض البارز بين الصناعة التي تشير إلى الإنتاج الاستهلاكي النفعي، كصناعة السيارات والمواد الغذائية والألبسة، ومفهوم الثقافة التي تنقل الذهن إلى التذوق الشخصي والمتعة فردية كانت أم جماعية، فالتطور

الذي آلت إليه التكنولوجيا أدى إلى إفلاس الثقافة وضياعها داخل الإنتاج السلعي ومتطلبات السوق.

وتشير الأرقام والإحصائيات إلى أن الولايات المتحدة الأمريكية تُعدّ من أضخم مراكز احتكار صناعة الثقافة في العالم، ومنها صناعة الإعلام والمعلومات حيث يمثل قطاع الصناعة الثقافية والإعلام 56% من إجمالي الناتج القومي لدول أوروبا العشر ويشغل 54% من الأشخاص القادرين على العمل في الولايات المتحدة الأمريكية⁽³⁾.

كما أن الأفلام الأمريكية يشاهدها أكثر من 200 مليون شخص خارج حدود أمريكا، وهناك أكثر من 170 شركة تلفزيونية تصدر حوالي 350 ألف ساعة من البرامج التلفزيونية سنويا⁽⁴⁾.

وتعمل الكثير من الشركات متعددة الجنسيات للاستحواذ على قطاع الإعلام لتدججه ضمن الأنشطة الصناعية التي تهدف إلى تحقيق الأرباح وتشكيل أنماط الاستهلاك عن طريق كبريات محطات البث التلفزيوني وما تعلن عنه من مختلف السلع، وتقدم هذه القنوات الفضائية- التي استفادت من ثورة تكنولوجيا المعلومات- مضامين ورسائل ذات غايات تجارية إلى جانب الغايات الثقافية لإعادة تشكيل النماذج الثقافية والاستهلاكية محليا ودوليا.

مما يهدد الذاتية الثقافية والهوية الوطنية لهذه البلدان، معتمدة على تشويه صورة البلدان النامية من خلال تقديمها على أنها مناطق توتر وعنف وصراعات، تصوير العالم الغربي على أنه المدينة الفاضلة واللجنة المفقودة، والنموذج الذي يجب أن يحاكي ويقتندي به للبناء والتنمية. فعلى سبيل المثال تصوّر القارة الإفريقية على أنها منطقة انقلابات عسكرية وتفكك اجتماعي ومجاعات وأوبئة، يتصف سكانها بالبدائية والبربرية، كما تلصق بالرجل العربي صورة ذلك الرجل المزواج المحاط بمجموعة من الحريم أو البدوى الذي لا يحسن العيش في المدينة أو الأمي الذي لا

يستطيع فهم الواقع المحيط به والذي يحتاج دوماً إلى وصاية على فكره ومصيره...الخ.

في هذا الإطار نجد أن كثيراً من الباحثين يتكلمون عن الامبريالية الثقافية كامتداد للامبريالية السياسية والاقتصادية والعسكرية. والامبريالية عموماً هي نوع من الدعاوى الإمبراطورية التي تعني الحكم والسيطرة على أقاليم كبيرة، أين تسعى الدولة لتوسيع سلطتها وتأثيرها عبر الاستعمار، استخدام القوة العسكرية، ووسائل أخرى. وتعني أيضاً الهيمنة الاقتصادية والعسكرية والسياسية لدولة على دولة أخرى، حيث لعبت الامبريالية دوراً كبيراً في تشكيل العالم المعاصر.

والامبريالية الثقافية هي عملية زرع منتجات الاتصال الجماهيري الغربية في البلدان النامية، والقيم الموردة إلى هذه الأخيرة هي القيم الرأسمالية التي تلوث الطبيعة المحلية وتستعمرها عن طريق الرسائل المبعوثة⁽⁵⁾. وقد بدأ الحديث عن مفهوم الامبريالية الثقافية منذ بث المسلسل الأمريكي دالاس "DALLAS" الذي وقع اعتباره في تلك الفترة مع بداية الثمانينات تهديداً كبيراً تشكله الثقافة التجارية ذات المرجعية الأمريكية على الثقافات والهويات المحلية⁽⁶⁾.

وفي هذا الإطار نسجل أنه يجب العمل على الحفاظ على الموروث الثقافي، الذي تناقل إلينا جيلاً بعد جيل، في مواجهة هذه الثقافة الاستهلاكية من خلال التحكم بشكل أفضل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال بشكل عام، وتطبيقاتها في مجال الثقافة والإعلام والبث الفضائي للبرامج والمضامين التلفزيونية نظراً لتعاظم تأثيرها، وتزايد التعرض لها بين فئات المجتمع كلها، خاصة من الشباب الذين يسهل التأثير فيهم لقلّة خبراتهم وتجاربهم، وانساقهم وراء النموذج الذي تسوّق له هذه الفضائيات من خلال الألوان والصور والحركة وغيرها من أدوات الإبهار في ظل غياب الحد الأدنى من ميكانيزمات الدفاع.

2. خصائص القنوات الفضائية العربية في عصر العولمة:

في البداية نشير إلى أن الفضائيات العربية لا تعمل في فراغ، ولا تمارس بثها هواية أو تسلية، بل هي معنية بمشاريعها التي تحسّد وتعكس سياسة أو إيديولوجية مالكيها وموجهيها من دول أو مجموعات مالية أو مؤسسات صناعية. هذا أولاً.

ثانياً: تتباين هذه الفضائيات وتختلف وفقاً لموازين علاقات القوى بين الدول التي تنتمي إليها، ويعكس الصراع بينها غالباً طبيعة وحقيقة ودرجة الصراع أو المنافسة بين هذه الدول.

وثالثاً وأخيراً نسجل بأن وظيفة الترفيه قد أصبحت الوظيفة المسيطرة على الحياة العربية، وذلك بسبب الاتجاه التجاري لمعظم الفضائيات التي يطغى على جلّ برامجها مفهوم ثقافة الترفيه، والتي تتسابق كلها على إرضاء الجمهور العربي وبالذات الشباب لأسباب مادية وتجارية مع دخول ظاهرة المال العربي بشكل سلبي إلى الانتاج الفني والإعلامي دون اعتبارات للواقع الاجتماعي بحيث يأخذ مداه السلبي في تعميق ثقافة الإثارة وأصبحت بعض الفضائيات العربية (شبه نوادٍ ليلية) تقدم لجمهورها أنواع فنون الإثارة الجسدية⁽⁷⁾.

أ. واقع الأوضاع في العالم العربي وتأثيره في صناعة الإعلام:

لقد شهد الوطن العربي في بداية عام 1990 من القرن العشرين ولادة الفضائيات العربية، بعد أن امتلأ فضاؤه بتغطية للأقمار الأوربية المباشرة، ويوجد حالياً أكثر من 50 قمراً كل واحد منها يبث عشرات القنوات التلفزيونية⁽⁸⁾.

ويجدر بنا هنا وقبل الخوض في موضوع القنوات الفضائية العربية في زمن العولمة، مزايها ونقائصها، أن نخرج قليلاً على الأوضاع السائدة في الوطن العربي، والتي ترافق معها إطلاق القنوات الفضائية العربية، لأنها لا محالة ستؤثر بشكل أو بآخر في طريقة عملها ومضمونها وأسباب إطلاقها.

الوضع في الوطن العربي لا يختلف كثيرا عن الوضع في باقي الدول النامية، كونها جزء منها، اللهم إلا فيما يتعلق بالقيم والعادات التي يطبعها الانتماء إلى المنطقة العربية والديانة الإسلامية. هذان العاملان اللذان جعلتا منها ربما أكثر منطقة مستهدفة لعمليات التغريب الشرسة بالنظر لبعض الظروف التاريخية أولا، ثم للظروف الدولية التي سادت خاصة بعد حرب الخليج الأولى والثانية ثم بعدها أحداث 11 سبتمبر، التي وضعت الوطن العربي كعدو أول للأنظمة الليبرالية في العالم والسياسة الأمريكية بالخصوص. فالعالم العربي يتعرض اليوم وأكثر من أي وقت مضى لأبشع صور التشويه لثقافته، بل وأكثر من ذلك التصقت به صفة المخزن العالمي الذي يصدر الإرهاب الدولي للعالم.

ولعل ابرز مثال على ذلك، العدد الكبير للفضائيات العالمية التي يضيق بها فضاء المنطقة، والانفجار الإعلامي الكبير الذي حدث في فضاء العراق بعد احتلاله وإطلاق عدد كبير من القنوات التلفزيونية الفضائية منها قناة الحرة الأمريكية، وكذا العدد الكبير من القنوات الفضائية التي أطلقت في الدول العربية التي شهدت تغييرات سياسية بعد ما صار يعرف في مختلف وسائل الإعلام بالربيع العربي مثل تونس ومصر وأخيرا ليبيا.

كما لا يخفى على أحد أيضاً أنه جراء الظروف التاريخية التي مرت بها المنطقة وما خلفه الاستعمار من تحطيم للبنية التحتية ونهب للثروات والمواد الأولية، حيث كانت معظم الدول العربية مستعمرة أو واقعة تحت الانتداب، واقع ما تزال تحصد نتائجه إلى يومنا هذا، حيث أنّ اقتصاد معظم دول المنطقة العربية اقتصاد ريعي يعتمد بالدرجة الأولى على تصدير المحروقات، بالرغم من كل المحاولات للعودة بقطاع الصناعة التي فشلت بالنظر إلى المتطلبات التكنولوجية الهامة والتكاليف الباهظة، وفشل محاولات القيام بقطاع الزراعة لتأمين الأمن الغذائي، ونظرا للظروف الجغرافية والمناخية القاسية للمنطقة، وشح مصادر المياه والتكاليف الخيالية للاستثمار في قطاع السدود والمياه الجوفية، إضافة إلى وقوع العديد من مصادر المياه في مناطق نزاع وتوتر مثل نهر الأردن ونهري دجلة

والفرات، كما لا تزال تعيش العديد من المناطق في حالات توتر مستمرة وتحت الاستعمار، مثل فلسطين، الصحراء الغربية والعراق، ووقوع مناطق أخرى في مناطق نزاع وحالات من عدم الاستقرار الأمني مثل ما هو الحال في الجزائر سنوات الإرهاب لبنان وسوريا. كل هذه العوامل والظروف أبطأت عجلة التنمية الاقتصادية الفعلية في الوطن العربي وجعلت من دوله جزءا من عالم نام تابع اقتصاديا وسياسيا وثقافيا للدول والمراكز المنتجة في العالم.

المشكلة الثانية التي يعانها الوطن العربي هي مشكلة الإرهاب وتهديدات القاعدة التي أثرت على صورة الإسلام والمسلمين من جهة وعلى مسار الاستثمارات والتنمية من جهة أخرى (الجزائر المغرب مصر،... الخ) كما لا يختلف الأمر كثيرا على الصعيد السياسي فالأنظمة في الدول العربية لا تخرج عن كونها أنظمة شمولية وإن كانت هناك محاولات خجولة لتقديم خطوات عرجاء في طريق الديمقراطية الفعلية.

في ظل كل هذه الظروف والمعطيات سنحاول التعرف على اتجاهات الإعلام العربي والدور الذي سيقوم به لمواجهة المحاولات التغريبية، فهل بإمكان إعلام نشأ في مثل هذه الظروف أن يجابه الآلة الغربية؟ وهل بإمكانه أن يمتلك الأدوات التي تسمح له بمجابهة الخطر القادم من الغزو الإعلامي والثقافي الأمريكي الذي يهدد الكل بما فيه الثقافة الأوروبية؟ وهل يمكن له أيضا أن يواكب التغيرات الكبيرة التي يشهدها العالم العربي من خلال الثورات التي تقوم بها شعوب المنطقة والتي أفرزت تغيرات سياسية جذرية بسقوط أنظمة العديد من الدول العربية، خاصة إذا عرفنا أنه إعلام مطالب بمواجهة التحديات الثقافية التي يفرضها البث الإعلامي والفضائي الوافد إلى المنطقة والذي يمكن تلخيص مخاطره في إشاعة قيم الاستهلاك الغربي، فرض النموذج الثقافي الأمريكي، والقضاء على التنوع الثقافي.

ففي الوقت الذي ينطلق الغرب من فكرة أن من يملك الإعلام يملك السيطرة ويستخدم وسائل الاتصال الحديثة والانترنت والفضائيات والطرق

السريعة للمعلومات للسيطرة على العالم، لم يعط العالم العربي اهتماما كبيرا للإعلام والاتصال في السنوات الماضية، رغم إيمان جميع الفاعلين في الوطن العربي شعوبا وحكومات وقادة رأي بأن الحرب التي نعيشها هي حرب إعلامية بالأساس، فتبنت بعض الدول في المنطقة سياسة المنع والقمع، بمصادرة الوسائل الخاصة لتلقي البث التلفزيوني الوافد من الفضاء والانترنت كما كان الحال في السعودية وإيران، إلا أنها لم تعد تجدي نفعا في ظل الانفجار التكنولوجي الضخم الذي يعيشه العالم، وانفتاح الأسواق والفضاءات أمام الكل.

لقد جلب العرب تكنولوجيات الاتصال الحديثة وكل ماجدّ فيها من وسائل وأدوات كما اشتروا بأموال باهظة القمر الصناعي عربسات، لتطوير الاتصالات والبث الإذاعي والتلفزيوني العربي، ودخل العرب بقوة في مجال البث الفضائي، حيث هناك اليوم العشرات من القنوات الفضائية، العامة منها والمتخصصة لكنها فشلت في ترسيخ القيم التي تؤكد خصوصية المجتمع العربي وتحسين صورة العرب والمسلمين لدى الآخر، لأن هذا الهدف لا يتأتى من خلال اكتساب أحدث تكنولوجيات الاتصال والإعلام في هذا المجال فحسب، بل بالخروج من فخ محاكاة البرامج والرسائل الغربية⁽⁹⁾.

ومحاولة تحرير الطاقات الإبداعية.

ب. خصائص القنوات الفضائية العربية:

أمام الوضع الاتصالي العالمي المتسم بالتطور المذهل والمبهر في الوقت نفسه، نجد أن ضعف الفضائيات العربية، رسمية كانت أو خاصة، وعجزها في استقطاب المشاهد العربي الذي يفترض أنها أقرب إليه من الفضائيات الغربية على الأقل على مستوى اللغة التي يقدم بها المحتوى أو على مستوى الانتماء الثقافي والجغرافي ناجم أساسا من بعض المزايا التي تطبع الواقع الاتصالي العربي عموماً ومنها⁽¹⁰⁾:

▪ القطرية: إذ تتميز هذه الفضائيات عموماً بطابعها القطري (الوطني) ويشمل ذلك السياسات، الإمكانيات المادية والبشرية، والخطاب الإعلامي بشكل عام. السلطوية: وهي أهم وأكبر حقيقة في الإعلام العربي العمومي خاصة، ويزداد هذا الطابع السلطوي التمجيدي خاصة مع ما يشهده الوطن العربي من حراك شعبي وسياسي في الآن نفسه. فالإنتاج الإعلامي العربي إنما تعيقه سياسات إعلامية متشابهة مستمرة في إنتاج السلطة السياسية ودعم حضورها في الفكر الجماعي. وعندما يكون الإعلام منحصراً في فكر الدولة تتعطل آليات التغيير الاجتماعي ويظل فعل الابتكار مهمشاً⁽¹¹⁾.

ما تزال الحكومات العربية تسيطر على الفضائيات حتى التجارية منها أو التي تبدو مستقلة وتعمل في الخارج، بل إنها أتاحت للحكومات وسائل جديدة في الهيمنة والاحتكار في مجال الصورة والإعلام أكثر ذكاء ودهاء وأقل التزاماً بالمعايير الرسمية الثقافية والأخلاقية والسياسية، وذلك من خلال واجهات الاستثمار الإعلامي من قبل الأفراد⁽¹²⁾.

إن الحديث عن دور السلطة السياسية في إدارة شؤون الإعلام وكذا موضوع الرقابة وتأثيرها في إنتاج المضامين وتوجيه الأحداث في سياق دراسة الواقع الإعلامي العربي يصل إلى حد اعتبار هذه السلطة السياسية العلة العليا لما يسود القطاع من اضطراب وارتجال وقصور في المعالجة الخاطئة للواقع الاجتماعي⁽¹³⁾.

أفسحت الفضائيات العربية رغم لعبة الملكية المجال للتحليل في جوانب جديدة من الإعلام، تجعله أكثر قرباً من الحريات، وتجعل الحكومات أقل احتكاراً من الماضي القريب، وأقل سيطرة على مصادر الناس من المعرفة، وتكشف عن فعاليات إيجابية جديدة في المشهد العربي بما يتعلق بالوحدة والتقارب والتفاعل مع الأزمات والقضايا العربية والعالمية⁽¹⁴⁾.

الدول الأقل تقدما كثيرا ما تُقدم برامج محلية أقل جودة مما تعرضه من مواد مستوردة في البرنامج اليومي، مع وجود عدد محدود من الشركات التلفزيونية العالمية التي تقوم بإمداد معظم الدول بالبرامج الترفيهية والأخبار مما يعني تكريس هيمنة الفكر الأجنبي وسيادة الأنموذج الغربي وأنماطه الثقافية⁽¹⁵⁾.

- ابتعاد هذه الفضائيات عن الواقع وعدم تقديمها لصورة موضوعية عن هذا الواقع العربي يزيد من افتقارها إلى المصداقية والفعالية.
- الملاحظ أيضا على هذه الفضائيات العربية أنها لا تقيم وزنا للجمهور الأمر الذي يزيد من عزلتها. ولكن هذا الأمر لا يشكل أي مشكلة بالنسبة للقنوات الرسمية على وجه التحديد، لأنها معنية بشكل أساسي بإرضاء السلطة والأنظمة وليس الجمهور.
- لم تمتلك الفضائيات العربية الموارد البشرية الفنية والمتخصصة والمتنوعة القادرة على تقديم مادة تلفزيونية متطورة فنيا، وقادرة على منافسة المادة الإعلامية التي تقوم الفضائيات الأجنبية ببثها.
- في ما يتعلّق بالتعاون التلفزيوني العربي فقد ضل محدودا وهامشيا وجزئيا سواء في مجال الإنتاج المشترك، أو التبادل البرامجي، أو التعاون الفني إلى درجة أصبح الربط بين الدول العربية يتم عبر وسيط أجنبي.

ومنه وبالرغم من الايجابيات العديدة للقنوات الفضائية غير أنّها لا تخلوا من العيوب التي تجعلها عاجزة عن خدمة الأهداف التي وضعت لأجلها منذ البداية، ومواجهة الغزو الثقافي الغربي ويمكن أن نذكر منها على سبيل الذكر لا الحصر ما يلي:

< أنّها قد تساهم أحيانا في تقديم صورة مشوهة عن الواقع العربي من خلال تركيزها على تغطية أحداث وأخبار المنطقة العربية تغطية سلبية، معتمدة في ذلك على البرقيات والصور الوافدة من كبريات وكالات الأنباء العالمية ومحطات البث التلفزيوني الدولية.

< القنوات الفضائية العربية قنوات تتنافس فيما بينها من أجل كسب المشاهد العربي والحصول على أكبر عائد من خلال الإشهارات والبرامج الترفيهية، مما يجعل الطابع التجاري هو الغالب في توجهاتها وبرامجها وأفكارها.

< تعج القنوات الفضائية العربية بالإشهارات الأجنبية التي لا تخضع لمقتضيات الاستهلاك المحلي. فشركات الإعلان والإشهار الدولية، والغربية على وجه التحديد، لا تهتم بإنتاج إشهار عربي يناسب المجتمع الذي سيعرض له بمراعاة الخلفية الثقافية والاجتماعية لهذا المجتمع، وإنما تصر على أن تعرض الرسائل الإشهارية نفسها التي صممت لتعرض على المشاهد الأوروبي والأمريكي مع تغييرات طفيفة باستخدام شخصيات عربية أحيانا وبتغيير اللغة المستعملة أحيانا أخرى، لمقتضيات تجارية من حيث تقليص كلفة إنتاج الرسائل الإشهارية، أو ضرورات ثقافية من خلال محاولة تغليب نمط ثقافي واستهلاكي معين.

عدم الاهتمام بالثقافة الجادة والنافعة، حيث يتمثل هذا في قلة البرامج الثقافية وانعدامها في بعض الأحيان قياسا مع البرامج الترفيهية والرياضية وغيرها وإن صادف ووجدت فهي لا تعدو عن كونها أنماطا تلفزيونية تقليدية وتتضمن أيضا موضوعات تقليدية وقضايا مستهلكة. وقد جاء في التقرير السنوي للجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية التابعة لاتحاد إذاعات الدول العربية حول البث الفضائي العربي لعام 2014 أن هناك فقط 4 قنوات ثقافية عمومية و5 قنوات خاصة مقابل ما يزيد عن 124 قناة غنائية تقدم الفيديو كليبات بكل ما فيها من مشاهد قد لا تتوافق في الكثير من الأحيان مع الأنموذج الثقافي العربي (16)

فالفصائيات العربية المنوّعة والغنائية قد كرّست صور الحياة الاستهلاكية، وقوّضت مقومات الشخصية الثقافية العربية وعرضتها للتشويه والمسح والاغتراب الحاد من خلال عرض المسلسلات المليئة بالعنف والجريمة وقصص الحب والمغامرة العاطفية والإثارة (17).

< كالمسلسل التركي العشق الممنوع أو المسلسل السوري العشق الحرام الذي عرض صوراً وقيماً غريبة عن مجتمعا العربي والإسلامي، وقدم شكلاً جديداً من العلاقات الممنوعة شرعاً وقانوناً.

< الميل إلى التسطيح واللجوء للإثارة في الخطاب الإعلامي الذي تقدم به المادة الإعلامية.

< اختيار ودبلجة البرامج الأجنبية في المواد والبرامج الثقافية والترفيهية التي تقدمها الفضائيات العربية سواء في توجهاتها أو مضامينها أو حتى أساليب عرضها، فتقدم أفلام واشهارات مليئة بمشاهد العنف والسلوكيات المنحرفة التي تؤثر على القيم التي ستود المجتمع العربي المسلم.

< فقدان الهوية، حيث يصعب على المشاهد العادي أن يفرق بين غالبية القنوات العربية سواء من حيث البرامج وحتى أشكال المذيعين لولا الشعار الذي يظهر عادة في كل ركن من أركان الشاشة ويرمز إلى الدولة صاحبة القناة أو المؤسسة التي تملك القناة.

قلة الإنتاج الذي لا يتجاوز حسب بعض التقديرات نسبة 1% من الإنتاج العالمي (18)

< تعد أخطر مشكلة تواجهها الفضائيات العربية، ما يجعلها تعتمد على البرامج المستوردة من السوق العالمية.

< شفافية التمويل وضعف الإنتاج مسألتان مرتبطتان ارتباطاً وثيقاً، فتمويل الفضائيات العربية يمر عبر مسالك مختلفة حسب نوعها، حيث يأتي تمويل العمومية منها أساساً من المال العمومي الذي تقدمه الدولة، إضافة إلى مداخيل الإشهار أو تلك المتأتية من مداخيل الاتصالات وخصوصاً الرسائل القصيرة. أما القنوات الخاصة فتعتمد على التمويل الذاتي الذي يتأتى بالأساس من خلال مبالغ مالية ترصد للاستثمار ومن خلال الإشهار إلى جانب مداخيل الاتصالات التي توفرها في جانب كبير المسابقات التلفزيونية. وهنا يمكن أن

تحدث عن قدرة تلك الموارد على توفير الأموال اللازمة لتأمين الاستمرارية بمجابهة المصاريف المختلفة من إنتاج وبث وتسويق خاصة في ظل تكاثر عدد هذه القنوات واحتداد المنافسة بينها.

3. القنوات الفضائية العربية ومؤشرات القصور: يمكن إجمالاً أن نقسمها إلى مجموعتين رئيسيتين:

- المؤشرات التقنية وغياب الكفاءات التقنية والفنية: عدم التحكم في التكنولوجيا الجديدة وتقنيات التقاط الصوت والصورة والإخراج استخدام المؤثرات البصرية المختلفة، التي تزيد من القدرة على الإبهار والتميز في عصر تعد الصورة من أبرز خصائصه وسماته.

إن التحكم في التكنولوجيا الرقمية وراء تحقيق الرهانات الاقتصادية والثقافية بالخصوص، والتحكم هنا لا يعني امتلاك الوسيلة بقدر ما يفيد ابتكار الأسلوب المنسجم مع خصائص المجتمع في علاقته بالوظائف الواسطة المتاحة، لأن الامتلاك المجرد للوسيط التقني لا يقوم دليلاً على حجم الإنتاج وجودته ورواجه، والمشكل الحقيقي لا يدور حول طرائق الامتلاك بل حول كيفية الاستخدام وتوظيف ما يتم امتلاكه. وإذا كان الأصل في الإنتاج هو الابتكار والإبداع فإن الفعل في حد ذاته، فعل الابتكار والإبداع، تدفع به الوسيلة إلى الحدوث إذا ما تم التحكم في استخدامها⁽¹⁹⁾.

- المؤشرات البشرية وغياب الكفاءات الإبداعية:

لا بد من الإشارة في بداية الأمر أنّ الحديث عن العنصر البشري في صناعة الإعلام يقتضي أن نتحدث عن الصحفي العامل في قسم الأخبار، وكذا المنشط العامل في قسم الإنتاج لا شيء إلا لكون الشكل والإخراج والأدوات التقنية المستخدمة والمهارات الاتصالية الضرورية للعمل التلفزيوني هي نفسها وإن اختلفت الموضوعات المعالجة من حيث المضامين.

لهذا وعند الحديث عن الإنسان كمؤشر عن قصور الفضائيات العربية فلا بد من وضع مجموعة من الضوابط التي تجعله يبدع، والتي يمكن لغيابها أن تساهم في قصور الفضائيات العربية وتقف حاجزا أمام تحقيق أهدافها، ذلك أن عمل المنشط أو الصحفي على حدٍ سواء أمام الميكروفون والكاميرا يشبه الشعر إلى حد بعيد من حيث كونه إبداعاً يتطلب إتقانه التدريب والتكوين. فهذا العمل في مجال السمع البصري يقف في موضع الوسط بين المهارات التي يمكن أن تطوّر وتصل بالمرء، وبين المهوبة التي بدون تدريب وتكوين تفقد بريقها وقيمتها وقد تضمحلّ وتُفقد إلى الأبد.

وقبل التفصيل في هذه النقطة، ومن وحي بعض تجارب الفضائيات العربية العمومية أو الخاصة، ومن خلال بعض التجارب الخاصة مع بعض العاملين في القطاع يمكن أن ندرج بعضا من الملاحظات التي لا بد من الإشارة إليها عندما نحاول أن نشخص وضعية الفضائيات العربية ودرجة ارتباط الجمهور بها، وواقع الممارسة التي تتعد في الكثير من الأحيان عن الأهداف المسطرة نظرا لبعض القصور والضعف المسجل على هذا المستوى أي على مستوى الإنسان الذي يجلس أمام الكاميرا:

■ وجود مشكلات عديدة على مستوى لغة التواصل، فالصحفي في كثير من الأحيان لا يجيد اللغة العربية، ولا يحترم قواعدها، والمنشط لا يحسن اختيار المستوى اللغوي المناسب فيسقط في أحيان كثيرة في الابتذال عندما يريد التبسيط، فمن المهم أن نلفت النظر في هذا الإطار إلى أن التبسيط لا يعني على سبيل المثال استخدام لغة سوقية، وإن استخدم الناس ذلك في حياتهم اليومية فكلامهم ليس كله سوقياً فلنعلم أن سخيْف الألفاظ يُشاكلُ سخيْف المعاني. وعليه فلا يجوز تعييب قضايا اللغة والبناء عن دائرة الاهتمام، وهي القضايا التي ينبغي أن تُمنح قدرا من التفكير بما يسمح بترميم هذه العلاقة بين اللغة والإعلام.

■ وفيما يتعلق بنوعية القوالب التلفزيونية المقدمة فهي قوالب بلا حيوية وأستطيع القول بأن أغلبية البرامج التلفزيونية التي تُعدّ تعتمد على نوعية من القوالب إما حوارية أو حديث إلى الناس، فالحوارية ما لم تكن متّبعة لتقنيات السرعة والقدرة على التوصيل فإنها تنتهي إلى أن تصبح مملة، وإذا فتح المستمع لأي حوار في منتصفه فلا يفهم ما هي بدايته، فعملية التشويق ليست عملية متاحة. أما البرامج التي تركز على الحديث إلى الناس فهي أيضاً تؤدي للنفور ولا تجعل الجمهور متحمساً للمشاهدة خاصة عندما لا تكون طرق الحوار مناسبة للمواقف، ولكن هناك برامج أحياناً تستخدم وسائل الاتصال الهاتفي ونقل رسائل المشاهدين والحوار معهم بشكل أو بآخر، ففي هذه الحالة يكون هناك نوع من الحيوية، وحسب اهتمام المشاهد قد يتم التركيز على هذه الرسالة.

■ وبالتالي فالملاحظ على ما يقدم في الفضائيات العربية من برامج ومحتويات أنه لا يتسم بالتجديد، فالأنماط التلفزيونية المختلفة تقدم بالشكل نفسه كما كانت عليه في بدايات التلفزيون سواء تعلق الأمر بنشرات الأخبار أو الأفلام الوثائقية أو المسلسلات أو حتى الحصص الترفيهية (الألعاب أو الغناء)، بل إنها أكثر من ذلك لم تستفد من أكبر تجديد قد عرفته صناعة التلفزيون - والذي شكّل نقلة في هذه الصناعة - والممثل في تلفزيون الواقع الذي يصوّر قصصاً وأحداث وشخصيات واقعية حقيقية دون ترتيب مسبق ودون سيناريوهات، وقدّمت نسخاً لبرامج حققت نجاحات عالمية في دول المركز بكل ما فيها وكانت فقط برامج ناطقة بلسان عربي تقدّم ثقافة أو أنموذجاً ثقافياً مختلفاً.

■ هناك أيضاً أنماط أخرى تستخدمها الفضائيات العربية تبعاً لنوعية الرسالة الموجهة، مثلاً نشرات الأخبار التي تفتقر إلى الحرفية والمهنية فإذا لم يكن في الخبر عناصر الخبر فيكون خبراً منقوصاً ويدفع المشاهدين للبحث عن تفاصيله في مكان آخر، أما التطويل الحاصل وللأسف في أغلب الفضائيات

العربية التي تدوم نشرة الأخبار فيها لأكثر من ساعة كاملة فإنه يؤدي إلى عدم متابعة الناس لها والانصراف عنها خاصة مع الرتابة في العرض وتكرار المحتوى.

■ الابتعاد عن حاجات الناس ورغباتهم، فوسائل الإعلام بشكل عام وجدت لتقدم خدمة عمومية للمتلقي، ويجب أن يكون هذا المتلقي هو الهدف لها، وبالتالي فإن أفكاره وحاجاته هي التي يجب أن تكون محور العمل لتلبية الاحتياج. لأن المتلقي هو المتحكم وهو الذي يفتحها أو لا يفتحها بمزاجه ولا يمكن إرغامه على الاستماع أو القراءة أو المشاهدة. فعندما نجد القنوات الفضائية العربية تنصرف عن عادات وتقاليد المجتمع وموروثه الثقافي واختصار تلك العادات والتقاليد مثلا في زيارات أضرحة الأولياء وما يرافقها من ممارسات، أو معالجة بعض القضايا المهمة بشيء من السطحية واللامبالاة، أو تقديم أنماط ثقافية غريبة عن المجتمع وعاداته وتقاليد، فإن هذا الأمر سيكرّس انفصال المشاهد عنها ومجته عن البدائل التي تحقق له الإشباع الذي يبحث عنه.

■ الكثير من الحصص التلفزيونية تشعر المتلقي بالملل بسبب سوء في اختيار المواضيع التي تطرح للنقاش والتي تكون أحيانا بعيدة عن الهموم اليومية للمواطن المحلي، أو سوء في اختيار المؤثرات الصوتية والبصرية التي لا تناسب أوقات البث أو طبيعة الموضوع.

■ الرتابة التي يقع فيها الكثير من المنشطين والصحفيين والاختلال في الربط بين الأفكار أو طريقة الانتقال بين عناصر الموضوع مما يترتب عليه أيضا عجز في عملية جذب الانتباه وضمان استمرار المتلقي في عملية المشاهدة.

تعمل الكثير من الفضائيات العربية على تسطيح الثقافة والتقليل من المقاومة من خلال تقديم نموذج ثقافي غربي، ومن خلال استنساخ برامج غربية لاقت نجاحات جماهيرية كبيرة في أوروبا أو في الولايات المتحدة الأمريكية، خاصة

في ظل تحكم صانعي الثقافة في العالم في أدوات التكنولوجيا التي تشكل قيمة مضافة للنموذج الثقافي الذي يسعون لنشره على مستوى العالم من جهة، وفقدان النموذج الثقافي المحلي (خاصة العربي) لذلك التحكم الذي يمكن من المنافسة في زمن يتميز أساسا بهيمنة الصورة وقدرتها على الإبهار. ومثال ذلك الإنتاج الرديء للمسلسلات التلفزيونية التي تقدم النموذج الثقافي المحلي من حيث التحكم في تقنيات التقاط الصوت وزوايا التقاط الصورة التي ربما وفي الكثير من الأحيان لا تشعر عين المتلقي بالراحة التي يتطلبها متابعة المحتوى مما يؤدي إلى رفضه أو في أحسن الأحوال مقارنته بالإنتاج الغربي الذي يتميز بقدرات عالية جدا في هذا الجانب التقني. ناهيك عن السيناريو واللغة المستخدمة وغير ذلك. فلا شك أن القصور ليس في ثقافتنا العربية بذاتها فقد تُشكّل في مثلها وقيمها ومفاهيمها أنموذجا إنسانيا رائعا⁽²⁰⁾.

لكن القصور يكمن في التحكم في الأدوات التي تمكن من تقديم هذا النموذج للعالم. إن واقع التأخر والتبعية والتخلف هو المشكلة والثقافة بصفتها بُعدا من أبعاد الواقع الاجتماعي الاقتصادي والسياسي هي خاضعة للتحويل الحاصل في هذا الواقع مهما كان نوع تمنياتنا بثقافة عربية سامية وأصيلة ومميزة ومختلفة⁽²¹⁾.

افتقاد الكثير من البرامج الحوارية التي يقدمها الصحفي أو المنشط في كثير من الفضائيات العربية إلى أمجديات إدارة الحوار التلفزيوني وتقنيات التنشيط المختلفة، إذ تكاد تكون في أغلب الأوقات تتابعا لطرح أسئلة منفصلة على مجموعة من الضيوف فيتحوّل الحوار إلى سؤال وجواب بشكل ممل يؤثر على جمالية العمل التلفزيوني. ذلك أن الحوار هو فن التواصل مع الآخر من كل الشخصيات والأنماط الاجتماعية بكل مستوياتها، من حيث درجة الثقافة والعلم والتجربة الإنسانية والمهنية بمختلف درجاتها وصولا إلى المعلومات والخبر الجديد الذي ينتظره المتلقي دائما⁽²²⁾.

فالملاحظ على برامج الحوار في المحطات التلفزيونية الفضائية العربية الذي هو (أي الحوار) تواصل مع الآخر الذي لا يمتن مواجهة الميكروفون والكاميرا، ويشعر في الكثير من الأحيان برهبة وخوف إنساني طبيعي من هذه الوسائل، أن المحاور لا يحاول امتصاص هذه الرهبة والخوف وتحويلهما إلى لحظات من الود والتواصل بكل لباقة وحميمية، فيتحوّل الحوار بهذا الشكل إلى استجواب بوليسي وتتابع مستمر لسلسلة من الأسئلة والأجوبة. ومنه فلا بدّ إذن أن تتوفر للمحاورين في هذه الحصص جملة من المواصفات كاللترتيب على المواجهة وحسن التصرف بكلّ اللباقة والثقافة والوعي الإعلامي الذي يتحقق لهم بطول الخبرة والممارسة (23)

■ غياب التشويق في البرامج والحصص المقترحة ، فأغلبية البرامج التي تُعدّ تعتمد على نوعية من القوالب إما حوارية أو حديث إلى الناس، فالحوارية ما لم تكن متبعة لتقنيات السرعة والقدرة على التوصيل فإنها تنتهي إلى أن تصبح مملّة، أمّا الأحاديث (talk show) في التلفزيون فليست نوعاً من الدردشة يُقصد به قتل الفراغ أو التسلية، وإنّما هي أحاديث تهدف إلى أغراض معيّنة مثل تقديم المعرفة أو طرح القضايا العامّة للنقاش من أجل إبداء الرأي فيها. إنّ التشويق له سمات تدفع المتلقي إلى زيادة الاهتمام، وتشدّ انتباهه بشكل أكبر وتدفعه إلى المتابعة والاستمرار في عملية التواصل مع المصدر الذي يمثّل في هذه الحالة الصحفي أو المنشط الذي يقدّم البرنامج. والتشويق فن وخبرة في الوقت نفسه، يتطلّب من المتحدثين منشطين كانوا أو صحفيين ثقافة كافية وإدراكاً لكيفيات بناء الحديث وفقاً للوضعية الحالية. فيكون التشويق أساساً من خلال الالتزام بالموضوع وتحديد نقاطه وتقديم ذلك في أسلوب واضح مع تلوين هذا الأسلوب بألوان صوتية عند الإلقاء بنغمات مختلفة جذبا للانتباه وتحريكا للوجدان والأذهان.

■ تدنيّ المناخ الإبداعي التلفزيوني، فالإبداع يجد أمامه ألف عقبة وعقبة لكي يظهر، والبرامج التلفزيونية في أغلب الفضائيات عتيقة وقديمة ولها عشرات

السنين بنفس الطريقة ونفس الإيقاع خاصّة مع غياب الفكر والجهد والاحتراف.

الخاتمة:

كنتيجة لهذا الواقع نجد بأن الفضائيات العربية كانت دائما ما تقدّم خطابا إعلاميا محليا عربيا في مجمله، رسميا في محتواه، فقيرا فنيا، ومحدودا كليا وفاقدا للإبداع والتميّز مما أربك المتلقي العربي، ودفعة للبحث عن البديل الذي يحقق له بعضا من غاياته ويشبع بعضا من حاجاته، وجعله يتطلع إلى فضاءات إعلامية خارجية.

❖ هوامش البحث:

- (1) مي العبد الله: "الاتصال في عصر العولمة الدور والتحديات الجديدة"، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 2001، طبعة ثانية، ص 66.
- (2) مؤيد عبد الجبار الحديثي: "العولمة الإعلامية"، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص 115.
- (3) المهدي المنجرة: "الحرب الحضارية الأولى"، دار الشهاب، الجزائر 1990، ص 370.
- (4) مؤيد عبد الجبار الحديثي: "العولمة الإعلامية"، مرجع سبق ذكره، ص 117.
- (5) فضيل دليو: "الاتصال مفاهيمه-نظرياته- وسائله"، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2003، ص 31.
- (6) لم تكن دول العالم النامي أو الدول العربية فقط من تعاني من هذا الخطر والتهديد إذ كانت فرنسا من أكبر المتمسكين بفكرة الاستثناء الثقافي أو ضرورة حماية الثقافة المحلية أو الخصوصيات الثقافية من المد الذي يمثله انتشار النموذج الأمريكي على كل مناحي الحياة، من خلال هيمنة المنتج الإعلامي الأمريكي الذي تسيطر عليه كبريات شركات الإنتاج في العالم. ولقد كان الوزير جاك لانغ وزير الثقافة الأسبق في فرنسا أول من أقدم سنة 1983 على إعلان أن مسلسل دالاس عنوان لإمبريالية ثقافية تمارسها الولايات المتحدة الأمريكية على المجتمعات الأخرى. غير أن بحوثاً علمية بينت أن شعبية دالاس ظاهرة معقدة لا تفسر فقط بالهيمنة الأمريكية أو بمفاهيم الكوكبة والعولمة والتخدير الثقافي بل ترتبط بمتعة داخلية تستمد معناها وحقيقتها من إشباعها لرغبات مكبوتة يشعر بها المشاهد قوامها حب السيطرة والنجاح والثروة. كما بينت اتجاهات حديثة في دراسة الإدراك الذهني للصورة المرئية أن التقبل يتنوع بتنوع المستقبل وأن أحداث المسلسل تفهم بطرق شتى، بيدع فيها الناس وخاصة الأميون تصورات أخرى لأبطال المسلسل قد لا تكون لها علاقة أصلاً بالموضوع الرئيسي للمسلسل. كما قللت نظريات أخرى من قدرة دالاس على التأثير في جماعات لا يعني لها النموذج الاستهلاكي ونمط الحياة الأمريكي أي شئ فضلاً عن كونها لا تشاهد مثل هذه المسلسلات أو لا ترغب في مشاهدتها .

إضافة إلى ذلك يمكن أن نلاحظ من خلال بعض الدراسات الأخرى أن المشاهد يطوع المسلسلات لثقافته ويتفاوض في بعض عناصرها، وهو ما يدل أن المتفرج ليس بالمشاهد السلبي الذي يقبل كل شيء ومعناه أن الإمبريالية تقاومها حدود المجتمعات، وأن الأفراد والجماعات يطورون تقبلاً تتباين خصائصه ومظاهر تفهمه وعقليته في الواقع المعيشي .

كما ذهبت دراسات أخرى إلى القول إن الإمبريالية الوافدة من الخارج لا يجب أن تلهينا عن إمبريالية محلية أكثر شراسة تمارسها بلدان تنتمي إلى العالم الثالث وكمثال على ذلك المسلسلات الدرامية المكسيكية التي لاقت في تسعينات القرن العشرين نجاحاً جماهيرياً في كثير من البلدان حتى تلك التي تفتخر بكونها محصنة ثقافياً ومنها بلدان المعسكر الاشتراكي الذي انهار بسقوط جدار برلين .

(7) ياس خضير البياتي: الاتصال الدولي والعربي مجتمع المعلومات ومجتمع الورق، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2010، ص278.

(8) المرجع السابق نفسه، ص 279.

(9) يمكن أن نشير هنا إلى تفشي ظاهرة جديدة وانتشارها على كل الفضائيات العربية وهي ظاهرة تلفزيون الواقع الذي يعرض نسخاً معرّبة من برامج أمريكية وأوروبية كالأخ الأكبر، وموهبة العرب، وصوت العرب وستار أكاديمي وغيرها وهي في مجملها برامج لا تتناسب مع الواقع الاجتماعي العربي، وتكرس لمفاهيم خاطئة للعلاقات العاطفية وتشجع على الإباحية والاختلاط وغيرها من المظاهر التي انتشرت في واقعنا العربي تقليداً ومحاكاة لأبطال ونجوم تلك البرامج.

(10) أديب حضور: دراسات تلفزيونية، المكتبة الإعلامية، دمشق، ط1، 1998، ص37.

(11) عبد الله الحيدري: الصناعات الإعلامية العربية: قراءة في وسائل الإنتاج، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة البحرين، عدد 09، 2005، ص26.

(12) ياس خضير البياتي: الاتصال الدولي والعربي مجتمع المعلومات ومجتمع الورق، مرجع سابق، ص 280.

- (13) عبد الله الحيدري: "الصناعات الإعلامية العربية: قراءة في وسائل الإنتاج"، مرجع سابق، ص 01.
- (14) المرجع السابق، ص 280.
- (15) المرجع السابق، ص 214.
- (16) اللجنة العليا للتنسيق بين الفضائيات العربية، إتحاد إذاعات الدول العربية، البث الفضائي العربي، التقرير السنوي 2014، ص 14.
- (17) ياس خضير البياتي: الاتصال الدولي والعربي مجتمع المعلومات ومجتمع الورق، مرجع سبق ذكره، ص 278.
- (18) المرجع السابق، ص 39.
- (19) عبد الله الحيدري: "الصناعات الإعلامية العربية: قراءة في وسائل الإنتاج"، مرجع سبق ذكره، ص 17.
- (20) سمير إبراهيم حسن: الثقافة والمجتمع، دار الفكر، دمشق، 2007، ص 428.
- (21) المرجع السابق، ص 428.
- (22) وجدي حكيم: "فن الحوار الإذاعي والتلفزيوني"، مجلة الفن الإذاعي، العدد 186، أبريل 2007، ص 7.
- (23) المرجع السابق، ص 7.