

تطور الإعلام الفضائي العربي وتحدياته

إعداد/ محمد فيض محمد إسماعيل

مقدمة:

بدأت مشاهدة التلفزيون في البلاد العربية على نطاق ضيق في أواخر الخمسينات في كل من العراق ولبنان، وذلك من خلال بث تلفزيوني في عاصمتي هاتين الدولتين، كما استطاعت دول عربية أخرى في هذا الوقت مشاهدة قنوات تلفزيونية غير عربية؛ حيث كان بإمكان دول المغرب العربي مشاهدة التلفزيون الفرنسي، كما كان بإمكان الليبيين القاطنين بالقرب من قاعدة "ويليس" الجوية مشاهدة تلفزيون كان يديره طاقم عسكري أمريكي، كما كان أيضا بإمكان السعوديين القاطنين بالقرب من قيادة الأرامكو من مشاهدة بث شركة النفط العربية الأمريكية، في حين أنه لم يكتمل البث الإذاعي للدول العربية إلا بمباشرة عمان بثها في 1970م⁽¹⁾، ولقد تم افتتاح أول نظام تلفزيوني تحت إدارة عربية بالعراق في آيار 1956م، وكان ذلك عبارة عن تسهيلات بقدرة 500 واط ببرنامج مُعد بشكل خاص لتسليّة المشاهدين في بغداد، كما باشرت كل من مصر وسوريا أنظمتها التلفزيونية عام 1960م كل منهما على حدة، وذلك بعد محاولة فاشلة للمباشرة في مشروع مشترك تحت رعاية اتحادهما السياسي والذي لم يدم طويلا، ولقد سعت الدولتين على زيادة عدد المستقبلين للبث، ففي مصر وسعت الحكومة المصرية مساحة التغطية خلال الستينات إلى مناطق مأهولة بإنشاء تسعة وعشرين مرسلا، كما قامت بتقديم

الدعم المالى لشراء الأجهزة التليفزيونية المستقبلية فى المناطق الأشد فقراً، من جانب آخر قامت سوريا بتركيب أجهزة البث خارج دمشق فى حمص وحلب والمحافظات الأخرى للوصول لمعظم السكان؛ فزاد عدد أجهزة التليفزيون فى سوريا من 42 ألف عام 1961م ثم إلى 425 ألف فى منتصف السبعينات، فأكثر من مليون جهاز فى 1986 م، وعلى الجانب الآخر عززت الفرق الوطنية الثورية التى أنهت الحكم الإستعمارى وتسلمت السلطة فى الجزائر واليمن الجنوبي وضع التليفزيون وحوّلته إلى استخداماتها السياسية⁽²⁾، وفى الوقت الحالى اتسع استخدام العرب لتكنولوجيا الاتصالات الرقمية لما تمثله شبكة الإنترنت من مناخ مناسب للتعبير عن الآراء والتمتع بالحريات، وذلك فى ظل اكتساب العرب للقدرات التقنية لاستخدام هذه الشبكات، فشبكة الإنترنت فى المنطقة العربية تعد منصة لنشر المعلومات والتفاعل من خلالها⁽³⁾.

مشكلة الدراسة: على الرغم مما شهده الإعلام الفضائى العربى من تطور إلا أن هناك العديد من التحديات التى ما زالت تواجهه وخاصة مع التطور التكنولوجى للتقنية الإعلامية التى صاحبت العولمة ومن ثم تحاول هذه الورقة البحثية التعرف على الإعلام العربى فى ظل عالم معولم مع إلقاء الضوء على أزمة الإعلام العربى وانتشار ظاهرة القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية فيما بات يُعرف بالقنوات الموجهة، مع التعرف على محاولات التكامل الإعلامى العربى.

أهمية الدراسة: ترجع أهمية الدراسة إلى ما تشهده وسائل الإعلام من تطور مستمر فى مختلف مكونات العملية الاتصالية سواء للمرسل أو الوسيلة بل والقائم بالاتصال؛ فمن ثم تأتى أهمية هذه الدراسة فى التعرف على الإعلام العربى فى إطار العولمة والتحديات المختلفة التى تواجهه

وذلك في ظل انتشار القنوات الفضائية الموجهة إلى العالم العربي التي قد تمثل خطراً مستقبلياً على كل من الإعلام العربي والمشاهد العربي.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى عدة أهداف وهي:

- 1- التعرف على مدى تأثير العولمة على الإعلام العربي.
- 2- رصد بعض محاولات وسائل الإعلام العربية لمواكبة التطور التكنولوجي في مجال الإعلام.
- 3- التعرف على سمات الإعلام العربي ومعوقاته.
- 4- إلقاء الضوء على ظاهرة القنوات الفضائية الموجهة إلى العالم العربي.
- 5- التعرف على بعض الآليات التي يمكن من خلالها مواجهة الإعلام العربي لتحدياته.

أولاً: الإعلام العربي والعولمة.

في ظل العولمة وما صاحبها من تطور تكنولوجي في مجال الاتصال مع الانتشار الواسع لوسائل الإعلام المختلفة، تخلت معظم البلدان النامية عن فلسفتها القديمة المبنية على تدخل الدولة في كافة مجالات الحياة؛ ففتحت أسواقها للاستثمار الأجنبي وقامت بخصخصة مؤسساتها الاقتصادية، وأصبح هناك تخفيف من القيود المفروضة على العملية السياسية والحقوق الأساسية للأفراد في مجال توظيف وسائل الإعلام في التنمية كما كان الحال من قبل، بل أنه في بعض البلدان صارت الدولة تدفع مقابل استعمال حملاتها الإعلامية من أجل الفائدة العامة⁽⁴⁾، ومع العولمة تعيش الأمة العربية مرحلة من أدق المراحل في حياتها، وذلك نظراً للمتغيرات الكثيرة على الساحة الدولية، مع اتساع حجم الغزو الثقافي والفكري للوطن العربي باستخدام الفضائيات

وغيرها من الوسائل الإعلامية، وبالرغم من خطورة ذلك إلا أنه قد يعد محفزاً لاستنفار الطاقات والإمكانات لمواجهة هذا التحدى في ظل ما يشهده العالم من ثورة في الاتصال والمعلومات وذلك من خلال قيام وسائل الإعلام بوجه عام والفضائيات بوجه خاص بدورها في الحفاظ على الهوية وتقديمها مضمون ثقافى بناء يقوم على التوجيه والتخطيط الإعلامى المسبق، وكل ما من شأنه قيام وسائل الإعلام بدورها فى المجتمع⁽⁵⁾؛ حيث أن هناك علاقة بين وسائل الإعلام والهوية فعلى سبيل المثال يمكن أن يغير الإعلام تركيب وتكوين أدوار الذات بمعنى أن الإعلام له دوره الهام فى تركيب توازن الهوية كما تقوم وسائل الإعلام بالتأثير على تكوين العلاقة بين التفكير والسلوك⁽⁶⁾، فالإعلام يعكس واقع القوى السياسية والاقتصادية والمستوى الحضارى لمجتمع ما، كما أن البيئة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية تحدد ملامح وسائل الاتصال الجماهيرى، ويعد الإعلام أيضا بمثابة أحد أشكال التفاعل الإنسانى الذى يهدف إلى نقل المعلومات لإحداث تحول لدى المتلقى والترويج لفكرة ما وذلك من أجل تعميمها وتحقيقها، فبالرغم من التحديات التى تواجه الدول النامية والتى تعتبر الدول العربية جزءاً منها إلا أنها إذا أحسنت استخدام الإعلام فإنه سيصبح أداة فعالة لتحقيق التكامل الوطنى، ويمكن أن يتأتى ذلك بتوفير مناخ من الابتكار مع إثارة دافع الانجاز وإرساء الطموحات التربوية والتعليمية والاقتصادية والمهنية، والسبيل إلى ذلك لن يحدث بدون نمو مشاعر الولاء للوطن والمشاركة الجماهيرية بطريقة متكاملة⁽⁷⁾، ومع الثورات التكنولوجية يمكن القول أن قانون النتائج غير

متوقع، فإختراع "غويتمبرج" للطباعة كان بهدف البحث عن وسيلة رخيصة لنشر الكتب الدينية، إلا أن نظام المطبعة أتاح تطور الثقافة المكتوبة وأحدث تقدماً في العلوم⁽⁸⁾، ويعد من الضروري الاهتمام بمواكبة التطور الإعلامى تكنولوجياً ومهنيًا، وذلك لتحقيق الأهداف المختلفة للرسالة الإعلامية، كما أن هذا التطور الحديث في المجال الإعلامى قد يمثل تحدياً لعمل وسائل الإعلام؛ حيث أننا أمام ظاهرة تُعرف بالإعلام الجديد، فلقد أفرزت هذه المتغيرات مظاهر إعلامية عالمية جديدة أصبح الاتصال عملية ليس لها بداية أو نهاية مع تميزها باستمرارية الحركة والبعد عن الثبات، وأن جميع عناصرها تتفاعل بعلاقات ديناميكية؛ ومن ثم أصبح مستحياً دراسة العملية الاتصالية بشكل عام من منطلقات جزئية⁽⁹⁾، وتتعدد الدراسات التي تركز على استخدامات وسائل الإعلام العربى بالإضافة إلى تقييم السياق المحدد لثورة الإعلام العربى داخل الدول العربية وخارجها⁽¹⁰⁾، وبالرغم من تطوير البث الفضائى العربى الحكومى لبعض الدول من نفسه وذلك لاستقطاب المشاهد إلا أن هذه القنوات يطغى عليها آثار البث الأجنبى⁽¹¹⁾، وتؤثر مشاهدة هذه القنوات على العديد من فئات المجتمع وخاصة الشباب وقد يرجع ذلك إلى أن الشباب يعد من أكثر الفئات العمرية التي يمكن أن تنساق وراء القيم والعادات التي يتم بثها من خلال المواد الأجنبية، بالإضافة لطبيعة الشباب الراضة ورغبتها وسعيها للحصول على المعرفة من أى طريق، وكذلك اختياره لنفسه للقيم والسلوكيات بدون أن يكون مسلحاً بالمعرفة الصحيحة للقيم الخاصة بمجتمعه وبتراثه الحضارى والنقائى⁽¹²⁾، وإذا كانت الدراسات تؤكد على تفوق الإعلام

الغربي والفضائيات الغربية على الإعلام العربي وفضائياته، فهذا يضع على كاهل الإعلام العربي مسؤولية مواكبة التطور الغربي في مجال الإعلام والفضائيات خاصة، بل والمنافسة والتي قد تتطلب بالإضافة إلى مخاطبة الجمهور العربي مخاطبة الجمهور الآخر غير العربي ومحاولة جذبته للقنوات الفضائية العربية، وذلك بالتعرف على رغبات الجمهور غير العربي أيضا من القنوات الفضائية العربية بالشكل الذي يتماشى والثوابت التي تؤكد على الهوية العربية؟ إلا أن الأمر يزداد صعوبة مع عدم الإسراع في وضع خطة شاملة للفضائيات العربية، حيث تظهر الحاجة إلى إحياء ثقافة مستنيرة لمواجهة التحديات المفروضة في ظل النظام العالمي الجديد وما تبعه من تأثير على وسائل الإعلام.⁽¹³⁾ وعلى سبيل المثال في إطار النظام الإعلامي الجديد اهتمت المؤسسات العربية بهذه القضية في وقت مبكر، فقد أقامت المنظمة العربية للتربية والثقافية والعلوم ندوة في بغداد في سبتمبر 1981م حول "حق الاتصال في إطار النظام الإعلامي الجديد" والتي دعا إليها عدد من خبراء الإعلام العربي وذلك في إطار الحفاظ على الهوية العربية⁽¹⁴⁾، ومثل هذا الاهتمام يصب في مصلحة الإعلام العربي، وذلك بالتعرف على كل ما هو جديد في مجال الإعلام من خلال الاستفادة من إيجابيات العولمة بالشكل الذي يحافظ على الخصوصية الثقافية، ولقد تدارك كذلك الكثير من الدول العربية خطورة البث الوافد من القنوات الأجنبية فقامت بتحديث قنوات خاصة تبث من خلالها كل ما تراه ملائما لطبيعة فلسفتها، وفي واقع الأمر تعتبر عملية إحصاء القنوات الفضائية العربية ليس بالعمل السهل وذلك لتزايد أعدادها بين حين وآخر

وصعوبة معرفة مصدر القنوات التي تبث باللغة العربية ومع مرور الوقت بدأ زيادة مساحة التغطية مع زيادة عدد القنوات في البلاد العربية، كما أنتشرت القنوات الخاصة فبالنظر في الوقت الحالي إلى القنوات الفضائية العربية يُلاحظ انتشارها الواسع من حيث العدد، بالإضافة إلى التنوع في المادة المداعة من حيث الشكل والمضمون، كما ظهرت أعداد كثيرة من القنوات ذات التخصص في مجال محدد فهناك القنوات الفضائية العربية المتخصصة: إخبارية، رياضية، غنائية، سياحية، تسويقية، دينية، وغيرها، فالدول العربية تمتلك قنوات فضائية وبأعداد متزايدة يوماً بعد يوم، بل أن هناك العديد من المؤسسات العربية تمتلك أعداداً كثيرة من القنوات الفضائية كراديو وتلفزيون العرب ART والأوربت وغيرها⁽¹⁵⁾، ويعد إزدهار وسائل الاتصال العربية وخاصة القنوات الفضائية من الأسباب التي أدت إلى زيادة الإحساس لدى العرب بالمصير المشترك، بل أن القنوات الفضائية العربية تطرح عروبة جديدة فهي تطرح هوية عربية جديدة تخلق شعوراً لدى المشاهد العربي بالمصالح والمصير المشترك والتي تنمى إحساس لديهم بضرورة التوحد في كيان سياسى واحد يجمع العرب⁽¹⁶⁾.

ثانياً: أزمة الإعلام العربي.

يرى بعض الباحثين أنه من أهم سمات الإعلام في دول العالم الثالث تتمثل في أنه يتدفق في اتجاه أحادي من الحكام الذين يسيطروا على وسائل الإعلام إلى الجماهير، وأن مفهوم الإعلام الذي يستخدم لخدمة الأغراض التجارية والرقابة السياسية هو الذي يسود وترجح كفته على مفهوم الإعلام الموضوعى غير المتحيز⁽¹⁷⁾، وإضافة إلى وجود الرقابة على وسائل الإعلام من جانب المؤسسات، فإنه يوجد نوع من الرقابة الذاتية للقائم بالاتصال والتي يلجأ إليها القائم بالاتصال تجنباً للعقاب، والتي تختلف درجاتها من دولة إلى أخرى⁽¹⁸⁾، ويجب التأكيد على أن الوصول إلى تحقيق تحرر الأمة العربية من التبعية نحو الاستقلال في صنع القرار بما يساعدها على التعبير عن موروثاتها الحضارية والذي يتحقق من خلاله تنمية حقيقية تؤدي إلى الاكتفاء الذاتى فإن ذلك يتطلب صناعة عربية قومية للإعلام والمعلومات، ولنمو هذه الصناعة لابد من أن يطلق لها الحريات، والتي من خلالها يمكن أن يتم تحقيق المصادقية وثقة الجماهير أما استمرار الإعلام بدون حرية يعنى استمرار التبعية للسلطة وللنظام الإعلامى الدولى⁽¹⁹⁾، حيث أن واقع الإعلام العربى فى أزمة مع الذات والمحيط، وهذه الأزمة هى جزء من أزمة الواقع العربى، وأن الإعلام العربى لا يستطيع أن يقوم بدوره بدون التطوير بشكل مناسب، وهناك من يرى أن الأمر يتطلب عدة خطوات مختلفة يمكن أن يأتاح من خلالها إحداث نقلة نوعية فى منظومة الإعلام العربى، وهذه الخطوات تتمثل فى:

1- التغيير السياسى والاقتصادى والاجتماعى والإدارى والثقافى فى الدول العربية، وهو ما يتطلب إرادة سياسية وحسم فى المواقف، واتخاذ خطوات فى اتجاه ذلك بشكل تدريجى وعقلانى، وذلك حفاظا على الاستقرار.

2- تكوين ثقافة ديمقراطية للعلاقات الاجتماعية بمختلف مستوياتها من خلال الدولة المؤسسية القانونية والتي من شأنها حماية الحريات.

3- تفعيل المشاركة السياسية بالشكل الذى يؤدى إلى القدرة على التأثير فى صنع القرار بما ينسجم مع ضرورة بناء المجتمع المدنى.

4- معالجة قيم وسلوكيات فرضها الواقع المتردى وإحلالها بقيم جديدة تتناسب مع بناء مجتمع قابل للتطور...

5- تغيير النظرة الرسمية للإعلام على أنه أداة للتغيير وليس سلعة تباع وتُشتري، مع تخفيف الموانع القانونية المفروضة على المؤسسات الإعلامية، بالإضافة لإيجاد صناعة عربية تنسجم مع الذات القومية(20).

كما أن هناك أزمة فى العديد من الدول العربية بين النصوص التى تحرص على حرية الإعلام وبين تنفيذ هذه الحرية على أرض الواقع، فأغلب الدساتير العربية تشمل على نصوص واضحة لحرية التعبير، بل أن العديد من الدول العربية قامت بالتوقيع على "العهد الدولى الخاص بالحقوق

المدينة والسياسية" والذي ينص في مادته التاسعة عشر في فقرتها الثانية على: أن لكل إنسان الحق في حرية التعبير، ويشمل هذا الحق حريته في إستقاء المعلومات والأفكار وتلقيها ونقلها سواء كان ذلك على شكل مكتوب أو مطبوع أو في قالب فني أو بأية وسيلة أخرى⁽²¹⁾، ويُعد من الأهمية عمل مؤسسات الإعلام الفضائي العربي من خلال منظومة تتخذ الإجراءات التي من شأنها القدرة على المواكبة والمنافسة، ولكن ذلك مرتبط بعنصر الوقت فالعالم يتحرك ويتسابق في كافة المجالات، ويعتبر المشاهد العربي بمثابة هدفاً للقنوات الوافدة فيجب وضع هذه الآليات مع مراعاة عنصر الوقت فالتلفزيون الإسرائيلي مثلاً والذي لم يبدأ حتى عام 1967م تمكن من تطوير قاعدة منتظمة من المشاهد العربي في عمان وذلك لإن الاستقبال يعتبر جيداً وبشكل ثابت ومستمر، كذلك الأمر في بعض المناطق العربية في سوريا وجنوب لبنان، فقد حقق التلفزيون الإسرائيلي بعض النجاح في الوصول إلى من هم ضمن مده⁽²²⁾؛ ومن ثم يجب التأكيد على دور التلفزيون والقنوات الفضائية بشكل خاص في حماية الثقافة العربية، وذلك في إطار قضية التبعية الثقافية والإعلامية والتي نالت هذا الاهتمام الكبير من الدراسات الإعلامية في مختلف دول العالم، حيث أن مفهوم الهوية العربية يحدد من خلال مفهوم الثقافة العربية، وتُعد الثقافة العربية اليوم امتداد للثقافة العربية الإسلامية في الماضي، وهي أيضاً نتاج لثورة ثقافية تنسجم مع متطلبات مرحلة النهضة القومية التي تجتازها الأمة العربية، كما أنها عنوان لشخصية الأمة العربية، أي أنها تتبع إطار أيديولوجي واضح، وبسبب قيمة الثقافة العربية تعرضت لحالة

الغزو منذ بدأ الاستشراق الذى مهد للغزو الاستعماري بوجه عام، ولذلك تأتي أهمية الدور الخاص بالإعلام وخاصة التلفزيون من خلال القنوات المختلفة في مواجهة هذا الغزو في تعزيز الذاتية الثقافية وحماتها⁽²³⁾ ومن ثم تظهر الحاجة إلى حماية الثقافة العربية بالاعتماد على القنوات الفضائية العربية؛ نظراً لما تتسم به القنوات الفضائية من انتشارها الواسع والقدرة على الوصول لشتى أنحاء العالم، مع توفر العديد من المزايا للرسالة الإعلامية التي تبث بواسطة القنوات الفضائية، والتي تعتمد على التنوع في الصوت والصورة واستخدام المؤثرات بكافة أنواعها، وفي إطار أزمة الإعلام العربي فإن الكثير من الفضائيات العربية وخاصة الحكومية تحمل إلى حد ما مضامين تكاد تكون متشابهة، حيث أن هذه المضامين لها سمات تندرج من الواقع الاتصالي العربي، وهناك من يرى أن سمات مضامين البث الفضائي العربي في عدة نقاط من أهمها:

1. الترويج للدولة التي تمتلك القناة والنهضة الحضارية في هذه الدولة.
2. الانتشار في أكبر رقعة جغرافية وذلك للوصول إلى زيادة نسبة المشاهدين.
3. مواكبة التطور التكنولوجي العالمي.
4. حفظ وصيانه التقاليد العربية الإسلامية بما في ذلك توجيه الخطاب للمشاهد العربي في الداخل والخارج، وذلك من خلال برامج عربية جيدة بالشكل الذي لا يجعله تحت سيطرة وسائل الإعلام الأجنبية بشكل منفرد.
5. توطيد آواصر الأخوة العربية من خلال بناء جسر من التواصل مع المشاهدين في الوطن

العربي .

6. الالتزام بالقيم والمبادئ الأخلاقية المستوحاة من الشريعة الإسلامية.

7. تجسيد الهوية الثقافية العربية والحفاظ على وحدتها وطرح البديل الثقافي والإعلامي

الجماهيري⁽²⁴⁾.

ويجدر الإشارة إلى أهمية الاهتمام بالجمهور العربي خارج أوطانهم وعدم الاقتصار على المشاهد العربي بالداخل فقط، حيث تزداد حاجاتهم من وسائل الإعلام العربي وذلك في إطار الحفاظ على الهوية الأمر الذي يجعلهم أكثر تعلقاً بالإعلام العربي فمن ثم يجب عدم تركهم فريسة للبعث الأجنبي، كما أن هناك ظاهرة توضح تعلق المهاجرين بوسائل الإعلام؛ حيث يلجأ بعض من المهاجرين إلى نشر المطبوعات المختلفة الخاصة بهم كوسيلة إعلامية للتواصل مع بعضهم البعض وللتفاعل كذلك مع الآخرين، فهناك ما يعرف بوسائل إعلام الشتات كمرکز للتواصل، ويُقصد بها وسائل الإعلام وخاصة الجرائد والمجلات للمهاجرين وغيرها من وسائل الإعلام والاتصال التي يصدرها المهاجرين للمهاجرين أمثالهم، وتتضمن موضوعات خاصة بهم ويتم استخدامها منهم، وهي تعد من أهم المصادر التي تؤثر على هويتهم⁽²⁵⁾.

ثالثاً: القنوات الفضائية الأجنبية الناطقة بالعربية.

تُعد وسائل الإعلام أحد أهم وأخطر الوسائل التي تسهم في بناء الصورة الذهنية، فهي نافذة على العالم وتُعرف الجمهور بالشعوب الأخرى وأنماطها السلوكية والمعيشية المختلفة، فوسائل الإعلام العربي لا تعمل بمعزل عن غيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى، فهناك وسائل إعلام تعمل بصورة مقصودة أو غير مقصودة على تشويه صورة البلاد العربية في ظل تواجد العديد من القنوات الفضائية العالمية الناطقة باللغة العربية في شتى أنحاء العالم، والتي تحمل مضامين مختلفة وتوجه رسائلها بشكل منتظم ودائم إلى جمهورها، وتختلف في أهدافها باختلاف سياسات الدول التي تقوم ببث القناة طبقاً لرؤيتها في التعامل مع القضايا العربية بما يخدم أهدافها الأساسية، وذلك بالاعتماد على البرامج الموجهة إلى جمهورها المستهدف، وتُعرف الخدمة الإعلامية الموجهة بأنها "إصطلاح تُطلقه محطات الإذاعة على المواد والبرامج التي تقدمها موجهة إلى بلاد في الخارج وبنفس اللغة التي يتكلم بها أبناء هذه البلاد"⁽²⁶⁾، ويُعد الإعلام الموجه بما في ذلك الفضائيات الموجهة من الظواهر التي حظيت باهتمام كبير من قبل الباحثين؛ حيث ظهرت منذ الحرب العالمية الأولى والثانية ومن بعدها الحرب الباردة كأداة هامة يتم استخدامها في الدعاية والحرب النفسية كما أنها أصبحت بمثابة وسيلة للتواصل بين الدول الكبرى والجمهور المستهدف في الدول النامية⁽²⁷⁾، ولقد انتشرت العديد من الإذاعات الأجنبية الناطقة بالعربية، والتي تبعها ظهور لعدد كبير من الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية، والتي ثار جدال واسع حول دور هذه الفضائيات وأهدافها وسبب اهتمامها المفاجئ بالمشاهد العربي، وما هي كيفية التعامل مع هذه الظاهرة؟⁽²⁸⁾، ويصعب التعرض لجميع هذه القنوات وذلك نظراً لكثرة عددها إلا أنه يُعد من أبرز هذه الفضائيات ما يلي:

قناة البي بي سي -BBC- البريطانية: تعتبر هيئة الإذاعة البريطانية أو مؤسسة البي بي

سي "British Broadcasting Corporation" مؤسسة مرجعية في الإعلام

البريطاني، وهي محطة رائدة في مجال البث التلفزيوني للفضائيات الموجهة عبر الأقمار الصناعية تتبع هيئة الإذاعة البريطانية، والتي تصل بمادتها الإعلامية إلى أكثر من 500 دولة، ولقد قامت الجي بي سي BBC بإطلاق قناة ناطقة باللغة العربية لتضاف إلى خدماتها الإعلامية الموجهة إلى الجمهور العربي المتمثلة في إذاعة الجي بي سي BBC العربية وموقعها الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت، كما تتميز بإمكانياتها التكنولوجية العالية مع توافر الكوادر المدربة؛ مما ساعدها على تحقيق نجاحات إعلامية⁽²⁹⁾.

قناة الدويتشه فيله الألمانية: بدأت إذاعة صوت ألمانيا الدويتشه فيله "Deutsch Welle" في بث برامجها لأول مرة في مايو 1953م كمحطة إذاعية خارجية، وتعمل على التعريف بألمانيا ودعم التبادل الثقافي عبر محطات التلفزيون والراديو وشبكات الإنترنت⁽³⁰⁾.

قناة روسيا اليوم: وهي قناة إخبارية فضائية ناطقة بالعربية بدأت بث برامجها يوم الجمعة الموافق الرابع من مايو 2007م في الساعة السابعة صباحاً بتوقيت موسكو، وتبث هذه القناة من موسكو عبر الأقمار الصناعية BADR4 و NILESAT 103 و HOTBIRD6 ويمكن استقبال تردد قناة روسيا اليوم بشكل مفتوح للمشاهدين في أوروبا ودول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا⁽³¹⁾.

القناة العربية الدولية لتلفزيون الصين المركزي: تقرر إطلاق القناة العربية الدولية التابعة لتلفزيون الصين المركزي رسمياً في 25 يوليو 2009م، وذلك بعد إطلاق أربع قنوات دولية

باللغات الصينية والإنجليزية والإسبانية والفرنسية، سعياً إلى إقامة جذور تفاهم مع البلدان العربية والعالم الإسلامي، وتقوم هذه القناة بتغطية الشرق الأوسط وشمال أفريقيا من خلال قمرى عرب سات ونايل سات، كما أنها تقوم بتغطية منطقة آسيا والباسفيك من خلال القمر الصناعى 6B وتركز هذه القناة على نشرات الأخبار بالإضافة إلى البرامج الثقافية والخدمية والترفيهية⁽³²⁾.

قناة ZEE أفلام الهندية: وهى قناة متخصصة بالأفلام الهندية المدبلجة إلى العربية بدأ بثها فى يونيو 2008م، كما أنها إحدى القنوات التابعة لشبكة (ZEE) أكبر منتج للأفلام والبرامج الهندية على مستوى العالم، وتبث هذه القناة مادتها على مدار اليوم كما أنها تهتم بعرض أخبار نجوم السينما الهندية⁽³³⁾.

قناة الحرة الأمريكية: تعرف قناة الحرة نفسها بأنها قناة تليفزيونية غير تجارية ناطقة باللغة العربية، وأنها تقدم الأخبار والمعلومات، وتقوم قناة الحرة بتغطية الأحداث فى الشرق الأوسط والعالم، كما تقوم بتقديم برامج سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية ورياضية وغيرها، ويتم بثها بواسطة قمرى عرب سات ونايل سات إلى الشرق الأوسط وشمال أفريقيا⁽³⁴⁾، حيث قامت الولايات المتحدة الأمريكية بخطوات لمحاولة تحسين صورتها، وذلك بعد إدراك إدارتها بالآثار السلبية التى أصابت صورتها لدى العرب بعد حرب العراق وتحييزها المطلق إلى إسرائيل، وبعد إطلاق قناة الحرة الناطقة بالعربية واحدة من الخطوات لمعالجة ذلك، فى حين حذت فرنسا حذو الولايات المتحدة الأمريكية حيث تعتبر فرنسا نفسها أقدر على فهم العرب وعلى غرار قناة الحرة قامت بإطلاق القناة الإخبارية فرانس 24 التى تبث برامجها على مدار ساعات اليوم باللغات الثلاث

الإنجليزية والعربية والفرنسية، كما قامت إيران بإطلاق قناة العالم الناطقة بالعربية وذلك للتواصل مع العالم العربي⁽³⁵⁾، هذا بالإضافة إلى العديد من القنوات الفضائية الأجنبية الناطقة بالعربية الموجهة إلى الجمهور العربي والتي تمثل تحدياً كبيراً يواجه الإعلام الفضائي العربي ومع مرور الوقت قد تستطيع هذه القنوات جذب الكثير من الجمهور العربي.

رابعاً: محاولات لتكامل الإعلام العربي.

أدرك العالم العربي مبكراً ضرورة التكامل الإعلامي وذلك في إطار مواجهة البث الوافد والغزو الثقافي، ويجدر الإشارة إلى تجربة (F.A.N.A) اتحاد وكالات الأنباء العربية "فانا" (Federation of ArabNews) Agencies، حيث كانت فانا إستلهاماً لروح ميثاق جامعة الدول العربية وتحقيقاً للقاء العربي في كافة المجالات، وتأكيداً لروح الإخاء العربي، وإقتناعاً بأن مثل هذا التعاون بين وكالات الأنباء العربية هو خطوة إيجابية لتدعيم التضامن والتفاهم العربيين، وكذلك لتعريف الرأي العام عربياً وعالمياً بأحداث وقضايا الوطن العربي المختلفة وقد جاءت هذه الخطوة في الفترة من 24 حتى 28 أكتوبر 1964م بعد اجتماع هيئة للجمعية التأسيسية في القاهرة لممثلي وكالات الأنباء العربية صدر بموجبه قرار إنشاء هذا الاتحاد في نطاق جامعة الدول العربية يضم وكالات الأنباء الوطنية في البلاد العربية يُسمى اتحاد وكالات الأنباء وتكون له الشخصية القانونية، واللغة العربية هي لغته الرسمية، وتم تحديد مقره بمدينة بيروت وكانت مدة الاتحاد غير محددة، ولا يجوز حله إلا بموافقة ثلاثة أرباع الأعضاء العاملين بهذا

الاتحاد⁽³⁶⁾، وتضم فانا وكالات الأنباء الوطنية لتسعة عشر بلداً عربياً، وذلك لتوثيق العلاقات المهنية بين هذه الوكالات بالشكل الذي يساعد على توسيع أخبار الوطن العربي بالداخل والخارج، في حين بدأ تفعيل فكرة فانا في عام 1974م، وبدأ العمل بمقرها ببيروت عام 1975م وذلك رغم أن القرار بإنشاءها صدر منذ 1964، ولالاتحاد هيئة عليا هي الجمعية العمومية والتي تعقد اجتماعها مرة في كل عام، أما هيئة الأمانة العامة فإنها تعقد اجتماعا مرتين كل عام، وتتكون الأمانة العامة من سبعة أعضاء يتم انتخابهم لمدة عامين في حين يُنتخب الأمين العام لمدة خمسة أعوام⁽³⁷⁾، ورغم أن محاولات الكامل الإعلامي العربي جاءت مبكراً إلا إن أهمية الاهتمام في توحيد الجهود من أجل عمل عربي مشترك في مجال البث الفضائي يزداد يوماً بعد يوم؛ وذلك لسرعة التغيير في هذا المجال ولأهمية وضع الخطط لمواجهة كافة أوجه التبعية الإعلامية، بل إن الاهتمام بموضوع التبعية الإعلامية وما قد يحدثه من آثار سلبية على الإعلام العربي هو أمر له أهميته الخاصة، وذلك في ظل ماحظيت به قضية التبعية الإعلامية والثقافية في دول كثيرة سواء بالدراسات والأبحاث أو عن طريق اهتمام الهيئات المختلفة بقضية التبعية الإعلامية والثقافية، فلقد اشار الكثيرين بأهمية قضية التبعية الإعلامية ومن أبرز كتاب التبعية الإعلامية والثقافية البروفيسور الأمريكي "هربرت شيلر" والفيلندي "تابيوفاريسو" والكندى "كارل سوكانت" والفرنسى "ارمان مائل أرت" والفتنامى "تران فان دنا". في حين أن هناك هيئات عالمية اهتمت أيضا بدراسات التبعية الإعلامية والثقافية كمعهد "أمريكا اللاتينية للدراسات

العابرة القومية" بالمكسيك، و"المركز الدولي للدراسات الإعلامية" بفرنسا و"مركز البحوث والدراسات الإعلامية" بجامعة ليستر البريطانية، وهناك شبه اجماع بين كتاب التبعية في تشخيص جوهرها وارجاعها إلى عوامل تاريخية تتعلق بالسيطرة الاستعمارية الغربية، بالإضافة إلى المحاولات الأمريكية الدائبة في المرحلة المعاصرة للسيطرة على ثقافات العالم الثالث؛ وذلك لإخضاعها لصالح السوق الرأسمالي العالمي وتستعين في تحقيق ذلك عن طريق قدراتها الإعلامية الضخمة وإمكانياتها الهائلة في مجال تكنولوجيا الاتصال، بالإضافة إلى الشركات متعددة الجنسيات ووكالات الإعلان الدولية⁽³⁸⁾، وفي ظل هذه المتغيرات تظهر الحاجة إلى نظام عربي جديد للإعلام والاتصال، والذي هناك من يرى أنه يمكن له أن يحدث من خلال عدة خطوات هي:

1. خطط ومبادرات مشتركة: وذلك من خلال رسم استراتيجية عمل إعلامي متكامل

من شأنه توضيح الاختيارات الإعلامية داخل الوطن العربي وخارجه وتوسيع تدفق الإعلام العربي، وكذلك تخليص الإعلام من ضغوط التقلبات السياسية، مع إقامة مشاريع استثمارية لحل مشاكل التمويل لمواكبة التقنية الحديثة، والاهتمام بالجاليات العربية وتشجيع حركة الترجمة والتعريب وغير ذلك.

2. التنسيق وتوزيع الأدوار: وذلك بتنسيق المواقف وتوزيع الأدوار بين الأجهزة

والمؤسسات الإعلامية العربية المشتركة؛ لتوضيح مجالات التعامل بينهما انطلاقاً من مفهوم واضح لسياسة إعلامية قومية تتوافق مع السياسات الوطنية وتحظى بالموافقة

العربية.

3. تصور هياكل قومية: وذلك بتدعيم الهياكل القائمة من خلال توسيع مشمولات الجهاز

الإعلامى التابع للأمانة العامة لجامعة الدول العربية بالإشراف على كل مجالات العمل الإعلامى فى المستوى القومى لتدعيم الهياكل الإعلامية بين الأقطار العربية، وكذلك إنشاء مجمع لصناعات الاتصال من خلال خطة طويلة الأمد لضمان الأمن الإلكترونى العربى⁽³⁹⁾، ويجدر الإشارة إلى ضرورة توظيف الشبكات الإلكترونية فى الإعلام الفضائى العربى بالأسلوب الأمثل وذلك مواكبة للتطور الحالى فى استخدام الشبكات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية فى عملية جذب الجمهور والتفاعل معه؛ حيث أن لوسائل الاعلام الإلكترونية وخاصة الاجتماعية منها آثارها المباشرة على التنوع فى المجال العام، وذلك بغض النظر عن أشكالها وأحجامها، كما أنها بطبيعتها ديناميكية، وسوف تستمر فى تطوير تطبيقاتها المبتكرة⁽⁴⁰⁾.

الخلاصة:

رغم الجهد المتواصل فى عملية تطوير الإعلام الفضائى العربى إلا أن هناك تحديات ما زالت تواجهه، من حيث مواكبة الجديد فى عالم تكنولوجيا الاتصال إضافة إلى ضرورة التطوير فى المادة الإعلامية من حيث الشكل والمضمون وذلك فى إطار تقديم مضامين إعلامية تتناسب والتنافس

مع القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية والتي بدأت في التركيز بشكل واسع على توجيه رسائلها للجمهور العربي في ظل ما يشهده العالم العربي من تطورات على الساحة السياسية مع انتشار ظاهرة النزاع المسلح في مناطق عربية مختلفة وتنامى ظاهرة الإرهاب ومواجهتها، فمن ثم تسعى القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية إلى تحقيق أهداف الدول التي تتبناها، وتكمن الخطورة في ما إذا كانت هذه الأهداف تتعارض مع كل من الثوابت والمصالح العربية؛ الأمر الذي يتطلب توحيد الجهود العربية من أجل تطوير الإعلام الفضائي العربي من خلال وضع استراتيجية شاملة للوصول إلى إعلام فضائي عربي يُلبى احتياجات جمهوره ويحقق الأهداف التي تتوافق مع ثوابت ومصالح الوطن العربي.

المراجع

- 1- وليم أيه روو، الصحافة العربية: الإعلام الإخباري وعجلة السياسة في العالم العربي، ترجمة: موسى الكيلاني، (عمان: مركز الكتاب الأردني، الطبعة الثانية، 1998)، ص 25.
- 2- وليم أيه روو: المرجع السابق، ص: 174 :176.
- 3- Jeffrey Ghannam, **Social Media in the Arab World: Leading up to the Uprisings of 2011**, (USE: Washington, AReport to the Center for International Media Assistance February 3, 2011), p8.
- 4- السعيد بو معيزه: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب- دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الاتصال، 2005)، ص 126، 127.
- 5- سعد مطشر عبد الصاحب، نحلة عبدالرزاق عبدالخالق، دور الفضائيات في دعم الهوية الوطنية، (جامعة بغداد: كلية الإعلام، مجلة الباحث الإعلامي، عدد 14، 2011)، ص: ص 141 :143.
- 6- Friedrich Krotz: **Medien als Ressource der Konstitution von Identität. Eine konzeptionelle Klärung auf der Basis des symbolischen Interaktionismus**. (Deutschland: Köln von Halem Verlag, 2003), p40;41.
- 7- جمال الجاسم محمود، دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي العربي، (جامعة دمشق: كلية العلوم السياسية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 20، العدد الثاني، 2004)، ص: ص 349 :351.
- 8- فرانسوالسلي، نقولا مكاريز: وسائل الاتصال المتعددة "ملييميدي"، تعريب: فؤاد شاهين، (بيروت: عويدات للنشر والطباعة، الطبعة الأولى، 2001)، ص 127.
- 9- موسى جواد الموسوي، إنتصار عبد الرزاق، صفد حسام الساموك، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، (جامعة بغداد: وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، الكتاب الاول، 2011)، ص 11.
- 10- Zala Volcic, **Media Identities and Immigrants: Arab Satellite Television in Italy**, (Australia: Queensland University, 2006), Pp 63-77.
- 11- عبد الباسط سلمان، عوامة القنوات الفضائية، مراجعة: محمود أكباش، تقديم: فيصل الياسيري، (القاهرة: الدار الثقافية للنشر، الطبعة الأولى، 2005)، ص 53.
- 12- سعد لبيب، العرب وأقمارالبت التلفزيوني المباشر، (جهازتلفزيون الخليج، سلسلة بحوث ودراسات تلفزيونية، العدد 14، 1990)، ص 44.
- 13- نسمة البطريق، القنوات الفضائية العربية ومستقبل ثقافة الأمة، (تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية، مجلة إذاعات العربية، عدد 3، 2006)، ص 8، 9.

- 14- عبد الرحمن محمد بدرالدين الغلاييني، تدفق المضمون الدرامي العربي والأجنبي في التلفزيون- دراسة تحليلية تطبيقية على تلفزيون الكويت، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 1991)، ص151.
- 15- عبد الباسط سلمان، المرجع السابق، ص44، 45.
- 16- راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في العالم العربي في عصر العولمة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، 2006)، ص: ص 213: 215.
- 17- عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1997)، ص49، 50.
- 18- Murat Yesil, **Invisible Threat for the Future of Journalism: Self Censorship and Conflicting- Interests in an Increasingly Competitive Media Environment**, PhD, (Turkey: Ankara.Necmettin Erbakan University, Faculty of Social Sciences and Humanities, Department of Public Relations and Advertising International Journal of Business and Social Science, Vol. 5 No. 3; March 2014), p74.
- 19- سليمان صالح، حقوق الصحفيين في الوطن العربي، (القاهرة: دار النشر للجامعات، الطبعة الأولى، 2004)، ص7.
- 20- جمال الجاسم المحمود، دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي العربي، مرجع سابق، ص ص 263: 266.
- 21- محسن عوض (محرر)، مشروع دعم القدرات في حقوق الإنسان، (القاهرة: برنامج الأمم المتحدة الإنمائي UNDP حقوق الإنسان والإعلام، الطبعة الأولى، 2003)، ص417.
- 22- وليم أيه روو، الصحافة العربية: الإعلام الإخباري وعجلة السياسة في العالم العربي، مرجع سابق، ص220.
- 23- حسين عبد الحميد أبو شنب، دور التلفزيون في خلق ثقافة عربية متوازنة في الخليج العربي، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 1982)، ص48.
- 24- أياد شاكر البكري، عام 2000 حرب المخطات الفضائية، (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 1999)، ص84.
- 25- Heiner Meulemann and Jörg Hagenah, **Mass Media Research**, (Deutschland: Federal Ministry of Education and Research, Working Paper, N111.German Council for Social and Economic Data (RatSWD), July 2009), p2.
- 26- كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، (القاهرة: دار الشروق، الطبعة الأولى، 1989)، ص 242.

- 27- فاروق أحمد يحيى، الفضائيات الموجهة ودورها في تشكيل الرأي العام تجاه قضية دارفور: دراسة وصفية لفضائيات (France24 الفرنسية وBBC البريطانية) 2011م-2012م، رسالة ماجستير، غير منشورة، (السودان: جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2014م)، ص 19.
- 28- لين عصام غرابية، اتجاهات الإعلاميين الأردنيين نحو الفضائيات الأجنبية الموجهة للوطن العربي (دراسة استكشافية)، رسالة ماجستير، غير منشورة، (سوريا: جامعة اليرموك، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2014م)، ص 34، 35.
- 29- شريف درويش اللبان، المنطقة العربية والرسالة الإعلامية الدولية الموجهة- الفضائيات الموجهة بالعربية، المركز العربي للبحوث والدراسات، <http://www.acrseg.org/40410> تاريخ الإطلاع: 2018/2/7.
- 30- طريقك الإلكتروني لألمانيا- المحطات الإذاعية والتلفزيون، <https://www.deutschland.de/ar/topic/lthqf/ltslt-wllm/lmhtt-ldhy-wltfzywny-lmwny> تاريخ الإطلاع: 2015 / 1 / 10.
- 31- انطلاق قناة روسيا اليوم الفضائية الروسية الناطقة بالعربية، <http://www.ru4arab.ru/cp/eng.php?id=20050315184958&art=20051102183016>، تاريخ الإطلاع: 2018 / 1 / 7.
- 32- القنوات الأجنبية بالعربية... أبواب لحكوماتها أم منصات لتوسيع حرية الإعلام، <http://www.swissinfo.ch/ara/detail/content.html?cid=7537666> تاريخ الإطلاع: 2018 / 1 / 18.
- 33- فاروق أحمد يحيى، الفضائيات الموجهة ودورها في تشكيل الرأي العام تجاه قضية دارفور، مرجع سابق، ص 27. من محمد نصار: الرئيس التنفيذي لزي أفلام.. نحقق نمواً سريعاً ونفخر بأننا أول قناة للأفلام الهندية المدبلجة عربياً، (صحيفة الشرق الأوسط، 2011/6/11م).
- 34- الموقع الرسمي لقناة الحرة- من نحن، http://www.alhurra.com/info/about_us/9.html تاريخ الإطلاع: 2018 / 1 / 13.
- 35- القنوات الأجنبية بالعربية... أبواب لحكوماتها أم منصات لتوسيع حرية الإعلام، مرجع سابق.
- 36- محمد فريد محمود عزت، وكالات الأنباء في العالم العربي، (القاهرة: دار الشروق، الطبعة الأولى، 1983)، ص 155.
- 37- الموقع الرسمي لاتحاد وكالات الأنباء العربية فانا، http://www.fananews.com/?page_id=33، تاريخ الإطلاع: 2013 / 1 / 17.
- 38- عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، مرجع سابق، ص 47، 48.
- 39- مصطفى المصمودى، النظام الإعلامى الجديد، (الكويت: المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب، عالم المعرفة، عدد 94، 1985)، ص ص 281: 288.
- 40- Mokhtar Elareshi, Khalid Al-Jaber, Barrie Gunter, **Social media in the Arab world**, Communication and Public Opinion in the Gulf States,(

London: New York, Published research on the internet on 27- 1- 2016),
PP62,63. available at:
https://www.academia.edu/25797603/Social_media_in_the_Arab_world ,
read it 13-10-2016.