

البث التلفزيوني بواسطة الأقمار الصناعية والتكنولوجيات الجديدة

أ. محمد شطاح

جامعة عنابة

مقدمة:

منذ إكتشاف الطباعة، أخذ الإنسان يتوجه شيئا فشيئا نحو إستخدام الآلة والتكنولوجيا نيابة عنه في الكثير من النشاطات والعمليات، والتي كانت في البدء نشاطات يدوية تعتمد بالدرجة الأولى على القوة العضلية والفيزيائية.

وبعد أن ظلت أقلية ضئيلة من البشر تتخذ النشاطات الفكرية مهنة لها، وظل المنتج الثقافي والإعلامي في يد الفئات المهيمنة إجتماعيا وسياسيا، إستطاعت التكنولوجيا أن تحرر الانتاج الإعلامي والثقافي من قبضة هؤلاء.

لقد أشار «مارشال ماك لوهان» إلى أن الطباعة كانت بداية الانطلاقة لانتشار المنتج الإعلامي والثقافي، وبرز المجتمع الجماهيري والثقافة الجماهيرية.

وهكذا يأتي القرن العشرون لتتفجر فيه الأنشطة الإعلامية والإتصالية. ولا يكاد هذا القرن يشرف على نهايته، حتى تحولت مجتمعاته إلى «مجتمعات إعلامية» على حد تعبير Jean Gohman و Mace Porat و ED-WIN Parker وغيرهم (1).

والمجتمع الإعلامي في الواقع هو نتاج ثورات ثلاث، عرفها هذا القرن، إذ تمازجت فيما بينها لتفرز مجتمعا جديدا، أصبحت فيه المعلومة والحصول على المعلومات من أبرز سماته. وهذه الثورات هي:

- ثورة المعلومات أو ذلك الانفجار المعرفي الضخم، والمتمثل في ذلك الكم الهائل من المعرفة في أشكال وتخصصات ولغات متعددة.

- ثورة وسائل الإتصال المتمثلة في تكنولوجيات الإتصال الحديثة، التي بدأت بالإتصالات السلكية واللاسلكية، مرورا بالتلفزيون، والنصوص المتلفزة، وانتهت الآن بالأقمار الصناعية والألياف البصرية.

وثورة الحاسبات الإليكترونية التي توغلت في جميع أشكال الحياة الإنسانية وامتزجت بوسائل الإتصال وأندمجت معها.

كل هذه العوامل مندمجة فيما بينها، شكلت ملامح المجتمع الإعلامي الجديد، الذي يعتمد في إشباع حاجاته الإعلامية والإتصالية على هذه الوسائل الحديثة، ويأتي التلفزيون في مقدمتها الذي إستفاد بشكل كبير من هذه الثورة، فهناك إندماج بين الحاسبات الإليكترونية والتلفزيون، وبين

الإتصالات السلكية واللاسلكية كما ظهر في شبكات التلفزيون بقنواتها الفضائية.

هذا الاندماج أنتج خريطة جديدة لوسائل الإتصال الجماهيرية، توصف بكونها حلقة من حلقات الطريق السيار للمعلومات Les Autoroutes de l'information، وهي «مجموعة من شبكات الإتصال، تشمل الحاسوب، وبرامج وبنوك المعلومات والأجهزة الاليكترونية ذات الجمهور الواسع، والتي تبث كما هائلا من المعلومات، لتضعها تحت تصرف المستعملين (الجمهور) في إطار نظام مزدوج يسمح بانتقال المعلومات وتدفعها في الإتجاهين» (2).

هذه هي إذن ملامح الثورة الإتصالية الجديدة، أو تكنولوجيات الاتصال، والتي يمثل التلفزيون والأقمار الصناعية والقنوات الفضائية إحدى أهم أدواتها، والتي أفرزت أشكالا جديدة للاتصال الجماهيري، وفي مقدمتها البث التلفزيوني بواسطة الأقمار الصناعية..

وفي هذه الدراسة سنحاول إستعراض آليات الإتصال الفضائي الجديد، من خلال إستعراض التطورات الحاصلة في مجال التلفزيون، كأحدى أهم قنوات الإتصال الجديدة، والأقمار الصناعية وكذلك القنوات الفضائية. بالإضافة إلى البث التلفزيوني في ضوء تكنولوجيات الاتصال وأبعاده الجديدة من خلال إتساع مجالات البث، وإختراق فضاءات البلدان النامية ومن بينها الجزائر، ومضامين هذه القنوات، وذلك كمدخل نراه ضروريا لمعالجة ظاهرة البث

التلفزيوني وطبيعة البرامج وتأثيراتها على مستقبل هذه البلدان، من خلال التأثير على القيم، ومحاولة إعادة تشكيل الأفكار والسلوكيات لدى البلدان المستقبلية لهذه الرسائل.

I - آليات الاتصال الفضائي الجديد:

(البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية):

عندما نتحدث عن آليات إتصال الفضائي الجديد، فإننا نشير في البداية إلى تعددها من حيث الأشكال والأساليب، ومن حيث الأدوات والقنوات المستخدمة، لكن نحن في هذه الدراسة سنتحدث عن آليات البث التلفزيوني الفضائي، والتي تتمحور في إعتقادنا حول ثلاث أدوات رئيسية هي التلفزيون كجهاز للإستقبال، والأقمار الصناعية كأدوات للبث، والقنوات الفضائية كظاهرة إتصالية ناتجة عن التطورات الحاصلة في مجال الإتصالات الفضائية وتقنياتها.

1 - التلفزيون:

يعد التلفزيون من بين وسائل الإعلام الجماهيري التي إستفادت من الثورة التكنولوجية وذلك لما لهذه الوسيلة من قدرة على التأثير والتغيير للمواقف والإتجاهات، ولما تنفرد به من قدرة على الاستحواذ على قطاع واسع من

الجمهور، وصفه أحد خبراء الإتصال بأنه «جمهور مهول، من حيث حجمه الكلي، ومن حيث نسبته المثوية من السكان، إنه ظاهرة إجتماعية لا سابق لها في التاريخ»(3).

إن ما شهدته هذه الوسيلة من تغيرات وتطويرات على المستوى التقني لم تشهده الوسائل الإعلامية الأخرى، وقد يعود ذلك إلى كون هذا «العلاق الهادئ» Le Géant Timide (4)، قد اكتسح مختلف مجالات الحياة الإنسانية، وامتدت وظائفه لتشمل كل أوجه النشاط الإنساني، وأصبحت مجتمعات هذا القون تدين إلى التلفزيون في كونه إحدى أهم مصادر الثقافة والمعرفة، وإحدى أهم ركائز التأثير والتغيير وخاصة بالنسبة للقوى التي تسعى للهيمنة الإعلامية والثقافية.

هذا بالإضافة إلى تلك القدرات التي تمتلكها الوسيلة في نقل المعلومات من حيث التركيبة الثلاثية المنفردة نص + صورة + صوت (5) وهي قدرات لا تمتلكها ولن تمتلكها باقي وسائل الإتصال الجماهيري الأخرى، مهما كانت أشكال التطوير.

ويمكننا حصر مظاهر التطوير والتحسين التي شهدتها التلفزيون، وبشهادها مستقبلا في الجوانب الآتية:

- مظاهر التطوير:

في الواقع فإن التلفزيون لم يعرف تغيرات جذرية منذ نشأته، بإستثناء

إستخدام الألوان في منتصف الستينات إلا أنه في العشرية الأخيرة، أخذ يشهد تطورات وتغيرات جذرية أدت إلى ظهور ما يعرف بالتلفزيون T.V.H.D وهي تغيرات تدفع تلفزيون نهاية هذا القرن والقرن القادم، لأن يكون مستطيل الشكل، وبصوت «ستيريوفوني»، وبصورة واضحة جدا وبمشاركة أكبر للجمهور في العديد من مراحل إعداد الرسائل الإعلامية(6).

1 - الشكل:

فيما يتعلق بشكل الشاشة، فإنها تتوجه نحو الإستطالة أكثر، والإقتراب من شاشة السينما، وهذا سيمكن التلفزيون من عرض الأفلام السينمائية 35 ملم دون الحاجة إلى إستخدام ذلك الفاصل الأسود في أعلاها وأسفلها، نظر لعدم تناسب الصورة السينمائية مع الصورة التلفزيونية سابقا، وهذا يرشح التلفزيون لأن يحل محل دور العرض السينمائي التي ظلت تنفرد ولمدة طويلة، بسمات العرض الجيد والملائم لمختلف المنتجات السينمائية، وهناك الكثير من الدراسات التي رصدت هذه العملية وكشفت عن التراجع المذهل لمبيعات دور العرض السينمائي من التذاكر، مقابل تنامي هائل في جمهور شاشات العرض التلفزيوني.

2 - الصوت:

إن إدخال الصوت الرقمي الستيريوفوني من نوع HIFI نوع آخر من

التطورات، لأنه مهما كان نوع الجهاز الإستقبالي في الوقت الحالي، فإن الصوت يبقى رديئا، ما عدا النظام الألماني P.A.L الذي يمنح صوتا معادلا للصوت الإذاعي على أمواج الـ F.M. لذلك فالأبحاث ما إنفكت تتناول هذا الجانب، قصد تحقيق إستماع جيد ومشوق من قبل الجمهور لهذه الوسيلة (7).

3 - الدبلجة:

هناك تغيرات وتطورات يشهدها هذا الجانب، فالحصة أو البرنامج الواحد يمكن أن يرسل بلغات متعددة، وكل مشاهد يختار اللغة التي يستمع بها إلى البرنامج أو الرسالة الإعلامية، ومن الأمثلة على ذلك، فبإمكان المشاهد أن يشاهد مقابلة في كرة القدم بتعليق ألماني وبإمكان زميله الإسباني في نفس العمارة أن يسمع إلى التعليق باللغة الإسبانية، وهذا ما تعمل به حاليا بعض القنوات الفضائية مثل: Euto, News و Euro, Sport، وستتعمم المشاركة على الكثير من القنوات التلفزيونية مستقبلا، خاصة القنوات الفضائية التي تبث إلى الجمهور الواسع الذي يتميز بالتنوع اللغوي وتعددده، إلى جانب التنوع الثقافي والإجتماعي.

4 - الإتجاه نحو الشاشة المسطحة:

إن الرغبة في التقليل من حجم التلفزيون وسمكه، جعل الشركات المهتمة بصناعة التلفزيون تتجه إلى الإهتمام بهذا المجال، لأن حجم التلفزيونات

الحالية لا يتلاءم والتكنولوجيا المعاصرة من جهة، وظروف المستقبل من جهة أخرى، فالأجهزة الحالية يتراوح وزنها بين 25 كلف و 30 كلف، وقد يصل إلى 70 و 110 كلف في حال الشاشات العملاقة Ecran Géant (8).

وتتجه الأبحاث لإنتاج تلفزيون بشاشة كبيرة قطرها أكثر من 1م، ولكن وزنها لا يتعدى الـ 15 كلف وسمكها لا يزيد عن 30 سم.

أما التلفزيونات العادية، فإن الأبحاث تتجه إلى إنتاج تلفزيونات حائطية TV murale لا يزيد سمكها عن 10 سم. وقد بدأت نماذج منها تعرض في بعض الأسواق - وبالتالي فإن تلفزيون المنزل المستقبلي سيكون بمثابة لوحة «زيتية» يضعها صاحب المنزل في أية زاوية من المنزل، أو أي حائط يراه ملائماً لمشاهدة العرض التلفزيوني (9).

5 - الإخراج التلفزيوني:

يشهد أيضا الإخراج التلفزيوني تغيرات جذرية. وقد بدأنا نلاحظ ذلك من خلال طريقة إخراج البرامج الإستعراضية وكذلك الإعلانات. فالأبحاث تتجه إلى إدخال تطورات هائلة، ولعل المثال الآتي يوضح ذلك. فقد أشارت إحدى الدراسات إلى أنه وفي مجال الإعلانات وخاصة الرياضية، وبخصوص اللوحات التي توضع على جنبات ملاعب كرة القدم أو التنس أو باقي الرياضات الجماعية الأخرى، ستشهد ثورة جديدة لا عهد للمشاهد بها في التجارب السابقة، ففي دورة 1998 لبطولة العالم لكرة القدم، قد يشاهد

المشاهد الأمريكي إعلانات عن سيارة فورد Ford على جنبات ملعب الأمراء، وفي نفس المقابلة يشاهد جزائري أو فرنسي إعلان مكان لوحة فورد عن سيارة بيجو Peugeot أو رنو Renault، وذلك بطريقة تقنية حديثة، يقوم من خلالها المخرج بنزع صورة سيارة فورد ووضع مكانها سيارة بيجو على مستوى الشاشة، في حين أن الواقع شيء يخالف ذلك تماما (10).

6 - تنمية مشاركة المشاهد - تلفزيون المشاركة: T.V Interactive

هذا التغيير سيقرب موازين النظرية التي جاء بها «مارشال ماك لوهان» من حيث تصنيفه لوسائل الإعلام، إلى وسائل باردة وأخرى ساخنة، ووضع التلفزيون ضمن الوسائل الباردة التي تقضي على ما يسمى بمشاركة المستقبل في صنع الرسالة الإعلامية. من الأمثلة على ذلك ما توصلت إليه إحدى الشركات الكندية، إذ حولت المشاهدين من وضعية الإستقبال السلبي إلى مشارك أو «مخرج إضافي» إذ بإمكانه أن يختار وضعية الكاميرا أو الزوايا التي تلتقط بها الصورة، وإمكانية إعادة اللقطات التي يريدتها وخاصة في المقابلات الرياضية أو منازلات الملاكمة (11).

وهناك الآن جيل من التلفزيونات التي تعرض على شاشتها أربع برامج أو أربع قنوات تلفزيونية، والمشاهد يختار البرنامج الذي يريده أو القناة الذي يريدها، من خلال تكبير وجودها على الشاشة، وحصر البرامج والقنوات

الأخرى في زوايا معينة منها، حتى تتسنى له متابعة القناة التي يريدّها أو البرنامج الذي يريدّه، دون تفويت فرصة عدم مشاهدته لوسائل أخرى يعجز التلفزيون بتقنياته الحالية من توفيرها له.

إلى جانب ذلك فإنه بفضل هذه التغيرات فإن أسعار التلفزيون ومختلف ملحقاته، تتجه نحو الإنخفاض، وبالتالي ستكون هذه الوسيلة في متناول الكثير من الشرائح الإجتماعية، فبعد أن كان الجهاز في الستينات تعبيرا عن الثراء والرفاه الإجتماعي وخاصة في البلدان النامية مثل الجزائر، وبعد أن كان «الهوائي المقعر» أو البرابول تعبيرا عن ذلك أيضا في نهاية الثمانينات، فإن إمتلاك جهاز التلفزيون وملحقاته الجديدة، لم يعد معيارا للتصنيف الإجتماعي، بقدر ما أصبح متاعا من أمتعة المنزل يشارك في إمتلاكه الفقير والغني على حد سواء.

وهذا ما يجعل البحث في تأثيرات هذه الوسيلة من أهم حقول الأبحاث الإجتماعية والإعلامية وذلك لكثافة إنتشارها وكثافة مضامينها، ولقدراتها الهائلة في التأثير على القيم والسلوكات والمواقف، وهي سمة لا تستطيع أية وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري الحالية أن تنافسها فيها.

2 - الأتمار الصناعية:

يسمي بعض المختصين الأتمار الصناعية «التوابع» لتبعيتها في مدارها للأرض وأسوة بما هو شائع عند الحديث عن الكواكب - والبعض

يسمىها «السواتل» وهي ترجمة حرفية لمصطلح Satellite بالإنجليزية، كما هناك من يطلق عليها اسم الأقمار الإصطناعية، والأقمار الصناعية. أما من حيث الوظائف فهي متعددة، فهناك أقمار للتجسس وأقمار للكشف عن الثروات والخيرات والمعادن الموجودة في باطن الأرض، وفي رسم خرائط يستعان بها في النشرات الجوية، وأقمار خاصة بالإتصالات، والتي تستخدم في المكالمات الهاتفية ونقل الصور عن بعد (FAC-simile) ولطباعة الجرائد عن بعد.

وتستخدم كذلك في عقد المؤتمرات عن بعد (Télé - conferences) والربط بين الحاسبات الإلكترونية، بأعتبارها مخزنا للمعلومات في مجالات مختلفة، وفي مجال الإذاعة (الراديو) و (التلفزيون).

وبصورة موجزة نقول أنه منذ غزو الفضاء عام 1957، فإن عملية التطوير في الأقمار الصناعية لم تتوقف، كما أن غزو الفضاء الخارجي بواسطة هذه الأدوات ما إنفك يتزايد، حتى أن المطالبة بضرورة مراقبة هذه الأقمار أخذت تتصاعد وخاصة الأقمار الموجهة لتطوير الأبحاث والإكتشافات العلمية، لما تحويه من مخاطر على البيئة والإنسان، الأمر الذي أدى بالأمم المتحدة إلى تحريم ومنع إستخدام الطاقة النووية في المجال الجوي، شعورا منها بأن الفضاء الخارجي قد تحول إلى مقر للنفايات للعشرات من الأقمار الصناعية التي تسبح في الفضاء الخارجي مهددة سلامة البشرية والبيئة في

أية لحظة(12). أما من حيث المدار فهي على نوعين:

- 1 - أقمار غير ثابتة: وتأخذ مسارا بيضويا حول الأرض على مسافة قريبة نسبيا، تبعد وتقترب من سطح الأرض، فالقمر الصناعي «سكور» "Score" مثلا كان مداره على بعد يتراوح ما بين 190 و 1006 كلم.
- 2 - أقمار ثابتة (بالنسبة للمشاهد الأرضي)، وهي التي تأخذ مدارا على مستوى خط الاستواء ويبعد عن سطح الأرض بـ 3600 كلم ويطلق على هذا المجال إسم Orbite Géostationnaire (13).

- المحطات الأرضية:

إن كل نوع من الأقمار الصناعية (والإشارة هنا إلى الأقمار غير الثابتة) يحتاج إلى محطات أرضية، مزودة بهوائيات التوجيه، لمتابعة القمر فور ظهوره في الأفق وحتى لحظة إختفائه، بينما الأقمار الثابتة في حاجة إلى أن تكون الهوائيات في المحطات الأرضية أكثر كفاءة، وثابتة تجاه القمر الذي يخدمها للإستقبال والبث.

فالمحطة الأرضية هي الوسيط الذي يقوم بنقل الرسالة إلى القمر الصناعي، وهو ما يسمى بالبث من نقطة إلى نقطة Point to Point وتسمى الأقمار في هذه الحالة بأقمار التوزيع، وهو ما يؤخذ به في الكثير من البلدان من بينها الجزائر.

إذ من خلال المحطة الأرضية تصل المواد التلفزيونية، مثلا مباراة في كرة القدم بإيطاليا عبر قنوات القمر الصناعي، من خلال واصلة صاعدة إلى القمر من المحطة الأرضية المقامة في إيطاليا، وفي واصلة هابطة من القمر إلى محطة «الأخضرية» ومنها إلى مبنى التلفزيون، فألى محطة الإرسال الرئيسية للتلفزيون الجزائري في «أولاد فايت» إلى هوائيات الإستقبال في المنازل بالجزائر العاصمة، إلى أجهزة التلفزيون أمام المشاهدين.

ووفقا لهذا الأسلوب، لا بد من مرور الرسائل الإعلامية (برامج، أفلام، مقابلات رياضية) من خلال هذه المحطة، التي تقوم هي والمسؤولون مع التلفزيون الجزائري بعملية التصفية، وبدور «حارس البوابة» الذي يسمح أو لا يسمح بعبور المادة الإعلامية. إلي جانب البث من نقطة إلى نقطة، يمكن أن تصل مواد التلفزيون من محطة أرضية عبر القمر الصناعي إلى شاشات التلفزيون مباشرة، دون المرور بالمحطة «المصفاة» وبالتالي دون أي تدخل من قبل المسؤولين، وهو ما يطلق عليه إسم «البث المباشر» وتسمى الأقمار التي تقوم بهذه العملية بأقمار البث المباشر.

- البث المباشر عبر الأقمار الصناعية:

إذا كانت بعض شبكات التلفزيون الدولية مثل "Euro Vision" تشرط ضرورة توافر محطة أرضية في الدولة طالبة العضوية، فإن هذا الشرط، تم

تجاوزته اليوم، في ظل الأقمار الصناعية المزودة بقنوات قمرية غزيرة الإشعاع، تمكن من وصول البث التلفزيوني من محطة أرضية مثال الجزائر - عبر القمر الصناعي إلى شاشات التلفزيون في فرنسا مباشرة، بشرط توافر هوائي «البرابول» ومحلل Décodeur، تنتقل من خلاله إشارات القمر الصناعي إلى أجهزة التلفزيون، وبشرط أن يكون للجهة الموصلة قمرا صناعيا للقيام بالمهمة، أو تأجير قناة من قمر صناعي للقيام بها كما هو الحال مع القناة الفضائية الجزائرية (14).

وقد بدأت عملية التفكير في البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية في منتصف السبعينات، إذ شهدت سنة 1976 الإنطلاقة الأولى في مشروع قمر صناعي للبث التلفزيوني المباشر وبالتحديد في سنة 1976 بالقارة الأوروبية، وتبعتها فيما بعد مبادرات إنفرادية أو ثنائية على غرار الإتفاقية الموقعة بين فرنسا وألمانيا الفيدرالية في أكتوبر 1979 والتي أنجبت فيما بعد القمر الصناعي الفرنسي T.D.F 1 و T.V Sat الألماني في عام 1985 .

ولم يكن المختصون في الثمانينات، يتوقعون أن عملية البث بواسطة الأقمار الصناعية ستتطور بهذه السرعة.

ومن العقبات التي كانت تشد أنظار المختصين والمهتمين بقطاع صناعة الأقمار الصناعية للبث التلفزيوني المباشر، هي الصعوبات التقنية، وتكلفة أجهزة الإستقبال، وخاصة الهوائيات «المقعرة»، فلم يكن بوسع المستقبلين إلتقاط البرامج التلفزيونية بواسطة الأقمار الصناعية، إلا بتوافر شروط أو

ظروف مساعدة وفي مقدمتها هوائي يزيد قطره عن 2 متر (15).

من هنا كانت عملية الإستقبال في البداية مقصورة على وضعيات معينة أو أماكن عمومية مثل «دور السينما»، وقاعات الحفلات، والمسارح..»
وقد بلغ ثمن الهوائي في فرنسا في أبريل 1985 حوالي 15000 فرنك فرنسي وهو ما يعادل 12.000.000 سنتيم جزائري بالإضافة إلى تكاليف الجمركة والنقل (16) وهذا ليس في متناول جميع المستقبلين في فرنسا، ولا سيما في الجزائر.

وهذه الوضعية جعلت امتلاك الهوائيات المقعرة في البداية وقفا على المؤسسات العامة وكذلك الفئات المسورة إجتماعيا، لتنتشر فيما بعد بفضل الإتجاه إلى إنتاج الهوائيات الصغيرة ذات الإستعمال الفردي، والأسعار المتيسرة في ظل تنافس شركات صناعة التلفزيون ولواحقه.

ونخلص في الأخير إلى أن الفضاء اليوم يعج بعشرات الأقمار الصناعية للبت التلفزيوني المباشر نذكر منها على سبيل المثال:

Arabsat, Kepernikus, Hispasat, Eutelsat, Télécom, Astra.

- القمر الصناعي العربي عربسات:

عند الحديث عن القمر الصناعي العربي - عربسات - يجب الإشارة إلى أن هناك في الوقت الحالي جيلين لهذه الشبكة.

الجيل الأول يبدأ مع الإطلاق الأول في فبراير 1985 لعريسات 1 . وفي 17 يونيو من العام نفسه أطلق القمر الثاني عريسات 1 ب، وبه 25 قناة كلها صالحة للعمل (11 قناة لخدمة الهاتف الإقليمي، ومثلها للخدمات المحلية، وقناتان لنقل برامج التلفزيون والجمع في الحيز الترددي "C" وقناة واحدة غزيرة الإشعاع - وهي المسماة قناة التلفزيون الجماعي - في الحيز الترددي "S" .

وفي 25 فبراير 1992 أطلق القمر الثالث من هذا الجيل «عريسات واحد ج» والأقمار الثلاثة التي أطلقت لعريسات تشكل الجيل الأول من أقمار عريسات المتزامنة، والتي ترتفع عن سطح الأرض بمسافة تقترب من 36000 كيلومتر. وكان قد تم بناؤها على عاتق شركة Aerospatiale الفرنسية في عام 1981 وكذلك بالنسبة لصيانتها، وبلغت تكاليف إطلاق الأقمار الثلاثة 250 مليون دولار(17).

أما الجيل الثاني فيشمل الأقمار التي ستغطي الفترة من 1995 إلى 2007 . مع مراجعة الإستخدامات الفعلية من ناحيتي الكم والنوع وحجم الإستشارات وتعزيز الجوانب التجارية للمشروع.

واهتمت مؤسسة عريسات بتجهيز الجيل الثاني لأقمارها بقدرة بث عالية من قنوات رفيعة المستوى. مما يمنح المشاهد العربي أيا كان مكان تواجده في الوطن العربي قدرة على إستقبال بث القمر بهوائيات أقل حجما مما عليه

الآن، وبالتالي التخفيض من تكاليف الإستقبال التي لم تكن في متناول الفرد العربي بسبب غلاء ثمن الهوائيات التي يزيد قطرها عن 2 م (18).

ويسعى الجيل الثاني من أقمار عربسات إلى تفادي جوانب القصور في التجربة الأولى التي ظهرت في الجيل الأول والتي أكدت شيئين:

أولاً: التبعية الإعلامية المطلقة للبلدان الصناعية.

ثانياً: فشل توظيف عربسات في خدمة أهداف الإعلام العربي.

ونورد هنا بعض الأهداف التي سطرت للجيل الأول والخدمات المرجوة فيها وهي:

1 - تبادل البرامج الإخبارية.

2 - البث التعليمي ويشمل:

أ - رفع مستوى الخدمة التعليمية.

ب - الأخذ بالنظريات الحديثة في طرق التعليم.

ج - تدريب المعلمين.

د - تعليم الكبار ومحو الأمية.

3 - تطوير الإتصالات بشتى أنواعها.

وكتقييم للتجربة الأولى يمكننا القول أنها لم تحقق الكثير سوى مجال الخدمات الهاتفية الإقليمية، أما ما عدا ذلك فإن الأرقام تعبر عن نفسها

بنفسها، وخاصة في مجال الخدمة الإعلامية والتلفزيونية على الخصوص، إذ لم يتجاوز الإرسال التلفزيوني خلال عام 1990 الـ 208 دقائق في اليوم، مقابل 214 دقيقة خلال عام 1991 (19).

3 - القنوات الفضائية:

ساعد تطور تكنولوجيات الإتصال - وبخاصة تطور الأقمار الصناعية للإتصال - وظهور أجيال أقمار البث التلفزيوني المباشر على ظهور عشرات القنوات الفضائية - وهي في تزايد مستمر - وبات وضعها يشبه وضع وكالات الأنباء الدولية والوطنية في السنوات الماضية، حيث كانت كل دولة تعمل على إقامة وكالة للأنباء لإستكمال عناصر السيادة، والشيء نفسه اليوم مع القنوات الفضائية، وإن كنا نسلم في البداية بأختلاف الأمرين من حيث الوظيفة والأهداف.

وما نسجله أيضا هو أنه إذا كانت هذه البلدان قادرة على إنشاء هذه القنوات وخاصة الدول النامية إلا أنها تظل عاجزة عن إنجاز أقمار صناعية خاصة بها، الأمر الذي يدفعها إلى تأجير قنوات من الأقمار الصناعية العاملة، وهذا يكلف ميزانية الدولة الكثير من الأموال والمصاريف بغض النظر عن كونها ستنجح أم لا تنجح في جلب المشاهدين إلى برامجها وهذا في مواجهة تكنولوجيات البث والعرض على شاشات البلدان المتطورة.

وكمثال على ذلك نورد مثال فرنسا البلد القريب من الجزائر، فمجموعة الأقمار الصناعية بهذا البلد: Astra و Eutelsat و Canal satellite، تستأجر قنواتها عشرات المحطات من فرنسا وخارجها.

فالقمر الصناعي Astra تبث عبره 32 قناة منها C.N.N ، Eurosport ، M.T.V ، Sky News ومجموعة من القنوات الألمانية والهولندية والفرنسية والصينية.

أما Eutelsat فتبث عبره مجموعة من القنوات الأوروبية، وقناة تونسية والقناة الفضائية الجزائرية A.T.V، وقناة مغربية وأخرى تركية. بالإضافة إلى قناة إسمها Rendez-Vous باشرت عملها في سبتمبر 1995 . وأخيرا Canal Satellite ، التي تبث عبرها Canal planète و Canal J و Canal Jimmy و Eurosport و Paris première و M.C.M بالإضافة إلى قناتين سينمائيتين(20).

وهكذا فبإمكان المشاهد اليوم وباستخدام هوائي مقعر لا يزيد قطره عن 90 سم أن يلتقط عشرات القنوات.

وللتدليل على ذلك نورد بعض القنوات التي تلتقط في الجزائر بواسطة هوائي مقعر صغير أو فردي وهي:

القمر الصناعي Astra 19.2E أهم القنوات:

C.N.N. و Eurosport . Vox و R.T.L 2

القمر الصناعي: Eutelsat 1 (IF2, 10E) أهم القنوات:

RAIDUE, RAIUNO, T.VE

القمر الصناعي: Eutelsat (IF, 16 E) أهم القنوات:

Polsat, Egyptsat, TV.Polonia

القمر الصناعي: Eutelsat 1 (IF, 13 E) أهم القنوات:

TV 5, D.W, M.B.C, Euronews, Viva

القمر الصناعي: Telecom (2A, 8 W) أهم القنوات:

(21)T.F1, France 2, A.R.T.E, R.T.L, Canal +, M.C.M

مع الملاحظة أنه بإمكان المشاهد أن يلتقط بعض القنوات على أكثر من قمر صناعي لأن كل قمر يرتبط إرساله بمنطقة جغرافية محددة، لذلك تلجأ بعض القنوات لتوسيع شبكات إرسالها أو مناطقها الجغرافية إلى تأجير قنوات الكثير من الأقمار الصناعية، فمثلا قناة M.B.C الفضائية تبث إلى بلدان المغرب العربي عبر القمر الصناعي Eutelsat 1 (IF3, 13 E)، والقمر الصناعي العربي Arabsat (عريسات).

والخلاصة وكما سبقت الإشارة، فإنه لا يكاد يمر يوم إلا ونشهد فيه ميلاد قنوات فضائية جديدة، أو إعلان في الجرائد عن الشروع في البث عبر الأقمار الصناعية وتحديد كيفية إلتقاط برامج القناة ومشاهدة برامجها.

إن تنامي ظاهرة التوابع الصناعية أو الأقمار الصناعية، وما تلاه من تطور لعمليات البث التلفزيوني المباشر، جعل الكثير من المهتمين يتناولون هذه الظاهرة ومدى شرعيتها في القوانين والمواثيق الدولية وستعرض فيما يلي بشيء من الإيجاز إلى وضعية الأقمار الصناعية والقنوات الفضائية في هذه المواثيق.

4 - أقمار البث التلفزيوني المباشر والقنوات الفضائية والقانون الدولي:

عندما نبحث في الدراسات والموضوعات التي تناولت هذه الظاهرة، نعود إلى تقرير لجنة «شون ماكبرايد» التي نبهت إلى مدى خطورة الموضوع منذ سنوات، حيث جاء فيها على الخصوص:

«وهكذا فتحت توابع الاتصال الصناعية، بطاقتها المذهلة والزيادة السريعة في عددها والأهم من ذلك، بفضل تضافر إستخدامها مع الحاسبات الإلكترونية والتلفزيون آفاقا جديدة واسعة النشاط. كما أن إمكانات تطورها ضخمة، ولا يقتصر الأمر على تلك الإمكانيات، ذلك أن إزدياد عدد الدول المهتمة بإستخدام التوابع الصناعية للإتصالات الداخلية والدولية، يدفعنا إلى تأكيد الحاجة إلى مناقشة أكثر إتساعا، وإلى حلول أسرع لمشكلات كثيرة

ذات طبيعة قانونية ومالية واقتصادية واجتماعية ونفسية وثقافية
وسياسية»(22).

كما أن منظمة اليونسكو قد أشارت إلى هذا الموضوع من خلال إعلان
المبادئ الخاصة باستخدام الإذاعة (راديو وتلفزيون) والذي قدمته وأعدته في
عام 1972 ينص على مايلي: «تخدم الإذاعة بواسطة الأقمار الصناعية
سيادة جميع الدول وتساوي بينها... وأن هدف الإذاعة هنا هو أن تكفل أوسع
إنتشار ممكن بين شعوب العالم لإنباء جميع الدول المتقدمة والنامية على
سواء، وأنه ينبغي للبرامج الثقافية أن تسعى لإثراء جميع الثقافات، وأن
تحترم الطابع المميز لكل ثقافة وقيمها وكرامتها، وحق جميع البلاد والشعوب
في المحافظة على ثقافتها بوصفها جزءا من تراث الإنسانية المشترك...»
(23).

كما تضمن هذا الإعلان أيضا المبدأ الذي يشير إلى تشجيع عقد إتفاقيات
بشأن الإذاعة المباشرة من الأقمار الصناعية إلى غير سكان الدولة التي تبث
البرامج، وصوتت الجمعية العامة في نوفمبر 1972 لصالح هذا الإعلان.

كما أن قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة (القرار 92/37) المعتمد في
ديسمبر 1982 نص على: «كل دولة تعتزم إنشاء خدمة تلفزيونية دولية
مباشرة بالأقمار الصناعية أو التصريح بإنشائها أن تخطر فورا الدولة أو
الدول المستقبلية بإعتزامها هذا والدخول سريعا في مشاور مع أي من تلك
الدول التي تطلب ذلك (المادة العاشرة من القرار فقرة 13)(24).

وأضاف القرار « لا تنشأ خدمة تلفزيونية للبث المباشر عبر القمر الصناعي إلا بعد الوفاء بالشروط الواردة في الفقرة أعلاه (الفقرة 13) وعلى أساس إتفاقيات أو تسويات، كما تطالب ذلك الوثائق ذات الصلة للإتحاد الدولي للإتصالات السلوكية واللاسلكية (25).

رغم هذه القرارات والإعلانات، فإن عملية إنتهاك هذه القرارات ما زالت متواصلة وهذا ما أدى إلى إنتهاك سيادة الكثير من الدول وخاصة البلدان النامية التي لا تمتلك قدرات لمواجهة هذه العملية، وبات في ظل هذه الأوضاع فضاؤها قبلة لموجة كبيرة من القنوات الفضائية، التي تبث مضامين لا تتماشى في الغالب مع عمليات التغيير والتنمية الجارية فيها، وتساهم بشكل كبير في عمليات التغريب والمساس الكبير بالهوية والشخصية الوطنية، ضمن مخطط عالمي يسعى إلى «تحديث النماذج الثقافية المحلية». وإلى «أمركة» العالم.

وإذا كانت بعض الدول من العالم الثالث قد لجأت إلى قوانين ردعية تحرم من خلالها إمتلاك الهوائيات المقعرة كما هو الحال في إيران والمملكة العربية السعودية (26).

وكما فعلت تونس بعد أن عرضت إحدى المحطات الفرنسية تحقيقا متلفزا عن الأوضاع السياسية في هذا البلد، فإن ذلك في إعتقادنا أمر يتعارض وحق المواطن في الإعلام، ويتنافى مع دعوات التفتح والحوار بين الحضارات والمجتمعات، وليس أمام هذه البلدان في الوقت الراهن سوى العمل على

حماية الهوية والشخصية الوطنية من خلال تطوير قنواتها الوطنية، وإنتاج البرامج القادرة على المنافسة وتطوير تجارب القنوات الفضائية الوطنية أو العربية كما هو الحال في محطات مركز تلفزيون الشرق الأوسط (M.B.C) وقناة دبي الفضائية وقناة الجزيرة القطرية، التي تقدم برامج عربية متنوعة، وتفتح قنواتها لمختلف الكوادر الإعلامية العربية، مستفيدة من أحدث تكنولوجيات البث الفضائي المباشر، مشكلة بذلك صمّام أمان إعلامي للجمهور العربي في ظل الغزو الإعلامي الفضائي الغربي المتزايد يوماً بعد يوم.

II - البث التلفزيوني وتكنولوجيا الإتصال الجديدة (الآثار التكنولوجية):

يجمع المهتمون بموضوع الإتصال ووسائله، على أن نهاية القرن الحالي وبداية القرن القادم سيشهدان ثورة عارمة في مجال تكنولوجيا الإتصال، وإن كانت ملامح هذه الثورة قد أرست معالمها منذ التسعينات. فقد إتجهت مجمل الأنشطة الإنسانية لخدمة هذا المجال: فقد قدر أن أنشطة الإتصال قد أوجدت في العقود الأخيرة في عدد من البلدان المتقدمة وظائف يزيد عددها على الوظائف التي أوجدتها أنشطة سائر القطاعات كالزراعة والصناعة والخدمات خلال مئات السنوات من التواجد (27).

كما أن بعض المحللين الإقتصاديين يميلون اليوم إلى وضع مجموعة كاملة من الأنشطة البشرية والاجتماعية والتعليمية والثقافية والإقتصادية في سياق الإتصال بأوسع معانيه (28).

كما أن هذا التفاؤل تدعمه فكرة أن قطاع خدمات الإتصال لا يعاني من الندرة التي قد تعاني منها بعض القطاعات الأخرى من النشاط الإنساني وقد لخص هذه الوضعية أحد خبراء الإتصال بقوله:

« في العقود القادمة سيكون القطاع الأكثر حيوية في إقتصادنا هو قطاع خدمات الإتصالات، بما أن نمو القطاعات الأخرى محدودا، بتقيّد الموارد فإن تدفق الرموز يمكن أن يستمر في تحسين الحياة الإنسانية. إن القيود على الموارد يؤثر على الإتصالات أيضا مثل مخزون ورق الصحف والنحاس، ولكن الحلول التقنية تسمح بتزايد معالجة المعلومات بأستخدام موارد أقل نسبيا،»

ويخلص إلى أنه «في المجتمع الإعلامي الذي بدأنا ننتقل إليه تعد المعرفة والإتصالات من بين السلع القليلة التي يمكن تقديم المزيد منها إلى جميع المواطنين في العالم دون تخوف من النمو السكاني، والتوقعات المتزايدة» (29).

ونحن نؤيد هذه الفكرة، بأعتبار أن قطاع الإتصال سيظل القطاع الوحيد الذي لا يحتاج إلى الخامات النادرة. كما أن التطويرات الحاصلة في مجال

البحث عن بدائل للطاقة سيكون الإتصال القطاع الأكثر إستفادة منها، هذا فضلا عن أن التوسع في شبكات الإتصال وبمختلف أشكالها لا يوقفه عائق الزيادة السكانية، ونبرر ذلك بكون وسائل الإتصال الجماهيري وفي مقدمتها التلفزيون من الوسائل التي لا تتوقف في البحث عن جماهير جديدة، وعن مستقبلين جدد لإستقبال رسائلها ومضامينها الإعلامية.

ويمكننا أن نعالج سمات هذه المرحلة (مرحلة تكنولوجيايات الإتصال الجديدة) في الجوانب التالية:

أولا على مستوى تقنيات الإتصال:

قبل الشروع في الحديث عن هذا الجانب، يجدر بنا ضرورة تحديد مصطلح أو مفهوم بات متداولا بكثرة عند الخبراء والباحثين في مجال علوم الإعلام والإتصال إنه مصطلح تكنولوجيا الإتصال.

لقد أورد د. عارف نبيل تعريفا له يلم في إعتقادنا بالكثير من جوانبه، فتكنولوجيايات الإتصال هي: «مجموع التقنيات أو الأدوات أو الرسائل والنظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى، الذي يراد توصيله من خلال عملية الإتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي أو الجمعي أو الوسطي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة

أو الرقمية (من خلال الحاسبات الإلكترونية). ثم تخزين هذه المعلومات، ثم إسترجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الإتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة أو مسموعة مرئية أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان إلى آخر، وتبادلها، وقد تكون تلك التقنيات يدوية أو آلية أو إلكترونية أو كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الإتصال، والمجالات التي يشملها هذا التطور(30).

ومن نتائج هذا التطور والناجم عن ثورة المعلومات بالدرجة الأولى هو إندماج التقنيات المختلفة مع وسائل الإتصال، وهذا من أجل مزيد من التيسير على المستخدمين من الجمهور، مما أدى إلى بروز تكنولوجيا جديدة للإتصال، أثرت بشكل كبير على وسائل الإتصال الجماهيري، وإزدادت قدراتها وتأثيراتها على جميع المستويات السياسية والإقتصادية والإجتماعية والنفسية.

ويمكننا تلخيص أهم سمات تكنولوجيا الإتصال الراهنة في الجوانب التالية:

1 - التفاعلية:

أدت التطورات الحاصلة في وسائل الإتصال إلى قلب موازين العملية الإتصالية فلا وجود للقائم بالإتصال أو المصدر كما كان ساريا من قبل، أو

المستقبل والمتلقي للرسائل الإعلامية، فقد تحول الإثنان إلى مشاركين، من خلال تأثير التكنولوجيا الجديدة على الأدوار وتداولها في العملية الإتصالية، فجمهور التلفزيون منحه التقنيات الجديدة فرصا كبيرة لكي يتحول إلى مشارك في صنع الرسائل من خلال أجهزة الإتصال الجديدة كالفاكس والفيديو (التليفون المرئي) والديكودور أو المحلل (31).

2 - عدم الارتباط بعنصر الوقت:

وتعني إمكانية إرسال الرسائل، وإستقبالها في أوقات مختلفة تتلاءم وظروف المستقبل، من خلال إعادة بعض البرامج، أو من خلال تسخير تقنيات الإتصال الحديثة مثل الفيديو، تسجيل البرامج وتخزينها، ومشاهدتها في الأوقات التي تناسب المستقبل.

3 - اللامجاهيرية (الرسائل الإعلامية الشخصية):

ومعناه أن رسائل الإتصال قد توجه إلى مجموعة من الأفراد (الجماهير) أو قد توجه إلى فرد بعينه، فقد سمحت انوسائل الجديدة للفرد بأن يستقل عن المجموع من حيث الرسائل التي يتابعها، ومثال ذلك محطات البث التلفزيوني في البلدان المتقدمة والتي تقدم برامج متنوعة حسب طلب المشترك ورغباته.

4 - التوجه نحو التصغير:

تتجه رسائل الإتصال الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان إلى آخر، وبالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك، عكس مستهلك العقود الماضية الذي إتسم بالسكون والثبات. ومن الأمثلة عن هذه الوسائل الجديدة تليفزيون الجيب، والهاتف النقال والحساب النقال المزود بطابعة إلكترونية.

5 - قابلية التحويل:

أدى إندماج أنظمة المعلومات وتكنولوجية الإتصال والحاسبات الإلكترونية إلى إمكانية تحويل الرسائل الإتصالية من طبيعة إلى أخرى، من رسائل مسموعة إلى رسائل مطبوعة أو من رسائل مرئية إلى رسائل مطبوعة كما هو الحال في أنظمة التيليتكست، التي تقدم خدمات ورسائل مطبوعة على شاشات التليفزيون تلبية لرغبات زبائننا التي أضحت تتميز بالتعدد والتنوع، ويبرز هذا أيضا في أنظمة الدبلجة والترجمة للمواد المرئية كما هو الحال في بعض المحطات التليفزيونية مثل: Eurosport و EuroNews .

6 - قابلية التوصيل والتركيب:

لم تعد شركات صناعة أدوات الإتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض،

فقد إندمجت أنظمة الإتصال، واتحدت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المختصة في صناعة أدوات الإتصال، ومن الأمثلة الدالة على ذلك، وحدات الهوائي المتفرع، التي يمكن تجميعها في موديلات مختلفة الصنع، لكنها تؤدي وظيفتها في مجال إستقبال الإشارات التلفزيونية على أكمل وجه، فهناك الهوائي القائم على الوحدات التالية، الصحن من صنع شركة Eston والديمو (المحلل) من صنع شركة Next ware و la Tête من صنع شركة Sharp .

7 - الشبوع والإنتشار:

ويعني به تغلغل وسائل الإتصال حول العالم، وداخل كل طبقة إجتماعية، فتكنولوجيا الإتصال تتجه من الضخم إلى الصغير، ومن المعقد إلى البسيط، ومن الأحادي إلى المتعدد، مثل الكمبيوتر، الذي تميّز في أجياله الأولى بالضخامة والعمليات المحددة. ليصبح فيما بعد صغيرا، وفي متناول مختلف الشرائح، ومتعدد الخدمات والوظائف وهو ما يطلق عليه إسم الكمبيوتر Multi. Media، الذي يحتوي على شاشة إلكترونية، وطابعة وفاكس وهاتف، أي مجمع صغير لمختلف عمليات الإتصال، التي كانت تؤدي في السابق في شكل مستقل، وعن طريق وحدات مستقلة عن بعضها البعض.

8 - العالمية أو الكونية:

أدت تكنولوجيا الإتصال إلى خلق بنية جديدة لوسائل الإتصال، وقضت على المحلية التي وسمتها لعقود كثيرة، فأصبحت الصورة والكلمة تنتقل عبر مشارق الأرض ومغاربها في ثواني أو أجزاء من الثواني، ولعل شبكة «الأنترنت» Internet أبرز هذه النماذج من حيث إستخداماتها العالمية إذ ترتبط مع الآلاف من شبكات الكمبيوتر، ويستخدمها الملايين من العملاء على مدار 24 ساعة في معظم أنحاء العالم خاصة في الجامعات ومراكز البحث والشركات الكبرى والبنوك والمؤسسات الحكومية، وكذلك الأفراد إذا ما توفرت لديهم شروط الإرتباط بهذه الشبكة(32).

وبإختصار شديد فإن ثورة المعلومات، قد غيرت كثيرا أنظمة الإتصال وكذلك وسائل الإتصال، وسيكون لذلك إنعكاسات كبيرة على مضمون رسائل الإتصال وعلى جماهيرها، وقد لخص أحد خبراء الإتصال هذه التغييرات في الفقرة التالية: «ومن الصوتي الرقمي، ومن الإلكتروني إلى الفوتون، ونحو الرخيص المتاح دوما، ومن الخاص إلى العام، ومن المتنوع إلى الكامل، ومن السلبي أحادي الإتجاه إلى التجاوب ثنائي الإتجاه، ومن الثابت إلى النقال، ومن الشفرة الانجليزية إلى الشفرة متعددة الإتجاهات»(33).

ثانيا مستوى المضمون (مضمون وسائل الإتصال):

لقد أدت ثورة المعلومات وتكنولوجيا الإتصال والأجيال الجديدة لأنظمة

الحواسب الإلكترونية، إلى أحداث ثورة في مضمون وسائل الإعلام وفي مضمون العمليات الإعلامية، ويمكن تلمس جوانب هذه الثورة في نقطتين:

أولاً: ثورة في تقنيات إعداد الرسائل الإعلامية.

ثانياً: ثورة في مضمون الرسائل.

فبخصوص العملية الأولى، فإن التكنولوجيا الجديدة، قد زادت في سرعة إعداد الرسائل الإعلامية، وفي القدرات العالية من حيث تحويلها إلى أشكال مختلفة (من مطبوعة إلى مرئية ومن مرئية إلى مطبوعة)، وفي القدرة على نشرها وتوزيعها وتخزينها حاجزي الزمان والمكان.

ولكي ندلل على ذلك نورد أبرز آثار هذه التكنولوجيا على العملية الإخبارية، فقد ألغت الفواصل الدقيقة بين مراحل نشر الخبر الكلاسيكية أي مرحلة إندلاع الخبر أو حدوث الواقعة، ومرحلة بث الخبر، ثم مرحلة التشيع الإخباري وذلك بتوظيف تمطين مستحدثين من الأساليب الفنية في التغطية الإخبارية التلفزيونية.

النمط الأول: التغطية الإخبارية الإلكترونية، بواسطة توظيف الكاميرات التلفزيونية المحمولة في موقع الحدث، سواء كانت تلك الكاميرات تنقل الخبر نقلاً حياً مباشراً على الهواء، أو ينقل ليذاع بعد فترة.

النمط الثاني: التغطية الإخبارية بواسطة القمر الصناعي، أي بواسطة الكاميرات التلفزيونية المحمولة في موقع الحدث، يتم بث محتواها مباشرة

إلى محطة الإرسال الرئيسية، التي تتولى عملية البث المباشر في الوقت نفسه أو بعد فترة (34).

وهذه التطورات في الواقع ليست وقفا على العملية الإخبارية، بل مست مختلف العمليات الإعلامية الأخرى، مثل الندوات التي تدار من الأستوديو ويشارك فيها ضيوف من خلال إستخدام تكنولوجيا الأقمار الصناعية أو نقل الصور عن بعد مثل ندوة «رؤية» التي تقدمها قناة «دبي» الفضائية كل مساء ثلاثاء لتتناول فيها موضوعا من الموضوعات، ويشارك فيها الضيوف من الولايات المتحدة الأمريكية ومن لندن وبعض عواصم الشرق الأوسط.

كما منحت هذه التكنولوجيا المتطورة ومن خلال الأجيال الجديدة للهاتف والفاكس فرص المشاركة في الندوة من خلال طرح تساؤلات، أو مناقشة بعض الموضوعات إلى جانب ذلك فإن أنظمة التيليتكس Télé-text في الأجيال الجديدة من أجهزة الإستقبال، منحت الجمهور فرصة متابعة الأخبار والأحداث والمسابقات مرتين، الأولى خلال إذاعتها أو بثها، والثانية من خلال هذا النظام، إذ يستطيع المشاهد أن يتابع الأحداث، والإعلانات عن المناسبات الثقافية والفكرية، وملخصات الكتب وبرامج القنوات، وأهم عناوين الصحف والمجلات مطبوعة على شاشة التلفزيون في إطار سمة من سمات تكنولوجيا الإتصال الحديثة وهي «قابلية التحويل» التي أشرنا لها سابقا.

أما الأثر الثاني (الثورة على المضامين) فإنها عملية ليست جديدة على العمليات الإعلامية، لكنها تعاظمت بفعل ثورة الإتصال وتكنولوجياته الجديدة، ومن خلال ظهور شبكات تلفزيونية عالمية، نابت في الكثير من الحالات عن الوكالات الدولية للأنباء، ولعل شبكة C.N.N الأمريكية التي تستحوذ على قدرات عالمية في مجال البث والإرسال التلفزيوني من أبرز الأمثلة على ذلك.

فهذه القناة التي تستخدم الأقمار الصناعية على مدار 24 ساعة، وتشاهد في 137 دولة، أحدثت ثورة في أحساس الناس بسرعة التاريخ وجمع الأخبار فعامل C.N.N يعمل اليوم على تحويل أي حادثة إلى قضية عالمية في وقت واحد.

فقد أصبحت هذه القناة تلعب دورا بارزا في تشكيل وتوجيه الأحداث عن طريق التغطية الفورية لدرجة الإشباع.

ويحدد بعض المختصين الآثار السلبية لمثل هذا النمط من الإرسال التلفزيوني في الإتجاه نحو التخصص البرامجي (قنوات إخبارية، قنوات رياضية، قنوات للتسلية والإستعراض... إلخ) في كونه يتعامل مع الأخبار بأعتبارها سلعة تطرح في السوق الحر يغلب عليها طابع الإثارة والجاذبية، ومحاولة التأثير بهدف تبني إتجاهات سياسية أو ثقافية معينة (35).

وهكذا فإن هذا التطور سيؤدي إلى تكريس ظاهرة «عولمة» العالم من خلال «عولمة» المعلومات وتكنولوجيا الإتصال، وتوحيد مضامين الرسائل

الإعلامية، ضمن نظرة أحادية، هي نظرة الولايات المتحدة الأمريكية للعالم. ونحاول الإشارة إلى مخاطر المضامين الجديدة، التي تتضمنها قنوات البث التلفزيوني الفضائي، وهي مخاوف لا تخفيها حتى البلدان الصناعية والمتقدمة، التي شهدت تقدما كبيرا في مجال صناعة الإعلام وأدواته، وكذلك الرسائل الإعلامية بمختلف أنواعها وأشكالها من أفلام ومسلسلات ومنوعات وإعلانات وغيرها.

ففي تقرير عن اللجنة «الملكية الكندية» صدر عام 1984 م يشير إلى خطورة الغزو الإعلامي والثقافي الأمريكي لهذا البلد الصناعي المجاور، وقد أدان التقرير الآثار الناجمة عن تدفق بث برامج محطات التلفزيون الأمريكية. والتي تعمل في مجملها على زعزعة النسيج القومي للمجتمع الكندي وبخاصة الأفلام والمسلسلات التي تركز قيما غريبة في نظرة اللجنة عن قيم المجتمع الكندي ولا سيما ثقافة العنف الأخلاقي.

وخلص التقرير إلى القول: «إننا بحاجة إلى بديل من طوفان المسلسلات الأمريكية التي تبث العنف في مجتمعا، وتشوه ثقافتنا القومية، وتحوّر قيمنا الإجتماعية والعائلية» (36).

وإنطلاقا من هذا التقرير، وخلافا لما تشير إليه الأدبيات الإعلامية والثقافية، فإن مصطلح «الغزو الثقافي» و«الهيمنة الإتصالية» ليسا مفهومين إبتدعتهما الإيديولوجية «العالمثالية» بل هما مفهومين يتعاضم شأنهما حتى في البلدان الغربية، ومنها الأوروبية، فهذه الأخيرة، وربما لأول

مرة ومنذ عصر النهضة تشعر بأن هويتها الثقافية وحتى القومية في خطر، وإن ما نادى به البلدان النامية، منذ سنوات بات مصدر شكوى حتى من قبل البلاد الإستعمارية سابقا.

يشير ضمن هذا السياق P. Berard (37). إلى أن «أوروبا وفرنسا اللتان كانتا مراكز المذابح الأثنية الإستعمارية، هما نفسيهما ضحية لعدوان جديد تحمل صفة التذبيح الأثني» وهذا الغزو يختصره هذا الأخير في كلمة الأمركة أو "L'Américanisation".

ويذهب جاك تيبو J. Thibau (38) نفس المذهب فيرى ما يلي: «إن فرنسا هي الآن قيد الإستعمار، فطريقة الحياة الأمريكية "American way of life" بلغت إلى أعماق المجتمع الفرنسي بالذات، إلى عقله وحساسيته وفكره».

ويدق ميشال جوبير ناقوس الخطر مؤكدا «أن أوروبا إذا إستمرت في عجزها الحالي عن تحديد هويتها نفسها بنفسها، فإنها في المستقبل القريب لن تكون سوى «ملحقة أمريكية» (39).

وإذا كان هذا حال البلدان الصناعية في ظل ثورة المعلومات وتكنولوجيا الإتصالات الجديدة، فإن بلدان العالم الثالث ليست بعيدة عن ذلك.

وإذا أخذنا الجزائر كمثال، فإننا نشير إلى الحجم الكبير للبرامج الأجنبية التي تفد إليها عبر قنوات البث التلفزيوني الفضائي وكذلك حجم الرسائل الإعلامية الأجنبية التي تبث عبر القناة الوطنية، والتي تجعل من الفضاء

الإعلامي الجزائري حقلا لإفراز مختلف آثارها الإجتماعية والثقافية والسياسية، ونكتفي هنا بالإشارة إلى كمية البرامج وخاصة الأفلام التي تعرض على الشاشة الوطنية من خلال مثال «السوق الدولية للبرامج التلفزيونية» في دورتها الـ 32 بمدينة «كان» "Cannes" الفرنسية عام 1995 (40).

فقد دأبت الجزائر على حضور هذه السوق منذ الثلاثين سنة الماضية، وتأتي هذه السوق مباشرة بعد السوق الأمريكية، والتي تعرض في الغالب مجموع الإنتاج التلفزيوني لأمريكا الشمالية وخاصة الولايات المتحدة الأمريكية. وقد إنعقدت هذه الدورة بمدينة «كان» من 6 إلى 12 أبريل 1995 وجمعت 2028 شركة، وحضرتها 102 دولة، وأكثر من 10.000 مشارك.

وبالنسبة للقائمين على التلفزيون الجزائري، فإن الهدف من حضور هذه التظاهرة يتمثل فيما يلي:

- 1 - تنفيذ أو التوقيع على بعض الإتفاقيات مع المنتجين الأجانب، والإطلاع على الإنتاج الجديد من أفلام ومسلسلات وأشرطة وثائقية.
- 2 - البحث عن شركاء جدد قصد توسيع وتنوع مصادر التمويل بالبرامج التلفزيونية.

3 - سد العجز القائم في بعض جوانب البرمجة.

وقد تمخض عن هذا الحضور الإتفاق المبدئي حول:

168 فيلم طويل و 300 فيلم تلفزيوني، و 40 مسلسل تلفزيوني،

بالإضافة إلى ذلك، تفاوضت التلفزة الجزائرية مع 168 شركة إنتاج تلفزيوني بغرض إبرام بعض الإتفاقيات، وخاصة مع الشركات العملاقة مثل:

Polygram ITC, 20 th Contry Fox, UGC, Warner, Paramiont, Via

(41) Coun, MCA Universal, Walt Disney.

وحول مكانة هذه البرامج في التلفزة الجزائرية، ومدى تأثيرها على قيم المجتمع الجزائري، أجاب مدير البرمجة في مجلة الشاشة الصغيرة - P'tit Ecran بالقول:

« إن البرامج الأجنبية في التلفزيون الجزائري تعد برامج تكميلية ليس إلا، وأغلب البرامج المستوردة هي المنتجات المدرجة في مجال الخيال، تأتي بعدها الأشربة المتخصصة، والأشربة المرسومة». ويضيف «نحن أكثر جدية، خاصة في إنتقاء البرامج الأجنبية كونها غريبة لهذا الشكل أو ذلك عن مجتمعنا وخصوصيته، لكن هناك قواسم إنسانية وعالمية مشتركة، يجب إحترامها أيضا، وهذا يعني أننا لا نستورد هذه البرامج بطريقة عشوائية. إن غايتنا من تقليص البرامج الأجنبية بشكل تدريجي هو التجسيد الحي لمفهوم «القناة الوطنية» (42).

3 - تحول العملية الإعلامية إلى صناعة:

عندما نتحدث عن صناعة الإعلام في ضوء آثار التكنولوجيات الجديدة،

فإننا نتحدث أيضا عن صناعة الثقافة. ونشير في البدء إلى التناقض البارز بين صناعة من ناحية، وثقافة من ناحية أخرى. فالصناعة تشير إلى الإنتاج الإستهلاكي النفعي كصناعة السيارات، والمواد الغذائية. أما الثقافة فإنها تنقل الذهن إلى التذوق الشخصي والمتعة فردية كانت أم جماعية.

إن هذا المزج ما بين الثقافة والتقنية هو نتاج التحولات الجذرية والهيكلية التي طرأت على المجتمعات المعاصرة، إذ بات من الصعب الفصل بين التطور والتكنولوجيا، أو بين التنمية والتقنية.

لقد تنبه وأشار إلى هذا الوضع الفلاسفة ورجال الإقتصاد، وبخاصة داخل المجتمعات الصناعية كألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية، وبينوا أن التطور الذي آلت إليه التكنولوجيا في هذه المجتمعات أدى إلى إفلاس الثقافة وضياعها داخل الإنتاج السلعي، ومتطلبات السوق، وعلى النقيض من ذلك وقف بعض الفلاسفة الأمريكيين موقفا براغماتيا، ووضعوا مفهوم «صناعة المعرفة»، وفي ألمانيا صاغ «إنزسبورغ» عام 1969 مفهوم «صناعة الوعي» وإستخدم لاحقا إقتصادي مدرسة «ستان فورد» مفهوم «صناعة الإعلام» الذي تحول مع مرور الوقت إلى «صناعة الثقافة» (43).

لقد أعطت البلدان الصناعية أهمية إستراتيجية لتطوير هذا القطاع، وأصبحت تخصص له سنويا 3٪ من الناتج القومي لتطوير الأبحاث والدراسات في هذا المجال، في حين لا يتجاوز ما يرصد في الجنوب نسبة 0.3٪.

وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية أضخم مركز لإحتكار صناعة الثقافة في العالم ومنها صناعة الإعلام والمعلومات (44).

وتفيد الإحصائيات الحديثة إلى أن اليابان أيضا وجد في هذه الصناعة الجديدة أرضية مثلى لضمان إستثمارات مربحة تعد بالمليارات، إذ في ظرف ثلاث سنوات، وظف اليابان في الولايات المتحدة الأمريكية مشاريع بقيمة 13 مليار دولار، كما قامت مؤسستي «سوني» و «مازوشيتا» والهيئة العامة للكهرباء بشراء هيئة إذاعة أمريكا Radio Corporation of America معتمدة في ذلك على الإنتشار الهائل لدور الإنتاج السينمائي، وصناعة التلفزيون وكوابل الإرسال التلفزيوني، والتطور السريع في قطاع النشر.

ويمكن أن نضيف إلى الأرقام السابقة، أن قطاع صناعة الثقافة والإعلام يمثل اليوم 56٪ من إجمالي الناتج القومي لدول أوربا العشر، ويشغل 54٪ من السكان القادرين على العمل في الولايات المتحدة الأمريكية (45).

ويجب أن نشير هنا إلى أنه إذا كان البعد التجاري أو الطابع الخدماتي هو المهيمن على مؤسسات صناعة الثقافة، فإن قطاعات أخرى ليست لها علاقة بالتجارة لم تفلت من تأثيرات البعد التجاري كقطاعي التربية والثقافة، إذ وضعت هذه المؤسسات نظما شبه تربوية، الهدف منها هو التأثير على المستهلك من خلال توجيه رغباته، وبلورة عقليته الإستهلاكية، مستخدمة في ذلك مختلف أساليب النشر والإعلان والعرض عبر مختلف وسائل الإعلام الجماهيري وخاصة التلفزيون.

ففي الولايات المتحدة الأمريكية هناك أكثر من 30 مركزاً مخصصاً لتدعيم وتحقيق هذه الغاية، فمؤسسة "Seurs" تعد الممثل البارز لمؤسسات صناعة «الثقافة» و«الإعلام» فقد باتت قادرة على تكريس نمط إستهلاكي معين، ويصل رقم أعمالها إلى 50 مليار دولار في السنة، إذ تدمج إلى جانب خدماتها الإعلامية الخدمات الإعلامية والمعلوماتية ذات الطابع المنزلي، حيث تجمع ما لا يقل عن 68.3 مليون ملف شخصي مخزنة داخل وحدات الكترونية تناهز 2500 عقل إلكتروني، وهو ما يمكنها من معرفة كل ما يتعلق بمكاسب عملائها وكيفية الحصول عليها، ومجالات إستثمارهم.

وفي تقرير لمؤسسة النشر والإعلان الأمريكي السريع حول هذه الظاهرة تورد المؤسسة ما يلي: «نحن نترعب على حقل من الذهب، فبنك المعلومات الذي يجمع 34.1 مليون مشترك موزعين على كامل أرجاء المعمورة، أنفقوا ما قيمته 99.9 مليار دولار سنة 1989، قادر على معرفة ما يبتغيه حامل البطاقة وما يود القيام به، وأين يفعل ذلك؟» (46)

وتقوم بهذه الوظيفة كبريات محطات البث التلفزيوني، من خلال الإعلان عن مختلف السلع، ومن خلال عمليات سبر الآراء الدورية، حول إتجاهات المشاهدين حول ما يعرض من السلع وما يعلن عنه من خدمات وما يقدم إليهم من برامج.

ويقف وراء هذه العملية كبار رجال الأعمال، وكبريات الشركات التي تفرغت أنشطتها وتعددت، لتستحوذ في النهاية على قطاع الإعلام وتدمجه

ضمن الأنشطة الصناعية، التي لا تهدف سوى إلى تحقيق الأرباح، وتشكيل أنماط الإستهلاك (47).

وضمن هذه الإستراتيجية تأتي الكثير من القنوات الفضائية، التي ستستفيد من ثورة التكنولوجيا المعلومات، لتقدم مضامين ورسائل ذات غايات تجارية. إلى جانب الغايات الثقافية، ضمن دائرة أوسع هي دائرة «صناعة العملية الإعلامية» وإعادة تشكيل النماذج الثقافية والإستهلاكية محليا ودوليا.

الخاتمة:

لم تشهد وسائل الإعلام الجماهيرية منذ إكتشاف الطباعة تطورا سريعا كالتطور الذي شهدته مع نهاية هذا القرن.

لقد ساعد على ذلك التطور الحاصل في ميدان المعلومات، والحاسب الإلكترونية وتكنولوجيات الإتصال الجديدة، وفي مقدمتها الأقمار الصناعية. وإن كانت الأسباب الرئيسية لتطور هذه التكنولوجيا وبخاصة الأقمار الصناعية في البدء لخدمة الأهداف العسكرية، وخاصة أيام الحرب الباردة بين القوتين الأعظم.

ولقد إستفاد الإتصال والإعلام من هذه التكنولوجيات إستفادة عظيمة، بعد أن تحولت في مراحل لاحقة لخدمة الأمن والسلام الدوليين.

ومما زاد في أهمية وسائل الإتصال، هو حصول قناعة لدى الأقوياء في العالم على أن إستخدام وسائل الإتصال، وفي مقدمتها التلفزيون، من أجل الهيمنة على العالم، وإعادة تشكيل الرأي العام، وتغيير المواقف والسلوكات والإتجاهات لا يقل أهمية عن الآلة العسكرية والتي لا تخلف في العادة سوى زيادة الرفض وتنامي درجات الإحباط والعداء للقوى المهيمنة عالميا.

وإنطلاقا من فكرة أن من «يملك الإعلام يملك العالم» فإن الصراع حول إمتلاك وسائل الإتصال الجديدة، يكاد ينحصر بين الأقطاب الثلاثة، وهم الولايات المتحدة الأمريكية، اليابان وأوربا.

ويتخذ الصراع عدة مظاهر، فهناك صراع حول من يسيطر على صناعة وسائل الإتصال، وحول من يسيطر على حركة المعلومات وتدفعها.

وإذا كانت الولايات المتحدة الأمريكية قد سجلت تراجعا أمام اليابان وأوربا في مجال صناعة أدوات الإتصال، وبخاصة صناعة التلفزيون ولواحقه، فإنها تحاول إيقاف ذلك عن طريق محاصرة المنتجات اليابانية والأوربية في مجال الإتصال. وقد إتضح ذلك خلال مفاوضات «الجات» الأخيرة، والتي بقيت منها بنود معلقة تنتظر التسوية وفي مقدمتها تجارة وصناعة أدوات الإتصال.

وعلى النقيض من ذلك تبقى الولايات المتحدة البلد المهيمن على المعلومات في العالم، والبلد الذي يعيد تشكيل العالم عند طريق التحكم في

جميع مراحل العمليات الإعلامية (جمع المعلومات، معالجتها، تخزينها وتوزيعها).

والشبكة الدولية للمعلومات Internet من أكبر الأدلة على ذلك، إلى جانب التحكم في مختلف مراحل العملية الإخبارية، من خلال كبريات المحطات التلفزيونية مثل C.B.S و C.N.N، هذه الأخيرة التي تعتبر اليوم من أهم الأدوات التي تستخدمها الولايات المتحدة في إعادة تشكيل المواقف والسلوكيات والاتجاهات لمختلف شعوب العالم، وتمرير نموذجها في الحياة والإستهلاك.

وتأتي البلدان الأوربية في الموقع الثاني، من خلال محطات البث التلفزيوني الفضائي المباشر، والتي تغرق يوميا البلدان النامية بسيل من البرامج والأفلام والمسلسلات، وتستكمل بهذا الشكل أو ذاك أهداف البرنامج الغربي في تحديث الثقافات المحلية، وتكريس ظاهرة التغريب والقضاء على الشعور بالإنتماء. وهذا لا يعني أننا ننفي تورط البلدان النامية أو مسؤوليتها في العملية (48).

فضمن هذا المناخ تعمل اليوم قنوات البث الفضائي، وقد تختلف أهدافها - حالة القنوات الفضائية العربية - إلا أنها توظف آخر ما توصلت إليه تكنولوجيا الإتصال، لإستقطاب أكبر عدد ممكن من المشاهدين، وتحقيق الأثر المخطط له من قبل القائمين عليها.

الهوامش:

- (1) إيثيل دوسو لابلول: التكنولوجيا والسياسة في عصر المعلومات، ترجمة ماري عوض الأليسكر، تونس 1983، ص، 6 .
- Michel Pascal: Cable ou sattelie, que faut-il choisir? le point, N (2) 1198. le 02.09.95, p: 67.
- (3) ادوارد داكين: مقدمة إلى وسائل الإتصال، ترجمة وديع فلسطين، مطابع الأهرام التجارية، القاهرة 1981، ص : 101 .
- Marschall (Mc Luhan): Pour comprendre les Media, Edit/Seuil/ (4) Mame, Paris 1976, p: 352.
- Graber (Doris): Approches to Contents Analysis of TV. News pro- (5) grammes. Communication N 2 1085, Paris, pp: 25 - 36.
- Frederic Vasseur: Les Medias du Futur. Edit/Dahleb, Alger 1995, (6) p: 29.
- Ibid, p: 4. (7)
- Ibid p: 31. (8)
- Ibid, pp: 43-45. (9)
- Ibid, pp: 43-45. (10)
- Alain Lelu: L'inleractivité, science et vie, Hors serie N 152 sep- (11) tembre 1985. pp: 106-111.
- Romew Ikonicoff: Les poubelles de l'espace, science et vie. N 941 (12) Fevrier 1996, pp: 60 -73.
- (13) د. إنشراح الشال: بث وافد على شاشات التلفزيون - دار الفكر العربي، القاهرة 1994 ص:

. 172 , 171

Jacquelin, Penis. Lempereur: L'Europe, ses satellite, science et (14)
Hors -serie. Decembre, 1982; pp: 32.33. vie,

Françoise (H. Monin): Les satellites de communication, science et (15)
vie Hors -serie N 157, septembre 1995, pp: 124. 125.

Ibid. (16)

Eutel- (17) وهي عبارة عن إسمه لأجيان كثير من الأقمار فمثلا Eutelsat لها عدة أجيال مثل: -
Eutelsat 3 ، stat 1 ، Eutolsat 2 ، وهكذا.

(18) د. انشراح الشال: قنوات للتلفزيون فضائية في عالم ثالث، دار الفكر العربي القاهرة 1993 ،
ص: 30 - 40 .

(19) أحمد مالك: «إشكالية القمر الصناعي العربي»، مجلة العربي، العدد 443، يناير 1990
ص. 143 .

Source: Next wave, Satellite receiver operation. user's manuel. (20)

Michel Pascal. op cit, p: 67. (21)

(22) تقرير لجنة شون ماكيريد: أصوات متعددة وعالم واحد. الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر
1981 ص: 148 - 149 .

(23) د. انشراح الشال: بث واقف على شاشات التلفزيون، المرجع السابق، ص: 205 .

(24) نفس المرجع، ص. 205 .

(25) نفس المرجع، ص 206 .

Mohamed Dahmani: L'occidentalisation des pays du tiers-Monde (26)
Edit/Economica/O.P.U/Alger, 1983, p: 138.

Le point NO 1198, 02.09.95, p: 69.

(27) تقرير لجنة شون ماكيريد، مرجع سابق، ص. 481 .

(28) نفس المرجع، ص، 478 .

(29) ايثيل دوسو لابلول: مرجع سابق، ص، 24 .

(30) عارف نبيل: العرب وثورة المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، مطابع الرسالة. الكويت. 1994، ص، 71، 72 .

Voir: Frederic Vasseur, op cit, pp: 37. 38. (31)

Science et vie N 152, septembre 1985. pp: 106 - 111.

Hors-serie.

(32) د. محمود علم الدين: ثورة المعلومات ووسائل الإتصال، مجلة السياسة الدولية، العدد 123 يناير 1996، ص، 102 - 113 .

لمزيد من التفاصيل راجع -

د. عارف نبيل: العرب وثورة المعلومات، مرجع سابق.

(33) نفس المرجع، ص، 102 - 144 .

(34) د، محمود علم الدين: مرجع سابق، ص: 108 .

(35) د. محمود محسن خضر: الهيمنة الإتصالية الفضائية وتحدياتها الثقافية، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 77، أكتوبر، ديسمبر 1994، ص، 111 .

(36) فكتور سحاب: أزمة الإعلام العربي الرسمي، دار الوحدة، بيروت 1985، ص: 25 .

(37) جميل طراد: الغزو الثقافي الأمريكي لأوروبا والعالم الثالث، مجلة الوحدة الرباط، العدد 3، 1984، ص: 24 .

(38) نفس المرجع.

(39) نفس المرجع.

P'tit Ecran. N 5 Mai 1995. (40)

Loc.cit (41)

Entretien avec le Directeur de la programmation / E.N.T.V. P'tit (42)

Ecran, N 4. Avril 1995.

(43) الحبيب الإمام: صناعة الثقافة والإحتكار العالمي، مجلة العربي، العدد 443، يناير 1995، ص: 32 - 34 .

(44) تقرير لجنة شؤون ماكبريد، مرجع سابق، ص: 213 .

(45) المهدي المتجرة: الحرب الحضارية الأولى، دار الشهاب الجزائر 1990، ص: 370 .

(46) مرجع سابق، ص: 32 - 34 .

Jacque Perrin: Les transferts de technologie, Edit / la découverte (47)
Paris, 1984, p: 20.

Voir aussi: Rapport Unesco: Les industries culturelles, Unesco, Paris
1982.

(48) حول هذا الموضوع كتب أحد أساتذة جامعة دكار في صحيفة Soleill يقول: «إنه من الصعب تصور حجم الدعاية الأجنبية وكمية الصور الكاريكاتورية التي يبتلعها الأفريقيون عن شخصياتهم، وعن طريق صحفهم اليومية بالذات وبواسطة الترانزستور والتلفاز» .

- فرنسيس بال: وسائل الإعلام والموز النامية، ترجمة حسين العودات، الاليسكو، تونس 1982، ص: 25 .