

## تلفزيون الواقع... إحدى تمثيلات وسائل الإعلام في عصر العولمة -قراءة تحليلية-

### Reality TV ... A Representation Of The Media In The Era Of Globalization:Analytical Reading

الدكتورة: لامية طالة \*

جامعة الجزائر 3-الجزائر- lamia.tll@gmail.com

تاريخ الاستلام 2019 /12/28 تاريخ القبول 2020 /05/20

#### الملخص

يشهد فضاء الإعلام التلفزيوني العربي توسعا كبيرا، حيث تطورت التقنيات المستخدمة في الإنتاج والإرسال والاستقبال، وازداد بل تضاعف عدد القنوات الفضائية العربية عدة مرات، وبذلك تعددت البدائل أمام المشاهد العربي الذي أصبح يملك سلطة الاختيار، مما أوجد فضاء من المنافسة الحادة في إطار العولمة الإعلامية، وقد أدت هذه المنافسة إلى محاولة كل قناة الوصول إلى التميز، من خلال تنويع البرامج خاصة الترفيهية، كما سعت لاستحداث أنواع جديدة من البرامج أو استيرادها من الخارج، سواء كانت جاهزة تبث مباشرة أو كقوالب يعاد إنتاجها محليا، لكن ما يلاحظ أن هذه القنوات الفضائية العربية لا تراعي الخصوصيات القيمة والثقافية للمجتمع العربي سواء بقصد أو من دونه، إذ تقوم بجلب هذه القوالب جاهزة، وتعيد إنتاجها دون إعادة تكييف لمضامينها. وهي مهما حاولت ذلك فإن خضوعها لقواعد السوق الإعلامية القائمة على الربحية تجعلها تفشل في ترويض الكثير من القوالب والمحتويات وفقا لمنظومتنا القيمة.

**الكلمات المفتاحية:** تلفزيون الواقع، صناعة الترفيه، العولمة الإعلامية، البرامج التلفزيونية، الصناعة الثقافية.

\* المؤلف المراسل.

## Abstract:

The Arab TV media has witnessed a great expansion, where the techniques used in production, transmission and reception have grown, and the number of Arab satellite channels has increased and multiplied a number of times. Thus, the Arab viewers, who have the power of choice, This competition has resulted in each channel attempting to achieve excellence by diversifying its entertainment programs. It has also sought to develop new types of programs or import them from abroad, whether they are ready to be broadcast live or as templates to be produced locally. The Arabic language does not take into consideration the specificities and cultural values of the Arab society, whether intentionally or not, as it brings these molds ready and reproduces them without re-adapting their contents. No matter how hard it is, its submission to the market-based media rules makes it fail to tame many of the templates and content according to our value system.

**Key Words:** Reality TV, Entertainment industry, Media globalization, TV programs, Cultural industry.

## مقدمة:

يعد الإعلام من المتغيرات التي ضخت قيما متناقضة ومزخرفة فأشاعت الفوضى في ثقافة المجتمع، وإذا تناولنا دور الإعلام على المستوى القومي فسوف نجد أنه يبتث في أحيان كثيرة مضامين إعلامية تتناقض مع احتياجات الواقع، قد يعمل الإعلام ووسائله المختلفة على نقل التيارات وأفكار وصور لنماذج لا تتلاءم ونظائرها في الثقافة القومية، ومن ثم يخلق تناقض أو عدم تكامل في بنية هذه الثقافة أو قد تعمل وسائل الإعلام بطريقة عشوائية غير ملتزمة بأي توجيه أيديولوجي ذي صلة بالسياق القومي، ونتيجة لذلك قد تحدث ظواهر كثيرة أولها استيراد قيم استهلاكية تتناقض مع متطلبات عملية التنمية التي يقودها المجتمع إضافة إلى الاستيراد غير الواعي لأفلام وتمثيلات قد لا تطرح المثال الواجب احتداؤه، وهكذا فإن الإعلام بمختلف وسائله المرئية، المسموعة والمكتوبة تساهم وبكثافة في الدعاية لكافة أشكال وصور التغريب حتى ترسخ هذه الأحوال الجديدة في المجتمع فتغدو مألوفة، إنها الأساس فوسائل الإعلام قناة لإيصال ما ينتج من منابع التغريب وتقريبها وعرضها في صورة مقبولة غير مرفوضة تستعمل كل أنواع الإغراء والجدب ناحية الغرب، وبعبارة أخرى فإن هذه الوسائل الإعلامية هي من منتجات الحضارة الغربية فاستقبلها الشرق واستقبل معها فلسفتها ومضمون رسالتها، وكان الرواد في تسويق هذه الرسائل وتشغيلها والاستفادة منها إما من النصرى أو من العلمانيين من أبناء المسلمين فكان لها الدور الأكبر في الوصول لجميع طبقات الأمة

تلفزيون الواقع... إحدى تمثيلات وسائل الإعلام في عصر العولمة: قراءة تحليلية. د. لامية طالة  
ونشر مبادئ، أفكار وقيم العلمانية، ذلك يعني أن الإعلام لم يعد آلية لتأكيد الثقافة القومية ولكنه  
أضحى سلاحاً لتنحيتها لصالح ثقافات غريبة، وفي هذا الإطار فإن الإعلام يؤدي دوره في تفكيك  
الثقافة القومية.

وتندرج برامج تلفزيون الواقع في هذا السياق، وهي نوع جديد من البرامج التلفزيونية يقوم على  
الاستعراض والترفيه، بحيث يتم استغلال الحياة اليومية للإنسان لصناعة الفرجة، من خلال إدخال  
الفرد العادي مجال التلفزيون، وتعريضه لتجربة واقعية يتم خلالها تصوير أنماط سلوكه وتفاعله مع  
المحيط والمستجدات. وقد تؤثر هذه التجربة في مسيرة حياته، بحيث يصل للشهرة، النجومية،  
ويصبح غنياً أو يخسر علاقات معينة. وبذلك فهي تعتمد على مشاركة الجمهور كعضو في إنتاج  
البرامج، أو كموجه لأحداثها عن طريق التصويت والتفاعلية، التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة  
للاتصال.

هذا التلفزيون الذي وضع الناس العاديين أمام الكاميرا ودعاهم أن يعيشوا حياتهم العادية وأن  
يناقشوا مشاكلهم وقضاياهم أمام الجمهور المتلقي على المباشر وبكل وضوح، وكأنه في نظره  
يكشف لنا عن أنفسنا أشياء كثيرة.

وفي اعتقاد البعض أن تلفزيون الحقيقة لم يقدم أي جديد فهو مجرد بدعة عابرة في مسيرة  
الترفيه الخفيف الذي اقتحم وسائل الإعلام، بالإضافة إلى أنه يقدم الناس العاديين بطريقة فيها  
مهانة وإذلال من أجل توفير مشكل جديد من التسلية وليس من أجل التعرف على واقع هؤلاء الناس،  
كما أنه يميل للتشهير والفضيحة واقتحام خصوصية الناس، فهو جزء من ثقافة معينة وليس انعكاس  
للواقع.

هذه النوعية من البرامج لتلفزيون الواقع المستوردة من الخارج تهدف إلى غرس ثقافة تقوم على  
إضعاف الانتماء وتفكيك بنية القيم الأخلاقية والاجتماعية، تشويه الهوية، فصل الحدود بين الحياة  
الخاصة والعامة بطريقة تستفز المرجعيات المألوفة في الاختلاط بين الجنسين. لذا كان موضوع هذا  
المقال حول تلفزيون الواقع كنموذج أفرزته ظاهرة العولمة الإعلامية تظهر تأثيراته في شقها - أي  
العولمة- الثقافي، وانعكاساته على القيم الأخلاقية للشباب المتابع لها.

ونقطة الانطلاق هنا هي: ما هو تلفزيون الواقع؟ وما حقيقة الواقع الذي يقدمه هذا التلفزيون  
للشعوب العربية؟ وما هي أهم مخاطره على الشباب المتابع له؟

مجالات تأثير وسائل الإعلام:

يعتبر التأثير مسألة نسبية ومتفاوتة بين شخص وآخر وجماعة وأخرى، وذلك بعد تلقي الرسالة  
الاتصالية وفهمها، وغالبا ما يكون تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية بطيئاً وليس فورياً، كما يعتقد  
البعض، وقد يكون تأثير بعض الرسائل مؤقتاً وليس دائماً، ومن ثم فإن التأثير هو الهدف النهائي

تلفزيون الواقع... إحدى تمثيلات وسائل الإعلام في عصر العولمة: قراءة تحليلية. د. لامية طالة الذي يسعى إليه المرسل وهو النتيجة التي يتوخى تحقيقها القائم بالاتصال. وتتم عملية التأثير على خطوتين، الأولى هي تغيير التفكير، والخطوة الثانية هي تغيير السلوك<sup>1</sup>.

### أولاً: هل تؤثر وسائل الإعلام في الأفراد والمجتمع؟

1. من الحقائق الثابتة أن وسائل الإعلام تؤثر في الأفراد والمجتمعات، بل إنها تؤثر في مجرى تطور البشرية، وأن هناك علاقة سببية بين التعرض لوسائل الإعلام والسلوك البشري.
2. يختلف تأثير وسائل الإعلام حسب وظائفها، وطريقة استخدامها، والظروف الاجتماعية والثقافية، واختلاف الأفراد أنفسهم، وقد تكون سبباً لإحداث التأثير، أو عاملاً مكملاً ضمن عوامل أخرى.
3. آثار وسائل الإعلام عديدة ومختلفة، ومتنوعة الشدة، قد تكون قصيرة الأمد أو طويلة الأمد، ظاهرة أو مستترة، قوية أو ضعيفة، نفسية أو اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية.
4. تأثير وسائل الإعلام قد يكون سلبياً، وقد يكون إيجابياً<sup>2</sup>.

**ثانياً: مجالات تأثير وسائل الإعلام:** هناك مجالات عديدة ركزت عليها البحوث الإعلامية لتأثير وسائل الإعلام، وهي على النحو الآتي:

1. **تغيير الموقف أو الاتجاه:** وهو من أبرز وأوضح مظاهر تأثير وسائل الإعلام حيث يقصد بالموقف رؤية الإنسان لقضية ما، أو لشخص ما، أو لقيمة، أو لسلوك، وشعور الإنسان تجاه هذا الشيء، إما سلباً أو إيجاباً، رفضاً أو قبولاً، حباً أو كراهية، عداً أو مودة، وذلك بناءً على (المعلومات) التي تتوافر للإنسان.

ووسائل الإعلام عادةً هي التي تزودنا (بالمعلومات) أو بالجزء الأعظم منها، وبالتالي فإن وسائل الإعلام تؤثر على فهمنا، ومواقفنا، وحكمنا على الأشياء<sup>3</sup>.

2. **التغيير المعرفي:** وهي درجة متقدمة من تأثير وسائل الإعلام وذلك على النحو التالي:

- المعرفة هي مجموع كل المعلومات التي لدى الفرد، وتشمل الاعتقادات والمواقف والآراء والسلوك.

- المعرفة أعم وأشمل من الموقف أو الاتجاه، الذي يعد جزءاً من جزئيات المعرفة.

- التغيير المعرفي أعمق أثراً في حياة الإنسان، بخلاف تغيير الموقف أو الاتجاه الذي يكون طارئاً أحياناً ويزول بزوال المؤثر، أما التغيير المعرفي فهو بعيد الجذور، ويمر بعملية تحول بطيئة تستغرق زمناً طويلاً.

تؤثر وسائل الإعلام في التكوين المعرفي للأفراد من خلال عملية التعرض طويلة المدى لوسائل الإعلام كمصادر للمعلومات، فتقوم باجتثاث الأصول المعرفية القائمة لقضية أو لمجموعة قضايا لدى الأفراد، وإحلال أصول معرفية جديدة بدلاً منها<sup>4</sup>.

تلفزيون الواقع... إحدى تمثيلات وسائل الإعلام في عصر العولمة: قراءة تحليلية. د. لامية طالة

### 3. تغيير القيم عبر التنشئة الاجتماعية:

- في كل مجتمع هناك مؤسسات تقوم بتنشئة الأفراد وتثقيفهم وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعياً، وتزويدهم بالمعارف والعقائد والقيم التي تشكل هويتهم الثقافية والحضارية، مثل البيت والمدرسة.
- مع التوسع الهائل لوسائل الإعلام تضاعف دور مؤسسات التنشئة الأساسية كالبيت والمدرسة، وأصبحت وسائل الإعلام صاحبة الدور الأكبر المسيطر في عملية التنشئة الاجتماعية.
- إن كثيراً مما نسمعه أو نقرأه أو نشاهده في وسائل الإعلام لا يخلو من هدف، ويعبر عن ذلك علمياً بأنه « مشحون بالقيم (Value Loaded)».
- إن الرسالة الإعلامية سواء كانت في شكل خبر أو فكاهة أو برنامج وثائقي فإنها تستطيع أن تعمل على إزالة قيمة من القيم وتثبيت أخرى محلها، أو ترسيخ شيء قائم والتصدي لآخر قادم، وهذا بالضبط هو مفهوم التنشئة الاجتماعية في أبسط صورها<sup>5</sup>.

### 4. تغيير السلوك:

- إن السلوك البشري لا يمكن التحكم فيه من خلال عامل واحد فقط، وإنما يحدث نتيجة عوامل متعددة.
  - قد يكون تغيير السلوك البشري نتيجة تغيير في الموقف والاتجاه، أو نتيجة تغيير معرفي عميق، أو نتيجة تنشئة اجتماعية طويلة الأمد، أو قد يكون السلوك ناشئاً عن مؤثرات وقتية بسيطة مثل تغيير السلوك الشرائي، والإقبال على ألوان أو نوعيات معينة من الملابس.
  - مهما كانت أسباب تغيير السلوك فإن لوسائل الإعلام دور ما، يزيد أو ينقص، في إحداث التغيير والتأثير بشكل عام، وذلك حسب متغيرات البيئة، والمحتوى، والوسيلة، والجمهور والتفاعل<sup>6</sup>.
- ثالثاً: العوامل المؤثرة في فعالية وسائل الإعلام:** هناك عوامل متعددة تؤثر على فعالية وسائل الإعلام وقدرتها على التأثير والتغيير وقيادة المجتمعات، وهذه العوامل يمكن التعبير عنها بالمتغيرات التالية:
- 1- متغيرات البيئة: وهي كافة الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وهي قد تكون مساعدة لوسائل الإعلام على إحداث التأثير والتغيير، أو تكون عوامل تضعف فعالية وسائل الإعلام.
  - 2- متغيرات الوسيلة: وهي العوامل المتعلقة بوسائل الإعلام ومصداقيتها، وتنوعها، وشمولها، وتجانسها، وهل هي متشابهة ومتسقة أم لديها تنوع وتعددية إعلامية.
  - 3- متغيرات المحتوى: يلعب المحتوى وقدرته على الاستمالة، والإقناع، والتنوع، والتكرار، والجاذبية، وإشباع حاجات المتلقي، دوراً مهماً في فعالية تأثير وسائل الإعلام.
  - 4- متغيرات الجمهور: متغيرات الجمهور لها دلالة كبيرة في فعالية تأثير وسائل الإعلام، حيث يختلف الأفراد في خبراتهم، وثقافتهم، وتعرضهم للانتقائي لوسائل الإعلام، وقابليتهم للتأثر، بل إنه

تلفزيون الواقع... إحدى تمثيلات وسائل الإعلام في عصر العولمة: قراءة تحليلية. د. لامية طالة  
أحياناً يستجيب الشخص الواحد بشكل مختلف لنفس المحتوى وفقاً لظروفه الصحية أو النفسية أو  
الاجتماعية.

5- متغيرات التفاعل: إن آلية التفاعل وطريقته وهل هو جماعي أم فردي، كل ذلك يحدد مدى فعالية  
تأثير وسائل الإعلام<sup>7</sup>.

رابعاً: المدى الزمني لتأثير وسائل الإعلام: لوسائل الإعلام تأثيرات مختلفة في مداها الزمني وذلك  
على النحو الآتي:

1- الاستثارة: وهي الاستجابة السريعة من المتلقي، فعلى سبيل المثال يؤدي التعرض إلى محتوى  
مثير للشهوة الجنسية إلى استثارة بيولوجية وجنسية لكل من الرجل والمرأة.

2- التعرض إلى محتوى عنيف أو مخيف: ويؤدي إلى تنبيه بيولوجي واستجابة انفعالية وجدانية،  
وهكذا.

3- الاستثارة الجماعية للجماهير: خلال فترة قصيرة محدودة، لمدة أيام أو أسابيع، تجاه قضية ما أو  
حدث ما.

4- التأثير قصير المدى: في ظل متغيرات البيئة والمحتوى والوسيلة والجمهور والتفاعل فإن هناك  
تأثيراً لوسائل الإعلام يؤدي إلى حدوث تغييرات قصيرة الأمد في الفهم والاتجاهات، والقيم  
والسلوك.

5- التأثير بعيد المدى: إن تكرار التعرض لبعض أنواع المحتوى، في بعض البيئات، لبعض أعضاء  
الجمهور، يؤدي إلى إحداث تغيير طويل الأمد، عميق الجذور، في البناء المعرفي، والاتجاهات،  
والقيم، والسلوك، ويحدث ذلك على مستوى الأفراد أو المجتمع ككل<sup>8</sup>.

وهكذا فإذا كانت المقولة الأولى للعولمة تشكل تجاوزاً للحدود القومية فإنها في الوقت نفسه  
تشكل مقدمة للقوية الكونية التي توحيها وسائل الاتصال والمعلومات، حيث يتحول الإنسان  
الذي يستوعب مفرداتها إلى إنسان جديد يأخذ ملامحه من عصر جديد، ولغته من لغة المسيطر،  
وهكذا يغدو انتماءه للقوية الكونية أقوى من انتماءه لأمة أو لقوميته، واستناداً لذلك يتحول الشاب  
الذي استوعب هذه القيم إلى إنسان عالمي متحرر من الانتماءات اللغوية، القومية الثقافية الدينية  
وحتى الجغرافية.

وبالتالي فبالإضافة إلى الحديث عن عولمة السوق والمدينة ينتقل الحديث إلى "عولمة الأنا"،  
حيث تتحول الهوية إلى أسطورة، في عالم يستطيع أي إنسان فيه وعبر الشبكات الالكترونية أن يصبح  
سائحاً جوالاً عبر الأمكنة دون أن يبرح مكانه.

تلفزيون الواقع... إحدى تمثيلات وسائل الإعلام في عصر العولمة: قراءة تحليلية. د. لامية طالة  
مدخل عام إلى ظاهرة العولمة الإعلامية: المفهوم، السمات، والمظاهر:

**تمهيد:** العولمة ظاهرة أثارت الكثير من الجدل والمناقشات الفكرية والتجاذبات السياسية نحوها، وهي كلمة تلخص واقعا سياسيا واقتصاديا وثقافيا وإعلاميا ظهرت ملامحه في نهايات القرن العشرين وانتهاء ما كان يعرف بثنائية التوازنات السياسية في حقبة الحرب الباردة وما قبلها، وظهور عالم أحادي القطبية يريد تنميط السلوك الإنساني وفق تصوره في مجالات السياسة وغيرها من المجالات<sup>9</sup>.

لم يكن لمفهوم العولمة أي وجود قبل منتصف عقد الثمانينيات، قبل ذلك لم يكن لهذا المفهوم أي حضور خاص، بل إن قاموس اكس فورد للكلمات الإنجليزية الجديدة أشار لمفهوم العولمة للمرة الأولى عام 1991، واصفا إياه بأنه من الكلمات الجديدة التي برزت خلال التسعينات، وهذا يعني بالعربية Globalisation ويعرف معجم ويبسترز الإنجليزي كلمة العولمة بـ "إكساب الشيء الطابع العالمية، وخاصة جعل نطاق الشيء أو تطبيقه عالميا"<sup>10</sup>.

من المفيد أن نعرج على عولمة الإعلام لما لها من تأثير كبير على توجه العديد من وسائل الإعلام. والعولمة الإعلامية هي التشابك بين الإعلام والاقتصاد، وهي تعمل أساسا على التنميط والتوحيد، بحكم أن الإعلام اليوم هو المحرك والمؤثر الرئيسي في الحياة العالمية بكل ميادينها: السياسية، الاقتصادية، والاجتماعية، بل أصبح فاعلا رئيسيا في الصراعات والحروب، وصناعة السلام<sup>11</sup>.

ونؤكد على حقيقة الارتباط القائم بينها(العولمة الإعلامية) وبين العولمة الثقافية، فتكنولوجيات الإعلام هي حامل للمحتويات الثقافية، إذ يرجع الإعلام للثقافة في بناء كل رسائله، كما أنها الهدف الأساسي منها، إذ أن كل رسالة إعلامية تسعى لنشر أو تغيير مكونات ثقافية معينة مثل الأفكار والقيم والعادات. "فلئن بدت العولمة اقتصادية وتكنولوجية في ظاهرها بما أنها تقوم على مجالات المال والتسويق والمبادلات والاتصال فإنها ثقافية في باطنها، إذ تسعى القوى المعولمة إلى بلوغ أهدافها الإستراتيجية المتمثلة في التحكم في الأسواق العالمية وبسط نفوذها على العالم وذلك من خلال تكريس منظومة قيمية والترويج لنمط استهلاكي لا يستثني أي مجال من مجالات الحياة من المأكّل والمشرب والملبس إضافة لطرق اللهو والترفيه"<sup>12</sup>.

#### أولا: العولمة تعني إلغاء الحدود والحواجز:

عرفت العولمة بأنها تشير إلى ضغط العالم وتصغيره من ناحية، وتركيز الوعي ككل من ناحية أخرى، وتعريف روبرت سون يركز على إلغاء الحدود والحواجز بين الأفراد والدول، مما يعني ضغط العالم وتصغيره وزيادة الوعي به ككل.

تلفزيون الواقع... إحدى تمثيلات وسائل الإعلام في عصر العولمة: قراءة تحليلية. د. لامية طالة  
إن أهم ما يميز هذا المفهوم هو تركيزه الشديد على فكرة انكماش العالم والتي تتضمن أموراً  
كثيرة منها تقارب المسافات والثقافات وترابط المجتمعات والدول حينما لم يعد بالإمكان العزل  
والانعزال وسرعة التحولات والمستجدات وعدم القدرة على مجاراتها.

### ثانياً: العولمة تعني ثورة تكنولوجية واجتماعية:

العولمة شكل جديد من أشكال النشاط تم فيها الانتقال بشكل حاسم من الرأسمالية الصناعية إلى  
المفهوم ما بعد الصناعي للعلاقات الصناعية، وهذا التحول تقوده نخبة تكنولوجية صناعية تسعى إلى  
تدعيم السوق الكوني الواحد بتطبيق سياسات مالية وائتمانية وتكنولوجية واقتصادية شتى، والمثال  
بارز على ذلك هو شبكة الانترنت التي أحدثت الثورة بارزة في أنظمة الاتصالات وأحدثت تغيراً كبيراً  
في بعض أشكال الحياة الاجتماعية كظهور السوق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية.

### ثالثاً: العولمة حقبة تاريخية:

ويذهب هذا التعريف للعولمة إلى اعتبارها حقبة مجددة من التاريخ أكثر منها ظاهرة اجتماعية أو  
إطاراً نظرياً، وهي تبدأ بشكل عام منذ بداية ما عرف بسياسة الوفاق التي سادت في الستينات بين  
القطبين المتصارعين في النظام الدولي آنذاك، وهما الو.م.أ. والإتحاد السوفيتي، إلى أن انتهى الصراع  
والذي يرمز له بانهيـار حائط برلين الشهير ونهاية الحرب الباردة.

### رابعاً: العولمة تعني هيمنة القيم الأمريكية:

هذا مفهوم عبر عنه المفكر الأمريكي الياباني الأصل فرانسيس فوكوياما "نهاية التاريخ وخاتم  
البشر أو الإنسان الأخير"، والذي اعتبر فيه سقوط الإتحاد السوفيتي وانهيـار الكتلة الاشتراكية انتصاراً  
حاسماً للرأسمالية على الشيوعية، ووفق هذا المنظور فالعولمة بالمعنى المعياري للكلمة ظاهرة  
جيدة، وتمثل تقدماً في التاريخ لأنها ترمز في الواقع إلى انتصار ظواهر التحديث وسيادة الديمقراطية  
كنظام سياسي<sup>13</sup>.

ورغم تعدد تعريفات العولمة نحاول تقديم التعريف الجامع والأخير لها وهو: "إن العولمة هي  
ظاهرة حديثة نسبياً تشير إلى محاولات تصغير العالم ودمجه، من خلال التقليل من أهمية الحدود  
الجغرافية والسياسية، وتتيح إمكانية الاتصال والتواصل بين الأفراد والمجتمعات، نشأت في مجال  
الاقتصاد وتعدته إلى مجالات السياسية والثقافية والاجتماعية، وساعد على انتشارها ثورة تكنولوجية  
 واجتماعية ورغبة سياسية وتمثل في أحد جوانبها - في الوقت الراهن على الأقل - هيمنة للقيم  
الغربية بصفة عامة، والأمريكية بصفة خاصة"<sup>14</sup>.

### خامساً: عولمة... وسائل الإعلام:

في سبيل وضع تحديد لمفهوم العولمة الإعلامية ناقش جيندز عولمة وسائل الإعلام على أنها  
سمة رئيسية في العالم المعاصر، وأشار إلى أن عولمة الإعلام هي: "الامتداد أو التوسع في مناطق

تلفزيون الواقع... إحدى تمثيلات وسائل الإعلام في عصر العولمة: قراءة تحليلية. د. لامية طالة جغرافية مع تقديم مضمون متشابه، وذلك كمقدمة لنوع من التوسيع الثقافي"، وأكد جيندز أن وسائل الاتصال التكنولوجية الجديدة جعلت من الممكن القفز فوق الحدود الثقافية والسياسية، والتقليل من مشاعر الانتساب أو الانتماء إلى مكان محدد، وشدد جيندز على أهمية دور الإعلام في خلق وتضخيم الحقائق اعتماداً على الصور والرموز.

فالعولمة الإعلامية بهذا المعنى تشير إلى وحدة المضمون الإعلامي مما يحقق تنوعاً وتعدداً وجماهيرية أكثر لدى المتلقين، وأنها تعمل على تآكل الحدود التقليدية للدول، فبالرغم من أنها أحد فروع العولمة إلا أنها تؤدي إلى مزيد من العولمة، وتعمل على نشرها بين أرجاء المعمورة، وأنها انطلاقاً من نفس الغاية تقلل أهمية الهوية والانتماء إلى وطن بعينه، وبإمكان القنوات الإعلامية أن تضخم ما تريد تضخيمه، وتهتمش ما يريد القارئون عليها إهماله<sup>15</sup>.

اختلفت الآراء حول العولمة الإعلامية حيث هناك فريق من الباحثين يؤيدها باعتبارها مزيد من التركيز في ملكية وسائل الإعلام والتكامل الرأسي والتكنولوجيا الجديدة، وتخفيف القيود، ومن شأن هذا خلق فرص جديدة أمام المستهلكين (حرية انتقاء الإعلامي) وتخفيض تكلفة التكنولوجيا وخلق فرص جديدة للعمل، فالتنافس سيصبح من مصلحة المستهلك. في ظل استمرار الصراع بين الرأسمالية العالمية المتمثلة في الشركات الكبرى متعددة الجنسيات والدولة القومية في مجال الثقافة والإعلام.

بينما نجد فريقاً آخر يعارض عولمة الإعلام ويرفض ما يقال من إيجابياتها، مثل هزرت تشيلر الذي يعتبر عولمة الإعلام نغياً للتعددية الثقافية، وانتصاراً للقيم الاقتصادية الليبرالية الناشئة عن مبدأ المنافسة والربح والخسارة، وتحويل المضامين الإعلامية إلى سلع تخاطب جمهور الكوكب الأرضي بواسطة الشركات المتعلقة<sup>16</sup>.

العولمة الإعلامية عملية تهدف إلى التعظيم المتسارع والمستمر في قدرات وسائل الإعلام والمعلومات على تجاوز الحدود السياسية والثقافية بين المجتمعات، بفضل ما توفره التكنولوجيا الحديثة والتكامل والاندماج بين وسائل الإعلام والاتصال والمعلومات، وذلك لدعم عملية توحيد ودمج أسواق العالم من ناحية، وتحقيق مكاسب لشركات الإعلام والاتصالات والمعلومات العملاقة متعددة الجنسيات على حساب تقليص سلطة ودور الدولة في المجالين الإعلامي والثقافي من ناحية أخرى<sup>17</sup>.

**سادساً: سمات العولمة الإعلامية:** يتسم الإعلام في عصر العولمة بعدد من السمات، من أهمها:

1- **أنه إعلام متقدم من الناحية التكنولوجية:** ومؤهل لتطورات مستقبلية جديدة ومستمرة تدفع به إلى المزيد من الانتشار المؤثر في المجتمعات المختلفة.

2- **هيمنة الشركات الأمريكية على قطاع الإعلام والاتصال والترفيه:** والمقصود بالهيمنة هنا هي السيطرة على الملكية، والسيطرة على محتوى وتوجهات المضامين والأشكال المنتجة، حيث يوجد

تلفزيون الواقع... إحدى تمثيلات وسائل الإعلام في عصر العولمة: قراءة تحليلية. د. لامية طالة  
في العالم ست مجموعات رئيسية كبرى تعمل في الأنشطة الإعلامية ولها حضور دولي كبير  
يتفاوت من مؤسسة لأخرى، أربعة منها أمريكية، وواحدة أوروبية، وواحدة أسترالية أمريكية، وهي:  
مؤسسة تايم وورنر، مجموعة برت لزمان، مجموعة فياكم، مؤسسة ديزني، نيوز كوربريشن،  
مجموعة تي سي تي.

3- التكامل الرأسي: من سمات الإعلام في عصر العولمة أيضا ظهور الشركات العملاقة ومتعددة  
الجنسيات، وقيامها بالملكية المتعددة لوسائل إعلامية وأنشطة متعددة من نشر كتب وصحف إلى  
محطات إذاعية تلفزيونية إلى استوديوهات إنتاج سينمائي وتلفزيوني... الخ.

4- وجود علاقة بين الشركات المتعددة الجنسية والوطن الأم: وهذه العلاقة هي علاقة تعاون وتكامل  
وذلك رغم ما يقال عن أن هذه الشركات ليست لها جنسية وليس لها وطن، وإنما هدفها المادي  
أيما كان إلا أن الواقع أنها المؤسسات وطنية لها عمليات دولية.

5- انتشار عمل الشركات العملاقة عبر وكلاء محليين: وذلك في إطار عمليات إعادة البث وشراء  
البرامج والإنتاج المشترك والاستثمارات الخارجية، ورغم ما تتيحه الثورة في تكنولوجيا الاتصال  
وعمليات التكامل والاندماج بين الإعلام والاتصال والمعلومات من إمكانية هائلة لاختراق الحدود  
القومية والثقافية، إلا أن الشركات الإعلامية متعددة الجنسية حرصت على العمل عبر وكلاء  
محليين، حيث برزت المكاسب الاقتصادية المترتبة على هذه الشراكة، والتي لا تراعي احتياجات  
السوق المحلية بقدر سعيها لخلق احتياجات محلية زائفة تتماشى مع مضامين والصور المعولمة  
والتي ينتج تسويقها وفق آلية الإنتاج الضخم وتحقيق مزايا تنافسية.

6- تراجع دور الدولة في النظام الإعلامي الدولي: في ظل الثورة التي أحدثتها تكنولوجيا الاتصال،  
وفي ظل انتشار العولمة كظاهرة وما تعنيه من عولمة الاقتصاد والدعوة إلى توحيد الأسواق،  
والخصخصة، وطبقا للتفسير الاقتصادي لوسائل الإعلام وتحول الاقتصاد العالمي نفسه خلال  
العقد الأخير من القرن العشرين إلى اقتصاد معلومات، حيث أصبحت المعلومة فيه أهم عوامل  
إنتاج السلع والخدمات، فإن الدور الدولة تراجع بصفة عامة، وبدأت أهمية حدودها الجغرافية تتآكل،  
وبالتالي بدأت سيطرتها على وسائل الإعلام تقل بعدما كانت هي اللاعب الوحيد في مجال الإعلام  
حيث تقوم بوظيفة تنظيم ورقابة بيئة النظام الإعلامي على المستوى المحلي أو الوطني، فهي  
التي تمنح تراخيص وإدارة المؤسسات الإعلامية وتقوم بسن القوانين المنظمة لعمل هذه  
المؤسسات وتنفيذ هذه القوانين ثم الرقابة على تدفق المعلومات عبر حدودها الوطنية.

7- لا يشكل الإعلام المعولم نظاما دوليا متوازنا: لأن كل مدخلاته ومراكز تشغيله وآليات التحكم فيه  
تأتي من شمال الكرة الأرضية، وهذا ما أدى إلى هيمنة الدول المتقدمة عليه في مقابل تبعية  
الدول النامية له<sup>18</sup>.

تلفزيون الواقع... إحدى تمثيلات وسائل الإعلام في عصر العولمة: قراءة تحليلية. د. لامية طالة

سابعاً: مظاهر العولمة الإعلامية: يمكن أن نجمل مظاهر العولمة الإعلامية في النقاط التالية :

1- التكامل والاندماج بين وسائل الإعلام الجماهيري وتكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات: فمع

تطور الحاسبات وشبكات الهاتف وشبكات المعلومات واستخدام تكنولوجيا البث الفضائي ظهرت تكنولوجيا الاتصال متعدد الوسائط وتكنولوجيا الاتصال التفاعلي بتطبيقاتها المختلفة.

2- إعادة تعريف الإعلام أو الاتصال الجماهيري: حيث تفتح تكنولوجيا الاتصال أفاقاً جديدة

لخدمات ووظائف جديدة للاتصال، كما تحطم هذه الثورة الفواصل التقليدية بين الإعلام أو الاتصال الجماهيري من جهة والاتصال الشخصي من جهة ثانية، وتقود نحو نمط اتصالي جديد يتسع لكل أنماط الاتصال هو الاتصال التفاعلي، القائم على التفاعل الحر والمباشر بين المرسل والمستقبل وتبادل أدوار الاتصال بين الطرفين، علاوة على اتساع وتناول حرية المتلقي في الاختيار.

3- تزايد أهمية اقتصاديات الإعلام والاتصالات والمعلومات: وهو الأمر الذي لا يقتصر على كونه

نشاطاً اقتصادياً فحسب، وإنما ينطوي على بعد ثقافي، حيث تظل المضامين الإعلامية الواردة من هذه المؤسسات أسيرة النظرة التي يعتقنها مالكوها للعالم، باعتبارها تتعامل مع معلومات ونتائج فكري وثقافي معين، مما يؤدي إلى تنميط المنتجات الإعلامية المعلوماتية بهدف توحيد العالم وفق مقتضيات الاقتصاد، وخصوصاً اقتصاديات الإنتاج الإعلامي والترفيهي الأمريكي الذي يسيطر على السوق العالمي<sup>19</sup>.

في ظل هذه السيطرة الإعلامية من قبل الشركات العملاقة التي تنتمي معظمها إلى الوم.أ باعتبارها أكبر دولة في العالم اقتصادياً، سياسياً، معلوماتياً، تكنولوجياً، وإعلامياً، هذه الحقيقة تعطي تصوراً واضحاً للمستقبل الإعلامي العالمي، فقيادة أمريكا له ظاهرة، وتداخل الإعلام مع التقنية في الكمبيوتر والاتصالات تجعل القدرة الأمريكية في استمرار الهيمنة الإعلامية مؤكدة، خاصة في ظل تعرض البلدان المتخلفة لضغوطات سياسية واقتصادية للقبول بهذا الواقع الإعلامي الجديد من باب الحريات العامة وحقوق الإنسان والإعلام الحر وتبادل الثقافات وحوار الحضارات، وهذه الشركات الإعلامية تتحرك بمساعدة حكومية من بلدانها الأم، وهي تنظر إلى الناس في كل مكان على أنهم مستهلكون لسلع ينتجونها، ولا ينظرون إليهم بصفتهم مواطنين في بلدانهم لهم ثقافتهم الخاصة وعقائدهم المميزة .

## تلفزيون الواقع:

**تمهيد:** مما لا شك فيه أن الإعلام في عصرنا الراهن يشكل عصب الحياة ومحركها الأساسي على كافة الأصعدة، وقد ساهمت التقنيات الحديثة على إتاحة الفرص أمام الوسائل الإعلامية لتتخطى الحدود وتعبر القارات، متجاوزة بذلك القيود السياسية والاجتماعية التي تفرض على وسائل الإعلام التقليدية.

## أولاً: مفهوم تلفزيون الواقع:

إن مصطلح " تلفزيون الواقع " يطلق بالتحديد على نوعية من برامج التسلية والترفيه، التي تعتمد على المشاركة الفعالة للجمهور، سواء في إنتاجها كمشترك متنافس أو كموجة لأحداثها عن طريق التفاعلية التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة للاتصال، وتعرف على أنها " برامج أصبح فيها المتفرج فاعلاً أساسياً يدرّب على العيش في مجموعة، ويمر بفترات امتحان وتجريب تكمل إما بالنجاح أو الفشل، فهو امتحان صعب نحو الشهرة أو المال.

وتقدم هذه البرامج نمط تنشئة غير مألوف يزاحم التنشئة المألوفة في المؤسسة العائلية أو المدرسة، فضلاً عن اعتمادها مبدأ التجسس على الحياة الخاصة<sup>20</sup>.

فحسب الباحثة (إمانويلا رويل Emmanuela Ruel) فإن برامج تلفزيون الواقع تركز على: " خلق وضعيات وتفاعلات اصطناعية بين الأشخاص إثر المشاهد التي تبثها، أي عرض الحياة الخاصة في الفضاء العام من خلال عرض الآراء الانطباعات، ردود أفعال المشتركين، إضافة إلى الاعترافات، ... ويمكن أن يكون نوعاً من المراقبة الوقائية المتلاعب بها، تبث في عرض مكشوف لأن المشاهد بإمكانه متابعة الحياة كاملة أمام الكاميرا، والجمهور هو الذي يقرر المشترك الرابع من خلال التصويت عبر الهاتف والإنترنت"<sup>21</sup>.

وقد اعتبرها البعض الآخر بأنها استعراض الحياة الواقعية أمام الكاميرا التلفزيونية، إذ توصف "بأنها شكل جديد من البرامج التي تحظى بنجاح كبير، تصور فيه مجموعة من الأشخاص إلى غاية انتصار أفضلهم.

إن تلفزيون الواقع يماهي الحياة، إنه استعراض جماهيري لأنماط المعيشة، والسلوك الحقيقي والفعلي<sup>22</sup>، وقد ذكر هنا عنصر مهم، وهو المنافسة من أجل الفوز بالمال أو الشهرة، وتعتمده هذه البرامج لإغراء الجماهير وضمان المشاركة والتفاعل، كما تعتمده لخلق التشويق والإثارة.

إن برامج تلفزيون الواقع هي مزيج من أربعة عناصر": وذكر شارلي بارسونز Charlé Parsons أشكال برامجية: الدراما التسجيلية، برامج المسابقات، الدراما وبرامج الحوار"<sup>23</sup>.

إننا بصدد دراسة نوعية من برامج الترفيه تعتبر جديدة، أعادت للتلفزيون صدارته الجماهيرية خاصة عند الشباب، وأربكت في الوقت نفسه جميع الملاحظين للوسط الإعلامي باستعراضيتها

تلفزيون الواقع... إحدى تمثيلات وسائل الإعلام في عصر العولمة: قراءة تحليلية. د. لامية طالة الجريئة، ... هذه الظاهرة التي لا ترتبط بمنطقة معينة من العالم بل نستطيع اعتبارها موجة كونية غطت كل أنحاء العالم<sup>24</sup>.

فبرامج تلفزيون الواقع تشترك مع برامج الدراما في التسلسلية في الأحداث التي نشاهدها في حلقاتها، وترابطها ونمو العلاقات بين الأفراد المشتركين من خلال تفاعلهم معا داخل محيط معين. كذلك تشترك مع برامج المسابقات في وجود عنصر المنافسة والربح والخسارة، أما الدراما التسجيلية فتتشترك معها في عنصر تسجيل الواقع وعرضه، وبرامج الحوار من خلال وجود تصريحات من طرف المشتركين وحوارات ساخنة فيما بينهم تصل حد المشادات.

كما أن: "هذا التلفزيون يظهر وضعيات أبطالها أشخاص عاديون غير ممتهمي الممارسة التلفزيونية ولا محترفيها، في وضعيات مشابهة للوضعيات العادية الحياتية، تحت أنظار الكاميرا وأمام الجمهور... فهي شكل من البرامج تصور فيه مجموعة من الأشخاص المتنافسين إلى غاية انتصار أفضلهم"<sup>25</sup>. ويعتبر تلفزيون الواقع نوع من برامج التلفزيون، التي يتم فيها جمع أفراد من عامة الناس في مكان محدد وبيئة محددة، وتسجيل حياتهم وردود أفعالهم الطبيعية مع عدم وجود نص مكتوب أو سيناريو، وعرضه مباشرة للمشاهدين. وتتنوع هذه البرامج من كاميرا خفية، برامج (مسابقات وغير ذلك)<sup>26</sup>، فهو يهدف في الدرجة الأولى إلى الربح المادي ويعتبر وسيلة لكسب الشهرة من دون جهد واضح كذلك يساهم في صناعة العواطف والمشاعر وتسويقها، ويشجع على الشغف بالاطلاع على أمور الآخرين<sup>27</sup>.

من خلال ما سبق يمكن تعريف تلفزيون الواقع إجرائيا على أنه نوع من برامج التلفزيون التي يتم فيها جمع أفراد من عامة الناس من كلا الجنسين، في مكان محدد وبيئة محددة وتسجيل حياتهم وردود أفعالهم الطبيعية، مع عدم وجود نص مكتوب أو سيناريو وعرضه عرضا مباشرا للمشاهدين الذين يهتمون بهذا النوع من البرامج، دون مراعاة العادات وقيم المجتمعات العربية.

**ثانيا: خصائص برامج تلفزيون الواقع: من أهمها:**

#### **1. إلغاء الحميمية والخصوصيات:**

تقوم برامج تلفزيون الواقع أساسا على مراقبة وتسجيل الوضعيات والمواقف والسلوكيات التي يقوم بها المشتركون فيها، دون وجود مجال لحركة أو كلمة واحدة خارج رقابة الكاميرا أو الميكروفون، وهذا ما يسمى بإلغاء الخصوصية أو الحميمية<sup>28</sup>.

قال الكاتب امبرتو ايكو Umberto Eco «أصبح الواقع مادة تسلية وترفيه فمصاعب الناس ومشاكلهم المختلفة بما فيها الحميمة وحتى مأساتهم وبطولاتهم أصبحت مادم للفرجة والترفيه فالناس أصبحوا لا يتسلون بالابتعاد عنها والهروب منها بل يترفهون بطرحها بشكل تلفزيوني أمام الملأ»<sup>29</sup>.

## 2. مشهدة الواقع:

إن هذه البرامج تعمل على نقل الحياة الواقعية والأفراد العاديين، وتقوم على جعل الفرد العادي بطلا، وتحقق للجماهير متعة رؤية تجربة مميزة، حيث يشاهدون شخصيات تلفزيونية تسلك وتتفاعل، بنفس الطريقة العادية التي يفعلون هم بها ذلك بدون تكلف.

يقول برنار كلير Bernard Clear: "إن حقيقة أن هذا يحدث على شاشة التلفزيون هي وحدها التي تعطي مثل هذا الأمر العادي أهمية، وهذا هو المفتاح لأهمية الإنتاج الواقعي"<sup>30</sup>.

لكن ما يثيره بعض النقاد هو أن برامج تلفزيون الواقع مخادعة ولا تنقل الحياة العادية الواقعية لشخصياتها مهما كانت درجة واقعيته، إذ تتدخل دائما الصناعة التلفزيونية بمعدات لتغلف الكثير من الحقائق وتطمسها بهدف الوصول للجمهور، فهي تخلق بيئة مصطنعة واضحة، ثم تضع الشخصيات المشتركة في إطارها لتسجل النتائج، لهذا تعد مراقبة واقعية متلاعب بها أي ممشدة<sup>31</sup>.

## 3. إلغاء التمثيل (عدم وجود سيناريو):

من خصوصيات هذه البرامج كذلك إلغاء التمثيل وعدم وجود سيناريو، ولا نقصد بإلغاء التمثيل أن كل شيء يقوم به المشتركون عاديا وطبيعيًا، ولكن ما نقصده أن هذه البرامج تعرض المشترك لتجربة تدعي بأنها واقعية وعفوية، بحيث لا يكون هناك نص ولا تصوير ولا لقطات وإعادة تصويرها مثل: الدراما حيث يتفانى الممثل في تقمص الأدوار، بل إن النهاية مفتوحة على كل الاحتمالات، لكن القائمين على إنتاج هذه البرامج حاولوا قدر المستطاع الاستفادة من تجربة برامج الدراما، وذلك من خلال تعويض الكثير من العناصر الدرامية الجذابة بما يشبهها، بهدف ضمان المشاهدة العالية لبرامجهم على غرار الدراما، ومن أهم عناصر الدراما: السيناريو، الحبكة، المفاجأة أو الصدمة<sup>32</sup>.

## 4. خلق النجوم:

تدخل برامج تلفزيون الواقع في سياق اقتصاديات السوق الإعلامية، التي تحاول الترويج لشخصيات عادية لتصنع منها نجوما، إذ تقوم على تحويل أفراد الجمهور إلى مشاهير، من خلال إعادة بناءهم شكليا ومعنويا (تغيير مظهرهم، تدريبهم على بعض المهارات...) ليتلاءموا مع معايير الجمال المتعارف عليها تلفزيونيا على المباشر، وبذلك تصبح عملية مشاهدة الأشخاص، وهم يعدون ليبدوا كمشاهير هي مصدر شهرتهم، كما أنها تقوم على إعادة تأهيل النجوم المنطفئة الذين يوافقون على تحويل حياتهم إلى عروض واقعية<sup>33</sup>.

## 5. الاستعراضية:

إن كثافة الصور المتدفقة باستمرار نتيجة نقلها لواقع لا متناهي ومستمر في الوجود والتطور، جعل من الصورة عنصر مهم في برامج تلفزيون الواقع، وهي مرتبطة أساسا بحاسة البصر، لهذا تعتمد هذه البرامج على الكثير من الحوافز البصرية التي تعمل على شد انتباه المشاهد إلى

تلفزيون الواقع... إحدى تمثيلات وسائل الإعلام في عصر العولمة: قراءة تحليلية. د. لامية طالة  
المشاركين في البرنامج، وللمظهر أو الشكل دور كبير في استمالة الجمهور، لهذا نجد أن أغلبية  
المشاركين يعتمدون إستراتيجية أساسها الإغراء والاستعراضية<sup>34</sup>.

#### 6. ضمان المشاركة والتفاعلية للجمهور:

يرى غاري كارتر Gary Carter أنه لكي يكون برنامج ما واقعا يجب أن يتضمن عنصر تفاعل  
الجمهور، إن المسألة تتعلق بحصول الجماهير على السلطة والسيطرة للتحكم في البرامج  
التلفزيونية، فعلى عكس ما يسمى بالثقافة الجماهيرية في المجتمع الجماهيري، التي يتم إنتاجها من  
أجل الجماهير وليس بواسطتهم، أي أنها تعمل من أجل نمذجة وتنميط حياتهم وفقا لمصالح السوق  
الجماهيرية، فإن التفاعلية التي تتيحها برامج تلفزيون الواقع تجعل من هذه المنتجات الثقافية منتجة  
( عن طريق الجماهير وبواسطتهم وبالتالي تعبر عنهم<sup>35</sup>.

#### 7. إدخال الجماهير للركح التلفزيوني:

تقوم هذه البرامج أساسا على إدخال الفرد العادي إلى ركح التلفزيون، ليعبر عن ذاته وليناقش  
قضايا داخل فضاء الشاشة كشخصية جماهيرية، ويعتبر بعض المنظرين الغربيين أن التلفزيون  
ووسائل الإعلام كفضاء عمومي تخلصت من طابعها السياسي، وأدخلت لهذا الفضاء أشكال تعبيرية  
جديدة، خاصة ما يتعلق بالانشغالات والمشاكل اليومية والشخصية للمواطن العادي، الذي أصبح  
بإمكانه أن يجعل من حياته الخاصة وحميمياته موضوعا للنقاش العام<sup>36</sup>.

#### 8. المنافسة:

تعتمد برامج تلفزيون الواقع على عنصر المنافسة، التي قد تكون بين متسابقين، أو بين مصالح  
مختلفة لنفس الفرد، فالمنافسة لا تعني المشترك وحده، ولكن تعني الجمهور المتابع بصفة كبيرة  
باعتباره جزء من استمرارية البرنامج، فهو أثناء متابعته يبني علاقات نفسية مع المشتركين تكون  
معطاة بصفة واقعية، أي ناتجة عن العصبية لابن البلد أو الجهة، حيث تحولت المنافسات فوق الركح  
التلفزيوني إلى امتحان للشعور الوطني ولعزة الانتماء<sup>37</sup>.

وهو ما ترجمه الباحث جوناتن بى Jonathan Bignell عندما قال أن: "تلفزيون الواقع يندرج  
ضمن ثقافة إعلامية عالية جديدة"، ففي نظره فإن تلفزيون الواقع يؤثر تأثيرا كبيرا على جمهوره من  
خلال ما يقدم له، فهو أصبح بمثابة مرآة للمجتمع كما يتحدث أيضا عن مدى الصلة بين الجمهور  
والمنتجين من خلال هذا التلفزيون، حيث يصفها بالتفاعلية الحقيقية<sup>38</sup>.

#### ثالثا: أنواع برامج تلفزيون الواقع:

هناك عدة إشكالات تثار حول برامج تلفزيون الواقع، أهمها كيفية تصنيف تلك الأشكال  
المختلفة من البرامج تحت نمط واحد هو تلفزيون الواقع. ولكننا نشير إلى أن الأمر الوجود المشترك  
بينها هو مشاركة الأفراد العاديين وأفضلىتهم، ومن أشهر أنواع برامج تلفزيون الواقع: برامج الحوار

تلفزيون الواقع... إحدى تمثيلات وسائل الإعلام في عصر العولمة: قراءة تحليلية. د. لامية طالة  
الاستعراضية "الركح" Talk Shows، برامج نقل الواقع الحقيقي للمشتركين" سواء بعرض واقع  
المشاهير أو واقع الأفراد العاديين"، برامج تغيير الوضعية الاجتماعية للمشتركين، البرامج التنافسية،  
برامج الألعاب الرياضية، البرامج التجميلية، وبرامج الكاميرا الخفية<sup>39</sup>.

وفي الأخير نشير إلى أن برامج تلفزيون الواقع هي برامج تعتمد على إدخال أفراد عاديين لمجال  
شاشة التلفزيون، دون إعداد سيناريو أو خطة لأفعالهم وتفاعلاتهم، بل يتم وضعهم في تجربة معينة  
يغلب عليها الصراع والمنافسة، مع تزويدهم بقواعد يتحركون وفقها، ويتم ضمان إمكانية مشاركة  
الجمهور وتوجيهه لأحداث البرامج ولو جزئياً.

رابعاً: ظاهرة تلفزيون الواقع... والتباين بين المؤيد والرافض:

إن ارتفاع نسبة الاستهلاك العشوائي لبرامج تلفزيون الواقع كونه نسخة عن المنتج الغربي أصبح  
يسيطر بشكل كبير على المجتمعات العربية في ظل ترد كبير للواقع السياسي والاقتصادي، ما يهدد  
الثقافة العربية ويساهم في تمزيق القيم والقواعد الأخلاقية العربية الإسلامية، كون المستهلك  
يقضي أوقاتاً طويلة أمام مضامين تعمل على ترويج النمط الاستهلاكي وتعزيز الفردية والخصوصية  
والهرولة وراء الاحتياجات الغرائزية الكمالية بعيداً عن المشاركة الفعالة في المجتمع، ورغم اتساع  
النقاش حول برامج تلفزيون الواقع في المنطقة العربية منذ 2001، إلا أن الشارع العربي بقي بين  
موقفين أساسيين بين مؤيد ومعارض.

**فالمؤيدون** يرون أن تقليد هذه البرامج هو بمثابة إعطاء دفعة قوية للإعلام العربي للرقى  
والوصول إلى درجة مميزة من الاحترافية و مواكبة التطورات الحاصلة في الإنتاج التلفزيوني، كما  
تساهم في الانفتاح الاجتماعي والتخفيف من ضغط التقاليد التي لازالت تسود المجتمعات العربية،  
أيضاً تنمية الحريات، وإعطاء فرض متكافئة للجنسين، وتقديم البديل والأفضل للمشاهد، ومحاولة  
تحقيق نسب مشاهدة عالية لإرضاء المشاهد العربي، و نقل الثقافة الغربية إليه عبر برامج وحصص  
ومسلسلات من شأنها أن تغير روتين المضمون الإعلامي العربي هذا من جهة.

أما من جهة **المعارضين** لهذه الرؤية فيرون أنها محاولة طمس وتشويه للهوية وثقافة المشاهد،  
واستبدالها بثقافة الغرب، إذ تساهم في تفكيك وانهلال القيم الاجتماعية داخل الأسر المحافظة،  
ونشر الإباحة بين أوساط الشباب، كما تركز في معظمها على التعدي على الخصوصيات الفردية  
للأشخاص وتشجيع الاختلاط بين الجنسين وزرع الثقافة السلبية للغربيين في أوساط الشباب العربي  
المحافظ، وما يعيب على هذه البرامج المستنسخة أنها لا تراعي متطلبات وثقافات وقيم المشاهد  
العربي فتقوم هذه القنوات بجلب هذه المضامين وذلك دون تكييفها بما يناسب بيئة وثقافة الجمهور  
العربي<sup>40</sup>.

تلفزيون الواقع... إحدى تمثيلات وسائل الإعلام في عصر العولمة: قراءة تحليلية. د. لامية طالة

#### خامساً: مخاطر تلفزيون الواقع على الشباب المتابع له:

تندرج برامج تلفزيون الواقع ضمن سياق ثقافة الموجة الثالثة وما بعد الحداثة، التي تتميز بتكسير كل الأنماط القديمة والبنى الفوقية، إضافة للاستهلاكية المفرطة، التي لم تستثن شيئا لم تعرضه للبيع، بحيث تقوم بتسليع وتشويه كل شيء. فحتى الإنسان بحميمياته وحياته الخاصة قابل للبيع، وبرامج تلفزيون الواقع جاءت كنتيجة منطقية لعولمة الثقافة التي تراجعت فيها الثقافة المثقفة تاركة المجال لثقافة التسلية والاستهلاكية،

حيث يعتبر تلفزيون الواقع نوعا من معاداة النخبوية في التلفزيون، ودخول ثقافة الشارع والناس العاديين بألفاظهم العادية وأحيانا الشوارعية للتلفزيون، فبعد أن كان المثقفون من كتاب، وشعراء، ومبدعون، وموسيقيون... هم رواد الثقافة التلفزيونية، تم تجاوزهم اليوم لتعطى المكانة للأفراد العاديين بكل التناقضات التي يحملونها، هذه التركيبة أسفرت عن مجموعة من المخاطر النفسية، الاجتماعية، الثقافية، وحتى الاقتصادية على الشباب المتابع لها، لعل أبرزها ما يلي:

- يطلق البعض على تلفزيون الواقع أنه ترويج للحلم الجماعي، أو المخدر الهادي، أو تلفزيون القمامة Trash TV، حيث يصبح المشاهد فاعلا أساسيا يمرّ بفترات امتحان وتجارب تكّلل بالنجاح أو الفشل.

- ترويج برامج الواقع لمبدأ التجسس أو التلصص على خصوصية الأفراد وإقامة علاقات بين الشبان والفتيات في فضاء ضيق على امتداد ساعات الليل والنهار.

يذهب البعض إلى أن هذه البرامج تروج لقيم الإباحية، ونبذ القيم الاجتماعية المتوارثة في المجتمعات العربية، فهي مؤثرات وافدة تسري بالتدريج وتعود بالسلب على القيم العربية.

تروج هذه البرامج للتعصب القطري، حيث ينقسم الجمهور العربي إلى أحزاب وطوائف يناصر كل منها مرشح القطر الذي ينتمي إليه عبر الاتصالات والرسائل القصيرة SMS، بصرف النظر عن جدارة المتسابق وأحقّيته في الفوز.

- تكريس الفردية والروح الاستهلاكية والهروب من الواقع، وإضعاف الروابط الأسرية وقيمها، وتعميق المشاعر الذاتية على حساب الالتزام الجماعي.

- يعدّ تلفزيون الواقع أحد مظاهر تدويل الإعلام العربي وانصهاره في العولمة الثقافية.

- تعزيز ثقافة الإقصاء على حساب ثقافة التسامح والقبول بالآخر، كما هو وليس كما أريده أن يكون، مثل: (لا أصوت إلا على ابن بلدي - أصوت لصالح هذه الفتاة لأنها جميلة - أقصى ذلك الشاب بسبب لهجته التي لا أفهمها).

- استنزاف أموال المواطن العربي في أمور سطحية، ممّا يمثّل هدرا اقتصاديا.

تلفزيون الواقع... إحدى تمثيلات وسائل الإعلام في عصر العولمة: قراءة تحليلية. د. لامية طالة  
- الترويج لبعض السلوكيات السلبية مثل: تناول الخمور - التدخين - العلاقات الحميمة بين  
الجنسين - الإذلال والمهانة التي يتعرض لها المتسابقون<sup>41</sup>.

في هذا الإطار، يعتبر تلفزيون الواقع من بين أكثر العوامل المؤثرة على المنظومة القيمية  
للأفراد، حيث يمكن لبرامج هذا الأخير أن تساهم في تغيير بعض القيم السائدة لدى الأفراد  
(الخصوصية، الاحترام الذاتي، التواضع، الإيثار، روح الجماعة، التسامح، التضامن الأسري، احترام  
الآخرين...) وذلك بإغواء المشاهدين وإقناعهم بأن ما يشاهدونه هو الواقع الذي يجب أن يكونوا عليه،  
وهي بذلك تؤدي إلى تدهور منظومة القيم، وبالإضافة إلى ذلك، يقوم تلفزيون الواقع أيضا بإعادة  
تشكيل النسق القيمي للأفراد بخلق أنماط وقيم ومعايير جديدة وفرضها على أنها القيم الواجب تبنيها  
(الأناية، الفردية، ازدراء الغير، الصراع...).

يرى كل من كافندر وفيشمان Fishman&Cavender أن تلفزيون الواقع هو: "إبداع هجين  
يصعب تحديده كونه يأتي على مفترق طريقين ما بين الواقع والخيال"، ويلاحظ أغلبية الباحثين في  
علم الاجتماع أن تلفزيون الواقع له وظيفة اجتماعية، حيث نجد في مشاهدته بيئة خاصة بالشباب،  
الجمال، الثراء، التقدم الصحة، النجاح السعادة والخيال.

ويعتبر الباحث ألكسندر Alexander تلفزيون الواقع "فنا خطيرا"، أما كوهن وبرونتن & Cohen  
Brenten فيلاحظان أن المشاركة في هذه البرامج سيكون له أثر سلبي لا محالة على المدى الطويل  
على تطور الشخصية، العائلة، والعلاقات بين الشباب والشابات المتواجدين خلف الشاشة<sup>42</sup>.

في الأخير يمكن القول بأن مشاركة الجمهور والتفاعلية المتاحة في برامج تلفزيون الواقع عن  
طريق التكنولوجيا الحديثة، التي أعطته السلطة والقدرة على السيطرة على المنتج الإعلامي، نتيجتها  
المباشرة تتلخص في تجاوز معضلة الثقافة الجماهيرية الغير الأصيلة (حسب المدرسة النقدية)، التي  
كانت تنتج وتبدع من أجل الجمهور وليس بواسطته وبمشاركتها، بمعنى أنه كان معزولا عن عملية  
الإنتاج، لكن مع تحقق عنصر المشاركة استعادت الثقافة أصالتها، بمعنى أنها أصبحت ثقافة شعبية،  
ذلك أن ظهور برامج تلفزيون الواقع ونجاحها يعود لاستنزاف الموضوعات في برامج الدراما، وانهايار  
الترفيه التقليدي، حيث جاءت كردة فعل على فترة طويلة من إنتاج الخيال والمسلسلات والأفلام  
الهوليوودية، التي أغرقت في الرومانسية والرعب والعنف والبطولات الوهمية والأسطورية، كما أن  
الجمهور استهلك جميع أنواع الأعمال الترفيهية السابقة، وأصبح بحاجة إلى مزيد من الاستثارة حتى  
ينجذب إلى المشاهدة، واعتبرت هذه البرامج مهربا من هذا التكرار الممل.

ولكي نختم نستشهد بقول الأستاذ حمدي قنديل: "كنا نعتقد أن الهرج والمرج والعري والإثارة  
والرقص الخليع مكانه الأندية الليلية، وصرنا هذه المظاهر تراها في بعض الفضائيات التي أغرقتنا  
بكل ما هو هابط ورديء - كنا نطرب للكلمة والصوت واللحن والموسيقى والأداء، وصرنا نعاني تلوتنا

تلفزيون الواقع... إحدى تمثيلات وسائل الإعلام في عصر العولمة: قراءة تحليلية. د. لامية طالة سمعيا وبصريا وفسادا في التذوق الفني،... كنا نحترم المرأة ونعزز بوجودها، وصرنا نراها في جانب لم نعهده عنها في العلقن،... كنا نشاهد لساعات محدودة نتأمل ونفكر وناقش، وصرنا نعاني من التدفق، فلم نجد فسحة للتأمل والتفكير، وقبلها الوعي الذي قدم إلينا جاهزا ومعلبا وصرىحا<sup>43</sup>.

#### خاتمة:

حاولنا من خلال العرض السابق أن تعال معالجة نسبية ظاهرة من بين الظواهر التي تعتبر واحدة من إرهاصات العولمة بأبعادها المختلفة الثقافية، الإعلامية، والتكنولوجية والتي ترتبط أيضا ارتباطا وثيقا بالتحويلات المتسارعة والعميقة التي شهدتها صناعة الثقافات من خلال أهم وسيلة إعلامية وهي: التلفزيون، وتتمثل هذه الظاهرة في "تلفزيون الواقع".

حيث كان التلفزيون طيلة تاريخه في يد المؤسسات السياسية والثقافية والاقتصادية الفوقية في المجتمع، ومن خلالها عملت الأنظمة السياسية على إدارة الجماهير كيفما شاءت، خاصة وأنه - أي التلفزيون- من الأجهزة الإعلامية المؤثرة، ومع تطور التكنولوجيات الحديثة للاتصال، أصبح للجمهور الحق في اختيار ما يشاهد، وليس هذا فحسب بل تجاوز ذلك ليشارك في إنتاج ما يشاهد، من خلال إدخاله الركن التلفزيوني وجعل حياته الواقعية مادة لبرامج التلفزيون، هذه الأخيرة التي طرحت تصورات جديدة لوظيفة التلفزيون ولمنتوجه الترفيهي، وكذلك للعلاقة بينه وبين المتلقي الذي أصبح مساهما في الإنتاج، ولا ترتبط هذه الظاهرة بمنطقة معينة من العالم بل نستطيع اعتبارها موجة كونية غطت كل أنحاء العالم.

وحتى وإن ظهر خطابنا خطابا تشاؤميا ناقدا للنماذج الغربية بحجة أنها أداة للغزو الثقافي واستبدال للقيم الإسلامية والحضارية بقيم العولمة، إلا أنه لا يجب أن نرى دور الجمهور أو المتلقي كعنصر سلبي يتلقى فقط دون الأخذ بعين الاعتبار تفاعله مع هذه البرامج، فلقد حاولت برامج تلفزيون الواقع إعطاء الفرصة لرجل الشارع، ليعبر عما يشاء إما في إطار حياته العادية، أو في ظروف مصنعة لاختبار ردود أفعاله الطبيعية إزاءها، حيث تعتبر هذه البرامج محاولة جادة لإدخال الجماهير للفضاء العمومي، إذ تعد عملية هدم وإعادة بناء للفضاء العام التقليدي الهابرماسي (نسبة إلى هابرماس) الذي كان خاصا بالقضايا العامة، حيث فصل بين العموميات والخصوصيات المتعلقة بالأفراد، لكننا نجد أن برامج تلفزيون الواقع قامت بإعطاء الفرد مكانة يستطيع من خلالها التعبير عما يشغل باله: من مشاكله اليومية، وأفراحه وأحزانه، إلى تسويق حضوره والتعبير عن ذاته، ولقد دخل هذا الخطاب الحميمي للفضاء العمومي نتيجة النزعة الفردانية التي يعيشها المجتمع الغربي المعاصر.

استطاعت برامج تلفزيون الواقع في مدة وجيزة جدا أن تبني علاقة وطيدة مع جماهير المراهقين، بجذتها وأسلوبها المميز والمبتكر، واعتمادها على عوامل جذب وإبهار متعددة، رغم أن هذه البرنامج كمضمون تلفزيوني جديد الشكل تم استيراد قالبها وإعادة إنتاجها حسب متطلبات وقواعد العولمة

تلفزيون الواقع... إحدى تمثيلات وسائل الإعلام في عصر العولمة: قراءة تحليلية. د. لامية طالة الإعلامية، التي تحاول الترويج للكثير من القيم والأفكار والنماذج السلوكية الدخيلة على البناء الثقافي والقيمي لمجتمعنا.

ربما تختلف وجهات النظر حول هذا الموضوع، لكن ما يتجلى بوضوح هو أن برامج تلفزيون الواقع العربي ليست سوى انصهار للإعلام العربي ضمن بوتقة العولمة الثقافية والإعلامية وهو ما سيشكل تهديدا للقيم والثقافات العربية مستقبلا، لذا بات من الضروري توفير إمكانيات ومعدات قنوات اتصال من شأنها أن تواكب تطور تكنولوجيا وسائل الإعلام الجديدة، وبذلك يمكن التخلي والابتعاد عن المضامين الغربية وإنتاج مضامين ثقافية موجهة للشباب العربي من شأنها أن تعزز من فرص التواصل معه و تنمية مهاراته وزيادة انتمائه إلى وطنه.

### الهوامش:

- <sup>1</sup> عاطف عدلي العبد(1993)، الاتصال والرأي العام: الأسس النظرية والإسهامات العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 12.
- <sup>2</sup> فهد بن عبد الرحمن الشميمري(2010)، التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام؟، الطبعة الأولى، مكتبة الملك فهد الوطنية، المملكة العربية السعودية، ص 56.
- <sup>3</sup> نفس المرجع السابق، ص 57.
- <sup>4</sup> راسم محمد الجمال(2006)، الاتصال والإعلام في العالم العربي، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، مصر، ص 58.
- <sup>5</sup> فهد بن عبد الرحمن الشميمري: التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام، مرجع سابق، ص 59.
- <sup>6</sup> محمود إسماعيل حسن (2003)، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مصر، ص 59.
- <sup>7</sup> نسمة أحمد البطريق(2004)، الإعلام والمجتمع في عصر العولمة: دراسة في المدخل الاجتماعي، دار غريب، مصر، ص 93.
- <sup>8</sup> فهد بن عبد الرحمن الشميمري: التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام، مرجع سابق، ص 61.
- <sup>9</sup> جبارة عطية جبارة (2001)، علم اجتماع الإعلام، الطبعة الأولى، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية، ص 262.
- <sup>10</sup> عبد الرشيد عبد الحافظ(2005)، الآثار السلبية للعولمة على الوطن العربي وسبل مواجهتها، مكتبة مدبولي، القاهرة، ص 64.
- <sup>11</sup> عبد الباسط سلمان(2005)، عولمة القنوات الفضائية، الطبعة الأولى، الدار الثقافية، مصر، ص 36.
- <sup>12</sup> عبد الحفيظ الهرقام(2001)، الأغنية العربية الحديثة وتأثيرات العولمة، مجلة الإذاعات العربية، العدد 03، تونس، ص 106.
- <sup>13</sup> بدرية البشر(2008)، واقع العولمة في مجتمعات الخليج العربي دبي والرياض نموذجان، الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ص 42.
- <sup>14</sup> حسن حنفي، صادق جلال العظم(1999)، ما العولمة؟، الطبعة الأولى، دار الفكر المعاصر، دمشق، ص 13.

- <sup>15</sup> بيتر مارتين هانس، شومان هارالد (1998)، فخ العولمة: الاعتداء على الديمقراطية والرفاهية؛ ترجمة: عدنان عباس علي؛ سلسلة عالم المعرفة؛ العدد 238؛ الكويت، ص 49.
- <sup>16</sup> عبد العزيز التويجري (2004)، العالم الإسلامي في عصر العولمة، دار الشروق، الأردن، ص 32.
- <sup>17</sup> مصطفى دجازي (2001)، علم النفس والعولمة: رؤى مستقبلية في التربية والتنمية، الطبعة الأولى، شركة المطبوعات للنشر والتوزيع، بيروت، ص 67.
- <sup>18</sup> عبد الله محمد بكر (2004)، عولمة الإعلام، المجلة العربية، العدد 326، الرياض، ص 38-39.
- <sup>19</sup> رونالد روبرتسون (1998)، العولمة: النظرية الاجتماعية والثقافة الكونية، ترجمة: أحمد محمود، نورا أمين، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، ص 290-291.
- <sup>20</sup> أحمد خواجه: تلفزيون الواقع بين الواقع واللاواقع (2005)، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد الأول، تونس، ص 46.
- <sup>21</sup> Emmanuela RUEL (2008), La télérealité un phénomène sociale, Les motivations de l'auditoire de Loft Story au Québec, mémoire présenté a la faculté des études supérieures de l'université leval dans le cadre du programme de maitrise en sociologie pour l'obtention du grade de maitre es arts (MA); p 23-24.
- <sup>22</sup> نصر الدين لعياضي: (2005)، تلفزيون الواقع رهانات التسلية، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد الأول، تونس، ص 26.
- <sup>23</sup> هبة الله بهجت الشمري (2005)، الشباب وبرامج تلفزيون الواقع، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد الثاني، تونس، ص 92.
- <sup>24</sup> Damien LE GUY (2005) , L'empire de la télérealité (ou comment accroître le « temps de cerveau humain disponible », Presse de la Renaissance, paris, p 10.
- <sup>25</sup> هبة الله بهجت الشمري، الشباب وبرامج تلفزيون الواقع، مرجع سابق، ص 92.
- <sup>26</sup> المنصف العياري وآخرون (2008)، ظاهرة تلفزيون الواقع وامتدادها في الفضائيات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، ص 09.
- <sup>27</sup> عيسى نهوند القادري (2005)، تليفزيون الواقع بين واقع التلافة وواقع المشاهدة: " الحالة اللبنانية"، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد الأول، تونس، ص 43.
- <sup>28</sup> بن عيسى عسلون (2005)، خصوصيات تلفزيون الواقع، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد الأول، تونس، ص 54.
- <sup>29</sup> هبة شاهين (2008)، دور تليفزيون الواقع في تشكيل صورة ذهنية عن العلاقة بين الجنسين لدى الشباب الجامعي: دراسة حالة لبرنامج ستار أكاديمي، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي الرابع عشر " الإعلام بين الحرية والمسئولية"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 54.
- <sup>30</sup> غراهام برادفيلد وآخرون (2005)، تلفزيون الحقيقة، ترجمة: أديب خضور، الطبعة الأولى، المكتبة الإعلامية، دمشق، سوريا، ص 24.
- <sup>31</sup> نفس المرجع السابق، ص 43.

<sup>32</sup> الحكيم فتحي التوزري (2005)، تلفزيون الواقع مقارنة نفسية، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد الأول، تونس، ص 67.

<sup>33</sup> مارك أندريفيجيك (2007)، تلفزيون الواقع، ترجمة: أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، سوريا، ص 22.

<sup>34</sup> جمال الزرن (2005)، عن تلفزيون الواقع وإليه: بداية الواقع أم نهاية الأسطورة...؟، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد الأول، تونس، ص 77.

<sup>35</sup> مارك أندريفيجيك: تلفزيون الواقع، مرجع سابق، ص 26-27.

<sup>36</sup> الصادق الحمامي (2005)، ما وراء تلفزيون الواقع، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد الأول، تونس، ص 34.

<sup>37</sup> نصر الدين لعياضي: تلفزيون الواقع رهانات التسلية، مرجع سابق، ص 28.

<sup>38</sup> Emmanuela RUEL : La télé réalité un phénomène sociale, Les motivations de l'auditoire de Loft Story au Québec, op.cit, p 21.

<sup>39</sup> مارك أندريفيجيك: تلفزيون الواقع، مرجع سابق، ص 07.

<sup>40</sup> نصر الدين لعياضي (2008)، تلفزيون الواقع في المنطقة العربية: بين التجانس الثقافي والنسبية الثقافي، ثورة الصورة، المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ص 212-213.

<sup>41</sup> حسن عماد مكاوي (2012)، تلفزيون الواقع ومخاطره على الشباب، (مجلة الدراسات العربية، العدد الأول، مصر، ص 80-81.

<sup>42</sup> Luc DUPON(2007) , Télé réalité, Quand la réalité est un mensonge, Les presses de l'université de Montréal, Canada, p 54-55.

<sup>43</sup> السيد أحمد مصطفى عمر (2007)، فضائيات عصر العولمة والهوية الثقافية، مؤتمر الفضائيات العربية والهوية الثقافية بجامعة الشارقة، ص 21.