

الدور الوظيفي للتسلية والترفيه الإعلامي في القنوات الفضائية الجزائرية.
- تحليل سيولوجيا للمضامين الترفيهية في الإعلام الجزائري -

• الاستاذ: الزبير بن عون
جامعة عمار ثليجي الأغواط

ملخص:

عرفت الجزائر إنفتاحاً اعلامياً في العشرية الثانية من القرن الواحد والعشرين من خلال فتح قنوات فضائية خاصة متعددة ومختلفة الوظائف، وأصبحت هذه القنوات تركز على برامج الترفيه والتسلية باختلاف أنواعها وأهدافها، كل حسب استراتيجيتها الإعلامية لدرجة أننا لم نعرف ما إذا كانت كثافة البرامج الترفيهية أمر روتيني أم عشوائي غير مخطط، أم له غايات وأهداف ومقاصد ؟ لذلك دفعنا الفضول العلمي إلى التساؤل: ما هي الغايات والمقاصد من وراء تركيز الفضائيات على التسلية والترفيه؟. هل يتعلق الأمر بتخفيف الضغوط النفسية والاجتماعية للجماهير؟. أم أن الأمر ناتج عن انعدام استراتيجية اعلامية واضحة المعالم قائمة على اسس علمية وموضوعية؟. أم أنها وسيلة لإلهائهم عن القضايا المجتمعية الهامة؟

الكلمات المفتاحية: القنوات الفضائية – البرامج التلفزيونية - الترفيه الإعلامي
والتسلية – الغايات والمقاصد – الجماهير.

Summary :

Algeria has known media openness In the second ten years Of the twenty-first century ,Through the opening of private satellite channels Multiple and different, functions Channels have focused on entertainment programs Different types and objectives , Each according to its media strategy, So much so that we did not know, if it was Intensity of entertainment programs It is routine , Or random not planned, Or has goals and purposes?. So we pushed scientific curiosity into question: What are the goals and purposes of satellite channels at Focus on entertainment programs?. Is it about and related To ease the

• أستاذ محاضر بقسم علم الاجتماع، جامعة عمار ثليجي الأغواط،

- البريد الإلكتروني : zoubir.benaoun@gmail.com

psychological and social pressures of the masses ?. Or that's it a result of Lack of media strategy depending on Scientific and objective foundations?. Or is it a way To distract the masses from important societal issues !?.

- **key words:** satellite channels -TV programs - Media Entertainment - Purposes - The masses.

تمهيد:

بعد الإنفتاح الإعلامي الحاصل مؤخراً، وفتح المجال للخواص بإنشاء قنوات تلفزيونية، فقد أضحي في الجزائر وجود باقات من القنوات التلفزيونية متعدد الوظائف والنشاطات، مختلفة المقاصد والغايات، وأن كل قناة تلفزيونية تبث برامجاً إلى المشاهدين وفق ما يطلبه هؤلاء. إلا أننا نلاحظ بأن غالبية الفضائيات الجزائرية تبث عددا كبيرا من البرامج التلفزيونية المتنوعة والمختلفة، لذلك فإن الفضائيات من بين اهتماماتها أنها تقوم بصناعة الأحلام وصناعة التسلية من خلال الأفلام والمسلسلات والموسيقى والبرامج الكوميديية وغيرها، وأن لهذه البرامج الترفيهية غايات ومقاصد، بحيث نفترض أن هذه الفضائيات تركز على الترفيه من جانبه اثنين: الأول هو أن المجتمع الجزائري خرج من عشرية سوداء عاني فيها الكثير وانعكست سلباً على شخصيته، وشخصية أفراده إلى درجة أصبح الفرد الجزائري يعيش حالة من الخوف والهلع والقلق والحيرة والشك. وبالتالي فإن الهدف من هذه البرامج هو تخفيف الضغوط النفسية على المشاهد، وتقوم بالمزج بين الواقع والخيال من أجل الوصول إلى أعلى درجات الإرتياح لديه والتخفيف من حدة الانفعالات اليومية والضغوطات والظروف التي يعيشها. أما الجانب الثاني فيتمثل في: أن هذه البرامج في ذاتها هي عبارة عن استراتيجية الإلهاء والتبسيط واللهو من أجل تناسي الأمور الجدية والخاصة بالقرارات التي تخص الدولة مثل الاقتصاد والسياسة والمجتمع والثقافة والدين، بمعنى أن وظيفتها كامنة إذا جاز لنا استخدام مصطلح "ميرتون". لذلك سنحاول في هذه الورقة البحثية طرح وتحليل للمضامين الإعلامية والخاصة بالتسلية والترفيه وتفسير غاياتها ومقاصدها لدى القنوات الفضائية وال جماهير.

01- دور وسائل الإعلام في تشكيل المجتمع:

يعد التلفزيون مصدراً مهماً من مصادر التوجيه والتثقيف والترفيه في أي مجتمع، وله تأثير كبير في جماهير المتلقين المختلفين والمتباينين في اهتماماتهم وتوجهاتهم ومستوياتهم الفكرية، الأكاديمية، الثقافية والاجتماعية، وهذا ما يكسب التلفزيون أهمية في عملية بناء المجتمعات، ويمكن الزعم بأنه وباقي وسائل الإعلام الجماهيرية أحد العناصر الأساسية المساهمة في تشكيل ملامح المجتمعات، وإذا كان دور التلفزيون في أي بيئة مجتمعية يتحدد بالأثر الذي يستطيع أن يحدثه فيها، فإننا نجد بأن الفضائيات التلفزيونية المختلفة والمتخالفة تنقسم إلى قسمين: قسم مؤثر وفاعل وقسم غير ذلك.

كما يمكن تفريع القسم الأول منهما إلى اتجاهين: سلبى وإيجابى، وذلك باعتبار الهدف الذي يسعى إليه القائمون على كل اتجاه، ولأن الإيجابية والسلبية من الأحكام النسبية، فهي ليست ثابتة أو محددة. فإن الضابط الذي يستخدم هذين الحكمين على أساسه هنا هو ضابط الانسجام مع متطلبات الهوية العربية الإسلامية فيما يقدم إعلامياً عبر القنوات المختلفة من حيث طبيعة المادة المقدمة، وما ترسخه من قيم فكرية، ثقافية، اجتماعية وأخلاقية.

يختلف القسم الثاني وهو قسم وسائل الإعلام غير المؤثرة عن الاتجاه السلبى من القسم الأول في الجوهر الأساسي للموضوع، وهو حقيقة الدور الذي يؤديه كل منهما في تشكيل المجتمع وبنائه، فالتلفزيون غير المؤثر أو غير الفاعل لا يؤدي أي دور في المجتمع، وبالتالي لا تقوده إلى أي اتجاه. والقائمون على مثل هذه الفضائيات فإنهم غير معنيين بما يقدمونه للمجتمع وأفراده، ولا يقومون بأكثر من توصيل لكن دون أسس واضحة، ودون معرفة حقيقية بما يجب أن يقدم، وما يجب أن تكون له الأولوية من بين ما يقدم، وهذا بسبب تدني الوعي الثقافي أو نتيجة النقص في الممارسة الإعلامية، أو دون هدف تسعى القناة إلى تحقيقه.

أما الاتجاه السلبى من القسم ذي التأثير في المجتمع، فيختلف من حيث وجود الهدف، ووضوح الرؤية والوسيلة والأداة التي تساعد على تحقيق الهدف، والقائمون عليه لا يتحركون خبط عشواء، إنما يكون ذلك وفق خطط ومنهجيات مدروسة بعناية، وهم يملكون تصوراً واضحاً لما يريدون الوصول إليه، ويسعون جاهدين إلى تحقيقه، أو هكذا يبدو وكأنهم يريدون أن ينشروا ثقافة أو فكراً أو نمطاً حياتياً وسلوكياً بين أفراد المجتمع.

إن الإعلام أمانة ومسؤولية، والمؤسسة الاعلامية كالمؤسسة التربوية من حيث أثرها في تشكيل بنية المجتمعات ورسم ملامحها، وقد يتفوق أثر المؤسسة الاعلامية على التربوية نتيجة عوامل مختلفة، منها طبيعة المادة التي تقدمها كل منهما ومدى مناسبتها لأهواء المتلقين. وكذلك تنوع الفضائيات التلفزيونية ووسائل الإعلام الأخرى، ومرافقتها لأفراد المجتمع في مختلف الأماكن والأوقات بعكس المؤسسة التربوية وغير ذلك من العوامل، مما يستوجب استثمار الإعلام في توجيه الجماهير نحو ما يعود بالخير والنفع على المجتمع في الأمد البعيد، فالأجيال التي تنشأ على سباقات الأغاني وتوزيع التحيات الصباحية شرقاً وغرباً، وإرسال الإهداءات صباحاً ومساءً، والمتابعة المستمرة للبرامج الكوميديّة... لن تستطيع أن تقدم شيئاً مفيداً للمجتمع، ولن تستطيع أن تنقل المعرفة الحقيقية للأجيال اللاحقة، وقد تكون حلقة في سلسلة لا يستطيع أحد أن يتوقع طولها.⁽¹⁾

يقدم التلفزيون القيم الجديدة من جهة ويدعم بعض القيم القديمة ولا سيما الإيجابية من جهة أخرى وأحياناً تحوي برامجه القيم السلبية، وتعد البرامج الترفيهية بالذات أحد أهم تقنيات التلفزيون في زرع القيم الجديدة، فالجماهير تنظر للتلفزيون على أنه وسيلة للترفيه، وربما كانت هي نظرة الغالبية العظمى من جماهير العالم، ولكن تأكيد وظيفة الترفيه بمعناها السطحي (قتل الوقت) يزداد قوة بين الجماهير المتخلفة ثقافياً، وتلك حقيقة لا يمكن أن نغض الطرف عنها ونتيجتها الحتمية هي أننا نحتاج في كثير من الأحيان إلى نقل ما نريده من معاني إلى هذه الجماهير من خلال الوظيفة الترفيهية للتلفزيون، وهنا تكتسب فكرة الترفيه دلالة جديدة وتصبح هي التقنية الرئيسة التي يمكن عن طريقها توصيل القيم الثقافية الجديدة إلى الجماهير ذات الثقافة المحدودة. فمن الملاحظ أن تأثير البرامج الترفيهية يبقى لمدة ليست بالقصيرة، وكمثال على ذلك أن بعض المسرحيات والتمثيلات الكوميديّة ما زالت عالقة في أذهان الناس منذ سنوات، وكذلك الحال بالنسبة لبرامج التسلية والترفيه الأخرى كبرامج المنوعات والأزياء وما تحويه هذه البرامج من قيم تزرع في المشاهدين وترسخ فيهم.⁽²⁾

من بين الآثار الإيجابية على المشاهدين للبرامج التلفزيونية ولا سيما منها الترفيهية أنه يجدد الثقافة الوطنية الراكدة في بعض الأحيان بتطعيمها بنماذج وتطلعات عصريّة جديدة تتعلق بالإبداع والآداء الرفيع والإيقاع السريع مع تشجيع التبادل الحضاري ونشر قيم التسامح بين الأمم والشعوب، وكذلك يساهم في تطوير

وسائل الاتصال المحلية وبخاصة التلفزيون، إذ تفرض عليها المنافسة مع القنوات العالمية ضرورة تحديث أساليبها. أما الجوانب السلبية فتتمثل في تشكيل العقول والتلاعب باتجاهات الرأي العام وتوجيه رغبات الناس بما يتوافق مع سياسات أصحاب هذه المحطات ومصالحها في الدول الغربية المتقدمة وفي مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية، كما يستطيع التلفزيون إشاعة الميول الاستهلاكية والرغبة في التقليد والمباهاة، وأخيراً حقن وجدان الجماهير بقيم ومعايير وسلوكيات قد لا تتفق مع الثقافة التقليدية، الأمر الذي يهدد النسيج الاجتماعي.⁽³⁾

02- الدور الوظيفي للتلفزيون:

إن المفاهيم التقليدية للاتصال قادت بحوث الإعلام والاتصال إلى توجيهين أساسيين: الأول يعنى أساساً بالتأثيرات الناتجة عن تعرض الجمهور لوسائل الإعلام الجماهيرية؛ من خلال محاولة اكتشاف ما تفعله هذه الوسائل بالجمهور؛ والثاني يعنى أساساً بوظائف وسائل الإعلام الجماهيرية من خلال البحث عما تفعله هذه الوسائل من أجل الجمهور، أو الكيفية التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإعلام، ونتج الإتجاه الأول عن القول بالقدرة الهائلة لوسائل الإعلام في التأثير على الجمهور والقدرة على الإقناع، وهذا القول بالغ إلى حد كبير في قدرة وسائل الإعلام في التأثير على الجمهور، وتحويل آرائهم إلى الرأي القائم بالاتصال، مثل طروحات الرصاصة السحرية، وعندما لاحظ الباحثون صعوبة التوصل إلى نتائج محددة حول تأثير وسائل الإعلام، قادتهم هذه الملاحظات إلى ظهور الإتجاه البحثي الثاني الذي يعنى بالعلاقة الوظيفية بين وسائل الإعلام وجمهورها. ومحور هذا الإتجاه هو الإجابة على أسئلة نحو: كيف ولماذا يستخدم الناس وسائل الإعلام؟ وما دوافع تعرضهم لها؟ وما الإشباع التي تقدمها وسائل الإعلام لجمهورها؟ لذا اتجه الباحثون لدراسة ما يفعله الناس بوسائل الإعلام، بدلاً من الاهتمام بما تفعله هي بالجمهور، ورغم ظهور اتجاهات حديثة تربط بين المدخل الوظيفي ومدخل تأثير وسائل الإعلام إلا أن المدخل الوظيفي منذ أن تبلورت أبعاده يكتسب أهمية كبرى في دراسة وسائل الإعلام التلفزيونية ومنها الصحافة الإلكترونية، وتأسيساً على ما سلف سنستعرض الدور الوظيفي لوسائل الاعلام بصفة عامة والتلفزيون بصفة خاصة.

ذكر "هارولد لاسويل" (Harold Laswell) ثلاث وظائف يمكن لوسائل الإتصال أن تقوم بها هي: مراقبة البيئة، ترابط أجزاء المجتمع في الإستجابة لهذه البيئة، ونقل

التراث الاجتماعي من جيل إلى جيل؛ وقد أضاف "تشارلز رايت" (Charles Wright) وظيفية رابعة وهي التسلية، هذه الأخيرة التي تعد هذه الوظيفة الأكثر وضوحاً في وسائل الإعلام حتى في الصحف المكتوبة، ناهيك عن التلفزيون والسينما، مما يساعد الناس على الهروب من المشاكل اليومية التي تواجههم. ويقتنع البعض بأن هذه الوسائل ترفع أذواق الجماهير، في حين يرى آخرون أنها تخفض أذواقهم وتشجع الهروب من المجتمع، وتعرقل نمو الفنون الراقية.⁽⁴⁾ أما "ماكسويل دينيس" (Denis Maxwell) فيرى أن الوظائف هي:⁽⁵⁾

- الإعلام: ويعني نشر المعلومات الخاصة بالوقائع والأحداث التي تقع داخل المجتمع وخارجه، وتحديد اتجاهات القوى الفاعلة والعلاقات بينها وتسهيل عملية التحديث.

- تحقيق التماسك الاجتماعي: وذلك من خلال الشرح والتفسير والتعليق على الأفكار والأحداث والمعلومات، ثم تدعيم الضبط الاجتماعي والتنشئة الاجتماعية.

- تحقيق التواصل الاجتماعي: وذلك من خلال التعبير عن الثقافة السائدة والكشف عن الثقافات الفرعية والنامية، ودعم القيم الشائعة.

- التعبئة: تتمثل في المساهمة في الحملات الاجتماعية، خاصة أيام الأزمات.

- الترفيه: يتمثل في تقديم التسلية، وتهيئة الراحة والاسترخاء، والقضاء على التوتر الاجتماعي.

وبذلك فإن "ماكسويل دينيس" حاول أن يقدم ملخصاً لهذه الوظائف والمتمثلة في الإمداد بالمعلومات، الإرتباط، الاستمرارية، التسلية، إضافة إلى التعبئة الاجتماعية. كما قدم كل من "بول لازارسفيلد" (Paul Lazarsfeld) و"روبرت كينغ ميرتون" (Robert.K.Merton) ثلاثة وظائف أساسية لوسائل الإعلام وتتمثل في:⁽⁶⁾

منح المكانة، تعزيز الأعراف الاجتماعية ووظيفية التخدير العكسية، والتي سنتناولها بشيء من الشرح.

- إضفاء المكانة: في أي مجتمع يجب أن يكون هناك وسائل تضيء شرعية على بعض الأفكار، القضايا، الجماهير، المنظمات، وفي المجتمع المعاصر تقوم وسائل الإعلام بهذه الوظيفة، فمناقشة موضوع ما من خلال هذه الوسائل يجعلها هامة لدى عدد كبير من الجماهير، ويجعل من الموضوع أكثر شيوعاً بينهم.

- تعزيز الأعراف الاجتماعية: يقترح "بول لازارسفيلد" و"روبرت ميرتون" أن وسائل الإعلام تقوم بدور إعادة تأكيد الأعراف الاجتماعية عن طريق عرض الانحرافات عن هذه الأعراف، إذ أن نشرها يؤدي إلى التوتر والذي يؤدي بدوره إلى التغيير.

- وظيفة التخدير العكسية: أشار "بول لازرسفيلد و" روبرت ميرتون" إلى الوظائف العكسية لوسائل الإعلام في المجتمع، كما أشار إليها "لاسويل"، ولكنهما أشارا إلى التخدير بصفة خاصة بمعنى حالة اللامبالاة التي قد يشعر بها الجماهير نتيجة للسيل الهائل من الأخبار والمعلومات التي تغمرهم بها وسائل الإعلام والتي تعد أكبر من طاقتهم، والعديد منهم ممن يقضون وقتاً كبيراً في التعرض للقضايا التي تعرضها هذه الوسائل، لدرجة أنه لا يبقى أمامهم سوى وقت قليل بالنسبة لوظيفة إضفاء المكانية، ويتم التركيز على موضوعات تافهة تجذب الجماهير عن القضايا المحورية والأساسية في حياتهم. وهذا تعد هذه الوظيفة عكسية، أما بالنسبة لتعزيز الأعراف الاجتماعية فمثلاً إذا تكرر ظهور الصور المنافية للأخلاق والقيم الإنسانية جراء تعذيب وتنكيل الشعب الفلسطيني على شاشات الجرائد الالكترونية، تتحول القضية إلى قضية رأي عام وتعزز هذه الوسيلة الإعلامية قيم المساواة بين الشعوب العربية وكذا التضامن والتكافل.

بعد استعراض هذه الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام للمجتمع نرى بأن وظيفة التسلية والترفيه تكاد تكون من أكثر الوظائف البارزة التي تهتم وسائل الإعلام بها، لما يعود عليها من آثار ايجابية وسلبية على الجماهير، أي على اتجاهاتهم وذهنياتهم وأفكارهم وتصوراتهم حيال العيش في المجتمع، وكذا على نفسياتهم ومشاعرهم ورغباتهم وحاجاتهم في كل المجالات، خاصة مع طبائع المجتمعات الحديثة التي غزتها تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات والمعرفة .

03- الوظيفة الترفيهية للوسائل الاعلام والتلفزيون:

تقوم وسائل الاعلام بملء أوقات الفراغ عند الجماهير بما هو مُسلٍ، مثل الأبواب المسلية في الصحف والمجلات، أو البرامج الإذاعية في الراديو، أو البرامج الكوميديية في الفضائيات التلفزيونية، وفي الحالتين تأخذ وسائل الإعلام في اعتبارها مبدأً واضحاً وهو أن برامج التسلية والترفيه ضرورة لراحة الجمهور ولجذبه إليها، وحتى في مجال الترفيه هناك برامج وأبواب ترفيه موجهة، يمكن عن طريقها الدعوة الى بعض المواقف، ودعم بعض الإتجاهات أو تحويلها وحتى تغييرها. وهذا يتطلب بالطبع أساليب مناسبة من جانب وسائل الإعلام.⁽⁷⁾، كما تعمل وسائل الإعلام وبالخصوص الفضائيات التلفزيونية على تخفيف التوتر لدى الجماهير، والتسهيل عليها من التغلب عن المشاكل اليومية، وكسر الحواجز الثقافية بين المجتمعات.

يرى باحثون ومتخصصون في الشأن الإعلامي والإجتماعي بأن الترفيه هدف أساسي من أهداف التلفزيون، وتلقى الفكاهة والأغاني رواجاً كبيراً لدى جماهير المشاهدين، وكذلك الفنون الشعبية، وهذه القوالب الترفيهية البسيطة تشكل وسيلة فعالة للتأثير على البسطاء وقليلي الحظ من الثقافة لو أحسن استغلالها، والبحث عن جهاز التلفزيون لشرائه غالباً ما يكون بغرض التسلية والترفيه، ولا يمكن أن يكون لمعرفة الأخبار وإن كان هناك احتمال ضعيف جداً في أن يكون بغرض متابعة البرامج التعليمية بالنسبة لبعض الأفراد.⁽⁸⁾

يقوم التلفزيون بالوظيفة الترفيهية التي تتجاوب برامجهما مع الميول النفسية للجماهير كأفراد منعزلين بذواتهم، لأن الترفيه حاجة أساسية وملحة للجماهير، تتناسب مع الخصائص العميقة للنفس الإنسانية بالرغم من أنها لا تستجيب لمصالحها، وهذا ما يستغله منظرو التلفزيون الترفيهي (ما يطلبه المشاهدون) وبالتالي إصابة المشاهد بالهمم والتخمة لكل ما هو جزئي وسطحي وهامشي، وإبعاده عن كل ما هو جدي، بأمل تحقيق السلبية الفردية أو الجماعية أو المجتمعية، والتي تعبر عن حالة قصور ذاتي تشل العقل، وتكبح الفعل الاجتماعي، وتحد من الإنجاز البشري، وربما هذا ما يسفر انشغال أكثر من 80 % من طاقة استيديوهات هوليوود الإنتاجية بهذا النوع من الترفيه التلفزيوني الذي يخصص جزءاً كبيراً منه للتصدير للدول النامية والمتخلفة، لذلك نجد الباحث الأمريكي "ميلفين ديفير" (Melven Davis) يرفض مواد الترفيه بمفرداتها ومضامينها وأشكالها وفق الفهم العلمي للمعلومات لسبيين هما:⁽⁹⁾

- تتجاهل مواد الترفيه الطرق التي يستخدم فيها الأشخاص محتويات التسلية لفهم انفسهم والعالم المحيط بهم.

- إبعاد مواد الترفيه عن دنيا المعلومات، رغم أن الجمهور يتعلم من برامج التسلية والترفيه أكثر مما يتعلم من البرامج التعليمية.

في هذا السياق يرى "ويلبر شرام" (Wilbert Schram) أن ما يتعلمه الجمهور الناشئ من مواد التسلية والترفيه أضعاف مما يتعلمه من المواد ذات الصفة التعليمية المباشرة، كما تدعو فعاليات فكرية أخرى إلى عدم الفصل بين البرامج التثقيفية والترفيهية والتعليمية، وإلى خضوع المواد الترفيهية الى رقابة صارمة لما لها من تأثير مضاعف على شعور وتفكير وسلوك الجماهير.

يعتبر الترفيه شكلياً، تقنية أو أسلوب لتقديم محتوى ما، يتم انتقاؤه أو اختياره ومن ثمة معالجته وتقديمه وعرضه، كما هو الحال تماماً مع الرسائل الإعلامية السياسية، الاقتصادية، الدينية والثقافية. وفي المقابل يستخدم التلفزيون مضموناً ترفيهياً يعتمد على الرقص والغناء ومتابعة تفاصيل الحياة اليومية للمشاركين والتي غالباً ما تتضمن (جلساتهم الفردية أو الجماعية، طريقة نومهم، أسلوب أكلهم وكلامهم ولباسهم وحركاتهم، والعلاقات العاطفية التي تنشأ بينهم، المكالمات الهاتفية بين المشاركين أو أقربائهم أو معارفهم خارج الأستديو، الخلافات والتصادمات بوجهات النظر التي تنشأ بين المشاركين ...) بهدف نشر الثقافة الاستهلاكية التي تدعو للفردية والأنانية. وهذا ما نجده في برنامج "ستار أكاديمي" الذي تبثه العديد من القنوات التلفزيونية الغربية والخليجية.

أصبحت البرامج التلفزيونية مادة الترفيه والتسلية الأساسية في القنوات المختلفة وهي المادة الأكثر رواجاً، مشاهدة وتأثيراً، بالرغم من وجود تفاوت نوعي وكمي في مشاهدة البرامج من مجتمع إلى آخر. فإن الأبحاث والدراسات تؤكد أن الشرائح المختلفة من جمهور المشاهدين خاصة الأطفال بغض النظر عن الجنس والسن والمستوى التعليمي والاقتصادي في جميع أنحاء العالم تتخذ من التلفزيون وسيلة للترفيه. فقد أشارت نتائج بحث قامت به مؤسسة للسبر والتقييم بأمريكا إلى أن دوافع شراء التلفزيون لدى الأمريكيين هو التسلية وذلك بنسبة 80 % بالمائة. كما أثبتت الدراسات التي أجرتها مدرسة الآباء (ecole des parents) في فرنسا أن ثلث الآباء 59 % اشتروا التلفزيون لشغل وقت الفراغ، كما أشارت نتائج إحدى الدراسات التي أجرتها مجموعة من قسم قياس الرأي العام بجامعة لوفان (Louvain) على عينة من سكان بروكسل بلجيكا أن سبب اقتناء جهاز التلفزيون لدى البلجيكين هو التسلية وشغل وقت الفراغ وذلك بنسبة وحتى في الدول النامية يعتبر التلفزيون وسيلة الترفيه الأولى سواء من قبل القنوات التلفزيونية التي جعلت البرامج الترفيهية كثيفة ومتنوعة، أو من قبل الجماهير التي أمست تفضل متابعة هذه البرامج بكل شغف ولهف بدون وعي لآثارها الإيجابية أو السلبية عليها.⁽¹⁰⁾

04- سوسيولوجيا الاعلام الغربي في الترفيه وغاياته:

يبرز في العالم المعاصر ظاهرة ازدياد وقت الفراغ في حياة الفرد، وتعود أسباب هذه الظاهرة في البلدان المتقدمة إلى كثافة الإستخدام للتكنولوجيا وتزايد الإنتاجية

وتزايد الإستمتاع بالعائد المادي، أما في البلدان النامية فسبب هذه الظاهرة يعود إلى التسبب والهدر والعطالة والتكاسل وعدم الإحساس بالوقت. مما أبرز مع نهاية القرن العشرين وبداية القرن الذي يليه صناعة متطورة ومتشعبة ومعقدة لملء وقت الفراغ سميت بـ "صناعة أوقات الفراغ" أو "صناعة التسلية" وتهدف هذه الصناعة إلى تحقيق مكاسب مادية معتبرة بالنسبة للقناة التلفزيونية، وإشباعات وحاجات بالنسبة لجمهورها. وفي هذا وجدنا بأن القضايا النظرية التي توصل إليها كل من "كاتز وفولكر" (Katz&Faulker) بخصوص التلفزيون ووظيفته الترفيهية (الترفيه من أجل الترفيه) بأن وظيفة التلفزيون ودوره في الترفيه والتسلية بات هو:⁽¹¹⁾

- تسلية المتلقي وإمتاعه؛ وهذا ما يفسر ابتعاد مواد الترفيه عن معالجة أي قضايا جديدة.

- مادة الترفيه التلفزيوني مادة لحظية فورية سريعة الزوال، عمرها قصير وهي غالباً ما تكون هروباً مؤقتاً من الواقع، أو تحقيق حالة مؤقتة من الإسترخاء والإنتشاء والمتعة لمشاهد متعب ومرهق نفسياً وجسدياً، يبحث عن لحظة تسلية تخفف من توتره بعد يوم عمل شاق.

- المادة الترفيهية بعيدة كل البعد عن السياسة والاقتصاد والثقافة والاجتماع. وفي هذا الإطار قدم كثير من الباحثين والدارسين تحليلاً شاملاً للمواد الترفيهية التلفزيونية الأمريكية ووصفها بأنها تدعو إلى مجتمع استهلاكي لا يفكر إلا بالرخاء المادي وتنتشر القيم الأساسية التي تتمثل في الأنانية والفردية المقترنة بالمنافسة العنيفة، وتدعو إلى السعادة المتعلقة بامتلاك الأشياء وتساعد الإنسان الخاسر على التسليم والرضوخ للقدر. وفي نفس الإطار أكد الباحث التايلندي "مساركو دونسان" عام 2009 ارتباط السياسة الدولية ببرامج الترفيه، في دراسته حول تشابه السياسة التايلاندية وتلفزيون الواقع.⁽¹²⁾ ، ومن جهتها أثبتت بعض الأبحاث الدور القوي للبرامج الترفيهية بما تتضمنه من مضامين الإعلامية، في التأثير على المتلقي؛ بحيث فسرت هذا الأمر بأن الميكانزمات الدفاعية لدى المتلقي لا تعمل بشكل قوي أثناء متابعة البرامج الترفيهية الأمر الذي يسهل عملية التأثير.⁽¹³⁾

كما اهتم الفرنسي "إدغار موران" (Edgar Morin) على وجه الخصوص في دراساته حول (السينما والصورة وتأثيراتها على الإنسان) في اعتباره بأن السينما عبارة عن خيال فيه نوع من الواقعية، فتوصل إلى نتيجة مؤداها أن الوسائل

الإعلامية تبث أشياء كثيرة لها علاقة بالثقافات المختلفة ومن بينها النوع المعتمد على الخيال الذي يحدث في الإنسان احتياجاً يتصف بنوع من التخدير، ويكون بالتالي في الإنسان موقفاً ثقافياً، فعلى حد رأيه فإن الثقافة الجماهيرية مؤسسة وحاملة أخلاقية استهلاكية، قانونها الأساسي هو قانون السوق وديناميتها تنجم من الحوار المستمر بين الإنتاج والاستهلاك (ما يطلبه المشاهدون) والمقولة الشهيرة التي يحفظها رجل الإعلام هي "امنح جمهورك ما يريد" لكنه حوار غير عادل بدون تغذية رجعية عكسية أمام طرف يسهب في الإنتاج للرسائل وطرف ثاني يتلقى فقط بدون ضوابط. فالإنتاج الإعلامي يقدم روايات وقصص مطولة، يعبر عن نفسه بلغة؛ أما المتلقي فإنه يجابوب بردود بافلوفية (نعم.لا).

إن المضامين الجوهرية للثقافة الجماهيرية هي الحاجات الخاصة والعاطفية (سعادة، حب) والخيالية (مغامرات، حرية) والمادية (رخاء، ضيق). وبعملية دينامية تعمل على تخدير هذا النظام من القيم في عقول المستهلكين، كما توفر له بأشكال مزيفة خيالية كل ما ينشأ بانتظام في الحياة الواقعية بحيث تسقط على المتلقي أفكاراً خيالية أو متخيلة من خلال الأفلام والقصص يتفاعل معها وتحله وتعيش بدلا منه. فمن خلال هذا تعمل الثقافة الجماهيرية من خلال اتجاهين متناقضين: من جهة يعيش الأشخاص المستنسخون (الممثلون) بدلا من الأفراد الواقعيين أحراراً وأسياداً يواسون هؤلاء الأفراد بنوعية حياة تنقصهم ويلهونهم عن حياتهم العادية (الحب والأفلام الغرامية في الأفلام المبدلجة "التركية والمكسيكية" الفيديو كليب والأفلام الدينية والأفلام الوثائقية) ومن جهة أخرى يدفعون الناس إلى التقليد ويقدمون لهم المثل في البحث عن السعادة.⁽¹⁴⁾

أما الألمانية "حنا أرندت" (Hannah Arendt) التي ركزت على أزمة الثقافة وانحطاط برامج التسلية فرأت بأن معيار استعمال وسيلة الاتصال أضحى على مجموع مشاهدي ومستمعي برنامج ترفيهياً معيناً رمزاً لانحطاط الثقافة، فالأعمال المقدمة من قبل وسائل الاتصال تنشد السهولة أو الامتثال للتقليد، تود إشباع الرغبات أو التوقعات الأكثر طلباً. وفي هذا نهت "حنا أرندت" في كتابها "أزمة الثقافة" عام 1954 إلى خطر انحلال الثقافة في الترفيه حيث رأت بأن برامج التسلية تدمر الثقافة لتولد الرفاهية وتغير المواضيع الثقافية الهامة.⁽¹⁵⁾ وقد أوضح "جيمس كاري" (James Carey) في كتابه (الاتصال كثقافة) التحليلات الثقافية للتلفزيون مع تحليل العناصر الثقافية البنائية والسياسية والصناعية في تكوين

الوسيلة، ووصف التلفزيون باعتباره وسيلة تنهض على مقومات مختلفة ومتنوعة منها الاستراتيجيات الجماهير وأساليب الأداء. فالواقع أن تأثير التلفزيون ليس مرتبطاً بما يعرض على محطاته المتنوعة فقط، بل بما يتاح له إذاعته من إنتاج وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى، وكل برنامج تلفزيوني يمكن أن يكون له أثر في تكوين الثقافة للفرد ومستوى للوعي، سواء كانت برامج للأطفال أو للعائلة أو كانت برامج سينمائية أو حلقات مسلسل أو أخبار أو برامج متصلة بالأحداث الجارية، وسواء كانت تمثيلية أو برامج تنشر مجرد تسلية وترفيه. فإن مثل هذه البرامج خليقة بأن تترك أثرها الثقافي في الفرد والمجتمع بطرق غير مباشرة بأكثر مما تفعله البرامج والدراسات والندوات الجادة في مجالات الأدب أو الفن أو العلم.⁽¹⁶⁾

05- سوسولوجيا الاعلام الجزائري في التسلية الترفيه وغاياته:

مرَّ المجتمع الجزائري بنكبات وظروف سياسية واجتماعية واقتصادية كبيرة ولا سيما في العشرية السوداء بداية من 1990 الى غاية 2000 تقريباً وهذه الفترة عرف فيها الشعب الجزائري مشكلات اجتماعية ونفسية من جراء التقتيل والتهجير والجرائم والمداهمات المسلحة على العسكريين والمدنيين، بمعنى أنه عاش حالة من اللأمن والاستقرار، والتي من شأنها أن تؤثر على ذهنية الفرد ونفسيته، وليس هذا فقط وإنما تأثير ذلك يعود إلى الظروف الاجتماعية التي كان يعيشها الفرد الجزائري في هذه الفترة من تدني المستوى المعيشي، البطالة، والفقر والعوز والبؤس الظاهر، والحرمان من ضروريات الحياة بالرغم من تدخل الحكومة من أجل التنمية في هذا المجال الاجتماعي، كما أن الفرد كان يعيش ظروفاً اقتصادية صعبة جداً منها تدني المستوى الاقتصادي للأسرة، وتدني مستوى سعر الصرف للعملة الوطنية، وتدني مستوى الاستهلاك، وطغيان البطالة بكل أنواعها، وهذا بفعل هشاشة الاقتصاد الوطني الذي أثرت فيه حالة اللأمن. كل هذه الأمور أثرت تأثيراً مباشراً في كل المستويات سواء على مستوى الدولة بالكامل، أو على مستوى المنظمات، أو على شرائح المجتمع وفتاته العمرية والنوعية، كما أثرت على الأسر الجزائرية والعوائل بشتى أنماطها، وهذا ما أثر على المواطن الجزائري بصفته عضواً في المجتمع الجزائري، بحيث تغيرت شخصية الفرد الجزائري إلى أن أصبح معنف، وعنيف في أقواله وأفعاله، وانعكس ذلك على شخصيته، ونشأ منذ نعومة أظافره على العنف بحث تكونت بفعل ما تم توضيحه سلفاً وتشكلت شخصيات مهلهلة وأخرى قاسية

جداً، إلى أن تكون مجتمعاً بفعل مجموع أعضائه "عنيفاً" في سلوكاته وأفعاله بفعل ما عاشه الأفراد والجماعات من حالات العنف والأمن والاستقرار.

ولكنه على الرغم من كل ذلك تنهت وسائل الإتصال والإعلام الجزائرية بكل أنواعها واختلاف وظائفها لحالة المجتمع وفي ذلك الوقت لعب التلفزيون الجزائري العمومي دوراً هاماً في تهدئة الأوضاع السياسية، الاجتماعية والاقتصادية بالمجتمع، من خلال برامج والرسائل والمضامين التي كان يبثها في فترات محددة من اليوم، وقد ركز القائمون على الاتصال في ذلك الوقت على الجانب الترفيهي من أجل التنفيس على الشعب كجماعات وأفراد من خلال تقديم برامج فكاهية مثل برنامج "بلا حدود"، والبرامج الغنائية، والمسلسلات المحلية، والأفلام الأجنبية، والكوميديا العالمية، والرسوم المتحركة وغير ذلك، والهدف منها هو مساعدة المشاهدين على الاسترخاء والترويح عن النفس، المتعة، الاستثارة، وتخليص المشاهدين من الملل والعزلة النفسية والاجتماعية، وكذا التنفيس عن الهموم والمحن التي كان يعيشها الناس يومياً، والتخفيف من التوتر والاعتراب النفسي الاجتماعي. كما ظهر في هذه الفترة مجموعة من الممثلين الكوميديين والمغنيين الذين حاولوا نشر البهجة والسرور في وجوه المواطنين إلا أن الجماعات المسلحة لاحقت بعض هؤلاء وقضت على بعضهم وهددت آخرين بالقتل في حال ما إذا واصلوا العمل في مجال التمثيل أو الغناء.

كان القائمون على الاتصال في التلفزيون الجزائري يستهدفون الاستمالة العاطفية والتأثير في وجدان المشاهدين وانفعالاتهم وحاجاتهم النفسية والاجتماعية، ومخاطبة حواسهم بما يخفق أهداف القائمين بالاتصال، وعادة تعتمد الاستمالة العاطفية على استخدام التقاليد والرموز، والرسائل والمضامين الرمزية في شكل معاني ودلالات سمعية بصرية متمثلة في برامج ترفيهية تحمل هذه المعاني والتي لها غايات ومقاصد نبيلة وشريفة تسعى الى اخراج المواطن والفرد الجزائري من محنته التي يعيش فيها.

نفهم من الذي تقدم بأن البرامج الترفيهية في العشرية السوداء كانت هادفة ولها وظيفة إيجابية وهي التنفيس على المشاهدين وإخراجهم من حال القلق والخوف والهلع إلى حالة، كما كانت برامج هادفة وذات مغزى، نظيفة من حيث الممثلين أو الكلمات أو الدلالات والرموز أو الحركات والسكنات اللباس وما إلى ذلك. وبعد العشرية السوداء غيرت الحكومة من الاستراتيجية المتبعة وفتحت الباب على

مصراعيه لفتح قنوات تلفزيونية خاصة باختلاف أنواعها وأهدافها الإعلامية فمنها ما هي تابعة للحكومة ومدعمة للنظام الحاكم ومنها ما هي مناهضة له وهي غالباً ما تنشط في الخارج.

عندما حصل الانفتاح الاعلامي والسماح بفتح القنوات الخاصة والنشاط الاعلامي أصبح هناك تنافس حول التآلق والريادة بين القنوات التلفزيونية من خلال البرامج التلفزيونية باختلاف أنواعها ومضامينها وأهدافها. فباتت تبث أنواعا من البرامج التلفزيونية التي لها وظائف متعددة منها الوظيفة الإخبارية والإعلانية، والوظيفة التربوية والتنشئية، ووظيفة التوجيه والإرشاد والإصلاح الاجتماعي والديني .. وما إلى ذلك. إلا أننا نركز على الوظيفة الترفيهية التي تقوم بها الفضائيات الجزائرية والتي حتماً لها مقاصد وغايات تسعى كل قناة فضائية إلى تحقيقها، خاصة إذا علمنا بأن الجماهير تختلف من حيث المستويات النوعية والعمرية والفكرية والتعليمية والثقافية.

إلا أننا نلاحظ بأن هذه القنوات من خلال المضامين الترفيهية تقوم أحياناً بإنتاج وإعادة إنتاج الواقع الاجتماعي الحقيقي، وأحياناً أخرى تقوم بمضامين خيالية وغير واقعية من أجل تقديم نموذج ثقافي جديد عن المجتمع ومحاولة تسريبه في عقول ونفوس الجماهير. كما أن عدم وعي الجماهير بطرق عمل القنوات التلفزيونية وعدم وعيمهم الثقافي الذي مرده إلى سيرورة المجتمع غير الطبيعية عبر التاريخ فضلاً عن الظروف التي مر بها المجتمع، فأصبح الجماهير يبحثون عن التسلية والترفيه من أجل ذلك فقط، ولا هم واعون بالمضامين والرسائل الإعلامية التي تود الفضائيات ترسيخها في الجماهير. بمعنى أن لا وعي المتلقين والمشاهدين قد يؤثر في اتجاهاتهم وميولاتهم وافكارهم وتصوراتهم، وهذا لأن غالبية البرامج الترفيهية المبنوثة غير ممنهجة وغير مدروسة دراسة علمية من جهة، وليس فيها اهداف وغايات تربوية وثقافية غير التسلية فقط.

ظهرت قنوات فضائية محلية مثل قناة الشروق، النهار، نوميديا نيوز، دزاير تي في، دزاير 24، الهقار وغيرها من القنوات الإعلانية الربحية التي تعرض الإعلانات التجارية والتي تروج للمنتوج المحلي والمتمثل في العقاقير الطبية والأدوية الشعبية. هذه القنوات تعرض برامج فيها ما فيها من الإيجابية ومنها ما فيها من السلبية والانحطاط الاعلامي والثقافي، ويعود هذا إلى القائمين بالاتصال أنفسهم وتكوينهم واتجاهاتهم ونظراتهم، ومستوى وعيمهم بالنهوض بالمجتمع ورقيه وتطوره في شتى

مجالات الحياة، وعلى أي حال فإنه من خلال الممارسة الواقعية وجدنا بأن هناك نماذج من البرامج الترفيهية والتي تهدف إلى التسلية بأنها برامج لا فائدة مرجوة بحيث رأينا بأن:

- هناك تدني جد كبير في مستوى الإخراج التلفزيوني لهذه البرامج، فغالباً ما تكون عفوية وغير مخططة سلفاً، وغير مبنية وفق سيناريوهات وخطة عمل صحفية قديمة. وخير دليل على هذا الحصص التلفزيونية (المنشأ)، (الموجة والبحر) في قناة الشروق الجزائرية، أو حصص (جرنان القوسطو) في قناة الجزائرية أو بور تيفي. فضلاً عن برامج الكاميرا المخفية والتي تبث في شهر رمضان المبارك والمسلسلات والمسهرات الفنية والغنائية.

- المواضيع التي تعالجها البرامج ساذجة، وبأسلوب فكاهي عامي، ولا تتضمن رسائل ومضامين إعلامية تكون في شكل أفكار راقية ورموز ومعاني ذات طابع جيد وجميل، فالمواضيع ليست هادفة، فهي أحياناً مواضيع أطفال صغار، وأحياناً أخرى مواضيع شباب، وأحياناً أخرى مواضيع نساء وشيوخ، وأحياناً أخرى تجمع بين كل المواضيع في حصص واحدة. وفضلاً عن هذا فهي تقوم بتسريب قيم أخلاقية متدنية بدون وعي منها، كالكذب والسرقة والنميمة والغتبة والاختلاط، والرقص والمجون ... وغير ذلك كثير.

- أن البرامج الترفيهية تعكس في أغلب الحالات المستوى الثقافي المنحط لبعض الأفراد والجماعات في المجتمع الجزائري، بحيث أنها عبارة عن إعادة إنتاج الواقع الاجتماعي في شكل حصص هزلية. ولسوء الحظ نجد بأن هناك مشاهدة كبيرة لمثل هذه البرامج ومتابعتها بصفة دائمة ومستمرة ولا سيما من قبل الجماهير غير الواعية وغير المثقفة.

- أن حجم تأثير البرامج الترفيهية العامية على المشاهدين يكون إما على المدى القصير أو المدى الطويل، وما من تأثير يكون أيكون ايجابي!! ان تأثيرها بنسبة 95 % سلبي، فهي تؤثر بالسلب في شخصيات المشاهدين نفسياً واجتماعياً وثقافياً وقيماً وأخلاقياً، من حيث أنها تقوم بإنتاج وإعادة إنتاج التخلف الثقافي، وثقافة التخلف التي تهيمن على أغلب الأفراد والجماعات في المجتمع. والشاهد على هذا أن هذه البرامج تلقى رواجاً شديداً من خلال عدد المشاهدين لها، وهذا يعكس مستوى هؤلاء المتابعين لهذه الحصص التلفزيونية ومثلها كثير. فعلى سبيل المثال فإن حصص "المنشأ" هي نموذج واحد من بين العديد من الحصص التلفزيونية الفكاهية في

الفضائيات الجزائرية بخاصة والعربية بعامة، أما الحديث عن الأفلام والمسلسلات، وطرق الإعلان، والأخبار فنتحدث ولا حرج.

أما فيما يخص البرامج التسلوية مثل برامج الكاميرا المخفية التي تقوم بها غالبية القنوات الفضائية العربية وبخاصة الجزائرية تكون في غالب الأحيان غير هادفة ويحفها الهلع والرعب والخوف والعنف اللفظي والجسدي، لدرجة أن الضحايا يغى عليهم أو يصابون بنوبة من الهستيريا المرضية بعد الكاميرا المخفية، بل وأن هناك بعض المقالب تنعكس بالسلب وتتحول من لحظات تسلية حين التصوير وتتحوّل المشاهد إلى حقيقة وينقلب السحر على الساحر. على غرار الكاميرا المخفية في القنوات التلفزيونية في أوروبا وأمريكا الشمالية مثل كندا، فإن كل برامج الكاميرا المخفية تقوم على التسلية والترفيه فقط بدون أي مشاهد للهلع والخوف والعنف اللفظي والجسدي. كما أن لهذه البرامج الترفيهية والمتمثل بالخصوص في الكاميرا المخفية فإنها بطريقة غير مباشرة تؤثر على ذهنية وعقلية المشاهدين وذلك من خلال أنها تدعوهم إلى إعادة تجسيدها على أرض الواقع في شكل سلوكيات وأفعال وتصرفات غير واعية وتظهر بدون أي قصد، لذلك فإن التأثير السلبي لهذه الكاميرات المخفية بالغ الأهمية من جهة حتى وإن كانت تدعو إلى الترويح عن النفس وتقوم بالتنفيس على الميولات والرغبات والمكبوتات في نفوس المشاهدين.

كما أن المسلسلات ذات المنتج المحلي والتي تداع في الفضائيات الجزائرية والتي صرفت عليها أموال طائلة هي مسلسلات تتضمن مشاهد وحوارات بالفعل، ولكنها ليست هادفة وليست مبنية على سيناريو يساير ثقافة المجتمع الجزائري، وهي سيناريوهات غير منظمة والممثلين هم أصلاً منحرفين فكيف بهم تربية الاجيال والشباب؟. ولكن هناك بعض الأفلام الدرامية والتي لا تبث في الفضائيات بل فقط في قاعات السينما فهي ذات مستوى لا بأس به ولكنها حبيسة أدراج الأرشيف التلفزيوني فقط ولا يشاهدها المواطنون وذلك لأن القنوات الفضائية تعجز عن شراء مثل هذه الأفلام الدرامية لغلاء أثمانها وصعوبة تطبيق شروطها ...

خاتمة:

إن للتلفزيون وظائف متعددة ومختلفة فمنها الوظيفية الإخبارية والاعلامية والإعلانية، الوظيفة الإرشادية والتوجيهية والإصلاحية، الوظيفية الترفيهية. وأن كل وظيفة لها إيجابياتها وسلبياتها، وذلك من خلال تأثيرها على عقول ونفوس الجماهير

والمشاهدين، إلا أن للوظيفة الترفيهية آثارا ايجابية منها الترويح عن النفس والتخفيف من حدة التوتر والضغوط النفسية والاجتماعية، كما أن الترفيه يزج بالتعليم والتنشئة والتربية والتوجيه والتوعية وهذا ما أشارت إليه العديد من الدراسات الغربية. إلا أنه كذلك نجد في كثير من الحالات أن للبرامج الترفيهية بالرغم من غايتها الترفيهية ولكن تتضمن رسائلها ومضامينها الإعلامية سلبية وكوارث على نفوس وعقول الجماهير، والسبب أنها غير مدروسة وغير منهجية وغير واعية وغير هادفة، فهي إما تعكس الواقع الاجتماعي الحقيقي فقط وبالتالي ولا تسعى إلى تغيير اجتماعي وثقافي ايجابي، فهي بهذا تدعم التخلف الثقافي الحاصل في المجتمع، وإما أنها تنشر الخيال والمشاهد غير الواقعية الساقطة وغير الحقيقية، وبالتالي فإنها بعيدة المنال بالنسبة لمستوى الجماهير. كما أن الرسائل والمضامين ساذجة وساقطة بحيث أنها تؤدي إلى تجميد العقول وتشرئب منها النفوس عند مشاهدتها ومتابعتها الدائمة.

- الهوامش:

- (1)- فواز منصور الحكيم سوسولوجيا الاعلام الجماهيري، دارأسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص 161.
- (2)- وعد ابراهيم الأمير، دور التلفزيون في قيم الأسرة، كتاب الكتروني، دار عيادة، الأردن، 2011، ص 81.
- (3)- طه عبد الرحمان العاطي نجم، الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية، مصر، ص 208.
- (4)- عبد الرحيم درويش، مقدمة إلى علم الاتصال، مكتبة نانسي، دمياط، مصر، 2006، ص 130.
- (5)- برهان شاوي، مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، دار الكندي، الأردن، 2003، ص 9.
- (6)- منال قدواح، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الالكترونية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة قسنطينة، السنة الجامعية، 2007.2008، ص 70.
- (7)- فواز منصور الحكيم، مرجع سبق ذكره، ص 35.
- (8)- ساره الليثي، التلفزيون كوسيلة اتصال، عن الموقع الالكتروني مصر الآن، 19.25، 2017.03.13 <http://misrnow.net/?p=4026>
- (9)- انشراح الشال، مدخل إلى علم الاجتماع الاعلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، 2001، ص 163.
- (10)- بتصرف عن انشراح الشال، نفس المرجع، ص 163.
- (11)- سماح حسين القاضي، تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية، دار جليس الزمان، الأردن، 2011، ص 99.
- (12)- سماح حسين القاضي، نفس المرجع، ص 39.
- (13)- سميرة حاجي، المراهقة المغربية والتلفزيون، أي علاقة؟، دراسة الكترونية عن محرك البحث قوقل، ص 05.
- (14)- جمال العيفة، الثقافة الجماهيرية، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، 2003، ص 36.
- (15)- الزبير بن عون، محاضرات الظاهرة الاتصالية في المجتمع المعاصر، مطبوعة بغية الدعم البيداغوجي لطلبة السنة الثالثة علم الاجتماع الاتصال، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الأغواط، السنة الجامعية 2015.2016، ص 14.
- (16)- وعد ابراهيم الأمير، مرجع سبق ذكره، ص 81.