

## الفصائيات التلفزيونية، واستراتيجيات صناعة الترفيه وترويجه.

د. حراث سميير.

قسم علوم الاعلام والاتصال.

جامعة يحي فارس - المدية-

### ملخص:

تبحث هذه الورقة موضوع الترفيه الذي يعرض على التلفزيون، والذي يعطى له أهمية بالغة، وإمكانيات هائلة من أجل تقديمه إلى الجمهور المتلقي، والتي تجعل من المواد الترفيهية المنتقاة بطريقة جد مضبوطة من حيث المعالجة والتقديم والعرض ضمن إطار المرجعية الايديولوجية والثقافية والسياسية للإطار المرجعي للمؤسسة المنتجة التي تخدم أهداف المجتمع الذي أنشأه من أجله وله.

ولقد تناولنا بالبحث نظريات الترفيه من خلال الحديث عن الوظيفة الترفيهية من حيث الإنتاج والتوزيع والمغزى والهدف وكذا مادة الترفيه وأثرها على المتلقي.

### :Résumé

Cette étude traite un thème d'une extrême importance dans la vie des individus et qui n'est autre que le loisir et télévision aussi nous essaierons à travers cette étude de démontrer l'apport des programmes de télévision dans la socialisation culturelle et surtout de la qualité de ces programmes et leur impact sur le loisir.

## نظرية الترفيه في التلفزيون:

قبل الشروع في نقد نظرية الترفيه في التلفزيون، لا بد من الانطلاق من نظرة "سوسيولوجيا الإعلام الغربية" إلى الترفيه، ونجد أنفسنا في هذه النقطة بالذات أمام حصيلة لمجموعة من الأبحاث والدراسات العلمية، التي تشير في مجملها إلى حقيقة هيمنة الطابع الترفيهي على وسائل الإعلام الجماهيرية، على اختلاف أنواعها وتقنياتها، إلى حد أصبح فيه الخطاب الإعلامي خطابا ترفيهيا في جوهره، وأصبح المتلقي لا يستقي من هذه الوسائل، إلا كما هائلا من المضامين الترفيهية، وهنا، أصبح الترفيه يرادف "الهواء والماء" الذي تعيش به كل وسيلة إعلامية، لا بل رادف "المجال الحيوي" لاستمرارية القنوات التلفزيونية، وكان لا بد لهذه الظاهرة الإعلامية الجديدة أن تستقطب اهتمام العديد من الباحثين الإعلاميين.

والجدير بالذكر أن علم الاجتماع الإعلامي الأمريكي قد اهتم بالترفيه في سياق دراساته للاتصال وآليات تأثيره المختلفة، ووفق هذا المنظور، استقلت الدراسات المرتبطة بالترفيه عن الدراسات الاجتماعية المندرجة ضمن "علم اجتماع العمل"، لتدخل في سياق "علم الاجتماع الإعلامي" الذي يهتم بعلاقة وسائل الإعلام بالمتجمع، والتأثيرات المتبادلة بينهما. وكثيرا ما يرادف هذا المفهوم بما يسمى بـ "الهروب، أو التهرب" ووفق هذا المنظور، عرفوا الترفيه بكونه ذلك الغرض الإعلامي الإيجابي الذي ينزاح في جوهره إلى الارتياح والتنفيس العاطفي والتخلص من هموم الحياة ومشاغله المختلفة. وهنا، ركزت "سوسيولوجيا الإعلام الغربية" في دراستها للترفيه على جملة من الإشكاليات الجوهرية الوثيقة الصلة بمجال علوم الإعلام والاتصال، ويمكن حصرها فيما يلي:

- لماذا وجد الترفيه التلفزيوني؟
- لماذا يقبل الفرد أو الجماعة الاجتماعية على المراد الترفيهية التلفزيونية؟
- ما هي أسباب الطلب على الترفيه في التلفزيون، وما هي أشكاله ومسوغاته الأساسية؟

أثمرت هذه التساؤلات بثلاث نظريات أساسية للترفيه، ترتبط كل نظرية بجانب من مجالات البحث العلمي، وتحدد فيما يلي:

### أولاً- النظرية النفسية للترفيه:

انطلقت هذه النظرية من المقومات الأساسية للنفس البشرية، لتقدم بذلك إجابة عن السؤال المرتبط بـ "الأسباب الأساسية للإقبال على المادة الترفيهية التلفزيونية"، وهنا، تؤكد هذه النظرية حقيقة أساسية تتمثل في أن: "حالة اللاتوازن النفسي التي غالبا ما يكون عليها المتلقي هي السبب الرئيسي للإقبال على المواد الترفيهية"، وهنا، يكون الترفيه - بشكل عام- والترفيه التلفزيوني- على نحو التحديد- وظيفة أساسية من وظائف الوسائل الإعلامية، إذ تحقق "التطهير النفسي" والعاطفي، وتتحقق الوظيفة التطهيرية *la fonction cathartique* للترفيه، من خلال إخراج الإنسان من عالم الحزن والمعاناة، وإدخاله في عالم من التوازن والتوافق النفسي<sup>01</sup>.

وهنا، تساهم المواد الترفيهية التلفزيونية في تعزيز آليات الهروب من الواقع المر بفعال "بلاغة الخطاب التلفزيوني" وقوته الدلالية، وهو ما أشار إليه كل من "كاتز وفولكلر"، الذين أشارا إلى أن الترفيه التلفزيوني، يقدم صورة مغايرة للواقع، وتكون بذلك أداة أساسية لتلبية رغبة الانعزال عن واقع العوز والاحتياج، والانصراف إلى عالم الخيال والكمال الذي يصنعه الخطاب التلفزيوني ويعزز على الدوام. نجد الأفكار نفسها فيما أشار إليه Horton et Wohl والمتمثل في أن الترفيه يحقق "شبه التفاعل

الاجتماعي " para-social interaction "، وهو صنف من أصناف التفاعل الرمزي "interactionsymbolique" الذي يحدث بين المتلقي والأحداث والشخصيات الخيالية التي تقدمها البرامج الترفيهية<sup>02</sup>.

وقد أضاف كل من "Katz et Foulkes" مفهوما معمقا لمصطلح "الهروبية" إذ أشارا في دراستهما المنجزة عام 1962 إلى أن "الهروب من الواقع" وظيفة أساسية من الوظائف التي يحققها الترفيه التلفزيوني، ويؤكدان على ذلك من خلال قولهما: "..... إن أدوار الحياة اليومية في المجتمع العصري تحدث توترات وخلق دوافع نفسية كثيرة كالهروبية، وهي الحاجة التي يتم إشباعها من خلال البرامج الترفيهية"، وهنا، يحقق الفرد ما يسمى بـ: "الإشباع التعويضي"، أي الإشباع "البديل، الوهمي، الخيالي" الذي لا يستطيع الفرد أن يحققه بعيدا عن البرامج الترفيهية التي تقدمها وسائل الإعلام المختلفة<sup>(03)</sup>.

### ثانيا- النظرية الاجتماعية للترفيه:

تجيب هذه النظرية بدورها عن الإشكالية المطروحة في شأن أسباب الإقبال على المواد الترفيهية، ودوافعه المختلفة، وهنا، تم الاستناد على الأرضية الاجتماعية للإجابة عن مختلف هذه التساؤلات، من خلال إقامة العلاقة بين ما هو نفسي، وما هو اجتماعي، أي بين أوضاع الأفراد الاقتصادية والاجتماعية، وبين تأثيرات هذه الأخيرة على دوافعهم واتجاهاتهم في مشاهدة برامج الترفيه التلفزيونية.

نجد كل هذا من خلال ما اقترحه الباحث الأمريكي "دينيس مكاي" إذ يركز على فكرة أساسية تتمثل في أن غالبية أفراد المجتمع يلجئون إلى المواد الترفيهية لإشباع حاجاتهم التي لم تسمح لهم الظروف الاقتصادية والاجتماعية المزرية بإشباعها، وأشار بذلك أن مثل هذا الإشباع وهمي، لكنه كفيل بأن يعوض هذه الفئات عن الخيارات المادية التي حرمت منها طوال فترة المشاهدة، وقد يستمر هذا التعويض ساعات بعدها - حسب الخصائص الفردية للذات المشاهدة<sup>(04)</sup>، وهذا ما نجده من خلال قوله: "إن بنية غالبية المجتمعات المعاصرة في وضع جعل الغالبية العظمى محرومة من الخيارات المادية، ولا تستطيع تحسين أوضاعها، وتتم هذه العملية من خلال تقمص شخصيات نجوم وأبطال عالم الترفيه، أو بالمشاركة المزيفة الوهمية في حياتهم الناجح"<sup>(05)</sup>، ووفق هذه المقولة، تسمح المواد الترفيهية بتحقيق فرصة عيش الأفراد في العالم المثالي الذي يسعون لتحقيقه، من خلال تقمص حياة الشخصيات التلفزيونية، وأداء الأدوار الاجتماعية التي يرغبون فيها، ومن ثم التخلي عن الواقع المعلوم الذي يعيشونه. يدعم هذه الأفكار من خلال إشارته إلى أهمية التلفزيون في أوساط الجماعات الاجتماعية المحرومة، فباستطاعة هذه الفئة أن تستغني عن الحاجات الأخرى، لكنها لا تستطيع التخلي عن التلفزيون الذي يصنف ضمن ضروريات الحياة وعصبها.

### ثالثا- النظرية الأنثروبولوجية للترفيه.

إنها واحدة من المقاربات الاجتماعية للترفيه، يمكن تصنيفها ضمن "أنثروبولوجيا الاتصال والثقافة"، على اعتبارها تحاول مقارنة الترفيه ك"فعل اتصالي ثقافي"، وهنا، نجدها تقدم إجابات حول الإشكالية المتعلقة بـ "طبيعة المادة الترفيهية، وأشكالها المختلفة"، لذا فإن الحديث عن هذه النظرية يجعل الأذهان تتجه مباشرة إلى الأعمال المشهورة لكل من "Robert S Lynd" و "Helen Merrell Lynd" في الفترة الممتدة ما بين "1959 - 1965"<sup>(06)</sup>.

تحدد الفكرة الأساسية لهذا المنظور - المنظور الأنثروبولوجي للترفيه- في أن الترفيه يشكل واحدا من أهم ممارسات الإنسان ونشاطاته المختلفة، يسعى من خلاله إلى تعزيز آليات الاتصال والتفاعل الاجتماعي، وعبره يتم تحديد طبيعة ثقافة المجتمع، والرموز الثقافية التي يمكن الاستناد عليها لتحقيق التواصل الثقافي والاجتماعي. فالنشاط الترفيهي في جوهره "علامة من العلامات الاجتماعية والثقافية" تسمح هذه الأخيرة بكشف الستار عن طبيعة الجماعة، ونسقها القيمي والعقائدي، ومختلف الآليات

والميكانيزمات التي تدعم بها التفاعل الاجتماعي، وجدير بالذكر أن جل هذه المنطلقات الفكرية لم تسلم من النقد، لا سيما مع ما آل إليه مفهوم الترفيه، حيث لم يعد " ذلك الترفيه النظيف، الصحي والطبيعي " بل أصبح " سلاحا استراتيجيا " وأداة من أدوات " التدخل الإيديولوجي " أرست معالمها جملة التراكمات النظرية التي فأعطت الشرعية لمختلف الممارسات الترفيهية، بما في ذلك الترفيه الذي يقدمه التلفزيون.

فالترفيه التلفزيوني، مهما كانت طبيعته، وطبيعة المضمون والسياق النظري الذي يدعمه، لم يسلم من النقد، لا سيما في تجسيده الواقعي، فهو ينطلق من فكرة " الحاجات الأساسية للإنسان " أو من حتمية " الواقع الاجتماعي " أو " التمثل الثقافي " ليصنع استراتيجيات خاصة بالتأثير النفسي، وغيرها تتحقق أغراض " السيطرة الإيديولوجية والفكرية " (07).

وهنا، لا يمكن على الإطلاق الحديث عن فكرة " موضوعية الترفيه وحيادته "، إذ لا توجد ممارسات خاصة بـ " الترفيه من أجل الترفيه "، بل هي دعائم زائفة ووهمية لتمرير الأفكار، وتسويق الإيديولوجيات والمبادئ السياسية الحديثة، فعندما نضع " نظريات الترفيه " و " الأنشطة الترفيهية " في طاولة التشخيص والنقد، تتداعى جملة من الأفكار الواقعية التي تؤكد تأثيراتها السلبية الخطيرة، ولعل ما يمكن الإشارة إليه في هذا الشأن ما يلي:

1- **نظرية الترفيه سلاح استراتيجي للتضليل الإعلامي وأداة للإقحام الإيديولوجي:** إنّ المواد الترفيهية التي تقدمها وتروج لها الفضائيات التلفزيونية - على اختلافها - استراتيجيات أساسية للتضليل الإعلامي، إذ تعمل على تضليل عقول المتلقين وتذهيبها، وهنا، اكتسى الترفيه دلالة سلبية، إذ أصبح الترفيه: " أداة من أدوات السلطة، فعالة للقهر الثقافي والإيديولوجي ".

إنها الأفكار التي أشار إليها " بولو فيرير " بقوله: " إن الترفيه يشكل إحدى الأدوات التي تسعى النخبة من خلالها إلى تطويع الجماهير لأهدافها الخاصة (08). " أي أنه - الترفيه - أسلوب ديمagogي فعال لتسويق الأفكار والمبادئ وإرساء القيم والسلوكيات ومن ثم تحقيق السيطرة الفكرية والقيمية على المجتمع وتمثاله الثقافية والرمزية. فالمادة الترفيهية التي يقدمها التلفزيون لا تعكس بالضرورة الواقع، بل كثيرا ما تعاكسه، وتصنع بديلا عنه، تتعارض قيمه مع القيم المحلية التي تقصى بالممارسة من سياق التداول الاجتماعي، لتحل محلها قيم السلطة الإيديولوجية، والتي تمشي في نفس مصاف الصناعات الترفيهية.

2- **الإعلام الترفيهي يؤسس للوعي المعطب:** يروج الإعلام الترفيهي التلفزيوني لمضمون أساسي يحدده القائمون على الصناعات الترفيهية، حيث يسعى إلى تفعيل السيطرة الإيديولوجية من خلال تشكيل وعي مؤيد لها ولأسسها الفكرية والمفاهيمية. وهنا، تنزاح المضامين الترفيهية التلفزيونية إلى تدعيم أسطورة " الفردية والاختيار الشخصي " تحت رداء " حرية التعبير "، " الاختيار " و " إبداء الرأي "، ويعمل الخطاب التلفزيوني على غرس هذه القيم لدى المتلقي، مستندا في هذا على بلاغة الصورة، وقوة تأثير الحركة، الموسيقى والصوت وبقية المؤثرات التلفزيونية (09)، وهنا، ترسي المادة الترفيهية معالم مناقضة للهوية الوطنية والثقافة التقليدية، وتدخل هذه السلوكيات في مجملها في إطار مفرزات العولمة الأمريكية وتيار الهيمنة الإيديولوجية، فالمادة الترفيهية، تركز من خلال استخدامه لآليات " الغرس الثقافي " و " التطهير العاطفي " الفردية والفردانية، وهي مبادئ جديدة للمجتمع الجماهيري تعزز الأناية وإقصاء الآخر، وتذيب القيم الاجتماعية التقليدية من جهة أخرى.

**3- الإعلام الترفيهي يكرس أسطورة الحياد لتمير الأسس الإيديولوجية للهيمنة الليبرالية:** يشكل الترفيه في هذه الحالة واحدا من الوسائل الفعالة لتدعيم آليات "التضليل الإعلامي" DÉSINFORMATION LA حيث تختبئ الرسالة الإيديولوجية المعبئة بالمضامين السياسية وراء "نظرية الترفيه من أجل الترفيه" وذلك قصد تمريرها، وإبعادها عن محكمة النقد والمعارضة<sup>(10)</sup>.

فالترفيه من هذا المنظور أسلوب من أساليب التضليل الإعلامي، ولكي يؤدي هذا الأخير دوره بفعالية، لا بد من التميع، وإخفاء شواهد وجوده، ووفق هذه العملية يحقق نجاحه وتأثيره وقوته، حيث يشعر المضللون إعلاميا أن الأشياء كلها طبيعية ونتاج الحتمية المنطقية.

ومن شأن هذه الأفكار أن تعمل على تبرئة المواد الترفيهية من معالم النزعة الإيديولوجية المختبئة وراء علاماتها السطحية، فيكون الترفيه بعيدا كل البعد عن الإسقاط الإيديولوجي، ويؤدي هذا إلى خلق الراحة والثقة ومن ثم نجاح الاستراتيجية التسويقية للمواد الترفيهية ذات المضامين الإيديولوجية، وهنا، تعلّب الأفكار الإيديولوجية برداء الترفيه لتسقط عنها معالم النقد، وترسي في الوقت ذاته نفوذها وسيطرتها.

**4- الإعلام الترفيهي شكل من أشكال الغش الاستراتيجي في التسويق الديماغوجي للأفكار والمذاهب:** تقحم المادة الترفيهية المتلقي في عالم المتاهات الإيديولوجية وعنفا الرمزي، حيث تقبل الأفكار والاتجاهات والإيديولوجيات على شكل برامج ترفيهية - حيادية في ظاهرها - من شأنها أن تعمل على التعبئة الجماهيرية، لا سيما إذا ما كانت هذه البرامج تلفزيونية. وهنا، تصبح أسطورة "الحياد الموضوعية"، "الصدق والمصادقية" رداءً يرتديه الإعلام الترفيهي ليضمن سيورته تداوله، واستمرار وجوده في مختلف الأوساط والمجتمعات<sup>(11)</sup>.

فكثيرا ما يلاحظ في الأفلام الكرتونية، اللحظات الفكاهية، وحتى الأغاني الموسيقية أهما حيادية وخالية من الإيديولوجيات، لكنها في الحقيقة مشبعة بالمعاني الضمنية، التي تغرس لدى المتلقي بفعل قوة الخطاب التلفزيوني، كما تبرؤها نظريات الترفيه، تحت شعار "الترفيه من أجل الترفيه"، فتجد الوقت الكافي للاستقرار والنمو في عقل المتلقي ووجدانه.

**5- الإعلام الترفيهي يدعم أسطورة غياب الصراع الاجتماعي:** تعمل المضامين الترفيهية، ومن خلال الجرعات الإضافية للأحاسيس والمشاعر والعواطف التي تتضمنها على "تغيب الجماهير وتنويمهم"، يتحقق ذلك من خلال توجيه العقول وجعلها تؤمن بواقع آخر، وهمي، غير الواقع الحقيقي المر الذي يعيشه الأفراد ويعايشونه. ومن شأن هذا أن يصنف البرامج الترفيهية ضمن أساليب التنويم الإيديولوجي، إذ يحقن المتلقي بجرعات من اللذة والمتعة، فتمنعه وضعية المشاهدة من التفكير، ووفقها ينسى همومه وانشغالاته، وينسى جميع أشكال الاضطراب والصراع الإيديولوجي لا سيما وأنه يستقبل من برامج الترفيه التلفزيونية وابلًا من العلامات العميقة والرمزية، والتي توهمه بأن العالم يسير إلى ما هو إيجابي، وتحقنه هذه العلامات، ومع كل فرصة مشاهدة بمزيد من الخمول، التغيب والسلبية<sup>(12)</sup>.

**6- الإعلام الترفيهي وأسطورة التعددية الإعلامية:** كل شيء أسطوري رمزي في الإعلام الترفيهي التلفزيوني، فهو وهم زائف، يروج لجملة من المبادئ الإيديولوجية بكثير من الاحترافية والضمنية، وأكثرها خطورة في هذا الشأن: "مبدأ حرية الإعلام"، "حرية اختيار البرنامج الترفيهي"، "حرية المشاهدة"، "حرية اختيار القناة الإعلامية" و"حرية التلقي، التفاعلية، المشاركة والحوار....." كل هذه

العناصر أشكال ملفقة، مزيفة... " تفتح السبل لإرساء معالم التبعية الثقافية والإيديولوجية، من خلال استيراد المواد الإعلامية التي تروج للنظريات السلوكية<sup>(13)</sup>.

وهنا تصبح البرامج الترفيهية التلفزيونية امتدادا طبيعيا للإنسان، إذ يصعب عليه فصل جهاز التحكم عنه، لما يحققه هذا الأخير من شعور زائف بأشكال الحريات المذكورة آنفا، ووفق هذا الشعور الوهمي، تقتحم البرامج الترفيهية بعلاقتها الظاهرية، وأبعادها الضمنية، المخيال الاجتماعي والثقافي للمجتمعات النامية، ويؤدي هذا إلى المساس بخصوصيتها، ومن ثم خلق وتعميق "أزمة الهوية".

إنها الأفكار التي أثبتها "هربرت شيلر" من خلال قوله أن الإعلام الترفيهي بشكل عام، والذي تنشره الفضائيات التلفزيونية على نحو التحديد يخلق "وهم حرية الاختيار" بفعل ميل القائمون على الفضائيات التلفزيونية إلى المحافظة على التنوع الإعلامي الشكلي في البرامج الترفيهية، ومن شأن هذا أن يروج لفكرة أساسية تتمثل في أن البلاد التي تتوفر على كم هائل من الفضائيات التلفزيونية، وتوجه أموالا طائلة نحو الإعلام، لا بد أن توفر تشكيلة شديدة التنوع من الإعلام وألوان الترفيه، ووفق هذا المنظور، ينصرف المتلقي إلى الفضائيات التلفزيونية الغربية، ليصطدم بوابل من المضامين الإعلامية الترفيهية المنافية لثقافته، ودينه وهويته.

7- الإعلام الترفيهي سلاح إيديولوجي لصناعة المعرفة وتمير أشكالها المختلفة: أصبحت المعرفة ومع تطور الوسائل الإعلامية وتنوعها، الحرك الأساسي لمختلف أنشطة الحياة، إذ يزداد وجودها وجود المواد الأولية، وهنا، تحولت إلى مصدر أساسي للصراع الإيديولوجي، الذي عزز تنافس الحكومات في صناعة المعلومات، وتسويقها، وكثيرا ما يتخذ الترفيه لتغليف هذه المعلومات وتعليقها، كي تيسر على الأفراد سبل تمريرها وتسويقها، دون توليد الجدل والنقد الإعلامي والثقافي للنشاط الترفيهي.

ومن خلال ما تمت الإشارة إليه، يمكن القول أنه قد آن الأوان لقلب النظريات الاجتماعية الغربية في شأن الترفيه، فهي في مجملها ليست سوى شكلا من أشكال التدخل الإيديولوجي، لأن مفهوم الترفيه أخطر من ذلك بكثير، فهو يشكل مع الخطاب الإيديولوجي علاقة "تضمن واحتواء، وتكامل".

إنها الفكرة التي أشار إليها "إيريك بارنو" بقوله: "إن مفهوم الترفيه في تصوري مفهوم شديد الخطورة، حيث تتمثل الفكرة الأساسية له في أنه لا يتصل من بعيد أو من قريب بالقضايا الجارية للعالم، وأنه مجرد شغل أو ملء ساعة من الفراغ، والواقع أن هنالك على الدوام إيديولوجيا مضمرة في كل أنواع البرامج الترفيهية، لا سيما القصص الخيالية، وهي المضامين التي يجتنبها التشويق والخيال في خلفية هذه القصص ومعانيها"<sup>(14)</sup>.

فمن خلال ما تم عرضه، لا تخلو نظرية الترفيه من النقد والتفنيد، سواء في مبادئها الأساسية أو في مجالات تطبيقها، وواقع هذا التطبيق، لا سيما إذا ما حاولنا مقارنة هذه البرامج، والأدوار التي يلعبها هذا الأخير من المنظور الثقافي للدراسات الإعلامية، فالترفيه التلفزيوني في جوهره سلسلة من العلامات الرمزية المؤسسة للثقافة الجماهيرية، والتغيير الثقافي والاجتماعي للمجتمع، كما أنها في ذات الوقت مقومات أساسية للمجتمع الجماهيري، ومروج للثقافة الاستهلاكية ولأبعادها المختلفة كالنزعة المنفعية، تشييء القيم والمبادئ وغلبة المادة والروح التجارية على مختلف مضامين هذه البرامج، على حساب المعاني الحقيقية للحاجة الترفيهية، وهنا لا يمكن الحديث بأي حال من الأحوال عن "نظرية الترفيه من أجل الترفيه"، بل آن الأوان لدحض مثل هذه الاستراتيجيات، التي يمكن اعتبارها أحد أشكال التدخل الثقافي، القيمي، العقائدي والإيديولوجي في قيم المجتمعات الإنسانية، وبنائها الفوقية.

إنّ البرامج الترفيهية التلفزيونية نسق من أنساق الصناعات الثقافية، وتصنف هذه الأخيرة ضمن الاستراتيجيات الاقتصادية ذات الأبعاد الإيديولوجية والسياسية، والتي من شأنها أن تسقط عن مضامين البرامج الترفيهية النزعة الموضوعية والحيادية، لتدخلها في أحد أشكال الهيمنة الثقافية والصراع الإيديولوجي.

بناء على ذلك، يعتبر التلفزيون واحدا من أهم الوسائل الإعلامية والترفيهية المروجة لظاهرة تسمى بـ"الاستنساخ الثقافي"، فهو - التلفزيون - منظومة ثقافية ترفيهية، تختبئ وراء أهداف شرعية لترويج نماذج ثقافية غريبة مستنسخة من الثقافات الدخيلة، الشيء الذي يشجع جميع أشكال التهجين والتحوير في مختلف السلوكيات الثقافية الأصلية<sup>(15)</sup>.

لا تتحقق هذه الظاهرة بطريقة مباشرة بل يتم إرساؤها في الغالب عبر سيرورات لا متناهية من الممارسات الإعلامية ذات العمق الإيديولوجي، الشيء الذي يؤكد حقيقة كون البرامج الترفيهية في جميع حالاتها أشكال منمطة من الصناعات الثقافية، المخوفة في أبعادها الموضوعية، والمشبعة بالقيم الإيديولوجية. فكل المضامين الترفيهية علامات دالة على الهيمنة الثقافية، وامتداد الاحتكار القيمي والعقائدي والإيديولوجي الغربي للأسس الثقافية للمجتمعات النامية، لا سيما إذا ما استهدف التلفزيون كوسيلة لإرساء معالم هذه المضامين، والترويج لها، على اعتبار أن لهذا الأخير سلطة رمزية خاصة، تستلهم قوامها من قوام بلاغة الصورة وقوة الصوت، والعمق الدلالي للخطاب التلفزيوني المتكامل من حيث الدلالات واللغات.

ولعل أهم النماذج النظرية وأنسبها بديلا لمقاربة الترفيه نظرية "ميشال فوكو" في مسألة الخطاب والسلطة، والتي يعتبر منها الخطاب الإعلامي أداة هامة في يد السلطة، تعمل على دعمها وتسخيرها لأغراضها الإيديولوجية.

ووفق مقرب "الخطاب والسلطة"، يعتبر الترفيه أداة وقوة، وسلاح استراتيجي، من شأن هذا السلاح أن يدعم بلاغة الخطاب، ويقوي نفوذ الوسيلة الإعلامية، وعبر هذا النفوذ الرمزي، تنتزع الوسيلة الإعلامية وجودها، ومن ثم تفرض قوتها وسلطتها، لا سيما مع ما يفرضه الواقع الإعلامي الحالي، والذي جعل العالم يسبح ضمن تيار الموجة الثالثة، أو ما يصطلح عليه الكثير من الباحثين والنقاد بـ"مجتمع المعلومات والمعرفة".... ويستند الترفيه في هذه العملية على الطابع الانبساطي وما يمكن تسميته بـ"حرب الخطابات"، وهي حرب تسمح بانتهاج جميع السبل لتحقيق الإقناع، وترسيخ المبادئ والأفكار، وتكون الغلبة فيها لقوة السلطة التي تعزز خطابها بأسس بلاغية تأثيرية، فتلتصق من الترفيه شكله البريء، واتجاهاته التي تجمع ما بين الجد والهزل، الدراما والتراجيديا، والفكاهة، وتلتصق منه في الوقت ذاته امتداده الواسع، وتأثيراته العميقة التي تعزز: الكسل والخمول السلبية، الفردانية، الانعزالية، الاغتراب الهروبية، والتنفيس العاطفي.

### ثالثاً - الأبعاد الضمنية للمواد الترفيهية المقدمة في الفضائيات التلفزيونية العربية:

تتسم الفضائيات العربية بالانزياح نحو البرامج الترفيهية، الشيء الذي يؤكد طغيان العديد من أشكالها وألوانها على الفضاء الإعلامي لها، ومن شأن هذا أن يكشف ما أسردناه سابقا في شأن البرامج الترفيهية، والمتمثلة أن معظم هذه البرامج تختبئ وراء المساعي والأهداف الاقتصادية والإيديولوجية للسلطة التي تتخذ منها - الترفيهية - ذرائعاً للنفوذ والسيطرة.

وهنا، يمكن القول أن طغيان المادة الترفيهية على المضامين الجدية في هذه البرامج، دال سيميولوجي يوحي إلى مدلول ضمني، يتمثل في سعي الخطاب الإيديولوجي لهذه البلدان إلى اتخاذ الإعلام سلاحا للتذهيب والتنويم، وتغيب الوعي، وإغفال المتلقي عن المطالبة بحقوقه وحرياته وتحسين مختلف أوضاعه.

معظم البرامج الترفيهية التلفزيونية، توهم المتلقي العربي بأن الإعلام التلفزيوني في بلدانه ترجمة حرفية للتعددية الإعلامية، والحرية المطلقة في الاختيار والتعبير والمشاهدة والإبداع، وما هو في الحقيقة إلا وهما زائفا يعمل على تثبيت استمرار الوضع الراهن، لاستقرار السلطة، وإبعاد الخطر عن نفوذها وإيديولوجيتها، فلكني نتحدث عن حرية التعبير، لا يكفي على الإطلاق حصر

الأرقام الإحصائية المثبتة لعدد الفضائيات التلفزيونية أو عدد البرامج المقدمة، بل إن الحرية في التعبير تقاس في الوقت ذاته بالمضامين المقدمة المشيرة إلى تنوع البرامج، ونسبة النقد والتحليل، والجرأة والحوار فيها، وفي هذه النقطة بالذات، تغيب الأرقام الإحصائية، وتسقط النسب المعبرة عن الحرية، حيث أنه وإن تعددت البرامج المقدمة في هذه الفضائيات، إلا أنها أشكال متعددة لمضمون واحد، ألا وهو الترفيه المنوم للعقول.

كما أن مختلف البرامج الترفيهية، تستقطبها الفضائيات التلفزيونية العربية من المؤسسات الكبرى للصناعات الترفيهية، وهي برامج تتسم بغلبة الأبعاد الإيدولوجية، والممارسات الضمنية العميقة التي تؤسس لأشكال جديدة من آليات الغرس الثقافي لأنماط وسلوكيات جديدة في مختلف المجتمعات، تنبثق من تيار العولمة السياسية والثقافية، والذي يسعى إلى إزاحة القيم المحلية للمجتمعات، لبسط ستار النفوذ من دون حواجز.

وهنا، تعتبر المادة الترفيهية المستوردة شكلاً من أشكال الاستعمار الثقافي، يستهمل هذا الأخير نفوذه بما هو سطحي ظاهري، متعلق بالشفرة الاجتماعية والثقافية من: "لباس، أنماط التحية، استقطاب الألفاظ والكلمات الغربية، وصولاً إلى أكثرها خطورة، تدخل في نطاق العلاقات الأسرية، الدينية والاجتماعية"، ولهذا النمط من الاستعمار تعاقبه الخاص على المجتمعات العربية، حيث اجتاحتها منذ الثمانينيات ما لا يقل عن ستة استعمارات، ولا تزال تمارس ضغطاً واقتحاماً متكاملًا لهذه المجتمعات. أحدث كل هذا ما يسمى بـ "فوضى القيم"، و"تماهي المعاني" إذ احتار المواطن العربي في شأن الأصول الحقيقية لمفردات لغة الخطاب اليومي، أو عاداته، أو حتى تقاليده، لباسه ومعتقداته، فمنها ما انبهر به قسراً من مسلسل "دلاس" الأمريكي الذي أحدث ضجة في ساحة "التلقي" ومجالات التقمص والتقليد، ومنها ما تسلل إلى عمق سلوكياته، شأن ما فعلته المسلسلات المديجة التي أحمزت على هذه الفضائيات، وتوالت دون توقف، بدأ بالمكسيكية، فالكورية، فالهندية، وصولاً إلى إمبراطورية المسلسلات التركية، وتقدم كل هذه الاستعمارات إجابات عن حل الأزمات الاجتماعية، الثقافية وحتى السياسية والإيدولوجية التي تعاني منها المجتمعات العربية، حيث عجز الإعلام المحلي عن مناقشة قضاياها، فوجد الإعلام الأجنبي مجالاً لاقتحام خصوصياتها، وتسيير شؤونها، ولا أدل على ذلك مما عانتها المنطقة مؤخراً من صراعات، والتي تحتل الدراما التركية نسبة هامة في تفعيلها، حيث مارست هذه الأخيرة شكلاً من أشكال العنف الرمزي على المتلقي، وولد ذلك أزمات، وفعل نطاقها، وتحكم في سيرورتها.

يعود السبب في هذا إلى تماهي المعاني واختلاطها، وصعوبة الولوج إلى الأصول الحقيقية لها، فالأفلام التركية التي فعلتها إمبراطورية صناعة الترفيه والسياحة والإيدولوجيا في تركيا، استكملت تحوير ما تناسته المسلسلات المكسيكية، لكنها ركزت بقوة على ثلاثة أبعاد أساسية هي: "الدين، السياسة، والقيم الاجتماعية"، وهنا، فعلت "تركيا عودة هيمنتها، لكن بقالب آخر، ضمني ومعنوي، وأكثر ربحاً لها، ويتعلق الأمر باستهداف "الرأسمال الرمزي" لهذه المجتمعات، وحين يتم المساس بهذا الأخير، من الصعب تعديله، لأن هذا الصنف من الإعلام الترفيهي - ذات الطابع الدرامي - جزء لا يتجزأ من الدعاية السوداء، ومفعول هذه الأخيرة يدوم لأجيال وأجيال.

ومن نتائج هذا الصنف من الاستعمار، اختلاط المعاني في شأن الكلمات المفتاحية المدبرة لمحور الصراع في العلاقات الدولية، وتعميق أزمة المفهوم والمصطلح فيها، ويتعلق الأمر هنا بكل من: "الديموقراطية، الإسلام، والإرهاب" حيث اختلطت لدى الرأي العام العربي المفاهيم، التي تعمدت البرامج الترفيهية المستوردة - لا سيما التركية منها - تفعيلها، من خلال جعل هذه العناصر، أجزاءً محرّكة للدراما التركية، ومديرة لجهات الصراع فيها، تنزاح حيناً إلى الخير، وتتجه حيناً آخر إلى الشر، وهنابختار المتلقي لأية جهة ينحاز، لا سيما وأن مثل هذه الدراما، حاولت جاهدة خداع المتلقي العربي من خلال تقمص شخصيته وتمثيلها في



جانبا الشكلي : " كاللباس " وجانبا القيمي : " كالتظاهر بالقيم والمبادئ الشبيهة بالقيم الإسلامية "، وهو ما نجده بالأساس في مسلسلين يكمن اتهامهما بالتمهيد للصراع العربي الحالي، ويتعلق الأمر بكل من : "الأرض الطيبة" و "وادي الذئاب"، حيث أن ظاهر قصص هذه المسلسلات هو الصراع بين الخير والشر، بين الإرهاب ومقاوميه، إلا أن باطنه مشبع بالمعاني الإضافية، إذ تكثر التساؤلات حول مفهوم الإرهاب الحقيقي، لا سيما وأن هذا الأخير تتجاذبه العديد من الأطراف، فأحيانا يمثل "كهارب إلى الجبل " وأحيانا أخرى كمسؤول هام"، وقد تكررت هذه الصورة لأكثر من مرة في فيلم "الأرض الطيبة" كما هو الشأن في "وادي الذئاب" ومن شأن هذا أن يعمق دائرة الغموض والشك لدى المتلقي، ويعمق في ذات الوقت عناصر الصراع بين الإسلام والمسيحية، فرغم ورود هذا بشكل ضمني في الفيلمين، إلا أن دلالتهما من شأنها أن تغذي أزمة الدين وأزمة الهوية، كما يقال ذات الشيء عن العلاقات الإنسانية والاجتماعية، حيث حوّرت المعاني الجوهرية لها، من خلال تداخلها مع "الصراع"، "الصدقة"، "الشراكة"، "النزاهة"، "التنافس"، "الحب"، "الخيانة"، "الثأر"، "الفقر"، فأدخلت مفاهيم أخرى أكثر خطورة، تتمثل في "الشك"، و"الخيانة"، "الانتقام" و عبر هذه الوتيرة تتشابك الدلالات وتتقارب وتتداخل في شأن القيم الإنسانية، لا سيما بين الخير والشر، حيث يدخل مفهوم جديد يتمثل في أن الخير يمشي في نفس مسيرة الشر، إذ يستمران معا في التنافس وأخذ الثأر، ويتبادلان الأدوار تارة، ويتصلحان تارة أخرى، إلى حد يختلط لدى المتلقي تمييز أحدهما عن الآخر.

وعند مقارنة هذه العلامات الظاهرية ضمنا، واستنادا على مقترَب " الخطاب والسلطة" - الذي نراه بديلا لنظريات الترفيه- نجد أن وراء هذا التفاعل والتبادل الظاهري للأدوار هدف إيديولوجي، يتمثل في إرساء مبدأ "ميكيفيل" "الغاية تبرر الوسيلة"، وهو ما نجده ما يمكن أن نستقرئه من خلفيات المسلسل المذبلج المشهور المسمى بـ "إيزال"، والذي حاصر الشباب العربي بمشاهد درامية مزوجة بالتراجيديا والخيال، لتؤلف منه سنفونية خاصة بـ"السيطرة الرمزية"، وقس على هذا، المسلسلات التركية الأخرى، التي تخلق ما يسمى باختلاط القيم بين الإسلام والمسيحية، وهي استراتيجية خاصة تمهد التوجه إلى "العلمانية"، لا بل تسوق لها بطريقة ضمنية متخفية، استقرأنا هذا في العديد من المقاطع الفيلمية، إذ نفهم من ظاهرها الجمع بين الديانتين، لتبرز شكلا من أشكال التعايش السلمي بينهما، لكن ما وراء هذا المقاطع يكشف واقعا آخر، يتمثل في تعمد خلق الاختلاط المفاهيمي بينهما، ليختار المتلقي البسيط في تمييزهما، ويميل بذلك على تصديق كل شيء باعتباره جزء من دينه الإسلامي، بيد أن باطنه يرسخ للعلمانية، ولقد ورد هذا في العديد من الأفلام التي تجمع في طقوس الزواج، أو الدفن بين شفرات "الإسلام والمسيحية" معا، ففي الزواج مثلا، يتم إبراز مرحلة "الخطوبة والفاخرة" كأركان أساسية في الزواج الإسلامي، بيد أن مراسمهما يتمان وفق العلامات الظاهرية لما هو مسيحي، ويقال نفس الشيء فيها هو متعلق بمراسيم الدفن، إذ يركز على تصوير صلاة الجنازة بطابع إسلامي، وعلى مراسيم الدفن بطقوس مسيحية، وتحمل القبور كذلك أشكالا أكثر اتصالا بما هو مسيحي، ومن شأن ذلك أن يعمق التماهي والعلمانية.

ووراء كل هذا قراءة إيديولوجية، تكشف حقيقة الخطاب المختبئ وراء هذا الصنف من المواد الترفيهية، فهذا الخطاب لا يعكس في جوهره واقع المجتمع التركي، كما لا يعكس في الوقت ذاته واقع المجتمع العربي، بل هو إسقاط رمزي لنوايا السلطة المختبئة وراء هذا الصنف من الإعلام، والمتمثل في إيهام الرأي العام العالمي بأن تركيا بلد تتعايش فيه الديانات "الإسلام والمسيحية" بشكل سلمي، وهو في الوقت ذاته بلد متحضر، يسير في مصاف الدول الأوروبية من خلال "اللباس"، "التفتح في العلاقات الاجتماعية"، "التفتح في الحريات والديموقراطية"، "الإقتصاد"، "إدارة الأعمال"، وهي الصورة التي تمنح في الغالب للمناطق الحضارية، ذات الغنى الفاحش، من خلال تسليط الضوء على المباني والمراكز السياحية، ولهذا كله دلالة خاصة، ومقصودة، تتمثل في إيهام الرأي العام بأن "تركيا" بلد اقتصادي وسياحي، هام ومتطور، يستحق تأشيرته الانضمام إلى الاتحاد الأوروبي.

كما أن وراء هذا النوع من التصوير الرمزي دلالات أخرى، تتحدد في "التسويق للصناعة النسيجية، وصناعة الألبسة، والسياحة" والتي تشكل الرأسمال الاقتصادي لهذا البلد، إلى جانب الصناعات الترفيهية التي تحتل المرتبة الثالثة، وترعى الصناعتين المذكورتين بالدعاية لهما باستمرار، أما ما يقال عن المادة الترفيهية المستوردة من تركيا، يمكن أن تكشفه مختلف المواد الترفيهية المستوردة من بقية البلدان، وهنا، تعيد الفضائيات العربية عملية جمع وتوزيع "قشور الثقافات" السائدة في العالم، ما من شأنه يدعم أزمة ثقافتها المحلية.

فمحمل هذه التحليلات، تكشف أن هذه البرامج علامات دالة على أحد أشكال الهيمنة الإيدولوجية، ووفق نفس المعايير والأسس التي أشار إليها "أنطونيو غرامشي" Antonio Gramsci، تشمل هذه الهيمنة السيطرة الرمزية على الأسس السليمة للتفكير والتصرف، ويتم ذلك عبر سيرورة من الممارسة الرمزية التي تنتهجها مختلف البرامج الترفيهية، وعبر هذه السيرورة، يتم إحلال القيم المستحدثة، والمقصودة، محل القيم الأصلية، ويتم إزاحة كفة المنطق لصالح القيم المصنعة عبر آليات البرامج الترفيهية، لتتراجع الكفة الأخرى الخاصة بالقيم الأصلية، والتي يتم تصنيفها ضمن أشكال التراث أو الفولكلور، ولا يمكن بأي حال من الأحوال التنبه لسيرورة التأثير والتأثر التي تمارسها هذه البرامج، لأنها تمتاز بالضمنية، والرمزية وتسير عبر آليات دعائية عميقة الدلالة ومتسترة.

من جهة أخرى، نجد أن الفضائيات التلفزيونية العربية، وإن لم تستورد البرامج الترفيهية بشكلها الجاهز، استوردت أفكارها وتفصيلها عن طريق ما يسمى بـ"نزعة التقليد"، ومن شأن هذا أن يؤثر بذاته على الإبداع العربي، ويساهم في الجمود الإبداعي الثقافي، حيث يفرض هذا الصنف من البرامج مفاهيم أخرى أكثر خطورة في شأن واقع الإعلام الترفيهي في الفضائيات التلفزيونية العربية، ويتعلق الأمر بالتبعية الثقافية الإعلامية، والإيديولوجية، حيث يتم تغيب المعاني والمفاهيم والقيم الحقيقية للمجتمعات العربية، لتحل محلها قيم أخرى، على نحو يصعب فيه على أفراد هذا المجتمع تمييز المعاني الحقيقية للأشياء والقيم.

وتعتبر البنية الشكلية للمادة الترفيهية مقوما أساسيا من مقومات البرامج الترفيهية، فهي علامات ظاهرية، فعالة في عملية الإدراك البشري لهذه البرامج، ومحفزة في الوقت ذاته على عمليات متابعة هذه البرامج، ومن ثم الدوام على مشاهدتها، ومن شأن هذا أن يؤسس لما يمكن تسميته بالإدمان على مشاهدة البرامج الترفيهية، حيث تخلق هذه الأخيرة حاجات مزيفة لدى النفس البشرية، تستثير هذه الحاجات فيه الرغبة في المشاهدة، وتخلق في نفسه فراغا زائفا، يوهم الفرد بضرورة سده وإشباعه بمزيد من المضامين الترفيهية، لتبلغ درجات المشاهدة التلفزيونية ذروتها على نحو يشعر الفرد فيه أنه بعيد كل البعد عن الضغوطات الاجتماعية والسياسية التي تخلفها الأوضاع الراهنة، ويحس في الوقت ذاته بالقدرة السحرية لهذه البرامج على تحقيق آليات التنفسي العاطفي، من خلال الابتعاد عن الضغوطات اليومية، والتخلص من القيود النفسية والعاطفية التي يواجهها في حياته، وعلى هذه الوتيرة، يتحقق التطهير النفسي والعاطفي، ويتحرر الفرد من مختلف القيود النفسية التي تمنعه من التأقلم، وسرعان ما يتحول هذا الاحساس إلى آلية من آليات الوهم التي يصنعها التلفزيون بفعل بلاغة خطابه الذي يجمع بين الصوت والصورة.

كما أن البنية الشكلية لمختلف هذه البرامج ترسي معالم الثقافة التجارية التي لا تنتج الأيديولوجية بقدر ما تعمل على تمريرها، تنسيخها، معالجتها، تغليفها بأقنعة ذات دلالات بريئة وحيادية مثل "قناع الترفيه من أجل الترفيه" الذي تتبناه مختلف البرامج التلفزيونية، المقلدة، التي تبث عبر العديد من الفضائيات التلفزيونية العربية، وتكتمل دلالة الصبغة التجارية لمثل هذه البرامج، حينما نأخذ بعين وإبل المضامين الإشهارية التي تقتحمها وتعزز مع التلقين النزعة الاستهلاكية، وهنا، تكون حياة الأفراد والمجتمعات برمته مرهونة بالحياة الوهمية التي تسطر معالمها وتحدد أبعادها الرمزية الحياة التلفزيونية، الشيء الذي يؤسس في الوقت ذاته لتشكيل القيم والمبادئ ذات البنية الوهمية الزائفة، وإضفاء نزعة التشبيء على القيم الأصلية للمجتمعات التقليدية، وهذا ما

نجده في العديد من البرامج التي تبث عبر الفضائيات التلفزيونية العربية، بشكل عام، وبرنامج " Arabsgot talent " على سبيل المثال.

فهذا البرنامج في بنيته الشكلية تقليد كلي للنسخة الأصلية له، المتمثل في البرنامج الأمريكي Americangot talent، يساهم في تشييب الثقافة بمفهومه الحقيقي، وجعلها غاية للتسويق الفني، التجاري والإيديولوجي، فهو في بنيته الظاهرية يستحضر مجموعة من المشاهير لتنشيط فعالياته، ويتم التركيز فيه على الأبعاد الشكلية الجمالية لهؤلاء المشاهير، من أجل لفت الانتباه، وتقييد المتلقي بالبعد الجمالي لهذه الحصة بينما هو لا يخلو في ضمنيتها من العيوب، فهو شكل من أشكال التسويق الفني للشخصيات والفنانين، كما أنه يسوق لمبادئ إيديولوجية أساسية تتمثل في منح المواهب الشابة فرصا للظهور والتميز، للإيجاء بالحرية والديموقراطية في المجتمعات العربية - من جهة- وإيهام المتلقي العربي أن إعلامه يصنف في نفس مصاف الإعلام الأمريكي، والدليل على هذا، أن لجنة التحكيم ليسوا خبراء في المجال الفني والنقد الإبداعي، بقدر ما هم شخصيات فنية وسينمائية وضعت على واجهة البرنامج لتسويق الأهداف التجارية والإيديولوجية، فيحلم الشاب الموهوب ببلوغ شهرته، حيث يقبلون من معظم البلدان العربية، لإظهار مواهبهم أمامهم، باعتبارهم قد شكلوا القمة في الفن والثقافة في هذه البلدان، وغياب الناقد الحقيقين للفن والموسيقى، دال سيميولوجي يوحي لمدلول يتمثل في الصبغة الاستهلاكية للبرنامج، إذ يتم إقحام الومضات الإشهارية والتي من شأنها أن تحفز المتلقي، وبطريقة تحفيزية إلى الاستهلاك الآلي، وتعزيز ما يسمى "ثقافة الاستهلاك"، ويقال ذات الشيء عن بقية البرامج الترفيهية في الفضائيات العربية، التي هي "قشور تستوردها من الغرب، لترسي معالم التدخل الإيديولوجي".

## الخاتمة.

من خلال ما تمت الإشارة إليه، يمكن القول أن الإعلام، مثله مثل الفلسفة، السياسة، والاقتصاد، نجد فيه على الدوام فرقا شاسعا بين ما يجب أن يكون وما هو كائن، فبين النظري والواقعي فرق شاسع لا يمكن على الإطلاق تداركه بأي شكل من الأشكال، وهي الفكرة التي يمكن إسقاطها على "نظرية الترفيه من أجل الترفيه" فصحيح أن الترفيه حاجة ضرورية بالنسبة للإنسان، من خلالها يفسح له المجال للتنفيس العاطفي والتخلص من مختلف الهموم والعقبات، بيد أن التجسيد الواقعي لهذه النظرية ولدت معطيات أخرى، تعتبر سلبية بالنسبة للوظائف الإيجابية لوسائل الإعلام في المجتمع.

ومن شأن هذه الممارسة أن تؤكد حقيقة تحوير مختلف النظريات المتعلقة بالترفيه التلفزيوني وتوجيهها لخدمة الخطاب الإيديولوجي للجهات المتحكمة في وسائل الإعلام المختلفة، شأن ذلك شأن بقية النظريات، وأشكال التدخل الأخرى التي يستند عليها الخطاب لإرساء معالم السلطة والإيديولوجية، لذا، وبمقاربة هذه الحتمية الواقعية للممارسة الإعلامية - بشكل عام- والترفيه في التلفزيون - على نحو التحديد- تعتبر نظرية الترفيه من أجل الترفيه في التلفزيون سلاحا من أسلحة السلطة لفرض الإيديولوجية، وهي في الوقت ذاته امتداد للهيمنة الأمريكية على العالم، ومسعها في أمركته، نستشف كل هذا من خلال الإعلام الترفيهي في الفضائيات التلفزيونية العربية الذي هو إعلام مشيء، ينتجه نحو التقليد الأعمى للغرب، وينزاح في ذات الوقت إلى قبولة الوعي العربي من أجل إبقائه على الوضع الراهن، وتمثل كل هذه العمليات امتدادات عملية للخطاب الإيديولوجي الأمريكي.

## قائمة المراجع والهوامش:

(01) أديب خيضور، سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون، الدراما التلفزيونية، دار الوثام، الجزائر، 1999، ص16.

- (02) السعيد يومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2005/2006، ص 60.
- (03) هريرت شيلر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، الكويت، 1999، ص 14.
- (04) Lanfant, M.F., Les théories du loisir, Presses Universitaires de France, Paris, 1972, p65.
- (05) هريرت شيلر، مرجع سبق ذكره، ص 23.
- (06) المرجع نفسه، ص 24.
- (07) بيير بورديو، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، ترجمة درويش الحلوجي، دار كنعان للدراسات والنشر والخدمات الإعلامية، ط 1، دمشق، 2004، ص 79.
- (08) المرجع نفسه، ص 45.
- (09) المرجع نفسه، ص 115.
- (10) Claude Bremond, **un plaidoyer**, in communication, N 02, 1963, p171.
- (11) تود غيتيش، إيديولوجية الذروة في المشاهدة، عملية الهيمنة في الترفيه التلفزيوني، مرجع إلكتروني.
- (12) المرجع نفسه.
- (13) المرجع نفسه.
- (14) المرجع نفسه.
- (15) المرجع نفسه.