

بعض الأبعاد القيمة في الدراما التلفزيونية

قراءة في تجربة المشاهدة -

عزيز لعبان

أستاذ مكلف بالدروس

قسم الإعلام و الاتصال

« L'image a toujours eu barre sur les hommes, mais
L'œil ... a une histoire et chaque époque son
Inconscient optique. Notre regard fut magique avant
d'être artistique. Il devient à présent économique. »

Régis Debray. Vie et Mort de L'Image. Gallimard. 1992

مقدمة:

يظهر من خلال عنوان هذا المقال و كأننا أمام مسارين مختلفين، يشكلان بعدين من أبعاد العملية الاتصالية شخصية كانت، أم جماهيرية. و هما الرسالة أو المضمون، والتي عبرنا عنها بالأبعاد القيمة في الدراما التلفزيونية، و من جانب آخر ما أسميناه بتجربة المشاهدة و التي قد تعني عملية تلقي الرسالة التلفزيونية. و قد يكون هذا الظن صحيحا إذا بقينا مرتبطين بالنموذج الخطي للاتصال، والذي يفترض نقل المعلومات من مصدر مرسل إلى مستقبل (RECEPTEUR EMETTEUR - (حيث تكون المعاني المتصل حولها محددة سلفا.

إلا أن الدراسات المعاصرة في الاتصال سواء تلك التي تستمدّ مصادرها من الانثروبولوجيا، أو علم الاجتماع، أو علم النفس الاجتماعي، أو حتى اللسانيات، تؤكد انه في كل عملية اتصالية (شخصية، جماهيرية، وحتى ذاتية) هناك مسار لبناء المعنى، ولاتوجد معاني مقدمة سلفا، وأكثر من هذا، فإنه في غالب الأحيان المعاني التي تتولد من خلال هذه البناءات القيمة تختلف تماما عن تلك التي تعطي مسبقا (خاصة في حالة الاتصال التلفزيوني، الذي يحتوي رسائل تحمل معاني و قيم)، وقد تأكد هذا بعد دراسة " كاتز " لمسلسل DALLAS و النتائج التي توصلت إليها، خاصة فيما يتعلق بأهمية المرجعيات الثقافية للمشاهدين في تفسير الرسائل، و إعطاء معاني مختلفة لنفس الصور التلفزيونية، بحسب السياق، و الثقافة، و الانتماء.

إلا أن هذه الإمكانيات المتنامية عند المشاهد، فيما يتعلق بكيفيات تفسير و تأويل الرسائل، لا ينبغي أن يغفلنا عن أهمية الوسيلة في صياغة الكثير من تصوراتنا الاجتماعية، إذ يعتبره كثيرون، الإطار العالمي للكبار و الصغار، و انه المحيط الرمزي المشترك الذي نعيش فيه جميعنا، و هو النموذج العضوي للشروحات الرمزية التي تحرك جميع حواسنا الجماعية للواقع و القيم. و لعلّ هذا الذي أهله ليحتل مكانة اجتماعية تضاهي مكانة المؤسسات الاجتماعية الأخرى كالأسرة، و المدرسة، و المؤسسة الدينية، و الشارع "فبعد أن أثار الأهواء، دخل في إطار الأعراف... فأصبح أاثا من بين الأثاث، فأحدث أولا الاضطراب في الحياة اليومية باصطدامه مع العادات، ثم فرض مكانته في وسط الصراعات، فهو اليوم مندمج في الإيقاع العائلي (1).

و منه فان تجربة المشاهدة تهمننا في هذا الإطار كسياق تتلاقى فيه، و تتفاعل مسارات الإرسال و التلقي. و القيم أو ما أسميناه الأبعاد القيمية، تقترب إليها من زاوية " مجموعات سياقية تحدد معنى الكلمات، و الأشياء، رغم أننا سنحاول أن نحدد

مفهوم القيم قدر المستطاع مع علمنا المسبق بالصعوبات التي تكتنف هذه العملية.

تحديد المفهوم:

تعاني دراسة القيم من كثير من الصعوبات تعود في كثير من جوانبها إلى أن القيمة ترتبط دائما بالأشياء أي قيمة الأشياء (6). و لكن أيضا ارتباط مفهوم القيمة في المحاولات المتكررة لدراستها بعدة مفاهيم مشابهة كمفهوم الاتجاه، المعايير، الخ. ف BOGARDUS.E.S مثلا يعرف القيمة بربطها بالاتجاه " كل اتجاه مصحوب بقيمة، و أن الاتجاه و القيمة جزءان لعملية واحدة... و لا معنى لأحدهما دون الأخرى، فحياة الإنسان الحقبة خاضعة للاتجاه و القيم معا، و إذا كان الاتجاه اتجاه إقدام و رضا كانت القيمة التي تصحبه و ترتبط به قيمة إيجابية أما إذا كانت اتجاه إحجام و تهور و عدم قبول كانت القيمة سلبية (7).

يربط Arnold Green القيمة بالوعي أي وعي الفرد بالأشياء " القيمة وعي له الدوام نسبيا، يضاف إليه انفعال بخصوص شيء، أو فكرة أو شخص، فالقيمة لا تكون قيمة بالنسبة للفرد إلا إذا توفرت شروط ثلاثة و هي:

- 1- أن يكون عنده وعي يتبلور حول وجود شيء أو فكرة أو شخص.
- 2- إن وعيه هذا يخصه و يهيمه هو، بمعنى انه يحدث عنده اتجاها انفعاليا مع أو ضد الشيء أو الفكرة أو الشخص، فينظر إليه على انه خير أو شر إلى حد ما، أو بمعنى آخر، لا يقف منه موقف عدم اهتمام أو عدم مبالاة.
- 3- ثم أن وعيه و اتجاهه الانفعالي، لا يكون أكثر من حالة ظرفية عابرة، أي يدومان بعض الوقت (8).

ما يلاحظ في تعريف Green أن القيمة في هذه الحالة عرضية، و ليست دائمة،

أي أنها ترتبط أكثر بردود أفعال آنية اتجاه الأشياء أكثر مما هي حالة مصاحبة للفرد في حياته، وهو ما يتعارض مع عدّة اقترابات لتعريف القيمة مثل اقترابات Kluckhohn ، و Merton فـ "مرتون" ينظر إلى القيم على أنها ظاهرة اجتماعية مرتبطة بالمجتمع أكثر مما هي مرتبطة بالفرد، وهي دائمة و ليست عابرة كما يرى A. GREEN فيقول ان القيم ظاهرة اجتماعية ثقافية تربط أجزاء البناء الاجتماعي سويا ، و تساعد في ضبط السلوك و الامتثال للقواعد و النظام العام.

يرى منظرو مدرسة التفاعلات الرمزية بان القيم التي تتشكل في إطار المجتمع، هي مرحلة نهائية نتيجة التفاعلات الاجتماعية بين الأفراد عن طريق الرموز اللغوية في إطار الوضعيات الاجتماعية الأخرى.

و هذه المعاني التي يعطيها الأفراد الفاعلون في إطار هذه الوضعيات تتحول إلى حقائق تلزم هؤلاء في سلوكياتهم تجاه الأشياء و " ليس مهما إن كان هذا التأويل صحيحا أم لا ، فإذا عرّف الأفراد الوضعيات كحقائق فإنها تصبح حقيقة في عواقبها " (9)

يرى "بلومر" بان جماعة الأفراد المتفاعلين تولّد صيرورات اجتماعية تنتج المعنى، و من هذا المعنى تتأتى الحقائق التي تمثل العالم الحقيقي الذي يقضي فيه الأفراد حياتهم... و إن هذا العالم الحقيقي المؤسس اجتماعيا يقوم بدور المرجع في فعل الفرد / أي في العالم الذي يعيشه و يأتي إلى التعود عليه باستمرار (10)

و يضيف منظرو هذه المدرسة ان المعاني المتولدة ستصل في مرحلة ما إلى مستوى التامثل و معناه إطار من المثل و القيم التي تكون مرجعا للأفراد في سلوكياتهم، وتصرفاتهم و التي سيتم المحافظة عليها، و نشرها بين الأفراد المكونين للنظام الاجتماعي عن طريق المؤسسة الخطابية التي ستعمل على نقلها إلى أذهان الأفراد ووعيمهم و هنا تتدخل وسائل الاتصال الجماهيرية و خاصة التلفزيون الذي يساهم من خلال

الصور من جهة، و المعاني التي يساهم الممثلون في إطار وضعيات الأفلام تقديمها للأشياء لينقلها المشاهد من اجل تبنيها، خاصة في حالة غياب معرفة، أو وجود غموض حول بعض القضايا فتتدخل من أجل المساهمة في تقديم المعاني لها * .

و من جهة أخرى فان التلفزيون أو الدراما التلفزيونية تعمل من خلال الخطابة التي لا ينبغي ربطها بالبعد السياسي فقط، و لكن الخطابة كما ينظر إليها " دنكن " عندما يقول " ان الخطابة هي اللغة الفعلية...و هي التي تجعل اللغة تحمل شحنة دافعة إلى الفعل " و يشير إلى أننا ننظر إلى الخطابة على أنها ملهبة تؤدي إلى الإحساس بالكراهية، وهي تستعمل لتحسيس الأفراد الذين لا يستطيعون التفكير لأنفسهم، إلا أن ما يقابل الإحساس المذكور من طيبة، بدوره، و في نظر "دنكن" إلى الخطابة (11) و التلفزيون من خلال المؤسسة الخطابية ينقل القيم التي تبثها، و تعطي لها دفعا، و حافزا تجعلها عالقة في وعي و أذهان المجتمع بمختلف أصنافهم المتباينة .

و من هنا فان احتمالية نقل الدراما التلفزيونية للقيم وارد من حيث المبدأ، وارتكازا إلى هذه المنهجية في معالجة هذه الاحتمالية، فان النتائج التي توصلت إليها العديد من الدراسات في مجال الإعلام و الاتصال تؤكد هذا المنحى، و هو ما سيتم تتبعه في هذا المقال.

الدراما التلفزيونية و القيم

يمكن القول بان مواقفنا و سلوكياتنا هي انعكاس للقيم التي اكتسبناها، و إذا بلغنا نضجنا فان توجهاتنا تكون مصقولة، و مشكلة، من طرف الأولياء، و المدارس، و المؤسسات الدينية... . إلا أن الباحثين يرون بان وسائل الاتصال الجماهيرية و بصفة خاصة التلفزيون يؤثر و يتحكم بصفة كبيرة في أحكامنا القيمية (12).

بداية هذا المقال نطرح مع « شرانك » (Jeffrey SCHRANK) تساؤلا

منهجيا حول طبيعة العلاقة التي تربطنا مع التلفزيون بالشكل الآتي:

ما هي حقيقة التأثيرات التي يحدثها التلفزيون في نفسيتنا و التي لا نعرفها،

ولا نعرف حقيقتها ؟ (13)

إذا انطلقنا من بعض ما يصرح به كثير من منتجي المسلسلات الدرامية

التلفزيونية، فإنهم يؤكدون على أنهم يضحون بعض القيم بصفة انتقائية على حساب

قيم أخرى، و هذا من اجل تسلية مشاهديهم، و هؤلاء المنتجون يعملون كمتنعين بحيث

أنهم بصفة إرادية يؤكدون على بعض القيم بصفة انتقائية. إذ أن البعض يعمل على ترقية

مختلف القيم، فضلا على أن اغلب المنتجين يعترفون بصفة واضحة بان مسلسلاتهم

تضخم بعض القيم على حساب قيم أخرى (14).

و يبرر "ريتشارد هفنر" (Richard HEFFNER) ان المسلسلات التلفزيونية

ينظر إليها على أنها عملية إقناع دقيقة، و التلفزيون كشكل جديد و معيد للخيال فانه

يؤثر بعمق في حياتنا ليس من حيث القصص التي يحكيها ولكن بصفة أهم القيم التي

يجسدها (15) و في نفس السياق يتحدث "جاكوب ماير" (MAYER Jacob) في

مقدمة كتابه "سوسيولوجيا الفيلم" فيقول بان الفيلم يؤثر بصفة قوية في حياتنا و هو التأثير

الذي في كل الاحتمالات أقوى من الذي تقوم به الصحافة و الراديو و ان طبيعة هذه

التأثيرات التي تمارس هي معنوية أخلاقية. و نموذج القيم و السلوكيات الحالية و النظرة

إلى الحياة بصفة عامة هي مأخوذة من تأثيرات الفيلم. بالطبع هناك الملايين منا ممن

يسيروا فلسفتهم في الحياة بالنظر مع وسائل أخرى (الأسرة و الأصدقاء و المؤسسة

الدينية و الجامعة و النادي و الكتاب و الجريدة... الخ) و لكن الأغلبية من المجتمعات

المعاصرة بكل تأكيد هي من صنع الأفلام (16)

و منه القول، بأنه لا يمكن أن نتصور هذا القرن و القرن الذي سبقه، بدون التلفزيون الذي يحتل مكانة محورية في حياة الفرد المعاصر.

و يذهب الكاتب بعيدا في تساؤلاته عن كيفية انعكاس القيم التي تطرحها الأفلام على معايير الحياة اليومية التي تكوّن حياة الفرد المعاصر، و كيف يمكن الوصول إلى معايير نموذجية من خلال العلاقة بين معايير الفيلم و المعايير اليومية؟ و يضيف قائلا " اليوم نموذج القيم نشاهده في الشاشة و لكن في غياب نظرة مسؤولة، و اهتمام لنقدها، فهي قديمة و عامة، و لهذا السبب فان أحسن الأفلام المعاصرة، تمجد الوضع الاجتماعي الرهن للمجتمع الذي نعيش فيه".

يقول "بولدينق" (K, Boulding) بان هناك تدفق للصور، سواء الخاصة أو العمومية على الأفراد و المؤسسات أو في المجتمع بصفة عامة، بنوع من التردد تجاه الأشكال الدنيا للحياة (17).

و ان هذا القصف المستمر للصور، قد يحدث مثلا بالنسبة لمجلات play boy أو play girl التي تقترح بان نمط الحياة المرضي قد يأتي من التوجه الكمي نحو الجنس أو التوجه نحو التكنولوجيات، في حين ان الأشكال العمومية الأخرى، و العروض التلفزيونية مثلا، أو الحصص الشعبية قد تعزز نمط من الحياة الخاص بفضل بث الصور الشعبية .

و في نفس السياق، فان "برق ديفد" (David BERG) يرى بان وسائل الاتصال الجماهيرية، و التلفزيون بصفة خاصة، يساهم في إيجاد أحداثا عليا للمتطلبات من الواقع الذي نجربه مباشرة، و يؤكد على أن وسائل الاتصال الجماهيرية تعمل أكثر من مجرد نقل الأخبار، فإنها تساهم في إيجادها. و تعتبر الدراما عنصرا أساسيا في تقديم نظرة عامة عن حياة الفرد و مشاريعه المستقبلية و أفكاره حول طريقة الحياة الملائمة،

وتصوراته عن الطرق التي يشكل فيها أفراد من مختلف الشرائح تصرفاتهم. وفي الكثير من الأحيان و الحالات فان الفيلم يصور جانبا من المجتمع ، تكون علاقة المشاهد معه (أي مع هذا الجانب من الحياة) غير مألوفة ، و مصادر المعلومات حوله منعدمة أو قليلة ، هو ما قد يدفع المشاهد إلى الارتكاز على هذه الأشكال التي يشاهدها في الفيلم ، (18) بحيث تكون المرجع الوحيد لديه ، و الذي يستخدمه كمصدر للمعنى الذي يضيفه على الوضعيات الحقيقية في عالم الحياة اليومية. لأن الفيلم و التلفزيون عامة على حد تعبير "روجر مانل" (MENELL) شبيه بالأسطورة في المجتمعات القديمة فيتخذ موقعا وسطيا و بذلك يعرف لنا بطريقته الخاصة الفئات و المكونات الأساسية للثقافة اليومية (19).

لقد خلصت دراسة "جيمس تشزبرو" (James CHESEBRO) في الولايات المتحدة الأمريكية حول "الاتصال و القيم و القصص الشعبية " إلى أن " المسلسلات التلفزيونية الشعبية لا تعكس الثقافة الأمريكية ، و لكنها بصفة متقطعة تضخم أنماط حياة خاصة على حساب أخرى ، و بالتالي فان المسلسلات لا تمثل في النهاية سوى بعض الأشكال المختلفة للاتصال التي تعمل بطريقة مختلفة ، و التي تقوم فيها هذه المسلسلات بتأكيد بعض السلوكات و القيم دون غيرها ، و تعمل أيضا على نقل بعض القيم على حساب قيم أخرى " و أظهرت أيضا من خلال المنطلقات النظرية و المنهجية للدراسة بان المسلسلات التلفزيونية الشعبية تعزز بصفة انتقائية بعض أشكال المستحبات والأهداف و السلوكات و المواقف ، التي تكون ربما كأنماط للمشاهدين بحيث ان "الاتصال اليومي والعلاقات الشخصية تظهر في إطار هذه المسلسلات التلفزيونية بعض الأشكال الرئيسية للاتصال (20).

يطرح "هربرت بلومر" (Herbert BLUMER) في الدراسة التي قام بها "الأفلام والتصرفات" (MOVIES AND CONDUCT) إشكالية القيم التي تبثها وسائل الاتصال الجماهيرية و ان كانت خاصة بأفلام خاصة، فيقول انه في الكثير من الأحيان تتعرض الأفلام التلفزيونية و السينمائية إلى بعض المؤسسات و القضايا التي تؤخذ في المجتمع على أنها مسلمات "فتظهر في بعض الأحيان بان مؤسسات بعض الأشكال الحياة الاجتماعية التي يكون سمعتها في كثير من الأحيان فوق كل الظنون تعالج في إطار الفيلم بطريقة تجعل المشاهد يقلل من احترامه لهذه المؤسسة" و يضرب مثلا على ذلك بالأفلام التي تصور الشرطة بصورة ساخرة على أنها غير فاعلة فيقول بان "النتيجة هي أنها توجد نوعا من الغموض أو الصراع في ذهن المشاهدين بين موقفه العادي من هذه المؤسسة، و الذي يوحي به الفيلم، و إذا حدث هذا (أيضا بالنسبة لمواضيع و مسائل أخرى في مجالات أخرى) فانه سيحدث اهتزاز في نظام قيم الأفراد" (21).

أي ان مضمون الدراما التلفزيونية لا يغير القيم ففي أحسن الحالات يدخل الشكوك في بعض القيم، و هو ما يجعل الأفراد يصارعون هذه القيم و في اغلب الأحيان فإن الإنسان يميل إلى ما هو عام و سائد في إطار المجتمع و يذهب "بلومر" إلى ابعد من هذا بحيث يقول ان "الأفلام تركز كثيرا على عنصر الشباب و بصفة خاصة نشاطات الشباب المعاصر..." (22) و أن الكثير من الصور الفيلمية تقدم الطرق التي توحى بها إلى الشباب على أنها الطرق التي ينبغي إتباعها و الإقتداء بها. ومن أهم هذه الإشكالات التي تطرحها، و من الميادين التي ربما تحدث فيها تأثيرا على الشباب، هي العلاقات بين الأطفال و الأولياء.

يشاهد المراهقون ذكورا و إناثا الفيلم الذي يتمتع فيه الشباب بدرجة من الحرية تجاه مراقبة الأولياء، و هو الأمر الذي يجعل إحساسهم بتقييد حرياتهم يرتفع، و ظهر

هذا عند الكثير من المبحوثين فأحدى الطالبات في السادسة عشر من عمرها تقول "بالطبع فان الأفلام تجعلني أثور على مراقبة أوليائي" (23)

تقول الباحثة "مارقاريت فيليب" (Margaret PHILLIP) في كتابها « THE EDUCATION OF EMOTIONS THROUGH SENTIMENTS DEVELOPMENT » إن الفن الدرامي قد يخدم الأهداف المكلمة التي أصبحت اليوم مألوفة بالنسبة إلينا، انه ربما يقدم التجربة ليس على مستوى آخر، و لكن يأخذ مكان الآخر، حتى ان حياتنا أصبحت محتلة. أنها قد تلبي الحاجات الأولية و الشخصية والغرائزية، و لكن تلك التي تكون غير ملبأة في الأحداث اليومية، و في نظر الكثيرين فان فن الفيلم هو موجود فقط من اجل ملاقة هذه الحاجات "

ما يثير الانتباه انه في الكثير من الأحيان يصدر الأفراد أحكاما سلبية على هذه الأفلام و لكن رغم هذا فإنهم لا يستطيعون التخلص منها، في دراسة "ماير" مثلا أتضح بان الجمهور يرى بان هذه الأفلام فقيرة من حيث القيم، و يقول "إن هذه القيم هي نفسها التي نجدها... في مواضيع مماثلة، و ما يمكن أن أقوله هو أن حياتنا الحقيقية غنية، وبالتالي فان القيم في حياتنا الحقيقية جد متعددة " و الفرق بين الواقع و الخيال في التلفزيون هو "أن السلوكيات الاجتماعية دقيقة و لها معاني عميقة و انتقالية و لغزية، ويؤكد هذا الكلام الأدبيات العظيمة لكل اللغات.

و في الجهة المقابلة يظهر الفيلم على انه مستقر، فان السرعة في الفيلم (أي سرعة اللقطات و قدرة تقليص العامل الزمني) لا يمكنها أن تعوض عمق الذهن الإنساني، وبصفة عامة فان الوظيفة التي يقوم بها الفن، هي أن تجعلنا يقظين للانهاية عالم الإنسان و هو الشيء غير المدعم من طرف الفيلم، و لكن الشيء المناقض هو أننا كلما تأملنا في معنى الحياة بالنسبة إلينا، فإننا نجد أنفسنا مقحمون في إطار أنماط معينة

” (24) و لكن ”ماير“ يعلق على هذا، بطبيعة الحال الفيلم ليس هو سبب هذا المسار،
فالفيلم ما هو إلا نتاج لحضارتنا الصناعية، و لكن المشكل المطروح هو الانتباه الحذر إليها
و دراستها، أي الوعي بما تثيره.

و ينتهي ”ادقار موران“ (Edgar MORIN) إلى القول بان الفيلم له هذه القدرة
على إعادة بناء ما نظمه أجيال من رجال الدولة و المفكرين، و رجال القانون، و القادة،
والمعلمين بصفة متوازنة (25) .

تجربة الواقع في الخيال التلفزيوني:

يعتبر التلفزيون كنمط لجغرافيا الذهن، و هو يبني عليها بنية نفسية للتوقع،
و هو نفس الطريق الذي تسلكه الدروس المدرسية ببطيء على مدى سنوات، و الذي يقوم
القائم بالتدريس بإعلام الذات و تعليمها كيف تفكر.

إن التلفزيون يعلم الذات و الذهن و القلب بطرق مختلفة عن تلك الموجودة في
الواقع، و لكن إذا حاولنا أن نكون عمليين أكثر فانه ينبغي التنبيه إلى أن معدل البرامج
الليلية لمعظم الشبكات التلفزيونية... ليست الأخبار و لا الأشرطة الوثائقية، و ليست
النقاشات في التلفزيون، و لكن في الحقيقة هي المنوعات و الكوميديات و عروض المغامرات
التي نجدها في ساعات المشاهدة القصوى... و انه من المهم التركيز على ”عالم ساعات
المشاهدة القصوى لبرامج الشبكات، لأنه الزمن الذي يحدث فيه تأثير التلفزيون (26).

يحدد ”مايكل نوفاك“ بعض الطرق التي يمكن للتلفزيون أن يؤثر من خلالها

على المشاهدين و هي:

• أن المسلسلات التلفزيونية تعرض أنواعا من النتائج الفنية

• إنها تبني طريقة إدراك المشاهد و طريقة القيام بالتواصل، و طريقة متابعة خط القصة

• تعمل على إعطاء الوعي كيفية التفرقة بين مشاهدة التلفزيون، و تجربة التعلم عن

طريق القراءة و التبرير و النصح للكبار، و القراءة في المدرسة أو أشكال أخرى لبناء الإدراك.

و إن العامل المشترك بين هذه الأشكال المختلفة و المتنوعة للمسلسلات

التلفزيونية، هو إعادة بناء مختلف أنواع العوالم، و هذه العوالم تثير تساؤلات (بالنسبة

لبعض الاحتمالات) و تضيء بعض جوانب التجربة التي تسجلها في أنفسنا و حوالينا

عندما نسيح بنظرنا (27).

في دراسة قام بها "شرام" و "دونالد روبرت" حول "مسار و تأثير وسائل الاتصال

الجماهيرية " أشار إلى أن تأثير التلفزيون على الأفراد يتوقف على العلاقة القائمة بين

خصائص التلفزيون و خصائص مستعمليه... و أن العامل المشترك بين هذين المتغيرين

هي قدرة التلفزيون على جعل التجارب الخيالية و الواقعية ممكنة (28). و يضيف إلى

أن تجربة المشاهدة تمر عبر عدة متغيرات ينبغي أخذها بعين الاعتبار إذا أردنا أن نفهم

هذا المسار، و منها " الاستعداد العقلي و المعايير الاجتماعية و العلاقات الاجتماعية...

فطبيعة العلاقة التي ينسجها الطفل مع أوليائه و جماعة الأصدقاء ينعكس على التقدير

الذي من خلاله يختار التلفزيون، سواء الهروب من المشاكل التي تنجر من علاقاته، أو

كبديل للرضا الذي لم ينله من هذه المصادر، و في التقدير بان التلفزيون يصبح مهما

بالنسبة إليه في حياته

اليومية (29)، " و هذا ينسجم تماما مع تذهب إليه نظرية الاستخدامات

واشباع الرغبات من أن الفرد تتقوى علاقته مع الوسيلة كبديل وظيفي عندما يعجز من

تلبية احتياجاته الوظيفية في عالم حياته اليومية.

و على مستوى آخر فانه كلما كان توجه الفرد إلى الدراما التلفزيونية قائما كلما كان عالم الفيلم التلفزيوني حقيقيا بالنسبة إليه* في إطار عملية التفاعل بين التلفزيون والواقع.

لقد قام "شرام" بمقابلة المتغيرات المرتبطة بالتلفزيون و هي إمكانية التجارب الخيالية - وإمكانيات التجارب الواقعية (أي الإمكانيات التي يقدمها التلفزيون بالنسبة للفرد في تجربة خيالية هروبية من الواقع أو العكس) بالإضافة إلى الدرجات المتفاوتة لبرامج العنف و الجنس، و المستويات الثقافية المختلفة الموجودة، ومن جهة أخرى المتغيرات المرتبطة بواقع الفرد، و التي هي الاستعداد الذهني والمعايير الاجتماعية و العلاقات الاجتماعية، بالإضافة إلى الحاجة إلى التجربة التي يتطلبها متغير السن والجنس. فاستنتج انه من وراء هذه التفاعلات المعقدة فان هناك الكثير من الأشياء يتم اختيارها (من طرف المشاهد طبعا)، وأشياء كثيرة أخرى يتم تخزينها، و الكثير من السلوكيات تحدث فان هذه الاختيارات هي تراكمية على مدى سلاسل من التعرض للتلفزيون (30).

و بهذا فان التلفزيون يشوه الواقع بالنسبة للفرد و بصفة خاصة فانه في الكثير من الأحيان يشوه صورة الكبار عند الصغار، أو انه يقحمهم في عالم الكبار دون سابق إنذار بحيث يقول " منذ عهد قريب جدا فان الطفل وجد منفذا إلى جانب من حياة الكبار التي كانت مقفلة أمامه منذ زمن بعيد... ففي التلفزيون يشاهد الطفل صور العنصر الجنسي في الزواج، و مشاكل العلاقات الزوجية... و يتلقى المعلومات حول اللؤم... والجرائم العنيفة، و كذا العقوبات التي تعتبر كلها اكتشافات بالنسبة إليه... و بدون شك فان التلفزيون يقدم صورا عن العالم تحمل حصصا غير طبيعية من إثارة النساء والسلوكيات العنيفة، و الحلول غير الشرعية للإشكالات المشروعة... كما يقدم صورا سلبية عن الآباء و كذا طرق الغنى السريعة، و عدم استقامة الشرطة و القضاة و هو الأمر

الذي لا يساعد على عملية التنشئة الاجتماعية (31).

التجربة التلفزيونية كبديل للعلاقات الاجتماعية:

يمثل التلفزيون اليوم مصدرا أساسيا لتوجيه السلوك، يمكن حتى وضعه في نفس الميزان مع ما يتعلمه الفرد من أوليائه، و المدرسة، و المؤسسة الدينية... و منه فان الدراما التلفزيونية لها آثارا حقيقية على نفسية الفرد. و في الوقت الذي يعتبر السلوك الإنساني ممتدا و متنوعا و متغيرا فانه الآن يميل إلى التقولب، و يجد مخارج هروبية من طرف خاصة شد الانتباه أو قوة الوسائل الخيالية و هي: القصص النماذج، و الرموز، و الصور المتحركة. إن مستودع الوسائل التخيلية المتاحة لأي شخص، توفر نوعا من الفهرسة بحيث أن خزينة النماذج المتحصل عليها تحدث تأثيرا قويا على كلا من الإدراك، و الإجابة على النماذج غير المألوفة.

إضافة إلى ما سبق فان التلفزيون كوسيلة عمومية، لا تفضل و لا تشجع التنوع في طريقة الكلام و مختلف التنوعات الأخرى في الثقافة، بل إنها تفضل و تشجع اللغة المسماة باللغة التلفزيونية (32).

و يعتبر التلفزيون حسب نظرية النموذج الذي كان من روادها " ألبرت باندورا " مصدرا جاهزا و متاحا و جذابا لهذه النماذج فهي تقدم نماذج رمزية لكل أشكال السلوك تقريبا، بحيث تقدم نماذج اجتماعية مع عواقب بعض السلوكيات الخاصة و الإراد المشاهد، يساهم عن طريق مشاهدة الغير في التلفزيون، و عواقب ميولياتهم الاجتماعية". و هناك أبحاثا كثيرة تثبت أن كلا من الأطفال و الكبار يكتسبون مواقف جديدة، و استجابات عاطفية، و طرق جديدة للسلوك من جميع وسائل الإعلام، و خصوصا من الأفلام و التلفزيون (33).

و يؤكد "قربنر" (G.GERBNER) هذا الاستنتاج في الدراسة التي قدمها حول " العنف في التلفزيون الأمريكي" و توصل إلى أن ما يمثله التلفزيون من اشكال يؤثر في سلوك الفرد ، و ذلك عن طريق تشكيل معتقدات الناس ... و إن الواقع الذي تصوره وسائل الإعلام يمكن أن يؤثر في سلوك الإنسان، و إن التلفزيون بصفة أساسية يقوم بتثقيف معتقدات الناس و هنا عن طريق الرموز اللغوية و الوطنية التي تضيفها عليها وسائل الإعلام(34). و في نفس السياق تشير "مارقاريت لاونفيلد" (M.LOWENFELD) في دراستها PLAY IN CHILDHOOD إلى أن السلوكيات التي يتعلمها الطفل و هو طفل، تؤثر على سلوكه و هو كهل فترى بان "علم النفس الحديث يقترح بان بعض العناصر المكونة لطبيعة الطفل و نظرتة، لا تتغير في مسار نشأته و في إطار كهولته، وأكثر من هذا فإنها تصر على عدم التغير في بعض مناطق و جهات الذهن، و تشكل بذلك الخلفية الوحيدة لكل الكهول " و أهمية هذه الملاحظة حسب "ماير" تكمن في إمكانية تخزين الأطفال في أذهانهم للصور التي يتلقونها من التلفزيون.

و مهما رأينا في هذه الملاحظات من إفراط في تقدير قوة وسائل الاتصال الجماهيرية، والذي يفترض غياب المؤسسات الاجتماعية الأخرى، و الجماعات الأولية التي تكون اقرب من الطفل في فترات حياته الأولى، إلا انه و من جهة أخرى فان الاستنتاجات تساعدنا على تفسير الكثير من المظاهر التي يمكن ملاحظتها في عالم الحياة اليومية، من تقليد طرق الملابس، و الأكل، و طريقة الحديث و التصرفات و هو ما يشير إليه "بلومر" من أن الأطفال يجدون في الأفلام غنى عن الوسائل التي يمكن اتقانها في جانب من جوانب اللعب " و قد أوضح بلومر بان الأطفال بمجرد مشاهدتهم لأفلام العنف فإنهم و بصفة انضباطية يعيدون اللقطات مع الجماعة التي شاهدت نفس الفيلم... و بالنسبة للفتيات فإنهن في أوقات كثيرة يقلدن بطلة الفيلم في طريقة ملابسها...

و أكثر من هذا فإنهن يعدن لقطات الحب في حين أن الأطفال يفضلون صور الشرطة(35).

و يبرر "بلومر" هذا التوجه نحو التقليد و الدوافع الحقيقية وراء تقليد اللبس والطبائع أو طرق الحب بالحاجة العالمية للمراهقين في الاندماج المرضي في عالم الكبار والتأقلم مع أنماط السلوك لجماعتهم الاجتماعية، و تعتبر مجالات اللبس، و تسريحة الشعر، والطبائع الشخصية، هي الأكثر تأثيرا.

إلا أن هناك ميدانا آخر، يحدث فيه التلفزيون تأثيرا قويا على الأفراد خاصة الأطفال والمراهقين و هي أحلام اليقظة، و الخيال. على الرغم من أن إمكانية بناء عوالم الخيال هو طبيعي من اجل اكتمال نفسية الأفراد، و بأن المثيرات لبعض الأعمال يمكن إيجادها في الكتب، و الموسيقى... كما نجدها في السينما. و لكن بكل تأكيد فإن الواقع يؤكد بان طبيعة الفيلم (التلفزيوني) و قدرته على تسهيل تقمص المشاهد لشخصية الممثل من طرف الأدوات التقنية، و تحررها من قيود الزمان والمكان، و إمكانية التقديم الحيوي، كل هذه العوامل بإمكانها الهام التخيل أكثر من أنواع الفنون الأخرى(36).

رغم هذا فقد اختلف الباحثون في تقدير وظيفة "أحلام اليقظة" في الحياة اليومية للفرد، بالإضافة إلى الكيفية التي تؤثر بها هذه التخيلات التي تثيرها الأفلام في تصرفنا العام، ونظرتنا للحياة.

اتجه الباحثون اتجاهين أساسيين في معالجتهم لهذا الموضوع (37)، أولهما يعتبر أحلام اليقظة هدفا اجتماعيا مفيدا، عندما تعمل كقيمة مؤمنة (بفتح الهمزة و كسر الميم) للانفعالات و النزوات التي قد تكون ضارة إذا سمحت بتعبير المكبوت، الذي و إذا كان مقهورا بصفة كلية فإنه يميل إلى إيجاد حالات عصبية عند الأفراد، و بالتالي فإن

أحلام اليقظة تعتبر كنوع من البديل الذي يساعد الأفراد على القطيعة مع الرتابة،
وخشونة الحياة اليومية.

أما النظرة الثانية ترى بأن أحلام اليقظة تؤثر في الأفراد الذين لا يستطيعون
مواجهة مشاكل الواقع، و الذين يتحولون إلى الخيال كمخدر، و الذي يحمل أولا على
جعلهم سعداء، و لكن في نفس الوقت تلغم أخلاقهم و تقوض أية محاولة مهما كانت
بعيدة من طرفهم من أجل إعادة تنظيم حياتهم.

تشير الكثير من الدراسات التي أجريت حول علاقة التلفزيون و طريقة حياة الأفراد
إلى أن:

وسائل الاتصال الجماهيرية و في مقدمتها التلفزيون تلعب أدوارا مختلفة في حياة
الفرد، وهذا بالنظر إلى تجربة حياته، وأيضا بالنظر إلى الجيل الذي ينتمي إليه.
و أن الانتماء الاجتماعي أو الطبقة الاجتماعية (الشغل، الوضع الاجتماعي،
والاقتصادي، و التربية) بإمكانه أن يفسر الاختلافات الموجودة في اختيار مضامين وسائل
الاتصال الجماهيرية (38).

يمكن النظر إلى اختيار الأفراد لمضامين التلفزيون على أنه انعكاس لطرق حياتهم،
لأن التلفزيون (و وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى) يساهم في المجتمع إلى جانب
النشاطات الأخرى و منها السياسية، و الاجتماعية، و التعليمية في عملية ملأ الفراغ.

من جهة أخرى يستخدم التلفزيون بصفة موازية للنشاطات الأخرى ليصبح
عنصرا لا يمكن الاستغناء عنه بالنسبة للنشاطات الاجتماعية الأخرى.

و منه فإن اختيار المضامين يتم على أساس طرق الحياة (من دون أن تغفل
اعتبارات المودا FASHION) فالقرارات التي تتخذ على هذا الأساس تعتبر لا

شعورية، و ثانوية في نفس الوقت، كما تقوم أيضا على اعتبارات واعية عقلانية، و في حالات أخرى على نزوات لا عقلانية، و غير مستقرة.

تحتوي طرق الحياة على عناصر عقلانية و غير عقلانية و بالتالي فان اختيار الأفراد للمضامين يتم عن طريق العادة و يتحول هذا الاختيار إلى جزء من طريقة الحياة، وبطريقة عكسية فإن اختيار التلفزيون كجزء من طريقة الحياة يدخل في إطار العادة (39).

خلاصة

لقد حاولت من خلال هذا المقال أن اعرض بعض ملامح التجربة التلفزيونية لفرد مشاهد أو كما يسميه "جورج قربنر" المشاهد الداوم (heavy viewer) في إطار المجتمعات التي عاشت هذه التجربة، و التي تشكلت لديها معرفة نظرية تسمح لنا بالحديث عن هذه العلاقة المعقدة، بالرجوع في كل مرة إلى الدراسات التي شرحت هذه السيرة. لان التجربة في مشهدها الأول خيالية، و لكنها تتحول مع مر الزمن إلى تجربة واقعية ملزمة للفرد اجتماعيا، و ما نراه من تطابق بين سلوكيات الأفراد في حياتهم اليومية، و ما تبثه وسائل الاتصال الجماهيرية و التلفزيون بصفة خاصة يدعم هذا التوجه في شرح هذه العلاقة.

إن تجربة المشاهدة التلفزيونية تجربة معقدة تتداخل فيها ثقافة المشاهد مع ثقافة المنتج، كما تتداخل فيها قوة تأثير الرسالة التلفزيونية مع قدرة الفرد المشاهد على الانتقاء في الاختيار و التفاوض الثقافي أثناء التعرض على حد تعبير "هال" في شرحه لمسار المشاهدة.

و إذا عدنا إلى ما تذهب إليه بعض المدارس الفكرية في تفسير الحقيقة الاجتماعية

(social reality)

و منها مثلا و ليس حصرا مدرسة "بالو آلتو" التي ترى بان الحقائق الاجتماعية هي بناءات ذهنية أكثر منها معطيات مادية، و من جهة أخرى إذا أخذنا بعين الاعتبار المعدلات الزمنية التي يقضيها الفرد العادي أمام التلفزيون، فإننا ملزمون بالتفكير في كل ما تنتجه لنا هذه الوضعيات (بمفهوم التفاعلات الرمزية) من معاني اجتماعية حول أحداث عالم الحياة اليومية.

الهوامش:

1- HENRIOT (Jean Jacques) « L'Enfant L'Image et les Medias – TV, publicité, bande dessinée, éduquer les yeux ouverts – Paris, ed vie et santé, 1982 p47

2- غنم أديب " مقارنة منهجية حول إشكاليات دراسة وسائل الإعلام و تأثيرها في

المجتمع العربي المعاصر" نشر في وسائل الإعلام و أثرها في المجتمع العربي المعاصر "

المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم، تونس، إدارة الثقافة، 1992، ص 07

3 - SILVERSTON (Roger) « The Message of TV-myth and narrative in contemporary culture- Heinemann Education Books, p04

4 - عزي عبد الرحمان " وسائل الاتصال و العالم الدرامي - من الفلكلور إلى العرض الواحد-

مقال غير منشور مقدم لطلبة الماجستير في معهد علوم الإعلام و الاتصال، 1994، ص 01

5 - المرجع نفسه ص 23

6- FALDING (Harold) « A Proposal for the empirical study of value « , American Sociological Review, Vol 29, n° 04 august 1964, p 223

7- BOGARDUS, E, S. " SOCIOLOGY "

8- GREEN (Arnold). ' SOCIOLOGY '

9- عزي عبد الرحمان " الفكر الاجتماعي المعاصر و الظاهرة الإعلامية الاتصالية

-بعض الأبعاد الحضارية- " الجزائر. دار الأمة. 1995. ص 39

10- المرجع نفسه ص 39

* العودة إلى " ماكومبز " و " شو " حول دور وسائل الاتصال الجماهيرية في

تحديد أجندة المشاهدة

11- المرجع نفسه. ص 36

12- CHESEBRO (James). « Communication, Values, and Popular TV

- Series » communication quarterly, vol 51, n° 04, fall 2003, pp367-418
- 13 – SHRANK (Jeffrey). “SNAP, ERACKLE, and Popular Taste –the illusion of free choice in America –” in CHESEBRO James, op cit. . .p 14 – ibid p 09
- 15 – HEFNER (Richard) “In the Subtle Persuader” in CHESEBRO James. . .op cit p 09
- 16 – MEYER (Jacob, peter) “The Sociology of the film”. Studio documents, London, Faber & Faber linked, 1971, p 17
- 17 – BOULDING (Kenneth) “The Image, Knowledge in life and society” in Horace NEWCOMB. . . op cit p12
- 18 – MAYER, j, p . . .op cit p 163
- 19 – SILVERSTONE (Roger) “The Message of TV – myth and narrative in contemporary culture-”. Heinemann educational books. p13
- 20 – CHESEBRO James. . . op cit p
- *هذه الأشكال هي: الإيمائية ، التهكمية، الأسطورية ، الرومانسية ، التمركز حول القائد mimetic, ironic, mythical, romantic, leader centered
- 21- BLUMER (Herbert) « MOVIES and CONDUCT » . . .op cit p164
- 22- ibid p 165
- 23- MAYER.j.p . . . op cit p165
- 24- ibid. p272
- 25- FERRO (Marc) “ Analyse de film Analyse de Société ”. Paris.classique Hachette.1975.p09-10
- 26- NOVACK (Michael). « TV shapes the soul » op cit p336
- 27- ibid p 337
- 28- SCHRAMM (Wilbur) & DONALD (Robert) “The Process and

Effects of Mass Communication". Urbana. University of Illinois Press.1971.p143

***و هذا انطلاقا من قول "واقنر" أن كل عالم حقيقي في طريقته ما دام التوجه**

إليه (أي توجه الفرد) قائما

29- SCHRAMM wilbur... op cit p 144

30- ibid p146

31- ibid p156

32- NOVACK Michael ... op cit p 341

33- FAULS (Don) & ALEXANDER (Dennis) "Communication and Social Behavior: a symbolic interaction behavior". Philippines. Addison Publishing Company.1974.p133

34- GERBNER (George) "Scenario of Violence" ...

35- BLUMER (Herbert) ... op cit p 147

36- ibid p 153

37- ibid p 154

38- ERAMETSA (Harri) "Media Distinction –an empirical study of uses of the mass media, social classes and ways of life-". Helsinki. 1990. p87

39- ibid p 97