مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية و الاتصالية
Eissn :2600-6863 Issn : 2353-050
المجلد 4/ العدد 03 (2016)، ص: 140-168

الفضائيات الغربية و الثقافة العربية- من الاغتراب إلى الهروبية الافتراضية.

الدكتور: عمر بوسعدة[1]
[1]جامعة الجزائر 3 . الجزائر

لقد شهد العالم مع نهاية القرن العشرين تغيرا نوعيا في مشهده الإعلامي والذي يأتي امتدادا منطقيا لمفهوم العصر ألمعلوماتي الذي ما فتئ يتأسس في حاضر الحياة البشرية بصفة بارزة بحيث أن التطورات الكبيرة التي عرفتها التكنولوجيات الحديثة لوسائل الاتصال في مختلف المجالات الحيوية للإنسان و خاصة في ميدان الإعلام و الاتصال قد جعلت من الفضاء الخارجي للكرة الأرضية مساحة واسعة للمنافسة و الاستغلال و خاصة من قبل المؤسسات الإعلامية و الشركات الاتصالية الكبرى العالمية مستعملة الأقمار الصناعية في إحداث ثورة عارمة في مختلف مناحي الحياة الاتصالية و جعلها وسيلة تقرب بها المسافات البعيدة و تتجاوز بها الحدود الجغرافية بيسر و سهولة محولة بذلك العام إلى قرية صغيرة على حد تعبير المفكر الكندي "مارشال ماكلوهان".

هذه القرية العالمية "المكلوهانية " ما فتئت بفعل التطورات التقنية المستمرة والمتسارعة تتحطم شيئا فشيئا إلى شظايا صغيرة، فالعالم قد أصبح الآن أشبه ما يكون بناية ضخمة تضم عشرات الشقق السكنية يقيم فيها أناس كثيرون و لكن كل منهم يعيش في عزلة عن جيرانه الذين يسكنون معه في نفس البناية، فقد تحول الاتصال من غرض التجميع الذي أشار إليه ماكلوهان إلى غرض التفتيت.

وباعتبار أن الاتصال كما يشير إليه المفكر الاجتماعي "تشارلزكولي" هو الميكانيزم الذي من خلاله تنشأ العلاقات الإنسانية وتنمو، تتطور الرموز العقلية

بواسطة وسائل تقوم بنشرها عبر المكان وباستمرارها عبر الزمان1 وأنه أيضا العملية التي تهدف إلى نقل المعلومات والرغبات والمشاعر والتجارب شفويا أو باستعمال الرموز والكلمات والصور2 أصبح من الضروري دراسة كل الظواهر الاتصالية من خلال سياقها الإعلامي خاصة وأن وسائل الإعلام أصبحت تلعب دورا هاما في وعي المتلقي الذي رسم بينه وبينها علاقات تفاعلية حددت ملامح سلوكه واتجاهه.

وفي ظل هذا المشهد الإعلامي الاتصالي أمكن تقرير حقيقة غاية في الأهمية و هي أن آثاره و تداعياته في العالم العربي قد أثارت من المناقشات و الجدل العلمي الشيء الكبير خاصة بما يتعلق بجوهر عملية الاتصال و كذا تبادل المعاني في المجتمعات التي يتدفق إليها و بصفة مستمرة سيل من المعلومات و القيم و الأفكار عبر الوسائل الإعلامية والاتصالية المرتبطة بتكنولوجيا الاتصال المتطورة التي تمثل النسق الشامل الذي تحدد وفقه سياق المنظومة المعرفية الإنسانية.

ثم إن تعدد هذه القنوات التلفزيونية الفضائية الغربية و تنامي فضول الجماهير العربية بها من حيث الاستقبال والمشاهدة و اهتمامهم بالمعلومات التي تبثها سواء من حيث الشكل أو المضمون أدى إلى ظهور رواج و اهتمام كبيرين لدى مختلف الأوساط الاجتماعية لاقتناء أجهزة الهوائيات المقعرة مما زاد الاهتمام بها خاصة من ناحية صناعتها و بيعها و كذا كيفيات تركيبها و صيانتها.

لقد أصبحت هذه القنوات الفضائية في ظل هذا المشهد الإعلامي تشكل ظاهرة إعلامية اتصالية جديدة في العالم العربي تثير كثيرا من الاهتمام و الفضول المعرفي لدى الباحثين و المتخصصين في حقل الإعلام و الاتصال نظرا للمكانة الهامة التي يحظى بها هذا البث الفضائي لدى أغلبية الجماهير كما تبينه العديد من الدراسات، حيث انجذبت إليه أفراده من مختلف التوجهات و الاهتمامات و

الرغبات وتحولت خلال فترة زمنية قصيرة إلى وسيلة اتصالية جماهيرية واسعة الانتشار باعتبارها تمكنت من استقطاب أنظار و اهتمام أغلبية المشاهدين.

وبالرغم من الخصائص النفسية و الاجتماعية التي تتميز بها المجتمعات العربية بصفة عامة فقد أخذت هذه القنوات الفضائية الغربية مكانة معتبرة في أوساطها إذ يلاحظ انه أصبح يخصص لها وقتا طويلا لمتابعتها واعتبار الكثير من أفرادها و خاصة الشباب منهم في العديد من الدول العربية هذه القنوات هي الوسيلة التي تربطهم بالعالم الخارجي و تمكنهم من الهروب أو الهجرة إليه افتراضيا عبر المشاهدة المتكررة لهذا البث الفضائي و بالتالي إمكانية الولوج و لو بخيالهم إلى عالم آخر ينسون فيه مشاكلهم و يحققون فيه أحلامهم أو كذالك اعتبارها من قبل البعض الآخرون من أفراد الجمهور العربي أداة تمكنهم من إشباع حاجاتهم ورغباتهم الإعلامية المختلفة و لكن جعلتهم بذالك عرضة للتأثير بمختلف محتوياتها و مضامينها الإعلامية وانعكس بدرجة سلبية أكثر كما تشير إليه العديد من الدراسات و بصفة تدريجية على الموروث الثقافي و الحضاري و على منظومة القيم التي تؤسس للعديد من سلوكياتهم داخل المجتمع.

و في ظل هذا الواقع ظهرت هنا و هناك آراء متباينة بعضها تعتبر هذا البث الفضائي الغربي في العالم العربي انفتاحا على العولمة و بعضها تراه هروبية و تجسيدا لهجرة اغترابية تبعد الفرد العربي عن واقعه الحقيقي وتجعله يعيش في الخيال التلفزيوني مسلوب التفكير و الإرادة كما يعتبرها البعض الآخر خطرا داهما يهدد من خلال تأثيراته التوازن الاجتماعي داخل المجتمعات العربية و تلحق الضرر الجسيم على مقوماتها و أسسها السياسية و الثقافية و الاجتماعية و الدينية وغيرها.

القنوات الفضائية و فعل التأثير:

القنوات الفضائية او ما يسمى أيضا بالبث التلفزيوني المباشر من خلال استخدام الأقمار الصناعية يعتبر هو ذلك الإرسال الذي يمتد إلى مساحات شاسعة عند ربطه بشبكة من المحطات الأرضية و استطاع بذالك أن يجعل من العالم الواسع و المترامي الأطراف قرية صغيرة، فهو إذن إرسال يرد بصفة متزامنة آنية من محطة الإرسال مباشرة إلى الجهاز التلفزيوني الفردي دون أي وسيط متجاوزا حدود الزمان والمكان2. ولقد اهتمت العديد من البلدان في العالم بهذه التقنية في الإرسال لتطوير شبكاتها من البث الأرضي وذلك بالاستعانة بالمنظمات الفضائية وباستخدام شبكات الأقمار الصناعية، بحيث تم التوصل إلى إقامة تبادل للبرامج التلفزيونية عبر تمديد الشبكات الوطنية المحلية وربطها بالشبكات الأخرى الإقليمية3.

و حسب الباحثين في مجال الإعلام و الاتصال فإنه نظرا للخصائص التكنولوجية و الفنية سواء في الشكل أو المضمون و التي يتميز بها البث التلفزيوني الفضائي فقد تبين أن له انعكاسات تأثيرية متعددة و مختلفة على الجمهور الذي يشاهده .

فالتأثير إذن هو نتيجة لهذه العملية الإعلامية الاتصالية، وهو يقع على المتلقي وقد يكون التأثير إما نفسي أو اجتماعي أو هما معا ويتحقق من خلال الوسيلة الإعلامية الاتصالية في حد ذاتها أو مضمونها مثل تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه عبر الإقناع مع تحسين و ترسيخ الصورة الذهنية. فهو يعتبر بذالك مجرد متغير يعمل من خلال متغيرات خارجة عن عملية الاتصال في التأثير على المتلقين. فتأثيرها يكون قوياً فيما يتعلق بتكوين قاعدة من المعلومات والمعارف وفيما يتعلق بترتيب الاهتمامات و يكون اقل قوة نسبيا فيما يتعلق

بتغيير الاتجاهات والسلوكيات ويكون أكثر فاعلية في تدعيم الاتجاهات القائمة وفي تكوين الآراء و مختلف الاتجاهات حول الموضوعات الجديدة.

كما يتوقف تأثيره كذالك على طبيعة النظام السياسي والاجتماعي و الثقافي في المجتمع من جهة وعلى مدى تواجدها الفعلي وقدرتها على السيطرة على تدفق المعلومات ودرجة اعتماد الجمهور عليها وقابليتها للتصديق والتأثير التراكمي للرسائل الاتصالية من جهة أخرى.

كيف يحدث التأثير:

يعتبر التأثير إحدى العناصر الأساسية في العملية الاتصالية التي استنبطها "هارولد لاسويل": من؟ (المصدر أو المرسل) قال: ماذا؟ (المضمون) لمن؟ "الجمهور أو المستقبل" وبأي تأثير؟ (رجع الصدى) و حسب المتخصصين في علم النفس الاجتماعي و سيميولوجيا الإعلام و الاتصال فلكي يحدث هذا التأثير المدروس و الموجه يجب أن تتوفر في هذه العملية الاتصالية شروطا معينة سواء تتعلق بتكنولوجية الوسيلة الإعلامية في حد ذاتها بمعنى نوعية و حداثة التقنية بما فيها بنية و حجم وشكل الوسيلة الإعلامية أي التلفزيون أو تتعلق بالصوت نقاؤه و مخارج الحروف و اللغة المرافقة له و الألوان و الصورة نوعيتها و مختلف القيم التي ضمنت فيها بمعنى المحتوى و كذالك ترتبط بمحيط أو البيئة التي تحدث فيه العملية الإعلامية الاتصالية و بالمتلقي أي بمعنى الجمهور الذي يستقبل الرسالة الإعلامية الاتصالية وهو بطبيعة الحال المستهدف من عملية الاتصال ذاتها، ولا شك أن فهم هذا الجمهور وإبراز خصائصه وظروفه يلعبان دورا مهما في إدراك معنى الرسالة الموجهة إليه بحيث يتخذ سلوكات مختلفة متباينة تجاه الوسيلة الإعلامية الاتصالية كتقنية تكنولوجية و اتجاه مختلف رسائلها و المتعلقة خاصة بظروف المشاهدة لدى المتلقي كل على حدة من حيث دوافعها و عاداتها و أنماطها و كذا حجم مدتها و خاصة كثافة تكرارها للوصول إلى تلبية اشباعات

مختلفة و متعددة لديه في سياق من التدفق اللامتناهي للصور المصنعة تقنيا و تكنولوجيا و سيميولوجيا تكون محملة بكم هائل من القيم يصعب و ينعدم في كثير من الأحيان إدراكها جملة أو تفصيلا و بالتالي يجد المتلقي نفسه مخدرا بخطاب إعلامي غريب عن واقعه الاجتماعي و الثقافي و بعيد عن الموروث الحضاري و بالتالي تسهل عملية إقناعه و التأثير عليه ثم تكيفه و استجابته لهذا الخطاب بتبنيه للقيم أو تقمصه لسلوكات التي تتضمنها رسائله.

و على هذا الأساس فالتأثير بالوسيلة الإعلامية كالتلفزيون الفضائي يتم سواء من خلال إطارها الشكلي أي تقنية الوسيلة و الكيفيات التي تقدم بها البرامج مثل نوعية الصورة و الصوت و دلالة التركيب "المونتاج" و غيرها مثل ما يشير إليه "ماكلوهان" في نظريته حول "الحتمية التكنولوجية" من خلال مقولته" الوسيلة هي الرسالة " أو كذالك في إطارها التضميني أي الرسائل المقدمة في محتويات البرامج الإعلامية و هذا في سياق كم التفسيرات المتباينة لأفراد هذا الجمهور لهذه الرسائل من خلال دلائلها السيميولوجية بالنسبة له سواء التعيينية أو"التضمينية أو" الألسنية و المتمثلة لمستويات قراءة الصورة حسب " رولان بارث Roland Barth ".

تصنيع الصورة لتوجيه و ترسيخ التأثير:

فالصورة أو اللقطة التلفزيزنية " Plan باستعمال التكنولوجيات الحديثة لوسائل الاتصال قد ابتعدت عن العفوية و العشوائية و أصبحت تصنع و تقولب وفق أساليب علمية تقنية موجهة وفق رغبات المرسل أو القائم بالاتصال تستهدف إحداث التأثير لتغيير السلوك و توجيه الرأي العام أو تضليله أو ترسيخ قيما معينة لدى المتلقي.

و تتم هذه الصناعة للصورة أو قولبتها وفق اتجاهات أو إيديولوجيات تخدم أهدافا معينة سواء سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، إيديولوجية أو دينية و غيرها من خلال الأساليب و التقنيات الممنهجة التالية :

1 . تقنية الاختزال:

تتم تقنية الاختزال عن طريق اقتطاع الصورة، أو اختزال أحد عناصر التصميم الأساسية للصورة كاللون أو الإضاءة.

2. اقتطاع جزء من الصورة :

وتفيد عملية اقتطاع جزء من الصورة في تركيز الرؤية وحصرها في العناصر الأساسية المهمة التي تخدم الموضوع المستهدف في الصورة واقتطاع ما دون ذلك من مثيرات قد تسبب نوعاً من تشتيت الانتباه للمتلقي أو قد تصرفه عن المعنى الأساسي المقصود من الصورة .

3. التغيير في حجم الصورة :

وتفيد عملية التلاعب في حجم الصورة . بالمبالغة في التكبير أو التصغير لأحد العناصر المكونة لموضوع الصورة بهدف في الاستحواذ على انتباه المتلقي، حتى يقوم بمقارنة معلوماته المختزنة حول الحجم النسبي للعناصر الموجودة في الصورة مع تلك المعلومات والتصورات المغايرة التي توحي بها الرسالة الإعلامية.

4 . زوايا التصوير :

توحي زوايا التصوير أبعاداً جديدة لرؤية العناصر المكونة للصورة، وتضيف إليها بُعداً درامياً، وتستوقف المتلقي ليقوم بإعادة اكتشاف تلك الأبعاد والعلاقات النسبية التي تجمع هذه العناصر في ذلك المنظور الجديد و بالتالي توجه المتلقي من خلال إقناعه و التأثير عليه و تحقيق استجابته وفق الوجهة و الهدف المنشود للرسالة الإعلامية .

5. التلاعب أو التحريف في عناصر الصورة :

التشويه أو التحريف الذي يطال الصورة يكون إما بالمبالغة في أباعد الصورة مثلاً، بزيادة الطول أو العرض أو العكس، أو إحداث تغيير معين بعيد عن الواقع الحقيقي وغيرهما من التلاعبات البصرية، التي تضيف أبعادا اتصالية مثيرة يستهدف بها تحسين أو تحريف واقع موجود أو إضافة أبعاد أخرى غير موجودة فيه بغية التأثير على المتلقي للحصول على استجابته و توجيهه الوجهة المرغوبة.

6. تقنيات التركيب Montage:

ينشأ عن جمع أو تركيب مجموعة من المفردات والعناصر المكونة للصورة مركبات بصرية تشكل صورا مغايرة للصورة الأصلية، ويرفع من درجة التركيب استخدام مفردات مختلفة مثل الجمع بين صور فوتوغرافية، أو صور ملونة مع أخرى أبيض وأسود ... الخ، فمثل تلك التصميمات والتكوينات سواء كانت متشابهة، أو متضادة، أو غير مرتبطة بعضها ببعض من شأنها أن تستحوذ على انتباه و إدراك المتلقي لاستكشافها، فإذا نجحت في تمرير المعاني للرموز الدلالية التي تشكل مضمونها فإن وقعها البصري العالي يضمن اختزانها في الذاكرة و تحقيق التاثير المطلوب.

7. تقنية الدمج Mixage:

من الأساليب المتطورة لإيجاد معاني جديدة؛ دمج صوت واحد أو أصوات مختلفة و متعددة و موسيقى و مؤثرات صوتية في كُلّ مُوَحَدْ يرافق الصور، له دلالات معينة متفردة ومتميزة، تؤثر في ادراكات المتلقي لتوجيهه وفق الهدف المنشود للرسالة الإعلامية .

8. التجاور أو التقابل :

يؤدي العرض المتجاور لعدد من العناصر المتباينة أو المختلفة في الصورة، دوراً اتصالياً مهما فضلاً عن مظهره الحيوي المثير؛ إذ أن عرض التناقضات يبرز أهم سماتها المميزة و يعبرعن المدى الذي يفصل بينها بإمكانياتها المختلفة.

9. اختيار أنواع اللقطات Plans :

استعمال أنواع محددة من اللقطات و الصور له دور في ترسيخ تأثير معين لدى المتلقي و توجيه استجابته باعتبار أن كل نوع لها دلالته السيميولوجية الخاصة به فمثلا اللقطة المقربة تعكس دلالة معينة إذا وظفت في سياق معين و تأثيرها على المتلقي يختلف خاصة من حيث درجة القوة مقارنة باللقطة العامة الموظفة في نفس السياق .

10.المؤثرات الخاصة Effets Spéciaux:

استخدام نوع معين من المؤثرات الخاصة المصاحبة للقطة أو الصورة التلفزيونية له كذالك دور بارز في الإقناع و إحداث التأثير و توجيهه و خاصة ترسيخه لدى المستقبل.

11 –الموسيقىMusique :

تعتبر الموسيقى المرافقة للقطة أو الصورة التلفزيونية عنصر هام و ضروري في كثير من الأحيان لإعطاء أكثر حياة و بعد دلالي رمزي لنوع الصورة أو اللقطة و لمضمونها و بالتالي تساهم في عملية الإقناع و التأثير و حدوث الاستجابة المطلوبة من قبل المتلقي و التي تعتبر جوهر و هدف الرسالة الإعلامية التي تتضمنها الصورة .

هناك كم كبير من المعالجات التي يمكن أن تتم على الصورة، إلا أن المتخصصين في هذا المجال يؤكدون على جانبين أساسيين في هذه العملية و هما:

الجانب الأول :

كل الصور يمكن أن تتم معالجتها بشكل تماثلي Analogique و خاصة رقمي Numérique، بالرغم من تباين أشكالها و اختلاف ألوانها، و كل ما يؤثر على المتلقي يحدده الشكل و المضمون الذي تشتمل عليه الصورة، فما يتم على صورة اشهارية مثلاً من تعديلات خاصة قد لا يتم بالضرورة على صورة إخبارية و بالتالي فان للدلالات السيميولوجية التي توحي بها الرموز الموجودة في الصورة دور كبير في توجيه هذه المعالجة .

الأمر الثاني :

أن فكرة المعالجة الرقمية للصورة تطرح عدداً من المحددات تتعلق بحدود الممارسة المهنية في التعامل مع الصورة، سواء بالإضافة أو الحذف أو التعديل بما يؤثر على الشكل والمضمون، وهو ما ينعكس بالتبعية على مصداقية الصورة، والتي يفترض فيها أنها جزء مطابق للواقع، تم تسجيله فور التقاطها.

مقتربات نظرية حول التأثير:

مع التطور الكبير الذي عرفته التكنولوجيات الحديثة لوسائل الإعلام و الاتصال أصبح لتأثيراتها المتباينة اهتماما و نقاشا واسعين لدى المفكرين و في مراكز البحث و الدراسات في العالم لمعرفة ما إذا كانت وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيرية تؤثر أو لا تؤثر و ماهي درجة التأثير الذي تحدثه وكذا خصائصه و محددات ظروفه التاريخية و الاجتماعية و النفسية.

ولقد اهتم العديد من المنظرين في مجال الإعلام والاتصال بدراسة العلاقة التفاعلية العكسية الموجودة والقائمة بين وسائل الإعلام بمختلف أنواعها والجمهور لفهم ماهية هذه العلاقة والآليات التي توجهها وتتحكم فيها.

و يمكن في هذا الإطار أن نحدد بعض النظريات التي نراها مهمة تمثل مداخل أساسية في دراسات التأثير خاصة في ظل التحولات المتواصلة و السريعة لتكنولوجيا الاتصال وهي :

نظرية القذيفة السحرية:

هذه النظرية ترى أن وسائل الاتصال الجماهيرية تؤثر بشكل قوي على الجمهور و أن الرسالة الإعلامية تسري في الإنسان كما يسري مفعول الحقنة في الدم بحيث أن المستقبل يتلقاها مع استجابات فورية و مباشرة لها انعكاسات متباينة لمؤثراتها.

نظرية التأثير الانتقائي:

مفاد هذه النظرية أن وسائل الاتصال الجماهيرية تؤثر بصفة محدودة من خلال الإدراك الانتقائي سواء على المستوى الإدراك أو التعرض أو التذكر بحيث أن المتلقي ينتقي من وسائل الاتصال الجماهيرية وفق هذه المستويات كل ما يتناسب مع ما يرغب فيه بالإضافة إلى تدخل عوامل وسيطة بين وسائل الإعلام و الجمهور مثل صيرورة الجماعة و قادة الرأي .

نظرية التأثير بعيد المدى:

اتجهت هذه النظرية إلى تفسير تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية على المدى البعيد و قد تم في إطارها بلورة عدة نماذج و هي

ا - نموذج تحديد المحاور أو ترتيب الجداول the agenda setting:

يعبر هذا النموذج عن مقدرة وسائل الاتصال الجماهيرية على التأثير في وعي الجمهور بقضايا مختلفة معينة من خلال تحديد المواضيع المهمة بواسطة جدول أو أجندة للأحداث فهي توحي للجمهور بأنها المواضيع الأكثر أهمية لتأخذ الأولوية في سلم اهتماماته عن المواضيع الأخرى التي لا توليها و سائل الإعلام أهمية بالغة.

ب - نموذج نظرية التثقيف :

تعتقد هذه النظرية أن التلفزيون بإمكانه التأثير على الجمهور على المدى الطويل عن طريق التثقيف و يعتبر" جربنر Guerbner " احد رواد هذه النظرية التي تعتبر

أن وسائل الاتصال الجماهيرية تثقف الآراء و الادراكات و المعتقدات كما يفعل الفلاح في أرضه عندما يزرعها .

ج - نموذج نظرية الاستخدامات والإشباعات: Uses and Gratification

تعتبر استخدامات وسائل الإعلام والتعرض إليها من قبل مختلف الفئات المتعددة من الجمهور من الأمور التي استحوذت على اهتمام العديد من الباحثين لتفسير وتحليل هذه العلاقة من خلال نظرية الاستخدامات والإشباعات التي ترتكز أساسا على تحديد الأسباب المحركة لاستخدام الوسيلة الإعلامية ويتم هذا في إطار الدوافع النفسية التي تحفز الفرد على تلبية حاجات معينة لديه في وقت معين من خلال استخدامه للوسيلة الإعلامية، وبالتالي أصبحت رغبة الفرد في هذا السياق من خلال إشباعه لحاجات معينة لديه أثناء استخدامه لوسائل الإعلام هو الإطار العام الذي يؤسس للعلاقة القائمة بين هذا الاستخدام للوسيلة الإعلامية ومحتواها ومدى ما يحققه هذا الاستخدام من إشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها.

ومن هنا تمت صياغة بحوث عديدة في إطار مدخل نظري عام أطلق عليه نظرية الاستخدامات والاشباعات. و من خلال هذه النظرية أراد الباحثون أن يتعرفوا على ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام، وقد انتشر هذا التوجه في السبعينات من القرن العشرين بتكثيف مجهوداتهم لدراسة رضا الجمهور محاولين التعرض إلى علاقات الارتباط الموجودة بين رغبات ودوافع الجمهور ومحتويات وسائل الإعلام الهادفة إلى إحداث التأثيرات المتوخاة و المتوقعة 4 معتبرين في ذلك أن الجمهور في إطار البحث عن إشباع رغباته من خلال المحتوى والوسيلة معا يعبر عن مشاركة ايجابية تتم وفق معاني خاصة بالرسائل التي يستقبلها في سياق مقاربة نفسية اجتماعية تتجاوب مع الديناميكية الثقافية للمحيط الاجتماعي الذي ينتمي إليه هذا الجمهور.

و يرى العديد من الباحثين في نظرية الاستخدامات والإشباعات وعلاقتها بوسائل الإعلام أن أفراد الجمهور لا يتعاملون مع هذه الوسائل الإعلامية باعتبارهم أفراد معزولين عن واقعهم الاجتماعي5. بمعنى أن العديد من الاحتياجات المرتبطة بوسائل الإعلام تنشأ لدى أفراد الجمهور من خلال وجودهم وتفاعلهم مع محيطهم الاجتماعي مما يبين دور العوامل الاجتماعية مثل السن والجنس والمستوى التعليمي والمهنة في تحريك دوافع التعرض والاستخدام للوسائل الإعلامية وكذلك في توجيه الحاجات وتحقيق إشباعاتها.

أما العوامل النفسية فكان لها دور مهم في تحديد استخدامات وسائل الإعلام من خلال الدراسات التي تناولت المتغيرات النفسية للجمهور وعلاقتها بدوافع استخدامه لوسائل الإعلام وحاجاته المشبعة من هذه العملية خاصة مع تنامي الاهتمام بمفهوم الإدراك الانتقائي الذي يفسر اختيار الأفراد للوسيلة الإعلامية ومحتوياتها من خلال انتقائية ذات جذور متعلقة بالمكونات النفسية المختلفة للأفراد.

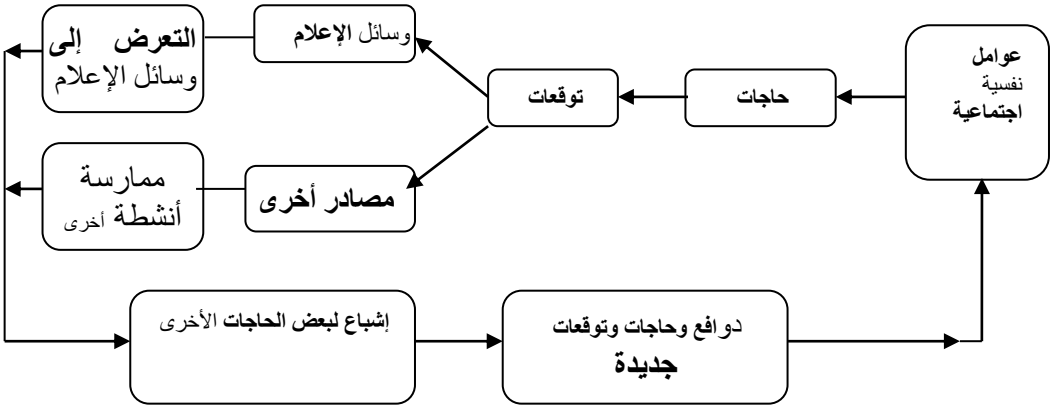
فالعوامل الاجتماعية والنفسية لأفراد الجمهور أثبتت من خلال العديد من الدراسات التي اهتمت بهذا الجانب أن لها دور أساسي في تباين استخدام الوسيلة الإعلامية ومستويات التفضيل والاختيار للمضامين الإعلامية لتحقيق الإشباع للحاجات والرغبات لديه.

فالجمهور كيان نشيط كما وصفه " كاتز" يستقبل الرسائل الإعلامية بكيفيات وأساليب مختلفة وفق سياق اجتماعي ونفسي لأفراده المكونين له، فاستجابتهم تتباين طبقا للفئات التي ينتمون إليها وأن خصائصهم الاجتماعية مثل السن، والمهنة توجه إنتقائيتهم للرسائل الإعلامية وأنها ترتبط باعتبارات ذات بعد قيمي اجتماعي يؤثران في كيفية استقبال المعلومات6.

- **نموذج كاتز Katz لنظرية الاستخدامات والإشباعات :**

اهتم" كاتز " بصياغة العلاقة بين دوافع وحاجات الفرد واتجاهاته السلوكية لإشباعها من خلال وسائل الإعلام ومحتوياتها وذلك في كتابه "استخدامات الأفراد لوسائل الإعلام " والذي فيه صاغ نموذجا للعلاقة بين استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وما يمكنها أن تشبعه من حاجات لدى أفراده بالاعتماد على التحليل الوظيفي لوسائل الإعلام في تفسير هذه العلاقة.

فهو يرى من خلال نموذجه أن لدى كل فرد عددا من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة لديه ومن خلال خبرته يبدأ في رسم توقعات عن تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات مثل الحاجة إلى التسلية والهروب برسم توقعات عن إمكانية تحقيق ذلك من خلال مشاهدة التلفزيون أو الذهاب إلى نزهة فيترتب على ذك اتخاذ قرار بالاختيار بين وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى وهكذا يفسر "كاتز" العلاقة بين الحاجة وقرار الفرد في استخدام الوسيلة الإعلامية أملا في إشباعها مثل ما يوضح الشكل التالي:

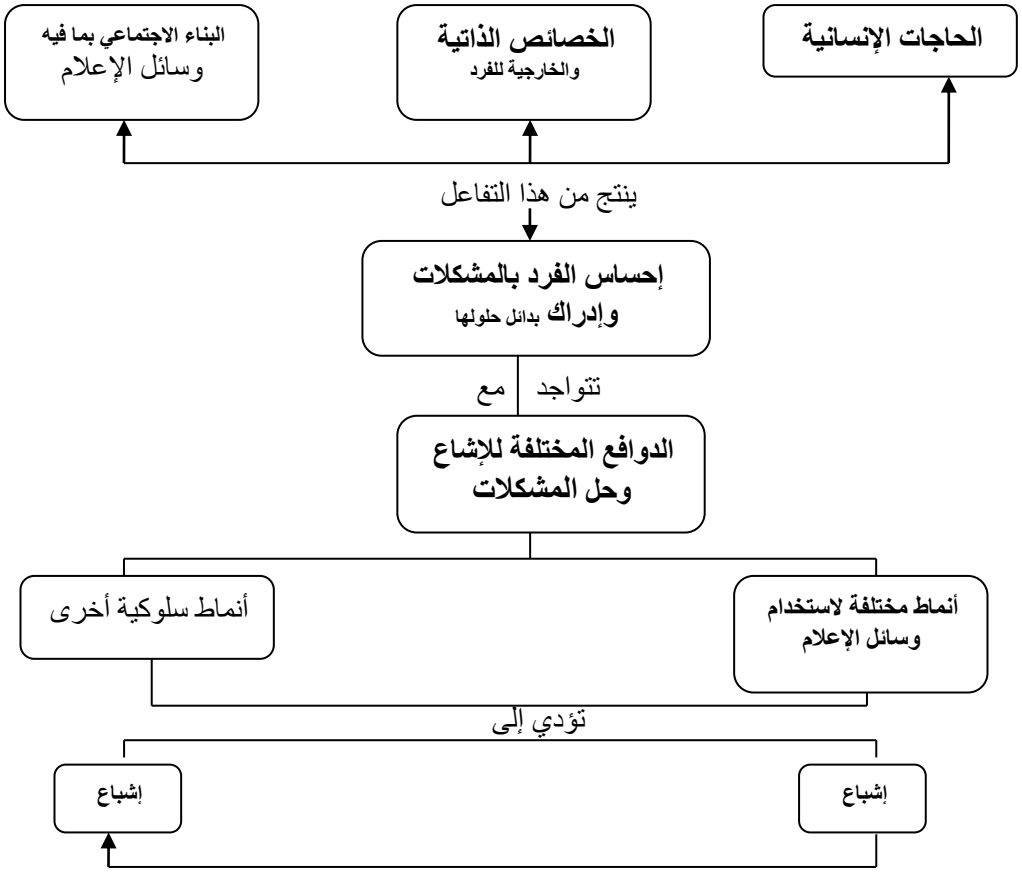


نموذج كاتز لنظرية الاستخدامات والإشباعات7

ف"كاتز" من خلال نموذجه لتفسير نظرية الاستخدامات والإشباعات يبين أن الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية نشط وأن استخدامه لوسائل الإعلام يتم بغرض تحقيق أهداف معينة وأن أفراد هذا الجمهور لهم المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع حاجاته واختيار وسائل إعلامية ومحتويات معينة يرى أنها تحقق هذه الغاية، كما أن المواقف الاجتماعية التي يجد هؤلاء الأفراد أنفسهم فيها لها دور أساسي في إقامة العلاقة بين هذه الوسائل الإعلامية وإشباع حاجاتهم.

- **نموذج روزينجرين Rosengreen لنظرية الاستخدامات والإشباعات:**

لقد حدد "روزنجرين" مجموعة من العناصر التي تشكل نظرية الاستخدامات والإشباعات لديه والتي مفادها ان تولد حاجات بيولوجية ونفسية واجتماعية لدى الإنسان وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط بهذا الفرد وينتج عن ذلك مشكلات فردية تختلف في حدتها تبحث عن وحلول محتملة وبالتالي تتولد دوافع لديه لحل هذه من خلال التعرض لوسائل الإعلام وممارسة أنشطة أخرى، ويؤدي في النهاية إلى إشباعات أو عدم إشباعات مع العلم أن تختلف الحاجات والمشكلات والدوافع باختلاف الأفراد والجماعات وبالتالي فإنه يتوقع اختلاف في نماذج السلوك اتجاه الوسيلة الإعلامية واختيار محتوياتها مثل ما يوضح الشكل التالي.



نموذج روزينجرين Rosengren لنظرية الاستخدامات والإشباعات[8]

من خلال هذا النموذج حاول "روزنجرين" أن يبرز أن الحاجات الفردية تتفاعل مع الخصائص الفردية العامة والنفسية وكذلك مع البنية الاجتماعية المحيطة به بما فيه بنية وسائل الإعلام ويترتب عن ذلك ظهور مشكلات للفرد سواء كان شعوره بها قويا أو ضعيفا و بالتالي يسعى للبحث عن حل لها من بين البدائل المختلفة في محاولة لإيجاد السلوك الذي يؤدي إلى الإشباع أو حل المشكلات وكنتيجة لهذا السلوك تظهر أنماط مختلفة لاستخدام وسائل الإعلام،

وكذلك أنماط سلوكية أخرى تهدف أساسا إلى تحقيق الاشباع و حل المشكلات التي تعترض الفرد في حياته الاجتماعية .

كما تؤدي الأنماط السلوكية المختلفة مع وسائل الإعلام أو غيرها إما إلى نماذج من الإشباع أو عدم الإشباع وهذا من الممكن أن يتأثر أيضا بالخصائص العامة والنفسية للعوامل البيئية والاجتماعية المحيطة بالفرد مثل بنية وسائل الإعلام في حد ذاتها والبنية السياسية والاقتصادية والثقافية السائدة في المجتمع، ويتجلى هذا الأمر خاصة مع التطورات التكنولوجية الهائلة التي عرفتها و ما زالت تشهدها وسائل الإعلام والاتصال الحديثة كالبث التلفزيوني الفضائي .

نظرية التأثير القوي أو لولب الصمت la spirale du silence

تعتقد هذه النظرية أن الأشخاص يتخوفون من العزلة الاجتماعية و من اجل تجنبها يعبرون عن الآراء التي يعتبرونها أنها الآراء المقبولة من قبل الأغلبية و يبتعدون عن تلك التي يشعرون بانها غير مقبولة و أن مثل هذا السلوك يقوي الإجماع و هذا المسار تسميه "نوال نيومان " لولب الصمت و أن وسائل الاتصال الجماهيرية هي التي تتسبب في هذا المسار.

التلفزيون الفضائي الغربي وتأثيره السلبي على المشاهد العربي:

بحسب العديد من الدراسات فان التلفزيون الفضائي الغربي قد شكل ظاهرة إعلامية اتصالية في أوساط المجتمعات العربية تجلت بوضوح بارز في تأثيرات طغى عليها للأسف الطابع السلبي بصفة كبيرة خاصة على سلوك المشاهدة مما أدى إلى ظهور انعكاسات سلبية مست مختلف المجالات الاجتماعية و الثقافية و غيرها المرتبطة بالمشهد الإعلامي التلفزيوني الاتصالي في هذه المجتمعات .

فقد أدت مشاهدة الفضائيات الغربية إلى ظهور العديد من الظواهر و السلوكات السلبية في أوساط الجماهير العربية خاصة مع تركيز الأفلام و المسلسلات و برامج أخرى كثيرة على عرض الموضوعات ذات التأثير السلبي أكثر

من الموضوعات ذات التأثير الايجابي بحيث مثلا و صلت نسبة القيم السلبية إلى 80, 68% من مجموع القيم المقدمة في 36 فيلما دراميا عرضوا في مختلف القنوات الفضائية الغربية .

ومن أهم التأثيرات السلبية لهذه الفضائيات الغربية على المشاهد العربي نجد:

1- تفشي روح الانعزالية و فقدان متدرج للحوار الأسري

فمن جراء المشاهدة المتكررة للجماهير العربية خاصة تلك القريبة من أوروبا مثل تونس و الجزائر و المغرب الأقصى و مصر و لبنان للقنوات الفضائية الغربية وارتباطها بحياتهم اليومية، و نتيجة للتعامل و التفاعل الشخصي مع هذا البث الفضائي و وسائله التكنولوجيا الحديثة، نشا انعزال لدى العديد من أفراد الجمهور العربي أدى إلى عدم مناقشة مع بعضهم البعض مواضيع تكون لها أهمية وارتباطا بواقعهم اليومي، قلت بذالك الخبرات المشتركة و نقص أو انعدم في بعض الأحيان السمر و الحوار بداخل الأسرة مثلا بين الزوج والزوجة أو بين الآباء والأبناء، مما أدى في كثير من الأحيان إلى صعوبة التفاهم والتواصل أو الإجماع حول بعض القيم المتوارثة9 .

2-تحديد أجندة أولويات و اهتمامات الجمهور العربي:

لقد أدت الفضائيات الغربية إلى تحديد اولويات و اهتمامات الأفراد و غير بصورة جذرية الطريقة التي يتعامل ويتعايش بها الكثير من المشاهدين العرب مع الأحداث الجارية في العالم حتى أصبحت اليوم ثقافتهم ومعرفتهم في العديد من المجالات مرتبطة بالتدفق المعلوماتي الذي يوجه يوميا إلى أسماعهم وأنظارهم 10

3- تفشي الميول العشوائي في الاستهلاك والرغبة المفرطة في تقليد النموذج الغربي :

إن متابعة الفضائيات الغربية من قبل الكثير من المشاهدين العرب كان لها دور كبير في نشر النزعة الاستهلاكية وتعميقها لديهم سواء بشكل مباشر عن طريق التأثير بالإشهار الذي ساهم بصفة كبيرة في تشكيل أذواقهم ورغباتهم وأنماطهم الاستهلاكية والترويج للاتجاهات والأفكار والرؤى و هذا طبعا بحسب الأهداف التي يراد تحقيقها منه أو بشكل غير مباشر عن طريق الأفلام والمسلسلات الدرامية و ذالك من خلال تناولها للأفكار والاتجاهات التي تدعو إلى الاستهلاك و ذالك بتصويرها لشخصيات تقوم بسلوكات مستهلكة بشكل أو بآخر أو تناول بعضها ضمن السياق الدرامي للعائلات المترفة مع العلم أن الدراما تؤثر في الجمهور بشكل كبير، على اعتبار أنها مشاهد تعكس الواقع المعاش و أنها تجسيدا لشخصيات تحظى بحب و إعجاب كبير لدى الجمهور. كما تؤثر بشكل غير مباشر على إثارة النزعات الاستهلاكية عن طريق عملية التقمص الوجداني لدى المشاهدين والتي تترك آثارها على سلوكهم لاحقا سواء بشكل إرادي أو لا إرادي11.

4- انتشار لظاهرة الاغتراب الثقافي بمختلف أشكاله و أنواعه في المجتمعات العربية فنجد :

- الاغتراب عن ثقافة المأكل والمشرب.
- الاغتراب عن ثقافة الملبس والمسكن و العمران.
- الاغتراب عن استعمال اللغة العربية .
- الاغتراب عن ثقافة الفن العربي .
- الاغتراب عن القيم الدينية الإسلامية المتوارثة في المجتمعات العربية .
- الاغتراب عن القيم الأخلاقية المتجذرة في المجتمعات العربية
- الاغتراب عن القيم المتوارثة في الأسر العربية.

- الاغتراب عن القيم السياسية السائدة في المجتمعات العربية.
- الاغتراب عن نظم وقوانين العرف و الضبط الاجتماعي في المجتمعات العربية .
- الاغتراب عن العادات والتقاليد التراثية العربية .

فالتاثيرت السلبية المتعددة السالفة الذكر و التي أحدثها التلفزيون الفضائي الغربي على الجماهير العربية طغت للأسف على القليل من التأثيرات الايجابية لبعض مضامينه التي ساعدت فعلا أفرادها على التعرف على الثقافات العالمية من خلال اكتساب معلومات وخبرات علمية وفنية معتبرة، إضافة إلى زيادة الوعي بحياة مختلف الشعوب والمجتمعات مع تحقيق حرية الأفراد في الإطلاع على أخبار العالم وأحداثه مصورة في أماكنها وفى أوقات حدوثها11 ولو وفق المقاربة و الزاوية الإعلامية التي تقدم بها و التي تحمل رسالة شكلت بطريقة تخدم حتما الخط الافتتاحي للقناة التلفزيونية الفضائية

- **"الهروبية الافتراضية " هاجس يكبل الشباب العربي:**

لقد أكدت العديد من البحوث التي اهتمت بدراسة التغيير الاجتماعي و الثقافي في العديد من المجتمعات العربية أن إقبال جماهيرها على مشاهدة الفضائيات الغربية بمختلف قنواتها وبرامجها خاصة الرياضية و الترفيهية و أفلام الحركة و الجنس قد أثرت على ادراكاته و سلوكاته و تصوراته لذاته و مجتمعه و أصبح يشكل هاجسا يوميا لدى الكثير من أفرادها باعتبارها تمثل لديهم وسيلة تحقق لهم الهروبية أو الهجرة من واقعهم الإعلامي و الاجتماعي الذي يعيشونه إلى واقع آخر مغاير له يكون بديلا عنه يعتبر تعويضيا بالنسبة إليهم يجدون فيه ما ينسيهم مشاكلهم و همومهم و يلبون من خلاله حاجاتهم و رغباتهم المختلفة خاصة الإعلامية و النفسية و يحققون فيه أحلامهم و لو بصفة افتراضية.

و تكون هذه الهروبية عن قصد عندما يكون الدافع إليها لدى الأفراد بهدف نسيان ضغط المشاكل اليومية و غيرها كغلاء المعيشة أو التخلص من الكبت

الجنسي من خلال إشباع غرائزهم الجنسية بمتابعة برامج و أفلام الجنس تقدم غالبا في هذا البث الفضائي و التي لا يتمكنون من إشباعها بسبب تفشي ظاهرة العزوبية في أوساط الشباب من جراء عدم الاستطاعة المادية للزواج في ظل استفحال أزمة حادة في البطالة و السكن زادت من تفاقم الأوضاع الاجتماعية و النفسية المتردية لدى الكثير من الأفراد وخاصة الشباب منهم في العديد من المجتمعات العربية و أصبحت بالنسبة إليهم هذه القنوات الفضائية الأجنبية الغربية تعتبر بمثابة الملجأ الذي من خلاله يستطيعون أن يعيشوا فيه واقعا آخر افتراضيا جذابا يحقق فيه أحلامهم و رغباتهم خاصة و أن هذه القنوات تقدم برامج تستهدف خاصة التمتع بالاستعراض" بمختلف أشكاله و أنواعه من خلال برامج" talk show" باستعمال تقنيات تكنولوجية متطورة في الصوت و الصورة بشكل تهر به الفرد إبهارا كبيرا يصل إلى حد الإدمان و الانفصام في الشخصية " SCHIZOPHRENIE" تجعله يعيش في عالم يبتعد فيه من الواقع و يسبح في بحر من اللاوعي يستمتع فيه بنشوة الفرجة

أو تعوضهم نفسيا هذه القنوات الفضائية عن احباطاتهم في تحقيق طموحاتهم في محيط اجتماعي يرونه مسدود الأفق و الفرص فتراهم يقبلون بشكل كبير على مشاهدة برامج التسلية و الترفيه و أفلام الحركة و الجنس و كذا متابعتهم للبرامج الرياضية خاصة كرة القدم التي تحظى بالمرتبة الأولى في أولويات المشاهدة لدى الأغلبية منهم و خاصة الشباب بحيث أصبحت هي الأفيون الذي ينسيهم همومهم و مشاكلهم و يجعلهم يعيشون في عالم تطغى عليه غريزة اللعب و يستمتعون فيه بنشوة النجاح بتقمصهم لشخصية اللاعب النجم أو مناصر الفريق البطل .

و كما تكون هذه الهروبية عن غير قصد عندما يكون الدافع إليها هو إشباع حاجات و رغبات إعلامية لا يستطيع تلبيتها من خلال الوسائل الإعلامية المحلية.

كونت عالما سحريا تحقق فيه الطموحات و الآمال بديلا عن عالم الواقع المليء بالاحباطات و الماسي و الرقابة ليحقق فيه الفرد المشاهد توازنه النفسي مثلما أشار إليه" تشارلز موريس" و الذي يبحث عنه من خلال سلوكه في الهروبية إلى خارج البلد عبر القنوات الفضائية الغربية التي نسج معها علاقة يحكمها سلوك اتصالي تفاعلي مع مختلف الرموز البديلة التي يسوق لها كثيرا في برامجها المختلفة مثلما يشير إليه" جورج ميد " المتبني للمدخل الرمزي لتفسير السلوك الاتصالي في كتابه العقل و الذات و المجتمع" Mind self and society" .

و نظرا للتأثير القوي و الجذاب الذي تحدثه الفضائيات الغربية على الجماهير العربية بفعل الصورة التلفزيونية التي تسوقها باستخدام تقنيات تكنولوجية متطورة فقد أصبحت هذه الصورة جزءا من سلطة المعرفة الحديثة التي يسيطر عليها هذا الإعلام الفضائي و لم تعد الصورة التلفزيونية كما كانت من قبل تسجيلا للحظة مرئية في مكان معين بل تجاوزت وظيفتها التقنية المحددة و دخلت في عملية الصياغة الذهنية و تزييف الحقيقة .

إن الصور المتدفقة بلا انقطاع من خلال البث الفضائي تمارس دكتاتورية قهرية بحيث لا تتيح فرصة للمتلقي بالتفكير بصورة أخرى مستقلة خارج مجال سريان الصورة بما يؤول إلى نفي ذاتية الإنسان بالمكوث أمامها و في هذا الإطار فقد أطلق مثلا المفكر الفرنسي "جان بودريار " Jean Boudriere "على حرب الخليج الثانية1991-1990 اسم " الواقع المتخيل في التلفزيون " بحيث أن ما شهده الجمهور في تلك الحرب هي ما كانت تمليه و تضعه تكنولوجيا الاتصال بحيث كانت تخلط الحقيقة بواقع مصنع صوريا و هذا انطلاقا من مرحلة الإعداد العسكري في تلك الحرب وصولا إلى الاستعراض التلفزيوني الذي احدث انقلابا جذريا في فاعلية التأثير على ادراكات الإنسان و لا شك أن مصدر قوة هذه

الصورة التلفزيونية يكمن في كونها نص مرئي مفتوح على كل الغرائز و اللغات في العالم و أنها ثرية بقدر يسمح بقراءات متعددة لها .

فاحتلال الصورة التلفزيونية للطاقة البصرية قد مهدت لاختراق المخيال العام و بالتالي الانشغال الذهني وصولا إلى هيمنة اللاوعي على الوعي أي عبور الرسالة المندسة في الصورة إلى مجال اللاوعي متجاوزة البصر إلى الإدراك لتصبح وعاءا معرفي مملوء بمجموعة من الدلالات و الإيحاءات و الرموز التي تعمل على تعليب الوعي من خلال رسائل رمزية غير مباشرة تفرضها البنية التقنية للصورة فهي بذالك تخلق واقعا قهريا يدفع بشكل لاإرادي لاتخاذ القرارات و تشكيل العواطف و الأفكار و الرؤى المختلفة لتأويلاتها في سياق من الانبهار و الإدمان عليها دون الاكتراث من مخاطرها و أضرارها الجسيمة التي قد تلحقها بالمنظومة الفكرية و السلوكية للأفراد فالجمهور مثلما يشير إليه" غوستاف لوبون " Gustave Lebon "عند تحليله للخصائص العامة للجماهير انه يفكر فقط من خلال الصورة الماثلة أمامه و التي تتشكل في ذهنه على أنها هي كل الواقع على الرغم من أنها بعيدة كل البعد عن الواقع الحقيقي بفعل التشوهات و التعديلات التي ألحقت بها .

لقد تجاوزت الصورة التلفزيونية و خاصة تلك المسوقة من خلال البث الفضائي بفعل التكنولوجيات الحديثة واقع اللحظة الزمنية الجامدة و التأويل المحايد و في هذا الإطار يشير " ريجيس دوبري" Regis Dubrey "إلى أن زمن الصورة الخام قد ولى و أن هناك تأويلات كثيرة لها باعتبار أنها انفتحت أمام آفاق واسعة للتأمل و التأويل على وقع الرسائل الرمزية التي تتشكل فيها فقد أصبحت هذه الصورة فعلا رهينة لتأثيرات مختلف المعاني و إثارة الغرائز و الدلالات المتعددة التي تسوقها النزعات الإيديولوجية المختلفة للأفراد و بالتالي فقدت بذالك الصورة عذريتها و حيادها فلم يعد هناك التقاط عشوائي للصورة في طبيعتها الخام كما كان من قبل بل أصبح الآن هناك صناعة للصورة بفعل

التكنولوجيا التي تسمح بالتدخل في كيانها و كينونتها فأصبحت لا تروي كل الحكاية على حد تعبير المفكر الفرنسي " جان بودريار " في بعدها الإعلامي بحيث لا تعبر عن كل الواقع و إنما عن جزء منه يكون مستهدفا في حد ذاته سواء من حيث الزمان و المكان و زاوية التصوير و قد يكون مركبا أو مفترضا باستعمال تقنيات التركيب Montage و الدمج Mixage و مختلف المؤثرات الصوتية و البصرية effets speciaux وغيرها لكي لا تمثل حقيقة الواقع و هذا بغية تضليل الرأي العام لتحقيق أهداف معينة.

يرى " ادغار موران " أن الفضائيات تعمل على نشر ثقافة الخضوع من خلال غسلها للدماغ الجمعي للجماهير عبر القيم التي تسوقها في برامجها خاصة المسلسلات و الأفلام كما انتقد" ميشال فوكو" Michel Faucoult "الإفراط في المشاهدة التلفزيونية باعتبارها حسب رأيه تستنزف حاسة البصر استنزافا كبيرا و تعمي البصيرة و تلحق الضرر بسلطة الثقافة و المثقف الذي يعتبر حارسا على القيم و المعرفة و آلية لتغيير الواقع بحيث تفقده دوره التنويري في الدفاع عن هذه القيم في المجتمع و هذا الدور الذي يعتبره " انطونيو غرامشي Antonio Gramshi" وظيفة المثقف العضوي الأساسية لتحقيق علاقة متوازنة بين آليات السلطة و المجتمع

كما يعتقد كذالك " ميشال فوكو " أن المجتمعات التي تتدفق إليها سيولا من الصور مثل مجتمعاتنا العربية أصبحت الآن في ظل الفضائيات الغربية تعيش زمن هيمنة الصورة و تحولت ليس فقط إلى مجتمعات المشاهد و الصور و لكن أيضا في نفس الوقت إلى مجتمعات الخاضعة للمراقبة بحيث أصبح الأفراد موجودون رهائن داخل منظومة الرؤية الكلية للقنوات الفضائية بفعل إتاحته لسيطرة واسعة لآليات مراقبة متطورة بفعل تكنولوجيا الاتصال الحديثة و بالتالي تحولت هذه المجتمعات كما يرى " هربرت سبنسر" Herbert Spenser"

من حالة التجانس التي تحقق له التوازن و الاستقرار إلى حالة من اللاتجانس و أللاستقرار تطغى عليهما الفر دانية و الأنانية و الرغبة في الانعزال و الانطواء على الذات أو الذوبان في الآخر .

لقد اهتم المشاهد العربي بالفضائيات الغربية اهتماما كبيرا استجابة لرغبته في إشباع ملح لحاجاته الإعلامية والاجتماعية والنفسية التي لا يستطيع تلبيتها محليا و هذا شيء متوقع الحدوث في مثل هذه الحالات و المواقف مثلما يشير إليه كل من "لازرسفيلد" و "ريتشارد كايل" عندما يؤكدان أن الفرد يرضي اهتمامه بالتعرض إلى أكثر من برنامج إعلامي أو قناة بهدف إشباع حاجات و رغبات معينة مما يزيد من كثافة التعرض و بالتالي التأثير ثم التغيير فهو إذن يوجه و يستخدم القنوات الفضائية كما يريد ويرغب ووفق استخدامات متعددة تعكس هروبية لدوافع إعلامية أو نفسية قصديه أو غير قصديه وكثيرا ما تكون حتمية قهرية .

هذه الهروبية تتم عبر الفضاء من خلال قنوات تلفزيونية تلبية لدوافع وحاجات ذاتية باستعمال أساليب و وسائل معينة تسمح للفرد العربي باستقبالها مثل عمليات القرصنة لهذه القنوات الفضائية خاصة المشفرة منها و التي أصبحت ظاهرة منتشرة في العديد من الأوساط الاجتماعية العربية مما زاد من قابلية مشاهدتها أكثر وسهل بشكل كبير من عملية الإقبال عليها من قبل الجماهير العربية للوصول إلى تحقيق إشباعات لحاجاتهم المتزايدة من فرط متابعتهم لبرامج هذه القنوات لتصبح هي البديل الإعلامي الذي يحقق لهم وجودهم و حقهم في الإعلام .

وللعلم فان إشباع هذه الحاجات و تلبية هذه الدوافع يمثلان ضرورة ملحة لدى الفرد العربي حتى يحقق توازنه و تكيفه مع محيطه المحلي و الدولي مثلما يؤكده "جراهم ماسلو" حينما يعتبر حاجات الفرد الأساسية الفسيولوجية و النفسية كالأمن و الانتماء و التقدير و الاحترام و الثانوية كالمعرفة و الاستطلاع و

الحاجات الجمالية التي تحقق الرضا و الذات الإنسانية و التي ليست متماثلة لدى الأفراد جميعا بل تختلف حسب المواقع و المكان و الزمان و الأدوار و العمر و المستويات الثقافية الاجتماعية فان افتقار الفرد إلى إحدى هذه الحاجات سوف يدفع إلى السلوك الايجابي مع الوسيلة الإعلامية من خلال استخدامها لتحقيق الإشباع ليشعر بالرضا و الراحة و التوازن النفسي .

إن نموذج "كاتز" الذي يعتمد على التحليل الوظيفي لوسائل الإعلام قد فسر العلاقة التي تتكون بين دوافع و حاجات الفرد و اتجاهاته السلوكية لإشباعها من خلال استخداماته و توظيفه لوسائل الإعلام و محتوياتها فالباحثان " كاتز" و "دونيس ماكويل" قد حددا وظائف عديدة لوسائل الإعلام من بينها المنفعة و التكيف و الوظيفة المعرفية و التفاعل الاجتماعي و التسلية والترفيه و الإعلام .

إن "كاتز" يرى أن الفرد له عوامل اجتماعية و نفسية تولد لديه حاجات معينة يسعى إلى تحقيقها وإشباعها من خلال المشاهدة و التعرض للوسيلة الإعلامية وكذا نموذج "روزنجرين" الذي يعتبر أن حاجات نفسية و بيولوجية و اجتماعية تكون لدى الإنسان و تتفاعل مع الخصائص الفردية في الإطار الاجتماعي المحيط بالفرد لينتج له مشاكل يحاول أن يجد لها حلولا من خلال المشاهدة و التعرض للوسيلة الإعلامية مما يؤدي ذالك إلى الإشباع أو عدمه .

و بصفة عامة فان الجماهير العربية تشاهد الفضائيات الغربية من خلال اختيارات تلبي حاجاتهم و رغباتهم المختلفة و المتعددة الاجتماعية و النفسية و تعكس سلوكات تحدد كثافة و حجم المشاهدة لبرنامج أو قناة معينة مثلما تشير إليه المقاربة الوظيفية لدراسات الجمهور عبر منظور الاستخدامات و الاشباعات التي تعتبر أن المشاهد يكون فعالا ونشيطا ايجابيا مع الوسيلة الإعلامية عندما يستطيع من خلالها تلبية حاجات و رغبات لها بعد ذاتي شخصي اجتماعي و

نفسي محددة حسب الجنس و العمر و المستوى التعليمي و الثقافي و غيرها أو يكون مرتبط بظروفه أثناء المشاهدة في الزمان أو المكان .

لكن و نظرا لسوء استغلال تكنولوجية البث الفضائي في حد ذاتها في المجالات المرتبطة باستعمالاتها الإعلامية في البلدان العربية و إقبال جماهيرها على استقبال و مشاهدة الفضائيات الغربية لأسباب موضوعية بدون أن تعود عليها بالفائدة المرجوة التي تساهم في تطور و تنمية البلاد فقد أدى ذالك إلى ظهور العديد من الظواهر السلبية المترتبة عن الإفراط في مشاهدة هذا البث مما يستدعي توعيته بمخاطر هذه التأثيرات على المنظومة القيمية للثقافة العربية و على التنشئة الاجتماعية و ديناميكية التغير الاجتماعي و الثقافي في أوساط المجتمعات العربية للحد أو الوقاية منها و كذا تحسيس مختلف منظمات المجتمع المدني و المؤسسات الرسمية بضرورة حماية التراث القيمي للثقافة العربية من الغزو و الهيمنة الثقافية الغربية من خلال تفعيل القيم الثقافية العربية ضمن المخططات المبرمجة للنهوض بمختلف القطاعات التنموية في هذه الدول العربية خاصة الإعلامية و الاقتصادية و الاجتماعية وأيضا باستخدام تكنولوجيات الاتصال لوضع استراتيجيات إعلامية تلفزيونية تعمل على تلبية و إشباع مختلف الحاجات و الرغبات الإعلامية و النفسية للجمهور و خاصة الشباب بجعله شريكا ضروريا و أساسيا في التنمية داخل المجتمع والعمل على ضرورة حل مشاكله خاصة تلك المتعلقة في توفير فرص العمل و تخليصه من مخالب البطالة و بالتالي ترسيخ روح الانتماء إلى الوطن العربي و التمسك بقيمه الحضارية ليكون فعلا أمل و مستقبل الأمة و كذا القضاء على الكثير من الانحرافات الأخلاقية و الاجتماعية و الثقافية و الدينية المترتبة عن الهروب إلى مشاهدة الفضائيات الغربية و منه إلى عالم الاستمتاع بمشاهدة الاستعراض بتعدد أنواعه و أشكاله في مختلف البرامج الفضائية الغربية التي تسوقه بطريقة مبهرة و مؤثرة في

المسلسلات و الأفلام و البرامج الرياضية و غيرها خاصة كرة القدم لتصبح الرياضة التي من المفروض أنها يجب أن تشكل ثقافة للممارسة محققة أهدافها الوظيفية و ليست ثقافة للعب و اللهو و الاستمتاع البصري تهيمن على مكونات الوعي الثقافي في أوساط الشباب العربي و تنخر بذالك جسم المجتمعات العربية ناشرة فيه ثقافة الخنوع و الخضوع و اللامبالاة و الاستسلام و تعمم اليأس و الهروبية و الاغتراب الثقافي في أوصاله.

هوامش:

1- منى سعيد الحديدي، برامج الأطفال، التلفزيون المصري بين الحاضر و المستقبل، المكتبة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1985، ص 26.

[2] - حسن حمدي،وظائف الاتصال الجماهيري، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، القاهرة، دارالفكر العربي، صفحة 14.

3-Pierre Babin, Langage et culture des médias, édition universitaire, paris 1991, page 107.

[4]- حسن حمدي، مرجع سبق ذكره ، صفحة 14.

5- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، دار عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 71.

6-Pierre Babin, Langage et culture des médias, édition universitaire, paris 1991, page 107.

7- حسن حمدي، مرجع سبق ذكره ، صفحة 14.

8- عزوز سعيدة، التلفزيون و الأسرة الجزائرية دراسة في التعرض و علاقته بالاتصال الأسري رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الأعلام والاتصال،بجامعة الجزائر كلية العلوم السياسية و الإعلام قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر سنة 2001 ص 98..

9 -نفس المرجع السابق، ص99.

10- عمر بوسعدة، الجمهور الجزائري و القنوات الفرنسية الاستقبال و المشاهدة و دورهما في تحقيق الاشباعات دراسة وصفية تحليلية، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراة في علوم الاعلام و الاتصال, جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية و الإعلام ,قسم علوم الاعلام و الاتصال، سنة 2010، ص 110.

1- نفس المرجع السابق، ص125