

المجتمع الخليجي وأشكالها تأثير الصورة المتلفزة

د. ياس خضير البياتي

كلية الاعلام - جامعة بغداد

إن الانفجار المعرفي المتسارع الإيقاع الذي أتى للعالم بكتل هائلة من المعارف، والثورة التقنية المتجددة، وما أحدثته من وسائل وعلاقات جديدة وطرقاً في العمل غير مسبوق لم تعرفها البشرية من قبل، وما فرضته ثورة الاتصالات من نماذج متعددة من الأفكار والثقافات، كلها أدت إلى أشكال مختلفة من التغيرات في الحياة الفكرية ومظاهر العادات والقيم الاجتماعية والتي تتمثل في صراع الأجيال وتزواج الأفكار والثقافات وفي عمليات الغزو والتتابع الثقافي .

والأخطر في عالم اليوم، هو انتظار ما يفرزه القرن الحالي، قرن نضوج العولمة، من معطيات أكثر تطوراً في الثقافة والمعلومة، وما يمكن أن يسببه هذا الوضع العالمي للواقع العربي من أزمات جديدة، وتحديات سياسية واجتماعية وإتصالية تشكل بأجمعها معطيات حياتية تنعكس على حركة المجتمع المادية والفكرية والخلقية والروحية والمثل والقيم والمعايير وأنماط الحياة وطرائق الحياة وأسلوب سلوكها . فإذا كان التلفزيون في عصرنا، برأي الكثير من الباحثين، ليس هو الأداة السحرية القادرة على تشكيل وتغيير العقائد والآراء والاتجاهات والسلوك وإنما هو أحد أدوات التشكيل والتغيير، فإن ملامح الواقع تشير إلى تأثير الشباب العربي بمضامين التلفزيون على أنماط حياتهم واتجاهاتهم، وتأثرهم بالكثير من معطيات الثقافة الوافدة ونزعاتها الفلسفية والسياسية والاجتماعية، وهذا التأثير له مسببات الموضوعية المرتبطة بالواقع الاجتماعي السياسي وبمشكلة التخلف البنيوي للمجتمع العربي، وتدهور الثقافة الإعلامية العربية ونمطيتها وبعدها عن مشكلات الشباب .

واستناداً إلى هذه المعطيات وغيرها، فإن التلفزيون بوضعه الراهن أصبح يمثل متغيراً اجتماعياً وثقافياً مهماً في حياة الشباب، فهو المصدر الرئيسي للمعلومات والتعلم، وهو أحد عمليات التنشئة الاجتماعية في الوقت الحاضر .

والملاحظ أن الشباب الخليجي تعرض لاحتلال واضح من ناحية التأثير، مصدره محلي يتمثل بالثقافة السائدة التي تشمل كل القيم والمعايير والعادات والدين والمعلومات والأفكار والأخلاق، داخل مجتمع تقليدي يتميز بخصائص اجتماعية ذات بنى متناقضة ونمطية: بنى أسرية واسعة تحشد بشكل متحرك ومطاط عدداً كبيراً من العناصر، متشابكة المصالح والتأثيرات ويستتبع ذلك مجموعة كبيرة من القيم الاجتماعية العشائرية والقبلية التي تحكم مسارات العلاقات العامة في هذا الإطار المؤسسي الأول . وكل هذه البنى الاجتماعية تشكل الإطار المؤسسي العام الذي يتحرك عن طريقه الشباب العربي .

وهناك احتلال مصدره خارجي يتمثل بالثقافة الجديدة عبر قنوات عديدة ومنها وسائل الإعلام، وهي ثقافة تروج لقيم ومعايير اجتماعية وأنماط حياتية قد لا تتلاءم مع الواقع الاجتماعي، ولها القدرة العالية على اختراق المنطقة وعقول الناس ومنهم الشباب . وهذه القدرة تتجسد في أكثر من ظاهرة: تطور تكنولوجيا الأرقام الصناعية، وشيوع

القنوات الفضائية العربية والأجنبية وانتشارها .

لهذا ينطلق البحث من معطيات قائمة حول آثار التلفزيون اجتماعياً، وبالذات الفضائيات، وتأثيراتها المحتملة في بناء شخصية الشباب المعرفية والانفعالية، والبدائل المتاحة لمواجهة مضامينها وتحسين الشباب منها من خلال بناء خطة إعلامية قادرة على التقليل من آثارها منطلقين من نظرة تنبؤية بآثار الفضائيات المستقبلية.

أولاً/جدلية الشباب والتلفزيون :

التنشئة الاجتماعية وتغيير الاتجاهات

كان الاعتقاد في السابق يشير إلى أن الاضطرابات النفسية والاجتماعية التي تحدث للمراهقين والشباب تعود إلى العوامل الفسيولوجية فقط، إلا أن الدراسات الاجتماعية والانثروبولوجية الحديثة عارضت هذا الاتجاه وربطته بعوامل عديدة أبرزها التنشئة الاجتماعية. فالتنشئة الاجتماعية كمصطلح، كان في الماضي مرتبطاً بتعليم وتربية الصغار فقط، بينما شمل المصطلح الحديث تنشئة الصغار والكبار معاً، أي اعتبار التنشئة عملية مستمرة من الميلاد وحتى الممات. لأنه من الواضح إن خبرة التطبيع الاجتماعي للشخص في مرحلة الطفولة لا تستطيع إعداده لكل الأدوار الذي يتوقع منه أن يشغلها في حياته القادمة، بل إن هذه العملية خلال سنوات النضج يجب أن تكون مطلباً أساسياً في المجتمعات الدينامية الحديثة. وهو الذي يلتقي مع الهدف البعيد للتربية المتمثل في ما يسمى حالياً بفكرة التنشئة الاجتماعية للكبار، وهي التربية مدى الحياة والتي تتادي بأن يعيد الكبار تنشئة أنفسهم اجتماعياً لكي يتوافقوا مع الظروف الجديدة، لكي تكون الأدوار واضحة بين أفراد الأسرة، وعدم تعارضها مع أدوار أخرى.

فالتنشئة الاجتماعية تتضمن عمليات متعددة أهمها التعلم الاجتماعي والتكيف والتوافق الاجتماعي والانتقال الثقافي، وهي أيضاً إكساب الفرد طغلاً أو راشداً سلوكاً ومعايير وقيماً، عن طريق مؤسسات أسرية وتربوية ودينية وثقافية.. الخ

وتأتي وسائل الإعلام في المجتمع لتقوم بدور بارز في عملية التنشئة الاجتماعية، وهذا الدور يزداد أهمية وتأثيراً بانتشار هذه الوسائل، والتطور التقني لها، واختراقها لجبهات الحياة المختلفة، وقبولها الفعال بين الأفراد وخاصة الأطفال والمراهقين والشباب، وتلازمها المستمر لهم طيلة الحياة منذ الطفولة وحتى نهاية العمر، من هنا نستطيع أن نقدر خطورة الآثار الاجتماعية والنفسية التي تترتب على تعرض الشباب المستمر لهذه الوسائل، وهو أيضاً ما يجعل القلق الذي يبديه الكثير من الباحثين موضوعاً إزاء التأثير المحتمل لمضامين الرسائل الإعلامية المختلفة.

وعلى الرغم من أن وسائل الاتصال لها وظائفها الأساسية، وكما حددها الباحث الأمريكي هارولد لاسول، بثلاث وظائف جوهرية: جمع ونشر المعلومات داخلياً وخارجياً وتزويدها للجماهير لتأخذ صفة الوظيفة الإعلامية، وتفسير المعلومات وتحليلها واتخاذ موقف محدد ليتبناها المتلقي بحيث تصبح وظيفة دعائية، ونقل المعارف والقيم والمعايير والتقاليد من جيل إلى آخر لتصبح وظيفة تعليمية أو ثقافية، فإن الوظيفة الثالثة التي ترتبط بالثقافة التي تشمل (الاعتقادات والعادات والقيم والنماذج السلوكية)، فهي الوظيفة الأكثر تأثيراً وقوة في عملية التنشئة الاجتماعية. خاصة وإن وسيلة التلفزيون لها حضورها المتميز في هذه العملية الاجتماعية، لأنها الوسيلة الشعبية الأولى بين أفراد الأسرة العربية وخاصة الشباب.

وطبيعياً أن يتعرض الشباب في المجتمع العربي بشكل عام إلى ضغوطات وتحديات بفعل الثقافة القديمة وتصادمها بالثقافة الجديدة التي أفرزها التغيير المحاكى، وما يفرزه هذا الصراع من هوة ثقافية بين الجديد والقديم، و

تتناقضات تتفاوت في أبعادها على البناء الاجتماعي . وهناك التغيرات السريعة التي تحدث للمجتمع العربي في كثير من جوانبه، وما يحدثه من تأثيرات على الشباب، وعدم استيعابهم للجديد والتوافق معه مما يجعلهم في كثير من الأحيان كالغرباء في بيئتهم ومحيطهم الثقافي، وتتعارض مع قدرتهم المحدودة على القيام بعمليات التوافق بشكل جيد، مما يؤدي إلى خلق الكثير من المشكلات الاجتماعية التي تتجسد بعدم الراحة والاضطراب والقلق والاندفاع نحو العنف أو ممارسته . وهي أعراض طارئة تمثل صنوفاً من أمراض التغيير . كما أن هناك أعراضاً أخرى تشمل المضايقات التي تحدث بسبب البيئة الاجتماعية والمادية والمشحونة بمظاهر الخوف، وما ينتج عنها من انسحاب أو هروب نفسي يتمثل في العزلة والانطواء ومظاهر النكوص أو التوقف عن العمل أو الإصابة بالاكنتاب .

وفي واقع الأمر، فإن الشباب العربي يعيش في مأزق ما يسمى بالتغيير، وقد لخصه أحد الباحثين العرب (١) بمجموعة من الظواهر السلبية التي تتعلق بالمحيط الاجتماعي، وبمناخ الواقع الذي تسوده جملة من القيم الرديئة والتناقض الثقافي والفوضى الاقتصادية والفقر والفساد الإداري ومظاهر الاستغلال والتسلط والانحراف بكل صوره وأشكاله وأنواعه، مما يجعلهم يستمدون من هذا المناخ وسلوكه نمط تفكيرهم وأسلوب حياتهم اليومية بحيث يصبح التقليد والمحاكاة لمظاهر الحياة الغربية نمطاً اجتماعياً سائداً في حياتهم اليومية، وسلوكاً متحضرأ في عملية التنقيف . إذ يبدو معقولاً أن نقول: أن الشباب يعانون من إرهاب اجتماعي متمثل في الظلم الاجتماعي، وإرهاب عدلي متمثل في ضياع الحقوق وعدم تكافؤ الفرص . وهناك التناقض الصارخ في مكونات وقواعد الدليل الثقافي عبر تربية الأسرة وتوجيهها، وتربية المدرسة وتوجيهها، وتربية وسائل الإعلام وتوجيهها، مما يخلق آثاراً بالغة التناقض على يقين الشباب والتزامه الأخلاقي، وبالتالي هروبه (إلى اليقين الأكبر)، ربما ليس عن اقتناع كامل بل كرد فعل وملأ ملجأ للتخلص من القلق والتوتر والمعاناة .

فضلاً عن التراجع الواسع للقيم التي ربيت عليها الأجيال السابقة و ربيت على احترامها بل تقديسها لتحل محلها قيم جديدة روجت لها على نطاق واسع ووسائل الإعلام في وقت تكون فيه الضغوط الاجتماعية والاقتصادية التي لا تنطاق، وكذلك تراجع الانتماء وازدياد اليأس والإحباط . ثم هناك ظاهرة انعدام القدوة في الكلمة والتصرف والسلوك واهتزاز القيم حيث القدوة انعدمت في العلم والمعلم، وفي الإعلام والتربية، وبذلك انهارت الثقة، فالشباب إذا ينظر حوله تبدو الصورة كئيبة من خلال البطالة والتمزق والفقر، وانعدام أو غياب العدل، فتمتلئ الصدور بالحق والغضب والرغبة في تدمير كل ما هو قائم . وعند هذه النقطة تكون النفوس جاهزة لمسلسل الغضب والإرهاب والانحراف .

إن الفجوة الواسعة (و التي تزداد اتساعاً) بين الإمكانيات المادية ودخول الأفراد وبين مستويات الطموح الاستهلاكي العالية (و التي تزداد ارتفاعاً) من جهة أخرى تؤدي إلى (واحد من الأعراض المرضية المجتمعية أو الفردية على نحو لا فكاك منه، فقد يكون الطريق هو الانحراف المباشر أو غير المباشر في سبيل الحصول على إثراء سريع بأي وسيلة، سواء كان هذا الانحراف واقعاً في دائرة التجريم القانوني أو في دائرة الاستهجان الأخلاقي أو في دائرة المعصية الدينية أو فيها جميعاً) في الجانب الآخر، هناك ضغوطات الثقافة الوافدة وتأثيراتها الاجتماعية والنفسية والثقافية على الشباب، و التي تحلل الأولوية في سلم عمليات التنشئة الاجتماعية في الوقت الحاضر، وهناك (ثقافة التلفزيون) و ما تحمله من قيم وأفكار وعقائد وتناقض مع الثقافة القديمة السائدة. ويبقى التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيراً في الشباب والأكثر احتمالاً في عملية الانحراف الاجتماعي . وهو ما دفع بالأغلبية الساحقة من علماء الاتصال والاجتماع والنفس إلى الاعتقاد بأن التلفزيون له القدرة على تغيير موقف الناس واتجاهاتهم .

فالإنحياز كما يعرفه ترستون: هو تعميم الاستجابات تعميماً بنمو الفرد بعيداً عن شيء نفسي أو قريب منه

(٢) .

وهناك من يعتقد بأن التحول في الاتجاه نتيجة للتعرض لوسائل الإعلام أقل شيوعاً من التدهيم والتغيير الطفيف. ولكن قد تتجسّد وسائل الإعلام في بعض الأحيان بالقيام بدور أساسي في إحداث هذا التحول وخاصة في الأوقات التي ينتشر فيها عدم اليقين والحيرة حول أمور معينة، حيث إن وسائل الإعلام تستطيع أن تحدث تغييرات وتنتشر اتجاهات وقيماً جديدة (٣).

ويعتقد الكثير من العلماء بأن أي محاولة لتغيير اتجاهات الأفراد يجب أن تتضمن الوظائف التي تؤديها الاتجاهات للشخصية والتي تتلخص في الآتي:

1- وظيفة المنفعة: وتعني هذه الوظيفة ارتباط الاتجاه بتحقيق نوع من المنفعة أو المردود الإيجابي للفرد وتقوم هذه الوظيفة على أساس سعي الإنسان نحو إيجاد اللذة والابتعاد عن الألم.

2- الوظيفة المعرفية وهي الناتجة من حاجة الفرد للفهم وإضفاء المعنى على ما يدور حوله في العالم الخارجي.

3- وظيفة التعبير عن القيمة والتي عن طريقها يحقق الفرد الرضاء والسعادة بالتعبير عن اتجاهات منسجمة مع قيمة الشخصية وتصوره لذاته (٤).

4- وظيفة الدفاع عن الذات حيث يوظف الاتجاه لحماية الذات، وذلك بأن يظهر الشخص أنواعاً من التصرفات والآراء تعبر عن اتجاهات عامة يرضيها المجتمع ويخفي اتجاهاته الحقيقية التي ربما عرضته للعقاب أو الضرر (٥).

لذلك فإن تأثيرات الإعلام في السلوك والاتجاه مسألة شائكة لأسباب عديدة أهمها أن الاتصال عملية اجتماعية نفسية قائمة على تمثيل الرموز وتبادلها، وإقامة علاقة اتصالية تهدف إلى تلبية حاجات مختلفة (تعليمية وتقنيّة وترفيهية)، مما يؤدي في النهاية إلى التأثير في السلوك الإنساني وتغيير اتجاهاته، خاصة أن وسائل الإعلام تتوجه إلى أعداد كبيرة من البشر غير متجانسة في الأعمار والقدرات والاهتمامات والثقافات.

وفي رأينا أن دراسة تأثيرات وسائل الإعلام، وخاصة التلفزيون، في الاتجاهات والقيم والسلوك الاجتماعي لا بد من أن تقتصر بدراسة تكوين الاتجاهات، وكيفية السبل لتأقلم الشباب في المجتمع الذي يعيشون فيه، وبعبارة أخرى عملية التكيف الاجتماعي التي تشكل كل أنواع التأقلم المباشر وغير المباشر والتعليم واكتساب القيم والاتجاهات.

ويثير الانتباه بروز ظاهرة الإغراق الإعلامي وتنوع مصادره من خلال الفضائيات، وهو الإغراق الذي يؤدي أحياناً إلى تنمية القلق داخل الشخصية، وإحداث ثغرات في الشخصية والمعارف والسلوك والاتجاهات. فقد أثار تيكتور وغيره بأن (تزايّد المعلومات وتدققها في نظام اجتماعي يؤدي إلى توسيع ثغرة المعرفة بدلاً من تناقصها) (٦)، بينما يشير روجرز إلى أن المعلومات لن تؤدي فقط إلى تزايد ثغرات المعرفة بل إلى (ثغرات في السلوك والاتجاهات) (٧).

ثانياً/نظريات التأثير الإعلامي:

إشكالية المتلقي

على الرغم من اتفاق الباحثين وخبراء الاتصال حول المكانة المتميزة لوسائل الإعلام في المجتمع المعاصر، وبالذات بعد الثورة المعلوماتية، فإن حقيقة التأثيرات التي تتركها هذه الوسائل، كان وما زال، موضوعاً للخلاف بين أصحاب الاتجاهات والتخصصات العملية المختلفة، ويثير بينهم جدلاً نظرياً ومنهجياً واسعاً. بل واختلفت الرؤية والتقويم لهذه الآثار حسب التخصصات والاهتمامات، ومن زوايا اجتماعية أو نفسية أو تربوية أو إعلامية،

وتفسيرها وفق الأيديولوجيات والعقائد، وظروف المكان والزمان .

فكانت خلاصة أبرز نظريات التأثير الإعلامي تتمحور باتجاهات متباينة، بدأت تاريخياً، بنظرية الرصاصة من نهاية القرن التاسع عشر حتى نهاية الثلاثينات، وهي تفترض بأن وسائل الإعلام تمتلك قوة هائلة تمكنها من تغيير اتجاهات وسلوك الرأي العام من منطلق بتمائل الطبيعة الإنسانية لدى كافة الناس، ولذا فانهم يستقبلون الرسائل الإعلامية ويتأثرون بها ويستجيبون لها بدرجات واحدة وعلى نحو آلي ومتماثل . ولكن الدراسة التي قام بها مجموعة من الباحثين عام ١٩٤٠ حول انتخابات الرئاسة الأمريكية قدمت تفسيرات جديدة للتأثير الإعلامي قائمة على انتقال المعلومات على مرحلتين، وهي الصيغة التي أكدت على دور قادة الرأي والاتصال الشخصي في دعم أو تحديد الكفاءة التأثيرية لوسائل الإعلام (٨) بينما شهدت فترة ما بين الأربعينات استخدام البحوث الميدانية (الأمبيريقية) لتحديد أثر وسائل الإعلام، وأبرزت نظرية في تلك الفترة كانت (التأثير الاختياري)، بمعنى أن التأثير الإعلامي ليس مطلقاً، بل هو تأثير محدود ومرتبطة بعدة متغيرات منها ما هو نفسي مثل الفروق الفردية بين أعضاء الجمهور ومنها ما هو اجتماعي مثل الطبقة الاجتماعية أو مستوى التعليم ومنها ما يدخل ضمن نطاق الجماعات الصغيرة مثل تأثير الأسرة والمدرسة... الخ، وساد اعتقاد بأن دورها يكاد يقتصر على تدعيم الآراء والاتجاهات القائمة لدى الجمهور انتقائية المشاهد، وانتقائية التذكر، وانتقائية المعرفة والإدراك .

وهناك نظرية غرس الأفكار التي ترتبط بشكل كبير باسم باحث الاتصال (جورج جيرينز) (٩) وهي تعبر عن قدرة التلفزيون على خلق واقع معين لمشاهديه خصوصاً هؤلاء الذين يشاهدون التلفزيون بكثرة (أكثر من ٤ ساعات في اليوم)، حيث يشكل التلفزيون لهم المصدر الرئيسي أو الوحيد للحصول على المعلومات والأفكار عما يدور حولهم، وهذا يؤدي بدوره إلى "غرس" الأفكار التي يبثها التلفزيون في وعي المشاهدين بحيث يحل (واقع التلفزيون) محل واقعهم الطبيعي .

بينما ترى نظرية أخرى تبناها (كانتر) بأن الظروف الاجتماعية هي التي تدفع الأفراد إلى الاتجاه لوسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم، وأبرزها ظروف التوتر والصراع مما يدفع الفرد إلى اتخاذ اللازم نحو تخفيف حدة هذا الشعور باختيار وسائل الإعلام، وظروف تخلق شعوراً بوجود مشكلات يوجب التعرف عليها وحلها، مما يؤدي إلى توجه الفرد إلى وسائل الإعلام للحصول على معلومات تساعد على الوصول إلى الحل .

وتؤكد نظرية (التعلم من خلال الملاحظة) إلى أنه يمكن أن يتعلم الأفراد سلوك العدوان والعنف من مشاهدة برامج العنف والإثارة والرهبة وخاصة بين الأطفال والمراهقين . وان التلفزيون يؤدي دوراً في التعلم طالما كان هناك تغير سلوكي ناتج عن التعرض بمحتوى البرامج التلفزيونية . بينما ترى نظرية (التنفيس) بأن الفرد يحاول تصريف غضبه ومشكلاته وهمومه واحباطاته بفعل الحياة وتناقضاتها عن طريق مشاهدة سلوك العنف لا عن طريق قيامه فعلياً بعمل عدواني .

وخلاصة النظريات الحديثة تؤكد على النظرة الشمولية لعملية الاتصال الجماهيري أي أن الأفراد يعتبرون أجزاء من أنظمة اجتماعية أكبر منهم، وهذه الأنظمة تقع تحت تأثير عوامل متعددة منها الثقافي والاجتماعي والنفسي . وهذا ما دفع الكثير من الباحثين والمعاصرين بتطوير أساليب تأخذ في الاعتبار عوامل أخرى مثل المحيط الاجتماعي والبناء الأسري، كما قل الاهتمام بقياس الاتجاهات وحل محله التركيز على قياس النواحي المعرفية . بمعنى التوجه العام نحو التعرف على المتغيرات الداخلية التي قد تؤثر على شكل العلاقة بين وسائل الإعلام وأفراد الجمهور، أي النظر إلى تأثير وسائل الإعلام بنظرة شمولية دون عزل المتغيرات الاجتماعية الخاصة بالمستقبل (الجمهور)، واعتبار الفرد جزءاً من بيئة ونظام اجتماعي شامل يتأثر به .

ونحن نرى ، أن دراسة تأثيرات وسائل الإعلام في المجتمع ينبغي أن تحلّ شمولياً بحيث تشمل أبعاد العملية الاتصالية ؛ المرسل و الرسالة والمستقبل ، واعتبار عملية الاتصال ظاهرة تنسم بالتغيير المستمر ، وهي لا تتم في فراغ وإنما في الإطار الاجتماعي. وهذا يعني فهم أكبر للأبعاد في هذه العملية : معرفة الخصائص الاجتماعية والثقافية للأفراد في المجتمع المعني في التأثير وسلوكهم الاتصالي مع وسائل الإعلام ، واحتياجاتهم ودرجة اعتمادهم عليها . كذلك دراسة مضمون الرسالة من ناحية قوتها وأسلوبها ووضوحها وارتباطها بالواقع لتلبيتها لحاجات السكان واتساقها مع ثقافة المجتمع ... إلخ ، فضلاً عن المعرفة الاجتماعية النفسية والسياسية للمصدر (القائم بالاتصال) ، وموقفه من المشكلات وطريقة معالجتها وعلاقتهم بالجمهور ، والاهم معرفة الضغوط والظروف التي يعملون فيها داخل المؤسسات الإعلامية ، وانتماءاتها الأيدولوجية ، ومعرفة البناء السياسي والاجتماعي والاقتصادي التي تعمل فيه وسائل الإعلام ، وهذه الأبعاد مجتمعة من شأنها توضيح الحقائق المرتبطة بعامل التأثير الإعلامي .

ومع ذلك نرى ، أن التلفزيون يبقى الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيراً في الشباب ، والأكثر احتمالاً في عملية الانحراف الاجتماعي ، حيث أصبحت هذه الوسيلة متغيراً اجتماعياً وثقافياً هاماً في حياة الطفل المراهق والشباب في المجتمع المعاصر .

وتعتقد الأغلبية الساحقة من علماء الاتصال والاجتماع والنفس إمكانية تغيير موقف الناس أو سلوكهم بواسطة التلفزيون إذا ما ضم معلومات ضرورية للناس ، وبكفي مقولة شارل ديغول (أعطني هذه الشاشة الصغيرة ، وأنا أغير الشعب الفرنسي) (١٠) للتأكيد على دوره الفعال في تغيير السلوك والاتجاهات بل إن تأثير التلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية (١١) يبدو واضحاً في مختلف جوانب الحياة ، فهو قوة سياسية وعامل تأثير في انتخاب الرئيس والتحكم باتجاهات الرأي العام ، وهو موضع قلق من علماء الاجتماع والنفس لما يسببه من تأثيرات اجتماعية ونفسية وثقافية ، تتمثل بنفاق الجريمة والعنف ، وازدياد ظاهرة السلوك الانحرافي ، وتفتشي الأمراض الاجتماعية والنفسية ، وتأثيراته الثقافية على المجتمع الأمريكي بحيث سيفقد خلال السنوات القادمة ، كما يرى أساتذة الاجتماع في شيكاغو ، القدرة على القراءة والكتابة بسبب التلفزيون .

ولذلك أظهرت البحوث العلمية على وجود علاقة قوية بين التلفزيون والتمثلة بأفلام العنف والجريمة وأساليب ارتكابها ، وبين تكريس مبدأ الاستعداد النفسي للانحراف . لذلك يطلق علماء الاجتماع على التلفزيون لقب (جامعة الجريمة).

وفي رأينا أن دراسة تأثيرات التلفزيون في الاتجاهات والقيم والسلوك الاجتماعي لابد أن يقترن بدراسة تكوين الاتجاهات ، وكيفية تأقلم الشباب في المجتمع الذي يعيشون فيه ، وبعبارة أخرى عملية (التكيف الاجتماعي) التي تشمل أنواع التأقلم المباشر وغير المباشر ، والتعليم واكتساب القيم والاتجاهات .

وعلينا أن نتذكر بان الأثر التلفزيوني في تعميق السلوك الانحرافي يتحدد في جوانب محددة هي :

1- السلوك الانحرافي لدى الأطفال والمراهقين حيث أن مشاهدة أفلام العنف والعدوان قد تؤدي إلى السلوك العدواني عندهم . ويزداد هذا الانحراف كما ترى بعض البحوث في عملية التكرار المستمر للمادة ، وبعضها يعتقد بأن (هناك عوامل عديدة تتوسط بين المادة الإعلامية - وسلوك الفرد) (١٢) .

2- الجوانب المعرفية حيث أن إدراك الفرد بمعنى ومضمون البرنامج التلفزيوني هو الذي سيحدد مدى تأثيره فيه . فالإدراك جزء من الجانب المعرفي لذلك تهتم الدراسات الحديثة بمدى مساهمة التلفزيون في زيادة معدل النمو المعرفي عند الأطفال بعد أن كانت هذه الدراسات تهتم بدراسة مدى تأثير التلفزيون على الجانب المعرفي .

3- التنشئة الاجتماعية حيث اتضح من خلال البحوث والدراسات أن التلفزيون له دور واضح في هذه العملية ، خاصة عند الأطفال ، ولعل عبارة (ألبرت بندبور) رائد من رواد نظرية التعلم الاجتماعي تؤكد على أهمية التلفزيون في حياة الطفل حيث يقول (إنه بازدياد نماذج رمزية (التلفزيون) فإن دور الوالدين والمدرسين والنماذج التقليدية الأخرى للأدوار سوف تحتل دوراً أقل أهمية في التعلم الاجتماعي) (١٣).

ولكن الشيء الذي يثير القلق في رأينا ، وتتوفر فيه الأدلة موضوعان هما: التكرار الواسع لأعمال العنف على الشاشة . والآثار التي تتضمنها برامج العنف والجنس . وهناك نمطان للانحراف (١٤) :

أ - التأثير المباشر للانحراف حيث يرى العالم الفرنسي (Lunders) بأن الأفلام أفسدت الشباب لأنها السبب المباشر لانحرافهم . وهناك عاملان للاتهام : التأثير الجنسي ، خاصة على جنس المراهقة ، والتأثير الإجرامي التي تصنعها أفلام الفيديو والتلفزيون .

ب - التقليد والمحاكاة عن طريق مشاهدة الأفلام حيث وجد الكثير من علماء الاجتماع والنفس أن ظاهرة المحاكاة هي ظاهرة نفسية . فالمرءق مثلاً يقلد غالباً حركات وتصرفات أبطال الأفلام : طريقة حديثهم ، ملابسهم ، وسلوكهم ، حيث يصبح هؤلاء الممثلون نموذجاً لهم في الحياة .

ويرى عالم النفس الفرنسي (جورج هوبير) أن عرض بعض الأفلام يصاحبه تكيفات على نسق دائري إلى جانب انفعالات نفسية أخرى مثل تنوع النشاط البيولوجي للعقل ، وتوتر الجهد العضلي ، مما يؤدي إلى إبراز السلوك الانحرافي للشخص . ويضيف (هوبير) نقطة أخرى وهي اختلاف هذا التكيف من مشاهد لآخر . كما أشار العلامة (أرمان لاند) إن هناك بعض الأفلام لها تأثير مسيء على الفكر وعلى التكوين الخلقي للمراهقين مما يساعد على انحرافهم . فهناك انحراف واضح في الأفلام التلفزيونية والسينمائية بما تعرضه من أفلام تنثير النزعات والتشوهات الجنسية في أحط صورها عن طريق عرضها للمتعة الحسية ، مما قد يشجع الشباب على التحلل من قيود المجتمع ومن ثم تؤدي إلى الاضطراب في القيم الأخلاقية .

والملفت للنظر أن القائمين بالاتصال في الوطن العربي والعالم الثالث يشجعون ترويج المواد الإعلامية السلبية ، حيث يؤكد (جون ماريل) بأن (العديد من المحررين يفضلون نشر أخبار نجوم السينما الهوليوودية على الأخبار المسماة بالتنموية ، وتفضل محطات التلفزيون عرض أفلام الإثارة والعنف والجنس على الأفلام الجادة) (١٥) . لذلك كانت خلاصة البحوث والدراسات بخصوص احتمالية تأثير التلفزيون على الانحراف تتجه إلى نتائج ذات طابع شمولي وغير مطلقة في أحكامها ، ومن هذه النتائج (١٦).

- 1- إن مشاهدة الأفلام لا تؤدي إلى خلق المجرم من توافر لديه الاستعداد النفسي للإجرام أو الانحراف .
- 2- إن العوامل المتداخلة مع وسائل الإعلام مثل العوامل السياسية والاجتماعية والثقافية ، وكذلك المؤسسات الاجتماعية ، قد تشارك في عملية الانحراف ، أي أن وسيلة الإعلام ليست لوحدها تؤدي إلى الانحراف .
- 3- أن هناك بعض الأفلام لها تأثير سلبي على تكبير الشباب وعلى التكوين الخلقي للمراهقين مما يساعد على انحرافهم ، وخاصة أولئك الذين لم ينالوا قسطاً وافراً من التربية الفكرية .
- 4- أن التكرار الأفلام الجنسية والعنف والجريمة تؤدي إلى تكريس السلوك الانحرافي .

وما يزيد القلق هو نتائج البحث العربية (١٧) التي اجمعت على أن الإنتاج الأجنبي المستورد يشكل أكثر من نصف ما تبثه التلفزيونات العربية حيث تشكل المادة الترفيهية الجزء الأعظم من ساعات البث اليومي . وقد قادت دراسة ميدانية أجرتها إدارة البحوث في اتحاد إذاعات الدول العربية (١٨) إلى اكتشاف مفارقة رئيسية وهي ما يمكن أن نسميها بجذلية الجذب والنفور والإقبال والحذر إزاء المادة التلفزيونية الأجنبية . فهي برأي الشباب مؤثرة ومفيدة

ولكنها غير معبرة عن الواقع العربي، وهي أداة تنقيفية وانفتاح على الآخر للإطلاع على المعلومات ومواكبة العصر، وهي أداة لتغيير الواقع الاجتماعي، وتغيير العلاقة بالأبناء (أي أسلوب التربية والتنشئة) وتغيير تصورات الزواج، ولكنها مع ذلك لها تأثير على ترسيخ مفهوم الاستهلاك للتقنيات والفردية والحرمان والتبعية.

ونعتقد أن هذه الصورة المشوشة المتناقضة تعود إلى أسباب كثيرة: طبيعة وأساليب تربية الشباب في المجتمعات العربية، وضعف استقلالية التفكير، والمحيط الاجتماعي المتناقض، وعدم التوافق مع البيئة ومتغيراتها، اليأس والإحباط من الحاضر والمستقبل، ضعف الثقافة التي تتغذى بها هذه الشريحة والتي لا تمنحها أدنى المقومات الأساسية لتأهيلها، وأخيراً، وليس آخراً، ضعف منزلة الشباب في البرامج التلفزيونية العربية ونمطيتها، والتلقي غير المنظم للمعلومات وكثافتها عبر المحطات العربية والأجنبية.

إن تحليل مستخلصات البحوث الإعلامية العربية الذي تضمن ١٣ رسالة دكتوراه و ٣٢ رسالة ماجستير و ١٨ بحثاً من تأليف عينة من الخبراء ٣٢ دراسة صادرة عن مؤسسات متخصصة في الدراسات الإعلامية يؤكد تهميش "فئات الشباب" في تعاملها وتفاعلها مع البرامج التلفزيونية (١٩).

وكان طبيعياً أن يكون أحد مواقع الرهان الأساسية للتنافس القائم اليوم بين مراكز الإنتاج والتسويق الفاعلة على الساحة العالمية في مجال الصناعات الإتصالية (أجهزة ومضامين وخدمات) يكمن في كسب الشباب في العالم (٢٠) عبر رسائل تلفزيونية متنوعة ومشوقة ومثيرة تقترب من حاجاتهم وهمومهم وتطلعاتهم.

وبقدر ما تعتبر ظاهرة الشباب عالمية بعلاقتها في ثقافة الصورة، فإن الشباب والمراهقين الذين يشكلون وزناً ديمغرافياً مهماً في المجتمع العربي (٢١). يستمدون الكثير من أنماط السلوك والمثل والقيم من وسائل الإعلام الحديثة، والتلفزيون خاصة، حيث أصبحت هذه الوسائل تنافس العائلة والمدرسة والنظم الاجتماعية.. الخ في عمليات التنشئة الاجتماعية. فاتساع الحقل الاجتماعي للمشاهدة في علاقته بالتحديث، وما أكبه من تحولات في بني أوقات الفراغ يمثل أحد العوامل الفاعلة في التحولات التي شملت جوانب الحياة المختلفة، ومن ضمنها العلاقات القوية بالثقافة والإعلام والتربية، وتأثيراتها النفسية. ولكن السؤال الجوهرى يكمن في عدة محاور: أي علاقة يقيمها الشباب مع برامج التلفزيون؟ أي علاقة توافق وانسجام أو علاقة حياد أو تحفظ أو علاقة رفض وقطيعة، وإلى أي مدى تتكامل أو تتباين الرسائل والمضامين مع تطلعات وتمثيلات الشباب للثقافة ووظائفها الاجتماعية؟ إن الواقع يشير إلى إقبال واهتمام الشباب لبرامج القنوات الفضائية ذات الطابع الترفيهي، وربما لأسباب كثيرة، فهي أحياناً تغذي لديهم شعوراً بالنقص الكبير الذي ينعكس على سلوكهم سلباً، لاحتواء البرامج على التشويق والإثارة والتنوع، وقربها لرغباتهم الثقافية والغريزية، وهو الأمر الذي قد يؤدي إلى هروبهم من برامجهم التلفزيونية الوطنية، وبل وهروبهم من محيطهم الاجتماعي المتناقض، مما قد يؤدي إلى تكوين خصائص سلوكية مضطربة تجعله ينتقل من مساهمة الفعل إلى موقع الانفعال ومن ميدان التأثير إلى خانة التأثير والاستيلاء.

والملاحظ أن القاسم المشترك لبرامج القنوات الفضائية هو المادة الترفيهية وأفلام الجريمة والعنف والرعب والجنس، أي إن ثقافة الصورة تغطي عليها أكثر من ظاهرة: الاغتراب، القلق، إثارة الغريزة الفردية، العدوانية، دافعية الانحراف، سلطة المال والنساء، حب الاستهلاك، الأنانية، عدم الاكتراث، التمرد، وكلها مفردات حياتية تتأسس في إدراك الفرد وسلوكه ومعارفه، حيث تتحول أحياناً من صورة ذهنية إلى نشاط عملي عن طريق المحاكاة والتقليد وعمليات التطبيع الاجتماعي.

لهذا نتوقع مستقبلاً أن تنشأ مشكلات اجتماعية تأخذ أبعاداً واضحة في الحياة العربية، ويتأثر فيها الأطفال والمراهقون والشباب بنتائجها السلبية. فمن المحتمل أن تخلق برامج الفضائيات الاضطراب الاجتماعي، وعدم

الاستقرار الاجتماعي، وتعميق المشاعر الذاتية أكثر من الالتزام الجماعي، ويضعف الولاء للمجتمع والوطن، وتنمية الفردية والروح الاستهلاكية، وتقوض أركان التماسك الاجتماعي، وتعميق الإحساس بالاغتراب والهروب من التصدي لواقع الحياة، وتوسيع الانبهار بالموديل الأجنبي، وإشاعة مشاعر الاستسلام للواقع، وتوطين العجز في النفوس، وإضعاف الروابط الأسرية وقيمها، وتعميق الانعزالية بين الشباب وسحبهم إلى معارك ضارية مع النظم الاجتماعية بدءاً من الأسرة وانتهاء بالدولة والأمة، وإحجام الشباب عن ممارسة الأنشطة الإنتاجية والتربوية والاكتفاء بالتعرض للتلفزيون، واختلاف الجماعة على مجموعة من القيم والاتجاهات والمعايير، والتأثير على مهارات الطفل المرتبطة بالمدرسة وعلى الكفاية المعرفية بصورة عامة، وازدياد السلوك الانحرافي والأمراض الاجتماعية.

والمهم، كما أرى مستقبلاً ضعف دور الأسرة والمدرسة في عملية التنشئة الاجتماعية مقابل الدور الكبير المؤثر لوسائل الإعلام والمعلومات على اتجاهات التنشئة الاجتماعية والعمليات الاجتماعية.

ثالثاً/ العولمة الإعلامية :

ثقافة عصر الصورة المتلفزة

يشهد القرن الحالي المزيد من الصراعات والتحديات والمتغيرات، مثلما يشهد أيضاً عولمة مثلثة الأبعاد: الأولى سياسية والثانية اقتصادية والثالثة اتصالية ثقافية، هذه الأخيرة استندت إلى القفزة التكنولوجية الهائلة التي زوجت بين المعلوماتية والاتصال والإعلام، واضعة العالم أمام منظومة إعلامية اتصالية تفاعلية تذهب به نحو مزيد من العولمة يقابلها مزيد من الاحتفاء بالخصوصيات. ذلك هو رهان البعد الثالث للعولمة المتمثل في المقدرة الديمقراطية على تنظيم التعايش الثقافي على مستوى المجتمعات والعالم. وأكثر من أي وقت مضى فإن تداخل التطورات التقنية والرهانات الاقتصادية والطوباويات الاجتماعية الذي سببته هذه الثورة الإعلامية والاتصالية أبرز الفرق بين فلسفتين كبيرتين للاتصال: واحدة تكنولوجية اقتصادية وأخرى إنسانية ديمقراطية، والتضاد بين هاتين الفلسفتين يحيلنا إلى مفهومين للاتصال: واحد معياري وآخر وظيفي.

وإذا اعتمدنا منهجية تحليلية نقدية لمفهوم العولمة، فإننا نجد أنفسنا أمام محاذير متعددة واحتمالات مستقبلية صعبة، خاصة بالنسبة إلى المجتمعات التي لا تملك موارد كافية للمنافسة، ولا إمكانات ذاتية تخولها دخول السوق العالمية وتحصيل حصتها من الإستثمار والإنتاج والترويج. وهناك من يعتقد بأهمية العولمة في الحياة الدولية باعتبارها مناسبة مهمة أمام المجتمعات لتبرز قدراتها، لتتنافس وتنافس وتستفيد من الموارد المالية الموجودة في الأسواق العالمية، ولتحقق رخاءها ونموها. وهناك من يعتقد بأنها (تهدميش للعالم النامي) وتدمير لثقافته إضافة إلى آثارها الاقتصادية والاجتماعية. ويمكن أبرازها بالنقاط التالية :

1- المستوى الحضاري والقيمي :

- تفكك التضامن الاجتماعي، واستشراء ونائر التفقر والفردانية . - تفرغ الإنسان من مضامينه الروحية والإنسانية والحضارية، واختزله إلى مجرد منتج أو مستهلك رغم وفرة الإنتاج وكثافة المغريات . فرغم التخمّة ثمة تفرغ للإنسان على المستوى الأخلاقي والحضاري .

- استشراء العنف المسلط على الإنسان وخاصة العنف المسلط على البيئة مثل التلاعب بالبيئة البشرية وخاصة بالجينات . فالاستتساخ يمكن اعتباره وجهاً مكملاً للعولمة، حيث إن الاستتساخ والعولمة يقيان صناعة التمثال

2- المستوى الإعلامي والثقافي :

- العولمة الإعلامية تسعى من خلال تكنولوجيا الثورة الاتصالية إلى نشر (مبدأ التماثل) وتحميه ليصبح التماثل بذلك أمراً واقعاً ، وتحويل المجتمع إلى كتلة متشابهة .

- تنميط الحياة اليومية بحكم فراغ ما يسمى بالمخيل الجماعي وخواصه وظهور نمط واحد من الواقع المعيشي يتصف بالتماثل السكوني. وهكذا نجد العولمة الإعلامية تركز هذا اليوم على حوادث العنف بين الجيران وقضايا القتل وحوادث الطرقات والحرائق والدعارة ... إلخ ويتم في مقابل ذلك إغفال لعدد مشاكل البشرية ، وتباين اهتماماتها والتحكم في مستويات الإنسان .

- تنميط المشاعر الإنسانية والتحكم في تشكيلها وفق منطق معين من الأولوية والأهمية ، فالتحكم الإعلامي في المشاعر البشرية وتحديد أهميتها وبرمجة أولويتها هو تحكم في المخيل الجماعي وبالتالي تحكم في ثقافات الشعوب .

- تعميق وظيفة (التشبيؤ) بإحلال عالم الموضوعات محل العالم الإنساني ، محل الذات والأشياء محل الأفراد ، باختزال القيمة الإنسانية إلى قيمة سلعية .

- تعميق ثقافة الاستهلاك، وجعل الثقافة مجرد (سلعة) لتسطيح الحياة . ويمكن القول بأن عولمة الإعلام هي عملية تهدف إلى التعظيم المتسارع والمستمر في قدرات وسائل الإعلام على تجاوز الحدود بين الدول والتأثير في المتلقين الذين ينتمون إلى ثقافات متباينة وذلك لدعم عملية توحيد ودمج أسواق العالم من ناحية وتحقيق مكاسب للأطراف المهيمنة على صناعة الإعلام والاتصال من ناحية ثانية،

وينطوي مفهوم عولمة الإعلام على مجموعة من الأبعاد والمكونات الأساسية التي نوجزها في النقاط التالية :

1- أن عولمة الإعلام هي عملية متسارعة التغير وبالتالي لم تتشكل ملامحها النهائية بعد فهي تمر بمرحلة إنتقالية وذلك لسببين رئيسيين :

الاول : أن عولمة الإعلام تعتبر أحد أبعاد عملية أوسع هي عولمة الإقتصاد والإجتماع والسياسة والثقافة ونظراً لعدم إستقرار أو تبلور عملية العولمة فأن هناك مجموعة من الرهانات والتحديات الإقتصادية والسياسية والثقافية التي تحدد مسار تطور — بل ومستقبل — عملية عولمة الإعلام .

ومجمل هذه الرهانات يقوم على تماثل جوهر عملية العولمة في مجالات الإعلام والإقتصاد والإجتماع والسياسة والثقافة باعتبارها إسقاطاً للحدود السياسية وتوحيداً ودمجاً للأسواق وبالتالي وجود ارتباط وثيق وتأثيرات متبادلة بين هذه المجالات الأربعة والإعلام بما يعني أن النجاح في عولمة الإعلام يدعم من فرص نجاح عولمة الإعلام والثقافة السياسية ، والعكس صحيح .

السبب الثاني : إن عولمة الإعلام تعتمد في بعد مهم منها على نتائج الثورة لعقود قادمة وستدفعها إلى الأمام (التطبيقات) الجديدة أي الأدوات في مجال الاتصالات والتي بدأت لتوها

2- الترابط والتكامل بين مجالات الإعلام وتكنولوجيا الإتصال ومجتمع المعلومات بحيث أصبح من الصعب تعريف الإعلام أو الإتصال بمعزل عن تكنولوجيا الإتصال والمعلوماتية ، فالثورة في تكنولوجيا الإتصال أوجدت وسائل جديدة في الإتصال مثل البث التلفزيوني الفضائي والتكنولوجيا الرقمية التي وفرت إمكانيات هائلة لإستقبال الصوت والصورة بدقة وبنقاء غير مسبوقين وكذلك وسائل الإعلام المرئية التفاعلية والفيديو تحت الطلب، والصحافة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت ووسائل الإتصال المحمولة علاوة على التطبيقات المختلفة للوسائط المتعددة وقد

إرتبطت هذه الوسائل والتطبيقات بالمعلوماتية المتعددة .

وأُتاحت وسائل وتطبيقات الثورة التكنولوجية المرتبطة بالإعلام والاتصالات والمعلوماتية إمكانيات وإختيارات هائلة وأيضاً تحديات أمام الافراد والمجتمعات فقد تعاظمت قدرة تكنولوجيا الإتصال على تجاوز الحدود السياسية و النفاذ عبر الثقافات، وأُتاحت تكنولوجيا الإتصال التفاعلية واللاجماهيرية واللاتزامنية وقابلية التوصيل والشبوع والكونية .

3- النمو الهائل في إقتصاديات الإعلام والاتصالات والمعلومات وقد أفضى هذا النمو إلى مزيد من التداخل بين عولمة الإعلام وعولمة الإقتصاد فعولمة الإعلام ليست مجرد تعظيم في قدرات الإعلام على الدعوة إلى عولمة الإقتصاد أو الثقافة أو مايعرف أحياناً بنشر أيديولوجيا العولمة أي أنه ليس مجرد أداة أيديولوجية بل إن عولمة الإعلام أصبحت جزءاً أصيلاً من عولمة الإقتصاد وذلك بالنظر الى الدور الكبير لقطاع الاتصالات والإعلام والمعلومات في إقتصاديات الدول الكبرى والأسواق العالمية فالإعلام أصبح صناعة وقطاعاً مؤثراً في الإقتصاد العالمي ويمثل هذا القطاع ٤٠% من الإنتاج الصناعي العالمي ويضم أكثر من ٦٠% من اليد العاملة في العالم الصناعي .

4- توسيع الخيارات والبدائل الإعلامية المتاحة أمام الجمهور فقد وفرت تكنولوجيا الإتصال والمعلوماتية وبصورة غير مسبوفة مئات القنوات التليفزيونية ومئات المحطات الإذاعية وعشرات الصحف والمجلات المحلية والدولية ، فضلاً عما توفره من وسائل الإتصال الأحدث والمرتبطة بالمعلوماتية.

5- تقليص دور الحكومات والمنظمات الدولية في تنظيم بيئة الإعلام والاتصالات المحلية والدولية لصالح الشركات الإحتكارية متعددة الجنسية وذلك من خلال الدعوة إلى تغيير التشريعات والنظم التي تعوق التدفق الحر للمعلومات والصور والرموز بين الدول أو تمنح الحكومات أدواراً ووظائف إعلامية كالنخطيط والرقابة والمنع والمصادرة . في هذا السياق تطرح عولمة الإعلام مهام خصخصة وسائل الإعلام والإتصال وإنهاء دور الدولة في مجالات الإعلام خاصة في دعم وسائل الإتصال المحلية أو الإنتاج الإعلامي .

فالعولمة قبل أن تكون مضموناً إقتصادياً وتجارياً وسلعياً هي مضمون إعلامي وثقافي تروجه وتؤطره وسائط اعلامية متعددة مثل الفضائيات والوسائط المتعددة والشامل الإعلامي والشبكات الكونية . ومن شأن هذا الانفجار التقني أن يخلق صورة قوية ومؤثرة وفاعلة تشجع على الإنتشار السريع للأفكار وترويج البضائع وسلعة الإنسان والوجود .

إن إنعكاسات الثورة التكنولوجية شملت مراحل حلقة الإتصال والإعلام وكانت سبباً أساسياً فيما وصلت إليه العولمة من تأثيرات في هذا العصر . إنطلاقاً من أن هذه الثورة قد تركت بصماتها بوضوح على مرحلة تجميع المادة الإعلامية وتغطيتها ومعالجتها وإنتاجها ثم بثها وتوزيعها بل شملت حتى كيفية ونوع الإستماع والمشاهدة والتعامل مع وسائط الإعلام التي غيرت ظروف وفضاء العمل وهيكلية الإنتاج والمراحل التي يمر بها .

ويمكن اعتبار (حضارة الصورة) أداة من ادوات العولمة الاعلامية وحقلأ مهماً لممارسة توجهات هذه العولمة ايدولوجيا وثقافياً وإقتصادياً ودعائياً ونفسياً . ومازلنا نتذكر كيف جسدت شبكة (C.N.N) الامريكية أثناء حرب الخليج الثانية ، لأول مرة ، مفهوم العولمة بشكل قوي ونبهتنا الى قيمة الصورة الفضائية في الحدث العالمي وتكوين (القرية الاعلامية)، مع ماشكلته التغطية الخبرية للشبكة من تساؤلات مشروعة حول خطورة الهيمنة الاعلامية ومضامينها . وهذا الأمر ينطبق ايضاً ، بما حدث في حرب الخليج الثالثة قبل اسابيع ، عندما كانت الفضائيات العربية والعالمية تختزل الزمان والمكان وتتفاعل (عولمة صواريخ الكروز) مع (عولمة الصورة الفضائية) لتكون مشهداً العولمة المفزعة! وهكذا اصبحت الصورة الفضائية الرقمية تختلف عن صورة الماضي ذلك لان صور اليوم

تسبقا الواقع، بينما كانت صور الماضي تجيء تالية للواقع. ولم تعد الصورة محاكاة للواقع، بل أصبح الواقع اشبه بالمحاكاة للصور، وهذا ما يتجسد اليوم في سلوك الشباب الذي يحاكون سلوك الممثلين ولاعبي الكرة ونجوم الغناء، مثلما يجري تشكيل الحياة السياسية والاجتماعية على نحو متزايد من خلال عروض الميديا، بحيث أصبحت ثقافة الميديا لا تشغل الوقت وتستنفذ الطاقة فحسب، بل تقدم مادة متزايدة للتخيل والاحلام وصياغة الافكار والسلوك والشخصيات، وتخلب عقول الناس وتغويهم، وتدمجهم في مجتمع الاستهلاك... مجتمع الترفيه والمعلومات والاستهلاك، مما يؤثر في التفكير والسلوك. وكان طبيعياً ان تبرز هذه الثقافة الإعلامية مظاهر سلبية ابرزها:

1- هيمنة ثقافة المظهر والشكل والابهار واللمعان والاستعراض والمهرجان على حساب ثقافة الجوهر والمضمون والقيمة والعمق. وبمعنى اخر تصبح الصورة بديلاً عن الواقع حيث تزييف الوعي وغيبابه، ويتحول الانسان الى شي او سلعة.

2- اختفاء الابداع، حيث سيادة ثقافة الكثرة والاستهلاك والنقل والمحاكاة لاعمال وبرامج فنية وغنائية تلفزيونية

3- هيمنة ثقافة صناعة النجوم، وتحويل البشر الى سلع.

4- هيمنة ثقافة (التكرار) وهو عدو لدود للابداع. (٢٢)

رابعاً/ مضامين الفضائيات :

ثقافة الترفيه والاستهلاك

شهد الوطن العربي احداثاً وتحديات مصيرية، لم يكن بمنأى عن تلك القفزة الاتصالية، فشهد بروزاً لفضائيات راحت تثبت كالفطر وتتوغل على الصعد كافة: الملكية، الاهداف، التوجهات، التخصصات، البيات العمل، التوزيع الجغرافي.

وعلى الرغم من الاختلاف بين المحطات الفضائية العربية وغير العربية على صعيد انتقائها لبرامجها وبالتحديد لبرامج التسلية والترفيه، الا ان الثقافة التي تشيعها هذه الاخيرة خصوصاً ومحطات التلفزة عموماً تقوم على مجموعة عناصر، من ابرزها:

أ- السرعة والانية:

الشاشة دائماً في عجلة من امرها، لا مجال للتوقف والتفكير والعودة للوراء. هي تعمل على ضغط الزمن قدر الامكان، لان زمن البث سعره مرتفع، وكلما تمكنت من ضغطه كلما استقطبت الاعلانات. لذا نرى دائماً الاحداث سريعة، الايقاعات سريعة، صور الفيديو كليب متلاطمة، الاتصال سريعة. وهذا يعني ان ثقافة اللحظة تعني نفس التاريخ والهوية لصالح الاستهلاك والاثارة.

ب- الربح السهل والسريع

الرخاء الذي نشاهده على الشاشة في الافلام والمسلسلات، الجوائز التي يطمح بها المشاهدون، ذلك يحيلنا الى ثقافة النشاط حيث تهبط الثروة دون عناء. وطبيعي ان تغيب امام هذه الثقافة ثقافة الجهد والنفس الطويل، وتلعب الحظوظ دورها بامتياز.

ج- النجومية الاعلامية

تحولت الشاشة الى مصنع للنجوم ومقدمين ومقدمات الى عارضات الى فنانيين وفنانات ورجال سياسة

ونجوم رياضة الخ... وتتم صناعة الربح، اما نجومية الجهد والانتاج والعلم فنقع في مكانها المتواضع.

وهناك جملة اشكالات لا يمكن للفضائيات نفسها النفاذ منها ولا للباحثين اغفالها:

الاشكالية الاولى: علاقة الإعلام نفسه بالسياسة والسياسين من ناحية، وبما يسمى بالرأي العام من ناحية ثانية، وما ينتج عن ذلك من اشكالية كبرى تتجلى بالآثر الذي يمكن ان يحدثه تحالف السلطة والمال والإعلام على الحياة السياسية وعلى الاعلام.

الاشكالية الثانية: مرتبطة بالتلفزيون نفسه كوسيلة لها الياتها في العمل الاعلامي تستدعي الملح والاني والسريع والمثير والاستعراضي، والتأثيرات المتبادلة بين الاعلام والسياسة والاقتصاد، كتراجع الديمقراطية التمثيلية لصالح ديمقراطية الرأي وتحول الاتصال الى ايدلوجيا، وشيوع الاعلانات كظاهرة لاستقطاب الجمهور من خلال التبسيط والجدب والاثارة لدرجة التسطيح.

الاشكالية الثالثة: مرتبطة بالجمهور نفسه، ثقافته ورؤيته وبيئته السياسية والاجتماعية، وقدرته على استيعاب الخطاب الاعلامي، وقدرة الإعلام على جذب من خلال استثمار واقعه السياسي والاجتماعي من خلال التفتيس والتماثل والاسقاط.

وبغياب المشروع وغياب حتى الممارسة الديمقراطية داخل البنية الاعلامية نفسها، نجد انفسنا امام ظاهرة اعلامية جديدة تمارس وظيفة الالهة المتزايد للمشاهدين.

1- بروز البرامج السياسية ذات الطابع الانقسامي والصراعي من خلال اثارة النعرات الطائفية والقومية والعرقية، والنزاعات المحلية والاقليمية وتثوير الرأي العام.

2- البرامج الترفيهية الساعية لتفكيك البنى الذهنية العصبية على النفاذ من خلال العمل الناعم على تفجير السلوكيات وانماط الحياة بما يتناسب ومتطلبات تعريف الانتاج، عن طريق ربط المتعة بالحدثة والحدثة بالاستهلاك. وقد توطدت بعض البرامج على شاشات الفضائيات العربية بطريقة تلفها المفارقات وتصبح فيها المتناقضات بضغطة من الثقافة والبيئة والظروف والامكانات مثل تلفزيون الواقع ورسائل أ ل (اس ام اس) التي تظهر في اسفل الشاشات على المحطات الترفيهية، واغاني الفيديو كليب الاباحية وانواع من المسلسلات والافلام المدبلجة.

3- البرامج الدينية، وبالذات القنوات المتخصصة التي اصبحت بمثابة شرنقة لكل فئة اي بمعناه دفع الاسلام نحو مزيد من الانكفاء وتضييق مسافته بشكل لا يقبل التنوع ولا الاختلاف، ولا حتى الرحمة والغفران، ولا مشاركة الفرق والطوائف فيما بينها على اغناء الفكر الاسلامي وجعله اكثر رحابة.

4- البرامج الاخبارية والحوارية، حيث الاخبار يطغى عليها الجانب الدعائي للانظمة، والكوارث والحروب والقتل، بينما تراجعت الاخبار التي تمس حياة المواطنين العادية، وتخفي اخبار منظمات المجتمع المدني، فالجمل الاخبارية اصبحت توشي اكثر مما تبرهن. اما البرامج الحوارية فانها على العموم غير حيادية، وتقوم على تنافر الاضداد وعلى التمرس على اطراف الثنائيات مما يؤدي الى تكريس الانقسامات الحادة القائمة على الصراعات السياسية والاجتماعية. (٢٣)

ويبدو أن المادة الترفيهية تأخذ حيزاً كبيراً في هذا الإغراق الإعلامي حيث تتسابق الفضائيات على نشرها وتعميقها على حساب المادة الثقافية والتعليمية والتنموية. وطوفان هذه المادة في المفردات اليومية لبرامج الفضائيات ينطلق من الاعتبار النفسي والاجتماعي أن المتلقي، وخاصة فئة الشباب أكثر ميلاً إلى الترفيه.

والملفت للنظر أن المحطات التلفزيونية العربية (الأرضية والفضائية) تسهم بشكل فعال مع القنوات الفضائية الأجنبية بنشر المادة ذات الطابع الثقافي الهابط التي لا تتلائم مع الواقع الاجتماعي، وتتعارض مع التنشئة

الاجتماعية العربية ومقوماتها. فهي تركز صور الحياة الاستهلاكية وتعرض مقومات الشخصية العربية والثقافية والقومية للتشويه والمسخ والاعتراب الحاد. حيث تتسابق هذه المحطات العربية على إرضاء الجمهور العربي، وخاصة الشباب، واجتذابه لهم بأي صورة، من خلال المواد الترفيهية، وعرض الأفلام والمسلسلات المليئة بالعنف والجريمة وقصص الحب والمغامرة العاطفية والإثارة. بل أن بعض القنوات الفضائية العربية أصبحت أشبه (بنواد ليلية) تقدم لجمهورها أنواع فنون الإثارة الجسدية والغريزية وبمواصفات قد لا نجدها حتى في القنوات الفضائية الأجنبية، كما إنها لا تتورع بتقديم أنواع من الأفلام الأجنبية بدون (مقص الرقيب)، ودون اعتبارات للواقع الاجتماعي ومتطلباته.

والملاحظ بروز ظاهرة جديدة في بعض القنوات الفضائية العربية الخاصة، تتمثل بظهور ما يسمى (تلفزيون الواقع) الذي يعرض نسخ معربة من برامج امريكية واوربية، تقوم فكرتها على جمع عدد من الفتيان والفتيات في بيوت، للعيش سوياً، ضمن ظروف محددة، امام كاميرات تلفزيون، تثبت في غرف هذه البيوت ليعيشوا حياة طبيعية، مثل برنامج (ستار اكاديمي) و (على الهوا اسوا) و (الرئيس)، وكلها برامج تتسابق على ارضاء الجمهور العربي، وخاصة الشباب، لأسباب تجارية مادية، مع بروز ظاهرة دخول المال العربي، بشكل سلبي، الى الانتاج الإعلامي والفني، دون اعتبارات للواقع الاجتماعي، بحيث اصبح الاستثمار في هذا المجال يأخذ مداه السلبي في تعميق ثقافة الاثارة. مع ما قد تحمله من توجهات سياسية وفكرية ملغومة، تريد تدمير الواقع العربي وبنيتها الاجتماعية وثقافته وقيمه. ان ما نجده الان عبر القنوات الفضائية العربية هو شيء جدير بان نصفه بأنه (ثقافة مستعارة) حيث يجري استيراد المكون الثقافي الغربي الأمريكي او الأوروبي برمته، ويغرس في قلب ثقافة اخرى لم تسهم في تكنولوجيا الصورة بأي شيء جدير بالذكر.

وهكذا توجّه الثقافة الغنائية والموسيقية المستعارة، مثلاً توجّه ثقافة العنف المستعارة الى فئة مستهدفة خاصة من الجمهور، فئة المراهقين والشباب، فئة تنتم بالقابلية بالايحاء والاستغراق في احلام اليقظة وانفتاح نحو عالم الطموح والرغبة في تحقيق الذات والبحث عن مثل عليا يجري التوحد معها فلا تجد امامها سوى نموذج العنف الذي تبثه الافلام او نموذج الجنس الذي تطلقه الاغاني. وباختصار هناك صناعة ثقافية إعلامية لا تعتمد على المقاييس الفنية والجمالية بقدر اعتمادها على الجذب والإثارة لتسطيح الفكر والحياة، وخلق الوعي المشوه والمبسط، وهدر الوقت وإضاعته، وإضعاف مشاركة الشباب المثمرة في النشاطات المختلفة.

والملاحظ أن القاسم المشترك لبرامج القنوات الفضائية هو المادة الترفيهية وأفلام الجريمة والعنف والرعب والجنس. أي أن ثقافة الصورة تطغى عليها أكثر من ظاهرة: الاعتراب، القلق، إثارة الغريزة، الفردية، العدوانية، دافعية الانحراف، سلطة المال والنساء، حب الاستهلاك، الأنانية، عدم الاكتراث، والتمرد، وكلها مفردات حياتية تتأسس في إدراك الفرد وسلوكه ومعارفه، حيث تتحول أحياناً صورة ذهنية إلى نشاط عملي عن طريق المحاكاة والتقليد وعمليات التطبيع الاجتماعي.

لهذا نتوقع مستقبلاً أن تنشأ مشكلات اجتماعية تأخذ أبعاداً واضحة في الحياة العربية، ويتأثر فيها الأطفال والمراهقون والشباب بنتائجها السلبية. فمن المحتمل أن تخلق برامج الفضائيات الاضطراب الاجتماعي، وعدم الاستقرار في العلاقات الاجتماعية، وتعميق المشاعر الذاتية أكثر من الالتزام الجماعي، ويضعف الولاء للمجتمع والوطن، وتنمية الفردية والروح الاستهلاكية، وتقوض أركان التماسك الاجتماعي، وتعميق الإحساس بالاغتراب والهروب من التصدي لواقع الحياة، وتوسيع الفجوة بين الأجيال دون محاولة تذويب الاختلاف، والانبهار بالموديل الأجنبي، وإشاعة مشاعر الاستسلام للواقع، وتوطين العجز في النفوس، وإضعاف الروابط الأسرية وقيمتها، وتعميق الانعزالية بين الشباب وسحبهم إلى معارك ضارية مع النظم الاجتماعية بدءاً من الأسرة

وانتهاء بالدولة والأمة، وإحجام الشباب عن ممارسة الأنشطة الإنتاجية والترويحية والاكتفاء بالتعرض للتلفزيون، واختلاف الجماعة على مجموعه من القيم الاتجاهات والمعايير، والتأثير على مهارات الطفل المرتبطة بالمدرسة وعلى الكفاية المعرفية بصورة عامه، وازدياد السلوك الانحرافي والأمراض الاجتماعية .

ويمكن تحديد الوظيفة الإعلامية للفضائيات العربية بالنقاط الآتية :

1- الوظيفة الخبرية، حيث شهدت المنطقة العربية ظهور فضائيات متخصصة في مختلف الميادين ، وأبرزها الفضائيات الخبرية كالجزيرة والعربية والإخبارية وغيرها، ويعود الفضل لقناة الجزيرة بأنها تمكنت من خلق تقاليد إعلامية جديدة في الحياة الإعلامية العربية ، من خلال توجيهها نحو الأخبار والخدمة الإعلامية والمنافسة المهنية ودورها في تكريس مبدأ الحوار الديمقراطي ، والحرية الإعلامية ، واحترام الرأي والرأي الآخر ، وإشاعة المعلومة الحرة التي تكشف عيوب الواقع العربي ونظامه السياسي. وقدر ما حققت هذه الفضائيات خبرية تفوقاً في المجال الإعلامي والمهني ألا أن ذلك لا يمنع القول بأن معظمها ما زالت تحت سيطرة الحكومات أو الأفراد لتحقيق مصالح سياسية.

2- الوظيفة التوعوية، والتي ما زالت تمارس دورها التقليدي في القنوات الفضائية الحكومية ، للتمجيد بالنظام وتعبئة المواطن بمعلومات مقبولة وشعارية . وهذه الفضائيات خرجت من رحم إعلام تقليدي عربي ، تتحكم به أجهزة الرقابة الرسمية ، وينطق بلسان السلطة في قولها إعلامية جاهزة ونمطية.

3- وظيفة الترفيه ، حيث أصبحت هذه الوظيفة تسيطر على الحياة العربية، وذلك بسبب الاتجاه التجاري لمعظم الفضائيات التي تغطي عليها مفهوم ثقافة الترفية في معظم برامجها ، وكلها تتسابق على أرضاء الجمهور العربي وبالذات الشباب ، لأسباب مادية وتجارية ، مع بروز ظاهرة دخول المال العربي بشكل سلبي إلى الإنتاج الإعلامي والفني ، دون اعتبارات للواقع الاجتماعي ، بحيث أصبح الاستثمار الإعلامي يأخذ مده السلبى في تعميق ثقافة الأثارة .

ويحدد بعض الباحثين العرب (٢٤) اتجاهات الفضائيات العربية وأنماطها وإيجابياتها بالنقاط الآتية:

1- مهما تعددت البواعث والأسباب لإنشاء الفضائيات العربية فإن تياراً إعلامياً حقيقياً فرض قواعده ليس على القنوات المستقلة فقط ، بل حتى على تلك الرسمية التي اضطرت إلى مجازاة عصر العولمة ودخول حقول الفضائيات الحديثة شكلاً ومضموناً.

2- استحوذت على غالبية المشاهدين العرب وشغلهم عن متابعة القنوات الدولية الأخرى بسبب:

- كثرتها وتعددتها حيث وفرت خيارات متعددة للمشاهدين العرب .

- استعمالها للغة الأم ، حيث سهلت عملية التلقى والفهم .

- تنوع برامجها وتعدد تخصصاتها في مجال الحياة والعلم والفكر .

3- تقديمها أدوات تعبير إعلامية جديدة للفرد والجماعة والمجتمع في المجال السياسي وخاصة القنوات الفضائية الخبرية التي كسرت قيود الإعلام التقليدي السلطوي .

4- احدثت الفضائيات العربية تغييراً مهماً في المجتمعات العربية مما يتعلق بالتفاعل فيما بينها ، وجسدت وحدة الفكر ازاء قضايا الوطن وتحدياته وأشعرتهم بأنهم امة واحدة من خلال تشابه التراث والفكر والعادات . وباختصار أصبحت الفضائيات جزءاً من السياسة ومن حياة الناس وتشكل آراءهم وأفكارهم ومواقفهم .

5- ما زالت الحكومات العربية تسيطر على الفضائيات حتى التجارية منها أو التي تبدو مستقلة وتعمل في

الخارج بل أنها أتاحت للحكومات وسائل جديدة في الهيمنة والاحتكار في مجال الصورة والإعلام أكثر ذكاء ودهاء وأقل التزاماً بالمعايير الرسمية الثقافية والأخلاقية والسياسية، وذلك من خلال واجهات الاستثمار الإعلامي من قبل الأفراد.

6- أفسحت القنوات الفضائية العربية رغم لعبة الملكية، المجال للتحليل في جوانب جديدة من الإعلام، تجعله أكثر قرباً من الحريات، وتجعل الحكومات أقل احتكاراً من الماضي القريب وأقل سيطرة على مصادر الناس من المعرفة، وتكشف عن فاعليات إيجابية جديدة في المشهد العربي مما يتعلق بالوحدة والتقارب والتفاعل من الأزمات والقضايا العربية والعالمية.

7- لعبت بعض الفضائيات العربية دوراً مهماً في مواجهة النفوذ الإعلامي حيث أستطاعت بعض القنوات وخاصة الجزيرة، ان تواجه الآلة الإعلامية الغربية المتفوقة، وتظهر تغييراً واضحاً في التدفق الإعلامي بل وفي أسلوب ومضمون الخطاب الرسمي الغربي والعربي أيضاً، وكفي بعض الفضائيات العربية إنها أصبحت مصدراً إعلامياً وخبرياً أثناء الأزمات الكبرى للكثير من الفضائيات الدولية من قبل (CNN) و (FOX) و (BBC) وغيرها.

8- اسهمت الفضائيات العربية في ارتفاع بمستوى الأداء الإعلامي والمهني وأبتكرت اسلوباً جديداً في قنوات الصحافة الفضائية العربية المعاصرة، وخاصة في مجال النشرات الأخبارية وتقارير المرسلين والحوادث السياسية والفكرية.

9- اسهمت الفضائيات العربية في توسيع دائرة الحوار السياسي والإجتماعي حولها، الامر الذي خلق معه حماساً متجدداً للحديث في القضية الإعلامية في الوطن العربي.

وباختصار، يمكننا الاستنتاج ان هذه الفضائيات على تنوعاتها، ومهما تكن الاختلافات التي تحكمها، والغايات والاهداف التي تعمل من اجلها، فانها بمعظمها وقفت على تخوم التفكير للثقافة التقليدية السائدة، وكل على طريقتها، ومن موقعها، سواء كان اقتصاديا او دينيا او سياسيا، او اجتماعيا او فنيا، ولم تتمكن ايضا بغالبيتها من الانتقال الى مرحلة البناء، ربما لاسباب عديدة منها: ان البناء بحاجة الى بنية تحتية على الارض يستند اليها، الى خامة معرفية، الى وقائع، الى مناخ ديمقراطي فعلي يؤمن بالتنوع ويطلق المبادرات ويشجع على المشاركة، والى متغيرات دينامية يستجيب لها، وهذا ما يبدو انه هو غير متوافر في المجتمعات العربية، التي وان كانت عرفت بعضها لماما من النظام الديمقراطي انما ما زالت بعيدة عن التحول الى مجتمعات ديمقراطية. فبقية مجتمعاتها المدنية واحزابها على صورة انظمتها، اما ملحقة ومتماهية بها، واما اسيرة لاجندة الممول الاجنبي، وبقية غالبية النقابات ممالئة للسلطات الحاكمة.

خامساً/ المجتمع الخليجي والفضائيات:

البيئة والبدائل

لا يمكن الحديث عن المجتمع الخليجي منفصلاً عن (التنشئة الإعلامية) التي تشكلت بفعل ظاهرة الفضائيات، وتقاليدها ثقافة الصورة، حيث اخترقت الفضائيات العربية والخليجية سواء بنشرات الأخبار، والبرامج السياسية، والبرامج الاجتماعية الثقافية، والبرامج الترفيهية، عالم الشباب الخليجي وجعلته على درجة عالية من التبعية في ما يتعلق بمعرفة الواقع الاجتماعي المعروف أمامه من قبلها. بمعنى آخر، أصبح الإعلام الفضائي مساهماً أساسياً في تشكيل ملامح هؤلاء الشباب، بما يتلاءم مع التوصيف الذي تقدمت به مدرسة فرانكفورت للإنسان المعاصر (ذو بعد واحد، فاقد الهوية، صاحب نزعة استهلاكية، قليل الحساسية تجاه الغير، يعاني عزلة وضيقاً، أسير المرحلة الراهنة،

والأمر الواقع، والتوقيت المخيف، والسرعة الفائقة، والوقائع السريعة الكفيلة بأن تُنسيه ما قبلها، وتتركه يتحفّر لما بعدها، أي تتركه يعيش في دوامة من النسيان والانبهار باللحظة الراهنة). (٢٥)

وهكذا أصبح التلفزيون يعبر عن ثقافة اليوم، وهي: الإحتفاء بالصورة على حساب الكلمة، وإحلال الإشباع العاطفي محل العقل، والولع بالانطباع بدلاً من الإقناع، والتخلي عن المعنى لمصلحة اللعب والتسلية.

ولم يكن عشق الشباب الخليجي فقط الانبهار بالصورة الجميلة، والأنوثة والإثارة والألوان الحية، وانما جذور المشكلة ترتبط بعوامل اضافية تتعلق بالتنشئة الاجتماعية، وتغيير وظائف الاسرة وتقاليد المشاهدة الخاطئة، حيث وقت الفراغ الطويل الذي يعيشه الشباب في الوقت الحاضر، الأمر الذي لا يجدون معه بديلاً للبقاء أمام الشاشة التي يرون أنها جديرة بأن تملأ وقت فراغهم، وبالمقابل عدم توافر البرامج والمناشط الأخرى التي لا شك أن وجودها سيسهم بدرجة كبيرة في صرف اهتمام الشباب عن كثير من برامج التلفزيون.

وهناك قضية الاعلان الذي يشكل اليوم ثقافة الشباب الخليجي في نظريته للحياة، فالمرآة أو الشاب بات يفخر بارتدائه علامة (البوما) و (النايكي) و (الأديداس)، حيث إطلاق العنان للمزيد من أوهام الجمال والحرية التميز، حتى تحولت لعبة التلاعب بالرغبات إلى محنة مريضة، راحت تفاصيلها تتبدى بوضوح على مجمل تفاصيل الحياة في الخليج العربي، حيث المسعى المحموم لامتلاك الغريب والمميز والفريد، تلك التفاصيل التي تنامت إلى الحد الذي راح المواطن الشاب يعمل وبكل ما أوتي من طاقة لامتلاك الموبايل الجديد أو الماركة الشهيرة لقميص أو سروال أو نظارة شمسية، ليعمل جاهداً للخلاص منها، بأبخس الأثمان بعد أن ينتهي من العرض المؤقت، حتى صار المزيد من الشباب مجرد عارضين لماركات ومنتجات عالمية من دون وعي بالعواقب التي راحت تعتصر ميزانية العائلة، وتعرضها لمكابدات مالية لا يمكن التغاضي عن أضرارها البالغة، وعلى مختلف الصعد الاقتصادية منها والاجتماعية والثقافية. فهذه أزمة تصنيع الرغبات والتلاعب بأحلام فئات المراهقين والشباب، التي لم تتوقف عند مدركات الموجه الاستهلاكي والاقتصادي، بقدر ما كان التركيز موجهاً نحو الموجه الثقافي والسمعي لبناء النموذج الإدراكي الذي يخضع وبالمطلق إلى الرموز الإعلانية التي راحت تؤكد الماكينة الإعلامية، عبر ربط الحاجات البشرية الأساسية برموز إعلانية بعينها. ومن هنا تحديداً يتبدى مجال الخطر الداهم الذي يتهدد توجهات وتطلعات الشباب العربي الخليجي، الذي يقف على مفترق الطرق، بين انتمائه وهويته وقيمه وتقاليد، وبين الواقع الذي يعيشه العالم حيث الزحف الإعلاني الذي يترصده من قبل المؤسسة الدعائية باعتبار ارتفاع مستوى الدخل في المنطقة. (٢٦)

وهناك مؤشرات خطيرة للغاية أهمها فقدان الشعوب الخليجية بشكل عام والشباب بشكل خاص الثقة بوسائل الإعلام الرسمية التي باتت تشكل عائقاً حقيقياً أمام تطلعات الأجيال الصاعدة التي ولدت ضمن منظومة إعلامية عالمية تنشد الحرية وترفض تحويل الإعلام إلى بوق للسلطة، ومنبراً لتزييف الحقائق، بينما أدى هذا الواقع إلى هروب الشباب إلى الفضائيات الخليجية الخاصة التي تركز شاشاتها لتقافة التسلية والترفيه يقوم على مجرد الاستهلاك، وتحويل شاشاتها إلى مصنع للنجوم من مقدمين ومقدمات إلى عارضات، وإلى فنانين وفنانات. تتمثل في الجولات اليومية من الصور التي تبتها، وهي جرعات تحلّ منطوق الإغراء محلّ منطوق الإقناع، وتدمج كل شيء بالترفيه والاستعراض. وهذا ما نلاحظه خلال السنوات الأخيرة ممثلاً في قنوات التسويق وقنوات صناعة الترفيه والربح السريع (قنوات الفيديو كليب والدرشة عبر الرسائل النصية).

من الجانب الآخر، نلاحظ أن اهتمام دول مجلس التعاون الخليجي بالشباب وقضاياهم لم يكن في المستوى المطلوب رغم وجود صعوبات ومشكلات عديدة، لعل من أبرزها البطالة والانحراف السلوكي والانحراف والتشتت الفكري والتطرف الديني والاضطرابات النفسية والاجتماعية. وبسبب المتغيرات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، واجه الشباب الخليجي تحديات وتغيرات أثرت بشكل واضح على فكره وسلوكه ومدراكه المعرفية أبرزها تغيير

وظائف الاسرة والانفتاح الإعلامي والعولمة.

وتمثل فئة الشباب والناشئة نسبة كبيرة في التركيبة السكانية للمجتمعات الخليجية، فالذين اعمارهم تقع بين ١٠ سنوات و ٢٩ سنة تتراوح نسبتهم في دول مجلس التعاون بين ٣٢،١% كما في قطر و ٤١% في السعودية. ويبلغ نسبتهم ٤٠% من مجموع التركيبة السكانية من المواطنين في دول مجلس التعاون (٢٧).

والملاحظ من خلال الدراسات الاجتماعية والإعلامية (٢٨) التي اجريت في منطقة الخليج العربي، وجود ظواهر عديدة ابرزها :

1- الضعف الشديد في تكيف الشباب الخليجي مع الواقع المرتبط بالتكيف بالمدرسة او الاسرة او الوظيفة او العلاقات الاجتماعية او بهم جميعا، وهذا ادى الى بروز السلوكيات المنحرفة كأرتكاب الجرائم و ادمان المخدرات او ارتكابهم اعمال ارامية.

2- الانسحاب من المجتمع والركون الى العزلة والانكماش في الذات.

3- عدم اقتناع الشباب بالقيم والنظم والتقاليد والموروثات التي يمارسها المجتمع، وكلها ادت الى خلق الجفاء والغربة وانتشار الامراض والاضطرابات النفسية والمشكلات الاسرية بين الوالدين.

4- افتقار الجدية في التعامل مع الحياة، والتركيز على الجانب الترفيهي السلبي، حيث بمضون الساعات الطويلة في متابعة القنوات الفضائية او في استخدام شبكة الانترنت والالعاب الالكترونية، اضافة الى المبالاهة من خلال الاهتمام بالمظاهر كمتابعة الموضة والتباهي بالملابس واجهزة الجوال والسيارات والمقتنيات الاخرى.

5- انتشار ظاهرة البطالة بين الشباب في دول مجلس التعاون، رغم توافر الثروات الطبيعية في هذه الدول ومحدودية الكثافة السكانية، مما قد يخلق شعورا بالخوف والقلق عند الشباب على مستقبلهم، وعدم الرغبة في مواصلة الدراسة. وشعورهم بالدونية والعنوانية اتجاه المجتمع. وتشير منظمات دولية وخبراء اقتصاديين الى ان البطالة بين الشباب تتراوح في بعض الدول الخليج بين ١٣% الى ٣٠%. ولعل الباحث يستشهد بما قاله احد المسؤولين السعوديين من ان هناك ٣،٢ مليون سعودي يبحثون عن وظائف. (٢٩)

6- تغيير وظيفة الاسرة الخليجية بسبب طبيعة الحياة ومتغيراتها، وارتفاع المستوى المعيشي للأسر، مما ساعد على ضعف التنشئة الاجتماعية، بحيث اصبحت الاسرة الخليجية تعتمد على التنشئة الجسمية وتوفير الجوانب المادية للابناء والبنات واهمال الجوانب التربوية والاجتماعية، وايقال مهام التربية والتنشئة الى الخدمات والمربيات، اضافة الى غياب الحوار والتواصل في كثير من الاسر.

7- هناك اشكالات مختلفة من العنف يمارسها بعض الشباب في مواقف الحياة اليومية تعود لعدة اسباب نفسية واجتماعية واعلامية مثل الانفعال والعصبية والحرمان العاطفي، وسوء التنشئة الاجتماعية، والخلافات الاسرية وتلك الاسرة، والظلم والفرقة وعدم المساواة بين الابناء، ومشاهدة البرامج الترفيهية بأنواعها، وافلام العنف والجنس، ومخالطة رفقاء السوء، وفقدان المعايير وضعف القيم الدينية، وضعف الاشراف أو الضبط الأبوي .

8- ان معظم الشباب الخليجي يقضون وقتاً طويلاً يومياً في مشاهدة التلفزيون بمعدل ثلاث ساعات وأكثر، يأتي الترفيه بالدرجة الاولى كوسيلة لقضاء الوقت، بينما تأتي الثقافة في المرتبة الأخيرة في الاهتمام، فأحتلت برامج الأغاني والموسيقى المرتبة الأولى في اهتمام الشباب وخاصة الفيديوكلوب، بينما جاءت البرامج الرياضية في المرتبة الثانية ثم أفلام العنف والجريمة والجنس في المرتبة الثالثة، والبرامج الدينية بالمرتبة الرابعة، ثم المسرحيات والبرامج الاخبارية البرامج التربوية والثقافية في المرتبة الاخيرة.

9- ظهور علاقة قوية بين التلفزيون ومضاره في دول الخليج من ناحية انتشار الجريمة والعنف وشيوع

الرديلة والكسل التراخي، وازدياد واضح في الجانب الاستهلاكي، حيث كانت الاغاني والأفلام والإعلانات لها الدور البارز في زيادة ثقافة الاستهلاك، وما سببته هذه الظاهرة من ظهور مشكلات اجتماعية واقتصادية ونفسية للشباب وأسره، والتأثير على المستوى الدراسي، وزيادة القلق والتوتر والشعور بالإحباط. إضافة الى تأثيرهم بثقافة التلفزيون من ناحية الموضة في الأزياء والإكسسوار وقص الشعر وتقليد النجوم من ناحية السلوك وطريقة الكلام والألفاظ المتداولة في التلفزيون.

والسؤال: ماهي البدائل المتاحة لما تبثه القنوات الفضائية في المجتمع الخليجي؟

البديل الاجتماعي: تطوير السياسة الاجتماعية

الملاحظ بان السياسة الاجتماعية آراء الشباب في دول الخليج تفتقر بشكل عام الى سياسات واستراتيجيات متكاملة تهتم برعاية الشباب، وتعدد الجهات والهيئات المسؤولة عن رعاية الشباب، والاقتدار احياناً الى هيئة او مجلس اعلى للشباب يناديه رسم سياسات واستراتيجيات لرعاية الشباب في هذه الدول ومتابعة تنفيذ السياسات والبرامج، إضافة الى انخفاض الدعم المادي لتبني السياسات والبرامج الشبابية وتطويرها مما أدى الى جمود البرامج الشبابية وعدم مساهمتها للتجديد والتطوير، مع اغفال واضح لدور المتخصصين في مجال رعاية الشباب والخدمة الاجتماعية سواء على مستوى الادارة او التخطيط.

ان معرفة احتياجات الشباب ومشكلاتهم هي حجر الزاوية في التعامل مع ازمة الشباب وقضاياهم والتحديات التي تواجههم، مثلما هي الاساس لرسم الاستراتيجيات التي تشمل:

- 1- انشاء مجالس او هيئات عليا للأسرة وللشباب في دول مجلس التعاون وظيفتها الرئيسية بناء استراتيجيات شاملة ومتكاملة لرعاية الشباب.
- 2- الاهتمام بالأسرة وعلاج المشكلات التي تعترضها من خلافات زوجية والتفكك، وهذا يستدعي انشاء مجالس للأسرة لرعاية الأسرة الخليجية وتقديم الاستشارات الاسرية.
- 3- التأكيد على اهمية الحوار والتواصل بين الافراد واحترام آراء الآخرين خاصة من خلال الأسرة
- 4- معالجة الفقر ومسبباته، ويجاد فرص عمل للشباب.
- 5- الحد من ترخيص الأنشطة التجارية والترويجية ذات الاثر السيئ على الشباب ومراقبتها ودراستها او وضعها مثل مقاهي الشيشة والانترنت.
- 6- اعادة النظر في الخطط الدراسية ومناهجها وتعميق الهوية العربية والاسلامية.
- 7- التركيز في الاستثمار على التعليم والتدريب الفني والمهني للشباب.

البديل السياسي: تطوير البيئة السياسية

تقف المشكلة السياسية في الخليج بشكل خاص والوطن العربي بشكل عام عاملاً معيقاً في قضية حق الاتصال، ذلك لان تنوع المفاهيم السياسية التي تأخذ بها النخبة الحاكمة تنعكس على قراراتها من المكونات المؤلفة بحق الاتصال وبالتالي من قضية الديمقراطية ذاتها.

والاهم، كما نرى ان السياسة الاعلامية الخليجية الرسمية تتأطر بأشكاليات منهجية من ناحية العلاقة مع المواطن الخليجي المتمثلة بمبدأ (حق الاتصال) و (ديمقراطية الاعلام) فهناك فجوة واضحة بين الاعلام كرسالة حضارية وبين المواطن وهذه الفجوة تتجسد في اكثر من اتجاه:

التناقض بين التشريعات الاعلامية والسياسية والتطبيق، وضعف حق الاتصال، فالدساتير الخليجية جميعها

تنص على مبدأ حرية التعبير وحرية النشر وحرية الصحافة والإعلام، وافرقت لها بنوداً خاصة في تشريعاتها المختلفة متضمنة عبارات تؤكد حق الإنسان الخليجي في الاتصال والإعلام وممارسة دوره الانساني عبر اجهزة الإعلام، غير ان هذه النصوص جميعها مقيدة بعبارة في حدود القانون، وهذا يعني ان هناك نصوصاً قانونية توطر هذه الحرية وتحميها ضمن رؤية النظام السياسي. لأن الديمقراطية لايمكن ان تتحقق إلا بشروط ابرزها :

ان يصبح الفرد شريكاً نشيطاً وليس مجرد هدف للاتصال، وان يتزايد تنوع الرسائل المتبادلة، ويزداد التمثيل الاجتماعي او المشاركة الاجتماعية في وسائل الاتصال كما وكيفا .

ولهذا لايمكن الحديث عن الظواهر الاجتماعية والإعلامية بدون الحديث عن البيئة السياسية، بمعنى تحقيق الظروف السياسية المناسبة للشباب، وإشراكهم في صنع القرار السياسي، وإيجاد منافذ لممارسة حقوقهم السياسية والاجتماعية، وتطوير قدراتهم ومداركهم السياسية، وتوعيتهم بالوطن كرمز لوجودهم، ومنحهم حقوقهم السياسية، وهذا لا يتم إلا من خلال :

1- الحق في المعرفة، أي حق الفرد في ان تعطى له المعلومات وان يسعى إليها بالطريقة التي يختارها وبالاخص عندما تؤثر على حياته وعملة والقرارات التي يتخذها لحسابه أو كعضو في المجتمع، وينتهك هذا الحق إذا حجب عنه المعلومات عن عمد أو روجت معلومات مزيفة أو مشوهة .

2- الحق في التعبير عن نفسه، أي في ان يعطى الآخرين الحقيقة كما يراها عن ظروف حياته وطموحاته وحاجاته وشكاواه وينتهك هذا الحق إذا سكوت صوته أو إذا حرم من حقه في الانتفاع بقنوات الاتصال .

3- الحق في المناقشة، لأن الاتصال ينبغي ان يكون عملية غير محدودة للاستجابة والتفكير والنقاش.

4- الحاجة إلى مبادرة تأذن ببدء مرحلة فعلية في المشاركة السياسية والتعددية الإعلامية وإعطاء الضوء الأخضر لمؤسسات المجتمع المدني لقيادة حملة الثقافة التطوعية الحاضرة الغائبة بسبب الاتكالية المفرطة على الحكومات للقيام بكل شيء .

البديل الإعلامي : خطة لمواجهة غزو الفضائيات وتحسين الشباب

بدءاً ينبغي الاعتراف بان انفجار المعلومات والمنجزات التقنية وما تحملها من إفرازات ونتائج سلبية في ميدان الحياة، وتعميق الهيمنة الاتصالية على النشاط الإنساني، وتكريس نماذجها وأنماطها وثقافتها على المجتمعات النامية ومنها المجتمع الخليجي، لا يلغي الحقيقة الأخرى بان هذه الثورة الحضارية ينبغي استيعابها وتقبلها بوعي حضاري واستيعاب ذكي باعتبارها حقيقة عصرية، لها أبعادها الثقافية في تأسيس أنماط متقدمة في مجال المعارف والمعلومات.

إن رفضها لا يلغي تواجد معنا، ما دامت تخترق حدودنا ومجتمعنا بطريقة قسرية عبر تكنولوجيا الفضاء، فلا يمكن إيقافها بوصفها منجزاً حضارياً ولا اعتبارات تكنولوجية.

لذلك فإن حل هذه المعادلة لا يتم إلا بالمزيد من العمل الإعلامي المتقدم، والوعي العميق بإيجابياتها وسلبياتها مع الإدراك الكبير بطبيعة العصر كونه (قرية صغيرة)، وتحقيق المزيد من التطور في وعي الإنسان الخليجي وتعميق ثقافته وممارسته للديمقراطية، لكي يكون قادراً على استيعاب المنجزات الإعلامية والمعلوماتية ومشاركها فعالاً في تقدم العصر .

إن مواجهة الغزو لا تقع على مؤسسات الإعلام لوحدها، بل تشترك أكثر من مؤسسة في هذه المسؤولية، ذلك لأن نتائج هذا الغزو كثيرة، اقتصادية واجتماعية وسياسية ونفسية، أو نتيجة تفاعل هذه العوامل بأجمعها. كما أن المشكلات والأمراض النفسية، ومنها الظواهر الاجتماعية المختلفة، التي تنجم عن هذا الغزو الفضائي، ترتبط بأكثر

عن عامل و اتجاه ، مما يصعب الإقرار بان عامل (الإعلام) هو العامل الحاسم في نتائج وإفرازات هذا الغزو . ومع ذلك نقول إن تغيير السلوك الذي يتحدد بالعقائد والآراء و الحقائق التي يعتقدها الفرد يتطلب تغيير المعلومات أولاً ، وتغيير الاتجاهات ثانياً ، بما يتعلق بالمشاهدة ، وهذا يرتبط بالإعلام من خلال وظيفته الاتصالية التي تتعامل مع ثلاث متغيرات هي : المعرفة والاتجاه والسلوك . وبمعنى آخر فإن الرسالة الإعلامية التي تريد التقليل من آثار الغزو وتحسين الشباب الخليجي لابد أن تهدف إلى ؛ تغيير المعلومات غير الصحيحة للشباب وتقوية وتدعيم المعلومات الصحيحة . وتغيير الاتجاهات والمواقف غير المستحبة لجمهور الرسالة (الشباب) وتقوية الاتجاهات المستحبة منها ، أي نقل اتجاه الشاب المستهدف من منطق الموافقة تجاه المادة الإعلامية الإيجابية إلى منطق الرفض للمادة الإعلامية السلبية ، وتغيير سلوك الشاب المدمن على مشاهدة المدة الإعلامية السلبية إلى اتجاه ما يعزز ترسيخ تقاليد المشاهدة الإيجابية .

وبقدر تعلق الأمر بالدور الأساسي للمؤسسات الإعلامية في مواجهة غزو الفضائيات، والتقليل من أثارها، فإنه من الضروري وضع بدائل عديدة في مختلف المجالات السياسية والاجتماعية وإعلامية، وسنركز في البحث على البديل الإعلامي من خلال مقترح خطة اعلامية تأخذ مسارين : خطة إعلامية لمواجهة الغزو الفضائي ، وخطة إعلامية لتحسين الشباب . مع الاعتراف باهمية البديل الاجتماعي والسياسي في هذه الخطة .

الخطة الأولى المتعلقة بمواجهة الغزو ، ينبغي وضع استراتيجية واضحة المعالم وواقعية من ناحية التنفيذ ، بما يتعلق بالطرق والوسائل الكفيلة للتقليل من طوفان المادة الإعلامية السلبية في الفضائيات . وبمعنى آخر معالجة المشكلة والتصدي لها ، والتقليل من حدتها ومظاهرها ، وهذا لا يتم إلا بالطرق العلمية والخطط الشاملة ، ذلك لان التصدي للغزو الفضائي يبدأ عندما تستوعب الخطة الأهداف الجوهرية لظاهرة الغزو باعتبارها شكلاً من أشكال الاحتلال الفكري والثقافي، دون اسقاط الجانب الاقتصادي ، فهي ظاهرة لا تتجه نحو الفرد فحسب ، وإنما إلى المجموع لتحقيق هدف أكبر وأشمل تمهيدا للسيطرة بمعناها الواسع .

فالغزو له أهداف كثيرة تتمثل في التأثير في ثقافة البلد ، ومحاولة تشويه حضارته وتراثه، بإدخال البدائل الثقافية الأجنبية للتأثير على سلوك الشباب وعاداتهم ومعتقداتهم واستبدالها بما هو مستورد ، لخلق ثقافة الاستهلاك ، ونقل الموديل الأجنبي للحياة العربية ، ونشر الأفكار والعادات والقيم التي لا تتلاءم مع الواقع وخصوصيته .

الخطة الثانية والمتعلقة بتحسين الشباب ، تتضمن عناصر مهمة تتعلق بتعبئة الشباب سياسياً وثقافياً ، وتعميق وعيه بمضامين الغزو وسلبياته وتطوير وسائل إعلامه الوطنية ومضامينه . لذا فإن المخطط الإعلامي ينبغي أن تتوافر لديه المعلومات الشاملة قبل وضع الخطة : الظروف الحالية للنظام الإعلامي للمجتمع إلى جانب النظام السياسي والاجتماعي والاقتصادي ، حيث أن النظام الإعلامي لا يستطيع العمل في عزلة عن بقية الأنظمة في المجتمع . كما أن المخطط ينبغي أن ينتبه للمرحلة التي يمر بها البرنامج الإعلامي ، إضافة لمعرفته الشاملة عن التركيبة الاجتماعية والاقتصادية للسكان ، وعلاقتها بالتجانس والاختلاف .

وبشكل عام فالخطة الإعلامية الخاصة بالمواجهة والتحسين تحتاج إلى اتباع خطوات ضرورية : تحديد الأهداف ، تحديد الجمهور ، قنوات الاتصال ، تحديد الأساليب . كما أن وضع الخطة الإعلامية تمر بتقسيمات ثلاثة : خطط قصيرة المدى ، متوسطة المدى ، وطويلة المدى . وهذه الخطط خاضعة إلى الخطة المركزية أي (الاستراتيجية) .

إن وسائل الإعلام الخليجية تستطيع أن تساهم مع المؤسسات التعليمية والتربوية والاجتماعية والشبابية في التقليل من آثار الغزو وتحسين الشباب ، بوضع خطة واضحة الأهداف ، والقيام بعمليات التنسيق المشتركة للحد من

الظواهر السلبية في المجتمع ، لأن هذه الوسائل ، وخاصة التلفزيون ، تستطيع بحق أن تساهم وطنيا وتربويا في غرس القيم الإيجابية وخلق الأنماط المقبولة في سلوك الأفراد وتفكيرهم ، وذلك من خلال رسالة إعلامية ذكية في مضامينها ، ومتطورة في أساليبها الفنية و ملبية لحاجات الشباب و تفكيرهم بعيدا عن أسلوب الوعظ والإرهاب .

وهذا يدفعنا إلى تقرير أكثر من حقيقة إعلامية:

الحقيقة الأولى: التأكيد على أهمية بناء رسالة إعلامية خليجية تتفق مع الواقع الاجتماعي والاقتصادي وتلبي حاجات الشباب ، وتكون قريبة لمشكلاته وهمومه ومعبرة عن أفكاره واتجاهاته . وهذا لا يتم إلا بمعرفة الشباب : خصائصه ، أنماط تفكيره ، حاجاته ، متطلباته ، رغباته المعرفية ، وتطلعاته ، بقصد إنجاح الرسالة الإعلامية من حيث قوة الإقناع والتأثير وهذا مرتبط بخلق المؤسسات العلمية والمعلومات الصحيحة عن الشباب . الحقيقة الثانية : خلق التوعية الشبابية للمشكلات والظواهر من خلال وسيلتين هما : الإعلام والتعليم ، وضرورة ترابطهما جدليا بما يجعل التنسيق في خدمة الهدف المركزي . الحقيقة الثالثة: التحكم في المادة الأجنبية من خلال تشديد الرقابة عليها ، والتقليل منها في محطاتنا الوطنية ، والاهم في رأينا ، خلق الوعي بمضارها . الحقيقة الرابعة: تتمثل في إعطاء الشباب الفرصة للتعبير عن آرائهم وأفكارهم وتطلعاتهم في وسائل الإعلام، بل إن من واجب المؤسسات الإعلامية الخليجية إشراك الشباب في صنع القرار الإعلامي ، والمشاركة في إنتاج برامجهم ، صناعة وكتابة وتنفيذ .

ولابد من الإقرار ، بأن واقع الإعلام الخليجي الرسمي ونمطيته ، أحد العوامل المساعدة في هروب الشباب للقنوات الفضائية الأجنبية والفضائيات الخليجية والعربية ذات الطابع الهابط التي يجد فيها متنفسا لأفكاره وهمومه و تطلعاته ، فهناك شبه إجماع من قبل الباحثين العرب حول واقع الإعلام الخليجي بشكل خاص والعربي بشكل عام الذي يتلخص بنقاط جوهرية : عدم فعاليته في تحديث المجتمعات العربية ، عدم قدرته على استيعاب المعطيات الحضارية والتطور التكنولوجي الدولي ، ضعف محتواه وأساليبه التعبيرية ، تخلف وظائفه في ضوء التطور الحضاري الإعلامي ، سلطوي التوجه والتعبير ، يفنر إلى المشاركة الجماهيرية في صنع القرار الإعلامي ، لا يقوم على أسس خطة متكاملة، الاعتماد على المنتجات الإعلامية الخارجية ، سياساته ينقصها التنسيق والتفاعل مع المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية والثقافية مما يجعلها تعاني من التناقض والتكرار ، ضعف حق الاتصال وديموقراطيته ، بروز مبدأ سياسة إخفاء المعلومات وهو ما يجعل الجمهور ينصرف عن أجهزته الإعلامية بحثا عن مصادر أكثر ثقة وصدقا وديموقراطية ، نمطية الرسالة الإعلامية شكلا ومضمونا وابتعادها عن حاجات ومشكلات المواطن الخليجي . الحقيقة الخامسة: بناء نموذج متكامل ومتطور للثقافة الإعلامية العربية قائمة على مبدأ تكاملية عوامل الثقافة كعملية مترابطة تتألف من عناصر عديدة أبرزها وسائل الإعلام . وما يمكن أن تقوم به من دور فعال في حياة الشباب وتنشئتهم اجتماعيا ووطنيا من خلال :

1- عصرنة الإعلام ، تقنيا وسياسيا واقتصاديا ، بمعنى إعادة الأساس التقني للإعلام العربي بصيغة (الاستيعاب) وليس (النقل الآلي) ، وتطوير النظام السياسي العربي وجعله ملبيا لطموحات الإنسان الخليجي وحرية ، وتحقيق أكبر قدر من المشاركة الجماهيرية في عمليات الاتصال والإعلام بحيث لا يقتصر دور الجماهير في التلقي والاستقبال السلبي للوسائل الإعلامية . وإقامة صناعات ثقافية واتصالية تشمل صناعة مواد الإنتاج الثقافي ووسائله وصولا إلى تحقيق الأمن الثقافي .

2- جعل التراث العربي الإسلامي المعين الذي يجب أن يستخدم كقاعدة عريضة تغذي الثقافة الإعلامية العربية . باعتبار أن هذا التراث له معطياته النفسية والقومية لتحجيم عقدة النقص الذي يسببه الغزو الفضائي في نفوس الشباب ومصدرا ثريا لمواجهة تحديات الحياة الجديدة ، وعاملا مساعدا لتشكيل تجانس ذهني وروحي بين شباب الأمة .

3- بقدر ما تشكل القنوات الفضائية العربية إحدى المناطق الحيوية لاختراق المادة الأجنبية، فإنها يمكن أن تكون وسيلة ثقافية لوحدة الفكر بين الشباب العربي، ومصدراً مهماً لهم في تكوين رؤية ثقافية موحدة إزاء المشكلات، والخروج من مأزق الثقافة الإعلامية المعاصرة. فالفضائيات العربية، كما أرى، قربت صورة الوطن الكبير بمدنه وثقافته وهوميه وحياته ولغته المشتركة، وعمقت مفهوم وحدة الثقافة والمصير المشترك، أكثر مما فعلته النظريات والتجارب الوجدانية والكتابات القومية، رغم اعترافنا بأن السياسة الإعلامية العربية لا تزال تعمل في إطار الثقافة القطرية، ومبدأ السياسة الإعلامية المركزية الشديدة.

الحقيقة السادسة: تتمثل في إيجاد لجان علمية متخصصة في أجهزة الإعلام قادرة على التقليل من آثار الغزو وتحسين الشباب، وذلك من خلال بعض الإجراءات العلمية:

1 - اعتماد مبدأ التخطيط العلمي للتلفزيون باعتماد المعلومات والبحوث الميدانية الإعلامية والاجتماعية والنفسية لمعرفة الشباب واتجاهاتهم وتقاليدهم المشاهدة وأنماطها، ورغباتهم وأفكارهم وتطلعاتهم، مما يسهل على المخطط تحديد الهدف من الرسالة، والقدرة على التأثير والإقناع.

2 - إنشاء لجان متخصصة من رجال العلم في مختلف الاختصاصات لاستيراد المادة العلمية الأجنبية وفحصها من جميع جوانبها، ومدى ملاءمتها للواقع الاجتماعي ضامناً لاختيار المناسب منها، وتحقيقاً لمنع الهدر الاقتصادي.

3 - التقليل من أفلام العنف، والتقليل من تكرارها، خاصة تلك الأفلام التي تتحدث بالتفصيل عن السرقة وطرق الجريمة ووسائلها. إضافة إلى التقليل من حدة الإثارة على اختلاف أنواعها لما لها من أثر في إشاعة الاهتزاز العاطفي لدى الشباب، ودفع من يستجيب لتلك الإثارة القيام بما ينافي القيم الإنسانية والأخلاقية. إضافة إلى الابتعاد عن الأفلام والإعلانات التلفزيونية التي تحتوي مضامينها أو أشكالها على عرض النماذج الغربية في الحياة والاستهلاك، خاصة تلك التي تصور بذخ الحياة البرجوازية لأسباب مقصودة، أو التي تروج للنمط الاستهلاكي، والتي تستفز مشاعر الشباب وتدفعهم إلى السلوك الإجرامي لتحقيق ملذاتهم ورغباتهم.

4 - إحكام الرقابة على أفلام CD التي أصبحت ظاهرة سلبية في حياة الشباب بسبب اختياراتهم الخاطئة لبعض من أنواع الأفلام. وهو الأمر الذي يجعلنا ندعو لمراقبة شديدة لهذه الأشرطة التي تخل بالأداب، وإيجاد رقابة من الأسرة على الأفلام.

5- زيادة الخدمات أو القنوات على المستوى الوطني، ونشر الخدمات التلفزيونية المحلية والإقليمية الجادة. وهذه المنافذ الوطنية ينبغي أن تتناسب مع تعدد المستويات والاحتياجات الثقافية والاجتماعية لفئات المشاهدين، ومنهم الشباب، من شأنها الاستغناء عن القنوات الأجنبية.

6- أحداث نقلة نوعية في البرامج المقدمة والاهتمام بفئات المجتمع وخاصة فئة الشباب. والتركيز على الإعلام الشبابي وعدم الاقتصار على الإعلام الرياضي، والأهم توعية الأسر عن طريق الإعلام بالمخاطر والتحديات التي يتعرض لها الشباب وكيفية مواجهتها.

7 - الحد من الفضائيات الترفيهية ذات الطابع الغريزي، وخاصة القنوات الغنائية الخليجية والعربية التي تنتشر عادة في المناطق الإعلامية الحرة، والمتأثرة بنموذج القنوات الأجنبية، وبالذات قناة qs، بسبب ماتحتويه من صور لمشاهد جنسية وعدوانية ذات طبيعة غامضة، حيث إن الشباب يستعينون عادة بالصورة المصاحبة لها في فهم هذه الأغاني التي ترتبط في كثير من الأحيان بالسلوك الجنسي. (٣٠)، وذلك من خلال التشريعات القانونية الصارمة، ومواثيق الشرف الإعلامي.

- 7- جعل تفاعل الاعلام مع النظام السياسي تفاعلا ايجابيا لخدمة المجتمع وليس تفاعلا استبداديا او تسلطيا.
- 8- أنشاء مجالس المؤسسات الاعلامية يشارك فيها قادة الراي والاختصاصيون في مجالات علم النفس والاجتماع والتاريخ والاعلام والسياسة والشؤون العسكرية لاعداد الدراسات والبحوث الاعلامية من جهة ولخلق الثقة بالاعلام الوطني من جهة اخرى.
- 9- الالتزام بحماية الإعلام وإبرام موثيق الشرف الاعلامي، والاعتراف بحق النقد والمعارضة .

الخلاصة :

إن معطيات الثورة الإعلامية يمكن أن تسبب بتفاقم الأوضاع الاجتماعية والأزمات ، وتزيد من التأثيرات الاجتماعية والنفسية على الشباب نتيجة طوفان المعلومات وما تسببه في عصر (العولمة) من احتكار وتسلط على العقل الإنساني .

فإذا كان التلفزيون في عصرنا ، برأي الكثير من الباحثين ، ليس هو الأداة السحرية القادرة على تشكيل وتغيير العقائد والآراء والاتجاهات والسلوك وإنما هو أحد أدوات التشكيل والتغيير ، فإن ملامح الواقع تشير إلى تأثير الشباب الخليجي بمضامين الغزو الفضائي ، وبتأثير الفضائيات على أنماط حياتهم واتجاهاتهم ، وتأثرهم بالكثير من معطيات الثقافة الوافدة ونزعاتها الفلسفية والسياسية والاجتماعية، وهذا التأثير له مسبباته الموضوعية المرتبط بالواقع الاجتماعي السياسي وبمشكلة التخلف البنيوي للمجتمع الخليجي . وتدهور الثقافة الإعلامية العربية ونمطيتها وبعدها عن مشكلات الشباب .

والأخطر ، هو انتظار ما يفرزه القرن الحالي من معطيات أكثر تطورا في الثقافة والمعلومة، وفي عصر نضج ظاهرة (العولمة) وإفرازاتها المتنوعة، وما يمكن أن يسببه هذا الوضع العالمي للواقع الخليجي من أزمات جديدة، وتعميق للتبعية .

وبدون يقظة الدول الخليجية، واستيعابهم لمتطلبات ثورة الإعلام والمعلومات، والمشاركة في صناعة المعلومة، وتعميق الديمقراطية في الحياة، وتطوير التعليم وتفعيله، ومصارحة الذات ونقدها، وتوعية الشباب وتبصيرهم بأهمية العلم، يبقى الخطر قائما ، بانتظار ما تفعله الدول الخليجية لتنمية مجتمعاتهم وتطوير نظامهم السياسي وسياساتهم الاجتماعية والتعليمية، لأنه هو الرهان الكبير لتحسين شبابهم في مواجهة تحديات الثورة المعلوماتية وإفرازاتها السياسية والاجتماعية والنفسية.

الهوامش

- 1- د. علي فهمي، القيم والقيم المضادة بين التنمية بغير الطريق الرأسمالي والانفتاح الاقتصادي، مجلة العلوم الاجتماعية العدد (٤)، الكويت ١٩٨٨، ص ٢٨٠.
- 2- د. مختار حمزة، اسس علم النفس الاجتماعي، مكتبة جدة للطباعة والنشر، جدة ١٩٩٦، ص ٢٤٤.
- 3- د. عاطف عدلي العبد، الاتصال والراي العام، دار الفكر العربي، القاهرة ١٩٩٣، ص ٢٤٥ - ٢٥٥.
- 4- جمال جاسم المنيشي، نشأة المداخل العلمية لدراسة تأثير وسائل الاعلام وتطورها، المجلة العربية للعلوم الانسانية، العدد ٤٦، الكويت ١٩٩٤، ص ٦٥.
- 5- د. عبد السلام بشير الدويبي، علم النفس الاجتماعي، منشورات الجامعة المفتوحة، طرابلس ١٩٩٦، ص ٧٥.
- 6- M.Tichonor, G.A.Donohue, and C.N.Oline, (Mass Media and Differential Growth in Knowledge) Public opinion Quarterly, vol, 34, 1970, P.74
- 7- M.Rogers, Communication and Development : the Passing of the Dominant Paradigm) Communication Research (USA), vol. 3, 1979, PP.213-240
- 8- كويل، د. وويل، س، انماط الاعلام لاغراض دراسة الاتصال الجماهيري، ترجمة محمد حسن، المنظمة العربية للتربية والثقافة والاعلام، تونس ١٩٨٩، ص ٩.
- 9- لمزيد من التفاصيل عن النماذج المعاصر لتأثير وسائل الاعلام. انظر: J. Williams, k, understanding Media theory, London: Arnold 2003
- جمال جاسم المنيشي، نشأة المداخل العلمية لدراسة تأثير وسائل الاعلام وتطورها، مصدر سبق ذكره. ص ٦٢ - ٧٣.
- 10- د. انشراح الشال، مدخل في علم الاجتماع الاعلام، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة ١٩٨٥، ص ١٤٠.
- 11- لمزيد من التفاصيل عن دور التلفزيون وتأثيراته في المجتمع الأمريكي، انظر: أو سنتاري، قنوات السلطة أو تأثير التلفزيون في السياسة الأمريكية، ترجمة موسى جعفر، سلسلة المائة كتاب، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد ١٩٨٥، ص ١٤٠.
- 12- Kagan, G and Moss, h., Birth to maturity. London : wily. 1977. p.12
- 13- Bandurs, A, social learning Theory, New Gersey : prentice . Hall. P. 413
- 14- د. ياس البياتي، دراسات معاصرة في الاعلام والدعاية، دار الحكمة للنشر والطباعة، بغداد ١٩٩٠، ص ١٦٦.
- 15- Jhon, M, The word Elite press, Confernce Giving at NTSU, Denton, USA, 1980, P.160.
- 16- د. زكي الجابر، الاعلام والمؤسسة التعليمية: وقائع ندوة ماذا يريد التربويون من الاعلاميين، الجزء الثاني، الطبعة الثانية مكتب التربية العربي لدول الخليج، الرياض ١٩٨٦، ص ١٤٦.
- 17- للتفاصيل عن نتائج البحوث العربية بما يتعلق بسيطرة المادة الاجنبية على مساحات البث في المحطات التلفزيونية العربية انظر كتابنا د. ياس خضير البياتي، احتلال العقول، دار الحكمة للطباعة والنشر، بغداد ١٩٩١ م.
- 18- د. نواف عدوان، الانعكاسات الثقافية والاجتماعية للبث الاجنبي المباشر، مجلة الاذاعات العربية، العدد (١)، تونس ١٩٩٦ م. ص ٥٦.
- 19- المجلس الاعلى للاتصال المرئي المسموع، برامج للشباب، منشورات المجلس، باريس ١٩٩٣ م، ص ٢٢ (بالغة العربية).
- 20- يقدر عدد شباب اليوم في العالم حسب اخر احصائية للامم المتحدة لعام ٢٠٠٦ ب ١،٥ مليون نسمة الذين تتراوح اعمارهم بين ١٥ - ٢٥ سنة اي بنسبة ١٧،٦% من مجموع سكان العالم الذي يقدر ب (٦) بلايين نسمة. انظر: صندوق الامم المتحدة للسكان، حالة سكان العالم ٢٠٠٦، نيويورك ٢٠٠٢، ص ٤.
- 21- يشكل الشباب في الوطن العربي القاعدة العريضة للهزم السكاني اذ ان (٥٠%) من السكان هم دون العشرين عاما وان اكثر من (٤٥%) هم دون الخامسة عشرة سنة، انظر: جامعة الدول العربية، الادارة العامة للشؤون الاجتماعية - ادارة الشباب والرياضة، المشروع المشترك بين اليونسكو واتحاد اذاعات الدول العربية وصندوق الامم المتحدة للانشطة السكانية العربية حول دور الشباب في قضايا السكان والتنمية في الوطن العربي، تونس ١٩٩٠، ص ١١.
- 22- د. شاكر عبد الحميد، عصر الصورة- السلبات الايجابية، عالم المعرفة، العدد ٣١١، المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداري، الكويت، ٢٠٠٥، ص ٣٥٩ - ٣٩٠.

- 23- انظر للتفاصيل : د . نهوند القادري، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية : الوقوف على تخوم التفكير ،مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت ٢٠٠٨ .
- 24- انظر التفاصيل حول هذا الموضوع :
- د. إبراهيم غرابية ، الفضائيات العربية ، الواجب والممكن ، جزيرة نت ، بتاريخ ٢٠٠٥/٢/٣٠ و محمد قواص ، الفضائيات العربية ، تحول المواطن إلى مشاهد ، قناة المشرق ، بتاريخ ٢٠٠٥/٤/٣٠ ، وأياد البكري، عام ٢٠٠٠ - حرب المحطات الفضائية. دار الشروق للنشر والتوزيع ، عمان ١٩٩٩ .
- 25- أنظر للتفاصيل : د.السيد الحسيني، نحو نظرية اجتماعية نقدية، دار النهضة العربية للطباعة والنشر ، بيروت ١٩٨٥ ، ود.ياس خضير البياتي، النظرية الاجتماعية، الجامعة المفتوحة، طرابلس ٢٠٠٢ .
- 26- د.اسماعيل نوري الربيعي ، موقع العربية ، بتاريخ ٣٠ اكتوبر ٢٠٠٦
- 27- انظر للاحصائيات : الموقع الرسمي لمجلس التعاون لدول الخليج العربي، الامانة العامة www.gcc.org مركز المعلومات
- 28- انظر للتفاصيل بعض الكتب والبحوث الاجتماعية والإعلامية :
- أ.د. راشد بن سعد الباز ، أزمة الشباب الخليجي واستراتيجيات المواجهة، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الطبعة الاولى، الرياض، ٢٠٠٠ .
- مركز البحوث والدراسات، الشباب والدور الاعلامي الوقائي، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الرياض، ١٩٩٨ .
- عثمان سيد احمد محمد خليل، الشباب و اوقات الفراغ، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الرياض ٢٠٠١ .
- أ.د.ياس خضير البياتي ،التأثيرات الاجتماعية المحتملة للتلفزيون على الشباب/ دراسة ميدانية على شباب الامارات، مجلة (شؤون اجتماعية)، العدد (٩٠) ،جمعية الاجتماعيين والجامعة الاميركية، الشارقة ٢٠٠٦
- أ.د. ياس خضير البياتي ، يورانيوم الإعلام - حروب الأعصاب بالتقنيات الرقمية ، المكتب المصري للمعلومات، القاهرة ٢٠٠٨ .
- د.طلعت ابراهيم لطفي ، الاسرة ومشكلة العنف عند الشباب ،دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة الامارات، سلسلة محاضرات الامارات ، العدد (٤٧)، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ابو ظبي ٢٠٠١ .
- عبد الفتاح القرشي، اتجاهات الآباء والامهات الكويتيين في تنشئة الابناء وعلاقتها ببعض المتغيرات، حولية كلية الاداب، الرسالة الخامسة والثلاثون ، الكويت ١٩٨٦ .
- 29- جريدة الرياض، العدد ١٢٥٨٧ في ٦/١٠/٢٠٠٧ .
- 30- ignell,D,an introduction to television studies ,London :Rutledge2004,P.104.