

الفصل الثاني

برامج اكتشاف المواهب والصورة الذهنية

تمهيد

يتناول هذا الفصل برامج اكتشاف المواهب بشكل مفصل من حيث نشأتها وبدايات ظهورها مروراً بخصائصها، وأبرز أشكالها وواقعها المعاصر، ثم يتناول الفصل الصورة الذهنية لتلك البرامج ويتوسع في عرض مفهوم الصورة الذهنية وأشكالها.



برامج اكتشاف المواهب

من الأمور التي صاحبت انتشار الفضائيات العربية مع مطلع عام ٢٠١٣ وحتى الآن زيادة عدد برامج اكتشاف المواهب والمسابقات سواء بنسخها العربية المستقلة أو بتلك المقلدة عن برامج غربية بالأساس، فقد سمح التطور والتنامي الهائل في بيئة البث الفضائي العربي لأنواع وأنماط جديدة ومختلفة من البرامج أن تظهر وتنتشر وتحقق نسب مشاهدات عالية وضخمة تفوقت في بعض الأحيان على كلاسيكيات الشاشة العربية والتي اعتاد المواطن العربي على احتلالها الصدارة، فمع ظهور هذه البرامج - ومن قبلها برامج تلفزيون الواقع - تغيرت الكثير من معالم خريطة البرامج العربية وبدأ المواطن العربي يعيد النظر في ترتيب أولوياته فيما يخص المشاهدة، حتى وصلنا بسبب هذا الأمر إلى أعداد كبيرة من برامج اكتشاف المواهب، وما زالت الخريطة البرامجية تتسع لمزيد من هذه البرامج، ولا شك أن زيادة عدد هذه البرامج في الأساس يعود لإقبال المشاهد العربي عليها؛ الأمر الذي بات مشجعاً للكثير من الهيئات والمؤسسات العربية الخاصة لإنتاج مزيد من هذه البرامج، لتشهد الساحة العربية في الوقت الحالي عدد غير مسبوق من برامج اكتشاف المواهب التي تغطي مختلف الأشكال وتخاطب مختلف الأعمار.

وتعرف برامج اكتشاف المواهب على أنها: «البرامج التي تعتمد على المسابقات بين المواهب، وتعرض التفاعلات بين المتنافسين كنوع فرعي من عروض المنافسة الكلاسيكية، يتم من خلاله، على مدار كل أسبوع من فترة البرنامج، إقصاء عدد من المتسابقين، وفي هذه البرامج يمكن كتابة العروض، وتحديد الأشياء التي يقوم بها المتسابق، وفق سياق المسابقة، ولا يمكن التخطيط أو الكتابة لنتائج المسابقة، ومن أمثلة هذه البرامج مثل «سوبر ستار العرب»، و«أكس فاكتر X Factor»، و«آراب جوت تالنت Arabs Got Talent»، و«نجم الخليج»، و«مذيع العرب»، ومؤخراً «آراب أيدول

و«Arab idol»، و«ذي فويس The Voice»، و«منشد الشارقة»، و«شاعر المليون»، و«نجمة العرب»، وغيرها من البرامج»^(٢١).

ويعرف المؤلفين برامج اكتشاف المواهب إجرائيًا على أنها: «تلك البرامج التي ظهرت في الفضائيات العربية الثقافية والمنوعة في السنوات العشر الأخيرة كنموذج محاكي لنفس تلك النوعية من البرامج في الغرب وبعض الدول الأجنبية وتعتبر هذه البرامج بمثابة النسخ العربية منها، وتهتم هذه البرامج باكتشاف المواهب الشابة في مختلف المجالات من تقديم إذاعي وتلفزيوني مرورًا بالبرامج التي تهتم باكتشاف المواهب الغنائية والتمثيل والخدع البصرية، ويُشرف على تقييم الموهوبين في تلك البرامج لجان من المتخصصين في كل مجال وفقًا لنوعية المواهب التي يسعى البرنامج لاكتشافها».

برامج اكتشاف المواهب وبرامج تلفزيون الواقع:

هناك ثمة خلط كبير بين برامج تلفزيون الواقع وبرامج اكتشاف المواهب، وترجع أسباب هذا الخلط إلى كون تليفزيون الواقع من أكثر المفاهيم التي تثير جدلاً بين الباحثين، فاختلف الباحثون على تحديد تعريف لهذه البرامج، فيتوسع بعض الباحثين لتشمل هذه البرامج الأخبار والبرامج الحوارية والبرامج الوثائقية^(٢٢).

في حين يرى البعض الآخر أن هذه البرامج تقتصر فقط على البرامج الواقعية التي يتم تمييزها عن غيرها من البرامج الخيالية^(٢٣)، ومن ثم فإن معظم الباحثين قد اتفقوا على أن هذه البرامج هي البرامج التي يتم تصوير الأفراد فيها على طبيعتهم، وفي أماكن المعيشة والعمل دون وجود إعداد سابق؛ بل تسير الأحداث حسب تسلسلها الطبيعي، ويُعد الغرض الرئيس منها هو الترفيه لجمهور المشاهدين^(٢٤).

ويتجاوز تليفزيون الواقع حدود الكلاسيكية، حيث يدمج المعلومات بالترفيه، والواقع مع الخيال^(٢٥)؛ مقارنة بالبرامج الأخرى التي يتم إنتاجها بناءً على وجود إعداد مسبق، وتحديد مجريات العمل في البرنامج^(٢٦).

ومن ثَمَّ فهي تلك البرامج التي أصبح فيها المتفرج أو المتلقي فاعلاً أساسياً،
 يدرب على العيش في مجموعة، وعلى أداء بعض المهارات، حسب هدف البرنامج؛
 ويمر بفترات امتحان وتجريب للوصول إلى الشهرة والنجومية، كما أنها تعتمد مبدأً
 التجسس على الحياة الخاصة من خلال الكاميرا التي تراقب المشتركين في البرامج
 طوال الوقت^(٢٧).

وبالنظر إلى ما سبق سنجد أن هناك ثمة اختلاف كبير بين هذا النوع من البرامج
 وبين برامج اكتشاف المواهب في صورتها الحالية التي باتت تختلف شكلاً ومضموناً عن
 برامج تلفزيون الواقع والتي تذهب بالمشاهد في زاوية مختلفة كلياً عن برامج اكتشاف
 المواهب.



نماذج لبرامج اكتشاف المواهب

تُعدّ ظاهرة برامج اكتشاف المواهب تجربة إعلامية حديثة نسبياً مقارنةً بالتجربة التلفزيونية ككل، لكن اكتساحها للقنوات الفضائية الغربية وامتدادها للقنوات الفضائية العربية في ظرف زمني قصير هو ما يجعلها محل اهتمام للباحثين والأكاديميين في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، نظراً للتأثيرات التي تحدثها على المشاهد العربي سواء على المستوى النفسي والاجتماعي وكذا على المستوى الثقافي، ومن بين الأمثلة لهذه البرامج:

برنامج (أكس فاكتر):

يعد برنامج (*The X Factor*) بمثابة مسابقة موسيقية تلفزيونية لاكتشاف المواهب الغنائية الجديدة التي تطمح لمنافسة المطربين من خلال مسابقات واختبارات عامة، وأطلق على *X Factor* مسمى «إكس النجاح» أو جوهر النجاح وهو النسخة العربية من «ذا إكس فاكتر» حيث انطلق الموسم الأول في ٢٦ مارس ٢٠٠٦ وتم بث الأربعة عشر حلقة الأولى في ٢٢ دولة عربية، وقد كان منذ بدايته واحد من البرامج الأكثر مشاهدة على شاشة التلفزيون ويتم إنتاجه بدعم من روتانا أكبر شركة إنتاج في العالم العربي والفائز في المسابقة يحصل على فرصة للتوقيع مع الشركة.

ويعتبر «سيمون كويل» هو من أسس وأطلق *The X Factor* وكانت النسخة العربية من البرنامج مماثلة لشكل النسخة البريطانية، من حيث وجود ثلاثة محكمين لكل منهم أربعة متسابقين، مما أدى إلى وجود اثني عشر مجموعة من المتسابقين.

ولكن مع استمرار النجاح في منافسة السلسلة العربية من ستار أكاديمي الذي يذاع على القناة اللبنانية (*LBC*)، فقد إكس النجاح الكثير من الجاذبية لدى العرب وتوقف بعد الموسم الثاني، وفي عام ٢٠١٢ أعلنت القناة التلفزيونية المصرية *CBC* أن

X Factor سيعود في عام ٢٠١٣ بشكله الجديد، وأن المحكمين سيكونون أربعة من أكبر الأسماء في الموسيقى على مستوى منطقة الشرق الأوسط، وهكذا أصبح *X Factor* منافس لبرنامج (عرب أيدول) الذي يعرض على قناة MBC في نفس وقت انطلاق *The X Factor*.

ومع حلول عام ٢٠١٤ امتلكت قناة MBC حقوق البث وأنتجت موسم جديد تمامًا، والمحكمين الجدد هم راغب علامة وإليسا ودنيا سمير غانم وتم بث الحلقة الأولى يوم ١٤ مارس ٢٠١٥ على MBC4 وMBC مصر^(٢٨).

برنامج (عرب جوت تالنت *Arabs Got Talent*):

هو برنامج تليفزيوني تبثه قناة MBC4 لعرض واكتشاف المواهب في العالم العربي، يتم إنتاجه من قبل MBC وكان أول بث في ١٤ يناير ٢٠١١، وتظهر ملامح المتنافسين مع مجموعة متنوعة من المواهب، مثل الغناء، الرقص، الكوميديا، السحر، وموسيقى الراب، ويضم العرض ثلاثة محكمين مشهورين ذوى شعبية كبيرة في الشرق الأوسط هم: المطربة اللبنانية نجوى كرم، وعميد كلية الصحافة في الجامعة الأميركية في دبي علي جابر والفنان الكوميدي ناصر القصبي (الذي حل محل عمرو أديب في الموسم الثاني)، وأخيرًا أحمد حلمي الممثل المصري الشهير حيث يقام العرض في لبنان؛ وبالرغم من أن الوصول إلى الدور نصف النهائي يعتمد على تصويت المحكمين إلا أن التصويت في الدور نصف النهائي والنهائي هو تصويت الجمهور وهذا يتشابه مع برامج اكتشاف أو امتلاك المواهب الأخرى، والجائزة الكبرى هي ٥٠٠,٠٠٠ ريال سعودي؛ فضلًا عن التعاقد مع MBC.

ويعتبر برنامج «عرب جوت تالنت» من أكثر البرامج نجاحًا وأكثرها انتشارًا داخل الوطن العربي، حيث إن التنوع الذي يشتمل عليه مضمون البرنامج عبر تقديم المواهب العربية في أكثر من مجال، وعدم قصرها على المواهب الغنائية أو غيرها بشكل مخصص وأحادي، جعل قاعدة البرنامج الشعبية تتسع لتشمل فئات كبيرة داخل أقطار متنوعة في الوطن العربي^(٢٩).

برنامج (ذا فويس وذا فويس كيدز *The Voice & The Voice Kids*):

البرنامج العربي أحلى صوت، هو النسخة العربية من برنامج المسابقات الغنائي الهولندي العالمي «*The Voice*» الذي اخترعه «جون دي مولوروئيل» عام ٢٠١٠ وطورته شركة سوني العالمية، وهو برنامج متخصص باكتشاف قدرات المتسابقين الغنائية الاستثنائية وصقلها لاحقاً، ليس شرطاً أساسياً للاشتراك في المسابقة أن يكونوا المتقدمين من الهواة، بل يمكن أن يكونوا من فئة شبه المحترفين، ممن يمتلكون طاقات صوتية ومؤهلات جيدة ويعملون في هذا المجال، ويطمحون إلى الحصول على فرصة أخرى في مسيرتهم المهنية، قد تقودهم إلى الاحتراف والنجومية والشهرة.

انطلق الموسم الأول من المسابقة في ١٤ أيلول ٢٠١٢ على قناة «إم بي سي ١»، وأيضاً على قناة «أل بي سي L B C»، وهي من تقديم الممثل المصري «محمد كريم» والممثلة اللبنانية «نادين نجيم» التي تستعرض في حلقة خاصة كل ما حدث في كواليس الحلقة الرئيسية، يتم تصوير البرنامج في استوديوهات القناة في منطقة ذوق مصبح بالعاصمة اللبنانية بيروت^(٣٠).

وبعد نجاح تجربة «ذا فويس» بشكل كبير وتحقيقها شعبية واسعة على مستوى الوطن العربي ذهب القائمون على إنتاج البرنامج إلى إنتاج برنامج يمثل نسخة أخرى من برنامج «ذا فويس» ولكن موجهة للأطفال وتحمل اسم «ذا فويس كيدز *The Voice Kids*»، وهو ما تم بالفعل ففي ٢ يناير ٢٠١٦ انطلقت النسخة المخصصة للأطفال بين ٧ و١٤ سنة من برنامج ذا فويس أحلى صوت تحت مسمى «ذا فويس كيدز»، وفازت بلقبه اللبنانية «لين الحايك»، فيما انطلق الموسم الثاني في ٢ ديسمبر ٢٠١٧، وذلك بسبب تأجيل الموسم الرابع من ذا فويس مع الإبقاء على نفس مدربي الموسم الأول.

وتشير الكثير من تقارير المشاهدة لعام ٢٠١٧ و٢٠١٨ - فضلاً عن عدد المشاهدات على موقع يوتيوب - إلى أن برنامجي «ذا فويس كيدز» و«ذا فويس» هما الأعلى مشاهدة بين برامج اكتشاف المواهب الموجودة على الساحة العربية في الوقت الحالي^(٣١).

برنامج (توب شيف Top Chef):

هو برنامج معنى باكتشاف الموهوبين في الطهي من بين المتسابقين من مختلف بلدان الوطن العربي، وهو بالأساس نسخة عربية من برنامج أجنبي تبثه قناة «برافو الأمريكية» ويتسابق فيه موهوبون في الطبخ لنيل لقب توب شيف، ظهر للمرة الأولى في الولايات المتحدة، بعد نجاح البرنامج، تم إنتاج البرنامج لعدة نسخ لدول العالم، منها نسخة الشرق الأوسط والتي تم إنتاجها لأول مره عام ٢٠١١، وعرض حينها على قناة «روتانا خليجية» لمدة لموسمين فقط، وبعد مرور سنتين تم إعادة إنتاجه في عام ٢٠١٦، وعرض على قناة «أم بي سي MBC».

برنامج (بروجيكت رانواي Project Runway):

أو مشروع منصة عرض الأزياء، هو سلسلة أمريكية من برامج المواهب، عُرض على قناة «لايف تايم» ومن قبلها على شبكة التلفزيون الأمريكية (برافو)، ويركز البرنامج على موضوع تصميم الأزياء وتقدمه العارضة «هايدي كلوم»، ويتنافس المتسابقون مع بعضهم لتصميم أفضل الأزياء ضمن موضوع محدد ووفق معطيات مشروع تتضمن فترة زمنية للإنجاز والعمل ضمن فريق وضمن ميزانية محددة للمشروع وبمواد معينة، ويتم تحكيم التصاميم المنفذة من قبل لجنة من المختصين في عالم الأزياء والموضة ويستبعد في كل أسبوع أحد المصممين أو أكثر، ويشارك المصممون المتبقون في الحلقات الأخيرة في أسبوع نيويورك للموضة، حيث يتنافسون بعرض مجموعة أزياء كاملة، يتم تحكيمها أيضًا لتحديد الفائز، ويدخل هذا البرنامج في إطار الترفيه والتثقيف أيضًا.

أما عن النسخة العربية فقد انطلقت تحت مسمى (بروجيكت رانواي الشرق الأوسط) في سبتمبر ٢٠١٦، على شاشتي (أم بي سي ٤)، و (أم بي سي مصر ٢)، وتولت مهمة التقديم، ملكة جمال أستراليا السابقة، اللبنانية (جيسيكا قهواتي)، ويتنافس خلال البرنامج ١٥ مصممًا ومصممة ضمن سلسلة من التحديات التي ستحدد من يمتلك الموهبة اللازمة ليكون المصمم التالي بوجود لجنة تحكيم من خبراء الأزياء^(٣٢).

برنامج (مذيع العرب):

هو أول برنامج لاكتشاف مواهب التقديم التلفزيوني، ويشارك في لجنة تحكيمه كل من الإعلامية «منى أبو حمزة»، والمذيع «طوني خليفة»، والفنانة «ليلى علوي»، ويعمل «مذيع العرب» - وفقاً لرؤية القائمين عليه - على إحياء اللغة العربية السليمة لفظياً، وبناء العلاقات، ونقل التجارب بين المشاركين من البلدان المختلفة، والتي تقوم على اكتساب المعلومات والثقافات والخبرات بين المتنافسين، للوصول إلى مصاف المذيعين المحترفين^(٣٣).

برنامج (The Talent) أون لاين:

ويعتبر *The Talent* البرنامج الأول من نوعه إذ يتم الاشتراك فيه أون لاين عبر تسجيل حسابه على التطبيق الرقمي أو الموقع الإلكتروني، وما على المشترك إلا تحميل مقطع فيديو يعكس فيه موهبته في الغناء.

ويكون اختيار الأغنية قائماً على لائحة الأغاني المقترحة والمتوفرة، ومن الملفت أن *The Talent* هو البرنامج الوحيد الذي يعطي فرصة لأكبر نسبة من محبي الغناء، إذ يشجع كل من يعاني من رهبة المسرح أو من يواجه عائقاً يمنعه من المشاركة في برنامج تلفزيوني لإبراز المواهب، لاسيما أن خطوات المشاركة في *The Talent* سهلة للغاية ولا تتطلب وقتاً أو حتى مجهوداً كبيراً من أصحاب الأصوات الجميلة، حيث يمكن للمشاركين إرسال المقاطع المصورة عبر هواتفهم النقالة من أي مكان يتواجدون فيه، إن كان في البيت أو على الطريق، وفي أي وقت يريدون.

هذا البرنامج هو من ضمن الإستراتيجية الجديدة لروتانا لاكتشاف المواهب الشابة من كافة أنحاء العالم والوصول إليها من خلال تقديم جائزة كبرى، وهي توقيع عقد إنتاج مع روتانا لينطلق الرابع بمساره اللامع إلى الشهرة في وقت قصير.

فعملية التصويت للمشاركين سوف تركز على الجمهور ومعارف كل مشترك وسوف تكون عبر مواقع التواصل الاجتماعي والـ SMS يمكن للجميع التصويت عبر مشاركته الفيديوهات أو حتى القيام بلايك أو تعليق على شبكات التواصل الاجتماعي، فكلما ارتفعت نسبة المشاركة والتصويت، زادت فرصة المشترك بالانتقال.

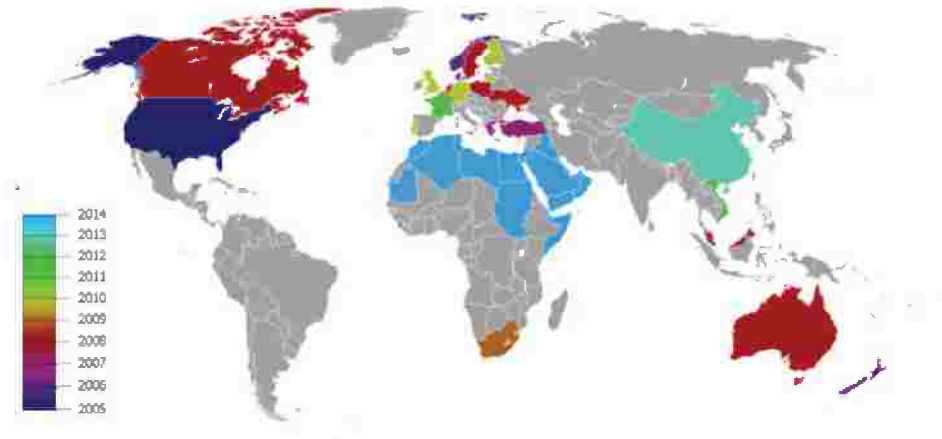
إلى المراحل التالية في البرنامج، ويتم التصويت على عدة مراحل متتالية، حتى الوصول إلى النهائيات ليتم بعدها إحياء حفل فني ضخم يجمع المشتركين ويتم التصويت مباشرة لاختيار الرابع النهائي لهذا البرنامج ٣٤.

برنامج ذي فويس سينيور للكبار (The Voice Senior):

في يوليو ٢٠١٩ أعلنت مجموعة قنوات MBC عن تقديمها لبرنامج *the voice senior* الذي يستهدف المواهب الغنائية فوق الـ ٦٠ عامًا، ونشرت الصفحة الرسمية للقناة عبر موقع «إنستجرام»، البرومو الدعائي للبرنامج، وعلقت: «عمرك ٦٠ وما فوق؟ الآن لديك فرصة المشاركة في *The Voice Senior*».

ويعد هذا البرنامج هو النسخة العربية الأولى لـ *The Voice Senior* الذي سبق تقديمه أوروبياً في أغسطس ٢٠١٨ وحقق نجاحاً كبيراً.

وفي المجمل فقد شهدت برامج اكتشاف المواهب في السنوات الأخيرة انتشاراً واسعاً في مختلف أنحاء العالم، قابله اهتمام واسع ومتزايد من قبل الجمهور، ويوضح الشكل التالي الدول التي قامت بإنتاج هذه البرامج ومعدلات انتشارها خلال أعوام ٢٠٠٥ وحتى عام ٢٠١٤^(٣٥).



شكل (١): يوضح مناطق انتشار برامج اكتشاف المواهب حول العالم

خصائص برامج اكتشاف المواهب

تتميز برامج المواهب بخصائص عدّة تبيّن الأسلوب المتّبع في كل نوع من أنواعها، وما تظهره، وتركز عليه، ويمكن تحديد هذه الخصائص بالآتي:

١- سيطرة المظاهر: الاستعراض و«الفرجة» أهم ما يمتاز به برامج اكتشاف المواهب، فهذه النوعية من البرامج، تخصص قدراً كبيراً للمحفزات البصرية، التي تفرض نفسها بقوة على التسلسل الزمني للأحداث وعلى المضمون الإعلامي، مانحة الأهمية للمظهر الفاعل، والشكل الذي عن طريقه يعمل المشارك في البرامج على كسب ود الجمهور لتحقيق الفوز أو البقاء في البرنامج لأطول فترة ممكنة؛ ويتحقق ذلك من خلال لفت الأنظار إليه ومن خلال نسبة شكلية مركبة من الصور المليئة بالمظاهر^(٣٦).

٢- التفاعلية: تمتاز هذه البرامج بالتفاعلية بين الجمهور والمشاركين، وتمس العلاقات الإنسانية بينهم^{٣٧}، ويعد عنصر التفاعلية عملية نشطة بين المشاهد والمشارك في البرنامج، من خلال الطريقة التي تجعل المشاهد مدعواً إلى الالتزام باتخاذ مواقف، وتقييمها، واعتباره القاضي والحكم، هنا تظهر المشاهد التفاعلية بصورة أكبر، من خلال التصويت، وإرسال الرسائل القصيرة SMS، لأنها تسهم ببقاء المشارك، أي إن مصيره يصبح بيد الجمهور الذي يشعر بنوع من المسؤولية تجاه المشارك، من حيث قدرته على تحديد مصيره، وفي هذه الحالة يحرص المنتجون ومعدو هذه البرامج على تحفيزها، وتقويمها لدى الجمهور من خلال الشعارات التي يرددها مقدمو البرامج مثل: (أنت الحكم) أو (القرار يعود إليك).

٣- صناعة النجوم: استطاعت هذه البرامج تعزيز الفكرة التي تقول: إن الإبداع والشهرة والنجاح يمكن أن يكون متاحين لأي شخص تسلط عليه الكاميرا،

ويظهر على الشاشة كما هو ومن دون وسيط، من منطلق أنه بإمكان أي شخص أن يصبح نجمًا، وهذه الشهرة والنجومية التي يحصل عليها المشاركون في مثل هذه البرامج، يمكن أن تحظى بالقبول أو الرفض.



برامج اكتشاف المواهب والشباب العربي

حققت برامج اكتشاف المواهب في الفضائيات العربية انتشاراً واسعاً، أرجعه عدد من الباحثين إلى أسباب عدّة؛ إذ شخصوا دوافع متابعة الشباب لهذه البرامج، ودوافع مشاركتهم فيها، وقد تباينت آراؤهم بين من عدها برامج ذات محتوى سلبي، وغيرهم ممن عدها برامج ذات محتوى إيجابي؛ وهذا ما سوف نتناوله في النقاط التالية:

١- أسباب انتشار برامج اكتشاف المواهب العربية: دخلت القنوات الفضائية العربية - منذ تأسيسها - سباقاً إعلامياً على مستويات البث والإنتاج، من أجل كسب أكبر شريحة من المشاهدين ومن أجل تحقيق رغباتها في جذب أكبر عدد ممكن من الجمهور؛ إضافةً إلى الأرباح المادية التي تحققها^(٣٨)، ولم تأخذ برامج اكتشاف المواهب وقتاً طويلاً للتغلغل وسط العالم العربي؛ حيث تخطت جميع الحواجز والمبادئ لدى العرب لكونها قدمت نكهة إعلامية جديدة، كانت غائبة لفترة طويلة عن الإعلام الحكومي، مما ساهم في إضعاف نسبة مشاهدة المحطات الرسمية، خصوصاً في مجال البرامج الترفيهية^(٣٩)؛ وهكذا باتت العديد من الفضائيات العربية تقلد ما تقدمه الفضائيات الأجنبية من البرامج؛ إذ راحت هذه المحطات تستنسخ ما هو موجود في الفضائيات الأجنبية، وتحوله إلى نسخة عربية.

وعن أسباب انتشار هذه البرامج وتوسعها في الفضائيات العربية فيرجع إلى:

أ- الحاجة إلى التغيير والتخلص من الرتابة في الفضائيات لتشابه برامجها، وهو ما تؤمنه تلك البرامج عبر استقطاب المشاهدين وتحقيق أرقام مرتفعة من الاتصال، ورسائل SMS، فضلاً عن التفاعل معها عبر مواقع التواصل الاجتماعي (كاليوتيوب والفيس بوك) وغيرهم.

ب- أن جو الإحباط الذي يعيش فيه معظم الشباب العربي، وضيء أفقه،

وتضائل آمالهم في المستقبل؛ جعل الكثير يعتقد في احتراف الرياضة أو الغناء أو عرض الأزياء أو الرقص هو المنفذ الوحيد لهم في اكتساب الجاه والشهرة.

ج- أصبحت برامج المواهب بالنسبة للشباب وسيلة لتحقيق حلمهم؛ حيث يمكن لأي شخص عادي مغمور أن يتحول إلى نجم.

د- أعادت هذه البرامج العلاقة بين الجمهور - خاصة الشباب - والتلفزيون، والتي شابها نوع من الفتور، نتيجة رفض فئة الشباب لغة الخطاب الإعلامي لبعض القنوات التلفزيونية؛ وهذا ما يفسر عزوف الشباب عن البرامج الحوارية مقابل زيادة إقبالهم على هذه النوعية من البرامج^(٤٠).

هـ- يشير إقبال الشباب على هذه النوعية من البرامج إلى امتلاكها مقومات خاصة؛ كالعفوية والتلقائية والتنوع والمغامرة والإثارة والفكاهة، وهي مقومات مميزة لثقافة وأسلوب الحياة اليومية.

٢- دوافع مشاركة الشباب في برامج المواهب:

بعد زيادة عدد الفضائيات العربية، وامتداد ساعات بثها على مدار ٢٤ ساعة يوميًا، شهدت البرامج تنوعًا بغض النظر عن المحتوى الذي يُبث من خلالها، وكانت هناك محاولات لاستقطاب العدد الأكبر من الجمهور وخاصة لشباب منهم، وقد وجدت القنوات أن هذه البرامج تشكل عنصرًا جذابًا لفئة الشباب، فمنذ أن دخلت هذه البرامج خريطة الفضائيات وأصبحت ظاهرة تجذب معظم الشباب في مختلف البلدان؛ حيث نرى إن الشباب تعاطفوا مع المشاركين فيها، وراحوا يقلدون جميع أفعالهم، وتصرفاتهم، وملابسهم، ويشاركون بالتصويت لهم من أجل استمرارهم في البرنامج، ويمكن أن نلخص أبرز دوافع مشاركة الشباب في هذه البرامج فيما يلي:

- تشجيع الأهل: يحظى القسم الأغلب من المشاركين في برامج تلفزيون المواهب بال تشجيع من قبل الأهل، والأصدقاء، للمشاركة في البرنامج، على الرغم من أن من يُشجعونه لا يمتلك في بعض الأحيان موهبة أو

مميزات أو حتى أصوات مدربة من أجل التأهل، والدخول ضمن حلقات البرنامج، فضلاً عن أن المتابعة المستمرة لتلك البرامج من قبل العوائل في مختلف أقطار العالم العربي تحفز الشباب على خوض غمار المنافسة والاشتراك في البرنامج.

- الشهرة والمال السريع: يميل معظم الشباب العربي إلى الاعتقاد بأن احتراف الغناء، والرياضة والرقص، هو الطريق الأسرع لكسب المال، والشهرة والثروة، والجاه، أن هذا الطموح توفره برامج تلفزيون الواقع، لذلك أصبحت مطمحاً للشباب، ليس لمجرد المتابعة والمشاهدة؛ بل التطلع إلى المشاركة والفوز^(٤١).

- الدعم السياسي: معظم حكومات الدول العربية، تدعم مثل هذه النوعية من البرامج وتفسح لها المجال، وفي بعض الأحيان قد يتدخل هرم السلطة في أكثر من دولة ففي الأردن مثلاً: كلف ملك المملكة الهاشمية «عبد الله» ضباط القوات المسلحة من أجل إصدار أوامر للجنود تحت قيادتهم، للتصويت (لديانا كارزون) التي توجت في نهاية برنامج (سوبر ستار العرب) بطلّة للبرنامج^(٤٢)، وفي بعض الأحيان، يأتي الدعم من خلال حضور الحفل الذي يقام، فمثلاً: حضر نائب رئيس حكومة إقليم كردستان العراق (عماد أحمد) في إحدى حلقات برنامج «عرب أيدول» بنسخته الثانية من أجل المساهمة في دعم المشاركة (برواس حسين)، وهذا الأمر لم يقتصر فقط على المستوى المحلي، فقد حظي الفائز بالبرنامج نفسه الفلسطيني (محمد عساف) بموافقة الأمين العام للأمم المتحدة (بان كي مون) على منحه جواز سفر دولي باعتباره سفيراً للنوايا الحسنة لوكالة الأمم المتحدة لغوث وتشغيل اللاجئين الشباب^(٤٣).



برامج اكتشاف المواهب في ميزان النقد

انقسمت الآراء حيال برامج اكتشاف المواهب، فهناك من اعتبرها دعمًا للفن وعودة للدبلوماسية الناعمة في الوطن العربي للتقريب بين الشعوب بينما، رأى آخرون أنها استغلال لمشاعر التعصب الوطني لكسب الأموال، واصطبغ هذا النوع من البرامج بصبغة سياسية في كثير من الأحيان حيث ينتمي المتسابقون لدول عربية مختلفة.

ففي غزة على سبيل المثال، تظاهر عشرات النشطاء والصحفيين أمام شركة الاتصالات الفلسطينية لتخفيض أسعار الرسائل النصية حتى يتمكنوا من دعم الفلسطيني محمد عساف في مسابقة الغناء العربي أراب أيدول!!.

وتتمتع برامج اكتشاف المواهب بشعبية كبيرة في العالم العربي رغم اشتعال الأوضاع السياسية والزخم السياسي، حيث يجد البعض فيها ملاذًا للهروب من البرامج والحوارات التي تركز على الصراعات السياسية والأحداث التي أصبحت من أسباب شيوع الاكتئاب والتوتر.

لكن كثيرًا من الانتقادات توجه إلى تلك النوعية من البرامج، التي تتمتع بنسب مشاهدة عالية، من بينها أنها تلعب على أوتار مشاعر التعصب الوطني وتلهي الشباب عن القضايا الحقيقية لبلادهم، كما تتجه سهام النقد لهذه البرامج في كونها تستغل طموحات الشباب إلى الشهرة والمال لتحقيق مكاسب خيالية دون إضافة حقيقية لما تستحقه الموهبة العربية.

ومن الإشكاليات التي لا يمكن إغفالها في تناولنا لبرامج اكتشاف المواهب هو قضية توافق مضامين هذه البرامج وما تحتوي عليه من عناصر إبهار ورسائل دعائية مع أخلاق وعادات وعقائد المواطن العربي، فما يتم تصديره من مشاهد اختلاط فج بين الجنسين، وانفتاح غير محكم في التعامل بين المشاركين في هذه البرامج يدخل في دائرة

تصطد والموروث الثقافي العربي والإسلامي، حتى وإن وجدت لها شعبية وحاضنة، إلا أنها تظل محل نقد، فضعف الوازع الثقافي والديني هو ما يجعل مثل هذه النوعية من البرامج في الكثير من الأحيان محل ترحيب وإقبال.

ولذلك ستظل قضية الموائمة بين ما لهذه البرامج من إيجابيات من الممكن التعويل عليها، وما لها من سلبيات وجب الحد منها، أمر محل جدل.

خطورة برامج المواهب على الطفل العربي:

باتت برامج اكتشاف المواهب الخاصة بالأطفال مثل *The Voice Kids* وغيرها من أكثر برامج المواهب متبعة لدى المواطن العربي في الآونة الأخيرة، إلا أن هذا الأمر لا يمنع وجود محاذير ومخاطر تحوم حول هذه النوعية من البرامج، فبين فترة وأخرى يظهر موسم جديد لبرامج المواهب المخصصة للأطفال والتي من المفترض أنها تشجع المواهب الصغيرة؛ لكن الحقيقة أنها تمثل خطورة كبيرة على نفسية الكثير من الأطفال الذين يشاهدونها.

فعندما يقارن ابنك نفسه بهؤلاء الأطفال الموهوبين والمختارين بعناية شديدة وبعد تدريبات فائقة، فهذا قد يسبب فقدان الثقة بنفسه كما يؤكد خبراء في علم النفس، وهناك أضرار أخرى تسببها هذه البرامج على نفسية الطفل، فاستشاف المواهب يجب أن يكون دور الأسرة ثم المدرسة في المقام الأول وليس البرامج التليفزيونية التي يبدو وكأنها أخذت هذا الدور وحدها.

هذا النوع من البرامج الموجه للأطفال جاء كتقليد لما يحدث في أمريكا، وغيرها من البلاد الأجنبية، التي تهتم كثيراً باكتشاف وتنمية المواهب في المدرسة والمنزل من خلال دعم الطفل بالأنشطة، وتشجيع أسرته لموهبته، بعكس ما يحدث في مدارسنا.

غياب القدوة أما الطفل:

المشكلة الأخرى التي تسببها هذه البرامج أنها ترسخ في عقل الطفل أن الموهبة عبارة عن غناء فقط؛ فيصبح المطرب هو القدوة الوحيدة أمام الطفل؛ بينما يغيب

الاهتمام بمواهب أخرى مثل الرياضة وتنمية الذكاء أو تشجيع الطفل على أن يكون طبيباً، أو مهندساً، أو معلماً، والتي تدخل تحت بند المواهب أيضاً أو حتى البرامج التي تحت الأطفال على القيم والمبادئ.

خطورة مشاهدتها بمفردها:

عندما يجلس طفلك وحده لمشاهدة برامج المواهب، ويرى أطفالاً في مثل سنة وهم يغنون بصوت جميل ويتلقون الكثير من المدح والثناء، فالأمر في حد ذاته مخاطرة كبيرة بالنسبة لنفسية الطفل.

فمشاهدته لبرامج مواهب الأطفال قد تكون نتيجتها إيجابية بنسبة ٥٠٪ أو سلبية بنسبة ٥٠٪، حسب نفسية الطفل والعوامل المحيطة به، فهناك طفل يميل إلى المحاكاة والتقليد، وعندما يشاهد أطفالاً في مثل سنه ببرامج المواهب، فهذا يدفعه إلى تقليدهم، فتتفجر بداخله طاقات إبداعية ومواهب مدفونة، ومن الممكن العكس.

برامج المواهب وأزمة الثقة:

وهناك طفل آخر يكون في حالة إحباط أو لديه استعداد نفسي تلك الحالة، وبالتالي يفقد الثقة في نفسه تماماً، ويشعر أنه أقل من هؤلاء الأطفال لأن صوته ليس جميلاً مثلهم، حتى لو كان موهوباً في مجالات أخرى.

تأثير سلبي آخر تحدثه هذه البرامج على الأطفال الذين يعيشون في طبقة اجتماعية لها ظروف مادية متعثرة، فالبهجة الشديدة التي يظهر بها ديكور البرنامج والفنانين، وخصوصاً الصورة التي يظهر بها الأطفال الموهوبين، ستجعل الطفل الجالس في المنزل يشعر بأنه أقل كثيراً من أقرانه، وقد تؤدي إلى إحساس بالدونية عند الأطفال الذين لديهم الاستعداد النفسي لتلك الحالة^(*).



الصورة الذهنية لبرامج المواهب

مفهوم الصورة الذهنية *Mental Image*:

يُعدّ مفهوم الصورة الذهنية من المفاهيم الشائعة لدى عامة الناس، ويستخدمه أفراد كثيرون في تخصصات مختلفة وقد اختلفت التعريفات الموضوعية لهذا المصطلح باختلاف توجهات هؤلاء الأفراد^(٤٥)، وتعني الصورة الذهنية «انطباع صورة الشيء في الذهن» أو بتعبير أدق حضور صورة الشيء في الذهن^(٤٦)، وتعود كلمة «Image» إلى أصلها اللاتيني «Imago» بمعنى شكل أو صورة، المتصلة بالفعل «Imitari» بمعنى يحاكي أو يمثّل، والمعنى اللغوي للصورة الذهنية يدل على المحاكاة والتمثيل^(٤٧).

وقد وردت الصورة في «لسان العرب» لتشير إلى ظاهرة الشيء وهيئته وحقيقة الشيء وصفته^(٤٨)، وقد تبلور المفهوم واستقر بصيغة متداولة ليشير كما عرفه قاموس «ويبستر» في طبعته الثالثة أنه مفهوم عقلي شائع بين الأفراد أو جماعة معينة يشير إلى اتجاه هذه الجماعة نحو شخص معين أو نظام أو طبقة بعينها أو جنس أو فلسفة سياسية أو قومية أو أي شيء آخر^(٤٩).

وتُعرّف كلمة «Image» بحسب قاموس «أكسفورد» لتعني نسخة طبق الأصل أو صورة أو محاكاة صرفة للواقع الخارجي وعلى الأغلب البصري^(٥٠).

ووفقاً لمعجم المصطلحات الإعلامية فإن مصطلح الصورة «Image» يقابله في اللغة العربية ثلاثة ألفاظ هي: صورة، فكرة، انطباع تعني صورة الشيء في ذهن الفرد أو فكرته التي كونها عن هذا الشيء وصورته التي رسمها له في ذهنه أي انطباعه عنه^(٥١).

وتشير الدراسات إلى أن الصورة في مفهومها العام عبارة عن تفسير عقلي وشعوري مركب وهي الإدراك لشخص أو شيء ما تم التوصل إليه من خلال الاستنتاج القائم على الدلائل المتاحة سواء أكانت واقعية أم تخيلية ويشتمل على الانطباعات والمعتقدات

والأفكار والمشاعر الموجودة لدى الفرد^(٥٢)، وهي حاصل جميع الانطباعات المتكونة في وعي الجمهور عن شخص أو مؤسسة ولا تنطبع هذه الصورة أو تكتسب مرة واحدة ولكنها عملية متطورة بشكل متواصل في وعي الأفراد وشعورهم^(٥٣)، والصورة الذهنية عملية حركية تتغير حسب تطور الواقع الاجتماعي وتغير الأوضاع الاقتصادية والظروف السياسية والثقافية، لذلك فهي لا تتصف بالثبات والجمود وإنما تتسم بالمرونة^(٥٤).

ويرى الدكتور «علي عجوة» أن الصورة الذهنية هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين، أو نظام ما، أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية، أو مهنة معينة، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم^(٥٥).

ويقدم «ستيوارت سكوت» تعريفه للصورة الذهنية في إطار النظريات الإدراكية فيقول أن الصورة الذهنية للشيء تتشكل من مجمل الخصائص التي يدركها الفرد أو يتخيلها وهي محتوى لثلاثة مظاهر تحليلية، الأول والأساس هو مجموعة الخصائص المعرفية «الإدراكية» التي يفهم المرء بها بطريقة عقلانية، والثاني المكون التأثيري «العاطفي» متمثلاً بتفضيل أو عدم تفضيل الشيء المعني، وثالثاً وأخيراً المكون الحركي «السلوكي» الذي يضم مجموعة الاستجابات العملية التي يعتقد المرء أنها ملائمة للشيء المدركة صفاته مسبقاً^(٥٦).

وفي تعريف آخر هناك من يرى أن: «الصورة هي عملية معرفية نفسية نسبية ذات أصول ثقافية تقوم على إدراك الأفراد الانتقائي، المباشر وغير المباشر، لخصائص وسمات موضوع ما (شركة- مؤسسة- فرد- جماعة - مجتمع) وتكوين اتجاهات عاطفية نحوه (إيجابية أو سلبية) وما ينتج عن ذلك من توجهات سلوكية (ظاهرة - باطنه) في إطار مجتمع معين، وقد تأخذ هذه المدركات والاتجاهات والتوجهات شكلاً ثابتاً أو غير ثابت، دقيقاً أو غير دقيق»^(٥٧).

وتُعرف الصورة الذهنية أيضًا بأنها: «كل ما يتصوره الإنسان في عقله تجاه كل الأشياء والتجارب التي مر بها وقد تكون هذه الصورة إيجابية أو سلبية وذلك نتائجًا طبيعيًا لجميع خبرات الأفراد المباشرة وغير المباشرة التي يتلقونها عبر تفاعلاتهم الاتصالية المختلفة»^(٥٨).

وفي ضوء ما سبق يرى الكاتب أن الصورة الذهنية إجرائيًا: «يُقصد بها مجموع الانطباعات والأفكار والمشاعر والأحاسيس التي يُكونها الفرد عن شخص أو مؤسسة أو منظمة أو جماعة أو أشياء غير مادية من خلال تجارب وخبرات مباشرة وغير مباشرة بغض النظر عن كونها صادقة وصحيحة أو غير صحيحة ويتصرف الفرد تبعًا لهذا التصور الذي كَوَّنه، فهي تُشكل واقع صادق لأصحابها ينظرون من خلالها ويتصرفون على أساسها، أو هي الأفكار والانطباعات والأحاسيس التي تتبادر إلى ذهن الفرد عن شيء معين سواء كان شخص أو جماعة أو منظمة عندما يسمع عنها أو يراها والتي تتكون من خلال المعلومات المختزنة في عقله من خلال تفاعله مع البيئة المحيطة أو خبراته المباشرة وغير المباشرة ويتصرف الفرد تجاهها من خلال التصور المتكون عنها في ذهنه».

أهمية الصورة الذهنية:

تقوم الصورة الذهنية بدور مهم ومحوري في تشكيل الرأي العام، واتخاذ القرارات، وتشكيل سلوك الأفراد، كما تؤثر في تصرفاتهم تجاه الجماعات والقطاعات المختلفة فهي تعكس الواقع وتنقل المعلومات عنه إلى العقل الإنساني الذي لا يواجه الواقع مباشرة تكتسب الصورة الذهنية أهمية خاصة من خلال تأثيرها في الرأي العام السائد، حيث تقوم الصورة من خلال تأديتها لوظائفها النفسية والاجتماعية بدور رئيسي في تكوين الرأي العام وتوجيهه، باعتبارها مصدر لتكوين آراء الناس واتجاهاتهم وسلوكهم^(٥٩)، فالإنسان في أغلب الأحوال يميل إلى التمسك بما لديه من صور، كما أنه يتعصب لهذه الصور ويحيز لها فلا يقبل التعرض لأي رسالة لا تتفق معها، وهو يدرك محتوى الرسالة التي يتعرض لها على نحو يتفق مع الصور التي كَوَّنها، كما أنه يتذكر المواقف والتفاصيل التي تدعم الصورة الذهنية التي تكونت في وقت ما واستقرت وأصبحت ذات أثر كبير في

تقديره لما يحدث بعد ذلك، ورؤيته للواقع وتخيله للمستقبل^(٦٠) وتؤثر الصورة الذهنية بشكل مباشر على مخيلة الجماهير، وكلما ازدادت الصورة قوة سَهَّلَ استقطاب الجماهير والتأثير عليهم.

وبالتالي يمكن إجمال أهمية الصورة الذهنية فيما يلي^(٦١):

- ١- تقوم بدور مهم ومحوري في تشكيل الرأي العام، واتخاذ القرارات، وتشكيل سلوك الأفراد.
- ٢- تساعد المنظمات والمؤسسات والقيادات في رسم الخطط واتخاذ القرارات التي تكون صورة إيجابية عن المؤسسة التي تتفق مع احتياجات الجماهير.
- ٣- تؤدي الصورة الذهنية دوراً مهماً في إثراء أو تقديم الرؤية المتكاملة للدراسات الإعلامية والإدارية والاجتماعية والنفسية نظراً لكونها تقوم بدور مؤثر في السلوكيات والقرارات الحياتية في تسيير أمور الحياة.
- ٤- تساهم في تكوين وتشكيل الرأي العام الإيجابي تجاه المنظمات والمؤسسات والأفراد في المجتمع.

سمات وخصائص الصورة الذهنية:

تتسم الصورة الذهنية بالعديد من الخصائص والسمات يمكن إجمالها فيما يلي:

- الصورة عملية ديناميكية متفاعلة تمر بمراحل متعددة تتأثر كل مرحلة بما يسبقها وتؤثر فيما يلحق بها، كما أنها متطورة ومتغيرة وتأخذ أشكالاً عديدة وقوالب مختلفة، ولذلك فهي لا تتصف بالثبات والجمود بل تتسم بالمرونة والتفاعل المستمر، إلا أنه يسهل تدعيم الصورة الذهنية المشككة لدى الفرد عن الواقع الاجتماعي في حين يصعب تغيير هذه الصورة^(٦٢).
- الصورة الذهنية عملية معرفية، فهي تمر بمراحل العمليات المعرفية من إدراك وفهم وتذكر، وتخضع للمتغيرات والعوامل التي تخضع لها العمليات المعرفية أو تتأثر بها^(٦٣).

- الصورة الذهنية عملية نفسية، مما يعني كونها عمليات داخلية لها أبعاد شعورية إلى جانب أبعادها المعرفية^(٦٤).
- أنها عملية إنسانية متفاعلة منذ الطفولة المبكرة تتأثر وتؤثر في مراحل نموها وتطورها.
- الصورة الذهنية تتكون وتتطور في إطار ثقافي معين، أي أنها لا تنشأ في فراغ وإنما تتأثر بكل الظروف المحيطة بها.
- أنها ليست محددة الموضوع، وليست صادقة بالضرورة وإنما تمثل واقعاً صادقاً لأصحابها ينظرون من خلاله وتعتمد على الخيال^(٦٥)، وقد يخلط الجمهور في بناء صورة الواقع الاجتماعي بين ما هو واقعي وخيالي، ويتوقف ذلك على حجم ودرجة الوعي، والثقافة والتعليم.
- الصورة الذهنية مكونة للاتجاه، بمعنى أنها أحد مصادر بناء وتكوين الاتجاه.
- تباين الصورة الذهنية، فالصورة الذهنية تختلف من فرد لآخر ومن جماعة لأخرى ومن مجتمع لآخر إلا أنها قد تتقارب في أذهان الأفراد مكونة صورة ذهنية متماثلة لجماعة أو مجتمع ما، وهذا التباين يرجع إلى القدرات الحسية المتباينة للأفراد.
- الصورة الذهنية مُكوّنة للصور، أي أنها تكون صوراً ذهنية جديدة دون الحاجة إلى اللجوء للقدرات الحسية بناءً على ما تمتلكه من صور ذهنية سابقة تكونت بفعل مثير حسي.
- الصورة الذهنية تفكير استدلالي، بمعنى الانتقال من الخاص إلى العام ويعد التفكير الاستدلالي أكثر أنواع التفكير شيوعاً^(٦٦).

ويذكر «ريتشارد تيلوفسكي» أن خصائص وسمات الصورة الذهنية هي^(٦٧):

- ١- عدم الدقة: ذهب كثير من الباحثين إلى أن الصورة الذهنية لا تتسم بالدقة، ولعل مرجع ذلك أن الصورة مجرد انطباعات لا تُصاغ على أساس

علمي موضوعي بل تعد تبسيطًا للواقع، كما أنها لا تعبر بالضرورة عن الواقع الكلي ولكنها تعبر في معظم الأحيان عن جزئية من الواقع الكلي، لاسيما أن الأفراد عادةً يلجئون إلى تكوين فكرة شاملة عن الآخرين من خلال معلومات قليلة يحصلون عليها.

٢- التعميم وتجاهل الفروق الفردية: تقوم الصورة الذهنية على التعميم المبالغ فيه ونظرًا لذلك فالأفراد يفترضون بطريقة آلية أن كل فرد من أفراد الجماعة - موضوع الصورة - تنطبق عليه صورة الجماعة ككل على الرغم من وجود اختلافات وفروق فردية قد تكون في بعض الأحيان جوهرية وأساسية.

٣- تؤدي إلى الإدراك المتحيز: تؤدي الصور الذهنية إلى تكوين إدراكات متحيزة لدى الأفراد، حيث أنها تبني أساسًا على درجة من التعصب لذا فهي تؤدي إلى إصدار أحكام متعصبة ومتحيزة، فمن خلال الصور الذهنية يرى الأفراد جوانب من الحقيقة ويهملون جوانب أخرى لأنها لا تتماشى مع معتقداتهم ولا تتسق مع اتجاهاتهم.

٤- التنبؤ بالمستقبل: تُسهم الصور الذهنية في التنبؤ بالسلوك والتصرفات المستقبلية للجمهور تجاه المواقف والقضايا والأزمات المختلفة، فالصورة الذهنية المنطبعة لدى الأفراد باعتبارها انطباعات واتجاهات لدى الأفراد حول الموضوعات والقضايا والأشخاص يمكن أن تُنبئ بالسلوكيات التي قد تصدر عن الجماهير مستقبلاً.

٥- تخطي حدود الزمان والمكان: تتسم الصورة الذهنية بتخطيها لحدود الزمان والمكان، فالفرد لا يقف في تكوينه لصورة ذهنية عند حدود معينة بل يتخطاها ليكوّن صورًا عن بلده ثم العالم الذي يعيش فيه، بل وتمتد الصور التي يكوّنونها إلى ما وراء المجرة التي يسكنها، وعلى مستوى الزمان، فالإنسان يكوّن صورًا ذهنية عن الماضي وعن الحاضر إضافةً إلى المستقبل، وبذلك

يتضح أن الإنسان يكونُ صوراً ذهنية عن الأزمنة والأمكنة المختلفة وفقاً لمعارفه ومذكراته ومشاهداته إضافةً إلى قدرته على التخيل والاستنتاج.

العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية:

تشارك مؤثرات كثيرة في تشكيل الصورة الذهنية لدى الفرد أو الجماعة وقد أشار العديد من الباحثين في مجال الاتصال والاجتماع إلى أن الصورة الذهنية تتأثر بعدة عوامل^(٦٨)، ويمكن إجمال العناصر التي تؤثر في تشكيل الصورة الذهنية فيما يلي:

١- العوامل الشخصية:

تتأثر طبيعة الصورة الذهنية بمجموعة من المتغيرات الشخصية مثل العمر والمستوى الاقتصادي والاجتماعي حيث ثبت وجود تباين كبير بين الصور المتشكلة في أذهان الناس حسب التباين في العمر وحسب التباين بين الطبقات الاجتماعية المختلفة بينما كان لمتغير النوع تأثير محدود على نوع الصورة الذهنية كما يعتبر الاختلاف في مستوى الذكاء أحد العوامل الهامة لتطوير المضمون الأيديولوجي للصور الذهنية وقد يعمل على تعزيز أو إعاقة تبني الصورة الذهنية، ومن العوامل الشخصية المؤثرة في عملية تكوين الصورة الذهنية:

- السمات الذاتية للشخص المستقبل للمعلومات (التعليم، الثقافة، القيم).
- الاتصالات الذاتية للفرد وقدرته على اكتساب وتفسير المعلومات وتكوين ملامح الصورة الذهنية.
- درجة دافعية الفرد واهتمامه بالمعلومات المقدمة له^(٦٩).

٢- العوامل الاجتماعية:

تؤثر وسائل التنشئة الاجتماعية كالمدرسة والأسرة والأقران ووسائل الإعلام في تكوين الصور الذهنية من خلال دورها المباشر وغير المباشر في التعلم حيث يقوم الأفراد ببناء الصور الذهنية من خلال:

- تقليد ومحاكاة أفكار ومشاعر وسلوك الآخرين الذين يتصلون بهم مباشرة.

- توقع ما يتوقعه الآخرون عن أنفسهم في مواقف معينة.
 - الخبرة المباشرة.
 - التعليم المباشر من خلال ما يتعلمه الطلاب في المدرسة.
- وتتمثل أبرز العوامل الاجتماعية المؤثرة في عملية تكوين الصورة الذهنية للمؤسسات فيما يلي:

- تأثير الجماعات الأولية (الأسرة والأصدقاء) على الفرد المستقبل للمعلومات أثناء تبادلهم المعلومات في اتصالاتهم الشخصية حول المؤسسات.
- تأثير قادة الرأي على اتجاهات الجماهير (الاتصال على مرحلتين).
- تأثير ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه الأفراد والقيم السائدة فيه^(٧٠).

٣- عوامل إعلامية:

تعتبر وسائل الإعلام والاتصال بكل أنواعها إحدى الأساليب الفعالة التي يتم من خلالها ومن خلال ما تقدمه من معلومات صناعة الصورة الذهنية لدى الجماهير، وتعد أهم وسائل التنشئة الاجتماعية في تطوير الصور الذهنية، فالتغطية الإعلامية للأحداث في وسائل الإعلام الجماهيرية تؤثر في تكوين الصور الذهنية، كذلك حجم الاهتمام الذي توليه وسائل الإعلام الجماهيرية للأخبار المتعلقة بالموضوع، ويعد الانتشار الواسع لوسائل الإعلام وقدرتها على التأثير أحد أهم الأسباب التي جعلتها تستولي على أوقات الأفراد وقدرتها على منافسة المؤسسات الاجتماعية الأخرى بشدة في مجال التأثير^(٧١)، وحسب رأي الباحثين، فإن وسائل الإعلام تبرز كعامل أساسي في تشكيل الصورة الذهنية، وتتشكل الصور عن الأفراد والشعوب ومختلف الجماعات من خلال ما تبثه تلك الوسائل من مضامين مختلفة ومتنوعة^(٧٢).

٤- عوامل تنظيمية:

وكما تتأثر عملية تشكيل الصورة الذهنية بعوامل تتعلق بالفرد المستقبل

للمعلومات تتأثر أيضاً ببعض العوامل المتعلقة بالمنظمة أو المؤسسة ذاتها حيث أكدت النظريات المتعلقة بدراسة الصورة على أن المنظمة لها دور كبير في تحديد صورتها لدى الجمهور، ومن أبرز العوامل التنظيمية المؤثرة على عملية تكوين الصورة الذهنية للمؤسسات إستراتيجية إدارة المؤسسة التي تعكس فلسفتها وثقافتها، والرسائل الاتصالية المنقولة عبر وسائل الإعلام الجماهيرية^(٧٣).

وقياساً على ما تقدم يمكننا القول بأن الصورة الذهنية لا تتكون نتيجة عوامل معينة ولا في ظروف محددة، كما أن الصورة الذهنية لا يمكنها أن تتكون انطلاقاً من جانب واحد من جوانب الحياة البشرية فهي عبارة عن نتيجة للعديد من الظروف وتوفر الكثير من العوامل، لكن يبقى الجانب الإعلامي هو أهم عنصر يساهم في بناء وتشكيل الصورة الذهنية وترسيخها أو تغييرها^(٧٤).

مصادر تكوين الصورة الذهنية:

إن الصورة الذهنية لا تنبع من العدم ومن خلال التعريفات السابقة التي تعرضنا لها فإن الصورة الذهنية تتكون من مصدرين أساسيين هما:

١- الخبرة المباشرة *Direct Experience*:

إن احتكاك الفرد اليومي بغيره من الأفراد والمؤسسات والأنظمة والقوانين يُعد مصدراً مباشراً ومؤثراً لتكوين الانطباعات الذاتية عن شخص أو منظمة أو فكرة أو دولة، وهذه الخبرة المباشرة أقوى في تأثيرها على عقلية الفرد وعواطفه إذا أحسن توظيفها وهذه مهمة أجهزة العلاقات العامة في تعاملها المباشر مع الأفراد^(٧٥).

٢- الخبرة غير المباشرة *Mediated Experience*:

إن ما يتعرض له الفرد من رسائل شخصية يسمعها من أصدقاء أو عبر وسائل الإعلام عن مؤسسات وأحداث وأشخاص ودول لم يرههم ولم يسمع منهم مباشرة تُعد خبرة منقولة وفي هذا النوع من الخبرة تلعب وسائل الإعلام المسموعة والمرئية دوراً أساسياً في تكوين الانطباعات التي يشكل الناتج النهائي لها الصورة الذهنية^(٧٦).

أنواع الصورة الذهنية:

تختلف الصورة الذهنية التي تتولد في الذهن وتُصنف إلى تصنيفات وأنواع متعددة تبعاً لمصادر تكوينها وتبعاً لخصائصها وسماتها التي بُنيت عليها لذا لا يوجد تصنيف ثابت ومستقر لأنواع الصورة الذهنية شأنها في ذلك شأن تحديد مفهومها حيث تختلف من حقل معرفي إلى آخر.

يصنف ويعدد «جفكينز Frank Jefkins» أنواع الصور الذهنية إلى خمسة أنواع رئيسية هي^(٧٧):

- ١- الصورة المرآة *Mirror Image*: وهي الصورة التي ترى المنشأة نفسها من خلالها.
- ٢- الصورة الحالية *Current Image*: وهي التي يرى بها الآخرون المؤسسة.
- ٣- الصورة المرغوبة *Desired Image*: وهي التي تود المنشأة أن تكونها لنفسها في أذهان الجماهير.
- ٤- الصورة المثلى *Optimum Image*: وهي أمثل صورة يمكن أن تتحقق إذا أخذنا في الاعتبار منافسة المنشآت الأخرى وجهودها في التأثير على الجماهير.
- ٥- الصورة المتعددة *Multiple Image*: وتحدث عندما يتعرض الأفراد لممثلين مختلفين للمنشأة يعطي كل منهم انطباعاً مختلفاً عنها، ومن الطبيعي أن لا يستمر هذا التعدد طويلاً فإما أن يتحول إلى صورة إيجابية أو سلبية أو أن تجمع بين الجانبين صورة موحدة تظللها العناصر الإيجابية والسلبية تبعاً لشدة تأثير كل منها على هؤلاء الأفراد.

وفي تصنيف آخر تنقسم الصورة الذهنية إلى:

- ١- الصورة الذهنية الذاتية: هي إدراك الكيان أو المنظمة لنفسها، وتتطلب عملية بناء صورة ذهنية إيجابية عن المنظمات عمومًا ضرورة أن تبدأ

المنظمة أولاً بتحسين صورتها الذاتية حيث أن تصحيح الصورة المدركة يقع على عاتق الأفراد العاملين في المنظمة وأن الاتصال الذي يجري بينهم وبين الجمهور إما أن يقوي أو يضعف الصورة الذهنية لدى هذا الجمهور^(٧٨).

٢- الصورة الذهنية المرغوبة (المخطط لها): هي ما ترغب المنظمة في توصيله عن نفسها إلى الجمهور ويجب أن تخطط المؤسسة من أجل توصيل تلك الصورة بشكل واضح وبدون غموض إلى الجمهور.

٣- الصورة الذهنية المدركة: هي التصورات، الأحاسيس، والمدرجات التي وصلت بالفعل إلى أذهان الجمهور^(٧٩)، وهذا النوع الأخير من الصور الذهنية هو ما تركز عليه أغلب دراسات الصورة الذهنية في مجال الاتصال والإعلام، وتشير إحدى الدراسات إلى وجود علاقة تبادلية بين الأنواع الثلاثة^(٨٠).

ويعتبر الدكتور كامل مراد أن الصورة الذهنية تعكس الطريقة التي يرى بها الجمهور المنظمة أو الجماعة أو المؤسسة أو الدولة، فهي التصور الذي يدركه الفرد وتتواجد فقط داخل ذهن متلقيها، وهي الانطباعات التي يحملها الأفراد؛ لذا فهو يُقسم الصورة الذهنية وفق التصنيف الآتي^(٨١):

١- سلبية (معارضة): وهنا ينجح الفرد بتكوين اتجاه سلبي ونسعى للتأثير عليها بأساليب مختلفة لتغييرها.

٢- إيجابية (مؤيدة): وهنا يقوم الفرد بتكوين اتجاه إيجابي ونسعى لتعزيزها والحفاظ على استمراريتها.

٣- محايدة (ما بين مؤيد ومعارض): أي عندما لا ينجح الفرد في تكوين اتجاه محدد ويعرف بالحياد أو عدم التحديد أو اللاتجاه وهذه تكون سهلة التأثير.

أبعاد الصورة الذهنية لبرامج اكتشاف المواهب:

استناداً على التراث الأدبي والنظري لنظرية الغرس الثقافي وما تم من مراجعات للأطر المعرفية المختلفة التي تناولت الصورة الذهنية، وفي ضوء المكونات التي تحكم

تشكيل الصورة الذهنية إعلامياً، تمت صياغة أبعاد الصورة الذهنية لبرامج اكتشاف المواهب على النحو التالي:

الصورة العامة لبرامج اكتشاف المواهب:

وفي هذا البعد من أبعاد الصورة الذهنية يتم قياس الصورة العامة لبرامج اكتشاف المواهب لدى الشباب من حيث كونها صورة إيجابية وتسعى لمساعدة المواهب بصدق، وتعكس الصورة الحقيقية لواقع العالم العربي، ومدى أهمية وضرورة وجود هذه النوعية من البرامج وكذلك مدى ملائمة مضمونها مع طبيعة المجتمعات العصرية، أو صورة سلبية تعكس هدف هذه البرامج لتحقيق الربح المادي، وتركيزها على الإبهار والدعاية أكثر من اهتمامها بالمواهب.

القيم التي تعكسها البرامج:

تعد القيم التي تعكسها برامج اكتشاف المواهب وتنشرها بين الشباب بُعداً هاماً ومحورياً من أبعاد الصورة الذهنية واختلف الباحثون من حيث نوعية القيم ومدى ملائمتها للمجتمعات العربية، لذلك سعى المؤلفين في هذه الكتاب لمعرفة القيم التي تعكسها هذه النوعية من البرامج وهل هي قيم إيجابية أم سلبية، وهل تهدف هذه البرامج لإلهاء الشباب العربي عن قضايا مجتمعه المهمة ومدى مساهمة هذه البرامج في نشر عادات وثقافات غريبة دخيلة على مجتمعاتنا ومدى تمسكها بالذوق العام وتقاليد واحتياجات المجتمع.

صورة المواهب ولجان التحكيم:

ومن خلال هذا البعد من مقياس الصورة الذهنية تم معرفة مدى عدالة وموضوعية لجان التحكيم في اختيار المواهب التي تستحق، ومدى مراعاتهم لشعور المتسابقين، ومدى مساهمة هذه النوعية من البرامج في تشجيع الموهوبين المتميزين في الوطن العربي للتعبير عن أنفسهم، وكذلك التعرف على الجوانب الشخصية للمشاركين ولجان التحكيم، والصورة الذهنية المتكونة عنهم لدى المشاهدين.

القنوات التي تقدم هذه البرامج:

وهذا البعد من أبعاد الصورة الذهنية يقوم بتغطية الجانب التنظيمي لهذه البرامج من خلال معرفة هدف القنوات من إذاعة هذه البرامج، والتعرف على أسباب نجاح هذه النوعية من البرامج، ودور عناصر الإبهار التي تستخدمها القنوات كالإضاءة والمؤثرات الصوتية وكذلك الأزياء والديكورات.

