

الفصل الرابع

تزييف الوعي الاجتماعي

مفهوم تزييف الوعي الاجتماعي .
خطاب الصورة وأثره في تشكيل الإدراك الاجتماعي .
تفسير التزييف الحاصل في الوعي الاجتماعي من خلال الصورة .
أساليب تزييف الوعي الاجتماعي المتبعة عبر الصورة .
الآثار النفسية المترتبة على تزييف الوعي الاجتماعي .

obeikandi.com

التزييف في الوعي الاجتماعي

مفهوم الوعي الاجتماعي

بادئ ذي بدء، نقول: إنه ليس من السهولة بمكان وضع تعريف محدد لمصطلح الوعي الاجتماعي Social consciousness، ومردُّ ذلك إلى أن هذا المصطلح لما يزل بعد يثير الخلاف بين الباحثين في العلوم الإنسانية على وجه التحديد، ولم يستقر على تسمية محددة، بدليل أن علم النفس يجرده من الصفة الاجتماعية ويفضل تسميته المفردة (الوعي) فحسب، بينما يشدد علم الاجتماع على ضرورة ربطه بالبيئة الاجتماعية، ومن هنا صار يطلق عليه (الوعي الاجتماعي).

إن محاولة فهم هذا المصطلح يقتضي منّا تفكيكه إلى مقطعين اثنين، هما: الوعي والوعي الاجتماعي؛ ليتسنى لنا بعد ذلك فهمه، ومن ثمّ تعريفه.

لقد ظهر مصطلح الوعي في علم النفس في ثلاثينيات القرن العشرين، بيد أن تأسيس المدرسة السلوكية على يد جون واطسن قد حذر الباحثين من استعماله؛ وذلك يرجع أساساً إلى أن مصطلح الوعي يعد من الظواهر التي يصعب ملاحظتها وقياسها بشكل موضوعي^(١).

وحقيقة الأمر: أن هذا التحذير جاء منسجماً مع الافتراضات التي انطلقت منها المدرسة السلوكية، تلك الافتراضات التي ركزت على أن السلوك عبارة عن منبه واستجابة؛ بمعنى أن تقديم عدد من المنبهات في موقف معين يستدعي استصدار عدد من الاستجابات، وأما العمليات الداخلية فلقد تم تجاهلها بدعوى صعوبة ملاحظتها، ومن ثمّ صعوبة قياسها.

بيد أن هذا التجاهل للعمليات الداخلية، ومنها الوعي على وجه التحديد لم يدم طويلاً؛ إذ سرعان ما عاد الباحثون في علم النفس إلى دراسة الوعي بعد

أن شعروا أنهم بمسيس الحاجة إليه؛ لتفسير بعض الظواهر النفسية التي يصعب على السلوكية تفسيرها، فضلاً عن ظهور الاتجاه المعرفي الذي برز بشكل لافت للانتباه بعد الحرب العالمية الثانية، مركزاً على ضرورة دراسة محتوى العمليات الداخلية التي تجاهلتها المدرسة السلوكية.

ولقد أثار هذا الاتجاه اهتمام الباحثين، إذ عُدَّ في وقته ثورة على الاتجاهات النظرية التي سبقتها؛ ونتيجة للاهتمام الذي حظي به الاتجاه المعرفي فقد أصبح أحد الموضوعات التي تم التركيز عليها في الدراسات النفسية.

وما يهمنا هنا في هذا الاستعراض الموجز عن النشأة الأولى للمصطلح هو تحديده على وجه الدقة.

من الناحية النفسية يعرف الوعي بأنه: (عملية احتفاظ الفرد بما مرَّ به من خبرات، وبما حصله من معلومات، وكسبه من عادات ومهارات) (٣).

هذا التعريف يحصر الوعي بوظائف معرفية فحسب، تلك الوظائف التي تنحصر في الاحتفاظ بالخبرات والمعلومات، واكتساب العادات والمهارات، وهو لا يحدد حقيقة ماهيته، أو لنقل على نحو آخر: إن هذا التعريف لا يجيب عن السؤال، ما الوعي؟

ويعرف الوعي أيضًا بـ: (القدرة على الحصول على الخبرة من العالم بثرائه) (٣).

إذا نحن أمعنا النظر في هذا التعريف، وجدنا أنه هو الآخر لم يحدد ماهية الوعي، واكتفى كسابقه بتحديد وظيفته المعرفية التي تركز على الحصول على الخبرة من عالم غني بالتنبيهات.

وهناك تعريف يحدد ماهية الوعي بأنه: (انتباه انتقائي لمدركات وأفكار

ومشاعر متواصلة^(١٠).

نستطيع القول: إن هذا التعريف نقدم خطوة باتجاه تحديد ماهية الوعي؛ إذ لم يذكر وظائفه المعرفية، وإنما ركز على ماهيته كونه انتباهًا، وهذا الانتباه انتقائي، أي: الانتباه إلى تنبيهات معينة دون غيرها من التنبيهات التي تعج بها البيئة.

كذلك فإن هذا الانتباه - كما ورد في التعريف - ينحصر في العمليات التي تشتمل على المدركات والأفكار والمشاعر التي تتكرر على الدوام.

وقد يعرف الوعي على أنه: (الدراية بأي شيء)^(١١) بحيث يكون الفرد على علم بما يدور داخل ذاته أو خارجها من أفكار، ومشاعر، وخيالات، وذاكرات، ومدركات^(١٢).

واضح أن هذا التعريف يحدد الوعي بالدراية والمعرفة لما يجري داخل الفرد وخارجه من عمليات؛ تلك الدراية التي تجعل الفرد واعيًا بما يحدث حوله.

ويعرف الوعي على أنه: (حالة المعرفة والانتباه)^(١٣). أو (وعي الأفعال والنشاطات والاستجابات)^(١٤)، أو (معرفة الذات والانتباه إليها)^(١٥).

إن ما يجب الإشارة إليه في هذا الصدد: أن هذه التعريفات لا تخرج عن سياق التعريفات الأنفة الذكر؛ تلك التعريفات التي تشير إلى أن الوعي هو المعرفة بما يجري داخل الفرد من عمليات، أو المعرفة بالاستجابات التي تصدر عنه.

من ذلك نخلص إلى القول: إن الوعي هو عملية معرفية، تستهدف بالدرجة الأساس معرفة العالم الذي يحيط بالفرد، والإلمام بشئونه؛ بهدف

إضفاء معنى مناسب عليه.

إذا كان هذا هو المقصود بالوعي، فما المقصود إذن بالوعي الاجتماعي؟ وهل ثمة اختلافات بينه وبين الوعي الاجتماعي؟

نقصد بالوعي الاجتماعي: (مجموعة المفاهيم، والتصورات، والآراء، والمعتقدات الشائعة لدى الأفراد في بيئة اجتماعية معينة، التي تظهر في البداية بصورة واضحة لدى مجموعة منهم، ثم يتبناها الآخرون لاقتناعهم بأنها تعبر عن موقفهم)^(١).

إن الوعي الاجتماعي طبقاً لهذا التعريف يتحدد بمجموعة من الآراء والتصورات التي تنتشر في بادئ الأمر بين مجموعة من الأفراد في بيئة اجتماعية معينة، ثم سرعان ما تنتشر هذه الآراء والتصورات بين أفراد آخرين في البيئة نفسها، اعتقاداً منهم، أنها تعبر عن وجهات نظرهم إزاء قضايا كثيرة.

ويعرّف الوعي الاجتماعي من وجهة نظر أخرى بأنه ذلك المفهوم الذي نعني به: (محصلة معرفة وإلمام كل جماعة بالقضايا الاجتماعية - الاقتصادية والسياسية والثقافية على المستويين المحلي والوطني)^(٢).

إذا نحن أمعنا النظر في هذا التعريف وجدنا أن الوعي الاجتماعي هو عملية إلمام، أو معرفة بالقضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية السائدة لدى جماعة معينة.

وإذا انتقلنا إلى تعريف آخر نجد أنه مفهوم ينطوي على (إدراك الناس وتصوراتهم للعالم المحيط بهم بما يشتمل عليه من علاقات بالطبيعة، وبالبشر، وبالأفكار)^(٣).

يفهم من هذا التعريف أن الوعي الاجتماعي عبارة عن: تصورات يكونها

الأفراد عن العالم الذي يعيشون فيه، ذلك العالم الذي يحتوي على أصناف من العلاقات، تلك العلاقات التي تكون إنسانية، كما هو الحال في علاقات الناس بعضهم ببعض، وأصناف أخرى غير إنسانية، وهذه تنقسم إلى نوعين:

فأما النوع الأول: فهو العلاقة الحادثة مع الطبيعة، كما هو الحال في العمليات الجارية لتكييف هذه الطبيعة لأهداف إنسانية.

وأما النوع الثاني: فهو العلاقة الحادثة مع الأفكار، كما هو الحال في تبني الآراء الفلسفية، أو النظريات، ومحاولة توظيفها في المجالات الإنسانية. وبذلك يكون هذا التعريف قد حدد على وجه الدقة ماهية الوعي الاجتماعي. وهناك تعريفات أخرى للوعي الاجتماعي لا تخرج عن سياق التعريفات التي مر ذكرها.

واستنادًا إلى التعريفات التي أشرنا إليها يمكن القول: إن الوعي الاجتماعي عبارة عن مجموعة من الأفكار أو التصورات التي يكونها الأفراد عن بيئتهم الاجتماعية حصراً، بما يجري فيها من أحداث اجتماعية، وعلاقات إنسانية، تلك الأفكار أو التصورات التي تفضي بهم إلى اتخاذ موقف إزاء قضايا، أو مشكلات معينة.

وأما التزيف في الوعي الاجتماعي فيراد به هنا: عملية تشويه مدركات الأفراد أو تضليلهم بمعلومات خاطئة، يكون القصد منها صرف انتباههم عن قضايا مهمة إلى أخرى أقل أهمية، أو أنها غير ذات موضوع.

خطاب الصورة وأثره في تشكيل الإدراك الاجتماعي

نقصد بالإدراك الاجتماعي على وجه التحديد: عملية فهم للأفراد والعلاقات الاجتماعية، والأحداث والوقائع الحادثة في البيئة، ومحاولة تفسيرها وتكوين انطباعات عنها؛ استنادًا إلى مشاعرنا وقيمنا ومعاييرنا إزاءها؛ ولكي نتمكن من فهم هذه الأحداث والوقائع، والعلاقات الاجتماعية الحادثة في البيئة؛ يقتضي الأمر فهم عملية الإدراك، ولكي يفهم الإدراك لا بد من معرفة الأساس العصبي له، فضلًا عن الأساس النفسي.

وفيا يتعلق بالأساس العصبي للإدراك نقول: إن الحواس تستقبل المنبهات التي ترسلها بدورها عبر مستقبلاتها العصبية إلى الدماغ لمعالجتها، وهنا يؤدي الدماغ الدور الرئيس في معالجة المعلومات الحسية القادمة من البيئة؛ إذ يعتمد الإدراك على أربع عمليات هي: الاكتشاف، والتحويل، والإرسال، وتجهيز المعلومات^(١٣).

فالحواس تكتشف المنبهات، ثم تحولها إلى الدماغ، ومن الدماغ ترسل المعلومات إلى بقية الحواس لتحديد الاستجابات المطلوبة. ولكل حاسة عنصر اكتشاف يسمى المستقبل الحسي، وهو خلية أو مجموعة خلايا تستجيب بطريقة خاصة لنوع معين من الطاقة، فالأذن لها خلايا خاصة مصممة لتسجيل الصوت، أو ذبذبات الهواء، في صورة طاقة حركية، وهناك خلايا خاصة بالعين حساسة للضوء في صورة طاقة كهرومغناطيسية.

وكل مستقبل من المستقبلات له حد أقصى من الحساسية تجاه التنبهات، فأجهزة الاستقبال المتعلقة بالأذن تتأثر بالذبذبات الصوتية في مجال ٢٠ إلى ٢٠.٠٠٠ تردد صوتي في الثانية تقريبًا. أما الترددات الأعلى أو الأدنى من هذا

المجال فهي توجد حولنا ولكننا لا نتمكن من سماعها.

أما تجهيز المعلومات، فنعني به أن جهاز الإبصار يزود الإنسان بكمية كبيرة من المعلومات عن البيئة التي يعيش فيها، وعن طريقها يستطيع أن يتحسس الأشياء في البيئة، وأن يتعرف عليها^(١١)، ثم تحديد مصادرها التي جاءت منها.

أما الجوانب النفسية لعملية الإدراك فهي حصيلة عدد من العمليات المعرفية، نذكر منها: الانتباه والمعرفة أو التمييز والذاكرة.

في الواقع إن الإنسان يواجه في بيئته كمًّا هائلًا من المنبهات، فينتبه إلى بعضها، في حين لا ينتبه للمنبهات الأخرى، وهو الكم الأكبر، لأسباب تتعلق بطبيعة المنبه نفسه، فضلاً عن أسباب تتعلق بالشخص نفسه، وحيث إن الفرد لا يستطيع أن ينتبه إلى جميع هذه المنبهات؛ لذا فإنه يتتقى منها ما يتناسب مع خبراته السابقة، أو ما يتناسب مع حاجاته واهتماماته، أو ما يفرض عليه الموقف^(١٢) من مقتضيات معينة؛ وهذا ما يجعله ينتبه إليها بطريقة انتقائية.

والحقيقة أن عملية الانتباه الانتقائي تنسجم مع وجهة النظر القائلة إن الإنسان كائن فعال، وهو باحث عن المنبهات وليس مستلقاً سلبياً لها^(١٣)، فلو كان الإنسان سلبياً في استلامه للمنبهات، فإن عملية الانتباه هنا تصبح عديمة الأهمية؛ بسبب أن المنبهات هي التي تُفرض على الإنسان، وعليه أن يستقبلها ثم يستجيب لها، غير أن فعالية الإنسان هي التي تجعله يبحث عنها ويتتقى بعضها ثم يستجيب لها باستجابات معينة.

ونسهم أيضًا في عملية الإدراك: المعرفة أو التمييز، ونعني به معرفة ماهية المنبه لغرض تحديده^(١٤) وتمييزه عن المنبهات الأخرى. فقد يكون المنبه شخصًا؛ فلا بد من تصنيفه في فئة معينة من الفئات العمرية، ثم معرفة الخصائص

الشخصية الظاهرة، فقد يكون طويلاً أو قصيراً، أسمر البشرة أو أبيضها، طويل الشعر أو قصيره، إلى غير ذلك، وللذاكرة إسهام في هذا المجال؛ إذ هي تساعد في عملية تخزين المعلومات.

وبذلك فإن الفرد يتمكن من خلال هذا الخزن أن يقارن المنبهات الحسية المختلفة مع خبراته الموجودة في الذاكرة، لكي يصدر في النهاية استجابته المناسبة إزاءها، على أن عملية الخزن هذه عادة ما تتمثل في مخططات يستدعيها الإنسان في أوقات معينة، لأجل المقارنة مع المعلومات الحسية.

وإذن فإن عملية الإدراك الاجتماعي لا تتم إلا بعد توافر هذين العاملين؛ إذ إن كليهما يسهمان معا في عملية فهم الوقائع الحادثة في البيئة وتفسيرها. إذا كان الأمر كذلك، فما دور المحيط الاجتماعي إذن في تشكيل الإدراك؟

إن المحيط الاجتماعي في حقيقة الأمر يزيد من خبراتنا، ومن ثم تشكيل إدراكنا، وكأن المحيط الاجتماعي يعتمد إلى تزويدنا بالمعلومات اللازمة التي تساعدنا على فهم العالم من حولنا.

وإذا نحن تتبعنا عملية تشكيل الإدراك، وجدنا أنه يبدأ منذ السنوات الأولى من حياة الفرد، فالطفل يأتي إلى الحياة لا يعرف شيئاً عما تعارف عليه الناس في ثقافته، وما إن يبدأ بالكلام والحوار مع الآخرين حتى يأخذ بالخطوات الأولى التي تؤهله للدخول إلى فهم العالم المحيط به وما يحكمه من معايير وأخلاق وقيم ومثل وتقاليد تجعل الحياة في الثقافة التي يعيش في كنفها وديعة ومسألة تساعد على النمو؛ لكي يصبح عضواً فعالاً في بناء حضارته في المستقبل القريب.

إن عملية فهم الثقافة، وما يحكمها من قوانين ومعايير ومثل، تقتضي منه أن يكون على اتصال بها، ويتحقق هذا الاتصال عن طريق قنوات التنشئة

الاجتماعية التي بدورها تنقل إليه ما يدور في الثقافة السائدة، ففي أعمار مبكرة تبدأ قنوات التنشئة بتعليم الفرد الجماعة المرجعية التي يرجع إليها عند تقويم سلوكه ومعرفة ما يدور في عالمه الاجتماعي، والواقع أن هذه العملية - أي الرجوع إلى الجماعة المرجعية - تُمكن الفرد من تصحيح مدركاته^(١٨) ومحاولة النظر إلى الأحداث والعلاقات والأفراد بطريقة متطابقة مع توجهات جماعته المرجعية.

وعندما يبلغ السادسة من العمر، يدخل المدرسة؛ إذ تتسع شبكة علاقاته الاجتماعية، فيجد أن هناك أطفالاً بعمره يشاركونه الصف الدراسي، وهناك أيضاً راشدون يعلمونه قواعد القراءة والكتابة، وهناك إدارة تربوية، مما يجعله يراعي القواعد والآداب الموجودة، ثم لا ننسى الدور الذي تؤديه المقررات الدراسية في تنمية اتجاهات تساعد على تحقيق التوافق مع محيطه الاجتماعي.

والدين الذي يعتقد به الفرد يؤدي هو الآخر دوراً في تعليم الفرد الالتزام بالقواعد الخلقية العامة، وبالطبع إن هذه القواعد التي يُقرّها الدين عادة ما تكون مقبولة من المجتمع، وبموجب ذلك فإن الطفل منذ نعومة أظفاره يتعلم الأنماط السلوكية المقبولة دينياً، وفي الوقت نفسه يتعلم الأنماط السلوكية التي يرفضها الدين، تلك الأنماط التي يعدها كفراً، وحراماً ينبغي على الفرد تجنبها، وعلى ذلك فإن الفرد يتعلم أن الالتزام بالمعايير التي أقرت دينياً، إنما هو من باب طاعة الله سبحانه وتعالى، وعندما بلغت المجتمعات البشرية شأواً واسعاً من التعقيد، استدعى الأمر إضافة وسائل أخرى للضبط الاجتماعي، فضلاً عن قنوات التنشئة، فصار هناك القانون والسلطة لتنظيم العلاقات بين الأفراد، وحثهم على الالتزام بالتشريعات والنظم والقوانين.

وبعد: ما دور الخطاب التلفزيوني في تشكيل إدراك الفرد؟ ولماذا التشديد عليه؟ نقول: إن الإدراك الاجتماعي يتشكل بفعل عديد من القوى الثقافية

والاجتماعية، ولعل الخطاب التلفزيوني يعد إحدى تلك القوى، فلقد صار هذا الخطاب منافساً قوياً لتلك القوى في عمليات تشكيل الإدراك!

نظرًا لما يتمتع به التلفزيون من جاذبية وسعة انتشار، فقد صار نداءً للمدرسة في عملية التنشئة، حتى لقد وصف بالمنهج الأول، بينما وصفت المدرسة بالمنهج الثاني^١. وهذا يعني جملة: أن المدرسة قد ضعف دورها في التأثير في سلوك أبنائها، ليحل بذلك التلفزيون في المقام الأول في عملية التأثير، والسبب يعود إلى أن التلفزيون صار يلزم لفرد في كل مكان، إذ يلزمه في غرفة النوم، وفي غرفة الجلوس، وفي أماكن الاستراحة.

ولما كان التلفزيون له من التأثير في سلوك الأفراد ما يفوق تأثير قنوات التنشئة الاجتماعية الأخرى، فمن الممكن أن يكون فاعلاً في عملية الإنجاز أو معوقاً له، وذلك بتأكيد نماذج بشرية تتسم بالإنجاز والنشاط والحيوية والدأب المستمر لتحقيق أهدافها الحياتية بأساليب مشروعة، ومن الطبيعي أن عرض هذه النماذج على الدوام طيلة مدة البث، سيؤدي للمشاهدين إلى تقليدها، بيد أن التلفزيون قد يكون معوقاً للإنجاز في حال عرض نماذج بشرية تتسم بالاستعراض والانحراف والتحايل على الغير؛ مما يترتب عليه إشاعة مناخ مقاوم للتغيير، وفي الوقت نفسه معارض للإنجاز.

إذا نحن عدنا إلى البرامج التلفزيونية العربية، وجدنا أن أغلبها يحاول إشاعة مثل هذا المناخ؛ بدليل أن بعض الساعات التلفزيونية تصرف على الإعلانات التي تروج لهذه السلعة أو تلك، أو لهذه الخدمة أو تلك، وعادة ما يكون الترويج لسلع تخلو من الجدوى الاقتصادية، وتدخل في باب الجدوى الترفيهية، كالإعلان عن مطاعم فاخرة، أو سيارات فاخرة، أو فنادق فخمة، أو غير ذلك.

إن الإعلان عن مثل هذه السلع أو الخدمات سيستثير لدى بعض الأفراد، ولاسيما أولئك الذين يعانون الحرمان والفقر - حاجات غير مشبعة، وربما ينتهي الأمر بهم إلى المخالفة القانونية في محاولة لإشباع بعض حاجاتهم، ولعل الأمر نفسه ينطبق على البرامج التلفزيونية من أفلام ومسلسلات، فهذه البرامج قد أخذت تعرض نماذج من البشر تؤكد الاستعراض، أي أن غايتها استعراض ما لديها من ممتلكات ليس إلا، والأخطر من ذلك أنها أخذت تعرض بعض الأفراد الذين كانوا يعيشون على هامش الحياة الاجتماعية، وفي لحظة ما قد أصبحوا في عداد الأثرياء، أو من متخذي القرار، عندما استعملوا أساليب الحيلة والخديعة مع الآخرين، وكأنني بهذه البرامج توحى للمشاهدين بتوجيه له اتصالية مفادها أن النجاح في الحياة يمر عبر هذه الأساليب؛ مما يدعو الكثير من الأفراد - ولا سيما الشباب منهم - الذين يواصلون الدراسة إلى هجرها لعدم جدواها^(١).

إن كل ما ذكرناه يدل دلالة قاطعة على أن البرامج التلفزيونية العربية غدت معوقة للإنجاز، بدليل أنها أخذت تزيف وعي الأفراد؛ وذلك بتناول خطاب ينسجم مع أيديولوجية المرسل، وتغيب واضح للخطاب النقدي، والشواهد الواقعية تشير صراحة إلى أن الأفراد الذين اكتسبوا أنماطاً من السلوك غير المقبولة اجتماعياً، إنما اكتسبت نتيجة المشاهدة للخطاب المزيف، أو أنها حصيلة لعمليات التشويه والتزييف التي أحدثت في مدركات هؤلاء الأفراد من خلال الصورة التلفزيونية.

تفسير التزييف الحاصل في الوعي الاجتماعي من خلال الصورة

إن التزييف الحاصل في الوعي الاجتماعي بفعل الخطاب التلفزيوني، يفسر على أساس نظريات عدة، ولعل من أهمها: النظرية السلوكية؛ إذ تقرر هذه النظرية أن السلوك الاجتماعي هو نتاج التعلم، ولما كان كذلك؛ فإن التزييف أو التضليل الحاصل في وعي أو إدراك الفرد هو الآخر يعد إحدى نواتج التعلم أيضًا.

ومن الممكن إحداث التزييف أو التضليل طبقًا للنظريات السلوكية عن طريق نوعين من التعلم، هما: الإشرط الكلاسيكي، والإشرط الإجرائي. ولنأخذ الإشرط الكلاسيكي مثالًا، إذ ترى هذه النظرية أن التزييف أو التضليل الحاصل في الوعي الاجتماعي يحدث بفعل اقتران منبه شرطي مع آخر غير شرطي لتكوين الاستجابة الشرطية، التي هي في العادة تزييف لوعي الفرد أو إدراكه، شريطة أن يصاحب العلاقة الشرطية تعزيز كلما ظهرت هذه العلاقة إلى حيز الوجود.

ومما له دلالة في هذا الصدد أن المنبه الشرطي ربما يكون هنا حدثًا ما أو شخصًا ما، أو جماعة ما، أو واقعة ما، أو قضية ما، أما المنبه غير الشرطي فعادة ما يكون بصيغة تعزيز إيجابي أو سلبي، ونعني به هنا الخطاب التلفزيوني الذي يظهر في أشكال مختلفة، فقد يظهر على شكل: صورة أو لقطة أو مشاهد أو إيحاء أو حركة أو لفظ أو مجموعة ألفاظ أو نغوت إيجابية أو سلبية.

نقول: إن التزييف يفسر من وجهة نظر الإشرط الكلاسيكي على أساس الاقتران الحاصل بين المنبه الشرطي والمنبه غير الشرطي كما أسلفنا، هذا الاقتران يفضي بطبيعة الحال إلى إحداث الاستجابة الشرطية، تلك الاستجابة

التي تكون في العادة تفضيل الخطاب التلفزيوني، أو النفور منه، فعلى سبيل المثال لو أريد إطلاق نعوت إيجابية على جماعة ما، فإن الأمر يقتضي عرض الجماعة بمظهر لائق وهي تؤدي عملاً ما، كذلك عرض لقطات أو مشاهد عن أدائها الذي يتسم بالدقة، ثم بعد ذلك تكوين صورة نمطية عنها سواء في ميدان السلوك، أو في ميدان العمل، أو في ميدان المعيشة، ولكي تحدث الاستجابة الشرطية المطلوبة ينبغي أن تتكرر هذه اللقطات أو المشاهد عن هذه الجماعة، وما إن يشاهد الفرد هذه الجماعة على شاشة التلفزيون حتى يستدعي النعوت الإيجابية التي وصفت بها.

وإذن فإن ظهور هذه الجماعة (المنبه الشرطي) على شاشة التلفزيون سيؤدي إلى اقترانها بالنعوت الإيجابية (المنبه غير الشرطي) التي وصفت بها في وقت مضى، وعند ذاك يمكن القول إن الاستجابة الشرطية (تفضيل الجماعة) قد حدثت، ولكي تستمر هذه الاستجابة في الظهور يقتضي الأمر استمرار التعزيز؛ وذلك بإبراز المنبه غير الشرطي (النعوت الإيجابية) في التو واللحظة عند ظهور المنبه الشرطي (الجماعة)، لكي يحدث الاقتران، أما غياب التعزيز (عدم ظهور المنبه غير الشرطي) فإن ذلك سيؤدي إلى ضعف الاستجابة الشرطية، ومن ثم انطفائها.

أساليب تزيف الوعي الاجتماعي المتبعة عبر الصورة

إن ثمة أساليب عدة يستخدمها الخطاب التلفزيوني في تزيف، أو تضليل وعي الأفراد، ولعل من أبرزها:

١- أن الخطاب التلفزيوني وجد في الجسد الأنثوي أسلوباً فعالاً في جذب انتباه الأفراد إلى رسائله الاتصالية؛ لما له من أهمية في استثارة الحاجات غير المشبعة ولا سيما الحاجة الجنسية.

إن مما يجب الإشارة إليه في هذا الصدد أن جسد المرأة يظل على الدوام رسالة اتصالية تنطوي على السحر والفتنة والجاذبية؛ لذا غدا أسلوباً فعالاً في الإعلانات والبرامج التلفزيونية الأخرى التي تستهدف جذب الانتباه إلى الرسائل التي يراد إيصالها إلى الجمهور، وفي الوقت نفسه إحداث الأثر النفسي المطلوب، ألا وهو تشكيل السلوك بطريقة تتلاءم مع توجهات المرسل في هذا الصدد.

وليس من الغريب أن نجد الشركات الإعلانية إلى جانب المؤسسات الاجتماعية التي تروم إرسال رسالة اتصالية إلى الجمهور، تعتمد أولاً إلى التركيز في برامجها على جسد المرأة، ذلك الجسد الذي وجدت فيه عاملاً يسهل عملية التعرض إلى الرسالة الاتصالية، ولا يعتمد في حقيقة الأمر إلى التشويش على تلك الرسالة، وهذا إن دل على شيء إنما يدل على أن جسد المرأة يعد أحد الأساليب الفعالة في عملية تزيف وعي الأفراد إزاء قضايا اجتماعية معينة.

٢- أن التلفزيون أخذ يشرط وعي الأفراد، وهذا الإشرط أفضى إلى تحديد الخيارات أو البدائل لدى الفرد المشاهد، بمعنى آخر: إن التلفزيون لم يفسح مجالاً للفرد أن يحدد بنفسه خياراته المطلوبة، بل إن المرشحين

Conditioners هم الذين يحددون له الخيارات، بالرغم من الادعاءات التي يطلقها هؤلاء (المشرطون) من أن الفرد حر في اختيار البدائل التي تقرر مصيره.

بيد أن هذه الادعاءات هي في واقع الأمر محض وهم، وليس هناك ما يسندها؛ لأن وسائل الاتصال الجمعية - ومنها التلفزيون على سبيل المثال تُغرق الفرد المشاهد في اليوم الواحد بعدد من الصور والبرامج والرسائل التي أريد منها إدماجه في عمليات الإشارات الحادثة في المجتمع من جانب، واستثارة بعض حاجاته المؤجلة من جانب آخر، وكأني بالتلفزيون هنا يدفع بالفرد إلى إشباع تلك الحاجات المؤجلة بشكل آني، وذلك هو ديدن المجتمع الاستهلاكي^(١).

وإذن (يستحيل تقنيًا أن يكون الإنسان سيد نفسه، وأن يختار أسلوب حياته)^(٢) على حد تعبير ماركوز.

إذا نحن عدنا إلى عبارة ماركوز، نجد أنها تنطوي على جملة أمور منها:

أ- أن تقدم التقنية - ولا سيما في ميدان الاتصال - قد سلب الفرد حرته في انتقاء أشياءه؛ إذ أخذ ينتقي أشياءه طبقًا لأذواق الغير (المشرطين) فالمشرطون هم الذين يريدون منه أن يشتري السلعة المعنية وبالمواصفات التي حددت لها، وبذلك فهو لا يمتلك خيارًا سوى شرائها.

ب- ولما كان الفرد لا يملك الحرية في انتقاء أشياءه فهو إذن ليس سيدًا على نفسه، ولو كان سيدًا على نفسه كما يزعم هؤلاء، لانتقى أشياءه بنفسه بموجب حاجاته غير المشبعة من السلع.

ج- ولأنه لا ينتقي أشياءه بنفسه، فهو إذن لا يحدد لنفسه الأسلوب

المناسب لحياته، ووفقاً لهذا المنطق، تغدو ادعاءات هؤلاء المشرطين - أن الفرد حرٌّ في تقرير خياراته - محض وهم^(٣٣).

٣- أن عمليات الإشراف الحادثة بفعل التلفزيون، تهدف - فيما تهدف إليه- إلى خدمة المتلاعبين بالعقول Mind Managers أو على نحو أصح: خدمة المشرطين أي خدمة المرسل فحسب، وهو يعني جملة: أن الخطاب التلفزيوني يكرس أيديولوجية المهيمن، ويدعو إلى تقبل خطابه.

٤- ومما يترتب على عمليات الإشراف هذه، أن الخطاب التلفزيوني أخذ يعتمد على وجهة نظر واحدة، وأهمل وجهات النظر الأخرى، أي أنه يعتمد على وجهة النظر التي تتفق مع أيديولوجية المهيمن حصراً، وتغيب وجهات النظر المخالفة.

٥- ولعل الاندماج في المجتمع هو جلُّ ما تهدف إليه عمليات الإشراف^(٣٤).

إذا نحن عدنا إلى عمليات الإشراف الحادثة بفعل الخطاب التلفزيوني في كثير من الأقطار العربية، فإن الهدف منها هو جعل الفرد منجذباً إلى مجتمعه، راضياً عن نمط الحياة فيه، ومتقبلاً للأيديولوجية السائدة، ولعل ذلك يعود إلى أن النظم السياسية تحاول أن تحافظ على ما استقر من أوضاع ونظم، أو ما كان مطلوباً له أن يستقر، وليس المحافظة على تماسك المجتمع، حتى في حال تعرض الأفراد إلى الشعور بالضيق والاعترا ب.

وإذن فإن استقرار الأوضاع - ولا سيما السياسية منها - هو جل ما تهدف إليه عمليات الإشراف.

٦- لقد اشتملت الرسائل الاتصالية الصادرة عن التلفزيون على تناقض

في تناول نسق القيم Value System، فتارة تدعو إلى تبني نموذج الإنسان المنجز والنموذج الإنساني، ونموذج الإنسان المتدين، وتارة أخرى تغمر المشاهد بفيض من نماذج الإنسان المنحرف، ونموذج الإنسان المغترب، ونموذج الإنسان الاستعراضي، ونموذج الإنسان المقهور، ونموذج إنسان السوق، وكل تلك النماذج من البشر التي تطرح عبر تلك الرسائل قد تؤدي إلى عدم تثبيت النسق القيمي المطلوب، ذلك النسق الذي يشيع بين الأفراد الوحدة والتماسك والتوجه نحو الهدف المشترك.

٧- ومن الأساليب التي يلجأ إليها الخطاب التلفزيوني في تزييف الوعي، إقناع الأفراد بالرضا عن أحوالهم الاقتصادية السيئة؛ وذلك بتصوير قضية الغنى والفقر أنها حالة طبيعية وليست ناشئة عن قصور السياسات الحكومية، وبذلك فإن الخطاب التلفزيوني يصور قضية العسر الاقتصادي الذي تعانيه الأغلبية من المجتمع، على أنها مسألة مرتبطة بحجم الموارد وليس لها أية علاقة بعدالة التوزيع، وكأن الخطاب التلفزيوني يحاول هنا أن يبرئ السياسات الحكومية من قضية التصرف اللاعقلاني بالموارد، فضلاً عن إضفاء فلسفة جبرية في عملية توزيع المنافع الاقتصادية. وبذلك أصبح الخطاب التلفزيوني مضللاً أو مزيفاً لوعي الأفراد إزاء مشكلات اليسر والعسر^(١١).

نقول: إن الخطاب التلفزيوني أخذ يصور قضية الغنى والفقر أنها خارجة عن إرادة السياسات الحكومية، ملقياً بتبعاتها على الظروف الدولية، وعلى أعداء الإنسانية.

٨- أن الدين بوصفه أسلوباً فاعلاً في الإقناع قد وُظف في عمليات التزييف أو التضليل التي أخذ يمارسها الخطاب التلفزيوني؛ وذلك بإقناع الأفراد بالرضا عن ظروفهم الحياتية الراهنة، وتصوير عيش الكفاف والفقر على أنه امتحان سماوي واختبار لصبر الصابرين، وخير شاهد على ما نقول

(خطبة الجمعة) التي تنقل وقائعها عبر التلفزيون، فالمتتبع لهذه الخطبة يجد أنها خطاب ينطوي على ألفاظ غاية في البيان والتنميق اللفظي، ولكنه لا يبلغ حدود المراد، أي أنه لا يتناول مشكلات الإنسان وهو يعيش الأزمة السياسية أو الاقتصادية أو الاضطراب الاجتماعي، فضلاً عن أن هذا الخطاب يفتقر إلى البرامج اللازمة لمعالجة مشكلات المجتمع، كما أنه خطاب غير عقلائي؛ إذ يعتمد كثيراً على الغيب، مما يسهم ولو بطريقة غير مقصودة في تعليم الإنسان (العجز).

٩- لقد أخذ الخطاب التلفزيوني يصور الواقع السياسي الراهن على أنه يوتوبيا أو مدينة فاضلة، وذلك بتكرار خطاب ينطوي على حرية الفرد في التعبير عن آرائه ومعتقداته، وله الحق في المشاركة في صنع القرار السياسي، إلى جانب حقه في مساءلة النظام الاجتماعي في حال ارتكابه للأخطاء.

وبطبيعة الحال: إن وصف الخطاب التلفزيوني للواقع السياسي بطريقة وهمية أو مضللة سيفضي إلى سخرية وتهكم الأفراد؛ مما يعني أن هؤلاء سيطلقون المزيد من الصور النمطية السلبية على النظام الاجتماعي عند تعرضهم لمثل هذا الخطاب، فضلاً عن العزوف عن سماعه.

إذا نحن أجرينا مسحاً للبرامج التلفزيونية الموجهة نحو النساء نجد أنها تولي اهتماماً بالنخبة منهن، أي بأخبار تلك النساء البارزات، أو اللواتي ذاعت شهرتهن في ميادين الفن والأدب والعلوم^(٣)؛ لذا أخذ الخطاب التلفزيوني يروج لهن إعلانات في محاولة لإشباع حاجاتهن من السلع الاستهلاكية، فضلاً عن إشباع الحاجة إلى الاستعراض في المجتمع، أما الغالبية العظمى منهن فلا تحظى إلا بحصة قليلة من هذه البرامج، تلك الحصة التي لا تتناسب مع نسبتها في المجتمع، وهذا إن دل على شيء، إنما يدل على أن الخطاب التلفزيوني يكرس مصالح الفئة المسيطرة حصراً، ويعبر عن أيديولوجياتها.

والمتتبع لهذه البرامج يجد أنها لا تعبر عن حاجات المرأة العربية من السلع والمواد الاستهلاكية على سبيل المثال، ولعل ذلك يعود إلى أن هذه البرامج تستند إلى مرجعية أجنبية، بمعنى أنها تحاكي أو تقلد البرامج الغربية، على وجه التحديد في طريقه إنتاج الخطاب التلفزيوني الموجه للنخبة من النساء، وحقيقة الأمر أن إشاعة خطاب يعبر عن مشكلات النخبة من النساء ويتجاهل مشكلات الأغلبية منهن، إنما يراد منه النظر إلى النساء على أنهن فئة واحدة ولا ينقسمن إلى فئات متعددة، وهو تزييف لحقيقة الأمر، ووفقاً لهذا المنطق غدا الخطاب التلفزيوني وسيلة للتعبير عن مشكلاتهن في الحياة سواء في ميدان العمل، أو في ميدان الحياة الزوجية، أو في ميدان الشهرة، أو في ميدان التفاعل الاجتماعي.

١٠- ولعل الأمر نفسه ينطبق على الأطفال؛ إذ لا يحظى هؤلاء، ولا سيما أولئك الذين يتمون إلى المستوى الاجتماعي - الاقتصادي المتدني، لا بنصيب قليل من البرامج التلفزيونية التي تتناول مشكلاتهم النفسية والاجتماعية، وكذلك أوضاعهم الاقتصادية، في حين يحظى أقرانهم من ذوي المستوى الاجتماعي - الاقتصادي الراقى، بنصيب وافر منها، ولعل ذلك يعود إلى الرقابة على مضمون الخطاب التلفزيوني؛ إذ إن تناول موضوعات تتعلق بالأطفال من ذوي المستوى الاجتماعي - الاقتصادي المتدني يعني جملة تناول موضوعات تخص المسألة الاجتماعية، التي تحرص النظم الاجتماعية على عدم تناولها لارتباطها بعدالة التوزيع، وكفاءتها في معالجة الأوضاع الاقتصادية المضطربة.

الآثار النفسية المترتبة على تزييف الوعي الاجتماعي

إن التزييف أو التضليل الذي عمد التلفزيون إلى إشاعته في خطابه الموجه إلى الأفراد، سترتب عليه جملة من الآثار النفسية، ولعل من أبرزها:

١ - إشاعة الشعور بالاغتراب عن المجتمع

إن الخطاب التلفزيوني، وهو يرسل فيضاً من الصور والبرامج والمشاهد التي تكون في العادة غير حقيقية ولا تصور واقع الحال، أو هي تضليل للواقع الحياتي، سيعمد إلى تشكيل عالم يوتوبي أو ما يسمى بالمدينة الفاضلة، تلك المدينة التي تتوافر فيها كل مستلزمات الحياة الحرة الكريمة؛ وبمقتضى ذلك سينعم الإنسان بالحرية، ويتحرر من الخوف، ويشبع حاجاته النفسية والاجتماعية، وستكون العاقبة أن الإنسان في بلدان العالم الثالث، ومنها المجتمع العربي، سيجد هوة واسعة بين البيئة التي يعيش فيها وذلك العالم اليوتوبي الذي ما انفك يحلم به^(٣٧). هذا العالم اليوتوبي الذي تحددت معالمه في برامج التلفزيون، سيشيع حالة من الاغتراب لدى الفرد، بحيث يجد نفسه مبتعداً عن مجتمعه وغير مشارك فيه، مما يشجعه على تكوين صور نمطية عنه: كونه مجتمعاً متخلفاً ولا يمكن إصلاحه.

٢ - إشاعة ثقافة الاستهلاك

من المفيد الإشارة إلى أن الصورة التلفزيونية ستعتمد إلى إشاعة ثقافة تتسم بالاستهلاك المفرط، وذلك من خلال عرض البرامج التي يشيع فيها نمط استهلاكي إلى حد البذخ، وهذا ما يلاحظ في القنوات الفضائية.

إن إشاعة مثل هذا النمط الاستهلاكي، إنما يقصد منه إضعاف الإنتاج لدى أفراد المجتمع، ومحاولة تعليمهم الاعتماد على الغير في توفير مستلزماتهم

اليومية، وهذا معناه أن يكون أفراد المجتمع عموماً استهلاكيين أكثر من أن يكونوا منتجين، وبمرور الوقت ستصبح الاتكالية أحد الخصائص المميزة لأفراد المجتمع، ومن ثم سينظرون إلى السلع الوطنية بسخرية وتهكم.

إن إشاعة مثل هذا النمط من الاستهلاك لا يؤثر فقط على عملية الإنتاج والتفكير بأحوال المجتمع ومشكلاته فحسب، بل هو سيؤدي إلى تنمية أنماط استهلاكية لم تكن معروفة من قبل، مما يؤدي إلى زيادة الطلب على بعض السلع والبضائع، وسيكون الفرد منهمكاً من أجل إشباع حاجاته منها، وكلما أشبع حاجة من سلعة ما، وجد نفسه أمام سلع أخرى لم يشبع حاجاته منها؛ بسبب أن البرامج الوافدة ستعرض عليه كماً هائلاً من السلع الاستهلاكية التي تتمتع بقدر كبير من الجاذبية إلى جانب أنها تمثل آخر صيحات المودة، ولا سيما في مجال الملابس وأدوات الزينة، وهي في الوقت نفسه ستكون متنوعة تخدم المرأة والرجل، الصغير والكبير، ومختلف الفئات العمرية؛ وبذلك ستحول إلى مجتمع استهلاكي بمرور الوقت.

أما قضية التفكير بأحوال المجتمع ومشكلاته، فقد تصبح من القضايا الثانوية وليست لها أية أهمية تذكر، انطلاقاً من مقولة: إن المنبهات ذات الجاذبية العالية ستجذب الانتباه إليها أكثر من تلك المنبهات الأقل جاذبية.

٣- إضعاف المعتقدات الدينية

لقد أريد من الصورة الوافدة، ولا سيما في برامج البث الوافد من الفضاء، أن تخرض الفرد - ولو بشكل غير مباشر - على التخلي عن المعتقدات الدينية التي يعتقد بها؛ إذ إنها لم تقدم له شيئاً طيلة اعتقاده بها، بل على العكس من ذلك، إنها أخذت تسوّغ حالة الظلم والغبن بطريقة تنم عن كونها امتحاناً سهواً، واختباراً لصبر الصابرين، ومعتقدات مثل هذه تسوّغ للظالمين ظلمهم لا تنفع أن تكون معتقدات يعتقد بها الفرد.

والحقيقة: أن تلك أخطر خطوة في برامج البث الفضائي، لو اتبعت على هذا النحو، فإن تمكنت هذه البرامج من إضعاف المعتقدات الدينية سنكون على شفا كارثة مجتمعية، ألا وهي التخلي عن معتقداتنا الدينية، عند ذاك سنصبح مجتمعًا بلا خصوصية ثقافية.

٤ - محاولة إضعاف الولاء الوطني للفرد

ويلاحظ كذلك أن هذه البرامج تحاول أن تجعل نموذج الحياة الأمريكية هو النموذج البديل للمجتمع البشري، ولتحقيق هذا الهدف أخذ المرسل يطرح بعض البرامج التي من شأنها أن تجعل النموذج الأمريكي نموذج الحياة المقبول لدى المجتمعات البشرية، وتعد العولمة أحد المشاريع التي أخذت تروج لها الصور؛ بهدف إضعاف الولاء الوطني للفرد، ومن ثم إحلاله بولاء آخر؛ إذ ينحصر بالولاء للعالم ككل، وبمقتضى ذلك يحل الولاء للعولمة محل الولاء الوطني؛ إذ لا يبقى في هذه الحالة ثمة وطن ينشده الفرد، بل إن العالم بأسره سيصبح وطنه؛ وبذلك فإن العولمة تسعى إلى ذوبان جميع الأفراد في المجتمعات البشرية في جماعة بشرية واحدة يتبنون (العقل المعولم) Globalized mind - إن صح التعبير - بأنماطه السلوكية، وأنساقه القيمية التي يؤكدها، وأن يتخلى كل فرد من هؤلاء الأفراد عن معايير وقيمه التي اكتسبها بفعل قنوات التنشئة الاجتماعية السائدة في ثقافته؛ وعلى ذلك فإن العولمة تسعى إلى تحويل الجموع البشرية المختلفة باتجاهاتها وقيمها ومعاييرها وثقافتها الفرعية إلى جماعة بشرية توحيدها قيم ومعايير واحدة أو تكاد، وهي في واقع الأمر قيم ومعايير العالم المعولم.

ومما نخشاه أن لغة الخطاب في هذه البرامج ستستثير غضب وسخط بعض الأفراد على أوطانهم، لا سيما فئة المقهورين منهم؛ إذ لما تزل بعد هذه الفئة - سواء من أولئك الذين يعانون الحرمان، أو من المثقفين، أو خريجي الجامعات - تعاني ضنك الحياة وصعوباتها، وربما ستجد في خطاب هذه

البرامج ما يشبع حاجاتها غير المشبعة؛ لاسيما في ميدان حقوق الإنسان وتوزيع الثروة، ومن الطبيعي أن هؤلاء سيكونون من من أشد الناس نصرة للعولمة ومن المدافعين عن أهدافها بعد أن خبروا الواقع المؤلم وعانوا من تسلطية الحكومات.

٥- إضعاف العلاقات الاجتماعية بين أفراد الأسرة

إن الصور التلفزيونية الوافدة على كثرتها وتنوعها ستجعل أفراد الأسرة الواحدة يصرفون الكثير من الساعات في المشاهدة، وبطبيعة الحال إن صرف هذه الساعات في المشاهدة سيقول من عملية التفاعل الأسري^(٢٨)، وبالتبعية فإن عملية التفاعل اللفظي ستقل هي الأخرى، وهنا تكمن الخطورة؛ إذ إن غياب التفاعل بين أفراد الأسرة الواحدة سيؤدي إلى إحداث بعض المشكلات، ومنها: التغاضي عن مشكلات الأبناء التي قد تكون في مرحلة التكون والنشوء؛ لذا فإن تدخل الآباء في هذه المشكلات أو معرفة أسبابها وهي لما تزل في مرحلة التكون والنشوء قد يفضي إلى إيجاد بعض الحلول لها، كما أن عملية المشاهدة الطويلة، وهي بطبيعة الحال مشاهدة تنطوي على المتعة ستؤدي إلى إنهاك المشاهدين وإحساسهم بالتعب والإرهاق، وعندئذ سيجد هؤلاء أن المشكلات التي يتعرضون لها سواء ما يتعلق منها بالأبناء، أو ما يتعلق بالمنزل الذي يعيشون فيه لا تعنيهم، أو على أقل تقدير سوف لا يأخذونها على محمل الجد، فضلاً عن أن المشاهدة ستصرف الآباء والأبناء الكبار عن التفاعل اللفظي مع الأبناء الصغار الذين هم بحاجة إلى إدامة الصلة اللفظية مع الراشدين؛ لغرض تصحيح بعض الأخطاء الواردة في أحاديثهم، وعلى ذلك فإن تقليل التفاعل اللفظي داخل الأسرة سيقول من المحصول اللفظي هؤلاء الصغار الذين هم في مرحلة تكوين ذخيرة لغوية.

٦- إضعاف الإنجاز الدراسي

لا بد من التسليم أن زيادة معدل الساعات التي تصرف في المشاهدة ستؤدي إلى خفض الإنجاز الدراسي؛ وذلك بسبب إحساس الأفراد بالتعب والإنهاك، مما يؤدي إلى تقليل الساعات التي ستصرف في المطالعة وتحصيل المعرفة، وبمرور الوقت سيشكل هؤلاء عادات تنطوي على نبذ المطالعة، ومن ثم نبذ التوجه نحو الدراسة، وهو الأمر الذي سيضعنا أمام مشكلة في غاية الخطورة، وهي الانصراف عن الإنجاز الدراسي، وستكون العاقبة زيادة معدلات الرسوب والتسرب في مدارسنا، وجامعاتنا العربية، ومن ثم التأثير على عملية تكوين رأس المال البشري؛ لأن المجتمع يعول الآن على هذه الفئات العمرية (فئات المدارس والجامعات) في المستقبل القريب أو البعيد في أن تصبح ملاكاً علمياً في كل قطاعاته بعد أن تهرم وتشيوخ الملاكات العلمية الحالية.

ويبدو أن بعض البلاد العربية أخذت تعاني من ظاهرة التسرب والرسوب بعد أن مرت بأزمات مجتمعية، فما بالك إن شاع البث الوافد من الفضاء في هذه البلاد فماذا سيحدث؟

نعتقد أن بعض البلاد العربية التي تمر الآن تمر الآن بأزمات مجتمعية، ربما تجعلها مهياة لشيوع حالات تدهور الإنجاز الدراسي فيها، فضلاً عن أن البرامج الوافدة ستحث بدورها الأفراد - ولو بطريقة غير مباشرة - على ترك العمل الدراسي، والتوجه نحو الاستهلاك والانغماس باللهو.

٧- إضعاف الحكم الخلقي

من المسلم به في أدبيات علم النفس الاجتماعي أن المجتمعات البشرية لكي تحافظ على كيانها وعلى سلامة أفرادها، فإنها تلجأ في العادة إلى تشريع قوانين وأنظمة تنظم العلاقات السائدة بين أفرادها، كما تسهم القيم الدينية

والخلقية هي الأخرى في تنظيم هذه العلاقات.

وفي أغلب الأحيان تعد القيم الدينية والخلقية رادعاً أقوى للفرد من التشريعات الوضعية، عند محاولة خرق القواعد الخلقية؛ بسبب أن هذه القيم تتضمن التحريمات والممنوعات، وما هو مقبول اجتماعياً، وهو الأمر الذي يجعل منها ضوابط داخلية تمنع الفرد من خرقها، وفي الوقت نفسه فإن الفرد يحرص على الالتزام بها والامثال لها، فأى خرق أو خروج عنها فإن الفرد سوف يواجه بالرفض والاستهجان من الجماعة التي ينتمي إليها، ناهيك عن تأنيب الضمير، وبذلك يصبح الالتزام بالقواعد الخلقية دخل المجتمع أمراً تفرضه الأعراف والتقاليد الاجتماعية.

وأحياناً عندما يحاول الفرد خرق هذه القواعد لا يفكر بالعواقب القانونية المترتبة على هذا الخرق، بل يشغل نفسه بالتفكير بالعواقب الاجتماعية؛ وعلى ذلك فإن الحكم الخلقي هو تعبير عن هذه القيم - أي القيم الخلقية - التي استدخلها الفرد إلى نسقه القيمي؛ إذ تعمل على توجيه سلوكه نحو الالتزام بأعراف المجتمع ومعايره.

ومن هنا فإن الصور الوافدة تحاول جاهدة إضعاف الحكم الخلقي لدى الأفراد ليتسنى لها تشكيل معتقداته واتجاهاتهم بما يتناسب وتوجهاتها، وهذا معناه أن إضعاف الحكم الخلقي هو الذي يقرر نوع السلوك، فمن المتوقع أن تصدر منهم أنماط سلوكية تنسجم مع توجهات هذه البرامج.

بعبارة أخرى: إن تعرض الفرد لمزيد من المنبهات التي تنطوي على حرية جنسية، فضلاً عن غياب الالتزام بالأعراف والتقاليد الاجتماعية سيحرض بعض الأفراد على انتهاك هذه الأعراف إن تعرض لمثل هذه التنبيهات.

نقول: إن تعرض الفرد لمزيد من المنبهات التي تتضمن خروجاً عن

المألف، أو ما درج عليه أفراد المجتمع، إنما يراد به إضعاف الحكم الخلقي، ووفقاً لهذا الموقف لا مفر من التسليم، إن إضعاف الحكم الخلقي يعني صراحة إضعاف مقاومة الإغراء.

وحسبنا أن نشير هنا إلى أن نظرية التعلم الاجتماعي ترى في تأطيرها النظري أن الحكم الخلقي: هو قدرة الفرد على مقاومة الإغراء^(٣). واستناداً إلى ذلك فإن مقاومة الفرد للإغراء ستضعف بعد أن يتعرض إلى كم هائل من التنبيهات التي تنطوي على مخالفة المعايير الاجتماعية، والتحريض من ثم بعدم الامتثال لها.

٨- إشاعة مشاعر من العجز بين الأفراد

إن المتبع للدراسات التي أجريت حول الآثار النفسية المترتبة على مشاهدة الصورة التلفزيونية، يجد أنها متهمة بشكل واضح بإشاعة مشاعر من العجز بين المشاهدين؛ ولعل هذا الاتهام يرجع سببه الرئيس إلى المرسل حصراً، فالمرسل يريد من الجمهور المستقبل أن يستلم الصورة التلفزيونية بطريقة تخلو من المعالجة النقدية، وهذا يعني أن المرسل يريد الجمهور أن يكون سلبياً إثر تلقي الصورة؛ ذلك أن فعالية التلقي ستجعل المرسل في حيرة من أمره، ومن ثم سيكون غير قادر على تحقيق بعض أهدافه الكامنة وراء البث؛ ولذا فإن المرسل ملزم - بحكم الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها - بإشاعة مشاعر العجز بين الجمهور؛ لكي يتمكن من جذب الانتباه إلى رسائله الاتصالية.

وإذن فإن الضرورة تقتضي أن تشيع في الصورة التلفزيونية تنبيهات تنطوي على (العجز المتعلم) كما يسميه بعض الباحثين في علم النفس، والسؤال الذي يطرح نفسه هنا: لماذا العجز المتعلم، وعلى وجه التحديد في الصورة التلفزيونية؟ وثمة سؤال آخر: ما السبيل لإشاعة مشاعر العجز المتعلم

عبر الصورة التلفزيونية؟

قبل الإجابة عن هذين السؤالين نجد من الضروري أن نحدد معنى العجز المتعلم، ثم نتقل بعد ذلك إلى الإجابة عن هذين السؤالين.

نشير في هذا الصدد إلى أن العجز المتعلم Learned helplessness هو أحد الأساليب التي يتم من خلالها تشكيل السلوك، ونعني به هنا على وجه التحديد: تلك العملية التي تفضي إلى تعليم الفرد أو الأفراد المستهدفين بها حالة القبول بالأمر الواقع أو الاستسلام للمصير الذي أعد لهم، والحقيقة أن أصحاب هذا الاتجاه أجروا عددًا من الدراسات التجريبية للثبوت من صحة منطلقاته النظرية التي تشير - بين ما تشير - إلى أن وضع الفرد في محنة، أو ضائقة، أو موقف عصيب يصعب عليه إيجاد الحلول المناسبة للتخلص منه، كفيل بتعليمه اليأس والعجز^(٣)، وهذا معناه أن الفرد الذي أريد له أن يتعلم الاستسلام للإجراءات التي رتب له، سيجد نفسه مضطرًا إلى قبول المصير الذي أعد له.

وإذا نحن أعمقًا النظر في التنبيهات التي تشتمل عليها الصورة التلفزيونية، نجد أن المرسل يصر على إشاعة العجز بين الجمهور المتلقي؛ من أجل أن يضعف مقاومته للرسائل الاتصالية أولاً، ثم بعد ذلك البدء بعمليات الإقناع ثانيًا.

أما السبيل لإشاعة مشاعر العجز عبر الشاشة التلفزيونية فيمكن تلخيصها بعرض كل منجزات حضارة الغير، سواء في الميدان المادي أو في الميدان غير المادي، وقد يؤدي ذلك إلى شعور الجمهور المتابع للصورة الوافدة، بغياب منجزات المجتمع الذي ينتمي إليه على مدارج الحضارة الإنسانية، وبطبيعة الحال إن الانبهار بهذه المنجزات وغياب مكانة مجتمعه على مدارج

هذه الحضارة، سيزيد من إحباطه ويأسه من التقدم المنشود، ومما يزيد حالة العجز لدى الجمهور المتلقي أن الصور التلفزيونية، ومنها الوافدة من الفضاء، أخذت تحسن اختيار الوقت عند الإرسال، إذ إن هناك أوقاتاً معينة، ولا سيما في فترة المساء، يكون فيها الجمهور مسترخياً، ولعل هذا الاسترخاء يهيئ الأجواء لاستقبال الصورة بطريقة سلبية.

٩- الحض على مخالفة معيار المسؤولية الاجتماعية

بات واضحاً أن التنظيم الاجتماعي لكي يحافظ على ديمومته واستمراره وبقائه لا بد من أن يجد له بعض القواعد والنظم والمعايير التي من شأنها أن تنظم العلاقات بين أفرادها، وأن تحول دون سيطرة قانون الغاب على الحياة فيه؛ وبموجب هذه القواعد يتوقع أن تكون الحياة داخل التنظيم الاجتماعي آمنة ومطمئنة؛ وإزاء ذلك يصبح الفرد ملزماً بأداء بعض الالتزامات والواجبات تجاه الأفراد الآخرين الذين يشاركونه الحياة في التنظيم الاجتماعي إن تعرضوا إلى أزمة أو محنة، من قبيل: إسعاف مصاب، أو تقديم المشورة، أو النصيحة لشخص يعاني أزمات شخصية، أو التحذير من خطر ما.

واستناداً إلى هذا التصور تصبح المسؤولية الاجتماعية الأساس الذي يستند إليه التنظيم الاجتماعي في عملية تنظيم العلاقات بين أفرادها، هذا من جهة، ومن جهة أخرى تضيف جانباً إنسانياً على الحياة فيه؛ لذا فإن المسؤولية الاجتماعية تعد ضرورة ملازمة للنظام الاجتماعي إذ لا يمكن أن يكون هناك نظام اجتماعي بدون مسؤولية اجتماعية، ولا يمكن أن تكون هناك مسؤولية اجتماعية بدون نظام اجتماعي، فكلاهما وحدة واحدة لا انفصام بينهما، والنظام الاجتماعي لا يمكن أن يحافظ على القواعد والنظم التي تنظم العلاقات بين الأفراد إلا بوجود المسؤولية الاجتماعية التي تضيف بدورها على الحياة في التنظيم الاجتماعي حالة من التآلف والانسجام.

من هنا فإن الصور الوافدة تعتمد إلى الحُض على مخالفة معيار المسؤولية الاجتماعية في مختلف وجوه الحياة الاجتماعية، وذلك بعرض برامج تنطوي على حالات ترك المصاب على قارعة الطريق يواجه مصيره، أو إخفاء بعض المعلومات عن مجرم قاتل تطارده العدالة، أو عدم الإدلاء بشهادة حول قضية ما، أو عدم تقديم المشورة أو النصيحة لشخص يعاني بعض المشكلات، أو الحُض على ابتزاز الآخرين بشتى الطرق والأساليب. أو الحُض على الربح السريع... إلى غير ذلك من الحالات التي يمكن أن يمر بها الفرد في الحياة الاجتماعية. وبطبيعة الحال إن مثل هذه الحالات التي ستحُض عليها الصور الوافدة سوف تسوِّغ على أساس أن كل تصرف يصدر عن الفرد ستكون له عواقب وخيمة، من أمثلة هذه العواقب أنه في حال إسعاف مصاب على سبيل المثال، سيتعرض الشخص الذي أسعفه إلى المساءلة القانونية، وربما يتهم هذا الشخص بكونه المتسبب بإلحاق الأذى بذلك المصاب وعليه أن يتحمل وزر ما فعله.

إن هذه المسوغات وغيرها التي تتناولها الصور الوافدة ستجعل الفرد في حالة صراع نفسي؛ وطالما أن هذه الحالات قد أحدثت لديه صراعاً نفسياً فمن المحتمل أن ينتهي به الصراع إلى تبني وجهة النظر التي تؤكد تجنب الموقف الذي يبعث على الألم إثارة للسلامة.

١٠ - إشاعة نماذج من البشر تتسم بالسلبية

من الملاحظ أن المجتمعات البشرية تنمي لدى أفرادها نماذج معينة من البشر وهي أنساق قيمية تعكس فيها توجهاتها، وتصوراتها الحياتية، ونظامها الاجتماعي، وطبيعة الحضارة السائدة فيها، سواء كانت هذه المجتمعات متقدمة أم نامية.

ووفقاً لذلك فقد شاعت في المجتمعات الأوروبية نماذج من البشر تؤكد

الديمقراطية والمنفعة المادية، ومعالجة الأمور بطريقة علمية، ونبد الخرافة، والتوجه إلى الحياة بشكل ممتع وسار، واستثمار اللحظة التي يمر بها الإنسان، واحترام الزمن.

بينما شاعت في المجتمعات النامية بموجب الحضارة السائدة فيها نماذج من البشر تؤكد القدرية، وتمني العودة إلى الماضي، والاغتراب عن المجتمع، والإيمان بالخرافة والأساطير الشعبية، وانتظار الخلاص على يد قائد منقذ، وشعور الإنسان بقهر الظروف والطبيعة والآخرين والسلطة، وإشاعة مظاهر من التدين الشكلي والشعارات البراقة التي تدل على المواطنة، وتقدير الناس واحترامهم على أساس مراكزهم الاجتماعية التي يشغلونها، أو على أساس ما يمتلكونه من ثورة.

والحقيقة أن هذه النماذج من البشر هي نتاج الظروف الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، والفكرية، والديمقراطية، والتكنولوجية، التي تمر بها المجتمعات البشرية، وعلى هذا الأساس فإن المجتمع الذي تشيع فيه نماذج من البشر تؤكد الديمقراطية وحرية الفرد وإشباع حاجاته، إنما تعكس ظروف المجتمع وطبيعة التطور الذي وصل إليه، ووضوح النظام الاجتماعي بقوانينه ونظمه وقواعده التي يسير عليها، فضلاً عن وجود عقد اجتماعي ينظم العلاقة بين الفرد والمجتمع، وعلى أساس العقد الاجتماعي فإن أي إخلال من جانب الفرد بواجباته تجاه المجتمع هناك إجراءات قانونية تتخذ بحقه؛ وذلك للحفاظ على تنظيم هذه العلاقة.

وعند إخلال المجتمع بواجباته تجاه الفرد هناك إجراءات أيضاً يلجأ إليها الفرد لتقويم الخلل والكشف عن مواطن الضعف، أو اتخاذ بعض الإجراءات للحيلولة دون تكرارها.

إذن لا غرابة أن تشيع مثل هذه النماذج من البشر في نظام اجتماعي يستند إلى العقد الاجتماعي؛ ولعل هذا السبب قد جعل نماذج البشر الشائعة في المجتمعات النامية لا تشيع في المجتمعات المتقدمة.

نقول: إن المجتمع العربي - وهو جزء من البلدان النامية - تشيع فيه الآن نماذج من البشر تكاد تشيع في تلك البلدان ولكن بدرجات متفاوتة، ولعل من أبرز نماذج البشر الشائعة الآن في المجتمع العربي:

- ١- نموذج الإنسان المتدين.
- ٢- نموذج الإنسان المواطن.
- ٣- النموذج الإنساني.
- ٤- نموذج الإنسان المنجز.
- ٥- نموذج إنسان السوق.
- ٦- نموذج الإنسان المقهور.
- ٧- نموذج الإنسان المنحرف.
- ٨- نموذج الإنسان المغترب عن المجتمع.
- ٩- نموذج الإنسان الاستعراضي^(٣).

إذا نحن عدنا إلى هذه النماذج نجد أن ثمة نوعين: فهناك نماذج إيجابية وأخرى سلبية، وهو أمر طبيعي ولا غرابة فيه، وقد أشرنا سلفاً إلى أن هذه النماذج من البشر، أو التوجهات القيمية كما يصطلح عليها أحياناً، هي نتاج الظروف المجتمعية السائدة.

وما يهمنا هنا أن الصورة الوافدة عمدت إلى تقوية نماذج معينة من البشر وأضعفت نماذج أخرى، إذ إن الهدف من الصورة في البث الوافد هو الترويج لأيديولوجية العولة كما أشرنا.

وللوصول إلى هذا الهدف يقتضي الأمر تهميش الثقافات، وإشاعة أنساق قيمية تتفق وهذه الأيدلوجية؛ واستنادًا إلى ذلك فإن البرامج الوافدة من الفضاء تعتمد إلى تقوية نماذج البشر السلبية في المجتمع العربي، التي نعني بها حصراً: نموذج الإنسان المغترب عن المجتمع، ونموذج الإنسان المقهور، ونموذج إنسان السوق، ونموذج الإنسان الاستعراضي، ونموذج الإنسان المنحرف.

بينما تعتمد إلى إضعاف نماذج البشر الإيجابية التي نعني بها حصراً: نموذج الإنسان المتدين، ونموذج الإنسان المواطن، والنموذج الإنساني، ونموذج الإنسان المنجز؛ وستكون عاقبة ذلك أن المجتمع سيعاني فقدان المعايير، أو ما يسمى بالأنوميا Anomie وسنجد أنفسنا أمام تفكك اجتماعي يصعب السيطرة عليه، ولعل هذه الأجواء ستتيح المجال للشلل المنحرفة والفئات المحرومة، والمقهورة، والساخطة على المجتمع، إلى أن تفرض أساليبها الحياتية الخاصة بها؛ مما يعني أن المجتمع سيعاني دوامة الاضطرابات الاجتماعية.

١١ - استشارة قلق المستقبل

تشير الشواهد الواقعية إلى أن قلق المستقبل قد يستثار لدى الجمهور بفعل الصور المتدفقة من القنوات التلفزيونية، تلك الصور التي تعتمد إلى طرح حالتين من الوضعية الاجتماعية:

الأولى: تتصف باليسر الاقتصادي والراحة النفسية وتيسر فرص العمل، إلى جانب خلو البيئة الاجتماعية والطبيعية من التنبيهات المنفرة والمنغصة.

وأما الثانية: فهي تلك الحالة التي تتصف بالعسر الاقتصادي، والتوتر النفسي، وندرة فرص العمل، فضلاً عن احتواء البيئة الاجتماعية والطبيعية على التنبيهات المنفرة.

والحقيقة أن استشارة مثل هذا النوع من القلق سيفضي إلى ذبوع وانتشار أفكار تؤكد الإعجاب بالآخر وأساليبه الحياتية، وقد يفضي ذلك إلى إشاعة الهجرة بين صفوف الشباب ولا سيما أولئك الذين يواصلون الدراسة، أو بين أولئك الذين أنهموا دراستهم^(٣).

نشير في هذا الصدد إلى أن إحدى الدراسات التي أجريت على طلبة الدراسات الأولية والدراسات العليا أشارت إلى وجود رغبة حقيقية لدى هؤلاء الطلبة في الهجرة إلى الخارج^(٣) بقصد الاستقرار وتحقيق بعض أهدافهم الشخصية؛ ومن ثم التخلص من المنغصات والإحباطات التي يتعرضون لها؛ ولذا أصبحت الهجرة إلى بلاد الآخر شغلهم الشاغل؛ مما يشير إلى أن القلق من المستقبل أخذ يستثير شعورًا بعدم الأمان، ومما زاد الشعور بعدم الأمان هذا أن الصور المتدفقة لما تزل بعد تركز في خطابها على التناقض الحاصل بين الحالة الأولى والحالة الثانية.

١٢ - استشارة الدافع الجنسي

لا ريب أن الحديث عن الجنس يشتمل على معنيين اثنين:

فأما المعنى الأول فيفيد أن الحديث عن الجنس ينبغي أن يكون على درجة من الحيطة والحذر؛ وذلك لأن موضوع الجنس يחדش الحياء الاجتماعي في ثقافة منعت الحديث عنه، والخوض في تفاصيله.

وأما المعنى الثاني فيفيد أن الحديث عن الجنس ينبغي أن يكون متحرراً من الحياء، أو الحرج.

والحقيقة أن المعنى الأول يفضي إلى الصمت ومن ثم إلى الكبت، في حين يفضي المعنى الثاني إلى الشعور باللذة، بيد أن إشاعة المعنى الأول أو المعنى الثاني يعتمد بطبيعة الحال على الموقف الذي يثار فيه موضوع الجنس، فإذا أثير

موضوع الجنس بين جماعة من الأفراد لم يكن بينهم سابق معرفة، فإن كل فرد ملزم كل الإلزام أن يتخذ الحيلة والحذر أثناء المناقشة؛ لئلا يتهم بالإباحية والفجور، وإن كانت تسود هذه الجماعة الألفة إذ يعرف بعضها بعضاً، فإن أفرادها سيتحدثون عن الجنس دون حياء أو حرج.

وهنا نصل إلى مسألة لا بد من الإشارة إليها وهي: أن الصورة التلفزيونية ستعتمد إلى التركيز على المعنى الثاني، إذ تفيد الدراسات التي أجريت في هذا الصدد أن الصور الوافدة عبر الشاشة التلفزيونية اشتملت على تنبيهات جنسية من قبيل: التعري، والمغازلة، والتقبيل^(٣١)، أو إبراز بعض الأعضاء التي تنطوي على إغراء، أو ارتداء بعض الملابس التي يراد منها استثارة دوافع الأفراد الجنسية.

ولقد ترتب على استلام هذه الصور أن الجمهور المستهدف أخذ يفضلها على غيرها من الصور، ففي إحدى الدراسات التي أجريت على المراهقين من طلبة المدارس الثانوية في الجزائر؛ أبدى هؤلاء تفضيلهم للصور الوافدة من القنوات الفرنسية، وعند تقصي أسباب التفضيل لهذه القنوات، كان أحد هذه الأسباب: تناول موضوع الجنس^(٣٢) دون حياء أو حرج؛ وهو الأمر الذي زاد من تعرضهم لهذه القنوات.

١٣ - استشارة الرأي العام

تعد الصورة التلفزيونية عاملاً مهماً في التأثير في الرأي العام؛ ولعل ذلك يعود إلى أن التلفزيون يخاطب الجمهور بالصوت والصورة؛ مما جعله يتمتع بقدر من الجاذبية ولأنه كذلك فقد ازداد الجمهور المتابع لبرامجه وصار أكثر حجةً من جمهور الوسائل الاتصالية الأخرى.

ولكن كيف تستثير الصورة الرأي العام؟
إن الصورة من الممكن أن تستثير الرأي العام وذلك من خلال التأثير في الأغلبية التي يتألف منها.

وهنا نجد من الضروري أن تشير إلى أن الفئات التي يتألف منها الرأي العام:

أ- فئة عامة الناس التي تصرف أغلب يومها في تحصيل الرزق وتحسين الحال، أو بمعنى آخر أنها مشغولة على الدوام بهوم المعيشة أكثر من انشغالها بهوم سياسية عامة.

ب- فئة المثقفين، وهذه الفئة تجمع بين الانشغال بقضايا الفكر والثقافة، وهوم المعيشة إلى جانب الانشغال بقضايا سياسية عامة.

ج- فئة قادة الجماعات، وهذه الفئة تتألف من قادة الأحزاب السياسية، والمسؤولين في الحكومة، وشيوخ القبائل والعشائر.

إن نوعية الصورة التي يراد عرضها على الجمهور إنما تعتمد على الهدف من عرضها والفئة الاجتماعية المستهدفة بها، فإذا كان هدف المرسل من عرض الصورة تغيير الاتجاهات من السلب إلى الإيجاب إزاء قضية معينة، ولا سيما في صفوف الفئتين الأولى والثانية، فإن المرسل هنا ملزم كل الإلزام بالتفنن في إنتاج الصورة، بقصد التأثير في فئات الرأي العام، ونعني بالتفنن في إنتاج الصورة: استعمال أحدث الأساليب الفنية في عملية الإعداد والإخراج؛ بهدف إقناع الفئات المستهدفة بحدث معين أو قضية معينة.

وهنا نشير إلى مثالين يوضحان أثر الصورة في استثارة الرأي العام، فأما المثال الأول فقد كان أثناء ولاية الرئيس الأمريكي رونالد ريغان، وأما المثال الثاني فقد كان أثناء حرب الخليج عام ١٩٩١.

وبقدر ما يتعلق الأمر بالمثال الأول نقول: إن مستشاري الرئيس الأمريكي رونالد ريجان في ذلك الوقت لاحظوا أن شعبية الرئيس أخذت بالانخفاض إثر تبني سياسة تقليل الإنفاق على المشروعات الاجتماعية مع ترويج شائعات تفيد أن الولايات المتحدة عازمة على التدخل العسكري في نيكاراغوا والسلفادور، وهذا يعني صراحة أن فئات الرأي العام ولا سيما في الفئتين الأولى والثانية قد تحولت من تأييد سياسات الرئيس إلى معارضته؛ ولكي يزداد التأييد في هاتين الفئتين أعد هؤلاء المستشارون خطة تضمنت الخطوات الآتية:

أ- إعداد سيناريو ينطوي على اغتيال الرئيس، وهنا وجد المستشارون الأجواء مناسبة لتبليغ الجمهور بمحاولة الاغتيال هذه، وذلك لزيادة التأييد والمناصرة لسياسته.

ب- أن تُظهر الصورة التلفزيونية حالة التعب والإعياء والإرهاق، التي يعانيها الرئيس أثناء مخاطبته للجمهور وعزمه على تنفيذ خطته.

ج- ركز المستشارون أثناء عملية تصوير الرئيس على وجهه ونبرة صوته، في محاولة لجذب الانتباه إلى حالة الإعياء والإرهاق البادية عليه؛ فلقد ظهر الرئيس على شاشة التلفزيون طبقاً للخطة المعدة بوجه شاحب وصوت خافت^(٣). وتلك رسائل تنطوي على دلالات تفيد أن الرئيس يواجه بعض الأعداء من داخل المجتمع الأمريكي لا يوافقون على المشروعات الاجتماعية التي عزم على تنفيذها وهو الأمر الذي أدى إلى إعداد خطة لاغتياله.

وكانت النتيجة المتوقعة من إعداد هذه الخطة زيادة تأييد الفئتين الأولى والثانية لسياسة الرئيس والتعاطف معه فيما عزم على تنفيذه.

أما بصدد المثال الثاني المتعلق بحرب الخليج عام ١٩٩١ فقد كان أثر الصورة واضحاً في تغيير اتجاهات الرأي العام، فلقد تحول الرأي العام آنذاك

من معارضة استعمال القوة المسلحة إلى تأييدها، وفي هذا السياق نشير إلى أحد استطلاعات الرأي التي أجريت في فرنسا في بداية شهر كانون الثاني من عام ١٩٩١ أثناء الحملة الإعلامية الساخنة؛ إذ وجد في هذا الاستطلاع أن (٧٥٪) من الفرنسيين لا يؤيدون شنّ الحرب على العراق^(٣٧)، وبعد مدة وجيزة أجرى استطلاع آخر أعلن فيه الفرنسيون تأييدهم لشن الحرب إذ بلغت نسبة المؤيدين (٨٠٪)^(٣٨).

إذا نحن بحثنا عن الأسباب التي جعلت الفرنسيين ينقلبون من معارض للحرب إلى مؤيد لها، وجدنا أن الخطاب المرسل عبر محطات التلفزيون قد أفضى إلى تكوين رأي عام يدعو إلى شن الحرب، وذلك بتكرار خطاب الحرب النظيفة والقصيرة^(٣٩)، فضلاً عن هذا وذاك إن المحطات التلفزيونية كافة أخذت تعرض صوراً رُتبت بطريقة معينة تشير ضمناً إلى الطرف المسئول عنها، أو تحميله مسئولية ما سيحدث من صدام مسلح وقد استجرت هذه الصور التي كانت تنطوي على الألم والبشاعة ما نسميه بالاستجابة الشرطية conditioning response أي النفور والكراهية وتمني الهلاك للطرف المتسبب للحرب.

وحقيقة الأمر ليس الشعب الفرنسي وحده الذي تعرض إلى الإشراف؛ بل إن الشعب الأمريكي هو الآخر قد تعرض إلى هذه العملية أيضاً؛ فلقد تمكنت القنوات التلفزيونية من إشراف الأفراد وذلك بتصوير الجندي الأمريكي بحالة من الكياسة والهدوء، إلى جانب التقنية العالية للماكينة العسكرية الأمريكية، إذ أخذت هذه الصور تتكرر على مدار البث التلفزيوني، ونذكر هنا إحدى الصور التي أخذ التلفزيون يعرضها في ساعات البث، تلك الصورة التي اتخذت من الجندي الأمريكي موضوعاً لها، إذ تتلخص فكرة هذه الصورة في وجود الجندي الأمريكي في جوف الصحراء وهو يمسك بسلاحه، ثم متابعتها في موقف آخر وهو يرسل تحياته إلى الوطن؛ مما أفضى إلى التعاطف^(٤٠) مع

القوات الموجودة في الخليج، ولقد أفضى التعاطف هذا إلى تأييد فكرة شن الحرب؛ بدليل أن استطلاعات الرأي التي أجريت في الولايات المتحدة بينت أن (٧٦٪) من الأمريكيين يؤيدون فكرة شن الحرب^(١٠).

وهذا يعني صراحة أن الصورة - بما تنطوي عليه من تنبيهات - قد أدت وظيفتها النفسية المطلوبة، تلك الوظيفة المتمثلة بإشراط الأفراد، ولعل ذلك ما كان يخطط له المرسل من إرسال الصور.

١٤ - صرف الانتباه عن قضايا جوهرية

يلاحظ على الخطاب التلفزيوني أنه خطاب يشغل الأفراد عن صميم المطلوب؛ بمعنى أنه خطاب يتناول قضايا سطحية غير جوهرية لا تهم الرأي العام بشيء، والقصد من هذا أن المرسل يريد أن يصرف انتباه الناس عن المشكلات الحقيقية التي يعاني منها المجتمع، ويحاول أن يشغلهم بقضايا سطحية بعيدة كل البعد عن تلك المشكلات، وإن ثمة أمثلة عديدة تثبت صحة ما ذهبنا إليه.

فلقد عرضت القنوات التلفزيونية - المحلية منها والفضائية - في كثير من البلاد العربية، المسلسل المصري (الحاج متولي) ذلك الرجل الذي يتمتع بخصائص شخصية من قبيل: الالتزام الديني، والالتزان الانفعالي، والقدرة على قيادة الآخرين، ودرجة عالية من السيطرة على زوجاته دون أن يخضع لرغبات واحدة منهن، ومفهوم إيجابى عن ذاته، إلى جانب خبرته في ميدان عمله، تلك الخبرة التي مكنته من تحقيق النجاح وجمع الثروة، ويظهر المسلسل أيضًا أنه رجل يستشار بفعل الحسنات؛ ولأنه ملتزم دينيًا فإن المرأة التي تستشره جنسيًا يعمد إلى الزواج منها، ثم يستقدمها بعد ذلك إلى عمارته التي يسكن فيها مع زوجاته إذ يخصص لها شقة فيها فتصبح واحدة منهن، ولعل المهم في هذا الأمر أن الخطاب التلفزيوني انشغل كثيرًا بهذا الرجل، وكأن الحاج

متولي مشكلة رئيسة في المجتمع، أو أن الحاج متولي بعبارة أخرى قد أخذ يشكل نسبة كبيرة في المجتمع مما يقتضي البحث عن حلول ناجعة لهذه المشكلة الاجتماعية التي أخذت بالذبوع والانتشار، بل لقد وصل الأمر ببعض القنوات العربية أن عقدت ندوات ثقافية تتحاور حول الحاج متولي، وهل هو بديل مناسب للنساء اللواتي لم يتزوجن بعد وقد بلغن سنًا متقدمة؟ ثم ما الآثار الصحية والاجتماعية المترتبة على تعدد الزوجات؟ وهل كان الحاج متولي عادلاً في توزيع حصص الحقوق الزوجية بين زوجاته؟ وهل كان عادلاً بين أبنائه؟ وهل تمكن الحاج متولي من نشر الأنساق القيمة التي يحملها بين أفراد أسرته الكبيرة؟! وهناك أسئلة أخرى تناولتها هذه القنوات لا تخرج عن سياق الأسئلة المطروحة في أعلاه.

والحقيقة أن إثارة مثل هذه الموضوعات عبر الصورة، أو شغل عامة الناس باعتزال فنان ما للفن وهو لما يزل بعد في بداية مسيرته الفنية؛ ولكي يشغل هذا الموضوع الرأي العام، أو ما كان مطلوباً له أن يشغل الرأي العام، فإن بعض القنوات التلفزيونية تعتمد إلى إجراء استطلاع لمعرفة ما استقر عليه الرأي بشأن قرار هذا الفنان في الاعتزال وهل كان التوقيت مناسباً؟ أم أن هناك ظروفًا أخرى أسهمت في اعتزاله المبكر؟ وكأن قرار هذا الفنان الناشئ قد أفسد على الناس حياتهم، أو حرّمهم من متعة سماع صوته وهو يشدو إذا كان مطرباً، أو حرّمهم من متعة تمثيله إذا كان ممثلاً! بمعنى آخر إن هذا الخبر الذي فوجئ به الجمهور عبر الصورة التلفزيونية هو قرار بمثابة قطع الإمدادات الغذائية عن المجتمع! هكذا يصور الأمر على أنه كارثة حلت بالمجتمع دون سابق إنذار، على الرغم من أن هناك مشكلات جوهرية يعانيها الناس ولا يسمح لهم بتداولها في وسائل الاتصال ومنها التلفزيون على وجه التحديد.

إن ما يجب الإشارة إليه في هذا الصدد أن الصورة التلفزيونية أخذت

تصرف انتباه الأفراد عن قضايا جوهرية، مركزة في هذا الصدد على قضايا سطحية، أو هامشية لا تهم الناس بشيء سوى شغلهم بالحديث عن مشكلات يعجز النظام السياسي عن إيجاد الحلول الناجعة لها.

١٥ - تحبيب تعاطي المشروبات الكحولية

غدت الصورة التلفزيونية عاملاً محرضاً على تجريب تناول المشروبات الكحولية، ذلك أن الخطاب الوارد فيها يصور هذه المشروبات وكأنها الساحر بعينه الذي ينقل الإنسان إلى عالم الفردوس إذ تختفي همومه ومشكلاته اليومية لبعض الوقت ليتفرغ بعد ذلك للاستمتاع بهدوء وسكينة هذا العالم.

كما يصور هذا الخطاب أن الرجل لا بد له أن يحتسي هذه المشروبات لكي تتم رجولته، فضلاً عن أن تعاطيها يتيح له فرصة الانتماء إلى عالم الرجال؛ هذا يعني أن الرجل يظل ناقص الرجولة إذا لم يتمم ذلك بتعاطي المشروب الكحولي.

وهنا يضيف الخطاب على الكحول صفة عقار الرجولة - إن صحَّ التعبير - فمن أراد أن يكون رجلاً بالمعنى الحرفي للكلمة عليه أن يتناول قدرًا معيناً منه ليستمتع بعض الوقت بالصفاء الذهني؛ ولأنه مشروب الرجال فإن الصورة التلفزيونية تحاول أن تحدث حالة اقتران بين هذه المشروبات والأنوثة؛ إذ إن كلاً منهما يتمم رجولة الرجل، وذلك بإظهار إحدى الحسناوات إذ ترتسم على وجهها الابتسامة والبراءة تحمل صينية فيها عدد من الكئوس التي امتلأت بالمشروب الساحر وعلى سطحه رغوته، ثم تبدأ هذه الحسنا بتقديم هذه الكئوس برضا واطمئنان إلى الرجال الذين قدموا إلى هذا المكان ليتخلصوا من التعب بعد عناء عمل مرهق.

والحقيقة أن مثل هذه الصورة أريد لها أن تحقق هدفين في آن واحد:

الأول: إحداهن الاقتران.

والثاني: الحث على التجريب لأولئك الذين لم يتناولوا منه شيئاً، والاستمرار على التعاطي لأولئك الذين يتناولون منه في المناسبات، وطلب المزيد منه لأولئك الذين أدمنوا عليه.

وإذن فإن الصورة التلفزيونية قد تؤدي دور العامل المحرض على تجريب هذه المشروبات وتروجها بين الفئات العمرية المختلفة.

obeikandi.com

الهوامش

- ١- لندا . ل. دافيدوف، مدخل علم النفس، ترجمة سيد الطواب وآخرين، ط٢ (الرياض: دار المريخ للنشر، ١٩٨٣) ص ٢٩٣.
- ٢- أحمد عزت راجح، أصول علم النفس (القاهرة: دار المعارف، ١٩٩٤) ص ٣٠٧.
- ٣- سيدني جورارد وتيد لندزمن، الشخصية السليمة، ترجمة حمد دلي الكربولي وموفق الحمدان.بي (بغداد: مطبعة التعليم العالي، ١٩٨٨) ص ٥٣.
- 4- D.G.Myers, psychology, 1st ed. New York: Worth publishers. Inc. 1987), p. 189.
- ٥- جورارد ولندزمن، الشخصية السليمة، ص ٥٤.
- ٦- دافيدوف، مدخل علم النفس، ص ٢٩١.
- ٧- فاخر عاقل، معجم العلوم النفسية (بيروت: دار الرائد العربي، ١٩٨٨) ص ٨٥.
- ٨- المصدر نفسه، ص ٨٦.
- ٩- المصدر نفسه، ص ٨٦.
- ١٠- عبد الله بوجلال، الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي، المستقبل العربي، السنة ١٤، العدد ١٤٧ (آيار - مايو ١٩٩١) ص ٤٢.
- ١١- المصدر نفسه، ص ٤٢.
- ١٢- عبد الباسط عبد المعطي، الإعلام وتزييف الوعي (القاهرة: دار الثقافة الجديدة، ١٩٧٩)، ص ١٥.
- ١٣- دافيدوف، مدخل علم النفس، ص ٢١٥.
- ١٤- المصدر نفسه، ص ٢٥٢-٢٥٣.
- ١٥- أنور محمد الشرقاوي، علم النفس المعرفي المعاصر، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٩٢) ص ١٠٩.
- 16- A.Buss, Psychology; Man in perspective. (New York: John Wiley and sons, inc. 1973), p. 74.
- 17- R.L. Atkinson and et al, introduction to psychology, 10th ed. (San Diego: Harcourt Brace Jovanovech Publishers, 1990), p.165.
- 18- J.E. Mc Grath, social psychology: A brief introduction. (New York: Holt, Rinehart and Winston, 1964), p. 105.
- ١٩- حسن صعب، وسائل الإعلام والعطاء العلمي للإنسان العربي، بحوث ومناقشات

الندوة الفكرية التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية بالتعاون مع مؤسسة عبد الحميد شومان حول تهيئة الإنسان العربي للعطاء العلمي، ط ١ (بيروت: المركز، ١٩٨٥) ص ٣٧٨.

٢٠- محمود شمال حسن، قلق المستقبل لدى الشباب المتخرجين من الجامعات، المستقبل العربي، العدد ٢٤٩، السنة ٢٢، (تشرين الثاني- نوفمبر ١٩٩٩) ص ٧٧.

٢١- محمود شمال حسن، الحرب النفسية الموجهة إلى المجتمع العربي: قراءة جديدة، (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، سلسلة آفاق، ٢٠٠١) ص ٤٣.

٢٢- هربرت ماركوز، الإنسان ذو البعد الواحد، ترجمة جورج طرابيشي، ط ٣، (بيروت: منشورات دار الآداب، ١٩٧٣) ص ١٩٠.

٢٣- حسن، الحرب النفسية الموجهة إلى المجتمع العربي: قراءة جديدة، ص ٤٣- ٤٤.

٢٤- المصدر نفسه، ص ٤٤.

٢٥- محمود شمال حسن، مسألة التضليل في الخطاب التلفزيوني، الإذاعات العربية، العدد ١١ (٢٠٠١)، ص ١٨.

٢٦- راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في الوطن العربي، ط ١ (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٩١) ص ١٥٧.

٢٧- محمود شمال حسن، نحن والبيئة الفضائية: دراسة الآثار النفسية والاجتماعية المحتملة للبيئة الفضائية من الفضاء في المجتمع العربي، دراسات اجتماعية، السنة ١، العدد ٢ (حزيران- يونيو ١٩٩٩)، ص ٩٦- ٩٧.

٢٨- هادي نعمان الهيتي، اتصالات الفضاء واحتمالات تأثيرها على الأسرة العربية، الأسرة العربية، العدد (٢) (١٩٩٤) ص ١٧١.

محمد محمود المرسى، الآثار السلبية والإيجابية للتلفزيون على الأطفال، دراسة في تأثير التلفزيون وإمكانية الاستفادة منه، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، السنة ١٤، العدد ٥٤ (شتاء ١٩٩٦)، ص ٢٨٣.

29- J.O, Conor, and L.S. Wrightsman. Moral development and development of motives. In: L.S. Wrightsman, social psychology in Seventies. (California: Brooks / Cole publishing company Monterey, 1972),p. 118.

30- A.E. siligman and S.F. Maier, Alleviation of Learned helplessness in the dog. Journal of Abnormal psychology. vol. 73, No,3, 1968,p. 260- 261.

٣١- محمود شمال حسن، دراسة المتغيرات المساهمة بسلوك المجازاة لمعيار المسئولية الاجتماعية، (بغداد: الجامعة المستنصرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة ١٩٩٧) ص

٩٩-١٠١.

- ٣٢- حسن، قلق المستقبل لدى الشباب المتخرجين من الجامعات، ص ٧٦-٧٧.
- ٣٣- خالد حتتوش ساجت المحمداوي، الاتجاهات المستقبلية للطلاب نحو الهجرة خارج العراق: دراسة ميدانية في جامعة بغداد (بغداد: جامعة بغداد، رسالة ماجستير غير منشورة، ١٩٩٦) ص ٩٠.
- ٣٤- وديع محمد سعيد العززي، البث التلفزيوني الفضائي الوافد إلى اليمن وعادات تعرض طلبة الجامعة له: دراسة ميدانية على طلبة جامعة صنعاء (بغداد: جامعة بغداد، رسالة ماجستير غير منشورة، ١٩٩٨) ص ٢٠٥.
- المرسى، الآثار السلبية والإيجابية للتلفزيون على الأطفال: دراسة في تأثير التلفزيون وإمكانية الاستفادة منه، ص ٢٨٢.
- ٣٥- انظر: تقديم نور الدين بليل لدراسة أثر قنوات التلفزيون الفرنسي في الثانويين الجزائريين، الإذاعات العربية، العدد ٣ (٢٠٠٠) ص ١١٩.
- ٣٦- نصر الدين لعياضي، كيف نحمي وسائل الاتصال الجماهيري؟ ومن يحمي المجتمع منها؟ الإذاعات العربية، العدد ١ (٢٠٠١) ص ٨.
- ٣٧- ميشيل كولون، احذروا الإعلام، ترجمة ناصرة السعدون (بغداد: دار الحرية للطباعة، ١٩٩٤) ص ٥.
- ٣٨- المصدر نفسه، ص ٥.
- ٣٩- دوغلاس كيلنر، الحرب التلفزيونية، ترجمة ناصرة السعدون، ط ١ (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، ١٩٩٨) ص ٨٥.
- ٤٠- المصدر نفسه، ص ١٥٠.