

## الأسرة في ظلّ « منظومة الاتصال » إزواجية التواصل والتباعد

تقديم:

مما لا شك فيه أن عمليات التغيّر الديمغرافي والاجتماعي والاقتصادي السريع قد أثرت على أنماط الأسر وعلى الحياة الأسرية في مختلف أنحاء العالم بما فيها لبنان، محدثة تغييراً كبيراً في هيكليتها<sup>(١)</sup>، وفي دورها<sup>(٢)</sup>. مثلاً استتبع التحوّل المتسارع إلى الحياة المدنية خضوعاً لمتطلبات الحداثة وهذا ما شكّل ضغوطاً كبيرة على الأسرة، خصوصاً في ظل انحسار المساعدات التي كانت تأتي من شبكات الدعم في الأسرة الممتدة، وتراجع خدمات ما يسمى بدولة الرعاية<sup>(\*)</sup>.

(١) تبين من خلال مسح المعطيات السكانية أن الأسرة النووية تشكل ٧٨٪ تقريباً من مجموع الأسر اللبنانية، والممتدة تشكل ٩٪، والنووية المطعمة بأقارب ٤٪، والأسرة اللبنانية المكونة من ٤ إلى ٥ أشخاص تساوي ١٨٪ والتي لا تزيد عن شخصين ١٢٪). عن مسح المعطيات الإحصائية للسكن والمساكن - وزارة الشؤون الاجتماعية بالتعاون مع صندوق الأمم المتحدة للسكان - ١٩٩٤ - ١٩٩٥.

(٢) (مثلاً لم تعد الأدوار التقليدية المنسوبة سابقاً لكل من الأب والأم والأولاد تعكس الحقائق والوقائع الراهنة. إن ٦/١ أرباب الأسر في لبنان هم من النساء، ونسبة المرأة من القوى العاملة تساوي ٢١,٥٪). عن مسح المعطيات الإحصائية للسكن والمساكن، مرجع سابق ذكره، وعن إدارة الإحصاء المركزي - تحقيق حول الأوضاع المعيشية للأسر في العام ١٩٩٧.

(\*) تراجع التغطية الصحية، خدمات الضمان الاجتماعي وتزايد تكاليف التعليم ودور الحضنة.

مخونز القادري

لذا يجد أرباب الأسر أنفسهم أمام صعوبة التوفيق بين مسؤوليات العمل ومتطلبات الأسرة في وقت يتعاظم فيه دور وسائل الإعلام والاتصال. بحيث أصبحت هذه الأخيرة تطول كل منزل، محدثة تغييراً في أنماط عيش أسرهم، في عاداتها، وطقوسها وطريقة التواصل في داخلها وفي ما بينها.

يدفعنا هذا الواقع الأسري الجديد للتفكير بأوضاع الأسرة مع مجيء ما يسمى «بمجتمع الاتصال».

وهذا ما يضعنا للتو أمام سؤالين أساسيين:

ماذا تفعل تقنيات الاتصال بالأسرة، وما هو النموذج الأسري الذي يمكن أن تجده؟

أو بالعكس، ماذا ستفعل الأسرة بالتقنيات الاتصالية وكيف ستدرجها ضمن رؤيتها؟

لكن اعتماد أحد هذين السؤالين ينم عن موقف مسبق: إما إعطاء مقدرة هائلة لوسائل الاتصال والنظر إليها على أنها قوة مستقلة، مما يعني الوقوع في فخ «الحمية التقنية». وإما تهميشها والوقوف إلى جانب الأسرة واعتبارها بنية قوية قادرة على الاختيار بالمطلق ومهما تكن الظروف. لذلك من الأفضل تجاوز الأسئلة هذه والتفكير أولاً بالاتصال ضمن سياقه، إذ ليس هناك من اتصال من دون مجتمع. «فالسباق الاجتماعي هو الذي يعطي غالباً للاتصال معناه ولونه وخصوصيته»<sup>(١)</sup>، والتفكير ثانياً بعلاقة الأسرة بوسائل الاتصال ضمن السياق الاجتماعي الكفيل إما بتدعيمها وجعلها قادرة على التعامل مع التقنيات، أو بإهمالها وتركها لقدرها مما يجعلها عرضة لتدخل التقنيات.

فعلى الرغم من أن الاتصال أصبح إحدى قيم العصر الحالي المنحازة للحرية والفردية، وتحول رهاناً للمجتمع الجماهيري الفردي نظراً للدور الذي يمكن أن يلعبه على صعيد التوازن الاجتماعي والثقافي والاقتصادي، ليس فقط لأسباب مادية، إنما لان الحياة اليومية انتظمت حول إشكالية الاتصال والتقنيات التي تحملها، فإن أهميته تنبع من كونه راح يصعد في ظل تراجع الروابط الاجتماعية والثقافية، في سياق تحكمه الازدواجية بين: الفرد والجماعة - المساواة والتراتبية - العولمة

- Dominique Wolton, «Penser la Communication», Flammarion, Paris 1997, P. 82.

(١)

والخصوصية، أي في سياق اهتزاز المساحات التي كانت بالأمس تنظم المساحة الرمزية للمجتمعات.

وبسبب «الترابط البنيوي داخل الثقافة الغربية بين حركة الحدائث والاتصال»<sup>(١)</sup> أتى هذا الأخير يحمل ازدواجيات، لديه العديد من المفارقات، يعاني من صعوبة الفصل بين الاتصال الوظيفي (خدمة الاقتصاديات) والمعياري (تفاهم مشاركة...) بين البعد الإنساني والبعد الأدوي للاتصال... بين الفردي والجماعي... من هنا تنبع إشكالية موضوعنا.

كيف يمكن تحديد الوظائف الاجتماعية والتربوية للأسرة في ظل وجود وسائل الإعلام كطرف يتوسط بين أفرادها (بين الوالدين والأولاد/بين الزوجين/بين الأولاد أنفسهم)، يحمل مفارقات من كل نوع، يلف دوره الغموض والقلق بسبب المتغيرات الاتصالية الهائلة التي أصابت الربع الأخير من القرن العشرين؟

إن محاولة الإجابة عن هذين السؤالين قد تتحدد من خلال إثارة النقاط التالية:

إلى أي مدى انعكست المتغيرات الاتصالية الحديثة داخل الأسرة؟ هل انعكست بالوتيرة نفسها، وعلى المستوى نفسه لدى جميع الأسر أم أن هناك عوامل أخرى محددة لنوعية التأثيرات سلباً كانت أو إيجاباً (مثلاً نوعية الرسالة الإعلامية، طبيعة الفرد، موقعه داخل الأسرة، طبيعة الأسرة نفسها والظروف المحيطة بها في ضوء بروز نظام معرفي جديد ووسائل إعلامية واتصالية جديدة)؟ بمعنى آخر ما هي إمكانات الأسرة في الحفاظ على خصوصيتها، وعلى عملية التفاعل بين أفرادها في ظل ظروف تَلَقُّ جديد يحكى فيها عن انتصار اللعبة الإعلامية، وعن تحول الشبكات الاتصالية والإعلامية إلى بني اجتماعية؟

لقد ميّز (دافيد رونفلد/ David Ronfeldt) بين أربعة أنواع من التنظيمات: القبائل - والمؤسسات - والأسواق والشبكات. وأعلن عن قناعته أن التكنولوجيا دعمت الشبكة كبنية اجتماعية<sup>(٢)</sup>.

وبما أن هذه الشبكات العابرة للقارات راحت تطرح نفسها كبنية جديدة بديلاً من البنى التقليدية، محدثة نمطاً جديداً في طرق عيش الناس، سمته التشابه ولو

(١) - Dominique Wolton, «Penser la Communication», Flammarion, Paris 1997, P. 82.

(٢) Francis Pisani, «Penser la Cyber guerre, Au coeur des conflits modernes, l'information», in t 1999, P.P. 4 - 5. le monde diplomatique. Ao

الشكلي، فإنه من الأهمية بمكان التفكير بوضع الأسرة وبالتحولات التي أصابها على الصعيد العالمي جراء المتغيرات الاتصالية والتقنية، لنتمكن من تلمس انعكاسات هذا التحول على الأسرة في مجتمعاتنا.

### أولاً: انعكاس المتغيرات الاتصالية على الأسرة

رافقت المتغيرات الاتصالية مفاهيم جديدة ذات مفاعيل سحرية عملت وسائل الإعلام على تعميمها في جميع أنحاء العالم منها: القرية الكونية - أيديولوجيا الاتصال، مجتمع الاتصال، الإنسان المتصل.. إلخ. مفاهيم نستشف من خلالها صعوداً للفرد على حساب المجموعات العضوية، على سبيل المثال: المقصود بالإنسان المتصل هو الإنسان الحديث الذي طرأت على عملية تكون مداركه متغيرات جوهرية. فبعدما كانت المجموعات العضوية (العائلة مثلاً) تلعب دوراً أساسياً في تكوين هذه المدارك في المرحلة الزراعية أصبحت تلعب هذا الدور في المرحلة الصناعية مجموعات العمل والنظراء الذين يحكمهم هاجس التشابه في ما بينهم بدعم من وسائل الإعلام الجماهيرية<sup>(١)</sup>. لنصل في المرحلة ما بعد الصناعية إلى الفرد المتصل<sup>(٢)</sup> الذي يستمد قوته ليس فقط من ذاته إنما من مقدرته على معالجة وجمع وتحليل المعلومات التي هو بحاجة إليها كي يتأقلم مع هذا «المجتمع الاتصالي».

وبهذا أخذ الاعتقاد بوجود اللاوعي الذي يحكم جزء منه عملية تكون مدارك الفرد يميل لصالح الاعتقاد بثقافة الفرد المتصل. فاقتترنت (الفردانية الجماهيرية) بوسائل الإعلام بشكل لا مثيل له، لدرجة أن الناس أصبحوا يرون العالم بمنظورها بدافع الخوف من العزلة الاجتماعية، لذلك غالباً ما يتبنون الآراء المجمع عليها ويتحاشون الآراء غير المألوفة. وهذا ما يؤدي إلى تعزيز رأي الأكثرية وتهميش رأي الأقلية<sup>(٣)</sup>. والدليل على ذلك القلق الذي أبداه بعض الأهالي عندما طلبت منهم إحدى الباحثات القيام بتجربة إلغاء أو تقنين مشاهدة التلفزيونية لأطفالهم. إذ تتساءل إحدى الأمهات: هل يغدو طفلي منبوذاً اجتماعياً من دون التلفزيون؟ وتقول أخرى: إذا

(١) حول نظرية رايسمن في عملية تحديد الفرد انظر: Roger Mucchielli, «Psychologie de la publicité et de la propagande, les éditions E.S.F. Paris 1972, P. 11.

(٢) Philippe Breton, «L'utopie de la communication», édition la découverte, Paris, 1992, P. 51.

(٣) تبعاً لنظرية السكوت الحلزونية التي أتت بها Noëlle Neumann. انظر بهذا الصدد:

Judith Lazar, «Sociologie de la communication de masse», Paris, Armand Colin, 1992, P. 148.

تخلصت من الجهاز سنقطع أطفالنا عن مجرى الأحداث فكيف سيكون لهم أصدقاء؟ وتعقب الباحثة قائلة: «مما لا شك فيه أن هذا القلق المنتشر يعد من أقوى العراقيل أمام السيطرة الفعّالة على التلفزيون في الأسر الأمريكية»<sup>(١)</sup>.

لكن مهما قيل عن صعود وسائل الاتصال، فإنه لا يمكننا أن نسلم كلياً بأنها تحتكر عملية تكوين مدارك الفرد لوحدها خصوصاً في مجتمعاتنا وإنما تتقاسمها مع شركاء كثر، بدءاً بالعائلة والمدرسة، مروراً بآماكن العبادة والجمعيات.. وانتهاء بالرفاق ومجموعات العمل. غير أن تنافس هؤلاء الشركاء لا يعني أنهم يقفون جميعاً على قدم المساواة، بل هناك لظروف معينة وفي فترات معينة ولدى أشخاص معينين من يتفوق على الآخر. مثلاً تقدم التلفزيون على الأسرة في المجتمعات الصناعية وكان جاهزاً لملء الفراغ الحاصل نتيجة تفكك معين في بنيتها. تناقش اختصاصية في علاج الأطفال حاجتها الخاصة إلى أسرة ممتدة، وتربط مثل هذه الفكرة بمشكلة التلفزيون، إذ «تعتبره مفوض الأسرة الممتدة. فليس هناك وسيلة تسلية كافية تعطى للطفل في نطاق الأسرة النواتية الواحدة، والتلفزيون يملأ هذا الفراغ»<sup>(٢)</sup>.

لذلك نرى أن العلاقات بين الأسرة ووسائل الإعلام وخصوصاً التلفزيون يشوبها الكثير من الشكوك المتبادلة. رأى بلسون Belson أن الاتصالات الجماهيرية أخذت قسماً كبيراً من الدور الذي كانت تقوم به الأسرة<sup>(٣)</sup>. والسؤال المطروح بإلحاح عن أثر التلفزيون على العلاقة بين الأهل والأولاد لم تتمكن الأبحاث التجريبية من إعطاء إجابة واحدة عنه، نظراً لتعقيدات الموضوع وتشعباته وللاختلافات الكبيرة بين خصائص الأسر داخل المجتمع الواحد. فمن الباحثين من أظهرت تحقيقاته أن ظهور التلفزيون في الأسرة أدى إلى إضعاف عملية التبادل بين أعضائها<sup>(٤)</sup>. ومنهم من أظهر أن التلفزيون قوى التبادل داخل الأسر المنسجمة في الأصل، وقوى التباعد ضمن الأسر التي هي متباعدة ومضطربة أساساً<sup>(٥)</sup>.

(١) و (٢) ماري وين «الأطفال والإدمان التلفزيوني - ترجمة عبد الفتاح الصبحي، الكويت، عالم المعرفة - تموز ١٩٩٩ ص. ٢٣٥ و ٢٥٩.

(٣) Francis Balle, Médias et société, Paris, Mont Chrestin 1980, P. 637.

(٤) ظل إسهام التلفزيون في الحياة الأسرية مسألة يحوطها الالتباس. فبينما حال التلفزيون في الواقع بين أفراد الأسرة والتشتت لأنه لم يفلح في تقريبهم معاً. ومن خلال سيطرته على الوقت الذي تقضيه الأسرة معاً دمر التلفزيون الطابع الخاص الذي يميز أسرة عن أخرى وهو طابع يعتمد إلى حد بعيد على ما تفعله الأسرة وما يجمعها من طقوس خاصة... وأنشطة مشتركة. «أنظر ماري وين، مرجع سبق ذكره، ص. ١٥٨.

(٥) Jean Cazeneuve, les communications de masse, Paris, De Noël, 1976, P. 160.

لكن ما تجدر إليه الإشارة في هذا المجال هو أن تراجع دور الأسرة والمدرسة أمام دور وسائل الإعلام والاتصال أتى ضمن سياق انكفاء المرجعيات التقليدية، وحلول اللامركزية مع دخول العالم عصر الإلكترونيات وشبكات الاتصال، وإن كان بمستويات متفاوتة تبعاً لمستوى تحديث المجتمعات. إذ راح المجتمع المولود حديثاً ينتظم حول الشبكات بعدما كان منتظماً حول هرمية السلطات<sup>(١)</sup>. بمعنى آخر تراجع دور دولة الرعاية التي كانت تقوم بإجراءات تسهّل عملية الانتقال من الأسرة الممتدة إلى النووية، وتخفّف من انعكاس النظام الاقتصادي الحرّ عليها، خفّ دور الوسيط (الأحزاب)، بهتت الإيديولوجيات. واستبدلت بإيديولوجيا الاتصال الحاملة للكثير من الأساطير<sup>(٢)</sup>، التي من شأن الإيمان بها تهميش دور الأسرة بواقعها الراهن، مثلاً:

- تمّ تصوير التقدّم على أنه حقيقة وأنه لا يمكن إيقافه، وأدى الإيمان بذلك إلى القلق لدى الأفراد وخصوصاً الأبناء وإلى الخشية من التأخر عن مقاييس التقدّم العالمية (موضة، اختراع، قصة شعر، دواء، وسيلة اتصال إلخ...).

- تعمل التقنية على تركيز الفكر على الـ (كيف) لتخفي السؤال (لماذا) مثلاً، بدلاً أن يتساءل الأهل عن أسباب ونتائج العنف المتلفز على أولادهم، تدفعهم التقنية للاعتقاد أن الحل هو بابتكار زر إلكتروني ينبههم إلى المشاهد المؤذية (أو اختراع جهاز لترميز العنف). إنه فن إسكات غير المختصين أي الأهل.

- كل من يتحرك سريعاً وأنيباً يتقدم، وهذا لن يتم إلاّ بالقبول كلياً بكل التطورات الحديثة. غير أن عبادة السرعة بهذا الشكل تولّد لدى الأولاد نفاذاً في الصبر. إذ لاحظ أحد المختصين أن «الأطفال اليوم أقل نضجاً غالباً من حيث قدرتهم على تحمّل الاحباطات الصغيرة وإدراك أن شيئاً ما يستغرق وقتاً أطول لعمله وأنه ليس ابن لحظته، وهم لا يتحملون الانهماك في عمل يبدو على شيء من الصعوبة في البداية أو تنقصه الإثارة على الفور»<sup>(٣)</sup>.

- استدعاء وسائل الإعلام لأسطورة «روح العصر» وذلك لإخضاع الفرد لمتطلبات الحداثة، وبالتالي متطلبات الاستهلاك. ولكن من يقرر ما هي روح العصر؟ مثلاً

(١) Joël De Rosany, «La révolution informationnelle», manière de voir, le monde diplomatique, (١) couverte, P. 32. Internet l'extase et l'effroi, Oct. 1996, Paris, la d

(٢) Voir à ce propos François Brune, «l'idéologie d'aujourd'hui», manière de voir, le monde diplomatique, culture, idéologie et société, éd. la découvertes. Mars 1997, P.P. 11 et 12.

(٣) ماري وين، مرجع سبق ذكره، ص. ٢٠١.

من بين ملايين الوقائع التي تحصل باللحظة نفسها من يحدد ما هي وقائع العصر؟ بالواقع العصر هو بناء سينوغرافي، وما نسميه حدثاً هو ثمرة انتقاء ومسرحة اعتباطية قام بها الإعلاميون تبعاً لفكرة مسبقة لديهم عن العصر. من يقرر مثلاً أن شخصية ما سوف تصبح شخصية الأسبوع أو الشهر أو العام؟ باختصار، من أراد أن يكون في عصره عليه أن يتبنى قيم أولئك الذين حددوه. قد ينتج من ذلك تباعد بين الأهل والأولاد، خصوصاً الشبان الذين ينبهرون أكثر من غيرهم بوقائع العصر والذين غالباً ما ينظرون إلى أهلهم وكأنهم خارجه. أو لدى الأهل الذين يعملون لفترات طويلة فيصبح حبهم لأطفالهم يجري التعبير عنه من خلال تقديم وسائل الراحة المادية وأدوات التسلية والفرص التعليمية والتقنية لهم. هذا النوع من الحب المكلف مادياً، هو حب عن بعد، لأن الصور الأكثر صراحة للحب الوالدي تتطلب الوقت والصبر<sup>(١)</sup>.

أيضاً أصبح الاتصال في أساس كل نجاح مهني أو عاطفي أو فني أو سياسي أو اقتصادي. من هنا أهمية اقتناء أحدث وسائل الاتصال وإتقان استخدامها تفادياً للإخفاق.

ينتج من ذلك أن علاقة الأولاد مع الوقت ومع المكان قد تلخبطت بسبب هذا الانفتاح على الأنثية المستمرة، والمحو التدريجي للمعالم المكانية (الساحة العامة، الشارع، المحلة)، تلك الأمكنة المميّزة للبناء الاجتماعي للمواجهة مع الآخرين<sup>(٢)</sup>. وأصبح التفاعل داخل الميلتيميديا بفضل التقنيات الاتصالية الجديدة يتراجم بتفاعل الإنسان وحيداً مع شاشته، مع المعطيات الموضوعية أمامه من قبل الطرف الآخر من الشبكة، مع النظراء والمختصين والخبراء... وتكون النتيجة غياب شبه كامل للعلاقات التفاعلية العلائقية بين المواطنين، الجديرة بتقوية الروابط الاجتماعية. لذلك، نجد انكفاء بعض الشباب نحو ذواتهم، لا مبالاتهم تجاه أهلهم، عيبتهم أحياناً، ارتيادهم المكثف للمقاهي الإلكترونية (Network)، وأحياناً «توجههم نحو تعبيرات دلالية مضادة تترجم بفورة موسيقى الروك أو العودة إلى «كاريسمات» الدين والسياسة، عروض الرسم التجريدي، الإغراءات الشهوانية للإعلان، جميعها طرق للعودة إلى الجسد المطرود من الاتصال الرقمي»<sup>(٣)</sup>.

(١) ماري وين، مرجع سبق ذكره، ص. ١٦٩.

(٢) Jacques Robin, les pièges d'une société de l'information planétaire, manière de voir, le monde diplomatique, internet, l'extase et l'effroi, op. cit., P. 67.

(٣) Daniel Bougnoux, la communication par la bande, Paris, la découverte, 1992, P. 133.

يرى Brune (برون) «أن هذه الأساطير كوّنت نظاماً عالمياً، قوته أن مختلف مكوناته لا تكف عن الترابط وعن مساندة بعضها البعض، فإذا ضعفت إحداها حلت محلها الأخرى. إذا شككنا في مجتمع الاستهلاك سوف نتابع الاعتقاد بيقينية التطور التقني، إذا تخوفنا من الميديا ترانا نحفظ بالصورة الشاملة للحادثة التي تنقلها إلينا. نشكو العولمة ونقف مبهورين أمام هذا الاتصال الرائع الذي يوحد الكرة الأرضية»<sup>(١)</sup>.

لذلك نجد الوسيلة تحمل الشيء ونقيضه، مثلاً رأى كثيرون أن الإنترنت يحمل لنا الأمل إزاء سلطة المال والشركات والرقابة الاجتماعية، لكن مركبات الإعلام متعدّد الوسائط تهدد بإفراغ الأوتوسترادات الإعلامية من محتواها. إذ أصبح المكون التجاري للإنترنت يتنامى بسرعة أكثر من النواة الأصلية. «وأصبح الإعلام العملة الجديدة للاقتصاد الكلي الذي تديره شريعة الأقوى»<sup>(٢)</sup>. بمعنى آخر تراجع البعد الإنساني للاتصال أمام البعد الوظيفي أو الأدوي.

أيضاً بعدما قيل إن وسائل الإعلام تساهم في تفكيك الروابط الاجتماعية إذ بها تتحول إلى فعل رابط اجتماعي. وأنها تباعد بين الأفراد داخل الأسرة الواحدة إذ برسائلها تصبح مادة للأحاديث في ما بينهم. التلفزيون يثير لكنه يوعي، يتقف لكنه يسطح، يشيع العنف لكنه يعمل على إيجاد أفراد مستسلمين خائفين عديمي الإحساس. «تفرز وسائل الإعلام الأشخاص والظواهر والأحداث إلى شرعي ولا شرعي، لكنها في المحصلة تحافظ جراء هذا الفرز على النظام القائم»<sup>(٣)</sup>.

تجعلنا هذه المفارقات التي تلف الميديا نستنتج أن أثر وسائل الإعلام يتعلق بطبيعة الأسرة وطبيعة الروابط بين أفرادها. فوظائف الميديا أياً تكن تقوم على قاعدة اللعبة الضمنية بين منتج الرسالة ومستهلكها... «قليل جداً من الناس من يتعرض لوسيلة إعلام واجباً أي دونما لذة أو اكتفاء أو إشباع ما»<sup>(٤)</sup>. فالحاجة للتموضع في العالم تجذب من يريد أن يستعلم كما تجذب من يريد أن يهرب من الواقع على حدّ

François Brune, Internet l'extase et l'effroi... op. cit., P. 12. (١)

Philippe Quéau, les termes inégaux des échanges électroniques «in révolution dans la communication», manière de voir, No. 46 - Juillet-Aôut 1999, P.P. 58 - 59. (٢)

Philippe Breton et Serge Proulx, l'explosion de la communication, Boréal, Paris, Montréal, la découverte, 1989, P. 183. (٣)

Michel Mathien, le système médiatique, Hachette, Paris 1989, P. 47. (٤)



تعبير (كازنوف) Cazeneuve<sup>(١)</sup>.

لا تقتصر هذه المفارقات على الميديا فقط، إنما تطول أيضاً المتلقي، فهو يشعر بحاجة للانتماء إلى مجموعة ما، وفي الوقت نفسه يسعى للهروب من الواقع ومشاكله، ينتج من ذلك حالة مرضية تحاول وسائل الإعلام أن تقوم بإزائها بوظيفة علاجية. هذا إضافة إلى أن شروط الوجود في المجتمع الجماهيري تميل إلى مضاعفة الكبت الفردي، وتؤدي إلى إنتاج علاقات بين الناس غامضة، مجزأة، وظيفية، تفتقد إلى الحميمية، مسببة شعوراً باللامان والقلق وذلك نتيجة التناقض في الثقافة السائدة (التبشير بالحب الأخوي مقابل التنافس، التحريض على الحاجات من قبل عروض التخفيضات والإعلان ومحدودية الإمكانيات المادية، الحريات وحقوق الإنسان مقابل ضغوطات الوقائع...).

تتدخل وسائل الإعلام في هذه الصعوبات عن قصد أو عن غير قصد لتخفف إلى حد ما منها. مثلاً تشيخ برامج المنوعات الوهم بمعرفة الحياة الخاصة والحميمية للمشاهير فتحرر الميول المكبوتة للأفراد المتلقين (ظواهر التنفيس وتطهير الانفعالات تزداد من خلال عمليات التماثل والإسقاط). أيضاً «تثير وسائل الإعلام لدى الفرد المتلقي حالة نفسية من السعادة المحدودة، حالة من اللافعل، من الانقطاع عن النشاط تترجم بشعور من الراحة الجزئية الجسدية أو الفكرية تبرز في لحظات محددة من حياتنا اليومية، مترافقة مع طقوس معينة» (الجريدة في الباص - الراديو في السيارة - التلفزيون وقت العشاء...)<sup>(٢)</sup>.

غير أن تدخل وسائل الإعلام للتخفيف من صعوبات الحياة لا يعني أنها تقوم بعمل خيري بعيداً عن أية غائية، ولا يعني أنها لا تولد صعوبات جديدة. إن أجهزة الميديا إضافة لكونها أجهزة اقتصادية هي أيضاً أجهزة أيديولوجية تميل لأخذ أهمية أكثر من الأنظمة المدرسية في إعادة إنتاج الثقافة في المجتمع. عدد الساعات التي يقضيها الأولاد أمام التلفزيون وحالياً أمام الحاسوب يفوق كثيراً عدد الساعات في المدرسة، وهي دخلت بفضل المرور الحر للإعلام معظم الدول تحت شعار التسلية المحايدة، وأتت لتجيب بمحتوياتها عن المتطلبات الاقتصادية والسياسية والصراعات الإيديولوجية، فأصبحت من الأشكال الثقافية المعدة للتصدير.

وتكمن فعالية هذه الأجهزة في شرعنة النظام القائم عالمياً (نظام السوق

Michel Mathien, le système médiatique, op. cit., P.P. 47 et 48.

(١) و(٢)

والمعلوماتية). لقد بني الإعلام تبعاً لستيوارت هول (Stuart Hall) انطلاقاً من الثنائية (شرعي لا شرعي)، أي «إن وسائل الإعلام تحدد المسائل بشكل مبسط منمط ثنائي خارج عن التاريخ، وفي داخلها الأفراد المتلقون للرسالة مدعوون لتحديد أنفسهم ولتصور آليات القرار السياسي في مجتمعهم. إنها تقدم دليلاً لقراءة العلاقات الاجتماعية التي تعمل لخدمة الأنظمة القائمة»<sup>(١)</sup>.

وهكذا نرى أن تعدد الأساطير التي تلعب في موضوعية الأبناء لا تشجعهم على التحليل وعلى الفكر النقدي. وما يزيدهم تشويشاً هو اللانسجام الحاصل بين الخطاب الذي يعرض عليهم (خطاب أوحدهم) وتجربتهم للأشياء التي غالباً ما تأتي مناقضة لها: فالإيمان بأوتوسترادات الإعلام السريعة تقابله عجقة مدن وطرقات وزوارب. أسطورة الاتصال تتوافق مع العزلة والابتعاد عن المجتمع<sup>(٢)</sup>، إغراءات الإعلان وأشهر التسويق يقابلها انعدام للقدرة الشرائية. عبادة المنافسة تولد انكفاء، أنشودة النمو والاستهلاك توصل إلى العنف والحرمان، إثارة وإيقاظ الغرائز الجنسية يقابلها كبت في المجتمع والفكر والثقافة. باختصار الإيقاعات الدينامية لهذا العصر تولد وجوداً مبهوراً لاهثاً.

لهذا يجد الشباب أنفسهم مجبرين على ممارسة التفكير المزدوج، مكرهين على تصديق الشيء وعكسه. فإلى الانشاقات الاجتماعية تضاف الانشاقات الفكرية التي تقسم أعماق الداخل لكل فرد بحيث لا يعود يعرف هؤلاء أين يضعون رؤوسهم، مما يؤدي بهم إلى نوع من الشيزوفرانيا الجماعية<sup>(٣)</sup>. أيضاً ترى ماري وين أنه بمجرد اندماج الخيال التلفزيوني في واقع المشاهد يصبح التمييز بين ما هو حقيقي وغير حقيقي غائماً، ولاحظت أن التجربة التلفزيونية لدى الأطفال أصابت بالتبديل قدرتهم على الإحساس بالحوادث الحقيقية<sup>(٤)</sup> مستنتجة أن المشكلة تكمن في أن

(١) Breton, proulx, l'explosion de la communication, op. cit., P. 181.

(٢) إنها لمفارقة - صحيح أن مفهوم الاتصال جاذب وقوي ويحمل قيماً إيجابية من الحوار والمشاركة والمعرفة. لكن هذه القيم حملت معها تطور العزلة والفراندية. حيث جعلت الحداثة من البحث الفردي عن السعادة فكرة نهائية، مختصرة السعادة باللذة والمتعة والمتعة بإرضاء الحاجات وإرضاء الحاجات بكمية الاستهلاك. إنها سعادة على قياس الحداثة تخلق لها دائماً حاجات جديدة، وهي مساوية للمداخل العالية، أي سعادة أشخاص على حساب آخرين. أنظر:

Serge Latouche, la planète des naufragés, essai sur l'après développement, la découverte, Paris 1993, P. 231.

(٣) François brune, l'idéologie d'aujourd'hui, op. cit., P. 12.

(٤) ماري وين، مرجع سبق ذكره، ص. ١٢٢ و.ص. ١٢٧.

التلفزيون يفرض عليهم التعامل مع الناس الحقيقيين كما ولو كانوا على شاشة التلفزيون<sup>(١)</sup>. يبقى أن حصيلة التناقض بين إيقاع العصر الذي تعزفه المنظومة الإعلامية والاتصالية وإيقاع الحياة اليومية المتنوع بتنوع الدول والمجموعات والأفراد، لا يمكن أن تتحدد إلا من خلال البحث عن الظروف المحيطة بعمل الرسالة الإعلامية.

## ثانياً: العوامل المحددة لنوعية تأثيرات وسائل الإعلام على الأسرة

هناك العديد من العوامل التي تساهم في تحديد نوعية الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الإعلام على سعيد الأسرة سلباً أو إيجاباً، ومنها على سبيل المثال لا الحصر: مواصفات الرسالة والطريقة التي تقدم بها والوسيلة التي تحملها، مواصفات أفراد الأسرة وموقع كل منهم داخلها، خصائص المحيط الاجتماعي الذي تنتمي إليه الأسرة وغيرها.

### ١ - الرسالة الإعلامية

على الرغم من تنوع الوسائل الإعلامية، فإن جزءاً كبيراً من رسائلها لا تحمل قيمةً أسريةً بقدر ما تحمل قيمةً تعبر عن صعود الفرد على حساب المجموعة. على قاعدة الأنية ومتع اللحظة الراهنة، المرتبطة بالربح السهل والسريع القائم على التنافس والتشاطر، وصناعة النجومية بالمعنى الترويجي. بمعنى آخر، غالباً ما تشكل هذه الرسائل إطاراً للإعلانات المروجة للحدث المرتبطة بالاستهلاك المرتبط بالمتعة. ومن الطبيعي أن تكون المحصلة غياباً لثقافة الجهد والنفس الطويل ولثقافة التضامن والتعاون وخدمة الغير. إذ اعتبر أحد الباحثين أن أفلاماً مشهورة مثل: (Le roi lion, Jurassic park, Titanic) ليست أفلاماً فقط إنما هي أيضاً آلات فعلية لتسويق الغذاء، الموسيقى، الثياب، والألعاب إلخ...<sup>(٢)</sup>. وهنا نشير إلى أن مسألة تحول الأفلام إلى أدوات تسويق لا تقتصر فقط على الأفلام والمسلسلات الأمريكية، بل راحت تطول المسلسلات المحلية في مختلف بلدان العالم، محدثة تغييراً ولو متفاوتاً في المضامين التي تحملها.

(١) ماري وين، مرجع سبق ذكره، ص. ١٢٧.

(٢) Voir à ce propos: Benjamin R. Barber, Culture Mc World contre démocratie, in révolution dans la communication, op. cit., P. 70 - 74.

إن نظرة سريعة للبرمجة المحلية على شاشات التلفزيون في لبنان ترينا التكرار الحاصل مثلاً: السبت للبرامج المنوعة (غناء - رقص) الأحد للحوارات الطويلة المتكررة بأشخاصها وموضوعاتها. الاثنين للأفلام الأمريكية، الجمعة للأفلام العربية، ما تبقى للسلسلات المكسيكية.

بالنهاية تعمل هذه الوسائل ضمن استراتيجية عالمية تقتضي البحث عن اللغات الشاملة (الموسيقى، الرقص، الرياضة...) وغالبية برامجها مستوردة. والمنتج منها يكون إما مقلداً أو محاكياً للمستورد. لذلك أتت البرامج المحلية حاملة معها ازدواجية التعبير عن الواقع والتضارب معه، أي أنها أعادت إنتاج التشوش والاضطراب الحاصلين على الأرض.

لقد حاولت المسلسلات المحلية التي تسنى لنا مشاهدة بعض النماذج منها أن تكون رسائلها جذابة تتنوع بين محاكاة المكبوت، التلاعب بالخيال، حمل الوعود بغد أفضل، وأحياناً اللعب على تناقضات الواقع بشكل يصعب تحديد حصيلة ما تحمله إلينا. ففي مسلسل «العاصفة تهب مرتين»<sup>(١)</sup> رأينا الواقع والغربة عنه معاً. من ناحية عبّر عن التغيير الذي طرأ على صعيد الأدوار التي تقوم بها المرأة، ومن ناحية ثانية صور البطلة وابنتها تفرمان بالشخص نفسه... ووضعهما أمام حدي الغرام والانتقام.

أما في «نساء في العاصفة»<sup>(٢)</sup> فكانت البطلة رمزاً للمرأة التي جعلتها ظروفها الصعبة في الماضي امرأة قوية صلبة لحد القساوة أحياناً. إذ إنها في البداية كانت المرأة الضحية المسلوقة الإرادة التي تعمل رغماً عنها، تغتصب وتتزوج رغماً عنها، تحرم من ولديها... وسرعان ما تحل مشكلتها بالصدفة أي عندما تتزوج من عجوز ثري، يموت وترث أمواله، وعندها بفعل المال تتغير كلياً وتصمم على الانتقام. وهنا يصبح المال قيمة بحد ذاته ومصدراً للقوة ولحل كل المشاكل المستعصية. فنهلاً راشد البطلة التي قد يتماهى معها العديد من الفتيات أصبحت رمزاً للمرأة الجميلة الأنيقة الغنية القوية التي تؤنب الجميع وتشتري ما تريد<sup>(٣)</sup>. في المسلسل أيضاً امرأة ثانية فقيرة تحاول أن تجد حلاً لمشاكلها المادية بممارسة الدعارة...

(١) «العاصفة تهب مرتين» عرض على شاشة تلفزيون لبنان، إعداد شكري أنيس فاخوري، بطولة رولا حمادة.

(٢) «نساء في العاصفة» عرض على شاشة تلفزيون لبنان، الثلاثاء والأربعاء ساعة ٨،٣٠ أيضاً، إعداد شكري أنيس فاخوري، بطولة رولا حمادة (١٢٢) حلقة.

(٣) انظر: دليل النهار: «خذوا أسراركم من صغاركم!» مايا حبشي الأشقر. الجمعة ١٦ تموز ١٩٩٩.

أثيرت في هذه المسلسلات عدة مواضيع: الدعارة - المخدرات - الحب - الجنس وغيرها. الكل يحب الكل، فالحكاية في النهاية تتركز حول ٣ أشخاص: رجل وامرأتان أو امرأتان ورجل. ومعظمها موضوعات تحمل قيم التفلت من سلطة الأهل، يظهر فيها الخداع والاحتيال حتى بين الأم وابنها من أجل المال. نرى فيها العديد من السلوكيات التي ليست بالضرورة مستمدة من الواقع. فإن كانت لم تعد مستغربة مسألة ممارسة الحب من دون رابط شرعي في بعض الأوساط، فإن المستغرب أن يكون اثنان أخوة ولا يعرفان ذلك. (أين؟ في بلد كلبنان...!). مثلاً: الممثل الذي يواجه المشكلة لا يفكر المؤلف في أن يجعله يلجأ إلى عائلته أو أقاربه أو إلى الصلاة.. إنما يهرع إلى ملهى ليلي يشرب الخمر أو يزداد نهماً في التدخين.

في «طالبين القرب» المسلسل المحلي الذي يعرض على شاشة المؤسسة اللبنانية للإرسال والذي قيل أن سعر دقيقة الإعلان الذي يمرر خلاله حوالى \$٥٠٠٠، يلفتنا الحوار التالي: شاب يريد فتاة جداً عذراء (مش بايس فمها إلا أمها) يقول له أحدهم: «وين بدك تلاقياها»: أخيراً بعد جهد يلتقي بالفتاة المطلوبة لكنها سرعان ما تفاجئه فتسأله إن كانت لديه تجربة في الحب لأنه بنظرها من لا تجربة لديه في هذا المجال هو «أهبل». كذلك يلفتنا الأب الذي يريد أن يفهم ابنته الحياة على طريقته، فيقول لها «أخرجي تعرفي على الشاب قبل أن تتزوجيه...».

أما مسلسل «ثلاث بنات» الذي يعرض على شاشة الـ «أم تي في» فإنه يقدم نموذجاً للأسرة المتحررة المتعلمة، القادمة من كندا. الأم أستاذة جامعية والأب طبيب والفتيات الثلاث يعشن حياتهن بحرية وانفتاح وعفوية. يحمل هذا النموذج قيماً جديدة بعض الشيء على المجتمع اللبناني. فالعلاقة بين الأهل والأولاد قائمة على الصراحة التامة والندية. الأب مجرد صديق لبناته. يسلم بأن العلاقة بين الشاب والفتاة قبل الزواج شيء طبيعي. وهنا نتساءل عن آثار هذا النوع من الرسائل الإعلامية على الأسر التي تعيش أنماطاً مغايرة، ولا تتوافر فيها المستويات التعليمية العالية. إذ ليس كل الآباء متفهمين وديمقراطيين إلى هذا الحد. وليست كل الفتيات نكيات لهذه الدرجة!!

## ٢ - مواصفات الفرد / الأسرة / المحيط الاجتماعي

### (أ) الفرد

تلعب مواصفات الفرد (ميوله، مزاجه، انتظاراته...) دوراً كبيراً إن كان على صعيد المشاهدة والتعرض للتسلية أو على صعيد إدراج الرسالة الإعلامية في

الإدراك أو عدم إدراجها. فمن المتعارف عليه أن الطفل الخجول، السلبي، العدوانى أو الطفل الذي يعاني من عدم التوافق مع الأطفال الآخرين أكثر تعرضاً للتلفزيون من غيره. «إذ ليس من الصعب أن نفهم لماذا يشكل الطفل المضطرب أو سريع التأثر ارتباطاً أعمق بمتع مشاهدة التلفزيونية المأمونة سهلة الإشباع. وفي الوقت ذاته يبدو ذلك الطفل في الأسرة ذات الطفل الواحد أكثر ميلاً إلى حد بعيد لتنمية تلك العلاقة العميقة مع التلفزيون التي يتسم بها الطفل ذو القابلية للتأثر بالتلفزيون ربما ببساطة كإبدال للأقارب»<sup>(١)</sup>. أيضاً برهنت البحوث الميدانية أن الأولاد الذين يشعرون أكثر ببرامج العنف هم أولئك المبعدون عن رفاقهم، الذين يحصلون على نتائج سلبية في المدرسة والمحرومون من عاطفة الأبوين<sup>(٢)</sup>. ذلك أن أثر الرسالة يكبر لدى الجمهور الفتى العطوب الذي تنقصه نقاط الارتكاز. «الأولاد الذين يشاهدون التلفزيون بكثرة لديهم صعوبات مدرسية وعائلية ولديهم القليل من النشاطات الثقافية والرياضية»<sup>(٣)</sup>.

وهنا لا بد من الإشارة إلى أن التعرض المتكرر للعنف المتلفز يقلل حساسية الفرد ويجعله لا مبالياً إزاء العنف المنزلي، فتغيب لديه مشاعر الشفقة تجاه الضحية فيقف متفرجاً متبلداً، لأن المثابرة على مشاهدة العنف تفرض عليه التعامل مع الناس الحقيقيين كما لو كانوا على الشاشة. علماً «أن العنف المتلفز هو نتاج نظام ترويجي عالمي رأى بعض الباحثين أنه يمارس أثراً تخميرياً ثقافياً مساهماً على المدى الطويل في تسفيه العالم والخط من قيمته. لأنه يخيف الناس أكثر مما يحثهم على العنف، يشلهم أكثر مما يدفعهم للحركة (للتفكير في حل مشكلاتهم). إنها محاولة لإفهام الإنسان العادي ما هو موقعه وما هو حجمه في العالم»<sup>(٤)</sup>.

## ب) الأسرة

تحدد مواصفات الأسرة بجزء كبير مدة مشاهدة وأثرها على الفرد. فالأسر

(١) ماري وين، الأطفال والإدمان التلفزيوني، مرجع سبق ذكره، ص. ٢٤٢.

(٢) Thierry Vedel, «Medias et violence: une relation introuvable, in Médias et violence, les cahiers de la sécurité intérieure: ISSN, Paris, 1995, No. 20, 2ème trimestre 1995, PP. 20 et 28.

(٣) Annie Brégal, table ronde: Faut-il réglementer la violence, à l'écran? in Médias et Violence, les cahiers de la sécurité intérieure, op. cit., P. 136.

(٤) George Gerbner, Médias et violence, in les cahiers de la sécurité intérieure. op cit., P. 38.

المتوازنة التي تتمتع بعلاقات فضلى بين الوالدين، ذات الجو الهادئ. التي يسودها شعور حميم بالتقارب الأسري والتفاعلي بين أفرادها والتي توحيها التجارب والارتباطات المشتركة ولديها طقوسها وأوقاتها المنتظمة في النوم والطعام والقراءة... إلخ بإمكانها أن تحافظ على خصوصيتها وأن تحد من أثر الرسائل الإعلامية عليها وتنحو بها نحو الإيجاب. بينما الأسر التي تعيش ضائقة اقتصادية والتي ليس بإمكانها تأمين بدائل لقضاء أوقات فراغ أولادها يحصل فيها إدمان على المشاهدة التلفزيونية. العائلات التي تعيش حالة خلافات زوجية يلجأ أفرادها أكثر للمسلسلات الهابطة ولمسلسلات العنف. أيضاً الأسر المفككة التي تفتقد للعلائق التفاعلية بين أفرادها، والتي تهمل أولادها وتعتمد العنف كقصاص لهم، «يشكل العنف التلفزيوني جاذباً لأفرادها كتعويض عن السلبية لديهم، فيختارون البرامج الأكثر حركة وإثارة لأنهم يستمتعون بمحاكاة النشاط آمليين أن يعرضهم ذلك عن حقيقة اندماجهم في تجربة سلبية أحادية الاتجاه»<sup>(١)</sup>.

هذه الأسر بإمكان التلفزيون التحكم بحياتها من خلال دفعه العلاقات الأسرية المتعثرة بالأصل نحو مزيد من التأزم والسلبية، وذلك بحلوله محل المناسبات الخاصة والطقوس الأسرية (العشاء - الألعاب - التشاجر - الثرثرة إلخ...) «أي كل تلك الأشياء التي تشكل نسيج الأسرة والتي تحدد معنى الطفولة والأمومة والأبوة... والتي تعطي شعوراً لأعضائها بالانتماء إلى بيت ما وليس مجرد العيش ابتغاءاً للراحة والدعة. وأيضاً بتسهيله انسحاب الأبوين من القيام بدور فعال في التنشئة الاجتماعية لأطفالهم»<sup>(٢)</sup>.

باختصار تبرهن المعطيات الإحصائية اليوم أن الطفل أصبح يولد في بيت يدور فيه جهاز التلفزيون بمتوسط ٧ ساعات يومياً. ذلك يعني أنه لأول مرة في تاريخ الإنسانية أغلب القصص والحكايا عن الحياة والأفراد والقيم أصبحت تنقل إلى الأولاد في جزء كبير منها ليس من قبل الأهل ولا المدرسة ولا الكنيسة والمؤسسات القريبة منها والتي لديها رسالة لتنقلها إليهم، إنما من قبل تجمعات بعيدة لديها شيء ما تود بيعه<sup>(٣)</sup>.

(١) ماري وين: الأطفال والإدمان التلفزيوني - مرجع سبق ذكره، ص. ١١٩.

(٢) حول المشاهدة التلفزيونية والأسرة، أنظر ماري وين، مرجع سبق ذكره، ص ١٦١.

(٣) George Gerbner, Médias et violence, in les cahiers de la sécurité interieure. op. cit., P. 41.

### ج) المحيط الاجتماعي

- تختلف أوجه استعمال التلفزيون باختلاف الجمهور من حيث موقفه من هذه الوسيلة وما ينتظر منها. وقد أمكن تصنيف ثلاثة أوجه لهذا الاستخدام.
- الاستخدام الناجم عن سابق تصور حيث يتم مسبقاً اختيار برامج معينة لاعتبارات واضحة في ذهن المتلقي.
  - الاستخدام المترافق مع أنشطة أخرى، كأن يترافق مع وجبات الطعام والجلسات العائلية والأصدقاء أو مع أعمال منزلية أخرى.
  - الاستخدام الذي يأتي تحت عنوان سد أوقات الفراغ بحجة أن مشاهدة التلفزيون هي أفضل الوسائل المتاحة لملء الفراغ.

لذلك لا يمكن النظر لجميع الاستخدامات من زاوية واحدة لأنها تختلف باختلاف العقليات، الآراء، الإمكانيات المادية، مستوى التحصيل الدراسي، العلاقة بالأهل وبالرفاق ودرجة الاندماج بالمجتمع. أثبتت بعض الدراسات أن مشاهدة التلفزيون على علاقة مباشرة بإيقاع المدرسة، فكلما خف إيقاعها ازدادت مشاهدة التلفزيون والعكس صحيح. وكذلك هي على علاقة بالأنشطة اللاصفية وبدرجة الاندماج الاجتماعي<sup>(١)</sup>.

ولأننا نعيش في مجتمع تلكأ عن تأمين الحد الأدنى من وسائل التسلية والترفيه للأطفال، حيث تكاد تنعدم الحدائق والملاعب والمسارح، فلا بد أن يلجأ هؤلاء إلى شاشات التلفزة للتعويض عن النقص الحاصل على صعيد الأنشطة الثقافية والرياضية والاجتماعية والترفيهية التي من المفترض أن تؤمن لجميع المواطنين، في حين أنها لا تتوفر حالياً إلا للمقتدرين مادياً. هكذا حلّ التلفزيون محل الأنشطة وراح الأطفال يشاهدون الرياضة أكثر مما يمارسونها، تشاهد الأسر الأعياد والمناسبات على حساب مشاركتها في إحيائها، ويشارك المواطنون ولو بالخيال في ثروات المجتمع.

ذلك أن التلفزيون لم يعد فقط مجرد أداة للترفيه والتسلية بل غداً أيضاً وسيلة لمساعدة النفس في الأوقات الصعبة. ولقد كشفت دراسة عن عادات مشاهدة

(١) INA et Diapason, Médiamétrie, «des jeunes et leur télévision», Paris, La documentation Française 1991, P. 110.



التلفزيون صدرت أخيراً في بريطانيا واستغرقت خمس سنوات<sup>(١)</sup> خطأ التصور أن الرجال لا يشاهدون المسلسلات الاجتماعية وأنهم يتحكمون في اختيار البرامج التي ستشاهدها أسرهم. ولاحظت الدراسة أن الناس يشاهدون البرامج المنحدرة المستوى بكثرة عندما يشعرون بالقلق والتوتر وإذا كانوا من الطبقة الفقيرة، مقارنة بالأوقات التي يكونون فيها سعداء أو يتعاطون مهناً ناجحة. فالسعداء والذين يمرون بأوقات هنيئة يختارون بدقة البرامج التي يريدون ولا يكتفون بمشاهدة أي شيء كان. مثلاً، إن معلماً من الطبقة الوسطى تحول من مشاهد يختار ما يفيدته إلى مشاهد عام يتفرج على برامج ذات مستوى متدن عندما كان يمر بأزمة طلاق. فالناس عندما يعيشون علاقات عاطفية جديدة أو ينتقلون إلى مناطق مختلفة يبتعدون عن التلفزيون ويختارون ما يشاهدون. اتضح من هذا الاستنتاج أن التلفزيون وسيلة للتخفيف من الضغط وللمواساة أو بمثابة صديق. وبمجرد أن يعود الفرد إلى هدوئه ويشعر بالثقة ويكتمل أمانة فإن أهمية التلفزيون تتضاءل عنده.

وفي دراسة على عينة صغيرة من الأسر المتوسطة الحال في مدينة بيروت<sup>(٢)</sup> تبين أن ٦٠٪ من هذه الأسر لديها اشتراك بمحطات فضائية. فهذه المحطات سمحت لهم (بحسب تعبيرهم) بالتعرف على تقاليد ولغات وطرق عيش الشعوب الأخرى. إنها بنظرهم وسيلة انفتاح مهمة على العالم. في حين أن ٣٠٪ من الأهل رأوا أن هذه المحطات تشكل خطراً على أخلاق أولادهم وأنهم يجدون أنفسهم غير قادرين على مراقبتهم وهي تعرض برامج منافية للأخلاق والآداب.

أيضاً بينت دراسة ميدانية أن نسبة عالية من الشباب الجامعي الأردني لا تستطيع الاستغناء عن البرامج الأجنبية المستوردة التي تعرض من خلال القنوات الفضائية. وصرحوا أن امتلاكهم للصحون اللاقطة بنسبة ٢٢,١٠٪ يعود لضعف المستوى الفني والإبداعي للفنون العادية وللرغبة في زيادة الاطلاع على العالم الخارجي. بينما من لا يملك الصحون عزا ذلك لأسباب دينية ومادية. وأشارت الدراسة إلى جوانب تأثيرية للبرامج المستوردة على الشباب منها حب السفر للخارج حب السهر ومصادقة الجنس الآخر وغير ذلك كالنواحي العاطفية والدينية والعلاقة

(١) انظر الحياة - ١ أيار ١٩٩٩.

(٢) دراسة قامت بها الطالبة هنادي نصار سنة ثالثة - كلية الإعلام والتوثيق، الجامعة اللبنانية، في إطار مادة: تطبيقات على مناهج البحث العلمي الإعلامي - بإشراف الدكتورة نهوند القادري.

بالأسرة والمحيطين والسلوك واللباس وقصة الشعر، وحب الهجرة وامتلاك سكن خاص<sup>(١)</sup>.

وفي العودة إلى دراسة نصار يتبين أن أكثر المحطات مشاهدة بالنسبة للأسر موضوع الدراسة كانت: قناة أفلام ART ٥٠٪، قناة الأفلام الأجنبية ٤٠٪، أوبرت الأولى ٣٠٪، الجزيرة ٣٠٪، الرياضة ٢٠٪، اقرأ السعودية ١٠٪. نستنتج من ذلك أن أكثر المحطات مشاهدة هي تلك التي تحمل قيم التسلية والترفيه، وتبين أيضاً أن النساء أميل إلى مشاهدة عالم الصباح والمسلسلات والأفلام العربية والمكسيكية. الرجال أميل لمشاهدة الأخبار والأفلام الأجنبية والرياضة. الأطفال يفضلون والت ديزني وكرتون نت - أيضاً تفضل الأمهات أن يشاهد أطفالهن برامج والت ديزني لأنها بنظرهن مفيدة جداً، وتجمع كل ما يحب الطفل من رسوم متحركة ورياضة وبرامج علمية ووثائقية. علماً أنه لو تناولنا بالتحليل المعمق برامج والت ديزني لتبين لنا أنها تحمل بداخلها الكثير من المواقف المسبقة والمنمطات عن الشعوب والحضارات والأنظمة السياسية والاقتصادية وأنها ليست بريئة ولا محايدة كما ترى الأمهات<sup>(٢)</sup>.

وحول كيفية مشاهدة هذه الأسر للتلفزيون يتبين أن ٧٠٪ من هذه الأسر تشاهد التلفزيون مجتمعة، ٢٠٪ يشاهد الأم والأب لوحدهما، ١٠٪ كل فرد على حدة. وحول من ينتقي البرامج تبين أن ٢٠٪ فقط من الآباء يقومون بعملية انتقاء مستمرة للبرامج التي يشاهدها أطفالهم. ٢٠٪ ينتقون أحياناً، ٤٠٪ لا يمارسون أية رقابة بل بالعكس الأولاد يفرضون أحياناً على آبائهم مشاهدة برامج لا تستحوذ على اهتمامهم. وصرح هؤلاء أنه حصل أن تشاجر الأولاد في ما بينهم بسبب تغيير أحدهم لبرنامج يتابعونه على الشاشة بنسبة ٦٠٪. ورأى ٨٠٪ من الأولاد أن التلفزيون هو الوسيلة الوحيدة المتاحة لهم لتمضية أوقات فراغهم.

في مجال آخر وفي تحقيق ورد في السفير بعنوان «الفضائيات تغزو أيام الشباب الهادئة» «تبين أن هؤلاء الشباب يهون متابعة برامج الجنس والرياضة

(١) انظر بهذا الصدد، الحياة، ٢٥ أيار ١٩٩٩ - عمان - موسى برهومة. دراسة أعدها الباحث محمد فلاح القضاة ونشرتها مجلة دراسات.

(٢) Voir à propos, Martin Michèle, communications et médias de masse, culture, domination et opposition (Québec: Presse de l'université de Québec, 1991, PP. 315 - 127 - 287 - 297 - 298.

والموسيقى. الآباء: يهونون الأخبار والعراكات السياسية، الفتيات: الأغاني والمسلسلات المكسيكية والمصرية. وأجمع هؤلاء على أن التلفزيون الفضائي رحمة ولولاه لطقوا من الزهق رغم التشابه بين المحطات»<sup>(١)</sup>.

وفي دراسة أخرى قامت بها خديجة زعزع<sup>(٢)</sup> لصالح اليونسيف عام ١٩٩٣ عن الوسائل التي تلعب دوراً وتأثيراً على الأطفال تبين ما يلي: أشارت الأمهات إلى أهمية البرامج المتلفزة والأفلام كمؤثر أول على أطفالهم بنسبة ٢٨,١٧٪. وعندما سُئلت الأمهات عن الآثار السلبية للمشاهدة، أشارت معظمهن إلى أنه: يلهي الأطفال عن واجباتهم. يشع على عدم إطاعة الأوامر ١٤,٥٠٪، يفسد دماغ الطفل عن طريق الإعلام الخاطيء ١٢,٥٪، يعلم العدوانية والعنف ١١,٣٣٪، يعلم الإباحية ١١,٧٪. ثم جاءت بنسب ضئيلة تأثير مؤذ للعنين، إدمان على رؤيته وتعلق زائد به.

أما الآثار الإيجابية كما وردت في الدراسة فكانت على التوالي: إنه ثقافة وتوعية ويكسب مهارات ومعلومات بنسبة ٢٧٪، تسلية مفيدة ٢٣,٣٣٪، وسيلة تعليمية عن طريق الأغاني والإعلانات ١٠,٨٣٪، تنمية خيال وفكر ٥,٨٣٪. ثم جاءت نسب ضئيلة عن تأثيره الإيجابي في تعلم اللغة والبقاء في البيت وعدم الذهاب إلى الشارع، والمساهمة في زيادة القدرة على التركيز والانتباه وأخيراً كونه يعمل على التأقلم الاجتماعي. هذا علماً أنه لم تظهر أية اختلافات في ترتيب آثار التلفزيون سواء السلبية أو الإيجابية باختلاف عمر الأمهات ومستوى تعليمهن وعملهن.

وقد بينت الدراسة أنه عندما يتابع الأطفال البرامج المتلفزة تجلس معظم الأمهات للتوجيه والتفسير والإرشاد بنسبة ٣٩,٣٣٪. وبعض الأمهات يجلسن معهن للتسلية بنسبة ٢٥٪. البعض الآخر لا يجلسن لكن يتحاورن معهن بشأن ما يشاهدون من برامج ويوضحن لهم بعض الأمور بنسبة ١٧٪. كما أن هناك بعض الأمهات لا يجلسن مع أطفالهن بتاتاً وقت المشاهدة بنسبة ١٢,٣٣٪.

ووجدت أنه كلما ارتفع مستوى تعليم الأم جلست مع أطفالها بدرجة أكبر للتوجيه والتفسير والإرشاد وقت مشاهدة التلفزيون، وكلما انخفض مستوى تعليمها

(١) السفير ٣ حزيران ١٩٩٩.

(٢) خديجة زعزع، دراسة حول المعارف والمواقف والممارسات بخصوص أسس تربية الأطفال دون الست سنوات لدى الأمهات في الأسر - منظمة اليونسيف، برنامج الدراسات التربوية، ١٩٩٣، لبنان..

جلست معه للتسلية. كذلك تبين أن الأم العاملة تجلس مع طفلها وقت التلفزيون للتوجيه والتفسير بدرجة أكبر من الأم غير العاملة، وذلك بنسبة ٤١,٦٪ مقابل ٣٨,٦٪. والأمهات الأصغر سناً يجلسن مع أطفالهن وقت التلفزيون للتوجيه والتفسير بدرجة أكبر من الأمهات الأكبر سناً.

وعن عدد الساعات التقريبي للمشاهدة تبين أنه بمتوسط ساعتين إلى ٣ ساعات يومياً. ولم يتأثر عدد ساعات المشاهدة بكون الطفل ذكراً أم أنثى. في حين أنه تبين في دراسة أخرى أن متوسط عدد ساعات المشاهدة للتلاميذ في المرحلة المتوسطة كان بين ٣ و٤ ساعات يومياً<sup>(١)</sup>. إنما يضاف إلى وقت المشاهدة التلفزيونية الأوقات التي يمضيها الطفل مع الألعاب الإلكترونية وأمام الحاسوب وآلة التسجيل والفيديو وعلى الهاتف وغيرها من وسائل الاتصال والإعلام. وهكذا في ضوء تخطي حدود الزمان والمكان بفضل التقنيات الاتصالية الجديدة، أصبح من الملح التفكير من جديد وبشكل مغاير بعملية تلقي الرسائل الإعلامية، بما يتناسب والظروف الجديدة، انطلاقاً من التساؤل التالي: هل ما زالت العملية الاتصالية محكومة بالأنماط المجتمعية القائمة؟ وإلى أي مدى؟

### ثالثاً: عملية التلقي في ظل انتصار اللعبة الإعلامية

من المعلوم أن العملية الاتصالية تعمل حالياً ضمن نمط مجتمعي من أبرز ملامحه استخدامه مصادر طاقة متنوعة متجددة وطرق إنتاج جديدة. نمط قائم على علاقات ومؤسسات تختلف اختلافاً جاداً عن تلك التي عهدناها من قبل<sup>(٢)</sup>. فالتلفزيون لوحده لم يعد مشكلة، بل تتمثل المشكلة في الدمج بين الوسائط الإعلامية والاتصالية مما شكّل نظاماً معرفياً جديداً تقل إمكانات الأهل أكثر فأكثر على التدخل فيه.

فلقد تساءل أحد الباحثين: لماذا الاهتمام فقط بالتلفزيون. فاهتمام البالغين والأولاد من الآن فصاعداً راح ينصب نحو ميديا أخرى فهم يشاهدون بسلبية البرامج المتلفزة التي تعرض على الجهاز العائلي، وينعزلون ليشاركوا في ألعاب الفيديو التفاعلية، يتجولون في الإنترنت... وجميعها تحوي صوراً أعنف من التلفزيون

(١) استطلاع قام به طلاب من كلية الإعلام والتوثيق - سنة ثالثة - في إطار مادة تطبيقات على مناهج

البحث الإعلامي على عينة من تلاميذ المدارس الرسمية المتوسطة في بيروت ١٩٩٨.

(٢) أنظر نبيل علي «العرب وعصر المعلومات» سلسلة عالم المعرفة ١٨٤ الكويت - المجلس الوطني

للثقافة والفنون والآداب ١٩٩٤، ص. ١٩.

كذلك اللعبة التي يستخرج اللاعب فيها دماغ خصمه أو عموده الفقري<sup>(١)</sup>.

لكن ليس بإمكان وسائل الإعلام الوصول إلى أهدافها تلقائياً وآلياً. لأنه كما نعلم تتم عملية الاتصال عندما يطابق المتلقي مجموع الدلالات التي تحملها الرسالة الإعلامية مع الدلالات الخاصة به<sup>(٢)</sup>. بمعنى آخر، لا تتم عملية تلقي الرسائل بشكل خطي، بل تتحدد في جزء كبير منها في ذهن المتلقي وفي الأرضية التي تقع عليها الرسالة.

لذا، قد يكون مفيداً جداً حصيلة ما تأتينا به الشاشة إذا ما توفرت للمشاهد المقدرة على الاختيار والانتقاد والاستيعاب.

لنتأمل قليلاً الآثار الناجمة عن عملية تلقي برامج التسلية والترفيه من قبل أناس أميين يقيمون مع الشاشة علاقة سحرية ليس فيها أدنى تفاعل، غير قادرين على تحويل الأشياء التي يرونها إلى أشياءهم. أو نتأمل تلقي هذه البرامج في مجتمع يعاني من أزمت اقتصادية تفاقم العلاقة السكنوية بالتلفزيون، أي الإستسلام لأي شيء مطروح بالمجان. وهنا يقدم التلفزيون العلاقة المجانية على طبق من فضة<sup>(٣)</sup>. لا يمكن إذن النظر إلى جميع استخدامات التلفزيون من زاوية واحدة. إنما يمكننا أن نقول إن الأسوأ في استخدامات التلفزيون هي تلك التي تندرج تحت عنوان ملء أوقات الفراغ أو سدّ الثغرات أو أفضل من لا شيء.

إن مقدرة المتلقي على التفاوض مع الرسالة الإعلامية تحدد الدور الذي يمكن أن تؤديه عملية الاتصال.. ومن الطبيعي ألا تتحدد المقدرة على التفاوض بالإمكانات الذاتية فقط إنما تستمد قوتها من المجتمع ومن المناخ الفكري السائد<sup>(٤)</sup>.

وكي نتمكن من فهم دهاليز عملية التلقي لا بد من وضعها في السياق الذي تحصل فيه، لأن المتلقي لا يكتفي بأخذ المعنى المرمز من الميديا، بل يولد معنى آخر. إنه عمل تفاوضي خاضع لمنطق تعاوني وبالتالي إنه لعبة انتماء<sup>(٥)</sup>. وغالباً ما تميل في هذه العملية التفاوضية الكفة لمصلحة اللعبة الإعلامية لأن هذه الأخيرة

(١) Bradley S. Greenberg, «la recherche et le renouvellement du débat réglementaire» in Média et violence, op. cit., P. 128.

(٢) Michel Mathien, op. cit., PP. 60 et 61.

(٣) أنظر: عناية جابر، التلفزيون، والمشاهدون - أسئلة - أجوبة - احتمالات/السير ٢٦ أيلول ١٩٩٤.

(٤) و(٥) Jean Bianchi et Henri Bourgeois, les médias coté public. Le jeu de la reception, Paris, (٥) و(٤) Du centurion 1992, PP. 57 et 82.

تعدنا أن تكون مصدر لذة على حساب مصادر أخرى (الأسرة - الحياة الزوجية - الرحلات - السفر) مستفيدة من مظاهر أزمة الوجود الفعلية المتزايدة في أيامنا هذه.

ويبقى دور هذه اللعبة كبيراً وإن كانت لا تدعي أن بإمكانها أن تحلّ المشاكل الاجتماعية. يكفي أنها تولد ثقافة خاصة بها، تشخص المشاكل، تحط من قيمة الحياة العادية لتحل محلها لتصبح الحياة الفعلية هناك على الشاشة وليس في الحياة اليومية الرتيبة المملة.

(الحب على الشاشة أقوى منه في الواقع، الأب أكثر تسامحاً، الأم أكثر تفهماً). ويرأي Zfez (سفيز) إن الذي ساعد اللعبة الإعلامية هو سيادة التقنية وما نجم عن ذلك من خلط كامل بين المرسل والمتلقي، في عالم كل واحد فيه يتصل من دون أن يعرف مصدر الرسالة الفعلي ومن دون أن يقدر على تحديد من يتكلم العالم التقني أم الإنسان<sup>(١)</sup>. على الرغم من أننا نعلم جيداً أن التقنيات والأجهزة المعقدة تربطنا بالمرسل البعيد فإن الوسيط التقني بدل أن يعطينا شعوراً بالمصطنع يقدمه إلينا على أنه تلقائي وطبيعي<sup>(٢)</sup>.

لكن انتصار اللعبة الإعلامية لا يعني أن رسائلها تقع على أرض خام وإن المتلقين سلبيون بالكامل. بل هم أناس لديهم معتقداتهم وتقاليدهم وميولهم (وإن كان هناك اختلاف كبير بين الصغار والراشدين) التي تقف حائلاً بينهم وبين الرسالة. إنما بالتكرار وعلى المدى الطويل وباللعب على الغرائز والحاجات، والاستفادة من التقنيات والأبحاث النفسية، ومن سوء الأوضاع، تستطيع الرسائل الإعلامية أن تنفذ من نقاط الضعف لتحديث تغييراً ولو طفيفاً تبرز آثاره على المدى الطويل. وتراها إذا ما عجزت رسائلها عن النفاذ تتراجع لتغير من أسلوبها، فتنتقل من أرضية هؤلاء الناس الذين حاولوا مقاومتها، ومن دون أن يشعروا، لتتسلل من خلال الأفلام، البرامج المسلية، الألعاب وغيرها، لتدخل في عادات الناس وبيطء ومن دون علمهم. إنها تسعى للحصول على استجابة حسية (كثيراً ما نرفض قيم شخص معين لكننا ننجذب لجوانب أخرى من شخصيته).

هذا الالتفاف على المشاهدين في ظل انتصار اللعبة الإعلامية وسيادة التقنية

Lucien Sfez, «La communication», Que sais-je P.U.F. Paris 1992, P. 88.

(١)

Daniel Bougnoux, «la communication par la bande», Paris, la découverte, 1992 PP. 70 et 133.

(٢)

قد يؤدي إلى أمور عديدة، في ما يخص الأسرة، منها:

- زعزعة الكثير من العادات والتشكيك في الكثير من الممارسات القائمة. مما يشيع القلق في الأوساط المستقرة ويحدث فيها تفسخات كامنة، أو قد يسبب قطعاً مع الماضي وتمجيداً للحاضر. وهذا ما يعيق التواصل بين الأجيال أي بين الأهل وأولادهم. مثلاً نتساءل: أين أصبحت تقاليد الوجبات العائلية الطويلة والممتعة التي تميّزت بها بلدان البحر المتوسط في السابق. ألم تطحها الوجبات السريعة التي روجت لها محطات التلفزة ووسائل الإعلام؟ وأطاحت معها الكثير من القيم العائلية؟ ففي ثقافة لـ Fast-Food العمل هو أساسي، العلاقات الإنسانية ثانوية، السريع يتقدم على البطيء، البسيط على المعقد<sup>(١)</sup>.

- ممارسة عنف رمزي على المشاهدين بسبب التلاعب بالشهية الطبيعية لديهم، شهية المتعة واللذة. وذلك عن طريق ربطها بالاستهلاك وربط الاستهلاك بالحدثة مما قد يؤدي إلى فعل قمعي تجاه الفقراء يكرس اغترابهم عن المتعة بمفهومها الاستهلاكي<sup>(٢)</sup>. فإشاعة ما يسمى بديموقراطية الرغبة تؤدي إلى صعود الأنا على حساب الاهتمام بالآخرين. فيصبح المهم بالنسبة للأولاد تلبية رغباتهم حتى وإن كان على حساب راحة أهلهم وإمكاناتهم المادية المحدودة في معظم الأحيان.

- إضعاف غريزة الميل للتواصل الحي مع الآخرين لأن الشاشة تخلق لدينا وهم الاقتراب الزمني والمكاني من العالم الخارجي وهذا ما يترجم لدى المشاهد بالعجز عن نقل الموقف الفردي إلى موقف جماعي. فيصبح الترفيه ملاذاً يحرره من ثقل المشاكل والأحداث وهروباً من الشعور بالعجز التام عن الفعل وشعوراً بالفرح لعدم وقوع ما يراه من كوارث وأحداث عليه وإنما على الآخرين.

بالختام بعدما كسرت تقانة المعلومات احتكار المدرسة مهمة نقل المعرفة، وبعدها كسرت الوسائل السمعية البصرية احتكار الأهل لمهمة تربية الأولاد، حيث أصبح التلفزيون مشاركاً للأب والأم والأخوة في المنزل، مسبباً تباعداً أخذاً في الاتساع بين الأهل والأولاد بسبب ضغوطات الهم المعيشي وممارسة أكثر من عمل في وقت واحد. خصوصاً وأن هذا التباعد الأسري يحصل في سياق مجتمعي يعاني

(١) Voir à ce propos, Benjamin R. Barber, «Culture Mc World contre démocratie, in révolution dans la communication, op. cit., P. 73.

(٢) عروة النيربيه - الإعلان التجاري المرئي أحلام مؤجلة ثمنها الاستلاب، السفير ١٨ شباط ١٩٩٩.

من التقصير في تأمين الوسائل الكفيلة بملء أوقاع الفراغ، في مجتمع استخدام مواطنيه للتلفزيون يأتي تحت عنوان ملء أوقات الفراغ أو سد الثغرات. وهو بالنسبة للناس أفضل من لا شيء، في مجتمع تخلق مثقفوه وتخلت نخبه عن دورها وانبهرت هي أيضاً بوسائل الإعلام. في مجتمع يبرر كل قطاع إخفاقه بإلصاق التهمة بالآخر. يستحيل الإعلام في مناخ كهذا، كما تصبح الأسرة أكباش محرقة لإخفاق المجتمع. وتكون النتيجة بالتالي مساهمة التلوث الإعلامي وخصوصاً الفضائي منه في تحديد قسم كبير من ملامح الإنسان التي يجد الجميع صعوبة في رسمها. فمن قائل إن وسائل الإعلام جعلته فاقد الهوية، صاحب نزعة استهلاكية، قليل الحساسية تجاه الغير، إلى قائل «إنها جعلته يشكو الجذب الروحي والعزلة والضياع، أسير المرحلة الراهنة فاقد الذاكرة، سلبياً في تفكيره منبهراً بالألة، أسيراً للواقع والتوقيت المخيف والسرعة الفائقة... إلخ»<sup>(١)</sup>.

لا يعني هذا الإفراط بالتشاؤم بقدر ما تعينا مسألة أن كل طرف من أطراف العملية التربوية أصبح يشعر أن العملية تفلت من يده ويتساءل بالتالي عن دوره. فالمواجهة تزداد حدة، وانعكاساتها تزداد سوءاً على الطفل الذي اختلقت الأمور لديه وحرار في مرجعيته. لا عجب أن وجدنا أحد الأطفال يتعلم في مدرسة دينية ويستمتع إلى إذاعة دينية ويعتبر مثله الأعلى مايكل جاكسون<sup>(٢)</sup>.

من هنا نتساءل كيف يمكن التخفيف من حدة هذه المواجهة؟

في الواقع إنها مسألة ذات أبعاد متعددة وإمكانية حلها تكمن على صعيد المجتمع ككل. غير أن هذه المحاولة للتفكير في أوضاع الأسرة في «مجتمع الإتصال» الذي بدت تلوح ملامحه في أفق مجتمعاتنا تحيلنا للبحث عن مكامن للحلول في عدة اتجاهات:

أولاً: من خلال البحث عن حلّ لمعضلة الإعلام في لبنان، سبل ضبطه، حدود المسموح والممنوع، سبل مواجهة الإعلام المتدفق من الخارج، سبل تقوية الإنتاج المحلي مع الأخذ بعين الاعتبار القيم الأسرية التي يحملها.

(١) نبيل علي، «العرب وعصر المعلومات»، سلسلة عالم المعرفة ١٨٤- الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب - ١٩٩٤ - ص. ٣٩٤.

(٢) انظر نهوند القادري عيسى، «المواجهة بين التربية والإعلام في مجتمع الاتصال»، مجلة أبعاد رقم ٢ - تشرين الثاني ١٩٩٤ - بيروت.



وهنا نشير استطراداً إلى أن رؤية الحكومات في هذا المجال لم تزل غير واضحة أو بالأحرى ناقصة. يبدو ذلك على صعيدين: المجلس الوطني للإعلام وتلفزيون لبنان.

في ما يتعلق بالمجلس، إذا كان المطلوب منه أن يقوم بدور وطني على صعيد الإعلام، أكان من حيث إعطاء التراخيص والحد من الاحتكارات المالية والسياسية، أو من حيث الحفاظ على التنافس الذي يؤدي إلى إنتاج رسالة نوعية تسعى للوصول إلى المواطن وليس المستهلك المشاهد. وإذا كان المطلوب منه الحفاظ على الهوية والثقافة الوطنية، فإن هذا المجلس بالطريقة التي أنشئ بها (تعيين مناصفة بين مجلس الوزراء ومجلس النواب) سوف يبقى عاجزاً عن القيام بدوره، لأن المعين يبقى مرتبطاً بمن عينه. بينما لو كان هذا المجلس قد انبثق من قطاعات المجتمع المدني (الجمعيات الأهلية غير الحكومية - المجالس البلدية - النقابات - الهيئات الاقتصادية - الجامعات إلخ...) لاختلف الأمر.

أما تلفزيون لبنان، كمرفق عام... قبل الاستعجال في التفكير للطلوع إلى الفضاء بمؤهلات وكفاءات ومهارات لا تتناسب وهذا الطلوع، أي على أرضية خاوية، فكان من الأفضل التفكير كيف يمكن أن يقوم بدوره على الأرض ليكون مجالاً رحباً لمشاركة المجالس المحلية والجمعيات والنقابات أي كل قطاعات المجتمع، ليقوم بدوره التنموي الثقافي على صعيد المناطق كافة. وهو لو فعل ذلك لاستقطب الإعلانات ولاستقطب دعم الجهات كافة، عندها تتحدد على الأقل هويته ويتحدد دوره وتمايظه بدل أن يبقى حائراً بين تقليد التلفزيون التجاري الخاص وبين الارتهان للأشخاص الذين يتعاقبون على السلطة. ولأصبح بإمكانه أن يتحول إلى منتج لبرامج نوعية تتزاحم المحطات الفضائية على شرائها.

هذا عدا عن أن الحكومات المتعاقبة غالباً ما ركزت اهتمامها على مراقبة البرامج السياسية وتركت برامج الترفيه تعمل على هواها إلا في ما يتعلق ببعض المشاهد الإباحية. علماً أن عمليات التضييق والتلاعب بالعقول يسهل مرورها من خلال برامج الترفيه التي تبغي تغيير سلوكيات وأنماط عيش الناس.

ثانياً: من خلال تجييش المجتمع المدني لإيجاد بيئة داعمة للأسرة وذلك بأخذ المبادرة باتجاهين:

الاتجاه الأول: المبادرة نحو وسائل الإعلام، لإشراكها في إعداد برامج تتوجه

للأسرة أو على الأقل حثها على إدخال قيم أسرية تتناسب وواقعنا بمتغيراته الحاصلة في برامجها ولو بجرعات بسيطة.

**الاتجاه الثاني:** المبادرة نحو الأسر التي تتعرض بكثرة لوسائل الإعلام وذلك بإقامة مشاريع ونشاطات ثقافية وترفيهية، مما يتسنى لأولادها أن يملأوا أوقات فراغهم بشكل إيجابي بدلاً من تسليم هذه الأوقات مجاناً لوسائل الإعلام.

والالتفات أيضاً نحو الأهل لإكسابهم مهارات جديدة في التعامل مع أولادهم تتناسب والمتغيرات الحاصلة على مختلف الأصعدة، لتعويدهم على النقاش مع أولادهم وإقناعهم واحترام تجاربهم، ودفعهم للاعتماد على فطرتهم السليمة ليثقوا بأنفسهم وبطرائقهم في التعامل مع أولادهم بعدما حاولت «الأسطرة» الإعلامية أن تهزها.

ولا تنسى أهمية إشراك جميع الهيئات الأهلية والقطاعات التربوية للعمل على إيجاد عقلية اتصالية مواطنة تنطلق من التعود على التحليل والنقد والانتقاء. وذلك بالضغط لإدراج مادة وسائل الإعلام في البرامج التربوية ليتسنى للطلاب تناولها بالتحليل والنقد. فالإحاطة بهذه الظاهرة تزيل الانبهار بها من ناحية والتخوف منها من ناحية ثانية.

والتعاون مع الجامعات وبالتحديد كليات الإعلام التي تعد خزاناً إعلامي المستقبل، ودعمها لتطوير برامجها وإمكاناتها ليتسنى لها إعداد خريجين لديهم الحسّ التنموي الذي يمكنهم من النظر إلى المتلقين كمواطنين وليسوا فقط مشاهدين مستهلكين لرسائلهم.

بالنهاية ما لم يتقدم الواقع على الأرض، فإن التقدم لا يكون تقدماً إعلامياً. من هنا ضرورة تبين الحد الفاصل بين ما يستطيع الإعلام وما لا يستطيع أن يفعله، قد يكون بإمكانه إضعاف الأسرة لكنه غير قادر على بنائها، وأهمية أن نبادر جميعاً لدعم الأسرة على الأرض أولاً ودعمها إعلامياً ثانياً، كي تستعيد حرارة التواصل بين أفرادها وتساهم في تنشئة الأطفال تنشئة اجتماعية مواطنة.

ظاهرة التلفزة بين  
الرّهيم الجماعي  
والتعاطي الإيجابي

«على الباحث إخضاع الموضوع وامتلاكه  
لجعله وظيفياً»

غاستون بشلار

استهلال

يبرر مشروع الكتاب السادس من «باحثات»  
الذي سيخصص لمحور الإعلام والمجتمع فيقول:  
«نرى ونسمع أذان المغرب، ملحقاً بصورة  
إعلانية عن سلعة تجارية، ملحقاً بصورة عن قرية  
لبنانية تجرف إسرائيل بيوتها، ملحقاً بصورة  
لمسلسل خلاة...». ويعتبر مشروع الكتاب أن  
هذه الموضوعات تشير إلى تفاوت عشوائي وإلى  
غياب المنطق وطفغان التسويق على أي هدف  
آخر<sup>(١)</sup>.

الواقع أنه لا غياب للمنطق هنا، فهذا التفاوت  
في العرض لديه منطقته الخاص، إذ إن في تلاحق  
الصور والعرض المتواصل، تجاوزاً للمضامين  
والخروج منها «بتنسيق» - إن صح القول - له  
«منطقته المتزامن» الذي يلغي عن الصور  
المتلاحقة كينونتها (أي ما يحمله شريط الصور  
عادة من تاريخية وتنظيمات رمزية) ليحولها إلى  
إدراك بسيط عن «الأنية»، التي تدفع بالمشاهد،

زهير المناصفي

(١) الإعلام والمجتمع، مشروع الكتاب السادس من باحثات،  
١ آذار ١٩٩٩، ص ١.

على الدوام، لترقب الآتي المتجدد...<sup>(١)</sup>.

إن حشر المشاهد في «الآنية» يجعله محكوماً بالإلمام وبعدم الإلمام بما يُعرض على الشاشة، وفي الوقت نفسه، فإن هذه العروض المختصرة والمتعددة والمتفاوتة تفتح عليه مفارقة، إمكانية تكوين ما يمكن تسميته: «الهويات المتعددة»<sup>(٢)</sup>.

لم أبع من وراء هذا المثل البسيط إلا الدلالة على مدى تعقد ظاهرة التلفزة التي لا يمكن فهمها خارج أطر تطوراتها الخاصة. فما بالنا لو أردنا التعامل مع هذه الظاهرة انطلاقاً من تصورات الرأي العام التي تغذيها صحافة حاملة الأفكار الجاهزة حول القدرات «الهائلة» لوسائل هذه الظاهرة وتأثيراتها «الأكيدة»!!

إن هذا التخوف من تأثيرات وسائل الاتصال بشكل عام، التي قد تجعل الأطفال إما خاملين أو مجرمين، ليس بجديد. وقد واكب ومنذ بداية القرن العشرين، كل اختراع في ميدان الاتصال: من السينما مروراً بالراديو وصولاً إلى التلفزيون والكمبيوتر وألعابه المختلفة المستمرة التطور.

إن الصحافة تجد «لذة»، ومعها الجمهور كذلك وبعض الباحثين أيضاً، بفكرة تأثر الأولاد بما يشاهدونه من برامج، والعنيفة منها خاصة، على اعتبار أنه ربما يخرج يوماً من بين هؤلاء الأولاد واحد يقدم على الجريمة مقلداً ما كان يراه من عنف في الأفلام التي شاهد عروضها في التلفزة.

كل ذلك يشكّل عائقاً فعلياً للبحث الجدي حول هذه المسائل التي عرضنا، فحتى الكتابة العلمية تخضع أحياناً لهذه التلاعبات التبسيطية والسببية الآلية وللمعطيات التي تعوزها الدقة.

فالتعميمات المبسطة التي تطرحها الصحافة تغذي - لحد ما - «إرصانات» البحث لدى بعض الجامعات من دون اللجوء إلى الدراسات والتحليلات الجدية والموجودة بكثرة. فالتباعد كبير بين تطورات البحث الرصين ونتائجه في ما خص علاقة الأولاد بالتلفزة ونمط الكلام التعميمي أو الكتابي أو «الدراسي» عن هذا الموضوع.

ففي دراسة لـ نزهة الخوري عن أثر التلفزيون في تربية المراهقين، تنطلق

(١) لمزيد من التفاصيل انظر كتاب:

DEBRAY R., Vie et Mort de l'image, Gallimard, Paris, 1992.

(٢) المقصود بـ «الهويات المتعددة»: جزئيات من «أنا» المشاهد، متعددة، بتعدد أنواع العروض، حيث يعمل كل جزء مع نوعية عرض معين وبمعزل عن باقي الجزئيات.

الباحثة من عامل التأثير وكأنه مسلّمٌ وليس كفرضية غير محسوم أمرها، ثم تُدخل عامل الدين كمتغير لكشف قابلية التأثر عند المسلمين والمسيحيين. ورغم قلة الإناث في الشريعة الإسلامية لديها، فإنها تصل إلى نتيجة «مدهشة» بخصوص عروض العنف المتلفزة فتقول: «يبدو أن المسلمين أشد تأثراً من المسيحيين بمشاهد العنف...»<sup>(١)</sup>.

وتبرر ذلك في مكان آخر بأن الوجدان الإسلامي ربما «يحمل ذكريات عن التآثر القبلي والغزو المتبادل بحثاً عن الأموال و «النهب» والسبايا... وتعتبر أن التلفاز هو المعول الذي نبش مكونات النفس العربية».

ثم تسترسل قائلة: «قد يكون لهيمنة اللاعنف على الديانة المسيحية أثر في خفض التعويل على البأس والشدة في الشريعة المسيحية قياساً على الشريعة الإسلامية من شعبنا. فالإنجيل زاخر بالدعوة إلى الغفران والتسامح والمحبة»<sup>(٢)</sup>.

وهنا نسأل الباحثة، من دون الدخول في التفاصيل، وتماشياً مع منطقتها الخاص: من أي وجدان غرف الغرب «المسيحي» لكي يأتينا بكل هذا الإنتاج العنيف في أفلامه؟

## المقدمة

ننتقل حين نتكلم على وسائل الاتصال، من فكرة انتشارها وهيمنتها، مما يدفع بنا لرؤيتها من وجهة نظر دورها التأثيري، خصوصاً وإنه سرعان ما تمّ استخدام هذه الوسائل في الدعاية السياسية (الحرب العالمية الثانية) وفي الإعلان التجاري.

لذلك حين واكبت الأبحاث هذا الموضوع، اهتمت بقضايا تأثير المضامين الإذاعية والصحافية وقياس انعكاساتها على اتجاهات الجمهور وآرائه.

في الأربعينات من القرن العشرين، كان الاعتقاد السائد بين الباحثين من مختلف الاتجاهات أن الصحافة والسينما والإذاعة يمكن أن تمارس تأثيراً بالغ الأهمية في الناس، وهي قادرة على القيام بتغييرات ذات دلالة واضحة في اتجاهات الأفراد في ما يتعلق بعملية الاقتراع والسلوك الاستهلاكي<sup>(٣)</sup>.

(١) الخوري نهما، أثر التلفزيون في تربية المراهقين، دار الفكر اللبناني، بيروت، ١٩٩٧، ص ٢٠٣.

(٢) المرجع نفسه، ص ١٩٠ - ١٩١.

(٣) بيرلسون ولاسويل من جهة ولأزارسفيد وكانتريل من جهة ثانية.

كان الهم الأساسي لهذا الاتجاه الوضعي الأمبيريقني هو الوقوف بوجه «الإعصار» الفكري الذي خلفته «مدرسة فرانكفورت» بقيادة هوركهايمر وجماعته<sup>(١)</sup> والمتمثل بنقد الثقافة الجماهيرية الناشئة عن وسائل الإعلام وفضحها، لأنها خانت قضية تحقيق آمال الإنسانية. فهذه الثقافة التي تحمل «بعداً واحداً» في ذاتها فقط قد ابتعدت عن النسق الفعلي «لدمقرطة» الثقافة. فنسقتها يقوم على مبدأ التكرار، تكرر الأنماط الجاهزة التي تُطرح كصور أساسية للإيديولوجية المهيمنة، وهي إيديولوجية الاستهلاك والتبذير وتدمير الخيرات الطبيعية. أضف إلى ذلك فكرة إدخال الوفرة والغزارة في كل شيء، فمن جهة هناك كثرة في وسائل الاتصال الجماهيري، ومن جهة ثانية هناك «إغراق» الجماهير في بحر من المعلومات بواسطة الإعلام المطبوع والمسموع والمرئي.

تعتمد هذه «الصناعة الثقافية» في استمراريتها على توجهات ثلاثة:

- ١ - تحويل البشر إلى جماهير: أي إلى جموع أو كليات بشرية. وهذا يتم من خلال محاولات دؤوبة لإعاقة أي إنبنائية فردية متنورة تكون قادرة على الاختيار والتقرير عند السواد الأعظم من الناس.
- ٢ - إحلال الامتثالية في ذهن هذه الجماهير ودفعتها إلى سلبية نكوصية بدل الحق في نشدان الحرية والاستقلالية والوعي.
- ٣ - بث الفكرة التي تقول إن الجماهير هي التي تريد هذا النوع من الثقافة القائمة على الإغواء والغلّ والتفه لأن مطلب الجماهير هو البحث عن هكذا إشباع تنويمي ينسيها واقعها الأليم<sup>(٢)</sup>.

إن هذه الثقافة الجماهيرية تؤثر كل التأثير في آراء الأفراد وقراراتهم، فهناك نمو هائل للصناعات الثقافية وهيمنة مجموعات الاتصال الكبرى على هذه الثقافة، مما يؤدي إلى «تشييء» الاتصال واستلاب البشر من قبل فئات السيطرة الاقتصادية والإيديولوجية<sup>(٣)</sup>.

(١) MANASFI Z., Etude Psychologique de la Publicité Touristique. Une analyse pluridimensionnelle de l'image, thèse de 3ème cycle de Psychologie, Paris VII, P. 2.

(٢) مناصفي زهير، وظيفة الاستهلاك في المجتمعات الرأسمالية، مقدمة لدراسة تحليلية، دراسات عربية، بيروت، العدد ٥، ١٩٨٥، ١٩٨٥، ص ٦٥ - ٥٦.

(٣) المرجع نفسه.

فالثقافة الجماهيرية المتواطئة مع سياسة السيطرة، تشارك تدريجياً في تصفية استقلالية الآراء السياسية لدى الجمهور وفي تدني الذوق الفني لديه<sup>(١)</sup>.

مشكلة «مدرسة فرانكفورت» المشار إليها آنفاً، أنها كانت تفتقد الدقة في البحث، فأنت أعمال «مولز»<sup>(٢)</sup> الاجتماعية الدينامية لتعطيها الزخم الذي كان ينقصها.

يعتبر «مولز» أن وسائل الاتصال الجماهيري هي مجموعة تقنيات تبث الرسالة نفسها لأعداد كبيرة من الناس، وانطلاقاً من مصدر وحيد وشبيه بالإنتاج الصناعي المتكرر؛ مما يشكّل أنظمة جديدة لها انعكاساتها على المجال الفردي. فالتلفزة مثلاً تشكل نافذة مفتوحة على العالم. ولكن هذا الانفتاح على تجارب الآخرين ينتج منه انكفاء الأفراد على ذاتهم في علاقة تناسبية مع كثافة الرسالة الواردة إليهم<sup>(٣)</sup>.

بمواجهة هذه الأبحاث الشمولية، والموجودة بكثرة، حتى في أيامنا هذه<sup>(٤)</sup>، تابع البحث الأمبيريقى اهتماماته الحقلية، فانتقل من التأثير إلى فعالية النفاذ للمضمون ودوره في قضية تغيير السلوك وليس الوقوف فقط عند قضية الأثر في الآراء والاتجاهات.

ومن بين الباحثين من اهتم بمسألة فاعلية النفاذ على المدى القريب (أي أثر وسائل الإتصال الجماهيري مباشرة على الأفراد والقائم على نموذج آلي بسيط والذي يدخل ضمن الإطار السلوكي) المتلائمة مع متطلبات السوق وتغييب تام للكلية الاجتماعية الثقافية. هذا الموقف أدى إلى التعاطي مع ظواهر ملموسة أعطت على الدوام نتائج متضاربة وإحلال السببية بالنسبة للنتائج بدل التاويلات الترابطية. ومنهم من اهتم بفاعلية النفاذ على المدى البعيد (هنا تفقد المتغيرات المباشرة تأثيراتها لأن الباحث يدخل في اهتماماته تأثير المؤسسات والبنى الاجتماعية الثقافية)، ولقد أظهر هذا الاتجاه أن الفرد موجود ضمن شبكة ثقافية اصطلاحية، حيث يبني من خلالها علاقته الاجتماعية وحيث لا يحصل هذا التأثير إلا من خلال

BRETON Ph., Proulx S., l'explosion de la communication, la découverte/poche, Paris, (١) 1996, P. 147.

FISHER G. N., Les Concepts Fondamentaux de la Psychologie Sociale, Dunod, Paris, (٢) 1987, P. 155.

BRETON Ph., Proulx, op. cit. P. 155. (٣)

للمزيد من المعلومات في هذا الصدد، انظر كتاب: حجازي مصطفى، حصار الثقافة بين القنوات الفضائية والدعوة الاصولية، المركز الثقافي العربي، بيروت/الدار البيضاء، ١٩٩٨. (٤)

هذه الشبكة<sup>(١)</sup>. فالتأثير يحدث إذاً على مستوى يتجاوز الفرد. ونحن نرى في ذلك عودة إلى أفكار مدرسة «فرانكفورت». وبنتيجة الأمر فإن وسائل الإعلام تمارس دوراً إيديولوجياً يساهم في تعزيز الوضع القائم.

إلا أنه برزت من بين هذه الأبحاث دراسات مهمة للغاية، نذكر من بينها أعمال لازارسفيلد في أواخر الأربعينات في ما يتعلق بفاعلية الاتصال والتي يمكن تلخيصها بالتالي<sup>(٢)</sup>:

- ١ - تتعزز فاعلية الرسالة بقدر ما تتوافق وآراء المستمع واتجاهاته.
  - ٢ - إذا تمتع المرسل بالجاذبية والهيبة.
  - ٣ - في حال امتك المرسل امتياز مصادر البث.
  - ٤ - في حال كان مضمون الرسالة غير مألوف لدى المستمع.
  - ٥ - يقوم المستمع باختيار ما يريده من بين المضامين ويؤولها بما يتوافق واهتماماته أو مصالحه الخاصة.
  - ٦ - هناك دور وتأثير مباشر لشبكة العلاقات الشخصية المتبادلة للمستمع على فاعلية الاتصال. فلا تأثير مباشراً لهذه الوسائل من دون المرور بالوسطاء.
- إلا أن الدراسات التجريبية ونتائجها المدوية، لما لها من أصداء على التصورات الجماهيرية، قد طمست هذه النتائج القيمة المشار إليها.
- اهتمت الدراسات التجريبية بتأثير السلوكات «الضد - اجتماعية» التي يبثها التلفزيون. فقامت بدراسات تجريبية لعروض العنف وتأثيرها على النشء. وتعتمد الفكرة الأساسية في هذه التجارب على مفهوم المحاكاة، فهي تعتقد بأن الطفل يتماهى مع ما تعرضه شاشة التلفزة، ومن خلال هذا التماهي يقلد ما رآه. وقد يصل به التقليد أحياناً إلى فعل العمل العنيف، خصوصاً إذا كان مضمون الشريط المعروض يقيم العنف بشكل إيجابي، أو إذا أعطى الانطباع بأن ممارسة العنف مسموح بها. وفي أحسن الأحوال، وإذا لم يقلد ما رآه، فهو سيتعلم بأن العنف مُجَدٍ أو سيعتاد أمره في المجتمع والعالم<sup>(٣)</sup>.

BRETON Ph., PROULX S., op. cit. P. 155.

(١)

BRETON Ph., PROULX S., op. cit. P. 174.

(٢)

(٣) مناصفي زهير، بين عنف البرامج التلفزيونية وعنق التلفزيون. الوظيفة النفس - الاجتماعية لعروض العنف في التلفزيون. الفكر العربي، معهد الإنماء العربي، بيروت، العدد ٨٤، ١٩٩٦، ص ٥٠ - ٦٥.



هذه المسألة لم تحسم حتى الآن، وهي على الأرجح لن تُحسم. ففي الولايات المتحدة تظهر على الدوام دراسات واسعة حول سلبية تأثير أفلام العنف على النشء. وهذه الدراسات تُدعم وتمول من قبل جمعيات فاعلة، تواجهها في أوروبا دراسات نقدية لا ترى السلبية في تأثير هذه العروض. فبرنامج عنيف لا يصنع، وبشكل آلي، جانحين كما يُعتقد ويُقال انطلاقاً من حساسيات أمريكية تجاه العنف لا يمكن تطبيقها على واقع آخر<sup>(١)</sup>.

في بريطانيا كانت الدراسات أكثر حذراً في نتائجها التأثيرية، فلقد قامت هيميلويت<sup>(٢)</sup> وفريقها بدراسة منظمة لتأثير التلفزة على الأطفال والمراهقين الذين يملكون تلفازاً مقارنة بالذين لا يملكوه، وشملت الدراسة أربعة أنواع من الأثر:

- تأثير على أوقات الفراغ.
- تأثير مضامين البرامج.
- تأثير على حياة الأسرة.
- تأثير على الحياة الانفعالية للأطفال.

بالإجمال فإن التأثيرات التي انتهت إليها كانت طفيفة وتختلف باختلاف مجموعات الأطفال. توالت الدراسات بعدها من كل حذب وصوب، من أشهرها دراسة شرام الأمريكية والشبيهة بالدراسة البريطانية. وكان كلما ازدادت هذه الأبحاث تبين للباحثين بأن وجهة نظر جديدة غدت مطلوبة.

### الإشكالية

من يلاحظ الجمهور المتتبع لبرامج التلفزة، يجد أن المشاهد ليس في وضعية التلقي فقط، كما وصفته الأبحاث التي اتخذت منحى التأثير، بل هو فاعل يستخدم

(١) للأمريكيين مفهوم طريف في ما خص مراقبة عروض العنف. فالجمعيات تناضل مثلاً لخفض صور العنف عن ملصقات الأفلام على الشكل التالي. كان مسموحاً عرض أربع أسلحة نارية على ملصق واحد، توصلت الجمعيات المناضلة ضد عروض العنف إلى خفض هذا العدد إلى سلاح واحد في الملصق الواحد. أما بالنسبة للسلاح الأبيض الذي تسيل منه الدماء فممنوع عرضه، والمسموح به فقط هو سلاح يسيل منه أربع نقاط دم. والجمعيات تناضل لخفض عدد نقاط الدم...

In FRAU - MEIGND., JEHEL S., Les Ecrans de la Violence, Ed. Economica, Paris, 1997, P. 53.

(٢) Himmelweit, Gppenheim, Vince, Television and the child, An Empirical study of the effect of television on the young, London and N.Y., Oxford University Press, 1958.

المضامين المطروحة بشكل نشط كي يقوم بعملية إشباع لعدد من الحاجات النفسية أو النفس - اجتماعية، فهو لا يتلقى أبداً الرسائل الإعلامية بشكل غير فاعل، إنما يستخدمها بالنهاية لمصالحه واهتماماته.

وجهة النظر هذه هي تحول «ابستمولوجي» مهم، فبدل الاهتمام بتأثيرات هذه الوسائل، تحول الاهتمام إلى دوافع استخدامها بالنسبة للمستقبل وإلى الإشباع التي يمكنها أن تمنحها له.

كذلك حصل تغيير في نموذج البحث من خلال التشديد على أهمية العلاقات الشخصية المتبادلة ودورها في استقبال المعلومات.

إذا تمّ الانتقال من إشكالية النتائج - التأثيرات وما «تفعله» وسائل الاتصال بالناس، إلى الاهتمام بالممارسة - الاستخدام وما «يفعل» الناس بوسائل الاتصال.

ويمكن إغناء هذا البحث الأمبيريقى بإدخال المعنى الذي يحمله هذا الاستخدام عند الناس. فالمشاركة فاعلة من قبل المشاهدين وهي ترتبط بنسق البناء الرمزي للمعاني الخاصة المتعلقة بنصوص مراسيل البث وبالوسيط وبالتقنية وبالإطار الثقافي.

فوسيلة الاتصال هي ركيزة مادية تنقل رسائل وفي الوقت نفسه هي نسق رمزي لإنتاج المعنى<sup>(١)</sup>.

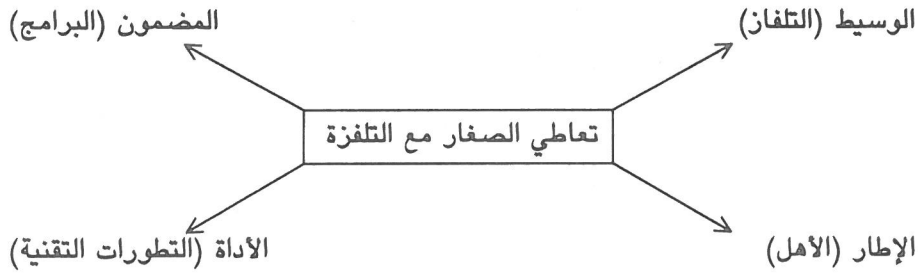
لذلك سيتوجه الاهتمام لمستويين من التحليل في آن معاً:

- الشروط المادية لكيفية مشاهدة التلفزة.

- الشكل الذي يتم فيه إسناد المعنى الرمزي للاستخدام ضمن ثقافة معينة.

لذلك، وإحاطة ظاهرة التلفزة بمجملها، وجدت أن الشكل التالي يعبر عن علاقة الجمهور (الصغار) مع هذه الظاهرة بكيبتها كنموذج مثالي:

MORLEY, SILVESTRONE, «Domestic Communication, Technologies and Meanings», (١)  
Media Center and Society, I/1, P.P. 31 - 55, P. 36.



بناء عليه نطرح الفكرتين التاليتين:

- لا يمكن فهم ظاهرة التلفزة وتأثيراتها خارج أطر تطوراتها الخاصة.

إنني لا أنفي تأثير ظاهرة التلفزة بقدر ما أعتبر بأنه يجب أن نكون حذرين جداً في ما خص مسألة التأثير. فكل ما نستطيع تلمسه هو محاولة فهم هذه الآلية والتي تعمل من خلال هذه الظاهرة والمعاني التي يمكن إنتاجها انطلاقاً من استخدامها، مع رسم حدود الأثر من خلال هذه الآلية وتقنيات بثها بالذات، وكذلك حدود المواجهة والسيطرة من خلال نفس هذه الآلية والتقنية. وهذا ما قد يدفع بالقارئ لاحقاً إلى الاعتقاد أن هناك تناقضاً في طرح المسائل.

- ظاهرة التلفزة وتكوّن الوهم الجماعي<sup>(١)</sup>.

كثيراً ما يعتبر التلفزيون أداة للتسلية ولكنه فعلياً ليس إلا أداة لتمضية الوقت. فالتسلية الحقيقية لا تحصل معه بل بدونه. لذلك فهو فقط مكان التسلية الوسطية أو غير المنجزة، أي التي لا تذهب إلى نهاياتها.

فهو البديل لأنه يقوم فقط مقام الأوقات «الضائعة». فهو في الغرب، بديل لوحدة الناس وهو بالنسبة للصغار بديل من الرفاق وهو بديل أيضاً من كل ما لا يستطيع فعله إنسان العالم الثالث أو إنسان الطبقات غير الميسورة.

فالتلفزيون ليس منبعاً للإشباع وإنما أداة تعويضية.

ففي حين تساعد المطالعة القارئ على تكوين الذات نجد أن من يشاهد التلفزة لا يحصل من وراء هذه المشاهدة سوى الفراغ. لذلك تصبح علاقتنا بالتلفزة علاقة

(١) عبارة الوهم الجماعي إستأنست بها نقلاً عن دراسة تحليلية للأنا المثالي المشترك والتي يمكن الإطلاع عليها في L'illusion groupale, un moi - idéal commun in, ANZIEU D. - Le groupe et l'inconscient, Dunod, Paris, 1975, P.P. 161 - 181.

إجتياف<sup>(١)</sup> متواصل لما يعرض تضاف إليها متعة الانسياب مع المجموعة. (أي أن نقوم بنهاية الأمر بنفس الشيء وبنفس الوقت بما يقوم به الآخرون) داخلين في لذة مشتركة هي لذة الجهد الأقل. هذا ما ينتج «الوهم الجماعي»<sup>(٢)</sup>.

هذه العلاقة بين التلفزة والجمهور قد تبقى على مستوى هذيانى بسيط وهذا مطلوب لتعزيز التسلية الوسطى. فالجمهور يتحول هنا إلى جلاذ وضحية بالوقت نفسه.

أما حين تتحول التلفزة إلى داعية فهي كثيراً ما تكشف ما هو مخزون فينا بالأصل وهنا يبدأ عملها على شاكلة صندوق الصدى والشبيه بألية قرع طبول الحرب لرمي الناس في وهم الجبروت والقوة والتجانس والتشابه بهدف تشكيل الجسم المحارب، فتلاقي التلفزة مع جمهورها يتم بشكل تمفصل إيديولوجي نفسي ويعود إلى السيطرة، الاقتصاد، البيع مضافة إليها هومات (رغبات وآمال الأفراد والجماعات) مما ينتج منه «النحن الأسطوري».

لذلك سيكون التوجه معتمداً على الصياغة التالية: حين تطرح التلفزة نفسها كألة للذة (انطلاقاً من تقنياتها ومضامينها) تنشأ من ذلك علاقة بالجمهور قائمة على الوهم الجماعي (أي تصورات عن الهيمنة والتأثير الأكيد ونشر فكرة الجماعة الراضية عن ذاتها). إلا أنه وفي الوقت نفسه، وحين يقوم المشاهد في استخدام الوسائل السمعية البصرية المتاحة له وبشكل فاعل ودينامي (قضية الإختيار، التفاعل مع الآخرين)، فإن ذلك يخرج من وهم الافتتان وتجاوز هذه الوسيلة، أو السيطرة عليها أو الإبداع معها.

## I - الوسيط

### ١ - الصغار والتلفزة

يتبنى الصغار، منذ البدء، التلفاز كوسيلة تنقل إليهم «الخارج» إلى داخل المنزل. ينجذب الطفل باكراً إلى هذا الصندوق السحري من دون إكراه ويدخله ضمن أشياء عالمه المنزلي. تفتنه سرعة العروض والحركة والألوان، فيغيب معه في علاقة تبعية شبه «تنويمية» تصرفه عن التفكير بأشياء تؤلمه مثل غياب الأم أو الإهمال أو الهجر، فهو يلعب هنا دوراً تعويضياً أو على الأقل دور «مطيّب الخواطر».

(١) أي إدخال في الجوف أي في الذات ولكن من دون أي عمل استيعابي.

(٢) أي الجماعة الراضية عن ذاتها والمعتدة بقدرتها المطلقة وبشرعية قوانينها وبقاراتها التحسفية.

وتلعب التلفزة في هذه المرحلة دور «المواضيع الانتقالية» أي تصبح نوعاً من وسيط بين الأم والعالم الخارجي، إذ يودع فيه الطفل أشياء غير المنتهية، بينما تحيطه الأجواء التلفزيونية إحاطة أمومية.

وفي الثالثة من العمر، يطور الطفل ذوقاً تلفزيونياً وتصبح لديه أفضليات (صور متحركة - أغاني - إعلانات - ألعاب)، بعدها ينجذب إلى البرامج الموجهة للكبار لأنها تفتح له عالم «الأسرار» - يشكّل أطفال سن المدرسة الابتدائية أيام العطل أكثر من ربع جمهور السهرة -

في السادسة من العمر يصبح في استطاعة الطفل متابعة أحداث شريط بسيط ويزداد فهمه تدريجاً للحبكة والقدرة على التصور ووضع نفسه مكان الآخرين، أي يستطيع فهم أحاسيس ودوافع شخصيات الشريط.

تساعد التلفزة في هذه المرحلة من العمر على التوسط بين الأشياء الاجتماعية «الواقعية» والأشياء النفسية. فقد يضع الطفل في التلفزة تصورات عن الوالد السمح تجاه عدوانيته الخاصة، وذلك من خلال سماح الأب له بمشاهدة عروض العنف الكثيرة. يشعر الطفل، مع التلفزة، أنه يكبر ويكبر بسرعة لأن الثقافة الجماهيرية هي للجميع، فليس هناك من استبعاد لأحد كما في الأبجدية...

لقد غزت التلفزة عالم الطفولة ولكنها أدخلت الطفل في الحداثة و «العصرنة». فالتلفزة هي وسيلة من بين الوسائل التي يملكها الولد حالياً، وإلى جانبها هناك آلة «الفيديو» وألعاب «النينتندو» وألعاب الحاسوب، والهاتف الخليوي، والإنترنت، والصحون اللاقطة، والتلفزة الرقمية الآتية إلينا قريباً وكلها وسائل في خدمة الصغار<sup>(١)</sup>.

## ٢ - العلاقة مع الوسيط كأداة للتواصل

إن الخاصية الأساسية للتلفزة هي قدرتها، وضمن مساحات خاصة متعددة، على نقل الاستعراضات والحوادث المرسلة عن بعد إلى أماكن أخرى من العالم. ففي سنة ١٩٣١ يكتب صحافي من جريدة الدايلي هيرالد، فيقول: «لقد دخلنا عصرًا جديدًا حيث العين الآلية هي التي تنتظر من أجلانا إلى الأحداث الكبرى كما «تحصل» وتجلبها إلى المنزل»<sup>(٢)</sup>.

(١) عبارة ركوب الموج مع إنترنت (Surfer sur Internet) تعبر أفضل تعبير عن فكرة الانسياب الحر.

(٢) VEYROT - MASSON J., Intention et procès d'intentions, in Le Monde de l'Education, no. 251, 1997, P. 27.

إذاً، فالتلفاز نافذة على العالم، ينقل الأحداث وهو صلة بالبعيد، ولديه القدرة على نقل الحدث ومواكبة حصوله: تتويج الملوك وموتهم، المباريات الرياضية، الكوارث، إلخ...

في هذه الحالة يسمح الوسيط للمشاهد بمشاركة طقسية أنية مطلقة، فهو يشعر بأنه مشارك بالأحداث الكبرى ومطلع عليها. غير أن تقدم تقنيات التصوير أدى إلى تخزين صور البرامج وتعليبها، فقدت التلفزة دورها المميز، هذا واستعاضت عنه بالبيت المتواصل، فعظم دورها واتسع سلطانها، مما حدا «كارل بوبر» على التنبيه إلى من خطر التلفزة على الديمقراطية لأنها اكتسبت فعالية وتأثيراً على الحياة العامة وأصبحت سلطة غير قابلة للضبط<sup>(١)</sup> بسبب انتشارها الكبير.

في حين يرى «فولتون»<sup>(٢)</sup> أن هذا الانتشار يعطي للتلفزة مشروعية شعبية ودوراً في إقامة الرابطة الاجتماعي ضمن الديمقراطية الشعبية، إذ إن التلفزة توازي ضمن النظام الثقافي حق الاقتراع في النظام السياسي. فالانتخابات العامة والجماهير التلفزيونية الواسعة هما مفهومان من المستوى نفسه. فالمساواة السياسية لا يمكن أن تحصل من دون حد أدنى من المعرفة المشتركة، والتلفزة هي أداة لهذه المعرفة ولرؤية العالم وفهمه. إن المسألة مع هذا الوسيط هي مسألة تعيين كمي، فما بلغته التلفزة من سطوة، ولو عن حسن نية، جعلها تحول هذا الوسيط إلى أداة ضد الديمقراطية.

من جهة أخرى، فإن قدرة هذا الوسيط في الوصول إلى كل مكان ودخوله البيوت من دون استئذان، جعلت الأصوليين يتخوفون منه، ومن أحد أقوالهم: «ألا يعلم أن من يشتري تلفازاً هو كمن يدخل عدواً إلى بيته؟». أما حركة «طالبان» فقد حكمت على أجهزة التلفزة بالإعدام وعلقتها على أغصان الأشجار وأعمدة الكهرباء.

يعيد هذا الوسيط، وبشكل سحري، وتحت شعار حرية الاختيار، من خلال تعدد المحطات المتخصصة، اللامساواة الاجتماعية والثقافية، واضعاً المجموعات الإنسانية ضمن تصنيفات تعسفية، فهو حتى ولو فتح نافذة «معرفة» على العالم، إلا أنه ومن خلال تقنية «التقريب» (أي تقريب الحدث ومعايشته بشكل آني)، يشوه هذا

POPPER K., CONDRY J., La télévision, un danger pour la démocratie, Anatolia, Paris, (١) 1995, P. 76.

WOLTON D., Petit écran, grande ambition, in, Le Monde de l'Education, op. cit. P.P. 24 - (٢) 25.

«العالم» محملاً إياه ما يريد. فكلما اقترب منا الآخر تقنياً، ازدادت صعوبة عبور الأبعاد الرمزية والثقافية التي يحملها. وكلما قربت الشاشة تقنياً ألبان كوسوفو أو سكان جزيرة تيمور مثلاً أحس المشاهد باختلاف هذا العالم وابتعاده عنه.

فتكنولوجيا «التقريب» لم تستخدم في التلفزة للتعرف على الآخر وفهمه، وإنما لتحمله صورة معينة انطلاقاً من إيديولوجيا تجارية إعلانية أو سياسية دعائية من السهل توجيهها الوجهة التي يريد الوسيط. فصور التلفزة الغربية التي تبثها محطات، لا تفتأ تخلق حكماً على الآخر، ورفضاً له، وخوفاً منه أكثر من الرغبة في التعرف إليه أو الاقتراب من عالمه؛ وقد نجحت بذلك نجاحاً مبيئاً.

## II - الإطار

### ١ - المشاهد والجهاز

يوضع التلفاز في البيوت التي يوجد فيها جهاز واحد في الغرفة ذات الاستخدام المشترك، وفي البيوت التي يملك أصحابها أكثر من جهاز فإن الكبير والحديث هو الذي يوضع في الغرفة المشتركة.

يحضر الصغار دروسهم أمامه وينظرون إليه وهم يتناولون «العصرونية»، وقد يطالع الكبار الصحيفة أمامه، وإحدى الفتيات أخبرتنا أنها تحب حل الكلمات المتقاطعة حين تنظر إلى التلفزيون. إذاً مع التلفزة هناك مشاركة أحياناً بنشاطات أخرى. كذلك لا توجد متابعة كلية من حضور المشاهد أمام الجهاز، فهناك رنين الهاتف، المحادثات الأسرية، الزوار، إلخ... وكلها تجعل من هذا الجهاز الذي يبقى مضاًء أداة متناغمة ومختلطة بأجواء الأسرة. فقضية خفض الصوت (حين يأتي الزوار) وتقليب الاقنية (أمام المشاهد العنيفة والإباحية) تجعل منه أداة متوافقة مع عالم الأسرة الحسي الحركي.

أما قضية البث المتواصل فجعلت منه «القالب المسكوب» في الأسرة. فربة المنزل، وهي تقوم بأعبائها المنزلية، تتابع «عالم الصباح» الممتد من الثامنة صباحاً وحتى الثانية عصرًا.

وإذا كان النظر إلى التلفاز، من حين إلى آخر، يواكب النشاطات النهارية، وفي بدايات المساء، إلا أن العلاقة معه تتغير في السهرة لتصبح معه علاقة «راحة طقسية» ليلية: ارتداء ثياب الداخل، ارتخاء الجسد على كنبه في وضعية مريحة، الملامسة الجسدية الذاتية، وكلها تدعم الدعة والسكينة والارتخاء. وقد يبحث الجسد

خلال مشاهدته للتلفزة عن ملذات خاصة (مكسرات، حلويات، «بوشار»، تدخين»، «استمتع بالفيلم العربي مع سيجارة كذا» كما كان يقول الإعلان، وعن تقارب جسدي مع الآخرين. ففي أيام الشتاء البارد يلتصق الأولاد جسدياً بالأهل، متابعين معاً وتحت غطاء صوفي مشترك، بعض البرامج «المسلية» أو المخيفة». وقد ينام الأولاد على ركاب أمهاتهم أو إخوتهم الكبار، وحين لا يستطيع الصغير متابعة ما يحدث يأتي بألعابه ويبدأ باللعب وظهره للتلفاز... فهو أداة أمان حسي، وكم شعرنا بذلك أيام الحرب.

إذاً الخبرة مع التلفزة هي خبرة حسية - انفعالية مشتركة، مما يعني أن ما نلتقطه من برامج من خلال أجواء «عمق الحميمية الأسرية» لا إمكانية تصنيفية له، مما يجعلنا نفكر بأن هناك نوعاً من رابط بين التلفزة والنكوص<sup>(١)</sup>.

وتذهب «لوغوازيو»<sup>(٢)</sup> إلى الاعتقاد بأن التلفزة تتوجه إلى الجزء ما دون العقلاني عند الإنسان، لأنه كثيراً ما يوجه النقد للتلفزة، بأنها تنشئ مواقف وسلوكات «ولدنة» عند المشاهدين وتتلاعب بعواطفهم. إلا أن النكوص الذي يحصل للمشاهد هو نكوص إرادي ذاتي، بمعنى أن المشاهد هو الذي يوحى لنفسه بالنكوص ويسيطر عليه ويخرج منه عند إطفاء الجهاز. هذا النكوص الذاتي هو تعبير عن إرادة راحة بعد تعب وعن عيش توتر من مستوى متدن، والوسيط هو الذي يجيب عن هذا الطلب.

يقول أحد المشاهدين: «مشاغلي كثيرة، تأخذ مني جهداً عظيماً، التلفزيون يساعدني على أن «أفسي» رأسي من المشاغل...». فالمشاهد يستخدم برامج التلفزة البليدة «ليستهبل» نفسه بينما يسود الاعتقاد بين نقاد وسائل الاتصال بأن التلفزة هي التي «تستهبل» الناس.

## ٢ - الأولاد والأهل ودينامية المشاهدة

### أ - ضبط زمن المشاهدة

الأهالي بمعظمهم يعلنون عن ضبط الزمن المخصص لمشاهدة أولادهم لبرامج التلفزة ونوعيتها، وخاصة إذا ما تضاربت مع أوقات المذاكرة. ولكنهم بالمقابل

(١) النكوص: أوالية نفسية تعود بالفرد إلى حالات نفسية وجسدية كانت قد مضت.

(٢) LE GOAZIOU V., Le Corps des téléspectateurs, in *Reseaux*, no. 92-93. CNET/Hermès

Science publication, Paris, 1999, P.P. 293 - 313.



لا يقيمون أي ضبط للزمن المخصص للألعاب الحاسوب اعتقاداً منهم بأن هذا الوسيط مقيد لمستقبل الأولاد.

الأولاد في الواقع، يتحايلون لكسر تلك القواعد وتطويرها: تحالفات مع أحد الوالدين ضد الآخر، القول بأن جميع الرفاق يشاهدون هذا البرنامج، الذهاب عند الأقرباء أو عند الجيران لرؤية برنامج ممنوع عليه مشاهدته في البيت، تراخي الأهل في نهاية الأمر تجاه النمط اليومي للتلفزة...

يتعلم الصغير الاستفادة بنباهة من الخلافات التي يراها حوله في ما خص التفاوض مع الأهل بالنسبة للبرنامج الذي يريد رؤيته، وهذا نوع من التعلم لإدارة الحياة الاجتماعية<sup>(١)</sup>.

بينما تلعب التلفزة دور الرابط بالنسبة للولد بين حياته الأسرية وحياته مع الرفاق وهي تشكّل من خلال التحدث في ما بينهم عما شاهدوه البارحة نوعاً من لحمة وتوحيد ثقافي.

وقد يشاهد الأولاد في الفئات الشعبية ما يريدونه من برامج حتى مجيء الأب لمشاهدة الأخبار. أحد الصغار أخبرني فقال: «بضل بحضر تلفزيون حتى يجي البابا ويحضر أخبار، ساعتها بروح عَ غرفتي».

وفي حال كان الأب مولعاً بالتلفزة فهو الذي يختار البرامج، يليه في الاختيار الصبيان، يليهم البنات، أما الأم فهي آخر من يختار. وحين ينام الأولاد، ويبقى الزوجان أمام الجهاز فإنه كثيراً ما ترضخ الزوجة لما يريده الزوج من برامج...

أما المراهق، فيبحث عن الفرصة السانحة التي تسمح له بتسجيل تباعد أو اختلاف مع أهله في ما يتعلق باختيار مشاهدة أحد البرامج التلفزيونية ومتابعتها بشكل متواظب. لذلك فهو يستخدم هذا الاختيار كأداة للمعاندة ولقياس مدى الاستقلالية التي يمكن أن يكتسبها عن أسرته. فالصراعات هنا هي وسيلة للرد على الأهل كي يخلق المراهق مجالاته الخاصة ويتخطى الممنوعات.

إن الممارسة اليومية لكيفية استخدام وسائل الاتصال في الأسرة تؤدي إلى تسجيل صراعات وتحالفات ومفاوضات. هذه التفاعلات تعكس طبيعة الحياة الأسرية وتعبّر عن دينامية حاضرة في معظم البيوت.

JOUET J. et PASQUIA D., LES Jeunes et la culture de l'écran, Enquête Nationale auprès (١) des 6 - 17 ans in Réseaux, Ibid., P. 68.

## ب - التدعيم

إن تعدد وسائل الاتصال، والتفاوت في استخدام مضامين برامجها عند الفئات المختلفة للمشاهدين، يسمح بتدعيم الهويات العمرية والجنسية والفئوية.

فالتلفزة كما رأينا، تستخدم بشكل أسري، وتثير «المناقشات» بين الأهل ومع الرفاق. وحالياً لم يعد بالإمكان التغافل عن وجود ألعاب الفيديو وألعاب الحاسوب، التي تدخل ضمن منطلق الأخوة والرفاق: من إعاره، وتبادل أشرطة وبرامج «سي.دي.روم» وما شابه. هذه الوسائل تستخدم كدعائم لاجتماعية الصبيان واستقلاليتهم في لعبهم وصخبهم. بينما نرى أن التربية تدفع بالفتيات للبحث عن استخدام الوسائل التي تشدد على «الرابط» أكثر من الاستقلالية، ومنها استخدام الهاتف بكثرة (تعويض عن عدم حرية الخروج كما تريد الفتاة) والاهتمام بمشاهدة مسلسلات الحب وقراءة القصص الغرامية.

فوسائل الاتصال، وخلافاً للمعتقدات السائدة، لا تعزل الفرد عن الآخرين، بل تدخله وبقوة في علاقات اجتماعية وهي بالتالي عامل انخراط وخاصة في مجتمع الرفاق. في المقابل نجد أنه كلما ازداد استخدام التلفزة وألعاب الحاسوب والفيديو والإنترنت عند بعض الأولاد، وارتفع كثيراً عن المعدلات العادية للاستخدام، كلما أعلن هؤلاء الأولاد عن رفضهم للمجال الأسري والجغرافي والثقافي، وعن الملل الذي ينتابهم أثناء الدراسة<sup>(١)</sup>.

## III - المضمون

لم يعد تحليل المضمون يطبق بمعزل عن تأثيراته على المتلقي. فلا يمكن لأحد الجزم بأن حلّ المتلقي لرموز نص ما سيحصل كما وضع في الأصل من قبل المرسل. وكثيراً ما ينتزع المتلقي من النص إشباعات تكون غير متوقعة من الذي يقوم بالتحليل، مقاوماً الضغط الإيديولوجي الممارس عليه من قبل الرسالة ومتلقياً إياها ضمن إطار خاص.

لذلك حين نتكلم على المضمون علينا مقارنته من العياني إلى المجهري، ومن الاقتصادي إلى سيطرة المكتسبات الإيديولوجية والثقافية.

(١) Drotner K. «Internauts et Joueurs». La nouvelle culture des loisirs chez les jeunes Danois, in Reseaux, op. cit., P.P. 132 - 172, Reseaux, op. cit., P.P. 133 - 172.

## ١ - البث التلفزيوني: بين الشكل والمضمون

يتحكم الاقتصاد الإعلاني التلفزيوني بنوعية البرامج وتوقيتها. فالبرامج التي تتناول المعرفة وإرث البلاد الثقافية والشعبية قد نُقلت إلى توقيت متأخر ليلاً أو إلى برمجة نهائية واستبدلت في الفترة المسائية - حيث ساعات المشاهدة في ذروتها - بإنتاجات صناعية على شاكلة إنتاجات التسلية العالمية وبمسلسلات وأفلام أمريكية تنشر ثقافة «مصنعة» مكتسحة تلفزيونات العالم أجمع<sup>(١)</sup>.

(يصل دخل الشركات الأمريكية من أوروبا، في ما خص السمعي البصري إلى ٦,٨ مليار دولار، بينما لا يتعدى دخل الشركات الأوروبية من مردودها للسمعي من أمريكا نصف مليار من الدولارات)<sup>(٢)</sup>.

تدخل هذه الثقافة المصنعة ضمن برمجة عروض «بافلوفية»<sup>(٣)</sup> معتمدة على توليف متواصل للمنعكسات الشرطية والمتلازمة مع النظام النزوي للانفعالات بمواجهة سيل من الصور و «الحكايات» وربطها بالسوق الاستهلاكي. فنصل من هذه الواجهة إلى تحديد ضيق للسوق الذي يرى بأن الحياة هي بيع وشراء، وما عدا ذلك هراء وبأن هذا التبادل هو المحك الوحيد لشعور الكائن الحي بأنه حي.

ترتبط هذه الإنتاجات بالتكرار وتحت أنماط مختلفة، ولكنها متماثلة وذلك بهدف المخاطبة اليومية للأحاسيس. وتظهر هذه الأنماط الحاضرة كصورة أساسية للأيديولوجيا السائدة (إيديولوجيا الاستهلاك) التي تدعم بدراسات السوق ومؤشرات الاستقطاب سامحة بالنهاية بصناعة صور - بضاعة ذات معايير متوافقة و «الطلب الكوني»، أي متوافقة مع «الرغبات السائدة»، وفي الوقت نفسه، ومن خلال تكرار العروض المتشابهة يتم تثبيت طلبات المشاهدين لهكذا نوع من الإنتاج وإبقاؤه بالمستوى المقبول من الجميع.

ففي مسلسل «دالاس» الأمريكي لا نرى الممثلين يذهبون إلى القديس يوم الأحد، كما هي العادة في أفلام رعاة البقر السينمائية، كي لا «يصدموا» - بحسب قول المنتجين - الثقافات المتنوعة حيث يوزع هذا المسلسل.

(١) مناصفي زهير، التلفزيون: كي لا تبقى المسؤولية مغبية. جريدة النهار، قضايا، ١٧ آذار ١٩٩٩.

(٢) VALSER N., Goliath contre Goliath, In Le Monde de l'Education, op. cit., P. 30.

(٣) تيمناً بالباحث الفيزيولوجي «بافلوف» الذي اكتشف المنعكس الشرطي القائم على إطلاق استجابة طبيعية انطلاقاً من ربطها مع مثير مصطنع.

أما شرائط أخبار العالم التي ترد من محطات التلفزة الأمريكية فهي تُعرض في جميع البلدان تقريباً، ومضمون هذه الشرائط قائم على فصل بسيط وأولي بين بلاد جذب، حيث الديموقراطية والبنى والرفاه، وبلاد قهر حيث الجوع والفقير والحروب والموت والعذاب...

في بلاد الغرب تلعب هذه المضامين دورها في المساعدة على التطمين للذات الفردية والدعة لدى المشاهدين، بينما في بلدان الفقر فهي تزيد من صور البؤس والإفلات والهروب، أو قد يزداد الكبت الموجه نحو الذات واستصغار الشأن الذاتي والملامة والتبخيس لدى المشاهد.

عروض هذه الشرائط تحمل نوعاً من أفكار أحادية، مختصرة، بديهية، متطرفة، لا تعكس الواقع على حقيقته بقدر ما تحوره متبنية العنف كمييار لجعل المشاهد إما متباكياً (صور كوسوفو وصربيا) أو حامداً لله لبُعه عن هذه المآسي.

## ٢ - الصغار والبطل

بأكرأ يقيم الطفل، وبسبب التلفزة، صلة بصورة الموت والدمار والقتل والحب، من جهة، وبالعالم الاستهلاك والدعة من جهة ثانية. في خضم هذه العروض يلتقي الطفل بصورة البطل. إن فكرة البطل تساعده كثيراً على فهم ما يحصل وعلى متابعة حبكة الشريط، وكذلك على التعرف على خصال البطل، التي تعطيه لذة ما بعدها لذة لأنها تخرجه من وضعية الضعف الواقعي ليعيش وضعية المغامرة والسيطرة على الحدث مع البطل.

البطل في شرائط الصغار إيجابي، لا يحتقر الآخرين، محب للجميع مخلص لرفاقه وهو دائماً مع الخير ضد الشر ويتمتع بشعور حاد بالعدل، ويكره الظلم والجور، وهو يربح - وهذا هو المهم - دائماً في نهاية المسلسل. كل ذلك يتمشى مع العقلية الطفلية.

هذه الأخلاقيات المعروضة تتوافق مع الضرورات الأخلاقية للكثير من البلدان المشاركة في هذا الإنتاج وخاصة الولايات المتحدة، حيث نجد الجمعيات الناشطة للدفاع عن حقوق مشاهدي التلفزة وبالتالي مراقبة الإنتاج في ما خص قضايا العنف، وتعاطي المشروبات الروحية والتدخين<sup>(١)</sup>. فالبطل في الشرائط لا يدخن،

(١) CHALVON M., Medias et morale in, Les Medias et Nous, ESF, Paris, 1994, P.P. 101 - 108, P. 104.

ولا يتناول الكحول ولا يضرب الحيوانات.

أما الجمعيات الاسكندنافية فهي حساسة جداً لمسألة التفرقة الجنسية، فهي تفرض على المنتجين تصوير بطلات إيجابيات وفاعلات. وهناك اختلافات دائمة مع المنتجين الذين يجعلون الصبيان يتفوقون على البنات<sup>(١)</sup>.

### ٣ - الصغار والصورة المتلفزة

ميزة الصورة المتلفزة هي أنها تمر، وما يحفظه الصغار (٥ - ٦ سنوات) من هذا المرور هو الحركة والانتقال. فحين نطلب منهم أن يرووا لنا قصة عن شريطهم التلفزيوني المفضل، يشددون كثيراً على أفعال من دون رابط في ما بينها مع نهاية ضعيفة وواحية للقصة. كما أن نظرهم وهم يروون الأحداث يبقى مثبتاً في الفراغ وكأن الشريط يمر أمام ناظرهم. أما حين يحكي الصغار ما حفظوه من قصة كانت روتها لهم المعلمة فنجد ترابطاً أكبر بين أجزاء القصة ونهاية واضحة لها، كما أنهم يعرضون لبعض المشاعر التي تعيشها شخصيات الرواية<sup>(٢)</sup>.

ينتقل المعنى في الحكاية من الراوي إلى المستمع مباشرة. أما المعنى المستمد من التلفزة، فهو لا يمكن أن يتحول إلى مَعيش، أي لا يمكن أن يحمل معنى إلا من خلال اللعب لأن التلفزة هي المكان لرؤية الفعل الحسي.

أخبرنا أحد الأولاد (١١ سنة): «بشوف برامج «أكشن»، بتعلم أشياء ويعملها بالصف أمام الرفاق». فالتقليد لما رآه الولد هنا هو نوع من الإدارة للمرئي الحركي كي يتم ترميزه واستيعابه وامتلاكه. فالترميز مع الصورة التلفزيونية يحصل لاحقاً، إما من خلال اللعب أو من خلال التفاعل مع الآخرين. فالصورة التلفزيونية هي أداة بالنسبة للصغار تساعد على التعبير الجسدي، وهي مطروحة للتقليد من خلال اللعب وليست مطروحة للتماهي والفرق كبير.

إن تكنولوجيا وسائل الاتصال الحديثة جعلت أطفال اليوم غرقى في الصور، ويتعامل الأطفال معها عبر التلاعب بها. وكما مرّ زمن طويل لنزع صفة القداسة عن الكتابة، لم يستطع جيلنا حتى الآن نزع صفة علاقة الصورة بالواقع أو بما يُراد من هذا الواقع؛ في حين تحولت الصورة بين أيدي الجيل الجديد إلى أداة للمرئي، وإلى

Ibid, P. 104.

BRIGANDIOT M., Quelques remarques à propos du recit et des images à l'école maternelle in Repère no. 7, P. 24.

كليات رقمية يتلاعب بها كما يريد. أما أهميتها فتأتي من أنيتها ومن جديدها وفي مرورها المتواصل. وهنا تتحول علاقة الولد بالصور إلى عملية «تفحص» للصور لا أكثر ولا أقل، ولا يعود من السهل الدخول فيها كما في صور المطبوعات الثابتة، التي تحمل الإثارة والإحباط والانطلاق، وموتاً لهذا الانطلاق في اللحظة ذاتها مما يطلق هنا عملية التماهي.

إن علاقة الصغار بمرور الصور ليست علاقة سلبية أو تأثيرية، بل هي علاقة مشاركة فاعلة يشيد من خلالها الطفل واقعاً فرضياً. لذلك فإن الحل للخروج من سيطرة الصور المتلفزة، إن كان هناك من سيطرة، هو كما يقول شومسكي، المزيد من الصور حيث يتعلم الولد أن يستخدمها كأداة.

#### ٤ - المضامين ودينامية المشاهدة

يهتم الأولاد بنوعية البرامج المتلفزة انطلاقاً من قيم بيئتهم ومعاييرها. ويستدخلون في ذواتهم قيم طبقتهم كعنصر فاعل في تحديد الدرجة التي من خلالها سيوجهون اهتماماتهم لنوعية العروض.

فالتوجه نحو البرامج الخيالية وما تحمله من إشباعات مباشرة نجده عند المراهقين من الطبقات الشعبية التي تستخدم التلفزة كوسيلة «هروبية»؛ بينما يتوجه المراهقون من الفئات الميسورة نحو البرامج «الواقعية» للاستفادة منها في دروسهم وبالتالي استخدام هذه الوسيلة بواقعية... هذا ما أظهرته دراسة شرام الأمريكية، في إحدى جوانبها، والتي جرت في سنة ١٩٦١ في مدينة دنفر<sup>(١)</sup>.

إن هذا التمايز في التوجهات، كما وجده شرام، لم يعد واضحاً الآن، وذلك بسبب ضبابية العروض التي تحمل على الدوام أفكاراً معلبة ومتوافقاً عليها. وكذلك بسبب فسقية<sup>(٢)</sup> هذه العروض التي تدفع بالمشاهد لمتابعة حصول «الشيء» لحظة بلحظة، ناقلة من جراء هذه الخصوصية الإحساس بالأشياء أكثر من فهمها، لأن المطلوب مشاركة انفعالية حسية وليس أي شيء آخر.

(١) SCHRAMM, LYLE, PARKER, Television in the Lives of our Children, Standford University Press, 1961, P.115.

(٢) عملية متابعة النسق تنجح كثيراً في التلفزة، ففي برنامج «تعيش وتاكل وغيرها» الذي كان يعرض على شاشة تلفزيون لبنان (TL) يتابع المشاهد ملتناً ولحظة بلحظة نسق نرفزة الضحية.

هذه الوضعية تدفع بالمشاهد نحو الجهد الأقل ونحو اللذة في الانسياب مع الآخرين في قالب مشترك.

هذه المتابعة المشتركة ضمن «محاكاة جماعية» هي ما أسميه حالة «الوهم الجماعي». في حين تغتنم التلفزة الفرصة لتحمل نصها في أي بلد من بلدان العالم فكرة التلاقي مع المشاهدين والذي يعتبر «الحدث» بحد ذاته مشكلاً للجماعة الجيدة الراضية عن ذاتها. فالتلفزة «تدلل» الجماهير وتكلمهم وكان عمرهم العقلي لا يتعدى السنوات العشر.

فالأساس مع التلفزة هو الحاضر، وكل يوم من دون ماضٍ ودون مستقبل، إذ أن المهم هو اللحظة التي يتواجد الجمهور فيها مع المحطة معاً وإلى «الأبد». فالمطلوب من المشاهد وضع «أناه» ضمن «نحن» أسطوري - صورة عن «الأننا المثالي»، رافضاً كل تناقض، ومزياً الاختلافات، ومخترباً الطبقات الاجتماعية، صارخاً في نفسه: نحن من طائفة معينة وكفى، أو نحن عرب، أو ما شابه. هذا النحن الأسطوري يصهر الشبيه ويكره الاختلاف، يقطع مع الواقع فتتمو الأفكار التعسفية، والتصديق من دون برهنة، والقبول بشبه المعرفة، ويطغى الشكل على المضمون وتصبح الثرثرة العفوية هي القاعدة الأساسية في التلفزة.

في هذه المرحلة لم أعد أفصل بين التلفزة والمشاهدين، وهذا ما يشكّل النحن الأسطوري المشار إليه آنفاً. فالمشاهد يجد نفسه هنا في حالة كفاية وانبساط مع التلفزة ضمن أنية مريحة، بينما تطلق التلفزة تفكيراً يتماشى والفكر الأحادي الذي يستبعد كل ما يعكر صفو هذا الانسياب والشبيه بمنطق «التطهير العرقي» نحو المختلف.

لقد كان للصحافة الفرنسية المتلفزة دور كبير في إثارة موضوع الحجاب (ثلاث فتيات في مدرسة رسمية فرنسية وضمن الحجاب، فتم فصلهن عن المدرسة)<sup>(١)</sup>، وتضخيمه وتغذية الأحكام التعسفية ضد الإسلام والمهاجرين العرب. كذلك أثارت هذه الصحافة أيضاً خلال ما عرف بحرب الخليج تساؤلات حربية معينة بداء، وبمجرد طرحها في الأخبار من قبل الصحفيين، وكأنها الدليل على إمكانية حصولها، وعلى مشروعية هذا الحدث الحربي وتفهمه.

فالسؤال الذي كان يوجه إلى المعلقين السياسيين هو: «هل ستستعمل أميركا

القنبلة الذرية ضد العراق؟» إن مجرد طرح هكذا سؤال، الذي يمكن أن يعتبر من المحرمات، لهو شبيه بالسؤال الذي استحصلت اليهودية على التحريم بصدده من الغرب، وهو منع أي تساؤل حول الشبهة في قضية إعادة النظر في مسألة المحرقة النازية... فكل تساؤل حول «محرم» قد يأخذ بعده الممكن والاعتيادي في ذهن الناس. وما يزيد هذا الانصهار هو إدخال العالم وأخباره ضمن منطوق ما يعرف «بالمسافة الكيلومترية للحدث»، وهي غير تكنولوجيا التقريب التي تكلمنا عليها. فهنا يأخذ الحدث أهميته وتأويلاته انطلاقاً من دائرة قربه أو بعده عن المشاهد. فالتلفزة الفرنسية مثلاً تركز في أخبارها على الرياضي الذي احتل المرتبة الثالثة في إحدى المباريات العالمية من دون أن تعلمنا عن الرياضي الذي احتل المرتبة الأولى، أو قد تبرر خسارة الرياضي الفرنسي في إحدى المباريات ولا تتكلم على المتباري «الأخر» غير الفرنسي الذي ربح البطولة إلاّ لمأماً... فما تعرضه التلفزة هو بناء نمط جديد من الحدث.

نحن إذناً أمام حالة شبيهة بالواقع، إنما في الوقت نفسه ليست الواقع بل هي وهم معين عن هذا الواقع يرتبط ارتباطاً وثيقاً بإدراك مجموعات معينة من الناس للأمر، من خلال رغبات وآمال وتشريطات أيديولوجية جماعاتهم الكبرى وانتماءاتهم الثقافية. هذه البديهيات «المغلوطة» التي تبنتها تلك المجموعات هي التي يلاحقنا بها التلفزيون.

#### IV - الأداة

##### ١ - استخدام التقنيات

إن ظهور أداة التحكم بالأقنية عن بعد (الريموت كونترول)، وتعدد المحطات، واعتماد البث المتواصل، وظهور آلة عرض الفيديو والألعاب الإلكترونية، وقريباً التلفزة الرقمية، كلها ولدت تغييراً في التعاطي مع التلفزة.

لا يحب الصغار التنقل كثيراً بين الأقنية، بل يستخدمون آلة التحكم للاستكشاف والتسلية ولكسر نظام المنع لأن الصغير بواسطته يستطيع مشاهدة برامج ممنوعة عليه؛ وذلك لإمكانية السرعة المتاحة له في قلب الأقنية. وفي دراسة عن العائلات المغربية القاطنة في فرنسا<sup>(١)</sup>، يحكي الصغار كيف أنهم يحولون القناة

ALKAN, la télé par Satellite dans les familles immigrées: une étude de cas, in Réseaux, op. (١) cit. P. 67.



إذا كان هناك مشاهد جريئة عند دخول الأم عليهم كي «لا يخدشوا شعورها» - بحسب قولهم - ثم يرجعون إلى القناة السابقة بعد خروجها من الغرفة.

أما مع الراشدين فالمسألة تختلف لأن المتنقل منهم بين الأقنية يتحول إلى مشارك في تأليف برنامجه واضعاً نفسه في حالة متضاربة (نوع من تنافر معرفي)، فهو كمن يعلن لنفسه: التلفزة باطلة ولكنني لا أستطيع أن لا أشاهدها. فهو بواسطة «التنقل» يزيل عن نفسه مشاعر الذنب بسبب تطلعه الطويل إلى التلفزة معتقداً بأنه يحافظ على مسافة «نقدية» مما يُعرض.

في ما خص شرائط الفيديو فإن الولد يهتم بها - يشاهد الشريط تكراراً مستحضراً شخصيات الشريط متى أراد، خالقاً من خلال هذا اللعب مسافة مع القصة ومسيطرأ على زمن العرض.

ويخبرنا «سيرج تيسرون»<sup>(١)</sup> عن ولد في السادسة من العمر كان يشاهد الكثير من أشرطة الفيديو المرعبة الموجودة في المنزل. وفي أحد الأيام شاهد صدفه فيلماً مرعباً على أحد أقنية التلفزة، فخاف منه رغم أنه ليس أكثر رعباً من الأفلام الأخرى التي بحوزته. وقد أعطى الطفل نفسه الجواب «لتيسرون» حين قال إنه عندما يستعمل شريط الفيديو فهو يعرف تماماً متى يبدأ ومتى سينتهي. وهذا بالفعل تحديد للعب، لأن اللعب يتم خارج الواقع وضمن زمن محدد ومسيطر عليه. فالطفل مع الفيديو يتلاعب بالأشرطة ويفصلها عن الواقع.

## ٢ - التعاطي الدينامي مع التلفزة وأدواتها كأساس للتربية الحديثة

للتلفزة دور أكيد ومتعاظم في ما خص تنظيم أوقات فراغ الناس، وهي المتدخل الأول في دفعهم لاستبدال نشاطات كثيرة «بنشاط» واحد، وهو التطلع إلى التلفاز والتطلع المستمر إلى جميع البرامج من دون استثناء وكل ليلة، مما يجعل التلفزة حالة لا علاقة لها بالبرامج المعروضة.

فالمهم إذاً تعليم الصغار وحتى الكبار التعاطي مع هذه الوسيلة. يتطلع الولد إلى التلفزة هرباً من الملل، لأن وقت فراغه غير منظم، بينما برامج التلفزة منظمة، ولمواجهة ذلك يجب الاهتمام بأوقات فراغ الأولاد وإدخال نشاطات متعددة عليها مما يخفف كثيراً من اهتمامهم بالتلفزة.

TISSERON S., Le Poids du Moi, Le choc des Images in Le Monde de l'Éducation, op. cit. (١)  
P. 46.

من الملاحظ أن الطبقات المحرومة هي التي تشكّل النواة الصلبة لمشاهدي برامج التلفزة، لأنها لا تستطيع تأمين وسائل تسلية أو نشاطات بديلة لأولادها. فالمسألة إذاً هي مسألة ثقافية اجتماعية لا يمكن مواجهتها إلا من خلال سياسة تربوية حكومية.

كذلك يتوجب تدريب الأولاد على كيفية التعامل مع كمية المراسيل الواردة عن التلفزة، فهناك محالوت أمبيريقية رائدة في هذا المجال تمّ إدخالها ضمن مدارس التعليم الرسمي الفرنسي والتي يمكن الاستفادة منها. إذ قد تبين أن الاهتمام بوسائل الاتصال وشرح عملها واستخدام هذه الوسائل في التعبير أو استخدامها كوثائق يؤدي إلى فهمها وإمكانية نقدها والإبقاء على مسافة معها.

هذا التدريب يبدأ من صفوف الحضنة. ففي حضنة «سان جرمان أون ليه»، في ضاحية باريس، قام الأطفال، وهم لم يتعلموا القراءة بعد، ويطلب من معلمتهم، باكتشاف كيفية استخدام المجالات التي تُعنى ببرامج التلفزة من خلال اقتطاع البرامج من المجلة وتلوينها كي «يتعلموا» بالنهاية أن بمقدورهم اختيار برامجهم وتبرير هذا الاختيار<sup>(١)</sup>. وهذا يعني محاولة إخراج الطفل من علاقته بالتلفزة كحالة إلى وضعية إمكانية الاختيار وعدم مشاهدة كل ما يُعرض.

ولمساعدة طفل الخمس سنوات للخروج من الافتتان والتشويش والتعثر أمام سيل الصور التلفزيونية ولجعله يميّز بين الفيلم الوثائقي والخيالي، وبين الممثل وشخصيات أدواره (وهذا ليس حكراً على الأطفال) يمكن استعمال ما يُعرف «بالقراءات المتعددة». وهنا يتناول المعلم قصة مصورة أو قصة للفتيان، يتم النقاش حولها مع التلاميذ، بعدها يشاهد الأولاد فيلماً سينمائياً منقولاً عن هذه القصة ويتناقشون من جديد حول كيفية نقلها إلى الشاشة، أو قد يتم عرض جزء من مسلسل أمام الأولاد ثم يُقطع العرض ويطلب من كل تلميذ تخيل التكملة. يرى التلميذ هنا تعدد الإمكانيات المحتملة لنقل القصة إلى فيلم، أو للتيمات المتعددة ويفهم بأن ما تعرضه التلفزة ليس كل شيء<sup>(٢)</sup>.

كذلك يمكن للمعلم استخدام أشرطة الفيديو وآلة تصوير الفيديو مع تلاميذه وتعليمهم كيفية استخدام هذه الأدوات وإنتاج بعض الأفلام على أشرطة الفيديو.

BRUNSWIC A., L'Enseignement Cathodique, in Le Monde de l'Education, Ibid, P. 41. (١)

Ibid, P. 41. (٢)

إن العمل على هذه الوسائل وضمن فريق من التلاميذ يسمح بالتفاعل في ما بينهم وبالانفعال وبالعودة إلى «المسألة» المشغول عليها بالتمحيص والتنقيب، وهذا مطلوب لإخراج الصورة من الانطباع أو النسيان وإدخالها في الاكتساب التعليمي. وهكذا فإن الاستخدامات حتى ولو لم تؤدِ فعلياً إلى فهم أفضل لوسائل الاتصال لأسباب كثيرة منها ما ذكرناه آنفاً، إلا أن لها نتيجة واحدة ملموسة، وهي انخفاض المدة التي يقضيها هؤلاء الأولاد أمام التلفزة المنزلية. ففي تكميلية ميشله<sup>(١)</sup> في باريس، كان أولاد الصف السادس يقضون ما معدله إحدى وعشرون ساعة في الأسبوع أمام التلفزة البيتية. وبعد إنهاء الصف الخامس وبالنسبة للمجموعة التي كانت قد اختارت فرع التصوير ووسائل الاتصال كمواد إضافية تبين أن معدل تطلعهم إلى التلفزة البيتية قد تدنى إلى اثنتي عشرة ساعة أسبوعياً كما تغيرت «نوعية» اختيارهم للبرامج...

### ختام

صار التلفزيون، كما رأينا، حالة مثل الأكل والنوم والدرس، فحين نسال الصغار كيف يمضون يوماً عادياً، يقولون: «بفيق الصباح، بغسل وجِّي. بتروق، بروح ع المدرسة، برجع، بتفدا، بخلص دروسي، بحضر تلفزيون وبعدين بنام». هذا الوجود اليومي والتكراري يجعل التلفاز يتكامل مع حياة الأسرة كما رأينا، فوجوده يملأ وقت فراغ الأطفال ويخرجهم من «الملل» ويساعدهم على الهرب من إحباطات الحياة وهموم الدرس وتناسي الفشل. ومن خلال عروضه الدرامية (موت - قتل - دمار)، والاستعراضية (العباب ومنوعات)، والخيالية (أفلام ومسلسلات)، فقد تبوأ المركز الأول للتسلية المنزلية. وهو بالإضافة إلى ذلك أداة «مواساة»، فكل فرد من أفراد الأسرة يرى فيه ما ينقصه حيث يصح فيه هذا القول: «كما تريدني، كما تراني». هذه هي جدلية اللقاء مع التلفزة، فهو لديه المقدرة على التكامل مع العصاب الفردي والأسري في علاقة نرجسية فاتنة، تضبطها بين الحين والآخر آلة التنقل بين الأتنية، حيث يعيش المشاهد سحر التكرار لتجربة مشتركة. هذا ما يدفعني إلى الاعتقاد بأن التلفزة هي في نهاية المطاف، إشباع لنزوة الموت من خلال التكرار الشعائري اليومي لفعل المشاهدة وطقوسها ضمن نوع من

Ibid, P. 42.

(١)

غشاء جامع يمنع من الانفصال القائم على النسيان، وإلا كيف نستطيع مشاهدة الشيء نفسه تقريباً في اليوم التالي...

حاولت منذ بداية هذه الدراسة، القيام بإحاطة أولية لظاهرة التلفزة مبيناً الخطوات الأولية لأسس التوجه البحثي في هذا الميدان، فلا يمكن فهم هذه الظاهرة بمعزل عن تقنياتها المتقدمة، ولا بمعزل عن المشاهد كمشارك فاعل مع هذه الظاهرة.

ولكن خطر هذه المقاربة هو الشرذمة والذهاب في كل اتجاه، ومع ذلك تبين أن خصوصية هكذا دراسة تبدأ بدراسة كيفية استخدام وسائل الاتصال وفهم هذه الاستخدامات كنسق من المعنى مع الذات ومع الآخر، لتصل إلى فتح آفاق للدراسات النفسانية والاجتماعية للأسرة والمجتمع من خلال طريقة التعاطي تلك.

المجالات مفتوحة، التجديدات متلاحقة، الأولاد يستخدمون كل ذلك بحسب حاجاتهم وإرادتهم، وهذا يعني أنه مع وسائل الاتصال هناك دائماً ثنائية الحرية والقيود.

## المصطلحات

Aliénation	استلاب
Chosification	تشبيء
Dissonance cognitive	تنافر معرفي
Empirique	أمبيريقية
Identification	تماهي
Introjection	إجتياف
Moi-idial	أنا مثالي
Objet transitionnel	موضوع انتقالي
Positiviste	وضعي
Pulsion de mort	نزوة الموت
Reflexe conditionné	المنعكس الشرطي
Regression	نكوص

## العنف وبرامج الأطفال التلفزيونية

مداخلتي طرح متواضع لتفكير متمحور  
حول ثلاث نقاط:

- دور التلفزيون كوسيط بالنسبة إلى الولد.  
- تأثير العنف المتلفز.

- بعض المقترحات لبرامج مخصصة  
للأولاد.

### I - دور التلفزيون كوسيط بالنسبة إلى الولد

التلفزيون، كالأهل، هو وسيط بين الولد  
والعالم، وبين الولد وذاته.

إن التلفزيون يعرض العالم للولد، العالم  
وموقعنا فيه، وطريقة العيش فيه. إنه يصور  
أحداثاً ليس للولد وصول مباشر إليها، وهو،  
بعمله هذا، يفسر هذه الأحداث وقيّمها. كما  
يعرض نظاماً قيماً، ونسقاً من العلاقات مع الذات  
والآخرين، وأسلوباً في مواجهة المواقف وإدارة  
المشاكل.

كما أن التلفزيون هو أيضاً وسيط بين الولد  
وذاته.

تُظهر الدراسات الحديثة حول الدماغ أن  
بيئة الولد الثقافية هي في أساس تكوين بناه  
العقلية. فالبيئة الثقافية هي التي تتيح لنوع من  
الترايطات الدماغية أن تبرز، وتنمو، وترسخ  
لتشكل بنية عقلية، هي أساس مواقفنا  
وتصرفاتنا.

ندى مغيزل نصر

الأطفال

التلفزيون هو أحد العناصر الأساسية المساهمة في التربية، فهو من مكونات البيئة الثقافية، ومن هذا المنطلق يسهم في إبراز بعض البنى العقلية وتنميتها وترسيخها.

لنأخذ مثلاً: إن القدرة على المساءلة، إذا كانت مستعادة من البيئة، مغذاة، ومستثارة، تنمو، وتترسخ، وتحوّل إلى قدرة على التفكير والإبداع. أما إذا كانت مهملّة ولا تجد ميداناً للتعبير عن نفسها، وإذا كانت موضع تعنيف أو استهزاء، فإنها تتلاشى وتضمحل، فتضمحل معها القدرة على التفكير.

إن التلفزيون، من خلال كيفية توجيهه إلى الولد، ومن خلال ما يعرضه له، يسهم في تكوين هذه البنى العقلية.

كذلك، يقدّم التلفزيون محاور تماؤ، من خلال الأبطال الذين يبرزهم. فمعلوم أن الولد يكبر عبر التشبه والتميز، وأنه بحاجة إلى أبطال كي يكبر، أي إلى أشخاص يجسّدون ما هو صالح ومرغوب فيه، وهم بذلك يلعبون دوراً أساسياً في دعم عملية النمو ومساندتها.

فأي أبطال تقدّم لأولادنا الأفلام المعروضة على شاشاتنا، وبالتالي، أي نوع من محاور التماهي؟ وأي نظام قيم ينقله هؤلاء الأبطال، وأي نهج في إدارة النزاعات، وأي نسق من مشاريع الحياة؟

يطيب لنا أن نشبه أنفسنا بسويسرا. لنعلم أن هذه الأخيرة، وبعد الحروب الأهلية التي شهدت، عُنت بصورة البطل التي ينبغي عرضها لأولادها، مفضّلة على البطل العسكري، البطل الإنساني النزعة، المفاوض، حامل السلام، الساعي إلى تحسين حياة الناس. أما عندنا، فهل سمع أولادنا بأسماء هنري دونان، ومارتن لوثر كينغ وغاندي؟ وهل يكون نموهم هو ذاته بوجود هذه المعرفة أو بعدم وجودها؟

من قال إن دُعاة الألعنف ليسوا أبطالاً، وليس لهم قصة؟ بل إن لهم قصة مشوّقة تنمي الأولاد وتروى بأسلوب غير مباشر. ثمة طريقة خلاقّة للإقامة في هذه الأرض، وطريقة للصمود، والحلم، والإنجاز والعيش معاً.

من خلال الأبطال المعروضين، ومن غير كلام، يدربّ التلفزيون على نمط من أنماط الوجود.

## II - تأثير العنف المتلفز

ضمن هذه المقاربة، تندرج مسأليّة العنف في التلفزيون. ونسارع إلى القول إن هذا العنف جسدي ومعنوي.

عرض العنف الجسدي بمقدار محدود جداً - وأشدّد على القول: محدود جداً - ليس بالأمر السيء.

أولاً، لأن هذا العنف موجود في الحياة. وليس المطلوب إخفاؤه وتصوير عالم وهمي وغير واقعي.

ثانياً، لأن الولد يعيش نزاعات وتوترات وأزمات تخلق في نفسه حاجة إلى التعبير عن العنف. (توترات أو أزمات عائدة إلى ولادة أخ صغير، إلى الخوف من المدرسة أو إلى القلق من فقدان الأهل). إن هذا المقدار - وأكزّر - المحدود من العنف يلعب دور المساحة الإسقاطية التي من خلالها يفرغ الولد شحنة توتراته، من دون الانتقال إلى الفعل العنفي.

فقد خفنا جميعاً، عند سماعنا قصة ليلي والذئب، والخنازير الثلاثة وغيرها من القصص المخصصة للأولاد، والتي هي قصص عنيفة.

في كتابه الشهير «التحليل النفسي للحكايات الخرافية»، يحلّل برنو بتلهام هذه الحكايات ويستنتج منها هذه الوظيفة الإسقاطية. وهذا ما يفسّر كون الأولاد يحبونها كثيراً، وكونها خالدة، خلود قلق الأولاد. هذا ما يفسّر رغبة هؤلاء في الاستماع إلى القصة ذاتها، مراراً ومراراً.

وهكذا، تكون القصة علاجية الطابع، ووسيلة رمزية لضبط الخوف.

إن هذه الفرضية تعلّل ربّما رسم الفنان الشهير سامبي، المؤلّف من ثلاثة أجزاء. يُظهر الجزءان الأوّلان ولدين وهما يتطلّعان بكل هدوء إلى كوارث على شاشة التلفزيون، مشاهد حربية وحريق. وفي الجزء الثالث، يظهر على الشاشة ذئب، فيهرول الأولاد من مقاعدهم. أيا ترى يمثل الذئب قلق الطفولة ومخاوفها الباطنية، وما أربعها!

تُطرح المشكلة عندما تتجاوز الأفلام هذا المقدار المخفّف والمحدود من العنف، وتصوّر هذا العنف كأنه «نمط عيش أو وجود» عادي. إن هذا التبذيل للعنف هو الخطير، هذا التواتر الذي يجعله مألوفاً، مسموحاً، وطريقة بديهية في معاملة الآخرين، وفي إدارة نزاع ومواجهة مشكلة، وفي التعبير عن وجهة نظر أو اعتراض. فهذا التواتر يسوق الولد إلى استبطان العنف بلا وعي، فيجعل منه، من دون أن يدري، قاعدة سلوكية.

لقد أُجريت في الولايات المتحدة تجربة قائمة على عرض نوعين من الأفلام

على مجموعتين من الاولاد: فيلم عنيف على المجموعة الأولى، وفيلم غير عنيف على المجموعة الثانية. فسجّلت التجربة أكبر نسبة من التصرفات العدوانية وسط المجموعة الأولى.

أضف إلى ذلك أن تواتر هذه التصرفات العنيفة المعروضة يحجب حتماً نمطاً آخر من أنماط الوجود، ويحول دون الوصول إليه. ذلك النمط المبني على نظام قيم آخر، على احترام الاختلافات، وعلى التسامح والتضامن والتفاوض.

يبقى أنه ليس لكل مشاهد العنف التأثير ذاته على الولد. فالمشهد الذي يظهر في رسوم متحركة ليس صورة واقعية، كما هي الحال في نشرة الأخبار في أحد الأفلام. فالشخصيات فيها خيالية، رمزية. وهذا الترميز يخلق مسافة ويوجد بعداً، فيجعل من هذا العنف أقل قابلية للنقل إلى الحياة الواقعية، وأقل ضرراً.

على أي حال، إن تأثير كل مشهد على الولد يختلف باختلاف البيئة التي يعيش فيها: سواء كانت بيئة محترمة وهادئة أو متسلطة وعنيفة. فالدراسات تُظهر أن للمشهد العنيف تأثيراً أكبر في الحالة الثانية، بحيث يأتي ليعرّز بنية علائقية قائمة أصلاً.

إن الدراسات الأخيرة المتعلقة بالدماغ علّمتنا الكثير من آليات الإدراك، وكشفت بخاصة هذه المعلومة المذهلة: إن ٨٠٪ من إدراكنا ذاتي الطابع، إذ يسهم فيه نظامنا القيمي الذي تكوّنه بيئتنا الحياتية.

بالفعل، في معالجتنا للمعلومة المتلقاة، هناك ٢٠٪ فقط عائدة لشبكية العين، فيما يعود الباقي لبنية تحت المهاد وللبنى الداخلية الأخرى التي تحتضن كينونتنا الاجتماعية والانفعالية.

وعليه، فإننا لسنا متساوين أمام ما يعرضه التلفزيون وليست لدينا درجة المناعة ذاتها إزاء الصور. ففي اللحظة ذاتها، وعلى المحطة ذاتها، لا نرى كلنا بالضرورة الفيلم ذاته. فماذا لو فكّرنا إذاً في كيفية زيادة مناعة أولادنا إزاء الصور المتلفزة؟ إن للأهل وللتلفزيون دوراً في هذه المهمة.

في الواقع، إن وجود الأهل أثناء المشاهدة يغيّرها. قبل كل شيء، من المهم أن يسهر الأهل على ألا يصبح التلفزيون نمطاً من أنماط الحياة. أي ألا يدخل الولد إلى البيت ويرمي حقيبة كتبه أرضاً كأبي ولد عادي، ثم يدير جهاز التلفزيون ويسترخي أمامه بسلبية. أعتقد أن المشاهدة يجب أن تنظّم وأن تصبح واحدة من نشاطات الولد



الأخرى، بحيث يختار الولد البرامج التي يريد مشاهدتها، ويدير الجهاز عند بث هذه البرامج تحديداً. هكذا يتعلم أن يكون سيد هذه الوسيلة، وليس العكس.

ثم، من المفيد أن يتابع الأهل مع ولدهم، أحياناً، برنامجاً معيناً. فيصبح التلفزيون عندئذٍ محور لقاء ونقاش بدلاً من أن يكون فترة انعزال. ثمة أرقام مخيفة تظهر التفاوت الكبير بين الوقت الذي يمضيه الولد مع أبيه وذلك الذي يقضيه أمام شاشة التلفزة، علماً أن باستطاعته تمضية هذا الوقت بصحبة الاثنتين معاً، فيناقش مع أهله ما يشاهده من برامج. حينئذٍ، يصبح التلفزيون وسيطاً بينه وبين أهله، فيخلق مناسبات وموضوعات لتبادل الرأي، ويغدو الأهل وسطاء بين الولد وما يشاهده، فيعودونه على نظرة يقظة، ناقدة، لا على نظرة سلبية ومنقادة.

كما أن للتلفزيون هو الآخر دوراً في تكوين هذه النظرة الناقدة. ومع هذه النقطة سانتقل إلى الجزء الأخير من عرضي، مقترحةً بعض الأفكار المتعلقة بالبرامج المخصصة للأولاد.

### III - مقترحات لبرامج مخصصة للأولاد

من المهم فعلاً، الشروع في تفكير حول الدور التربوي الذي يمكن أن يؤديه التلفزيون، بالتعاون مع المدرسة والعائلة، وكَمُكِّل لهما.

وقبل تقديم بعض المقترحات بشأن البرامج، أودّ التشديد على أن البرنامج التربوي أو الثقافي لا يعني إطلاقاً برنامجاً مملأً بالعكس، فلكي يكون البرنامج تربوياً حقاً، لا بدّ من أن يكون جذاباً، وأن يثير رغبة. وقد بات معلوماً أن دماغنا يفرز، في موقف ممتع ومحفّز، هرمونات معينة، ويعمل بوتيرة تساعد على التعلم.

إذاً، البرنامج المملّ ليس تربوياً، وكلي يكون البرنامج تربوياً، ينبغي ألا يملّ. على سبيل المثال، وكمحطات تأمل وتفكير، أتقدّم بالمقترحات التالية:

- برنامج يعلم الأولاد المشاهدة بطريقة فاعلة، حيث تتاح لهم الفرصة لإظهار قدرة نقدية، ولطرح الأسئلة، وتحليل ما يشاهدونه، والتفكير والاستنتاج، وليس للتفرّج بطريقة انقيادية. وذلك من خلال عرض فيلم ومناقشته في التلفزيون من قبل مجموعة من الأولاد. فالمقصود إحياء مناقشة لهذا الغرض.

لقد شاهدت فيلماً منذ فترة مع مجموعة من الأولاد، عن اكتشافات بعض العلماء واختراعاتهم. بعد العرض، ناقشنا الفيلم وتساءلنا: ما هي الجوامع المشتركة بين هؤلاء العلماء. فاستنتج الأولاد أن هؤلاء الأشخاص أناس يطرحون على أنفسهم

أسئلة يحاولون الإجابة عنها. وأن لديهم الجرأة على تصوّر أجوبة أو فرضيات خارج الأجوبة السائدة، وأنهم ذوو نفس طويل. إن هذا النقاش أغنى مشاهدة الأطفال للفيلم. علمهم أن يستنتجوا، أن يجادلوا، أن ينقدوا؛ أن لا يستهلكوا ما يُعرض عليهم بشكل سلبي، بل بطريقة ناشطة.

معلوم أن في بعض المدارس في فرنسا، «صفوف صور» مدرجة في البرنامج المدرسي. وهي عبارة عن دروس يتعلّم الولد فيها فكّ رموز التلفزيون، وقراءة الصور قراءة ناشطة وفعّالة.

- يمكن للتلفزيون أن يحثّ على المطالعة بدلاً من أن ينهى عنها، وذلك من خلال عدة برامج:

- البدء بقراءة قصة والتوقّف عند ذروتها، مع الإشارة إلى اسم المؤلف والكتاب ودار النشر بحيث يعود الراغب في معرفة التتمة إلى الكتاب من دون أن نكون قد طلبنا منه قراءته مباشرةً.
- قيام بعض الأولاد بعرض كتب قرأوها. وهنا يمكن إشراك المدارس، فهذه المشاركة مهمة، كونها تسمح لكل مؤسسة أن تفتح أفاقها وتخرج من نطاقها الضيق.
- على أيّ حال، المطلوب هنا هو عرض كتب بشكل يفتح قابلية المطالعة.
- يمكن للتلفزيون أن يحثّ على الكتابة، من خلال تصوّر نهاية لقصة عُرض أولها. وتقدّم الاحتمالات المقترحة على الشاشة.
- إعداد برامج تطلع على عالم الفن:
- من خلال مشوار داخل لوحة، ورواية قصة اللوحة. فقد وُضعت سلسلة كتب جميلة للأولاد، يروي كل منها قصة لوحة، انطلاقاً من تفصيل صغير من تفاصيلها، بحيث تُضاف على توالي الصفحات تفاصيل أخرى، حتى نهاية الكتاب واكتمال اللوحة المذكورة.
- من خلال تقديم معلومات حيّة عن الرقص، والموسيقى (آلات، عزف، عازفون، مؤلفون، إلخ...)، وعن النحت والمسرح إلخ...
- برنامج يساعد الولد على حلّ بعض مشاكله:
- مشاكل مدرسيّة: غالباً ما يُطلب من التلميذ تحسين عمله، يمكن أن يُقال له كيف. ما هي الحركات الذهنيّة التي تساعد على الدرس.

أو ما هي الحركات التنظيمية والمنهجية التي تسهل التعلم، وتسمح له بإنهاء دروسه بسرعة، كي يتسنى له الوقت للمطالعة أو للعب أو للتحدث على الهاتف أو مشاهدة التلفزيون.

- برامج تغذي الذاكرة الجماعية، فعلاقتنا مع الماضي غريبة، مبنية على النسيان أو الحنين. نحن نجهل ماضيها، وقد دفعنا غالباً ثمن هذا الجهل، فكررنا بشكل مأساوي الأخطاء نفسها، ولم نكون ذاكرة جماعية مبنية على معرفة عاداتنا ومقومات حياتنا المدنية التي تجمعنا.

- برامج للشباب تعرض عليهم المهن لتسهيل خياراتهم المهنية ومجالات التخصص.

ولم لا تكون هناك أيضاً برامج للأهل؟ ولكن، ليس على النمط التلقيني، إنما برامج حوار مع الأهل يشارك فيها مربون وعلماء نفس يناقشون بعض المشاكل التي يواجهها الأهل والأولاد.

ختاماً، أودّ التركيز على أن الغباء المتلفز قد يجعل المرء على المدى الطويل عنيفاً، لأنه يمنع بعض البنى العقلية من التكون، وبخاصة تلك التي تتيح التفكير والمساءلة والحس النقدي.

لقد صدر كتاب عن وسائل الإعلام الألمانية في عهد هتلر، وهو يظهر أن الاستراتيجية الإعلامية لهذا الأخير لم تكن تقوم على بث أفلام دعائية ولا أفلام عنف، بل على عرض برامج خابلة، مبلدة للذهن، ضمن من خلالها انقياد شعب بأسره للعنف.

وفي كتاب وضعه دانيال بونيو الاختصاصي في عالم الإعلام، قال: «تنزع وسائل الإعلام الجماهيري إلى (...) اختصار طريق العقلنة (...) أو حس السؤال. وكما يقول وودي ألن (...) «الجواب هو نعم... ولكن، ماذا كان السؤال؟».

«(...) يُخشى أن تُفقدنا وسائل إعلامنا حسّ السؤال، كما حصل لوودي ألن».

أن يلعب تلفزيوننا دوراً تربوياً وثقافياً هو أمر يندرج في إعادة بناء العقلية، هو عنصر أساسي لإعادة بناء وطننا. لإعادة بناء العقلية هي الضمان الوحيد لأي إعادة بناء آخر، والضمان الوحيد لحياة البلدان.

المسنون ووسائل  
الاتصال في مصر بين  
الكلمة المطبوعة  
وثقافة الصورة

مقدمة في أهمية البحث

تعد فئة المسنين من الشرائح العمرية للسكان التي لم تحظ باهتمام كاف في مجتمعاتنا العربية، سواء على مستوى الخدمات المختلفة المقدمة إليهم أو على مستوى الجهود البحثية - الفردية أو الجماعية- لدراسة احتياجاتهم وكيفية الوفاء بها. فهناك قصور ملحوظ في الاهتمام بفئة كبار السن سواء في عملية التخطيط للسياسة الاجتماعية العامة وتنفيذها، أو في الأجندة المعتمدة للبحث العلمي الاجتماعي. ويأتي هذا القصور في وقت تتزايد فيه نسبة فئة كبار السن إلى إجمالي تعداد السكان، وبخاصة في مجتمعاتنا العربية، نتيجة لانخفاض معدلات الوفيات واتباع سياسات تنموية تنعكس على واقعها الديموغرافي، الأمر الذي يؤدي إلى ظاهرة التعمر. وعلى مستوى المجتمع المصري تزايد حجم السكان في الفئة العمرية التي تبدأ من ستين عاما فأكثر منذ منتصف القرن العشرين، حيث كان عدد هذه الفئة يقدر بنحو مليون نسمة، ثم زاد ليصل إلى ٢,٧ ملايين طبقا لتعداد ١٩٨٦<sup>(١)</sup> ليصل عددهم وفقا لتعداد ١٩٩٦ إلى

(١) كلمة أ.د. صبحي عبد الحكيم في افتتاح ندوة نحو رعاية متكاملة للمسنين (٣-٥ مارس ١٩٩١)، في: د. نادية حليم و د. علي مراد(محرران): ندوة نحو رعاية متكاملة للمسنين. القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٩١، ص ٦-٧.

حوالي ٣,٤ ملايين نسمة بنسبة ٥,٧٥٪ من إجمالي السكان.<sup>(٢)</sup> هذا ومن المقدر أن تصل مصر إلى مرحلة النضج السكاني سنة ٢٠٢٥ وأن تزيد نسبة المسنين فيها على ١٠٪ من السكان.<sup>(٣)</sup>

من هنا تنبع أهمية هذه الدراسة التي تسعى إلى سد النقص في مجال الدراسات الاجتماعية عن المسنين عامة، وحول احتياجاتهم الاتصالية و الثقافية خاصة، حيث تخلو المكتبة العربية تقريبا من الدراسات التي تعرض لعلاقة كبار السن بوسائل الإعلام.<sup>(٤)</sup>

### الهدف من البحث و تساؤلاته

يهدف هذا البحث إلى التعرف على الأبعاد المختلفة للعلاقة بين فئة المسنين ووسائل الاتصال الجماهيري المختلفة في مصر، وذلك من حيث موقعها النسبي في حياة هذه الفئة، وأنماط استخدامها، والدوافع الكامنة وراء هذا الاستخدام، وآرائهم وتفضيلاتهم المختلفة في هذا الخصوص. ويقول آخر، فإن هذا البحث يحاول أن يقدم مسحا اجتماعيا لاستخدام فئة المسنين لوسائل الاتصال الجماهيري في مصر، ومقارنة مدى اعتمادهم على الكلمة المطبوعة في مقابل ثقافة الصورة.

ومن أجل تحقيق هذا الهدف يسعى البحث إلى الإجابة عن عدد من التساؤلات،

وهي:

(١) ما موقع وسائل الاتصال الجماهيري بين الأنشطة المختلفة لشغل وقت الفراغ لدى المسنين؟

(٢) التعداد العام للسكان والإسكان والمنشآت: النتائج النهائية لتعداد السكان ١٩٩٦، إجمالي الجمهورية، الجزء الأول. القاهرة، الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، ١٩٩٨، ص ١٢.

(٣) د. صبحي عبد الحكيم: مرجع سابق، ص ٧.

(٤) د. حسن عماد المكاوي: التليفزيون في حياة كبار السن: دراسة مسحية لعينة من سكان القاهرة. القاهرة، مجلة بحوث الاتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الحادي عشر، يوليو ١٩٩٤، ص ٣٧.

وتكاد تكون هذه الدراسة هي الوحيدة في إطار دراسات الاتصال الجماهيري في مصر التي وجهت بؤرة اهتمامها إلى دراسة علاقة كبار السن بإحدى وسائل الاتصال الجماهيري، التليفزيون. ارجع أيضا إلى قاعدة بيانات كبار السن في: عزت حجازي : المسنون في الريف المصري. القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٩٩ ، ص ص ٥٩-٩١. وتوضح هذه القاعدة خلو الدراسات الاجتماعية حول المسنين في مصر من أية دراسة علمية حول علاقة هذه الفئة من السكان بوسائل الاتصال الجماهيري.

- (٢) ما معدلات تعرض جمهور المسنين لوسائل الاتصال الجماهيري المختلفة؟ وما العادات المرتبطة بذلك؟ وما محددات سلوك التعرض لدى جمهور المسنين؟
- (٣) ما الدوافع وراء تعرض جمهور المسنين لوسائل الاتصال الجماهيري المختلفة؟ وما العقبات التي قد تعترض هذا التعرض؟
- (٤) ما آراء وتفضيلات جمهور المسنين في ما يقدم إليهم من مضمون إعلامي عبر الوسائل الاتصالية المختلفة؟ وما آراؤهم في ما يقدم بها من مضمون خاص بهم؟

### منهج البحث

يعتمد هذا البحث على الأسلوب الإحصائي في إطار المنهج المقارن الذي يتخذ من مقارنة الظاهرة محل البحث في أشكالها و ترابطاتها المختلفة \_ سواء في إطار الثقافة الواحدة أو عبر الثقافات \_ سبيلا إلى تحقيق أهداف المنهج العلمي، من فهم للظاهرة و تفسيرها بهدف التنبؤ أو التحكم فيها. ومن ثم فإن هذا البحث يقارن بين مدى وظروف تعرض فئة المسنين لوسائل الاتصال المقروءة في مقابل الوسائل المسموعة والمرئية. و قد اعتمد البحث على الأسلوب الإحصائي، كأحد أساليب البحث الاجتماعي في اختيار عينته وأيضا في جمع بياناته وتحليلها إحصائيا.

واعتمد البحث في استقاء بياناته على استمارة الاستبيان التي تم ملء بياناتها عن طريق المقابلة المقننة، نظرا لاختلاف المستويات التعليمية للمبحوثين. وقد مر إعداد أداة البحث بعدة مراحل<sup>(٥)</sup> من حيث وضع محاور الأداة وبناء الأسئلة المندرجة تحتها وترتيبها منطقيا، وفقا للهدف من البحث و تساؤلاته. ثم تم عرض الاستمارة على محكمين<sup>(٦)</sup> وتم تعديل صياغة بعض الأسئلة وإعادة ترتيب البعض الآخر وفقا للملاحظات الواردة. وبصفة عامة أقر المحكمون صدق الأداة وصلاحيتها للتطبيق في موضوع البحث. كذلك فقد تم تجريب الأداة، وقياس مدى ثباتها بأسلوب إعادة الاختبار، وهو أوضح الطرق وأكثرها مباشرة في تحقيق المهمة المطلوبة.

(٥) ساهمت د. راجية قنديل، أستاذة الصحافة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، في إعداد أداة البحث، كما ساهمت في تمويل التطبيق الميداني لها.

(٦) تم عرض أداة البحث على كل من د. منى الحديدي، رئيس قسم الإذاعة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، الأستاذ سعد لبيب المكاروي المستشار الإعلامي. و قد أبدى كل منهما عددا من الملاحظات حول صياغة بعض الأسئلة، أو محتوى بنود البعض الآخر أو ترتيبها. وقد تمت الاستجابة لهذه الملاحظات.

وحددت الفترة بين التطبيق الميداني وإعادته بخمسة عشر يوماً، وتم التطبيق وإعادته على عينة عمدية من ٢٠ مبحوثاً، روعي فيها التنوع في السن (٦٠ سنة فأكثر)، والنوع والحالة المهنية السابقة على المعاش. وتم حساب نسب الاتفاق في الاستجابات في التطبيقين، وحققت معظم الأسئلة ثباتاً مرتفعاً، حيث كانت نسبة اتفاق الأسئلة التي تتطلب الإجابة بنعم أو لا ١٠٠٪، في حين حققت الأسئلة ذات البدائل نسب اتفاق تتراوح بين ٧٥٪ و ٩٥٪. وتمت إعادة النظر في بعض الأسئلة المحدودة التي لم تتجاوز نسبة ثباتها ٧٠٪. وبعد الاطمئنان إلى صدق وثبات الأداة، تم التطبيق الميداني على عينة البحث، وأعقب ذلك المراجعة المكتبية للاستمارات للتأكد من الاتساق الداخلي. ثم تم تفرغ البيانات وتحليلها إحصائياً.

### عينة البحث

تحدد المجال الجغرافي للبحث في منطقة القاهرة الكبرى، وذلك في حدود الإمكانيات المتاحة من حيث التكلفة والمدة الزمنية لإجرائه، هذا بجانب كونه دراسة استطلاعية تستهدف استكشاف العلاقة بين فئة المسنين من ناحية ووسائل الاتصال من ناحية أخرى. وقد تم الاعتماد على تقسيم لشيخايات القاهرة الكبرى إلى ٣ مستويات اقتصادية اجتماعية (مرتفع ومتوسط ومنخفض) طبقاً لمؤشر المستوى التعليمي مع مؤشر المستوى المهني السائد، باستخدام التقسيمات الداخلية التي يضعها الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء في التعداد العام لسكان جمهورية مصر العربية. وتم تحديد الحجم الأمثل للعينة بألف مفردة، بمستوى ثقة ٩٥٪. وتلى ذلك الاختيار العشوائي لعينة من الأسر المعيشية (٥٠ أسرة) من ٢٠ شياخة من شياخايات القاهرة الكبرى، وبعدها تم مكتبياً تحديد كبار السن (٦٠ سنة فأكثر) في تلك العينة، وبلغ إجمالي عددهم مائتي مبحوث.

### وصف العينة

بلغ عدد الذكور في عينة الدراسة ١٢٧ مبحوثاً بنسبة ٦٣,٥٪. بينما بلغ عدد الإناث ٦٣ مفردة بنسبة ٢٧,٥٪.

وفي ما يتعلق بعامل السن، تبين أن أكثر أفراد العينة يقعون في الفئة من ٦٠ إلى أقل من ٧٠ عاماً (١٣٨ مبحوثاً بنسبة ٦٩٪). في حين بلغ عدد من هم ٧٠ عاماً فأكثر ٦٢ مفردة (بنسبة ٣١٪).

وعن المستوى التعليمي للمبحوثين، فقد اتضح وجود نسبة غير قليلة بينهم من

الأميين (٦١ مفردة بنسبة ٣٠,٥٪). كما أن مستوى تعليم أكثر من ثلثهم دون المتوسط. وتكاد تتساوى نسبة ذوي التعليم المتوسط منهم مع ذوي التعليم الجامعي (١٨,٥٪ و ١٥٪ على التوالي). وكان هناك ثلاثة مبحوثين من ذوي التعليم فوق الجامعي.

وبالنسبة للحالة الاجتماعية لأفراد العينة فقد كانت غالبيتهم من المتزوجين الذين لديهم أبناء (١١٧ مبحوثاً بنسبة ٥٨,٥٪) والمتزوجين (٢٥ مفردة بنسبة ١٢,٥٪)، في حين بلغ عدد الأراامل ٥٦ مبحوثاً (بنسبة ٢٨٪)، بينما كان هناك مبحوث واحد مطلق والآخر أعزب.

وتقيم الغالبية العظمى من أفراد العينة مع الزوجة ومع الأبناء أو الأحفاد أو الأقارب (١٨٣ مبحوثاً بنسبة ٨١,٥٪)، بينما يعيش الباقي بمفردهم.

وعن حالة العمل الحالية، اتضح أن نسبة غير ضئيلة من أفراد العينة لديها عمل ما رغم تجاوز سن المعاش (٣٧ مفردة بنسبة ١٨,٥٪). بينما الغالبية ظلت بدون عمل (٤٧,٥٪)، كما ارتفعت نسبة ربات البيوت (٣٤٪).

## نتائج البحث

### أولاً: موقع وسائل الاتصال الجماهيري بين أساليب قضاء وقت الفراغ

أظهرت نتائج البحث أن استخدام وسائل الإعلام يحتل المرتبة الأولى بين أساليب قضاء وقت الفراغ، وتحديداً فإن مشاهدة التلفزيون تعد سبيلهم الأول إلى ذلك حيث أفاد بهذا ١٣٦ مبحوثاً (بنسبة ٦٨٪). كما يستمع إلى الإذاعة نصف عدد المبحوثين في أوقات فراغهم (مائة مبحوث). بينما تشكل قراءة الصحف والمجلات أحد أساليب قضاء وقت الفراغ لدى ٦٧ مبحوثاً (بنسبة ٣٣,٥٪). كما يشاهد الفيديو أربعة مبحوثين. ويلي التعرض لوسائل الاتصال زيارة الأهل و الأصدقاء (٦١ مبحوثاً بنسبة ٣٠,٥٪)، ثم قراءة الكتب (٢٥ مبحوثاً). في حين يذهب ١٥ مبحوثاً إلى المقهى في وقت الفراغ (بنسبة ٧,٥٪). ويمارس الرياضة سبعة من أفراد العينة، ومثلهم يقضون وقت الفراغ في الجامع أو قراءة القرآن.

وقد يرجع اعتماد المسنين في العينة على وسائل الاتصال الجماهيري-كنشاط يغلب على غيره من أساليب قضاء وقت الفراغ- إلى الظروف الصحية والجسمانية لهذه الفئة من السكان، التي يصعب عليها القيام بنشاط آخر يتطلب



المزيد من الحركة وبذل الجهد. ومن ثم، فإن ثلثي العينة تقريبا يعتمدون على التلفزيون كوسيلة لقضاء وقت الفراغ، والنصف يعتمد في ذلك على الراديو، و هما وسيلتان يمكنهما إشباع الحاجات الاتصالية لمن يستخدمهما من دون مجهود حركي أو جسماني يذكر، ولذلك فهما أكثر ملاءمة لأوضاع المسنين.

### ثانياً: علاقة المسنين بالصحافة

١- أوضحت نتائج البحث أن أكثر من نصف العينة لا تقرأ الصحف اليومية (١٠٨ مبحوثين). وقد كان من بين هؤلاء الأفراد الأميون في العينة (٦١ مفردة بنسبة ٦٦,٣٪ ممن لا يقرأون الصحف)، كما حدث الظروف الصحية للبعض الآخر من عينة المسنين من قدرتهم على القراءة (٣٥ مبحوثاً بنسبة ٢٨٪). بينما وقف بعض المبحوثين موقفاً سلبياً من تلك الصحف، فوصفها البعض بأنه ليس بها جديد، في حين رأى عدد آخر أن التلفزيون يغني عنها (ثلاثة مبحوثين في كل حالة). وقد تعطل البعض بعدم وجود وقت يسمح له بالاطلاع على تلك الصحف (٦ مبحوثين). وذكر مبحوثان أن سعرها غال في مصر.

٢- وفي ما يتعلق بمدى التعرض للصحف اليومية بين الذين أفادوا بقراءتها (٩٢ مبحوثاً)، تبين أن ثلثي هؤلاء يقرأونها بانتظام (٦١ مبحوثاً) ، والثلث الآخر يقرأها أحياناً.

كذلك أفاد ربع عدد الذين يقرأون الصحف أنهم كانوا يقرأونها أكثر في الماضي (٢٣ مبحوثاً)، وكان السبب في هذا - لدى ثلاثة أرباعهم - هو تدهور ظروفهم الصحية وتحديدًا تناقص قدراتهم البصرية (١٧ مفردة). في حين كان العامل المادي وراء تقلص عادة قراءة الصحف لدى سبعة مبحوثين (٢١,٧٪). وذكر مبحوثان أن «الجرايد مابقاش فيها حاجة»، في إشارة إلى عدم رضاهما عن المستوى الحالي للصحف.

هذا وقد ذكر حوالى نصف عدد من يقرأون الصحف أنهم يمارسون هذه العادة من دون تغيير عبر الزمن (٤١ مفردة). بينما أفاد ٢٨ مبحوثاً بأنهم يقرأون الصحف الآن أكثر من ذي قبل (بنسبة ٣٠,٤٪)، ربما بسبب توافر الوقت الآن نتيجة للتخفف من الأعباء والمسؤوليات الوظيفية والاجتماعية مع تقدم العمر.

٣- و من ناحية أخرى تبين أن عادة قراءة الصحف اليومية ترتبط بقراءة جريدة بعينها. فقد أجاب مبحوث واحد فقط بأنه يقرأ كل الصحف المتوافرة، بينما

حدد باقي قراء الصحف في العينة جريدة بعينها أو أكثر اعتادوا قراءتها. ومثلت جريدة «الأهرام» أكثر هذه الصحف تكراراً (٦٩ مبحوثاً بنسبة ٧٥٪)، يليها جريدة «الأخبار» (٥٤ مبحوثاً بنسبة ٥٨,٧٪). وقد تناقصت بشدة معدلات قراءة باقي الصحف في عينة من يقرأونها، وبخاصة الصحف الحزبية، حيث حصلت «الوفد» على أعلى تكرار بين تلك الصحف (وهو فقط ٧ تكرارات، بنسبة ٧,٦٪)، وتليها جريدة «مايو» (تكراران)، وأخيراً جريدة «الشعب» (تكرار واحد).

٤- أما عن الطريقة التي يحصل بها من يقرأون الصحف عليها، فقد أظهرت النتائج أن الغالبية العظمى تشتري صحفها المفضلة من خلال باعة الصحف (٨٧ مبحوثاً بنسبة ٩٤,٦٪). في حين ذكر خمسة من قراء الصحف بالعينة أنهم يتبادلونها مع الآخرين، وكان ثلاثة فقط من المشتركين في تلك الصحف. وتدل هذه النتيجة على سعي الغالبية العظمى من عينة المسنين إلى اقتناء الصحف التي يفضلونها.

٥- وعن دوافع قراءة جريدة بعينها، تبين أن التعود على قراءة تلك الجريدة هو أكثرها تكراراً (٤١ مبحوثاً بنسبة ٤٤,٦٪ من قراء الصحف بالعينة). يلي ذلك ثقة المبحوث في مصداقيتها، حيث أجاب ٣٩ مبحوثاً باعتقادهم في صدق ما تعودوا على قراءته من صحف وعدم مبالغتها في ما تنشره من مادة (بنسبة ٤٢,٤٪)، كما وصف بعض المبحوثين تلك الصحف بالجدية (٢٢ مبحوثاً بنسبة ٢٣,٩٪). كذلك كان دافع التسلية محددًا لقراءة جريدة بعينها لدى ٢٨ مبحوثاً (بنسبة ١٩,٦٪).

٦- وفي ما يختص بالعادات المنظمة لقراءة الصحف، اتضح أن الغالبية العظمى ممن يقرأونها اعتادوا على ذلك في المنزل (٨٥ مبحوثاً بنسبة ٩٢,٤٪)، بينما الأقلية منهم تقرأ الصحف إما في مكان العمل (٨ مبحوثين) أو في المقهى الذي يرتادونه (٧ مبحوثين). وهي نتيجة طبيعية تتفق وأوضاع المسنين الذين يقضون معظم أوقاتهم في المنزل.

٧- كما اتضح أن عادة قراءة الصحف - لدى أغلب من يقرأونها في العينة - ترتبط بالسعي لقراءة نوعية محددة من الموضوعات. وكان على رأس هذه الموضوعات المادة السياسية في الصحف (٥٦ مبحوثاً بنسبة ٦٠٪)، يليها بفارق كبير الموضوعات الاجتماعية (٢٨ مبحوثاً بنسبة ٣٠,٤٪) ثم أخبار الحوادث (١٧ مفردة بنسبة ١٨,٥٪)، والموضوعات الدينية، والثقافية (بنسبة ١٧,٤٪ و ١٥,٢٪).

على التوالي) يليها أخبار الرياضة (١٣ مفردة بنسبة ١٤٪)، ثم الموضوعات الاقتصادية.

ومن ناحية أخرى، تبين أن هناك نسبة غير قليلة من المبحوثين لا ترتبط قراءة الصحف لديهم بتفضيل نوعية معينة من الموضوعات، وإنما يقرأونها لمتعة قراءة الصحف ذاتها (٤٣ مبحوثاً بنسبة ٤٦,٧٪).

٨- كما اتضح من جهة أخرى أن ثلثي من يقرأون الصحف بالعينة لا يرتبطون بمتابعة كاتب أو كتاب معينين في تلك الصحف (٦١ مبحوثاً بنسبة ٦٦,٣٪)، وذلك بعكس متابعة أغلبهم لنوعية محددة من الموضوعات.

٩- كذلك أظهرت النتائج أن نسبة كبيرة من المبحوثين يثيرها ما تقرأه في الصحف إلى حد مناقشته مع الآخرين (٣٩ مبحوثاً بنسبة ٤٢,٢٪). وتبين أن أكثر الموضوعات التي تدفعهم إلى التفاعل الاجتماعي حولها هي الموضوعات السياسية (١٥ مبحوثاً)، يليها الأحداث الجارية والموضوعات العامة، وأخبار الحوادث وأخبار المجتمع (٩ مبحوثين لكل فئة)، ثم الموضوعات الفنية و الأدبية (مبحوثان لكل منهما). وتشير هذه النتيجة إلى تفاعل نسبة كبيرة من قراء الصحف مع أحداث مجتمعهم، ورغبتهم في مشاركة الآخرين الرأي فيما يقرأونه حول تلك الأحداث.

١٠- وتبين من نتائج البحث عدم كفاية ما يقدم من مواد صحفية حول القضايا المختلفة المتصلة بحياة المسنين، وذلك في ما يقرأون من صحف مصرية. وقد أبدى أكثر من نصف قراء الصحف بالعينة رغبتهم في وجود باب خاص بكبار السن في الصحف والمجلات المصرية (٥١ مبحوثاً بنسبة ٥٥,٤٪)، وحدد هؤلاء الموضوعات التي يحبون أن يتحدث عنها هذا الباب في معالجة مشكلاتهم المختلفة بصفة عامة (٣٢ مبحوثاً بنسبة ٦٢,٧٪)، بينما خص البعض بالذكر موضوعات محددة مثل الموضوعات الصحية المتصلة بهم (٩ مبحوثين بنسبة ١٥,٧٪)، والرعاية الخاصة بالمسنين (٣ مبحوثين)، والعلاقة بين الآباء والأبناء (مبحوثان)، وأورد مبحوث واحد كل من موضوع المعاشات و الموضوعات الترفيهية، وكيفية الاستفادة من خبرة المسنين كموضوعات يفضل أن تتناولها أبواب المسنين في الصحف المصرية. وتوضح النتيجة السابقة تعطش نسبة كبيرة من قراء الصحف بالعينة إلى تلبية احتياجاتهم الاتصالية في ما يخص حياتهم وظروفهم من موضوعات، وهو ما لا يجدونه في ما يقرأون من صحف.

### ثالثاً: علاقة المسنين بالإذاعة المسموعة

١- في تناول البحث للعلاقة بين المسنين والإذاعة المسموعة، أظهرت النتائج وجود نسبة غير قليلة من المبحوثين لا تستمع للراديو (٤٤ مبحوثاً بنسبة ٢٢٪). وكانت أكثر أسباب ذلك تكراراً هي الاكتفاء بمشاهدة التلفزيون بالنسبة لما يقرب من نصف تلك الفئة من المبحوثين (٢١ مبحوثاً). ويلى ذلك عدم وجود جهاز الراديو ذاته أو تعطله (٨ مبحوثين بنسبة ١٨٪). بينما تعطل البعض بعدم توافر الوقت للاستماع للإذاعة، أو بظروفهم الصحية و خاصة تناقص حاسة السمع لديهم (٧ مبحوثين بنسبة ١٦٪ تقريباً لكل فئة). في حين أشار مبحوثين إلى أن برامج الراديو غير ممتعة بالنسبة لهم. وتدل هذه النتيجة على تراجع مكانة الراديو بين وسائل الاتصال بالمقارنة بالتلفزيون.

٢- وبالنسبة لمن يستمعون للراديو، فقد تبين أن أقل من نصفهم يستمعون إليه بانتظام (٧٢ مبحوثاً بنسبة ٤٦,٢٪)، في حين يستمع إليه أحياناً ٨٤ مبحوثاً (بنسبة ٥٣,٨٪).

وبناء على ما سبق، فإنه بسؤال من يستمعون إلى الإذاعة عن الوقت المعتاد لديهم للاستماع إليها، أجاب حوالى النصف بأن ذلك يتم بحسب الظروف (٧٥ مبحوثاً بنسبة ٤٨٪)، مما يؤكد عدم الانتظام في التعرض للراديو. في حين حدد الباقون فترة محددة اعتادوا فيها الاستماع إلى الإذاعة، وكان أكثرها تكراراً الفترة الصباحية (٧٢ مبحوثاً بنسبة ٤٦,٢٪) حيث يتوفر الوقت لعدم وجود عمل لديهم في هذه المرحلة العمرية. ثم تأتي بعد ذلك فترتا المساء والسهرة (بنسبة ١٦,٦٪ و ٩,٦٪ على التوالي).

٣- وأوضحت النتائج أن الغالبية العظمى ممن يستمعون إلى الراديو اعتادوا الاستماع إليه في المنزل (١٥٠ مبحوثاً بنسبة ٩٦٪ تقريباً). بينما اعتاد قلة منهم على الاستماع إليه في محل العمل (٩ مبحوثين بنسبة ٥,٨٪)، أو في المقهى الذي يرتادونه (٨ مبحوثين بنسبة ٥,٢٪).

٤- وعن دوافع التعرض للراديو، أظهرت النتائج أن أكثر من نصف من يستمعون إليه يكون دافعهم هو التسلية، أو معرفة الأخبار والأحداث (بنسبة ٥٩٪ و ٥٢٪ على التوالي). ويلى ذلك الدافع للثقف (٢٧ مبحوثاً بنسبة ١٧,٣٪). كما يلجأ بعض المبحوثين إلى الراديو لدرء الإحساس بالوحدة و إعطائهم الشعور بصحبة ما (١٩ مبحوثاً بنسبة ١٢,٢٪). كما أن البعض الآخر يدفعهم إلى استخدام الراديو

الرغبة في الاستماع إلى القرآن الكريم و البرامج الدينية (١٤ مبحوثاً بنسبة ٩٪).

٥- وتنعكس هذه الدوافع على تفضيلات المستمعين للإذاعة لما يستمعون إليه. فقد تصدر القرآن الكريم قائمة هذه التفضيلات (١٠٨ مبحوثين بنسبة ٦٩٪)، يليه الاستماع لنشرات الأخبار (٧١ مبحوثاً بنسبة ٤٥,٥٪)، ثم المواد الترفيهية المختلفة، مثل التمثيليات والبرامج المختلفة (بنسبة ٢٣٪ تقريباً لكل منهما). كما أفاد ٢١ مبحوثاً بأنهم يستمعون إلى الراديو في حد ذاته، من دون التقيد بفقرات محددة (بنسبة ١٣,٥٪)، وهو ما يتفق مع ما ذكره البعض سابقاً بأن الدافع للاستماع إلى الراديو هو الإحساس بوجود صحبة ما في المنزل. وأخيراً يأتي الاستماع للموسيقى والأغاني كفقرات مفضلة في الإذاعة (١٤ مبحوثاً بنسبة ٩٪).

٦- ومن جهة أخرى فقد اتسق اختيار المبحوثين للمحطات الإذاعية المفضلة مع استجاباتهم السابقة، سواء في ما يختص بدوافع التعرض للراديو، أو باختياراتهم للفقرات المفضلة لديهم. فقد جاء «البرنامج العام للإذاعة» كأكثر المحطات تفضيلاً (١٠٨ مبحوثين بنسبة ٦٩,٢٪)، وهو الذي يجمع بين البرامج الإخبارية و الثقافية الجادة وبين المواد الترفيهية. يليه من حيث الأفضلية لدى من يستمعون للإذاعة محطة إذاعة «القرآن الكريم»، التي تذيع فقط سوراً من القرآن مع برامج دينية (٩١ مبحوثاً بنسبة ٥٨٪ تقريباً). واحتلت إذاعة «الشرق الأوسط» - ذات الطابع الترفيهي- المركز الثالث بنسبة ٢٩,٥٪. ثم إذاعة «صوت العرب»، وإذاعة «الشباب والرياضة» (بنسبة ٦,٥٪ و ٥٪ على التوالي). في حين ذكر خمسة مبحوثين عدم التقيد بمحطة معينة، وإنما المهم الموضوع الذي يستمعون إليه (بنسبة ٣٪).

٧- وفي ما يتعلق بأسباب ودوافع اختيار المحطات الإذاعية السابقة لدى من يستمعون إليها في العينة، تبين أن أكثر هذه الدوافع هي جدية المحطة المفضلة وجودة ما تقدمه من فقرات وبرامج، بالإضافة إلى شمول تلك الفقرات وصدقها (٩٨ مبحوثاً بنسبة ٦٢,٨٪ ممن يستمعون إلى الراديو). هذا بينما كان الدافع الديني والرغبة في المزيد من الثقافة الدينية وراء اختيار المحطة المفضلة لدى ٣٧ مبحوثاً (بنسبة ٢٣,٧٪). كما كان الدافع للتسلية و الترفيه لدى ٢٨ مبحوثاً سبباً لاختيار المحطات التي تقدم المسلسلات والأغاني والبرامج الخفيفة والمسلية (بنسبة ١٨٪). وبالإضافة إلى ما سبق، فإن تفضيل البعض لما يستمعون إليه من محطات كان بسبب ما تقدمه من جرعة إخبارية (٧ مبحوثين بنسبة ٤,٥٪)، أو بسبب مجرد

التعود على تلك المحطة (٩ مبحوثين بنسبة ٥,٨٪).

٨- وإذا كان أكثر من ثلث من يقرأون الصحف يتفاعلون مع الآخرين حول ما يقرأونه، فإن هذه النسبة تقل- في حالة الراديو- عن ربع عدد من يستمعون إليه في العينة (٣٦ مبحوثاً بنسبة ٢٣٪).

وقد ذكر هؤلاء أن أكثر الموضوعات التي تدفعهم إلى التفاعل الاجتماعي حولها هي الموضوعات السياسية (١٤ مبحوثاً بنسبة ٣٩٪ تقريباً)، يليها الموضوعات الثقافية (٩ مبحوثين بنسبة ٢٥٪)، و الرياضية والترفيهية (بنسبة ١١٪ لكل منهما). بينما ذكر ١٦ مبحوثاً أنهم يتحدثون مع الآخرين حول أية نوعية من الموضوعات التي يستمعون إليها في الإذاعة (بنسبة ٤٤٪).

٩- وبسؤال الذين يستمعون للراديو في العينة عن مدى معرفتهم بوجود برامج خاصة بالمسنين في الإذاعة المصرية، أجاب قلة منهم بمعرفتهم بذلك (٢٢ مبحوثاً فقط بنسبة ١٤٪). بل انه بسؤال هؤلاء عن مدى استماعهم إلى تلك البرامج، أجاب أربعة فقط منهم بأنهم يستمعون إليها، ومع ذلك فقد أخطأ أحدهم في التعرف على أسماء برامج المسنين في الإذاعة، واعتقد خطأ أن برنامج ربات البيوت من بينهم، بينما هو أحد برامج المرأة في «محطة البرنامج العام». وتشير النتيجة السابقة إلى ضعف اهتمام من يتعرضون للراديو في العينة بالبرامج الخاصة بهم كمسنين، مما قد يشير إلى عجز هذه البرامج عن الوصول إليهم أو التعبير عن احتياجاتهم لسبب أو آخر قد يتصل بموعد الإذاعة أو مدى ملاءمة القالب الفني للبرنامج، أو مدى قدرته على اجتذاب المستمع إليه.

### علاقة المسنين بالتلفزيون

إذا كانت نتائج الدراسة قد بينت أن التعرض للتلفزيون هو أكثر الأساليب التي يلجأ إليها أفراد العينة في قضاء وقت الفراغ- كما سبقت الإشارة - فإن هذه الحقيقة قد تأكدت حينما تطرق البحث إلى تناول علاقة المبحوثين بالتلفزيون ومدى التعرض له.

١- فقد اتضح أن الغالبية العظمى من أفراد العينة تشاهد التلفزيون (١٨٤ مبحوثاً بنسبة ٩٢٪). كما تبين أن أكثر من نصف هؤلاء يتعرضون للتلفزيون بانتظام (٩٨ مبحوثاً بنسبة ٥٣,٣٪)، في حين يتعرض له أحياناً ٨٦ مبحوثاً (بنسبة ٤٦,٧٪).

٢- وحول مدى كثافة التعرض للتلفزيون لدى عينة المسنين، أظهرت النتائج ارتفاع معدلات هذا التعرض، إذ تبين أن ثلث من يتعرضون للتلفزيون في العينة يشاهدونه من ساعتين إلى ثلاث ساعات يومياً (٦٢ مبحوثاً). كما أن حوالي ربع هؤلاء يتعرضون للتلفزيون لمدة أربع ساعات فأكثر (٤٥ مبحوثاً). بينما كان هناك ١١ مبحوثاً فقط يشاهدونه لمدة ساعة أو أقل في اليوم (بنسبة ٦٪). هذا وقد أفاد أكثر من الثلث المتبقي بأنهم يشاهدون التلفزيون بحسب الظروف (٦٦ مبحوثاً). وتؤكد النتائج السابقة المكانة المرتفعة التي يحظى بها التلفزيون بين وسائل الاتصال الجماهيري في حياة هذه العينة من المسنين.

٣- وحول العادات المنظمة للتعرض للتلفزيون، أفاد حوالي نصف من يتعرضون إليه بأنه ليست هناك فترة محددة يرتبطون فيها عادة بمشاهدة برامجه وفقراته، مما يؤكد ارتباط هؤلاء بالتلفزيون في حد ذاته، بغض النظر عن نوعية ما يقدمه من فقرات (٨٧ مبحوثاً بنسبة ٤٧,٣٪ ممن يشاهدون التلفزيون). في حين أقر باقي المشاهدين في العينة بأنهم اعتادوا على ذلك في الفترة المسائية (٧٢ مبحوثاً بنسبة ٣٩,١٪)، أو في فترة السهرة (٢٨ مفردة بنسبة ١٥,٢٪)، بينما يفضل البعض الفترة الصباحية (٢١ مبحوثاً بنسبة ١١,٤٪).

٤- ومن ناحية أخرى، أكدت النتائج عدم ارتباط غالبية المبحوثين بموعد محدد في تعرضهم للتلفزيون، وهو ما يدعم النتائج السابقة حول اعتماد غالبية العينة على التلفزيون بغض النظر عن الظروف المحيطة بهذا التعرض. إذ أكدت الغالبية أن مشاهدتهم للتلفزيون لا تزيد في يوم أو أيام معينة، (١٣٥ مبحوثاً بنسبة ٧٣,٤٪). بينما أفاد ٤٩ مبحوثاً (بنسبة ٢٦,٦٪ فقط) بأن هناك أياماً محددة تزيد فيها مشاهدتهم للتلفزيون، وخاصة أيام الجمعة (بنسبة ٧٧,٥٪ من هؤلاء)، أو الخميس (بنسبة ٢٨,٥٪).

وتجدر الإشارة إلى أن تلك هي أيام الإجازة الأسبوعية أو ما قبلها مباشرة، وهذا ما أكده ٨ مبحوثين ممن تزيد مشاهدتهم للتلفزيون في أيام معينة (بنسبة ١٦,٣٪)، كما أن الفقرات التلفزيونية في تلك الأيام تكون متميزة، وهو السبب الغالب في انتقائها (٣٢ مبحوثاً بنسبة ٦٥,٣٪). بينما حدد بعض المبحوثين السبب في زيادة التعرض في أيام بعينها بعدم وجود أعباء لديهم (١٤ مفردة بنسبة ٢٨,٦٪).

٥- كذلك أظهرت النتائج أن التعرض للتلفزيون - عند غالبية من يشاهدونه

في العينة- يعد عادة اجتماعية، حيث أفاد أكثر من ثلاثة أرباع هؤلاء بأنهم غالباً ما يشاهدون التلفزيون مع آخرين (١٤٣ مبحوثاً). في حين ذكر ٤١ مبحوثاً أنهم يشاهدونه عادة بمفردهم (بنسبة ٢٢,٣٪).

٦- وحول دوافع التعرض للتلفزيون، بينت النتائج أن أهم هذه الدوافع لدى أفراد العينة هي التسلية و الترفيه (١٤٢ مبحوثاً بنسبة ٧٧,٢٪ ممن يشاهدون التلفزيون)، وتحديداً يشاهد ٣١ من المبحوثين التلفزيون لمشاهدة المسلسلات والأفلام الروائية (١٦,٨٪). ويأتي ذلك السعي لمعرفة الأخبار والأحداث الجارية (٩٨ مبحوثاً بنسبة ٥٣,٣٪)، وكوسيلة للتثقف (٢٢ مبحوثاً بنسبة ١٢٪). بينما حدد ١٧ مبحوثاً الدافع لمشاهدة التلفزيون في التخلص من الشعور بالوحدة (بنسبة ٩,٢٪).

٧- و كما تحررت عادة التعرض للتلفزيون لدى نسبة كبيرة من مشاهديه من أية محددات خاصة بالارتباط بيوم محدد، أو بوقت محدد خلال اليوم، فإن نسبة غير قليلة ممن يشاهدون التلفزيون أكدوا أنهم يشاهدون أية قناة من دون تمييز أو ارتباط بقناة محددة. ويقول آخر، فإنهم يتعرضون للتلفزيون في حد ذاته وبغض النظر عن قناة معينة (٧٨ مبحوثاً بنسبة ٤٢,٤٪).

وفي مقابل الفئة السابقة، أكد باقي مشاهدي التلفزيون في العينة تفضيلهم لقناة أو قنوات بعينها بين قنوات التلفزيون المصري، سواء القنوات الأولى والثانية، أو القنوات الإقليمية. وفي هذا الصدد حصلت القناة الأولى على أعلى تكرار (١٠٤ مبحوثين بنسبة ٥٦,٥٪). وتليها القناة الثانية (٦٠ مفردة بنسبة ٣٢,٦٪). ولأن العينة تم سحبها من منطقة القاهرة الكبرى فقد حصلت القناة الإقليمية الخاصة بها- القناة الثالثة- على أعلى تكرار بين القنوات الإقليمية الأخرى (٢٨ مبحوثاً بنسبة ١٦,٢٪)، هذا رغم وصول بث تلك القنوات جميعاً إلى منطقة القاهرة الكبرى.

٨- واتسقت دوافع تفضيل القنوات التلفزيونية مع دوافع التعرض للتلفزيون بشكل عام، حيث كان السبب في اختيار قناة محددة-لدى ما يقرب من ثلث من أجابوا بذلك- هو أن فقراتها مسلية. في حين تمثلت تلك الأسباب لدى أكثر من نصف من يفضلون قناة معينة في تلبية هذه القناة لأذواقهم واحتياجاتهم (٥٧ مبحوثاً). كما كان ارتفاع مستوى القناة سبباً في تفضيلها بالنسبة لأكثر من ربع هذه الفئة في العينة (٢٩ مبحوثاً).

٩- ومن جهة أخرى، فقد اتسقت أيضاً تفضيلات كبار السن للفقرات المختلفة



في التلفزيون مع دوافعهم للتعرض له بصفة عامة. فإذا كان أكثر هذه الدوافع تكراراً هو الدافع للتسلية والترفيه، فإن حوالى ثلاثة أرباع من يتعرضون للتلفزيون في العينة قد فضلوا مشاهدة المسلسلات الدرامية (١٣٧ مبحوثاً)، كما فضل ما يقرب من النصف مشاهدة الأفلام الروائية (٩١ مبحوثاً). وكذلك حصلت البرامج الرياضية والمباريات على ٣٠ تكراراً (بنسبة ١٦,٣٪)، والمسرحيات على ١٦ تكراراً (بنسبة ٨,٧٪)، وبرامج المنوعات و الأغاني على ١٣ تكراراً لكل منهما (بنسبة ٧٪)، وكل هذه النوعيات تدخل ضمن مواد الترفيه والتسلية.

ومن ناحية أخرى، فضل ما يزيد على ثلث مشاهدي التلفزيون في العينة البرامج الاخبارية (٦٦ مبحوثاً). في حين فضل ٥١ مبحوثاً البرامج الدينية (بنسبة ٢٧,٧٪). أما البرامج الثقافية فحصلت على ٢١ تكراراً بنسبة ١١,٤٪، وتليها بنسبة أضعف برامج المرأة و البرامج الصحية (بنسبة ٦,٥٪ و ٥,٩٪ على التوالي).

هذا ولم يحدد ٢١ مبحوثاً ما يفضلونه من برامج و فقرات تلفزيونية، وإنما ذكروا تفضيلهم لأي برامج في التلفزيون (بنسبة ١١,٤٪).

١٠- وقد تبين أن ما يقرب من ثلث من يشاهدون التلفزيون في العينة يستثيرون ما يشاهدونه من مواد إلى حد تبادل الرأي حوله ومناقشته مع الآخرين (٥٩ مبحوثاً). وحدد هؤلاء نوعية هذه المواد أساساً في المسلسلات الدرامية (بنسبة ٦٧,٨٪) والأفلام الروائية (٣٧,٧٪)، ثم بنسبة أقل كل من الاخبار و مباريات كرة القدم (بنسبة ١٣,٥٪ و ١١,٩٪ على التوالي)، فالبرامج الدينية والصحية (بنسبة ٦,٨٪ لكل منهما). بينما ذكر سبعة مبحوثين أنهم يتحدثون مع آخرين حول أية نوعية من البرامج التلفزيونية (بنسبة ١١,٩٪).

١١- وإذا كانت تفضيلات المسنين المشاهدين للتلفزيون للنوعيات المختلفة لفقراته وبرامجه لم تشمل ما يبثه التلفزيون المصري من برامج خاصة بهذه الفئة من السكان، فإن هذه النتيجة تأكدت من خلال إجاباتهم حول مدى مشاهدتهم لتلك البرامج. فقد ذكر أكثر من ثلاثة أرباع من يشاهدون التلفزيون في العينة أنهم لا يشاهدون البرامج الموجهة لجمهور المسنين (١٤٤ مبحوثاً). في حين ذكر ٤٠ مبحوثاً فقط أنهم يشاهدون هذه البرامج (بنسبة ٢١,٧٪). وقد تعرف هؤلاء على اسم البرنامج (برنامج ربيع العمر). وتعكس هذه النتيجة عدم رضاء غالبية كبار السن عن البرنامج الوحيد بالتلفزيون المصري الموجه إليهم، وعدم وفائه بالاحتياجات الاتصالية والثقافية لهم.

١٢- وأبدى ثمانية مبحوثين فقط ممن يشاهدون التلفزيون عدم رضاهم عن الصورة التي يقدم بها كبار السن في الأفلام والمسلسلات التلفزيونية (بنسبة ٤,٣٪). وكانت أسباب عدم الرضا عن هذه الصورة ترجع في أغلبها إلى عدم صدق تمثيل هذا القطاع من السكان والمبالغة في تصويرهم ، أو الاستهزاء بهم ، ومن ثم فإنه في النهاية تخرج شخصياتهم مزيفة ومتكلفة، ولا تعبر عن واقعهم الحقيقي.

### علاقة كبار السن بالسينما والمسرح

على العكس من اعتماد أغلبية عينة كبار السن على التلفزيون كمصدر للتسلية والمعلومات، فإن نتائج البحث قد أظهرت ضعف العلاقة بين جمهور المسنين وكل من السينما والمسرح.

فبالنسبة للسينما، اتضح أن أربعة مبحوثين فقط هم الذين يترددون على دور العرض السينمائي (بنسبة ٢٪)، كما أن ترددهم عليها ليس بصفة منتظمة، وإنما يتم أحيانا بحسب الظروف. وأفاد هؤلاء بأن معدل ترددهم على تلك الدور كان أكثر في الماضي منه الآن.

وعند دراسة أسباب عدم التردد على دور العرض السينمائي لدى من لا يرتادها، تبين أن أغلب تلك الأسباب تكمن في تراجع الظروف الصحية (١٠٧ مبحوثين بنسبة ٥٤,٦٪)، ويليها بفارق كبير في التكرار عدم توافر الوقت اللازم لارتياها (٣٧ مبحوثاً بنسبة ١٨,٩٪). كما شكل ارتفاع تكلفة الذهاب إلى السينما سبباً آخر في عزوف البعض عن مشاهدة الأفلام الروائية في دور العرض (٣٥ مبحوثاً بنسبة ١٧,٩٪)، بينما كان هبوط مستوى الأفلام الحالية سبباً في عزوف البعض الآخر (٢٥ مفردة بنسبة ١٢,٨٪). كذلك أوضحت النتائج عدم تعود البعض على الذهاب إلى السينما من قبل (١١ مبحوثاً بنسبة ٥,٦٪)، ومثلهم يستغني عنها بالتلفزيون والفيديو، وأفاد مبحوثان بأنهما «كبرا على ارتياد السينما»، ومثلهما رفضاها لأسباب دينية.

أما بالنسبة للمسرح، فقد أوضحت النتائج أيضا ضعف علاقة أغلبية أفراد عينة كبار السن به، حيث تبين أن عدد من يترددون على دور المسرح لا يتعدى ٩ أفراد (بنسبة ٤,٦٪ من إجمالي العينة)، وأن هؤلاء يترددون عليها أحيانا بحسب الظروف وليس بصفة منتظمة. كما اتضح أن ثلثي هذه الفئة من العينة (سنة أفراد) كانوا يترددون على المسرح بمعدل أكثر في الماضي.

وقد ظهر أن أكثر أسباب عدم ارتياد المسرح- لدى من لا يتردد عليه- هي عدم سماح الحالة الصحية بذلك (١١٤ مبحوثاً بنسبة ٥٦,٧٪)، وذلك نظراً لما هو معروف من تأخر مواعيد بدء أغلب العروض المسرحية، وامتدادها لوقت متأخر في الليل، وهو ما حدده ٢٢ مبحوثاً كسبب مباشر في عدم ارتيادهم للمسرح (بنسبة ١١,٥٪). كما ذكر البعض ارتفاع التكلفة الحالية لارتياد المسرح كمعوق في هذا السبيل (٥٥ فرداً بنسبة ٢٢,٨٪). كذلك كان عدم الرضا عما يعرض من مسرحيات سبباً في مقاطعة المسرح لدى ٢٦ مبحوثاً (بنسبة ١٣,٦٪). و أفاد ١٢ مبحوثاً أن مشاهدة المسرحيات في التلفزيون والفيديو تكفيهم كبديل عن ارتياد المسرح (٦,٣٪). بينما قاطع مبحوثان المسرح لأسباب دينية.

وتوضح النتائج السابقة ضعف علاقة أغلبية أفراد عينة كبار السن بكل من السينما والمسرح، لأسباب يتعلق أغلبها بظروف هؤلاء المبحوثين أنفسهم، وبخاصة حالتهم الصحية، حيث يتطلب التعرض لكل من هاتين الوسيلتين الانتقال إلى دور العرض الخاصة بكل منهما، والتقيد بمواعيد العروض نفسها، وهي غالباً ما تكون غير ملائمة، خاصة في حالة المسرح. ومن ناحية أخرى، فإن العوامل الخاصة بتراجع مستوى ما يعرض في السوق المصري من أفلام ومسرحيات، وارتفاع تكلفة ارتيادها تشكل أيضاً بعض أسباب العزوف عن التردد على دور العرض السينمائي والمسرحي لدى نسبة غير قليلة من أفراد العينة.

### الخلاصة

يمر المجتمع المصري- ضمن المجتمعات العربية و النامية- بتغيرات اجتماعية جذرية، فرضت بين ما تضمنته تحولا في نمط الأسرة من الأسرة الممتدة إلى تلك النووية وتغيرا في النسق القيمي المنظم للعلاقات الاجتماعية والأسرية، وما ارتبط بذلك من ضعف وفتور في الصلات بين الأجيال المتعاقبة. وقد تركت هذه التغيرات ظلالتها على نمط ونوعية الحياة التي تحياها فئة كبار السن، حيث تتسع دائرة الفراغ الاجتماعي المحيط بهم، ويزداد الشعور بالعزلة والوحدة، بالإضافة إلى اهتزاز الموقع القيادي لكبار السن في الأسرة. هذا في الوقت الذي يحدث فيه تناقص طبيعي في أفراد الجيل الواحد، بما فيهم من أقران وأقارب وأصدقاء، بجانب حدوث تراجع متفاوت في الحالة الصحية بحكم التقدم في العمر، مع تناقص في القدرة على القيام بنشاط فيزيقي أو حركي. وبالتالي تتسع دائرة الاحتياجات الاجتماعية المختلفة لفئة المسنين، ومنها الاحتياجات الثقافية والاتصالية.

من هنا تحتل وسائل الاتصال الجماهيري مكانة عالية في حياة كبار السن، كنوع من التعويض عن الفراغ الاجتماعي ودرءاً للشعور المتزايد بالعزلة عن العالم المحيط بهم. وقد أظهرت نتائج الدراسة الراهنة حول علاقة كبار السن بوسائل الاتصال الجماهيري احتلال هذه الوسائل لمكانة كبيرة في حياة الغالبية العظمى من أفراد عينة البحث، وذلك كأسلوب أمثل لقضاء وقت الفراغ، يتفق وظروفهم الصحية والجسمانية. وتراجعت أمامها باقي أنشطة الترويح و الترفيه كزيارة الأهل والأصدقاء أو القراءة وممارسة الرياضة.

ومن بين وسائل الاتصال الجماهيري برز التلفزيون كأكثرها ملائمة لأوضاع المسنين، وفرض هيمنته وتفوقه على الوسائل الاتصالية الأخرى من حيث نسبة التعرض له والانتظام فيه. فإذا كانت الأمية بجانب الظروف الصحية والاقتصادية تحد من التعرض للصحف بين أغلب أفراد عينة كبار السن، فإن الغالبية العظمى منهم تشاهد التلفزيون باعتباره لا يتطلب مهارات في القراءة، كما تكاد تنعدم تكلفته الاقتصادية المستمرة، هذا بالإضافة إلى كونه وسيلة تتجمع فيها إمكانات ووظائف الوسائط الأخرى من تثقيف وترفيه وإخبار. كذلك فإن بعض أفراد العينة اعتبروه بديلاً من الراديو، حيث يشبع ذات الاحتياجات وان كان يتفوق عليه بالصورة والحركة.

وقد أظهرت النتائج أن التعرض للتلفزيون بين أغلب أفراد عينة المسنين مطلوب في حد ذاته، ولا يرتبط بشروط محددة مثل تفضيل فترة بعينها من البث التلفزيوني أثناء اليوم، أو الارتباط بأيام معينة أو حتى قنوات محددة، وإنما هو هدف في حد ذاته. هذا على العكس من التعرض للصحف لدى من يقرأونها في العينة، إذ ارتبط ذلك بقراءة صحيفة بعينها، بل وموضوعات مقصودة ومحددة في تلك الصحيفة. أما الاستماع للراديو، فإنه يتم بحسب الظروف انعكاساً لعدم الانتظام أو المواظبة على التعرض له.

كذلك بينت النتائج أن غالبية عينة المسنين تسعى للتعرض للتلفزيون بهدف الإمتاع والتسلية والترفيه أولاً وقبل معرفة الأخبار أو التثقيف، الأمر الذي يعبر عن نظرة هؤلاء للتلفزيون كوسيلة ترفيهية في المحل الأول، تدفعهم إلى ذلك الرغبة في ملء الفراغ، الذي يزداد بتقدم العمر، والتحلل من الواجبات الأسرية وأعباء العمل. هذا في الوقت الذي يبرز فيه التعرض للصحف كعادة يومية لدى ما يقرب من نصف من يقرأونها بالعينة، ويسعون فيها لقراءة موضوعات محددة سياسية غالباً بينما

يتراجع موقع الصحف كوسيلة للتسلية والترفيه. في حين تساوى الدافع للتسلية مع معرفة الأخبار والأحداث لدى من يستمعون للراديو في العينة.

وانطلاقاً من النتيجة السابقة، فإن النظرة للتلفزيون كوسيلة للإمتاع والترفيه قد حكمت تفضيلات الأغلبية العظمى من أفراد عينة المسنين لما يشاهدونه فيه. ولذلك جاءت المادة الروائية، من مسلسلات وأفلام درامية، في مقدمة قائمة فقرات التلفزيون المفضلة، بجانب البرامج والمباريات الرياضية، وبرامج المنوعات والأغاني المصورة. وبينما يتابع ثلث مشاهدي التلفزيون في العينة نشرات الأخبار، فإن الاستماع إليها في الراديو لم يسبقه في تفضيل المستمعين في العينة سوى الاستماع إلى القرآن الكريم. كما تحتل الموضوعات السياسية، من أخبار ومقالات، المكانة الأولى بين المواد المفضلة لقراء الصحف في عينة كبار السن.

وتوضح النتيجة السابقة أن ضعف العلاقة بين الغالبية العظمى من عينة المسنين وكل من السينما والمسرح كوسيلتين للاتصال لا يأتي كانعكاس للعزوف عن هاتين الوسيلتين، إذ تشكل الأفلام الروائية والمسرحيات نوعية مفضلة إلى حد كبير بين ما يفضله مشاهدو التلفزيون في العينة. ولكن يبدو أن العلة تكمن في ظروف وأوضاع العروض السينمائية والمسرحية الحالية والتي أصبحت غير ملائمة لأوضاع أغلبية المسنين في العينة، هذا بالإضافة إلى عوامل أخرى تتصل بنوعية ما يقدم من أفلام ومسرحيات في الآونة الأخيرة بصفة عامة.

وإذا كانت وسائل الاتصال الجماهيري \_ وعلى قمتها التلفزيون \_ تشغل هذه المكانة المتقدمة في حياة كبار السن في العينة، فإن النتائج قد أكدت تعطش غالبيتهم لوجود إعلام متخصص موجه لتلبية احتياجاتهم الاتصالية والثقافية. فعلى الرغم من وجود صحافة متخصصة موجهة للفئات الاجتماعية المختلفة، كالمراة والطفل والشباب، إلا أن المجال يخلو من صحافة مصرية مخصصة لكبار السن. كما أن هناك عدم انتظام في مخاطبة قضايا هذه الفئة من السكان في الصحف والمجلات العامة، حيث يندر وجود الأبواب الثابتة الموجهة إليهم. أما في الإذاعة والتلفزيون فرغم وجود برامج تخاطب كبار السن، فإن البحث قد خرج بمؤشرات حول وجود فجوة بين تلك البرامج وبين الجمهور المستهدف لسبب أو آخر.

وبالنظر إلى التطورات الراهنة المتصلة باستخدام وسائل الاتصال الجماهيري فإن المجال أصبح يتسع بوضوح واطراد أمام الوسائل المرئية، وذلك استجابة للإمكانات المذهلة التي أصبحت تتمتع بها تلك الوسائل، واختراقها لحواجز الزمان

والمكان -بعد تجاوزها لحاجز اللغة من قبل- نتيجة لما أصبحت تملكه من قدرات تكنولوجية عالية. وتكتسب هذه الحقيقة معنى خاصاً إذا ما اتصل الأمر بفئة كبار السن وعلاقتهم بوسائل الاتصال الجماهيري. إذ تفيد نتائج الدراسة الاستطلاعية التي نحن بصدها بمؤشرات تدعم اتجاه تلك الفئة إلى الاعتماد على الوسائل المرئية أكثر من غيرها، انطلاقاً من ظروفها الخاصة التي تدفعها إلى استخدامها للترفيه وملء الفراغ الاجتماعي الذي تحياه، وتمشياً في الوقت نفسه مع معطيات المناخ المحيط الذي أصبح يفرض السيادة لثقافة الصورة في مقابل الكلمة المطبوعة أو المسموعة.

## الإِنترنت وَدَوْرُ المَدْرَسَةِ

عندما شاع استخدام الراديو والتلفزيون في منتصف الستينات وقف التربويون مواقف نقدية من تأثير الوسائل السمعية والبصرية في التلامذة والمدرسة. وتمسكت المدرسة بالثقافة التقليدية المبنية أساساً على الكتاب ورفضت تبني الثقافة السمعية البصرية مرتكزة على فكرة السلبية التي تحملها الصورة<sup>(١)</sup>، وعلى اتهام تلك الوسائل بتعميق الفوارق الطبقية<sup>(٢)</sup>. ثم ما لبث التربويون والمدافعون عن الطرائق الناشطة في التعليم أن تبنوا تلك الوسائل في محاولة لتدجينها وتحميلها الثقافة المدرسية<sup>(٣)</sup>. ولم يحسم علماء النفس أو التربويون بدراساتهم إيجابية استخدام تلك الوسائل<sup>(٤)</sup> حتماً قاطعاً.

وأتى تطور الحاسوب في بداية التسعينات مع ما شهد المجتمع العالمي من تطور في الاتصال الإلكتروني ليُستوعب في المدرسة استيعاباً طبيعياً. فما واجهته الوسائل السمعية البصرية من حذر وتردد وخوف في المؤسسات التعليمية تخطته قوة التواصل الإلكترونية التي

(١) PIAGET: - Psychologie et pédagogie. - Paris: Gonthier, 1969.

(٢) SNYDERS: - Ecole, classe et lutte de classe. - Paris: PUF, 1976.

(٣) PORCHER: - L'école parallèle. - Paris: Larousse, 1974.

(٤) POUTS-LAJUS: - L'école à l'heure d'internet. - Paris, Nathan (Pédagogie), 1998.

كلاديس معاذة عازار

الكتاب

رعت بداياتها الجامعات الأميركية. وبادر السياسيون على أعلى المستويات في الولايات المتحدة (أل غور) إلى تبني برامج لتجهيز المدارس بالحاسوب وربطها بشبكة الإنترنت. وتبعَت أوروبا هذا النهج. ولم نتردّد نحن في مجتمعنا بتبني المنطق عينه، في محاولات لتعميم هذا الاتجاه في المدارس الرسمية.

### هدف البحث:

في هذا السياق وفي ظل انتشار أوسع لمختلف وسائل الاتصال وبخاصة الإنترنت، تُطرح إشكالية التواصل/التعليم Former, enseigner/informer, communiquer. فالتعليم من حيث هو علاقة بين معلم ومتعلم هو في جزء منه عملية تواصلية. وفي ظل تنامي وسائل اتصال أخرى، تجد المدرسة نفسها أمام خيارات وأدوار جديدة من المفترض أن تعيها حتى تحضن تلامذتها. فهل يستخدم تلامذة المرحلة المتوسطة الإنترنت؟ وما هو مستوى امتلاكهم تلك الوسيلة؟ ما هي استخداماتهم إياها؟ ما هو موقف الأهل من ذلك؟ كيف يوظف الوقت المستهلك أمام شاشة الحاسوب؟ ما هي لغة التواصل المعتمدة؟ انطلاقاً من ذلك ما هي الأدوار التي يمكن أن تسهم فيها المدرسة في ظل تنامي التواصل الإلكتروني؟.

### طريقة البحث:

نتناول في هذا البحث تلامذة المرحلة المتوسطة (١٠ - ١٥ سنة) ولقد حاولنا في مرحلة أولى أن نغطّي في بحثنا عينة من المدارس الرسمية، والخاصة والمجانية في المرحلة المتوسطة. لكن الاستطلاع الميداني لعدد من المدارس الرسمية والمجانية أظهر ضعف جدوى المحاولة. إذ إن استخدام تقنية التواصل تلك أي الإنترنت مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالمستوى الاجتماعي الاقتصادي للأهلين.

فلم نجد في المدارس الرسمية الثلاث التي استفتيناها أية حالة استخدام للحاسوب أو الإنترنت. لذا تمّ اختيار ثلاث مدارس خاصة اثنتين منها في بيروت وواحدة في المتن. ولقد راعينا اختيار مدارس خاصة ذات أقساط متوسطة وما فوق أي تتراوح بين ثلاثة وخمسة ملايين ليرة لبنانية. تؤمن تدريس استخدام الحاسوب في مناهجها وتعتمد مرة الفرنسية كلفة ثانية ومرة الإنكليزية، أما الثالثة فهي تعتمد ثنائية اللغة، أي الفرنسية والإنكليزية. وتمّ توزيع ٦٨٦ استمارة على تلامذة المتوسط.



وجاء توزيعهم بحسب المدارس كالتالي:

مدرسة المتن*	١	٢٦٧	٪٣٩
مدرسة بيروت الأولى**	١١	٢٢٧	٪٣٣
مدرسة بيروت الثانية***	١١١	١٩٢	٪٢٨
المجموع	٦٨٦		

- \* ثنائية اللغة، متوسطة الأقساط.
- \*\* فرنسية اللغة، مرتفعة الأقساط.
- \*\*\* إنكليزية اللغة، متوسطة الأقساط.

ولقد توزّع التلامذة بحسب الجنس على الشكل التالي:

البنات	٢٥٣	٪٣٧
الصبيان	٤٣٣	٪٦٣
المجموع	٦٨٦	٪١٠٠

#### ١ - الوضع الاقتصادي الاجتماعي للأهل:

إن نوع المدرسة المختارة من الأهلين والأقساط التي يؤمنونها هي من العوامل الأساسية التي تحدّد مستوى الأهلين الاقتصادي الاجتماعي. يضاف إلى ذلك ويؤكدّه المستوى التعليمي للوالدين وطبيعة عملهما. فما هو المستوى التعليمي للأب في العينة؟ وما هو المستوى التعليمي للأم؟.

مستوى الأب التعليمي		مستوى الأم التعليمي	
دون الابتدائي	٦	٪١	٤
ابتدائي	٤	٪١	٥
تكميلي	٣٢	٪٥	٢٢
ثانوي	١١٨	٪١٧	١٧٢
جامعي	٥١١	٪٧٤	٤٧٢
لا جواب	١٥	٪٥٢	١١
المجموع	٦٨٦	٪١٠٠	٦٨٦

نلاحظ من خلال العينة، أن الأهلين يتمتعون وبنسب عالية بمستوى التعليم الجامعي (٦٩٪ من الأمهات و٧٤٪ من الآباء). فما هي أنواع المهن التي يمارسها الأهلون؟

	مهنة الأب	مهنة الأم	
١ - في القطاع العام <sup>(٥)</sup>	٢٢	١١	٣٪
٢ - مهن في القطاع الخاص <sup>(٦)</sup>	١٦٢	٢٣	٢٤٪
٣ - مهن حرة <sup>(٧)</sup>	٢٧٥	٦٧	٤٠٪
٤ - موظف قطاع عام	٢٠	١١	٣٪
٥ - موظف قطاع خاص	١٥٨	١٤٠	٢٣٪
٦ - مهن الجيش	٢٧	١	٤٪
٧ - لا مهنة	٣	٤٢٠	٠٪
٨ - لا جواب متوفى	١٩	١٣	٣٪
المجموع	٦٨٦	٦٨٦	١٠٠٪

نلاحظ من خلال الجدول ما يلي:

٤٠٪ من الآباء يعملون في قطاع المهن الحرة (مهندس، محام، طبيب...).

٢٤٪ يمارسون مهناً في القطاع الخاص و٢٣٪ يعملون أجراء في القطاع الخاص بينما يقل وجودهم في القطاع العام.

أما في ما يخص الأمهات فإن غالبيةهن لا يعملن ومن عملن منهن، ففي القطاع الخاص (٢٠٪) وبنسبة أقل في المهن الحرة.

إن هذه النتائج تسمح لنا بالاستنتاج أن الأهلين بشكل عام ذوو مستوى تعليمي جامعي وغالبيةهم، وبخاصة الآباء، يقومون بمهن ذات ملاكات عليا فيدفعهم موقعهم إلى محاولة دائمة لرفع مستوى كفاءتهم والتجديد لمواكبة التقدم. أما النساء وإن كنَّ بغالبيةهن جامعات فهن لا يعملن خارج المنزل ويهتمن بتربية أولادهن

(٥) أي أستاذ جامعي، مدير عام...

(٦) صاحب اختصاص يعمل في القطاع الخاص.

(٧) طبيب، محام...

رافدات إياهم بالثقافة التي يكتنزن.

هل يؤثر مستوى الأهل التعليمي والاقتصادي الاجتماعي في استخدامهم الإنترنت؟ يبدو أن الأب هو المستخدم الأكبر فهو في ٤٨٪ من الحالات يستخدم تلك الوسيلة ويتبع الأخوة والأخوات السلوك عينه بنسبة ٤٢٪ وتتخلف الأم عن اللحاق بالركب إذ أن نسبة الأمهات اللواتي يستخدمن الإنترنت لا تتعدى ١٠٪.

## ٢ - امتلاك تقنيات التواصل:

يمتلك ٥٨٤ من أصل ٦٨٦ تلميذاً حاسوباً في منزله (٨٥٪) ويشترك ٦٦٪ من مجموع التلامذة الذين يمتلكون حاسوباً في منازلهم بالإنترنت (٢٨٦ تلميذاً). ويظهر أن ٩٣٪ من التلامذة الذين يمتلكون حاسوباً يستخدمونه ولم نلاحظ تفاوتاً في استخدامه بحسب الجنس. يبقى السؤال عن وجهة استخدام الحاسوب.

إن وجهة الاستعمال الأكثر شيوعاً للحاسوب هي الألعاب الإلكترونية، ونلاحظ أن ٤٨٪ من التلامذة ينصرفون أولاً إلى الألعاب الإلكترونية بينما يستخدم ٢١٪ استخداماً أساسياً للحاسوب للتواصل عبر الإنترنت. ولا تحتل المدرسة إلا حيزاً ضعيفاً في استخدامات الحاسوب ٨٪. إن هذا الاستخدام للحاسوب أداة للعب واللهو لا يدل على خصوصية معينة للتلامذة في هذا السن. ففي دراسة ظهرت في فرنسا، يتبين أن ألعاب الفيديو تتجه لتصبح ظاهرة ثقافية تشمل الشباب وغيرهم نظراً للتهافت على استخدام الألعاب وشرائها (Logiciel). هذا وتزدهر صناعة هذه المواد محققة في الولايات المتحدة الأميركية نمواً سنوياً يزيد على ٥٠٪ وهي تتوجّه إلى الفتیان بعامّة حيث هم يشكلون ٩٥٪ من مستخدمي هذه الألعاب<sup>(٨)</sup>.

(٨) in «Les pratiques culturelles des Français-enquête 1997», sous la direction d'Olivier Donnat.

La documentation Française, département des études et de la prospective, 327 p.

(٩) Le DIBERGER. L'Univers des jeux vidéos. - Paris: la découverte, 1998. (coll (cahiers libres)), 1998.

## وجهة استخدام الحاسوب:

اللعب	%٤٨
البحث في الموسوعة	%١٨
القيام بالواجبات المدرسية	%٨
الإنترنت	%٢١
لا جواب	%٥
المجموع	%١٠٠

يظهر متغير الجنس أن استخدام الصبيان يتركز أكثر على الألعاب الإلكترونية (٥٧%) يليه الإنترنت والبحث في المراجع بنسب (١٧% و١٦%). أما الفتيات وإن كنَّ يتبعن المنحى عينه إلا أن اهتمامهن بالألعاب (٣٥%) يخف بصورة كبيرة عن الصبيان لمصلحة التواصل عبر الإنترنت والبحث (٢٧% و٢٢%).

نخلص إلى القول: إن نسبة كبيرة من تلامذة العينة يمتلكون حاسوباً. كما يشترك قسم كبير منهم في الإنترنت حتى إن نسبة ٢١% يستخدمون الحاسوب للتواصل أولاً عبر الشبكة. يبقى أن الأهمية الأولى هي للعب في عالم خيالي وتبتعد المدرسة عن تلك الوسائل بهمومها حتى يصبح الحاسوب والإنترنت مرادفين للهو والاستمتاع والتواصل بشكل حصري.

## ٣ - كيف يستخدم التلامذة الإنترنت؟

يشترك ٦٦% من مجموع التلامذة الذين يمتلكون حاسوباً في منازلهم بالإنترنت (٣٨٦). هل يراقب الأهلون هذا الاستخدام؟ تشير الإحصاءات إلى أن ٧٣% من الأهل يسمحون لأولادهم باستخدام الإنترنت. وهذا إن دلَّ على شيء فهو يدل على الموقف الإيجابي الذي يبديه الأهلون من وسيلة التواصل تلك. فالإبحار عبر الشبكة أمر مسموح وربما كان ذلك مؤشراً إلى أمية الأهلين وبخاصة الأم كما رأينا في هذا المجال وعدم تقديرها إمكانات هذه الشبكة. أما ١٠% من الأهلين فلا يسمحون لأولادهم باستخدام الإنترنت إما لكلفته أو تخوفاً من خطورة إمكاناته.

يمضي ٢٩% من التلامذة ما بين ساعة وساعتين من الوقت يومياً على الشبكة ويمضي ٢٨% منهم أقل من ساعة ويتجاوز ١٢% منهم الساعتين. فيكون مجموع

المستهلكين اليوميين للشبكة ٩٦٪ من التلاميذ مما يشكّل هدراً كبيراً للوقت بحال افتقد مستهلك الإنترنت التوجيه والإرشاد. فما هي أوجه استخدامهم للإنترنت؟ تأتي المحادثة (Chatting) بالدرجة الأولى من الأهمية من حيث استخدام التلامذة للشبكة فهم يتبنون هذه الطريقة للتعرف، واللهو وتبادل المعلومات وهذه الطريقة النشطة تستمدّ سحرها من إمكانية التواصل السريع مع المجهول أو مع أصدقاء غير مرئيين دونما حرج في تلك الفترة من العمر. إن هذه الطريقة على حلاوتها لها محاذير عدة تفرض على الأهلين ضبط المحادثة من قبلهم واعتماد بروتوكول عائلي حتى لا يتعرّض استعمال الشبان والشابات اليانعين إلى مختلف أنواع المخاطر<sup>(١٠)</sup>: كالدعاية الكاذبة، والتنكّر تحت ستار اسم مستعار أو شخصية مستعارة... مما يمكن أن يؤدي إلى لقاءات فعلية قد لا تخلو من الخطر. يلي المحادثة من حيث أهمية استعمال البريد الإلكتروني وهو أسهل استعمالات الإنترنت التي تخدم التواصل وتحافظ على العلاقات. أما البحث عن المعلومات فيأتي على الدرجة عينها من الأهمية. ولا يستهوي اللعب بالمودم إلا القليل من التلامذة.

#### أوجه استعمال الإنترنت

المحادثة	٣٨٪
البريد الإلكتروني	١٦٪
الإبحار (البحث عن المعلومات)	١٦٪
اللعب بالمودم	٤٪
لا جواب	٢٦٪

إن متغير العمر يظهر أنه كلما تدرّج التلامذة في العمر فإنهم يميلون إلى تغليب الإبحار عبر الشبكة على المحادثة. وهذا ربما يشكّل تصويماً لمسار الأمور يرتبط بتطور وعي الشبان وإدراكهم إمكانيات استفادة أفضل من الوسيلة.

(١٠) IZENBERG. LIEBERMAN: - «The Web, communication trends, and children health». Part 5 in *Clinical Pediatrics*, vol. 37, fasc. 7, 1998, pp. 397-403.

## دوافع استخدام الشبكة

يميل ٣٤٪ من التلامذة إلى التفتيش أولاً عن الصور، تليها الموسيقى ٢٢٪ ويتبعها بعيداً النص بنسبة ١٨٪. إن متغير الجنس يظهر أن الفتيات يفتشن أقل عن الصور (٢٧٪) وأكثر عن الموسيقى (٤٦٪) بينما يعمد الصبيان إلى تغليب الصورة (٥٧٪) على الموسيقى (٢٠٪) وبكل الأحوال يأتي النص في آخر الاهتمام. يبدو أن النصوص التي يبحث عنها تلامذتنا تخدم اهتماماتهم التي تتمحور بحسب الأهمية: الرياضة ٢٩٪، الأخبار ١٣٪، الموسيقى ١٣٪، سير النجوم ٧٪ والسلع ٣٪.

أما المواقع التي يزورون عبر الشبكة فهي:

رياضة، سيارات	١١٤	٣٩٪
ترفيه	٨٤	٢٩٪
سير مشاهير	٦	٢٪
أخبار سياسية	٢٥	٩٪
جنس	١٢	٤٪
فن	٣٥	١٢٪
تكنولوجيا	١٦	٥٪
المجموع	٢٩٢	١٠٠٪

تتدرج المواقع التي يزورها تلامذتنا على الشبكة، فهي أساساً تتعاطى الرياضة (٣٩٪) ومن ثمّ الترفيه (٢٩٪) عبر البحث غير المركز. وتأتي المحاور الأخرى السياسة (٩٪)، الفن (١٢٪)، الجنس (٤٪)، التكنولوجيا (٥٪) بنسب ضعيفة متقاربة من حيث الأهمية.

حاولنا التأكد من إمكانية تلامذتنا ذكر موقع على الشبكة فأنت الإجابات على

الشكل التالي:

لم يذكر موقعاً	٦٠٪
ذكر موقعاً ذكراً خاطئاً	٢٣٪
ذكر موقعاً	١٧٪

إن عدد الذين يستخدمون الإنترنت كبير نسبياً أما عدد الذين لم يستطيعوا تحديد اسم موقع فكثير والسبب هو جهل معنى كلمة الموقع، فلقد ذكر بعضهم بالتحديد أنه لم يفهم السؤال والبعض الآخر أجاب بحسب الموضوع. فإذا كان لدى ٣٨٦ تلميذاً خط إنترنت ولدى ١١٤ إمكانية استخدام الإنترنت من وقت لآخر فإن ١٧٪ فقط منهم استطاعوا تحديد موقع وهذا أمر يدعو إلى أخذ العبرة. إذ إن أولئك التلامذة يبحرون عبر الإنترنت دونما منهجية ودونما معرفة بالبداهيات فيأتي الاستخدام ضعيف الإمكانيات.

إن متغير الجنس يظهر فروقات تكاد تكون تقليدية: فالفتيات لا يعبأن بالرياضة، ولا يهتمن بالمواقع التكنولوجية ولا يجرؤن على الإبحار أو التصريح عن الإبحار على المواقع الجنسية ويرتفع الاهتمام عندما يتعلق الأمر بالفنانين والترفيه وسير المشاهير. فيعكس هذا الترتيب الفروقات الاجتماعية Socialisation التي يواجهها ويتطبع بها الجنسان.

المواقع بحسب الجنس	ذكور	إناث
رياضة	٪٨٥	٪١٥
ترفيه	٪٥٨	٪٤٢
سير المشاهير	٪٦٦	٪٣٤
سياسة	٪٦٨	٪٣٢
جنس	٪١٠٠	٪٠
فن	٪٣٧	٪٦٣
تكنولوجيا	٪٨١	٪١٩

نخلص إلى القول إن اللهو والتسلية والتواصل والرغبة في التفتيش عن المعلومات تقود خطى تلامذتنا في استخدامهم الإنترنت. ولقد أظهرت إحدى الدراسات الأميركية أن أسباب استخدام الإنترنت من قبل الشبان هي التالية: التسلية، التواصل الشخصي والتمكين (Empowerment)<sup>(١١)</sup>.

(١١) Ibid. - «The Web. Communication Trends, and children's Health» in Clinical Pediatrics; vol 37, 1998, pp. 335-340.

## لغة الإبحار والإنترنت:

لقد ذكرنا أن تلامذتنا يجيدون لغة أجنبية أو لغتين. أما اللغة التي يستخدمونها للإبحار فهي الإنكليزية بنسبة ٩٦٪، ويحصر ٤٪ لغة البحث بالفرنسية. وهذا يشير إلى ارتفاع أعداد المواقع الأميركية التي تهتم تلامذتنا وضعف وجود المواقع الفرنسية أو عدم اهتمام التلامذة بها. أما المواقع العربية فيظهر أن ١٣٪ فقط من التلامذة يفتشون عنها، بينما يكتفي الباقون بالمواقع الأجنبية.

وهذا يطرح صراحة إشكالية كثافة الإنتاج الإلكتروني الأميركي بكل أنواعه، وضعف أو انعدام وجود إمكانية لاستخدام اللغات الأخرى، مما يظهر هيمنة تلك اللغة وضرورة امتلاكها بحال رغب مستهلك المعلومات في زيارة مواقع مختلفة.

### خلاصة عامة

١ - إن الإنترنت هي وسيلة اتصال تزيد من حدة الفروقات التطبيقية. فاستخدامها الفعلي يتم من قبل تلامذة يطغى عليهم مستوى اجتماعي تعليمي اقتصادي مرتفع. فكلية تلك الوسيلة المالية مرتفعة، والتحسس بفائدتها مرتبط بمن يملك الإمكانيات.

٢ - ينتشر استخدام الحاسوب بين تلامذة العينة بنسبة كبيرة ويأتي اللهو في مقدمة أسباب استخدامات هذه الوسيلة.

٣ - ينتشر استخدام الإنترنت بنسبة أقل من الحاسوب بين أفراد العينة ويتركز اهتمام التلامذة تركيزاً أساسياً على الرياضة والترفيه. كما أنهم يهتمون أساساً بالمحادثة على الإنترنت.

٤ - يمضي التلامذة المشتركون بالإنترنت أوقاتاً طويلة يومياً أمام الشاشة بموافقة الأهل مما يطرح مشكلة المراقبة والتوعية والتوجيه خاصة وأن الأمهات اللواتي هنّ بغالبيتهم غير عاملات في الخارج لا يجدن استخدام تلك الوسيلة.

٥ - لا يستطيع غالبية مستخدمي الإنترنت ذكر موقع بالشكل الصحيح مما يطرح مشكلة المعرفة العلمية لهذه الوسيلة وإمكانياتها.

٦ - لا يستخدم تلامذتنا إلا اللغة الإنكليزية للإبحار وهذا طبيعي إذ أن أغلبية المواقع هي باللغة الإنكليزية مما يطرح مشكلة اللغة العربية وضعف وجودها على الشبكة الإلكترونية وبالتالي مشكلة التغريب الثقافي الذي يستفحل وضعه حين



نتطرق إلى استخدام هذه الوسيلة. فحتى لو أراد تلامذتنا الإبحار عبر شبكة معلومات عربية فلن يكون الأمر ممكناً نظراً لضعف وجودها.

٧ - لا نتطرق المدارس إلى تعليم كيفية استخدام الإنترنت وإن شكّل استخدام الحاسوب جزءاً من برامجها، بل هي تدرس تقنية استخدام هذا الأخير.

لم يعد بإمكان المجتمع التربوي التفاوضي عن استخدام الإنترنت، صحيح أن هذا الاستخدام يتناول شرائح من المجتمع ذات خصائص معينة ولكن وزارة التربية تتحدث عن تعميم استخدام الإنترنت وتجهيز المدارس الرسمية. فما هي الخطة أو النهج الذي يحدونا على استخدام الإنترنت في مدارسنا؟ ما هي الفائدة المرجوة منها؟ هل ينتج مجتمعنا من المواقع وشبكات المعلومات ما يسمح للمدارس بزيارتها؟ أم أن حقيقة الأمر هي اندفاع أكبر في قطار العولمة دونما أية احتياطات، ورمي لأعداد أكبر من التلامذة في غربة ثقافية ولغوية وذهنية وفكرية ومجتمعية من المفترض أن نعي مخاطرها. فالتواصل، كما نعرف يتمّ باتجاهين، ولكن إذا كنا نتقبل سلفاً فكرة التواصل باتجاه واحد فإننا نشرع الباب واسعاً أمام نوع من التواصل هو أقرب إلى الغزو ويحمل بين طياته كل عناصر هيمنة قوة على أخرى. فما هو موقف المدرسة من الإنترنت؟ وكيف تتعامل مع استخدامه؟.

### المدرسة والإنترنت:

إن العلاقة بين المدرسة ووسائل الاتصال شائكة وهي تطرح عدة أبعاد: اجتماعية، لغوية، تربوية، اقتصادية وسياسية. فما هي الخطوط العريضة التي يمكن أن يختارها المجتمع<sup>(١٢)</sup> من جهة والمؤسسات التربوية من جهة أخرى مدركة إمكانيات وحدود وتأثير وسائل الاتصال تلك في المدارس. فالمدرسة، لكونها مؤسسة اجتماعية تربوية تعليمية، مدعوة إلى زيادة دور آخر إنتاجي في مجال استخدام الشبكة، وإلى تطويع الأدوار الأخرى لخدمة أهداف آخر.

### الدور التعليمي:

صحيح أن الإبحار عبر الإنترنت يوحى بالسهولة ولكنها سهولة المتلهي الذي

WADE (P) FALCAUD (D). Cyberplanete - Paris: Autrement, 1998. Coll Mutations; 176, (١٢) p. 309.

لا يبحث بالضرورة عن الاستخدام المجدي. لذا فمن الضروري أن تسعى المدرسة إلى:

١ - تقديم المعرفة العلمية المبسطة حول الشبكة، خصائصها، نظامها، طريقة عملها، طريقة الإبحار فيها، سبل البحث (إيجاد المواقع، تفحص الفهارس، البحث عبر الكلمات الدالة)<sup>(١٣)</sup> وإنتاج صفحة إلكترونية. ولقد أشار Schacter<sup>(١٤)</sup> إلى الصعوبات التي يجدها التلامذة في إنجاز بحث في الإنترنت إن في استراتيجية البحث أو في تقييم المعلومات التي يتقنون بها سلفاً.

٢ - تقييم المواقع: إن معرفة المواقع وملاءمة وجدة وجدية المعلومات التي تؤويها تلك المواقع تمرين ضروري حتى يستطيع التلميذ الاطلاع على عناصر تقييم المواقع وتمييزها وتصنيفها<sup>(١٥)</sup>.

### الدور الإنتاجي:

إن استخدام الإنترنت لا بدّ وأن ينتقل من الاستهلاك إلى الإنتاج بالنسبة إلى مجتمعنا ضمن فلسفة تربوية يضعها المسؤولون التربويون في هذا المجال<sup>(١٦)</sup> ترمي إلى ربط إنتاج كل مؤسسة تربوية ضمن شبكة يفيد منها التلميذ اللبناني وغيره. فتتعاون المؤسسات التربوية كل واحدة بحسب خيارها في إنتاج ما تراه مناسباً من البرامج ووضعه في تصرف الآخرين.

### الدور التربوي:

تشير بعض التجارب إلى الفوائد التي يجنيها التلامذة الذين يعانون من صعوبات تعليمية من استخدام الإنترنت<sup>(١٧)</sup>. إذ أفاد أساتذة إحدى المدارس

Internet au college. Comment ça marche. - Paris, Magnard 1999. (١٣)

SCHACTER - «Children's Internet searching on complex problems» in journal of the American Society for information Sciences; vol 49: 9, pp. 840-849. (١٤)

WATSON - Multicultural Children literature selection & Evaluation: Incorporating the World Wide Web in public library collection development in the information age. - USA: Haworth press, 1998. (١٥)

(١٦) نبيل علي، «العرب وعصر المعلومات»، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، نيسان ١٩٩٤ في عالم المعرفة، رقم ١٨٤، ص ٤٢٦.

Les Enfants D'anatole: «Le Site Internet des élèves du collège Anatole France de Montataire». - In Administration et éducation no. 78, 1998, pp. 65-71. (١٧)

المصنفة ضعيفة من تلك الوسيلة لإحداث نقلة نوعية في تعليم تلامذتهم وشكلت الشبكة حافزاً للتلامذة على تخطي صعوباتهم عبر مواجهتهم العالم على خطوط إنترنت، فالمشاكل التعليمية بحسب تحليل الباحث<sup>(١٨)</sup> كانت تنتج في جزء منها من صعوبة التواصل لدى التلامذة وأدى استخدام وسائل الاتصال الحديثة إلى المساهمة في تخطي المشكلة.

هذا كما أن بإمكان المدارس إنتاج برامج للذين يعانون من صعوبات في التعلم أو للمتفوقين، ناهيك عن التعليم المبرمج وتعلم اللغات، وإمكانية التعلم عن بعد، وتعميق تواصل التربويين، وتجاربهم.

لقد جرت العادة أن يكون الأستاذ مصدراً شبه وحيد للمعلومات التي يتلقاها التلميذ. وتؤمن شبكة الإنترنت والأقراص الممغنطة كمية هائلة من تلك المعلومات. لذا فإن دور الأستاذ لا بد وأن يتغير من علاقة مالك وحيد ومتلقٍ معزول إلى دور آخر أكثر ديناميكية يسمح له بالتعامل مع النص والصورة والصوت بطريقة تحفز التلميذ على تنمية حسه النقدي وتعطيه قدرة على التمييز بين مختلف أنواع الوثائق وخصوصيتها بهدف إنتاج معرفة أخرى.

إن مراقبتنا لاستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة يدلّ على أن التلميذ يعتمد عادة واستجابة لطلب بحث إلى تصوير أو نقل ما يراه مناسباً من أي وعاء. وهذا تصرف يشجع بطريقة طبيعية على عدم احترام حقوق المؤلف أي على الغش المقبول ومن جهة أخرى فإن هذا الأمر يقدم المعرفة التقليدية بشكل تقني. لذا فإن استخدام الإنترنت وسيلة تعليمية لا بد أن يؤثر على طرائقنا التعليمية دافعاً إياها بطريقة جدلية إلى قنوات أكثر ديناميكية.

إن هذه الأدوار لا يمكن أن تكون فاعلة وبخاصة في ميدان التربية، ما لم تع الدولة دورها ومسؤولياتها كمحرك وراع ومخطط لسياسة تربوية منتجة أدوات إلكترونية عربية ومستفيدة من هذه الإمكانيات في سبيل تحقيق المواطن المتعلم والمثقف في خدمة المجتمع. فالإنترنت أداة للمعلومات توزع ما يضعه المنتجون فإن انعدم الإنتاج المحلي سيجد المستهلك اللبناني والعربي ما وضعه الآخرون على الشبكة.

## خلاصة:

يقول دوركهايم:

«Le fait social ne peut être que social... La fonction d'un fait social doit toujours être recherchée dans le rapport qu'il soutient avec quelque fin sociale».

هذا يعني أن وظيفة وسيلة الاتصال التي نحن بصددنا تخدم أسباباً اجتماعية. فإذا كان الوضع الحالي لاستخدام الإنترنت يخدم «التواصل» إن سمي ذلك تواصلًا، من دون أن يحدّد المجتمع المحلي خياراته وتوجهاته، فإن الانفتاح هذا يتمّ بظل تبعية مطلقة للمنحى والهدف الذي اختطه صانعو تلك التكنولوجيا ودولهم. فحتى يكون استخدامنا للإنترنت مرشداً وهدافاً لبناء مجتمعنا لا بدّ من معالجة هذا الأمر بوعي وإدراك فلا نكون نحن «Info-Pauvres» عرضة للانقياد الدائم لأدوات تزيد من تبعيتنا الفكرية والمادية واللغوية.

ويبقى أن القرار السياسي هو الأساس في إطلاق ورشة الإنتاج المحلي لتعديل الاختلال في التوازن التواصلي وبداية لعلاقة تواصلية تكاملية حتى تنتقل مجتمعاتنا من حالة «التلقي» إلى حالة «تفاعلية» سليمة وواعدة.

## المراجع:

- \* DELEAGE. - Ecoles: Le raz interactif in Sciences et avenir. Avril 1998, pp. 66-67.
- \* Ibid. - The Web. Communication Trends, and children's Health Clinical Pediatrics. 1998; 37: 335-340.
- \* Internet au college. Comment ça marche. - Paris, Magnard 1999.
- \* IZENBERG. LIEBERMAN. - The Web, communication Trends, and children health. Part 5 in Clinical Pediatrics, vol 37, année 1998 - Fasc. 7, 397-403.
- \* Le DIBERGER. - L'Univers des jeux vidéos - Paris: la découverte, coll (cachiers libres), 1998.
- \* Les Enfants D'anatole: Le Site Internet des élèves du collège Anatole France de Montataire. - In Administration et éducation 78, 1998, pp. 65-71.
- \* Les pratiques culturelles des Français-enquête 1997, sous la direction d'Olivier Donnat. La documentation Française, département des études et de la prospective, 357 p.

## L'édition au Liban, de l'imprimé à l'électronique

Maud  
Stéphan-Hachem

### Introduction :

L'écrit en général et le livre en particulier connaissent aujourd'hui une mutation historique de la forme imprimée à l'électronique, une mutation considérée aussi importante que l'invention du codex, ancêtre du livre, et plus radicale que la révolution de l'imprimerie qui avait gardé la même organisation en pages et volumes que celle du livre manuscrit. En fait, les grandes mutations de l'écrit ne se réduisent pas à une révolution dans les supports utilisés et les techniques de production (du rouleau au codex), mais concernent également et même surtout les fonctions de l'écrit. C'est ainsi que l'importance relative de la fonction première de conservation et de mémorisation aurait décliné au profit de la diffusion des connaissances. Les mutations sont aussi liées au type de lecture, qui passe d'une lecture déclamatoire à but spirituel à une lecture studieuse et silencieuse à but intellectuel.<sup>(1)</sup> L'écriture elle-même a reflété ces mutations : au 12ème siècle, la séparation des mots et l'introduction de signes de ponctuation ainsi que le découpage en paragraphes viennent faciliter la lecture silencieuse.

« La page se transforma alors de

---

(1) Chartier, Roger.- Culture écrite et société : l'ordre des livres. - Paris : Albin Michel, 1996.

partition pour pieux marmotteurs en un texte optiquement organisé pour penseurs logiques ».<sup>(2)</sup>

Avec le texte électronique devenu multimédia, c'est une lecture qui procède par bonds, de séquences en séquences, par appréhension globale de l'image sur l'écran, une lecture qui se fonde sur des repères iconographiques, une lecture « plus reconnaissance que découverte ».<sup>(3)</sup> Si la forme électronique facilite la diffusion de l'information et la communication entre les chercheurs, elle n'est pas favorable à l'étude, qui passe encore par le support imprimé. L'impression peut se faire maintenant à la demande, la forme numérique et les standards associés à l'édition électronique permettant de passer facilement d'un support à l'autre.

Les nouveaux moyens technologiques offrent des possibilités d'utilisation très variées, qui seront explorées ici et là selon les traditions et les spécificités culturelles des diverses sociétés. Ainsi, l'édition de textes électroniques est considérée comme le moyen le plus efficace pour la communication scientifique dans les sociétés où la recherche et la production scientifique sont une tradition bien établie. L'écrit numérique, qui a fait ses preuves dans les domaines scientifiques et techniques, peut représenter aussi une solution à la crise que connaissent les sciences humaines aux Etats-Unis : ainsi Robert Darton,<sup>(4)</sup> suggère pour les sciences humaines un livre en forme de « mastaba » ou pyramide à degrés, l'essentiel d'un livre paraissant sous forme imprimée, et le développement des idées ainsi que les sources, les commentaires et les réactions du public sous forme électronique. Une telle suggestion est contestée en France où les sciences humaines sont encore un domaine de prédilection pour l'édition imprimée<sup>(5)</sup>. En Europe, où l'on se préoccupe peut-être plus du patrimoine, on suggère l'impression à la demande d'ouvrages numériques ou la réimpression à la demande de livres aujourd'hui épuisés ou rares, et déjà des innovations technologiques (nouvelles machines à imprimer à la

---

(2) Ivan Illitch, cité par H.J.Martin. Martin, Henri-Jean .- Histoire et pouvoirs de l'écrit. Paris : Albin Michel, 1996, p.XIII.

(3) Chartier, Roger, idem

(4) Darton, Robert.- The New age of book. <http://www.nybooks.com>

(5) Livre-Hebdo, no 334, 23 avril 1999, p6-7

carte ) laissent croire à de nouvelles pratiques éditoriales.<sup>(6)</sup>

Pour abonder encore dans ce sens, il nous semble qu'une comparaison des usages de l'Internet dans différentes sociétés révélerait des différences significatives : alors qu'il connaît une diffusion massive aux Etats-Unis, l'Internet ne touche que 10% de la population française<sup>(7)</sup>, son usage reste encore en France plutôt restreint aux universitaires, aux chercheurs et aux intellectuels, et l'on peut remarquer que la proportion de sites culturels et éducatifs est relativement plus grande dans les annuaires francophones que dans leurs équivalents américains ; mais ceci reste à prouver, chiffres à l'appui, et toutes proportions gardées...

L'usage des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) serait ainsi un indice des caractéristiques culturelles des sociétés. Nous nous situons ici en porte-à-faux par rapport aux nombreux discours concernant l'impact des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) sur la société, qui sous-entendent que celles-ci sont extérieures à notre société et qu'elles ont un effet sur elle, par les images qu'elles véhiculent, les valeurs implicites qu'elles suggèrent, les comportements auxquels elles incitent. Cette vision, qualifiée par certains de "déterminisme technologique", ne prend pas en considération la manière dont la société s'approprie ces technologies, comment elle les pratique.

L'appropriation des NTIC ne se réduit pas à leur usage, mais s'étend également à leur intégration parmi les outils et les moyens de communication déjà existants. Nous considérerons l'édition électronique libanaise, comme indice particulier de l'appropriation de la société libanaise des NTIC, et nous essaierons de définir la place qu'elle occupe par rapport à l'édition traditionnelle, les formes qu'elle prend, les usages qu'elle appelle, les contenus qu'elle véhicule. L'évolution des contenus du livre imprimé montrera comment réagit ce dernier face à l'extension de l'usage des NTIC par le public libanais et arabe.

L'édition électronique intervient au Liban dans un secteur qui a ses traditions bien établies, son rôle propre dans l'échange culturel arabe. En

(6) Librissimo : épuisé mais toujours vivant. In: Archimag, no122, (Mars 1999).

(7) <http://www.mediametrie.fr/fr/dossier/1999/barojuil.html>

effet, dès le début du siècle, mais surtout depuis les années 40, le Liban a acquis une place primordiale dans le domaine de l'information arabe. Du Machreq au Maghreb, l'essentiel de la lecture des générations arabes a été fourni par les livres publiés au Liban. La presse libanaise a permis à des intellectuels de toutes tendances et de tous horizons d'exprimer leurs interrogations et leurs doutes... Une grande part de l'échange intellectuel arabe passait donc par les médias libanais, faisant fi des barrières politiques et des interdits de la censure arabe... Comment réagit donc le secteur de l'édition face à l'introduction des nouvelles techniques pour la diffusion de l'information, qui ne sauraient être entravées par les frontières ou la censure ? Et quelle place prend l'édition électronique dans le secteur éditorial traditionnel ?

L'offre occidentale se chiffre par centaines de millions, elle est surtout extrêmement variée, s'adresse à toutes sortes de publics, et véhicule des types d'écrits divers : écrits scientifiques, informations factuelles, bases de données, annonces et publicité, etc.... Quelle est, parmi cette offre aux multiples facettes, le type de production qui nous attire le plus, que nous reproduisons ou adaptons à notre langue, que nous imitons, et quels sont au contraire les domaines qui brillent par leur absence ? En d'autres termes, quelle est parmi la diversité de tendances d'avenir de l'écrit électronique, celle qui se rapproche le plus de notre culture ? En l'absence d'une véritable tradition de production scientifique, et préoccupés par les problèmes de distribution, les éditeurs libanais adopteraient-ils plutôt les slogans et les informations de type «annonce» que la publication d'œuvres intellectuelles ? Ne verraient-ils dans l'avènement du livre numérique qu'un moyen supplémentaire de se faire connaître sur le marché ?

L'approche de l'édition électronique libanaise, qu'elle soit produite sur CD-ROM ou diffusée sur Internet, en nous révélant la manière qui nous est propre de nous approprier les nouvelles technologies, reflèterait dans une certaine mesure les caractéristiques culturelles de notre société.

### **Méthodologie :**

Pour cerner les tendances de l'édition libanaise, imprimée et électronique, nous nous appuyerons pour une part sur les informations récoltées par le Club Culturel Arabe : liste des éditeurs participant à



l'exposition annuelle du livre arabe, liste des titres cités dans leurs catalogues, résultats des ventes. De plus, les listes de cd-rom publiés localement seront dépouillées.

L'observation directe des sites Web libanais nous permettra de faire une typologie de la production électronique sur Internet, et une évaluation des contenus. L'observation portera principalement sur l'accessibilité du site, son audience ou en d'autres termes le public-cible, la date de création et la fréquence de la mise à jour, mais surtout le contenu, pour définir le type d'information véhiculée, les domaines et la fonction de la diffusion sur le web. On cherchera à trouver s'il existe une information scientifique ou didactique, indices de l'utilisation du Web par les instances culturelles, académiques ou scientifiques libanaises. Le traitement et la présentation de l'information indiqueront le type de lecture et d'utilisation que suggèrent ces produits.<sup>(9)</sup>

1-Place de l'édition électronique par rapport à l'édition traditionnelle :

L'édition électronique est encore un domaine trop jeune au Liban pour nous permettre de rassembler des informations quantitatives importantes. Nous ne pouvons, en l'état actuel, que nous contenter de quelques indices assez timides :

- \* Nombre de producteurs de cd-rom aux expositions du livre
- \* Nombre d'éditeurs produisant des cd-rom
- \* Nombre d'éditeurs traditionnels qui ont leur site web

Les expositions consacrées aux nouvelles technologies sont au nombre de 3 ou 4 par année, la plus importante réunit plus de 150 exposants, couvre 6000m<sup>2</sup> et reçoit plus de 40000 visiteurs dont 3000 à 4000 par journée consacrée aux professionnels.<sup>(10)</sup>

Mais c'est la participation de producteurs de cd-rom aux expositions du livre qui nous intéresse plus ici, signe que les nouveaux médias

(9) Vue la rapidité avec laquelle la production sur le Web se développe, il nous semble nécessaire de noter que les données ont été rassemblées en Août 1999.

(10) source : les données de l'exposition Terminusium, en Octobre 1998, organisée par la PCA.

s'affirment comme véhicules de connaissances au même titre que les imprimés.

A l'exposition francophone "lire en français et en musique", il est devenu courant de trouver des distributeurs de cd-rom, à tel point que les organisateurs ont envisagé de modifier le nom même de l'exposition. En novembre 1998, 4 exposants (sur un total de 40) étaient spécialisés dans la distribution ou la production de cd-rom multimédias.

L'exposition du livre arabe est plus représentative de l'évolution des pratiques culturelles locales. C'est en 1997 que l'on assiste à une timide apparition de maisons spécialisées dans la production de CD-ROM, qui exposent à côté des éditeurs d'imprimés (3 maisons exactement) ; de même que l'on note le lancement d'un nombre important de titres de CD-ROM par une maison spécialisée dans l'édition de livres scientifiques et techniques.<sup>(11)</sup>

Les maisons d'édition traditionnelles commencent à avoir leur propre site web : en près de trois années, pendant lesquelles l'Internet s'est répandu au Liban (c'est-à-dire depuis l'année 1996), 6 maisons d'édition ont mis leur site sur le Web, sans compter les grands journaux libanais qui eux diffusent leurs articles sur le web. On a pu aussi dénombrer deux producteurs de cd-rom qui y présentent leur production.

Dans le domaine de la distribution, une librairie en ligne, dont le catalogue est également publié sur cd-rom, a vu le jour<sup>(12)</sup>. Elle annonçait, il y a près de 6 mois, 20.000 titres de livres arabes, et comporte actuellement dans son édition de septembre 113.000 titres provenant de 527 éditeurs arabes. Cette initiative, inspirée de l'expérience réussie d'Amazon.com, si elle se développe, permettrait de surmonter le problème de la mauvaise distribution du livre arabe qui constitue un grave handicap à sa diffusion.

## **2 - L'évolution de l'édition traditionnelle : réactions par rapport aux NTIC**

Les données récoltées par le Club Culturel Arabe sont fondées sur les titres cités dans les catalogues des éditeurs. Nous pouvons les

---

(11) دار الراتب الجامعية

(12) [almaktabah.com](http://almaktabah.com)

comparer au dépouillement des catalogues en 1986, qui utilisait le même type de sources.<sup>(13)</sup>

Nonobstant les inévitables mais légères variations dues à l'écart dans le temps et entre les classificateurs, la comparaison ne révèle pas de changement radical dans les domaines de publication. Mais une observation plus fine permet quand même de relever que la classe «technologie» a doublé en près de 10 années (voir Tableau 1).

**Tableau 1 : L'évolution de la production de livres par grands domaines**

	1986	1997	1998
Enfants	12%	14%	8%
Ecoles	2%		0%
Généralités	2%	3%	3%
Philosophie & psychologie	6%	6%	5%
Religion	20%	21%	23%
Sciences sociales	13%	13%	16%
Sciences	1%	2%	2%
Technologies	3%	6%	6%
Art	1%	2%	3%
Littérature	27%	24%	24%
Histoire & géographie	11%	9%	9%
Total	98%	100%	99%

L'hygiène familiale et les arts domestiques qui formaient la plus grande part de la classe «technologie» sont aujourd'hui classés par le CCA avec les arts, ce qui explique le développement de cette classe (de 1% à 3%). Dans le domaine des technologies (voir Tableau 2) nous trouvons actuellement, à côté des titres plus classiques de médecine et d'hygiène familiale, tout ce qui concerne l'informatique, la bureautique et la gestion, presque absents en 1986. Il s'agit surtout de manuels

(13) Maud Stephan-Hachem. - L'édition du livre au Liban : étude bibliologique et sociologique/ sous la direction de Mounir Chamoun. Thèse, Université Saint-Joseph, Faculté des Sciences Humaines, 1988.

d'utilisation des systèmes d'exploitation et des logiciels les plus répandus : Windows, la suite Office, Corel Draw, etc. L'augmentation notable des manuels d'utilisation des logiciels de bureautique reflète l'utilisation de plus en plus répandue des NTIC dans la vie professionnelle et quotidienne.

**Tableau 2 : Contenu de la classe « technologie »**

technologie	computers	management	médecine & famille	genie	total
1997	32%	14%	47%	7%	100%
fin 1998	26%	13%	54%	7%	100%

Entre 1997 et 1998 on remarque une baisse de la production des encyclopédies imprimées (voir Tableau 3). Les données de 1999 accuseront-elles cette tendance ? Avec la diffusion des encyclopédies sur CD-ROM on peut prévoir que l'édition libanaise, à l'instar de l'édition mondiale, va connaître une baisse dans le secteur des ouvrages de référence imprimés. En effet, comparé à l'imprimé, la supériorité du support optique, de l'hypertexte et du multimédia pour les ouvrages de référence n'est plus à démontrer.

**Tableau 3 : Evolution du contenu de la classe « généralités »**

généralités	Encyclopédies & dictionnaires	non défini	documentation	total
1997	67%	21%	12%	100%
1998	58%	29%	13%	100%

Les ouvrages de référence sont en baisse au profit d'ouvrages de type recueils de tests, des conseils, etc. pour une lecture non suivie, influencée par les magazines et la télévision ... (classés non définis par le CCA).

La lecture des magazines trouve également son prolongement dans le succès des ouvrages d'astrologie, que l'on a placé avec la parapsychologie et la psychologie. Ils constituent 10% de cette classe.

Les ouvrages sur l'actualité politique constituent une grande part de la classe des sciences sociales. D'après leurs titres et ce qu'on a pu juger de leur contenu, il semble qu'ils développent et complètent l'information

diffusée par les mass-médias.

Ainsi on peut remarquer que les titres publiés aujourd'hui sont fortement influencés par les mass médias, tant au niveau des sujets que du type d'appréhension qu'ils nécessitent. Ils suivent -peut-être par mimétisme et non pas pour les mêmes raisons économiques- la tendance générale de l'édition mondiale, qui connaît une domination sans conteste des mass-médias tant au niveau du type de produit que sur le plan financier.<sup>(14)</sup> Bien heureusement, l'édition libanaise ne connaît pas cette concentration du capital et garde encore ses structures traditionnelles.

### 3- Les goûts du public-lecteur :

A l'autre pôle du système éditorial, la vente des ouvrages apporte une information sur l'évolution de la demande et du goût des lecteurs, information qui devrait se répercuter sur la production future. Comme indice de la demande, nous disposons des listes des meilleures ventes à l'exposition du livre arabe<sup>(15)</sup>.

Le nombre de visiteurs à l'exposition est passé de 127.230 en 1994 à 412.521 en 1998, soit un facteur de multiplication égal à 3.3 ! L'usage plus étendu des mass médias, de la télévision par satellite, des ordinateurs, etc. n'aurait pas diminué l'intérêt du public pour le livre ; au contraire, on peut penser que l'accès plus facile à l'information ne peut que générer une demande plus grande, et un besoin de retrouver cette information dans des formes plus pérennes.

La demande d'ouvrages de référence semble s'accroître de manière constante : les dictionnaires d'arabe restent incontournables, mais surtout cette année les éditions diverses d'un même atlas - en format poche, moyen ou luxueux - ont réalisé des scores de ventes, totalisant presque trois mille copies vendues en 12 jours. Quel impact cela aura-t-il dans l'avenir pour la production de dictionnaires et d'atlas électroniques, et quel sera l'effet d'une telle production sur la vente des équivalents imprimés ? L'édition électronique libanaise est encore trop balbutiante pour permettre de le prédire...

Les livres de cuisine sont aussi toujours également présents dans les

(14) Schiffrin, André. L'édition sans éditeur. [Mayenne?]: La Fabrique, 1999.

(15) Données du Club Culturel Arabe

listes des meilleures ventes. Les succès littéraires, poésie et romans contemporains, se renouvellent chaque année avec régularité.

Malgré cette stabilité dans la demande, on peut relever en 1997 et 1998 quelques changements : d'une part le succès des livres concernant l'actualité politique, qui prolongent les discussions politiques en direct sur les chaînes de télévision libanaises, et d'autre part l'apparition de manuels pour l'usage des Nouvelles Technologies dans les listes des meilleures ventes. La consommation dénote des mêmes tendances que nous avons perçues dans l'évolution de la production.

#### 4- L'édition électronique :

L'édition électronique peut prendre deux formes : édition de cd-rom et édition de sites web. L'édition de cd-rom est lucrative, on pouvait donc penser que les éditeurs libanais prolongeraient leur activité dans l'imprimé par une production électronique à destination du marché arabe, où ils se poseraient comme pionniers. Cependant ce type d'édition a été freiné par la piraterie généralisée et presque légale, jusqu'au vote par le parlement libanais de la loi sur la propriété intellectuelle. Le respect tout récent des droits d'auteur permettra-t-il à la production locale de se développer et de s'affirmer sur les marchés arabes, sachant que ceux-ci arrivent maintenant à se passer de l'intermédiaire libanais dans de nombreux domaines ?

Jusqu'à ce jour, les producteurs locaux de cd-rom ne sont pas très nombreux. On peut distinguer deux catégories :

\* Les producteurs de cd-rom pour le grand public : nous avons pu en trouver cinq.

\* Les producteurs de bases de données spécialisées : ce sont les centres d'information des grands journaux, les centres d'information juridiques (au nombre de deux) et une société privée spécialisée dans la production documentaire.

##### 4-1-les CD-ROM : étude des contenus

Le classement par domaine de publication des cd-rom, publiés localement par cinq éditeurs à destination du grand public, indique que la production suit les tendances de l'édition imprimée et ne fait pas preuve

de grande originalité.

La production de cd-rom pour grand public semble jusqu'à présent se concentrer dans deux domaines bien définis, à destination du marché arabe : l'islam et les cd pour enfants. Il s'agit pour ces derniers de produits éducatifs. La production locale de type ludique est encore rare, alors que fleurit la reproduction illégale de tous les jeux mondialement célèbres.

Les ouvrages de référence (encyclopédies, dictionnaires et atlas) atteignent 14%. Ils sont concurrencés par les produits étrangers plus prestigieux, accessibles à très bas prix, en copies piratées, tels que l'Encyclopedia Britannica ou l'Universalis. Même les produits originaux sont moins chers que l'équivalent imprimé, et parfois même gratuits (l'encyclopédie Encarta n'était-elle pas, jusqu'à récemment, distribuée gratuitement à l'achat d'un ordinateur ?)

Les cd-rom consacrés à l'apprentissage des logiciels de bureautique et à l'usage des nouvelles technologies sont bien placés (12%). La traduction y prédomine. Les sciences et les arts sont représentés dans les statistiques, mais ce sont plutôt des produits didactiques à usage scolaire.

**Tableau 4 : Les domaines de publication des CD-ROM pour grand public**

jeux & enfants	34	23%
généralites	8	5%
islam	34	23%
encycl & dict	21	14%
langues	14	9%
sciences	3	2%
technologie	18	12%
arts	7	5%
litterature	1	1%
histoire & géographie	8	5%
total	148	100%

L'édition spécialisée, quant à elle, est certes plus originale, se fondant sur le traitement de l'information locale, journalistique surtout. Les bases de données produites sur cd-rom couvrent les index et les archives des journaux, les textes de droit et une base pour la distribution des livres.

#### 4-2- La production de sites Web :

Lorsqu'en 1996 l'Internet a commencé à être introduit au Liban, tous les discours «éclairés» insistaient sur le défi que cela représentait pour nous et la nécessité d'y «mettre nos propres contenus» selon l'expression consacrée, en d'autres termes d'y diffuser une information qui nous soit propre, pour ne pas être réduits à l'état de consommateurs passifs. Trois années plus tard, on peut se demander ce qu'on y a réellement mis de spécifique.

En consultant la rubrique thématique Liban sur Yahoo.com, on dénombrait début Août 1999 530 sites. Ce nombre augmente quotidiennement, et atteint 575 trois semaines plus tard... Les sites signalés, s'ils concernent le Liban, ne sont pas tous produits localement. Nous avons décidé de restreindre la recherche aux seuls sites produits au Liban, les autres étant plutôt à considérer comme partie de la production culturelle occidentale, parce qu'ils sont plus fortement influencés par celle-ci lorsque le webmestre habite l'étranger... Cependant, il est difficile d'avoir un chiffre exact des sites produits au Liban, on peut les reconnaître lorsque le nom du domaine est défini «lb», mais ce n'est pas toujours le cas, certains serveurs étant enregistrés directement aux Etats-Unis (ex : assafir.com). Une recherche sur Yahoo.com a donné le nombre approximatif de 255 sites avec «lb» pour terminaison, répartis selon les domaines suivants (voir Tableau 5) :



Tableau 5 : Les domaines des sites web

sites libanais d'après yahoo		
cities	97	38%
art & humanities	4	2%
business & economy	72	28%
computers & internet	15	6%
country guides	2	1%
education	10	4%
entertainment	2	1%
government	15	6%
health	4	2%
news & media	16	6%
recreation & sport	8	3%
sciences	2	1%
social sciences	0	0%
society & culture	8	3%
total	255	100%

De cette répartition, ressortent clairement les domaines de l'activité économique libanaise. Les sites les plus nombreux sont touristiques (plus du tiers), ils présentent les villes et bourgades libanaises. Prévalent également les sites des entreprises privées (rubrique «business & economy») avec 28%. Il faut leur ajouter les sites des entreprises s'occupant d'ordinateurs et d'Internet. 6% des sites appartiennent à des journaux, radios ou chaîne de télévision, et diffusent des informations sur l'actualité politique, sociale, etc.

Les sites pour la jeunesse sont presque totalement absents du Web libanais<sup>(16)</sup>, alors que les produits éducatifs ou pour enfants se partageaient la production locale sur cd-rom avec les publications concernant l'islam. Ce dernier domaine est également absent du Web

(16) nous n'en connaissons qu'un seul : [www.terra.net.lb](http://www.terra.net.lb), en anglais et français.

libanais. C'est que la publication par Internet n'est pas rentable, et ce sont là des domaines lucratifs pour l'édition libanaise, tant imprimée qu'électronique sur cd-rom, à destination des pays du Golfe, principal marché de l'édition libanaise...

Nous nous demandons s'il existe au Liban des sites scientifiques, publiant des revues électroniques, s'adressant à un public spécialisé de chercheurs, si l'on peut utiliser le web pour la recherche d'information concernant le Liban. La visite des principaux sites publiés au Liban nous permettra de juger de l'intérêt du web comme source d'information.

#### 4-3 Caractéristiques de l'information publiée sur le web :

Nous avons visité 64 sites libanais parmi ceux trouvés sur Yahoo.com. L'échantillon était raisonné : il couvrait également les sites universitaires ou académiques, les ministères et organismes publics, les journaux, les éditeurs, les médias de masse et les nouveaux médias, en un mot tous les sites qui avaient quelque chance de véhiculer une information non commerciale. Quant aux sites des sociétés commerciales, nous en avons visité neuf, pris au hasard. Les pages personnelles des libanais sont sur des serveurs internationaux, américains en particulier, tels que geocities.com, nous n'avons pu les prendre en considération.

**Tableau 6 : L'échantillon des sites**

sites visites		
journaux et médias	19	30%
education	9	14%
gouvernement	9	14%
organisations	9	14%
editeurs	9	14%
sites commerciaux divers	9	14%
total	64	100%

Ces sites ont été créés à partir de 1996 ( 3%), en 1997 (20%), mais surtout en 1998 (30%). L'année courante 1999 n'a vu la création que de

5% des sites. Malheureusement, 42% ne sont pas datés, ce qui constitue en soi une lacune importante dans l'information qui est diffusée. On retrouve là les pratiques de l'édition imprimée libanaise qui, en l'absence d'une tradition de contrôle bibliographique, ne se préoccupe pas beaucoup de fournir des éléments permettant de décrire précisément les documents. De plus, 64% des sites ne sont pas mis-à-jour et c'est justement là que réside la difficulté : il ne suffit pas de créer un site, il faudrait constamment revoir les informations et les renouveler si l'on ne veut pas perdre l'intérêt d'être présent sur le réseau. Mais il semble que la plupart des institutions libanaises confient la production de leur site à une entreprise et ne cherchent plus à l'améliorer ou à l'enrichir. Par contre et par la force des choses, les sites des journaux sont mis à jour quotidiennement.

L'accès aux sites visités est presque toujours gratuit et libre. Un site universitaire est en partie réservé aux étudiants et aux membres de l'institution. La plupart des journaux donnent accès gratuitement à leurs articles en texte intégral ou du moins à la première page. Tous sauf un s'adressent à un public d'adultes (99%), non spécialisé (84%).

Les journaux exceptés, les données diffusées sont généralement des faits, tels que la présentation de l'institution, de ses activités (52%). On peut affirmer qu'en général les contenus nous ont parus plutôt superficiels, avec assez peu d'information : 30% des sites sont de simples vitrines de l'entreprise, comportant essentiellement des annonces de services et de produits (20% des sites), que l'on peut de plus commander en ligne dans 13% des cas. 54% d'entre eux comportent peu d'informations, seuls 34% des sites nous ont parus intéressants, riches en données et éléments de connaissance. 24% des sites comportent même des articles en texte intégral. Mis à part les sept journaux qui diffusent une information de masse, les organismes qui diffusent des informations scientifiques intéressantes pour des chercheurs sont : deux ministères, la Banque Centrale et le CNRS libanais (en somme des institutions publiques) et un hôpital.

Sur tous les autres sites, les textes et les documents présentant un intérêt scientifique direct brillent plutôt par leur absence : revues électroniques spécialisées, textes de conférences, rapports scientifiques, textes et schémas de cours universitaires, tels que l'on trouve sur les sites

des institutions gouvernementales, scientifiques et universitaires occidentales et qui font de l'Internet une source importante de connaissances. Il n'y a pas lieu de s'en étonner : l'information gouvernementale n'est pas encore considérée au Liban comme un bien public à diffuser, la production scientifique passe par les supports imprimés qui jouissent de la reconnaissance des pairs, l'activité de recherche reste individuelle et n'est pas encore suffisamment ancrée dans les traditions pour rechercher l'enrichissement par l'échange des idées... et l'Internet est encore trop nouveau dans la communauté lettrée libanaise et arabe pour justifier la publication de revues ou même de bulletins électroniques.

La fonction des sites semble être surtout celle d'un présentoir. Ce qui paraît naturel pour des entreprises privées et commerciales étonne lorsqu'il s'agit d'institutions publiques ou académiques : même les universités se contentent de présenter leurs départements et leurs activités, et, comparé à celui des universités occidentales, leur site n'est pas particulièrement fourni en information scientifique. Le web tel qu'il est pratiqué ne semble pas conçu comme un véritable espace d'échange et de recherche. Les possibilités de recherche en ligne sont réduites, les sites des universités ne donnent pas accès au catalogue de la bibliothèque. La seule université qui met son catalogue en ligne sur le web en restreint l'accès à ses membres uniquement. Deux organismes gouvernementaux permettent la recherche en ligne dans leur catalogue. Sur cinq sites commerciaux, la recherche dans la base de données a une fonction lucrative, elle aboutit à une commande des articles ou des livres cités.

L'absence de liens externes renforce également cette impression de présentoir où l'accès à l'information reste confiné aux limites du site lui-même. En effet, seuls 17% des sites comportent des liens externes : c'est que la plupart des informations sont factuelles, elles n'ont pas besoin d'être sous-tendues par des références, comme dans le cas de textes analytiques. Ce sont des données seulement internes, dont le but est la présentation de l'entreprise. Le site est donc moins un lieu d'ouverture qu'un panneau publicitaire.

#### 4-4 Organisation et présentation de l'information sur le web

L'information est présentée en courtes séquences dans 74% des cas. La présentation linéaire de longs textes qui obligent à dérouler l'écran est

caractéristique de l'information scientifique, elle est l'effet des traditions de l'imprimé, mais elle provient aussi parfois d'un choix délibéré pour faciliter l'impression des textes analytiques qui nécessitent une lecture studieuse. Tel n'est pas le cas : l'information est concise, factuelle. La plupart des textes sont courts. L'information est découpée en courts paragraphes auxquels on accède par des liens sur la page d'accueil. L'organisation du site est donc assez simple, fonctionnelle. La structure est à deux niveaux seulement, puisque le contenu n'est pas très profond. On n'a pas remarqué une grande recherche d'originalité : l'animation n'est pas fréquente sur les sites visités (17%), le multimédia également est rarement utilisé (6%).

Les possibilités d'interaction entre les visiteurs et les responsables du site ne sont pas souvent utilisées : on se contente le plus souvent de mentionner une adresse électronique à contacter (52% des cas), 11% prévoient un registre des visiteurs. 20% des sites n'appellent à aucune réaction, mais 5% incitent à participer à un débat. Par contre les possibilités de commande en ligne commencent à se répandre (13%). Ce serait l'aspect commercial qui inciterait à l'interaction...

Un moteur interne est employé dans 16% des sites visités. Il aide à naviguer, à se déplacer dans le site, mais il empêche de se faire une idée globale de l'information contenue. Sa présence a souvent une fonction commerciale, la commande en ligne, comme dans le cas de la librairie en ligne.

De même que sur le web mondial, la langue prédominante est l'anglais : 90% des sites sont en anglais, 10% en français. Même les organismes gouvernementaux, traditionnellement plus francophones qu'anglophones, diffusent leurs informations en anglais. Les sites des éditeurs, qui pourtant publient pour le monde arabe, sont également en anglais (un seul site existe en deux versions, arabe et anglaise). On peut avoir accès à des versions en arabe de 20% des sites, et la proportion est maintenant susceptible de s'accroître avec l'utilisation de l'Unicode dans les versions les plus récentes des programmes de navigation (browsers). En effet, jusqu'à ces derniers mois, la langue arabe constituait un véritable handicap pour les utilisateurs de l'Internet, et la publication de textes en arabe passait le plus souvent par le format PDF. Mais en dernière analyse, ce ne sont pas les problèmes techniques qui entravent la

diffusion d'une information en français, espagnol ou arabe : au dire de Guedon<sup>(17)</sup>, c'est nous qui nous acharnons à produire en anglais sur Internet, pour plus de visibilité mais aussi par simple mimétisme.

Avec l'utilisation du format pdf, la page électronique peut garder le même aspect que sous sa forme imprimée. La préférence des éditeurs libanais pour ce format ne relèverait-elle pas en partie d'un certain attachement aux traditions de l'imprimé ? Le format pdf est utilisé dans 16% des sites visités, ceux des journaux principalement, et il nous semble qu'il représente un handicap à l'accès aux documents : quoique le programme Adobe Acrobat Reader soit déchargeable gratuitement, il y a quelques procédures nécessaires pour ouvrir un fichier pdf, qui dissuadent une partie des lecteurs potentiels. C'est peut-être pourquoi le journal An-Nahar a décidé récemment de donner également la possibilité d'accéder à une version html.

Enfin, il est étonnant de remarquer l'absence presque totale de publicité sur les sites visités, signe que la diffusion de l'Internet est encore très restreinte, que l'audience des sites produits au Liban est encore trop faible pour inciter les annonceurs à se servir de ce média, et que la production de sites est encore plus une question de prestige qu'une affaire rentable en soi pour les libanais.

### Conclusion :

Dans notre société où la lecture et l'usage quotidien de l'imprimé ne sont pas vraiment généralisés, les nouvelles technologies de l'information touchent le même public que les produits culturels imprimés. L'ordinateur côtoie le livre dans les mêmes classes sociales. C'est pourquoi il nous a semblé intéressant d'observer comment l'un réagit face à l'autre.

D'une part, on se demandait comment l'édition traditionnelle s'adapterait à l'introduction des NTIC dans son public. On a vu qu'elle cherchait à répondre aux besoins nouveaux de ce public, par la publication de manuels sur l'utilisation des nouvelles techniques, par l'édition d'ouvrages complétant et développant l'information acquise par les mass médias et enfin par le développement de la publication de livres

---

(17) Guedon, Jean-Claude. Entrevue/ propos recueillis par Felix Legaré. La Revue Quebec science, 1997.

qui ne nécessitent pas vraiment une lecture linéaire (test, jeux, etc....). Ainsi l'on peut dire que l'édition traditionnelle adopte un nouveau type d'écrits, s'adapte à de nouveaux usages et formes de lecture. En tous les cas, rien n'indique que les NTIC concurrencent l'édition traditionnelle : l'accès libre et facile à l'information ne peut que pousser à une plus grande demande d'information... Les nouvelles technologies peuvent aussi contribuer à une meilleure diffusion de l'édition imprimée. Les sites web des éditeurs gagneraient à être en arabe, plus fournis en information, et mieux connus, pour dépasser les moyens traditionnels de diffusion qui se réduisent souvent aux expositions annuelles dans les capitales arabes.

Mais notre travail se proposait aussi de voir l'usage des NTIC par cette société qui a ses pratiques culturelles déjà bien établies et d'observer, à travers nos modes d'appropriation des technologies, nos spécificités culturelles. Car il nous semble que la mondialisation n'est pas synonyme d'uniformisation. Les sociétés ont leurs manières propres d'utiliser un outil, et l'écrit électronique qui est diffusé à partir du Liban prend des formes et sert des fonctions qui semblent relever du rôle que voudrait se réserver le Liban dans le monde arabe. A travers les produits électroniques recensés jusqu'à présent, on retrouve un peu une image du Liban comme place du marché libre, échange commercial, «business», mais aussi lieu d'annonces publiques où l'information sur le monde arabe se laisse paraître.

C'est ainsi que deux tendances se font jour dans l'édition électronique actuelle, sur cd-rom et par internet : l'information journalistique et le marketing des entreprises.

Comme on l'a noté, la production de cd-rom se distingue surtout dans les domaines de l'information journalistique, avec la publication de bases de données spécialisées et les archives des grands quotidiens. L'édition de cd-rom pour le grand public, entravée jusque là par la piraterie, commence tout juste à se développer en direction du marché arabe. Il n'est pas dit que les libanais sauront profiter de leur position d'intermédiaire pour transférer au monde arabe les formes d'écrits nouvelles- ni surtout qu'ils en ont encore le temps.

C'est aussi l'information journalistique, créneau de la production culturelle libanaise, qui se signale dans l'édition sur le web : les journaux et revues ont été les premiers à créer des sites Web et n'hésitent pas à y publier le texte intégral de leurs articles.



Outre ce type d'information, on peut remarquer que les annonces et informations pour le marketing des entreprises privées priment dans la diffusion sur le web. En effet, les sites web visités nous ont fréquemment paru être des vitrines, et l'écrit qui y circule est plus du type annonce qu'analyse. L'information y est plus semblable à ce que contient un prospectus qu'à la littérature grise des entreprises. Cet usage de l'écrit électronique ne reflète-t-il pas le caractère marchand de notre société libanaise, société de consommation, de services, où le reflet prime sur le contenu ?

Seules quelques institutions publiques diffusent timidement une information scientifique mais non spécialisée. L'information gouvernementale, qui a là sa meilleure chance d'être diffusée et appréciée, se distingue sur deux ou trois sites officiels par la qualité de l'information mise à la disposition du public et par l'organisation de l'information. Ces sites préfigurent ce que pourrait être l'usage de l'écrit électronique : bases de données, rapports en texte intégral, données statistiques mises-à-jour quotidiennement, etc. Mais des considérations commerciales entravent un tel développement et les autres sites libanais sont généralement pauvres en contenu, dénués de bases de données qui rendraient l'information plus accessible. Le partage de l'information n'est pas de tradition dans notre société et l'information est très vite devenue une marchandise que l'on vend sur cd-rom mais que l'on ne saurait diffuser sur le web gratuitement. D'autant que la publicité, qui pourrait être source de revenus, n'est pas encore de mode sur les sites produits au Liban.

L'édition électronique savante est presque totalement absente : pas de revues scientifiques électroniques, pas de publication d'articles en texte intégral, sauf en nombre réduit sur le site du CNRS. Cela ne saurait nous étonner : l'édition savante imprimée libanaise ne croule pas sous le poids des publications pour que la nécessité de diffuser nos créations intellectuelles nous force à chercher d'autres solutions...<sup>(18)</sup> et les

---

18 De même que les périodiques scientifiques sont apparus en Europe "lorsque la République des lettres du XVIIe siècle a commencé à crouler sous le poids de sa propre productivité" [...], aujourd'hui en Occident "l'édition savante ne suscite de l'intérêt que parce que l'édition classique de revues savantes souffre de difficultés de plus en plus difficiles à juguler" .

Guedon, Jean-Claude.- L'édition savante et l'autoroute électronique.



intellectuels libanais, qui visent dans leurs publications la reconnaissance scientifique plutôt que la communication des résultats de recherche, ne semblent pas intéressés par un tel média.

L'usage du Web comme simple présentoir explique l'absence de liens hypertextes externes. Car l'on ne constitue pas un corps de textes de référence liés entre eux par des relations sémantiques. Et le site, vitrine de l'entreprise, ne saurait indiquer d'autres sources, qui risqueraient de faire concurrence...

La présentation reste encore assez classique. On n'utilise pas toutes les possibilités de l'écriture hypertextuelle et du multimédia : le métier de webmaster en est à ses débuts et les producteurs de sites sont encore novices dans un domaine qui pourrait pourtant à l'avenir constituer un débouché pour les jeunes. Mais l'organisation de l'information est simple, fonctionnelle, en courtes séquences. Information factuelle, de type annonce, qui ne nécessite pas de longs textes, c'est bien à une lecture « reconnaissance » qu'elle fait appel.

Cependant, contrairement à toute attente, ce type d'annonces ne s'adresse pas spécifiquement au marché arabe. L'usage de l'anglais, effet du mimétisme, indique que l'on ne se préoccupe pas du public arabophone pourtant consommateur de nos produits culturels. On en a le meilleur exemple avec les sites en anglais des éditeurs de livres pour le monde arabe !

« Nous sommes tous fascinés par le fait que nous pouvons désormais écrire un texte qui va être lu par la terre entière »<sup>(19)</sup>. C'est cette fascination qui nous pousse à produire en anglais, plutôt que de nous intéresser au public arabe. C'est aussi que la gratuité de l'information sur Internet ne permet pas encore d'en percevoir l'intérêt marchand. L'on songera aux goûts de l'acheteur arabe pour les produits sur cd-rom, mais l'on se tournera délibérément vers le reste du monde pour l'image de marque, pour le prestige d'avoir pignon sur web...

---

(19) Cordier, Alain. Livre-Hebdo, no 344, 2 Juillet 1999

**\* Bibliographie :**

Brochard, Carole.- Edition électronique : mythes et réalités

[www.canope.com/Tendance/CB/GFIIconf.html](http://www.canope.com/Tendance/CB/GFIIconf.html)

Chartier, Roger.- Culture écrite et société.- Paris : Albin Michel, 1996.

Darnton, Robert.- The new age of book. March 18, 1999.

[www.nybooks.com](http://www.nybooks.com)

Chartron, Guislaine.- La presse périodique scientifique sur les réseaux

<http://www.info.unicaen.fr/bnum/jelec/Solaris/d03/3chartron.html>

Guedon, Jean-Claude .- Selon la façon de nous approprier l'internet, nous irons plutôt vers l'enfer ou vers le paradis

[www.memento.com/debats/JeanClaude Guedon.html](http://www.memento.com/debats/JeanClaude Guedon.html)

Guedon, Jean-Claude. - L'édition électronique : de l'écrit à l'écran. In : Universités/Dossier, mars 1997.-pp.9-12

Guedon, Jean-Claude.- L'édition savante et l'autoroute électronique

<http://liguria.crdp.umontreal.ca/crdp/fr/equipes/technologie/conferences/ae/guedon.html>

Martin, Henri-Jean.- Histoire et pouvoirs de l'écrit/ avec la collaboration de Bruno Delmas.- Paris : Albin Michel, 1996.

Millerand, Françoise.- Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation

[www.composite.uqam.ca/98.1/articles/ntic\\_1.htm](http://www.composite.uqam.ca/98.1/articles/ntic_1.htm)

Réflexion de prospective : le livre électronique.

[www.apa.lip6.fr/GIS.COGNITION/somliv.html](http://www.apa.lip6.fr/GIS.COGNITION/somliv.html)

Schiffirin, André. L'édition sans éditeurs. [Mayenne?]: La Fabrique, 1999.