الفصل الأول

مقدمة

١،١ تمهيد

إن من سمات عصرنا الراهن أنه عصر الصورة، فسلطة الصورة وهيمنتها أصبحت أهم أداة في عوالمنا المعرفية والثقافية والاقتصادية والإعلامية، لأنها تخاطب الكبير والصغير والأميّ والمثقف على حدٍ سواء، لقد إستطاع التلفزيون تكوين الاتجاهات والصور، وذلك من خلال برامجه الاجتماعية والثقافية والفنية والترفيهية، بحيث استخدم الرسائل الإقناعية في مخاطبة الجمهور، والتي تتسم بالجاذبية والإقناع كأسلوب في تغيير الاتجاهات والصور لدى الأفراد (السلطاني، ٢٠٠٥) ويرى بورديو (٢٠١٠) "أن التلفزيون أداة لتكوين الواقع وخلقه، وحقيقة إن المعطيات تفرض أن العالم يمضي أكثر فأكثر نحو عالم يفرضُ فيه التلفزيون الواقع الاجتماعي والسياسي والثقافي"، ويعتبر التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الحضارية العصرية الجماهيرية، حيث يحقق عدة جوانب مهمة، منها توجهه المباشر إلى العقل، ويدور في آفاق المعرفة والآراء المختلفة والمتبادلة في المجتمع، إضافة إلى الجوانب العاطفية وخلق نوعٍ من الشعور بالتعاطف مع الآخرين، فقد أصبح في وقتنا الراهن مساعداً وشريكاً في صنع الأحداث، حيث يجذب المشاهدين بشكل أفضل من أي وسيلة إعلامية أخرى وذلك بما تتمتع برامجه من عنصر التشويق وما ينقله من واقع جديد، وعليه فإن مضمون المواد التلفزيونية الأكثر جدية ووضوحاً تلقى تجاوباً أكبر من قبل المشاهدين لما للصورة من تفسيرات تعجز عنها الكلمات (الديلمي، ٢٠١٤). ويتميز التلفزيون

بقدرته على إبراز الأفراد وقدراتهم ونبوغهم العلمي والقيادي وصولاً إلى منحهم صفة الريادة والقيادة، ويعد التلفزيون من أبرز مصـــادر الثقافة الإعلامية حيث له القدرة في التأثير على المجتمعات، فمتابعته تعني أن المشـــاهد ســـيخرج بحصـــيلة وافرة من الآثار التي كونتها البرامج المعروضـــة عليه، والتي تختلف من ناحية المضمون والمحتوى. (مكاوي والسيد، ٢٠٠٩)

وهنالك العديد من الوظائف الخاصـــة بالتلفزيون كوســـيلة إعلامية، ومن أهم وظائفه المعرفية، والتثقيفية، والتوجيهية الاجتماعية، والوظيفة السـياسـية والوطنية، والترفيهية الترويحية، وعليه فإن مسـؤولية التلفزيون هي مسـؤولية كبيرة لما لها من مسـاهمة في بناء الأسـس الفكرية ورفع مسـتويات المشـاهدين من جميع فئات المجتمع وشرائحه (حواس، ٢٠٠٣)، ولا يعد التلفزيون وسيلة للتسلية (على رغم أهمية التسلية) فحسب، لكنه خصوصاً فيما يتعلق بالمرأة أداة تربوية، لا للمرأة فحسب بل كذلك للمحيط الاجتماعي الذي تعيش فيه والذي لم يعد كافياً أن يردد مقولة أن النساء نصف المجتمع فيما هو لا يرى ذلك النصف إلا كشـــكل خارجي (بن روان، ٢٠١٤)، وكما يســـاهم الإعلام بأهمية كبيرة في تثقيف وتوعية المرأة في المجالات المختلفة مثل المشاركة السياسية، والانخراط في العمل العام، والعمل الاجتماعي والأسري، وأهمية دور الاتصال والتواصل الإعلامي في تفعيل النشاط النسائي في البناء النفسي للمرأة والفروق الفردية وفقاً لمتغيرات البناء النفسي من حيث الكفاءة مقابل عدم الشعور بالكفاءة والقدرة على الانجاز مقابل الكسل والتخاذل، والتقمص الوجداني(خصـــوبة الخيال) مقابل الرؤية الضـــيقة للأمور، والتفتح الذهني مقابل الانغلاق والتسلط (يوسف،٢٠٠٧).

وتعد الدراما التلفزيونية من أهم الأشـكال الدرامية في العصـر الحاضـر لما تتمتع به من خصـائص وإمكانيات سـاعدتها على الانتشـار الجماهيري، فقد أصـبحت من أكثر أدوات التغير الاجتماعي فعالية نظراً لاجتذبها عدداً كبيراً من المشاهدين كونها تحظى بأعلى نسبة مشاهدة. (متولي والكواري، ٢٠٠٩)

ويرى الجابري (٢٠١٦) أن الأشكال الدرامية من أفلام ومسلسلات أصبحت من أكثر الموضوعات التي يعتمد عليها القائمون على الاتصال في المؤسسات الإعلامية خلال عملية تشكيل الانطباعات التي يريدونها لدى الجمهور، وذلك من خلال استخدام مجموعة من الفنون والتقنيات بحيث يشكّلون عالماً يقوم على التصنّع والتمثيل ويقدمونه للجمهور على أنه الحقيقة الاجتماعية، وبحكم الدور الكبير الذي تلعبه الدراما التلفزيونية بتأثيرها في حياة العائلة إلى حدود فاعلة لدى الجاهل والمتعلم، ولهذا يكشف مارتن أيلسن في كتابه "عصر التلفزيون" أن: "التلفزيون يتدخل في كل شيء ويترك بصماته الواضحة في قيمنا وسلوكنا وعاداتنا واتجاهاتنا وأفكارنا". (الصحن، ٢٠١٤)

إن مساهمة التلفزيون في عملية بناء الواقع الاجتماعي، هي سيرورة معقدة وغير مباشرة وتعمل متفاعلة مع عناصر شديدة التنوع ومع مؤسسات كثيرة (بلغيثية، ٢٠١٣)، فهي تعمل كمؤشرات لنوع النشاط الذي يواجهه المشاهد من خلال المضامين التلفزيونية، فهناك المشاهد الناقد الذي يجمع الوقائع في صياغة التصورات الاجتماعية لظاهرة معينة ويختلف عن المشاهد السلبي (مهنا، ٢٠٠٢) ويرى بوديار (Baudiard) أن التلفزيون عالم حقيقي يتبدد فيه الفعل الاجتماعي في عدد لا متناهٍ من الصور وتنصهر فيه الحقيقة والمعنى، فهو يرى أن العالم التلفزيوني كعالم قائم بذاته له أسسه وقواعده ويشكل الزيف سمة أساسية في تركيبته، إذ يصبح كل شيء فيه قابلٌ للتبادل؛ اليمين واليسار في السياسة، الجميل والقبيح في الموضة، النافع والضار في تبادل الأشياء، الصادق والكاذب في الرسائل الإعلامية حول الواقع، ويستخلص من ذلك أن كل المعايير الإنسانية الكبرى حول القيم، وكل القيم الحضارية المرتبطة بالأخلاق والأحكام المدنية والتطبيقية تندثر في منظومة الصور والإشارات. (لعبان، ٢٠٠٨)

ولقد ساعد انتقال البث التلفزيوني عبر الإنترنت في سرعة انتشار المحتوى التلفزيوني وخاصة الدراما التلفزيونية على نطاق أوسع، ففي منتصف العقد الأوّل من الألفية الثالثة وتحديداً في عام ٢٠٠٥،

أي بعد أربع سنوات من إطلاق "آبل" لمنصة iTunes، قامت الشركة بتوفير خدمة تحميل المحتوى التلفزيوني عبر منصتها الجديدة من خلال الدفع عبر الإنترنت. وفي العام ذاته انطلقت منصة "يوتيوب"، التي مثلت نقلة نوعية في كيفية استخدام الإنترنت ومُشاهدة مقاطع الفيديو وأصبحت فيما بعد مكاناً يسهل عليك من خلاله مُشاهدة الأفلام والمسلسلات والبرامج التلفزيونية التي تمت مُشاركتها بواسطة المستخدمين أنفسهم بشكلٍ غير قانوني، وقد بدأ حينها مُصطلح مشاهدة البرامج والمسلسلات التلفزيونية عبر الإنترنت في الظهور بشكلٍ أكبر، ومع الوقت أصبحت الشركات تستهدف الصناعة الجديدة، والتي تُركّز على البث التلفزيوني عبر الإنترنت مثل شركة أمازون، التي قدمت خدمة Amazon Video في عام ٢٠٠٦ لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية تحت اسم Amazon Unbox بالإضافة لخدمة Netflix، التي أصبحت في المرتبة الأولى من حيث خدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت في الوقت الحالي، حيث كانت بدايتها متجراً لتأجير أقراص DVD في الولايات المتحدة في عام ١٩٩٨ حتى انتقلت لتُصبح خدمة بث تلفزيوني عبر الإنترنت في عام ٢٠٠٧، تلى ذلك دخول العديد من الشركات في مجال البث التلفزيوني عبر الإنترنت، مثل Hulu وHBO اللتان أطلقتا خدمة HBO Go، ومُؤخراً انضمت لهذا المجال بشكله الجديد الذي يُمكِّنُك من مشاهدة البرامج والمسلسلات والأفلام المزيد من الشركات مثل Apple من خلال خدمة Apple TV+ وبعض الشركات الشرق أوسطية مثل "شاهد" وWAVO، وأيضاً خدمة Watch IT التي تعرض المسلسلات الرمضانية عبر الإنترنت بالأسلوب ذاته. (يسري، ٢٠١٩)

لقد اهتمتْ الدراسات الإعلامية والاتصالية بمحاولة تبيان العلاقة بين وسائل الإعلام وما يحملهُ الناسُ في أذهانهم من تصورات وحقائق، فمع ظهور هذه الوسائل، انتقل البناءُ الاجتماعي للحقيقة من الاتصال الشخصي إلى الجماهيري، فوسائل الإعلام اليوم وانطلاقاً من المكانة المهمة التي تحتلها في حياتنا اليومية، ونظراً للوقت الكبير الذي أصبحنا نخصّصه لاستخدامها باتت تلعب دوراً لا يستهانُ به على

صعيد التنشئة الاجتماعية، فتعد اليوم أهم مصدر من مصادر المعلومات والأخبار والمعارف، مما زاد من فرص تشكيل الصور الذهنية للجمهور المتلقي بما يتماشى مع ما تبثهُ هذه الوسائل، وهذا ما طرح العديد من التساؤلات حول طبيعة التصورات التي يبنيها الأفراد على أثر التعرض لوسائل الإعلام، فهذه الأخيرة بمقدورها أن تنقل الحقيقة لتقربها من واقعهم الاجتماعي مثلما تستطيع أيضاً أن تجعلهم ينغمسون في عالم من الوهم والخيال يدركونه في نهاية الأمر على أنه واقعهم الفعلي. (قلاعة، ٢٠١٧)

ومن منطلق أن الدراما التلفزيونية تعكسُ النُظم والمعتقدات والأوضاع السائدة في المجتمعات، فإنها تقوم بدور مهم في بناء الصورة الذهنية للمرأة لدى المجتمعات (يسري، ٢٠٠٢) وتعتبر نهى القطرجي (٢٠٠٦) أن صورة المرأة في مختلف وسائل الإعلام المرئية في أحد وجوهها ترتبط بالأعمال الدرامية التي يُفترض أن تنقل صوراً عن واقع المرأة الحياتي ومشكلاتها الاجتماعية، ولكن ما يحدث أن هذه الصور كثيراً ما تكون معبرة عن الرؤية الخاصة لدى منتجي العمل الفني أكثر مما تكون معبرة عما هو واقع المرأة الحقيقي، لذلك ترى إرادة زيدان (٢٠١٤) أن تغيير الصورة السائدة للمرأة في الإعلام العربي، هو أحد الحلول التي تساعد في تغيير نظرة المجتمع لها، لأن اللغة التي تُستخدم في الإعلام تبقى حية في الأذهان لمدة طويلة، لا سيما الدراما التلفزيونية التي لها مكانة خاصة لقدرتها على عرض الصور ونقل الأفكار والتأثير في الجمهور، فضلاً عن كونها من النتاجات الثقافية التي تعمل على تكوين الصورة لدى المجتمع عن المجتمعات الأخرى أو عن المجتمع نفسه.

يعرف البنك الدولي تمكين المرأة بأنه تعزيز سلطة المرأة في المجالات الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية، ويمكن تحقيقه عن طريق إيجاد فرص أكثر للمرأة، لامتلاك المزيد من الأصول، والقدرات، ما يمكنها من عمل الاختيارات، لنقلها إلى إجراءات أو نتائج مرجوة .(World Bank, 2012) ووفق تعريف (الإسكوا)(ESCWA, 2012) ، فإن عملية تمكين المرأة هي العملية التي تصبح المرأة من خلالها

فردياً وجماعياً واعية بالطريقة التي تؤثر في علاقات القوة في حياتها، فتكتسبها الثقة بالنفس والقوة في التصدي، لعدم المساواة بينها وبين الرجل، وهذا تعريف عام لجميع جوانب عملية تمكين المرأة، ومن هنا فإن تمكين المرأة يهدف إلى تشجيع النساء على معرفة حقوقهن، وواجباتهن، والعمل على النهوض بهن، فالتمكين يدعم المشاركة. وتعد الجمعيات التنموية النسائية شريكاً أساسياً في عملية تمكين المرأة، من خلال أنشطتها، وبرامجها التنموية التي تقدمها للفئات التي تتعامل معها.

وعلى الرغم من أن المرأة تشكل ما يزيد بقليل عن نصف سكان العالم، لكن مساهمتها في المستويات المقيسة للنشاط الاقتصادي والنمو والرفاهية ما تزال أقل بكثير من المستوى الممكن، وعلى الرغم مما تحقق من تقدم ملموس في العقود القليلة الماضية، ما تزال مشاركة الإناث في سوق العمل أدنى من مشاركة الذكور، كما أن معظم الأعمال غير مدفوعة الأجر تقوم بها المرأة، إذ أنه من الملاحظ أن تمثيل المرأة في القطاع غير الرسمي، وشرائح السكان الفقيرة يتجاوز تمثيل الرجل بكثير، كذلك تواجه النساء فروقاً كبيرة في الأجور بينهن وبين الذكور. وفي كثير من البلدان، تؤدي التشوهات والتمييز في سوق العمل إلى الحد من خيارات العمل مدفوع الأجر أمام المرأة، وما يزال تمثيل الإناث منخفضاً في المناصب العليا، وفي مجال ريادة الأعمال (منظمة العمل الدولية، ٢٠١٥).

لقد التزمت دولة الإمارات التزاماً كاملاً بتعزيز حقوق المرأة انطلاقاً من إيمانها بأن تمكينها أمر أساسي لتطوير مجتمع حديث ومتقدم، وتشارك المرأة في دولة الإمارات على قدم المساواة في الحياة المدنية والاقتصادية والسياسية، فقد أولت الإمارات العربية المتحدة منذ تأسيسها في عام ١٩٧١، أهمية كبيرة لتمكين المواطنين، ذكوراً وإناثاً على حد سواء، ويضمن دستور الدولة المساواة في الحقوق للجميع أمام القانون، وكذلك في الحصول على الخدمات الصحية والتعليمية وفرص العمل، وقد احتفلت دولة الإمارات في ٢٨ أغسطس ٢٠١٥ بالذكرى الأربعين لإطلاق الاتحاد النسائي العام، وتم إعلان هذا اليوم

" يوم المرأة الإماراتية"، وهو احتفال وطني بدور المرأة في المجتمع، وتعتبر المساواة بين الجنسين جزء من الأجندة الوطنية لرؤية الإمارات ٢٠٢١، التي تهدف إلى حماية المرأة من جميع أشكال التمييز في العمل والمجتمع وتمكينها في جميع المجالات، حيث أطلقت سمو الشيخة فاطمة بنت مبارك، رئيسة الاتحاد النسائي العام رئيسة المجلس الأعلى للأمومة والطفولة الرئيسة الأعلى لمؤسسة التنمية الأسرية في ٨ مارس ٢٠١٥، الاستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة الإماراتية بمناسبة اليوم العالمي للمرأة، وتوفر الاستراتيجية إطاراً للحكومة والقطاع الخاص ومنظمات المجتمع المدني لوضع خطط تجعل دولة الإمارات ضمن أكثر الدول تقدماً في مجال تمكين المرأة، أما في صعيد المشاركة السياسية فقد تقدمت ٢٠٠ امرأة للترشح من بين ٥٥٥ مرشحا سجلوا في انتخابات المجلس الوطني الاتحادي التي أجريت في أكتوبر ٢٠١٩، فكانت نسبة ترشح النساء تساوي ٣٦ في المئة من المجموع، وفازت سبع نساء من بين عشرين عضواً جديداً انتخبوا لعضوية المجلس الوطني الاتحادي، مما يجعل الإمارات العربية المتحدة واحدة من أوائل الدول في العالم التي تشكل فيها النساء نصف أعضاء المجلس الوطني الاتحادي، كما وتشارك المرأة في الحقائب الحكومية الرئيسة المرتبطة بتمكين المرأة على الصعيدين الوطني والعالمي، مثل التعاون الدولي، والتنمية الاجتماعية، والتعليم العام، والشباب، كما اعتمد مجلس الوزراء عدداً من السياسات لتعزيز مشاركة المرأة في القطاع القضائي والبعثات الدولية وعمليات حفظ السلام، وتقود دولة الإمارات تدابير تمكين المرأة في السلك الدبلوماسي حيث بلغت نسبة العاملات في وزارة الخارجية والتعاون الدولي ٤٩,٥ في المئة، بما في ذلك سفيرات بعثة الأمم المتحدة في نيويورك وسفيرات هولندا وألمانيا وفنلندا والدانمارك، وتشكل النساء حوالي ٦٠ في المئة من خريجي أكاديمية الإمارات الدبلوماسية، وفي حين أظهرت الحكومة الاتحادية التزامها بتمكين المرأة على جميع المستويات، أظهر القطاع الخاص في دولة الإمارات بالمثل أهمية تمكين المرأة، وعلى صعيد متصل، أصدرت حكومة دولة الإمارات في ديسمبر ٢٠١٢، قراراً يقضي بوجوب تواجد المرأة الإماراتية في مجالس

إدارة الهيئات الاتحادية والشركات والمؤسسات الخاصة، وأنشأت الحكومة في مايو ٢٠١٥، مجلس الإمارات للتوازن بين الجنسين لضمان استمرار المرأة الإماراتية في لعب دور رائد في تنمية البلاد. ويضطلع المجلس بعدة مهام، بما في ذلك استعراض التشريعات والسياسات والبرامج لتحقيق التوازن بين الجنسين في مكان العمل، كما تعمل دولة الإمارات على زيادة حصة المرأة من القوى العاملة؛ حيث تشغل النساء ٦٦ في المائة من وظائف القطاع العام وهي واحدة من أعلى النسب في جميع أنحاء العالم، بما في ذلك ٣٠ في المائة من المناصب القيادية العليا المرتبطة بأدوار صنع القرار، كما وأن المرأة تشغل ٧٥ في المائة من القوى العاملة في قطاعي التعليم والصحة، وقد تم انتخاب دولة الإمارات للمشاركة في المجلس التنفيذي لهيئة الأمم المتحدة للمرأة في الفترتين ٢٠١٣-٢٠١٥ و٢٠١٦-٢٠١٨، والمجلس التنفيذي هو كيان تابع للأمم المتحدة هدفه تكريس المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة.(موقع وزارة الخارجية والتعاون الدولي)

نجد أن نظرة العالم لأي مجتمع تُقاس بمكانة المرأة ومدى مشاركتها وتمكينها فيه، كما أنها تتأثر بصورتها في الإعلام، فإذا ما اتسمتْ بالإيجابية ينعكس ذلك على تقدير المجتمع واحترامه لها، بل تحفز المرأة ذاتها على أداء أدوارها في المجتمع. وقد دعتْ الأمم المتحدة في عام ١٩٩٥ في بكين إلى ضرورة التخلص من الصورة السلبية والمهينة للمرأة في وسائل الاتصال من أجل خلق صورة متوازنة عن تنوّع حياتها ومساهمتها في المجتمع، لذلك اهتمت الدراسة الحالية بمعرفة صورة المرأة الإماراتية في الدراما التلفزيونية الإماراتية وذلك من خلال تحليل مضمون مجموعة من المسلسلات الإماراتية، بالإضافة إلى استبيان لمعرفة وجهة نظر طالبات جامعة الإمارات حول الصورة التي تعرضها الدراما التلفزيونية عن المرأة الإماراتية، فدراسات الجمهور في الإعلام تُعد مجالاً بحثياً مهماً يمكننا من خلاله معرفة خصائصه وسماته وأنماط تفاعله مع مختلف الوسائل، بالإضافة إلى معتقداته وآرائه واتجاهاته نحوها.

٢،١ خلفية الدراسة

لقد توصلت أغلب الدراسات التي تناولت صورة المرأة في النتاج الثقافي العربي إلى أنها قُدمت بصورة نمطية وتُحصر في أدوار محدودة، وهو ما يفرض على المهتمين بقضايا المرأة التنبّه لخطورة الصورة التي تظهر فيها النساء في المادة الإعلامية العربية وتروج لصورة المرأة السلبية ولا سيما الدراما التلفزيونية التي لها مكانة خاصة لقدرتها على عرض الصور، ونقل الأفكار والتأثير في الجمهور لكونها من النتاجات الثقافية التي تعمل على تكوين الصور لدى المجتمع عن المجتمعات الأخرى أو عن المجتمع نفسه (زيدان، ٢٠١٤). فتناول الإعلام للمرأة وخاصة في المنطقة العربية يتميز باستغلالها ووضعها في إطار معين، كما حدث في وقت من الأوقات مع المرأة في الغرب، حيث أصبحت جزءاً أساسياً يوضع في قالب محدّد في الإعلانات التجارية وأغاني الفيديو كليب وأصبح من النادر رؤية أو سماع أو مشاهدة مثلاً إعلاناً لا يتضمن صورة المرأة، حتى لو لم يكن الأمر يستدعي ذلك، مما دعا الكثيرون من المدافعين عن حقوقها بوصف هذه الظاهرة واعتبارها استغلالاً لجسد المرأة، كسلعة وسيطة لترويج سلعة أخرى، أو باعتبارها عقلاً يسهل التأثير عليه للشراء بشكل عام سواء كان ما يروج عنه يخص المرأة أم لا (قنديل، ٢٠٠٢)

وترى نادية إبراهيم (٢٠٠٧) أن وسائل الإعلام الجماهيرية تلعب دوراً رئيساً في خلق الصور النمطية عن المرأة في أذهان الجمهور، وهنا يظهر نموذج الغرس الثقافي Cultivation Theory، الذي يركز على تعرض الفرد لمشاهدة التلفزيون، فكلما زاد الوقت الذي يقضيه أمامه كلما استطاع أن يبني مفاهيم الواقع الاجتماعي بما يتطابق مع ما يقدّمه التلفزيون، لذلك نجد أن مشاهدة صورة المرأة في التلفزيون تكون إطاراً رمزياً وفكرياً يستخدمه الإنسان في تفسير الحقائق والأحداث اليومية التي تمر به، لأن هذه الصورة المتراكمة في ذهن المشاهد تعكس صورة محدّدة للمرأة.

وجدت دراسة آل علي (٢٠١٨) ودراسة المناصير (٢٠١٤) ودراسة العرادة (٢٠١٣) ودراسة القصابية (٢٠١١) والتي هدفت لمعرفة صورة المرأة الدراما التلفزيونية بأنها قدمت بصورة نمطية فقد كرست صورة المرأة ضمن نموذج المرأة الجاهلة ضعيفة الشخصية، وحصرتها في أدوار المؤامرات والمكايدات والثرثرة، واختصرت حياتها على الاعتناء بشؤون المطبخ، وجلسات الغيبة والنميمة، ولم تظهر بأي أدوار قيادية.

٣،١ مشكلة الدراسة

تُعتبر الدراما التلفزيونية من أكثر المضامين الإعلامية التي استطاعت بحضورها القوي عبر مختلف القنوات التلفزيونية الفضائية في العالم، التأثير على شريحة كبيرة من الجمهور، فتتجاوز حدود الزمان والمكان، واستطاعت الدراما أيضاً احتلال مكانه مؤثرة وفعالة بمختلف ألوانها بتناولها قضايا قريبة من الواقع المعاش، لما لها من تأثير في تغيير منظومة القيم وتشكيل الاتجاهات والآراء التي يتبناها الفرد كما أثبتتها الدراسات الإمبريقية في مجال الإعلام ومن أهمها دراسات الغرس الثقافي. فالمرأة تُعد جزءاً لا يتجزأ من منظومة المجتمع، لذلك كان ولا بد من الالتفات إلى قضاياها ومعرفة كيف تقوم الدراما بعرض صورتها على الشاشة.

تكمن مشكلة الدراسة في تعرُّضِ صورة المرأة في الدراما للتشويه على المدى الطويل سواء المتعمد أو غير المتعمد من قبل صُنّاع الدراما الأجنبية والعربية، وذلك من خلال إظهارها بصور نمطية. ومما لا شك فيه فإن تكريس الصور سواء السلبية أو الإيجابية عن المرأة يؤثر بشكل فعّال في دورها في المجتمع، ولإثبات أن هذه المشكلة موجودة في الدراما التلفزيونية الإماراتية أيضاً؛ فقد تم إجراء دراسة استطلاعية شملت تحليل مضمون المسلسلات الاجتماعية التي عُرضت خلال الخمس سنوات الماضية على شاشات القنوات الفضائية الإماراتية والتي عددها ٣ مسلسلات وهي (ص.ب ١٠٠٣، خاشع ناشع، البشارة)، حيث تم تحليل مضمون ١٠٪ من المادة أي ثلاث حلقات من كل مسلسل، لمعرفة الصورة التي ظهرت

بها المرأة في الدراما التلفزيونية، وقد أظهرت هذه الدراسة الاستطلاعية بعض المؤشرات والنتائج الأولية فيما يتعلق بصورة المرأة الإماراتية في الدراما التلفزيونية، حيث وجدت الدراسة أن المسلسلات كرّست الصورة السلبية للمرأة، وأظهرتها بصورة ضعيفة ومظلومة ومغلوبة على أمرها، أو متمردة وعنيفة ومتسلطة، فلم تظهر بشكل جلي كفاعلة ومؤثرة في المجتمع. وفي دراسة أجرتها فوزية آل علي (٢٠١٨) على عينة من النساء لمعرفة رضاهن عن الصورة التي تُقدمها الدراما الخليجية عن المرأة، وجدت أن ٧٤,٥٪ من عينة الدراسة ترى أن الدراما الخليجية لا تُقدم صورة واقعية عن المرأة الخليجية بل صورة بعيدة تماماً عن الواقع سواء في المهن أو السمات أو الأدوار التي تقوم بها في الدراما، وأن ٦٢٪ من عينة الدراسة ترى أن الدراما الخليجية تعكس صورة المرأة الخليجية وتظهرها في صورة سلبية وعاطفية وانفعالية.

لذلك تتجه هذه الدراسة إلى معرفة صورة المرأة الإماراتية في الدراما التلفزيونية الإماراتية ومدى تطابقها مع الواقع، وذلك من خلال استطلاع رأي عينة من طالبات جامعة الإمارات، بالإضافة إلى تحليل مضمون ٤٥٠ حلقة من ١٥ مسلسلاً عُرضت على قناتي أبوظبي ودبي الفضائيتين خلال الفترة من (٢٠١٦-٢٠٢٠)، بالإضافة إلى إجراء مقابلات مع مختصين في حقل الدراما التلفزيونية.

٤،١ أسئلة الدراسة

تُعد أسئلة الدراسة الأساس المفصل لتحقيق أهدافها، ومن خلال الإجابة عن هذه التساؤلات يصل الباحث إلى حلول لمشكلة البحث العلمي الذي يقوم به وفيما يلي تبيان تساؤلات الدراسة:

١. هل عكست الدراما التلفزيونية الإماراتية واقع المرأة الإماراتية من حيث المستوى التعليمي والاجتماعي والمهني والاقتصادي ؟

٢. ما القيم الإيجابية والسلبية التي عكستها الدراما التلفزيونية الإماراتية عن المرأة الإماراتية؟

٣. ما الصور النمطية التي عكستها الدراما التلفزيونية الإماراتية عن المرأة الإماراتية؟

٤. ما دور الكاتب الدرامي في رسم صورة واقعية حول المرأة الإماراتية؟

٥. ما أنماط وحجم تعرض طالبات جامعة الإمارات للدراما التلفزيونية الإماراتية ومدى إدراكهن لصورة المرأة الإماراتية التي تقدمها هذه المسلسلات ؟

٦. ما دوافع مشاهدة طالبات جامعة الإمارات للدراما التلفزيونية الإماراتية، وما مدى إدراكهن لصورة المرأة الإماراتية التي تقدمها هذه المسلسلات؟

١،٥ أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى معرفة صورة المرأة الإماراتية في الدراما التلفزيونية الإماراتية وذلك من خلال:

١. اكتشاف الصورة التي عكستها الدراما التلفزيونية الإماراتية عن واقع المرأة الإماراتية من حيث المستوى التعليمي والاجتماعي والمهني والاقتصادي.

٢. معرفة القيم الإيجابية والسلبية التي عكستها الدراما التلفزيونية الإماراتية عن المرأة الإماراتية.

٣. تحديد الصور النمطية التي عكستها الدراما التلفزيونية الإماراتية عن المرأة الإماراتية.

٤. تبيان دور الكاتب الدرامي في رسم صورة واقعية حول المرأة الإماراتية.

٥. معرفة أنماط وحجم تعرض طالبات جامعة الإمارات للدراما التلفزيونية الإماراتية ومدى إدراكهن لصورة المرأة الإماراتية التي تقدمها هذه المسلسلات.

٦. الكشف عن العلاقة بين دوافع تعرض طالبات الجامعة للمسلسلات الإماراتية وبين إدراكهن لصورة المرأة الإماراتية التي تقدمها هذه المسلسلات.

UNIVERSITI SAINS ISLAM MALAYSIA
ISLAMIC SCIENCE UNIVERSITY OF MALAYSIA

٦،١ أهمية الدراسة

تكتســب أي دراســة أهميتها وقيمتها من خلال ما تضــيفه أو الفائدة المعرفية التي تقدمها لهذا المجال، ونظراً لندرة الدراسات الإعلامية حول صورة المرأة في الدراما التلفزيونية هو ما دفع الباحثة للتطرق لهذا الموضوع:

١،٦،١ الأهمية العلمية

أ. تعتبر الدراسة إضافة للمكتبات العربية، نظراً لندرة الدراسات الإعلامية التي تناولت تحليل مضمون صورة المرأة في الدراما التلفزيونية.

ب. الأهمية التي تحظى بها الدراما من قبل الجماهير ومدى قدرتها على تغيير الاتجاهات وتعزيز القيم.

ج. مواكبة الاهتمام الذي توليه الدولة بقضايا المرأة وتمكينها في المجتمع، فكان لا بُدّ من دراسة الصورة التي تظهر بها في الإعلام بشكل عام والدراما التلفزيونية بشكل خاص، لمعرفة أوجه التشابه والاختلاف بين الواقع الذي يُقدمه التلفزيون عبر أعماله الدرامية لصورة المرأة الإماراتية وبين الواقع الفعلي لها.

٢،٦،١ الأهمية العملية

أ. محاولة التوصل إلى نتائج عملية إجرائية، يمكن أن تُسهم في تقديم توصيات في مجال صورة المرأة في الدراما التلفزيونية التي تتعرض للتشويه والتنميط، لا سيما فيما يتعلق بالنصوص الدرامية المقدمة لوسائل الإعلام ومن ثم محاولة الاستفادة من تلك النتائج والتوصيات العلمية في صياغة سياسات واتخاذ قرارات بشأن آليات مواجهة هذا التشويه لصورة المرأة في الدراما التلفزيونية الإماراتية.

ب. تحاول الدراسة توجيه انتباه الباحثين في مجال الدراما إلى أن تأثير الدراسات يذهب إلى أبعد من التأثير المحلّي بل يتعداها إلى المجتمعات العربية الأخرى، مما يتطلب من صُناع الدراما إعادة النظر في طبيعة الموضوعات والقضايا التي تناقشها الدراما التلفزيونية وطرق تناولها.

ج. إن الدراسات التي تجرى لمعرفة آراء الجمهور في وسائل الإعلام، تُشكل أهمية كبيرة للمؤسسات الإعلامية في معرفة ما تبثه من رسائل إعلامية إلى جمهورها، وتقييم ردودهم تجاهها وتحديد الأمور الإيجابية والسلبية التي تُقدمها فهي بمثابة رجع الصدى.

١،٧ حدود الدراسة

هي الحدود التي فرضتها طبيعة الدراسة وتنقسم إلى ثلاثة أنواع:

١،٧،١ الحدود الزمانية

الحدود الزمانية للدراسة الميدانية العام الدراسي ٢٠٢٠/٢٠٢١م.

الحدود الزمانية للدراسة التحليلية من العام ٢٠١٦-٢٠٢٠م.

٢،٧،١ الحدود المكانية

الحدود المكانية للدراسة الميدانية هي جامعة الإمارات العربية المتحدة.

الحدود المكانية للدراسة التحليلية كلّ من قناتي أبوظبي ودبي الفضائيتين.

٣،٧،١ الحدود الموضوعية

تُركز الدراسة الميدانية على صورة المرأة الإماراتية في الدراما التلفزيونية الإماراتية من وجهة نظر طالبات جامعة الإمارات، وتقوم الدراسة التحليلية بتحليل مضمون الدراما التلفزيونية الإماراتية والتي عُرضت على قناتي أبوظبي ودبي الفضائيتين في الفترة من (٢٠١٦-٢٠٢٠) لمعرفة كيف تم عرض صورة المرأة الإماراتية فيها.

٨،١ الإطار النظري للدراسة

تستند الدراسة الحالية في إطارها النظري، لتحليل وتفسير صورة المرأة في الدراما التلفزيونية على كلٍ من نظرية "الغرس الثقافي" و" التفاعلية الرمزية":

١،٨،١ نظرية التفاعلية الرمزية

ترتكز الدراسة الحالية في وصفها وتفسيرها لمتغيرات البحث النظرية والتحليلية على نظرية "التفاعلية الرمزية"، والتي تُعد إحدى المنظورات السوسيولوجية الأساسية التي تختص بدراسة التفاعلات الاجتماعية بين الأفراد في إطار الوعي الفردي داخل المجتمع.

يعتبر الاتصال ظاهرة رمزية Symbolic من صنع المجتمعات البشرية، سواء على مستوى اللغة المنطوقة أو غير المنطوقة، فمحتوى الفعل الاتصالي ومضامينه لا تكاد تخرج من عالم الرموز الذي يكمّل بعضها البعض، ويستخدم الإنسان هذه الرموز للتعبير عن حالات ومواقف ومعايشته لعوالمه الصغيرة والكبيرة، والاتصال كمفهوم بين البشر في مجمله ليس إلا بحثاً عن المعنى المتأصل في ذواتهم ككيانات واعية (أبوالحسن، ٢٠١١) فالعلاقة بين كلٍ من الإعلام وأفراد المجتمع والتأثيرات المتبادلة فيما بينها هذه العلاقات لا يمكن دراستها إلا عن طريق الرجوع إلى النظريات الاجتماعية والإعلامية وغيرها من النظريات المفسرة لهذا الفعل. ونظراً لطبيعة الموضوع الذي نحن بصدد دراسته، وهو صورة المرأة في الدراما الإماراتية، فقد تم اختيار نظرية "التفاعلية الرمزية" كنموذج نظري يمكن الاعتماد عليه خلال هذه الدراسة، حيث تعتقد هذه النظرية بأن الحياة الاجتماعية التي نعيشها هي حصيلة مجموعة من التفاعلات بين البشر والمؤسسات والنظم، وقد كوّن البشر من هذه التفاعلات صوراً ذهنية إما إيجابية أو سلبية ناتجة عن الرموز التي كونها الأفراد نتيجة لتفاعلهم مع بعضهم البعض، لذلك تهتم نظرية "التفاعلية الرمزية" بطبيعة اللغة والرموز في شرح العملية الاتصالية في إطارها الاجتماعي.

١،١،٨،١ نشأة نظرية التفاعلية الرمزية

ترتبط نظرية التفاعل الرمزي بمدرسة شيكاغو، وقد استلهمت تصوراتها التفاعلية من براغماتية جون ديوي التي بدأها كل من شارلز بيرث ووليم جيمس، وطورها بشكل رئيسي ميد وقد انصب اهتمام

هذه المدرســـة على الطبيعة الرمزية للحياة الاجتماعية، بالتركيز على المعاني والدلالات الرمزية التي تحملها أفعال الفاعلين داخل سـياق اجتماعي معين، وبتعبير آخر، تنتج المعاني الاجتماعية عن عمليات التفاعل والتبادل الموجودة بين الفاعلين داخل النســـق الاجتماعي أو في علاقة ببنية المجتمع، ومن ثم، فدور الباحث هو أن يحلل أفعال الفاعلين المجتمعيين، برصـــد الدلالات والمعاني الرمزية التي تنتج عن تلك الأفعال المتبادلة، وتأويلها وفق تجارب الأفراد، ضمن نسق مجتمعي معين. (حمداوي، ٢٠١٨)

٢،١،٨،١ مفهوم التفاعلية الرمزية

يقصد بالتفاعل الرمزي ذلك التفاعل الذي يقوم بين الأفراد، ضمن نسق مجتمعي معين، ويظهر ذلك التفاعل في مجموعة من السـلوكيات التي يقوم بها فاعل ما، في علاقة بالسـلوك الذي يصـدر عن الفاعل الآخر، وبتعبير آخر، تصـدر عن الذوات المتبادلة مجموعة من الأفعال وردود الأفعال في تماثل مع بنية المجتمع. وتتخذ هذه الأفعال معاني ودلالات رمزية متنوعة تستلزم الفهم والتأويل. ويعني هذا أن إميل دوركايم كان يركز على الظواهر المجتمعية، ويتعامل معها من منظور وضـــعي وعلمي، دون أن يعير الفرد أدنى اهتمام؛ وذلك بأن الفرد نتاج المجتمع، ولادور له في تغيير المجتمع أو التأثير فيه، بل هو كائن منفعل ليس إلا، بيد أن مدرسة ماكس فيبر قد أعطت للفرد دورا مماثلاً (حمداوي، ٢٠١٨)

يتم تحديد معاني هذه الرموز عن طريق الاتفاق بين أعضـاء الجماعة وتصـور الرموز العلاقة بين أفراد البناء الاجتماعي وأسـاليب تفكيرهم وتصـوراتهم ومشـاعرهم وواقع ممارسـاتهم في سـياق الفعل الاجتماعي. ويشمل الرمز عادة الأصوات والكلمات والصور والإرشادات التي تمثل معاني وحقائق ترتبط بمفاهيم (بونت، ٢٠٠٦) وتُعد عملية الاتصـــال من خلال اللغة أحد أشـــكال "التفاعلية الرمزية" على اعتبار أن العملية الاتصـالية تتفرع من عدة أنواع وتحمل مضـامين مختلفة مما يحيلنا إلى اسـتنباط أن عملية الاتصال الجماهيري تُعتبر من أوجه التفاعل الرمزي التي تحمل ثنائية الرموز والمعاني. (برحيل، ٢٠١٩)

وتهتم "التفاعلية الرمزية" بالطريقة التي يختارها المشاركون في عملية التفاعل الاجتماعي لمعاني الرموز ويتفقون على هذه المعاني ويتم تحديد معنى الرموز عن طريق الاتفاق بين أعضاء الجماعة، وتُعد اللغة أهم مجموعة من الرموز اللازمة للتفاعل الاجتماعي، وتُعتبر عملية الاتصال من خلال اللغة أحد أشكال "التفاعلية الرمزية"، حيث يعبر استخدام الرموز عن قدرة الإنسان على التواصل مع غيره ووسيلة لزيادة المقدرة على نقل المشاعر والميول والاتجاهات بين الأفراد (لطفي والزيات، ٢٠٠٩)

وتعتمد فكرة "التفاعلية الرمزية" على وجود عملية التفاعل والاتصال بين الناس عن طريق اللغة، حيث تستخدم الرموز والعقل والذات والأنا كأداة عملية لمعرفة وتحليل السلوك الإنساني والظاهرة الاجتماعية فالرموز بنظر هذه النظرية (الغزوي، ٢٠٠٤):

١. أداة أساسية للتفاهم والاتصال بين الناس ونقل الرسائل الشفوية والمكتوبة وغير اللفظية.

٢. الرمزية هي "شيء ما يحل مكان شيء آخر"، فوجود التماثل مثلاً في مكان ما يدل على وجود هذه الشخصية أو الفكرة مع أنه غير موجود، حيث يتم التفاعل الاجتماعي الرمزي بواسطة وظيفتين، تتمثل الأولى في الاتصال بين الناس، والأخرى في المشاركة التي تتم عن طريق الاتصال.

٣. الرمز عبارة عن إشارة مميزة للدلالة على موضع معين مادي أو معنوي، ويكون لكل رمز معنى يُحدّد من قِبَلْ المجتمع بحيث يُشير إلى وظيفة اجتماعية تشبع حاجة الفرد وتساعده في التفاعل مع بقية أفراد المجتمع، فمعاني الرموز ما هي إلا نتائج اجتماعية مخلوقة من المجتمع لتحديد أنماط سلوك أفراد وتوضح عملية تفاعلهم وهي مكتسبة.

٤. الرموز تتضمن معاني مُتفقٌ عليها من قِبَلْ أفراد المجتمع تعمل على تماثلهم في نمط سلوكي معين يستخدمونها عندما يريدون التعبير عن مضامينها.

ويمكن اختصار أبرز اتجاهات التفاعل الرمزي بالنقاط التالية:

أ. الذات "النفس البشرية"، وهي العامل الأساسي في عملية التفاعل الاجتماعي حيث تحتوي على العديد من المعاني والتفسيرات وتنشأ داخل المجتمع، وتُكتسب من عدة مصادر أهمها الخبرات الاجتماعية عند الفرد وتفاعله مع الآخرين. فالنفس البشرية تتكون من قسمين، الأول: الذات الفردية التي تُمثل استجابة التركيب العضوي لاتجاهات الآخرين، والثاني: الأنا الاجتماعية المتكونة من اتجاهات الآخرين، وبهذا المعنى فإن النفس البشرية عبارة عن مرآة ينعكس عليها ما يوجد في المجتمع والثقافة التي يعيش فيها الفرد.

ب. الرموز كحقيقة اجتماعية، نظراً لما تلعبه من دور في عملية تفاعل الأفراد والاتصال فيما بينهم، وكذلك عملية التكيّف وهذا يُعني أن المجتمع هو الذي يصوغ هذه الرموز ليجعلها ذات معانٍ اجتماعية وسلوكية، ويرى ميد في الرمز الواسطة التي يستطيع عدة أفراد أن يتفاهموا ويتواصلوا بها.

ج. الظواهر الاجتماعية، والتي ينبغي أن ترتبط بوعي الباحث الذي يقوم بدراستها، فالظواهر لها وجود في وعي الأفراد، وعلى الباحث أن يشتق لنفسه من الأدوات ما يمكنه من الغوص في نفوس الأفراد لاستخلاص ظواهر المجتمع وقوانينه كما يتصورها ومن هنا كان التركيز على هذه الأساليب الجديدة في جمع البيانات عن الظواهر الاجتماعية. (عبدالحميد، ٢٠٠٠)

٣،١،٨،١ مصطلحات نظرية "التفاعلية الرمزية"

يرى غوفمان (٢٠٢١) أن مصطلحات نظرية التفاعلية الرمزية هي:

التفاعل Interaction: وهو سلسلة متبادلة ومستمرة من الاتصالات بين فرد وآخر أو فرد مع جماعة أو جماعة مع جماعة.

المرونة Flexibility: ويُقصد بها استطاعة الإنسان على أن يتصرف في مجموعة ظروف بطريقة واحدة في وقت واحد وبطريقة مختلفة في وقت آخر وبطريقة متباينة في فرصة ثالثة.

الرموز Symbols: وهي مجموعة من الانطباعات والصور الذهنية يستخدمها الناس فيما بينهم لتسهيل عملية التواصل.

الوعي الذاتي Self- Consciousness: وهو مقدرة الإنسان على تمثيل الدور، فالتوقعات التي تكون لدى الآخرين عن سلوكنا في ظروف معينة، هي بمثابة نصوص يجب أن نعيها حتى نمثلها.

٤،١،٨،١ فروض نظرية التفاعلية الرمزية

تعتبر التفاعلية الرمزية مدخلاً من المداخل الاجتماعية التي تفسر اكتساب الفرد للمعاني التي تسهم في رسم الصور والتوقعات عن الآخرين من خلال نظام المعاني الذي يميز الثقافات عن بعضها ويؤثر في بناء الصور في عقول الأفراد داخل هذه الثقافات، ويمكن الإشارة إلى سياق الفروض الأساسية كما ذكرها هانز جوا (٢٠٠٥) فيما يلي:

١. النظر إلى المجتمع على أنه نظام من المعاني، تشكل مساهمة الأفراد في المعاني المشتركة المرتبطة برموز اللغة نشاطاً شخصياً تنشأ منه توقعات مستقرة ومفهومة للمجتمع تقود بدورها إلى أنماط متوقعة من السلوك.

٢. إن الحقائق الاجتماعية والمادية من وجهة نظر السلوكية ما هي إلا بناء مصنف للمعاني، وهي حصيلة المساهمة الفردية والجماعية في التفاعل الرمزي، وتفسر الحقائق هو حاصل اتفاق جماعي ذو صفة ذاتية فردية.

٣. الروابط التي توحد الأفراد وأفكارهم عن غيرهم وما يعتقدون عن ذواتهم هي بُنى شخصية للمعاني نشأت عن التفاعل الرمزي، وبذلك فالمعتقدات الذاتية للمواطنين عن الآخرين وعن ذواتهم هي أكثر الحقائق أهمية للحياة الاجتماعية.

٤. يسترشد السلوك الفردي في موقف ما على المضامين والمعاني التي تربط الناس بهذا الموقف، فالسلوك ليس رد فعل أتوماتيكي أو استجابة آلية لمؤثر خارجي، ولكنه ثمرة أبنية ذاتية حول النفس والآخرين والمتطلبات الاجتماعية للمواقف.

وقد قدما دون فولس ودينيس ألكسندر في كتابهما "الاتصال والسلوك الاجتماعي منظور التفاعلية الرمزية"، ثلاثة فروض أساسية عن الاتصال والتفاعل الرمزي (زعتر، ٢٠٠٨):

١. إن ما نعرفه عن عالمنا هو نتيجة لخبراتنا الاتصالية السابقة لحدٍ كبيرٍ في هذا العالم، وهذا يوافق فكرة سوملون عن التفاعل والرموز الثقافية، وقد ذكر كل من فولس وألكسندر أن الاتصال يسمح بنقل الأفكار المبهمة دون خبرة شعورية، فالإعلام هو المصدر الأول للخبرة غير المباشرة ولهذا السبب يبرز تأثيره في تركيب الواقع الاجتماعي.

٢. يقوم الاتصال بدور المرشد ويأتي ذلك من خلال توجيه مفاهيم الذات والدور والموقف، وتُعد هذه المفاهيم نتاج خبراتنا في البيئة، لكن يكمن الاختلاف في استخدام الاتصال في مواضيع مختلفة ترتبط بفهمنا لأنفسنا والآخرين في هذه المواقف وهذا يشابه النقطة التي أشار إليها سوملون عن تعلم الثقافة والتنبؤ بسلوك الآخرين.

٣. يتكون الاتصال من تفاعلات معقدة تتضمن الفعل والاعتماد المتبادل والتأثير المتعدّد وعلاقات الأفراد وظروف الموقف، وقد أوضح كل من فولس وألكسندر أن تذكرنا وفهمنا لعالمنا ومكاننا يتم من خلال التفاعل والتوحد مع رموز الإعلام.

١،٨،١،٥ أبرز روّاد نظرية التفاعلية الرمزية

أولاً: جورج هربرت ميد George Harbet Mead: (١٨٩٤-١٩٣١)

من أشهر علماء الاجتماع الأمريكيين، والذي تأثر بالعالم جون ديوي (J.Diwi) وأثّر في أفكار كلٍّ من هيربرت بلومر (H.Bloomer) وفيكتور تيرز (V.Turz)، من أهم الكتب التي ألفها كتاب "العقل الذات والمجتمع" (Mind,Self and Society)، بالإضافة إلى نشره مقالات وأبحاث علمية في مادتي علم النفس الاجتماعي والفلسفة. ساهم ميد في إرساء المبادئ والأفكار الأساسية للنظرية التفاعلية الرمزية من خلال دراسة الذات في المجتمع، ودراسته للأصول الاجتماعية للذات كما يقيمها الفرد ودراسته للذات كما يقيمها الآخرون، بمعنى آخر "أنا كما أقيم ذاتي، أنا كما يقيمني الآخرون" (I and Me).

يعتقد جورج ميد بأن الذات في المجتمع والذات الاجتماعية هي حصيلة تفاعل عاملين، هما العامل النفسي الداخلي الذي يعبر عن خصوصية الفرد وسماته الشخصية المتفردة، والعامل الاجتماعي الذي يجسد مؤثرات البناء الاجتماعي المحيطة بالفرد. إن تضافر هذين العاملين بعضهما مع بعض كما يعتقد ميد هو الذي يكوّن الذات الاجتماعية عند الفرد.

أما الأصول الاجتماعية للذات، فهي النمو التدريجي لقدرات الفرد منذ الطفولة على أشغال الأدوار الوظيفية وتقسيم هذه الأدوار عن طريق تقييمها من قِبَلْ الآخرين، أي تقييم الفرد لذاته من خلال تقييم الآخرين لها، وهنا تُصبح اللغة التي هي الوسيلة بين الأفراد رمزاً لأنها تؤثر في الفرد الواحد كما تؤثر في الآخرين، غير أن الطفل منذ الوهلة الأولى يبدأ بتقليد أدوار الآخرين، فهو يُقلد دور أبيه ودور المعلم والبائع والطبيب وغيرها. فعندما ينمو الطفل يتولد عنده الإحساس نحو الآخرين، أي تكون لديه صورة عن أدوار الآخرين وهذه الصورة هي التي تجعلهم رمزاً له وتجعله رمزاً لهم، وهذا الرمز له قيمة في المجتمع وهذه القيمة تحدّد طبيعة التفاعل التي يكونها الأفراد والجماعات معه.

وعالج ميد في نظريته التفاعلية الرمزية موضوع "أنا كما أقيّمُ ذاتي، أنا كما يقيمني الآخرون"، فعندما يتفاعل الفرد مع الآخرين لفترة من الزمن فإنهم يقيمونه بعد أن يعتبرونه رمزاً ذا معاني ومواصفات معينة

وعند وصول التقييم أي تقييم الآخرين للفرد المعني بالتقييم فإنه يُقيِّمُ نفسه كما يقيمه الآخرون لأن تقييم الفرد لذاته ناجم عن تقييم الآخرين له. (البياتي، ٢٠١٧)

ثانياً: هربرت بلومر Harbet Bloomer (١٩٠٠-١٩٨٧)

عالم اجتماع أمريكي ارتبط اصطلاح "التفاعلية الرمزية" باسمه، والذي وصف هذه التسمية بقوله: "إنه تعبير جديد غير متداول إلى حد ما، قمتُ بصياغته بطريقة ارتجالية في مقالٍ كتبتهُ ضمن الإنسان والمجتمع، ولقد انتشر المصطلح بطريقة ما وهو الآن يحظى باستخدام عام" (الحوراني، ٢٠١١) ويُقصد بالتفاعل الرمزي عند بلومر "أن الفعل الاجتماعي الموجه للحصول على استجابة الآخرين يؤدي إلى عملية التفاعل وهذا يعتمد على الخاصية الرمزية للعقل ضمن إطار عملية التفاعل والاتصال. والمتفاعلون لا يتبعون وصفات اجتماعية ثقافية ثابتة، إنما يؤولون معنى العقل والرمز، ولهذا لا تعتبر العمليات الاجتماعية والعلاقات وتبعاتها من البناءات الاجتماعية الثقافية الثابتة ولكنها عمليات دينامية مفتوحة ومتغيرة". (عثمان، ٢٠٠٨)

وتلعب القيم والمعايير دوراً حاسماً عند بلومر، وأن الاستيعاب المعرفي للموقف يعد أمراً ضرورياً للسلوك الاجتماعي الذي يمارس فيها، أما الإضافة الأخرى التي قدمها لـ"التفاعلية الرمزية" عندما وضّح أن التفاعل لا يكون بين الأفراد فقط بل بين الأفراد والمؤسسات والمنظمات والمجتمعات المحلية والطبقات والظواهر الاجتماعية الأخرى، فالفرد نتيجة لخبراته وتجاربه السابقة يقيّم هذه الظواهر ويعتبرها رموزاً ذات قيمة معينة له، وأن التقييمات الرمزية هذه تصل إليها عاجلاً أو آجلاً، بعد ذلك تقيم نفسها بموجب تلك التقييمات وعلى هذا الأساس يكون التفاعل بين الفرد وبقية الجماعات والمؤسسات بعد أن تكون رموزاً ذات معنى محدّد بالنسبة له وللمجتمع على حد سواء. (برحيل، ٢٠١٩)

ثالثاً: فيكتور تيرنر Victor Turner: (١٩٢٠-١٩٨٣)

يُعد فيكتور تيرنر من روّاد "التفاعلية الرمزية" بعد ميد وبلومر، ومن مؤلفاته التي حملتْ أفكاره ودراسته عن التفاعلية الرمزية كتاب غابة الرموز (Forest Of Symbol)، والذي يتناول فيه تيرنر أن الإنسان محاط بغابة من الرموز التي اختبر وجرب الإنسان معانيها ودلالتها خلال فترة حياته التي تمتد إلى خمسين عاماً فأكثر، فالأشياء المادية المحيطة بالإنسان كالغرف والأبنية والعمارات والأثاث والمعدات والمواد الغذائية ووسائل النقل والأشياء غير المادية كالصحة والمرض والخبرات والقيم والأخلاق والفلسفات والفنون الجميلة، إنما يجربهم ويختبرهم الإنسان الواحد، وأثناء عملية الاختبار يكوّن الفرد صورة ذهنية عن كل شيء سواء كان مادياً أو اعتبارياً يجربه وهذه الصور سرعان ما تتحوّل إلى رمز له قيمة معينة عند الفرد الذي يجربه، وبالنهاية يرى الإنسان نفسه بأنه محاط بعددٍ غير محدودٍ من الرموز التي لها تقييمات معينة عند الأفراد، وهذه التقييمات هي التي تحدّد الصلة التي تظهر بين الرمز والإنسان، فإذا كان الرمز في البيئة مقيماً فإن صلة الإنسان به تكون قوية ومتينة، بينما إذا كانت قيمة الرمز في البيئة واطئة تكون علاقة الإنسان بذلك الرمز ضعيفة وهامشية، وهكذا يعتقد تيرنر بأن علاقتنا بالأشياء المحيطة بنا تعتمد على تقييمنا لها عن طريق تحويلها إلى رموز، وهذه الرموز قد تكون إيجابية أو سلبية بالنسبة لنا اعتماداً على خبراتنا وتجربتنا معها، فإذا كانت إيجابية فإننا نكوّن تفاعلاً قوياً وحياً بحيث ننجذب لها وتنجذب إلينا (الديلمي، ٢٠٠٢)

وتلخص سمية برحيل (٢٠١٩) فروض نظرية تيرنر في "التفاعلية الرمزية" كالتالي:

١. إننا محاطون بمئات الأشياء المادية والاعتبارية.
٢. نجرب الأشياء ونختبرها عن طريق اللغة والذات.
٣. بعد الاختبار تتحوّل الأشياء إلى رموز.
٤. الرموز تُقيَّمُ بالنسبة لنا على أنها إيجابية أو سلبية أو محايدة.
٥. تفاعلنا بالرموز الإيجابية يكون قوياً بينما تفاعلنا بالسلبية يكون ضعيفاً.

٦. الرمز الذي نعطيه لأي شيء هو الذي يحدّد صورة التفاعل بيننا وبين الرمز.

رابعاً: غوفمان إرفينغ **Erving Goffman** : (١٩٢٢-١٩٨٢)

يُعد عالم الاجتماع إرفينغ غوفمان أحد أهم روّاد التقليد التفاعلي الرمزي، حيث يصور غوفمان في كتاباته الحياة الاجتماعية باعتبارها مسرحاً معتمداً على أسلوب "كينيت برك" واتجاه الدراما الاجتماعية، لصياغة وجهة نظر درامية، له كتاب بعنوان النموذج أو المدخل المسرحي (The Dramaturgical Approach)، وقد تناول غوفمان في كتابه الأسلوب الذي يقدم به الشخص نفسه للآخرين ونشاطه في مواقف الحياة والعمل والتفاعل اليومية، وكذلك الأساليب التي عن طريقها يضبط الفرد الانطباعات التي يشكلها الآخرون عنه، ونوع الأشياء التي يرغب أو لا يرغب في إنجازها أثناء قيامه بعمله أمامهم وقد استخدم غوفمان لغة الدراما المسرحية وتصوراتها في تحليله السوسيولوجي للأفراد الذين يقومون بتقديم أنفسهم إلى غيرهم من الأفراد، ويرى أن الأفراد بمثابة الممثلين على خشبة المسرح، حيث يصبون إلى تقديم أحسن ما عندهم أثناء تفاعلهم مع الآخرين في إطار الكيان الاجتماعي من أجل تقديم الصورة الأفضل للذات (غوفمان، ٢٠٢١).

مفهوم الذات عند إرفينغ غوفمان:

انطلق إرفينغ من مفهوم الذات لكي يعالج الصلة بينها وبين تنظيم المجتمع، فهو تماماً مثل جورج ميد، يرى أن الذات كيان اجتماعي وُجد خلال التفاعل الاجتماعي، وأن الفرد لا يعي فحسب الآخر وإنما يستخدم القيم والاتجاهات السائدة في وسطه الاجتماعي، أو هو يتعلم هذه القيم والاتجاهات ويدخلها ضمن تكوينه النفسي بطريقة تجعله قادراً على تطوير اتجاهاته تلقائياً وتنمية خبرته ومشاعره وإتيان أفعال اجتماعية ملائمة (برحيل،٢٠١٩).

خامساً: تشارلز كولي Charles Cooley: (١٨٦٤-١٩٢٩)

جعل كولي تصورات الإنسان لذاته وذوات الآخرين، وتصوراته لما هو اجتماعي الحقائق الأساسية لحقيقة المجتمع، والمجتمع في نظره نسيج وأفعال مشتركة متبادلة للذوات والعقول. "فأتخيل ما يحمله عقلك من تصورات لعقلي، وما يفكر فيه عقلك عما يفكر فيه عقلي"، فالمجتمع في نظره كل مترابط عضوياً، بحيث أن كل تغيير يتردد صداه في الكل، فالذات والمجتمع وجهان لعملة واحدة أساسها تصورات وتخيلات عقلية (عثمان، ٢٠٠٨). ويرى كولي أيضاً أن الفرد والمجتمع يكمّل كل منهما الآخر، وأن الفرد يجد طبيعته الحقيقية في المجتمع فقط. إن الأنا ما هي إلا مرآة التراث تعكس هيئتها في عقول الآخرين آخذة في الاعتبار حكم الآخرين عليها وبهذه الطريقة يصبح الشعور بالنفس وعياً بالنفس من خلال انعكاسات العلاقات الاجتماعية التي ينسجها المجتمع حول أعضائه من الأفراد، ومن هذا المنطلق نجد أن المجتمع هو الذي يخلع على الفرد الشعور الحقيقي بذاته (شتا،٢٠٠٤). فالذات والعقل عند كولي لا يولدان مع الإنسان بل يتشكلان من خلال عملية التفاعل الاجتماعي، ويشمل نمو الذات وعي الإنسان بذاته وبذوات الآخرين، ثم وعيه اجتماعياً، ويتضح نمو الوعي الذاتي في مفهومه حول المرآة العاكسة للذات، ويختصرها إبراهيم عثمان (٢٠٠٨) في النقاط التالية:

أ. تصور الآخرين للشخص من خلال استجابتهم له.

ب. تصوره لتصور الآخرين، أي تأويله لما يحملون له من تصورات.

ج. شعور ذاتي ينمو لديه نتيجة هذه التصورات كالشعور بالثقة أو الاعتزاز أو الدونية.

هذا التصور للذات يلعب دوراً مهماً في تشكيل سلوك الإنسان واختباراته وعلاقته بالآخرين، ويبدأ تصور الذات منذ الطفولة ويتطلب معرفة بالنظام الرمزي للجماعة، ويتم هذا من خلال عملية التفاعل، حيث يعتبر النظام الرمزي هو اللغة التي لا يمكن أن يتم التفاعل بدونها.

نخلص أن التفاعلية الرمزية بشكلها النهائي هي عمل فكري قام ببلورته النهائية مجموعة من العلماء من جميع المجالات الفلسفية والاجتماعية واللغوية والإعلامية، لمعرفة هذه العلاقات التفاعلية بين الأفراد والمجتمع، لذلك نجد بأنه لا يخلو أي نسق مهما كانت طبيعته من مضمونه الثقافي والذي إذا حللناه نجده يحتوي على مجموعة من المعاني والرموز التي تحكم وتحدّد علاقاته، تحمل هذه المعاني والرموز عدة دلالات إيجابية أو سلبية ويرجع هذا إلى النظرة العامة للرمز من طرف النسق الاجتماعي.

٦،١،٨،١ مشاهدة التلفزيون وبناء المعاني الاجتماعية

تستمد دراسة بناء المعاني الاجتماعية من البحوث التي قام بها برجر ولوكمان (Berger & Lukman) حول المؤسسات الاجتماعية، ويقترح هذا الثنائي أن المؤسسات الاجتماعية التي تم تجربتها كحقائق موضوعية هي في حقيقة الأمر بناءات اجتماعية، وبمجرد أن يتم بناء هذه المؤسسات اجتماعياً تتحلى بطبيعة موضوعية على شكل وقائع الحياة الاجتماعية (ميراندا، ٢٠٠٣) وفي السياق ذاته فإن مجموعة من الباحثين أمثال شوتز (Schutz) وغارفينكل (Garfinkel) وبول ريكور (Pual Ricoeur) اهتموا بدراسة المعلومة ليس كرسالة موضوعية وإنما من خلال الاعتراف بأن المعلومات مدمجة في إطار التجذرات الاجتماعية التي تتلاقى فيها، بحيث يرى شوتز (Schutz) بأن المعلومات تحمل بالنسبة للأفراد معاني مختلفة جذرياً، ويرجع هذا بالنظر إلى سيرهم الذاتية ومكانتهم الاجتماعية، في حين يضيف غارفينكل (Garfinkel) معطى آخر مرتبط بالتبادل في عملية التفاعل التفسيري لمجموعة من الأفراد، ولا ينتج من معرفة فرد واحد فقط، وهو ينظر إلى التأويل كونه متجذر في الوضعيات التي انبثق منها، ويؤكد على أن المعاني المشتركة ضرورية بالنسبة للتفاعلات اليومية، لأن المعنى يمكن أن يكون أحادي الإنتاج، خاصة في الوضعيات التي يكون فيها الفرد وحده، ففي الوضعيات التي لا يحدث فيها التفاعل مثل الكتاب/ كتابة الخطابة، يفرض

القارئ معانيه الذاتية على النص وبالتالي تفترض المعلومات في مثل هذه الوضعية تأويلاً ذاتياً واجتماعياً، وعليه فإن المعلومة قبل أن تأخذ أيه قيمة في مسار اتخاذ القرار يتم بناء المعنى في السياق (بلغيثية، ٢٠١٣)

١،٨،١،٧ تطبيق نظرية التفاعلية الرمزية على الدراسة

اعتمدت الدراسة على نظرية "التفاعلية الرمزية"، ويرجع السبب وراء اختيارها إلى اتفاق فروضها وأسسها مع أهداف البحث، وانطلاقاً من المعنى التأسيسي للدراما من حيث كونها فعل اجتماعي رمزي ذو معنى تفاعلي يخاطب الذات والعقل في آنٍ واحد. ومن الافتراضات المحورية التي تقوم عليها نظرية "التفاعلية الرمزية" أيضاً، أن الفرد يقوم بصياغة وتشكيل الواقع الاجتماعي الذي يعيش فيه من خلال عملية التفاعل الاجتماعي الرمزي مع المضامين الاتصالية التي تعتبر الدراما الاجتماعية أبرزها، كما تتبلور من خلال مفهومين أساسيين هما الرموز والمعاني، وهي الثنائية التي تستند عليها الدراما بوجهٍ عام في مقامها الأوّل والدراما التلفزيونية عينة الدراسة على وجه خاص، في ضوء المجتمع المتجسد والمتفاعل رمزياً من خلال القيم التي استطاع المخرج بلورتها ومن خلال العناصر الدرامية المختلفة بدءاً بالشخصيات والفكرة الرئيسة والحدث والصراع، علاوة على الجوانب التقنية التي من أهمها زوايا التقاط المشاهد.

كما تحاول النظرية الربط بين الحياة الداخلية للفرد (الذات والعقل) وبين المجتمع، إذ تفترض نظرية "التفاعلية الرمزية" بأن الحياة الاجتماعية التي نعيشها حصيلة تفاعلات بين البشر بعضهم مع بعض في إطار الفعل الاجتماعي، هذا الفرض في نموذج الدراسة المختارة من خلال التفاعلات الرمزية بين الشخصيات والكيان الاجتماعي المنتمون إليه، بحيث كانت كل شخصية من شخصيات عينة الدراسة تمتلك القدرة على خلق الرموز في عالمها المعاش.

٢،٨،١ نظرية الغرس الثقافي

تُعد نظرية لغرس الثقافي إحدى النظريات التي قُدمت مبكراً لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام، كما تهتم بالتأثير التراكمي طويل المدى لوسائل الإعلام، حيث يشير الغرس إلى تقارب إدراك جمهور التلفزيون للواقع الاجتماعي، وتشكيل طويل المدى لتلك الإدراكات والمعتقدات عن العالم نتيجة للتعرّض لوسائل الإعلام.

وتُصنَّفْ نظرية "الغرس الثقافي" ضمن نظريات الآثار المعتدلة لوسائل الإعلام Moderate effects theories، بحيث لا تضخم في وسائل الإعلام ولا تقلل من هذه القوة، ولكنها تقوم على العلاقات طويلة الأمد بين اتجاهات وآراء الأفراد من ناحية، وعادات مشاهداتهم من ناحية أخرى، لذا فقد أكد جربنر Gerbner وزملاؤه على أن نظرية الغرس ليست بديلاً وإنما تُعد مكمّلاً للدراسات والبحوث التقليدية لتأثيرات وسائل الإعلام. ففي الغرس لا يوجد نموذج قبل أو بعد التعرض، ولا نموذج للاستعدادات المسبقة كمتغيرات وسيطة؛ لأن التلفزيون يشاهده الأفراد منذ الطفولة، كما أنه يشكل دوراً كبيراً في هذه الاستعدادات المسبقة التي تعتبر متغيرات وسيطة بعد ذلك (عبدالظاهر، ٢٠١٣)

شَكَّل إدراك الواقع التلفزيوني من قبل المشاهدين موضوعاً مهماً لباحثي الاتصال الجماهيري في العقود الثلاثة الماضية، وتشير نظرية "الغرس الثقافي" إلى تضارب إدراك جمهور التلفزيون للواقع الاجتماعي، وصوره التي يقدمها التلفزيون. ظهرت هذه النظرية في الولايات المتحدة الأمريكية خلال السبعينات من القرن الماضي، كمنظور جديد لدراسة أثر وسائل الإعلام، ويمكن وصف عملية الغرس بأنها نوع من التعليم العرضي الناتج عن تراكم التعرض لوسائل الإعلام المختلفة خاصة التلفزيون، حيث يعرف المتلقي حقائق الواقع الاجتماعي من خلال هذا التعرض المكثف لوسائل الإعلام (الديلمي، ٢٠١٦).

تعتبر نظرية الغرس الثقافي إحدى النظريات التي تؤثر على المدى البعيد على ثقافة الجمهور وسلوكه، حيث يقول جورج جيربنر وهو أحد مؤسسي هذه النظرية: "إن التلفزيون بوصفه وسيلة من وسائل الإعلام الحديثة قد احتل مكانة مهمة في حياة الناس اليومية، وسيطر على تصوراتهم للعالم من حولهم، وإن الواقع الذي يقدمه لهم تفوّق على ما يكتسبونه من خلال تجاربهم الشخصية أو غيرها من الوسائل التي تمكنهم من فهم العالم الذي يعيشون فيه"، ويرى أيضاً أن الواقع المتجسد في الرسالة التلفزيونية يختلف عن الحقيقة التي يعيشها الناس ولكن التعرض لها يؤدي إلى تبنيها والتسليم بأنها تعكس واقع المجتمع الحقيقي، وانطلقت بعدها الدراسات التي تناولت نظرية "الغرس الثقافي" تلك الدراسات المسحية التي تناولت الآراء والمواقف عند الجمهور؛ إذ تبين من نتائج هذه الدراسات أنه كلما زاد تعرض الجمهور لرسائل التلفزيون زاد ذلك من اعتقادهم؛ لأن ما يعرضه التلفزيون هو انعكاس حقيقي للعالم الذي يعيشون فيه (البشر، ٢٠١٤)

١،٢،٨،١ مفهوم الغرس

إذا كانت الثقافة Culture حسب تعريف "تايلور" هي "كل معتقد من القيم والعادات والتقاليد والأخلاقيات، وأنماط السلوك"، ويحددها المنظور المعرفي بأنها "الأفكار والمعتقدات وأنواع المعرفة بصفة عامة عند شعب من الشعوب، وأن الثقافة ليست ظاهرة مادية، وليست أشياء وسلوكيات وانفعالات، وإنما هي تنظيم لهذه المكونات، وهي ما يوجد في العقل من صور وأشكال لهذه الأشياء".

ويمكن تعريف الغرس (Cultivation) بأنه "زرع وتنمية مكونات معرفية ونفسية تقوم بها مصادر المعلومات والخبرة لدى من يتعرض لها، وقد أصبح مصطلح الغرس منذ منتصف السبعينات يرتبط بالنظرية التي تحاول تفسير الآثار الاجتماعية والمعرفية لوسائل الإعلام وبخاصة التلفزيون، والغرس حالة خاصة من عملية أوسع هي التنشئة الاجتماعية".

وتعتبر عملية الغرس نوعاً من التعلم العرضي الناتج عن التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية وخاصة التلفزيون، حيث يتعرف الجمهور على حقائق الواقع الاجتماعي نتيجة التعرض لوسائل الاتصال، كما أن مداومة التعرض لوسائل الإعلام ولاسيما التلفزيون لفترات طويلة تنمي لدى المشاهد اعتقاداً بأن العالم الذي يراه على شاشته ما هو إلا صورة مماثلة للعالم الواقعي الذي يعيش فيه (عبدالظاهر، ٢٠١٣)

٢،٢،٨،١ نشأة نظرية الغرس الثقافي

يُرجع ملفين دي فلير بدايات وجذور نظرية الغرس الثقافي إلى مفهوم والتر ليبمان للصورة الذهنية وحيث يرى ليبمان أن تصرفات الناس تكون حقيقية مبنية على الصور الذهنية التي كونها عن أنفسهم وعن الآخرين من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية. ويقول ليبمان: "إن الصورة الذهنية التي تتكون في أذهان الجماهير بعيدة عن الواقع، وذلك لعدم وجود رقابة على المواد الإعلامية من حيث أنها تؤدي إلى غموض الحقائق وتشويه المعلومات باستخدام الدعاية مما يؤثر في الوضوح فنياً وسوء فهم للواقع".

وعلى هذا فتعتبر نظرية الغرس الثقافي المكون الثالث من مكونات مشروع المؤشرات الثقافية، والذي قام به فريق من الباحثين بقيادة جورج جربنر، حيث يهدف المشروع لدراسة:

١. العمليات المؤسسية التي تتضمن إنتاج محتوى وسائل الإعلام.
٢. الصور الذهنية التي يقدمها محتوى وسائل الإعلام.
٣. العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومعتقدات الجمهور وسلوكياته.

لقد نبعت هذه النظرية من قلق الجمهور الأمريكي على المستوى القومي من تأثير العنف الذي تميزت به الستينات والسبعينات، وذلك إثر اغتيال كل من ماركن لوثركنج وكنيدي، عندما شكلت اللجنة الوطنية لدراسة أسباب العنف ووسائل منع العنف، وذلك لدراسة ظاهرة العنف في المجتمع الأمريكي بما فيها العنف في التلفزيون. وفي عام ١٩٦٩ وقبل صدور تقرير اللجنة الوطنية لدراسة أسباب العنف

وأساليب المنع، قام الكونجرس بتخصيص مليون دولار لعقد لجنة لدراسة التلفزيون والسلوك الاجتماعي، وقد ركّز مشروع المؤشرات الثقافية بصورة أساسية على مضمون البرامج الدرامية التي تقدم في عطلة نهاية الأسبوع في وقت دورة المشاهدة. وقد قام فريق بحث المؤشرات الثقافية بدراسة المدى الذي تسهم به مشاهدة التلفزيون في تشكيل مدركات وسلوكيات الجمهور في بعض المجالات مثل الأدوار التي يقوم بها كل من الجنسين، والصور النمطية لدور كل مرحلة عمرية، والصحة والدين (الديلمي، ٢٠١٦)

١،٨،٢،٣ الفروض الأساسية لنظرية الغرس الثقافي

١. يُعد التلفزيون وسيلة فريدة للغرس الثقافي مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى:

إن سهولة استخدام التلفزيون وتوافره في كل بيت دون الحاجة لمهارات مسبقة لتشغيله، كونه لا يتطلب معرفة القراءة ويعتمد على الصوت والصورة لنقل الأحداث، بالإضافة إلى الأوقات الطويلة التي يقضيها الناس في مشاهدته مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، جعلته من أكثر الوسائل ترويجاً للصورة الذهنية والثقافة الشعبية. فقد أصبح التلفزيون ينافس الآباء في تربية الأبناء وإمدادهم بالمعلومات عن العالم المحيط بهم، كما أنه يكوّن الواقع لكل الطبقات باختلاف فئاتهم وأعمارهم، كل هذه المزايا جعلته وسيلة فريدة ومسيطرة.

٢. تكوّن رسائل التلفزيون نظاماً ثقافياً متماسكاً يعبر عن الاتجاه السائد:

لا شك في أن الاتجاه السائد في المجتمع يعبر عن الأمور الأكثر عمومية واستقراراً، ويعكس التلفزيون هذا الاتجاه من خلال تقديم العادات اليومية والصور الذهنية التي يشترك فيها ملايين البشر من كل الطبقات. فالاتجاه السائد يمكن فهمه كنظرة مشتركة نسبياً باعتباره مجموعة من القيم التي يتبناها الذين يشاهدون التلفزيون بكثافة من حيث كثرة التعرض له كونه يساعد في تضييق الفروق في الاتجاهات والسلوك بين مشاهديه (الشاوي، ٢٠٠٣)

٣. تحليل مضمون رسائل التلفزيون يقدم علامة لعملية الغرس:

يستخدم الباحثون تحليل المضمون لمحتوى المواد التلفزيونية للتدليل على تأثير الغرس الثقافي على الأفراد، وذلك ليثبتوا قيام الوسيلة الإعلامية بتقديم جوانب الحياة بطريقة متسقة.

يجب أن تعكس أسئلة المسح المستخدمة في تحليل الغرس المضامين الإعلامية المختلفة الموجودة في الرسائل الإعلامية، وهناك مجموعة من الاعتبارات التي يضعها الباحثون أثناء صياغة أسئلة الاستبيان الخاصة بقياس الغرس الثقافي أهمها:

أ. الاهتمام بقياس حجم المشاهدة الكلية.

ب. يجب أن تعكس أسئلة المسح الاتجاه السائد في الرسائل الإعلامية.

ج. أن يكون لكل سؤال في صحيفة الاستبيان بدائل بعضها مأخوذ من العالم الرمزي الذي تقدمه وسائل الإعلام والبعض الآخر مستمد من الإحصاءات والبيانات الواقعية.

وتعكس أسئلة المسح المستخدمة في بحوث الغرس الثقافي الاتجاه السائد الذي تجسده رسائل التلفزيون لجرعات ضخمة من المشاهدين، وعلى فترات متباعدة، أما استخدام المعلومات التي تقيس أفضليات المشاهدة أو مقارنة إجابات المبحوثين عن تفضيل هذا أو ذاك من البرامج بدلاً من قياس حجم المشاهدة الكلية قد يؤدي إلى نتائج غامضة أو مضللة، لذلك يجب أن تتجه الأسئلة نحو قياس المستوى الأول للغرس، واعتبارات العالم الحقيقي (الواقع الحقيقي)، والذي يكشف عن نتائج مهمة.

٤. يركز تحليل الغرس على مساهمة التلفزيون في نقل الصور الذهنية على المدى البعيد:

تختلف نظرية الغرس عن النظريات الإعلامية الأخرى كونها لا تعتمد على النماذج الخطية (مثير –استجابة) في دراسة العلاقة بين المحتوى والجمهور، وإنما تعتمد على نتائج التعرض التراكمي على المدى البعيد، ويتم التوصل إلى هذه النتائج عن طريق المقارنات والارتباطات بين كثيفي وقليلي التعرض في إطار تجانس نسبي، ويتم عقد مقارنة بين الإجابات التي أدلى بها المبحوثون والصور الرمزية الشائعة في عالم

التلفزيون، وبناءً عليه فإن هذه النظرية تستخدم نتائج تراكم التعرض على المدى الطويل وليس الاستجابات الفورية قصيرة المدى.

تهتم نظرية الغرس الثقافي بالتغيير الذي يمكن أن تحدثه وسائل الإعلام- التلفزيون – على المدى البعيد بنقلها لصور إعلامية معينة، فتهتم بالتأثير التراكمي والتدريجي وليس الفجائي والعاجل، وتستطيع وسائل الإعلام في هذه الحالة أن تولّد لدى المشاهدين ما يُسمى بالاتجاه السائد، وخاصة لدى كثيفي المشاهدة الذين يستنبطون معاني مشتركة بدرجة أعلى من قليلي المشاهدة.

أكدت الدراسات أن كثيفي المشاهدة للتلفزيون يتبنّون نظرة سالبة تجاه العلم، وذلك على عكس كثيفي التعرّض للسجلات الذين يتبنّون نظرية إيجابية عن العالم، بينما نجد أن كثيفي المشاهدة التلفزيونية يشاركون الاتجاه السائد في التلفزيون من حيث النظرة السلبية للعمل، ويعكس هذا التقرير النظرة لدى كثيفي المشاهدة أو ما نُطلق عليه الاتجاه السائد الذي يركز عليه التلفزيون.

٥. يركز تحليل الغرس على نتائج دعم واستقرار المجتمع وتجانسه:

يعمل التلفزيون على ثبات المجتمع واستقراره من خلال صورة العالم الرمزي الذي يُقدمه، حيث تخلق الرسائل التلفزيونية اتجاهاً ثقافياً سائداً يعمل على تنمية التفاهم والتماسك المجتمعي، أي أن الرسائل التلفزيونية تعمل على تحقيق التجانس داخل الفئات الاجتماعية المختلفة، ويلاحظ ذلك بوضوح عند كثيفي المشاهدة بدرجة أكثر من قليلي المشاهدة من نفس الجماعات (الديلمي، ٢٠١٦)

٤،٢،٨،١ متغيرات بحوث الغرس الثقافي

يرى عبد الرزاق الديلمي (٢٠١٦)، أن بحوث الغرس الثقافي تعتمد في متغيراتها على حجم التعرض للوسيلة الإعلامية كمتغير مستقل، والاعتقادات والأفكار والصور الذهنية وغيرها كمتغير تابع، وإضافة إلى ذلك العديد من المتغيرات الوسيطة التي تحكم العلاقة بين المتغير والمستقل والتابع.

١. المتغير المستقل:

يُقصد به حجم التعرض لوسائل الإعلام، ويتم قياس هذا المتغير بطرق مختلفة مثل السؤال المباشر عن عدد ساعات التعرض لوسائل الإعلام، أو توزيع قوائم بالمضامين الإعلامية لتحديد المضمون الذي يتم التعرض له بانتظام مثل توزيع قوائم بالمواد التلفزيونية لتحديد المواد التي تتم مشاهدتها بانتظام.

٢. المتغير التابع:

يتمثل في الغرس ويكون عبارة عن الصور الذهنية ووجهات النظر والأفكار حول موضوع الدراسة واستجابات المبحوثين حولها.

٣. المتغير الوسيط:

يشمل العوامل المتداخلة، والتي يمكن أن تحدّد تأثير وسائل الإعلام على إدراك الواقع، ومنها المتغيرات "الديموجرافية" مثل السن والنوع والمستوى الاقتصادي والاجتماعي، بالإضافة إلى بعض متغيرات التنشئة الاجتماعية مثل دوافع المشاهدة لدى المبحوث.

ويذكر وجدي عبدالظاهر (٢٠١٣) النماذج المفسرة لعملية الغرس التي قدمت بعض النماذج المفسرة لكيفية حدوثها من أهمها:

١- نموذج هوكنز وبنجري (1983) Hawkins & Pingree لعمليتي التعلم والبناء:

قام الباحثان هوكنز وينجري بمراجعة شاملة، للعديد من الدراسات الخاصة ببناء التلفزيون للواقع، ولاحظا وجود دلائل متفرقة عن العلاقة المتوقعة بين التلفزيون وبناء الواقع الاجتماعي، كما وجدا أيضاً أن العلاقة بين المشاهدة والواقع الاجتماعي علاقة متبادلة، وأن التلفزيون يستطيع أن يُعلّم عن الواقع.

ويرى الباحثان أن العنصرين الأساسيين في عملية الغرس هما:

أولاً: التعلم :Learning وتتضمن أكثر من عنصر:

أ- القدرات أو المهارات العقلية (Capacity):

تلعب القدرات أو المهارات العقلية دوراً مهماً في عملية التعلم، كما تقوم أحياناً بطريقة مختلفة فيما يتعلق بعوامل أخرى مثل السن.

ب- استراتيجيات التركيز (Focus):

تلعب القدرة على التركيز على بعض المعلومات الرئيسة أكثر من المعلومات الثانوية دوراً رئيساً في إحداث عملية الغرس.

ت- الانتباه (Attention) :

درجة الانتباه للمضمون والتي يُشار إليها نسبياً المشاهدة النشطة أو السلبية، يمكن أن تكون مهمة، فالمشاهدة السلبية تؤدي إلى التعلم العارض واكتساب الثقافة بطريقة عارضة من التلفزيون.

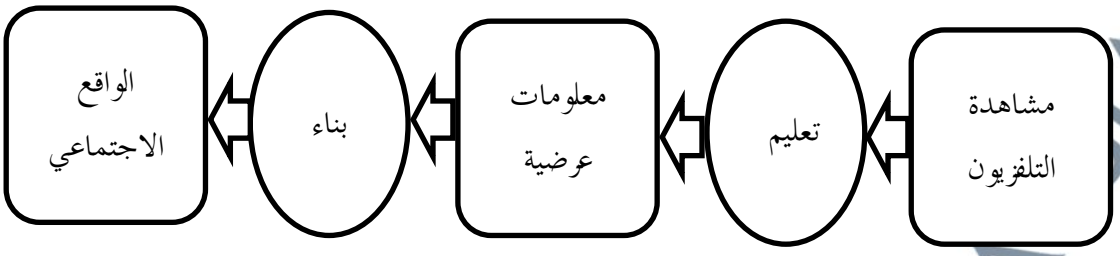
ث- الاندماج في المشاهدة (Involvement):

يمكن أن يلعب الاندماج في المشاهدة دوراً مهماً وخصوصاً وجهة النظر القائلة بأن الاندماج الأقل في المشاهدة يسهل أنواعاً معينة من التعلم والتأثيرات.

ثانياً: البناء :(Construction) وتتضمن أكثر من محدّد منها:

أ- أن تتفق أو تختلف مع الصور المقدمة في التلفزيون.

ب- المكونات الاجتماعية (Social Structures): والتي تتمثل في الأبنية الاجتماعية للأسرة مثل جماعة الرفاق أو العائلة، وتلعب دوراً مهماً في الخبرة الشخصية :(Personal Experience) والتي تُشكل مصدراً للمعلومات عن الواقع الاجتماعي من خلال تدعيم الصورة المقدمة في التلفزيون، فكلما كانت الجماعة تؤيد وجهة النظر التلفزيونية زاد التأثير المتوقع على الأفراد.



المصدر: عبدالظاهر(٢٠١٣)

الشكل ١، ١ : نموذج بوتر للعمليات الفرعية للغرس الثقافي

٢- نموذج بوتر Potter للعمليات الفرعية للغرس شكل (١،١) ويوضح بوتر أن هناك أربع عمليات رئيسة هي:

أ- التعلم (Learning) : تمثل العلاقة بين التعرض للتلفزيون وإدراك العالم له سواءً كانت تقديرات أو معتقدات.

ب- البناء (Construction): ويقصد بهذه العلاقة إدراك عالم التلفزيون والعالم الحقيقي، وإذا لم يوجد تدعيم لعملية البناء الفرعية يصبح من الصعب الادعاء بوجود علاقة بين التعرض للتلفزيون ومقاييس الغرس، لأن المعلومات العرضية المقدمة من التلفزيون تُشكل المادة الخام التي يدعم بها المشاهد عملية الاستدلال المطلوب للوصول إلى مدركات حول العالم الواقعي.

ت- التعميم (Generalization): ويقصد به العلاقة بين تقديرات المستوى الأول ومعتقدات المستوى الثاني عن نفس الموضوع من خلال نفس العالم، كما أن الحقائق العرضية التي يكتسبها الأفراد من العالم الواقعي أو مشاهدة التلفزيون، تستخدم كأساس لمعتقداتهم حول العالم.

ث- الغرس (Cultivation): وهو العلاقة بين مشاهدة التلفزيون وقياسات العالم الواقعي سواء كانت تقديرات للمستوى الأول أو معتقدات المستوى الثاني.

ويتضح من عرض النموذجين أن كلاً منهما مكملٌ الآخر، فالنموذج الأول اتسم بالتفسير والتوضيح لمكونات كلٍّ من عمليتي التعلم والبناء، وإن كان أغفل عملية التعميم التي أضافها بوتر في نموذجه، وأوضح دورها في إتمام عملية الغرس في شكلها النهائي.

١،٨،٢،٥ الاتجاهات الحديثة في نظرية الغرس الثقافي

أدى ظهور وسائل الاتصال الحديثة مثل التلفزيون الكابلي والفيديو كاسيت والبث الفضائي إلى تساؤل مهم حول ما إذا كان ظهور هذه الوسائل سيؤثر على عملية الغرس الناتجة عن المشاهدة التلفزيونية أم لا. وانقسم الباحثون في الرد عن هذا التساؤل إلى فريقين، الفريق الأول يرى أن البيئة الجديدة لوسائل الاتصال سيكون لها تأثير محدود في تأثيرات الغرس، فالوسائل الحديثة تزيد التنوّع في الخدمات المتاحة ولا تقلل ساعات المشاهدة أمام التلفزيون، كما تتيح مضامين لهم كان من الصعب مشاهدتها في الأوقات غير الملائمة لهم. بينما يرى الفريق الثاني أن تعدّد وسائل الاتصال الحديثة يؤدي إلى تعدّد المضامين أمام الأفراد التي لا تتسم بالضرورة وبالانسجام والتوافق، وهذا من شأنه أن يقلل حدوث الغرس.

اهتم بعض الباحثين بقياس العلاقة بين مشاهدة التلفزيون وكل تصورات عالم التلفزيون والعالم الواقعي في عام ٢٠٠٦، حيث قسّمتْ الدراسة المشاهدين إلى خمس مجموعات، الأولى ما فوق الغرس (Over Cultivation) وهم المشاهدون الذين يعتقدون بالتطابق بين عالم التلفزيون والعالم الخارجي وإن كانوا يعطون تقديرات أكثر لعالم التلفزيون. والفئة الثانية فئة الغرس البسيط، وهم الذين يعتقدون أن عالم التلفزيون مطابق للعالم الواقعي ويعطون تقديرات صحيحة لعالم التلفزيون. أما الفئة الثالثة من الجمهور فئة التشويه المزدوج (Double distortion)، وهي التي أعطت تقديرات مبالغ فيها لعالم التلفزيون وتقديرات غير صحيحة للعالم الواقعي لا تتطابق مع عالم التلفزيون. والفئة الرابعة فئة عدم وجود غرس بسيط، وهي الفئة المعتدلة التي أعطت تقديرات حقيقية لكلٍ من العالم الحقيقي وعالم التلفزيون. أما الفئة الخامسة (فئة عدم

وجود غرس والتقديرات المشوهة)، وهي التي تحمل تقديرات صحيحة للعالم الواقعي وتقديرات غير صحيحة لعالم التلفزيون. ويتضح من الدراسة أن الجمهور كثيفي المشاهدة هم الذين يحدث لهم غرس بشكل مبالغ فيه أي فئة (Over Cultivation)، في حين أن قليلي الغرس يقعون في فئة عدم وجود غرس مع وجود صورة مشوهة وتقديرات أيضاً مشوهة.

كما أظهرت بعض الدراسات عام ٢٠٠٥ أن اختبارات الغرس وآثارها يتم تطبيقها على الصحف أيضاً، ومن ثم لم يعد هناك اليوم أسس لمقارنة القوة الصحفية مقابل نظيرتها التلفزيونية بشأن تكوين الرؤى عن العالم الخارجي، كما أظهرت النتائج أن رؤية الأفراد للعالم الخارجي تتشكل نتيجة التعرض لوسائل الإعلام على مدار الأيام.

وقد اهتم بعض الباحثين عام ٢٠٠١ بتقنين افتراضات نظرية الغرس من خلال استخدام مدخل السلوك المبرر لتحديد ما إذا كان المشاهدون كثيفو المشاهدة للتلفزيون يتأثرون ليس فقط على مستوى الاعتقادات والاتجاهات ولكن أيضاً على مستوى نوايا السلوك أو القيام بسلوك فعلي يتم باتخاذ إجراءات وقائية ودفاعية تجاه بعض القضايا مثل العنف والجريمة في المجتمع.

كما قام الباحثون باختبار كل من نموذج التعلم والبناء النشط (النموذج النشط) وأيضاً النموذج العكسي (نموذج السلبية والتوافر) عام ٢٠٠٥ من خلال قياس هذه المفاهيم في مضامين وسائل الإعلام، حيث أوضحت النتائج أن العمر كان مؤثراً إيجابياً لإمكانية التنبؤ بحدوث الغرس، فالمبحوثون الأصغر سناً كانوا أقل في درجة الاختلاف والتباين بين اتجاهاتهم الشخصية نحو بعض القضايا مثل الزواج وتلك التي تقدمها وسائل الإعلام، في حين أن عملية التفكير النقدي كانت مؤشراً سلبياً لحدوث آثار الغرس، فالمبحوثين الذين حققوا درجة عالية من التفكير النقدي كان لديهم درجة أقل من الاختلاف والتباين بين اتجاهاتهم الشخصية وبين ما تقدمه وسائل الإعلام.

لقد حاولتْ بعض الدراسات الحديثة عام ٢٠٠٥ قياس الآثار السلوكية المترتبة على مشاهدة التلفزيون وعلاقتها بالصحة النفسية للأفراد والساعات التي يقضيها الفرد في مشاهدته، حيث توصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية قوية بين مشاهدة التلفزيون والصحة النفسية للأفراد، وهذا يدعم فروض الغرس التي تشير إلى أن التعرض الكثيف لمجموعة من رسائل الإعلام يمكن أن يؤثر في السلوك والقيم والمعتقدات والاتجاه، حيث تمثل عملية التعلم الاجتماعية عملية غير مباشرة ترتبط ارتباطاً سلبياً بالصحة النفسية للأفراد.

لقد اهتم الباحثون عام ٢٠٠٧ بقياس اتجاه آثار الغرس فيما يتعلق بتقديرات الأفراد وإدراكهم للعالم والواقع الاجتماعي ومدى تأثرهم بعدد من العوامل ذات الصلة بالسياق العام للعملية مثل ترتيب لأولويات المصدر والدافع لمعالجة المعلومات من خلال تشكيل الأحكام نحو الواقع المحيط؛ كما أظهرت هذه الدراسات أيضاً أن آثار الغرس لم تظهر عندما قيست عبر الاستبيان من خلال البريد وذلك في مقابل الاستبيان عبر التليفون (عبدالظاهر، ٢٠١٣)

٦،٢،٨،١ الانتقادات التي وجهت إلى نظرية الغرس الثقافي

منذ نهاية سبعينيات القرن الماضي وجهت العديد من الانتقادات إلى نظرية الغرس الثقافي رغم تأييد العديد من دارسي الظواهر الإعلامية ومن جملة تلك الانتقادات ما يلي:

أ- أن نظرية الغرس الثقافي أهملت متغير الدوافع، (متغير التعرض والمشاهدة "مستقل " / متغير الغرس "تابع " / متغيرات وسطية " النسب، الإدراك، الخصائص ")، ذلك أن النظرية لم تفرق بين الذين يشاهدون التلفزيون بطريقة روتينية والذين يشاهدون التلفزيون بطريقة انتقائية نشطة وفي هذه الحالة يصبح الغرس متغيراً تابعاً لمتغير الدوافع وليس التعرض للتلفزيون.

ب- ضعف التحكم الدقيق لجيرينر وزملائه في متغير دراساته، وذلك من خلال اختلاف نتائج عمليات التحليل المتوالية، خاصة بعد إدخال متغيرات ديموغرافية أخرى أثرت على أبحاثه بعد العلاقة بين التعرض للتلفزيون وتأثيرات الغرس.

ج- نظرية الغرس الثقافي اهتمت بتأثيرات التلفزيون بشكل عام من خلال عدد ساعات المشاهدة الكلية أو كثافة المشاهدة من دون الاهتمام بنوعية البرامج التي يتعرض لها المشاهد، إذ أن التعرض لنوع معين من البرامج يكون أكثر تأثيراً في حدوث عملية الغرس وليس المشاهدة الكلية، الاهتمام بالنوع وليس الكم.

د- من بين ما أعيب عن نظرية الغرس كذلك تركيزها على التأثير كنتيجة فقط من دون تركيزها على عملية التأثير نفسها، أي أن بحوث الغرس اهتمت بنتائج الغرس أكثر من اهتمامها بالعملية الميكانيكية التي تتم من خلالها عملية الغرس إهمال استثمارات البحث للأسئلة التحليلية والتفسيرية خاصة لماذا وكيف؟ . (Stanley,2006).

هـ - تشكيك الكثير من الدارسين ونتائج الأبحاث في إمكانية حدوث الغرس في أي مكان آخر وهذا الاختلاف في استخدام التلفزيون من جهة ومحتواه من جهة أخرى بين البيئات الاجتماعية ما أكده روبرت في انجلترا ١٩٧٨ وماكدونالد في كندا ١٩٧٩ وهدنيسون في السويد ١٩٨١، (أي بصفة موجزة تأثيرات النظام الإعلامي القائم في كل نظام اجتماعي التي تبرز طرق استخدام وسائل الإعلام وتحدد طبيعة نشاطها ومحتوياتها الإعلامية). (مكاوي والسيد، ٢٠٠٩)

٧،٢،٨،١ توظيف نظرية الغرس الثقافي في البحوث الإعلامية

هناك العديد من الأمور التي يمكن أن تُدرَّس من خلال فروض الغرس في عالمنا المعاصر مثل تأثيرات الغرس والتبادل الثقافي، وإلى أي مدى يُشكل الغرس الثقافي غزواً يغير الثقافات؟ لعلَّ التطوّرات

التي ساهمت أكثر في دعم دور التلفزيون في مجالات التأثير، مثل الأقمار وتأثيراتها على الثقافات الفرعية داخل المجتمع الواحد، تأثيرات من شأنها أن تعزّز هذا الدور في تماسك المجتمع أو تهديد هذا التماسك بتأثير مستويات التعرض، التي تفرق بين الأفراد على أساس درجة التعرض بما يخلق الاتجاه السائد بين الجماعات والفئات على أساس درجات التعرض وليس الخصائص المشتركة. كذلك دور عملية الغرس في تدعيم الوضع الراهن إضافة إلى نشر الصفوة أو الطبقات المهيمنة، الأفكار المؤيدة أو الموالية لمصالحها، بالإضافة إلى الأدوار التي تعتبر امتداداً لدور وسائل الإعلام في عملية التحديث ونشر الأفكار الجديدة، بجانب العديد من البحوث التي تستثيرها فكرة الغرس لاختبار تأثيرات التلفزيون (إبراهيم، ٢٠٠٧)

وقد اعتمدت هذه الدراسة على نظرية "الغرس الثقافي"، لأنها تُعد واحدةً من أهم نظريات الاتصال التي تقدم تصوراً تطبيقياً للأفكار الخاصة لعملية بناء المعرفة، حيث تدرس النظرية قدرات وسائل الإعلام في تشكيل معالم الأفراد والتأثير على إدراكهم للحقائق المحيطة بهم، وبالتالي تعتمد عليها الدراسة لتحليل نسق الرسائل التي يصيغها صنّاع الدراما لمعرفة ما القضايا التي يطرحونها حول المرأة في المنتج التلفزيوني.

٨،٢،٨،١ خطوات تحليل الغرس الثقافي

الخطوة الأولى: تحليل المحتوى التلفزيوني، وهو تحليل مضمون الرسائل التلفزيونية، حيث توجد فروق جوهرية بين الواقع الاجتماعي الحقيقي والصور التي تنقلها الرسائل التلفزيونية لهذا الواقع، لتقييم وتحديد الصورة الذهنية والصور المنعكسة والقيم التي تبثها الرسائل (القليني، ٢٠٠٥) لذلك فقد قامت الدراسة بتحليل مجموعة من المسلسلات الإماراتية التي عُرضت في رمضان، وذلك لتحديد المشكلة من خلال إعداد استمارة تحليل مضمون.

الخطوة الثانية: إعداد صحيفة الاستبيان، والتي تتمثل في استخدام تحليل مضمون الرسالة التلفزيونية في إعداد صحيفة الاستبيان، حيث يتم صياغة الأسئلة التي تقيس إدراك المبحوثين للواقع الحقيقي.

الخطوة الثالثة: إجراء المسح الميداني على الجمهور، وذلك عن طريق توجيه الأسئلة التي تم وضعها في الخطوة الثانية لتحديد حجم التعرض وكثافة المشاهدة، ثم إعداد استبيان إلكتروني بعد تحليل مضمون المسلسلات وتم توزيع الاستبيان على عينة الدراسة وهن طالبات جامعة الإمارات.

الخطوة الثالثة: تحليل البيانات واستخراج النتائج (المزاهرة، ٢٠١٢)

ويأتي اختيار الدراسة لنظرية الغرس الثقافي استناداً لدور وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية، فالتعرّض المستمر للدراما التلفزيونية والتفاعل معها يؤثر على الواقع الاجتماعي للأفراد ويسيطر على عالمهم الرمزي، فرسائل الدراما عن الواقع الاجتماعي تتزايد في القضايا التي تقل فيها خبراتهم الشخصية.

٩،١ مصطلحات الدراسة

وهو بيان المقصود من المصطلحات العلمية الواردة في الدراسة بدقة لمنع الالتباس والغموض، وقد حدّدت الدراسة مجموعة من المصطلحات التالية:

١،٩،١ الصورة

الصُورة في اللغة بالضم: الشكل وجمعها صور وتستعمل الصور بمعنى النوع والصفة (القاموس المحيط، ٢٠٠٨)

ويُعرِّف حسن حنفي (٢٠٠٣) الصورة بالعالم المتوسط بين الواقع والفكر، بين الحس والعقل فالإنسان لا يعيشُ وسط عالم من الأشياء بل وسط عالم من الصور تحدّد رؤيته للعالم وطبيعة علاقاته الاجتماعية، إن الحوار الذي يتم بين طرفين إنما يتم بين صورة كل طرف في ذهن الآخر، والصورة الذهنية هي مجموعة من السمات والملامح التي يدركها الجمهور ويبني على أساسها مواقفه واتجاهاته نحو المنظمة أو

الشركة أو الدولة أو الجماعة وتتشكل عبر الخبرة القائمة على الاتصال الشخصي المباشر أو الاتصال الجماهيري (صالح، ٢٠٠٥)

في ضوء التعريفات السابقة تُعرف صورة المرأة إجرائياً في الدراسة:

السمات الشخصية والصفات الديموغرافية، وأنماط التواصل الاجتماعي التي تظهر بها الشخصيات النسائية في المسلسل.

٢،٩،١ الصورة النمطية

الصورة النمطية (Stereotype) وهي مشتقة من الأصل الإغريقي Stereos بمعنى ثابت أو جامد وTypos بمعنى علامة أو صورة (مارشال، ٢٠٠٠) وتُعرف أيضاً بأنها الشيء المكرّر على نحوٍ مطرد وعلى وتيرة واحدة لا تتغير، أو هي الشيء المتفقُ عليه مع نمط ثابت أو عام وتعوزه السمات الفردية المميزة. ويتجه العلماء إلى أن هذه الصورة تمتلك خصائص معينة وهي إدراك جامد متحيز بشكل نسبي وتُعد أحد الخبرات المشتركة بين أفراد المجتمع الواحد، وهي بصفة عامة تشير إلى المعتقدات التي توجد لدينا، وهي أيضاً نموذج عام شائع وثابت نسبياً للصفات الشخصية والسلوكية الخاصة لجماعة ثقافية أو عرقية أو شعب من الشعوب (قدري وآخرون، ٢٠١٨)

وتُعرف إجرائياً بأنها: تلك الرموز والانطباعات التي تتشكل في الأذهان عند ذكر المرأة التي تحمل كثيراً من الرموز والتعميمات الخاصة سواء كانت إيجابية أو سلبية والتي تتكرس في الذهن عن المرأة وما تحتويه هذه الصورة من تمثيل لها، وقد ذكرت الأدبيات السابقة أهمها وهي: (المرأة الرومانسية، المرأة المغرورة، المرأة اللعوب، المرأة المظلومة، المرأة الضحية، المرأة المتسلطة، المرأة المغلوبة على أمرها).

٣،٩،١ الدراما التلفزيونية

الدراما: شكلٌ من أشكال الفن يقوم على تصوير قصة أو حكاية يرويها كاتب أو مؤلف من خلال حوار على لسان شخصيات تربطها علاقة معينة وتصنع الأحداث وتشارك في إطار منظور آخذٍ في التصاعد (سامية وشرف، ٢٠٠٠)

الدراما التلفزيونية: هي كلّ ما يُقدم على شاشة التلفزيون بأسلوب تمثيلي، سواء كان على شكل مسلسلات يومية تقدم في حلقات أو بشكل سلسلة أو تمثيلية أو فيلم، وتجسّد قصة يتم تصويرها لتعبّر عن الأحداث والانفعالات العاطفية التي تحصل نتيجة هذه الأحداث، وتصوّر حاجات أناس عاديين ورغباتهم في مواقف مختلفة (السعيدي، ٢٠١٠)

الدراما التلفزيونية الإماراتية: تُعرَّفْ إجرائياً بأنها: المسلسلات التلفزيونية الإماراتية التي تعبر عن المجتمع الإماراتي وقضاياه، وتنقل باللهجة المحلية، وتقوم بإنتاجها مؤسسات إعلامية إماراتية أو شركات إنتاج خاصة وقد عُرضت على شاشات القنوات الفضائية الإماراتية.

٤،٩،١ القيم الاجتماعية

القيم في قاموس علم الاجتماع: هي المستويات الثقافية المشتركة التي تحتكم إليها في تقدير الموضوعات والاتجاهات. ويُعرِّف توماس وزنانكي القيمة الاجتماعية بأنها أي معنى ينطوي على مضمون واقعي وتقبله جماعة اجتماعية معينة. كما يرى فلوريان زنانيكي أن القيم هي موضوعات الفعل الاجتماعي ذات المعنى والطابع الحسي والروحي، والتي لها دلالاتها المعيارية الموجبة والسالبة (غيث، ٢٠٠٠)

وتُعرَّفْ إجرائياً بأنها: المبادئ والأفكار والأفعال المقصودة التي يقوم بها الفرد أو الجماعة في المواقف الاجتماعية المختلفة والتي تُمثل معنى بالنسبة لهم وتصبح معياراً للحكم على الأشياء، ويُقصد بها في الدراسة السمات الإيجابية والسلبية التي عكستها المرأة في الدراما التلفزيونية.

٥،٩،١ الواقع الاجتماعي

يعرف محمد السلموطي (٢٠٠٠) الواقع الاجتماعي بأنه ما يشكل بناء المجتمع ونظمه، وما يسود من علاقات اجتماعية وقيم ومعتقدات والتزامات قيكية وأيديولوجية بين فئاته وطبقاته المختلفة.

يُعرَّفْ إجرائياً: المقصود به في الدراسة هو الواقع الاجتماعي للمرأة الإماراتية.

٦،٩،١ الرمز

يُعرَّفْ الرمز في القاموس المحيط بالإشارة أو الإيماءة بالشفتين أو العينين أو الحاجبين أو الفم أو اليد أو اللسان، وفي تاج العروس هو الصوت الخفي أو الإشارة بالشفة والغمز بالحاجب.ومثال على ذلك ما جاء في قوله تعالى ﴿قَالَ رَبِّ ٱجۡعَل لِّيٓ ءَايَةٗۚ قَالَ ءَايَتُكَ أَلَّا تُكَلِّمَ ٱلنَّاسَ ثَلَٰثَةَ أَيَّامٍ إِلَّا رَمۡزٗاۗ ﴾(القرآن. آل عمران ٣:٤١)

تُمثل الرموز أحد مكونات النسق الثقافي، وهي في الوقت نفسه تقوم بدور المعزّز والمدعّم للقيم، والرمز علامة مشبعة بمعلومات ذات طابع ثقافي، وتُشكّل عاملاً مهماً في توجيه وتحديد الأفراد وتتضمن شحنةً ثقافيةً، كما أشار إلى هذا بيير بورديو (٢٠١٠). وهي تمثل بذلك أداة توجيهية، وتتم عملية التوجيه هذه من خلال التفاعل الاجتماعي بين الأفراد وذلك عن طريق اللغة التي تُعدّ قلب هذه العملية.

وتُشير "التفاعلية الرمزية" إلى معنى الرموز على اعتبار أنها القدرة التي تمتلكها الكائنات الإنسانية للتعبير عن الأفكار، باستخدام الرموز في تفاعلاتهم مع بعضهم البعض، ويرى كلٌّ من طلعت لطفي وكمال الزيات (٢٠٠٩)، أن مفهوم الرموز يُشير إلى الأشياء التي ترمز إلى شيء آخر أو يكون لها معنى أعمق من الجانب السطحي للرمز، وهو ما توصّل إليه يونج، حيث ذهب إلى أن الإنسان يعيش في عالم من الرموز، هذه الرموز هي شكل من أشكال التعبير عن الأفكار والمشاعر التي بداخلنا ومن خلالها نستطيع أن نعبر عن خبراتنا (العمر، ٢٠٠٦).

١،٩،٧ المعاني

يُعرِّفْ جان ميشال برت (٢٠٠٦) المعاني بأنها عبارة عن نظام يختفي وراء الظواهر الموصوفة، يتضمن تقييمات ونظرات عن العالم وقواعد للعمل يشكل جزءاً من هذا النظام الموجود مسبقاً، فالفاعلون الأفراد يستوعبون نماذجاً للتصرف وتصورات للعمل والفعل محدّدة خارجهم، وهذا من وجهة نظر التحليل الوصفي والبنيان.

وتهتم "التفاعلية الرمزية" بالطريقة التي يختارها المشاركون في عملية التفاعل الاجتماعي لمعاني الرموز ويتفقون على هذه المعاني ويتم تحديد معنى الرموز عن طريق الاتفاق بين أعضاء الجماعة، وتُعد اللغة أهم مجموعة من الرموز اللازمة للتفاعل الاجتماعي، وتُعتبر عملية الاتصال من خلال اللغة أحد أشكال "التفاعلية الرمزية"، حيث يعبر استخدام الرموز عن قدرة الإنسان على التواصل مع غيره ووسيلة لزيادة المقدرة على نقل المشاعر والميول والاتجاهات بين الأفراد (لطفي والزيات، ٢٠٠٩).

١،١٠ خلاصة

تناول الفصل الأول من البحث مقدمة عامة بيّنت الباحثة أهمية الدراما التلفزيونية في عالمنا الحالي وتأثيرها على القيم والسلوكيات لدى الجمهور، ثم قامت بعرض خلفية الدراسة وكيف تم تناول وتحليل صورة المرأة في الدراما التلفزيونية، وصولاً إلى تحديد مشكلة الدراسة والتي تمثلت في تشويه صورة المرأة في الدراما التلفزيونية وقد ساعد تحديد المشكلة في وضع الأسئلة وتبيان الأهداف من الدراسة.

كما تم تسليط الضوء على أهمية الدراسة العلمية والعملية، واعتمدت الدراسة الحالية على كل من نظرية "الغرس الثقافي" ونظرية ا"لتفاعلية الرمزية " ، وتمّ تبيان حدودها المكانية والزمانية والموضوعية، وفي ختام الفصل الأول تمّ التعريف بمصطلحات الدراسة.