المحاضرة التاسعة

ظاهرة المو اثبة وتأثيرها على نمطية الجمهور

1. تعريف ظاهرة المو اثبة التلفزيونية Le Zapping:

تشير القواميس العربية أن كلمة "المواثبة" مشتقة من الفعل "وثب" الدال على القفز والغلبة والنهوض والقيام بسرعة، ومنه جاءت المواثبة التي تعني فيما تعنيه المغالبة والمبادرة والمسابقة، وهي كلمات تشترك في معنى التغير والتحرك بسرعة والانتقال بخفة من مكان أو جهة إلى أخرى. وهو نفس معنى التعريف الإنجليزي للمواثبة في حقل الإعلام، حيث يحددها (معجم أكسفورد) بأنها: "استعمال آلة التحكم عن بعد لتغيير القناة التلفزيونية بسرعة".

إن المواثبة التلفزيونية هي فعل قصدي يرمي إلى الانتقال من قناة إلى أخرى أو من أحد الأقمار الاصطناعية إلى أخر، وهي ظاهرة خاصة بالمشاهدة التلفزيونية، كما تعرف هذه الظاهرة على أنها: "عادة الإنتقال من قناة لأخرى ومشاهدة التلفزيون بانتباه غير عادل".

كما تعد المواثبة طريقة جديدة للإستهلاك التلفزيوني "أكثر فردية، انتقائية وإرادية"، فالمشاهد أصبح بإمكانه أن يختار البرامج حسب رغباته، تفضيلاته، ميولاته، انشغالاته، احتياجاته ومزاجه، فيتملص من شبكات البرامج التي أعدتها القنوات التلفزيونية، ويقيم لنفسه شبكة برامج خاصة به لوحده، عبر المتابعة والإنتقاء للأفضل والأجمل. فهذه الظاهرة ما هي إلا تعبير عن الإنتقائية التي يمارسها الجمهور اتجاه المضامين المقدمة، فذهابه وإيابه المستمر على الكم الهائل من القنوات، هو شكل من أشكال أخذ البرامج التلفزيونية بطريقة نقدية

وللمواثبة التلفزيونية أشكال عديدة أهمها:

- **Le Zapping:** تغيير قناة ما من أجل تجنب التعرض لومضة إشهارية.
- **Le Flipping:** الانتقال من قناة لأخرى لمعرفة ما يبث فيها.
- **Le Switch hilting:** مشاهدة عدة برامج في أن واحد، بالانتقال المستمر والمتواصل من قناة لأخرى.

2. أسباب ظهور المو اثبة التلفزيونية ودو افعها؟

لقد ساهم البث التلفزيوني المباشر في تعدد القنوات الفضائية التلفزيونية مما أدى إلى ازدياد عدد المشاهدين ولكن تشتتهم أيضا. ويشهد الفضاء التلفزيوني انفجارا من حيث عدد القنوات التلفزيونية بشكل يجعل من الصعب القيام بعملية حصر دقيق تمكن من توزيع هذه القنوات حسب توجهاتها واهتماماتها، كما أن انتشار آلة التحكم عن بعد ما هي إلا نتاج للثورة التي مست تكنولوجيا الاتصال التّي أتاحت للمشاهد فرصة الانتقال من قناة إلى أخرى كيفما شاء.

بدأت ملاحظة هذه الظاهرة في الو.م. في بداية الثمانينيات، حيث كشف تقرير أعده مركز دراسات المشاهدين (T.A.A) عام 1982 أن حوالي 40 بالمائة من المشاهدين الأمريكيين الذين اشتركوا في التلفزيون الكابلي و15 بالمائة من مشاهدي التلفزيون الأرضي يغيرون البرنامج الذي يتابعونه كلما عرضت فيه لقطة إشهارية، هذا من جهة، ومن جهة أخرى فقد بينت تقارير Paper في عام 1997 أن هناك 38 بالمائة من المشاهدين غالبا ما يديرون مؤشر التلفزيون إلى محطة أخرى عند وجود الإشهارات.

إذن، إن لظاهرة المواثبة أسبابا يوجزها الباحث (نصر الدين لعياضي) على النحو التالي:

- **السبب الوجيه " ظهور آلة التحكم عن بعد":** لقد ظهرت أداة التحكم عن بعد في التلفزيون في أواخر السبعينيات بالولايات المتحدة الأمريكية، فعوض أن تقوم بدور هامشي مثلما تقوم به أية قطعة بسيطة، إلاّ أن هذه الأخيرة أصبحت أداة ذات أهمية بالغة لا يمكن للمشاهد الاستغناء عنها. ففي السابق، كان المشاهد قليل الميل للحركة للذهاب والإياب بين مقعده وتلفزيونه كلما رغب في تبديل القنوات التلفزيونية، إلا أن هذه الأداة غيرت من سلوكه وعاداته حيث أصبح قليل الحركة ويلبي رغباته وحاجياته دون الانتقال، وإنما بمجرد الضغط على الأداة يشاهد ما يرغب، كما كرس ظهور آلة التحكم عن بعد ظهور سلوك جديد يتمثل في ظهور ظاهرة اللعب على أزرار الأداة أو كما يطلق عليها le pianotage وذلك من أجل البحث عن قناة تلبي رغبات المشاهد.

- **السبب المحفز "رفض الإشهار":** إن إقحام اللقطات الإشهارية في مختلف فئات الحصص التلفزيونية يعد بشكل ضمني انقطاعا غير مناسب في البرنامج. وبالتالي سمحت المواثبة للمشاهد بتجسيد غضبه،فيغتنم فرصة بث الإشهار للتحقق أنه لا تفوته برامج أخرى. وفي الجانب الأخر بدأ المعلنون يؤكدون خشيتهم من المواثبة التي تهدد فاعلية الإشهار، وهذا ما كشفت عنه دراسة أمريكية قدمت في اللقاء الدولي الثاني حول الإشهار الفرانكفوني المنعقد في مونتريال بكندا على أنّه من بين 500 رسالة إشهارية تبث يوميا لا يلاحظ المشاهد منها سوى 76 ولا يحتفظ إلا بِـ 12 رسالة في ذاكرته.

- **السبب المضخم " انتشار التلفزيون الكابلي":** إن قدوم التلفزيون الكابلي، بعنى قدوم البرامج التي يتم الحصول عليها من خلال الاشتراك، أي برامج الاشتراك ورد فعل المشاهد المواثب Le Zapeur يحثه على التوقف لمشاهدة إحدى نوات التلفزيون الكابلي، التي لا يستثيره فيها أي انقطاع في البرامج لبث لقطة إشهارية، مقارنة بحجم اللقطات الاشهارية التي يعرضها التلفزيون الهرتزي.

3. تأثير ظاهرة المواثبة على السلوك التفاعلي للجمهور:

منذ ظهور أداة التحكم عن بعد La télécommande في التلفزيون أصبح المشاهد يتبنى سلوكا جديدا في عادات المشاهدة المتمثل في المواثبة، هذه الظاهرة تعبر عن نمط من أنماط المشاهدة عند استعمال التلفزيون، حيث تظهر من خلال الرغبات والحاجيات التي يشبعها الفرد نتيجة تنقله من قناة لأخرى، ومما يظهر أيضا عدم رضاه على البرنامج المشاهد من جهة أو وجود فواصل اشهارية من جهة ثانية.

وقد بين المركز الوطني للبحث العلمي في فرنسا (C.N.R.S) وجود خمسة سلوكيات نتيجة انتشار ظاهرة المواثبة، تتمثل في:

- ✓ المواثبون المفرطون Les zappeurs fous
- ✓ المواثبون القلقين Les nonchalants
- ✓ المواثبون غير الوفيين Les infidèles
- ✓ المواثبون الوفيون les fidèles .
- ✓ المواثبون المتمالكين أو الصبورين Les modérés

وبناء على الأسباب السابقة، فإن المواثبة ما هي إلا سلوك ناتج عن التفاعل الذي يظهره المشاهد مع ما يرغب أو يرفض متابعته، لذلك فإن فعل المواثبة يندرج ضمن المبدأ الذي يرى بأن الجمهور نشط وانتقائي بطبعه في اختياراته وحاجياته ومن ثم إشباع رغباته . ويفسر هذا الانتقاء وجود تفاعلية، يصنفا الباحث (نصر الدين لعياضي) في النوعين التاليين:

- **التفاعلية المتعدية البسيطة Interactivité transitive simple:** يستطيع المشاهد أن يبلغ هذه الدرجة عندما يجلس أمام التلفزيون في اللحظة التي يختار فيها مشاهدة برنامجا ضمن بقية البرامج المقترحة، فمحتوى البرامج المرشحة للمشاهدة لا تتأثر بهذا الاختيار مهما كانت درجة تكراره وعفويته.

- **التفاعلية المتعدية القوية Interactivité transitive forte:** حيث يستطيع المشاهد في هذه المرحلة أن يتدخل أثناء الحصص التلفزيونية بواسطة الهاتف مثلا والتفاعل والمشاركة مع الحصة وبالتالي رد فعله يؤثر في سير البرنامج.

انطلاقا من هذا الاعتبار، فظهور أداة التحكم عن بعد في التلفزيون، أدت إلى كون عملية تكرار تبديل القناة عاملا هاما وحاسما في تجربة المشاهدة. إذ حل محل نموذج المشاهدة القديم الممتد "طولانيا Longitudinal " النموذج الممتد "عرضانيا Latitudinal " الذي لا يتضمن إطلاقا استمرارية مشاهدة قناة واحدة. وبالتالي فإن أبحاث المشاهدة لا بد من تركيز اهتمامها على أنواع التحركات والتبدلات على هذا المستوى، وهذا لا يتوقف هنا فقط، بل قد يؤدي إلى إضافة بعد آخر لتجربة المشاهدة والمتمثّل في "المشاهدة الجزئية" للمادة التلفزيونية الواحدة، والتّي قد تتناقص من مشاهدة الحدث الواحد، إلى مشاهدة المشهد الواحد، بل إلى مشاهدة اللّقطة الواحدة. فارتباط المشاهدة الجزئية بظهور ظاهرة المواثبة قد يؤدي إلى التأثير على تجربة المشاهدة التلفزيونية ومن ثمّ على متعة الجمهور المشاهد (الانتباه والإدراك والإحساس).

وعليه، يعزز فعل المواثبة سلطة المشاهد ويمنحه متعة التدخل أو التنقل أثناء متابعة البرنامج، لكنه يهدم البرنامج التلفزيوني بآلة التحكم عن بعد نتيجة وجود عدد هائل من الومضات الإشهارية التي تعرقل عملية تلقيه للخطاب الإعلامي. وبالتالي تبقى المشاهدة التلفزيونية خاضعة للتغييرات التي يعززها فعل المواثبة، ذلك لأنّه ينتمي رغم كل شيء إلى عالم الاختيار، والأمر هنا لا يشتّت فقط البرنامج والمُشَاهِد في حدّ ذاته، وإنّما يؤدي إلى تشتيت الأسرة في حد ذاتها وهذا خاصة إذا كان فعل مشاهدة التلفزيون جماعيا، لأن هذا يرجع بالدرجة الأولى إلى فكرة أنّ البرنامج التلفزيوني أحيانا هو الذي يكوّن مشاهديه، وذلك خاصة من خلال المواعيد التلفزيونية التي تبثّ من حين لآخر لإعلام الجمهور بيوم وساعة البرنامج الذي سيبث لاحقا.

وبالتالي فإن المواثبة ما هي إلا نشاط يقضي على نشاط المشاهد الذي يسأم من كثرة الفواصل الاشهارية والتي تشكل في حد ذاتها "دوامة إعلانية" قد تهدد متعة التجربة الجمالية التلفزيونية، في حين لا يهم المعلنين الوقت الذي يخصصه المشاهدون للبرنامج المشاهد ولكن ما احتفظوا به بعد مشاهدتهم لذلك الإشهار.