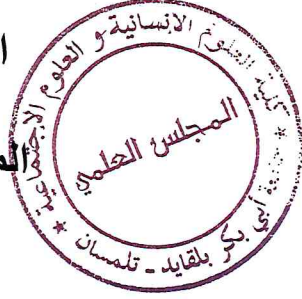


المحاضرة "11"  
المصداقية الإعلامية



أولاً: العملية الإعلامية في المنظومة الغربية

ثانياً: مفهوم المصداقية الإعلامية

ثالثاً: مشكلات الصحافة الدولية والمصداقية الإعلامية

رابعاً: معوقات العملية الإعلامية في دول العالم الثالث



## المحاضرة رقم "11"

### المصداقية الإعلامية

#### أولاً: العملية الإعلامية في المنظومة الغربية

من خلال النظر إلى الخارطة الإعلامية الغربية يجد المتتبع لها أن هذه المنظومة تسيطر على وسائل الاعلام سيطرة كاملة، وذلك من خلال منظومة الشركات الاحتكارية أو الشركات العابرة للقارات حيث يتم توجه العملية الإعلامية وتعتبر وسائل الإعلام الغربية بكل تصنيفاتها من صحافة وإذاعة وتلفاز وغيرها المعبر الحقيقي عن اتجاهات العملية الإعلامية في الدول الغربية تشاركها وسائل إعلام في بلدان أخرى. وتركز اتجاهات العملية الإعلامية الموجهة للخارج في تبرير سياسات الدول الغربية "الإمبريالية" ومواقعها إزاء الأحداث والتطورات الدولية والمحلية والإقليمية. والأهم من ذلك رعاية المصالح السياسية والاقتصادية والعسكرية للدول الغربية، ومواجهة النزاعات الوطنية والمحلية المناهضة للسياسات الغربية<sup>24</sup>.

<sup>24</sup>بسام عبد الرحمن المشاقبة، مرجع سابق، ص74

## ثانياً: مفهوم المصداقية الإعلامية

نظراً لكثرة وسائل الاعلام والاتصال بكافة أشكالها المرئية والمسموعة والمقروءة وشبكة الأنترنت وحجم الأموال المستثمرة فيها وخصوصية العمل فيها حيث يمكن أن يكون أثرها مدمراً أحياناً ومؤثراً بشكل كبير سواء في الشؤون السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية أو الثقافية، فإن مسئوليتها الاجتماعية والأخلاقية كبيرة جداً ومراعاتها يعد أمراً حيوياً للمجتمع ومنظمات الأعمال على وجه الخصوص<sup>25</sup>.

ويظهر جلياً، أن مدى الفائدة التي تجنيها الشعوب مرتبطة بمقدار مصداقية هذا الإعلام من ناحية الدقة في نقل الخبر والدقة في تحريره وعدم تشويبه أو تحريفه والحذف والزيادة وعدم الإيضاح أو التحيز وعدم الحيادية سواء في الصحف والمجلات أو في الإذاعة أو التلفزيون.

والمصداقية مقياس هام للحكم على أداء العمل الإعلامي ونجاحه في أداء رسالته الإعلامية ولعل ظروفها هامة أثرت في مصداقية وسائل الاعلام العربي، وقللت الثقة فيه بسبب أن الصحافة نشأت في ظل الحركات الاستعمارية، وأن الإذاعات والتلفزيونات العربية لازالت تعتمد على مصادر أجنبية ووكالات أجنبية وعالمية تزودها بالأخبار التي قد تكون أحياناً مضللة. وحتى هذه الأنباء تخضع للتحريف والتغيير أثناء العرض وأثناء مرورها على المحررين الذين قد لا يكونون مستقلين في آرائهم لعملهم وخاضعين لتأثير إيديولوجية أنظمة

الحكم.<sup>26</sup>

<sup>25</sup> طاهر محسن منصور الغالبي /صالح مهدي محسن العامري،مرجع سابق،ص 287

<sup>26</sup>فاروق خالد،مرجع سابق،ص235

الصدق يعني نقل الكلام أو المعلومات دون زيادة أو نقصان أو تحريف أو تشويه. والمصداقية تعني المؤشرات والمعايير التي تحدد مدى صدق المضمون الصحفي مثل التوازن في مقابل التحيز والتعددية في مقابل الأحادية والتنوير في مقابل التزييف وتأكيد الثقة في مقابل التشكيك والشمولية في مقابل التجزئة<sup>27</sup>.

وقامت مؤسسات أمريكية بتمويل أربعة بحوث ميدانية لدراسة مفهوم المصداقية وتمثل هذه المؤسسات في:

- الجمعية الأمريكية لمحري الصحف Society of News Paper Ejtors
- Americain Time Mirror
- مركز جانيت للدراسات الإعلامية
- The garnet Center of Media Studies
- صحيفة لوس أنجلوس تايمز Los Angelos Times

وتوصلت هذه المؤسسات إلى المفاهيم التالية حول المصداقية:

- الدقة والإكتمال وتغطية الحقائق
- عدم التحيز والتوازن في التغطية والعدالة والموضوعية
- الثقة في المؤسسات الإعلامية
- علاقة المصادر الإخبارية بالحكومة
- الاعتقاد بصحة ماتنشره الصحف
- الأمانة والمستويات الأخلاقية
- التخصص والتدريب المهني في الإعلام

- السمات المميزة لأداء الصحف مثل تحقيق السبق الصحفي أو الأفراد الصحفي والتغطية الشاملة للقصص الإخبارية
- استقلالية الإعلام عن الإهتمامات والمصالح الخاصة وإستقلاليته أيضا عن المؤسسات والمنظمات الأخرى
- قوة وتأثير الإعلام على المجتمع والجماعة
- الحقيقة والصواب<sup>28</sup>.

تعمل عشرات وكالات الأنباء على تزويد وسائل الإعلام العربي بالأخبار وأهم هذه الوكالات العاملة في الإعلام الدولي وكالات رويترز والاسوشيتدبرس الأمريكية ووكالة الصحافة الأمريكية ووكالة الصحافة المتحدة الدولية الأمريكية اليونايته برس انترناشيونال.حيث أن لهذه الوكالات نفوذا واسعا في الإعلام الدولي من خلال مكاتب وفروع منتشرة لها في العالم ،وممثلين ومراسلين بالآلاف في أنحاء العالم وقد فتحت هذه الوكالات لها في مدن العالم العربي الرئيسية وتزود الصحف العربية ومحطات الإذاعة والتلفزة العربية بالأخبار والأحداث بسرعة هائلة ودقيقة كما أن محطات تلفزيونية عالمية مثل CNN الأمريكية وBBC البريطانية كإعلام دولي تمد أيضا الإعلام العربي<sup>29</sup>

وهناك شروط ومواصفات وخصائص يجب أن يتحلى بها أولئك العاملون في مجال الاعلام والاتصال، وكذلك العاملون في هذا الجهاز الإعلامي الذي يقوم بهذا العمل على مستوياتهم المختلفة. وهذه الشروط والمواصفات

<sup>28</sup>المرجع نفسه،ص237

<sup>29</sup>المرجع نفسه،ص230

والخصائص يجب أن تتوفر جميعها دون خلل أو نقصان إذ أنها تعد احدى أهم ركائز و أسس تحقيق ديمقراطية الاعلام والاتصال وهي تتحدد بمايلي<sup>30</sup>:

- يجب أن يكون رجل الاعلام والاتصال مثقفا ثقافة عالية وأن يكون متحضرا ولبقا وليس مجرد متعلم ولكنه متسع المعارف والمدارك.
- أن يكون حرا ومتحررا من الخوف والاستبداد سواء من ناحية السلطة أو من ناحية أي فرد من الأفراد .
- أن يكون معلقا جيدا وقادرا على التعليق على الأحداث والأنباء التي ترد بشأن المواقف السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها. وأن يكون محلا جيدا وقادرا على تحليل الأفكار والأنباء بصورة فعالة وبارعة ودقيقة وأن يكون قادرا على إجراء حوار مع الآخرين لكي يقنعهم بوجهات نظره وتوجهاته .
- أن يكون مبتكرا ولديه النزعة والقدرة على الابتكار بمعنى أن يكون رجلا متعدد المواهب والاتجاهات والجوانب.
- أن يكون تقديما ويتحلى بالأفكار التقدمية ، وأن يكون مخلصا .
- أن يكون صادقا مع نفسه ومع الآخرين ، وأن يتجنب الكذب عند تغطية موقفا من المواقف وأن يتمتع بقدر كبير من التوازن النفسي، وأن يكون مخلصا ومدافعا صادقا لما يؤمن به ، ويجب ألا يكون سطحي التفكير.
- يجب أن يكون واسع المعرفة بكل ما تنطوي عليه الكلمة من معنى وأن يكون متفتح الذهن ، وأن يكون معلما و متعلما وأن يتحلى

<sup>30</sup>حسين علي إبراهيم الفلاحى، الديمقراطية والإعلام والاتصال، المنهل ،2014،ص192-194.

بصفة البحث والتقصي ، وأن يتسم تفكيره واهتماماته بالعالمية بحيث تشمل العالم بأسره.

- أن يكون اجتماعيا وينا بنفسه عن الانحياز لمجموعة أو جماعة
- يجب أن يكون جذيرا بالثقة وهذا يتأتى باحترامه لنفسه وللآخرين وبالتالي يستحوذ على احترامهم وثقتهم ، وأن يكون مسؤولا ومقدرا للمسؤولية .
- يجب أن يكون مخططا جيدا ، وأن يؤمن بأهمية التخطيط في أي شيء يقدم عليه أو يفكر فيه .. وأن يكون قادرا على التعامل مع مختلف المواقف وقادرا على السيطرة على الأزمات والمشكلات التي يتعرض لها

### ثالثا: مشكلات الصحافة الدولية والمصادقية الإعلامية

إن الصحافة الدولية المعاصرة لا تعاني من الصعوبات المادية فقط وإنما تواجه اليوم العديد من المشكلات المرتبطة بطبيعة المهنة الصحفية نفسها ، ويمكن أن نوجز هذه المشكلات المرتبطة بطبيعة المهنة الصحفية في الآتي:

- تشكو الكثير من الدول النامية من محاولات التشويه المتعمد لصورتها القومية وإنجازاتها الحضارية من قبل بعض الصحف الدولية بنشر المعلومات الناقصة والأنباء المحرفة
- يواجه العديد من مراسلي الصحف الدولية كثيرا من العقبات في تغطية الأحداث ، وتضع بعض الدول صعوبات تحول دون وصول المراسلين إلى مصادر الأنباء وأحيانا يمنع المراسلون من دخول بعض البلدان وفي أحيان

أخرى تضع بعض الدول العراقية أمام إرسال الأنباء وتفرض ألوانا من البرقيات والتقارير الصحفية<sup>31</sup>.

### رابعا: معوقات العملية الإعلامية في دول العالم الثالث

اجمع علماء الاعلام بأن العملية الإعلامية في منظومة العالم الثالث يصعب تحديد اتجاهاتها وتعود الأسباب إلى الآتي:

- أن دول العالم الثالث لا تمتلك وكالات أنباء إلا في الحدود الضيقة وإن وجدت فإن هذه الوكالات تتغذى على التدفق الإعلامي العالمي
- تسيطر الدولة سيطرة كاملة على وسائل الاعلام وإمكانيات هذه الوسائل ضيقة للغاية .
- تفتقد إلى المنهج الإعلامي في التعامل مع القضايا المطروحة بشكل واضح ومحدد ولذلك فهي عرضة للحملات الإعلامية المركزة من المنظومة الغربية التي تسيطر على 5/4 المنتج الإعلامي الدولي وهذا ما يخلق تبعية ثقافية وإعلامية لدول العالم الثالث إجبارية أو اختيارية

32

<sup>31</sup>ماجدة عبد الفتاح الهلباوي، مرجع سابق، ص135  
<sup>32</sup>بسام عبد الرحمن المشاقبة، مرجع سابق، ص75



المحاضرة رقم "12"  
تنظيم الاتصال الجماهيري



أولاً: التشهير

ثانياً: حماية المعلوماتية

ثالثاً: حرية التعبير

## المحاضرة "12" تنظيم الاتصال الجماهيري



### أولاً: التشهير

اتجهت القوانين خلال القرنين الماضيين إلى منح المزيد من الحريات لحماية حق التعبير بصرف النظر أحيانا عما إذا كان هذا التعبير صادقا أم كاذبا. ومن ثم أصبح للمشرعين والقضاة وشاغلي المناصب العليا حق التمتع بهذه الحرية من خلال مناصبهم الرسمية وعندما تقوم الصحافة بنشر تصريحاتهم فإنهم يدركون أنهم في مأمن من الملاحقة القضائية استنادا إلى قانون حماية حرية التعبير. وبالمثل فإن الإعلام يتمتع أيضا بهذه الحرية إلا أنها حرية مشروطة بتوافر عنصر الصدق والموضوعية في تناول الأعمال الأدبية والفنية بالنقد.. وقد يكون الناقد لبعض هذه الأعمال إلا أنه يظل متمتعا بالحرية طالما كان الناقد موضوعيا في نقده. كما يجب الإشارة إلى أن الإعلان الذي ينشر بأحد وسائل الاتصال لا يتمتع بأي حماية إذا تضمن ما يسيء إلى الغير، كما أن الوسيلة الإعلامية التي نشرت هذا الإعلان سوف تلاحق قضائيا أيضا بخلاف المعلن.<sup>33</sup>

### ثانياً: حماية المعلوماتية

تمثل الحماية التشريعية للمعلومات أهم مستلزمات التقدم التكنولوجي لذا كرست الدول جهودها للخروج بأوامر مصحوبة بالجزاءات الجنائية والمدنية والإدارية

<sup>33</sup>ويليام ريفرز مرجع سابق، ص 137-138

في مجال المعلومات ، وذلك لحماية التقدم العلمي والتكنولوجي وحقوق الانسان وقضايا التنمية والبيئة ذلك أن العصر الذي نعيشه هو عصر الكمبيوتر والمعلومات ...ولما كان موضوع الحماية التشريعية للمعلومات أهم من كافة المعالجات التشريعية لذا نتناول فيمايلي بعض المفاهيم التي تعين على اقتراح الأسس التشريعية لحماية المعلومات:

### - جرائم الحاسوبات هي جرائم تتعلق بوقائع معنوية

الغش في استخدام الحاسبات ويقصد بالغش التلاعب في استخدام الحاسبات أي اختلاس أو تلاعب يتم من خلال ادخال البيانات أو البرامج .. الخ، والتي ينجم عنها خسائر بأي صورة من الصور. وتتم الجرائم من خلال أخصائي الحاسبات أو مستخدميها، ومن أمثلة تلك الجرائم: عمليات القرصنة، عمليات السطو والسرقة، الحصول على بعض المعلومات من بعض الدوائر الخطيرة بغرض التجسس، جرائم النسخ غير المشروعة للبرامج<sup>34</sup>.

### ثالثاً: حرية التعبير

تتعلق حرية التعبير بكيفية الموازنة بين الحق الدستوري للصحافة ورغبة الاعمال بتقديم تقارير وتغطية عادلة ووجهات نظر حول القضايا العامة التي يكون حولها جدل أو تعتبر مثيرة للنقاش. وتجدر الإشارة إلى أن القوانين في الدول المتقدمة وكثير من الدول النامية تشير صراحة إلى حق الصحافة المملوكة من قبل القطاع الخاص والهادفة إلى الربح في طبع ونشر وتوزيع الرسائل والأخبار والتقارير على عامة الجمهور بكل حرية. ولكن يجب الإنتباه إلى مسألة إحترام قول الحقيقة وعدم الكذب والتضليل من قبل الصحافة

محمد ناصر مهنا، في النظرية العمارة الإعلامية الفضائيات العربية والعولمة الإعلامية والمعلوماتية، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص51-52

للجمهور فمثلا لا يجوز أن تستفيد وسائل الاعلام من مردودات الاعلام المقدمة من منظمات الاعمال وتقوم ببث دعايات والترويج لمنتجات لا تمتلك الخصائص التي يعلن عنها ،كذلك لا يجوز أن تستلم وسائل الاعلام أموالا لغرض ترويج أفكار سياسية لأشخاص بحيث يتم تضليل الجمهور بشأن حقيقتهم من أجل دعم حملاتهم الانتخابية<sup>35</sup>.

---

<sup>35</sup>طاهر محسن منصور الغالبي /صالح مهدي محسن العامري،مرجع سابق، ص289



أولاً: مفهوم الشائعات

ثانياً: وسائل الاعلام والترويج للشائعات

ثالثاً: مقاومة الإشاعة

## المحاضرة "13" الإعلام والدعاية والشائعات



ارتبط مفهوم الدعاية بالإعلام ، فالدعاية بأبسط تعاريفها هي نشاط إتصالي هدفه تغيير استجابة المستقبل بالشكل الذي تمّ على ضوء إرسال الرسالة الدعائية والتي يحاول المرسل من خلالها أن يصل إلى الاستجابة التي يتوخاها من خلال ممارسة الضغط العاطفي والنفسي بوسائل متعددة متباينة بعضها يخرج من نطاق الأخلاق مستهدفاً من ذلك خلق شعور جمعي سلبي أو إيجابي إزاء القضية المطروحة<sup>36</sup>.

وفي أعقاب الحرب العالمية الأولى أخذ الباحثون يبدون خشيتهم وقلقهم من وسائل الاعلام الجديدة كراديو والسينما وبآثارها المترتبة على المستمعين والمشاهدين كما أعرب الباحثون خشيتهم من احتكار الصحف وزيادة السيطرة عليها من قبل مجموعات محددة. منذ ذلك الحين بدأ الاهتمام يتزايد بالدعاية الإعلامية وبالأثار التي تنجم عنها ويعتبر الاهتمام بدراسة أثار الدعاية الإعلامية النواة الأولى لعلم الاتصال الحديث. وقد تركز اهتمام الباحثين الأوائل على الأمور الثلاثة التالية :

1. بنية الإعلام ، وملكيته،والسيطرة عليه ،وآثاره الاجتماعية
2. تحليل مضمون الدعاية ومحتواها
3. أساليب الدعاية والطرق التي تؤثر بها على الناس<sup>37</sup>

<sup>36</sup>بسام عبد الرحمن المشاقبة،مرجع سابق ،ص65  
<sup>37</sup>مصطفى الدباغ ،مرجع سابق،ص69

## أولاً: مفهوم الشائعات

الإشاعة عبارة عن خبر مدسوس كلياً أو جزئياً وينتقل شفهيًا أو عبر وسائل الإعلام دون أن يرافقه دليل أو برهان، ويقصد بها تحطيم المعنويات. وفي وجهة نظر آخرين يرون بأنها فكرة خاصة يعمل رجل الدعاية على أن يؤمن بها الناس كما يعمل على أن ينقلها كل شخص إلى الآخر حتى تذيع بين الجماهير جميعها<sup>38</sup>.

والإشاعة سلوك عدواني ضد المجتمع وتعبير عن بعض العقد النفسية المترسبة في العقل الباطن، و قد ينجم عن هذا السلوك العدواني أفعال مباشرة وقد تتحول إلى نوع من الشذوذ في القول والعمل. ولعل أبرز أنواع الشائعات تلك التي تتعلق بأمن الناس لأنها تتركهم في دوامة من القلق وتؤثر على مجرى حياتهم وخاصة على وضعهم الاجتماعي والاقتصادي والأمني. وتعتبر الإشاعة من أخطر الأسلحة المدمرة للمجتمعات أو الأشخاص<sup>39</sup>.

وتتطلب الإشاعة أجواء سيكولوجية معينة، تخرجها من رحمها، وتحدث إرهاباتها في الأفراد والمجتمع عامة. فانتشارها يتطلب شرطين أساسيين هما: الأهمية والغموض، وهذان الأخيران هما شرطان أساسيان للشائعة حتى تسري في المجتمع، إلا أن شدة سريان الشائعة لا يكون حاصل جمع الأهمية والغموض، وإنما هي حاصل ضرب الأهمية في الغموض أي أن الغموض وحده لا يكفي لنشر الشائعات ما لم تصحبه أهمية الخبر المتعلق بالشائعة. فشدة

<sup>38</sup>سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الإتصال الجماهيري، عالم الكتاب الحديث، الأردن، 2008، 121  
مصطفى يوسف كافي، الإعلام الحربي بين الدعاية و الشائعة والحرب النفسية، دار أسامة للنشر  
<sup>39</sup>، عمان، 2016، ص 98-99

سريان الإشاعة تتوقف على درجة غموضها وأهميتها، كما أن فرصة إنتشارها تكبر كلما كان هناك تناسق وانسجام بين مضمونها والوسط والظروف التي ترمى بها<sup>40</sup>.

### ثانياً: وسائل الاعلام والترويج للشائعات

إزدادت سرعة إنتشار الشائعات بازدياد التقنية المستخدمة كوسيلة. فبواسطة البريد الإلكتروني يمكن الآن ارسال كمية هائلة من المواد والمعلومات خلال وقت قصير بين المرسل والمستقبل، وقد تشمل هذه المواد الصور والرسومات والمخططات الإيضاحية التي تساعد في زيادة قناعة المتلقي كما يمكن برمجة الحاسوب ليقوم بهذه المهمات<sup>41</sup>.

### ثالثاً: مقاومة الإشاعة

لخطورة الإشاعة وعظيم أثرها رصدت لها الدول المتقدمة الأجهزة الخاصة لمقاومتها بتطويقها والقضاء عليها بأساليب علمية مدروسة... وقد ابتكرت أمريكا في الحرب العالمية الثانية جهاز " عيادة الشائعات" مسخرة الصحافة لتنفيذ الشائعات حيث جندت مجموعة كبيرة من الصحف لاستمالة القراء فأصبحو بمثابة "مراسلي الشائعات" يتصيدون ويبلغون صحفهم عن أي إشاعة رائجة، حيث تعتمد الصحف بدورها إلى تحليلها بمساعدة بعض علماء النفس ولجنة الأمن العام المحلية والمواطنين مما خلق وعياً بالشائعات من خلال طريقة العيادة التي تُلخص باستخدام الأخبار في دحض الشائعات من

<sup>40</sup>سعاد جبر سعيد،مرجع سابق، 122

<sup>41</sup>عبد الرزاق الدليمي،مرجع سابق،ص180



جهة ،وفي منع القصص الكاذبة بواسطة نشر الحقائق ،مما ساعد الجمهور على أن يميز بين العمليتين ومن ثم تمييز ووقف وتفنيد الاشاعات<sup>42</sup>.

---

<sup>42</sup>مصطفى الدباغ ،مرجع سابق،ص113

المحاضرة رقم "14"  
العنف الإعلامي



أولاً: هل تساعد القنوات الإخبارية على نشر الإحساس بالفوضى

ثانياً: إيجاد روح اللامبالاة لدى المتلقي لمشاهد الإرهاب

ثالثاً: علاقة الصورة بالإرهاب

## المحاضرة رقم "14"

### العنف الإعلامي



يمكن التعرف على خطين رئيسيين من الدراسات الخاصة بتأثير وسائل الإعلام على إثارة العنف لدى الفرد وهما:

- الدراسات الخاصة بالأثار الفورية والآثار القصيرة المدى لمضامين العنف في وسائل الاعلام وتأثيرها على السلوك العدواني
- البحث في النتائج الطويلة المدى للتعرض الدائم لوسائل الإعلام .

وقد ركز النوع الثاني على الأطفال والمراهقين كمجموعة أولية مستهدفة. إلا أن النوع الأول قد اهتم بتأثير وسائل الاعلام على المشاهدين الراشدين. ومن بين الآثار قصيرة المدى للعنف في وسائل الاعلام، فإن هناك إصدارين قد لقوا اهتماما معقولا وهما التقليد المباشر لبعض أنواع العنف من خلال ملاحظتها في الأفلام التي تعرض في التلفزيون أو السينما أو الفيديو وأيضا مشاهدة هذه المناظر في وسائل الاعلام. بالإضافة إلى تقليد الأحداث الحقيقية التي تعلن بشكل كبير مثل اختطاف الطائرات وصراعات الملائكة الثقيلة التي ساهمت في زيادة معدلات القتل، وبعيدا عن التقليد المباشر لأشكال محددة من العنف التي تنتشر من خلال وسائل الاعلام فإن آثار تعزيز العداون من خلال التعرض لمضامين العنف في وسائل الاعلام قد تم إيضاحها في المختبرات وهذا يتحقق ضمن الفرضية القائلة، أن هناك ارتباطا إيجابيا بين مشاهدة العنف في التلفزيون والسلوك العدواني، وأن ملاحظة الأحداث العنيفة تعمل على زيادة الميول

العدوانية ،كما نجد أن الأحداث العدوانية تستخدم كمفاتيح تحرك المشاعر والأفكار العدوانية لدى المشاهد لأفلام العنف والمسرحيات المعروضة<sup>43</sup>

بالنسبة للسلوك العدواني والإعلام خصوصا برامج التلفزيون ،فإن المهتمين في هذا المجال يعتمدون على حساب كميات العنف التي تظهر على شاشة التلفزيون ،وأن أكبر دراسة أمريكية أجريت لتقدير كمية العنف على التلفزيون دراسة(غيربندر وآخرين GERBNER) حيث قاموا بمراقبة عينات من برامج شبكات التلفزيون الرئيسية في الولايات المتحدة الأمريكية كما وضعوا تعريفا للعنف بأنه إستخدام القوة الجسمية ضد الذات أو الآخرين أو إجبار الآخرين على القيام بأفعال رغما عن إرادتهم تحت طائلة التهديد بالإيذاء أو القتل.وحددو نسبة العروض التي تتضمن مشاهد العنف ،وقد لاحظوا أن عدد مشاهد العنف في الفيلم الواحد تزايدت بالتدرج منذ عام 1967. وفي عام 1986 أورد (غيربندر) تقريرا يشير فيه إلى أن فترة البث التلفزيوني الرئيسية تتضمن خمسة أفعال عدوانية في الساعة. كما أشار إلى أن عروض الأفلام الموجهة للأطفال في عطلة نهاية الأسبوع وغالبيتها من أفلام الكارتون كانت تتضمن 20 فعلا عدوانيا في الساعة تقريبا ،وبالرغم من إتفاق شبكة التلفزيون الرئيسية على الحد من كمية العنف التي تعرض في أفلام الكارتون إلا أن الباحثين لم يلاحظوا أي تناقص في مقدار مشاهد العنف في هذه الأفلام ،بل لوحظ العكس أن هناك تزايدا في هذه المشاهد<sup>44</sup>

صالح حسين،العنف الاجتماعي والسياسي والإعلامي من منظور علم النفس الاجتماعي،دار الكتاب الحديث،القاهرة، 2011<sup>43</sup>، ص 200-201

<sup>44</sup>سناء محمد الجبور ،الإعلام الاجتماعي ،دار أسامة للنشر والتوزيع ،عمان، 2009، ص33

## أولاً: هل تساعد القنوات الإخبارية على نشر الإحساس بالفوضى

إذا قلنا أن الإنسان يتعلم من خلال ملاحظة الآخرين وأن لديه القدرة على التقمص الوجداني ،حيث يتخيل الفرد نفسه في مكان الشخص الذي يشاهده ويلاحظ سلوكه مباشرة، ويربط السلوك الذي يشاهده بحالته النفسية الداخلية من مشاعر وعواطف .ومن خلال هذه العملية يكتسب السلوك الذي يشاهده معنى ،كما أنه بناء على ملاحظات وتفسيرات سلوك الآخرين عندما يقوم بمشاهدتهم ومراقبة سلوكهم المادي يخرج باستنتاجات عن الحالة النفسية للآخرين .و حين يرى المشاهد الشخص النموذج الذي أمامه وهو يدافع عن أرضه بالسلاح ويتقمص إحساسه ويتصور نفسه مكانه ،عندها تسيطر عليه فكرة أن النموذج الذي يراه شجاعا ،ومن ثم يقتبس سلوكه العنيف .كذلك تعلمنا حسب المعايير الأخلاقية التي تسود المجتمع أن المجرم سيتم عقابه ،إلا أن ما يتم وما تبرزه القنوات الإخبارية أناس يقومون بعمل إجرامي ولا يتلقون العقاب ،وفي النهاية المجرم لا يلقي القبض عليه .وإذا اقتنعنا أن الإنسان يتعلم بالملاحظة كما تذكر النظريات الاجتماعية ،فما الذي يتعلمه حين تعرض القنوات الإخبارية قوة السلاح وضعف صوة الحق <sup>45</sup>.

## ثانياً: إيجاد روح اللامبالاة لدى المتلقي لمشاهد الإرهاب

إن عولمة وسائل الإعلام جعلت المتلقي يشاهد ما يحدث حوله من مآسي ومشكلات وعنف في أبعد نقطة من العالم ،وأن تكرار مشاهد العنف قد أوجد نتائج عكسية ،فبدلاً من التعاطف مع ضحايا العنف ،يعمل المتلقي على إلهاء نفسه بمشاهد مسلية ،فإما أن عواطفه لا تتحمل مشاهد الدمار أو تولد شعور

<sup>45</sup>حنان عبد الله عنقاوي ،التلفزيون والعنف ،دار النهضة العربية ،القاهرة،2006،ص33

اللامبالاة .وأصبحت القضية مشهدا عاديا لا يعني له شيء لتكرار المشاهد التي تقلل من قيمة الانسان لديه ،وهذا الشعور السلبي أنتجته وسائل الاعلام<sup>46</sup> .

### ثالثا: علاقة الصورة بالإرهاب

يعلم المتخصصون في القنوات التلفزيونية أن الصورة عندما تعرض تثير الإنتباه وتحرك الخيال وتحفز التفكير ،إلا أنهم يقدمون مادة جاهزة لا يحتاج المشاهد إلى جهد عقلي لفهمها ،كما لا تعطي المشاهد أية فرصة للتحليل أو النقد .ف يتم عرض الصورة وذكر الخير محملا بمادة فكرية كاملة لا تحتاج إلا أن يمتصها المشاهد ،فيشد الإنتباه عن طريق الصورة المحملة بكم كبير من المشاعر الوجدانية .فمن الذي لا يتأثر بمشهد إنسان مقتول أو طفل يبكي أو امرأة تصرخ .ويتم التلاعب بالخيال لدى المشاهد ليوجه نحو معنى واحد<sup>47</sup> .

تعتبر الصورة أحد المكونات الدافعية للعمل الإرهابي أو السلوك المعبر عنه بالإرهاب .وقد أكدت العديد من الدراسات والبحوث أن الصورة المرئية هي أحد العناصر الهامة والمؤثرة بإتجاه تكوين اتجاهات عنيفة يتسم بها السلوك الفردي .وكان ذلك من نتائج دراسات عديدة حول تأثير التلفاز ،يمكن أن نحلل هذه العلاقة على أساس المعاني التي تتخذها الصورة .ففي المعنى العام تحمل الصورة معنيين :

- فهي في معناها التقني الخالص "حالة فوتوغرافية "مؤرخة تختزل واقع الحال في قاربه أو في حركيته ،"بتجزء".

<sup>46</sup>عامر وهاب خلف العاني،مرجع سابق،ص166

<sup>47</sup>حنان عبد الله عنقاوي ،مرجع سابق،ص29

- وفي معناها الفلسفي هي تمثل ذهني ،ضمني أو معبر عنه لذات الواقع دونما مجرد كبير.

يحيل المعنى الأول للصورة على تمثل التقنية لها ،وبالتالي لا تظهر الصورة إلا كمخرج من مخرجات التقنية ليس إلا .في حين يحيل المعنى الثاني على الصورة التي يتمثلها الفرد( أو الجماعة) لذاته وللآخر،وقد يتراءى من غير الطبيعي إلتقاء المستويين أو تكاملهما إذ لكل المعنيين فضاءه الخاص ولكل منهما أدواته وسياقه العام .لكنهما عكس ذلك يلتقيان ويؤثر كلاهما في الآخر: فالتقنية تعمل في فضاء قائم هي نتاجه وجزء من منظومة قيمه في آن واحد.تماما كما أنها تمثل الأفراد والجماعات لذاتهم وللآخر هو،يمثل إفران من إفرانات متعددة ،للتقنية دور كبير ،وعلى هذا الأساس ،فما اصطلح على تسميته (منذ مدة في الأدبيات السوسيولوجية ) ب"حضارة الصورة" لا يغدو في تصور عامر وهاب خلف العاني كونه مظهرا من مظاهر الإلتقاء إياه وتجليا من تجلياته.<sup>48</sup>

إن الأحداث التي تبث بالصوت والصورة في نشرة الأخبار اليومية وتظهر جرائم القتل والإرهاب والإختطاف والعنف في أماكن العمل تعزز تقليد العنف .فالتركز الإعلامي على الحدث من الممكن أن يشكل حافزا للآخرين على تقليد نفس الحدث ،حيث يتوقعون أنه سيتم التركيز عليهم كما تم التركيز على من قبلهم ،وهذا مانراه فعلا ،جماعة تقوم باختطاف شخص وتقوم القنوات الإخبارية بتغطيتهم ومتابعتهم بالصوت والصورة والتعليق وكأنها تشاركهم العمل.<sup>49</sup>

<sup>48</sup>عامر وهاب خلف العاني،مرجع سابق ،2013،ص170

<sup>49</sup>حنان عبد الله عنقاوي ،مرجع سابق،ص56



قائمة المراجع

1. منال أبو حسن، علم الاجتماع الإعلامي: النظريات والوظائف والتأثيرات، دار النشر للجامعات، 2007
2. بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر، الأردن، عمان، 2011
3. مصطفى يوسف كافي، الإعلام الحربي بين الدعاية والشائعة والحرب النفسية، دار أسامة للنشر، عمان 2016
4. بلقاسم بن روان، وسائل الاعلام والمجتمع، دار الخلدونية للنشر، 2007
5. صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة، دار المجدلأوي، الأردن، 2004
6. ويليام ريفرز، الإتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، دار المعرفة، 2005
7. محمد علي البدوي، دراسات سوسيواعلامية، دار النهضة العربية، لبنان، 2006
8. محمد علي محمد، مجتمع المصنع (دراسة في علم اجتماع التنظيم)، ط1، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الإسكندرية، 1982
9. دسوقي عبده، وسائل وأساليب الاتصال الجماهيري والاتجاهات الاجتماعية، دار الوفاء، 2004





10. محمد باكر العوض عبد الله،الاتصال الدعوي:أسسه العلمية ونطبقاته المنهجية،المعهد العالمي للفكر الاسلامي ،2019
11. عبد السلام شكركر، الاعلام التوعوي :المفاهيم والمجالات ،مركز الكتاب الأكاديمي،2019
12. عامر وهاب خلف العاني،الاعلام ودوره في معالجة ظاهرة الإرهاب والموقف من المقاومة (إعلام المقاومة العراقية أنموذج )،ط1ندار حامد للنشر ،الأردن،2013
13. مصطفى يوسف كافي ،الإعلام الحربي بين الدعاية والشائعة والحرب النفسية ،دار أسامة للنشر،عمان 2016
14. صالح خليل أبو أصبع،استراتيجيات الإتصال وسياساته وتأثيراته ،دار مجدلاوي ،،الأردن،2005
15. حسن عماد مكاوي،الاعلام ومعالجة الازمات،الدار المصرية اللبنانية،القاهرة،2005
16. أنتوني غدنز،تر فايز الصياغ،علم الاجتماع (مع مدخلات عربية)،ط4،مؤسسة ترجمان،عمان،2005
17. طاهر محسن منصور الغالبي /صالح مهدي محسن العامري،المسئولية الاجتماعية وأخلاقيات الاعمال(الاعمال والمجتمع)،ط1،دار وائل للنشر،الأردن،2005
18. غريب سيد أحمد/إسماعيل على سعد / سامية محمد جابر/نعمات أحمد عثمان،علم الاجتماع والاتصال والاعلام ،دار المعرفة الجامعية،الإسكندرية،2004
19. فاروق خالد،الإعلام الدولي والعولمة،دار أسامة،الأردن



20. إسما عيل علي سعيد ،الإتصال الإنساني في الفكر الاجتماعي ،دار المعرفة الجامعية،2007
21. محمد منير حجاب،أساسيات ارأي العام ،ط2،دار الفجر للنشر،القاهرة
22. عزيزه عبده،الاعلام السياسي والرأي العام:دراسة في ترتيب الأولويات ،دار الفجر للنشر والتوزيع،ط1،القاهرة ،2004
23. جمال محمد أبو شنب،الاتصال والاعلام والمجتمع،دار المعرفة الجامعية
24. محمد عبد الله شاهين محمد ،تحديات العولمة الاقتصادية والسياسية للدول العربية وسبل معالجته ،دار الأكاديميون للنشر والتوزيع ،2021
25. وعد إبراهيم خليل الأمير،دور التلفزيون في قيم الأسرة ،ط1،دار غيداء،الأردن
26. ماجدة عبد الفتاح الهلباوي،الإعلام الموجه ودوره في حل مشكلات المجتمع العربي ،مكتبة وفاء القانونية،الإسكندرية،2014
27. عبد الرزاق الدليمي ،الدعاية والشائعات والرأي العام :رؤية معاصرة ،ط2،دار البازوري،عمان ،2015
28. مصطفى الدباغ ،المرجع في الحرب النفسية،ط1 ،دار الفارس للنشر،عمان،1998
29. محمد ناصر مهنا ،في النظرية العمارة الإعلامية الفضائيات العربية والعولمة الإعلامية والمعلوماتية،المكتبة الجامعية،الإسكندرية،2003
30. سعاد جبر سعيد،سيكولوجية الإتصال الجماهيري ،عالم الكتاب الحديث،الأردن،2008



31. صالح حسين، العنف الاجتماعي والسياسي والإعلامي من منظور  
علم النفس الاجتماعي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2011
32. سناء محمد الجبور، الإعلام الاجتماعي، دار أسامة للنشر  
والتوزيع، عمان، 2009
33. حنان عبد الله عنقاوي، التلفزيون والعنف، دار النهضة العربية  
، القاهرة، 2006
34. منال أبو الحسن، علم الاجتماع الإعلامي: أساسيات وتطبيقات، دار  
النشر للجامعات، القاهرة، 2009
35. حسين علي إبراهيم الفلاح، الديمقراطية والإعلام والاتصال،  
المنهل، 2014.
36. حيدر شلال متعب الكريطي، وسائل الاعلام وبناء المجتمع  
الديمقراطي: دراسة في دور التلفزيون، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع،  
الأردن، 2018
37. زهير عبد الطيف عابد، الإتصال الجماهيري، دار اليازوري  
، عمان، 2015
38. فؤاد علي أحمد، وسائل الاعلام والمشاركة السياسية، ط1، دار  
أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2017
39. إسماعيل أحمد، الإعلام الديني والتعددية الثقافية، دار المعتز للنشر  
والتوزيع، 2018
40. عزمي منصور، قضايا معاصرة، ط1، دار كنوز للمعرفة،  
عمان، 2009



## فائمة المراجع باللغة الفرنسية

1. Roger Mucchielli, Communication et Réseaux De  
Comunication ,6 EME Edition ,éd entreprise  
moderne,Paris,1984