

الآثار السلبية للجريمة والعنف والانحراف في وسائل الإعلام الجماهيري

أ. د/ محمد قيراط

أستاذ مشارك، كلية الاتصال

جامعة الشارقة

"لبعض الأطفال تكون مشاهدة بعض البرامج التلفزيونية ضارة تحت بعض الظروف.. ولأطفال آخرين، وفي نفس الظروف، أو لدى نفس الأطفال في ظروف أخرى، قد تكون مشاهدة التلفزيون مفيدة. وبالنسبة لمعظم الأطفال، في معظم الظروف، تكون مشاهدة التلفزيون غير مفيدة وغير ضارة".

ولبور شرام وآخرون..

"لا أظن أن هناك أية علاقة إرتباطية بين العنف في التلفزيون والعنف في المجتمع"

جيم بيرك و ريشر للتسلية

"لا يوجد تلفزيون على الإطلاق قتل طفلاً".

لوسي سلهاني، مديرة فوكس برودكاستينغ

"إذا أتلفت خيوط كل التلفزيونات اليوم، فالعنف سوف لا ينخفض في الشوارع بعد سنتين".

جاك فلانتي، رئيس الجمعية الأمريكية للسينما.

"الصناعة التلفزيونية مجرد مرآة المجتمع الأمريكي".

هوارد سترينجر، مسئول تنفيذي في تلفزيون سي.بي.أس.

"نعيش في مجتمع عنيف. الفن يعكس أساليب الحياة، وليس العكس:.... إنه من الأفضل تنظيف المجتمع بدلا من تنظيف تقدم ذلك المجتمع".

زاف يرون، مسئول تنفيذي في تلفزيون سي.بي.أس.

مقدمة:

تلعب وسائل الإعلام دورا محوريا في حياة الفرد اليومية حيث أنها تستحوذ على جزء كبير من وقته، فبين مشاهدة التلفزيون وقراءة الصحف اليومية والمجلات واستهلاك الإعلانات المختلفة والاستماع للراديو والإبحار في مئات الآلاف من المواقع على الانترنت يجد الفرد نفسه في نهاية اليوم أنه قضى أكثر من ست ساعات مستقبلا ومستهلكا لما تقدمه وسائل الإعلام المختلفة. والإشكال المطروح هنا هو أن الفرد في المجتمع يعتمد على هذه الوسائل المختلفة لتشكيل وعيه وثقافته وحسه وإدراكه ومن ثم الصور العديدة التي تحدد سلوكه وتصرفاته في المجتمع.

فوسائل الإعلام في عصر المعلومات والمجتمع الرقمي تلعب دورا استراتيجيا في تحديد الوعي الاجتماعي والذاكرة الاجتماعية كما أنها تشكل الواقع كما تراه وليس كما هو، هذا الواقع "المفبرك" هو الذي يحدد في نهاية المطاف، إلى جانب متغيرات أخرى السلوك الاجتماعي في أي مجتمع. ما يلاحظ على الرسائل الإعلامية المختلفة هو محتواها الذي أصبحت تحده قوانين العرض والطلب وقوانين البيع والشراء. وفي هذا السياق أكدت نسبة كبيرة من الدراسات أن الإثارة والجريمة والعنف والجنس والأحداث والوقائع السلبية من حروب وانهيارات عسكرية وفيضانات وزلازل تشكل محتوى وسائل الإعلام المختلفة.

كثر الحديث والنقاش في السنوات الأخيرة في الأوساط الأكاديمية والعلمية عن تأثير وسائل الإعلام على الجريمة وخاصة فيما يتعلق بالجانب النظري وهل هناك علاقة إرتباطية بين التعرض للجريمة في وسائل الإعلام والسلوك العدواني عند الفرد. فالدراسات والأبحاث العلمية، في معظمها،

وعاداته. وتتصف شخصية المجرم بالانطواء والعدوانية واللامبالاة العاطفية، والأنانية والسقوط في الرذيلة... الخ.

أما عن ماهية الجريمة فتعرفها الدكتورة شمعون على النحو التالي:

هي الخروج عن المبادئ وقواعد السلوك التي يحددها ويرسمها المجتمع لأفراده. وهي من الوقائع الاجتماعية التي لازمت المجتمعات البشرية منذ أقدم عصورها وعانت منها الإنسانية على مر الأجيال. وهي ليست فعلا مطلقا بل فعلا نسبيا تحده عوامل كثيرة كالزمان والمكان والثقافة". (شمعون، 1995: 80).

تعتبر قضايا الجريمة والعنف والانحراف من المشاكل التي تعاني منها مختلف المجتمعات، فهي قضايا وحوادث تفرزها عوامل عدة كالبيئة والوسط الاجتماعي والتنشئة الاجتماعية والشخصية والحرمان. ومن الأسباب التي تفرز الجرائم والانحراف ما يلي:

- اضطراب التنشئة الاجتماعية.
- سوء التعاطي مع العوامل الحضارية والثقافية.
- سوء التوافق المدرسي.
- الاضطرابات الأسرية.
- الصحبة السيئة ورفاق السوء.
- انهيار القيم المعنوية والدينية والخلقية.
- مشكلات الأقليات الاجتماعية.
- سوء الأحوال الاقتصادية.
- الكوارث الاجتماعية وحالات الحرب.
- سوء التوافق المهني.
- تدهور نظام القيم.

■ التعصب واستغلال الدين.

■ الحي ومستوى الجيرة.

■ الطبقة الاجتماعية الدنيا والتفاوت بين الرغبة فيما هو مستحب وبين ما هو حاصل. (شكور، 1997: 7-8).

والملاحظ أن مظاهر العنف والجريمة تتزايد وتتضاعف وتحوز في غالب الأحيان على اهتمام وسائل الإعلام في نقلها وتقديمها للجمهور. فمرض العنف والجريمة والفعل الجانح أصبح مرض القرن الحادي والعشرين، يتطلب تعاون وتضامن الجميع من أجل تقويض هذه الظاهرة التي يخشى من انتشارها واستفحالها أن تقضي على أسس البناء الاجتماعي السليم.

الصناعة الإعلامية: الانتقاء، إعادة العرض والتأثير:

المنتج الإعلامي ليس قطعة حلوة ولا هو علبة شامبو وإنما هو منتج يحتوي على المعلومات والأخبار والقيم والأفكار والأيدولوجية ونمط تفكير ومعيشة ناس وشعوب ودول وأمم وحضارات. وعملية صناعة المنتج الإعلامي تخضع لقيم ومعايير إحترافية ومهنية وضغوط وانحياز وقوانين وإجراءات تنظيمية معينة ومعايير محددة. فالذي يصنع المنتج الإعلامي في نهاية الأمر هو شخص، إنسان له شعور وميول وثقافة وحضارة ودين. ومن هنا فإن التعامل مع الجريمة كمنتج إعلامي تختلف من بلد إلى آخر وفق طبيعة الجريمة في كل البلد والنظر إليها وأسبابها وتداعياتها وطرق معالجتها. ولحالة فهم صناعة أخبار الجريمة في وسائل الإعلام نستعرض نموذج التلاعب ونموذج "دعه يعمل" التجاري:

نموذج التلاعب، نموذج "دعه يعمل" التجاري

- انحياز أيدولوجي مهيكّل

- البحث عن الاهتمام الإنساني و غير العادي

- الدفاع عن الوضع الراهن، قانون السلطة
- العمل التنافسي، وقانون الطلب العام و المصلحة
- حجم أخبار ومعلومات منتقاة
- عروض واكتشافات نزيهة
- تمركز عالي للملكية يساعد على مراقبة

- تمركز الملكية وخبرتها تساعد على التقدم التلاعب بالثقافة والنماذج المتفق عليها الفعال للعالم الحقيقي والنماذج المتضاربة

- الجمهور كحشد ذري (مستهلك سلبى)

- الجمهور كمستهلك بصير (مستقبل حكيم)

(Cohen and Young, 1973:15)

من جهته حدد تشيبنال ثمانية مبادئ مهنية تعمل في الخفاء على توجيه عملية بناء الأخبار:

1. الآنية (السرعة/الحاضر)
2. الدراما (الدراما والحركة)
3. التشخيص (ثقافة الشخصية/ المشاهير)
4. التبسيط (إلغاء الأساسيات والتركيز على القشور)
5. الكشف عن الممنوع (قراءة المستقبل)
6. التمسك بالتقاليد (سيطرة الأيديولوجية)
7. الوصول المهيكل (الخبراء، قاعدة القوة، السلطة)
8. الجدة، البدعة (زاوية جديدة، التخمين، التحريف)

(Chibnall, 1977:23).

من خلال نموذج كوهن ويونغ ونموذج تشيبنال نستنتج أن تغطية الجريمة والعنف و الإثارة في وسائل الإعلام المختلفة هي عملية إعادة بناء الواقع

وفق مصالح وأهداف معينة. كما أن القيم الخيرية بصفة عامة هي آليات ومعايير تحددها القيم التجارية والمالية والسياسية في المجتمع. وهنا يفرض السؤال التالي نفسه: هل تغطية الجريمة والجنس والعنف هي ممارسة إعلامية من أجل تحقيق غاية الحد من الجريمة وزيادة وعي أفراد المجتمع لتجنبها؟ أم الهدف هو الإثارة والغرابة والآنية والحركة من أجل استقطاب أكبر عدد من الجمهور لزيادة المبيعات والإعلانات والكسب؟

مظاهر العنف في وسائل الإعلام : الجريمة والانحراف كقيم خبرية:

منذ العشرينات من القرن الماضي أهتم العلماء والباحثون في شؤون الإعلام والاتصال بإشكالية مظاهر العنف والجريمة وتأثيراتها على الجمهور. وتوصل عدد منهم إلى أن تأثيرات مظاهر العنف والجريمة في وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون تشجع على ارتكاب الجريمة. في حين حذرت مجموعة أخرى من الباحثين من التعميم وضرورة الحذر، حيث أن فعل الجريمة تتحكم فيه عدة عوامل، اقتصادية واجتماعية وشخصية ونفسية وتربوية ودينية... الخ.

فالتلفزيون لا يستطيع أن يكون في أي حال من الأحوال هو المسبب الوحيد لارتكاب الجريمة. (Lowery & Defleur, 1983: 122).

في لغة الإعلام والاتصال الجماهيري تعتبر الوقائع والأحداث التي تخرج عن المجهود وعن المؤلف مادة دسمة لوسائل الإعلام. فالإثارة والغرابة والجريمة والعنف كلها مواد تستقطب جمهور القراء والمشاهدين والمستمعين. فوسائل الإعلام تبحث على ما يشبع جمهورها بغض النظر عن الانعكاسات والنتائج. وقلما نجد مؤسسة إعلامية تفكر وتأخذ بعين الاعتبار ما قد يترتب عن ما تقدمه من رسائل للجمهور.

نظرية التطهير: تنطلق هذه النظرية من فرضية أن التعرض للجريمة والعنف في وسائل الإعلام يقلل من حاجة الإنسان إلى العدوان. وتقوم على فكرة التطهير التي تفترض أن الإحباط والظلم يولد الميل نحو العدوان عند الفرد ويمكن إشباع هذا الميل بالعدوان المباشر أو بمشاهدة الآخرين يرتكبون الجرائم ويقومون بالعدوان. فالتعرض لأعمال العنف في وسائل الإعلام يمكن أن يخفف من حاجة الإنسان إلى العدوان.

فأفلام العنف تساعد على امتصاص قابلية ارتكاب العدوان والعنف والجريمة عند بعض الجمهور، كما تؤدي إلى تخفيض القلق والتوتر. Dorr & (Kunkel, 1990: 5-25)

نظرية الاستثارة: تنطلق هذه النظرية من فرضية أن التعرض لحافز أو مثير عدواني يفرز الإثارة السيكولوجية عند الفرد.. وهذه الإثارة بإمكانها من زيادة احتمالات قيام الفرد بتصرف عدواني. أكدت العديد من الدراسات التي تبنت هذه النظرية (Berkowitz, Liebert et al., Hiebert et al., Parke, Eron, Milavsky, Dor, Becker) توصلت إلى نتائج مفادها أن المادة الإعلامية التي تحتوي على الجريمة والعنف تؤدي إلى استثارة المشاهدين نفسيا وعاطفيا وهي لديهم شعورا وقابلية بإمكانية الاستجابة العدوانية لما شاهدوه. ومن أطروحات هذه النظرية والنتائج التي توصلت لها الدراسات أن العنف المبرر يؤدي إلى تقبل العدوانية في الواقع. كما أن مشاهدة العنف والجريمة والعدوان تزيد من العدوان في الحياة العملية لدى عدد كبير من الناس. كما توصلت العديد من الدراسات إلى وجود علاقة إرتباطية بين السلوك العدواني لدى الأطفال، ومشاهدة مواد العنف في السينما والتلفزيون.

من جهة أخرى يجب أن نعترف أن وسائل الاتصال الجماهيري هي عبارة عن مرآة عاكسة لما يحدث ويدور في المجتمع. فالجريمة والانحراف مادة تستقطب الجمهور لعدة اعتبارات وأسباب منها الفضول ومنها شخصية المتلقي ومنها العادة. حيث نلاحظ هنا أن وسائل الإعلام الجماهيري استطاعت أن تغرس قيما معينة عند الجمهور.

تأثير وسائل الإعلام على الجمهور:

المدرسة البيولوجية التكوينية: ترى هذه المدرسة أن السلوك الجانح والعدواني عند الفرد هو فطري و بالغريزة. وضع الأسس العلمية لهذه المدرسة كل من "المبروزو" و "سيغموند فرويد" وغيرهم حيث يرون أن الغرائز الفطرية هي التي تدفع الفرد إلى السلوك العدواني.

المدرسة الاجتماعية: تربط هذه المدرسة فعل الجريمة بالمجتمع، حيث أن الفرد مقابل انتمائه وعيشه في بيئة اجتماعية معينة يتفاعل في نسيج اجتماعي وثقافي وسياسي واقتصادي معين وقد يتصرف ويقوم بسلوك معين وفق ما هو متعارف عليه في المجتمع. فحسب "دوركهايم" سبب الجريمة هو التنظيم الاجتماعي وثقافة المجتمع وقيمه ومبادئه. فالجريمة يفرزها المجتمع قبل أن يرتكبها الفرد.

دور وسائل الإعلام في نشر العنف: تؤمن هذه النظرية بفرضية أن وسائل الإعلام بتغطيتها للعنف والجريمة تعمل على نشر العنف في المجتمع، حيث أن الجمهور يتأثر بما يشاهده أو يتعرض له في وسائل الإعلام ومن خلال التقليد والنمذجة يقبل الجمهور على ارتكاب الجريمة.

نظرية التدعيم: يرى "كلابر" أن مجرد التعرض إلى مظاهر الجريمة والعنف في وسائل الإعلام لا يؤدي بالضرورة إلى ارتكاب الجريمة. ومن خلال دراساته العديدة خلص "كلابر" إلى أنه لا يمكن الحديث عن تأثير مباشر للتلفزيون إلا على الأشخاص ذوي القابلية النفسية والسيكولوجية للعدوان قبل التعرض لوسائل الإعلام. فحسب "كلابر" يعتبر التلفزيون أحد العوامل وليس العامل الوحيد للتأثير في الفرد لارتكاب الجريمة أو السلوك العدواني. وكإعلامي وكباحث اقترح "كلابر" مجموعة من المبادئ الأساسية التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند دراسة تأثير تغطية الجريمة والعنف في وسائل الاتصال الجماهيري في السلوك العدواني للجمهور:

1. تنوع استحابة الأطفال للتلفزيون، وهي تنصب أساسا على الاستخدام والإشباع والمشاركة الجماعية.
 2. محتوى برامج التلفزيون ليس بالقوة والتأثير الذي يعتقد بعض المهتمين، وإنما هو أحد عوامل ومؤثرات أخرى نفسية واجتماعية.
 3. بغض النظر عن الظروف الأخرى، فإن وسائل الإعلام تميل إلى تدعيم ما هو موجود أصلا، وليس تغيير ما هو قائم.
 4. حينما يكون هناك تأثير لوسائل الإعلام، غالبا ما يكون هذا التأثير ناتجا عن متغيرات أخرى، أو حين يكون لدى الفرد رغبة حقيقية في التغيير.
 5. وسائل الإعلام لها تأثير نفسي وجسماني قابل للقياس على المدى القصير.
 6. يتحدد تأثير وسائل الإعلام بناء على الموقف، والمناخ الاجتماعي، والظروف الشخصية، مثلما يتأثر بالمحتوى المقدم في وسائل الإعلام.
- (Klapper, 1960:8-9).

نظرية النمذجة: تنطلق هذه النظرية من مسلمة التعلم الاجتماعي ودور وسائل الإعلام في التطور الاجتماعي للفرد. فوفقا لهذه النظرية فإن أفراد الجمهور في المجتمع بأكملهم محاكاة سلوك العنف والعدوان من خلال ملاحظة الجريمة التي تقدم في وسائل الإعلام، كما يمكنهم تعديل تصرفاتهم في ضوء الشخصيات الشريرة التي تحصل على العقاب في وسائل الإعلام. فالأطفال عندما يجلسون أمام جهاز التلفزيون ويشاهدون العنف والجريمة على الشاشة فإنهم يحاكون كل أشكال السلوك الجديد. فالعمليات التعليمية تحدث ويتم اكتساب نماذج جديدة للسلوك السوي وغير السوي وللسلوك الذي يحدث في الواقع والذي تصوره وسائل الإعلام في الخيال أو الواقع.

نظرية التوحد: تنطلق هذه النظرية من نظرية التقمص الوجداني في علاقاتها بوسائل الإعلام، فهي تقوم على نظرية الاستنتاج في التقمص الوجداني ونظرية أخذ الأدوار في التقمص الوجداني. فحينما نتوقع مشاعر وأحاسيس الآخرين وسلوكهم، وحينما نخرج بتنبؤات يصبح عندنا مهارة تسمى عند علماء النفس الاجتماعي ب"التقمص الوجداني"، أي القدرة على إسقاط وتصور أنفسنا في ظروف الآخرين. وهذا ما يحدث عادة عندما يقلد الأطفال أبطالهم في أفلام الخيال وحتى في التصوير الواقعي للأعمال العدوانية وللجرائم.

إن عملية القيام بدور والاستنتاج تتكاملان باستمرار فهي تشير إلى أن الإنسان يكيف نفسه، ويعمل على تغيير سلوكه ليتفق مع الظروف، والمعطيات الجديدة، والوضع الاجتماعي الذي يجد نفسه فيه، وذلك بأن يُنمي ويُطور توقعات يقوم فيها بأدوار الآخرين، أو باستنتاجات، أو يقوم بالأمرين معا.

نظرية التوحد تعتمد في الحقيقة على تكامل نظرية الاستنتاج في التقمص الوجداني ونظرية أخذ الأدوار في التقمص الوجداني. فالكثير من تصرفاتنا

وسلوكياتنا تقوم على هذا الأساس انطلاقاً مما نتعرض له في وسائل الاتصال الجماهيري، وخاصة إذا علمنا أن الطفل عندما يدرك سن الثامنة عشر يكون قد قضى من الوقت أمام شاشة التلفزيون أكثر من الوقت الذي قضاه في المدرسة. (مكاوي، ليلي السيد).

التبادل غير المتكافئ بين الشمال والجنوب:

العرب والتبعية الإعلامية والثقافية، إذا تكلمنا عن الواقع الإعلامي العربي تجدر الإشارة هنا إلى التبعية الكبيرة التي تعاني منها الممارسة الإعلامية في الوطن العربي. فهناك تبعية في القيم الخبرية حيث أن مهنة الصحافة هي اختراع غربي استورده العرب من غيرهم. والوسيلة الإعلامية هي كذلك منتج غربي تم استيراده من الدول الرأسمالية المتقدمة. وفي هذا الإطار نلاحظ أن نسبة كبيرة جداً مما يُنشر ويُبث في وسائل الإعلام العربية المختلفة هو مادة إعلامية مستوردة تحمل في طياتها ثقافة الأخر سواء فيما يتعلق بالقيم الخبرية أو بالمعاني والرموز والصور. ونلاحظ هذه الظاهرة في الأخبار والمسلسلات والأفلام والبرامج الحوارية والإعلانات وكل ما يمكن نشره أو بثه في وسائل الإعلام. فأفلام الكرتون التي تبثها وسائل الإعلام العربية هي في غالبيتها مستوردة، وتمثل مظاهر العنف والجريمة فيها ما يفوق الـ 70%، ونفس الشيء يمكن قوله عن الأفلام والمسلسلات. حتى الأخبار التي يشاهدها المواطن العربي هي في معظمها من صنع الآلة الإعلامية الغربية التي "تفبرك" وتصنع وتركب وتعيد التركيب وتعيد التمثيل وفق قيم ونظم واعتبارات وآراء ومعتقدات وأيديولوجية وأهداف ومصالح الولايات المتحدة الأمريكية والدول الغربية التي تسيطر على صناعة الأخبار والأفلام والمسلسلات والإعلانات

والمنتجات الثقافية المختلفة. فالمواد الإعلامية والثقافية ليست بريئة وإنما هي منتجات تعبر عن فكر واتجاهات وآراء ومواقف.

ثارت ضجة كبيرة في بداية السبعينات في المحافل الدولية وفي الأوساط الإعلامية العالمية حول ما كان يسمى وما زال النظام الإعلامي الدولي الجديد. واستعملت دول العالم الثالث وخاصة دول عدم الانحياز منبر اليونسكو بزعامة "امادو مختار مبو" للهجوم على الوضع غير المتكافئ، وغير العادل لتدفق الأخبار والمعلومات والبرامج بين دول الشمال ودول الجنوب. وطالبت الدول النامية ضرورة تصحيح هذا الوضع بين دول الشمال ودول الجنوب، والعمل على احترام القيم والعادات والتقاليد في الدول النامية. ومن بين الإجراءات التي اتخذتها دول عدم الانحياز إنشاء مجمع وكالات أنباء عدم الانحياز وهذا كبديل للوكالات العالمية للأنباء التي تسيطر على 90% من الأخبار الدولية. وضمن هذه الاحتجاجات والمطالب المختلفة من قبل الدول النامية رفضت الولايات المتحدة ومن كان وما زال يدور في فلكها فكرة النظام الجديد حيث اعتبرته تدخلاً سافراً في حرية الصحافة وفي التدفق الحر للمعلومات.

علقت الآمال على مجمع وكالات دول عدم الانحياز والمجهودات الفردية والتعاونية المشتركة للكثير من الدول المتضررة من السيطرة المطلقة للدول العظمى على المنتجات الإعلامية والصناعات الثقافية العالمية. لكن هذه الآمال باءت بالفشل حيث أثار النظام الإعلامي الدولي الجديد قبل أن يُولد وفشل المجمع حتى في عملية توفير المعلومات عن الدول الأعضاء وفي حقيقة الأمر كانت الدول النامية في معظمها بحاجة إلى نظام إعلامي وطني تستطيع من خلاله ترتيب بيتها وترتيب التدفق الإعلامي داخل حدودها. وهكذا فشلت دول العالم الثالث في تحقيق مطلب مهم ورئيسي لأنها لم تؤمن بضرورة تغيير

الطرق والإجراءات والمناهج وراحت ضحية للشعارات والأمانى والعواطف. وجاءت الثمانينات بالقنوات الفضائية العربية حيث تكاثرت وانتشرت وأصبحت جزء من السيادة الوطنية ومن الوجود الثقافي الوطني. وجاءت هذه القنوات حسب السياسيين وأصحاب القرار لرد الاعتبار ولمواجهة الغزو الثقافي وللتعبير عن الذات. أقبلت معظم الدول العربية على شراء التكنولوجيا واكتساب كل التقنيات والوسائل اللازمة والضرورية للبث والوصول إلى مختلف بقاع العالم.

ما هي المشاريع الإنتاجية التي وضعتها القنوات الفضائية لبثها للجمهور وما هي الموازنات التي خصصتها لعملية الإنتاج؟ وبطبيعة الحال لا يمكننا أن نتكلم عن الوجود الثقافي وعن الهوية الثقافية بدون إنتاج إعلامي وثقافي جيد لنقدمه للآخرين. وهكذا نلاحظ أن ساعات البث في التلفزيونات العربية قد زادت عشرات المرات بينما بقي الإنتاج على حاله وفي بعض الأحيان تراجع. ومن هنا أصبح حجم الثقافة العربية محدودا جدا مقارنة بالمسلسلات المكسيكية والبرازيلية المد بلجة ناهيك عن منتجات هوليوود وبوليوود وإشكالية الإنتاج تتحدد في عامل الموازنة والتكلفة حيث أن الكثير من القنوات الفضائية تجري وراء الربح دون الأخذ بالبعد الثقافي والحضاري والمسؤولية الاجتماعية التي يجب أن تقوم بها. وهكذا وبعملية حسابية بسيطة جدا نجد أن شراء مسلسل أجنبي قد لا يتجاوز المائة ألف دولار أما إنتاج مسلسل عربي قد يتعدى عشرات الملايين من الدولارات وهكذا فإن معادلة الربح تفرض على مسئول القناة أن يتوجه إلى أقل تكلفة وأكبر ربح. وإذا كان الإنفاق الإعلاني محدود والرعاية منعدمة فإن موازنة الإنتاج ستكون محدودة وبذلك تلجأ القناة الفضائية إلى استيراد المقلب والجهاز والمد بلج لملء ساعات البث الطويلة والمتكررة. علما أن

هذا المقلب والمدبلج يحمل في طياته قيما دخيلة ونسبة كبيرة من العنف والجريمة والسلوك العدواني.

لقد أدى التطور التكنولوجي السريع إلى غزو الفضاء وتقليص المسافات وعالمية الكون حيث أصبحت القرية العالمية حقيقة وغزت ثقافة "الماكدونالد" مختلف بقاع العالم وجاءت ثقافة النظام الدولي الجديد لتفرض ثقافة مؤحدة على العالم. بطبيعة الحال هذه الثقافة تقودها الشركات المتعددة الجنسيات التي تسيطر على المركب الصناعي العسكري الاتصالي. وهذه الشركات تنشر عبر وسائل الإعلام العالمية الثقافة العالمية التي تنفي الثقافات الأخرى وتنشر الثقافة التي تخدم أهداف ومصالح هذه الشركات. وجاءت الفضائيات العربية، ونظرا لغياب خطة إنتاجية مدروسة، ونظرا لغياب موازنة معتبرة فإنها وجدت نفسها فرعا من فروع هذه الشركات المتعددة الجنسيات تعلن عن منتجاتها وترّوج لسلعها وقيمها وأفكارها. وأصبحت دون أن تدري صندوق بريد يستعمل لتوزيع منتج الآخرين. فبدلا من مواجهة الغزو والقيم الدخيلة ونشر الثقافة المحلية والقيم العربية الإسلامية أصبحت القنوات العربية، من خلال المنتجات المقلدة وسائل تابعة تدور في فلك آلة إعلامية عالمية ترّوج لأفكار ومبادئ وقيم ومصالح الأقوى اقتصاديا وسياسيا على المستوى العالمي. والجدير بالذكر هنا هو كيف نقاطع الثقافة العالمية وكيف نستطيع أن نستفيد منها والمحافظة على لغافتنا وتراثنا وحماية هويتنا الوطنية، والإجابة هنا تكمن في الإنتاج والعمل واستغلال التكنولوجيا والعلم لخدمة التنمية المستدامة وتطوير الموارد البشرية وتنمية الفرد.

أدت العولمة وسيطرة الشركات المتعددة الجنسيات على الصناعات الثقافية إلى ضياع الفضائيات العربية في ثقافة التسلية والتسطيح والتهميش حيث

التركيز على البرامج الخفيفة من منوعات وسباق الأغاني ومسابقات وبرامج تهدف إلى سد الفراغ وملء أوقات البث .. الخ، هذا بطبيعة الحال على حساب البرامج الجادة التي تعالج القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية الحساسة والتي تساهم في إشراك الجماهير في الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وفي عملية التنمية المستدامة. باختصار أن بعد المسؤولية الاجتماعية يكاد ينعدم في القنوات الفضائية العربية والتركيز يكاد يتمحور حول البعد الترويجي والتسويقي والتجاري - الإعلانات - وبعد الولاء السياسي الذي يعمل على ترسيخ النظام وتبريره وتبرير خطابه السياسي بغض النظر عن أي اعتبار آخر.

فإنها النظام الإعلامي الجديد في مهده كان تجربة خاسرة وفاشلة لدول العالم الثالث وجاءت تكنولوجيا البث الفضائي وتكرر فشل الدول العربية والدول النامية في استعمال هذه التكنولوجيا وفي استعمال الإعلام لتكوين الرجال ولفرض الذات ولاستعمال هذه الوسيلة الاستراتيجية في خدمة التنمية الشاملة. وهكذا أدت ثورة المعلومات والثورة التكنولوجية الإتصالية إلى إلغاء الهويات الثقافية ونشر ثقافة "الكوكاكولا" و "الميكسي ماوس" و "الهامبرغر" وثقافة العنف والجنس والجريمة والسلوك العدواني، والغريب في الأمر أن وسائل الإعلام العربية تساهم في هذه العملية بكل افتخار واعتزاز.

السؤال الذي يطرح نفسه هنا هو ماذا قدمت الفضائيات العربية للطفل العربي، وإذا علمنا أن القنوات الأرضية قد فشلت في تقديم مادة جيدة ومدرسة للطفل العربي فإن القنوات الفضائية لم تكن أحسن، فمثل نظيراتها الأرضية فإنها تعتمد على الاستيراد وعلى المادة اليابانية أو الأمريكية التي تحمل في طياتها الكثير من القيم والأفكار والعادات والتقاليد البعيدة كل البعد على هذا الطفل البريء الذي يقضي وقتا طويلا أمام الشاشة والأخطر من ذلك انه

يقضي هذا الوقت في معظم الأحيان بعيدا عن مراقبة وتوجيه الأولياء. وأكدت الدراسات الإعلامية أن محتوى أفلام الكرتون الأجنبية 70% منه يركز على العنف والأنانية والقوة وتقنيات الحروب والسلوك العدواني وإقصاء الآخر.. الخ. وهنا نلاحظ أن القنوات الفضائية لم تضع برنامجا إنتاجيا مدروسا لفئة الأطفال بالرغم من أنها تخصص وقتا لا يستهان به للبث لهذه الفئة.

لقد حان الأوان للتفكير جليا في وضع استراتيجية إعلامية تقوم على الدراسة والبحث وتنبعث من المجتمع بخصائصه وأبعاده ومشاكله. فالقنوات الفضائية كلفت ميزانيات الدول العربية الكثير لكن ما هي الفوائد التي قدمتها للمجتمع؟ وما هي الوظائف التي تقوم بها لخدمة للتنمية ولتكوين الإنسان؟ والخطوة الأولى التي يجب القيام بها هي تحديد استراتيجية مدروسة للإنتاج لمختلف أنواعه وأشكاله ولمختلف أنواع الجماهير، أما الخطوة الثانية والتي لا تقل أهمية عن الخطوة الأولى هي ضرورة القيام بدراسات وأبحاث لتحديد خصائص الجمهور وأولويات الإنتاج والحاجات كما يجب كذلك دراسة كيفية تطوير وتنمية الصناعات الثقافية وكيفية تمويلها ورعايتها حتى تكون في مستوى طموحات الفرد والمجتمع وحتى تستجيب للمقاييس العلمية.

يزيد عدد سكان العالم العربي على 300 مليون نسمة وهذا يعني جمهورا كبيرا ومعتبرا يستدعي من الدول العربية التفكير في التعاون والتبادل والإنتاج المشترك خاصة إذا علمنا أن الجميع يتقاسم اللغة والتاريخ والدين. فالعيب ليس في الصناعات الثقافية الغربية أو في أمريكا أو أوروبا أو اليابان، العيب يكمن في عملية الاستهلاك بدون الإنتاج والاعتماد على ثقافة الاستهلاك التي تفرز التبعية والإتكالية والاعتماد على الغير الذي يُروج ويُسوق سلعه وأفكاره وقيمه.

العنف التلفزيوني والسلوك العدواني عند الأطفال:

نزل الخير كالصاعقة، تلميذان يطلقان النار على زملائهم وأساتذتهم فيقتلون أربعة من زملائهم ومدرسة الإنجليزية، أحدهم يبلغ من العمر 13 سنة والآخر 11 سنة. حدث هذا في قرية "جونسبورو" الصغيرة بولاية "أركانسو" بالولايات المتحدة الأمريكية في 25 مارس 1998م، ومنذ أكتوبر من سنة 1997 تحدث مثل هذه الجرائم للمرة الرابعة من طرف أطفال المدارس في أمريكا. الواقعة أحدثت ضجة في الرأي العام الأمريكي وخاصة في الأوساط التربوية والعلمية والبيداغوجية. ظاهرة غير سوية بطبيعة الحال، والسؤال الذي طرحه ويطرحه العام والخاص هو ما هي أسباب هذا السلوك العدواني وهذا العنف في أوساط أطفال صغار لم يبلغوا سن الرشد بعد؟ من هو المسؤول؟ وما هي الأسباب الحقيقية لمثل هذه السلوكيات والتصرفات؟ بعض أصابع الاتهام وُجّهت كالعادة للتلفزيون كوسيلة إعلامية يقضي الأطفال في أمريكا وفي مختلف دول العالم وقتا طويلا أمامه يتراوح ما بين الأربع ساعات ويصل بعض الأحيان إلى الثمانية. الدراسات أكدت أن الأطفال يقضون وقتا أمام شاشة التلفزيون يوازي نفس الوقت الذي يقضونه في المدرسة. أين الحقيقة في هذا الاتهام وهل هناك علاقة ارتباطية بين المادة الإعلامية التي تحتوي على الجريمة ومظاهر الانحراف وممارسة العنف في الواقع؟ أم هناك أسباب أخرى يجب أخذها بعين الاعتبار لتفسير السلوك العدواني وغير السوي عند الأطفال.

الموضوع ليس بهذه البساطة وهذه السهولة وإنما يتطلب البحث في جذور المشكلة وفي الأسباب المختلفة التي تؤدي إلى السلوك العدواني. وبداية يجب تسليط الضوء على بعض النظريات التي حاولت أن تشرح وتفسر العلاقة بين الوسيلة الإعلامية وسلوك الفرد وكذلك نظريات العنف التي

حاولت أن تحدد التأثيرات المختلفة للرسالة الإعلامية على سلوك وتصرفات الأفراد وما هي المستلزمات والشروط التي يجب أن تتوفر حتى يكون هناك رد فعل واستجابة لمنبه.

من الرعيل الأول لنظريات الإعلام والاتصال الجماهيري، نظرية الرصاصة أو نظرية الإبرة تحت الجلد التي كانت تؤمن إيمانا راسخا بوجود علاقة إرتباطية قوية بين الرسالة الإعلامية وسلوك الفرد. ومن هذا المنطلق فإن السلوك الإجرامي للتلميذين في قرية "جونسبورو" يعود بالدرجة الأولى إلى مشاهد العنف التي تقدمها أفلام الكرتون وغيرها من المواد التي يقدمها التلفزيون للأطفال في أمريكا. فنظرية الرصاصة تؤمن بالجمهور السلي وبأن سلوك الإنسان ما هو إلا استجابة للمنبه، وقد يكون المنبه هنا الرسالة التي تقدمها الوسيلة الإعلامية. لم تعمر نظرية الرصاصة كثيرا نظرا للمسلمات الحاطة التي انطلقت منها وجاء الواقع ليرهن على أن ليس كل ما يقدم من خلال وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون يعتمد على المشاهد. وهكذا لم تستطع نظرية الرصاصة أن تفسر وتحدد علميا علاقة الوسيلة الإعلامية بسلوك الفرد.

دراسة سلوك الإنسان ليست بسيطة وإنما تصرف الفرد يخضع لعدة معطيات وعدة عوامل ولا يمكن إرجاعه إلى عامل واحد كأفلام العنف التي تقدم في التلفزيون. أضف إلى ذلك أن الفرد يخضع لعدة عوامل اجتماعية وثقافية وعائلية ودينية واقتصادية ونفسية وغيرها تتحكم وتؤثر في سلوكه بطريقة أو بأخرى. لا يمكن أن يتحمل التلفزيون وحده مسؤولية حادثة "جونسبورو" رغم أنه يعتبر أحد العوامل المحورية التي تسببت في الجريمة.

علماء النفس وعلماء الاجتماع وغيرهم في الولايات المتحدة الأمريكية يؤكدون على الظروف الصعبة التي يعيش فيها الطفل الأمريكي من سوء المعاملة

وانعدام الاهتمام والحب والعطف والحنان، وكذلك المعاناة من انهيار العائلة والمادية والأنانية. فواحد من خمسة أطفال في أمريكا يعيش في الفقر وواحد من أربعة يولد بطريقة غير شرعية. فمثل هذه العوامل تترك أثارا جد سلبية على الأطفال خاصة إذا غذتها عوامل أخرى كالإقبال على الكحول والمخدرات والجنس وغيرها من السلوكيات الشاذة، وكذلك إذا غذتها مواد إعلامية تستخدم العنف والجريمة. في هذه الحالة تتشابك العوامل وتنصهر وتجعل من الطفل أو الشاب التائه، الضائع منحرفا ومجرما وشريرا يكون وجوده خطرا كبيرا على المجتمع.

حسب الإحصائيات الرسمية نصف المجتمع الأمريكي يملك سلاحاً معيناً سواء كان مسدسا أو بندقية أو رشاشا... الخ، وفي معظم الأحيان تترك هذه الأسلحة في أماكن يصل إليها الأطفال بسهولة كبيرة. فالأمر إذن أهم وأخطر من أن يكون السبب في حادثة "جونسبورو" هو التلفزيون لكن الأسباب هنا معقدة ومتشابكة ولا يمكننا أن نرجعها إلى عامل واحد.

نظريات الاتصال التي درست ظاهرة العنف كما تعرض في وسائل الإعلام المختلفة وكسلوك يسلكه بعض الأفراد أكدت أن نسبة كبيرة جدا -حوالي 80% - من المواد التي يبثها التلفزيون الأمريكي هي مواد تحتوي على مشاهد العنف وهذا يعني أن هناك مشكل في القيم الخيرية وفي المادة الإعلامية التي تقدم للفرد الأمريكي وهناك نوع من التأثير أو من العلاقة بين ما تقدمه وسائل الإعلام وسلوك أفراد المجتمع الأمريكي. فإذا كانت هذه النسبة العالية تقدم باستمرار وبانتظام فهذا يعني أن مظاهر العنف وثقافة العنف أصبحت جزءا لا يتجزأ من حياة الفرد وقيمه ومعتقداته ومرجعياته. وهنا تجدر الإشارة أن أكثر من 1000 دراسة أجريت عن علاقة مظاهر الجريمة والعنف والانحراف في وسائل الإعلام

الجماهري والسلوك الإجرامي والعدواني للفرد، حيث أكدت كل هذه الدراسات العلاقة الارتباطية بين مشاهدة العنف والسلوك العدواني.

وإذا كان الطفل معرض لسيل جارف من العنف والجريمة والسلوك العدواني في المواد التلفزيونية التي يشاهدها وإذا كان يترك وحده وبدون توجيه ومراقبة في مشاهدة التلفزيون والتعرض لألعاب الفيديو، ففي هذه الحالة احتمالات الانحراف تكون مرتفعة جدا. وفي هذه الحالة تنسحب نظرية إثارة الحوافز العدوانية حيث أن المثابرة على مشاهدة العنف من خلال المواد التي يقدمها التلفزيون تؤدي إلى ارتفاع حدة الإثارة النفسية والعاطفية عند المتلقي وهذا ما يؤدي إلى حدوث السلوك العدواني. وتتلاحم عوامل عدة منها الإحباط والشعور بالتهميش وسوء المعاملة وانعدام الحنان وغياب العطف العائلي والفراغ الروحي كل هذه العوامل مشتركة إضافة إلى التعرض للعنف التلفزيوني تؤدي في النهاية إلى تقليد في أرض الواقع ما شاهده الطفل في الدراما التلفزيونية وفي أفلام الخيال و أفلام الكرتون.

من هنا نلاحظ أن حادثة "جونسبورو" لم تأت من العدم وإنما كانت هناك معطيات عديدة أدت إلى حدوثها، وهنا نلاحظ كذلك انسحاب نظرية التعلم من خلال الملاحظة والتي تؤكد على أن الأفراد يتبنون ويتعلمون السلوك العدواني من خلال تعرضهم للتلفزيون ويعملون على تقليد وتنميط تصرفاتهم حسب سلوكيات بطل أو أبطال الفيلم. والاستمرارية في المشاهدة وتعاطي أفلام العنف تؤدي إلى الهروب من الواقع وتبني حياة الخيال ومناخ العنف والجريمة والسلوك العدواني ويصبح الفرد يعيش في عالم بعيد عن الواقع والعالم الحقيقي الذي يعيش فيه البشر. ويلجأ الأشخاص إلى تقمص شخصيات الأفلام ولا يفرقون بين الدراما والخيال والواقع ويررون فشلهم بالهروب من الواقع

والانتقام من المجتمع بكل مكوناته المادية والبشرية. فطفل الثالثة عشر ربيعاً أنتقم من زملائه ومن المدرسة بحجة أن صديقته رفضته وقررت أن تقطع علاقتها معه. وممارسة العنف هنا ينظر لها على أساس أنها أسلوب حياة ناجح لمواجهة التهميش والفشل والمشاكل الاجتماعية والنفسية.

كما يرى فريق من الباحثين في الاتصال الجماهيري وفي علم النفس أن المادة الإعلامية التي تقدم العنف والسلوك العدواني تعزز وتدعم أنماط السلوك الموجودة أصلاً عند المستقبل. وترى نظرية التعزيز هذه أن التعرض للعنف في التلفزيون يؤكد صحة الاتجاه العدواني الموجود عند الشخص. وهنا يجد المتلقي الراحة النفسية عندما يجد التطابق في الاعتقادات والقيم والتصرفات الموجودة عنده والمتشبع بها وتلك التي تعرضها وسائل الإعلام مزخرفة بطبيعة الحال بالخيال والدراما وإلى غير ذلك. وهنا يجد المشاهد ضالته ويعزز قناعاته وميوله ورغباته حيث يتبادر له أنه على صواب وباقي المجتمع على خطأ.

جريمة "جونسبورو" تثير الكثير من التساؤلات وتكشف عن تناقضات عدة يعيشها مجتمع نالت منه الأنانية والمادية وحب النفس والفراغ الروحي والتشتت العائلي والجريمة والعنف والفضائح. هذه الظاهرة لا ينفرد بها المجتمع الأمريكي لوحده وإنما معظم دول أمريكا اللاتينية وأوروبا والكثير من دول العالم الثالث تعاني من نفس المشكل. ففي فرنسا على سبيل المثال شهدت المدارس الفرنسية في العام 1997 أكثر من 1000 حادث عنف. وحسب الخبر والأستاذ في علم التربية البروفيسور جاك باين فإن "العنف ضد المؤسسات التربوية يبرز فقدان الثقة في المؤسسات وفي الكبار وفي المجتمع ككل" فانعدام الثقة في المستقبل وانتشار البطالة والفوارق الاجتماعية وتباين الطبقات هذه

العوامل كلها تؤدي إلى إحباط نفسي خطير من شأنه أن يولد الحقد والكراهية ضد النظام وكل مقومات المجتمع وعناصره ومكوناته وأتباعه.

التلفزيون إذن ليس هو المتهم الوحيد في حادثة "جونسبورو" وإنما هو أحد المتسببين الرئيسيين في العملية الإجرامية إضافة إلى عوامل نفسية واجتماعية واقتصادية ودينية وروحية. واللوم الذي يمكن توجيهه إلى المسؤولين على البرامج التلفزيونية وعلى الصناعات الثقافية بصفة عامة هو التخلص من ثقافة التجارة و"الشاو بيز" (show Biz) والاهتمام أكثر فأكثر بالمجتمع وقيمه. فبالنسبة لتجار الدراما التلفزيونية، الموضوع يتمثل في استغلال المراهقة والمواطن عند الشباب وهذا من خلال الإثارة والعنف والجريمة والجنس والفضائح للوصول إلى أكبر شريحة في المجتمع، ف"الجريمة تباع و تساعد على الترويج و التسويق". و هكذا أصبحت علامة النجاح في الإبداع الفني والإنتاج الثقافي مرتبطة ارتباطاً عضوياً ووثيقاً بالعنف ومشتقاته. السؤال الذي يطرح نفسه هنا هو على حساب من؟ ولصالح من؟

الدروس المستخلصة من أبحاث ودراسات العلاقة بين العنف في التلفزيون والسلوك العدواني:

أحصى الباحثون والمختصون في دراسات تأثير العنف والجريمة في وسائل الإعلام الجماهيري على سلوك الفرد أكثر من ألف دراسة أجري معظمها في الولايات المتحدة الأمريكية. و تجدر الإشارة هنا إلى ندرة مثل هذه البحوث في الوطن العربي، وفي الكثير من الأحيان انعدام اهتمام الحكومات والسلطة والجهات المعنية (وزارة الصحة، وزارة التربية، وزارة الإعلام و الثقافة). بمشكلة العنف في وسائل الإعلام الجماهيري، كما نلاحظ غياب شبه تام للمجتمع المدني في مناقشة هذه المشكلة وطرحها على الرأي العام وعلى الجهات المسؤولة في المجتمع.

تؤكد البيانات العلمية أن العنف التلفزيوني يشجع على القيام بالسلوك العدواني ويؤدي إلى مضاعفته. فالدراسات التي اعتمدت التجارب الحقيقية أظهرت أن تعرض الأطفال للعنف التلفزيوني يؤدي بهم إلى السلوك العدواني مباشرة بعد ذلك. أما الدراسات البيئية فقد أكدت أن الأطفال الذين يشاهدون العنف في التلفزيون أكثر هم أنفسهم الذين يقومون بسلوك عدواني أكثر. أما الدراسات الميدانية الطولية فقد استنتجت أن الأطفال الذين كبروا على مشاهدة العنف في التلفزيون بكثرة أنهم هم الذين تميزوا بسلوك عدواني في طفولتهم وفي مراهقتهم و بداية رشدهم. خلاصة القول أن الدراسات المختلفة - من حيث مناهج البحث والمقاربات - أكدت أن هناك علاقة ارتباطية بين مشاهدة العنف في وسائل الإعلام والقيام بالسلوك العدواني تتراوح ما بين 0.32 و 0.10 و 0.28. فالعنف التلفزيوني يؤدي بالأطفال إلى القيام بتصرفات عدوانية في طفولتهم، ومن ثم ينمو هذا السلوك معهم في مرحلة المراهقة وبداية مرحلة الرشد.

ومن أهم النتائج التي خلصت إليها الدراسات التحليلية الما ورائية Meta-analytical Studies التي اهتمت بدراسة إشكالية الجريمة والعنف في وسائل الإعلام و تأثيرها على سلوك الجمهور ما يلي:

- الحاجة إلى الاهتمام أكثر بدراسة تأثير العنف التلفزيوني على الأطفال بدلا من التركيز على تأثير العنف التلفزيوني على المراهقين والراشدين. حيث أن التأثير طويل المدى يحدث للأطفال فقط.
- العنف التلفزيوني الذي يكافأ البطل فيه هو العنف الذي يؤثر على الأطفال أكثر. فنموذج البطل الناجح عند الأطفال هو ليس ذلك الذي يسجن ويعاقب أو يعدم وإنما هو ذلك الذي يصور فائزا وناجحا.

- يؤثر العنف في وسائل الإعلام في أي طفل من أي عائلة، وليس فقط في الأطفال ذوي القابلية لإرتكاب العنف.
- من واجب المنتجين والإعلاميين والمسؤولين على وسائل تحمل مسئوليتهم فيما يث ويقدم للجمهور ولا يجب إلقاء مهمة التوجيه والمراقبة على عاتق أولياء الأمور والحكومات فقط.
- يجب الاعتراف بالحقيقة الاقتصادية للعنف في وسائل الإعلام. العنف يبيع ويسوق، كما أنه يتميز بالقدرة على استقطاب المشاهدين والجمهور، كما أن إنتاج العنف في وسائل الإعلام يكون أسهل وأرخص. (Bushman and Huesmann, 2001:248-249).

آليات تأثير العنف التلفزيوني على السلوك العدواني:

كيف يؤثر العنف التلفزيوني في سلوك الفرد، ويزيد من السلوك العدواني عنده؟ هناك عمليات سيكولوجية تفسر جيدا الآليات التي تحدد عملية التأثير ونمو توجه نحو ارتكاب السلوك العدواني. فمن خلال التعلم بالملاحظة من السلوك والتصرفات والنصوص يتعلم الأطفال السلوك العدواني وكذلك المواقف التي تدعم التصرفات العدوانية المعقدة. وحسب "بندورا" يقلد الأطفال أبطالهم في الدراما التلفزيونية خاصة عندما يكافئ البطل و يحدث العكس عندما يعاقب. وتشير الدراسات إلى أن 75% من الحالات يتم فيها مكافأة البطل. من جهة أخرى، وحسب نموذج تعلم المعتقدات والمواقف يؤدي العنف التلفزيوني إلى تغيير الآراء والمواقف والمعتقدات من العنف عند المشاهدين.. هذه العملية النفسية تؤدي إلى الاعتقاد بأن العالم من حولنا أكثر عداء مما هو عليه في

الواقع، وتدعم قابلية السلوك العدواني وتحجر عاطفة المشاهد وتضعف حساسيته إزاء العنف. تدعم فكرة الخوف لدى الفرد وتقل ثقته في العالم من حوله ويسوده الخوف من الجريمة والعنف والسلوك العدواني. فالعالم يبدو خطيراً، غير آمن وعدائي. وفي مثل هذا الوضع النفسي السليبي والعدائي يتصرف الفرد بطريقة معادية و يشك في الآخرين ويسئ فهمهم ومعاملتهم.

يفسر فهم الفرد لحيطه بدرجة كبيرة سلوكه وتصرفاته. وبانتشار العنف التلفزيوني انتشرت ثقافة العنف التي تشجع بدورها السلوك العدواني. لقد أكدت نسبة كبيرة من الدراسات أن الأطفال العدوانيين لا يعتقدون أن السلوك العدواني والعنف تصرفات خاطئة وغير مقبولة من قبل المجتمع. (Shirley, 1993, Huesmann & Guerra, 1997). فإذا أقتنع الأطفال أن السلوك العدواني هو سلوك مبرر فإنهم يتصرفون بطريقة عدوانية. فالعنف التلفزيوني يؤدي إلى تقبل السلوك العدواني والعنف. فكلما شاهدنا العنف تعودنا عليه، وكلما تكررت صوره في ذهننا من خلال التلفزيون أصبح العنف جزء منا ومن حياتنا. فكلما تعود الأطفال على العنف أصبحت الأمور سهلة بالنسبة لهم لإرتكاب أعمال العنف.

عملية التبرير، ظاهرة سيكولوجية، تشرح لماذا يشاهد الأفراد ذوي التوجهات العدوانية العنف في التلفزيون. مشاهدة العنف تسمح لهم لتبرير سلوكياتهم وتصرفاتهم العدوانية واعتبارها تصرفات طبيعية. فالطفل الذي يقوم بعمل عدواني، يفترض أن يتعرض للتأنيب من قبل ضميمه، لكن هذا التأنيب يزول بمجرد مشاهدة العنف في التلفزيون حيث يصبح العنف عادي ومبرراً وجزء من ثقافة الطفل - ثقافة الجريمة والعنف.

وسائل الإعلام و الوقاية من الجريمة:

تفرز وسائل الإعلام المختلفة آثارا سلبية على الجمهور بتغطية الجريمة وأحداث العنف والعدوان والانحراف. بالمقابل تستطيع وسائل الاتصال الجماهيري إذا أُستعملت بطريقة علمية، منظمة ومخططة أن تسهم في الوقاية من الجريمة. فوسائل الإعلام بالتنسيق مع الجهات التي تعنى بقضايا الانحراف والجريمة والعنف كالشرطة وأجهزة الأمن المختلفة وجهاز القضاء، والمدارس وجمعيات أولياء الأمور، والجمعيات المختلفة التي تعنى بالطفل والأسرة، والمؤسسات الدينية والمجتمع المدني ككل، إذا كان هناك تنسيق بين الجميع وإذا كانت هناك استراتيجيات للتعامل مع أسباب وجذور وانعكاسات ظاهرة الجريمة والعنف والعدوان والانحراف، فآنذاك بإمكان المؤسسة الإعلامية أن تشارك في بناء شخصية الفرد في المجتمع للتعامل الإيجابي مع الرسائل المختلفة التي يتعرض لها في مختلف وسائل الإعلام. فالمشكلة معقدة وتحمل مسؤوليتها جهات عديدة وليست المؤسسة الإعلامية فقط.

من جهة أخرى، بدلا من وضع اللوم على الآخرين يجب أن نطرح السؤال التالي على أنفسنا: ماذا أنتجنا نحن العرب لقرائنا ومشاهدينا وأطفالنا سواء في الصحف أو المجلات أو القنوات الفضائية أو الانترنت؟ أين هو البديل؟ حتى لا نستهلك رسائل لم تصمم لنا في الأساس ومنتجات إعلامية تحمل قيما وأفكارا وآراء الآخرين. وحتى ترقى وسائل الإعلام في مجتمعاتنا العربية إلى أن تلعب دورا مسؤولا وإيجابيا في التصدي للجريمة وللعنف وللعنوان يجب أن نكون في مستوى من المهنية والاحترافية ويجب أن تنتج وتصنع الرسالة التي نقدم للجمهور وفق الرؤية والأيدولوجية العربية الإسلامية. فالمؤسسة الإعلامية

استعرضت هذه الورقة الآثار السلبية لنشر قضايا الجريمة والانحراف في وسائل الاتصال الجماهيري. فالجريمة والقتل والعنف والسلوك العدواني أصبحت للنامى وتزايد يوما بعد يوم وهذا ما أدى إلى تزايد اهتمام وسائل الإعلام بالغطية هذه القضايا وتقديمها للجمهور. فالمنتج الإعلامي اليوم أصبح يحتوي على مظاهر الجريمة والعنف والجنس والانحراف ابتداء من أفلام الكرتون إلى المسلسلات والأفلام والدراما والإعلانات... الخ. والإشكال المطروح هنا هو هل مظاهر العنف والجريمة والانحراف في وسائل الإعلام تؤثر في سلوك الجمهور وهل تشجع المتلقي على ارتكاب الجريمة؟ اختلفت النظريات في الإجابة على هذا السؤال، لكن معظمها أكد أن هناك تأثير سلبي من وسائل الإعلام وهذا التأثير يتفاعل مع عوامل أخرى - نفسية، شخصية، اقتصادية، اجتماعية - ليرتبط في آخر الأمر إلى تشجيع الفرد على ارتكاب الجريمة.

الصناعة الإعلامية اليوم نظرا لمعايير التسويق والتجارة والبيع والربح تستغل الإثارة والغربة وأخبار الجنس والجريمة والانحراف والعنف لزيادة مبيعاتها وللإجابة لمطالبات السوق والمجتمع بغض النظر عن التأثيرات السلبية والضرر التي تلحقه بالناشئة وبالجمهور بصفة عامة. فمظاهر العنف في وسائل الإعلام أصبحت تحتل حيزا كبيرا وأصبحت قيما خبرية تتسابق عليها المؤسسات الإعلامية.

بالنسبة للعالم العربي المشكلة أكثر خطورة وأكثر تعقيدا نظرا للتبعية الشبه مطلقة على الصناعات الثقافية الغربية سواء تعلق الأمر بالأخبار أو الأفلام أو المسلسلات أو الإعلانات، وحتى بعض البرامج الحوارية أصبحت تستورد وترجم وتقدم للجمهور. هذه التبعية لا تعطي اختيارا كبيرا للمؤسسات الإعلامية العربية في تقديم رسالة إعلامية أو منتج إعلامي هادف ويحتوي على قيم خبرية تتناغم مع

ليست صندوق يريد تشتري المادة المعلقة وتبثها للجمهور. وهنا تقع مسؤولية كبيرة جدا على المسؤولين في الوطن العربي للنظر للمؤسسة الإعلامية كمؤسسة تربوية تعليمية بالدرجة الأولى، وليس النظر إليها على أساس أنها آلة تحقق الملايين من الدولارات كأرباح على حساب القيم والعادات والتقاليد والمصلحة العامة. فما ييئ هذه الأيام في الفضائيات العربية يبعث على الخجل حيث نلاحظ رسائل سطحية، تبسيطية، تهميشية، برامج تخدش الحياء وإعلانات بعيدة كل البعد عن الواقع العربي ومن مادة لا تعكس واقع الفرد العربي. هذه الرسائل تهدم أكثر مما تبني حيث أن هدفها الرئيسي هو الاستهلاك والبيع والجري وراء الكسب السريع وضمان أكبر عدد ممكن من القراء والمشاهدين للحصول على أكبر حصة من الإعلانات. فوسائل الإعلام تعتبر المنتج الحقيقي للثقافات والمعتقدات والتوجهات والمشاكل المحوري للرأي العام وهذا يعني أنه من واجبها تحمل المسؤولية وتأدية الرسالة على أحسن وجه ووفق القيم الأخلاقية والمعايير والمبادئ الإنسانية. الرقابة والتحكم المركزي ليس بالحلول الناجعة وتتناهى وقيم الديمقراطية وحرية التعبير. جو غروبل يقترح الاستراتيجيات الثلاث التالية:

- النقاش العام و الحوارات المشتركة بين السياسيين والمنتجين والمدرسين.
- تطوير مواثيق الأخلاق والالتزام الذاتي من قبل المنتجين.
- تبني الأشكال الإبداعية في التعليم بوسائل الإعلام وتنمية الاستعمال المسئول و الواعي و الفعال عند المستعملين. (Groebel, 2001:267).

- أحمد الربابعة (1984) أثر الثقافة والمجتمع في دفع الفرد إلى ارتكاب الجريمة. الرياض: المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب.
- هليل وديع شكور (1997) العنف والجريمة. بيروت: الدار العربية للعلوم.
- حسن عماد مكاري وليلى حسين السيد (2001) الاتصال ونظرياته المعاصرة. الطبعة الثانية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- سامية سليمان رزق (1994) المظاهر العدوانية في أفلام الكارتون الأجنبية. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- سميرة شمعون (1995) "الجريمة والمجتمع" مجلة الأمن، عدد 46، أكتوبر.
- عبد الرحمن عيسوي (1984) الآثار النفسية والاجتماعية للتلفزيون العربي. بيروت: دار النهضة العربية.
- عبد الكريم بن عبد الله الحربي (2003) الانترنت والقنوات الفضائية دورها في الانحراف والجروح. الرياض: مكتبة العبيكان.
- عدلي سيد رضا (1994) "السلوكيات التي يكتسبها الأطفال من المواد التي تعرض العنف في التلفزيون"، بحوث الاتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الحادي عشر، يوليو 1994.
- محمد عبد الحميد (1997) نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. الطبعة الأولى. القاهرة: عالم الكتب.

- Barak,G.(Ed.)(1995) *Media, process and the Social Construction of Crime*. New York: Garland Publishing, Inc.
- Berkowitz,L.(1993) *Aggression: Its Causes, Consequences, and Control*. New York: McGraw-Hill.
- Berkowitz,L., & K.H. Rogers (1986) "A Priming Effect Analysis of Media Influences", In J. Bryant & D. Zillman (Eds.), *Perspectives on Media Effects*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, pp:57-82.

القيم العربية الإسلامية. فمادة أفلام الكرتون الموجهة للطفل تحتوي على 70 بالمائة من مظاهر العنف والجريمة وهذا يعتبر خطر منظم ويومي موجه لفئة تتميز بقابليتها للتقليد والفضول وعدم التفريق بين الواقع والخيال.

في المقابل تستطيع وسائل الاتصال الجماهيري بالتنسيق مع الجهات المختلفة في المجتمع والتي تعنى بقضايا العنف والجريمة والانحراف أن تسهم في التوعية وتصحيح الوضع بتشخيص الأسباب تقديم الحلول وإشراك الجميع في تقويض هذه المشاكل التي تستفحل وتزايد يوماً بعد يوم خاصة إذا لم تواجه باستراتيجية محكمة من قبل الجهات المختصة. فالسكوت ممنوع والامتناع عن الفعل غير مقبول نهائياً، لأن المشكلة تتعلق بأعلى ما يملكه المجتمع، أطفالنا، فلذات أكبادنا.

- Fenigstein, A. (1979) "Does Aggression Cause a Preference for Viewing Media Violence?", *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 2307-2317.
- Fishman, Mark and Gray Cavender (Eds.) (1998) *Entertaining Crime: Television Reality Programs*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc
- Freedman, Jonathan L. (2002) *Media Violence and Its Effect on Aggression: Assessing the Scientific Evidence*. Toronto: University of Toronto Press.
- Gerbner, G. (1988) *Violence and Terror in Mass Media*. Paris: UNESCO.
- Gerbner, G., & L. Gross. (1976) "Living with Television: The Violence Profile", *Journal of Communication*, 26:172-199.
- Gerbner, G., & L. Gross. (1981) "The Violent Face of Television and its Lessons", In Palmer, E. I., & A. Dorr (Eds.) *Children and the Faces of Television: Teaching, Violence, Selling*. New York: Academic Press, pp:149-162
- Groebel, Jo (2001) "Media Violence in Cross-Cultural Perspective", In Dorothy G. Singer and Jerome L. Singer (Eds.) *Handbook of Children and the Media*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc., pp:255-268.
- Hamilton, J. T. (1998) *Channeling Violence: The Economic Market for Violent Television Programming*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Hansen, Anders, Simon Cottle, Ralph Negrine and Chris Newbold, *Mass Communication Research Methods*. Washington Square, NY: New York University Press, 1998.
- Hesnard, A. (1963) *Psychologie du Crime*. Paris: Payot.
- Hiebert, R. E. and C. Reuss (1988) *Impact of Mass Media*. 2nd ed. New York: Longman.
- Howitt, Dennis (1998) *Crime, the Media and the Law*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Huesmann, L. R., & L. Eron (1986) *Television and the Aggressive Child: A Cross Comparison*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Ito, Mamoru (2002) "Television and Violence in the Economy of Memory", *International Journal of Japanese Sociology*, 11:19-34.

- Berrington, Eileen and Paivi Honkatukia (2002) "An Evil Monster and a Poor Thing: Female Violence in the Media", *Journal of Scandinavian Studies in Criminology and Crime Prevention*, 3:50-72.
- BeVier, Lillian R. (2004) "Controlling Communications That Teach or Demonstrate Violence: 'The Movie Made Them Do It'", *Journal of Law, Medicine & Ethics*, 32:47-55.
- Bok, Sissela (1998) *Mayhem: Violence as Public Entertainment*. Reading, Mass: Addison-Wesley.
- Bryant, Gennings and Dolf Zillman (Eds.) (1994) *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc
- Bushman, Brad J. and L. Rowell Huesmann (2001) "Effects of Televised Violence on Aggression", In Dorothy G. Singer and Jerome L. Singer (eds.) *Handbook of Children and the Media*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc, pp:223-254.
- Chermak, S. (1995) *Victims in the News: Crime and the American News Media*. Boulder, CO: Westview Press.
- Chibnall, S. (1977) *Law and Order News: An Analysis of Crime Reporting in the British Press*. London: Tavistock Publications.
- Cohen, S. and J. Young (Eds.) (1973) *The Manufacture of News: Deviance, Social Problems and the Mass Media*. London: Constable.
- Drabman, R. S. & M. H. Thomas (1974a) "Does Media Violence Increase Children's Tolerance of Real Life Aggression?" *Development Psychology*, 10, 418-421.
- Drabman, R. S., & M. H. Thomas (1974b) "Exposure to Filmed Violence and Children's Tolerance of Real Life Aggression", *Personality & Social Psychology Bulletin*, 1(1), 198-199.
- Duddly, William (Ed.) (1999) *Media Violence: Opposing Viewpoints*. San Diego, CA: Greenhaven Press, Inc.
- Dyson, Rose A. (2000) *Mind Abuse: Media Violence in an Information Age*. Montreal: Black Rose Books.
- Felson, Richard B. (1996) "Mass Media Effects on Violent Behavior", *Annual Review of Sociology*, 22:103-28.

- Stempel, Guido H. III, David H. Weaver and G. Cleveland Wilhoit, (Eds.) (2003) *Mass Communication research and Theory*. Boston: Allyn and Bacon.
- Tittle, Charles (2000) *Social Deviance and Crime: An Organizational and Theoretical Approach*. New York: Longman.
- Varis, T. (1984) "The International Flow of Television Programs", *Journal of Communication*, 34, 2:143-152.
- Weaver, J. and J. Wakshlag (1986) "Perceived Vulnerability to Crime: Criminal Victimization Experience and Television Viewing", *Journal of Broadcasting Media*, 30:141-158.
- Wimmer, Roger D. and Joseph R. Dominick (2003) *Mass Media Research: An Introduction*. 7th ed. Belmont, CA: Wadsworth.
- Wykes, M (2001) *News, Crime and Culture*. London: Pluto.
- Yanich, Danilo (2001) "Location, Location, Location: Urban and Suburban Crime on Local TV News", *Journal of Urban Affairs*, Vol. 23, No. 3-4:221-241.

- Katz, J. (1987) "What Makes Crime 'News'? *Media, Culture and Society*, 9.
- Kerman, Sue (2000) *Rosa Raye, Crime Reporter*. 2nd ed. New York: Longman.
- Kidd-Hewitt, David and Richard Osborne (Eds.) (1995) *Crime and the Media: The Post-Modern Spectacle*. London: Pluto Press.
- Klapper, J.T. (1960) *The Effects of Mass Communication*. Glencoe, ILL: Free Press.
- Larsen, O. (1968) *Violence and Mass Media*. New York: Harper & Row.
- Lowery, Shearon A. and Melvin L. De Fleur, *Milestones in Mass Communication Research*. 3rd ed. New York: Longman, 1995.
- Muncie, J. (1999) *Youth and Crime*. London: Sage.
- Naylor, B. (1995) "Women's Crime and Media Coverage" in R.E. Dobash, R.P. Dobash, L. Noakes (Eds.) *Gender and Crime*. Cardiff: University of Wales Press.
- Paik, H., & G. Comstock (1994) "The Effects of Television Violence on Antisocial Behavior: A Meta-analysis", *Communication Research*, 21, 516-546.
- Potter, W. James (2003) *The 11 Myths of media Violence*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Reid, Penny and Gillian Finchilescu (1995) "The Disempowering Effects of Media Violence Against Women on College Women", *Psychology of Women Quarterly*, 19:397-411.
- Schramm, W., J. Lyle & E. Parker (1961) *Television in the Lives of our Children*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Scott, John L. (2001) "Media Congestion Limits Media Terrorism", *Defence and Peace Economics*, 12:215-227.
- Shirley, I. (1993) "The Culture of Violence", *Community Mental Health in New Zealand*, 7, 3-9.
- Singer, Dorothy G., and Jerome L. Singer (Eds.) (2001) *Handbook of Children and the Media*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc.