

الإعلام ودوره في نشر الجريمة والوقاية منها

الأستاذ : سمير شعبان

أستاذ مساعد "أ"

كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة.

ملخص:

لقد جاءت هذه الورقة البحثية من أجل الوقوف على الدور الذي قد يلعبه الإعلام من خلال الحراك الذي يخلقه في المجتمع وتفاعل الناس معه، وذلك بإبراز الدور الذي قد يؤديه سلباً أو إيجاباً في نشر أو الوقاية من الانحراف والجريمة، وخصوصاً عند الأحداث، ولقد وجدنا أن الإعلام بقدر ما يقدم للمجتمع من خدمات جليلة بقدر ما يتسرب منه ما يزعزع العقيدة والقيم والمبادئ والأخلاق في نفوس أبناء مجتمعاتنا، بل ويدغدغ الغرائز دغدغة من شأنها أن توقف عقل الإنسان عن التفكير في العواقب فيقدم على اقتراف الجريمة تحت ذلك التأثير القوي، مما يستلزم مراقبة هذه الوسيلة الهامة وتوجيهها لخدمة الأمة ومصالحها.

المقدمة:

تؤكد الكثير من الدراسات الإعلامية والاجتماعية أن الناس في معظم حالاتهم يتجهون إلى وسائل الإعلام لإرضاء حاجات معينة في نفوسهم ، أو إنهم يتجهون إلى محتوى معين في هذه الوسائل لإرضاء تلك الحاجات ، ولذلك لا بد أن تعمل وسائل الإعلام على توظيف تكنولوجيا الإعلام من أجل تطوير قوى الإنسان في منطقة ترغب أن يكون لها دورها الحضاري في عالم تكتنفه المخاوف والمفاجآت التي تصطنعها القوى الطامعة في ما تحفل به أرضها من خير ونعم محاولة بذلك القضاء على أهم ثروة حقيقية ألا وهي ثروة الشباب والرجال في عالمنا العربي والإسلامي والخليجي بشكل خاص .

ولهذا فمن أجل تحقيق الأهداف الأمنية والتربوية والاجتماعية في الدولة لابد أن يأتي تصميم الرسالة الإعلامية في مقدمة الواجبات التي يتحتم على وسائل الإعلام النهوض بها، و أن أهمية التصميم هذه تنبع من الإدراك بأن الإنسان " انتقائي " بطبيعته ، وهو يتوجه إلى عدد محدود من الصور والأصوات المتوفرة في بيئته في وقت واحد ، وإنه من المحتمل إن ينصرف الطفل أو الشباب إلى " انتقاء " ما هو أكثر تشويقاً وإثارة وتسلية بما تعرضه وسائل الإعلام المتوفرة في محيطه ، وقد يكون مفيداً هنا التذكير بأن برامج التسلية لا تحمل التسلية فحسب ، بل إن لها تأثيراتها على المورث من تقاليد وقيم وأخلاق ، كما أن عملية تقبل الحدث أو الشاب لما يقدم تأتي في مرحلة تالية للإدراك والتعلم.

إن التسلية حق من حقوق الإنسان وهي فطرة فيه، وهو يعجب بالصراع الحاد كطبع من طباعه... وإنه من تقاليد الأمة العربية المسلمة ... ومن القيم الرفيعة التي جاء بها الدين الحنيف ، خير ضمان للتمتع ببرامج التسلية المتضمنة مشاهد صراع الإنسان ضد قوى الشر آخذين بعين الاعتبار قوة العرض الدرامي الذي يقتضي زيادة في تصوير قوة الخصوم والأعداء ، ولقد أدرك الشعراء العرب والمسلمون قديماً ذلك حين يصفون العدو بكثرة العدة والعديد ، ثم كيف تنتصر القوة الخيرة المؤمنة على سلاح العدو مهما كثر ، وعلى شراسته مهما تعالت وعلى عدده حتى لو بلغ عدد الحصا .

وأنه لمن السخرية أن نقرر أن عصر وسائل الإعلام والتكنولوجيا عاجزة عن أداء رسالة التوعية للحفاظ على أرواح هؤلاء الشباب الضالين، وإن كان كذلك - وهو مؤكد وحادث بالفعل - وذلك لضياح الهدف المنشود من وراء ما تبثه وسائل الإعلام من مواد - مكتوبة كانت أم مسموعة أم مشاهدة - ، وأن العمل والإنتاج الإعلامي متى بني على تخطيط واعٍ وأهداف مرسومة معمقة لاحتياجات الشباب والأطفال قد يولد نموذجاً جديداً يمكن استثماره في مجالات الصحافة والإذاعة والتلفزة الموجهة لهذا القطاع الواسع من الناس .

ولهذا جاءت هذه الورقة البحثية من أجل الوقوف على الدور الذي قد يلعبه الإعلام من خلال الحراك الذي يخلقه في المجتمع وتفاعل الناس معه، وذلك بإبراز الدور الذي قد يؤديه سلباً أو إيجاباً في نشر أو الوقاية من الانحراف والجريمة، وخصوصاً عند الأحداث، وذلك من خلال أربع مطالب، نعالج في الأول منها دور الإعلام السلبي في نشر الجريمة، أما الثاني فسنعالج من خلاله أهم النظريات الواردة في تفسير تأثير العنف في الوسيلة الإعلامية، أما الثالث فسنتطرق فيه إلى أهم طرق تأثير الرسالة الإعلامية، والمطلب الرابع والأخير عالجت فيه قضية نشر أخبار الجريمة في وسائل الإعلام، ثم نختم في الأخير بخاتمة نضمناها أهم النتائج والتوصيات.

المطلب الأول: دور الإعلام السلبي في نشر الجريمة

لا يكاد يوجد مجتمع من المجتمعات لا يتحدث فيه الناس عن الجريمة ، وأسبابها ، وطرق مكافحتها أو معالجتها ، نظراً لانتشارها ، وازدياد خطورتها على الفرد والمجتمع ، والتي أصبح طابعها الجراً والاستهتار والعنف والفساد ، في حين أنه كان بالإمكان التحدث عن الجريمة من باب الاتعاض وأخذ الدروس والعبر منها ، لمحاولة منعها من الحدوث في مرات أخر .

وقد حدث جدل كبير حول دور الصحافة في العمل على زيادة عدد الجرائم وانتشارها، وحملوها مسؤولية كبرى في " تزيين الجريمة والإجرام في نفوس الناس " لأنها تنشر الجريمة بطريقة سيئة ومثيرة، وتبالغ في وصف الجريمة، وكأنها ترفع من شأن مرتكبيها، مما يزعزع الثقة بمثل وقيم وعقيدة المجتمع ، والصحف التي تباع في الأسواق والمواد المتلفزة خير شاهد على ذلك.

ومنذ بداية القرن العشرين أخذت الصحافة العالمية تزيد من المساحة المخصصة لأخبار الجريمة، حتى أنه ظهرت صحف ومجلات متخصصة في نشر ألوان معينة من أخبار الجريمة، ويمكننا القول أن الصحافة الأمريكية كانت القدوة السيئة للصحافة العالمية في هذا الميدان ، حيث ينظر أصحابها ورؤساء تحريرها إلى هذا اللون من الأخبار نظرة تجارية بحتة، ثم جاء بعد ذلك التلغاف هذه المسألة، مؤكدا عملية تجارة الإجرام والعنف لمختلف دول العالم .

وتؤكد الدراسات الإعلامية الحديثة حول التأثير المتبادل بين الإعلام والعنف ، أن أول لقطة فنية لمشهد من مشاهد العنف كانت اللقطة القريبة التي استخدمها المخرج السينمائي (ادوين بورتر) عام 1903 للصم مخيف يطلق بندقية في وجه الكاميرا مباشرة لتستخدم كمقدمة وخاتمة لفيلم (سرقة القطار الكبرى) ثم زاد الاهتمام بتصوير وإنتاج مشاهد العنف تحت تأثير انتشار السينما في العالم خلال الحربين العالميتين.

كما أن منتجي البرامج وموظفي الشبكات التلفازية يرون أن برامج العنف أكثر رخصا وسهولة في إشغال اهتمام المشاهد، ويعتمد بالتالي على أنها تزيد عدد المشاهدين ، وترفع تقييم البرامج ، وقبل كل شيء تزيد في إيرادات الإعلانات الدعائية ، ويبرر أحد كبار رجال صناعة التلفزيون في أمريكا في شهادة أدلى بها أمام لجنة تحقيق خاصة بمجلس الشيوخ الأمريكي قبل سنوات قليلة ، أن زيادة برامج العنف والجريمة هي من الضرورات الفنية (التكنولوجية) التي تتطلبها طبيعة المنافسة المشروعة مع وسائل الإعلام الأخرى كالسينما والمجلات والصحف ، ويقول آخر من كبار المنتجين للبرامج التلفزيونية في أميركا أن العنف ومشاهد الجريمة ضرورة عملية لتسويق البضاعة التلفزيونية التي تحرص صناعة التلفزيون على شيوعها بين الملايين من المشاهدين .

لقد أصبح الكثير من الناس لا يرتضون وجود العنف والأمور الشاذة فحسب بل صاروا يحيون ذلك ويستمتعون بمشاهدته لقد صار العنف جزء من عملية التسلية والترويج. فنحن اليوم ننشره على الصفحات الأولى من الصحف والمجلات كما وان ربع أو ثلث البرامج التلفزيونية تستخدم هذا العنف كجزء أساس في برامجها.

وليس من المتصور ، أن يختار الآباء هدايا ضارة لأبنائهم كتلك التي تشيع الخوف والذعر في نفوسهم أو تسيء إلى تنشئتهم بشكل يضر بمستقبل صحتهم الأخلاقية والنفسية والانفعالية . إن هذا ما يجري اليوم في غالبية المجتمعات المعاصرة التي أنعمت عليها منجزات العصر بهذه الآلة الساحرة التي اخترقت جدران كل بيت لتقدم إلى الناس ألوان العنف والرعب والجريمة في طبق شهوي من التسلية والترويج.

وقد تم استعراض عدد من الدراسات المحكمة والتي تدلل على العدوانية المتنامية لدى الأطفال المعرضين للعنف المقروء والمشاهد في وسائل الإعلام ، واتضح من خلال هذه أن الأطفال يستطيعون تقليد أعمال جديدة للعدوان والعنف المعروض في الوسيلة الإعلامية، وتركز الدراسات في هذا الجزء على الظروف والاستعدادات التي تدفع الأطفال حقيقة للقيام بهذه الأفعال العدوانية المقلدة.

فما هو مدى قوة الوسيلة الإعلامية في إحداث التغيير في هذه الاستعدادات ؟ هل يمكن لبرنامج تلفزيوني يشهده الشخص من خلال الشاشة الصغيرة ان يفرض تحولا أو يحدث تغييرا كبيرا في مثل هذه الاستعدادات أو الظروف الاجتماعية والنفسية التي يتميز بها الفرد ؟

الأصل أن تكون الاستعدادات التكوينية سابقة على الوسيلة، وهذا ما يحدث في حالة الأشخاص البالغين الذين تكاملت عناصر شخصيتهم الاجتماعية إلى حد كبير فما هو الحال مع الأطفال الصغار أو مع الأحداث المراهقين الذين يقفون على عتبة النضج والبلوغ ؟

لكل طفل أو مراهق أو بالغ مجموعة من الاستعدادات التكوينية التي تعمل قبل، وفي أثناء ، وبعد التعرض للوسيلة الإعلامية، ومثل هذه الاستعدادات تقرر نوعية الوسيلة التي يفضلها الشخص دون سواها من جهة ، وما يرسخ في ذهن الشخص من المعلومات التي تقدمها هذه الوسيلة ثانيا ، وأخيرا كيف يفسر الشخص هذه المعلومات، وقد أثبتت الدراسات أن الناس غالبا ما يختارون ما يقرؤون وما يسمعون وما يشاهدون وفقا لما ينسجم وميولهم وينبذون ما يخالف ذلك ، كما ويبقى في ذاكرتهم كل ما يوافق هذه الميول أو لا ينسخها أو يعارضها . فالمدمنون على المخدرات مثلا لا يابهون كثيرا لما يقال حول أضرار الإدمان بعكس أولئك الذين لا يدمنون . وهذا يعنى بلغة علم النفس أن ما يختارون من هذه المواد لا يخلق ميولا واستعدادات جديدة، بل يقوى أو ينمى تلك الميول الموجودة لديهم بشكل من الأشكال.

وتقول بعض الإحصائيات الأمريكية أن معدل ما يشاهده الطفل الأميركي بين سن الخامسة والرابعة عشر من عمره يزيد على ثلاثة عشر ألف جريمة قتل يراها على شاشة التلفزيون . وقد أجرت جامعة " ستانفورد " بولاية كاليفورنيا الأمريكية دراسة علمية إحصائية على أربع محطات تلفزيونية في الولاية جاء فيها أن هذه المحطات الأربع عرضت في فترة خمسة أيام عادية المشاهد التالية (12) جريمة قتل عمد ، (16) مشاجرة بالسلاح ، (21) إصابة بطلق ناري ، (4) شروع في الانتحار ثلاثة منها ناجحة ، (4) أشخاص يسقطون من قمم الجبال أو من سطوح البنايات ، (2) سيارتان تتدحرجان من قمة الجبل ، (2) حادثتان دهن بصورة عمدية ، (21) معركة بالأيدي أو بالسكاكين ، (2) حادثة قتل بالخنق ، (37) معركة بالأيدي والسلاح الناري والسكاكين وبوسائل أخرى ، (1) قتل بالخنق غرقا ، ومجموعة متفرقة من القتل الإجرامي المأجور والسرقة بالإكراه والسرقة بالكسر والسرقة في سائط النقل والإعدام بالشنق.

إن تأثير موضوعات العنف والجريمة خاصة على الأطفال والمراهقين قد حظي باهتمام خاص من الباحثين وهو اهتمام جاء انعكاسا لقلق اجتماعي متزايد نفذ صبره أمام بطء خطوات البحث العلمي في التوصل إلى نتائج قاطعة وحاسمة بشأن تأثير وسائل الاتصال الجماهيري.

والواقع أن التلفزيون دون سائر وسائل الاتصال الجماهيرية قد تحمل الجزء الأكبر من اتهام الإعلام بنشر العنف والجريمة وأفلام الجنس، والأمور الخارجة عن عقيدة وعادات وقيم وتقاليد المجتمع، وإلا ما الفائدة التي يجنيها الفرد بل المجتمع من جراء نشر الإثارة على الصفحات الأولى من مجلاتنا كصور النساء الجميلات، وبعض العبارات التي تؤدي إلى زعزعة كيان الأسرة، والتي بزعتها بنشأ الطلاق، والذي بدوره يؤدي إلى ضياع وتشتت الأطفال، وهذا التشتت سيؤدي ولو بعد حين إلى ارتكاب جرائم أحداث وجرائم أخرى لا يعلمها إلا الله.

المطلب الثاني: نظريات تأثير العنف في وسائل الإعلام :

ولقد توصل الباحثون الإعلاميون إلى العديد من النظريات التي حاولت أن تصل إلى تفسير التأثيرات الإيجابية والسلبية لظهور العنف في وسائل الإعلام. إلا أن أبا منها لم يتمكن أن يقدم تفسيراً شاملاً للظاهرة قيد البحث. ورغم ذلك فإنها تظل إسهامات إيجابية نجحت في تفسير بعض العناصر الشائكة حيال هذه الظاهرة.

فهناك خمس نظريات أساسية في هذا المجال هي:

أولا : نظرية التطهير:

المقولة الأساسية لهذه النظرية هي أن الناس في حياتهم اليومية كثيرا ما يواجهون العديد من الإحباطات التي عادة ما تدفعهم إلى ارتكاب بعض الأعمال العدوانية . والتطهير هنا هو الراحة أو التخلص من هذه الإحباطات من خلال قراءة أو مشاهدة الفرد للعنف عبر وسائل الإعلام المختلفة ، والذي يمكن أن يعطى الفرد فرصة المشاركة السلبية في الصراع العنيف الذي ينطوي عليه البرنامج أو الفيلم المعروض تلفزيونيا أو القصة المكتوبة في المجلة . أي أن الميول العدوانية يتم السيطرة عليها بواسطة الآليات النفسية والاجتماعية المشاركة في هذه الخبرات البديلة .

ويعتبر فيشباخ Feshbach أبرز المؤيدين لمفهوم نظرية التطهير . ويرى مع غيره من المتبنين للنظرية أن مشاهدة ممثل تلفزيوني - أو القراءة عنه في مجلة - في دور يتسم بالعنف والعدوانية تجعل الفرد يشارك في أعمال الممثل العدوانية ، وذلك يؤدي إلى خفض حاجة هذا الفرد إلى الانخراط في أعمال عدوانية حقيقية ، أي أن السلوك العدواني لشخصيات مسلسلات الجريمة وأفلام العنف يمكن أن تكون نوعا من التنفيس عن إحباطات متراكمة لدى المشاهد فنقل احتمالات السلوك العدواني لديه .

ثانياً نظرية المزاج العدواني (تأثير الحوافيز أو المثيرات):

إن أول من وضع الإطار العام لنظرية المزاج العدواني في مجال تأثيرات العنف الذي تقدمه وسائل الإعلام هو ليونارد بيركوفيتش Leonard Berkowitz أحد علماء النفس الاجتماعيين . والافتراض الأساسي لهذه النظرية هو أن التعرض لحافز أو مثير عدواني من شأنه أن يزيد من الإثارة السيكولوجية والعاطفية للفرد، هذه الإثارة بدورها سوف تزيد من احتمالات قيام الفرد بسلوك عدواني .

وطبقاً لمقولات هذه النظرية فإن ما تنطوي عليه مسلسلات العنف من مصادمات أو مناوشات ذات طابع عنيف أو أسلحة أو تهديدات لا تؤدي إلى إثارة المشاهدين نفسياً وعاطفياً فحسب ، بل إنها أيضاً تهيئ لديهم شعوراً بإمكانية الاستجابة العدوانية لما شاهدوه .

وتقول هذه النظرية إن الطريقة التي يتم بها العنف أو تقديمه في البرامج لها تأثيرها على احتمال قيام أفراد الجمهور بسلوكيات أو تصرفات ذات طابع عدواني ، فحينما يقدم العنف أو الجريمة بشكل له ما يبرره مثل الدفاع عن النفس أو القصاص فإن ذلك يزيد من احتمالات الاستجابة العدوانية ذلك لأن المشاهد يمكن أن يعتنق مثل هذه التبريرات ليبرر بها سلوكه العدواني .

ولا تنحصر مقولات هذه النظرية في مسئولية برامج العنف تجاه حفز السلوك العدواني لدى الجمهور المتلقي ، بل إنها ترى أن ثمة عاملاً يمكن أن يؤدي إلى الإقلاع من احتمال وجود استجابات عدوانية لدى المشاهدين . هذا العامل هو كبح الاتجاهات العدوانية . فعلى سبيل المثال تصوير التلفزيون لصادم عنيف بين الأشخاص يمكن أن يولد إحساساً بالذنب لدى المشاهدين عن طريق توجيه اهتمامهم إلى تأمل الألم والمعاناة للذين تتعرض لهما ضحية هذا العمل العنيف . هذا الافتراض من شأنه أن يكبت العنف لدى المشاهدين عن طريق التأكيد على إحساسهم بالألم والمعاناة التي يمكن أن تسببها أعمالهم العدوانية للآخرين .

ثالثاً : نظرية التعلم من خلال الملاحظة:

والافتراض الأساسي لهذه النظرية أن الناس يمكنهم تعلم العنف أو السلوك العنيف من خلال ملاحظة العنف فيما تصوره وسائل الإعلام، في ضوء الشخصيات الشريرة التي تحفل بها وسائل الإعلام. ولا يؤكد علماء هذه النظرية أن مشاهدي برامج العنف سوف يقومون بأداء أعمال العنف التي تعلموها بشكل آلي أو أوتوماتيكي . فالأعمال العدوانية التي يتعلمها الفرد من وسائل الإعلام تشبه السلوك الذي يكتسبه الفرد في قاعات الدرس لا تخرج إلى واقع الممارسة الفعلية ما لم ينشأ موقف يستدعي أداء هذا السلوك المكتسب .

رابعاً : نظرية تدعيم السلوك :

يقوم الافتراض الأساسي لهذه النظرية على أساس أن الصورة التي يظهر عليها العنف في التلفزيون تدعم حالة السلوك العدواني القائم لدى المشاهدين أثناء تعرضهم لبرامج ذات طابع عنيف.

وينظر علماء نظرية التدعيم إلى عوامل مثل المبادئ والقيم الثقافية والأدوار الاجتماعية والسمات الشخصية وتأثير الأسرة والأقران باعتبارها محددات أولية للسلوك الاجتماعي. فهذه العوامل السيكولوجية والاجتماعية تحدد التأثيرات التي يمكن أن تحدثها صور العنف في وسائل الإعلام . وعلى سبيل المثال فإن المبادئ والاتجاهات لدى المشاهدين من المتوقع أن توجه إدراكهم لبرامج العنف التلفزيوني. فالذين نشأوا وأصبحوا شخصيات ميالة إلى العنف وأصبح لديهم اتجاهات ومبادئ تؤيد العنف كوسيلة لتحقيق الأهداف الشخصية والاجتماعية ، فإنه من المحتمل أن يدركوا على نحو اختياري أعمال العنف التي تقوم بها شخصيات المسلسلات التلفزيونية بشكل يؤيد ويدعم مبادئهم واتجاهاتهم . أما المشاهدون من غير ذوي الميول العدوانية فإنهم يدركون الرسالة الاتصالية أو برامج العنف على نحو اختياري بشكل يتطابق مع اتجاهاتهم المناهضة للعنف. وهكذا فإن تأثير العنف عن طريق التلفزيون يمكن أن يدعم المبادئ السلوكية والاتجاهات الموجودة لدى المشاهدين ذوي تلك الميول، فالأطفال بوجه خاص ومن في سن المراهقة من الجائز ألا يكونوا قد أسسوا لأنفسهم دليلاً يوجههم ويرشدهم في مجال المشاركة في العنف .وهنا فإن العنف التلفزيوني يمكن أن يملأ هذا الفراغ في حياة الأطفال والمراهقين إلى الحد الذي تصبح فيه معتقدات وأعمال الشخصيات التي تظهر في برامج العنف مرشداً وموجهاً لسلوكهم الشخصي.

خامساً : نظرية استزراع العنف

ويقوم الافتراض الأساسي لهذه النظرية على أن العالم الرمزي لوسائل الإعلام وخاصة التلفزيون يشكل إدراك الجمهور وتصوره للعالم الواقعي. فالتلفزيون بانتشاره الواسع في المنازل أصبح يشكل البيئة الرمزية المشتركة التي يولد فيها معظم الأطفال ، وأن بيئة التلفزيون الرمزية ، وكما جاء في العديد من دراسات تحليل المضمون ، أنها بيئة سيئة دنيئة يسودها العنف والإجرام بشتى أنواعهما .

المطلب الثالث: طرق تأثير الرسالة الإعلامية

وكما ذكرنا سابقاً أن تأثير الرسالة الإعلامية لا يتم بطريقة تلقائية ساذجة، بل أن هناك عوامل ومتغيرات تتدخل هي أيضاً كالبينة، والمحيط الاجتماعي، وأمور أخرى نفسية وشخصية، نذكر منها ما يلي:

1- تكرار عرض الرسالة الإعلامية

يتأثر الإنسان بدهامة بالمعلومات (الرسائل الإعلامية) من خلال عملية معروفة تتكون من أربع مراحل هي: التعرف ثم التفسير فالحفظ ثم الاسترجاع. فالفرد الذي (يتعرض) لمعلومة، يسعى إلى التعرف عليها، ثم تفسيرها من خلال مقارنتها بما لديه من خبرة سابقة، ثم يحفظها في ذاكرته، ثم يسترجعها حينما يحتاج إليها.

هذه العملية التي تسمى (عملية اكتساب المعلومات) مرتبطة بسلوك إنساني آخر يسمى الانتباه الاختياري أي أن الفرد هو الذي يختار طواعية التعرض لمعلومة ما دون غيرها. هذا السلوك ، (الانتباه الاختياري) يؤثر

فيه عوامل كثيرة منها (التكرار) ، أي إن تعرض الإنسان المستمر ، أو لعدة مرات لرسالة إعلامية (معلومات) تجعله (يختار) الانتباه إليها ، وبالتالي معالجتها واكتسابها كمعلومة ضمن المراحل السابقة ، ومن ثم التأثير بها، فوسائل الإعلام استغلت هذه الصفة لدى الإنسان في جانب مهم هو الإعلام، لذلك نرى أن الإعلان الذي يتكرر ظهوره هو الأكثر تأثيراً وبقاءً في الذاكرة.

فتكرار الرسالة الإعلامية مهما كان مضمونها يثير لدى المتلقي عناصر الانتباه، ومتى ما استقرت في الذاكرة فإن التفاعل معها والتأثر بها سلباً أو إيجاباً – يصبح أمراً تلقائياً، وقد ثبت من خلال دراسات كثيرة الفرد أن الفرد يتأثر بما تعرضه وسائل الإعلام من خلال التعرض المنتظم لرسائل إعلامية معينة. كما أثبتت الدراسات التي تناولت العلاقة بين السلوك العدواني للأطفال ومشاهدة التلفزيون أن (تكرار) تعرض الأطفال لبرامج تحتوي على مشاهد عنف كان عاملاً مهماً في نشوء ذلك السلوك العدواني عند الأطفال .

2- طريقة عرض الرسالة الإعلامية:

مع التطور الهائل لوسائل الإعلام، ودخولها مجال التقنية المتقدمة جداً تضاعف مرات عديدة التأثير الذي تحدثه تلك الوسائل في الجماهير. لم يعد الفرد يتعامل مع الرسالة الإعلامية مجردة وبشكل مباشر ، بل صارت تأثيره محفوفة بكثير من المؤثرات النفسية والسمعية والبصرية ، وصار الإخراج (طريقة العرض) فنا قائماً بذاته تبدي فيه العقول أعمالاً خلاقاً.

فعلى مستوى الإعلام المطبوع وظفت الصورة والألوان وحجم الخط والخطوط والرسوم التوضيحية والخلفية المضللة ، ومكان النشر في الصحيفة أو المجلة لدعم عنصر التأثير في الرسالة الإعلامية . أما على المستوى الإعلام المرئي فقد خرجت عدسة التصوير التلفزيونية من الاستديوهات إلى الفضاء الرحب فصارت تختلط بالناس في الشوارع وأماكن العمل وتطير معهم على متن الطائرات . ولم تقف تقنية الإعلام المرئي عند هذا الحد بل أصبحت تحلق بأجنحة الخيال وتجعل من المستحيل ممكناً وهو ما يعرف بالخدع أو الحيل السينمائية ، حيث لم تعد الرسالة الإعلامية تأتي للفرد (بريئة) ومباشرة ، بل ضمن حشد ضخم من المؤثرات التي تستهدف عقله وسمعه وبصره وعواطفه فتحرك كوامن نفسه وكوامن غريزته ، وتجعل الواقع الصعب قريب المنال ونصير المستحيل ممكناً .

3- صياغة الرسالة الإعلامية:

تمثل صياغة الرسالة عاملاً آخر من العوامل التي تسهم في تأثير الرسالة الإعلامية في الجمهور. وإذا كان العامل السابق طريقة عرض الرسالة الإعلامية يتعامل مع الحس، فإن هذا العامل - صياغة الرسالة - يخاطب العقل والفكر والخيال، والصياغة هي القالب الذي تصاغ فيه أفكار الرسالة بطريقة منظمة من خلال الاستخدام الذكي للغة والترتيب المنطقي للوقائع والأحداث، في الإعلام المطبوع، (الصحافة) تسمى (الصياغة) أما في الإعلام المرئي (التلفزيون والسينما) تسمى الصياغة بالسيناريو.

والرسالة الإعلامية قد (تعرض) بطريقة جذابة ومؤثرة ، لكن إذا كانت (صياغتها) رديئة فإن ذلك يضعف من تأثيرها ، ولو سقنا مثالا على الطريقة التي تؤثر فيها صياغة الرسالة الإعلامية في الجمهور من خلال (قصة شاب) ، حيث هدف الرسالة الإعلامية هو الترويج لقيم معينة لها علاقة بمفهوم حرية وتمرد الشباب على قيم وعادات وتقاليد المجتمع المتينة ، في مجتمع مسلم محافظ ليس من السهولة عرض رسالة إعلامية مباشرة تدعو الشباب إلى التمرد على القيم السائدة وتشجعهم صراحة على تبني حياة لا تحكمها ضوابط العرف والأخلاق. هنا تتدخل (الصياغة) فنقدم للجمهور (قصة شاب) سافر إلى إحدى دول الغرب في رحلة مليئة بالمغامرات والأحداث المثيرة والمشوقة ، للترويج للقيم الجديدة، ثم من خلال الحديث عن ذلك الشاب الذي (سافر) و(استمتع) وتغلب على كثير من المواقف (المحرجة) ونالت (إعجاب) كثير ممن قابلهم، وفوق ذلك كله (أثبت) أن العزيمة الصلبة تقهر المستحيل، ثم هو أيضا بكل (تواضع) يروي (تجربته) لبنى جنسه.

الرسالة الإعلامية بفكرتها هذه وبمضمونها الذي لم تصرح به ربما أدت إلى نتائج عكسية لو قدمت هكذا صريحة ومباشرة للقارئ أو المشاهد أو المستمع، لكن من خلال تقديمها بهذا الإيقاع المثير وبتلك الصياغة الذكية تحدث الأثر المطلوب . فالرسالة الإعلامية من خلال هذا الأسلوب توهم الجمهور أنها لا تدعوهم لفعل ما يفعله الشاب صاحب القصة. إنها (فقط) تقدم لهم قصة ذلك الشاب ، وعلى كل شخص أن يفهمها بالطريقة التي تناسبه ، وأن يفهم منها ما يناسبه وفي واقع الأمر كل فرد أو على وجه الدقة (كل شاب) اطلع على القصة تمنى أن تكون مكان ذلك الشاب صاحب القصة . أليس هناك سفر واستمتاع وتغلب على المواقف المحرجة ونيل إعجاب الآخرين وقهر للمستحيل من خلال الإدراك والعزيمة الصلبة لشباب غض طري العود ؟ إنها باختصار مغامرة لذيذة لا يقف في وجهها إلا القيم والعادات والتقاليد. هذا هو الذي استقر في العقل الباطن، أما المغامرة واللذة والمواقف الممتعة فإنها تتلاشى بعد مدة ويبتلغها طوفان الأحداث اليومية.

وسائل الإعلام هنا قد لا يكون دورها (دفع) الفرد إلى ممارسة العنف، وإنما مثلت مرجعية لذلك الفرد في (نوع) العنف أو الإثارة أو الخروج على قيم ومبادئ المجتمع ، الذي يمكن أن يقوم به في مثل هذه الحالات و (كيف) يقوم به ، وربما كيف يفلت من العواقب التي تترتب على ممارسة سلوك عنيف مثل هذا الذي قام به.

إن ما يجب استدراكه هنا هو أن المقارنة بين مفهوم الإثارة الجنسية في المجتمع المسلم ومفهومه في المجتمعات الغربية، يجب أن تأخذ في اعتبارها طبيعة المجتمع المحافظ والطبيعة الإباحية لتلك المجتمعات ، وأن الإباحيات الجنسية في الرسالة الإعلامية المعروضة في مجتمع مسلم تؤدي إلى نتائج أسوأ من تلك التي تنتج من عرض رسالة إعلامية تتضمن مشاهد جنسية صريحة في مجتمع غربي. أن التعرض المستمر للمشاهد التي تتضمن إباحات جنسية يشجع على الاغتصاب، وذلك من خلال إحساس الفرد أن فعله أمر عادي ينطوي على المتعة وليس الجريمة التي يمكن أن يعاقب عليها . كما أنه بدافع هذا الإحساس يعتقد أنه بإمكانه أن يقدم على جريمة الاغتصاب ثم ينجو من العقاب بسهولة ويسر.

بالإضافة إلى ذلك فإن التعرض المستمر للمواد الإعلامية التي تقدم فيها المرأة كهدف للإثارة ، ولو بشكل غير مباشر مثل وضع صورة المرأة الجميلة على غلاف المجلة أو استخدامها في الإعلانات، يقود إلى احتقار

المرأة والنظر إليها كشيء منحط يستخدم للتأذيق فقط، بالإضافة إلى ذلك فإن التعرض المستمر لكل ما يتسبب في حدوث الإثارة الجنسية قد يؤدي إلى نشوء موقف متسامح تجاه الرذيلة والفساد. فالفرد الذي يجد أنه قد استثير جنسيا مرة وأخرى، يصبح أكثر قبولا وأكثر تسامحا مع الفساد الأخلاقي، لأنه يعتقد أنه في النهاية سيوفر له فرصة يشبع فيها رغبته وغريزته التي تحركت بسبب تعرضه لتلك المشاهد المثيرة جنسيا.

المطلب الرابع: الإعلام ونشر أخبار الجريمة

تباينت الآراء حول هذا الموضوع، هل من الأفضل نشر أخبار الجريمة في وسائل الإعلام، أم إغفالها نهائيا؟ والكل أصبح فيها له رأي، علماء النفس والاجتماع من جانب، والإعلام من جانب آخر، والقانون والإدارة من جانب ثالث، حتى المجتمع بمختلف طبقاته بما فيه الآباء والأمهات لهم وجهة نظر أخرى، ولذلك كان لا بد أن نذكر شيئا من هذه الآراء.

الآراء المؤيدة للنشر:

1- الوسائل الإعلامية هي مرآة المجتمع التي تعكس كل ما يقع فيه من خير أو شر، والجرائم أو العنف بشتى أشكاله ظواهر اجتماعية خطيرة يجب على وسائل الإعلام أن تسجلها وتبثها ليعلم الناس حقيقة أضرارها التي تصيب المجتمع، حتى لا يقع فرد من أفراد ضحية لتلك الجريمة أو العنف.

2- أن الوسيلة الإعلامية لا بد وأن تمد الجمهور بحقيقة الجرائم أو العنف، لكي يصبح الناس مستعدين لعمل شيء ما تجاهها واتخاذ إجراءات معينة تحول دون تكرارها.

3- إن نشر أخبار الجرائم والعنف يحول دون فعل الشر، ويجعل من يفكر في ممارستها مترددا خزفا من الفضيحة بنشر وإذاعة اسمه مقرونا بارتكاب الجريمة أو العنف والتشهير به في المجتمع.

4- نشر وسائل الإعلام لمواد العنف والإجرام، يساعد على كشف خطط وأساليب وحيل المجرمين وأصحاب العنف في ارتكاب جرائمهم، وبذلك يصبح أفراد المجتمع متيقظين لألاعيبيهم وأساليبهم الإجرامية، حتى لا يقعون فريسة سهلة في حبالهم.

5- في نشر وسائل الإعلام للجريمة إعانة لرجال الأمن في تعقب المجرمين والقبض عليهم، وذلك لأن بعض المخبرين أو المندوبين أو المراسلين الإعلاميين يستطيعون أحيانا - متتكرين - الاختلاط بالمجرمين أو أهاليهم ومعايشتهم في بيئاتهم والوقوف على قدر كبير من حيلهم ومخططاتهم، فيصارعهم هؤلاء المجرمون بأمور قد تخفى على رجال الأمن.

6- أن نشر الجريمة عن طريق وسائل الإعلام، يساعد الأطفال في التعرف على الخير والشر والتمييز بينهما قبل نزولهم إلى معترك الحياة.

7- عندما تنتشر وسائل الإعلام أخبار الجرائم ، فإنها بذلك تشبع في الناس رغبة التشفي من مرتكبي الجرائم ، وتطمئن المواطنين على حسن سير العدالة .

8- عند نشر أخبار جرائم الأحداث يجب الاتفاق على عدم نشر أسمائهم أو صورهم ، وذلك حتى لا يحتفظ الناس بالصورة القبيحة الإجرامية عنهم وهم لا يزالون في مقتبل العمر ، لأن الأمل كبير في إصلاحهم.

الآراء المعارضة للنشر:

1- إن وسائل الإعلام كثيرا ما تعرض لإخبار الجريمة بشكل يضر بالمجتمع ، حيث تقدم تلك الأخبار بصورة سطحية مبالغ في وصفها ، تعظم وتضخم صورة المجرم وكأنه البطل الذي حير رجال الأمن ، مما يغري الأطفال والشباب خاصة بتقليدهم ، ومن هنا يأتي تأثير وسائل الإعلام السيئ التي تجعل من نفسها - بنشر أخبار وقصص الجريمة يوميا - مدرسة لتعليم فن الإجرام وتخريج المجرمين .

ولنتساءل معاً، ما هي الفائدة المرجوة من عرض أفلام ومسلسلات المطاردة الأمريكية للصوم والشيء غالباً ما تنتهي بهروب المجرمين من أيدي رجال الأمن غير غرس روح التحدي لرجال الأمن وللشرطة، وهي بالطبع من صميم المحاكاة الضارة.

2- بنشر أخبار وقصص الجريمة في وسائل الإعلام تحدث بلبلة بين أفراد المجتمع ، وتزعزع الثقة بالمثل والقيم والتقاليد الفضيلة في المجتمع .

3- قد تصدر بعض وسائل الإعلام أحكاماً - مقدماً - غير عادلة على المجرمين، وتطلق عليهم كلمات مثل " القاتل " ، " السفاح " ... قبل صدور الحكم من قبل المحكمة المختصة ، مع أن القاعدة تقول أن المتهم بريء حتى تثبت إدانته.

4- يلاحظ أن بعض وسائل الإعلام - وخاصة المجالات - كثيرا ما تنتشر قصص الجريمة بطريقة لا تطابق الواقع ، وإنما يميل الصحفي إلى تحوير الواقع وإعمال الخيال في وصف الجريمة ، حتى تكون كتاباتهم أكثر إثارة وجاذبية.

وبالعودة إلى كتاب ربنا ودستور حياتنا ، نلاحظ أن الله سبحانه وتعالى قد عرض في كتابه الكريم صورة كثيرة للصراع بين الخير والشر ، من بينها أول جريمة قتل متعمد حدثت على وجه الخليفة ، هي قصة (ابني آدم) ، إذ يقول الله تعالى: { وَأْتَلُ عَلَيْهِمْ نَبَأَ آدَمَ بِالْحَقِّ إِذْ قَرَّبَا قُرْبَانًا فَتُقُبِّلَ مِنْ أَحَدِهِمَا وَلَمْ يُتَقَبَّلْ مِنَ الْآخَرِ قَالَ لَأَقْتُلَنَّكَ قَالَ إِنَّمَا يَتَقَبَّلُ اللَّهُ مِنَ الْمُتَّقِينَ}.

يتبين لنا أن الله سبحانه وتعالى يأمر رسوله الكريم أن يبلغ هذا الخبر للمسلمين بكل تفاصيله ، ليبين لهم ماذا يمكن أن يفعله الحسد الذي يقضي على أقوى رابط ، وهي رابطة الأخوة ، وفي آية أخرى يقول جل وعلى : { إِنَّ الَّذِينَ يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ النَّبِيِّينَ بِغَيْرِ حَقٍّ وَيَقْتُلُونَ الَّذِينَ يَأْمُرُونَ بِالْقِسْطِ مِنَ النَّاسِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ } . إنه وعيد دائم لكل من يقع منه مثل هذا الصنيع البشع، وكثير ما هم في كل زمان.

وانطلاقاً من ذلك ، واسترشاداً بهذه المعالم القرآنية الكريمة، نخرج بنتيجة واضحة ومؤكدة، أن الوسيلة الإعلامية (النظيفة) يمكنها أن تنتشر وتقدم أخبار وقصص الجريمة للقراء أو المشاهدين كلما تطلب الأمر ذلك دون أي حرج، منتهجة في ذلك خطى كتاب الله الكريم الذي أورد هذه المعالم بين دفتيه، لتقبيح الجريمة، وردع المجرمين، ولو كان الإسلام يمنع ذلك، لما وردت في قرآن كريم يتلى ويتعبد به، وهو المنبع الصافي، والمورد الصادق { لا يَأْتِيهِ الْبَاطِلُ مِنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَلَا مِنْ خَلْفِهِ تَنْزِيلٌ مِنْ حَكِيمٍ حَمِيدٍ } .

الخاتمة:

وها نحن نصل إلى نهاية المطاف لنجد أن الإعلام بقدر ما يقدم للمجتمع من خدمات جليلة بقدر ما يتسرب منه ما يزعزع العقيدة والقيم والمبادئ والأخلاق في نفوس أبناء مجتمعاتنا، بل ويدغدغ الغرائز دغدغة من شأنها أن توقف عقل الإنسان عن التفكير في العواقب فيقدم على اقتراح الجريمة تحت ذلك التأثير القوي، فالكل يعرف إلى أي مدى وصل الإعلام في بلداننا من انحطاط ونشر للميوعة والمواد التي تخدش حياة الأسرة العربية المحافظة، مما يجعل وسائل الإعلام ذات أدوار بالغة في الحساسية من خلال تفاعل المجتمع معها سلباً وإيجاباً.

ولكن لا يعني ذلك أن نقف مكتوفي الأيدي ، فلنعمل جميعاً بعد أن نخطط بوعي وإدراك لمستقبل أفضل إن شاء الله ، ولنقتراح بعض التوصيات عليها نتفع في ترشيد التعامل مع هذه الوسائل الهامة لتكون ذات دور إيجابي وفعال في المجتمع:

1 - التنسيق والتخطيط لا على مستوى وسائل الإعلام أو الشرطة والأمن فحسب ، بل التخطيط الشامل لكل مؤسسات الدولة ذات الصلة بالوقاية من الجريمة - ولا نعتقد أن هناك مؤسسة أو وزارة ليست ذات صلة بالمحافظة على الأمن والأمان في الدولة - وأن يقوم ذلك على دراسة واعية ذات أهداف واضحة، وواضحة عادات وقيم وأخلاقيات المجتمع أساساً تتطرق منه .

2 - يمكن اقتباس بل انتقاء كل ما هو نافع ومفيد من مختلف الثقافات العالمية، مع تطويعه بما يتلاءم مع ثقافة وحضارة المجتمع ، والبعد عن التقليد الأعمى في كل المجالات - حتى ولو كان ذلك من صغائر الأمور - لكي تبقى شخصيتنا وهويتنا الوطنية في مأمن.

- 3 - أن يسن قانون بموجبه يفرض على وسائل الإعلام أن تكون 60% من برامجها ذات طابع محلي، على غرار ما قامت به دولة كبرى، وهي فرنسا، التي ترى أن ما يأتيها من مواد إعلامية أمريكية عبارة عن غزو ثقافي فكري أمريكي، مع سن تشريعات حازمة تمنع عرض أفلام الرعب والعنف على القنوات العامة.
- 4 - تشديد الرقابة على دور السينما، ومحلات بيع الفيديو، ونوادي الإنترنت، ليس لمنع المادة الدافعة للعنف أو الجريمة ، بل لمنع الخطوات الأولى نحو الجريمة ، وذلك بمنع تداول الأشرطة الجنسية أو ذات إحياءات جنسية كالتي تشاهد على شاشة التلفاز العادي وفي المنزل .
- 5 - توجيه المجالات النسائية بالتخفيف - إن لم تمنع - من إعلانات المرأة الفاضحة، وعدم استغلال المرأة لتكون سلعة رخيصة تشتري وتباع ، بالإضافة إلى عدم استغلالها في البرامج الغنائية لتكون هي تلك الفتاة التي يتغنى بها كل ناعق ، لأن في ذلك إتهان لكرامة المرأة التي كرمها بها ربها الكريم جل وعلا .
- 6 - ضرورة تبنّي منظمات دولية كالْيونسكو واليونسيف وغيرها من المؤسسات الدولية والإقليمية الدفاع عن الجماهير المشاهدة، من خلال تشريعات تمنع عرض ما يؤدي إلى إيذاء الجمهور المشاهد جسدياً أو معنوياً، وخاصة عن الأطفال والمراهقين.

الهوامش:

- 1- محمد فريد عزت: بحوث في الإعلام الإسلامي، دار الشروق، جدة، م1983، ص56.
- 2- عبد الرحمن محمد رفيع: دور أجهزة الإعلام في ترشيد مسارات الشباب، مجلة الأمن، المملكة العربية السعودية، العدد 119، نوفمبر 1984، ص42.
- 3- زكي الجابر: التلفزيون وإقبال المشاهدين، مسائل وحلول ، الدورية المغربية لبحوث الاتصال ، أكتوبر نوفمبر ديسمبر 1983م. ص36.
- 4- محمد فلاح القضاة: دور برامج العنف في تحديد سلوك الشباب، دراسة ميدانية، مجلة دراسات، الجامعة الأردنية، المجلد33، العدد الأول، شباط 2006م، ص141.
- 5- محمد عرفة: التأثير السلوكي لوسائل الإعلام، حولية كلية الإنسانيات والعلوم الاجتماعية، جامعة قطر، العدد 15، 1992م، ص115.
- 6- حمدي حسن: مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال، دار الفكر العربي، بيروت، لبنان، 1987م، ص92 وما بعدها.
- 7- محمد بن عبد الرحمن الحضيف: كيف تؤثر وسائل الإعلام ، مكتبة العبيكان، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1994م، ص176.
- 8- محمد عرفة مرجع سابق، ص122.

- 9- محمد القضاة: أثر البرامج التلفزيونية المستوردة على الشباب الجامعي، مجلة دراسات، الجامعة الأردنية، المجلد 26، العدد 1، 1999م، ص 111.
- 10- المرجع نفسه، ص 114.
- 11- زكي الجابر، مرجع سابق، ص 39.
- 12- محمد فريد عزت، مرجع سابق، ص 16.
- 13- المرجع نفسه.
- 14- زكي الجابر : من أجل دار للإعلام التربوي للأطفال والشباب في منطقة الخليج ... الأهمية والفاعلية والأسلوب ، مؤتمر وزراء التربية والتعليم والمعارف والإعلام بدول الخليج العربية ، الإمارات العربية المتحدة ، رجب 1404 هجري .
- 15- المرجع نفسه.
- 16- سورة المائدة: الآية 27.
- 17- سورة آل عمران: الآية 21.
- 18- سورة فصلت: الآية 42.