**M.S.A.R**
**Journal of Media Studies and Research**
Vol. 4 , No. (14), **pp**. 281–308; **E-ISSN: 2308-0728, P-ISSN: 2957-966X**
DOI: https://doi.org/10.58564/MSAR

# في ظل فساد الإعلام وتلوث السلوك الاتصالي نكوص قيم الصحافة البناءة وسيادة قيم الصحافة الهدامة (مقاربة نظرية نقدية)

# In light of media corruption and communication behavior pollution The regression of the values of constructive journalism and the dominance of the values of destructive journalism

**أ.م.د علاء الدين أحمد خليفه،**
كلية الإعلام/ الجامعة العراقية

**Dr. Alaa Aladdin Ahmed Khalifa ,**
College of Media/ Iraqi University

**الخلاصة**

تسعى الدراسة التعرف إلى مستوى الأداء الإعلامي إزاء الوظائف الإخبارية والرقابية والتعليمية والثقافية والإعلامية والترفيهية وكيف يبدو هذا الأداء وفق مقارنته بأدبيات الأخلاقيات الإعلامية ونظرياتها مقارنة بالشواهد والتطبيقات العملية في الممارسة الصحفية.

واعتمدت الدراسة في منهجها على استخدام المنهج الوصفي الذي يعتمد على الرصد والمتابعة الدقيقة للحدث أو الظاهرة ووظفت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام في هذه الدراسة والتي تدعو إلى إيجاد توازن بين الحرية والمسؤولية وتضع مجموعة من الوظائف التي يشترط أن تلتزم بها المؤسسات الإعلامية أمام المجتمع.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج جاء في أهمها أن التقدم التقني والتكنولوجي و الرقمي في وسائل الإعلام العربية لم يتوازن مع التقدم في مستوى المسؤولية العالمية و الأخلاقية و مساهمة وسائل الإعلام العربية في تكريس واقع التشرذم والتفكك وتسويق المفاهيم السلبية واستغلال هذه الوسائل الأحداث السياسية بما يخدم السلطة السياسية في تضليل الرأي العام ...

**الكلمات المفتاحية:**

نكوص ،الصحافة البناءة ،القيم ،الصحافة الهدامة.

## ABSTRACT

The study seeks to identify the level of media performance in relation to the news, control, educational, cultural, media and entertainment functions, or how this performance appears in comparison to the media ethics literature and its theories compared to the evidence and practical applications in journalistic practice.

In its approach, the study relied on the use of the descriptive approach, which relies on careful monitoring and follow-up of the event or phenomenon .

The study reached a number of results, the most important of which was that the technical, technological and digital progress in the Arab media was not balanced with the progress in the level of global and ethical responsibility and the contribution of the Arab media …

**Keywords:**

Regression،Constructive journalism،Values ،Destructive journalism.

| Received | Accepted | Published online |
|---|---|---|
| استلام البحث | قبول النشر | النشر الالكتروني |
| 23/1/2024 | 25/3/2024 | 15/6/2024 |

*Corresponding Author Email: Aldeen40@yahoo.com

**مقدمة :**

لعل من المهم أن نؤشر أن الفورة في بناء مؤسسات الإعلام وزيادة التأثر والتأثير في الحياة الاجتماعية كان على حساب الدور البناء في تعزيز المبادئ والقيم الاجتماعية التي يفترض أن تكون الرسالة المقدسة لها. ولعل من المهم التأكيد أن التقدم التقني والتكنلوجي والرقمي في وسائل الإعلام لم يتوازن مع التقدم المفترض في مستوى المسؤولية الإعلامية والاجتماعية والأخلاقية الثقافية والدينية.

وعلى مستوى الوطن العربي فأن التطور التقني والرقمي الواسع الذي شهدته مختلف ميادين العمل الإعلام لم يكن عملياً متوافقاً مع تطور مسؤولية الأداء الإعلامي أتجاه القضايا الأساسية المعبرة عن معاني دعم الحرية والعدالة والتنمية ومستوى الأداء الإعلامي في الوطن العربي كان يتراجع بخطى واسعة نحو الخلف في إطار التعبير عن معنى الحرية والاستقلالية والقدرة على التأثير في الحياة العامة.

والتراجع في أداء المؤسسة الإعلامية العربية لم ينحصر في قدرتها على التعبير عن حاجات التغيير والإصلاح في الواقع السياسي والاقتصادي والاجتماعي بل تعدى ذلك إلى مساهمتها بشكل أو أخر في تكريس واقع التشرذم والتفكك وتسويق القيم والمفاهيم السلبية في الحياة وقد أدى الاستثمار الواسع في بناء المؤسسات الإعلامية إلى تناقص المسؤولية الأخلاقية وتعرضها لاختلالات كبيرة في صدقية دورها وأن التفسير الوحيد المقبول لذلك هو انفراط عقد المسؤولية المهنية لصالح الاستحقاقات السياسية والمادية المباشرة، فقد أنتقل الفساد السياسي والاقتصادي إلى مواقع الإعلام وعاد المال السياسي يمارس دوره في توظيف الإعلام لصالح حماية مصالحه وطموحاته ، وليس هنالك ما يمنع القول أن شبهة تحوم حول الاستثمارات الكبيرة الموظفة اليوم في بناء الإمبراطوريات الإعلامية في الوطن العربي وحصاد تلك العلاقة هي الأدوار التي تلعبها القنوات التلفزيونية الفضائية التي تكاثرت بسرعة في الوطن العربي وأضحى لها أدوارها بالتأثير على المجتمع والهوية والخصوصية والالتزامات القومية والوطنية والقيمية.

## المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث:

تتحمل وسائل الإعلام عموماً مسؤولية أخلاقية وتاريخية في مكافحة الفساد لجميع أشكالها على اعتبار أنها تمثل السلطة الرابعة في المجتمع بعد السلطات التنفيذية والتشريعية والقضائية وبالتالي فهي تشكل سلطة شعبية تعبر عن ضمير المجتمع و تحافظ على مصالحه الوطنية وأزاء هذه الأدوار المهمة والحساسة للإعلام تتصدر مشكلة البحث أن الإعلام صار هو ضحية الموجة الواسعة التي تبرر الفساد وتعده على المستوى العام والخاص جزءاً من المنافسة في الحصول على المكاسب الإضافية وتسويق القيم المنحرفة في الحياة الاجتماعية عموماً والترويج للأفكار السلبية وتوظيفها لغايات غير أخلاقية وبذلك يتحول الإعلام من وسيلة إنسانية وحضارية بالتواصل والمعرفة إلى أداة تستخدم لأغراض مصممة مسبقاً وبذلك تتلوث مسارات السلوك الاتصالي وتعطل فنون الأبداع للتعبير والدفاع عن المصالح العامة، ومن خلال هذه الحقائق والملاحظات تتبلور مشكلة البحث بالتساؤل الاتي:

" ما انعكاسات فساد الإعلام على تسويق القيم والمفاهيم والسلوكيات السلبية في الحياة وتناقضه مع مواثيق الشرف الإعلامي.

ثانياً: أهمية البحث:

تنطوي أهمية هذه الدراسة بأنها تشخص تداعيات فساد قطاع استراتيجي في المجتمع وهو قطاع الإعلام وانعكاس ذلك على المجتمع بأكمله فالعلاقة بين الإعلام والمجتمع علاقة جدلية وعلاقة تأثير وتأثر وتؤشر الدراسة الكثير من الحالات التي تشوبها المشاكل المهنية والتنظيمية وانعدام الاستراتيجيات والسياسات الإعلامية الواضحة وتبين التحدي الحقيقي في تحول الإعلام إلى مصدر تلوث للسلوك الإنساني يقود إلى بث قيم الاغتراب داخل الفرد والمجتمع أضافة إلى استبدال قيم ومبادئ حق الاتصال بقيم السوق ومصالح التوسع والهيمنة في إطار مصالح وغايات لا إنسانية تتجاهل كل المواثيق التي تناولت حرية الإعلام والديمقراطية ، ولعل الأهم هو الإشارة إلى الاختلال في الأداء الإعلامي لم يعد في صياغة الموازنة بين القيم والمصالح بل ابعد من ذلك ليتصل بمدى قدرة هذه الإعلام العربي على تمثيل مصالح شعوبه وفق ما أقرته القواعد الأخلاقية وما تضمنته مدونات السلوك ومواثيق الشرف الإعلامي.

ثالثاً: تساؤلات البحث:

يشتق من التساؤل الرئيسي التي تدور حوله مشكلة البحث عدة تساؤلات فرعية وهي كالاتي:

1. ما مستوى الأداء الإعلامي العربي إزاء الوظيفة الإخبارية والرقابية.
2. ما مستوى الأداء الإعلامي العربي إزاء الوظيفة التعليمية والثقافية واللغة والهوية والخصوصية.
3. ما مستوى الأداء الإعلامي العربي إزاء الوظيفة الإعلامية.
4. ما مستوى الأداء الإعلامي العربي إزاء الوظيفة الترفيهية.
5. ما مستوى الأداء الإعلامي العربي إزاء الطفل والمرأة والمجتمع والعنف.
6. كيف يبدو أداء الإعلام العربي وفق أخلاقياته النظرية مقارنة بالشواهد والتطبيقات العملية في الممارسة الصحفية.

رابعاً: أهداف البحث

يسعى البحث إلى تحقيق جملة من الأهداف وعلى النحو الاتي:

1. تحديد مستوى الأداء الإعلامي العربي إزاء الوظيفة الإخبارية والرقابية.
2. التعرف إلى مستوى الأداء الإعلامي العربي إزاء الوظيفة التعليمية والثقافية.
3. معرفة إلى مستوى الأداء الإعلامي العربي إزاء الوظيفة الإعلانية.
4. تشخيص مستوى الأداء الإعلامي العربي إزاء الوظيفة الترفيهية.
5. التعرف إلى مستوى الأداء الإعلامي العربي إزاء الطفل والمرأة والمجتمع والعنف والجريمة.
6. تحديد كيفية أداء الإعلام العربي وفق أخلاقياته النظرية مقارنة بالشواهد والتطبيقات العملية في الممارسة الصحفية.

خامساً: منهج البحث:

اعتمدت الدراسة في منهجها على استخدام المنهج الوصفي الذي يعتمد على الرصد والمتابعة الدقيقة للحدث أو الظاهرة، ولا يقتصر المنهج الوصفي على التنبؤ المستقبل بل ينتقل بين الماضي والحاضر ويستعين الباحث بالوصف في البحث العلمي في حالات متعددة منها عندما تكون الظاهرة التي يرغب في دراستها قد حدثت في الماضي أو نافذة في الحاضر أو ستحدث مستقبلاً (كما في الدراسات الاستشرافية) للتعرف إلى الكيفية التي يمكن أن تكون فيها الظاهرة موضوع الدراسة في المستقبل.

سادساً: نظرية البحث: (المسؤولية الاجتماعية)

انبثقت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام من اجل إيجاد توازن مقبول بين الحرية والمسؤولية وأنها مجموعة من الوظائف التي تلتزم بها المؤسسات الإعلامية أمام المجتمع وفي جميع مجالات الحياة المتنوعة على أن يتوفر فيما تطرحه الوسائل الإعلامية على أفراد المجتمع الدقة والموضوعية والحيادية والشمولية والتوازن وتجنب نشر كل ما يؤدي إلى الجريمة والعنف والترويج للفوضى الاجتماعية ، وفضح عمليات الفساد والتأكيد على الهويات الوطنية، فهي تستطيع بلورة وتكوين وتعديل أو تقديم القيم والاتجاهات الاجتماعية بما يناسب الثقافة السائدة في المجتمع[1].

## المبحث الثاني: وظائف الإعلام الجماهيري

أولا : الوظيفة الإخبارية :

تشكل الوظيفة الإخبارية الركيزة الأساسية التي تؤهل الإعلام الجماهيري لتأدية وظائفه الأخرى فهي تفتح حواراً مع العالم وتكسر عزلة الأفراد و تساعد على انتشار القيم السياسية وتوازن دور الأفعال وتشارك في تفعيل الحياة الاجتماعية وتشكيل الضمير الجماعي[2].

ويصف جان ستوستيل[3] الوظيفة الإخبارية بأنها وظيفة مركزية يتيح الإعلام من خلالها الاتصال داخل المجتمع بالتناغم مع مؤسسات عديدة أخرى عبر نشر المعلومات ويصف فرانيس بال[4] الوظيفة الإخبارية والمعلومات التي تنشر عبرها إلى المجتمع تجعله قادرا على اكتشاف ذاته بذاته وتوفر إمكانية أن يغير الإنسان نفسه بنفسه وأن يغير المجتمع نفسه بنفسه، وبذلك فهذه الوظيفة تجعل الخيارات المتعلقة بالمصير الجماعي أكثر وضوحاً وتجعل الحلول للوصول إلى هذه الخيارات أكثر فعالية وأقل غموضاً.

الوظيفة الإخبارية في الإعلام العربي :

أثبتت وسائل الإعلام العربية في كثير من الأحيان قصورها عن الوفاء بحاجة الجماهير إلى القدر الكافي من المعلومات والتنوع المطلوب في مصادرها، ويتبع الإعلام العربي أجندة إخبارية تتنافى مع أكثر مفاهيم العمل

---

[1]() محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية ، 2003م) ، ص98.

([2])p.Albert "La presse" Encylopoche Larousse, paris, 2007,pp.35-39.

([3])J.Stoetzel "fonction de la presse" etudes de pressee 2000,pp.37-42.

([4])F. Balle " Mediase tsociete" paris 1999 PP.10-11.

الإعلامي بدهيه، حيث تقدم أخبار إنشائية مطولة حول تحركات روتينية يومية لمسؤولين حكوميين او حول تبادل رسائل تهنئة على حساب أخبار داخلية عربية وإقليمية ودولية غاية في الأهمية بالنسبة لحياة الشعوب العربية ومصائرها ومستقبلها ، فطائفة الاخبار عبارة عن انشائيات وكليشيهات ومقولبات ثابته صالحة في كل زمان ومكان وظرف ليتمكن القائم بالاتصال من سد الفجوات المعلوماتية[1].

وظيفة الإعلام الإخبارية في خدمة الطبقة السياسية:

تحولت المحطات الإعلامية إلى منصات سياسية بعد تداخل المال والسياسة وفي الحديث عن الارتباط بين الإعلام ورجال السياسة والمال، تحضر شخصية الصحفي ودوره في تعزيز هذه العلاقة البعيدة عن المهنية، ففي السنوات القليلة الماضية بات الصحفي نفسه هو حلقة الوصل بين تراجع المهنية في العمل الإعلامي خاصة تمثل الدور الرقابي وبين خدمة المصالح الشخصية والسياسية، هذه الحلقة لم تكن لتكتمل دون وقوع إعلاميين في الشهرة والأضواء المتواطئة في أحيان كثيرة مع الطبقة السياسية، حيث حادوا عن دورهم بما يخدم سيرورة النظام الملتوي المتحكم بالناس، لقد وقعوا في فخ الاستعراض الذي ضرب كل أصول المهنة حتى باتت الأغلبية تتسابق لإبراز الرأي الشخصي على حساب المهنية والمحتوى والضيوف[2].

تطغى شخصية الإعلامي الاستعراضية على المحتوى الإعلامي ومعها بات الكاتب هو المقياس للنجاح أو للفشل ولتحقيق ذلك تستغل الأحداث السياسية بما يخدم السلطة السياسية في تظليل الرأي العام من خلال العمل على زيادة الشرخ في المجتمع واللعب على الوتر الطائفي والمذهبي فكم من جدران نفسية وطائفية ومذهبية بنيت بين أبناء المناطق وربما الحي نفسه لمعلومة مغلوطة مظلله أو حتى في تسريب أو بث معلومات أو محتوى على شكل حقائق بينما تقتضي المسؤولية الإعلامية الإحجام عن ذلك لتأثيرها السلبي على المجتمع لا سيما في الأوضاع الاستثنائية، هذا اللعب على العواطف والاحتقانات المذهبية يغذيه تدخل المذيع المباشر في مضمون الحلقة والنقاش عبر الاستعراض اللغوي السياسي الموجه بلغة فوقية وبفائض من القوة اتهام الفريق الخصم على حساب المهنية الإعلامية والدور الذي يفترض أن يلعبه في إعطاء المعلومة الصحيحة دون تدخل مباشر فيه للجمهور، وأصبحت البرامج الحوارية عدّة الدعاية للسياسيين ورؤوس الأموال في ظل غياب قوانين الإعلام وأخلاقياته[3].

تراجع قيم الصحافة الإخبارية في العصر الرقمي:

أفرزت الثورة التكنولوجية وموجة العولمة تحولات جديدة أبرزها السرعة في الإنتاج واحتدام المنافسة القادمة من وسائل التواصل الاجتماعي ومن وسائل الإعلام وضاع المحتوى دفعت مؤسسات إعلامية كبرى إلى التخلي عن الألية التقليدية في الاختيار (العمق والقدرة) على البحث وظهور شباب متحمسون لأجور متوسطة مستعدون للقيام بكل شيء اختصروا هيكل الإنتاج في غرف الأخبار في مهمة واحدة هل هؤلاء صحفيون؟ هل يحافظون على قيم الصدق والنزاهة والبحث عن الحقيقة وعلاقتهم بالمصادر؟ كيف يمثلون دور الميدان؟ هل معلوماتهم دقيقة غير

---

[1]() ليلى عبد المجيد ، الأجندة الإخبارية ، مجلة عالم الفكر ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، الكويت ، مجلد 23 ، كانون الأول 1994م ، ص39.

[2]() حياة الحريري، الإعلام ورهان السياسة ورأس المال، مجلة الصحافة ، معهد الجزيرة للإعلام ، 2023م.
متاح على: hTTp://insTiTuTe.aljazeera.neT/ar/ajr

[3]() المرجع نفسه.

مظللة هل يصنعون ما يحبه الجمهور فقط يتمثل دورهم في الإبلاغ عن الحقيقة ، في العصر الرقمي حيث تسود القيم التجارية والبحث السريع عن الربح المادي أصبحت قيم المهنة موضع مساءلة حقيقية فالتأثير الذي تحدثه بعض التحقيقات الاستقصائية أو التسريبات ذات الانتشار الواسع لا يمكن أن يخفي واقع تراجع محاسبة السلطة ومراقبة الشأن العام، وثمة وهم كبير رسخه جزء من الصحافة الرقمية وهو انه يمكن التخلي عن الميدان وألا حاجه في عصر البيانات الضخمة والمصادر المفتوحة للبحث والنزول إلى الميدان فالصحافة بنت السياق وبنت الميدان والميدان يحمي الصحفيين من تحيزاتهم وأحكامهم المسبقة، قيم الصحافة تتعرض لما يشبه ((تقليم الأظافر)) رغم أنه يمكن استثمار التطور التقني لخدمة وظيفة الصحافة الأولى والأخيرة (البحث عن الحقيقة)[1] .

الصحافة العلمية الإخبارية في الإعلام العربي:

تعد الصحافة العلمية أحد فروع الصحافة المتخصصة مثل الصحافة الرياضية والفنية غير إنها تختلف عنها بكونها لا تقع ضمن منظومة اقتصادية مثل اقتصاديات الرياضة أو الأفلام وصناعة الترفيه ولهذا فأنها محرومة من مصدر مالي منتظم ومتدفق يسمح بتعدد منصاتها ونشر أخبارها، كما أن راي الجمهور ليس عنصراً أساسيا في البحث العلمي مثلما هو الحال في المجال السياسي أو الرياضي أو الفني الأمر الذي قلل من فرص السعي الحثيث للترويج للصحافة العلمية بين الجماهير.

ولا يزال المحتوى العربي الصحفي الجاد في العلوم غائب خصوصاً فيما يتعلق بدقة الترجمة العربية للمصطلحات، وبذلك بدأ واضحاً أن الإعلام العربي يدفع ثمن غياب الصحافة العلمية المتخصصة سواء ضمن المؤسسات الإعلامية والصحفية أو عبر منصات إعلامية متخصصة في العلوم ،فالجمهور من ناحية غير معتاد على التفاعل مع الخبر العلمي وليس هناك برامج أو وسائل إعلامية علمية ذات شعبية يمكن إن تتفاعل بشكل جذاب لتقدم معلومات وتحليلات صحيحة وكانت المفارقة أن يزاد الطلب على مهمة الصحفي العلمي في وقت يبلغ تعداد هؤلاء الصحفيين نسبة قليلة جدا في العالم العربي ويتركزون بشكل أساسي في النسخ العربية من المطبوعات الأجنبية وهي محدودة مثل الطبعة العربية لمجلة "نيتشر" البريطانية أو مجلة "ناشيونال جيوغرافيك" العربية أو منصة "للعلم" التابعة لمجلة "ساينتفك الأمريكية"[2].

شواهد غياب الصحافة العلمية الإخبارية في الإعلام العربي:

دقت جائحة كارونا جرس إنذار للمؤسسات الإعلامية وجهات التمويل الخاصة والحكومية حول أهمية الصحافة العلمية ومخاطر غياب تبسيط مكافحة المحتوى الصحي والعلمي، تماماً كجرس الإنذار الذي دقته الحكومات والأنظمة الدولية حول أهمية الرعاية الصحية وفداحة الإهمال.

وقد وجد الصحفيون العرب انفسهم أمام حرب على جهتين أولهما تبسيط المعلومات العلمية المعقدة لغير المتخصصين وهي مهمة شاقة لدى جمهور متعطش كتفسير كثير من القرارات الصحية التي تمس نمط حياته مباشرة وكان يفترض إن يكون لهذهِ المهمة صحفيون علميون والثانية تفسير سيل متدفق من الأخبار المزيفة الأمر الذي دعا وسائل إعلام عديدة منها مجلة (ساينتفيك) الامريكية أن تخصص في نسختها باللغة العربية ((للعلم))

---

[1]() البحث عن قيم الصحافة في العصر الرقمي ، مقال افتتاحي منشور في مجلة الصحافة ، معهد الجزيرة للإعلام ، 2023م ، متاح على: hTTp://insTiTuTe.aljazeera.neT/ar/ajr تمت الزيارة: 2023/1/25م.

([2])هبة حسين، واقع وتحديات الصحافة العلمية في العالم العربي ، (القاهرة: الجامعة الأمريكية ، 2022م) ، ص65.

سلسلة تقارير لمكافحة ما وصفته بانتشار ((وباء المعلومات)) الناجم عن الشائعات والمعلومات المخلوطة التي صاحبت انتشار الجائحة[1].

دقة الحقائق في الإعلام العربي:

يمكن التعبير عن صحافة تدقيق الحقائق بانها صحافة استقصائية تلاحق المعلومات الواردة في التصريحات خصوصاً تلك التي يدلي بها السياسيون للتثبت من صحتها ودقتها من خلال الرجوع إلى الإحصائيات والوثائق والتحليلات والوقائع لإثباتها أو تفنيدها وفي ظل تدهور حرية الصحافة في الوطن العربي وتعرض الكثير من الصحفيين للتهديد لن يجرؤ الصحفيون على تطبيق صحافة ((تدقيق حقائق)) فاعلة.

وهذا الخوف من المصير المعروف يجعل ((تدقيق الحقائق)) سطحيا في العالم العربي ولا يرتكز إلا على إخبار الناس بان صورة ما أو فيديو أو تغريده إنما هي مفبركة، دون تقديم معلومات حقيقية مدعومة بالدلائل من شأنها تثقيف المواطن العربي وجعلة فرداً فاعلاً في المجتمع.

وتهدف منصات تدقيق الحقائق إلى رفع مستوى الوعي السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي لإفراد المجتمع لجعلهم أفرادا فاعلين، والى زيادة مناعتهم ضد المعلومات المضللة و الشائعات وجعلهم أكثر قدرة على مساءلة الادعاءات التي يسمعونها ويرونها قبل إن يصدقوها وينشروها وانطلاق من هذه الأهداف بادرت مجموعات شبابية مختلفة في الأردن وسوريا ومصر ولبنان وقطر خلال السنوات الخمس الماضية بإطلاق مواقع ومنصات تحت مسمى (Fact-checking) تفحص ما ينشر في وسائل الإعلام بشكل عام، وكل مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام، وعلى مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص[2]، ولكن يواجه القائمون على هذه المبادرات معيقات وتحديات تحويل بينهم وبين تحقيق أهدافهم فمن خلال إلقاء نظرة فاضحة على المشاريع العربية ومقارنتها بمشاريع أخرى من نفس النوع حول العالم نرى إن هناك قصوراً في طريقة التنفيذ، وتركز معظم المبادرات العربية على التحقيق من صحة الأخبار بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي بشكل رئيسي ويغيب فيها الدور التقليدي للصحف في النزول إلى الميدان والبحث عن المصادر والتواصل معه وهذا يحدث قصوراً في الجانب الصحفي في النزول إلى الميدان والبحث عن المصادر والتواصل معه وهذا يحدث قصوراً في الجانب الصحفي في التدقيق فيتم الخلط بينه وبين الجانب التقني ويصبح مجرد التحقيق من صورة ما باستخدام تقنية البحث العكسي -(google pleverselmage searsch)ونشر مقال يوضح إن الصورة مفبركة وعرض الصورة الأصلية عملاً صحفياً بينما هو عملاً تقنياً، وما تعنية بالجانب الصحفي من العمل هو طريقة التفكير النقدي والمنهجي ومراعاة المبادئ الصحفية عند إعداد إي مادة حيث يجب أن تكون هناك معايير مهنية لاختيار الأخبار بحيث تراعي القيمة الإخبارية فيها، فليس كل ما يفبرك على الأنترنيت يجب تصحيحه بل يجب أن يكون ذا اثر مباشر على المجتمع وعلى الرأي العام، أما تصحيح فيديو حول عدد المصابين بفيروس كورونا في إحدى الدول العربية فيحمل قيمة خبرية، ويؤثر على النقاش في الفضاء العام في العالم العربي ، إضافة إلى ذلك تفرض المعايير المهنية ألا يلعب راي الصحفي أو ميولة الشبابية أو الأيديولوجية دوراً في التركيز على تصحيح أخبار عن جهة معينة أكثر من جهة

---

([1]) زايد محمد، كورونا المستجد يوفر بيئة خصبة ل((وباء المعلومات)) ، مجلة للعلم ، النسخة العربية، 2023م . متاح على: scienTificamerican.com ، تمت الزيارة: 2023/1/23م

([2])hTTpsiaawsaT.com/nome/arTicleamps:

، متاح على: منصات عربية- في مهمة تقييم الخبر تمت الزيارة: 2023/1/28م.

أخرى كما انه يجب أن تكون هناك سياسات تحريرية محددة تشتمل على دقة ووضوح اللغة والعودة إلى مصدر الخبر أو الصورة أو الفيديو سواء أكان ذلك المصدر وثيقة أو دراسة أو إحصائية أو بيانا صحفيا أو تسجيلاً صحفياً أو جهة أو شخص يجب التواصل معه فلا يكفي التحقق من فبركة صورة ما، بل يجب محاولة الوصول إلى مصورها أو الشخص الذي يظهر منها، ولا ينبغي تهميش الاستقصاء في عملية التدقيق فهناك أخبار ومعلومات يتطلب من الصحفي النزول إلى الميدان للتأكد منها، كما إن توضيح الأدوات التي يتم استخدامها في التحقيق من السياسات التحريرية المهمة التي تمكن الفرد من التأكد بنفسة من الإخبار[1]، وغياب الصحفيين عن هذا المجال فيرجع إلى الفجوة التكنلوجية التي يعانون منها في عملهم في إدماج الصحافة بالتكنولوجيا كمتطلب رئيسي يعد مطلبا حديثاً وسريع التطور ففي كل يوم هناك أداة أو برنامج أو تقنية جديدة يتعين على الصحفي تعلمها واستخدامها في عملة[2]، وأيضا ثمة مشاكل تعترض هذا النوع من الصحافة في الدول العربية وهو الجانب التشريعي فالقوانين الخاصة بالحصول على المعلومات يحتوي الكثير فيها على عبارات ونصوص تحد من حرية الصحفي في التوغل العميق في هذا النوع من الصحافة إضافة إلى تباطؤا بعض الجهات والوزارات في تزويد الصحف أو المواطن بالمعلومات أو أن الصحفيين لا يجدون أصلا هذه المعلومات لعدم توافرها في الأساس للعيوب الكثيرة في نظام توثيق المعلومات والأرشفة في المؤسسات الرسمية، وكل ذلك يؤشر عجز الصحفي العربي للوصول إلى المعلومات من إعداد تقارير يثبت أو يفند فيها ادعاءات مفبركة أو مضللة.

ثانياً: الوظيفة الرقابية:

الصحافة الاستقصائية شمولية الوظائف والمهام

تمارس الصحافة في المجتمعات المختلفة عدداً من الوظائف والمهام والأدوار تتباين فيما بينها تبعاً لدرجة الحرية التي يتمتع بها النظام السياسي للصحافة من جانب ومدى التزام الصحف بممارسة هذه الوظائف والأدوار تجاه المتلقين والمجتمع من جانب أخر، وتمتد هذه المجالات إلى مراقبة البيئة والتي تزدهر خلال مرحلة التحول الديمقراطي التي تمر بها بعض المجتمعات فالأصل في الصحافة هي الاستقصاء والنقد والكشف عن الحقائق وإرساء ثقافة الرأي والرأي الأخر والسوق الحرة للأفكار[3]، أن الدور الرقابي والنقدي الذي تمارسه الصحافة الاستقصائية يمكن أن يساهم في الدفاع عن منظومة حقوق الأنسان السياسية والمدنية والاقتصادية والاجتماعية فضلاً عن مواجهة الفساد وإهدار المال العام وربما يأتي ذلك في أطار ما أعده شولستر من أن أهمية الصحافة الاستقصائية للمجتمع لتشمل قدرتها على تحقيق الإيماء بالتغير من خلال المضمون الذي نشره وهو ما يمكن أن يقود إلى أحدى تغيرات في السياسة العامة[4]، كما يمكن تغيير تلك النتيجة أيضاً في ضوء شمولية وتعدد وظائف الصحافة الاستقصائية ، وعدم قصر دورها في تعقب قضايا الفساد والانحراف ، نظراً لأن البحث والتحري وطرح القضايا المجتمعية التي تتعلق بالمسائل البيئية والرعاية الصحية وحقوق الأنسان والأطفال تمثل أولويات مهمة لدى للمحررين الاستقصائيين ، وثمة قضايا يمكن أن ينشط هذا اللون من الصحافة في أداء مهامه الرقابية تشجيع الباحثين على أجراء المزيد من الدراسات الإعلامية لسد الفراغ الذي تعاني منه المكتبة العربية في هذا النوع من

---

[1]() hTTps/factuelatp.com/ar/Tgsy/shw تمت الزيارة في 2023/1/21 متاح على:

[2]() lcfjTech snrvey final – pat/2018 تمت الزيارة في 2023/1/21 متاح على:

([3])Nicholas oshaughnoy. (The marketing of political marketing European journal of political marketing, 2013, p235.

(([4]) GADonohue. etal "Aguarddog perspective on the role of media,(2010) 115.135

الدراسات الإعلامية وضرورة إعادة النظر في القوانين الصحفية القائمة أو المواد المتعلقة بالنشر في بعض القوانين الأخرى بشكل يضمن المحررين ممارسة العمل الصحفي الاستقصائي بحرية ودون تخوف من الحصول على المعلومات وحرية تداول المعلومات وعلى إدارات الوسائل الإعلامية الاهتمام بتخصيص المزيد من مساحات النشر والبث للصحافة الاستقصائية في محاولة لاستعادة جمهورها إليها، فممارسة هذا النوع من الصحافة يعد ويرسخ مستقبل الصحافة وهي صحافة العمق [1].

غياب ثقافة الاستقصاء في الإعلام العربي (الأسباب والنتائج):

يؤكد متخصصون إعلاميون أن فن الصحافة الاستقصائية يكاد يكون منعدماً في العالم العربي، ويعزون ذلك إلى المناخ السياسي وما يتصل به من ديمقراطية حقيقية وحريات فضلاً عن القوانين والتشريعات لضمان الحقوق.

ويرتبط مفهوم الصحافة الاستقصائية عادة بفكرة تسريب المعلومات وهذا مفهوم خاطئ تماماً فالصحافة الاستقصائية قد تستفيد من المعلومات أو الوثائق السرية مثل ما حصل في عملية تسريب مئات الألاف من الوثائق عبر موقع ويك ليكس الشهير، لكن لا يمكن للصحفي الاستقصائي أن يعتمد نشر الوثائق السرية المسربة ويمنح الأشخاص أو الجهات التي سربت هذه الوثائق فرصة تحقيق غايتها، بل عليه القيام بالتحقق من موثوقية المعلومات السرية وعادة ما يكون هدف تسريب المعلومات من قبل الجهات الحكومية أو الساسة البارزين أو أصحاب النفوذ هو الإيقاع بالخصوم، أو تظليل الرأي العام حول حقيقة الأخطاء المرتكبة واذا ما قام الصحفيون بنشر هذه التسريبات من دون التأكد من صحتها فأنهم يحكمون على تقاريرهم بأنها ستكون مشوشة ومظللة للرأي العام[2] ولم يعرف الصحفيون هذا الفن الصحفي المهم في الإعلام العربي لأسباب يمكن أجمالها بأنها ذاتية، موضوعية، قانونية، أمنية وبطبيعة أتجاه البحث عن القصور الإعلامي وفساده في البيئة الإعلامية العربية نبين أن المعيقات الذاتية والتي تعد مصدرها الصحفي نفسه ينطلق من استخدام الفرضيات في الاستقصاء والقدرة على التفكير المنظم وتنظيم موارده وإمكانياته بشكل متقن والعديد من الصحفيين لديهم فهم بسيط عن الصحافة الاستقصائية فهم يعتقدون أن هذا الفن من الصحافة يعتمد على أجراء المقابلات وطرح الأسئلة لتلقي الردود من المصادر دون التحقق والتأكد من صحة هذه الردود فيما أكد متخصصون أخرون أن الصحافة الاستقصائية في البلدان العربية لها وجود نظري فقط وهي غير قابلة للتطبيق على أرض الواقع وهذا ما تؤكده الأسباب الموضوعية لقصور حضور الصحافة الاستقصائية في الإعلام العربي حضوراً ملفتاً، وهي أن أقسام الصحافة والإعلام في الجامعات العربية تكاد تخلو من كثافة وجود مساقات دراسية تتناول الصحافة الاستقصائية واذا وجدت فأن تلك البرامج الدراسية يوجد فيها مادة واحدة عن هذا اللون كما أن أغلب وسائل الإعلام بمختلف أشكالها ينعدم فيها وجود وحدة خاصة للصحافة الاستقصائية وأن التحقيقات الاستقصائية موجودة بوتيرة بطيئة وقليلة في الصحافة المكتوبة، في حين أن هذا اللون الصحفي منعدم في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية، ومن المعيقات الموضوعية لانتشار الصحافة الاستقصائية سياسة وسائل الإعلام العربية المكبلة لهذا الفن حيث تميل الصحف إلى الصحافة الخبرية بعيداً عن مشاكل رصد وتعقب قضايا الفساد، كما أن الحزبية التي يغلب عليها الإعلام العربي يحد من وجود صحافة استقصائية قد ينظر إليها لاحقاً أنها تأتي ضمن المناكفات السياسية وتعمد أدانة طرف معين ويعمق من المشكلة

---

[1]() سامح حسانين عبد الرحمن، الوظيفة الرقابية للصحافة الاستقصائية خلال مرحلة التحول الديمقراطي في مصر دراسة تطبيقية، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري ، جامعة القاهرة ، مجلد3 ، العدد1 ، 2014م ، ص217.

[2]() مصعب الشواكية، أسباب تعصر الصحافة الاستقصائية في العالم العربي، مقال صحفي، مجلة الصحافة ، معهد الجزيرة للإعلام، 2023م. متاح على http://institute.aljazeera.net/ar/ajr تمت الزيارة 2023/1/28.

غياب مصادر المعلومات والتمويل اللازم لإنجاز هذا النوع من التحقيقات المعمقة التي قد يتطلب العمل على احدها شهوراً أو سنوات[1].

وتؤكد دراسة ماجستير بعنوان (اعتماد الصحفيين الكويتيين على توتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد (دراسة ميدانية) أشرف عليها الباحث [2] تكونت من عينه من الصحفيين الكويتيين قوامها (265) مفردة وأظهرت نتائج الدراسة العديد من النتائج أهمها أن توتر يساهم في رفع معرفة مستوى الصحفيين الكويتيين بقضايا الفساد في الكويت ويعتمد ما نسبة (48,8%) من عينة الدراسة بدرجة عالية على توتر حول قضايا الفساد، ويعتمد ما نسبته (14,0%) من عينة الدراسة على توتر كمصدر مهم للمعلومات حول قضايا الفساد وأهم أهداف اعتماد الصحفيين على توتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد هدفهم الحقائق الخاصة بقضايا الفساد وأبعادها المختلفة.

ثالثاً: الوظيفة الثقافية والتعليمية:

إن المخاطر الحقيقية تكمن في إفساد دور الإدارة الضابطة والمراقبة والناقدة سواء كانت إعلامية أم ثقافية أم سياسية، ذلك إن إفساد الحالة العامة تبدأ من إشغال الإعلامي والمثقف أولا بما هو ثانوي وهامشي، وبالتالي دفعهما إلى تغليب ما هو محلي كل ما هو عام وقطري على ما هو قومي، إي إلى تحجيم دورهما في حدود معينه وضيقة، الأمر الذي سيعود بالتالي إلى عزل عوامل التلاقي والتوحد والتواصل في البنية الإعلامية والثقافية المشتركة بأشغالها بمسائل وهموم محلية ضيقة، وتشجيع النزعات والخصوصيات العصبوية والتخريبية التي تقسم الوطن العربي إلى ثقافات وعناصر تحت دعوة العودة إلى الأصول والانكفاء وإغلاق النوافذ والانشغال بالهموم المحلية[3].

إن نماذج تأثير وسائل الاتصال وفي المقدمة منها الإعلام في النشاط الثقافي كثيرة ومتعددة ذلك فان دراسة التأثير السلبي للإعلام في منظومة القيم ونمو الثقافات الوطنية يعتمد على تحليل وتفسير منظومة القيم التي تشكل اطار الفرد والجماعة إي إن الإعلام كرسالة إيجابية سيتحول عند استخدام معطياته بشكل سلبي إلى عامل تفكيكي إفسادي للمنظومة القيمية والاجتماعية وبالتالي سوف يسهم في كسر وعاء التنشئة الاجتماعية عبر قيم المجتمع وثوابت ثقافته[4].

ويكفي أن نتابع مسلسلاً تلفزيونيا مكسيكياً واحداً من تلك التي يتم إدخال النطق باللغة العربية عليها(الدبلجة) لنرى كيف يسهم الإعلام في نقل صور مرتبكة للعلاقات الأسرية والاجتماعية وبتعبير آخر في تمجيد علاقات منحرفة مستهدفة العلاقات الأسرية وروابطها بشكل خاص والعلاقات بين المجتمع الواحد بشكل عام، وبدل أن تكون وسائل الإعلام وعلاقتها المستندة إلى الصدقية والخدمة الموضوعية أداة توحيد للمجتمع وتعزيزاً لثقافته تتحول إلى

---

[1]() محمد الشرافي، المعيقات الجوهرية للصحافة الاستقصائية، رسالة ماجستير غير منشورة، ، جامعة فلسطين 2021م، ص67.

[2]() احمد حمود مفضي، اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد، دراسة ميدانية ، جامعة اليرموك ، الأردن 2017م، ص17.

([3]) صباح ياسين، الإعلام النسق القيمي وهيمنة القوة، (لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية ، 2017م)، ص65.

([4] )عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، سلسلة كتب المستقبل العربي (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2003م )، ص162.

عامل تشويش وإفساد لذائقة الإحساس بالحدث والتعبير عن الموقف الموضوعي والمجتمع الذي يقع تحت سيطرة مصدر إعلامي واحد يمارس ذلك المصدر دور الاكتساح لصالح تسويق وإحلال قيمة وثقافته[1].

والإفساد الذي يوجه نحو الثقافة العربية هي إشاعة الفلسفة الذرائعية (البراغماتية) مقابل الفلسفة العقلانية بقصد نفي وجود الجانب المبدئي القيمي في الأنسان وتجاوز وجود مقياس موضوعي للتمييز بين الخير والشر وهي بذلك تطلب سيادة مبدأ التفوق السياسي والعسكري والاقتصادي، وحتى الثقافي لفرض وتبرير الغزو الثقافي وإلغاء الآخر وتهميشه واتهام الثقافة العربية بعجزها على مواكبة التحديث والتطور، ويعجز المثقفين العرب عن الانفتاح والتواصل مع العالم .. لذا فأن آليات إفساد الثقافة العربية لا تتحدد في إشاعة موجة الانبهار بثقافة الغرب وقيمة ، أو في الترويج للثقافة الرخيصة كالأغاني الهابطة وامتهان الجسد وتمجيد القوه الخارجية (السوبرمان والرجل الوطواط ورامبو) الذين لا يهزمون بقوتهم العضلية الخارقة، بل في الدعوة إلى استخدام اللهجات العامية في اللغة والتخاطب تحت ذريعة "كسر حاجز اللغة" والخلاص من قيود النحو والبلاغة القديمة أو إلى ((تثوير اللغة)) أو استخدام الحرف اللاتيني وقد ترافق ذلك مع الدعوة إلى المتوسطية (نسبة إلى الشرف الأوسط) كشرط أهلية الانتساب إلى العالم الجديد كذلك العمل على تحقيق الانفصال الفكري والثقافي عن الموروث العربي الإسلامي وسلب التراث العربي اعظم مزاياه وهو كونه تراثاً موحداً ومتواصلاً وحضارياً لا سيما إن الكثير قد عبر من أن الماضي كلة سخافات وجهالات لا يصح الافتخار بها أو إن الانشغال بالتراث ظاهرة مرضية[2].

مستوى الأداء الإعلامي العربي إزاء قضايا اللغة والهوية والخصوصية:

لغة الإعلام العربي وتهديد الفصاحة العربية:

أن الكثير من المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام الكبرى التي تنتمي إلى الغرب هي في حقيقتها دعاية بارعه لأن المعارف والمعلومات التي تقدمها تأتي لخدمة أهداف الدول التي تنتمي إليها مما يخلق رأيا عاماً مبنياً على الجهل ويستند إلى معلومات مظللة [3]، ويؤدي ذلك إلى إفرازات ثقافية واجتماعية قد يكون لها أبعادها السلبية في حياة المجتمعات التي تتعرض لها. فضلاً عن إثارة الطموحات الاستهلاكية عند مواطنيها خاصة تلك الطموحات التي لا يمكن إشباعها في ضوء الموارد المتاحة لتلك الدول، كما أن هذه التبعية تزيد من الخلل القائم في تدفق المعلومات بينها وبين الدول المتقدمة حيث لا يتعدى دور الدول النامية دور المستقبل غير القادر على إيصال ما لديه للأخرين مع ما يحمله ذلك من تهديد لهويتها الثقافية[4].

وقد توجه عدد كبير من الباحثين إلى توجيه النقد وربما الاتهامات إلى الإعلام بوصفه مروجاً للغات الأجنبية على حساب اللغة العربية، واعتبروا استخدام الألفاظ الأجنبية تهديدا للغة العربية فيما يرى باحثون أخرون صعوبة إيجاد

---

(1) صباح ياسين، مرجع سابق، ص67.

(2) احمد مطلوب ،الحركات المناوئة لوحدة الثقافة العربية، ورقة قدمت إلى وحدة الثقافة العربية وصمودها بوجه التحديات، بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها المجمع العلمي العراقي بمشاركة المنظمة العربية للتربية والثقافة ، ط 2، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية 1997م، ص 15-66.

(3) رحيمه عسياني مدخل الى الإعلام والاتصال، (القاهرة: دار الكتب ، 2004م) ص15.

(4)فارس ابو خليل، وسائط الإعلام بين الكبت وحرية التعبير،(عمان: دار أسامة ، 2015م) ص62.

مصطلحات عربية مكافئة للمصطلح، الأجنبي ويجري التأكيد على أن الترجمة عمليه تحتاج إلى جهد وبصيره نافذه لتقدم للمتلقي العربي ما يغنيه عن المصطلح الأجنبي [1].

أن الرسالة الإعلامية المحررة ظلت تتضمن الكثير من الألفاظ الأجنبية على الرغم من إمكانية وجود ترجمتها العربية، ولقد ظلت هذه الألفاظ والمصطلحات في الإعلام العربي بل تعامل معها وكأنها معربة مثل(استراتيجيات، استوديوهات، الأوبرا، أرشيف) وهو الأمر الذي يراه الاختصاصيون أضعافا للغة العربية ويضعف الأسلوب واستعمالها غير محفوظ مع إمكانية الاستغناء عنها، والإفراط في استعمال المصطلحات الأجنبية قد يؤدي بالرسالة الإعلامية إلى الغرابة أحيانا اعتقاداً أن ذلك الأسلوب يدفع للأعجاب بثقافته الشخصية، وعلى الرغم من أن المختصون نبهوا أن استعادة الكلمات الأعجمية للضرورة مباح شريطة أن لا يتجاوز حداً معيناً يفسد اللغة ويدفع إلى الركاكة، نجد أن المحدثون جاوزوا الحد المسموح به وادى الاقتراض اللغوي إلى استعمال آلاف المصطلحات الجديدة من اللغات الأجنبية مثل ( بوسترات ، ديسك، دراما، تكتيك) وتبقى دخيله تحتاج إلى التعريب.

ويرى باحثون أن الازدواجية اللسانية عقده تعترض سبيل اللغة العربية وهويتها حيث يستعمل مستويان أحدهما الفصحى والآخر اللغة الأجنبية، وهكذا تعيش العربية تنازلاً بين نموذجين مختلفين في الوظائف والمواقف والقواعد [2].

من جانب آخر وعلى الرغم من الدعوات الكثيرة لاستعمال اللغة العربية الفصحى في الإعلام ألا أن هذه الدعوات لم تفلح في تحجيم استعمال العامية فيما كانت بعض القنوات الفضائية التلفزيونية تتوسع أكثر في استعمال العامية، وكانت لهجات أهل الشام (سوريا-لبنان) الأكثر شيوعاً في الترجمة، فيما احتفظت أفلام السينما المصرية باستعمال العامية المصرية دون قيود وكذلك الأعمال التمثيلية العربية والبرامج المنوعة في مختلف وسائل الإعلام في الدول العربية[3]

ووصف باحثون تسلل المصطلحات والألفاظ العامية التي تسربت إلى لغة الإعلام بانها من مهددات اللغة العربية وفصاحتها وتراثها وأصولها، وذهب بعضهم إلى وصفها بالتهديد الخارجي المبرمج لتمزيق الوحدة العربية من خلال تدمير الفصاحة العربية [4].

الإعلام العربي والثقافة الوافدة:

شهدت السنوات القليلة الماضية تفجراً لظاهرة العولمة بما تنطوي عليه من تشابك الأبعاد السياسية والاقتصادية والثقافية بهدف دمج المجتمعات والثقافات والمؤسسات والأفراد في بوتقة واحدة، كذلك امتدت أنماط المنافسة من اقتصاد السوق لتشمل الجوانب الثقافية والإعلامية، ومن الناحية الجغرافية امتدت ثقافات المجتمعات الغربية إلى

---

([1]) عبد المجيد شكري، فن الترجمة الإعلامية في وسائل الاتصال الجماهيري، (القاهرة: دار الفكر ، 2004م)، ص31.
([2]) علي عبد العزيز الجرجاني، الوساطة بين المتنبي وخصومه تحقيق محمد أبو الفضل إبراهيم وأخرون (بيروت: المكتبة العصرية ، 2004م) ص461.
([3]) نهاد الموسى ، الثنائيات في قضايا اللغة العربية من عصر النهضة إلى عصر العولمة، (الأردن: دار الشروق،2003م) ص3.
([4]) هاني إبراهيم عاشور المصطلحات الأجنبية والعامية في الإعلام في معايير النقد اللغوي، ورقة بحثيه مقدمة لمؤتمر كلية الإعلام الجامعة العراقية (التحديات الفكرية في النتاج الإعلامي)، 2019م ، ص21.

المجتمعات النامية محددة شكل تنظيمها الاجتماعي وأدنى الإنتاج المتزايد إلى الاستهلاك وتوفير المستلزمات الاجتماعية لمجتمع الرفاهية[1].

بحقوق الأنسان ولعل أصبح هنالك تركيز على هذا المفهوم في ظل إفرازات وأثار توظيف تقنية المعلومات. وخصوصية شعباً معين تشكل موضوعياً مكوناً أساسيا من مكونات هوية هذا الشعب وشخصيته وهي ليست حزمة من المكونات الموروثة أو الناجزة أو المستوردة بل تجسد الخصوصية مشروعاً عاماً يعمل المجتمع بكامله ومختلف مكوناته الدينية والمذهبية والأثنية و المناطقية على إنجازه عبر عملية تفاعليه معقده وممتدة وذلك من اجل امتلاك مستلزمات وجوده ومقومات هويته وشخصيته [2] وتعد الثقافة رافداً من روافد الهوية لان الهوية اعمق واشمل ولان مقوماتها هي نفسها مقومات المجتمع التي تضمن الجغرافية والدين واللغة والتراث والثقافة بحيث يؤدي التفاعل بين هذه العناصر إلى بروز الهوية[3].

ويعد الدين واللغة المكونان الرئيسيان للهوية الثقافية فالدين يحدد للامة فلسفتها الأساسية عبر سير الحياة وغاية الوجود، ولعل العولمة الثقافية عملت بأسلوب الغزو الثقافي في الاستشراق وغيره لمعرفتهم إن للإسلام تأثيره العميق والشامل في هويتنا الثقافية، وادركوا أن استعادة المسلمين لهويتم وانتمائهم القرآني هو اكبر الأخطار وعليه تشكل قوى التغريب تعمل ضد الاتجاه واللغة جزء لا يتجزأ من ماهية الفرد وهويته ومن المؤكد أن إتقان اللغة العربية يساعد على الانسجام والتناغم بين أفراد المجتمع بل والاعتزاز بهويتهم لان أبناء اللغة الواحدة يشكلون قوالب فكرية وثقافية مشتركة لذا فاللغة والثقافة تسهم مساهمة فعاله في الحفاظ على الهوية لثقافية العربية والإسلامية[4].

الإعلام العربي والعولمة الثقافية:

مما لا شك فيه أن هناك كم هائل من التدفق الإعلامي الخارجي والمركز على ثقافتنا العربية، هذا الكم المتدفق بطريقة ممنهجة ومخطط لها لاختراق الثقافة العربية ووجودها القومي، وتعد العولمة أبرز التحديات التي تواجه الهوية العربية باعتبار أن القضية المركزية المعبرة عن مدى التحدي الحضاري الحقيقي الذي يشهد العالم العربي والإسلامي وتعد العولمة مخطط محكم يتم تنفيذها بوعي وقصد بهدف تشكيل العالم وقولبته وفقاً لنمط قيمي واحد يسود على باقي العالم [5].

وحاولت الفضائيات العربية تقليد المحطات الغربية التسلل إلى الوطن العربي بأسلوب جديد لنشر العولمة ونشر الثقافات و الأفكار والآراء والاتجاهات الغربية التي تحاول غرسها في الشباب العربي من خلالها البرامج التي تقوم بها ومن ابرز هذه البرامج ظاهره تلفزيون الواقع التي شغلت مختلف الأوساط الفكرية والباحثين والأوساط

---

(1) هبه شاهين، دور تلفزيون الواقع في تشكيل الصورة الذهنية، (القاهرة: مكتبة مدبولي ، 2010م ) ص 19.
(2) علي ليله، الثقافة القومية ومواجهة العولمة، (باريس: اليونسكو، 2003م)، ص48.
(3) خالد القاسم، العولمة وأثرها على الهوية، موقع الإسلام اليوم، 2006م ، متاح على الرابط W.W.W.islamtoday.net تمت الزيارة في 2023/1/18م.
(4) محمد عبد الباسط، الإعلام الفضائي والهوية الثقافية، (القاهرة: دار المعرفة، 2013م)، ص 18.
(5)سعد العباسي، صراع العولمة الثقافية وسبل الحفاظ على الهوية العربية ،(الجزائر: مكتبة الفارس، 2015م) ص35.

الشعبية وتراوحت المواقف بين الاستحسان والاستهجان[1]، ويلاحظ على هذه القنوات الفضائية العربية التي تعرض هذه البرامج أنها لا تراعي الخصوصيات القيمية والثقافية للمجتمع العربي سواء بقصد أو من دونه، إذ تقوم بجلب هذه القوالب جاهزة، وتعيد إنتاجها دون إعادة تكييف لمضامينها و هي مهما حاولت ذلك فان خضوعها لقواعد السوق الإعلامية القائمة على الربحية تجعلها تفشل في ترويض الكثير من القوالب والمحتويات وفقاً لمنظومتها الصحفية، لذلك يرى الكثير من العلماء أن التعرض لهذا النوع من البرامج والمضامين يشكل تهديدا للثقافات والخصوصيات والهويات الوطنية التي تنصهر في بوتقة الثقافات الوافدة كجزء من محاولات حثيثة لبعض الدول الكبرى في فرض قيما على البلدان الأخرى، وتعد الهوية من اهم السمات المميزة للمجتمع التي تنطوي على المبادئ والقيم التي تدفع الأنسان إلى تحقيق غايات معينة أو هي تحمل الصفات والأحاسيس ونمط الحياة المهيمن على كل شيء في الملبس والمأكل والمشرب والفن والثقافة والحرية والمقاومة والصمود، إذ أنها نمط معيشي متكامل تتفاعل مع المتغيرات المحيطة به، فيتغير معها دون أن يذوب فيها، إذ يكون التغير والتأثير داخليا ولكنه يكتسب الجديد دائماً وهي احد مكونات الشخصية الوطنية[2] ويؤكد (غليون) أن الأفراد بدون هوياتهم الاجتماعية والثقافية يغتربون عن بيئاتهم الاجتماعية والثقافية وان الجماعة والأفراد لا تستطيع إنجاز مشروع أي كان نوعه وحجمه دون أن تعرف نفسها و تحدد مكانها و دورها وشرعية وجودها كجماعة متميزة فقبل أن تنهض لابد لها أن تكون ذاتاً [3].

لذلك يمكن تعريفها مجموعة من الخصائص التاريخية واللغوية والنفسية التي تؤدي إلى الفصل جماعة من الناس وأخرى [4] أما مفهوم الخصوصية أحد حقوق الإنسان الأساسية الذي أثار جدلاً واسعاً واعترف بهذا الحق في الكتب السماوية والقوانين الوضعية والاتفاقيات التي اهتمت بحقوق الانسان، وتهدف العولمة إلى انتشار الثقافة الأمريكية والغربية على أنها الطريقة المثلى للحياة وطمس الهوية الوطنية والقومية والدينية ولاسيما الدين الإسلامي وفرض ثقافة معينة على الشعوب وتوحي ثقافة بلا حدود ولا خصوصية عبر التقدم التكنولوجي وهدفه السيطرة وهيمنة هوية غربية فردية احادية على شعوب العالم[5].

تلفزيون الواقع وعلاقته بالواقع العربي:

يوكد العياضي إن برامج تلفزيون الواقع يقع في إطار ثقافة ما يعرف بالموجه الثالثة أو ما بعد الحداثة أي التي تتميز بتبنيها الاستهلاكية المفرطة التي تستثني لتقوم بعرضة للبيع وهذه البرامج جاءت كواحدة من نتائج عولمة الثقافة التي تراجعت فيها الثقافات المحلية المنتجة لتترك المجال لثقافات التسلية والاستهلاك المستوردة[6].

ويذهب الدكتور عسلون ليشخص ظاهرة تلفزيون الواقع بانها تحدياً فكرياً فالظاهرة تثير خطاباً أيديولوجيا وأخلاقيا فمن من منطلق قيمي فالتلفزيون الواقع شكل من أشكال التفسخ الأخلاقي تقوم على الدعاية لسلوكيات اجتماعية وأخلاقية تتناقض مع قيم المجتمع(الاختلاط) الانحلال الجنسي، الأثارة[7].

---

(1) المنصف العياري، ظاهرة تلفزيون الواقع وامتدادها في التلفزيونات العربية، (تونس: مكتبة فائق، 2013م)، ص31-32.

(2) احمد حجازي، العولمة وتهميش الثقافة الوطنية، مجلة عالم الفكر، الكويت، 2018م المجلد 28 ، ص77.

(3) برهان غليون، اغتيال العقل،(القاهرة: مكتبة مدبولي ، 1999م) ص16.

(4) محمد عبد الباسط، مرجع سابق، ص35.

(5) سعد العباسي، مرجع سابق ص23.

(6) المنصف ألعياري، مرجع سابق ،ص65.

وأصبحت برامج تلفزيون الواقع ظاهرة مجتمع في موسم البث فيذهب اختصاصي علم النفس إلى إن الأفراط في متابعة تلك البرامج يعد لا سيما للشباب المراهق نوعاً من أنواع المرض النفسي فهناك من الشباب والشابات من يعيش ساعة بساعة مع نجوم هذه البرامج يأكل معهم ويضحك لضحكاتهم ويبكي لبكائهم. وروجت هذه البرنامج لثقافة الطاعة والانقياد والخضوع للأستاذ أو المدرب مع نكران الذات وانتهاك الحرمات الخاصة دون أي مسائلة لهذا الواقع وعلاقته بالواقع[1].

ولعل اهم أسباب انتشار برامج تلفزيون الواقع هو واقع الإعلام العربي وواقع المنطقة العربية التي تعاني من الفقر والبطالة وبعدها عن الاختراع التكنولوجي فلجأ إلى استيراد البرامج وأفكارها وإعادة إنتاجها بالصورة العربية لذلك نجد المشاهد العربي مستهلكاً سلبيا لتكنولوجيا الإعلام الحديث التي تم إنتاجها في مختبرات الفضائيات الثقافية الغربية لتلبي حاجات المجتمع الغربي وليس العربي[2] وتقسم احدى الباحثات برامج تلفزيون الواقع إلا مجاميع منها البرامج التنافسية والبرامج التجميلية وبرامج الألعاب الرياضية وبرامج الكاميرا وبرامج تغيير الوضعية الاجتماعية للمشتركين وبرامج نقل الواقع الحقيقي للمشتركين وبرامج الحوار الاستعراضية[3]

تلفزيون الواقع والطقوس المجتمعية العربية:

يؤكد المختصين إن آثار برامج تلفزيون الواقع تتمثل باعتباره أداة تشويه الهوية العربية فهي تسهم على نشر الإباحية والانحلال الأخلاقي بين الشباب ويسوق نماذج استهلاك جاهزة وسلبية من خلال تنميط السلوكيات والأذواق.

ويرى المسفر بان هذه البرامج تساهم في تعميق الانحراف الاجتماعي وتدمير قيم الشباب الإيجابية وهويتهم الثقافية بعرض نسخه مغريه من برامج غربية تساعد على الاختلاط المفرط وإثارة الغرائز والعدوانية الجنسية ودافعية الانحراف إضافة إلى استهداف الطقوس المجتمعية مثل العادات والتقاليد والدين لحساب العادات الأجنبية [4].

ولعل هذه البرامج تركز على شريحة مهمة في المجتمعات وهي فئات الشباب التي تسمح بسرعتها في استيعاب وتقبل المستحدثات وامتلاكهم لخصائص اجتماعية ممزوجة بمشاعر القلق والتوتر وكذلك إلى متطلبات واحتياجات تكون حاضرة بقوة في هذه المرحلة العمرية منها الحاجة إلى الإشباع الجنسي والحاجة إلى النمو العقلي والتعبير النفسي[5].

---

([7])عيسى عسلون ، خصوصيات تلفزيون الواقع ، (تونس: مجلة الإذاعة والتلفزيون ، 2005م) ص54.

([1])خبرة الشبياني، هل ابتلعت وسائل الأتصال الحديثة اشكال الثقافة التعليمية ، متاح على http//afkalronline/orq/Arabic/archive تمت الزيارة 2023/1/7م.

([2])ابتهاج القاضي ، تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية ، رسالة ماجستير ، جامعة المشرق ، 2001م، ص33.

([3])أمال عذري، برنامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية وتأثيرها على قيم وسلوك المراهقين ، رسالة ماجستير ، جامعة الجزائر ، 2010م، ص81.

([4])علي سفر، تلفزيون الواقع في صيغته العربية ، الحوار العربي ، متاح على .http://ahewar.org./debat/show.art

تمت الزيارة في 2023/1/14م.

([5]) عبد الرحمن الواقعي ، في مواجهة الشباب ،(الجزائر: دار علم للنشر ، 2015م) ص66.

ومن المهم الإشارة إلى تداعيات مهمة في هذه البرامج يتمثل أيضا باللغة العربية المستعملة فيها سلسله مفتوحة من الكلمات والجمل الأجنبية وهكذا تحدث نقلة جديدة في لغة الثقافة الغربية تصبح مع الممارسة وتقاعس المرجعيات العربية حالة جديدة في الذاتية الثقافية العربية ومع العبث باللغة الوطنية القومية تنشأ أنماط من البث الأخلاقي والسياسي والاجتماعي والعاطفي وهذا ما يجري الأن تسويقه عبر فكرة التنميط الثقافي اللغوي[1] ولذلك من شأن هذه البرامج أمام هذه الإباحيات أن تثير الفتنة ولربما الاغتراب ومن ثم عمليه تحطيم لقيم عربيه أساسيه وإحلال محلها قيم غربيه وهي احدى وسائل الغزو الفكري وأحدى مقدمات وأسس الهيمنة على المجتمعات كذلك صرف الانتباه عن قضايا أساسيه وجوهريه وصولاً إلى تحطيم قيمة الغيرة على الدين والوطن أي إن المجتمعات العربية يراد لها إن تتعود على أشكال ممارسات منحلة و شاذة تتعلق بالعلاقات الاجتماعية والإنسانية والأخلاقية كي يتعودوا بعد ذلك على أهانه الدين والأوطان دون إن يثير ذلك حميتهم وغضبهم.

شواهد تأثير برامج تلفزيون الواقع على الشباب العربي:

توكد دراسة ميدانية أجراها الباحث [2] ((أزمة الهوية والخصوصية في برامج تلفزيون الواقع واغتراب واقع الشباب الجامعي العربي)) والتي شملت عينة عشوائية قوامها (212) مفرده من الطلبة الجامعيين العرب الدارسين في جامعة اليرموك الأردنية وتوصلت الدراسة إلى إن نسبة أكثر من 93% من عينة الدراسة يشاهدون برامج تلفزيون الواقع .. وقد بلغت نسبة المبحوثين الذين يتابعون برامج تلفزيون الواقع بشكل متكامل (78،4%) وهو مؤشر خطير فعلى الرغم من فرضية الوقت القليل المتاح لهم بالمتابعة باعتبارهم طلبة جامعيون إلا انهم يقبلون على المشاهدة الحثيثة لهذه البرامج فيما أكدت (17) مفردة من العينة بانهم لا يتابعون برامج تلفزيون الواقع يسبب إن هذه البرامج تساعد على اختراق خصوصية المجتمع والفرد وتساهم في انحلال المجتمع، وأظهرت نتائج الدراسة إن دوافع التعودية وتحديداً قضاء الوقت والتسلية وبدرجة مرتفعة، بينما كانت الاستخدامات النفعية في التمتع بالتحدي بدرجة مرتفعة كذلك، وان نتائج الاشباعات لهم هي إنها أشعرتهم بالهروب من واقعهم إلى واقع أخر وبدرجة مرتفعة وبينت نتائج الدراسة إن برامج تلفزيون الواقع تؤثر على القيم الاجتماعية والثقافية وتشجع على تغيير السلوك وتسهم في تفكك الأسرة واختراق خصوصيات المجتمع وإيجاد عادات غير محببة، وتسهم في التأثير على قيم العفة واحترام الذات سلبياً ومن التأثيرات الوجدانية والتأثيرات السلوكية كانت إنها تسهم في جعل العلاقات المحرمة تبدو امرأ طبيعياً والتقليد الأعمى والترويج للثقافة الاستهلاكية .. إما ما يتعلق بالآثار والقيم الاجتماعية والثقافية فكانت إنها تسهم بدرجة مرتفعة بتغير السلوك الاجتماعي والثقافي واختراق الخصوصية للمجتمع وتنكر الإفراد لبعض التقاليد الاجتماعية والثقافية.

رابعاً: وظيفة الترفيه:

اهتم العلماء والباحثين في شؤون الإعلام والاتصال بإشكالية مظاهر العنف وتأثيراتها على الجمهور وتواصل عدد منهم إلى إن تأثيرات مظاهر العنف والجريمة في وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون تشجع على ارتكاب الجريمة

---

([1]) طيب تيزيني، تلفزيون الواقع ورِهان الثقافة العربية ، الجزائر ، جريدة الاتحاد/ العدد 123 ، 2009م.

([2]) علاء الدين احمد خليقة (ازمة الهوية والخصوصية في برامج تلفزيون الواقع واغتراب واقع الشباب الجامعي العربي) بحث مشارك في المؤتمر العلمي الدولي الثاني لقسم الإعلام ((المجتمع العربي وشبكات التواصل في عالم متغير) (سلطنة عمان: جامعة قابوس ،2017م)، ص30.

في حين حذرت مجموعة أخرى من الباحثين من التعميم وضرورة الحذر، حيث إن فعل الجريمة تتحكم فيه عدة عوامل اقتصادية واجتماعية وشخصية ونفسية وتربوية ودينية..

وتعد الوقائع والإحداث التي تخرج عن المعهود والمألوف مادة مهمه لوسائل الإعلام فالإثارة والغرابة والجريمة والعنف كلها مواد تستقطب جمهور القراء والمستمعين والمشاهدين فوسائل الإعلام تبحث على ما يشبع جمهورها بغض النظر عن الانعكاسات والنتائج، فالجريمة والانحراف مادة تستقطب الجمهور بعدة اعتبارات وأسباب منها الفضول ومنها شخصية الملتقي ومنها العادة حيث نلاحظ هنا إن وسائل الإعلام الجماهيري استطاعت إن تغرس قيماً معينة عند الجمهور[1].

وتغطية العنف والإثارة والجريمة في وسائل الإعلام المختلفة هي عملية إعادة بناء الواقع وفق مصالح وأهداف معينة كما إن القيم الإخبارية بصفة عامة هي أليات ومعاير تحددها القيم التجارية والمالية والسياسية في المجتمع. من اجل استقطاب أكبر عدد من الجمهور لزيادة المبيعات والإعلانات.

ولعل من بين العوامل التي دفعت العلماء والباحثين إلى دراسة علاقة وسائل الاتصال بجماهيرها انبثاق مشكلات اجتماعية كالعنف والجريمة وقدرة وسائل الاتصال على القيام بأدوار اجتماعية كالتعليم والتهذيب وتغيير الاتجاهات. وان زحمة الصور والأخبار والقنوات جلبت معها المساوئ واحتوائها على نسب مرتفعة من صور العنف وأشكاله تلك الصور التي ما برحت تظهر في أكثر أوقات البث معتمدة على الإثارة التي يولدها العنف في نفوس المشاهدين [2].

العلاقة بين مضامين الأثارة والميل إلى التقليد:

أكدت العديد من الرؤى العلمية إن هنالك علاقات ارتباطية بين التعرض لمضامين العنف والجريمة في وسائل الإعلام والسلوك العدواني عند الأفراد ومنها نظرية إثارة الحوافز العدوانية التي تؤكد إن التعرض لحافز أو مثير عدواني يفرز الإثارة السيكولوجية عند الفرد وهذه الإثارة بإمكانها من زيادة احتمالات قيام الفرد بتصرف عدواني ومشاهدة العنف والجريمة والعدوان تزيد من العدوان في الحياة العملية لدى عدد كبير من الناس [3].

ويرى (كلابر) إن مجرد التعرض إلى مظاهر الجريمة والعنف في وسائل الإعلام لا يؤدي بالضرورة إلى ارتكاب الجريمة الأعلى الأشخاص ذوي القابلية النفسية والسيكولوجيا للعدوان قبل التعرض فتأتي هذه المضامين لتدعيم وتعزيز الاستعداد [4].

وتنطلق نظرية النمذجة (التعلم الاجتماعي) إن إفراد الجمهور في المجتمع بإمكانهم محاكاة سلوك العنف والعدوان من خلال ملاحظة الجريمة التي تقدم في وسائل الإعلام كما يمكنهم تعديل تصرفاتهم في ضوء الشخصيات

---

([1]) محمد قيراط، قضايا إعلامية معاصرة ، (الشارقة: مكتبة الفلاح للنشر ، 2011م) ص31.

([2])جابر سامي محمد، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث ، (الإسكندرية: دار المعرفة ، 2014م) ص62.

[3]( )Berhowitz&KH.Rogers(1986) Apriming EffecT, P.13.

([4] )klapper J.T (1960) the EffecT of mass communica Toin.

الشريرة، ويؤكد (باندورا) إن عملية التعلم تتم من خلال نماذج تتخذ كقدورة في سلوكها وان وسائل الإعلام تعد مصدراً جاهزا ومتاحاً وجذاباً لهذه النماذج[1].

بينما تنطلق نظرية التوحد من إن التقمص الوجداني في علاقاتها بوسائل الإعلام فهي تقوم على نظرية الاستنتاج في التقمص الوجداني ونظرية اخذ الأدوار في التقمص الوجداني وهي القدرة على إسقاط وتصور انفسنا في ظروف الأخرين وهذا ما يحدث عادة عندما يقلد الأطفال أبطالهم في أفلام الخيال وحتى في التصوير الواقعي للإعمال العدوانية وللجرائم فالكثير من تصرفاتنا تقوم انطلاق مما تعرضه وسائل الاتصال[2].

وتشيع المشاهد الدموية في أفلام الرعب ومشاهد القتلى أو ضحايا الانفجارات التي تعرضها بعض وسائل الإعلام وما تخلفه هذه الوسائل الإعلامية من أثر سيء مضر في المتلقي خاصة على ضفاف النفوس أو المرضى أو الأطفال.

الأداء الإعلامي العربي إزاء وظيفة الترفيه:

تتخذ نسبة كبيره من وسائل الإعلام العالمية الترفيه والتسلية ونشر المتعة المبتذلة المقبولة قاعده لعملها مما يسبب ضرراً لا يمكن تجاهله على حياة المتلقي الذي ينساق بوعي أو غير وعي منه مع هذه الوسائل الإعلامية التي تستهلك وقته وطاقته بأشياء ذات فائدة قليلة ، أو بغير فائدة أصلا، فالمتابع لما تبثه وتنشره نسبة كبيرة من وسائل الإعلام حول مواضيع الجمال والصحة والمسابقات والطرائف يصاب بالذهول من حمى ترويج مواد غير صحية ومعلومات غير صحية للحصول على الوزن والمظهر المثالي فهي مواضيع فيها الكثير من اللهو غير المبرر الذي يهدف إبعاد المتلقي عن احتياجاته الفعلية وإضاعة الوقت والاستخفاف ببعض المفاهيم والقيم والأعراف الاجتماعية المعتبرة وكذلك يسهم الاتجاه الترفيهي في الإعلام عند ارتفاع نسبته عن الحد المعقول بترسيخ الاتكالية والاعتماد على الحظ وفي مثل هذا الاتجاه ما لا يخفى من الإضرار الواقعة على عقل المتلقي ووقته وماله فالشرع والعقل مع والترويح الهادف الذي لا يترك في النفس ضرراً أو أثرا سلبياً فلا يتضمن فحشاً بكلمة أو صورة ولا يخدش الحياء والأخلاق[3].

ولعل من المهم التأكيد إن برامج الألعاب والمسابقات فهي الأردأ بين مجموع البرامج الترفيهية، حيث يغوص الكل في لعبة التسطيح القاتلة، وكل سؤال سخيف هو قيد جديد لعقل المشاهد وأخيرا تتكامل عمليات استغلال وإذلال الناس نفسياً وفكرياً ووضعهم في موضع المستعد لعمل أي شيء مقابل الحصول على المال أو الجائزة أو متعة اللحظة الراهنة من خلال البرامج الفكاهية التي هي أقرب إلى التهريج منها إلى الكوميديا [4].

وتتعامل المحطات الإعلامية مع التلفزة على أنها أداة لقتل الوقت وهي بالتالي لا تحترم عقل المشاهد العربي وتعتقد إن هؤلاء المشاهدين ملك لها والكثير من البرامج التي تعرض تحت شعار التسلية المحايدة والترويج هدفها

---

[1]( )Bandura priciples of Behaviour modifica Tionp.

([2]) السيد حسن عماد مكاوي، وليلى حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة ،(القاهرة: الدار المصرية اللبنانية ،2007م) ص83.

([3]) عدنان الدبسي، الإعلام الإسلامي في الأهداف والوظائف (دمشق: المكتبة العربية،2009م) ص13.

([4]) نهاوند القادري ، الإعلام الثقافي العربي وثقافة التربية ندوة الإعلام في جامعة دمشق حول الإعلام الفضائي العرب والعولمة ، نيسان 1990م ، ص15.

تحويل الأنظار عن القضايا الحساسة وتنويم القابلية النقدية للذهن وجعل الإنسان يستغرق في الحلم الخاص القائم على القناعة والصمت والاستهلاك بحيث يصبح الخيار الاستهلاكي بديلاً عن الخيارات كافة[1].

تؤكد الكثير من الدراسات الإعلامية إن الإعلام العربي لم يرتقي في مجال الترفيه إلى المستويات اللائقة بجمهور على درجة من الثقافة والوعي أحدها ضعف الموارد المادية المخصص له[2] فمتوسط مخصصات الدول العربية للثقافة والإعلام لا يتجاوز ١٪ من موازناتها وشهدت وظيفة الترفيه في الإعلام التلفزي العربي انعطافات خطيرة مارست تأثيراتها على أساليب أداء هذا الإعلام لوظيفته الترفيهية. ولعل من أهم هذه الانعطافات إن الأنماط الترفيهية في الإعلام التلفزي العربي والتي تشكل( ٥٠٪) من البرامج التلفزية جميعاً، والتي يتم استيراد ثلثيها من الخارج الطابع اللافت لها طغيان السطحية والاسفاف والابتذال على حساب الأصالة والجودة والقيم الجمالية الراقية، ولعل نظره عامه على البرامج الترفيهية ترينا إن معظمها يحمل إيحاءات جنسيه وذلك من خلال حشد نسبه كبيره من الفتيات الجميلات الصغيرات بحيث تحولت إلى شاشات للأنوثة يسيطر فيها شكل ودرجه أنوثه المرأة على كل شيء[3] وتكاد تقتصر صناعة الصورة في هذه التلفزات على وجود الفتيات التي تسعى لتفجير المكبوتات في مجتمع ذكوري "الموسيقى في خدمه الصورة أما المسلسلات فإنها تتوزع بين أمريكية ومكسيكية وهنديه قد تدور في أغلبيتها حول الغرام والانتقام يتماهى معها المشاهدون الذين يعيشون أوضاعا صعبه مع إبطالها.

شواهد تأثير مضامين العنف والجريمة على الشباب العربي:

تؤكد دراسة أجراها الباحث[4]بعنوان "العلاقة بين العنف الإجباري في الفضائيات والعنف الطلابي في الجامعات " دراسة ميدانية على طلاب الجامعات الحكومية الأردنية .

والتي شملت عينة عمدية حصصيه بواقع (360) مفرده من الذكور فقط (يرى الباحث إن موضوع العنف الجامعي محدد بهذا النوع الاجتماعي موزعين بالتساوي بين الجامعات الثلاث الحكومية (اليرموك ، الأردنية، مؤتة) ممثلة لأقاليم المملكة الأردنية الهاشمية الثلاث (الشمال ،الوسط الجنوب). لقناتي الجزيرة والعربية الفضائيتين بعد إجراء دراسة استطلاعية لها وبنت النتائج بما يخص أسباب سلوك العنف الطلابي جاءت فقرة (التأثر بمضامين الرسائل الإعلامية عبر الفضائيات والميل لتقليد مظاهر العنف التلفزيوني والإخباري المرتبة الأولى وبنسبة مئوية بلغت (53،8%) وبتكرار(204).

وبينت الأثار الوجدانية بسبب تعرضهم لمشاهد العنف الإخباري حيث جاءت فقرة (انعكست كثير من هذه المشاهد على سلوكي وتصرفاتي داخل الجامعة بنسبة (67،0%) وبتكرار (267).

---

(1) عروه النيروبيه، الإعلان التجاري المرئي: أحلام مؤجله ثمنها الاستهلاك ، صحيفة السفير ، العدد 1276 ، 2011م.
(2) نهوند القادري، مرجع سابق ، ص17.
(3) عمرو خفاجي ، مركز الأهرام للدراسات، صحيفة الحياة، شباط ، العدد10119 ، 1999م.
(4) علاء الدين احمد "العلاقة بين العنف الإخباري في الفضائيات والعنف الطلابي في الجامعات) دراسة ميدانية على طلاب الجامعات الحكومية الأردنية. بحث مشارك في المؤتمر العلمي الدولي الرابع لكلية الآداب واللغات جامعة جدارا، الأردن(اتجاهات معالجة القضايا المعاصرة في وسائل الإعلام)، 2017م، ص41.

خامساً: الوظيفة الإعلانية

تتحلى الوظائف الحيوية للتلفزة في إنتاج برامج إخبارية وتربوية وتثقيفية وترفيهية وان الإعلان الذي يعد مصدرا مالياً لا غنى عنه يجب أن لا يحول هذه التلفزة إلى مجرد وسيلة إعلانية بل أن يسهم في تحسين أداء التلفزة لتلك الوظائف الاجتماعية ، والقواعد الكمية المتعلقة بالكثافة الإعلانية في التلفزة والنوعية المرتبطة بمضمون المادة الإعلانية تحدد أن لا تتجاوز الكثافة الإعلانية ٢٠ ٪ من ساعة بث تلفزي واحدة أي أن زمن الإعلانات يجب أن لا يتجاوز ١٢ دقيقة في الساعة وثلاث ساعات ونصف تقريبا خلال ٢٤ ساعة من البث فيما تحدد تلك القواعد ضرورة أن لا يبدأ القطع الإعلاني للبث إلا بعد ٢٠ دقيقة على الأقل من بدء بث المادة الإعلانية بل توجب هذه القواعد منع القطع الإعلاني منعا باتا خلال بث برامج الأطفال ونشرات أخبار وبرامج إخبارية وبرامج دينية وبرامج وثائقية لا تزيد مدتها عن ٣٠ دقيقة، أما بالنسبة للأفلام الطويلة والأفلام التلفزية فيسمح بالقطع الإعلاني مرة وحداة خلال ٤٥ دقيقة.

وبما يتعلق بقواعد النوعية المرتبطة بمضمون المادة الإعلانية فهي أن تحترم الرسالة الإعلانية القيم الإنسانية ولا تتضمن إهانة أو تحقير للكرامة أو إهانة لجماعات دينية أو سياسية أو تشجيع الرسالة الإعلانية على اتباع سلوك يشكل خطر على صحته أو أمنه أو اللاإنسانية وتمنع الترويج لسجائر أو أي علاجات طبية لا يمكن الحصول عليها إلا بوصفة طبية إضافة إلى القناة التلفزيونية ملزمة بالإشارة صراحة أن المادة التي تبثها ذات طابع أعلاني [1].

الإعلان التلفزيوني العربي: ازدواجية المدون في التشريع والممارس في التطبيق

أثبتت دراسات السوق الأخيرة أن المؤسسات الاقتصادية لم تعد تنتج سلعة ثم تحاول ترويجها وتسويقها عبر الإعلان فحسب بل تعمل أيضا على صنع مستهلك مهيأ اجتماعياً ونفسيا وسلوكياً لتنفيذ استراتيجيتها على كل الأصعدة، وإسهام الإعلان التلفزي في صياغة عقليات وسلوكيات وقناعات مستجابة في البلدان المتطورة بأنظمة دفاعية متكاملة قائمة على تشريعات وقوانين وإجراءات حماية ورقابة تتضافر الدول والمجتمع المدني لوضعها موضع التطبيق صيانه لحقوق الناس والمجتمع.

ولعل من المهم بيان حقيقة أن القوانين الإعلامية عامة والإعلانية خاصة في البلدان العربية لا تشكل مرجعية يمكن الاستناد إليها في أي مقاربه علميه، لأن التعارض الحاصل بين المدون وبين الممارس على ارض الواقع هو اكثر عمقاً وشمولية من التعارض القائم بالنسبة لبقية القوانين السائدة في الدول العربية، ويؤكد الباحثين المتخصصين [2]، أن مجتمعاتنا العربية بحاجة ماسة إلى أنظمة دفاعية ذات طابع تشريعي ومؤسسي يفوق تلك الدول المتقدمة لأسباب عديدة أهمها أن الإعلان التلفزي العربي يمر بأطوار الاندفاع الكمي العشوائي نتيجة متغيرات اقتصادية وثقافيه وفكريه هبطت على مجتمعات عربيه غير مهيأة موضوعياً لهذا النشاط الإعلاني الفوضوي، إضافة إلى بحث فئات اجتماعية إلى ربح آني مضمون بعيداً عن هموم التنمية بل أن القائمين على صناعة الإعلان العربي ينتمون إلى ذات الفئات الاجتماعية القادمة من القاع أو يتنافسون على إرضاء تلك الفئات عن طريق طمس قيم حضارية وجمالية أصيلة لتعمم أنماطا حياتية مشوهة وسيئة التهجين، وكذلك تسرب المواد الإعلانية الأجنبية عبر شاشات التلفزة العربية بما لا يتلاءم مع خصوصية مجتمعاتنا ومع أعرافنا الإيجابية بما

---

([1]) فريال مهنا، الإعلان التلفزي والتشريعات في المجتمعات الراهنة، القاهرة: المجلة المصرية لبحوث الإعلام ،1999م) ص45.
([2]) المرجع نفسه ، ص45.

تحمله من أدوات أقناع بمفاهيم غربية مقحمة على السياق الحضاري العربي، والأمر المهم أن الدولة في العديد من المجتمعات العربية تسلك سلوك القطاع الخاص للحصول على أرباح الإعلان السريعة والسهلة متجاهلة بعض اهم مسؤولياتها الاجتماعية تجاه المجتمع متغافلة عن الضرر الذي تتعرض له جهود التكيف الاقتصادي مع معطيات العولمة وعن الأثار السلبية لهذه الهجمة الإعلانية لا سيما أن الجمهور التلفزي المتأثر بالرسالة الإعلامية ونفوذها يستقبل هذه الرسالة بسلبية خاليه من أي روح نقدية واعية.

الرسالة الإعلانية العربية طغيان الابتذال وفقدان قيم الأصالة:

اعتمدت الإعلانات في التلفزة العربية في ٥١% منها على حركة أجزاء الجسد دون النشاط المعلن عنه بما يشكل عناصر لا علاقة لها بهدف الإعلان سوى جذب ولفت انتباه المشاهد بكافة الوسائل بما فيها من مخاطبة الغرائز وأثارة السخرية من المرأة إلى جانب استخدام ألفاظ ذات تأثيرات و ذات إيحاءات خارجة عن الأدب أما في نصوص التعليق المصاحب للإعلان أو الغناء بشكل غير لائق [1].

وفيما يخص إعلانات الطفل فهي معظمها تقوم على تشجيع الاتجاهات المادية على حساب القيم الدينية وعلى حساب تقاليد وأعراف المجتمع كما إنها تغرس ثقافة الاستهلاك في الطفل وتشجع على تبديد الموارد على حساب أولويات التنمية [2].

ومن الملفت أن بعض الجهات المعنية في الدولة تبادر إلى استخدام أفلام إعلانية لتوعية الجمهور صحياً أو بيئياً واجتماعياً فتبثها التلفزات العامة جنبا إلى جنب وفي ذات الحزمة الإعلانية مما يؤدي إلى إن تهدر الدولة ليس فقط نفقات التوعية بل أوجه من الأنفاق الخدمي والتنموي وهو في المحصلة خسارة مادية ومعنوية، إما المجتمع فهو الخاسر الأكبر في المعادلة. إضافة إلا إن ثمة أنواع أخرى من الإعلانات المتلفزة تقدم الرجل بهلواناً أو راقصاً أو متنكراً بزي نسائي في قوالب فنية مبتذلة مضموناً وشكلاً وتحول ربة البيت إلى راقصة في المطبخ والطرقات أو أمرأه بليدة جاهلة ،وتحول الأطفال إلى مخلوقات ببغائية متخلفة وتبرز سلوكيات شبابية غريبة الطابع مصطنعة ومقتلعة في سياقاتها في مجتمعات الغرب، ولا شك إن هذه الأنماط من الأفلام الإعلانية العربية تلحق ضررا بالغاً في المجتمع، إذ تثبت في المخيال العربي صوراً اجتماعية وأسرية منحرفة وتغيب قيماً إيجابية وأصيلة للرجولة وتدمر جملة من الفضائل التي تتوحد مجتمعاتنا معها عبر المرأة[3].

والهدف من الترويج للثقافة الهابطة يكمن فقط في تحقيق النجاح التجاري للوسائل الإعلامية عن طريق الحصول على المزيد من الإعلانات لكن أيضا يلعب الترويج لهذه الثقافة تشجيع الاستهلاك، والتركيز الأساسي اليوم على التسلية ولذلك فان اهتمام الجمهور يتم توجيهه إلى موضوعات مثل الجنس والموضة والرياضة والموسيقى لذلك تسود العقلية التي تركز على الأشياء النسبية وبالتالي يتخلى الناس عن التفكير في القضايا الكبرى مثل الظلم والاستغلال ويدخل الجمهور في حالة عقليه سلبيه والناس سوف يضحكون بدلاً من إن يفكروا وهم لا يعرفون على ماذا يضحكون ولماذا توقفوا عن التفكير وسيصبح من السهل على الحكومات أن تسيطر على الجمهور من خلال مفهوم طغيان السرور.

---

(1) حنان يوسف ،صناعة الإعلام في العالم العربي ، (مصر: دار اطلس،2008م)،ص246.
(2) حافظ ياسين، المسؤولية الاجتماعية للإعلان في تلفزيون العراق، أطروحة دكتوراه ، كلية الإعلام جامعة بغداد،2005م ،ص83.
(3) فريال مهنا، مرجع سابق ص57.

## المبحث الثالث:المقاربة النظرية والنقدية

توصل الباحث إلى مقاربة نظرية ونقدية يمكن تشخيصها بعدة نقاط هي:

1. أن التقدم التقني والتكنلوجي والرقمي في وسائل الإعلام العربية لم يتوازن مع التقدم في مستوى المسؤولية الإعلامية والأخلاقية.
2. مساهمة وسائل الإعلام العربية في تكريس واسع التشرذم والتفكك وتسويق المفاهيم السلبية وتعرض ثوابتها للتغيير من جراء عوامل فكرية وأخلاقية.
3. تلوث مسارات السلوك الإتصالي لوسائل الإعلام العربي وتعطل فنون الأبداع للتعبير والدفاع عن المصالح العامة انعكست على مهنية وأخلاقيات الرسالة الإعلامية.
4. تستغل الكثير من وسائل الإعلام العربية الأحداث السياسية بما يخدم السلطة السياسية في تضليل الرأي العام بعد تداخل المال والسياسية وأصبحت البرامج الحوارية ذخيرة السياسيين للدعاية.
5. سيادة القيم التجارية والبحث عن الربح المادي لغالبية وسائل الإعلام العربية والابتعاد عن قيم المهنة الحقيقية.
6. غياب ثقافة الاستقصاء في الإعلام العربي جراء المناخ السياسي والقوانين والتشريعات أضافة إلى عدم إجادة وفهم هذا اللون الصحفي المهم بكل تفاصيله من قبل الصحفيين العرب.
7. يفتقر الإعلام العربي للصحافة العلمية والتي تسهم بتبسيط المعلومات العلمية المعقدة وتفسيرها للمتلقيين بما يسهم في أتخاذهم القرارات الصائبة والسديدة إزاء القضايا الإعلامية العلمية.
8. خلو منظومات الإعلام العربي من منصات تدقيق الحقائق لمحاربة المعلومات المضللة للرأي العام والمتوفرة بكثافة كبيرة في محتويات ومضامين الفضاء الإعلامي.
9. يسهم الإعلام العربي في كثير من مضامينه إفساد المنظومة القيمية والاجتماعية والثقافات الوطنية واختراق الخصوصية للفرد والمجتمع العربي وتنكر الأفراد لبعض التقاليد الاجتماعية والثقافية.
10. شيوع المشاهد الدموية ومضامين العنف ومظاهر الجريمة في محتويات الإعلام العربي مما أوجد محاكاة سلوكية لهذه الممارسات من قبل المتلقين بشكل عام والشباب على وجه الخصوص.
11. ترويج للغات الأجنبية وألفاظها ومصطلحاتها في الإعلام العربي مما أدى إلى غرابة الرسالة الإعلامية العربية وتهديد للغة العربية وفصاحتها وتراثها وأصولها.
12. تناقض الكثير من البرامج التلفزيونية واتجاهاتها مع واقع المجتمعات العربية، بل أنها تمثل تحدياً فكرياً وأخلاقياً لحملها قيم دافعية الانحراف وتثوير الغرائز والعدوانية الجنسية.
13. تتعامل الكثير من وسائل الإعلام العربية مع التلفزة على أنها أداة لقتل الوقت والاستغراق في عرض البرامج الكوميدية الأقرب إلى التهريج واللهو غير المبرر الذي يهدف إلى إبعاد المتلقي عن احتياجاته الحقيقية.

14. طغيان السطحية والإسفاف والابتذال على حساب الأصالة والجودة والقيم في تنفيذ مهمة الترفيه والسخرية والانتقاص من أفراد الأسرة والقدوات المجتمعية والنيل من الطبقات العاملة.

15. مارست وسائل الإعلام العربية سلوكاً على صناعة مستهلك مهيأ اجتماعيا ونفسياً وسلوكياً لتنفيذ استراتيجياتها عن طريق الاندفاع الكمي العشوائي للإعلان بعيداً عن هموم التنمية والوطنية المستدامة وتحقير للكرامة الإنسانية.

16. يعاني الإعلام العربي من اضطراب واضح في فهم المفاهيم الاتصالية والقيم والمعايير الإعلامية والمهنية وانعكاس ذلك على الممارسة التطبيقية وفق هذا المفهوم المغلوط.

### ❖ التوصيات:

يوصي الباحث بما يأتي:

1. إعادة النظر في القوانين والتشريعات ومراجعة المواثيق الأخلاقية وتطوير مدونات السلوك الصحفي بشكل متواصل، لأنها لم تعد تلبي حاجة غالبية الفنون الصحفية بشكل عام وحاجة الصحافة الاستقصائية على وجه الخصوص لتعزيز الأدوار الصحفية ومهامها وعودة الرأي العام المساند لها والمدافع عن حرياتها الذي فقد ثقته بها وتناقص احترامه لها وتكاد تصل إلى فقدان مبررات وجودها وشرعية بقاءها.

2. تعزيز وزيادة قدرة وسائل الإعلام العربية في التعبير عن حاجات التغيير والإصلاح في الواقع السياسي والاقتصادي والاجتماعي وإن تعي أنها تشكل السلطة الشعبية التي تبعد عن ضمير المجتمع.

3. التأكيد على ابتعاد الوسائل الإعلامية أن تكون منصات سياسية مدفوعة الثمن ودعاية رخيصة على حساب قيم المهنية والتوعية والإرشاد والتوجيه.

4. التوقف عن زيادة الاعتماد على المواد الإعلامية المستوردة والجاهزة أو التوجه نحو التقليد واستنساخ تجارب الأخرين بكل ما يحمله عمل من مساوئ مخاطر سياسية واجتماعية على المتلقي العربي والتأكيد على عالمية الثقافة العربية.

5. إشاعة الفلسفة العقلانية في الثقافة العربية والتمسك بقيود النحو البلاغية وتحقيق التواصل الفكري والثقافي عن الموروث العربي والإسلامي واعتبار التراث العربي تراثاً موحداً ومتواصلاً وحضارياً.

6. ضبط الكثير من المعلومات الدعائية الخادمة لأجندات غريبة ذات تبعيات سياسية واجتماعية وفكرية ثقافية معروفة وعدم الأفراط في استعمال المصطلحات الأجنبية بداعي الازدواجية اللسانية كونها في مهددات الهوية العربية ووجودها والكف عن نسخ التجربة الغربية التي أحدثت تصدع فكري بداعي الحرية.

7. الحيلولة دون انهيار المؤسسات الإعلامية التقليدية لحساب شبكات التواصل الاجتماعي التي صارت جزءاً أساسياً في الأدراك العقلي والشعوري والتمسك بدورها في المجتمعات المعاصرة.

8. دعم التنمية المستدامة كدافع من دوافع وجود الاتصال الجماهيري عن طريق البرامج الإعلامية المتخصصة والمعتمدة على أسس علمية ونفسية وإبقاء أولويات الجمهور وفق منظور وطني واقعي.

9. إيلاء أهمية في وسائل الإعلام العربية في الدفاع عن قضايانا الوطنية وثوابتنا التاريخية وقيمنا الأصلية يعتمد على التحليل والتفسير لمنظومة القيم التي تشكل الفرد والجماعة.

10. مواجهة ظاهرة العشوائيات الإلكترونية والمشاعات الرقمية المهددة لمصادر التنشئة المجتمعية جراء الفراغ التشريعي والبحثي في فضاء هذه الوسائط وانسحاب الدولة بدعوى الخصخصة.

11. السيطرة ومعالجة التضخم المفرط في إعداد الصحفيين والمؤسسات الإعلامية المنخرطين تحت لواء المهنة بشكل رسمي، وعدم السماح للشباب المتحمسين الطارئين على المهنة والمستعدين للقيام بكل شيء يحبه الجمهور والاعتماد على رؤية أكاديمية منهجية في إعداد جيل من الأكاديميين والصحفيين يرسخون لمبادئ المهنة الصحفية وفق معايير وضوابط القيم الاتصالية.

## ❖ مصادر ومراجع البحث العربية:


1- ابتهاج القاضي ، تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية ، رسالة ماجستير ، جامعة المشرق ، 2001م.
2- احمد حجازي، العولمة وتهميش الثقافة الوطنية، مجلة عالم الفكر، الكويت، 2018م المجلد 28.
3- احمد حمود مفضي، اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد، دراسة ميدانية ، جامعة اليرموك ، الأردن 2017م.
4- احمد مطلوب ،الحركات المناوئة لوحدة الثقافة العربية، ورقة قدمت إلى وحدة الثقافة العربية وصمودها بوجه التحديات، بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها المجمع العلمي العراقي بمشاركة المنظمة العربية للتربية والثقافة ، ط 2، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية 1997م.
5- أمال عذري ، برنامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية وتأثيرها على قيم وسلوك المراهقين ، رسالة ماجستير ، جامعة الجزائر ، 2010م.
6- البحث عن قيم الصحافة في العصر الرقمي ، مقال افتتاحي منشور في مجلة الصحافة ، معهد الجزيرة للإعلام ، 2023م ، متاح على: hTTp://insTiTuTe.aljazeera.neT/ar/ajr تمت الزيارة:2023/1/25م
7- برهان غليون، اغتيال العقل،(القاهرة: مكتبة مدبولي ، 1999م).
8- جابر سامي محمد، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث ، (الإسكندرية: دار المعرفة ، 2014م).
9- حافظ ياسين، المسؤولية الاجتماعية للإعلان في تلفزيون العراق، أطروحة دكتوراه ، كلية الإعلام جامعة بغداد،2005م.
10- حنان يوسف ،صناعة الإعلام في العالم العربي ، (مصر: دار اطلس، 2008م).
11- حياة الحريري، الإعلام ورهان السياسة ورأس المال، مجلة الصحافة ، معهد الجزيرة للإعلام ، 2023م. متاح على: hTTp://insTiTuTe.aljazeera.neT/ar/ajr
12- خالد القاسم، العولمة وأثرها على الهوية، موقع الإسلام اليوم، 2006م.
13- خبرة الشبياني ، هل ابتلعت وسائل الأتصال الحديثة اشكال الثقافة التعليمية ، متاح على : http//afkalronline/orq/Arabic/archive تمت الزيارة 2023/1/7م.
14- رحيمه عسياني، مدخل إلى الإعلام والاتصال، القاهرة: دار الكتب،2004م.
15- زايد محمد، كورونا المستجد يوفر بيئة خصبة ل((وباء المعلومات)) ، مجلة للعلم، النسخة العربية ، 2023م . متاح على: scienTificamerican.com ، تمت الزيارة: 2023/1/23م.
16- سامح حسانين عبد الرحمن، الوظيفة الرقابية للصحافة الاستقصائية خلال مرحلة التحول الديمقراطي في مصر دراسة تطبيقية، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري ، جامعة القاهرة ، مجلد3 ، العدد1 ، 2014م.

17- سعد العباسي، صراع العولمة الثقافية وسبل الحفاظ على الهوية العربية ،(الجزائر: مكتبة الفارس، 2015م).
18- السيد حسن عماد مكاوي، وليلى حسين ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ،(القاهرة: الدار المصرية اللبنانية ،2007م).
19- صباح ياسين، الإعلام النسق القيمي وهيمنة القوة، (لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية ، 2017م).
20- عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، سلسلة كتب المستقبل العربي (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2003م).
21- عبد المجيد شكري، فن الترجمة الإعلامية في وسائل الاتصال الجماهيري ، (القاهرة: دار الفكر ، 2004م).
22- عدنان الدبسي، الإعلام الإسلامي في الأهداف والوظائف (دمشق: المكتبة العربية،2009م).
23- عروه النيروبية، الإعلان التجاري المرئي: أحلام مؤجله ثمنها الاستهلاك ، صحيفة السفير ، العدد 1276 ، 2011م.
24- علاء الدين احمد العلاقة بين العنف الإخباري في الفضائيات والعنف الطلابي في الجامعات- دراسة ميدانية على طلاب الجامعات الحكومية الأردنية. بحث مشارك في المؤتمر العلمي الدولي الرابع لكلية الآداب واللغات جامعة جدارا، الأردن، اتجاهات معالجة القضايا المعاصرة في وسائل الإعلام، 2017م.
25- علاء الدين احمد خليقة" ازمة الهوية والخصوصية في برامج تلفزيون الواقع واغتراب واقع الشباب الجامعي العربي" بحث مشارك في المؤتمر العلمي الدولي الثاني لقسم الإعلام ، المجتمع العربي وشبكات التواصل في عالم متغير، سلطنة عمان: جامعة قابوس ،2017م.
26- علي عبد العزيز الجرجاني، الوساطة بين المتنبي وخصومه، تحقيق محمد أبو الفضل إبراهيم وأخرون (بيروت: المكتبة العصرية ، 2004م).
27- علي ليله، الثقافة القومية ومواجهة العولمة، (باريس: اليونسكو، 2003م).
28- عمرو خفاجي، مركز الأهرام للدراسات، صحيفة الحياة، شباط ، العدد010119 ، 1999م.
29- عيسى عسلون ، خصوصيات تلفزيون الواقع ، (تونس: مجلة الإذاعة والتلفزيون ، 2005م).
30- فارس ابو خليل، وسائط الإعلام بين الكبت وحرية التعبير،(عمان: دار أسامة ، 2015م).
31- فريال مهنا، الإعلان التلفزي والتشريعات في المجتمعات الراهنة، (القاهرة: المجلة المصرية لبحوث الإعلام ،1999م).
32- ليلى عبد المجيد ، الأجندة الإخبارية ، مجلة عالم الفكر ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، الكويت ، مجلد 23 ، كانون الأول 1994م.
33- محمد الشرافي، المعيقات الجوهرية للصحافة الاستقصائية، رسالة ماجستير غير منشورة، ، جامعة فلسطين 2021م.
34- محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003م).
35- محمد عبد الباسط، الإعلام الفضائي والهوية الثقافية، (القاهرة: دار المعرفة، 2013م).
36- محمد قيراط، قضايا إعلامية معاصرة ، (الشارقة: مكتبة الفلاح للنشر ، 2011م).
37- مصعب الشواكية، أسباب تعصر الصحافة الاستقصائية في العالم العربي، مقال صحفي، مجلة الصحافة ، معهد الجزيرة للإعلام، 2023م. متاح على: http://institute.aljazeera.net/ar/ajr تمت الزيارة 2023/1/28.
38- المنصف العياري، ظاهرة تلفزيون الواقع وامتدادها في التلفزيونات العربية، (تونس: مكتبة فائق، 2013م).
39- نهاد الموسى ، الثنائيات في قضايا اللغة العربية من عصر النهضة إلى عصر العولمة، (الأردن: دار الشروق، 2003م).

40- نهاوند القادري ، الإعلام الثقافي العربي وثقافة التربية ندوة الإعلام في جامعة دمشق حول الإعلام الفضائي العرب والعولمة ، نيسان 1990م.
41- هاني إبراهيم عاشور المصطلحات الأجنبية والعامية في الإعلام في معايير النقد اللغوي، ورقة بحثيه مقدمة لمؤتمر كلية الإعلام الجامعة العراقية (التحديات الفكرية في النتاج الإعلامي)، 2019م.
42- هبة حسين، واقع وتحديات الصحافة العلمية في العالم العربي ، (القاهرة: الجامعة الأمريكية ، 2022م).
43- هبه شاهين، دور تلفزيون الواقع في تشكيل الصورة الذهنية، (القاهرة: مكتبة مدبولي ، 2010م ).

❖ المصادر المترجمة إلى اللغة الإنكليزية:

1- Abdul Majeed Shoukry, The Art of Media Translation in Mass Communication, Cairo: Dar Al-Fikr, 2004.

2- Abdul Rahman Ezzi, Studies in Communication Theory: Towards Distinguished Media Thought, The Arab Future Books Series, Beirut: Center for Arab Unity Studies, 2003.

3- Adnan Al-Dabsi, Islamic flags in goals and functions (Damascus: The Arab Library, 2009 AD).

4- Ahmad Hammoud Mufdi, Kuwaiti Journalists' Reliance on Twitter as a Source of Information on Corruption Cases, a field study, Yarmouk University, Jordan 2017.

5- Ahmed Hijazi, Globalization and Marginalization of National Culture, World of Thought Magazine, Kuwait, 2018, Volume 28.

6- Ahmed Wanted, Movements Against the Unity of Arab Culture, a paper presented to the Unity of Arab Culture and its Resilience in the Face of Challenges, Research and Discussions of the Intellectual Symposium organized by the Iraqi Scientific Academy with the participation of the Arab Organization for Education and Culture, 2nd Edition, Beirut: Center for Arab Unity Studies 1997 AD.

7- Aladdin Ahmed Khaliqa, "The Crisis of Identity and Privacy in Reality TV Programs and the Alienation of the Reality of Arab University Youth," a research participant in the Second International Scientific Conference of the Department of Information ((Arab Society and Communication Networks in a Changing World) (Sultanate of Oman: Qaboos University, 2017).

8- Aladdin Ahmed, "The Relationship between News Violence in Satellite TV and Student Violence in Universities) A field study on students of Jordanian public universities. Participant research in the Fourth International Scientific Conference of the Faculty of Arts and Languages, Jadara University, Jordan (Trends in addressing contemporary issues in the media), 2017 AD .

9- Ali Abdel Aziz Al-Jarjani, Mediation between Al-Mutanabi and his opponents, investigated by Muhammad Abu Al-Fadl Ibrahim and others (Beirut: Al-Maktaba Al-Asriyya, 2004 AD).

10- Ali Layla, National Culture and Confronting Globalization, (Paris: UNESCO, 2003).

11- Al-Mounsif Al-Ayari, The Reality TV Phenomenon and its Extension in Arab Televisions, (Tunisia: Faiq Library, 2013 AD).

12- Al-Shabiani's experience, have modern means of communication swallowed up the forms of educational culture, available at

13- Amal Adhari, Reality TV Program on Arab Satellite Channels and its Impact on the Values and Behavior of Adolescents, Master Thesis, University of Algiers, 2010.

14- Amr Khafagy, Al-Ahram Center for Studies, Al-Hayat newspaper, February, Issue 010119, 1999 AD.

15- Burhan Ghalioun, Assassination of the Mind, (Cairo: Madbouly Library, 1999 AD).

16- Fares Abu Khalil, The Media between Repression and Freedom of Expression, (Amman: Osama House, 2015 AD).

17- Ferial Muhanna, Television Advertising and Legislation in Current Societies, (Cairo: The Egyptian Journal of Media Research, 1999).

18- Hafez Yassin, Social Responsibility for Advertising on Iraq TV, Ph.D. thesis, College of Information, University of Baghdad, 2005.

19- Hanan Youssef, Media Industry in the Arab World, (Egypt: Dar Atlas, 2008).

20- Hani Ibrahim Ashour, Foreign and Colloquial Terms in the Media in Standards of Linguistic Criticism, a research paper presented to the conference of the College of Mass Communication, the Iraqi University (Intellectual Challenges in Media Production), 2019.

21- Hayat Al-Hariri, Media and the Bet of Politics and Capital, Al-Sahafa Magazine, Al-Jazeera Media Institute, 2023 AD. Available at:

22- Heba Hussein, The Reality and Challenges of Scientific Journalism in the Arab World, (Cairo: American University, 2022 AD).

23- Heba Shaheen, The Role of Reality Television in Shaping the Mental Image, (Cairo, Madbouly Library, 2010 AD).

24- http://afkalronline/orq/Arabic/archive. Visited 7/1/2023 AD.

hTTp://insTiTuTe.aljazeera.neT/ar/ajr

25- Ibtihaj Al-Qadi, Reality TV and the Spreading of Consumer Culture, Master Thesis, University of the Levant, 2001.

26- Issa Asloun, The Specifics of Reality TV, (Tunisia: Radio and Television Magazine, 2005).

27- Jaber Sami Muhammad, Mass Communication and Modern Society, (Alexandria: Dar Al-Maarifa, 2014 AD).

28- Khaled Al-Qasim, Globalization and its impact on identity, Islam Today website, 2006 AD.

29- Laila Abdel-Majeed, The News Agenda, Alam Al-Fikr Magazine, Council for Culture, Arts and Literature, Kuwait, Volume 23, December 1994 AD.

30- Mohamed Abdel Basset, Space Media and Cultural Identity, (Cairo: Dar Al-Maarifa, 2013 AD).

31- Mr. Hassan Emad Makkawi, and Laila Hussein, Communication and its Contemporary Theories, (Cairo: The Egyptian Lebanese House, 2007 AD).

32- Muhammad Al-Sharafi, Fundamental Obstacles to Investigative Journalism, an unpublished master's thesis, University of Palestine 2021.

33- Muhammad Hossam El-Din, The Social Responsibility of the Press, (Cairo: The Egyptian Lebanese House, 2003 AD).

34- Muhammad Qirat, Contemporary Media Issues, (Sharjah: Al-Falah Bookshop for Publishing, 2011).

35- Musab Al-Shawakia, Reasons for Modernizing Investigative Journalism in the Arab World, press article, Al-Sahafa Magazine, Al-Jazeera Media Institute, 2023. Available at http://institute.aljazeera.net/ar/ajr accessed 28/1/2023.

36- Nahawand Al-Qadri, Arab cultural media and the culture of education. Media symposium at Damascus University on Arab space media and globalization, April 1990.

37- Nihad Al-Mousa, Dualities in the Issues of the Arabic Language from the Renaissance to the Age of Globalization, (Jordan: Dar Al-Shorouk, 2003 AD).

38- Rahima Assyani, Introduction to Media and Communication, Cairo: Dar Al-Kutub, 2004.

39- Saad Al-Abbasi, The Conflict of Cultural Globalization and Ways to Preserve Arab Identity, (Algeria: Al-Faris Library, 2015 AD).

40- Sabah Yassin, Media, the Value System and the Dominance of Power, (Lebanon: Center for Arab Unity Studies, 2017 AD.

41- Sameh Hassanein Abdel Rahman, The Oversight Function of Investigative Journalism During the Democratic Transformation Phase in Egypt, An Applied Study, The Egyptian Journal of Mass Communication Research, Cairo University, Volume 3, Issue 1, 2014 AD.

42- Searching for Journalism Values in the Digital Age, an editorial article published in Al-Sahafa Magazine, Al Jazeera Media Institute, 2023 AD, available at: hTTp://insTiTuTe.aljazeera.neT/ar/ajr Visited: 1/25/2023 AD

43- Urwa, Nairobi, Visual Commercial Advertising: Dreams Deferred The Price of Consumption, As-Safir Newspaper, Issue 1276, 2011.

44- Zayed Mohamed, The new Corona provides a fertile environment for ((the information epidemic)), Journal of Science, Arabic version, 2023 AD. Available at: scienTificamerican.com, accessed: 23/1/2023.

ثالثاً: المراجع باللغة الانكليزية:

1. Berkowitz & KH. Rpgers , 1985 , Apriming Effect.
2. F. Balle "Medias etsociete" paris , 1999.
3. GADonohue. etal "Aguarddog perspective on the role of media, 2007.
4. J.stoetzel " function de la press" Etudes de press, 2007.
5. Klapper Jit ( 1960) The Effect of mass communi cation Bandura priciples of Behaviour mo difiation.
6. Nicholas oshaughnoy. (The marketing of political marketing European journal of political marketing 2013).

P. Albert " Lapresse" Encylopoche Larousse. Paris, 2007