

# دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية

الأستاذة : نصيرة صبيات

كلية علوم الإعلام والاتصال

جامعة الجزائر 03

## مقدمة

تحتل دراسات الاتجاهات والصور التي تشكلها وسائل الإعلام لدى جماهيرها باهتمام الباحثين ومراكز الدراسات الإستراتيجية، لمعرفة أبعادها وتأثيراتها سلبا وإيجابا، فما تناولته وسائل الإعلام في تغطياتها للأحداث، وما تتضمنه من تأييد أو معارضة يشكل صورا ذهنية ومواقف لدى الرأي العام.

من هذا المنطلق شهدت العقود الأخيرة من القرن العشرين انتشارا واسعا لمفهوم الصورة الذهنية في إطار الدراسات السياسية والاجتماعية وعلى نحو خاص الدراسات المتعلقة بالاتصال، وكان لهذا النمو ارتباط كبير بالأهمية التي كشفت عنها تلك الدراسات حول الدور الذي تؤديه الصورة في صياغة وتوجيه العلاقة بين أفراد المجتمع الواحد أو حتى ما بين الأمم والشعوب.

وضمن هذا السياق يتناول هذا المقال إشكالية تكوين الصورة الذهنية في وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها من خلال تقديم مجمل التعاريف الخاصة بمفهوم الصورة الذهنية، وتحديد أهمية دور وسائل الإعلام في تكوين صورة نمطية مقولبة (stéréotype) لدى القارئ بالاتصال، والتي غالبا ما تتسم بالسلبية والإثارة على حساب المادة الإعلامية.

## 1- ماهية الصورة الذهنية

يعتبر الجدل الذي أثارته الصورة الذهنية مشكلة لم يتم التوصل إلى حل لها لغاية اليوم وأكثر ما يختلف حوله في موضوع الصورة الذهنية تقدم تعريف محدد ودقيق لها بالرغم من التعريفات العديدة التي قدمها الكثير من الباحثين على اختلاف تخصصاتهم العلمية والفكرية، فالمصطلح رغم شيوعه "يحمل بداخله كثيرا من المشكلات المنهجية والإشكالية النظرية" على حد قول الباحث أيمن منصور ندا.<sup>1</sup>

## أ- الصورة الذهنية لغة

نبدأ سلسلة التعاريف المقدمة للصورة الذهنية من مفهومها اللغوي كما جاء في المعاجم اللغوية إذ يشير هذا المعنى والذي يعبر عنه بكلمة image في اللغة الفرنسية والإنجليزية مع اختلاف في نطقها وفق لغة كل منهما إلى "المحاكاة والتمثيل" إذ يعرف المعجم العربي الأساسي الصورة بأنها "هي كل ما يَصَوَّر.. فصورة الشيء هي خياله في الذهن والعقل".<sup>2</sup>

وفي المورد يشير المصطلح إلى " الصورة أو الإنطباعية الذهنية".<sup>3</sup>

وجاء في معجم المصطلحات الإعلامية أن مصطلح (image) "تقابه في اللغة العربية ثلاثة ألفاظ هي: فكرة ذهنية، صورة، انطباع، وقد تكون صورة لشيء أو لشخص في ذهن انسان أي فكرته التي كوّنّها عن ذلك الشخص وصورته التي رسمها له في ذهنه أي انطباعه عنه".<sup>4</sup>

وبالرغم من أن هذا المصطلح لم يرد في قواميس اللغة العربية إلا أن العرب سبق وأن استخدموه في بعض كتاباتهم وفقاً لمعناه في موسوعات علم النفس الحديثة ومعاجم اللغة الإنجليزية حيث يقول ابن خلدون في معرض تفريقه بين البنية اللغوية والبنية الأسلوبية في مقدمته "أن الأسلوب يرجع إلى صورة ذهنية للتراكيب المنتظمة كلية باعتبار انطباقها على تركيب خاص، وتلك الصورة ينتزعها الذهن من أعيان التراكيب وأشخاصها ويصيرها في الخيال كالقالب أو المنوال، ثم يتتقى التراكيب الصحيحة عند العرب باعتبار الإعراب والبيان فيرصّها فيه رصّاً كما يفعل البناء في القالب والنسّاخ في المنوال".<sup>5</sup>

أما معجم وبستر فيعرف الصورة بأنها "تصور عقلي شائع بين أفراد جماعة معينة، يشير إلى اتجاه هذه الجماعة نحو شخص معين أو شيء بعينه".<sup>6</sup>

وطبقاً للقاموس الأمريكي (common american dictionary) فالصورة الذهنية هي "محاكاة صناعية أو إعادة تقديم الشكل الخارجي لأي شيء وبشكل خاص للأفراد".<sup>7</sup>

وتعود كلمة (image) إلى أصل لاتيني هو (imago) المتصلة بالفعل (limitary) والذي يعني "يحاكي أو يماثل".<sup>8</sup>

وعرّف قاموس علم النفس الاجتماعي الصورة الذهنية على أنها "تمثيل عقلي مجرد لموضوع أو فئة معينة من الموضوعات، وعلى الرغم من أن الصورة الذهنية تقوم على الإدراكات السابقة فهي لا تمثل انعكاسات بسيطة والمقصود بذلك أنه يحدث في بعض الأحيان تركيز على جوانب معينة من هذه الإدراكات واستبعاد أو نسيان جوانب أخرى وإعادة تفسير

جوانب ثلاثة عند تنظيم الصورة الذهنية، على أنه ليس ضروريا أن تقوم الصورة على الإدراك المباشر للموضوع، وإنما يمكن أن تعتمد على المصادر غير المباشرة للمعلومات وتتأثر بالخيال، كما أنه قد تكون مرئية أو مسموعة أو ملموسة أو لفظية أو جامعة لأكثر من جانب من هذه الجوانب، وبغض النظر عن نموذج الصورة الذهنية فإن اللغة لها أهمية خاصة عند تركيبها، لأنها تشكل الإدراكات الأصلية التي تقوم عليها، كما أنها توفر في نفس الوقت وسائل تذكرها".<sup>9</sup>

#### ب- الصورة الذهنية اصطلاحا

أما بخصوص مفهومها الاصطلاحي يشير كينث بولندج في تعريفه للصورة الذهنية إلى أنها تتكون من "تفاعل معرفة الإنسان بالعوامل التالية :

- المكان الذي يعيش فيه الفرد وموقعه من العالم الخارجي

- الزمان والمعلومات التاريخية للحضارة الإنسانية

- العلاقات الشخصية وروابط الأسرة والأصدقاء

- الأفعال المرتبطة بعالم الطبيعة والخبرات المكتسبة حيالها

- الأحاسيس والمشاعر والإنفعالات".<sup>10</sup>

ويضيف في شأنها "إن الصورة الذهنية لا تتضمن كل أجزاء الشيء المتصور، وإنما تتضمن المفاهيم والإدراكات المفصلة للحقيقة".<sup>11</sup>

ويعرف هولستي (holsti) الصورة بأنها "مجموعة معارف الفرد ومعتقداته في الماضي والحاضر والمستقبل التي يحتفظ بها الفرد وفقا لنظام معين عن ذاته، وعن العالم الذي يعيش فيه".<sup>12</sup>

وعرف Kurt الصورة الذهنية بناء على آلية تشكلها "فالصورة بنية اجتماعية تنتج عن التأثير التراكمي لعمليات الإتصال الفعالة والمستمرة في المجتمع، فهي تعد إحدى الخبرات المشتركة بين أفراد المجتمع الواحد".<sup>13</sup>

وعرف w.wagner الصورة من خلال تقديم توصيف لها بناء على المكونات التي تتألف منها، وطبيعة العلاقة بين هذه المكونات، فعرف الصورة على أنها "تركيب أو بناء مكثف تبدو فيه الأفكار والتفسيرات الممكنة مؤلفة كلاً واحداً، وهذا التركيب أو البناء يسمح بإدراك وفهم العلاقات المعقدة داخل ذلك الكل في وحدة واحدة دون فصل أو عزل لأي عنصر من العناصر المؤلفة له وإلا فقدت خاصيتها الكلية".<sup>14</sup>

أما الصحفي الأمريكي بيتر ليمان P. lipman الذي كان أول من استخدم هذا اللفظ في كتابه "الرأي العام"، فاتحا بذلك مجالاً لمثل هذه الدراسات فقد عرّف الصورة الذهنية على أساس مكوّناتها وأسباب تشكّلها "إن كل شخص يصنع بيئته من تصورات، ومن صنع خياله، وبالرغم من أن الناس يعيشون في عالم واحد إلا أنهم يفكرون ويشعرون كما لو كانوا في عوالم مختلفة، ويكون الفرد صوراً ذهنية نتيجة لتفاعله مع البيئة الحقيقية، وبالتالي تختلف الصور الذهنية من شخص لآخر لأن خيرة كل فرد لا يمكن أن تتشابه مع خيرة الأفراد الآخرين، ومن ثم فإن كل فرد يشرح ويفسر خيرته في ضوء تجاربه وخيراته التي يظل يكتسبها بامتداد حياته".<sup>15</sup>

وتركز بعض التعريفات الأخرى على الجانب الوظيفي للصورة الذهنية وهو ما تبناه الباحث "باونس" الذي عرّفها بأنها "انطباعات ثابتة لا تؤثر فيها الأحداث المتغيرة، وهي ذات محتوى غاية في البساطة حيث لا تحتوي إلا على العناصر المتميزة للموضوع، وهي تعد أحد شروط تكوين المعتقدات والاتجاهات".<sup>16</sup>

ويذهب ميتشيل وديفيلير إلى تحديد معنى الصورة الذهنية في إطار قيم الاحتكاك الناتج بين الأمم "إن صورة الأمم، أي الصورة التي تكوّنها أمة عن أمة أخرى ليست حاصل توحيد أو تجميع لصورة الأمم التي يمثلها كل فرد من أفراد هذه الأمة عن أمة أخرى.. ويتم تحديد الصورة داخل الأمة عبر فترة اتصال تطور الأجيال اللاحقة، وقد لا تكون الصورة موحدة داخل الأمة.. وفي أبعد الاحتمالات يمكن أن توجد أيضاً داخل الشعب الواحد مواقف متباينة تجاه شعب آخر".<sup>17</sup>

والصورة الذهنية عند س. ماراندوم (s. marandom) هي كل ما في الذهن عن ذلك الشعب المدروس".<sup>18</sup>

#### – مفهوم الصورة الذهنية عند الباحثين العرب

وينحو بعض الباحثين العرب إلى تبسيط المفهوم أكثر من خلال اعتبار الصورة مجرد "تصور ذهني قد يكون حقيقة صادقة أو وهماً باطلاً".<sup>19</sup>

وهو نفس ما ذهبت إليه الباحثة نادية سالم حيث اعتبرتها "كيفية تصور مجتمع لمجتمع آخر سواء أكان هذا التصور يعبر عن الحقيقة ويعكس الصفات الواقعية للإلتصاء إلى ذلك المجتمع أو أنه يخضع لعملية تشويه متعمدة أو غير متعمدة".<sup>20</sup>

وللارتباط الوثيق بين الصورة الذهنية التي يكوّنها الناس وبين مطالبهم واهتماماتهم يرى الباحث حسين محمد علي أن "الصورة الذهنية صورة رمزية تتجمع فيها احتياجات الجماهير ومطالبها واهتماماتها وتطلعاتها والرغبة القادرة على الوفاء للجماهير بكل هذا وأكثر منه، وهذه الصورة لا يمكن أن تتشكل بين يوم وليلة إذ أن مادتها ترسب في العقول قطرة قطرة، كما أنها ليست ترجمة لأفعال وسلوك أي منظمة أو مؤسسة وأقوال المسؤولين عنها بقدر ما هي ترجمة لردود الفعل التي تحدثها الأفعال وتلك الأقوال".<sup>21</sup>

ويؤكد صلاح الدين محمد كامل "أن الصورة الذهنية التي يكوّنها الناس قد تكون حسنة وقد تكون سيئة، وذلك بالإعتماد على ماي صل إليهم من معلومات ومعارف وخبرات، فالصورة الذهنية تعني مجموعة الأفكار والمعتقدات والأحاسيس التي تتكون في عقل ووجدان الجماهير تجاه قضية أو منظمة أو فكرة أو شخص، وهي تتبادر إلى الذهن عند ذكر اسمها لتعطي فكرة معينة أو مفهوما عاما عنها قد يكون طيبا أو سيئا، وتتكون هذه الصورة مما يستقيه الفرد من وسائل الإعلام وما اكتسبه من معارف ومعلومات وخبرات حول هذه القضايا أو الأفكار أو المنظمات أو الأفراد".<sup>22</sup>

وتركز بعض التعريفات الأخرى على الجانب الوظيفي للصورة الذهنية من خلال التأكيد على أنها "انطباعات ثابتة لا تؤثر فيها الأحداث المتغيرة وهي ذات محتوى غاية في البساطة حيث لا تحتوي إلا على العناصر المتميزة للموضوع، وهي تعد أحد شروط تكوين المعتقدات والاتجاهات".<sup>23</sup>

وهي أيضا "السمات الشائعة الثابتة التي تأخذ شكل العقيدة العامة الجماعية، والتي تصاغ على غير أساس علمي أو موضوعي تأثرا بأفكار متعصبة تتسم بالتبسيط".<sup>24</sup>

وليس بعيدا عن هذا المفهوم عرّف الباحث علي عحوة الصورة الذهنية من خلال العوامل التي تسهم في تشكيلها وتأثر عوامل التشكيل بالعواطف والاتجاهات فالصورة عنده هي: "النتائج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد والجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنة معينة أو أي شئ آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا صادقا ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها".<sup>25</sup>

وركزت آمال كمال طه في تعريفها للصورة الذهنية على آلية تشكيل الصورة، وعوامل تكوينها والعوامل المؤثرة فيها وأهم سماتها فقد عرفت الصورة بأنها "تمثل منتجا لهايا لكل ما اختزنه العقل وقام بتمثيله من معلومات ومعارف وخبرات ومعتقدات وآراء واتجاهات وسمات متصلة بفرد أو مؤسسة أو دولة أو موضوع أو قضية، وأن هذا المنتج يؤثر فيه مجموعة من المتغيرات منها طبيعية موضوع الصورة وسمات الشخص مدرك الصورة وخبراته وتجاربه وثقافته والسياق السياسي والثقافي والاجتماعي والتاريخي المحيط به، كما أن الصورة تتسم بالذاتية والبعد عن الواقع والإختلاف عن الحقيقة، والتركيز على بعض السمات دون غيرها، كما تتسم بالثبات النسبي ومحدودية التغيير".<sup>26</sup>

وهو نفس ما ذهب إليه الباحث سليمان صالح في تعريفه لها بأنها "مجموعة السمات والملامح التي يدركها الجمهور، ويبنى على أساسها مواقفه واتجاهاته نحو المنظمة أو الشركة أو الدولة أو الجماعة، وتتكون تلك الصورة عن طريق الخبرة الشخصية للجمهور القائمة على الإتصال المباشر أو عن طريق العمليات الاتصالية الجماهيرية، وتتشكل سمات وملامح الصورة الذهنية من خلال ادراك الجمهور لشخصية المنظمة ووظائفها وأهدافها وشرعية وجودها وأعمالها والقيم الأساسية التي تتبناها".<sup>27</sup>

وتركز تعريفات أخرى على الأثر المتبادل بين محتوى الصورة وبين التفاعل بين الفرد وغيره حيث يشير في هذا السياق الباحث عصام الدين فرج إلى أن الصورة "ما هي إلا انطباعات يكونها الفرد عن شخص أو آخر أو عن أشخاص آخرين أو عن أي مجموعة أو مجموعات أخرى، ولتحتوي هذه الصورة أثر عميق في تفاعلات الفرد مع الآخرين".<sup>28</sup>

وتبنى من جهته الباحث أيمن منصور ندا تعريفا أكثر شمولية في تحديد معنى الصورة الذهنية من خلال تأكيده على أنها "عملية معرفية نفسية نسبية ذات أصول ثقافية، تقوم على إدراك الأفراد الإنتقائي المباشر وغير المباشر لخصائص وسمات موضوع ما (شركة مؤسسة فرد جماعة مجتمع...) وتكوين اتجاهات عاطفية نحوه (إيجابية أو سلبية) وما ينتج عن ذلك من توجهات سلوكية ظاهرة أو باطنة في إطار مجتمع معين وقد تأخذ هذه المدركات والإتجاهات والتوجهات شكلا ثابتا وغير ثابت، دقيقا أو غير دقيق".<sup>29</sup>

ونخلص من التعريفات السابقة للصورة الذهنية إلى التأكد من فكرة اعتماد كل تعريف منها على جزئية محددة من مفهوم الصورة، بما يتناسب وطبيعة الدراسة التي كان يقوم بها كل باحث، ويظهر واضحا قصور التعريفات اللغوية والقاموسية عن تقديم المضمون الحقيقي للمفهوم على اعتبار أنها ترجمات تعتمد اللفظ أساسا في تحديد التعريف وعلى ضوء ذلك

فالصورة الذهنية هي في حقيقة الأمر "عملية إدراكية للآخر سواء كان فردا أو مؤسسة أو جماعة أو دولة.. إلخ تستمد جذورها من تراكمات الماضي وتأثيرات الحاضر، وفق المؤثرات النفسية والسياق الثقافي والسياسي والاقتصادي والاجتماعي والحضاري والإعلامي الذي تنسج فيه، وترجم إلى مواقف واتجاهات تحمل شكل الإيجابية أو السلبية، التأييد أو المعارضة، على حسب مدى تأثير تلك العوامل على الفرد أو الجماعة".

وترجع مبررات هذا التعريف إلى مايلي :

1- أن الصورة الذهنية هي في جوهرها رؤيتنا للآخر مهما كان هذا الآخر، موضوعا، فردا، جماعة، مؤسسة، منظمة، مجتمعا، دولة..وهي بالتالي أعمق من كونها مجرد انطباعات أو انفعالات تختزن في الذاكرة كما يرى الكثير من الباحثين.

2- تعتقد الباحثة أن هذه الرؤية للآخر لا تتشكل من فراغ وإنما لها رواسب معرفية وأبعاد تاريخية قد يستمدّها الفرد من الاحتكاك المباشر والمعينة الذاتية، كما قد يستمدّها من مختلف المعلومات التي جمعها عن هذا الآخر لتشكل رواسب فكرية ومعرفية يستعين بها الفرد في عملية إدراكه للآخر.

3- الصورة الذهنية لا تتكوّن بمعزل عن المؤثرات الخارجية للفرد والتي تلعب فيها البيئة الاجتماعية، بكل ما فيها من قيم ومعتقدات، بالإضافة للإطار السياسي والاقتصادي والإعلامي دورا أساسيا في تكوين هذه الصورة.

4- من المحتمل أن تتشكل الصورة بناء على خبرة مباشرة محدودة في الزمان والمكان، ولكن يتم اكتمال الصورة ووضوحها بناء على مدركات غير مباشرة تأتيها من المعلومات التي تجمعها عن هذا الموضوع أو عن هذا الآخر بصرف النظر عن صدق هذه المعلومات من عدمه لأن الأمر حينها مرهون بمدى تأثير رسائل وسائل الإعلام عليه.

### العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية

تؤكد نتائج الدراسات الصادرة عن مختلف مدارس علم النفس الاجتماعي أن صورة الآخر في أي مجتمع، سلبية كانت أم إيجابية لا تولد مع أفراد هذا المجتمع بل تتكوّن تسديريا بتأثير عوامل كثيرة تضافر مجتمعة لتساهم في تكوين تصورنا أفرادا وجماعات للآخر الغريب عن مجتمعنا وبيئتنا، بعض هذه العوامل تصنعه الموروثات الدينية والاجتماعية والفكرية المتأصلة عن هذا الآخر في مجتمع ما، وبعضها تصنعه القيم التربوية والأخلاقية السائدة في هذا المجتمع، والتي لمعظمها صلة ما بتلك الموروثات وبعضها تصنعه التيارات الفكرية والثقافية والإيديولوجية

الوافدة إليه من الخارج خلال حقبة ما وهناك عوامل تصنعها العلاقات السياسية السائدة بين الأمم عموماً، متجاوزة كانت أم متباعدة.<sup>30</sup>

وبالتالي تشترك مؤثرات كثيرة في تكوين الصورة الذهنية لدى الفرد والجماعة، فهناك عوامل إجتماعية ثقافية وأخرى ساهمت فيها وسائل الإعلام الجماهيرية.

نجد قيم اللغة، الدين، الأسرة، المدرسة، الشارع، قيم ثقافية واجتماعية سابقة عن وسائل الإعلام في تكوين الصورة الذهنية الأولية، في حين تبقى وسائل الإعلام الجماهيرية المصدر شبه الوحيد في تكوين الصورة عند الفرد والموزعة بين التلفزة والإذاعة والصحافة المكتوبة والآن مع وسائل الاتصال الحديثة كالصحافة الإلكترونية والفايسبوك على وجه الخصوص.

فالتطورات المتلاحقة التي طرأت في مجال الإتصال أثرت على تدفق وسريان المعلومات والقيم بين الأفراد والجماعات والدول والأمم، ولم تعد العلاقات الدولية تتحدد بالعلاقات السياسية والاقتصادية فقط بل ومن خلال الإتصال أيضاً فمع التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا الإتصال تلاشت الحدود الخاصة بالزمان والمكان، وأصبح انتقال المعلومات اليوم يتم بشكل متزامن من أقصى الأرض إلى أقصاها.<sup>31</sup>

يقول أحمد حلواني في هذا الصدد "قد تكون الصور والانطباعات القائمة وكذلك معايير الحقيقة وليدة حصيلة أجهزة الإعلام أكثر مما هي متولدة عن التجارب المجرأة".<sup>32</sup>

وفي حالة الصور والانطباعات التي تبديها أمة عن أمة أخرى، أو جماعة عن جماعة أخرى فإن لوسائل الإعلام الجماهيرية كذلك مساهمة معتبرة وكبيرة، إذ "ترتبط تلك الصور مهما كانت جيدة، رديئة، سلبية، إيجابية، مشوهة، محايدة، أو مزيفة، بما تزوده وسائل الإعلام الجمعي في أخبارها وتعليقاتها عن أحداث تخص جماعات أو أمم أخرى".<sup>33</sup>

يقول الدكتور عبد الرحمن عززي بهذا الخصوص "هناك تحيز ثقافي للنظام الإجتماعي في المؤسسات الإعلامية الغربية، وهذا النوع من التحيز يحمل في طياته رسائل دعائية، مصالح وطنية، قومية، إقليمية، خلفيات تاريخية، استغلال إقتصادي هيمنة.. ومع الإقرار بأن لوسائل الإعلام الجماهيرية دوراً في تكوين الصور فهي بهذا تؤثر على سلوكيات ومعارف الأفراد المتلقين".<sup>34</sup>

ويقول في موضع آخر "إن ثقافة وسائل الإتصال تفرض من خلال عملية تكيف وسائل الإعلام مع البيئة الإجتماعية في الدول الغربية أن تكون قائمة على مبدأ الإنتقاء والتبسيط وتشويه الصورة التي تقدمها هذه الوسائل عن الأمم والحضارات الأخرى".<sup>35</sup>



وانطلاقاً من مقولة الباحث راسم محمد الجمال "استناداً إلى الحقيقة العلمية المعروفة في الإعلام الدولي والإتصال الثقافي التي مؤداها أن الأنباء التي تنشر تعكس واقع المجتمع الذي تنشر فيه وقيمه وبناء على ذلك يمكن القول بأن ما ينشر عن العرب في ألمانيا يعكس قِيم المجتمع الألماني وواقعه".<sup>36</sup>

يتبين من خلال ما سبق أن للعوامل الإعلامية الجماهيرية دور أكبر بكثير من العوامل الاجتماعية والثقافية الأخرى التي حددناها سلفاً في نشوء الصورة الذهنية.

فوسائل الإعلام ظاهرة مؤثرة في حياة الأمم الحديثة، وهي تؤدي عملية توجيه المعلومات كإحدى الطرق المؤثرة على تكوين الصور لدى أمة عن أمة أخرى.

كما أنه لا بد أن يكون لها مع الحالة النفسية ومع التمكن من اللغة والميل الفني مترسبات بعيدة في الذاكرة تدخل في تركيب الصورة، ولا بد أن يكون للتجارب التي عاشها وتأثر بها واستقرت في مخيلته ومعارفه حول الظواهر والقضايا مع الحالة النفسية أثر في تشكيل صورة ذهنية جديدة.<sup>37</sup>

ومنابع الصورة هي التي تمد الصحفي بالطاقة التصويرية فإذا كان هذا المنبع قويا فإنه يمكن الصحفي أو الكاتب من نحت الصورة التي يريد أن يوصلها إلى القراء، فالفرق بين الصحفي الجيد والصحفي الرديء هو قدرة كل واحد منهما على التأثير على أذهان القراء لمدة طويلة.

أيضا في هذا الموضوع تدخل الصورة الجزئية التي تسهم مع الأجزاء الأخرى في تكوين الصورة الكلية، فتتسم في وحدة شعورية وتتأثر الصورة من موقف الصحفي، فإذا كان معارضا كانت الصورة سلبية وإذا كان مؤيدا كانت الصورة إيجابية، وبين المعارضة والتأييد يحدث تردد يمكن أن يؤدي إلى موقف محايد بشكل لنا في النهاية صورة غير معبرة وغير واضحة أو مترددة. ففي هذه الحالة نلاحظ أنه لا بد من التطابق بين الصورة والتحرية عند إظهار فكرة أو حدث أو مشهد أو حالة نفسية، ويضاف إلى ذلك الوحدة والانسجام بين العناصر، تلاؤم متصل بين المواقف، ولا بد أن تسري معارف الصحفي وتجاربه في أجزاء الصورة أي تمتلئ بالأفكار والآراء فتحول الظاهرة في الواقع إلى قيمة تحمل موقفا معاديا أو مؤيدا.

لذلك بات النقد الحديث يتطلب من الصورة أن لا تتنافر أجزاءها أو تتضارب داخل المقال الواحد، ويتطلب ذلك انسجام الصورة الجزئية المتجاورة مع بعضها البعض حتى تشكل كلا منسجما، وبذلك يصبح المقال صورة واحدة متماسكة تهدف إلى إحداث أثر نفسي

موحد، لا تشرذم عقل القارئ، وتحدد له الموقف من القضية، وأخطر ما تتعرض له الصورة أن تتعارض أجزاؤها مع بعضها البعض، فيعاب على الصورة عدم تحديد الموقف سلبا أو إيجابا.

### مصادر الصورة الذهنية

وبناء على ما سبق يمكن تصنيف مصادر الصورة الذهنية إلى صنفين كبيرين مصادر تجريبية وأخرى ثقافية ونعني بالتجريبية ما جرّبه الإنسان بحواسه بمقتضى ملازمتها ووجودها في محيطه، وهي تحل في ذهن الصحفي بفعل قوة الظاهرة أو القضية التي يعيشها الواقع والمجتمع. فالصحفي يحسم هذه الظاهرة وفقا لتجربته السابقة.

ومن مصادر الصورة أيضا الأحداث العالمية الكبيرة التي تترك أثرها في أذهان الناس كالحروب والنزاعات والجرائم الكبرى.

ومن مصادر الصورة أيضا الأدب والدين والقصص والفن ... إلخ، أما المصادر الثقافية فهي تفضي بنا إلى العالم الذهني، وهو ما نراه في مقالات الرأي من أبنية فكرية تصوّر تجربة الصحفي الكاتب وتجسد انفعالاته ومواقفه الخاصة نحو ظاهرة ما فتحلب أصحاب الرأي المماثل وتُهيّج أصحاب الرأي المعارض فتشكل مواقف جديدة.

يرى الباحث مايكل كونكزيك Micheal kunczik في كتابه الصادر عام 1997 عن منابع الصورة الذهنية أن "صورة شعوب معينة سواء كانت صحيحة أو خاطئة تتشكل من خلال عملية اتصالية معقدة للغاية، تتضمن مصادر مختلفة للمعلومات، يأتي على رأسها البث التلفزيوني والإذاعي للبرامج الدولية والصحف والكتب والخدمات الإخبارية وبصفة عامة تسهم الصور الذهنية الدولية الإيجابية لشعب معين في نجاح هذا الشعب، والعكس صحيح، بمعنى أن الصورة الدولية السلبية لشعب آخر تعوق شؤونه ومصالحه الدولية والمحلية".<sup>38</sup>

وأشارت مجموعة من الدراسات إلى أهمية التعليم كعنصر أساسي يسهم في تكوين تصورات الأفراد تجاه الدول والشعوب الأجنبية، كما تلعب الأعمال الفلكلورية الدولية دورا بارزا في توضيح السمات والخصائص التي تمكن الأفراد من تكوين صور قومية للدول والشعوب الأخرى، فالأعمال الفلكلورية والنكات والدعابات تمثل إجابات شرعية تصف الشخصية القومية وكذلك الصور القومية، فعلى سبيل المثال يصوّر الشعب الأمريكي بالغرور والتفاخر والمبالغة في الاعتزاز بذاته.<sup>39</sup>

## تصنيفات الصورة الذهنية

لقد حاول الباحثون التوصل إلى تصنيفات للصور الذهنية، وبالرغم من وجود بعض التصنيفات إلا أنه حتى الآن لا يوجد تصنيف متفق عليه لهذه الصور ولعل من أشهر هذه التصنيفات المستخدمة في الدراسات الإعلامية نذكر:

**1- الصورة الواقعية :** وهي الصورة التي تم تشكيلها بالفعل للمنظمة أو المؤسسة أو الدولة أو الجماعة .. والتي أصبح الجمهور يتعامل على أساسها مع المنظمة أو المؤسسة أو الدولة ويقرر على أساسها التعرض للمعلومات عنها. وهذه الصورة تم تشكيلها عن طريق الخبرة الشخصية والاتصال المباشر والرسائل الاتصالية التي تعرض لها الجمهور والموجهة من المنظمة نفسها. وهذه الصورة قد تكون إيجابية وقد يوجد بها سمات سلبية، كما أنها قد تكون سلبية بشكل كامل.

**2- الصورة الاتصالية :** وهي الصورة التي تقوم المنظمة أو الدولة أو المؤسسة بالعمل على تشكيلها من خلال الرسائل الاتصالية التي توجهها للجمهور، وباستخدام كل وسائل الاتصال .. وهذه الصور تكون إيجابية، لكنها في الكثير من الأحيان تكون أقل من الصورة التي ترغب المؤسسة أو المنظمة أو الدولة في تشكيلها.

**3- الصورة المرغوبة :** وهي تلك الصورة التي تسعى المنظمة أو المؤسسة أو الدولة لتشكيلها لنفسها وهي تحتاج لاستراتيجيات اتصالية طويلة المدى وإلى اقتناع المسؤولين في المنظمة والقائمين بالاتصال فيها بسمات هذه الصورة وبذاتية المؤسسة أو المنظمة وقيمتها الأساسية ووظائفها وأهدافها. والنجاح في تشكيل هذه الصورة يحتاج إلى الكثير من الجهود والقدرات الاتصالية، كما يحتاج إلى تطوير نظرة المنظمة نفسها للجمهور والشعور بحاجتها إلى العمل على الحصول على ثقة هذا الجمهور، والعمل على زيادة مصداقيتها، والتأكيد على أن الأنشطة التي تقوم بها مشرعة بمعنى أنها تحقق مصالح المجتمع، ولا تهدف إلى تحقيق الأرباح فقط.. وأن المنظمة تقوم بخدمة عامة.

**4- الصورة الناتجة عن أزمة :** وهي ليست صورة دائمة أو قوية ولكنها نشأت نتيجة تعرض المنظمة أو المؤسسة أو الدولة لأزمة أدت إلى استجابات عاطفية سريعة معادية للمنظمة أو المؤسسة أو الدولة. وتعتبر الصورة المشوهة من أخطر نتائج الأزمات ولذلك تحتاج إلى جهد مكثف وسريع من جانب الإدارة والقائمين بالاتصال في المنظمة لمواجهةها والعمل على تغييرها من خلال معلومات دقيقة وصحيحة.. ذلك أن محاولة تغيير الصورة عن طريق الخداع

والبيانات السريعة التي تتضمن معلومات غير صحيحة يمكن أن تؤدي إلى تناقص المصداقية وتزايد تشويه الصور وتناقص قدرات القائمين بالإتصال بعد ذلك على تغييرها.

هناك أيضا تصنيف آخر للصور الذهنية هو المعتمد بشكل كبير في الدراسات الإعلامية الحديثة ويقوم على ثلاث تصنيفات :

1- الصورة الذهنية الإيجابية **image** وهي تلك الصورة التي تتشكل من سمات إيجابية تثير الإعجاب والتأييد وكلما نجحت المنظمة أو المؤسسة في تشكيل هذه الصورة تزايدت إمكانيات نجاحها في تحقيق أهدافها. لكن تشكيل هذه الصورة يحتاج إلى بيئة خارجية مناسبة، وثقافة عامة تتيح إمكانية قبول هذه الصورة واقتناع الجمهور بها.

2- الصورة القومية **national image** أو صورة الدولة. كل الدول في العالم تسعى إلى تشكيل صورة قومية إيجابية لنفسها سواء داخل البلاد أو خارجها ولتشكيل هذه الصورة يتم استخدام كل وسائل الإعلام والاتصال. وكلما زادت القوة الإعلامية والاتصالية للدولة زادت قدرتها على تشكيل هذه الصورة.

وأبرزت الباحثة سلوى حسن العامري فكرة مهمة في تشكيل الصورة القومية حيث أكدت أن سلبية الصورة القومية لدى الشعوب تتناسب طرذا مع طبيعة العلاقات الرسمية، فكلما زاد العداء بين دولتين ازدادت بالمقابل سلبية الصورة "فنوع العلاقة الرسمية بين حامل الصورة وموضوع الصورة يلعب دورا مهما في تشكيلها، حيث أن الصورة القومية التي تحملها جماعة ما عن جماعة أخرى تتأثر بمدى الصداقة أو العداء بين الدولتين في السياسة الخارجية للدولة التي ينتمي إليها الفرد، فتطور البناء الإدراكي المعرفي للفرد وتطور شخصيته ككل داخل واقع اجتماعي معين قد تؤدي إلى حدوث ميل سيكولوجي أساسي يؤثر بدوره في بناء محتوى الصور القومية لديه".<sup>40</sup>

وقدم الباحثون العرب جملة من التعريفات للصورة القومية إلا أن كل منها ركزت على جزء محدد يتفق وطبيعة البحث الذي كان الباحث بصددده، فقدم السيد ياسين تعريفا للصورة القومية مركزا على موضوع صدق أو كذب تلك الصورة، وآلية تشكيلها ومناخها الذي تنمو فيه وعرفها بأنها "مجرد تصور ذهني قد يكون حقيقة صادقة، أو وهما باطلا، وذلك نتيجة لتداول هذا المفهوم في المجال السياسي، وما يصاحب ذلك من تحيز".<sup>41</sup>

أما حمدي محمد ياسين فقدم تعريفا آخر للصورة القومية اعتمد فيه على اعتبار صفات الشعب المشروطة بالديمومة وسماته المميزة المحكومة بالظروف المختلفة، هي التي تشكل صورته

فهي حسب تعريفه "بمجموع السمات المميزة الثابتة لشعب ما، والتي تتمخض عن الظروف النفسية والاجتماعية والاقتصادية والحضارية المختلفة لهذا الشعب، والتي تشكل تصور الشعب عن نفسه أو عن شعب آخر".<sup>421</sup>

3- الصورة النمطية المقولبة **stereotype** وهي صورة سلبية تشكل عائقا أمام تعرض الجمهور لرسائل جديدة تتحدى هذه الصورة كما تدفع الجمهور لاتخاذ مواقف معادية من الدولة أو الجماعة أو من دول وشعوب أخرى.<sup>43</sup>

وقد تردد مفهوم الصورة النمطية بشكل كبير في وسائل الإعلام العربية عقب أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001 واتهم الكثير من الكتاب العرب وسائل الإعلام الغربية بتصنيع صورة نمطية للعرب والمسلمين.

كما تردد هذا المفهوم في الدراسات الأكاديمية في الوطن العربي منذ السبعينيات من القرن الماضي ولم يقتصر الأمر على الوطن العربي ذلك أن موضوع صور الدول والشعوب في وسائل الإعلام بات محور اهتمام كبير للكثير من الدول خاصة الدول النامية.<sup>44</sup>

ويحمل مصطلح القولبة معنى سلبيا في الاستخدام المعاصر إذ وفقا لقاموس هاربر يعرف القالب **stéréotype** بأنه "صورة شديدة التبسيط لفئة معينة من الأشخاص أو المؤسسات أو الأحداث التي يشترك في ملاحظتها الأساسية عدد كبير من البشر، وغالبا وإن كان ليس دائما ماتكون القوالب هي تعميمات حول جماعات إجتماعية أو صفات يتم إلصاقها بكل أعضاء جماعة بعينها بغض النظر عن الاختلافات التي توجد بالضرورة بينهم، ولاشك أن عدم الإهتمام بهذه الاختلافات التي تميز أعضاء الجماعة التي تتعرض للقولبة يجعل من القوالب تعميمات مبالغ فيها وبالتالي تكون مشوهة على الدوام".<sup>45</sup>

وعرّف إبراهيم الداقوقي الصورة النمطية بأنها "الأحكام والصفات والتقديرات العامة الإيجابية أو السلبية النابعة من الانطباعات الذاتية المستندة إلى خلفية الإرث الثقافي والبعد الإيديولوجي والتراكم المعرفي، والتي تطلقها جماعة عن جماعة أخرى، نتيجة الأحكام المسبقة التي تحملها حولها، ولذلك فإن للصورة النمطية المقولبة علاقة مباشرة بالذات وبالآخر من جهة، وبالمشاعر المتناقضة، العنف - التسامح، الإتصال - القطيعة، الحب - البغض، التمويه - الحقيقة من جهة أخرى".<sup>46</sup>

ويعتبر لييمان **lippman** أول من قدّم مصطلح الصورة النمطية عام 1922 وعرّفها بأنها "صور في رؤوسنا يكوّنونها أفراد جماعة معينة تجاه الجماعات الأخرى، ويتفق هذا التعريف مع

مفهوم الصورة النمطية لدى مجموعة أخرى من الباحثين بأنها "مجموعة من المعتقدات المتعلقة بصفات وخصائص جماعة معينة".<sup>47</sup>

وبرأي مجموعة من الباحثين وعلى رأسهم إيهيرليش فإن الصورة النمطية غالباً ما تعكس النظرة التي تستهين وتخط من قدر الآخرين، وتوضح الفروق الفردية بين الجماعات المختلفة، لذلك عندما يصنف فرد بأنه عضو في جماعة معينة تنسب إليه بالتالي جميع سمات وخصائص هذه الجماعة، وعادة ما تكون هذه الصور سلبية، ومثالا على ذلك ما أشارت إليه مجموعة من الدراسات بخصوص طبيعة "الصورة النمطية للسود لدى البيض بالولايات المتحدة الأمريكية بأنها سلبية، حيث يصفهم البيض بالكسل والغباء والعنف وإثارة المشاكل وارتكاب الجرائم بمعدل كبير، وكذلك بالفقر والعدوانية ولذلك فإن المعلومات المشوهة التي يتلقاها الجمهور الأمريكي من وسائل الإعلام التي تسهم في تكوين معلوماته وتصوراتهِ واتجاهاته السياسية نحو العالم تتسبب في تكوين تصورات غير صحيحة لديه ويعزز ذلك التحيز وتكوين صور نمطية سلبية".<sup>48</sup>

**4- الصورة الإعلامية :** ظهر مفهوم الصورة الإعلامية كأحد المفاهيم الحديثة التي أوجدها تطور آلية تعامل وسائل الإعلام مع موضوعات مختلفة، بحيث تسعى إلى تكوين فكرة عامة عن هذه الموضوعات، تخدم توجهها وسياستها العامة، وهذه الموضوعات قد تكون اجتماعية "المرأة، الطفل، المعلم، الأسرة..) أو قد تكون سياسية (صورة الذات، صورة الدول الأخرى، صورة منظمات دولية، صورة المرشحين) أو قد تكون إقتصادية (المؤسسات الاقتصادية، المنتجات والسلع)، وقد ساهم في إنتاج هذا المفهوم اختلاف بعض الصور التي تبرزها وسائل الإعلام عن الصورة الواقعية لها بسبب تحيز هذه الوسائل أحياناً أو اختلاف وجهات نظر الأنظمة أو المؤسسات والهيئات التي تنتجها أو تنتمي إليها".<sup>49</sup>

ويمكن تعريف الصورة الإعلامية بالاعتماد على آلية إنتاجها بأنها "صورة مصنعة تتضمن عمليات تكنولوجية معقدة، تعتمد في تأثيرها على نظام ثقافي معقد لصياغة رموز الرسالة الإعلامية والمتضمنة الرؤية الخاصة للواقع التي تقدمها وسائل الإعلام في إطار مجتمع معين بكل ما يتضمنه من أنظمة ومؤسسات تؤثر على عمل وسائل الإعلام".<sup>50</sup>

واعتمدت تعريفات أخرى على اهتمام الصورة الإعلامية بسمات الدولة وطريقة وأسلوب تكوين الصورة "فهي مجموع السمات التي ترسمها وسائل الإعلام لدولة من الدول من خلال ما تقدمه من مضمون يتناول الحياة في هذه الدولة".<sup>51</sup>

وكذلك تم تعريف الصورة الإعلامية على أساس مضمونها وموضوع اهتمامها فالصورة الإعلامية يمكن أن تكون صورة عن الآخر حينما يهتم المضمون الإعلامي بمحاكاة الحياة في دولة أخرى أو لشعب آخر، وقد تكون الصورة الإعلامية للذات حينما يتناول المضمون الإعلامي محاكاة الحياة للدولة ذاتها في أي من مجالات الحياة".<sup>52</sup>

وتعتبر الصورة الإعلامية للدولة إحدى أنواع الصور الإعلامية بل تعد الأهم بين أنواع الصور الإعلامية ككل ويمكن تعريف الصورة الإعلامية للدولة على أنها "الانطباع والتصور العقلي المقصود لدى القائمين على الوسيلة الإعلامية حيال دولة بعينها، في ظل جملة من المرتكزات أهمها السياسة الإعلامية المنبثقة أساسا من سياسة الممول لهذه الوسيلة، سواء كانت الدولة أوجهات أو مؤسسات، وذلك بهدف تشكيل جملة من الأفكار حول تلك الدولة تريد الوسيلة تقديمها للجمهور .. وكثيرا ما تكون العلاقات بين النظام السياسي والنظام الاتصالي غير مباشرة ومستترة، لذا تتطلب دراستها الإستقراء لما هو واضح ومباشر من ناحية، والإستنباط لما هو مستتر وغير مباشر، من ناحية أخرى".<sup>53</sup>

والصورة التي تعكسها وسائل الإعلام حسب الباحثة سحر فاروق الصادق تعكس تصور المؤسسات الإعلامية لدولة أو لشعب ما، وذلك وفق رؤيتها وسياستها الإعلامية الموضوعية مسبقا، بناء على توجهات يتم تحديدها، بهدف التأثير على انطباعات المتلقي، وذلك من خلال تغذية اتجاه معين، أو محاولة ترسيخ فكر محدد، أو محاولة التأثير على رؤية وبلورة وتدعيم اتجاه ضمن الحيز الذي تحتله هذه الوسائل من إدراكه وتفكيره وبالتالي محاولة التأثير في الرأي العام والجمهور المتلقي الذي يتعرض للوسائل الإعلامية، ويبنى تحليلاته على أساس المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام".<sup>54</sup>

### دور وسائل الإعلام في تشكيل الصور الذهنية

تنبع أهمية العلاقة بين وسائل الإعلام والصورة الذهنية من خلال دور هذه الوسائل في صنع الصورة وانتشارها، إضافة إلى دورها في عكس هذه الصورة داخل المجتمع ويؤكد هذا المعنى أو توكليديري حيث يرى أن "وسائل الاتصال تلعب دورا هاما في تشكيل الصورة الذهنية وعرضها كما هي في المجتمع بالإضافة إلى أنها تقوم بدور أساسي في نشرها".<sup>55</sup>

ويتفق معه في هذا ريتشارد كلاهون إلا أنه يرى "أن الصورة الذهنية تصبح أكثر عمقا من خلال دراسة تحليل مضمون وسائل الاتصال على عكس دراستها من خلال تصورات الأفراد".<sup>56</sup>

وتستمد الصورة الذهنية أهميتها في المقام الأول من خلال إسهامها بشكل مباشر في القرارات التي يتخذها الناس تجاه الأحداث والأشياء كما تؤثر في طبيعة واتجاهات علاقات الناس ببعضهم البعض.

ويتمثل اسهام وسائل الإعلام في خلق الصورة الذهنية في أذهان جمهورها باعتبارها النافذة التي تطل من خلالها الجماهير على العالم وعلى الأحداث المحلية والعالمية، ولذلك يشير مارشال ماكلوهان إلى أن هذه الوسائل هي "إمتداد طبيعي لأبصارنا وأسماعنا وذلك لحدودية مداركنا".<sup>57</sup>

ولا تسهم المعلومات بنفس القدر في صنع الصور الذهنية، ذلك أن هناك ارتباطا كبيرا بين حجم ونوعية المعلومات التي يحصل عليها الفرد عن الآخرين وبين الصور الذهنية التي يكوّنها تجاه هؤلاء من خلال ما يراه لويس ليونر حيث يقول "إن نوعية معلوماتنا عن الآخرين تقرر صورهم في عقولنا".<sup>58</sup>

وهو ما يرتبط بشكل مباشر بمدى قدرة وسائل الإعلام على تقديم الواقع كما هو من أجل الإسهام في تشكيل الصورة الذهنية لدى الناس حيال الآخرين بموضوعية وحياد.

ليتضح من خلال ذلك جليا أن للعوامل الإعلامية الاتصالية في ظل خصائصها الراهنة وخصائص المجتمعات الحالية دورا كبيرا في تكوين الصور لدى الأفراد وفي نقلها إليهم، وفي تحديد اتجاه الصورة نحو السلبية أو الإيجابية.

وبالتالي فوسائل الإعلام حسب طرح ديفيلير "تشكل الصور في رؤوسنا وتؤثر في الطرق التي نتصرف بها إزاء المسائل العامة الراهنة، وهي بذلك تنمي معتقداتنا في العالم الحقيقي وتؤثر في سلوكنا".<sup>59</sup>

ليتقاطع مع مقولة شيللر "إذا كانت الصحافة تضع مع غيرها من وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية أسس عملية تداول الصور والمعلومات، وتشرف على معالجتها وتنقيحها وإحكام السيطرة عليها فإن تلك الصور تحدد معتقداتنا ومواقفنا، وتحدد سلوكنا في النهاية".<sup>60</sup>

والأكيد اليوم أن وسائل الإعلام أصبحت تعد المصدر الرئيسي للمعلومات عن الدول الأجنبية والأحداث العالمية، حيث تقدم هذه الوسائل يوميا تيارا من الأخبار ووجهات النظر والصور والعناوين التي من شأنها أن تؤدي إلى خلق وتدعيم صور ذهنية أو صور نمطية، ليس فقط للدول التي تصدر منها ولكن أيضا لكافة الدول حيث تظل الاتصالات الشخصية بهذه الدول مقتصرة على الأقلية المتميزة، ومن ثم فوسائل الإعلام تجعل من الدول والقادة والأحداث



الدولية متاحة ومألوفة للجمهور، ومن ثم تمارس دورها في التأثير على الرأي العام تجاه هذه الدول والأحداث".<sup>61</sup>

وينبغي أيضا أن لا نتجاهل القوة الهائلة التي تتمتع بها وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل رؤية وإدراك الأفراد للشعوب المنتمة إلى ثقافات مختلفة، إذ أن وعي ومعرفة الأفراد بالشعوب الأخرى يعتمد بشكل كبير على الصور التي تقدمها وسائل الإعلام بغض النظر عن مدى دقة هذه الصور وحجم التبسيط أو التحريف الذي تقوم به، لذا فإن تحقيق التقدم في الإتصال عبر الثقافات لن يتأتى فقط عبر تكثيف الروابط مع الأجناب ولكن أيضا بستفهم دور وسائل الإعلام في خلق وترويج الصور عن هؤلاء الأجناب".<sup>62</sup>

وبالتالي استطاعت وسائل الإعلام من خلال ما تقدمه من موضوعات أن تجعل الإنسان المعاصر يعرف الكثير عن العالم الذي يعيش فيه، بشكل لم يكن يحدث في أي عصر من العصور، وقد انعكست هذه المعرفة على الصور الذهنية التي تكوّنت عند هذا الإنسان عن أشياء كثيرة ومجتمعات متباينة".<sup>63</sup>

وهناك كثير من الدلائل على أن معرفة الجمهور بدول العالم وتكوين الرأي العام إزاء العلاقات الدولية ينبع بشكل كبير من خلال وسائل الإعلام، لاسيما التلفزيون والصحف، فمن خلال تقديم الصحافة لشؤون السياسة الخارجية تصبح الصحافة مراقبا بديلا عن الجمهور بدرجة كبيرة وتؤدي وظيفة مهمة تتمثل في خلق الواقع الخارجي لجمهورها، وبعبارة أخرى "إن الخريطة السياسية للعالم يتم رسم معالمها من خلال الصحفيين والمحررين، وليس من خلال رسامي الخرائط. ومن ثم تتحدد كيفية إدراك العالم الخارجي وتشكيل الرأي العام تجاهه وفق الطريقة التي يراه بها الصحفيون، فقد استطاعت إدارة ريغان في الثمانينيات تصوير الإتحاد السوفياتي بصورة إمبراطورية شريرة، والرئيس معمر القذافي بصورة إرهابي وتصوير جرينادا ونيكاراجوا باعتبارهما يمثلان تهديدا للأمن القومي للولايات المتحدة الأمريكية، وتصوير رئيس بنما بصورة مهرب مخدرات خطير، وذلك من خلال درجة عالية من التعاون الإعلامي".<sup>64</sup>

### الأساليب الإخبارية المستخدمة في تشكيل الصور الذهنية

تتبع وسائل الإعلام في تكوين الصور الذهنية أساليب مختلفة وطرقا متعددة نذكر منها:  
شخصنة المواقف والأحداث **personalization** ويقصد بها جعل المواقف والأحداث نتاج أفراد أكثر منها نتاج مجتمعات ومؤسسات وذلك بتقديم الحدث دون الإعتماد على السياقات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي حدثت من خلالها وفي سياقها، وهو يتجلى بوضوح في حرب الخليج حيث لم تستطع وسائل الإعلام الوفاء بحق الجماهير في المعرفة

وركزت هذه الوسائل على شخصنة الصراع وتصويره على أنه صراع بين شخصين هما بوش والراحل صدام حسين.

**تجزئـة المواقف والأحداث fragmentation** ويعني بها عزل القصص الإخبارية عن بعضها البعض وعدم ربطها أو محاولة إيجاد الروابط بينها فتأتي المعلومات منفصلة عن بعضها ومن الصعب جمعها في إطار واحد إذ من خلالها يتم التأكيد على الفاعلين كأشخاص أكثر من إبراز السياقات التي يعملون في إطارها مما يجعل المستمع أو المشاهد أو القارئ يقتنع بما تقدمه له وسائل إعلامه في ظل جهله لسياقات الأحداث من حوله.

**تنميط المواقف والأحداث normalization** ويحدث تنميط المواقف والأحداث حسب الدكتور أيمن منصور ندا من خلال تقدم وسائل الإعلام لتفسيرات نمطية للمواقف والأحداث معتمدة في ذلك على الأسلوب الدرامي في معالجتها الإعلامية عن طريق خلق حبكة تجعل الخير مثيرا مما يؤدي إلى تنميط المواقف والأحداث وحصرها داخل حكايات".<sup>65</sup>

وفي إطار قيام وسائل الإعلام بشخصنة المواقف والأحداث وعرضها في قالب درامي وتجزئتها وتنميط أحداثها ومواقفها تقوم هذه الوسائل بوضع بعض الحدود الثقافية بين الـ"نحن" والـ"هم" بين "الخير" كما نمثله و"الشر" كما يمثلها الآخرون، بين من يمكن تصوره على أنهم "ملائكة" ومن يمكن تصوره على أنهم "شياطين".<sup>66</sup>

وعليه فإن توجيه وسائل الإعلام للمعلومات هي إحدى أهم الطرق المؤثرة على تكوين الصورة الذهنية لدى أمة عن أمة أخرى بل إن ذلك يقودنا للحديث عن دور وسائل الإعلام في تشكيل الصور النمطية، وهو ما نتطرق إليه في ما يلي :

### دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة النمطية

انطلاقاً من مقولة ديفيلير وساندرابول "أن الصحف تشكل الصور في رؤوسنا وتؤثر في الطرق التي نتصرف بها إزاء المسائل العامة الراهنة ووسائل الإعلام تنمي معتقداتنا في العالم الحقيقي وتؤثر في سلوكنا".<sup>67</sup>

وإذا كانت الصحافة على حد قول هربرت شيللر "تضع مع غيرها من وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية أسس عملية تداول الصور والمعلومات وتشرف على معالجتها وتنقيحها وإحكام السيطرة عليها فإن تلك الصور تحدد معتقداتنا ومواقفنا وتحدد سلوكنا في النهاية".<sup>68</sup>

جاءت الكثير من الدراسات التي تناولت الصورة النمطية لتؤكد على أهمية دور وسائل الإعلام في عملية التصوير النمطي، حتى أن هناك من يعتبر أن وجود الوسيلة الإعلامية هو ركن أساسي من أركان الصورة النمطية.

صحيح أن الناس طوال العصور كانت تقوم بتشكيل صور نمطية للشعوب والجماعات الأخرى وكانت هذه الصور تستخدم لإثارة الكراهية ولتعبئة الشعوب للحرب، لكن في عصور سابقة وقبل ظهور وسائل الإعلام الحديثة كانت الخبرة الشخصية والاتصال المباشر يمكن أن يقوموا بدور مهم في عملية ثبات الصور النمطية أو تغييرها. ولذلك كانت الصور النمطية يمكن أن تكون أكثر مرونة حيث أن الخبرات الشخصية للإنسان يمكن أن تثبت عدم صحة الصور النمطية فتنهار هذه الصور، كما حدث للصليبيين عندما ثبت لهم عدم صحة الصور النمطية التي حملوها عن المسلمين.

لكن منذ القرن الثامن عشر تزايدت أهمية الصحافة ثم وسائل الإعلام الأخرى كمصدر للمعرفة حتى أصبحت في العصر الحديث هي المصدر الرئيسي التي يحصل من خلالها الناس على المعلومات، وبالتالي فقد ضاق المجال أمام نتائج الخبرة الشخصية لتصحيح سمات الصور النمطية، وبالتالي تزايدت أهمية الدور الذي تلعبه هذه الصور في تشكيل اتجاهات الناس.

يقول سامي مسلم في هذا السياق "أن من عوامل الهيمنة على نشوء الصور المقولبة إنما هو النقص في الاتصال الصريح بين الأمم، وهو العامل الذي يمكن من بناء صورة عن الذات وعن الآخرين قريبة من الواقع والحقيقة".<sup>69</sup>

وقد اعتمدت وسائل الإعلام في تشكيلها للصور المقولبة على عدة أساليب أبرزها نجد:

**1- صناعة التسلية:** تقوم صناعة التسلية على التبسيط والتسطيح والتقليل من قدرة البشر على التفكير.. وفي هذا الصدد يقول الباحث نيل بوستمان Neil Postman "لقد أغرقت وسائل الاتصال الغربية الناس في التسلية، مما أدى إلى أن أصبح الإنسان ساذجا بشكل لا يقل عن سذاجة الإنسان في العصور الوسطى، فقد أصبح يصدق كل ما يتلقاه دون تفكير، وكان ذلك مقصودا للتقليل من قدرة الناس على التفكير والتحليل والنقد واتخاذ المواقف، وبالتالي زيادة استسلام اللوضع الراهن بدون مقاومة".<sup>70</sup>

وفي إطار ذلك ارتبطت صناعة التسلية بصناعة الصور النمطية، وتزايد تطور هاتين الصناعتين معا، أدى إلى تطور تقنيات وأساليب التقدم والإثارة والإقناع.

إن صناعة التسلية يقول سليمان صالح "ليست منفصلة عن الأهداف الإيديولوجية الرأسمالية وللسيطرة الأمريكية والعولمة ولذلك فإنه يتم إغراق العالم في التسلية التي تحمل صورة إيجابية تمجد الذات الغربية والأمريكية بشكل محدد، وصورة نمطية تقدم كل مبررات الإحتقار والكراهية للأجناس والشعوب والأمم والجماعات والأديان الأخرى، وذلك لكي تصبح السيطرة الأمريكية على العالم هي الأمر الواقع الذي يجب أن يستسلم له الجميع بدون مقاومة".<sup>71</sup>

2- صناعة الأخبار وصناعة الصور النمطية : لقد أثرت صناعة التسلية التي باتت تميّز طبيعة وسائل الإعلام في العصر الحديث على صناعة الأخبار، إذ أصبحت وسائل الإعلام تفرق الجماهير في طوفان المعلومات المسلية المرتبطة بما لديه من صور نمطية للشعوب والدول الأخرى وأدى هذا الارتباط بين صناعة التسلية وصناعة الأخبار إلى تزايد استخدام الصور النمطية وتشكيلها وارتبط ذلك أيضا بكسل الصحفيين الذين أصبحوا يتعرضون للكثير من الضغوط التي تقلل من قدرتهم على اكتشاف الحقائق في سياقها المعقد وبالتالي أصبحوا يميلون إلى البحث عن المعلومات السريعة ويقومون بتبسيط الأحداث المعقدة، وهي السمة نفسها التي تميّز بها الصور النمطية.

كما أن الصحفيين باتوا يقومون باختيار الأحداث التي يقومون بتغطيتها، وباختيار المعلومات والزوايا التي يقومون بالتركيز عليها، خاضعين بشكل كبير في ذلك للسياسة الإعلامية التي تنتهجها المؤسسة الإعلامية التي يشتغلون بها، والتي بموجبها تتحدد الصورة لدى الجمهور المستهلك للمادة الإعلامية. وهناك الكثير من الأدلة على أن الصحفيين يطبقون معتقداتهم ويتوافقون مع الثقافة الأمريكية التي تحمل الكثير من الصور النمطية حيث يرى غاري جومبرت gumbert gary "أن وسائل الإعلام تتأثر بالصور النمطية التي تشكلها الثقافة القومية أو التي توجد في هذه الثقافة، وتميل إلى التوافق معها، وتشكيل رسائلها على أساسها".<sup>72</sup>

ويؤكد ذلك الباحث كوهين Cohen.e الذي يرى أن "عملية اختيار الأخبار وما تتضمنه من معلومات تخضع لعوامل ثقافية تميل إلى تصنيف الجماعات على أساس أن هذه أفضل وتلك أسوأ .. وعلى أساس هذا التصنيف يتم تغطية الأحداث، وهذا يفسر لنا لماذا لم تهتم وسائل الإعلام بتغطية كوارث انسانية في رواندا والصومال وغيرها".<sup>73</sup>

فتوجيه وسائل الإعلام للمعلومات في صناعتها للأخبار، هي إحدى أهم الطرق المؤثرة على تكوين الصور لدى أمة عن أمة أخرى، وإن هذا التأثير مهم جدا عندما نعلم أنه تكتب كل يوم في العالم أكثر من مليون كلمة إعلامية لا يستلم منها القارئ أكثر من نصف في المائة".<sup>74</sup>

والأمر أكثر أهمية إذا علمنا اليوم أن ما تبثه وسائل الإعلام من أخبار يتجاوز ما حدده الباحث سامي مسلم عام 1985 بأكثر من ثلاث أضعاف هذا العدد في الساعة الواحدة، لكن مع ذلك ما يزال المتلقي بعيد جدا عن استهلاك حتى النصف منها بحكم سيطرة المبدأ الأفقي في تدفق المعلومات من العالم المتقدم تكنولوجيا للعالم المتخلف.

وتقوم وسائل الإعلام بنقل الصور النمطية الموجودة في الثقافة القومية والمورثة في فترات تاريخية سابقة مع تطوير هذه الصور بشكل مستمر وترويجها، وكذلك بتشكيل صور نمطية جديدة وفقا لتصوراتها، وذلك من خلال أربع عمليات هي : 1- التركيز 2- التكرار

3 - الحذف 4- التشويه

**1- التركيز :** تقوم وسائل الإعلام على التركيز على زوايا معينة من الأحداث أو على شخصيات معينة تدخل في عملية التصنيف والذي يؤدي إلى تبسيط الأحداث .. ولكن عملية التركيز هذه تميل إلى التوافق مع الصور النمطية الموجودة أو تؤكد على سمات جديدة لهذه الصور أو تؤدي إلى تصنيع صور جديدة . يقول ليستر " إنه من السهل أن تلتقط صورة فوتوغرافية لشخص أمريكي أسود غاضب

يصيح في مظاهرات، ويتم التركيز عليها لأنها تتفق مع الصورة النمطية الموجودة في الثقافة الأمريكية، وتدعم هذه الصورة ، وذلك بدلا من القيام بعملية شرح طويلة ومعقدة للمشاكل الاجتماعية التي يعاني منها السود الأمريكيون. إن وسائل الإعلام الأمريكية تركز دائما على الزوايا التي تتضمن السمات الشريرة للعدو، أو تؤدي إلى احتقاره، وفي الوقت نفسه تركز على الزوايا والمعلومات التي تظهر أحسن الصفات والمزايا الإنسانية لأمريكا وحلفائها".<sup>75</sup>

**2- التكرار:** تقوم وسائل الإعلام بتقوية الصور النمطية عن طريق تكرار السمات والصفات التي تتضمنها هذه الصور من خلال الشخصيات والتركيز على زوايا معينة من الأحداث مع تكرار هذه الزوايا حتى تصبح هذه الصور جزءا من الواقع ومن ثقافة المجتمع، وفي هذا السياق تشير العديد من الدراسات إلى أن تكرار مشاهدة التلفزيون الأمريكي من خلال الجماهير الأجنبية يرتبط بإضفاء سمات على الأمريكيين تتوافق مع ما يقدمه التلفزيون من تصورات عن سماتهم، حيث توصل الباحث تان وآخرون في دراستهم عن التلفزيون الأمريكي

والصور النمطية للأمريكيين في تايوان والمكسيك إلى أن تكرر مشاهدة المسلسلات الأمريكية مثل دالاس *dallas* و *dynasty* في تايوان والمكسيك يرتبط بتشكيل الصور النمطية عن الأمريكيين، حيث يتصفون بسمات العدوانية والقسوة وعدم الأمانة وحب المتعة".<sup>76</sup>

3- الحذف : تقوم وسائل الإعلام بحذف حقائق معينة أو زوايا الأحداث التي تتناقض مع الصور النمطية المقدمة إذ نجدها في كثير من الأحيان تعتمد عدم تقدم خلفية الأحداث، وهذا يقلل من قدرة الناس على فهم الأحداث وتفسيرها.

وفي هذا الصدد يرى سليمان صالح أن حذف خلفية الأحداث أدى إلى " تشويه صورة كل دول الجنوب، وتدعيم الصور النمطية الموجودة في الثقافة الأمريكية أو تشكيل صور نمطية جديدة .. فعلى سبيل المثال فإن الأخبار التي تركز عليها وسائل الإعلام الغربية وتبثها وكالات الأنباء الغربية تؤكد أن كل دول العالم فيما عدا الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية واليابان تعيش في حالة تخلف، وأنها تخضع لنظم مستبدة ، ويزيد فيها العنف والإرهاب والصراعات والحروب الأهلية. وبهذا التقدم لا يمكن للمتلقي إلا أم يدين هذه الدول ويتخذ موقفا معاديا لها ويحتقرها، لكن هذا التقدم يشكل عملية تشويه للأخبار بشكل منظم كما يقول فيشر حيث يقوم الصحفيون الغربيون بعزل هذه الأحداث عن سياقها، وكأنها تحدث فجأة "والأمر لا يتوقف عند حدود حذف الخلفية فكثيرا ما يتم حذف الآخر غير الغربي كله من سياق الأخبار، ومن حركة تدفق الأخبار، حيث يتم تجاهل أية إنجازات أو إسهامات حضارية يقوم بها، كما يتم تجاهل كفاحه لتحسين أوضاعه داخل مجتمعه، وقد أكدت دراسات أمريكية في هذا المجال أن وسائل الإعلام الأمريكية تتجاهل هاتيا العرب ولا تهتم بهم".<sup>77</sup>

4- تشويه الأخبار: حسب الباحثان ميليفر ديفلير وساندرابول فإن تشويه الأخبار كما تقدمه وسائل الإعلام هونواتج مترتبة عن ظروف سابقة عن النشر وهاته الظروف قد تكون اقتصادية كما أبرز ذلك ميردوك وغولدنج من خلال البحوث التي قاما بها في حقل وسائل الاتصال الجماهيرية وتقوم الكتابة الصحفية في الدراسة المعنونة نحو اقتصاد سياسي لوسائل الاتصال، والتي يرون فيها أن ما تنقله وسائل الإعلام والمعاني التي تحملها تتحدد وتقرر أساسا بالقاعدة الأساسية للمؤسسات الإعلامية التي تنتجها".<sup>78</sup>

وقد ذهبت الدراسات الحديثة في مجال العلاقات الدولية على غرار أعمال بيرانديللو وغيره من المنظرين للعلاقات الدولية إلى أننا لا نتعامل مع الواقع المباشر وإنما مع صورة له، وهذه الصورة قد تكون مشوهة للواقع وغير معبرة عنه، وقد تكون قريبة منه، غير أنه لا توجد

صورة متطابقة مع الشيء الذي تمثله، وهكذا تظل الفجوة قائمة بين الجوهر والمظهر وبين الواقع وصورته.<sup>79</sup>

وإن وسائل التضليل عديدة ومتنوعة لكن من الواضح أن السيطرة على أجهزة المعلومات والصور على كل المستويات تمثل وسيلة أساسية، ويتم تأمين ذلك من خلال أعمال قاعدة بسيطة من قواعد اقتصاد السوق فامتلاك وسائل الإعلام والسيطرة عليها متاح لمن يملك رأس المال والنتيجة الحتمية هي أن تصبح محطات الإذاعة وشبكات التلفزيون والصحف والمجلات وصناعة السينما ودور النشر مملوكة جميعا لمجموعة من المؤسسات المشتركة والتكتلات الإعلامية، وهكذا يصبح الجهاز الإعلامي جاهزا تماما للإضطلاع بدور فعال وحاسم في عملية التضليل.<sup>80</sup>

وأكدت عملية تكوين الصور نجاعتها في مجال تجسيد وإبراز وإيضاح المواقف والظواهر والأحداث والقضايا وتقريبها من المتلقي المتوسط الذي يمثل الكتلة الرئيسية في جمهور وسائل الإعلام الجماهيري، والذي تغريه فرصة وإمكانية أخذ صور جاهزة وكاملة، سهلة وواضحة، جزاؤها عاجل، وربما فوري، بدلا من التعامل مع معطيات متعددة ومتنوعة ومعقدة ومتضاربة.<sup>81</sup>

وعليه فإدراكنا ومعرفتنا بالشعوب الأخرى تعتمد بدرجة كبيرة على الصورة الذهنية التي تبثها وسائل الاتصال الجماهيري كالتلفزيون والصحف والمجلات والكتب والراديو والأفلام عن الأجانب.<sup>82</sup>

وبذلك فإن معظم الصور المتراكمة التي تتكون في أذهاننا عن العالم نستقيها من وسائل الإعلام التي تصوغها وتقدمها عبر موادها الإعلامية بالصورة التي تريدها وتقوم بهذه الحالة بخلق بيئة صورية بين الإنسان والعالم المحيط به.<sup>83</sup>

وللرد على تشويه الصورة المتعمد من خلال وسائل الإعلام أو لتقدم الأفكار والمعلومات تقوم الدول في أنحاء العالم ولاسيما الدول التي تنشب بينها حروب وصراعات ممتدة بتأسيس محطات إعلامية موجهة، فقناة (الحررة) التلفزيونية مثلا جاءت أساسا لتحسين صورة الولايات المتحدة الأمريكية، وردا على قناة (الجزيرة) و(العربية) التي تعتقد الإدارة الأمريكية أنهما تسيران إلى صورة الولايات المتحدة الأمريكية لدى الجمهور العربي حيث كتبت صحيفة الجمهورية في عددها الصادر يوم الثلاثاء 17 فبراير 2004 "أن هذه القناة (الحررة) التي تمولها الولايات المتحدة الأمريكية وفق ما يقوله القائمون على أمرها تهدف للحد من قناتي (الجزيرة) و(العربية) الإخباريتين، وفي الوقت نفسه لتحسين صورة الولايات المتحدة الأمريكية في العالم العربي".<sup>84</sup>

## الخلاصة

وعلى ضوء ما سبق يتضح جليا أن وسائل الإعلام تقوم بتشكيل المجال العام للمعلومات والآراء من خلال تحديد أدوار الفاعلين والمتلقين لرسالتها، كما تقوم باختيار الأحداث وانتقاء المعلومات ووضع التصورات العامة عن هؤلاء الفاعلين، وفي الوقت ذاته تتجاهل قضايا أخرى وتمش موضوعات قد لا تقل أهمية عن سابقاتها، وهو التناول الذي من شأنه أن يلعب دورا كبيرا في التأثير على الجمهور بكل أطيافه، ومن ثمة على صناعة رأي عام تجاه ما تطرحه من قضايا، وعلى بناء صور ذهنية لدى المتلقي لرسالتها وأحيانا كثيرة صورا مقولية تتماشى وأهدافها وتنسجم مع أطروحاتها وتخدم في نهاية المطاف استراتيجياتها المرسومة.

ونقول في الختام إن صانعي الصورة الذهنية للأشياء والأشخاص والدول والجماعات في أذهان الأفراد يسعون إلى تقلص المعلومات والحقائق والمعارف من أجل توسيع مدارك الناس ومعرفتهم بالحياة، بعكس الصورة النمطية، التي غالبا ما تقف خلفها جهات ما ذات مصالح اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية.



## المراجع والمصادر

١- **القواميس** 2001، القاهرة: دار الشروق، 1989.

٢- البعلبكي، منير. المورد. بيروت: دار العلم للملايين، 1988.

٣- شلي، كرم. معجم المصطلحات الإعلامية. القاهرة: دار الشروق، 1989.

٤- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم. المعجم العربي الأساسي، باريس: توزيع لاروس، 1988.

### \* الكتب

- 1- ابن خلدون. المقدمة. كتاب الشعب. القاهرة: دار الشعب. بدون سنة النشر.
- 2- أمين منصور ندا. الصورة الذهنية والإعلامية عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير، كيف يرانا الغرب. القاهرة: المدينة برس. 2004.
- 3- الحنون، عبد الحميد. صورة الفرنسي في الرواية العربية، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1986.
- 4- سعيد، إدوارد. تغطية الإسلام. ترجمة، سمير نعيم حوري، بيروت مؤسسة الأبحاث العربية، 1983.
- 5- صالح، سليمان. وسائل الإعلام وصناعة الصور الذهنية. ط1. القاهرة: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع. 2005.
- 6- طاش، عبد القادر. صورة الإسلام في العالم الغربي. ط2. القاهرة: الزهراء للإعلام العربي، 1993.
- 7- عايش، محمد. الصورة العربية في وسائل الإعلام الأمريكية. الأردن: جامعة اليرموك. 1994.
- 8- عحوة، علي. العلاقات العامة والصورة الذهنية. القاهرة: عالم الكتب. 1983.
- 9- عزي، عبد الرحمن. الأخبار عبر الثقافات في عالم الاتصال، دراسة مقارنة لـ "الجمهورية - المجاهد". الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية، 1992.
- 10- فهد عبد العزيز بدر العسكر. الصورة الذهنية محاولة لفهم واقع الناس والأشياء. ط1. الرياض: دار طويق للنشر. 1993.
- 11- ملفن ل. ديفيلير وساندرا بول روكيتش. نظريات وسائل الإعلام. ترجمة، كمال عبد الرؤوف. القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1992.
- 12- هريوت أ شيلر. المتلاعبون بالعقول. ترجمة، عبد السلام رضوان، مجلة عالم المعرفة، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1986.

## \* الرسائل الجامعية

- 1- أحمد فرج، عصام الدين. صورة المرأة في إعلانات التلفزيون المصري مع دراسة تحليلية لإعلانات التلفزيون المصري عام 1985. رسالة ماجستير غير منشورة كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1988.
- 2- أحمد قنديل، راجية. "صورة اسرائيل في الصحافة المصرية سنوات 1973-1974-1978" رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية الإعلام بجامعة القاهرة 1981.
- 3- حمدي، محمد ياسين. الشخصية العربية بين السلبية والإيجابية. القاهرة، دار الكتاب للنشر الجامعي، 2002.
- 4- حسن العامري، سلوى. تصورات المثقفين المصريين لخصائص بعض الجماعات القومية واتجاهاتهم نحو هذه الجماعة. رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية الإعلام، جامعة عين شمس، 1983.
- 5- زكريا اسماعيل خضر، ترمين. صورة الولايات المتحدة الأمريكية لدى الجمهور المصري. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001.
- 6- سعد البوسميظ، عائشة. صورة الإمارات العربية المتحدة كما تعكسها البرامج الثقافية المحلية في القنوات الفضائية الوطنية. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1999.
- 7- عبد المغيث، أشرف. دور الإعلام في تكوين الصور الذهنية لدى الشباب المصري عن العالم الثالث. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة، 1993.
- 8- كمال طه، أمال. صورة العراق في التغطية الصحفية العربية والغربية في التسعينات. رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. 2001.
- 9- علام، عبد الواحد. قضايا ومواقف. كلية العلوم القاهرة، 1983.
- 10- غلي الشعراوي، أحمد. صورة الولايات المتحدة الأمريكية في التغطية الصحفية العربية 2001-2002. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2005.
- 11- كمال طه، أمال. صورة العراق في التغطية الصحفية العربية والغربية في التسعينات. رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. 2001.
- 12- محمد كامل، صلاح الدين. العلاقات العامة والصورة الذهنية لأجهزة المخايرات. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1979.

## \* المجلات والدوريات

- 1- آغا، ألفت حسن. الأصولية الإسلامية في العالم الغربي. كراسات إستراتيجية، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بالأهرام، السنة الخامسة، يناير، 1995.
- 2- بركات، سهير. الإعلام وظاهرة الصورة المنطبعة" مجلة العلوم الإجتماعية. الكويت. العدد 1. 1980.

- 3- البيومي، عادل فهمي. علاقة مضمون القِيم لدى الشباب الجامعي بالتعرض للإذاعة والتلفزيون. المجلد المصرية لبحوث الرأي العام . العدد الرابع. أكتوبر ديسمبر 2000.
- 4- حلواني، أحمد. أثر وسائل الإعلام في الحياة اليومية للجماهير في المنظمات العربية للثقافة والعلوم، وسائل الإعلام وأثرها في المجتمع العربي المعاصر.
- 5- حمدي، ياسين، ثناء الضيع. "الصورة القومية المتبادلة بين عينتين من الطلبة السعوديين والمصريين" في بحوث المؤتمر الثالث لعلم النفس في مصر. القاهرة: مركز التنمية البشرية والمعلومات. 1987.
- 6- الجمال، راسم محمد. سامي مسلم. صورة العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية. عرض كتاب المستقبل العربي. العدد 58، 1986.
- 7- جمعة، بيمان. صورة الإسلام والمسلمين في الصحافة الغربية بعد أحداث سبتمبر. دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي الثامن. كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2002.
- 8- الدلقوقي، ابراهيم. صورة الأتراك لدى العرب. مركز دراسات الوحدة العربية. ط1. بيروت، تشرين الأول 2001.
- 9- سالم، نادية. صورة العرب والإسرائيليين في الولايات المتحدة. القاهرة: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية. 1978.
- 10- سليمان، ميخائيل. صورة العرب في عقول الأمريكيين. ترجمة عطا عبد الوهاب. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية 1987.
- 11- السيد حافظ الأسود. صورة الآخرين بين الثبات والتغير. مجلة العلوم الاجتماعية. المجلد الرابع والعشرون. العدد الأول. الكويت: مجلس النشر العلمي، 1996.
- 12- السيد، يس. الوعي القومي المحاصر أزمة الثقافة السياسية العربية. القاهرة: مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بالأهرام. 1991.
- 13- الصواف، محمد توفيق. صورة العربي في الأدب الصهيوني. دراسة مقدمة لمؤتمر بعنوان "الأدب وحوار الحضارات"، قسم اللغة العربية، كلية الآداب، جامعة دمشق، 2002.
- 14- فاروق الصادق، سحر. صورة الغرب في الصحافة المصرية. دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الثامن. كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002.
- 15- عزي، عبد الرحمن. التدفق الإخباري، الأطر المرجعية الثقافية والتحذر التاريخي. جامعة الجزائر: دراسات إعلامية، مركز الطباعة لجامعة الجزائر، 1992-1993.
- 16- عزي، عبد الرحمن. التكنولوجيا الحديثة للاتصال، ثقافة وسائل الاتصال والتحديات الحضارية. جامعة الجزائر: دراسات إعلامية، مركز الطباعة لجامعة الجزائر، 1992-1993.
- 17- عبد الرحمن عزي. الأبحار عبر الثقافات في عالم الاتصال، دراسة مقارنة بين "الجمهورية - المجاهد". جامعة الجزائر: دراسات إعلامية، مركز الطباعة لجامعة الجزائر، 1992-1993.

18- مسلم، سامي. صورة العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية سلسلة أطروحات الدكتوراه، فبراير، 1985.

19- ميعاري، محمود. الذات والآخر في نظر الشباب الفلسطيني. مجلة العلوم الاجتماعية. مجلد 25 العدد3. جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، حريف1997.

### المراجع الأجنبية

1-Del pup Henri. Image d'un orient européen dans les manuels d'histoire français. IUFM, Toulouse, 2002

2-Louis F. Montgomery. Images of the United States in the American Press. Journalism Quarterly, Vol 65, N° 3, Autumn1998.

## الهوامش

- 1- أمّن منصور ندا، الصورة الذهنية والإعلامية عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير، القاهرة: المدينة برس للنشر، 2004، ص 111
- 2- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، المعجم العربي الأساسي، باريس: توزيع لاروس، 1988، ص 449
- 3- منير، البعلبكي، المورد، بيروت: دار العلم للملايين، 1988، ص 449
- 4- كرم، شلي، معجم المصطلحات الإعلامية، القاهرة: دار الشروق، 1989، ص 285
- 5- ابن خلدون، المقدمة، كتاب الشعب، القاهرة: دار الشعب، بدون سنة النشر، ص 536
- 6- webster's.new collegiat dictionary spring. Field. Mass - نقلا عن فهد بن عبد العزيز بدر العسكر، الصورة الذهنية محاولة لفهم واقع الناس والأشياء، ط1، الرياض: دار طويق للنشر والتوزيع، 1993، ص 18
- 7- أشرف عبد المغيث، دور الإعلام في تكوين الصور الذهنية لدى الشباب المصري عن العالم الثالث، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1993، ص 57
- 8- عبد القادر طاش، صورة الإسلام في العالم الغربي، ط2، القاهرة: الزهراء للإعلام العربي، 1993، ص 20
- 9- أشرف عبد المغيث، دور الإعلام في تكوين الصور الذهنية لدى الشباب المصري عن العالم الثالث، مرجع سابق، ص 58
- 10- راجية أحمد قنديل، "صورة اسرائيل في الصحافة المصرية سنوات 1973-1974-1978" رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام بجامعة القاهرة 1981 ص 31
- 11- راجية أحمد قنديل، مرجع سابق، ص 32
- 12- راجية أحمد قنديل، مرجع سابق، ص 30
- 13- فهد عبد العزيز بدر العسكر، الصورة الذهنية محاولة لفهم واقع الناس والأشياء، ط1، الرياض: دار طويق للنشر، 1993، ص 19
- 14- السيد حافظ الأسود، صورة الآخرين بين الثبات والتغير، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد الرابع والعشرون، العدد الأول، الكويت: مجلس النشر العلمي، 1996، ص 216
- 15- صلاح الدين محمد كامل، العلاقات العامة والصورة الذهنية لأجهزة المخابرات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1979، ص 29
- 16- أمّن منصور ندا، الصورة الذهنية والإعلامية عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير، كيف يرانا الغرب، القاهرة: المدينة برس، 2004 ص 29

- 17- سامي مسلم صورة العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية سلسلة أطروحات الدكتوراه، فبراير، 1985، ص18
- 18- عبد الهيد الحنون. صورة الفرنسي في الرواية العربية، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1986، ص8
- 19- حمدي ياسين، ثناء الضبع. "الصورة القومية المتبادلة بين عينتين من الطلبة السعوديين والمصريين" في بحوث المؤتمر الثالث لعلم النفس في مصر. القاهرة: مركز التنمية البشرية والمعلومات. 1987. ص 245
- 20- نادية سالم. صورة العرب والإسرائيليين في الولايات المتحدة . القاهرة : المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، معهد البحوث والدراسات العربية. 1978. ص9
- 21- صلاح الدين محمد كامل أحمد صادق. مرجع سابق. ص30
- 22- صلاح الدين محمد كامل أحمد صادق. مرجع سابق . ص 31
- 23- أمين منصور ندا. الصورة الذهنية والإعلامية عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير. مرجع سابق. ص27
- 24- السيد يس الوعي القومي المحاصر أزمة الثقافة السياسية العربية. القاهرة: مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بالأهرام. 1991 ص 91-92
- 25- علي عحوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية. القاهرة: عالم الكتب. 1983 ص 10
- 26- آمال كما طه. صورة العراق في التغطية الصحفية العربية والغربية في التسعينات. رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. 2001. ص46
- 27- سليمان صالح. وسائل الإعلام وصناعة الصور الذهنية. ط1. القاهرة: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع. 2005. ص23
- 28- عصام الدين أحمد فرج. صورة المرأة في إعلانات التلفزيون المصري مع دراسة تحليلية لإعلانات التلفزيون المصري عام 1985. رسالة ماجستير غير منشورة كلية الإعلام جامعة القاهرة. 1988. ص 106
- 29- أمين منصور ندا. الصورة الذهنية والإعلامية عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير. مرجع سابق. ص27
- 30- محمد توفيق الصواف. صورة العربي في الأدب الصهيوني. دراسة مقدمة لمؤتمر بعنوان " الأدب وحوار الحضارات " قسم اللغة العربية . كلية الآداب ، جامعة دمشق، 2002 ، ص 3
- 31- عادل فهمي البيومي. علاقة مضمون القيم لدى الشباب الجامعي بالتعرض للإذاعة والتلفزيون. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام . العدد الرابع. أكتوبر ديسمبر 2000، ص71
- 32- أحمد حلواني. أثر وسائل الإعلام في الحياة اليومية للحماهير في المنظمات العربية للثقافة والعلوم، وسائل الإعلام وأثرها في المجتمع العربي المعاصر. مرجع سابق. ص 17
- 33- عبد الرحمن عزي. الأخبار عبر الثقافات في عالم الاتصال، دراسة مقارنة بين "الجمهورية — المجاهد". دراسات إعلامية. جامعة الجزائر، مركز الطباعة لجامعة الجزائر 1992-1993، ص57

- 34- عبد الرحمن عزري. التدفق الإخباري، الأطر المرجعية الثقافية والتحذر التاريخي. دراسات إعلامية. جامعة الجزائر، مركز الطباعة لجامعة الجزائر 1992-1993، 5
- 35- عبد الرحمن عزري. التكنولوجيا الحديثة للاتصال، ثقافة وسائل الاتصال والتحدي الحضاري. دراسات إعلامية. جامعة الجزائر، مركز الطباعة لجامعة الجزائر 1992-1993، ص 91
- 36- راسم محمد الجمال. سامي مسلم. صورة العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية . عرض كتاب المستقبل العربي. العدد 58 - 3 - 1986 ص10
- 37- عبد الواحد علام. قضايا ومواقف. كلية العلوم القاهرة، 1983، ص 157
- 38- نزمين زكريا اسماعيل حضر. صورة الولايات المتحدة الأمريكية لدى الجمهور المصري . رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001، ص 13
- 39- نزمين زكريا اسماعيل حضر. مرجع سابق. ص 14
- 40- سلوى حسن العامري. تصورات المثقفين المصريين لخصائص بعض الجماعات القومية واتجاهاتهم نحو هذه الجماعة. رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية الإعلام، جامعة عين شمس، 1983، ص48
- 41- محمود ميعاري. الذات والآخر في نظر الشباب الفلسطيني. مجلة العلوم الاجتماعية. مجلد 25 العدد 3. جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، حريف 1997، ص 110
- 42- حمدي محمد ياسين. الشخصية العربية بين السلبية والإيجابية. القاهرة، دار الكتاب للنشر الجامعي، 2002 ص 49
- 43- سليمان صالح. وسائل الإعلام وصناعة الصور الذهنية. مرجع سابق ص ص26-27
- 44- محمد عايش. الصورة العربية في وسائل الإعلام الأمريكية. الأردن: جامعة اليرموك. 1994. ص 2
- 45- ألفت حسن آغا. الأصولية الإسلامية في العالم الغربي. كراسات استراتيجية، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بالأهرام، السنة الخامسة، يناير، 1995، ص3
- 46- ابراهيم الداوقني. صورة الأتراك لدى العرب. مركز دراسات الوحدة العربية . ط1. بيروت، تشرين الأول 2001
- 47- نزمين زكريا اسماعيل حضر. صورة الولايات المتحدة الأمريكية لدى الجمهور المصري. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2001، ص 16
- 48- نزمين زكريا اسماعيل حضر. مرجع سابق. ص 17
- 49- أحمد علي الشعراوي. صورة الولايات المتحدة الأمريكية في التغطية الصحفية العربية 2001-2002 . رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام جامعة القاهرة ، 2005، ص 56
- 50- أشرف عبد المغيث. مرجع سابق. ص ص 79-80

- 51- إيمان جمعة. صورة الإسلام والمسلمين في الصحافة الغربية بعد أحداث سبتمبر. دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي الثامن. كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2002، ص17
- 52- عائشة سعد البوسميظ. صورة الإمارات العربية المتحدة كما تعكسها البرامج الثقافية المحلية في القنوات الفضائية الوطنية. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1999، ص 83
- 53- أيمن منصور ندا. الصور الإعلامية والقرارات السياسية. مرجع سابق. ص 255
- 54- سحر فاروق الصادق. صورة الغرب في الصحافة المصرية. دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الثامن. كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002، ص 695
- 55- فهد بن عبد العزيز بدر العسكر. مرجع سابق. ص 59
- 56- صلاح الدين كامل أحمد صادق. مرجع سابق. ص 40
- 57- سهير بركات. الإعلام وظاهرة الصورة للطبعة" مجلة العلوم الاجتماعية. الكويت. العدد 1. 1980. ص 109
- 58- ميخائيل سليمان. صورة العرب في عقول الأمريكيين. ترجمة عطا عبد الوهاب. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية 1987 ص 29
- 59- ملفن ل . ديفيلير وساندرا بول روكيتش. نظريات وسائل الإعلام. ترجمة، كمال عبد الرؤوف. القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1992، ص 20
- 60- هيربرت أ شيللر. المتلاعبون بالعقول. ترجمة، عبد السلام رضوان، مجلة عالم المعرفة، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1986. ص 5
- 61- أمال كمال طه. صورة العراق في التغطية العربية والغربية. مرجع سابق . ص 53
- 62- ألفت حسن آغا. الأصولية الإسلامية في العالم الغربي. مرجع سابق. ص 4
- 63- علي عحوة. العلاقات العامة والصورة الذهنية. مرجع سابق. ص 22
- 64- أمال كمال طه. صورة العراق. ص ص 54-55
- 65- أيمن منصور ندا. الصورة الذهنية والإعلامية. مرجع سابق. ص 114
- 66- إدوارد سعيد تغطية الإسلام. ترجمة، سمير نعيم حوري، بيروت مؤسسة الأبحاث العربية، 1983، ص ص 36-37
- 67- ملفن ل. ديفيلير وساندرا بول روكيتش. نظريات وسائل الإعلام. مرجع سابق. ص 20
- 68- هيربرت أ شيللر. المتلاعبون بالعقول. مرجع سابق. ص 5
- 69- سامي مسلم. مرجع سابق . ص 18
- 70- سليمان صالح. وسائل الإعلام وصناعة الصور الذهنية. ط1 الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع 2005، ص 184



- 71- سليمان صالح. مرجع سابق. ص 186
- 72- سليمان صالح. مرجع سابق. ص 187
- 73- سليمان صالح. مرجع سابق. ص 187
- 74- سامي مسلم صورة العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية. ط1. بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية ، سلسلة أطروحات الدكتوراه، فبراير 1985، ص3
- 75- سليمان صالح. مرجع سابق ص 191
- 76- سامي مسلم. صورة العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية. مرجع سابق. ص 31
- 77- سليمان صالح مرجع سابق. ص 194
- 78- ميشيل ديفيلير ساندرابول. مرجع سابق. ص ص 338-339
- 79- أيمن منصور ندا. الصور الإعلامية والقرارات السياسية. مرجع سابق. ص 284
- 80- هريوت. أ. شيلر. مرجع سابق. ص ص 11-12
- 81- أديب حضور. صورة المرأة في الإعلام الغربي. ط1. دمشق، بدون ناشر. 1997. ص ص 22- 23
- 82- ثريا أحمد البدوي. دور الإتصال في تكوين الصور الذهنية للعالم الثالث لدى الشباب المصري. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1993، ص 141
- 83- نوال عبد العزيز الصفتي. صورة العرب في المجلات الأسبوعية الأمريكية بعد أحداث 11 سبتمبر. دراسة تحليلية مجلتي نيوزويك وتام. دراسة مقدمة المؤتمر العلمي الثامن لكلية الإعلام جامعة القاهرة 2002 ص 6
- 84- أحمد علي الشعراوي . مرجع سابق. ص 80