

## النوعية الإعلامية واثرها في العهد من ظاهرة النشل

الدكتور محمد قيراط  
رئيس قسم العلاقات العامة  
جامعة الشارقة

### مقدمة:

الجريمة سلوك منحرف غير سوي يتعارض مع القوانين والتشريعات المعمول بها في المجتمع ويخالف النسيج القيمي والأخلاقي للمجتمع. فالجريمة ظاهرة معقدة ومركبة وواسعة الانتشار لها أشكال وأسباب وأبعاد مختلفة. وظاهرة النشل هي من بين ظواهر جنوح الأفراد نتيجة عدد من العوامل والتناقضات التي اجتمعت في الجانبين وولدت عندهم سلوكا منحرفا يتناقض مع قيم ومبادئ المجتمع.

يتطلب احتواء ظاهرة النشل والحد منها تضافر جهود القوى المختلفة في المجتمع كرجال الأمن والأسرة والمدرسة والمسجد والحي والجامعة والمجتمع المدني. فرجال الأمن، على سبيل المثال، يقومون بمنع الجريمة ومكافحتها باستخدام المناهج والطرق الحديثة والاستعانة بعلم الاجتماع وعلم النفس والتربية والطب النفسي والأنثروبولوجيا والعلوم القانونية. ومن جهتها تقوم الأسرة بالتربية والتوجيه والرعاية والعطف والحنان والمتابعة حتى تحمي أبنائها وبناتها من ارتكاب الجريمة والقيام بالأعمال الجانحة ومخالطة رفقاء السوء. المسجد بإمكانه كذلك القيام بدور مهم مثل مؤسسات عديدة في المجتمع لحماية النشء من الجنوح والانحراف. كما يجب دراسة الظاهرة وتحليلها في إطار السياق الاجتماعي وفي ضوء المشكلات الاجتماعية كالبطالة والفقر والحرمان والجهل والإدمان والتفكك الأسري والاعتراب الإعلامي والثقافي والتبعية والتقليد والذوبان في ثقافة وقيم الأخر. فظاهرة النشل هي إفراس للبيئة التي تنتشر فيها ونتيجة لظروف سيكولوجية ونفسية ووراثية وشخصية وعائلية واقتصادية وثقافية واجتماعية يتميز بها الفرد الجاني والمنحرف. وهذا يعني أن سبل العلاج يجب أن تتبنى أسلوبا متعدد العوامل في تفسير ظاهرة النشل والنظرة العلمية الشمولية للأمن والجريمة واعتبار عملية الحد من ظاهرة النشل عملية متعددة السبل والطرق والمناهج، تعتمد على عدة استراتيجيات لتحقيق النتائج المرجوة.

تستعرض هذه الورقة دور وسائل الإعلام والمجتمع المدني وصحافة المجتمع المدني في إشراك وتوعية المجتمع (أفراد، مؤسسات نقابات، اتحادات، جمعيات، هيئات حكومية... الخ) لتحمل المسؤولية والبحث عن الأسباب وتقديم الحلول للحد من ظاهرة النشل. طبعا هذا الدور ليس معزولا وإنما هو دور مكمل لأنشطة وأعمال أخرى تقوم بها الأسرة والمدرسة والمسجد والجامعة والمجتمع المدني ونوادي الشباب والأندية الرياضية ودور رعاية الشباب وكذلك الأجهزة الحكومية سواء وزارة الشباب والرياضة أو أجهزة الأمن وجهاز القضاء... الخ.

تلعب وسائل الإعلام دورا محوريا في حياة الشباب وتستحوذ على جزء كبير من وقته. فالشباب اليوم يقضي 900 ساعة سنويا في المدرسة و1500 ساعة سنويا أمام شاشة التلفاز وهذا يعني أنه يقضي وقتا قد يتجاوز الست ساعات يوميا ما بين التلفزيون والانترنت، وهذا التعرض إذا أستغل بطريقة منهجية وعلمية بإمكان المختصين أن يوظفوه في التوعية الإعلامية لتثقيف الشباب وحمايته من الآفات الاجتماعية ومن مشكلات الانحراف والجريمة. وقد تحقق وسائل الإعلام أهدافا كبيرة ونتائج ملموسة في الحد من ظاهرة النشل إذا أستعملت بطريقة منهجية وعلمية إلى جانب الجهات الأخرى في المجتمع كالأسرة والمدرسة والمسجد والجامعة والمجتمع المدني والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية التي تعنى بالشباب ومشكلاته.

## الإشكالية:

تتمثل إشكالية هذا البحث في دراسة العلاقة بين ثلاث متغيرات هي: التوعية الإعلامية، ظاهرة النشل، والحد من ظاهرة النشل. كيف تستطيع وسائل الإعلام أن تساهم في الحد من ظاهرة النشل، أو لماذا تفشل المؤسسات الإعلامية في تحقيق هذا الهدف؟ ما هي أسباب النجاح أو الفشل؟ هل تستطيع وسائل الإعلام بصيغتها الحالية أن تساهم في الحد من ظاهرة النشل؟ وما هي الشروط والمستلزمات التي يجب أن تتوفر حتى يقوم الإعلام بهذا الدور؟ أم أن العملية بحاجة إلى مجتمع مدني نشط وصحافة مجتمع مدني فعالة وقوية.

## السلوك المنحرف: الأسباب وآليات العلاج:

الانحراف هو انتهاك للتوقعات والمعايير الاجتماعية، والفعل المنحرف هو تهديد للنظام الاجتماعي وللحياة نفسها. تتم دراسة السلوك المنحرف من عدة زوايا ولأغراض مختلفة. فعلماء النفس ينظرون إلى الظاهرة للكشف عن الأبعاد النفسية والدوافع والأسباب الداخلية التي تكمن وراء مثل هذا السلوك. أما علماء الاجتماع فيدرسون الظاهرة للتعرف على البعد الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية التي تفرز هذه الظاهرة أو الظروف التي يتم فيها السلوك المنحرف. من جهتهم يركز الأطباء النفسانيون على العوامل والأسباب العقلية والفيزيولوجية والوراثية التي تحدد السلوك المنحرف. أما علماء الأنثروبولوجيا فيدرسون ظاهرة السلوك المنحرف من زاوية العوامل الثقافية. كما تُدرس الظاهرة من زوايا أخرى عديدة كالدين والاقتصاد والتربية... الخ. وهذا يعني أن السلوك المنحرف هو نتيجة تفاعل عدة عوامل، ولذا وحتى تتم عملية فهم الظاهرة بطريقة جيدة يجب النظر إليها من مختلف الزوايا حيث أن العلوم والمعارف تكمل بعضها البعض وتشكل حلقة متكاملة. (Bartol: 1980)

انطلاقاً مما تقدم، أجمع العلماء المختصون في السلوك المنحرف والجنائي أن هناك ثلاث فئات من العوامل والمتغيرات التي تحكم هذا السلوك وهي: فئة العوامل الجنائية والوراثية، فئة العوامل الثقافية والاجتماعية والاقتصادية، وفئة العوامل النفسية التي تكمن داخل الفرد. فالعوامل الجينية والوراثية والعوامل الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والنفسية تتفاعل فيما بينها لتفرز السلوكيات الجنائية.

## العوامل الجينية والوراثية:

يرى عالم انثروبولوجيا الجريمة الطبيب الإيطالي سيزار لمبروزو (1836-1909) الذي تأثر بأعمال داروين، أن هناك أشخاصاً لديهم سمات وخصائص فيزيولوجية موروثية تجعل منهم جناة وهم بذلك يولدون مجرمين. فهؤلاء الأشخاص يولدون ولديهم قوى واستعدادات وموروثات للتصرف بطريقة مناهضة للمجتمع ومناقضة لأسسه ومبادئه وقيمه. تعرضت أطروحات لمبروزو للعديد من الانتقادات، الأمر الذي جعل عدداً من الباحثين يعتبر السلوك الجنائي نتاج تفاعل الوراثة مع البيئة باعتبار أن شخصية الفرد هي تفاعل دالة الوراثة مع دالة البيئة. (سلامة وعبد الغفار، 1980).

## العوامل الاجتماعية والثقافية والاقتصادية:

يمثل السلوك غير السوي وغير القانوني استجابة فاعلة في بعض الظروف البيئية لدى بعض الأفراد. كما أن السلوك الجنائي هو الطريقة الوحيدة التي تمكن بعض الأفراد للعيش في بيئة اقتصادية واجتماعية محددة. السلوكات غير الاجتماعية

تخضع لنفس مبدأ السلوكيات الاجتماعية وتحكمها نفس القوانين. فالسلوك الجنائي الذي يرتكبه بعض الناس قد يؤدي إلى نتائج مرغوبة من قبلهم ومقبولة حسب منطقتهم لأنها تحقق لهم ما يصبون إليه. فالفرد يلجأ إلى السرقة حتى يحصل على أشياء مادية، أو قد يغش للوصول إلى الهدف بأقصر طريقة وأسهل وسيلة، وقد يرتكب مخالفات ويخترق النظام الاجتماعي والقيمي من أجل الحصول على الهدف المرتقب.

ففي التعلم الإجرائي يتصرف الفرد حسب مبدأ الإقدام على اللذة وتجنب الألم. فالسلوك محكوم بعواقبه والنتائج قد تكون مادية أو معنوية. وما ينسحب على هذا السلوك الاجتماعي ينسحب على السلوك غير الاجتماعي ونفس المبادئ تحكم الاثنين. من جهة أخرى، وحسب علماء النفس، تحكم التوقعات سلوك الفرد، أما باندورا فيرى أن التعلم بالملاحظة هو توقع للحصول على التعزيز. ويدعم باندورا أطروحته هذه من خلال دراساته المستفيضة عن تعلم السلوك العدواني عند الأطفال من خلال مشاهدة البرامج التلفزيونية المختلفة ومنها الموجهة للأطفال. (Bandura, 1986).

#### العوامل النفسية:

لا يمكن فصل العوامل النفسية للانحراف عن العوامل الأخرى حيث أنها تتداخل معها تداخلا وثيقا. في هذا السياق يقول الدكتور غباري:

إن العوامل النفسية للانحراف لا يمكن فصلها عن العوامل الأخرى فهي ترتبط بها ارتباطا وثيقا، ولا شك أن جميع العوامل سواء كانت عوامل جسمية أو عقلية أو بيئية لا يكون لها ثمة خطر إلا بارتباطها بالعامل النفسي، الذي يدفع ويوجه إلى سلوك معين، ويتعين علينا حتى ندرك خطر العوامل النفسية في السلوك، أن نتعرف على حقيقة السلوك الإنساني، وهذا السلوك في الواقع سواء أكان سلوكا سويا أم سلوكا منحرفا ليس إلا محاولة نفسية حيوية تسعى إلى تحقيق تلاؤم الفرد مع مقتضيات الحياة، وهذه العملية تتم بطريقة لا شعورية لا يحس بها الفرد في أول الأمر، ثم تتخذ طريقها إلى الشعور، فتبدو حينئذ مظاهر السلوك الذي يتأثر به المجتمع بالرضا إذا جاء خاضعا لقبوده وأحكامه، أو بالسخط إذا خرج عن النمط المتعارف عليه في المجتمع. وهذا الأخير هو ما نطلق عليه السلوك المنحرف. (غباري، 2002: 96).

تتميز الشخصية السيكوباتية بالنشاط والحركة الزائدتين وعدم الاستجابة للتهديدات والعقاب مثل الشخصية العادية. هذه الشخصية لا تتعلم توقعات المجتمع وقوانينه ولا تؤمن بها ولا توليها أية أهمية. هناك عوامل أخرى تساهم في تطور الشخصية السيكوباتية كفقدان أحد الوالدين، أو العقاب، والطفولة المؤلمة، ورفض أحد الوالدين أو كلاهما للطفل... الخ.

فسلوك الجنوح تبدأ بوادره مع الطفولة وهناك بعض الأطفال تظهر عليهم سمات الاستعداد للجنوح وهم عادة ما يكونوا سلبيون ضد رموز السلطة وماندفعون ولا يتحملون المسؤولية. ( الصمادي، عبد الله، 1994: 25). فيلاحظ على هذه الفئة من الأطفال تحصيلهم المدرسي الضعيف في سنوات المدرسة المتوسطة، وعادات عمل سيئة ويقومون بأعمال لجلب الاهتمام. ومع نهاية الصف التاسع يقومون بتصرفات تدل على الجنوح والتخريب والتسرب المدرسي وسرقة السيارات والنشل كما يميلون إلى مخالفة قوانين وتعليمات المدرس أو المسئول أو ولي الأمر. وعن عوامل تطور جنوح الأحداث يرى الدكتور الصمادي والدكتور عبد القادر:

أبرزت العديد من الدراسات والأبحاث العلاقة بين السلوك الجانح والعديد من المتغيرات كالتصدع المنزلي والأسري، الرسائل المزدوجة المضطربة من الوالدين، تذبذب أساليب التربية من الوالدين، التهور والاندفاعية، والذكاء المتدني. كلها سمات ارتبطت بالسلوك الجانح. كما أشارت الدراسات إلى أن إدمان أحد الوالدين على الكحول، وإهمال الوالدين للطفل، ومشكلات الأسرة المادية...في هذه الظروف يتجه الطفل إلى الخارج (الشلة) أو الشخصيات على شاشة التلفاز ليقلدها. كما أثبتت الدراسات أن العقاب الجسدي المؤذي له علاقة بجنوح الأحداث. ( الصمادي، عبد الله، 1994: 26).

تركز النظريات التكاملية في تفسير السلوك المنحرف على تعدد العوامل المسببة للجنوح. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه النظريات ما يلي:

1. من الناحية الجسمية: يتسم الجانحون بالطابع الجبلي الذي يشير إلى الذكورة والصلابة في التكوين.
2. ومن الناحية المزاجية: يتميز الجانحون بالاندفاع والانبساط والعدوانية والميل إلى الهدم.
3. ومن ناحية الاتجاهات: يتصف الجانحون بالعداء والتحدي والشك والعدا والمخاطرة، وعدم الميل للسير بمقتضى التقاليد وعدم الخضوع للسلطة.
4. ومن الناحية السيكولوجية: يتميز الجانحون بالميل لما هو مباشر ومحسوس أكثر من ميلهم للتعبير الرمزي والعقلي، وبأنهم أقل منهجية في معالجتهم للمشكلات.
5. ومن الناحية الاجتماعية والثقافية: يتميز المجرمون بنشاطهم في أسر يقل فيها التقاهم والمحبة والاستقرار، وفي بيئات فقيرة يسودها عدم الاتساق الثقافي. (عباري 2002: 70).

#### ظاهرة النشل: الأسباب والانعكاسات:

يعتبر السلوك المنحرف إفرازا وانعكاسا لعدة عوامل تفاعلت فيما بينها، وهو بذلك وليد بيئة وظروف محددة. في هذا السياق يقول الدكتور العيسوي:  
ومن الغالب ما يكمن وراء سلوك الطفل الجانح تاريخ من الحرمان والقسوة والإهمال والنبذ والطرده والصراع والتوتر والانفعال وعدم الاستقرار والتفكك الأسري وغياب رقابة أولياء الأمور والإشراف والتوجيه وقلة القدوة. (العيسوي، 2001: 13)  
من مظاهر السلوك المنحرف عند الشباب ظاهرة أطفال الشوارع وهم فئة يتميز سلوكها بحالة من الضعف العقلي، أو السيكوباتية وقد يشعر الطفل بالنقص والدونية فيرغب في التعويض الخاطيء، ولذلك يلجأ لارتكاب المغامرات والحماقات وقد يتأثر بانضمامه إلى الجماعات المنحرفة ومخالطة أقران السوء، أو إثبات الذات، أو إثبات الرجولة والاستقلال، أو من جراء وجود رغبة لاشعورية في عقاب الوالدين أو قد يكون سلوك المراهق لونا من ألوان العقاب المرتد إلى الذات بسبب الشعور الداخلي بالذنب والإثم.

فاللجوء إلى النشل لا يعني بالضرورة الحاجة إلى المادة أو نتيجة الحرمان والفقر وإنما هناك حالات تكون فيها الأسباب عوامل أخرى. فهناك على سبيل المثال مشاهير وأبناء أغنياء تم القبض عليهم في حالة سرقة في محلات راقية. هذا لا ينفي أن عامل الحرمان والفقر والإقصاء الاجتماعي والعوامل النفسية والشخصية والسيكولوجية لها دور في الظاهرة. فظاهرة النشل هي سلوك غير سوي أفرزته عوامل عدة كالحرمان

والفقر والوراثة والبيئة والعائلة وشخصية المنحرف نفسه. وهنا يجب الإشارة إلى أن وسائل الإعلام، في بعض الحالات، بدلا من العمل على الحد من الظاهرة من خلال التوعية بأسبابها ومخاطرها تساهم بطريقة غير مباشرة في التشجيع على الإقبال عليها وهذا من خلال التركيز على الإثارة والعنف والسلوك المنحرف في المنتجات والرسائل التي تبثها من خلال الأفلام والمسلسلات وألعاب الفيديو... الخ. فوسائل الإعلام، في هذه الحالة، من خلال المادة الإعلامية التي تبثها وتقدمها للمجتمع تصبح محفزا للإقبال على السلوك المنحرف ويصبح المراهق الجانح يقلد بطل الفيلم الذي سرق البنك أو اعتدى على ممتلكات الغير. وهنا تجدر الإشارة إلى أن وسائل الإعلام قد تكون من العوامل التي تساعد وتشجع على انتشار الجريمة وظاهرة النشل. يقول الدكتور قيراط في هذا الشأن:

وإذا كان الطفل معرض لسيل جارف من العنف والجريمة والسلوك العدواني في المواد التلفزيونية التي يشاهدها، وإذا كان يُترك وحده وبدون توجيه ومراقبة في مشاهدة التلفزيون والتعرض لألعاب الفيديو، ففي هذه الحالة احتمالات الانحراف تكون مرتفعة جدا. وفي هذه الحالة تنسحب نظرية إثارة الحوافز العدوانية حيث أن المثابرة على مشاهدة العنف من خلال المواد التي يقدمها التلفزيون تؤدي إلى ارتفاع حدة الإثارة النفسية والعاطفية عند المتلقي، وهذا ما يؤدي إلى حدوث السلوك العدواني. وتتلاحم عوامل عدة منها الإحباط والشعور بالتهميش وسوء المعاملة وانعدام الحنان وغياب العطف العائلي وال فراغ الروحي، كل هذه العوامل مشتركة إضافة إلى التعرض للعنف التلفزيوني تؤدي في النهاية إلى تقليد في أرض الواقع ما شاهده الطفل في الدراما التلفزيونية وفي أفلام الحركة وأفلام الكرتون. (قيراط، 2006 ج: 163).

وبالمقابل تستطيع الوسائط الإعلامية أن تكون أدوات ووسائل للحد من الجريمة والعنف وظاهرة النشل إذا استخدمت بطريقة مدروسة ومنهجية ومنظمة.

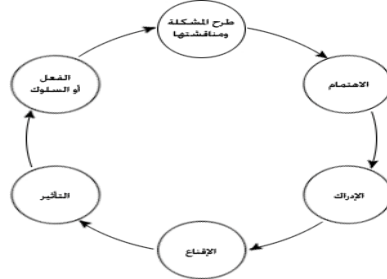
#### التوعية الإعلامية والاتصال الإقناعي:

المقصود بالتوعية الإعلامية هو خلق وعي عند الجمهور من خلال وسائل الإعلام المختلفة من أجل إدراك موضوع معين أو مشكلة محددة للتعرف على جوانبها المختلفة لفهمها والتفاعل معها بطريقة واعية ومسئولة وإيجابية. ولإدراك التوعية الإعلامية يتوجب على وسائل الإعلام تبني حملات إعلامية وإستراتيجية واضحة المعالم لتحديد المشكلة والتعريف بها، ثم تحديد أسبابها والعوامل التي تفرزها والفئات التي تتسبب فيها والتي تتأثر بها. وبعد تشخيص المشكلة تتم عملية وضع الحملة الإعلامية من أجل التوعية، وهي تحديد الجمهور المستهدف ثم الوسائل الإعلامية التي يتم استعمالها ثم تحديد الرسالة الإعلامية، ومن بعد ذلك زمن الحملة والوقت المناسب لتنفيذها. ولنجاح الحملة وتحقيق التوعية الإعلامية يجب تفاعل الجمهور المستهدف مع الوسيلة الإعلامية والرسالة الإعلامية لتحقيق عملية الاهتمام ثم الإدراك ثم الإقناع ثم التأثير ثم الفعل. إن الهدف النهائي للتوعية الإعلامية هو تقويم سلوك الجمهور المستهدف وتصويبه عن طريق تصحيح الفكرة الخاطئة أو التصور الذهني الخاطئ عند الفرد. وتصويب السلوك المنحرف لا يتم إلا بعد تصويب الوعي المنحرف عند الجاني. ومن هنا يجب أن نقر أن التوعية الإعلامية هي عملية اتصالية إقناعية معقدة يجب دراستها والتحضير والتخطيط لها بطريقة منهجية وعلمية. ونظرا للميزة المعقدة

للسلوك المنحرف فإن تصحيحه ليس بالعملية السهلة حيث يجب تضافر جهود جهات عديدة ومختلفة في المجتمع من أجل الوصول إلى نتائج معتبرة وملموسة.

إن الكلام عن التوعية الإعلامية للحد من ظاهرة النشل يعني تشخيص المشكلة في المقام الأول، ثم وضع الاستراتيجيات الناجعة للحملات الإعلامية من أجل الوصول إلى الجماهير المستهدفة. فقطة البداية إذن، تتمثل في تحليل المجالات السلوكية المتعلقة بظاهرة النشل لتحديد ما هي الإجراءات والسبل العملية التي يجب اتخاذها وكيف ومتى وأين؟ أما المرحلة الثانية فتركز على الشرائح أو الفئات المجتمعية التي تستهدفها الحملة من أجل تغيير سلوكها غير السوي. وهذا يعني ضرورة تشريح وتحليل أسباب الانحراف بطريقة منهجية وعلمية للوقوف على محددات الفعل ومن ثم وضع نماذج وطرق التأثير من أجل التغيير.

بعد الانتهاء من المرحلة الأولى يتم الانتقال إلى المرحلة الثانية والتي تتمثل في تحديد النموذج من وجهة نظر اتصالية حيث يتم تحديد الجماهير المستهدفة من أجل تغيير سلوكها من خلال الرسائل المختلفة للحملة. وهذا يعني أن تصميم الحملة يستهدف الأجزاء التي يمكن تصويبها وتقويمها في سلوك المنحرف. وهذا يعني معرفة أسباب السلوك ودواعيه. تتم عملية التقويم والتصويب تتم على النحو التالي:



طرح المشكلة ومناقشتها (1) --- الاهتمام (2) --- الإدراك (3) --- لإقناع (4) --- التأثير (5) --- الفعل أو السلوك (6).

#### شكل رقم (1): التوعية الإعلامية وتقويم السلوك.

فطرح المشكلة للنقاش والحوار والمجادلة من قبل وسائل الإعلام يفسح المجال لمشاركة الجميع حيث أن ظاهرة النشل تهتم الأسرة والمدرسة والمسجد والحي والنوادي الرياضية ونوادي الشباب وأجهزة الأمن في الدولة ودور رعاية الشباب والجامعة والاتحادات النسائية وغيرها من مكونات المجتمع المدني. ففي هذه المرحلة وهي المرحلة الأولى تتم عملية لفت انتباه الجميع أن هناك مشكلة يجب طرحها ومناقشتها وإيجاد الحلول لها. وهذا ما يقودنا للمرحلة الثانية وهي مرحلة الاهتمام بما تتناقله وسائل الإعلام من حوارات ونقاشات من طرف المختصين والمحللين والأساتذة والباحثين حيث سيساهم الجميع سواء عن طريق بريد القراء أو الاتصال المباشر بالبرامج الحوارية أو حضور الندوات والمحاضرات. تتكامل المرحلة الثانية بالمرحلة الثالثة حيث يتحقق الإدراك بالمشكلة وأسبابها وتداعياتها وهذا يعني حصول وعي عند الأهالي والمجتمع المدني والجنابة، ما يعني الاقتناع بضرورة التفكير في فهم خيوطها ومن ثم المساهمة في حلها كل من موقعه وحسب قدراته. وبعد ذلك تأتي المرحلة الرابعة وهي مرحلة الاقتناع بخطورة المشكلة وأهميتها وهذا ما يفسح المجال أمام

المرحلة الخامسة وهي مرحلة التأثير بالرسائل الإعلامية المختلفة وبالنقاش الدائر في المجتمع حول القضية. وهذا ما يقودنا إلى المرحلة السادسة وهي مرحلة الفعل والعمل، أي أن ولي الأمر يقوم بواجبه إزاء أبنائه ونفس الشيء بالنسبة للمدرسة والمسجد ولأندية الشباب ولمختلف الجمعيات والهيئات التي تعنى بالشباب والمجتمع ككل حيث يؤدي وعي الجميع بالمشكلة إلى التزام كل طرف بالقيام بدوره وتحمل مسؤوليته للحد من ظاهرة النشل، وهذا ينعكس في الأخير على الجاني أو الشاب الذي يعاني من الانحراف حيث يقتنع بالعدول عن سلوكه المنحرف والاندماج والانصهار في المجتمع باحترام قوانينه وقيمه ومبادئه.

فالتوعية الإعلامية إذن، هي إدراك المجتمع بكامله للظاهرة وخلفياتها وأبعادها وانعكاساتها وتوعية الجميع بمسؤوليته وواجباته إزاءها. وعندما يدرك المجتمع بمختلف شرائحه ومكوناته الظاهرة فإن الجميع، وكل من موقعه وحسب صلاحياته وإمكانياته، يعمل على إيجاد الحلول وتقديم يد المساعدة للحد من الظاهرة واستئصالها.

#### الاتصال الإقناعي:

الاتصال الإقناعي هو اتصال مخطط يعمل على توجيه العملية السيكولوجية لتحقيق التغيير على مستوى السلوك الظاهر فهو بذلك يهدف إلى تحقيق تغييرات محددة سلفا في سلوك الجمهور المستهدف. يتميز الاتصال الإقناعي بكونه اتصال يقوم على التخطيط ويعمل على تحويل الوظيفة السيكولوجية بهدف تحقيق الاستجابة العلنية من جانب المستقبل وهو يفترض أساسا تعديل البناء السيكولوجي للفرد. كما يتميز الاتصال الإقناعي بسعيه إلى تغيير وجهة نظر الفرد أو الجماعة وبمخاطبته العواطف والانفعالات. كما يقوم الاتصال الإقناعي بدراسة وتحديد وبحث أسباب دوافع السلوك عند الفرد والجماعة وبذلك فهو يدرس أشكال السلوك التي يمكن التأثير فيها. فالالاتصال الإقناعي ليس اتصال لمجرد الإخبار أو الإبلاغ بل هو اتصال من أجل تعديل البناء السيكولوجي الداخلي للفرد لإقناعه بالتخلي أو التخلص من وجهة نظر أو فتاعة أو إدراك أو صورة خاطئة لتبني بناء سيكولوجي جديد يساعده على تعديل سلوكه. في هذا السياق تقول الدكتورة سهير جاد:

ذلك أن الاتصال الإقناعي يستهدف أساسا تغيير وجهة نظر ما، أو الإقناع بشئ ما، وكثيرا ما يخاطب العواطف والانفعالات لتحقيق هدفه الإقناعي. والإقناع الاتصالي يستهدف الفرد، كما يستهدف الجماعة، سواء أكانت صغيرة أم كبيرة، والتي يعتبر هذا الفرد عضوا فيها، ويراد إقناعه للحصول إلى نتيجة معينة، ولذلك تنوع مجالات الاتصال الإقناعي، سياسيا وتجاريا، وسلوكيا، محليا وعالميا. فكأن الاتصال الإقناعي استخدام متعمد لمحتوى رسائله عبر وسائل الإعلام والاتصال بال جماهير من أجل تشكيل استجاباتهم أو السيطرة عليها. (جاد، 2003، 12).

فالالاتصال الإقناعي وفق الاستراتيجية النفسية يقوم على تقديم رسالة إقناعية تؤدي إلى تعديل أو تفعيل العامل الإدراكي الذي يشكل سلوكا علنيا معدلا. أما الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية للإقناع فتقوم على تقديم رسالة مقنعة تحدد أو تعيد تحديد متطلبات ثقافية أو قواعد سلوك للجماعة، أو أدوار، أو مراتب أو عقوبات. وهذا يعني صياغة أو تعديل تعريفات لسلوك اجتماعي متفق عليه لأعضاء الجماعة وهذا ما يؤدي بدوره إلى التغيير في الاتجاه أو السلوك العلني ( جاد، 2003: 47). أما إستراتيجية إنشاء المعاني



للإقناع فتقوم على اعتماد رسالة إعلامية مقنعة تقدم معان جديدة كما تحدث تغييرات في المعاني الموجودة وهذه المعاني تعطي توجيهها جديدا للعمل والسلوك.

#### الحملات الإعلامية الموجهة للشباب:

بما أن فئة الشباب هي الفئة الأكثر تعرضا لظاهرة النشل، فيجب على وسائل الإعلام بمختلف أنواعها استهداف هذه الفئة برسائل تكون مدروسة دراسة متأنية وبأسلوب علمي ومنهجي ومنظم مستخدمة بذلك الطرق الحديثة في الاتصال الاتقاعي وموظفة لغة الشباب والإطار المرجعي لهذه الفئة من المجتمع. فالحملات هنا تستخدم القنوات المختلفة من إذاعة وتلفزيون ومجلات متخصصة خاصة الشبابية منها والصحف اليومية والانترنت. يتم التركيز هنا على طرح الظاهرة للنقاش من قبل المجتمع بكامله انطلاقا من العائلة إلى الحي إلى المدرسة إلى المسجد إلى النادي إلى الجمعيات الشبابية إلى المنظمات والمؤسسات الأمنية إلى الهيئات التشريعية في الدولة حتى يُناقش الموضوع من قبل مختلف الشرائح والمؤسسات الاجتماعية والثقافية والسياسية ليساهم الجميع في مناقشة الظاهرة كل حسب مجال تخصصه ومن زاويته ووجهة نظره، وحتى يقدم كل طرف مقترحاته للحد من الظاهرة. وإذا شارك المجتمع المدني في مناقشة الظاهرة ودراستها وتحليلها وتقديم الحلول لمعالجتها فهذا يعني أن الجميع تعاون من أجل الحد من الظاهرة وأن وسائل الإعلام وصلت إلى الجهات المختلفة في المجتمع حتى تتفاعل معها من أجل الوصول إلى النتائج الملموسة والخروج بذلك من مرحلة الإدراك والوعي إلى مرحلة الفعل. فالإشكال هنا هو اعتبار ظاهرة النشل ظاهرة اجتماعية وأن الشباب المنحرف الذي يقوم بهذا الفعل هو شباب يحتاج إلى مساعدة، وإلى توعية وتوجيه حتى لا يخرج عن قيم المجتمع وتشريعاته وقوانينه وعن النسيج الأخلاقي والقيمي الذي يعيش فيه.

#### الحملات الإعلامية الموجهة لأولياء الأمور:

يعتبر أولياء الأمور طرفا مهما في عملية الحد من ظاهرة النشل والمساعدة في عملية إدراك المشكلة والوعي بها ومن ثم معالجتها. فأولياء الأمور هم الأقرب إلى أبنائهم ومن ثم يتوجب عليهم مناقشة مشكلات أبنائهم بمسئولية وصراحة ويجب الوعي بهذه المشكلات بالدرجة الأولى. فالعلاقة السليمة بين أولياء الأمور وأبنائهم تتطلب توادلا واتصالا صحيا بين الطرفين يكون صريحا ومباشرا وهادفا. في حالات عديدة نلاحظ أن عمليات الاتصال بين الاثنين تكاد تنعدم وهنا تصعب عملية فهم أولياء الأمور لأبنائهم وسلوكياتهم. بالمقابل تصعب على الأبناء عملية فهم أوليائهم والتواصل معهم. فالحملات الإعلامية التي توجه إلى أولياء الأمور تستهدف التوعية بمسئولياتهم اتجاه أبنائهم ودورهم في الحوار والنقاش والتواصل المستمر من أجل التربية السليمة والتوجيه السليم لأبنائهم وخاصة المراهقين منهم.

#### الحملات الموجهة للمجتمع المدني:

يلعب المجتمع المدني دورا استراتيجيا في مناقشة ومعالجة المشكلات والأزمات والآفات الاجتماعية، وكلما كان المجتمع المدني فعالا ونشطا ومراقبا لما يدور في المجتمع كلما كانت مساهماته في التكافل الاجتماعي وفي حل مشكلات المجتمع كبيرة وناجحة. ومن هنا، فإن مؤسسات عديدة في المجتمع بإمكانها المساهمة في الحد من ظاهرة النشل، كالمدرسة والحي والمسجد والنادي الرياضي والكشافة والهيئات

والاتحادات المختلفة التي تعنى بالشباب، والمجلس الأعلى للأسرة وغيرها من الجمعيات والمنظمات في المجتمع. وهذا يعني أن المؤسسات الإعلامية في المجتمع يجب أن تستهدف كل هذه الجهات لخلق الوعي بالمشكلة والمشاركة، كل من موقعه وحسب طاقاته وإمكانياته، في دراسة ومناقشة هذه المشكلة الاجتماعية واقتراح الحلول الناجعة والمساهمة في الحد منها والقضاء عليها.

#### وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع المدني:

انتشر في السنوات الأخيرة مصطلح المجتمع المدني في الأدبيات العربية للتعبير عن القوى الاجتماعية المختلفة والمتعددة التي تنشط في المجتمع في إطار منظم بهدف تحقيق مطالب واحتياجات الجماعات التي تمثلها. يعتمد المجتمع المدني في أنشطته وتحقيق أهدافه على وسائل الإعلام للوصول إلى السلطة والفعاليات السياسية في المجتمع وطرح القضايا والمشكلات التي يواجهها السواد الأعظم من الشعب. والسؤال الذي يُطرح هنا هو إلى أي مدى تساهم وسائل الاتصال الجماهيري في الوطن العربي في نشر ثقافة المجتمع المدني وإلى أي مدى تخدم وسائل الإعلام المجتمع المدني؛ ومن جهة أخرى إلى أي مدى يؤثر المجتمع المدني في وسائل الإعلام ويجعلها أدوات في خدمة المجتمع ووسائل للمراقبة والنقد والاستقصاء، وقوى مضادة تضمن التوازن داخل الآلة السياسية في المجتمع. ومن هنا نتساءل عن ما هي الأدوار التي تلعبها المؤسسات الإعلامية في العالم العربي فيما يتعلق بالتنشئة الاجتماعية ونشر الوعي السياسي والثقافة الديمقراطية وثقافة الحوار والاختلاف والتعددية والتنوع والتوعية من أجل الحد من الآفات الاجتماعية كالجريمة والعنف والسرقة والنشل... الخ. وعن علاقة المجتمع المدني بوسائل الإعلام يرى الدكتور قيراط:

العلاقة هنا جدلية بين المجتمع المدني ووسائل الإعلام، حيث أن المجتمع المدني يتأثر بوسائل الإعلام ويؤثر فيها من جهتها تتأثر وسائل الإعلام بالمجتمع المدني وتؤثر فيه. فكلما كان المجتمع المدني قويا وفعالا ومشاركا في مجريات الأحداث في المجتمع كلما فتح المجال واسعا أمام وسائل الإعلام لتغطية هذه الفعاليات والأحداث لتكون المؤسسات الإعلامية بذلك منبرا للحوار والنقاش من أجل القرار السليم والحكم الراشد. (قيراط، 2006 ب: 27)

لقد ساهمت العولمة والثورة المعلوماتية والاتصالية والمجتمع الرقمي وانتشار الانترنت وانتشار التعليم وتوفير المعلومة والوصول إليها بسهولة في بلورة ونضج فكرة المجتمع المدني في العالم العربي. ومن هنا يتمثل دور المجتمع المدني في خلق توازن بين القوى الاجتماعية والمؤسسات الاجتماعية وبين الطبقات الاجتماعية. كما يعمل المجتمع المدني على خلق فضاء مستقل يفرز قيم العدالة والمساواة والحرية. فالمجتمع المدني هو فضاء للحرية، يتكون من شبكة العلاقات التي تقوم على الاختيار والافتتاح والحرية، حيث أنه يمنح الأفراد قدرة على النشاط الطوعي الحر. إذ يعمل المجتمع المدني على تنظيم العلاقات داخل تنظيمات مدنية تحقق استقلالاً نسبياً عن الدولة من ناحية، وعن قوى السوق من ناحية أخرى. فالحياة المدنية هي الفضاء الطبيعي للعمل الحر الذي تنمو فيه قدرات البشر وإمكانياتهم وقدراتهم على حب الاستقلال ونبذ التسلط والقمع.

يستمد المجتمع المدني قوته من الثقافة المدنية التي تتمحور حول الحرية والمساواة والمواطنة، وهي في أساسها قيم عامة تتفرع عنها قيم تؤمن بالتفكير الحر الخلاق والفعل الحر المسئول والحرية التي تستمد قيمتها من مبدأ الفرد الأخلاقي الذي يؤمن بأن حريته تعني حرية الآخرين. وأن حرية الفرد لا تسمح له بالانسلاخ من محيطه ومجتمعه وفضائه السياسي والاجتماعي والثقافي، ولا تسمح له بالاغتراب عن مبادئه وقيمه، حيث أن حريته مستمدة من حرية الآخرين والحرية الفردية هنا هي قيمة مثالية تنتهي إلى قيمة اجتماعية لا تقل عنها أهمية، وهي قيمة الترابط الجمعي التي تجعل الأفراد يتصرفون في إطار بيئة تضامنية عضوية تعبر عن روح الجماعة.

فأدوات الاتصال الجماهيري في المجتمع هي التي تنتقل ثقافة المجتمع المدني من مستوى الوعي الفردي والجماعي إلى مستوى الوعي العام. وبهذا تصبح الثقافة المدنية جزءاً لا يتجزأ من وعي الأمة. هنا يتوجب على وسائل الاتصال الجماهيري أن تقدم خطاباً إعلامياً هادفاً يحمل في طياته قيماً اجتماعية راقية تنبع من المجتمع وقيمه ومبادئه. فالمؤسسات الإعلامية إذن، مطالبة عبر البرامج الحوارية والدراما والأفلام والتحقيقات والأخبار، بطرح ومناقشة هموم وشجون المجتمع المدني ونشر ثقافته. وهذا يعني نشر مادة إعلامية هادفة من أجل التوعية للحد من الجريمة والسرقة وظاهرة النشل بدلا من نشر المادة المعلبة المستوردة التي تنشر ثقافة العنف والجريمة. ما ينشر في وسائل الاتصال الجماهيري هذه الأيام هو منتجات إعلامية معلبة مستوردة من الخارج تفرز انفصاما في شخصية الفرد العربي الذي يعيش واقعا مختلفا تماما عما يشاهده أو يستهلكه في المؤسسات الإعلامية العربية. فنشر ثقافة المجتمع المدني بحاجة إلى مؤسسات إعلامية ووسائل اتصال تؤمن بالمجتمع المدني وتؤمن بالمتقن العضوي وبالقيم المجتمعية الأصيلة. فالمشرف على المؤسسة الإعلامية والقائم بالاتصال يجب أن يؤمن بالمجتمع المدني وبالثقافة المدنية وبرسالة يعملون من أجل تحقيقها لصالح المجتمع بأسره، وليس الركض وراء الإعلانات والربح السريع، أو العمل لمصلحة أصحاب النفوذ السياسي والمالي في المجتمع.

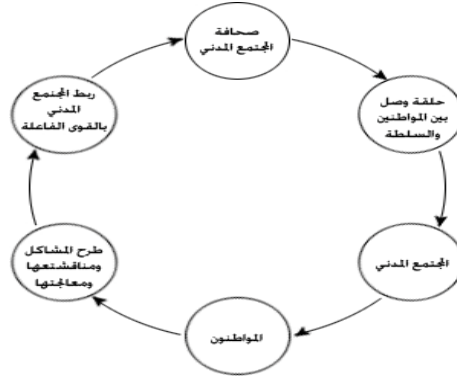
فوسائل الاتصال الجماهيري هي التي تنتج الوعي الاجتماعي وهي التي تركز القيم والعادات والتقاليد والنسق القيمي والأخلاقي في المجتمع، ومن ثم فهي مطالبة بنشر ثقافة المجتمع المدني. المؤسسات الإعلامية هي الأدوات التي تنمي الثقافة المدنية وتعمل على نشرها وتقويتها والتصدي لثقافة العنف والتطرف والإقصاء والفردية والمادية ورفض الأخر والسلوك المنحرف والجريمة والسرقة والنشل. فوسائل الاتصال الجماهيري هي الحليف الاستراتيجي للمجتمع المدني وهي الوسيلة الفعالة والأداة اللازمة لتحقيق مبادئه وقيمه في المجتمع. فمضمون وسائل الاتصال الجماهيري هو الغذاء الروحي والفكري والعقلي للثقافة المدنية وأداء هذه المؤسسات في المجتمع يعتبر سلوكاً مدنياً يدعم المجتمع المدني والثقافة المدنية. فالمجتمع المدني هو وعي وثقافة وقيم ومبادئ تُترجم إلى سلوك وعمل يومي يؤمن بروح الجماعة والمصلحة العامة. ما هي القيم والوعي والأفكار التي تقدمها الفضائيات العربية للمواطن العربي؟ ما هي الإضافات الفكرية والثقافية التي تقدمها هذه الفضائيات للمشاهد العربي؟ أم أن هناك فجوة خطيرة جدا بين الواقع الذي يعيشه المواطن العربي وما يُنقل له ويشاهده عبر القنوات الفضائية المختلفة.

يرى عدد من النقاد والباحثين أن ضعف أداء وسائل الإعلام في المجتمع يعود بالدرجة الأولى إلى ضعف المجتمع المدني انطلاقاً من مبدأ أن الإعلام هو مرآة عاكسة للوسط الاجتماعي والسياسي والثقافي والاقتصادي الذي يوجد فيه ويتفاعل معه. فإذا كان المجتمع المدني ضعيفاً فهذا ينعكس سلباً على أداء المؤسسات الإعلامية في المجتمع، فالإعلام القوي والفعال لا ينمو ولا يتطور ويزدهر إلا في مناخ الديمقراطية والحرية والرأي والرأي الآخر ووجود القوى المضادة والفاعلة في المجتمع، التي تراقب وتنتقد وتعمل من أجل مشاركة الجميع في تحقيق المساواة والعدالة في المجتمع وفي جعل كل فرد في المجتمع مسؤولاً وواعياً وحرراً. ما زال العالم العربي يعاني من فجوة كبيرة بين الشارع والوسيلة الإعلامية كما أنه يعاني من ضعف المجتمع المدني الذي ما زال عاجزاً عن التفاعل مع الشارع العربي والمؤسسات الإعلامية العربية بطريقة إيجابية وفعالة. فالكلام عن التوعية الإعلامية للحد من السلوك المنحرف والجناح والحد من السرقة والنشل يتطلب التفكير في مجتمع مدني فعال ونشط وفي صحافة المجتمع المدني التي تكون بديلة ومختلفة عما هو موجود حالياً في المجتمع.

**صحافة المجتمع المدني وعملية طرح المشكلات ومناقشتها ومعالجتها:**

تعتبر الصحافة المدنية (Civic Journalism) أو الصحافة العامة (Public Journalism) أو صحافة المواطن (Citizen Based Journalism) أو صحافة المجتمع المحلي (Community Journalism) نوعاً جديداً من الممارسة الصحفية ظهر في منتصف العقد الأخير من القرن العشرين في الولايات المتحدة كبديل للصحافة المسيطرة والمنتشرة في الساحة الإعلامية. وجاءت هذه الممارسة الصحفية الجديدة كبديل للصحافة التقليدية المرتبطة بالنظام القائم وبالنخب وبالمصالح الاقتصادية والسياسية وبالقيم المعروفة كالموضوعية والحياد والحرية. وتقوم صحافة المجتمع المدني على مبدأ الوصول للمواطنين والاستماع إليهم وإعطائهم الفرصة للاستماع والتحدث لبعضهم البعض ولمناقشة همومهم ومشكلاتهم وطرح الحلول والبدائل وبذلك فهم طرف في العملية الإعلامية ومشاركون فيها، وليسوا مستقبلين فقط بل فاعلين. ويرى أنصار صحافة المجتمع المدني أنها صحافة جادة مسئولة وملتزمة، وطريقة جديدة تهدف إلى تحديد القضايا والمشكلات الرئيسية التي تهم الرأي العام والسواد الأعظم من المجتمع. وهي بذلك تهدف إلى خلق حوار ونقاش فعال ومجد ومثمر حول أهم قضايا المجتمع، والسعي لتشخيص الأسباب وطرح الحلول والبدائل لمعالجتها، فالهدف هنا هو ليس تغطية الأحداث والقضايا والجرائم والانسحاب بعد ذلك، بل الذهاب أبعد من ذلك بكثير حيث تطرح هذه الأحداث والقضايا للنقاش والحوار والدراسة والتحليل ومن ثم إيجاد الحلول العملية والناجعة لمعالجتها واستئصالها. (Merritt, 1994) فالصحافة المدنية هي نوع من الإعلام المسئول والهادف الذي يعنى بإعادة تنظيم الأولويات وتحديد العلاقة الجديدة التي تربط المجتمع المدني بالقوى الفاعلة في المجتمع وانتهاج طريقة جديدة في طرح المشكلات والأمراض الاجتماعية المختلفة كال فقر والجهل والامية والجريمة ومختلف السلوكيات المنحرفة بهدف مناقشتها ودراستها وتحليلها من قبل الجميع والتفكير في استئصال أسبابها للقضاء عليها. فصحافة المجتمع المدني هي إجراء جديد لإعطاء مفهوم جديد للصحف والصحافيين باعتبارهم فاعلين وليس متفرجين على ما يحدث في المجتمع، وهم بذلك نشطاء في

الحياة العامة وفي المجتمع المدني من أجل تغيير مجريات الأمور في المجتمع وليس تقديمها للقراء والانسحاب بعد ذلك. وهذا يعني من جهة أخرى إدماج وإشراك المواطنين في العملية الإعلامية من خلال اختيار المواضيع وطرحها والمشاركة في مناقشتها واقتراح الحلول الناجعة لمعالجتها. الجميع مسئول في الصحافة المدنية والجميع مطالب بالقيام بدور إيجابي وفعال يقوم على المشاركة والنقاش والحوار وتشخيص الأسباب واقتراح الحلول سواء تعلق الأمر بالصحافي أو بالمؤسسة الإعلامية أو بالمواطن. (Schaffer,2004). فدور الصحافة المدنية لا يقتصر فقط على تغطية الأحداث وتقديمها للقراء وطرح المشكلات ورصدها بل يتعدى ذلك إلى المساهمة الملزمة والمسئولة والجادة والفاعلة للوصول إلى الحلول العملية من خلال فتح باب النقاش العام والواسع أمام المجتمع المدني ليقوم بدوره في تحديد المشكلات وأسبابها وخلفياتها وسبل حلها واستئصالها. ( Merritt,1995 a ).



صحافة المجتمع المدني (1)، حلقة وصل بين المواطنين والسلطة (2)، المجتمع المدني (3)، المواطنون (4)، طرح المشاكل، دراستها، مناقشتها، الحلول (5) ربط المجتمع المدني بالقوى الفاعلة في المجتمع، إشراك الجميع في تحمل المسؤولية في حل مشاكل المجتمع (6)

**شكل رقم (2): صحافة المجتمع المدني وإشراك المواطن في طرح مشاكله والمساهمة في حلها.**

يبين الشكل (2) أعلاه دور صحافة المجتمع المدني في إشراك وتوعية المواطن في طرح قضاياها ومشاكله للنقاش والحوار والمساهمة في حلها. فصحافة المجتمع المدني هي حلقة وصل بين المواطنين والسلطة وهي الوسيط الإعلامي للمجتمع المدني الذي يعتبر الفضاء العام للشرائح الاجتماعية والمكونات المختلفة للمجتمع. تعبر هذه المكونات من خلال صحافة المجتمع المدني عن همومها ومشاكلها وتبدي آراءها حول ما يجري في المجتمع، وهذا يعني أن المواطن يتمتع بدرجة عالية من الوعي الاجتماعي والمسؤولية الاجتماعية. فمن خلال المجتمع المدني وصحافة المجتمع المدني يطرح المواطنون مشاكلهم ويناقشونها ويضعون الحلول الإجرائية لها. الأمر الذي يؤدي في النهاية إلى ربط المجتمع المدني بالقوى الفاعلة في المجتمع وصناع القرار والمؤسسات والتنظيمات والهيئات المختلفة حتى تقوم كل جهة وكل طرف بمسؤوليته ودوره في التكفل بالقضايا الاجتماعية المختلفة ومعالجتها كل حسب اختصاصاته وصلاحيته. فبالنسبة للحد من ظاهرة النشل ودور التوعية الإعلامية تتكفل صحافة

المجتمع المدني والمجتمع المدني نفسه بخلق وعي بهذه المشكلة أولاً، وطرحها للنقاش والحوار، ومن ثم إشراك كل الجهات المعنية في المساهمة في اقتراح الحلول وتنفيذها من خلال القوى الفاعلة في المجتمع والسلطة بطبيعة الحال.

فصحافة المجتمع المدني هي طريقة جديدة لمساعدة الجمهور على التغلب على مشاعر الضعف والتهميش والاعتزاز والشعور بالإقصاء وعدم القدرة على المشاركة في الحياة العامة. فالصحافة المدنية تهدف إلى تدعيم وتعزيز مفهوم المواطنة ونشر ثقافة النقاش والحوار ومساعدة عامة الشعب على الاندماج والانخراط في طرح مشكلاتهم وهمومهم والوصول إلى الحلول العملية لاحتوائها واستئصالها والقضاء عليها. (Corrigan, 1999). يقول الدكتور السيد يخيت في هذا السياق:

كما تفرض فلسفة صحافة المجتمع المدني على الصحفيين إجراء مقارنات بين الحلول المطروحة لقضايا محلية مع تطبيقاتها في مجتمعات أخرى، والعمل على توسيع إدراك ومعارف المواطنين المحليين عن أفضل السبل للتعاوي مع المشكلات والقضايا المحلية، على أن تكون النماذج المعروضة قابلة للتطبيق، وألا يتم تبنيها بشكل جامد، وعدم الانصياع غير النقدي للتصريحات والآراء التي تحمل أخباراً إيجابية والتي يدلي بها المسؤولون أو تلك التي تسعى لخلق شعور وهمي أو تفاؤل ساذج بنجاعة الخطط والسياسات المتبعة دون غيرها، ومطالبة المسؤولين بضرورة التجاوب مع أجندة اهتمامات المواطنين، والعمل على تحميل هؤلاء المسؤولين مسؤولياتهم المجتمعية. وفي ذات الوقت اعتبار المواطنين عنصراً أساسياً في عملية إعادة تنشيط المناخ العام، واعتبار صحافة المجتمع المدني بمثابة حلقة الوصل بين القيم الصحفية وبين احتياجات المجتمعات المحلية، وتحميل المواطنين واجب المشاركة في حل المشكلات العامة، وإدارة شؤون مجتمعاتهم المحلية بشكل ذاتي. (بخيت، 2007).

أما عن دور صحافة المجتمع المدني فإنه لا يقتصر فقط على تناول الآفات والأمراض الاجتماعية واستعراضها، بل يركز كذلك على خلق فضاء عام لطرح ومناقشة القضايا والشئون العامة. فصحافة المجتمع المدني تهدف من وراء تغطية مشكلات وآفات المجتمع مثل الجريمة والعنف والسرقة والنشل إلى حث المواطنين على المشاركة في مكافحة هذه الآفات والأمراض الاجتماعية كل من موقعه وحسب إمكانياته. فطرح المشكلة الاجتماعية غير كاف وإنما يجب الذهاب إلى أبعد من استعراضها، وهو البحث عن جذورها وأسبابها وبذلك توصيف الإجراءات العملية اللازمة بالتنسيق مع الجهات المعنية سواء الرسمية منها أو غير الرسمية لحل هذه المشكلات واستئصالها والقضاء عليها.

تحدد أدوار القائمين بالاتصال في صحافة المجتمع المدني حسب منظري هذا النوع الجديد من الصحافة على النحو التالي:

الدور الملتمزم شخصياً بصحافة المجتمع المدني Personal Public Journalism، وينبني هذا الدور على الواجب والالتزام الشخصي من قبل الصحفيين بحل مشكلات المجتمع المحلية. الدور القائم على الثقة بالمجتمع المحلي Community Trust وهو يعني إيمان الصحفيين بقدرة المجتمع المحلي على حل مشكلاته بنفسه. الدور القائم على الالتزام المؤسسي Institutional Public Journalism، وهو دور قائم على الإيمان

بضرورة قيام الصحافة بمسئولياتها إزاء حل مشكلات المجتمع المحلي. ( Charity, 1995)

فالحد من ظاهرة النشل يتطلب صحافة ملتزمة وواعية تقوم بمسئوليتها الاجتماعية على أحسن وجه، ومواطن مسئول وواع منخرط في مجتمع مدني يناقش مشاكله وهمومه وقضاياها بطريقة ديمقراطية صريحة وواعية من أجل مشاركة الجميع في الحوار والنقاش واقتراح الحلول والاجراءات العملية لمعالجة المشاكل واحتوائها واستئصالها.

#### الخاتمة:

تعتبر التوعية الإعلامية من السبل التي تستعمل للحد من ظاهرة النشل. فوسائل الإعلام إذا سُخرت وأُستخدمت بطريقة منهجية وعلمية وفق إستراتيجية محكمة بإمكانها طرح المشكلة للرأي العام وللجمهور وللمجتمع المدني لمناقشتها ودراستها وإبداء الرأي حولها. ومن ثم تأتي عملية إدراك الظاهرة وفهم خلفياتها وانعكاساتها على الفرد وعلى الأسرة وعلى المجتمع. وبعد عملية الإدراك تأتي مرحلة الاقتناع بضرورة فعل شيء ما والقيام بالمسؤولية والدور المنوط بكل طرف له علاقة بالموضوع سواء من قريب أو بعيد. وبعد الاقتناع تأتي مرحلة التأثير التي تؤدي للسلوك. فالهدف النهائي من التوعية الإعلامية هو إدراك الظاهرة وخطورتها وإقناع الجميع بفعل شيء من أجل الحد منها ومساعدة الجاني للتخلص من هذا السلوك غير السوي، والذي تكون أسبابه متعددة ومتشابهة ومعقدة حيث أن البعض منها يكون وراثي والبعض الآخر بيئي وأسباب أخرى تكون لها علاقة بالظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية... الخ.

تجدر الإشارة هنا أن المجتمع بمختلف شرائحه وتشكيلاته - العائلة، المدرسة، البيئة الاجتماعية، وسائل الإعلام... الخ- مسئول عن بعض السلوكيات الانحرافية في المجتمع، ولذلك فإن الحد من ظاهرة النشل واحتوائها يجب أن يمر بمعالجة أسباب الظاهرة وهذا يعني تضافر جهود الجميع لمساعدة الجانح في التخلص من سلوك غير مرغوب فيه من قبل أي عاقل ومن قبل القوانين والأعراف والتشريعات التي تنظم المجتمع. وسائل الإعلام لها دور استراتيجي ومحوري في المساعدة على الحد من ظاهرة النشل من خلال التوعية وطرح المشكلة للنقاش والدراسة والتحليل باستعمال الحملات الإعلامية واستخدام الدراسات والتحقيقات والربورتجات والبرامج الحوارية والمؤتمرات والندوات. فالخطوة الأولى تتمثل في طرح المشكلة حتى تكون موضوع اهتمام من قبل الجميع في المجتمع لمناقشتها ودراستها وتثريتها وتحديد أسبابها وانعكاساتها حتى يتعاون الجميع من أجل الحد منها والقضاء على أسبابها ذلك أنه إذا عالج المجتمع والجهات المعنية أسباب الظاهرة، فهذا يعني القضاء عليها والتخلص منها.

مما تقدم نخلص إلى القول أن الحد من ظاهرة النشل يتطلب تفعيل المجتمع المدني وصحافة المجتمع المدني حتى يتحمل الجميع مسئولته ويقوم بدوره بالتزام وتفاني ومسئولية، حتى يساهم الجميع في مساعدة هذا الشاب للتخلص من سلوكه المنحرف الناتج عن عدة عوامل وأسباب، البعض منها يتسبب فيه المجتمع والمحيط والبيئة والأسرة والتلفزيون والانترنت، والبعض الآخر يعود إلى عوامل شخصية، نفسية، سيكولوجية خاصة بالشباب المنحرف.

تحتاج المجتمعات العربية للحد من ظاهرة النشل إلى صحافة المجتمع المدني، حيث أن الأنظمة الإعلامية الموجودة حالياً ونظراً لمعطيات عديدة لا مجال للخوض فيها هنا، عاجزة عن القيام بدور فعال في مواجهة السلوك المنحرف، بل أن البعض منها يساهم في نشر الجريمة والقيم الدخيلة على المجتمعات العربية الإسلامية والتي تتناقض جملة وتفصيلاً مع الشريعة الإسلامية وقيم وعادات المجتمع. فالصحافة المدنية هي البديل لتوعية المواطن وتفعيل المجتمع المدني والقوى الفاعلة في المجتمع حتى يتحمل الجميع مسؤوليته ويقوم بدوره في المجتمع كمواطن وكمؤسسة وكصانع قرار وكمجتمع مدني وكسلطة لحماية المجتمع من الأمراض والأفات الاجتماعية.

#### المراجع:

- أحمد سلامة، وعبد السلام عبد الغفار (1980) علم النفس الاجتماعي. القاهرة: دار النهضة العربية.
- أحمد عبد المحيد الصمادي وعبد القادر عبد الله (1994) الاتجاهات الحديثة في إرشاد نزلاء مراكز الإصلاح والتأهيل. أبو ظبي: وزارة الداخلية، الإدارة العامة لشرطة أبو ظبي، مركز البحوث والدراسات الأمنية والاجتماعية.
- جمال الخطيب (1988) تعديل السلوك: القوانين والإجراءات. عمان: جمعية عمال المطابع الأردنية.
- سهير جاد، (2003) وسائل الإعلام والاتصال الإقناعي. الطبعة الأولى. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- السيد بخيت (2007) "تجربة صحافة المجتمع المدني في الدراسات الإعلامية الأمريكية"، المجلة المصرية لبحوث الاتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة (قيد النشر).
- عاطف عدلي العبد (2006) الإعلام والمجتمع: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبد الرحمن محمد العيسوي (2001) سيكولوجية الانحراف والجنوح والجريمة. الطبعة الأولى. بيروت: دار الراتب الجامعية.
- عبد الستار إبراهيم (1988) العلاج النفسي الحديث. الكويت: سلسلة عالم المعرفة، دار القلم.
- عبد الستار إبراهيم ، عبد العزيز الدخيل وإبراهيم رضوي (1993) العلاج السلوكي للطفل: أساليبه ونماذج من حالاته. الكويت: سلسلة عالم المعرفة، دار القلم.
- محمد سلامة محمد غباري (2002) الانحراف الاجتماعي ورعاية المنحرفين ودور الخدمة الاجتماعية معهم. الطبعة الثانية. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
- محمد قيراط (2001) الإعلام والمجتمع: الرهانات والتحديات. الطبعة الأولى. عمان: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- محمد قيراط (2006أ) قضايا إعلامية معاصرة. الطبعة الأولى . عمان: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- محمد قيراط (2007) تشكيل الوعي الاجتماعي: دور وسائل الإعلام في بناء الواقع وصناعة الرأي العام. الطبعة الأولى. عمان: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- محمد قيراط (2006ب) "وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع المدني" البيان، العدد 1، 9662، ديسمبر، ص: 27.
- محمد قيراط (2006ج) الآثار السلبية للجريمة والعنف والانحراف في وسائل الإعلام الجماهيري"، الإعلام والأمن. الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، مركز الدراسات والبحوث ، ص.ص: 78-139.



- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980) *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Arant, D. M., & Meyer, P. (1998) Public Journalism and Traditional Journalism: A Shift in Values? *Journal of Mass Media Ethics* 13(4), 205-18.
- Atkin, C. (1981) Mass media information campaign effectiveness. In R. Rice & W. Paisley (Ed.). *Public communication campaigns* Beverly Hills, CA: Sage. (pp.265-80).
- Atkin, C., & Wallack, L. (1990) *Mass communication and public health: Complexities and conflicts*. Newbury Park, CA: Sage
- Bandura, A. (1986) *Social foundations of thoughts and actions: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Barak, G. (1995) (ed.) *Media process and the Social Construction of Crime*. New York: Garland Publishing, Inc.
- Bartol, C. (1980) *Criminal Behavior: A Psychological Approach*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Bettinghaus, E. P. and Cody M. (1994) *Persuasive Communication*. Fifth Edition. Forth Worth, TX: Harcourt College Publishers.
- Blazier, T., & Lember, J. (2000) Public Journalism and Changes in Content of the Seattle Times. *Newspaper Research Journal*, 21(summer), 69-80.
- Brian L. Massey, B. (1999) Civic Journalism and Gender Diversity in News-Story Sourcing, paper presented at the annual meeting of AJEMC, New Orleans.
- Button, A. (1973) "Some Antecedents of Felonious and Delinquent Behavior", *Journal of Child Clinical Psychology*, (2) 35-37.
- Carey, J. (1995) The Press, Public Opinion, and Public Discourse. In T. Glasser & C. Salmon (eds.) *Public Opinion and the Communication of Consent*. New York: The Guilford Press.
- Charity, A. (1995) *Doing Public Journalism*. New York: Guilford Press.
- Clark, C. (1997) In favor of civic journalism, *Harvard International Journal of Press/Politics* 2(summer), 118-24.
- Coleman, R. (2000) "Civic Journalism on the Right Side of the Brain: How Photographers and Graphic Designers Visually Communicate the Principles of Civic Journalism" (paper presented at the annual meeting of AEJMC, Phoenix, AZ).
- Corrigan, D. (1999) *The Public Journalism Movement in America: Evangelists in the Newsroom*. Westport, CT: Praeger.
- Corrigan, D. Professors Provide Critical View of Public Journalism, available at October 2007.
- David L., and Meyer, P. (2000) Opinion without Polls: Finding a Link between Corporate Culture and Public Journalism, *International journal of Public Opinion Research* 12 (autumn): 276-84.
- Donohew, L., Sypher, H., & Buksoki, W. (1991) *Persuasive communication and drug abuse prevention*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum associates.
- Eksterowicz, A., et al. (1998) "Public Journalism and Public Knowledge," *Harvard International Journal of Press/Politics* 3 (spring).
- Gade, P., Abel, C. et al. (1998) Journalists' attitudes toward civic journalism media roles. *Newspaper Research Journal* 19(fall), 10-26.

- Greenwald, M. Considering 10 years of public journalism, available at [www.asne.org /index.cfm?id=3603](http://www.asne.org/index.cfm?id=3603). Retrieved May 2007.
- Haas, T.(2000) Public journalism challenges to curriculum and instruction. *Journalism & Mass Communication Educator* 55(autumn), 27-41.
- Haas, T.(2001) Educating for a More Public Journalism: Public Journalism and Its Challenges to journalism Education, AEJMC.
- Hovland, C.I., Janis, I.L.,& Kelly,H.H.(1953) *Communication and Persuasion*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Jay, R (1991) Making journalism more public, *Communication* 12(4) 267-84.
- Jay, R and Merritt, D.(1994)"Public Journalism: Theory and Practice," An Occasional Paper of the Kettering Foundation, Kettering Foundation, Dayton, Ohio.
- Jay, R. (1995) *Getting the Connections Right: Public journalism and the Troubles in the Press*. New York: Twentieth Century Fund.
- Jay, R.(1994) Making things more public: On the political responsibility of the media intellectual, *Critical Studies in Mass Communication* 11, 362-88.
- Jay, R.(1999) *What Are journalists For?* New Haven, CT: Yale University Press.
- Loomis, D.(1998) Is Public Journalism Cheap Journalism?: Putting Public Journalists' Money Where Their Mouths Are, paper presented at "Public Journalism: A Critical Forum," University of South Carolina, Columbia, SC, (October ).
- Massey, B . and Haas, T.(2002) "Does Making Journalism More Public Make a Difference? A Critical Review of Evaluative Research on Public Journalism," *Journalism & Mass Communication Quarterly* 79 (autumn): 559-86.
- McGuire, W.(1989) Theoretical foundations of campaigns. In R. Rice & W. Paisley (ed.), *Public communication campaigns* (pp.43-66).Beverly Hills, CA: Sage.
- Merritt D. (1994a) "Public Journalism: What it Means, How it Works," in *Public journalism: Theory and Practice*, ed. Jay Rosen and Davis Merritt Jr. Dayton, OH: Kettering Foundation.
- Merritt, D. (1995a) Public Journalism, *Editor & Publisher*, Vol.128, Issue 32.
- Merritt, D. (1995b) *Public Journalism and Public Life: Why telling the news is not enough*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Merritt, D. Public Journalism: Where It Has Been; Where It Is Headed available at [www.kettering.org/papers/pj/pj070107.html](http://www.kettering.org/papers/pj/pj070107.html), October 2007.
- Merritt, D.(1994b) "Public Journalism: A Movement toward a Basic Cultural Change." Adapted from a column run in the Wichita Eagle, 30 October.
- Merritt, D.(1995c) Public journalism: Defining a democratic art, *Media Studies Journal* 9(3), 125-132.
- Merritt, D.(1995d) The Misconception About Public Journalism, *Editor & Publisher*, Vol.128, Issue 26.
- Meyer, P. Public Journalism and the Problem of Objectivity, available at [www.kettering.org/papers/pj/pj070107.html](http://www.kettering.org/papers/pj/pj070107.html)

- Parisi, P.(1997) Towards a "philosophy of framing": News narratives for public journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 74(winter), 673-86.
- Petty, R.E., & Cacioppo, J.T.(1986). *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. New York: Springer-Verlag.
- Pew Center for Civic journalism, "About Pew Projects", available at <http://www.pewcenter.org/project/index.php> . Retrieved November 2007.
- Pew Charitable Trusts.(1994) Getting the Connections Right: What Public Journalism Might Be. New York: Project on Public Life and the Press.
- Pew Charitable Trusts.(1994)"Making Things More Public: On the Political Relationships of the Media Intellectual." *Critical Studies in Mass Communication*, 11 : 367.
- Schaffer, J. Civic Journalism: A Decade of Civic Innovation, available at November 2007.
- Schaffer, J.(2001) Civic Journalism: 10 Tips for Rebuilding, Frameworks of Society, The American Press Institute, Sept.
- Schaffer, J.(2004) The Role of Newspapers in Building Citizenship, 5th Brazilian Newspaper Congress São Paulo, Brazil, September 13.
- Schaffer, J., and Miller, E. (1995) *Six Case Studies*. Washington DC: Pew Center for Civic Journalism.
- Schudson, M. (1999) "What Public Journalism Knows About Journalism, But Doesn't Know About 'Public'," in Glasser, T. ed. *The Idea of Public Journalism* .New York: Guilford. 118-33.
- Schudson, M.(1995) *The Power of News*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Shafer, R. (1998) Comparing Development Journalism and Public Journalism as Interventionist Press Models. *Asian Journal of Communication*, 8(1), 31-52.
- Shafer, R.(1996)Journalists as Reluctant Interventionists: Comparing Development and Civic Journalism, paper presented at the annual meeting of AJEMC.
- Sirianni, C and Friedland, L.A (2001) *Civic Innovation in America: Community Empowerment, Public Policy, and the Movement for Civic Renewal*. Berkeley: University of California Press.
- Slater, M.(1999) Integrating application of media effects, persuasion, and behavior change theories to communication campaigns: A stages-of-change framework. *Health Communication*, 11, 335-54.
- Steele, B. The Ethics of Civic Journalism: Independence as the Guide, available at ,Retrieved October 2007.
- Stiff, J.(1994) *Persuasive communication*. New York: Guilford Press.
- Stumphauzer, J.(1986) *Helping Delinquents Change: A Treatment Manual of Social Learning Approaches*. New York: Haworth.
- Tappan, P.(1947) "Who is the Criminal", *American Sociological Review*., 12, 100-10.
- Thorson, E. Lewis A. Freidland and Steven Chaffee,(1996) *Evaluation of Civic Journalism Projects*. Philadelphia: Pew Charitable Trusts.

- Wolfgang, M.(1972) Cesare Lombroso. In H. Mannheim (ed.) *Pioneers in Criminality*. Montclair, NJ: Patterson Smith. pp: 115-45.