

الفصل العاشر
وظيفة الإعلام في صراع المجموعات
المتمردة والمنظمات

سياسة التغيير: مراحل تطور التغيير في المجتمع

مسألة الهوية الشخصية والجماعية هي ليست فقط مسألة إنتماء عاطفي أو شعوري وحضاري. يرافق تكوين الهوية صراع لاخذ اعتراف سلطة، مرجعية قانونية وموارد.

يعرض الانتماء العرقي، في أغلب الأحيان، دفاعاً مشتركاً عن أهداف مادية وأهداف حضارية. مثلاً الصهيونية هي حركة كانت متجهة إلى التجديد القومي والحضاري ثم إلى التجديد الاجتماعي والاقتصادي. وتمثلت عن طريق إحياء اللغة والحضارة العبرية، وكذلك بامتلاك الأراضي في دولة إسرائيل والتجنيد العسكري.

المرحلة التي ينتمي بها الناس لمجموعة مميزة ومنازعة، تحصل على إقرار، مركز وموارد من الدولة وهذه المرحلة عمل على تعريفها ميخائيل فالنسر.

حسب فالنسر: هناك ثلاث مراحل في تكوين المجموعة، والتي ليس من الضرورة أن تكون في تسلسل ثابت.. نحن نربط هذه المراحل بوظيفة الإعلام الجماهيري في تطور هذه المجموعات.

أ) مرحلة تكوين الهوية:

سياسة التغيير تبدأ بعدم المساواة. أساسها مجموعة من الناس كانوا من قبل محايدون، مضطهدين، غير مرتين، غير مسموعين، هامشيين وخائفين. تبدأ هذه المجموعة بالوقوف على أهميتها كمجموعة، وتطلب من أصحاب القوة (بشكل عام من السلطة) اعترافاً واضحاً بكيانها. يتحدث باسم هذه المجموعة في البدايه مجموعة من الناس، بشكل عام هم مناضلون، متطرفون ويتنافسون فيما بينهم على لفت إنتباه باقي أعضاء المجموعة ولفت إنتباه الجمهور والجهاز السياسي. يمكن أن تتحول هذه المجموعة الصغيرة إلى قوة مهمة في المجتمع، فقط إذا استطاعت أن تكسب دعم الجمهور الذي تنوي تمثيله.

في مرحلة تكوين المجموعة تتكون الهوية الجماعية الخاصة بها، ويبدأ تمييز هذه المجموعة من باقي الجمهور. بهذه المرحلة يمكن أن تبدأ معارضة لسيطرة هوية جديدة على هوية قائمة للمجموعة.

(مثال: الصرع في تعريف البرنامج السياسي بين التجمع والجهة).

في مرحلة تكوين الهوية، يعتبر الإعلام عاملاً أساسياً أو كقوة وحيدة التي من المفروض أن تساهم في تطور المجموعة. قدرة هذه المجموعة على لفت إنتباه الصحفيين ووسائل الإعلام لنفسها، لوجودها، لآرائها ولاعتراضاتها، سيجعلها تجند أناساً جدداً لصفوفها، وتجند تبرعات وتمويل يمكنانها من توسيع وتثبيت وجودها.

الانكشاف والإعلان عن المجموعة في وسائل الإعلام يعطون للتغيير حيزاً علنياً، صريحاً وواضحاً. يعطي الإعلام لمجموعات التغيير اعترافاً وشرعية واضحة بوجوده. يعتقد فالتسر أنه من لحظة تحول هذه المجموعات صاحبة التغيير لأمر علني، لا يمكننا أن نهمله، أن نلغيه، أن ندفنه أو أن نتقدم عنه. لأنه بذلك يصبح جزءاً من الحيز الاجتماعي. من هذه اللحظة، كل رفض للإعتراف بالتغيير التابع لمجموعة ما، يفسر كإحباط يوقظ أصواتاً متمردة وصارمة وفي بعض الأحيان عنيفة، بالإضافة إلى ردود فعل صارخة من طرف المتمردين.

ليس كل تعبير عن التغيير هو منطقي أو حقيقي، يدعي فالتسر، هناك مجموعات كثيرة تتنازع على التمثيل والإعتراف. تكوين التغيير هو بداية نقاش بين المجموعة الجديدة وبين مجموعات أخرى قائمة في المجتمع، أو بين هذه المجموعة وبين السلطة، حيث يتم من خلال خطاب إعلامي... النقد الذي يعطى خلال الخطاب الإعلامي للمجموعة أو لأي من معارضيها في السلطة أو في مجموعات أخرى، هو الذي يقرر من من هذه الأصوات ستكون أقوى وستصدح لمدى أطول، أي من القائدين المتطرفين سينجح أن يفود المجموعة، وأي منهم سيخسر، أي اعتراضات تُقبل عند السلطة وأي منها لا تُقبل، أي مجموعة تستمر وتحصل على إعتراف قومي و، أو عالمي وأي منها لن تحصل على هذا الإعتراف.

(ب) مرحلة التسوية:

حسب رأي فالتسر، التسوية هي محاولة السلطة في الحد من المخاطر في تكوين التغيير. في مرحلة التسوية تجرى مفاوضات بين ممثلي السلطة وممثلي المجموعة. خلال هذه المفاوضات يجب

على المجموعة أن تعترف أو تقتنع أن حدودها مقيدة بكيان شرعي لمجموعات أخرى في المجتمع وللسلطة المركزية أيضاً.

مرحلة التسوية، بشكل عام، لا تتم بطريقة لطيفة، وإنما مرافقة بمظاهرات وتهديدات كلامية وأحداث عنيفة. وفي بعض الأحيان تتدخل جهات وسيطة هدفها أن تنهي العنف وأن توصل الطرفين لتسوية.

بشكل عام، تتصرف المجموعة المضطهدة وكأنها هي الضحية الأولى والأخيرة في الاضطهاد، وغالبا ما تكون ادعاءاتها معقدة وغير قابلة للتنفيذ، حتى أنها أحيانا غير ممكنة. يتنافس قائدو المجموعة فيما بينهم حيث يستعملون تعابير متطرفة ومشحونة، وهي بدورها تولد خطابا من الكراهية. لذلك فإن مجموعة التغيير يمكن أن تعرف من السلطة كظاهرة خطيرة على المجتمع. ما يقصد بالتسوية هو المساومة بين المجموعة والسلطة، يتخلل ذلك تنازلات من الطرفين وقبول قيود متفق عليها بين الطرفين. يعتقد فالتسر أنه في نهاية الأمر تقبل آراء المجموعة بشكل جزئي، والتسوية التي يصلون إليها هي حل وسط.

مرحلة التسوية بين المجموعات، في المجتمع الديمقراطي المتعدد الثقافات، هي مرحلة لا نهاية لها. الهدف المرجو هو أن حضارة التسوية تتركز على واجبات مشتركة لكل المجموعات، على التسامح، على سماع الطرفين لبعضهما وعلى خطاب جماهيري وعقلاني غير مشحون.

إن نجاح المجموعة في الإستمرارية للتوصل لتغطية إعلامية متضامن مع صراعها في مرحلة التسوية، هو شرط أساسي في نجاحها للوصول لأهدافها. الإعلام الحر في الدول الديمقراطية معطى للقطاع الخاص وهو ينازع على كيانه الإقتصادي داخل سوق الإعلام المكتظ، المنافس ومتعدد القنوات. هذا الإعلام متعلق بالتدريج وبكل تغطية إعلامية لأحداث عنيفة، متطرفة بها كلام مشحون موجه إلى العواطف.

في محيط إعلامي كهذا، من الصعب أن تقام عملية تسوية عقلانية معتمدة على نقاش عقلاني وعلى التسامح. هناك إغراء كبير لكل طرف يتطلع إلى الإعراف بحقوقه، لأن يقبل الصراع لصراع

عنيف ومتطرف كي يلفت انتباه الإعلام.

ج) مرحلة الترابط:

إن ترابط وتأسيس المجموعة هما اللذان يرتبان الدعم السياسي والإقتصادي المتتابع في المجموعة وقائديها. أحياناً تحدث مرحلة الترابط في نفس الوقت مع مرحلة التسوية أو قبلها. هناك عدة صور للترابط في داخل الدولة، بين الدول وعلى المستوى العام والعالمي. مثلاً إقامة دولة مستقلة، إعطاء إستقلالية ثقافية إدارية، جمعيات، صناديق تمويلية، تحالفات وما شابه.

لذلك فإنه من المفروض في هذه المرحلة أن تتغير نظرة الإعلام للمجموعة. تأسيس المجموعة يجعلها جزءاً من السلطة أو من مراكز القوة السياسية. لذلك فإن أصالة وصدق المجموعة تكون واضحة لأعين وسائل الإعلام، وبالتالي يمكن أن تصبح المجموعة وقادتها هدف للضغط والنقد عبر وسائل الإعلام.

حسب رأي فالتسر، لا توجد اليوم أي طريقة ديمقراطية لمعارضة سياسة التغيير. تجزؤ المجتمع لأجزاء صغيرة هي وسيلة للديمقراطية. لكن بإمكاننا ان نضبط مشاعر وإدعاءات الهوية الجماعية وأن نضع لهم حدوداً وذلك عن طريق الإستجابة لجزء من مطالب وإدعاءات المجموعة، وفي الوقت ذاته يكون هناك إعتراف وتسامح متبادل للهوية الجماعية عند مجموعات أخرى موجودة في المجتمع.

يعتقد فالتسر أن المحفز الرئيسي للدول الديمقراطية هو وضع

حدود للتغيير الثقافي، الديني، العرقي، وتقييدهم داخل إطار سياسي لا يضطهد من جهة، ومن جهة أخرى يحافظ على الأهداف المشتركة لكل الشعب.

وظيفة الإعلام في تطوير المنظمات العاملة على التغيير الاجتماعي:

حسب المقال الذي كتبه روت بارشاد آشور أريان: "مركز القوة": مجلس يهوذا والسامرة "יש" لا وصراعها حول جدار الفصل ومع برنامج التنقية (إصدار معهد الديمقراطية המכון לדימוקרטיה، ٢٠٠٥)، يمكننا أن نصنف مجموعات الهدف والتمرد لعدة أنواع، باتجاهين:

الإتجاه الأول: صدفة-تأسيس.

الإتجاه الثاني: نوع الهدف وحجم التغيير المطلوب تنفيذه.

المنحى الأول "صدفة-تأسيس": هناك مجموعات متمردة

بدأت عن طريق الصدفة كتمرد عفوي تلقائي لأشخاص محددين ومجموعة أصدقاء، والذي أدى إلى صدى إعلامي، وحصلت هذه المجموعة على دعم وانتشار فيما بعد، مثلاً: تمرد موطي أشكنازي بعد حرب أكتوبر ١٩٧٣ أدى إلى إستقالة الحكومة، تمرد أربع أمهات الذي أدى إلى الإنسحاب من لبنان، تمرد الإمهات المطلقات بإدارة فيكي كنافو ضد وزارة المالية، تمرد المعارضين من اليسار ومن اليمين ورسائل طلاب الصفوف الثانية عشر (השמייניסים) المؤيدين والمعارضين للخدمة العسكرية، وغيرها.

ولكن، المبادرات السياسية التشريعية وأعمال تمرد كثيرة، تنفذ على يد مجموعات ذات مصلحة مشتركة، منظمة ومؤسسة، صاحبة

مركز متين ووفرة في الموارد. مثل: منظمة العمال، حركة سلام الآن وغيرها.

هناك تمرد يبدأ على يد أشخاص قلائل وتنضم إليهم فيما بعد منظمات مؤسسة، ولاحقاً خرجت منهم مؤسسات. مثلاً: التمرد لتغيير طريقة الحكم بدأ بشخصين أضربا عن الطعام وجند إليهما فيما بعد مليون توقيع من أجل تغيير طريقة الحكم، ولاحقاً انضم إليهما رؤساء البلديات وحركة "دستور لإسرائيل" (חוקה לישראל)، ولكن في وقت لاحق انفصل المضربون إلى قسمين، ومن خلال هذه التجزئة نتجت حركة جديدة: الحركة لجودة الحكم (התנועה לאיכות השלטון) القائمة حتى اليوم.

تتحرك مجموعات الهدف على يد مصالح وأهداف مختلفة، أهداف شخصية وعامة، تكون، أحياناً، أهداف هذه المجموعات واضحة وأحياناً أخرى تكون غير واضحة. في بعض الأحيان يكون التغيير الذي يتطلعون إليه بسيطاً وسهل المنال في وقت محدد، وفي أحيان أخرى يتعلق التغيير بعملية اتخاذ قرارات سلطوية، معقدة ومتواصلة، كما ويتعلق أيضاً بتخصيص موارد كبيرة.

تعدد روت (٢٠٠٥) في كتابها ستة طرق عمل مختلفة لمجموعات الهدف، والتي تؤثر في جدول الأعمال وتحقيق مطالبهم:

١. التوسط عند متخذي القرارات في المؤسسات الحكومية (لوبيج لوبيج) أحياناً تنفذ الوساطة بشكل مباشر على يد أفراد المجموعة وأحياناً أخرى يُستأجر لهذا الغرض خدمات لوبيج (لجان برلمانية محددة الأهداف) مختصين ومستشارين من مجال الإعلام وشركات الدعاية والعلاقات العامة.

٢. تمثيل مباشر لممثلي المجموعة في المؤسسات الحكومية (مثلاً: نشاطات أعضاء كنيسة يمثلون أوساطاً معينة في المجتمع الإسرائيلي: الإستهيطان في الضفة والقطاع، المتدينون اليهود، الأحزاب اليمينية، الأقلية العربية، مهاجرون جدد من روسيا وما شابه).

٣. التوجه للقضاء: منذ سنوات التسعين، أصبح الإلتماس لمحكمة العدل العليا وسيلة شائعة في أيدي مجموعات الهدف، وهناك صدى إعلامي واسع لهذه الإلتماسات، حتى لو رفضت. هناك مجموعات تستعمل هذه الوسيلة كوسيلة مركزية في عملها.
٤. الرسائل الشخصية الموجهة لمتخذي القرارات والتي تنشر أيضاً

عبر وسائل الإعلام. مثلاً: رسائل طلاب الصفوف الثانية عشرة (השמייסיים) في فترة حرب سلام الجليل، والتي عبرت عن رفضها للخدمة في لبنان، ومن ناحية أخرى أيدت الخدمة العسكرية.

٥. المبادرة لنشاطات في الحقل بهدف الحصول على تغطية إعلامية-إضرابات، مظاهرات، دوريات احتجاج، إضراب عن الطعام، إعتصامات، مقاطعات، وأحياناً نرى نشاطات تمردية غير قانونية وعنيفة تؤدي إلى رد فعل عنيف من طرف الشرطة وقوات الأمن.

٦. نشاطات إعلامية-نشر إعلانات، ظهور قائدي المجموعة في وسائل الإعلام، تمرير معلومات للصحافة عن طريق مؤتمر صحفي وإعلانات للصحافة، المبادرة بإعطاء مواضيع للمقالات التي تمثل المشاكل التي يريدون حلها. كتابة مقالات، وفي السنوات الأخيرة أجريت تقارير على أن المنظمات ومكاتب الدعاية تستعمل الإعلام الموجّه في مواقع على شبكة الإنترنت، إعتصامات، بريد الكتروني، بلوجيم (בלוגים)، منتديات، وردود (توكباك)، وذلك بهدف التأثير على الرأي العام. talk back.

يمكننا أن نضيف أيضاً إلى الوسائل التي عددها روت، وسائل ثقافة التمرد. في السنوات الأخيرة، ومع التوسع الإيجابي في عدة مجالات ثقافية، نرى أن هناك صناعة مزدهرة لفن التمرد تهدف إلى عمل تغيير إجتماعي سياسي.

يعبر عن هذا الفن بطرق عديدة، أفلام وثائقية، مهرجانات، معارض صور، رسم وتمثيل كوميدي ساخر، لافتات وملصقات، مسابقات قصصية. كما وأن الندوات العلمية الأكاديمية تخصص جزءاً من وقتها لإجراء أبحاث وعمل أيام دراسية ومؤتمرات عن القضايا السياسية والإجتماعية والمجالات التي تبحث في هذه المواضيع.

يعتقد أريان (صفحة ٢٥ في روت ٢٠٠٥) أن أغلب النشاطات التي تقوم بها مجموعات الهدف تقام بالسري. إذا كثرت المجموعة من استعمال وسائل الإعلام يمكن أن يكون هذا دليل ضعف وليس بالضرورة أن يكون دليل قوة.

مجموعات الهدف المقربة من الأحزاب السياسية يكون لها التأثير الأكبر على السلطة. بالمقابل، يعتقد مختصون في الإعلام أن

الإعلام هو السلاح الأساسي للضعفاء الذين لا يملكون الموارد، ولا يملكون شيئاً غير غضبهم ورغبتهم الشديدة في تغيير الواقع. والذي يستعمل سلاح الإعلام بحكمة يمكنه أن يحصل بوساطتها على النتائج المرجوة.

يمكننا أن نستنتج كذلك من التحليل المفصل الذي كتبه عوز الموج في كتابه "פרידה משרוליק" ٢٠٠٤، أن لأشخاص معينين أصحاب الرأي، الذين يعملون على التغيير ويحصلون على التعبير عبر وسائل الإعلام بشكل مترابط ومتواصل، تأثيراً متراكماً وفي نهاية الأمر يؤدي هذا التأثير إلى تغييرات جذرية في مفاهيم ونظرة النخبة السياسية. (تأثير الفراشة). إن الرؤيا التي تحلل التأثيرات الإعلامية كظاهرة تأثيرات خفية ومتراكمة، تحصل على تفاعل غير مباشر في زمن الإنترنت حيث تنشر به رسائل عن طريق شبكات إعلامية متفاعلة والتي ترد وتتأثر من بعضها البعض.

التحليل الذي قامت به روت والذي اختص بصراع مجلس الضفة الغربية ضد إقامة جدار الفصل، ومن ثم تاييدهم لتغيير حدود الجدار والصراع ضد برنامج المقاطعة، نستنتج أن العمليات السياسية هي عمليات معقدة. الشخص الذي يطلب أن يحدث تغييراً مؤثراً، يجب أن يعمل بشكل مكثف في الميدانين معاً وأن يعرف جيداً الخارطة السياسية، المصالح، المبادئ وقوانين اللعبة في الميدانين السياسي والإعلامي.

حسب النموذج التجاري (transactional analysis) الذي طوره جادي ووفسفلد، يمكننا أن نرى مثلث العلاقات بين مجموعات الهدف، السلطة والأعلام كصفحة لمعلومات إجبارية قيمة مقابل النشر. لكي يحصل على كشف صحفي، يجب على مجموعات التمرد كما وعلى السلطة أن تزود الصحافة بمعلومات إخبارية قيمة.

أحياناً تكون المبادرات التي يبادر بها مجموعات الهدف، ذات قيمة إخبارية كي تلفت نظر الإعلام. بسبب الإحباط والغضب وبسبب الإعلام الذي يميل إلى الانتباه للأحداث العنيفة، هذا الأمر يجعل مجموعات كثيرة تنجرّ وراء الإستفزاز وأعمال العنف، مثل: إغلاق شوارع، حرق إطارات، رمي حجارة وأعمال تظاهريّة عنيفة أخرى. أعمال العنف يمكن أن تعود على فئات معرضة لأن تكون ضحيةً والتمرد يعرف التمرد كأمر خطير كما ويؤدي إلى محاولات قمع له

باستخدام القوة من طرف السلطة. وسائل القوة عند السلطة مُمثلة وتعتبر شرعية عندما ترد على عنف المجموعات المتمردة.

الأعمال التي تقوم بها المجموعات المتمردة والسلطة تؤثر في حجم التغطية الإعلامية وعلى اتجاه التأطير (تأطير إعلامي إيجابي، سلبي) لادعاءات المجموعات المتمردة ولسياسة السلطة.

حجم التغطية الإعلامية واتجاه التأطير من المفروض أن يؤديوا إلى وضع القضية على جدول الأعمال وأن يؤثروا على مدى تأييد الشعب وعلى واضعي السياسات وعلى القرارات التي يتخذونها. ولكن ليس كل انتباه إعلامي هو مؤيد ويساعد في تحقيق الأهداف لدى المجموعة المتمردة.

حسب إعتقاد ووفسفلد، إن التغطية الإعلامية التي تحصل عليها المجموعات المتمردة تؤثر في عدة أمور:

أ. شرعية أو عدم شرعية المجموعات وقائديها-يؤثر الإعلام على مفاهيم التمرد ويجعلها مبررة أو غير مبررة أو حتى خطيرة بنظر الجمهور والسلطة.

ب. تعريف المكانة الإعلامية لقائدي حركات التمرد-يمثل المجموعة بشكل عام عدد من الناس. والإعلام في نهاية الأمر يرغب أن يجري مقابلة مع شخص أو اثنين من المجموعة وبالتالي فإن الإعلام يتوجهم كقائدين للحركة. هناك بعض القائدين المقبولين على الإعلام وهناك قائدون آخرون غير مقبولين عليه.

ج. تجزئة أو تمزق في حركة التمرد-المكانة الإعلامية للحركة تتقلب إلى رصيد للقائدين، ولكن في حالات كثيرة تولد غيرة وتجزئة

بين قائدي المجموعة. من هنا نستنتج أن التضامن الداخلي والتضامن الإعلامي الإيجابي للمجموعة وقائديها يمكنه أن يتدهور بسبب الخلافات الداخلية.

د. يؤثر الإعلام في مفهوم نجاح التمرد- هل يعتبر التمرد ناجحاً ومحققاً للأهداف أم لا.؟؟

هـ. يزود المحللون الإعلاميون الذين يخلون الصراع، حركة التمرد بنصائح وافرة عن كيفية الإستمرار وكيفية إدارة الصراع من الناحية السياسية والإعلامية.

و. تجنيد موارد-الإعلام هو الوسيلة الوحيدة للضعفاء لكي يجندوا دعماً وموارد. أحياناً يمكن لدقيقتين ذات تأثير في أخبار التلفزيون أن تجندا دعماً من قبل نشطاء إضافيين يحضرون معهم الموارد. مثل: طعام ومعدات لخيمات الإعتصام، إقامة أماكن لجمع التواقيع ويجندوا لهم أناساً لمساعدتهم، تبرعات مالية وغيرها.

المفهومان الوظيفيان المنتشران في الإعلام الديمقراطي:

الأول: الإعلام ككلب حراسة للديمقراطية، والثاني: الإعلام كمُدافع عن المجموعات الضعيفة في المجتمع، يؤديان إلى دعم الإعلام للنشاطات التمردية. ولكن هذا الدعم لا يغطي فوراً.

ما الذي يجعل الإعلام يغطي النشاطات التمردية بشكل مؤيد؟

أ. معلومات وأحداث ذات قيمة إعلامية تخلقها مجموعات التمرد أو قائدها.

ب. تصوير الصراع كصراع جذري، حقيقي وصادق، هو أحد العوامل الذي يجذب تغطية إعلامية مؤيدة في المرحلة الأولى للتمرد. هكذا كانت القيمة الإخبارية الأولى للإضراب عن الطعام من أجل تغيير طريقة الحكم عام (١٩٩٠)، مسيرة فيكي كنافو من متسبيه رامون إلى القدس، إضراب مرضى سرطان (الأمعاء الغليظة) المعتصمون عن الطعام وغيرها.

من ذلك نستنتج أنه يرصد لتصوير التمرد الأصيل ولقائديه أطر من قبل السلطة لتصوره وكأنه خطير، فاسد، وغير صادق.

ج. على ما يبدو أن التقرب العفائي (الأيديولوجي) والثقافي والعلاقات الشخصية لأعضاء منظمة، هيئة أو مجموعة مع الصحفيين، بإمكانها أن تساعد على التغطية المؤيدة. مثلاً: إشتراك ناتان زهاقي في الإضراب عن الطعام من أجل إدخال أدوية لمرضى سرطان الأمعاء الغليظة إلى سلة الأدوية، تجند الصحفي دان مرجليت للصراع من أجل إقامة جدار الفصل. ولكن من الصعب إثبات هذه الأمور في الأبحاث.

د. كلما حصلت المجموعة على انتشار أكثر وكلما أنضم إليها نشطاء إضافيين، هكذا تفقد من عفويتها وأصالتها، حيث تميل إلى خلق أحداثاً ممنجبة وتصبح معرضة لخطر الإنقسام، صراعات القوة الداخلية وأيضاً معارضة السلطة للتمرد، التي تنفذ بشكل وافر في وسائل الإعلام ووسائل أخرى. كل هؤلاء يزيدون من حدة الأمر ومن القيمة الإخبارية لتغطية التمرد. ولكن التغطية الإعلامية في هذه الحالة يمكن أن تنقلب من تغطية إيجابية لتغطية سلبية. بهذه الطريقة تصدق المقولة "الإعلام يبني والإعلام يهدم".

هـ. مكانة المنظمة تؤثر على التغطية. من الواضح أن الإعلان عن إضراب في منظمة قوية مثل لجنة العمال، يحظى بعنوان رئيسي، وإضراب عن الطعام لأشخاص غير معروفين يؤجل إلى أن تنشر في الصفحات الداخلية.

و. جدول الأعمال الإعلامي معروض لتغييرات إضطرارية. الصعوبة الرئيسية عن مجموعات التمرد هي المحافظة على موضوعهم على جدول الأعمال الإعلامي لمدة طويلة من الزمن. يحتاجون لهذا الهدف لتنظيم إعلامي طويل الأمد ولموارد مادية وبشرية. إن الفعالية الجارية أمام الإعلام وتزويده بأحداث ذات قيمة إخبارية، هي فقط التي تمكن المجموعة من المحافظة على أن يكون موضوعهم على جدول الأعمال الإعلامي بشكل ثابت.

من الصعب المحافظة على مداخلة عالية وإصرار لصراع النشطاء. لذلك فإن أغلب مجموعات التمرد لا تتعايش لزمن طويل ويواجهن صعوبة في التأثير، إلا إذا تنظمن بشكل منهجي لعمل سياسي وإعلامي متواصل عن طريق منظمة مؤسسة.

من ناحية أخرى، تأسيس التمرد أيضاً يقلل من الكاريزما ومن

قوة جذبه لها بأعين الإعلام. يمكن أن يكون التأسيس أيضاً سلبياً وذلك لأن الصورة الأصلية لمجموعة التمرد في وسائل الإعلام يمكن ان تتضرر. إن التغطية الإعلامية لصراعات التمرد هي ذات طابع متموّج: في البداية، يبني الإعلام الصورة الإيجابية لمجموعات التمرد، ولكن بحسب تطور الأحداث في المستقبل يمكنه ان يفشل التمرد وأن يحول الصورة الإيجابية إلى صورة سلبية.

في أي من الظروف التالية يمكن أن ينجح التمرد؟

حسب وولفسفاند وروت، المسببات التالية تزيد من احتمال نجاح حركة التمرد:

١. معرفة جيدة للخارطة السياسية وللميدان القانوني والإعتبارات التي تحركها وقوانين اللعبة التي يعمل حسبها.
٢. معرفة جيدة للخارطة الإعلامية والاعتبارات المهنية التي تحرك الصحفيين وقوانين اللعبة الصحفية.
٣. علاقات شخصية مع عناصر في الحكم وفي الإعلام.
٤. أن يكون التمرد صادقاً من الناحية المعنوية، (أصيلة وخالية من أهداف شخصية).
٥. تقارب عقائدي (أيديولوجي) بين مفهوم التمرد عند قائدي المجموعة وبين المفاهيم والأيديولوجيات عند الصحفيين وأصحاب الرأي الآخرين.
٦. قدرة حركة التمرد أن توجه أحداث ذات قيمة إخبارية وذات صلة بموضوع التمرد.
٧. تنظيم تقليدي لمجموعة التمرد للعمل مقابل الإعلام والسياسيين، وأن يبادروا بشكل متواصل بصنع أحداث ذات قيمة إخبارية.
٨. إقامة فعاليات خالية من الفساد وواضحة للجمهور في حركات التمرد.
٩. تضامن واتحاد بين اعضاء الحركة بما يخص أهداف التمرد وطريقة تحقيقهم. تجنيد كامل لجميع الأعضاء لتحقيق الأهداف.
١٠. قدرة الحركة على المبادرة لأعمال تمر مسالمة (غير عنيفة) لكي لا يتم تعريفها "كخطر على الجمهور في الدولة" وبالتالي لا يؤدنا إلى رد فعل عنيف من السلطة. مثلاً: إضراب عن الطعام، فعاليات ثقافية وتوضيحية.

١١. تأسيس الحركة يمكنه أن يؤثر بشكل متناقض:

من الناحية الأولى، تأسيس المنظمة والموارد يمكنهم أن يساعدوا في عمل مكثف وناجح أكثر للمنظمة أمام الإعلام. الأمر الذي يساعدها في المحافظة على مكانتها العالية وعلى ظهور المشكلة على جدول الأعمال الإعلامي.

من ناحية أخرى، التأسيس المرافق بشكوك الفساد يمكن أن يلغي الهالة الثورية الرومانسية الطاغية على حركة التمرد وتأطيرها بشكل سلبي كتمرد غير أصيل وأحياناً قذرة التي أُعدت لتدعم أهداف قانديها بشكل شخصي.

١٢. كلما كان موضوع التمرد سهلاً ويمكن حله حلاً فورياً، يكون هناك احتمال أكبر لتحقيق مطالب الحركة. إن المشاكل الصعبة والمرتبطة بعمليات متواصلة لتغييرات تشريعية وبتخصيص موارد كبيرة من السلطة، تكون المجموعة ملزمة بأخذ نفس طويل كما ويجب أن تقوم بفعاليات وافرة الموارد لفترة زمنية اطول. لذلك يجب وضع مصالح هادفة وذات قدرة للحصول عليها، الأمر الذي يزيد من الاحتمال للحصول على هذه الأهداف.

١٣. قائدون سلسون وأصحاب كاريزما، "مقبولون على الشاشة"، يملكون رسالة واضحة، سهلة وذات مغزى واضح، يساعدون في إنجاح الصراع.

١٤. يجب أن تكون عند المجموعة القدرة على إدارة صراع معقد في عدة ميادين في الوقت ذاته، خلال إنتقال مَرِن بين ميدان وآخر.

للتلخيص، لا يكفي الشعور بالظلم والنظرة الصادقة لكي يدار صراع تمرد ناجح بواسطة الإعلام. الحركات التي أجادت أن تجمّع وعي الجمهور أن تحدث تغييرا في سياسة السلطة، هي حركات ذات "نفس طويل" أجاد قائدوها استعمال الإعلام بشكل ذكي ومركز وحافظوا على تشابك المجموعة وعلى إصرارها في الإستمرار في

الصراع المتواصل.

مثل صغير لعمل تمرد ناجح:

مثل صغير من الأشهر الأخيرة: المكتبة الوحيدة للمكفوفين في إسرائيل كانت على وشك الإغلاق، لأن الحكومة قررت أن تقلص في الميزانية. الإعتصام الذي نشر في الإنترنت، رسالة لعضو الكنيست ملخيور وتجد لصحفيين أصحاب رأي: ناتان زهاقي وچابي چازيت، والذين عبروا عن التمرد في برامجهم عبر الراديو. الأمر الذي أدى إلى إبطال التقليل في الميزانية. ومُنحت إمكانية لإستمرار عمل مكتبة المكفوفين.

فيما يلي الرسالة التي طُلب فيها من عضو الكنيست ملخيور أن يعمل على عدم إغلاق المكتبة. وجدت الرسالة على موقع على شبكة الإنترنت الذي يقوم بربط المواطنين بأعضاء الكنيست، ولتطوير سياسة الرفاه. في هذا الموقع يمكنكم أن تجدوا أيضاً روابط لجمعيات ومنظمات إجتماعية، ومعلومات عن أعمال واعتصامات، وأيضاً وسائل تفاعلية. بإمكانكم أن تحللوا طريقة إستعمال المنظمات للإعلام لكي تصل لأهدافها، وأن تقيّموا إذا كانوا يعملون بشكل ناجح.

ماذا تعملون من أجل مجتمع إسرائيلي أفضل وصادق أكثر؟

هذا الجزء قصير كلامياً، ولكنه طويل من الناحية الفعلية. طول هذا القسم متعلق بكم.

إن المنظمات الاجتماعية ووسائل الإعلام الموجّهة والتفاعلي يمكنون اليوم كل شخص منّا أن يؤثر في المجالات القريبة لقلبه: تربية، صحة، المجتمع والرفاه، جيش وأمن، سياسة، جودة البيئة، الحرب على الشوارع (حوادث الطرق) وغيرها. سهولة وسائل الإعلام الموجّهة تمكن كل شخص أن ينشر رسائل وأن يحاول التأثير. الوسائل الموجودة تحت خدمة الجمهور هي كثيرة ومتنوعة: يمكن أن نصوغ رسالة وأن نبعث رسالة إلكترونية وان نرد في الصحافة الموجّهة عن طريق إرسال رسالة إلكترونية للخط الأحمر، منتديات، وردود (توكباك-talk bac)، كما ويمكننا أن نعمل بلوجيم أو موقع إلكتروني، أن نصوغ وان نشر معلومات، صوراً ورسائل، أو أن ننتج فيلماً صغيراً وأن نضعه على "يوتيوب" وغيره.



المصادر و المراجع

المصادر العربية والمترجمة:

١. اسماعيل، عزت: الارهاب والقانون الدولي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1996، ص 144.
٢. ايرفيه، فرانك وآخرون: الفضاء العربي، ترجمة فردريك معتوق، الطبعة الأولى، دمشق، 2003، ص 26.
٣. أبو شنب، حسين: استخدام الطفل الفلسطيني للقنوات الفضائية والاشباعات المتحققة، المؤتمر العلمي السنوي (نحو رعاية أفضل لطفل الريف) معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 1992، ص 432.
٤. أحمد، هويدا محمد لطفي: تأثير الاعلانات والمسلسلات العربية على أطفال المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، القاهرة، 1991، ص 10.
٥. إمام، سلوى: انماط مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية، المؤتمر العلمي السنوي الرابع، الاعلام وحقوق الانسان، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2001، ص 47.
٦. إمام، سلوى: تأثير مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية على وسائل الاتصال، دراسة مسحية، الدار المصرية اللبنانية للكتاب، القاهرة، 2005، ص 17.
٧. المجلس القومي للطفولة والامومة واتحاد الاذاعة والتلفزيون، استطلاع رأي الأطفال في برامجهم الاذاعية والتلفزيونية من خلال المناقشة الجماعية، المجلس القومي للطفولة والامومة، القاهرة، 1994، ص 14.
٨. إبراهيم، سهير صالح: تأثير الأفلام المقدمة في التلفزيون على اتجاه الشباب المصري نحو العنف، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، 1947.
٩. أحمد، محمد رضا: برامج الاطفال في الاذاعات المحلية ودورها في تكوين مفاهيم الطفل من (10-12) سنة، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، 1990، ص 52.

١٠. أبو الليل، محمود السيد: علم النفس الاجتماعي، دراسات عربية وعالمية، القاهرة، 1987، ص323.
١١. اتحاد الاذاعة والتلفزيون المصري ومركز بحوث الرأي العام ، الشباب المصري والتلفزيون-محددات السلوك الاتصالي-دراسة مسحية ، القاهرة ، 2002 ص 21 .
١٢. اتحاد الاذاعة والتلفزيون المصري، تقييم برامج التلفزيون،دراسة بحثية، القاهرة، 1988، ص19.
١٣. بدر، ريان سليم، عمار سالم الخزرجي: الطفل مع الاعلام والتلفزيون، موسوعة سيكولوجيا الطفل، دار الهادي للطباعة والنشر، بيروت، 2007، ص 63.
١٤. البيومي، عادل فهمي: دور التلفزيون المصري في تكوين الوعي الاجتماعي ضد الجريمة، دراسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 1993، ص٨.
١٥. بيكرد، الكسندرو: التلفزيون والعنف، ترجمة وجيه سمعان، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2000، ص 26.
١٦. بال، فرنسيس: مدخل إلى وسائل الاعلام، ترجمة عادل برواري، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1996، ص7.
١٧. بيكارد، روبرت. جي: اتهامات خطيرة يدعمها علم مريب،التغطية الاخبارية كناقيل للارهاب، ترجمة أسعد أبو لبدة، دار البشير،بيروت، 1996، ص6.
١٨. بيكارد، روبرت. جي: الاعلام والعنف، ترجمة أشرف الصباغ، القاهرة، 1986، ص24.
١٩. توني جرين ونورم. ف: التلفزيون والارهاب، ترجمة مندور مصطفى،القاهرة، 1988، ص11.
٢٠. ثاقب، مها: دراسة استطلاعية حول أفلام السينما الروائية الموجهة للأطفال في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 1999، ص 76.

٢١. **جعفر، هاني عبد المحسن:** استخدام الطفل في الاعلانات التلفزيونية، دراسة تحليلية وتطبيقية على الاعلانات التي يعرضها التلفزيون المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، القاهرة، 1991، ص 12.

٢٢. **جلال، أشرف:** دوافع استخدام الجمهور المصري للاعلان التلفزيوني واشباعاته، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، القاهرة، 1995، ص 20.

٢٣. **جابر، أمل:** دور الصحف والتلفزيون في امداد الجمهور المصري بالمعلومات عن الأحداث الخارجية، رسالة ماجستير غير منشورة كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 1996، ص 18.

٢٤. **الحربي، منير عبد الله:** الآثار الاجتماعية والدراسية لاستخدام (الدش) المنزلي كما يراها طلاب المرحلة الثانوية، مجلة كلية التربية، العدد السادس والعشرين، جامعة المنصورة، 1996، ص 163.

٢٥. **جريبير، دوريس، ايه:** سلطة وسائل الاعلام في السياسة، ترجمة أسعد أبو لبدة دار البشير، بيروت، 2002، ص 410.

٢٦. **حسن، حمدي:** الحرب في الفضائيات العربية، ملف الاهرام، العدد 100، القاهرة، 2003 ص 37.

٢٧. **حمزة، بارعة:** دور التلفزيون اللبناني في ترتيب أولويات طلبة الجامعات اللبنانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 1995، ص 19.

٢٨. **حمدي، مصطفى:** استخدام المراهقين للقنوات الفضائية والاشباعات المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنيا، 2002، ص 14.

٢٩. **حسن، السيد بهنسي:** مدى تأثير الاتجاه السائد بوسائل الاعلام المصرية على تشكيل اتجاهات الرأي العام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 13، القاهرة، 2001، ص 12.

٣٠. **حسن، أشرف جلال:** صورة المرأة كما تعكسها الدراما في الفضائيات العربية، دراسة تحليلية ميدانية مقارنة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص 492.

٣١. **حماده، بسيوني:** دور وسائل الاتصال في المشاركة السياسية، دراسة ميدانية، مركز البحوث والدراسات السياسية، كلية الاتصال والعلوم السياسية، القاهرة، 1995، ص 8.
٣٢. **حسين، ليلي:** استخدامات الاسرة المصرية لوسائل الاتصال ومدى الاشباع الذي تحققه، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 1993، ص 40.
٣٣. **الخوري، نزهة:** أثر التلفزيون في تربية المراهقين، دار الفكر اللبناني، بيروت، 1997، ص 203.
٣٤. **حسن، السيد بهنسي:** استخدام نموذج الاهتمام ودوافع المشاهدة في اتخاذ القرارات الخاصة بتقييم موضوعات برامج الأطفال في التلفزيون المصري، مؤتمر الطفل المصري بين الخطر والأمان، جامعة عين شمس، 1995، ص 22.
٣٥. **خليل، عادل عبد الغفار:** أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة، القاهرة، 2002، ص 47.
٣٦. **الحواني، مرهان:** اتجاهات المراهقين نحو الأفلام السينمائية التي تبثها القنوات الفضائية، المؤتمر العلمي السنوي الثالث لكلية الاعلام (الاعلام بين المحلية والعالمية)، القاهرة، 1997، ص 119.
٣٧. **خضر، ايمان أحمد:** الانتماء في برامج أطفال التلفزيون المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 1993، ص 13.
٣٨. **الدويك، سوسن:** قضايا المرأة في الخطاب الاعلامي للفضائيات العربية، قناة الجزيرة (كحالة)، القاهرة، 2005، ص 15.
٣٩. **ديكسون، بول. ب:** الاسطورة والحداثة، ترجمة خليل كلفت، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2001، ص 31.
٤٠. **ديفيلير، ملفين. ب:** نظريات وسائل الاعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص ٢٣٥.
٤١. **دوميتاك، ج، م:** السنيما والعنف، ترجمة سعيد توفيق، القاهرة، 1987، ص 230.
٤٢. **رضا، محمد جواد:** العنف في القانون الدولي، القاهرة، 1983، ص 76.
٤٣. **رمزي، ماهيناز:** دور الأساليب الفنية لبرامج الأطفال التلفزيونية

- في تنمية قدرة الطفل على فهم وتذكر المضمون، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2000، ص 81.
٤٤. **الف، دونج:** الارهابيون ليسوا أبرياء، ترجمة عليّة نصيف، القاهرة، 1987، ص15.
٤٥. **السمري، هبة الله:** مشاركة الأطفال في البرامج التلفزيونية، دراسة تطبيقية في المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد الثامن، القاهرة، 2000، ص 205.
٤٦. **السوداني، حسن:** أثر العرض البصري القائم على خصائص الصورة التعليمية التلفزيونية في عملية التعرف لدى طلبة كلية الفنون الجميلة، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، 1996، ص 11.
٤٧. **السيد، ليلى حسين:** دور وسائل الاتصال في امداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية في اطار نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، المؤتمر العلمي السنوي الرابع لكلية الاعلام (الاعلام وقضايا الشباب)، جامعة القاهرة، 1998، ص176.
٤٨. **سميث، كيت:** جرائم العنف، ترجمة محمد بنيس، القاهرة، 2001، ص 31.
٤٩. **الشريف، سامي ربيع:** القنوات العربية الفضائية والحفاظ على الهوية، القاهرة، 1988، ص14.
٥٠. **الشامي، عبد الرحمن:** استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية (الدوافع والاشباكات)، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والاعلام، جامعة الأزهر، القاهرة، 2002، ص126.
٥١. **شكور، جليل وديع:** العنف والجريمة، الدار العربية للعلوم، بيروت، 1997، ص ٣١.
٥٢. **شاهين، هبة:** استخدام الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية، دراسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2000، ص 239.
٥٣. **شاهين، هبة:** استخدامات الجمهور في مصر للشبكة الاخبارية

- المصرية، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، 1996، ص 12.
٥٤. **شوقي، بارعة حمزة**: تأثير التعرض للدراما الأجنبية في التلفزيون على ادراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 1999.
٥٥. **الصفار، فاضل**: ظاهرة العنف والارهاب، أسبابها وحلولها، لندن، مجلة النبأ، العددان 67 و 68، 2003، ص 24.
٥٦. **طه، أميرة سمير**: دور المسلسلات العربية التلفزيونية في ادراك الشباب المصري للمشكلات الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2001، ص 29 - 35.
٥٧. **العبد الغفور، محمد محمد**: الطفل، المدرسة، التلفزيون، دراسة تحليلية لمحتوى برامج الاطفال في تلفزيون الكويت ودورها في دعم القيم المراد غرسها في طفل المدرسة، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة الكويت، 2000، ص 16.
٥٨. **العبد الله، مي**: التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير، دار النهضة العربية، بيروت، 2006، ص 19.
٥٩. **العقباوي، ابراهيم**: اخلاقيات الاعلام والفضائيات العربية، القاهرة، 2005، ص 17.
٦٠. **العبر، نهى عاطف**: أطفالنا والقنوات الفضائية، الاكاديمية الدولية لعلوم الاعلام، دراسة ميدانية، القاهرة، 2005، ص 18.
٦١. **عبد الحميد، محمد**: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، 1997، ص 236، 240.
٦٢. **عبد الحميد، محمد**: البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، القاهرة، 2000، ص 158.
٦٣. **عبد الغفار، عادل**: استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، 1995، ص 11 - 14.
٦٤. **عبد الرحمن، عبد العزيز وآخرون**: أثر البرامج التلفزيونية على النشء والشباب، دراسة استطلاعية لأراء عينة من المشاهدين بالمجتمع القطري، قطر، مركز البحوث التربوية، 1994، ص 13.
٦٥. **عبد الغفار، عادل**: مصادر معلومات طلاب الجامعات المصرية

- لمتابعة أحداث 11 سبتمبر وتوابعها، المؤتمر العلمي الأول لقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2002 ص38.
٦٦. **عبد المجيد، ليلى:** التشريعات الاعلامية، القاهرة، 1997 ص١٢.
٦٧. **عمشة، وليد:** أثر التكنولوجيا المستخدمة في جمع وتقديم الاخبار على شكل ومضمون الخدمة الاخبارية، دراسة عن القنوات الفضائية غير الحكومية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2001، ص41.
٦٨. **عبد الغفار، عادل:** تقييم الاداء المهني للقنوات الفضائية الاخبارية العربية، القاهرة، 2005، ص350.
٦٩. **عمارة، نائلة ابراهيم:** دوافع استخدام المصريين المغتربين لوسائل الاعلام الوطنية والأجنبية والاشباكات المتحققة، دراسة مسحية على المصريين المغتربين في المانيا، مجلة كلية الآداب العدد22، جامعة الزقازيق، 1998، ص59.
٧٠. **عبد الوهاب، جلييلة:** دراسة استطلاعية مقارنة لاطفال المرحلة العمرية (9-14) سنة، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، 1999، ص28.
٧١. **عرايبي، دينا:** دور وسائل الاعلام المحلية والدولية في تشكيل المعرفة لدى الجمهور في ظل العولمة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، القاهرة، 2003، ص25.
٧٢. **الفيقيه، محمد:** دور التلفزيون اليمني في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية، دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام جامعة القاهرة، 1997، ص26.
٧٣. **فيلبس، لورنزو:** التلفزيون في الحياة اليومية، ترجمة وجيه سمعان عبد المسيح، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2000، ص26.
٧٤. **فهيمي، أماني:** دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد الثاني، القاهرة، 1997، ص 121 - 123.
٧٥. **فوزي، صفا:** علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال الالكترونية، دراسة ميدانية على عينة من أطفال الريف والحضر بين (12 - 18) سنة، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، 2003، ص 167-195.

٧٦. **فانس، هيموليت اوينهام:** دراسة تجريبية عن آثار التلفزيون، نيويورك، 1988، ص 132.
٧٧. **ف، وينستون:** تأثير مشاهد العنف والجريمة في برامج الأطفال على اتجاهاتهم نحو السلوكيات السلبية، ترجمة فريدريك معتوق، دار الصياد، بيروت، 1998، ص 82.
٧٨. **القليبي، سوزان:** انعكاس مشاهدة القنوات الفضائية على الاتجاهات الاجتماعية السائدة لدى الشباب المصري، مجلة كلية الآداب، جامعة المنيا، 1997، ص 143.
٧٩. **قنديل، حمدي:** عربسات. الشبكة الفضائية العربية وقضايا الاتصال في الوطن العربي، دار الولااء، القاهرة، 1999، ص 22.
٨٠. **الكامل، فرج:** بحوث الاعلام والرأي العام، تصميمها و اجراؤها وتحليلها، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2001، ص 88.
٨١. **كرم، جان ميران:** الاعلام العربي إلى القرن الحادي والعشرين، دار الجيل، بيروت، 2002، ص 61.
٨٢. **ك، مورجان:** الارهاب والعنف، دراسة مترجمة عن الانكليزية، الدار العربية للكتاب، القاهرة، 1989 ص 14.
٨٣. **كوهان، ف:** مقدمة في نظرية الثورة، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1979، ص 46.
٨٤. **كورنر، جون:** التلفزيون والمجتمع، ترجمة، د. أديب خضور، دمشق، 1999، ص 17 و ص 27.
٨٥. **مجبري، اعتدال:** الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص 391.
٨٦. **المشمشي، محمود:** دوافع تعرض المشاهد المصري للقنوات الفضائية في دولة الامارات العربية المتحدة، رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة المنيا، 2002، ص 32.
٨٧. **م، كوفال:** الاوجه المتعددة للارهاب، الدار العربية للكتاب، القاهرة، 1995، ص 3.
٨٨. **مزيد، محمود:** دوافع استخدام المراهقين المصريين للقنوات الفضائية والاشباعات المتحققة لهم، مجلة دراسات الطفولة،

- العدد14، القاهرة، 2002، ص 65.
٨٩. **مكاوي حسن عماد، سامي الشريف:** نظريات الاعلام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000، ص 206 – 211.
٩٠. **ماكويل، دنيس:** الاتصالات الجماهيرية والمجتمع، نفوذ الاعلام وتأثيراته، ترجمة، أسعد أبو لبة، دار البشير، بيروت، 1976، ص 46 و 47.
٩١. **ماكويل دينيس:** التلفزيون .. تأثيرات المشاهدة، ترجمة أديب خضور، القاهرة، 1993، ص 47.
٩٢. **مرزوق، دينا يحيى:** استخدامات جمهور القاهرة الكبرى لبرامج الفترة الصباحية والاشباعات التي تحققها، رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة، 1999 ص 65.
٩٣. **مزيد، رحيم:** قناة الجزيرة وصراع الفضائيات، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، 1992، ص 12.
٩٤. **محمد، حسن علي:** البرامج المستوردة الموجهة للأطفال في التلفزيون المصري، دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه، القاهرة، 1992، ص 52.
٩٥. **منصور، سيد احمد:** سلوك الانسان بين الجريمة و العدوان و الارهاب، القاهرة، دار الفكر العربي، 2003، ص 11.
٩٦. **هالوران، جينس:** التلفزيون وظلال المستقبل، ترجمة بدوي عبد الفتاح، القاهرة، 2002، ص 135.
٩٧. **هول، ستيوارت:** التلفزيون كوسيلة اتصالية، لندن، 1975، ص 24.
٩٨. **واكين، ادوارد:** مقدمة في وسائل الاتصال، ترجمة وديع فلسطين، القاهرة، 1988، ص 103.
٩٩. **يوسف، حنان:** الفضائيات العربية وقضايا الأمة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2003، ص 18.

المصادر باللغة الأنكليزية

1. Abdel Azim , Aza , Television Dependency and Knowledge / of drug abuse among Egyptian adults ,

- unpublished Thesis of Master A. U. C. Journalism and mass communication Department / 1993.
2. Anderson, D.R. Children and Television across National comparison, Academy of political and social sciences 1998. P 17.
 3. Bassioni, M. Cherif. Problems of media coverage of nonstate – Sponsored terror Wilmington. 1983 P 22 184.
 4. Babrow, Austin. Theory and Method in Research on Audience Motives. In : Journal of Broadcasting and Electronic Media / 1998. P. 472.
 5. Campbell, Angus, Philip E: Elections and the political order. New York. 1966. p 170.
 6. G. Windahl. Uses and Gratification at the crossroad Mass Communication Review. USA: sage publication, 1981: P 203
 7. G. David. Violence against children. Harvard University press. 1973 p. 61.
 8. Joseph C. Conway. Rubin, Alan. Psychological Predictions of Tv viewing.
 9. motivation. In : communication Research. vol. 18, no. 4. 1991. P 343
 10. Jenkins, Brian, M, : The Psychological Implications, of media – covered terrorism, the Rand paper series. 1998 P.62.
 11. James. Watson, : Media Communication / Hong Kong Macmillan Press. 1998 / P. 62.
 12. Kanter, Nathansky: Violent Material. New York. 1999. P. 117.
 13. Marie Winn. Tudroques – Ed. Fleurus Paris 1979

14. Mesbah ,Hesham Mahmoud. user and Gratiflations of Televisions viewing And ur Egyptian adults. American University. 1991 – P 35.
15. Mcquial , Denis USA – Mcgrawhill , 2002. P. 149.
16. Mcquail,Denis,communicationTheory: anintroduction London : Sage Publications / 2000 / P. 368.
17. Wonds : Television and social behavior. New york 1986 P.221.
18. Ryan. Willam M. Wena worth media and social : the production of culture in the maddmedia .Boston. 1999 P.50.
19. Small , W. To kill messenger – television news and N theraal world. New york 1976. p. 158.
20. Sevrin ,Werner .James , W. Communication Thouritys.Origins , methods and uses in the media / New york / 1992 p. 250e .
21. Serenca. Stanford and Riccomini. Besty , Linking Tv program orientations and gratification. In: Communication Abstraet. 1984. P 76.
22. Schudson. Michal : Discovering the news. New York: Basic Books. 1948 P.112.