مفهوم الصورة الذهنية وعلاقتها بالصورة النمطية ودور الإعلام في تشكيلها وتحسينها

د. إبراهيم محمد سليمان
كلية الآداب/ جامعة الزاوية

مقدمة:

تعد وسائل الإعلام المختلفة الأدوات الأساسية التي تلعب دوراً أساسيا هاماً في حياتنا اليومية، والوسيلة السهلة في التأثير على عقول المتلقيين، فهي تنقل الأخبار المتنوعة من شتى أنحاء المعمورة للجماهير وتضعهم في قلب الحدث.

وأصبحنا نعيش اليوم زمن الصورة بالتوازي مع زمن الكلمة ، زمن الصورة، والكلمة معاً، فالصورة معنا ومتلازمة لنا في لحظاتنا الصغيرة، والكبيرة حتى بدأت مرتبطة بنا على الدوام من خلال تقنيات الاتصال التي وفرت لنا الكم الهائل من الأجهزة والمعدات المتعلقة بالصورة، ويؤكد (التائب) بأن الاهتمام بوسائل الإعلام كأدوات لها أهميتها ودورها في الحياة العامة للإفراد والمجتمعات وبالتالي لم يعد بالإمكان فصلها عن متطلبات الحياة الحديثة، فالإعلام صار في عصرنا الحالي كالهواء أو الماء لا يمكن العيش بدونه أو بمعزل عما يطرحه من قضايا وأفكار ومعارف، فهو يمدن يوميا بآلاف الوسائل المقروءة والمسموعة والمرئية عن العالم الذي نعيش فيه حتى أن الحاجة إلى معرفة الذي يجري في الكون صارت من الحاجات الملحة والمتزايدة التي لم يعد بالإمكان كبحها أو الحد منها، وصار بالتالي على الإعلام أن يواكب ويرصد وينقل إلينا ما يدور في عالمنا من أحداث على اختلاف مجالاتها وتنوعها واتجاهاتها فهو إذاً قد أصبح أداة معرفية أساسية تساعدنا على إدراك وفهم الواقع المحيط بنا.[1]، كما أن وسائل الإعلام في ظل خصائصها الراهنة، وخصائص المجتمعات الحالية تلعب دوراً كبيراً في تكوين الصورة لدى الأفراد ونقلها إليهم، وهي تتبع في ذلك أساليب مختلفة وطرقاً متعددة، وتشير نتائج كثير من الدراسات الامبيريقية إلى نجاح وسائل الإعلام قي تحقيق كثير من أهدافها وفي الوصول إلى كثير من

غياتها.[2]، والصورة الذهنية هي مجموعة معارف الفرد ومعتقداته في الماضي، والحاضر، والمستقبل التي يحتفظ بها الفرد عن ذاته، وعن العالم الذي يعيش فيه، ويشكل الإنسان صورته الذهنية عن الأشياء والأشخاص عن طريق التجارب المباشرة وغير المباشرة والتي ترتبط بعواطفه وتجاربه.

وقد تزايد الاهتمام بموضوع الصورة الذهنية وأهميتها بالنسبة للفرد والمجتمع وما يحتويه من مؤسسات مختلفة، وكذلك اهتمام الدول به على نطاق واسع نظراً لما تؤديه من أدوار مختلفة في تكوين الرأي العام، واتخاذ القرارات وتشكيل وتعديل سلوكيات الإفراد.

وأصبح استخدام الصورة الذهنية في العديد من العلوم والمعارف المختلفة، حيث شاع استخدامها في العلوم الاجتماعية المعاصرة، وخاصة في الدراسات الإعلامية، والتربية وعلم النفس، والفلسفة، والإدارة.....وغيرها من المجالات الأخرى.

إن الحصول على الصورة الذهنية الإيجابية أصبح يعد من الأهداف المهمة لدى كل المجتمعات والمؤسسة المختلفة الأمر الذي يبرر زيادة الاهتمام بالصورة الذهنية في السنوات الأخيرة لدى اغلب الدول، وفي مقابل الصورة الذهنية هناك الصورة النمطية والتي جاء أصلها من الطباعة وتعني القالب الجامد أو المتكرر- وهي في العادة تتجه نحو السلبية للآخرين حتى ولو كانوا عكس ذلك، وعلى الرغم من مرور العديد من العقود على استخدام هذين المصطلحين إلا أنه مازال هناك خلط بينهما.

ونحن اليوم في ليبيا أحوج إلى الاهتمام بموضوع الصورة الذهنية الذي يعد من الأمور المهمة في تحقيق المصالحة الوطنية بين ابناء الوطن الواحد، لأنه للأسف الشديد قد طغت الصورة الذهنية السلبية بين اغلب المناطق القريبة فيما بينها، وأيضا بين المناطق البعيدة سوى في الشرق أو الغرب، أو الجنوب وذلك بسب العديد من المشكلات السياسية، والامنية، والاقتصادية، والاعلامية، وخاصة في بعض صفحات التواصل الاجتماعي التي تنشر خطاب الكراهية بين ابناء ليبيا، ناهيك عن القنوات الفضائية المملوكة لبعض ادوات الفتنة في البلاد كل هذا وغيره أثر في الصورة الذهنية الجميلة التي كانت موجودة بين

المناطق الليبية، وتغيرت من ايجابية إلى سلبية. كما أن الصورة الذهنية للدول المجاورة لنا والبعيدة عنا أصبحت هي الأخرى تحمل في صور ذهنية سلبية عن ليبيا ومواطنها، والتصقت لديهم صورة الإرهاب في ليبيا الأمر الذي أدى إلى منع الليبيين من الدخول إلى العديد من دول العالم، أو الحصول على تأشيرة دخول لهذه الدول، والتي يستغرق الحصول عليها عدة اشهر وتنتهي اغلبها بالرفض رغم هذه المدة وبالتالي يمكن أن تتبلور مشكلة الدراسة في طرحنا للتساؤل التالي : ما مفهوم الصورة الذهنية وعلاقتها بالصورة النمطية، ودور الإعلام في تشكيلها وتحسينها؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة من الاعتبارات الآتية:

- التعرف على مفهوم الصورة الذهنية، ونشأتها، وعلاقتها بالصورة النمطية.
- الإعلام ودوره في تشكيل الصورة الذهنية وتحسينها.
- إن الإحساس بأهمية الصورة الذهنية يحتم علينا أن نعطيها من الاهتمام والوقت الكافي لدراستها وتحسينها كل ما دعت الحاجة لذلك.
- نقص البحوث والدراسات التي تناولت الصورة الذهنية في المكتبات العربية بشكل عام والمكتبة الليبية بشكل خاص، وذلك على حد علم الباحث.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة على تسليط الضوء على مفهوم الصورة الذهنية، وأهميتها في المجتمعات والمؤسسات التي تسعى لتحسين صورتها الذهنية من سلبية إلى إيجابية، والتعرف على تاريخها، وخصائصها، وعلاقتها بالصورة النمطية، ودور الإعلام في تشكيلها من خلال الاطلاع على أدبيات هذا العلم، وبعض الدراسات السابقة في هذا المجال.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث المكتبية والتي تعد من الأقسام البحثية السبعة التي حددها (حاجي) والتي من بينها (شيء مغلق أو غامض فيقوم الباحث بشرحه)[3]

ويحاول البحث في هذه الدراسة التعرض لمفهوم الصورة الذهنية، ونشأتها، وعلاقتها بالصورة النمطية، وخصائصها، ودور الإعلام في تكوينها وتحسينها من خلال ثلاثة محاور رئيسية وذلك على النحو التالي:

المحور الأول: مفهوم الصورة الذهنية نشأتها، خصائصها، وأنواعها.

المحور الثاني: مفهوم الصورة النمطية، وعلاقتها بالصورة الذهنية.

المحور الثالث: وسائل الإعلام ودورها في تكوين الصورة الذهنية وتحسينها.

المحور الأول: الصورة الذهنية:

يعرف معجم المصطلحات الإعلامية الصورة الذهنية بأنها قد تكون صورة نلتقطها بإحدى آلات التصوير أو مرسومة قد تكون لشيء ما أو لشخص في ذهن إنسان ما أي فكرته التي كونها عن ذلك الشخص وصورته التي رسمها في ذهنه أي انطباعه عنه.[4] أما معجم (وبستر) يعرفها بأنها تصور عقلي شائع بين أفراد جماعة معينة يشير إلى اتجاه هذه الجماعة نحو شخص معين أو شيء بعينه.[5]

كما يعرف (عجوة) الصورة الذهنية بأنها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام معين أو شعب أو جنس بعينه أو منشأة أو مؤسسة أو منظومة محلية أو دولية أو مهنة معينة أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتأتي هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم بغض النظر عن صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب، والتي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها.[6] ويرى (عدلي) بأن كل فرد يكون صوراً ذهنية نتيجة لتفاعله مع البيئة الحقيقية، وبالتالي تختلف الصورة الذهنية من شخص إلى آخر لأن خبرة كل فرد لا يمكن أن تتشابه مع خبرة الآخرين، ومن تم فإن كل فرد يشرح ويفسر خبرته في ضوء تجاربه وخبراته التي يظل يكتسبها طوال حياته.[7]

في حين يرى (طاش) بأن كلمة (image) تعود إلى أصل لاتيني هو(imago) والمتصلة بالفعل (imitari) بمعنى يحاكي أو يمثل وبذلك تدل كلمة (image)على المحاكاة أو التمثيل. وعرفها (ادهم) بأنها حضور صورة في الذهن للأشياء التي سبق أن أدركها بحاسة من الحواس.[8]

ويذهب (مخلوف) بأن الصورة الذهنية عبارة عن بناء يتسم بالتخطيط، لأن هدفه في آخر المطاف هو إيصال فكرة أو رأي أو معنى. وهذه النوعية من الصور تبقى طويلا في العقول قبل أن تتغير، وتقوم الوسائط الجمعية اليوم بصناعة الصورة الذهنية عند الأفراد والشعوب من خلال المادة الإعلامية التي تبثها.[9]

وبعبارة أخرى يقول (كردي) بأن مفهوم الصورة الذهنية يعبر عن التصورات التي يحملها أفراد المجتمع عن العالم من حولهم بمكوناته المختلفة، وتعد الصورة نتاجاً طبيعياً لجميع خبرات الأفراد المباشرة وغير المباشرة التي يتلقونها عبر تفاعلاتهم الاتصالية المختلفة.[11]

ويقدم (سكوت) تعريفه للصورة الذهنية في إطار النظريات الإدراكية فيقول" صورة الأمة الذهنية (أو أي شيء آخر) يشكل من مجمل الخصائص التي يدركها الفرد أو يتخيلها وهي محتوى لثلاثة مظاهر تحليلية، الأول والأساس هو مجموعة الخصائص المعرفية " الإدراكية" التي يفهم المرء بها بطريقة عقلانية، والثاني المكون التأثيري "العاطفي" تفضيل الشيء، أو عدم تفضيله، وثالثاً وأخيرا المكون الحركي "السلوكي" الذي يضم مجموعة الاستجابات العملية التي يعتقد المرء أنها ملائمة للشيء المدركة صفاته مسبقاً.[12]

ويرى (ايمن) أن الصورة الذهنية هي عملية معرفية نفسية نسبية ذات أصول ثقافية تقوم على إدراك الأفراد الانتقائي المباشر وغير المباشر لخصائص وسمات موضوع ما (شركة، مؤسسة، فرد، جماعة، مجتمع، نظام..) وتكوين اتجاهات عاطفية نحوه (سلبية أو إيجابية) وما ينتج من ذلك من توجهات سلوكية (ظاهرة، باطنة) في إطار مجتمع معين وقد تأخذ هذه المدركات والاتجاهات والتوجهات شكلاً ثابتاً أو غير ثابت ، دقيقاً أو غير دفيف.[13]

وتذهب (سعدية) إلى أن الصورة الذهنية ليست مقصورة بالضرورة على التمثيلات البصرية، مع أن هذا النوع يعد أكثر شيوعاً، فمثلاً يمكن أن يقوم المرء بتفضيل أو تنويع معين في صورة سمعية، وتوجد لدى أفراد آخرين أيضا صور متعلقة بالتذوق بالفم أو الشم أو الأنف.[14]

ومن خلال التعريفات السابق للصورة الذهنية يمكن القول بأن مفهوم الصورة الذهنية يشير إلى اتجاهات، وتصورات، ومعتقدات، وانطباعات عند الأفراد أو الشعوب حول شخص معين، أو مجتمع آخر، أو مؤسسة، وذلك نتيجة خبرات مباشرة وغير مباشرة التي اكتسبوها خلال فترات زمنية سابقة، أو حاضرة، واستحضارها عند الحاجة.

ومع أن مفهوم الصورة الذهنية قد نضج حديثاً إلى أن ذلك لا يعني أنه لم يتأثر باهتمام علماء النفس ومدارسه وخاصة في القرنين الثامن، والتاسع عشر، فالمدرسة الارتباطية التحليلية كانت من أكثر المدارس اهتماماً بهذا الموضوع.

ويعد (جوهانس بور كنجي) أول من أعطى وصفاً دقيقا للصورة الذهنية البصرية في سنة (1819م)، وهو المفهوم ذاته الذي اطلق عليه (جو هانس ميلر) في سنة(1826م) للرؤية الذاتية ثم استكمل علماء النفس البحث في هذا الموضوع وصلته بالتفكير ومنهم (فونت) منذ ان اسس معمله في مدينة ليبرزغ سنة (1879م).[15]

ويرى البعض أن استعمال الصورة الذهنية يرجع إلى بداية النصف الثاني من القرن الماضي حيث كان لظهور كتاب (تطوير صورة المنشاة) للكاتب الأمريكي (لي بريستول) سنة(1960م) اثر كبير في نشر صورة المنشأة بين رجال الأعمال، وما لبث أن تزايد استعمال هذا المصطلح في المجالات التجارية والسياسية والإعلامية والمهنية. [16]

ودخل مفهوم الصورة الذهنية في مجال علم السلوك مع ظهور كتاب السلوك الدولي (لهيربرتكيلمان) ومجموعة من علماء النفس والباحثين في العلاقات الدولية سنة (1966م).[17]

خصائص الصورة الذهنية:

توجد العديد من الخصائص للصورة الذهنية يمكن تلخيصها في الأتي:

- تمثل إطارا للذاكرة حيث يستخدم الأفراد المعلومات المتاحة لديهم لتشكيل الانطباعات والصور عن الآخرين أو إصدار أحكام عليهم .
- أن للصورة الذهنية القدرة على تخطي حدود الزمان والمكان وذلك من خلال ما لها من رصيد من الخبرات والمعلومات السابقة واتي تسهم في بناء المعلومات اللاحقة.
- أن تكوين الصورة الذهنية، يعد عملية ذاتية وغير موضوعية، حيث أن الصورة الذهنية هي التفسير المفترض للحقيقة وما يعتقد أنه الصواب من وجهة نظر الفرد، وبالتالي تكون الصورة الذهنية أكثر تقلبا، فمختلف الأفراد لديهم صورة ذهنية مختلفة لنفس الموضوع.
- الصورة الذهنية تتسم بالمرونة والتفاعل المستمر، فهي دائمة التطور وذلك لما يتعرض له المتلقي من معلومات جديدة تمكنه من إضافة ، أو حذف أو تغيير لبعض أجزاء الرسالة المكونة للصورة.
- لا توجد صورة ذهنية موحدة داخل المجتمع حيث تختلف من شخص لآخر باختلاف الميول، والدوافع، والحاجات.
- الصورة الذهنية تمثل الاطار النفسي العام لاتخاذ القرارات وذلك لما يملكه الفرد من صور ذهنية لديه تمكنه من التعرف والتصرف تجاه المواقف المختلفة التي يتعرض لها.
- الصورة الذهنية تتحكم في بعض سلوكيات الأفراد، ذلك لان عقل الفرد عبارة عن مخزن صفير محملاً بالعديد من الخبرات والذكريات، ويعد هذا المخزن صورة ذهنية تدفع الفرد للقيام ببعض التصرفات التي لا يستطيع فهمها نتيجة لوجود صورة ذهنية، ونظام للقيم المتعلق بها.

- أن الصورة الذهنية تتكون لدى الفرد تجاه شخص، أو مجتمع، أو أي شعب من الشعوب من خلال ثلاثة إبعاد وهي:

1- البعد المعرفي (الإدراكي)

2- البعد التأثيري (العاطفي)

3- البعد الحركي (السلوكي)

أنواع الصورة الذهنية:

للصورة الذهنية مجموعة من الصور المنوعة كما يقول (فرنك جفكينز) والمتمثلة في الاتي:[18]

- الصورة المرآة ، وهي التي يرى القائم بالاتصال من خلالها العمل الذي يقوم به او المادة التي يقدمها للجمهور.
- الصورة الحالية، وهي التي يرى بها الآخرون العمل المقدم.
- الصورة المرغوبة، وهي التي يود القائم بالاتصال أن تصل إلى أذهان الجماهير وتستقر لديهم.
- الصورة المثلى، وهي أمثل صورة يمكن أن تتحقق ويطلق عليها احيانا الصورة المتوقعة.
- الصورة المتعددة، وتحدث عندما يتعرض الافراد لانطباعين مختلفين عن موضوع ما.

المحور الثاني: الصورة النمطية:

جاء تعريف الصورة النمطية (stereotype) في معجم المصطلحات الإعلامية بأنها مجموعة من التعليمات المتحيزة والمبالغ فيها في موضوع ما.[19]

أما في موسوعة علم النفس فعرفت الصورة النمطية بأنها كل اعتقاد أو تصور متصلب وتبسيطي، يكون عادة مشتركاً من قبل جماعة عريضة إلى حد ما (وأحياناً من قبل أعضاء مجتمع بكامله) وهو يتعلق بمؤسسات أو جماعات معينة. والأمر يتعلق غالبا بالحكم المسبق، وهو كاريكاتوري وموحد، سماته معزولة عن مجموعة معقدة من السمات، وهناك

تجاهل للفوارق وللأمور الدقيقة.[20]، ويعرف (مرزوق) الصورة النمطية(stereotype) بأنها الشيء المكرر على نحو مطرد وعلى وتيرة واحدة لا تتغير ويسمى نمط .([21]) ويعتبر(ديفيس) الصورة النمطية بأنها مواقف سلبية، أو رافضة تتخذ اتجاه شخص أو جماعة من الأشخاص، حيث تحصل هذه الجماعة بسبب المواقف المقلوبة على صفات سائدة أصلاً، يمكن جداً تصنيفها بسبب الجمود والصفات الانفعالية حتى لو تم التعايش مع تجربة مناهضة للحكم المسبق.[22]، ويذهب (أبو إصبع) إلى أن الصورة النمطية هي تلك الصورة التي تنطبع في الأذهان عن أشخاص، أو شعوب، حاملة معها سمات موضوعة في قالب ذهني يحد من التفكير في تصور هؤلاء الأشخاص أو الشعب بصورة مخالفة للذهن.[23]

وقد سجل مصطلح النمطية أول ظهور له في سنة 1789م من فبل الفرنسي (ديدوت) والذي كان يمتهن الطباعة، حيث احتفل في ذلك العام بمناسبة اكتشافه الطباعي الذي أطلق عليه النمطية (stereotype) ثم بعدها عرف المصطلح طريقة في مفردات الطب النفسي وعلم النفس وعلم الاجتماع، واخذ تعبير (stereotype) من اليونانية التي تعني الصلب والقوى ليشير إلى ذلك النوع من الطباعة (الصفائح المعدنية) ليكون سجلا لا يمكن تغييره.

وكان (ولتر ليبمان) أول من استخدم المصطلح في كتابه (الرأي العام) سنة 1922م حيث أوضح أن الإنسان يتعلم أن يرى بذهنه القسم الأعظم من العالم الذي لا يستطيع أن يراه أو يتلمسه. [24]

أهم الفروق بين الصورة الذهنية والصورة النمطية:

من خلال ما تم استعراضه يمكن استخلاص أهم الاختلافات، والتمثيلات، ورصد العلاقة بين المفهومين وذلك على النحو التالي:

1- الصورة الذهنية تبنى على الحقائق الموضوعية والمعلومات الصادقة، بينما تبنى الصورة النمطية على حقائق مبالغ فيها ومعلومات غير صادقة.

2- الصورة الذهنية ليست بالضرورة محملة بالمشاعر العاطفية، بينما الصورة النمطية تكون محملة بالمشاعر الذاتية، ومشحونة بالعواطف الشخصية.

3- الصورة الذهنية هي صورة مفتوحة (أي أنها تشمل كل الصور، ثم تقوم بترتيب هذه الصور من جديد)، وقد تتميز هذه الصور أو تتوسع تدريجياً، وتنمو وتتطور، أو تتضح زوايا في موضوع ما كانت باهتة، فهي صورة قابلة للتغيير باستمرار، بعكس الصورة النمطية التي تتسم بالثبات النسبي، والجمود، وترفض استقبال رسائل معكوسة لها، عدا تلك التي تنسجم وتتناسق مع اتجاهاتها.

4- كلما زادت المعلومات في الصورة الذهنية، فإن الصورة تتزايد وضوحاً، بينما زيادة المعلومات في الصورة النمطية في اتجاه الموضوع الواحد نفسه تؤدي إلى التعقيد، وفي مراحل اعلى تؤدي إلى التمييز العنصري.

5- ان صانعي الصورة الذهنية للأشياء، والأشخاص، والدول، والجماعات في أذهان الأفراد يسعون إلى تقديم المعلومات، والحقائق، والمعارف من أجل توسيع مدارك الناس، ومعارفهم بالحياة، بعكس الصورة النمطية التي غالبا ما تقف خلفها جهات (جماعات، أو مؤسسات)، ذات مصالح اقتصادية، أو سياسية، أو اجتماعية.[25]

6- إن الصورة الذهنية تقترب من الواقع لاعتمادها على عنصر التجربة الشخصية، بعكس الصورة النمطية التي تكون نتيجة لقلة الاتصالات، والتفاعل، والتي قد تشكل اتجاهات عدائية.[25]

7- تعد الصورة النمطية جزء من مفهوم أوسع واشمل وهو الصورة الذهنية، وان الصورة النمطية لا تتكون إلا بوجود صورة ذهنية مسبقة.

8- أن الصورة النمطية لا يرتبط وصفها بعلاقات جديدة، فأنها كثيراً ما تصف حال الجماعات في الماضي، وليس كما هي اليوم لأنها تستند على خليفة الإرث الثقافي، والبعد الإيديولوجي والتراكم المعرفي التي أطلقتها جماعة على أخرى نتيجة للأحكام المسبقة، في حين أن الصورة الذهنية تقوم في جوهرها على ربط الخبرات السابقة

بعلاقات جديدة لكي تدعمها أو لتعيد تعريفها أو لتغييرها ، فوصفها للآخر يستند على الصورة، والعلاقات الحالية.[26]

مما سبق يتضح بأنه هناك نقاط اشتراك واختلاف بين المفهومين، بحسب المجال المعرفي الذي انطلقا منه هذين المفهومين، حيث توجد علاقة وطيدة بينهما بل وجوهرية، وهي علاقة الجزء بالكل، فالصورة النمطية أيا كان نوعها شخصية، قومية، اجتماعية هي جزء من الصورة الذهنية.

والصورة الذهنية تختلف عن النمطية في انها يمكن ألا تتحول إلى نمط اذا ما تمت الإضافة إليها، وصححت المعلومات، ومن تم فإن كون الصورة ذهنية أم نمطية يعتمد على مسألة أساسية، وهي كونها ذات تركيبة مفتوحة أو مقفلة.

وبعبارة أخرى كما تقول (الجبوري) إن الصورة الذهنية أوسع واشمل من الصورة النمطية، وهي بمثابة الكل إزاء الجزء، أنها أيضا الحالة أو المرحلة التي تسبق الصورة النمطية اعتمادا على ما إذا كانت ذات بناء مغلق أو مفتوح.[(27)]

في حين يؤكد (صالح) بأن هناك اتفاق في معظم دراسات الصورة الذهنية تقوم على مجموعة من السمات الايجابية التي تثير مشاعر الحب والتعاطف، والتأييد، والإعجاب والرغبة في التقليد، وكثيراً ما يكون ذلك عن طريق تصوير البطولات، والانتصارات، والانجازات، والقوة، والإنسانية، وحب الخير، والود والتضحية.

أما الدراسات التي تناولت مفهوم الصورة النمطية، فقد تعاملت على أنها صورة سلبية تتشكل من التعميمات، وتقوم على مجموعة من السمات التي تثير مشاعر الخوف والكراهية والنفور، والاشمئزاز، والاحتقار، ويكون ذلك بتصوير العنف، والبطش، والقسوة، وسفك الماء، والإرهاب، والهزائم، والجريمة، والفقر.[(28)]

المحور الثالث: وسائل الإعلام ودورها في تكون الصورة الذهنية وتحسينها:

تأثيرات متعددة تعتري الإنسان من خلال المؤثرات التي تحيط به وتشكل حياته كالطبيعة والأسرة والمؤسسات الاجتماعية التي ترتبط بها بما في ذلك المدارس والمعاهد

والكليات. فقد تأثرت كل هذه المؤسسات بوسائل الاتصال الحديثة بما تحمله من تكنولوجية متقدمة في مجالات متنوعة تساهم بشكل أو بآخر ثقافياً وتعليمياً واجتماعياً في تكوين شخصية الإنسان والتأثير في أفعاله تأثيراً مباشرا وصل إلى حد الارتباط بسلوكه اليومي.(29)

ولا يكاد يختلف اثنان في أن الإعلام يعتبر من الركائز الأساسية المشكلة لعمليات التفاعل الاجتماعي والتي تؤثر في المجتمع المعاصر من خلال وسائله المتعددة وقد ساعد في ذلك سهولة انتقال مواده المختلفة وخاصة المرسلة من وسائل الاتصال الجماهيري التي دخلت كل بيت في الوقت الحاضر. وبالتالي صار استقبالها ميسوراً على أغلبية أفراد المجتمع صغاراً وكبارا وبدئوا يتأثرون بها ويؤثرون في غيرهم.(30)

وأشار (مكاوي) في دراسته التي تناولت علاقة مضمون وسائل الإعلام بالواقع الاجتماعي إلى أن هذه الوسائل لا تعكس ما يحدث في العالم الخارجي، وإنما تغرس وتنمي عالماً يبدو حقيقيا أو يتحول إلى واقع بالنسبة للمشاهدين.(31)

وبالتالي فإن وسائل الإعلام تلعب دوراً رئيسياً في خلق الصورة المنطبعة في أذهان جمهورها، فهي النافذة التي تطل من خلالها الجماهير على العالم وعلى الإحداث المحلية والدولية؛ لأنها الامتداد الطبيعي لأبصارنا وأسماعنا على حد قول مارشال ماكلوهان.(32)

وتقوم وسائل الإعلام بتضخيم هذه الصور بدرجة كبيرة وبطبعها بقوة في الادهان إلى درجة أن القارئ أو المستمع أو المشاهد يشعر في أحيان كثيرة أنه التقى فعلاً بالشخصيات التي تتناولها وسائل الإعلام على الرغم من أنه لم يقابلها قط ، ذلك أننا ننشئ علاقات مع هؤلاء الأشخاص المعنويين كما ننشئ علاقات مع أصدقائنا.(33)

ويرى (عامر)بأن وسائل الإعلام أقوى الوسائل في تشكيل الصورة الذهنية عند الأفراد والجماعات والشعوب ، فأحياناً يشكل الفرد صوراً ذهنيةً في خياله عن بعض البلاد إلي لم يراها من قبل أو عن بعض المهن أو الشعوب التي لم يتعامل معها طوال حياته، وقد يحدث

ذلك نتيجة لتعرض هذا الفرد لوسائل الإعلام التي تعرض الأخبار والإحداث والمضامين المختلفة.[34]

ومن جهة أخرى ترى (قنديل) بأن وسائل الإعلام لها قوة أحداث التأثير على الصورة الذهنية الموجدة لدى الجمهور المتلقي وذلك على النحو التالي:

1- استمرار عرض الرسالة الإعلامية وتكرارها ويؤدي إلى إحداث تغيرات كبيرة في الصورة الذهنية القائمة لدى الجمهور، فالفرد الذي يتلقى مضموناً من وسائل الإعلام مخالفاً لما لديه من صورة ذهنية، فإنه يستقبلها على انها مضامين غير واقعية وكاذبة وبالتالي يرفضها إلا أنه مع استمرار تعرضه لتلك الرسائل يبدأ في التشكيك في صحة الصورة الذهنية الموجودة لديه، وتحل محلها صورة أخرى تقدمها وسائل الإعلام.

2- تقوية وتدعيم الصورة الذهنية الموجودة لدى المتلقي حيث تضيف وسائل الإعلام إلى الصورة الذهنية لدى الفرد معلومات وانطباعات إضافية مما يجعل وجود تأثير نفسي أو سلوكي من جانب الجمهور لاستقبال هذه الرسالة، الأمر الذي يحدث إضافة بسيطة غير أساسية في الصورة والتي لا تؤثر على جوهر الصورة الذهنية الموجودة لدى الجمهور.

3- توضيح معالم الصورة الذهنية، فقد تكون هذه الصورة غير واضحة لدى المتلقي أو مهزوزة لأن المعلومات التي لديه غير كافية لتكوين صورة ذهنية متكاملة، ومن هنا تأتي أهمية وسائل الإعلام لإضافة معلومات على الصورة الموجودة مسبقاً حتى تتضح معالمها وبالتالي تزيل الشك وتوضح الغموض الذي يحيط بالصورة لدى المتلقي.[35]

4- التقدير والتقييم لصاحب الصورة ، إذ يرى بأنه كلما حملت الوسيلة الإعلامية احتراما وتقديرا لصاحب الصورة الذهنية، كلما كانت أسهل وأسرع وصولاً إليه، وأكثر قدرة على التأثير على الصورة القائمة، أما الرسالة العدائية فتقل فرصتها في الوصول والتأثير.

5- استحالة أو صعوبة تغيير الصورة، فكلما كانت الصورة المتكونة لدى المتلقي راسخة منذ فترة زمنية طويلة فإنه من الصعب تغيرها أو تعديلها، وعادة تبقى هذه الصورة دون تغيير أو تعديل.(36)

6- حسم اتجاه الجمهور نحو صورة ذهنية معينة ، فقد تتكون لدى المتلقي صورتين ذهنيتين متضاربتين، الأمر الذي قد يخلق لديه اتجاهين متضادين، ولا يستطيع الفرد حسم اتجاهه نحو أي صورة من الصور، إلا بمساعدة وسائل الإعلام الي تمده بمعلومات إضافية تمكنه من حسم اتجاهه حول هذه الصور.

7- إعادة تنظيم الصورة الذهنية، وذلك عن طريق وسائل الإعلام حيث تساهم هذه الوسائل في تنظيم الصورة الذهنية وتنسيق مكوناتها وربطها ببعضها مما يجعلها أكثر فهماً لدى المتلقي.(37)

إن مسؤولية وسائل الإعلام في توليد الصورة الذهنية المتراكمة وإنتاجها في أذهاننا ليس بالمسؤولية الجزئية، أو اليسيرة، كما تصبح عبر اليتها في تقديم المعلومات والوسائل ضمن سياق خصائص وسيلتها الاتصالية، بيد ان مثل هذا الدور لا ينفي ضرورة تأثير الجماعات المرجعية في تكوين الصورة الذهنية، فالأفراد يعتمدون أيضا في معرفتهم للعالم الذي يحيط بهم على إفراد المجتمع الذي يعيشون فيه.(38)

إضافة إلى كل ما تقدم فيما يتعلق بتشكيل الصورة الذهنية وتحسينها فأن الباحث يحث القنوات الليبية على ما يلي:

- إعداد خطة إعلامية مكثفة تشارك فيها نخب من مختلف شرائح المجتمع، إعلامين، ومثقفين، وسياسيين، ورجال دين، وأساتذة وغيرهم تعتمد على المناقشة الرصينة والصادقة لغرض توضح وتحسين الصورة الذهنية للمواطن الليبي في مختلف المناطق التي اهتزت صورتها مؤخراً بسبب الأحداث الدامية في ليبيا.
- الابتعاد عن لغة التخوين، والتهديد، والترهيب، ونبد العنف والاقتتال مهما كانت اسبابه لان الإعلام الموضوعي والصادق اكبر من كل هذه الكلمات المذكورة سابقاَ.

- إعداد برامج توعوية تهدف إلى تقوية اللحمة الوطنية بين ابناء الوطن في مختلف المناطق الليبية.
- إقامة الندوات والمؤتمرات المتخصصة بموضوع الصورة الذهنية السلبية وذلك لمحاولة علاجها وتحسينها باستضافة بعض الاساتذة المتخصصين لأثراء النقاش حول هذه السلبيات.
- إن انتاج صورة جميلة بين ابناء الوطن الواحد يسهم في تحسين الصورة الذهنية بين افراد المجتمع.
- ارشاد أولياء الامور عن طريق البرامج المسموعة، والمرئية بشأن الاهتمام بأبنائهم ومحاولة أبعادهم عن كل ما يسيء للنسيج الاجتماعي بين افراد المنطقة بشكل خاص والمناطق الليبية بشكل عام، واحترام آراء الآخرين.
- تقديم البرامج والاعمال الدرامية الت تساهم في غرس القيم ومعاني الاخلاق والادب، واحترام الانسان وخصوصياته.
- العمل على انشاء قناة فضائية متخصصة تهتم بالمواطن الليبي اين ما كان وتحس بإحساسه وتدلل اصعاب امامه وترشده إلى حب الخير لكل ابناء الوطن والابتعاد عن الانانية وصيانة الوطن وحبه وبالتالي غرس قيم المواطنة المفقودة في ليبيا.
- إن بناء صورة ذهنية إيجابية تقع على عاتق المجتمع وتع مسؤولية جمعية يشترك فيها الجميع، من مؤسسات الدولة، ومؤسسات المجتمع المدني، والافراد، والجماعات ، والقبائل، والمناطق، والمدن.
- إعداد برامج زيارات دائمة بين المناطق، والقبائل ، ومن مختلف شرائح المجتمع، وبدعم شعبي، وحكومي.
- إعداد برامج وانشطة ثقافية مشتركة بين المناطق المختلفة وخاصة المناطق التي شهدت صراعاً فيما بينها.

- العمل على انتاج سلسلة من الاشرطة الوثائقية والتي يكون مضمونها ابراز العلاقة المتميزة بين المناطق في مختلف المجالات عبر التاريخ وذلك لغرض تحسين الصورة الذهنية لدى المواطنين وبالتالي إعادة بناء اللحمة الوطنية.

هوامش الدراسة:

1- مسعود حسين التائب، حق الإنسان في الإعلام ، مجلة البحوث الإعلامية، العدد (33) (طرابلس: مركز البحوث والتوثيق الإعلامي، 2006م)، ص5.

2- ايمن منصور ندا، الصورة الذهنية والإعلامية عوامل التشكيل واستراتيجية التغيير (المدينة: برس، 2004م)، ص 124.

3- السيد أحمد مصطفى، البحث الإعلامي مفهومه واجراءاته ومناهجه،(بنغازي: منشورات جامعة قار يونس، 1994م)، ص 23.

4- كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، (القاهرة: الشروق، 1889م) ص 285.

5- ماجي الحلواني، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، (القاهرة: عالم الكتب،2005م) ص141.

6- علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، (القاهرة: عالم الكتب، 1983م)ص4.

7- عاطف عدلي العبد، صورة المعلم في وسائل الإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1997م) ص 19.

8- محمود ادهم، مقدمة إلى الصحافة المصورة، الصورة وسيلة اتصال، (الدار البيضاء، 1998) ص 15

9- مخلوف حميدة، سلطة الصور(تونس: دار سحر للنشر، 2004م) ص20.

10-أحمد السيد كردي، العلاقات العامة وتكوين الصورة الذهنية للمنظمة،

11-ارادة زيدان، مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة، مجلة الباحث الاعلامي ، العدد 9-10 حزيران يونيو 2010م، ص165.

12-ايمن منصور ندا، الصورة الذهنية والإعلامية، مرجع سابق، ص 11.

13-سعدية محسن، ثقافة الصورة ودورها في إثراء التذوق الفني لدى المتلقي، رسالة ماجستير في التربية الفية، السعودية، جامعة أم القرى، كلية التربية 2010م، غير منشورة، ص 16.

14-زينة عبد الستار الصفار، نظرية الصورة الذهنية واشكالية العلاقة مع التنميط، مجلة الباحث الإعلامي، العدد (0) حزيران ، ص118

15-ارادة زيدان، مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة، الباحث الاعلامي ، مرجع سابق، ص 169.

16-المرجع السابق ص 164.

17-علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، (القاهرة: عالم الكتاب، 1983م)، ص6

18-أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، (القاهرة: دار الكتاب المصري، 1985م)، ص 154.

19-رولان دورون، و فرنسواز بارو، موسوعة علم النفس، المجلد الثالث، (تر) فؤاد شاهين، (بيروت: عويدات للنشر والطباعة، 1997م)، ص1023.

20-اسعد مرزوق، موسوعة علم النفس، (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1987) ص 320.

21-ارادة زيدان، مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة، مرجع سابق، ص 164.

22-صالح أبو إصبع، تحديات الإعلام العربي، (عمان دار الشروق، 1999م)ص76

23-زينة عبد الستار، نظرية الصورة الذهنية، مرجع سابق ص 128.

24-حميدة مهدي سميسم، بنية الصورة وسياسة الاتصال، مجلة الباحث الاعلامي، العدد 6-7- حزيران- ايلول- 2009م، ص 22.

25-زينة عبد الستار الصفار، نظرية الصورة الذهنية، مرجع سابق، ص137.

26-المرجع السابق، ص 134.

27-إرادة زيدان الجبوري، مفهوم الصورة الذهنية، مرجع سابق، ص 166.

28-سليمان صالح، وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية، (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2005م)، ص 115

29-إبراهيم محمد سليمان، القيم في الرسوم المتحركة وعلاقته بالسلوك الاجتماعي للطفل الليبي، رسالة دكتوراه غير منشورة في الإعلام التربوي، جامعة الزاوية،

(30)عبد السلام الدويبي، علم النفس الاجتماعي (طرابلس : الجامعة المفتوحة،1991) ص133

(31)حسن عماد مكاوي ،اثر الإنماء التلفزيوني في إدراك السباب للواقع – دراسة مسحية لعينة من طلاب الجامعات المصرية(القاهرة : المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثاني – ابريل 1997) ص 56 .

(32) سهير بركات، الاعلام وظاهرة الصور المنطبعة، (الكويت: مجلة العلوم الاجتماعية، العدد الأول، السنة الثانية، 1980/)،ص .45

(33) عاطف عدلي العبد، صورة المعلم في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص .21

(34) فتحي حسين عامر، علم النفس الإعلامي، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2012م،) ص149.

(35) راجية قنديل ، صورة اسرائيل في الصحافة المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1981، ص 49-50.

(36) فتحي حسين عامر، علم النفس الإعلامي، مرجع سابق، ص152.

(37) سوزان القليني، علم النفس الإعلامي، (القاهرة، د.ن، 2007م) ص.110

(38) إرادة زيدان الجبوري، مفهوم الصورة الذهنية ، ص 166.