



اثر وسائل الاعلام في تشكيل المعرفة والوعي السياسي

م.م. حسن هاوي رشير

الملخص :

لم يعد نشر المعرفة حكراً على المدارس والجامعات، ولا حتى الكتب، بل ومنذ ما يقارب القرنين أصبح للإعلام وما يزال دوراً بارزاً وكبيراً في نشر المعرفة والثقافة بصورتها العامة، والسياسية بصورة خاصة؛ فبعد تطور وسائل الإعلام من الصحف والمجلات إلى الوسائل المقروءة والمرئية، وزاد دورها من عملية نشر المعلومة والمعرفة المجردة، إلى عملية تكوين معرفة جديدة من خلال ما تنشره وما تبثه من برامج مختلفة، من دراما وأخبار وبرامج حوارية مختلفة، حتى وصل تأثيرها إلى تغيير الوعي المجتمعي، وإذا لم تكن وسائل الإعلام قبل نصف قرن من الزمن بهذا السعة والانتشار، فإن هذا التغيير الذي حصل خلال تسعينيات القرن الماضي جعل منها أكثر تأثيراً من سابق عهدها، وإذا كان عصر الفضائيات وشبكة الانترنت قد أعلننا عن نفسيهما خلال العقود القليلة الماضية، إلا أنه مع هذه المدة القصيرة من عمر الزمن، إلا أنها استطاعت أن تحقق جانباً معرفياً أكثر مما قدمته الصحافة الورقية خلال قرنين من الزمن، وما يقارب القرن من عصر الراديو والتلفاز، لسعة الانتشار وسهولة الاستعمال، فمثلت طبيعة المعرفة المتلقية منهما اختلافاً جذرياً من حيث الكم والنوع.

وإذا ما كنا نتحدث عن الجانب السياسي من هذه المعرفة، فإن التأثير وصل إلى حد تغيير القناعة ومن ثم وصل الأمر إلى تغيير الوعي السياسي الفردي والمجتمعي، وهو ما تتبعه وسائل الإعلام السياسي، وخاصة تلك الوسائل التي تمتلكها أو تتحكم بها أو تديرها أو تؤثر فيها شخصيات أو أحزاب أو كيانات سياسية، بهدف الترويج لآراء هذه الشخصيات التي تمارس العمل السياسي من خلال كونها في السلطة أو في المعارضة أو هي تلك الوسائل التي تتلقى المال من تلك الجهات لتبث ما ترغب به من معلومات.



الكلمات الافتتاحية: وسائل الاعلام، المعرفة، الوعي السياسي.

اهمية البحث:

تنبع اهمية البحث من كون الوعي السياسي في العصر الحديث يمثل أحد أهم مرتكزات المواطنة، من خلال المشاركة السياسية او الامتناع، ولا يتم ذلك الا بوعي ودراية، لكون الامر ينطلق من سؤال لماذا المشاركة او الامتناع؟ فيمثل هذا الموقف قمة الوعي السياسي ان بني على معلومات صحيحة، ولأن الاعلام قد اصبح بإمكانه وبيان وتعريف المواطنين بالحقوق والواجبات التي يتمتعون بها اتجاه السلطة السياسية، ومن يمثلها، وهو الذي نبحت فيه.

ومن بديهيات الوعي التعرف على طبيعة النظام السياسي، متى يلتزم أو يخل هذا النظام بواجباته، ومتى يجب مكافئته ومناصرته عند الأزمات، او متى يستوجب محاسبته، والوقوف بوجهه، وأمام هذا الوعي بصورته الحقيقية، فقد يبدأ الدور السلبي لبعض وسائل الإعلام السياسي بصورة خاصة والاعلام بصورة عامة العمل على تغييب الوعي السياسي عند العامة، وهو أكثر أهمية من التأثير بالنخبة السياسية أو المثقفة، لكثرة عددهم وسهولة التأثير عليهم، وان كانت النخبة المثقفة ليست ببعيدة عن ذلك التأثير، وللتعرف على دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي وتغييبه نقدم هذا البحث.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى معرفة مدى التأثير الذي تفعله أو ممكن أن تحدثه المواد والبرامج الثقافية التي تقدمها وسائل الإعلام من خلال:-

١- التعرف على دور وسائل الإعلام في عملية نشر المعرفة بشكل عام والثقافة السياسية بشكل خاص.

٢- معرفة مدى إمكانية وسائل الإعلام في تغيير القنوات بصورة عامة، والسياسية بصورة خاصة.

٣- التعرف على دور وسائل الإعلام في عملية تشكيل وتغييب الوعي السياسي والقيم المجتمعية، والمعايير والتقاليد الاجتماعية، والثقافية، والسياسية.



إشكالية البحث:

إذا كان الدور الأساس للإعلام هو نشر الأخبار، فهل ينحصر دورها بذلك، ام ان للإعلام دور في نشر الثقافة والمعرفة، وهل ان دوره هامشي في تغيير الآراء والأفكار، ام له تأثير اكبر يصل لتغيير الوعي السياسي، ومن ثم تغيير القنوات التي كان يؤمن بها، وكيف السبيل للوصول إلى هذه المرحلة، فهل يتم ذلك من كل وسائل الإعلام، ام من نوع معين من الإعلام المرتبط بجهات سياسية لها مصلحة بتغيير الوعي لدى الشعوب.

فرضية البحث:

ينطلق البحث من فرضية مفادها "ان للإعلام ليس دوره في نقل الأخبار ونشر المعرفة فقط، بل إن للإعلام دور في تغيير القنوات والوعي للفرد والمجتمع معاً، وهذا متأني من الانتشار الواسع لوسائل الإعلام مع تنامي قوة تأثيره على الحياة اليومية للفرد والمجتمع، وعلى رأسها الأفكار السياسية".

المبحث الأول: الإعلام وأثره في تشكيل المعرفة السياسية

يتميز العصر الحالي بأنه عصر الإعلام والمعلومات، لما أصبح له من قدرة بما يمتلكه ليس فقط بالكَم الهائل من وسائل الإعلام ولا بكم ما يطرحه من معلومات، بل بالتأثير على القنوات، وتشكيل الأفكار بالإقناع الإيجابي أو السلبي، ليصل إلى صياغة الرأي العام الذي يهدف إليه من خلال نشره للمعلومات والتي تهدف إلى بث المعرفة بشكلها العام، والثقافة السياسية بشكل خاص، فقد أصبح الإعلام عاملاً مهماً من عوامل التنمية وعنصراً متزايد الأهمية في التطوير السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي في الدول المتقدمة.

المطلب الأول: اطار نظري مفاهيمي.

أولاً: مفهوم الإعلام.



الأعلام في اللغة: جمع علم، والعلم والعلامة: شيء ينصب في الأماكن التي تحتاج لعلامة يهتدى به الضال، ويقال: أعلمت على كذا: جعلت عليه علامة، ويطلق العلم، ويراد به الجبل والراية، التي يجتمع إليها الجند^(١). وأعلم يُعلم، إعلامًا، أعلمه الأمر أي أخبره به وعرفه إياه، وأطلعته عليه تعني أعلمه بما حدث من معلومة يجهلها، كقوله تعالى: { قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ } (سورة البقرة: الآية ٣٢)، ويقال الخيل أعلم بفرساتها: يُضرب في الاستعانة بمن خبر الأمور وعرفها على حقيقتها^(٢).

الإعلام اصطلاحاً: يعد مفهوم الإعلام كما أي مفهوم آخر له الكثير من التعاريف، بين من يحاول حصره بمجمل وبين من يريد التوسع فيه، فالإعلام كما يشير احد الباحثين الى ان الكتب والبحوث العربية شاعت في استعمال مصطلح الإعلام بمعنى الاتصال، وقد حصل خلط بين المفردتين (الاتصال والإعلام) كما يقول، فالأولى هي علم الاتصال، والثانية ليست إلا غطاء واحداً من أنماط الإعلام والإخبار والإبلاغ، أي ان الإعلام هو عملية نقل المعلومة إلى الآخر، وهو ايضاً نشاط اتصالي يراد به نقل معلومات من طرف الى آخر. فيما مصطلح الاتصال يتسع ليشمل الإعلام والدعاية او الدعوة والعلاقات العامة والإعلان والحرب النفسية، أي جميع انواع الاتصال^(٣).

وفي تعريف آخر: هو وسيلة تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، أي تلك التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع، أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاههم وميولهم^(٤). ونرى ان هذا التعريف يعرف ما يجب ان يكون عليه الإعلام المحايد لا حقيقة ما يمارسه الإعلام من تضليل، ولو كان الامر كله كذلك لما احتاج الامر لبحوث ودراسات.

وعموماً يشمل الإعلام كما يرى احد الباحثين جميع أوجه النشاط الاتصالية التي تعمل على تزويد الإنسان بجميع الحقائق والمعلومات المعرفية، باعتبار أن الاتصال هو قوة محركة للمجتمع بحيث يؤدي إلى حركة المجتمع حركة تفاعلية مؤثرة ومتأثرة، فالاتصال



عملية اجتماعية، وتجري في بيئة معينة، تؤثر فيها وتتأثر بها، وهناك تفاعل بين الاتصال والمجتمع^(٥).

وإن مفهوم "إعلام" وفق ما سيتم اعتماده في هذا البحث إنما يعني به أساساً وسائل نقل الإخبار وتقديم المعلومات، بوجود رسالة إعلامية تهدف إلى نشر (أخبار، معلومات، أفكار، آراء) وتنقل في اتجاه واحد من مرسل إلى مستقبل، يسمى المرسل وسيلة إعلام، والمستقبل هو المشاهد أو المستمع أو القارئ حسب نوع الوسيلة الإعلامية، وحديثاً أصبح هنالك دور فعال للمستلم، من خلال الاتصال بالبرامج المباشرة، أو ما يكتبه من تعليقات أو إضافات على ما ينشر عبر الشبكة العنكبوتية، ووسائل التواصل الاجتماعي، وإن كان هذا لا يدخل ضمن التأثير العام، إلا أن توسع وأصبح من الشخصيات العامة المؤثرة، فيمكن عده حينئذ من وسائل الاتصال، لسعة انتشاره، وقدرته على التأثير، وإن كان فرداً.

ثانياً: مفهوم وسائل الإعلام السياسية.

يطلق مصطلح وسائل الإعلام على جميع الوسائل والأدوات التي تنقل إلى الجماهير المتلقية ما يجري من حولها عن طريقة السمع والبصر^(٦). وهناك من يري أن وسائل الإعلام هي: "التي تجسد في الراديو، والتلفزيون، والصحف والمجلات، والكتب، والسينما، والإعلان، وهي من أهم المؤسسات المرجعية التي تؤثر في شخصية، وقيم، وأفكار، وممارسات الشباب على مستوى الأمد البعيد"^(٧). فأغلب الوسائل أصبحت تعتمد على الانترنت في البث والنشر هو ما أجهت له حتى كبريات الصحف التي باتت تعتمد على النشر من خلال صفحات الانترنت^(٨)، وذلك نتيجة التطور التقني الذي شهدت الصحافة في نهاية القرن العشرين وأوائل القرن الحالي من ثورة هائلة، تمثلت في نظم الاتصالات الرقمية، فكان استعمال الإنترنت واحداً من أهم الإنجازات التي وصل إليها الإنسان في مجال الاتصالات، فإن عكس هذا التطور بطبيعة الحال على الصحافة كمفهوم ووظيفة^(٩).

المطلب الثاني: وظائف وسائل الإعلام.



يقوم الإعلام اليوم بدور رئيس في حياة الإنسان المعاصر، فعن طريق وسائله التي أصبحت في متناول اليد، وبتكلفة قليلة وبتقنيات هائلة (تلفاز، حاسوب، هواتف ذكية)، قد أصبحت بمتناول الجميع في الدول الغنية والفقيرة، كما تشير لذلك شركات إنتاج الهواتف النقالة، فسمحت هذه الوسائل للجميع ان يشبعوا غريزتهم الفطرية المتجددة في الحصول على الأخبار والمعلومات المتلاحقة دون توقف حتى بات من المستحيل تخيل الحياة الحديثة بدون وسائل الإعلام التي تصلنا بالعالم القريب والبعيد. ومن خلال ذلك أصبحت لهذه الوسائل وظائف تعدت مهامها الأولية، والتي كانت مقتصرة في بادئ الأمر على نقل المعلومات، وبشكل أكبر الأخبار.

هناك مهام للإعلام لأنه أصبح يمتلك سلطة واسعة في المراقبة وفي إثارة قضايا مهمة قد تطيح برؤساء دول فضلا عن الوزراء وكبار المسؤولين فضلا عن مسؤوليتهم الاخلاقية والقانونية، حتى أصبح اطلاق اسم السلطة الرابعة، امر واقع، وان لم يكن بهذه الصيغة القانونية، وهذه السلطة فضلا عن القوانين الصادرة التي تؤمن لها حرية الرأي والتعبير فقد تم استغلال هذه التشريعات والمساحة الواسعة لها بحرية الحركة والعمل، فضلا عن قوة السلطة الفعلية للمؤسسات الاعلامية الحكومية او المدعومة منها، وكل ذلك لفقدان القيد الذاتي الذي يمنعها من نشر الأكاذيب، فضلا عن الأكاذيب المقصودة، والتي تقف وراءها جهات لها اجندات خاصة، منها تغيير قناعات الجمهور^(١٠).

ويرى البعض ان المسؤولية الأساسية التي تقع على عاتق وسائل الإعلام على اختلافها والتي تنحصر في أربع وظائف أساسية^(١١).

أولها الوظيفة السياسية: وتعني إعلام المواطنين بكل ما يدور في الدولة ومراقبة مراكز السلطة على كل المستويات.

وثانيها الوظيفة التعليمية: وتكون بتقديم الأبحاث العلمية الصادقة ومناقشة مختلف الأفكار والآراء والمواقف.

وثالثهما وظيفة المنفعة: وتعني تقديم المعلومات المرتبطة بالأحداث فتكون وسائل الإعلام مرآة لكل ما يقع من أحداث في المجتمع.



ورابعا الوظيفة الثقافية: وتعني تدعيم القيم والتقاليد والمعايير المثالية للمجتمع. وسنهتم بنوعين من الوظائف التي يقوم بها الإعلام وهما الوظيفة السياسية ووظيفة نشر الثقافة والمعرفة، لما لهما من تأثير في تشكيل الوعي السياسي: اولاً: وظيفة نشر المعرفة (تشكيل الثقافة).

ان التطور الكبير الذي طرأ على وسائل الإعلام والاتصال والتكنولوجيا اسهم في ظهور وسائل إعلام حديث يتميز بعنصر السرعة في نقل الخبر والمعلومة، جعلته يخرق كل الحدود والحواجز بين الدول، ويصل إلى جميع الناس بدون استثناء من خلال استعمال وسائل جديدة مثل الانترنت، الفاكس، والموبايل وبرامجه، وغيرها. وتلك الوسائل الجديدة عززت دور الإعلام عامة وفي المجال السياسي خاصة فقد أتاحت له فرصة نقل الأخبار والمعلومات بأسرع وقت وبتكاليف اقل، وسهولة في الاستعمال.

١- تعريف المعرفة:

المعرفة: تقال لإدراك الجزئي أو البسيط ، ولهذا يقال: (عرفت الله) دون (علمته). فمتعلق العلم في اصطلاح المنطق وهو المركب متعدد كذلك عند أهل اللغة وهو المفعولان، ومتعلق المعرفة وهو البسيط واحد كذلك عند أهل اللغة وهو المفعول الواحد وإن اختلف وجه التعدد ، والوحدة بينهم بحسب اللفظ والمعنى. وأيضاً يستعمل العلم في اخل الذي يحصل العلم لا بواسطة. والعرفان يستعمل في اخل الذي يحصل العلم بواسطة الكسب ، ولهذا يقال: (الله عالم) ولا يقال: (عارف) ، كما لا يقال: (عاقِل) فكذا الدراية فإنها لا تطلق على الله لما فيها من معنى الحيلة^(١٢).

وفي تعريف المعرفة فهي "حصيلة الامتزاج الخفي بين المعلومة والخبرة والمدرجات الحسية والقدرة على الحكم، تتلقى المعلومات ونخرجها بما تدركه حواسنا، المعلومات وسيط لاكتساب المعرفة ضمن وسائل عديدة كالحُدس والتخمين والممارسة الفعلية"^(١٣).

٢- تعريف الثقافة

الثقافة أو الحضارة بمعناها الأوسع، هي ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة والمعتقدات، والفن والأخلاق، والقانون، والأعراف، والقدرات، والعادات الأخرى التي



يكتسبها الإنسان باعتباره عضواً في المجتمع^(١٤). ومن هذا يعتبر مفهوم الثقافة ملازماً للعلوم المختلفة، وهو ضروري لها إلى حد ما، بتحديد طبيعة هذا العلم، وبمجموع العلوم تتشكل الثقافة والعلوم.

إن واحدة من أبرز سمات عصرنا أهمية، هي تحول وسائل الاتصال الجماهيري إلى أدوات للثقافة، بحيث يمكن القول إنها أصبحت الوسيلة الجماهيرية للحصول على الثقافة، والاطلاع على جميع أشكال الإبداع بالنسبة للقطاعات الواسعة من الجماهير. وتزداد أهمية الدور الثقافي الذي تلعبه هذه الوسائل، لأن دوره لم يعد يقتصر على توصيل الثقافة ونشرها، بل صارت تؤثر بشكل أساسي في عملية انتقاء محتوى الثقافة، وحتى في إبداع هذا المضمون^(١٥).

والموفق عليه أن معظم دول العالم لديها برامج تثقيف مقصودة أو غير مقصودة لأنها تخشى على المواطن كما وتحاول بناء ثقافة خاصة بمجتمعاتها، وتتباين الدول بالسماح أو المنع والتشدد في ضبط مصادر التثقيف العام بشكل عام ومقنن^(١٦).

ويرى الباحثون أن التثقيف العفوي (أو غير المقصود) هو مواجهة دائمة من جانب وسائل الإعلام للفرد حيث تقدم له المعلومات بدون أن يكون هو المقصود بالذات، أما التثقيف المخطط فهو حصيلة لوظيفتين هما (التوجيه والإرشاد) حيث يقصد به زيادة ثقافة الفرد وتوسيع أفق إدراكه ومعرفته بشكل مقصود من قبل وسائل الاعلام. والأنظمة تختلف في مجال التثقيف وتتفاوت تبعاً للنظام الإعلامي المعمول به ففي حالة الإعلام المركزي تكون الدولة هي الموجه والمسؤول عن ثقافة الفرد وتوسيع أفق وعيه وإدراكه، وفي حالة النظام الإعلامي الحر لا تعد الدولة نفسها كذلك وتترك مجالا للوسائل الإعلامية بتقديم الثقافة وكسب اهتمام الفرد وجذبه اليها بهدف كسب اتجاهات الجماهير وتعزيزها أو تغييرها تبعاً لطبيعة الوسيلة ويعتمد ذلك على احترام الجماهير وثقتها بالمصدر والدولة^(١٧).

ثانياً: الوظيفة السياسية.



تعد وظيفة الإعلام من الوظائف المهمة التي يقوم بها في نشر المعرفة والثقافة بصورة عامة، فضلا عن الاخبار، وفي ظل تنوع وتعدد وظائف وأهداف وسائل الإعلام حسب وجهة نظر الجهة المرسله والجهة المخاطبة أي المستقبل، نعتقد بأنه لا توجد وسيلة إعلام مهما كانت إمكانياتها ومكوناتها إلا وتمتلك رؤية وهدف تحاول بثه من الوسيلة التي تمتلكها، وحتى تلك التي تبث الأفلام والمسلسلات، وان كان ظاهرها وظيفة الترفيه، الا انها تمتلك هدف ورسالة تحاول إيصالها. والإعلام السياسي وفق التعريف الذي تم تبينه فهو احد العناصر المؤثرة، والذي له هدف تدعيم او منع المشاركة السياسية فضلا عن وظيفة نشر الثقافة السياسية.

أ- وظيفة التوعية السياسية:

تتنوع وظائف الإعلام السياسية فمنها من يقوم بوظيفة المساندة السياسية، حيث يقوم الإعلام السياسي بتوظيف وسائل الإعلام لتحقيق الاستقرار السياسي، وإضفاء الشرعية على السلطة السياسية، ويكون ذلك من خلال قيام هذا النوع من الإعلام بتخصيص مساحات واسعة للتثقيف السياسي والتنشئة السياسية وذلك بهدف حث او منع الجمهور على المشاركة السياسية، ويعتمد ذلك حسب الجهة التي تسيطر على وسيلة الإعلام، ان كانت جهة حكومية او معارضة او معادية للعملية السياسية.

ويرى احد الباحثين ان ذلك يتم من خلال استعمال كافة وسائل الإعلام المختلفة لخلق الوعي الوطني للجمهور وحثهم على الانتماء الوطني، ويزداد تأثير وسائل الإعلام في إطار المجتمعات الرأسمالية الاستهلاكية، التي أعرفتها تفاصيل الحياة اليومية، ولم تعد تملك الوقت الكافي، أو "رفاهية" الموضوعية، لتحقيق من مصداقية ما يعرض في وسائل الإعلام، ومن ثم ترتقي جماهير تلك المجتمعات، وهي مطمئنة، في أحضان التحيز الإعلامي بوصفها العملية الأيسر والأقل تكلفة لتسلم طوعية بصحة المقولات التي ترددها وسائل الإعلام^(١٨)، وهذا الأمر لا يشمل الغرب الرأسمالي بل كل الشعوب ونرى ان أكثرها تأثراً هي تلك الشعوب التي تعيش تحت مفهوم السلطة الأبوية، فهي تعتقد ان كل ما يث عن وسائل الإعلام الحكومي هو الحقيقة المطلقة التي لا شك فيها، وهنا مكن الخطورة. والتوعية السياسية قد تكون ايجابية وقد تكون سلبية، ويذهب أصحاب نظرية



التبعية السياسية لها تشدد على التأثير الايجابي لوسائل الاعلام في المحافظة على المشاركة الديمقراطية وتشجيعها^(١٩).

ب- الوظيفة الخاصة الدعاية السياسية:

ان النشاط الدعائي له أهمية كبيرة في إضفاء عناصر الإقناع والتأثير على الخطاب السياسي الذي يكون معداً وفق أهداف سياسية، لا يمكنها إحداث التأثير في الرأي العامدون استثمار دقيق لتطورات تقنية العمل الدعائي الذي يستند إلى أسس علمية، ونفسية معدة من قبل متخصصين وباحثين في هذا المجال الحيوي والمهم وبذلك فان الخطاب السياسي موجود في الأصل وجاء الخطاب الدعائي كأحد نتاجاته من اجل تحقيق التأثير المطلوب في النفس البشرية ومن اجل التحكم برودود أفعالها في ضوء الإقناع اعتماداً على فهم نفسي ووفق أسس علمية مدروسة لكل ما يحيط بالجمهور المستهدف من ظروف وأحوال وحاجيات وأما للتحقيق النجاح وهو غاية القائم بالاتصال على وجه الخصوص^(٢٠).

ان مهمة إقناع الناس تتم في الأعمال أغلب عبر اللغة، لقد كان الخطباء والمتحدثون في الماضي يسألون أنفسهم ما الذي نريد ان نقوله؟ أما اليوم وفي عصر التقدم الهائل المضطرد في وسائل الاتصال وتطور النظم السياسية باختلاف بيئاتها وحضاراتها فان المتحدثين عموماً يسألون أنفسهم ما هي النتائج التي نروم تحقيقها؟^(٢١).

المطلب الثالث: الإعلام ودوره في تشكيل سلوك المجتمع.

وبعد ان تحدثنا عن دور وسائل الإعلام في نشر المعرفة والثقافة فان لوسائل الإعلام دور في تشكيل سلوك المجتمع، وإذا كان الباحثون قد نهوا كثيراً إلى تأثير برامج الأطفال على سلوك الطفل، إلا ان هذا التأثير قد انتقل إلى الكبار ورجال السياسة بالمقام الأول، وقد تأثر الكثير منهم برنامج نقاش المتضادين ومثال ذلك (الاتجاه المعاكس)، والذي مثل سمة ليس لهذا البرنامج بهذا الاسم والذي يث من قناة الجزيرة وحسب، وإنما أصبح أسلوب الحوار المتشنج سمة من سمات الكثير من البرامج في القنوات المختلفة، بالإضافة إلى الحوارات الجانبية في الملتقيات الأدبية والسياسية وربما حتى النقاشات



العائلية، ومنها؛ بل وعلى رأسها المواضيع السياسية، وهكذا ما عكسه برنامج واحد اثر سلوكه لا على شعب من الشعوب العربية، بل على أغلبها، وعلى اغلب محطات الفضائية والذي قلد أسلوبه أو أسلوب ضيوفه كثيرون في برامج لم تكن بها هكذا مشاهد، مما يدل على مدى تأثير هكذا برامج على سلوكنا، وسلوك الجيل القادم عندما يرى ان هكذا برامج هي من صميم الواقع العربي، يضاف إلى ذلك ما تعلمه النشء من برامج الأطفال، المبنية على العنف، وكيفية التجاوز على الآباء والمدرسين كمثل (كامبوا، ويحيى انجلوا)، والكثير غيرها.

وللإعلام اليوم سطوة ونفوذ في عصر ثورة الاتصال، والحق إن مكانة الإعلام تحمل في طياتها فرصاً لأن يكون التأثير إيجابياً لصالح الإنسان ورفيحه، إذا أحسن توظيف الوسائل الإعلامية، كما تحمل في طياتها مخاطبة أن يكون التأثير سلبياً إذا وظفت قوى الهيمنة الإعلام لتغيير الهوية وتقديم القيم الهابطة. وإذا نظرنا إلى علاقة الإعلام بالثقافة هي -في وجودها - علاقة النوع بالكل. كما وتحقق هذه العلاقة نوع من التكامل الاجتماعي. وتلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في تشكيل ثقافة الإنسان المعاصر، حيث زالت الحدود أمام ثقافة الصورة فازدادت سلطتها ونفوذها، وأصبحت تمثل تهديداً للخصوصيات الثقافية الحالية^(٢٢).

يمكن القول ان التلفزيون أكثر وسائل الاتصال الجماهيري حضوراً وتأثيراً في حياة المجتمعات، فالصوت والصورة جعلت من التلفزيون نافذة يطل من خلالها الأفراد على العالم بكل مجرياته ومع دخول التلفزيون عصر الأقمار الصناعية والبيث الفضائي برز كقوة متعاضمة ليس على نطاق الأخبار والمعلومات بل من خلال فورية نقلها، ولقد مكن التلفزيون من تحقيق هذا الحضور وذلك بفضل الصورة والصوت التي تنقل حية كما هي ومن موقع الحدث أحياناً^(٢٣). فالتلفزيون وخاصة بعد انتشار الفضائيات وقياساً بالوسائل الأخرى يعد وسيلة اقتصادية من وسائل نشر الثقافة، وقد يكون بديلاً عن طرق الثقافة التقليدية، فهو جهاز له أبعاده النفسية والاجتماعية في الجمهور الذي يتغلب على مشكلات الوقت والنظم والشخصيات مع إمكانية التلفزيون في الحصول على انعكاسات الثقافات على الوجود الإنساني وتوصيل الثقافة إلى عدد كبير من المواطنين في أنحاء متفرقة



من العالم حتى النائية منها، حيث أصبح يدخل بيوتنا وغرف نومنا، وعلى طول ساعات النهار والليل دون استئذان، وهو محمل بالغث والسمين، من المعلومات والأخبار وما هنالك من برامج.

وللتلفزيون هدف فثائي وهو التأثير في المشاهدين وتوجيههم لوجهة معينة، وفق خطط مدروسة، من خلال كل ما يبثه على الرغم مما يبدو حيناً من تناقض بين هذه البرامج أو تضاد في موضوعاتها^(٢٤). وهذا الامر ينطبق على أكثر ان لم نقل كل وسائل الإعلام وبمختلف توجهاتها، ويقول (هريوتا. شيللر): "والواقع أن الفكرة القائلة إن الترفيه لا ينطوي على أي سمة تعليمية ينبغي أن ينظر إليها بوصفها إحدى أكبر الخدع في التاريخ. وهو ما يصوره (إريك بارنو)، مؤرخ التلفزيون الأمريكي، على النحو التالي إن مفهوم الترفيه، في تصوري، هو مفهوم شديد الخطورة. إذ تتمثل الفكرة الأساسية للترفيه في أنه لا يتصل من بعيد، أو قريب بالقضايا الجادة للعالم، وإنما هو مجرد شغل أو ملء ساعة من الفراغ، والحقيقة أن هناك أيديولوجية مضمرة بالفعل في كل أنواع القصص الخيالية، فعنصر الخيالي فوقف بالأهمية العنصر الواقعي في تشكيل آراء الناس"^(٢٥).

وبعد التقدم العلمي والتقني أصبحت هناك وسائل إعلام جديدة وهي تختلف عن الإعلام التقليدي القديم، وإن كان الإعلام القديم قد استفاد بشكل كبير من هذه التقنية الفنية وتم تطويرها ليكون إعلاماً جديداً، بدأ يؤثر على سلوك المجتمع ونمط حياته حتى العائلية بعد أن أصبحت "وسائل الاتصال اليوم أكثر (ذكاء) لأنها تتوفر على حواسيب صغيرة مدمجة فيها، وذلك حتى بالنسبة إلى الاستعمالات الشخصية، وهو ما يوفر للمستعمل إمكانية التشفير وفك التشفير، وتخزين المعلومات، متجاوزاً الاستعمال البسيط الذي كان يميز ما سبقها من وسائل الاتصال، فالهاتف النقال في نسخته الحالية لا يقدم فقط وظيفة الاتصال، وإنما يمكن استعماله أيضاً في معالجة النصوص والربط بشبكة الانترنت، وبرمجة المواعيد والمكالمات... الخ"^(٢٦). ومن خلال هذه الأجهزة يمكن الاطلاع على كل ما ينشر من وسائل اعلام رسمية وغير رسمية حتى أصبحت هنالك قنوات معروفة ومشهورة على مواقع النت ومنها "اليوتيوب" والتي تنشر الغث منه والسمين، فأصبحت الحياة مرتبطة بهذه الوسائل أكثر حتى من التلفاز رغم انه يضع كل



العالم بين يديك، وعملية التنقل من خلال الريمونت أصبحت أكثر سهولة فهي لا تتطلب أي جهد عضلي، واستعمال هذه الاجهزة قد غيرت الكثير من سلوكنا حتى قللت من حركتنا، فضلا عن العيش في علم العزلة عن العائلة، فتجد كل شخص له وسيلته التي تغنيه عن باقي افراد العائلة.

المطلب الرابع: وسائل الإعلام وكيفية تغيير المصطلحات السياسية.

الجزء المهم من المعرفة السياسية، وتشكيل الثقافة السياسية الفريدة والمجتمعية، يرتبط ارتباطاً مباشراً بالمفاهيم والمصطلحات السياسية، فكلما كان المصطلح واضحاً ودقيق المعنى وكانت المعرفة به شاملة وعامة ونافعة للجميع، كلما كان التعامل معها من خلال الإعلام، والممارسة من قبل المجتمع في ظل الفهم الصحيح، أمر يدعو إلى الاطمئنان على الوضع السياسي والاجتماعي في البلاد، إلا ان الفهم الخاطئ للمفاهيم والمصطلحات لا يولد أزمة معرفية وثقافية فقط بل يولد خللاً في المنظومة السياسية للبلاد، وقد اهتم المفكرون الإسلاميون القدماء كثيراً بالمصطلح، وأهمية تحديده، ومن ذلك ما يراء (ابن حزم) في أهمية تحديد المصطلح لأنه في الخلط فيما بين المعاني أو وقع الأسماء على غير مسمياتها، ومزج بين الحق والباطل، فينتشر الشغب والالتباس وتعظم المضرة وتخفى الحقائق^(٢٧). فالدراسة المصطلحية كانت لازمة من لوازم الدرس العلمي لمختلف العلوم، وقد وضع لها منهجاً خاصاً، بهدف تبين المفاهيم التي عبرت أو تعبر عنها تلك المصطلحات، في كل علم من العلوم^(٢٨). وسار على هذا المنحى علماء هذه الأمة عندما انتبهوا إلى أن للألفاظ دلالات حقيقية وأخرى مجازية، وأن لها زوايا للنظر من جهة الوضع اللغوي، وكذلك هنالك دلالة شرعية واصطلاحية، فضلاً عن الدلالة المعرفية. ولذلك وضعوا كل ذلك موضع الاهتمام لهم وهم يؤلفون، وتقدير الحاجة إلى ضبطها بمعنى يكون جامع مانع، وبالشكل الذي يمنع اللبس في المعنى المراد منه؛ بحيث لا تتداخل المفاهيم، ولا تختلط المعاني، لعلمهم أن المصطلح إذا استعمل بشكل غير محدد ومن غير جامع ومانع فلم يعد مقبولاً لديهم، من حيث اللغة والمعنى العلمي له^(٢٩).



وقد اهتم علماء وانتبهوا كثيرا لهذه الإشكالية، لأهمية المصطلحات وأثرها الكبير في تحديد المعنى المطلوب والبحث فيه، وانهم وضعوا المصطلحات التي يبحثون فيها؛ فسموها "الحد"^(٣٠) أي التي تحد المعنى ولا يجب تجاوزه لمعنى آخر، وانهم اعتمد هذا المنهج في عموم مؤلفاتهم على تحديد معاني الألفاظ والمصطلحات التي تستخدم في مناقشاته، وطرحهم لأفكارهم بعد تحديد المصطلح. ويظهر هذا واضحا في مقدمات كتبهم^(٣١). فقد كانوا يهدفون إلى تبيان المفاهيم التي عبرت أو تعبر عنها تلك المصطلحات، ففي كل فن، من الفنون التي بحث فيها، ولذلك فانه يجب على كل من يحاول الخوض في فن من فنون العلوم المختلفة، أن يحيط بأموار منها المقصود من الكتاب، وبالمواد التي منها يستمد ذلك الفن، وبحقيقته وفنه، وتحديد المصطلح والذي أطلق عليه (الحد)، وبين كيفية التعامل معه، فإن أمكن وضع عبارة سديدة على صناعة الحد، وإن عسر فعل الباحث أن يحاول إدراك مسلك التقاسيم للمفردة، والغرض، ويكون ذلك من خلال تعلمه مع حفظ من العلم الإجمالي بالعلم الذي يحاول الخوض فيه^(٣٢).

ونحن وإذا نتحدث عن الفهم الخاطئ لبعض المصطلحات، فلا نقصد ففة من شرائح المجتمع دون أخرى، فالجهل والفهم الخاطئ للمصطلح والبناء على ذلك رأي وموقف يخص عامة الناس ومثقفهم وساستهم، ولا ينحصر ذلك على العامة دون الآخرين، ونرى ان الفهم الخاطئ للمصطلح السياسي لا يأتي فقط من عدم وجود تعريف جامع مانع له، ولكن يأتي الاختلاف والفهم الخاطئ له من اختلاف الرؤية والمصالح السياسية للتيارات المختلفة، بالإضافة إلى عملية تشويه متعددة يتحمل الإعلام السياسي (وفق تعريفنا للإعلام السياسي) جزء كبير منها ويأتي ذلك من خلال.

١- تغيير مفهوم المصطلح السياسي بما يلاءم السياسة العامة لوسيلة الإعلام السياسية، وقد "أحدثت التحولات الحاصلة في الميادين السياسية والاقتصادية والتقنية على المستوى الدولي تطورات عدة فيبنية وسائل الإعلام بشكل عام، عادت بآثارها في تغيير طرائق أداء القائمين على العملية الإعلامية في جوانب الأداء والتوجيه والتنفيذ"^(٣٣).

ويجد (آلموند) إن وسائل الإعلام بدأت تؤدي دوراً مهماً في بث التوجهات والقيم السياسية الحديثة إلى الأمم، فعلاوة على تقديمها معلومات دقيقة ومحددة وفورية عن



الأحداث السياسية في العالم، فإنها تنقل - سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة - القيم الأساسية التي يقرها المجتمع الحديث (الغربي)، إذ إنها تنقل عنه بعض الشعارات بطريقة مثيرة للعاطفة.. كما إن الأحداث التي يتم وصفها مع هذه الشعارات يكون لها لون عاطفي محدد، وهو ما جعل من وسائل الإعلام أداة قوية تسهم في تشكيل المعتقدات السياسية^(٣٤).

وكما ان هناك مناورات عسكرية ايضا هناك مناورات بالتضليل الكلامية، خاصة عندما يكون للكلمة الواحدة معان متعددة ومترادفات دلالية وافرة، فيحصل عندها التلاعب بالدلولات وبالمعاني ومن ثم بالأفكار، كالتلاعب بمعنى "الحرية" و"الديمقراطية"، و"العدالة"؛ فيقدمها المضلل للناس على أنها قيم اخلاقية في ظاهرها اما في حقيقتها الواقعية، فليست سوى قيم وهمية مضللة، عندما تستخدم بالتضليل الكلامي كاسلحة هجومية، يستفاد منها في التحريض الذي يستهدف البنيات الفكرية والسيكولوجية والمسلكية للجماهير، وليفكر الدلالات باستعمال منظومة ضخمة من الاقوال، فيضخمها في اوساط الجماهير بواسطة وسائل الاعلام والدعاية كافة^(٣٥).

وهذه الوسائل كانت منطلقا لبث المفاهيم والمصطلحات الخاطئة، وفق ما تراه لتحقيق مصالحها أو ما تطمح له، لا وفق دلالات المصطلح ومقاصده الحقيقية، والتي سينبغي عليها الواقع السياسي والاجتماعي في دولنا، ووسائل الإعلام ومن يمتلكها غالبا ما يكون هو المؤثر مع القوى الخارجية التي تستغل الانشقاق والخلاف ليتحول إلى اختلاف، بين مكونات المجتمع الواحد فضلا عن العلاقة بين الحكومة والمعارضة، فمن خلال اللعب بالمصطلح ودلالاته.

٢- الجهل بالمفهوم والمصطلح السياسي من الاعلاميين، فالبعض من الاعلاميين يتخيل نفسه، أو هكذا ينظر له البعض من العامة ان الاعلامي يجب ان يكون ملهم بجميع القضايا وان كل ما يقوله هو الصواب، وان كان هذا هو الاعلامي الزبه الذي لا يساير سياسة القناة بما يعارض مبادئه، وان لا يجعل منها مصدر رزق وشهرة فقط، وقلما نجده اليوم، مما يجعل البعض يتخبط في طرح المفهوم والمصطلح السياسي، نتيجة انعدام وجود الاعلامي المبدي والمتخصص بعلمه، وتقف من خلفه وسيلة إعلام رصينة تعتمد المهنية فيما تصرح،



والظاهر ان مثل هذا لم يعد موجودا اللهم إلا في البرامج الرياضية، ان لم يتجاوزا هم على غيرهم مع بعض الفنانين والمشاهير، ويصبحوا منظرين في العلوم والمعارف الأخرى، مستغلين الشهرة التي يتمتعون بها، والاستقطاب الجماهيري كان احد الأسباب في تقديم برامج هي خارج اختصاص مثل هذا الإعلامي.

أمام توسع وسائل الإعلام كما ونوعا وفي ظل تنوع وظائفه بعد ان تجاوز مسؤولية نقل الخبر والأحداث المفجعة إلى مصدر ومصدر مهم في نشر المعرفة والثقافة فضلا عن المعلومات التي تتعلق بالخبر، فإن الإعلام أمام مسؤولية يجب ان تدار بالشكل الصحيح، خاصة بعد ما وصلت اليه المؤسسة الإعلامية، من دور وتأثير، زاد تأثيره على كل المؤسسات والنشاطات الأخرى، كالمؤسسة التربوية التي يجب ان يكون أثرها في تشكيل بنية المجتمعات ورسم ملامحها أكثر من باقي التشكيلات وحتى الأسرة، ويعود ذلك التفوق للمؤسسة الإعلامية على باقي التشكيلات نتيجة عوامل مختلفة، منها طبيعة المادة التي تقدمها كل منهما ومدى مناسبتها لأهواء المتلقين، وتنوع أشكال المؤسسات الإعلامية، ومرافقتها لأفراد المجتمع في مختلف الأوقات والأماكن بعكس المؤسسة التربوية، وغير ذلك من عوامل، مما يستوجب استثمار الإعلام في توجيه المجتمع نحو ما يعود بالخير والنفع على المجتمع على الأمد البعيد.

المبحث الثاني: الإعلام وأثره في تشكيل الوعي السياسي.

يمثل الوعي السياسي في هذا العصر أحد أهم مرتكزات المواطنة، وليس بالتحديد المشاركة السياسية، وان كانت هي أحد أهم ركائز الوعي، إلا ان معرفة الحقوق والواجبات التي يتمتع بها المواطن تجاه السلطة السياسية، ومن يمثلها، هي قمة الوعي السياسي، وهو الذي نبحت فيه، حيث ان الوعي يتطلب التعرف على طبيعة النظام السياسي، ومتى يلتزم أو يخل هذا النظام بواجباته، ويستوجب محاسبته، والوقوف بوجهه، أو مناصرته عند الأزمات، ما لم يكن ظالما لشعبه. وأمام هذا الوعي بصورته الحقيقية، يبدأ دور الإعلام ومن خلفه النظام السياسي العمل على تغييب الوعي السياسي عند العامة، والذي



تعدّه أكثر أهميه من بالتأثير بالنخبة السياسية أو المثقفة، وان كانت هذه النخبة ليست بعيدة عن ذلك.

المطلب الأول: اطار نظري مفاهيمي.

واذا كنا قد اختصرنا بحثنا هذا عن وسائل الاعلام ودورها في نشر المعرفة والثقافة ومن ثم محاولتها تشكيل وعي وفق رؤيتها، فان تأثيرها لا يقتصر على الجانب السياسي بل يشمل ادق أمور الحياة، ومنها استهدافها للجانب القيمي والاخلاقي من خلال ما تبثه من أفلام ومسلسلات لا تمت بصلة لمجتمعنا، ولكن ولان بحثنا يقتصر على الجانب السياسي فسنكتفي بهذا التأثير، مع ان تلك القضايا لا تقل تأثيرا على حياتنا من التأثير في الجانب السياسي.

أولاً: تعريف الوعي.

الوعي في اللغة هو: الحفظ والتقدير والفهم وسلامة الإدراك، وفي بيان ذلك ما جاء في الصحاح كان تقول: وَعَيْتُ الحديثَ أَعْيِهَ وَعَيًّا. وأُذِنُّ وَعِيَّةً. و"الله أعلم بما يوعون"، أي ما يُضمرون في قلوبهم من التكذيب. ويقال: لا وَعْيَ عن ذلك الأمر. أي لا تماسكٍ دونه. ويقال هو أوعى من فلان أي أحفظ وأفهم ومنه الحديث فرب مبلغ أوعى من سامع^(٣٦).

يرى باحثون في علم النفس ان مفهوم الوعي يعد من المفاهيم التي لا يمكن تحديدها بشكل واضح ومحدد لأنه مرتبط بالعقل، ومدى تقبله لاستقبال او رفض المؤثرات التي تقع عليه، فهناك وعي داخلي، ويتكون هذا الوعي دون تأثيرات خارجية تفرض رويتها على العقل، ولا يمكن قياس او تحديد نسبة تأثير كل منهما على وعي الانسان نتيجة تداخل العامل الداخلي والخارجي في تكوين الوعي، والذي يختلف من شخص لآخر، وعملية معرفة الوعي وقياسه فتحتاج الى تجارب والى سلسلة من الأسئلة التي قد تظهر نسبة معينة لكيفية تكوين الوعي عند الانسان^(٣٧).

والوعي اصطلاحاً يعرف بأنه: "اتجاه عقلي يمكن الفرد من إدراك نفسه والبيئة المحيطة به بدرجات متفاوتة من الوضوح والتعقيد"^(٣٨). كما ويعرف بأنه: عبارة عن مجموعة



من المفاهيم والتصورات والآراء، والمعتقدات الشائعة لدى الأفراد في بيئة اجتماعية معينة، والتي قد تظهر في البداية بصورة واضحة لدى مجموعة منهم ثم يتم تبنيها من قبل الآخرون؛ لإقناعهم بأنها تعبر عن موقفهم^(٣٩).

ثانياً: مفهوم الوعي السياسي

يمكن تعريف الوعي السياسي كما يراه بعض الباحثين على أنه مدى معرفة الأفراد لحقوقهم وواجباتهم السياسية، وقدرتهم على التصور الكلي للواقع المحيط بهم، وفهمهم لم أي جريح ولهم من أحداث ووقائع^(٤٠). ويعرف أيضاً بأنه الإدراك الصحيح لجزئيات الواقع السياسي، ولما يحصل فيه من أحداث وتطورات. بعبارة أخرى هو المعرفة الدقيقة لغايات القوى المؤثرة في العالم المحيط بنا ومعرفة الأهداف المستترة وراء مواقفها وتحركاتها ومشاريعها^(٤١).

ويمكن اعتبار الوعي السياسي هو مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته، ويقوم بتحليلها والحكم عليها، وتحديد موقفه منها، والتي تدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها، وفهم البيئة المحيطة به^(٤٢).

وفي الفكر الإسلامي لا نجد مفهوم الوعي السياسي يخرج عن الأطر السابقة، وإن كان يتم التركيز عليه في إطار الإسلام و المجتمع المسلم، فيعرف (فتحي يكن) الوعي السياسي بقوله: "عرّف علماؤنا الأجلاء، الوعي السياسي بأنه إدراك لواقع المسلمين وواقع العالم، بكل ما يعنيه ذلك من معرفة طبيعة العصر، ومشكلات البشر، والقوى الفاعلة والمؤثرة - الظاهرة والخفية - في مواقع القرار؛ لتكون هذه المعرفة مساعدة في حسن رعاية الأمة ومصالحها، كما في دفع المفساد والأخطار عنها، فإذا كان معنى السياسة في الإسلام رعاية شؤون الناس فيكون الوعي لازماً لحسن القيام بهذه الرعاية"^(٤٣).

ونرى في هذا البحث، إن الوعي السياسي هو معرفة الحقوق والواجبات التي يتمتع بها المواطن اتجاه السلطة السياسية، ومن يمثلها، وذلك يتطلب التعرف على طبيعة النظام السياسي ومدى التزامه بالشرع والقانون، ومتى يلتزم أو يخل هذا النظام بواجباته،



ويستوجب محاسبته، والوقوف بوجه، أو مناصرته عند الأزمات، ما لم يكن ظالماً لشعبه، والوعي ضروري لغرض المشاركة في الحياة السياسية، فمقاطعة الانتخابات أو أي ممارسة سياسية، قد يكون منها رفض النظام السياسي أو اعتزاله عند اليأس من إصلاحه، فمثل هذه الممارسات لا يمكن فهمها إلا أن تنم عن وعي سياسي.

المطلب الثاني: اثر الإعلام في تشكيل الوعي السياسي.

أن وسائل الإعلام المختلفة تؤثر في سلوك الأفراد من خلال تقديمها أفكار جاهزة للفرد عن رويتها عن بيئته وكيف ينظر لحيطه. لذلك ظهرت في العصر الحديث مؤسسات إعلامية أن شئت من أجل تكوين الاتجاهات وصناعة الرأي العام، مثل كاتب العلاقات العامة^(٤٤). حتى أصبح لكليات الإعلام قسم خاص بالعلاقات العامة يدرس كل ذلك. ويتزايد دور وسائل الإعلام في تنمية وعي الأفراد وزيادة معلوماتهم وتطلعاتهم، وتعد تلك الوسائل في الوقت الراهن، مصدراً هاماً، بل وأهم مصدر نأخذ منه معارفنا ومعلوماتنا عن العالم المحيط بنا، فهي تلعب دوراً مؤثراً في تشكيل وعي المواطنين، حيث تؤثر هذه الوسائل في الطريقة التي يدرك بها الأفراد الأمور، كما وترسم الصورة الذهنية لدى الأفراد عن الدول، والمواقف، والقضايا، والأحداث^(٤٥).

اولاً: أهمية الوعي السياسي

بعد أن تحدثنا عن مفهوم الوعي السياسي ودور وسائل الإعلام الحديثة والتي استفادت وبشكل كبير من تقنية الاتصال التي تطورت خلال مدة قصيرة، ووضعت ذلك التطور في صالح الفضائيات وطريقة تعاطيها مع المواضيع المختلفة التي تقدمها للمستقبل. وإذا كانت تلك هي مقدمة نراها ضرورية للدخول في صلب موضوعنا وهو تغيير الوعي السياسي من خلال وسائل الإعلام، وإذا كان الوعي وكما مر بنا هو الفهم والإدراك فإن غياب الوعي السياسي كما نرى تعني خلاف ذلك، وإن أهمية الوعي السياسي تنبع من أهمية وخطورة السياسة في حياة البشر، كون السياسة لا تقيم بتقديم الخدمات بل هي مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بحياة الشعوب، ولذلك تأتي أهمية الوعي السياسي للأفراد في أن له علاقة وطيدة وعميقة بالعملية السياسية، فعندما يكون هناك وعي سياسي في بعض



الاجتمعات فإن أفرادها يتميزون بقوة الشعور بالولاء الوطني والمواطنة المسؤولة، فيقوم الأفراد بالمشاركة في الحياة العامة، ويسهمون طواعية في النهوض بالاجتمع الذي ينتمون اليه، وبالمقابل عندما يكون الوعي السياسي متدني في بعض المجتمعات فإن معظم الأفراد في تلك المجتمعات يتسمون باللامبالاة، وينتابهم الشعور بالاغتراب السياسي داخل مجتمعاتهم، بل يتعدى ذلك عدم شعورهم بالمسؤولية تجاه أي شخص خارج محيط الأسرة، وينظرون إلى المشاركة في الحياة السياسية على أنها مجرد ألعوبة يتخذها أصحاب القرار، وأن (المواطنين) هم مجرد أداة يستخدمون هم متى أرادوا ليصلوا إلى مصالحهم، وبالتالي فهم يتجهون إلى أسلوب العزوف عن المشاركة السياسية في المجتمع أي اكان نوعها أو طبيعتها^(٤٦).

وبكيفية تحقيق الوعي الصحيح فيجب ان تتوفر الشروط التالية في الإنسان، ومن الجهات التي تريد نشر وعي حقيقي من غير زيف: ١- فالإدراك ينبغي ان يكون صحيحا، أي ليس نابعا من اوهام أو الأعيب. ٢- المعرفة ينبغي ان تكون للغايات والاهداف المستترة وليس للظواهر. ٣- المعرفة متعلقة بالقوى المؤثرة وليس بالقوى المنفعلة^(٤٧).

ثانيا: الوسائل الاعلامية لتشكيل الوعي السياسي

ان الوعي لا يمكن أن يتكوّن لدى الإنسان في مدة زمنية قصيرة جداً، لأنه عملية طويلة المدى تستغرق وقتاً يتعرّض خلاله الفرد للعديد من التجارب والمواقف مشاهدة بصورة مباشرة، او معرفته من خلال عدة وسائل ومنها وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها، ويتطور الوعي بصورته الايجابية بتطور درجة تعليم الشخص واهتمامه بتنمية الوعي السياسي لديه، وان كان ذلك يختلف من شخص إلى آخر حسب قابليته او الاستعداد المسبق في التأثر بكل ما يسمعه من وسيلة محددة الخطاب، أو كما بينا سابقا حسب انتقائه لوسيلة الإعلام التي يفضل مشاهدتها، او ربما من كل وسائل الإعلام على اختلافها.

وللأفراد إمكانية الحصول على وعي سياسي عالي، وان يحوزوا على ملكة النفوذ وراء الأحداث، وذلك لان الامر ليس علما خاصا او موهبة مميزة كما يرى احد الباحثين وان كانت تتفاوت بين الأفراد بالاعتماد على درجة الاستعداد لكل شخص، ويرى ان



هناك عاملين يساعدان على تشكيل الوعي الكامل للفرد وهما التحسس للظلم الموجود في عالمنا، ومن ثم المتابعة للشأن السياسي^(٤٨).

وإذا كان ذلك بالنسبة للفرد وكيفية حصوله على الوعي دون تأثيرات خارجية، فإن ما يهمنا هنا كيف تؤثر العوامل الخارجية في تشكيل الوعي لديه، فهذه العوامل تؤثر في وعيه لأنها تشكل الجزء الأكبر من المعلومات التي يحصل عليها، وتنوع وتعدد أدوات التنشئة السياسية التي تلعب أدواراً رئيسية في عملية تكوين الوعي السياسي ومن ذلك: الأسرة، مؤسسات التعليم المدرسة والجامعة، جماعة الرفاق، النوادي الاجتماعية الثقافية، دور العبادة، مؤسسات المجتمع المدني، وسائل الاتصال^(٤٩). وتمثل وسائل الإعلام^(٥٠) بمختلف أنواعها عنصراً مؤثراً في حياة المجتمعات باعتباره الناشر، والمروج الأساسي للفكر والثقافة، ويسهم الإعلام بفاعلية في عملية تشكيل الوعي السياسي وذلك من خلال ما يسهم به، من إطلاعهم وتعريفهم بالقضايا السياسية المثارة من خلال نشراتها وبرامجها الإخبارية، حيث أصبحت من المصادر الرئيسية والمهمة في تنمية وعي الأفراد السياسي، حيث تزود وسائل الإعلام الأفراد عن تكوين النظام السياسي من خلال ما تقدمه من معلومات وتصورات عن هذا النظام^(٥١).

ولقد أصبح واضحاً أن وسائل الإعلام تمتلك من القوة والحرية ما يؤهلها؛ لكي تلعب دوراً بارزاً في رسم السياسات المحلية، والإقليمية والدولية، كما أصبحت وسائل الإعلام جزءاً من العملية السياسية تؤثر وتتأثر بها^(٥٢). ونلاحظ من خلالها الدور الفاعل للنخب السياسية القادرة على بناء تصورات الناس وإملاء سلوكهم، وهم الذين تسمح لهم مواقعهم بالسيطرة على المعلومات ومن ثم على آراء الشعب وتسهم وسائل الإعلام في زيادة الوعي — واتجاهاته^(٥٣). ويرى أحد الباحثين أنه لا يوجد إعلام مستقل بقولهم: "وقد أثبتت التجربة العملية إنما من إعلام حر ومستقل بالمطلق، فكل أجهزة الإعلام تخضع لنظم رقابية، تمارس أشكالاً من التدقيق والحجب على مضمون الرسائل ففي وقت تأخذ فيه أغلب الأنظمة الرقابية أشكالاً سياسية أو قانونية أو اقتصادية، بدأت بعض الدول بوضع رقابة غير مباشرة تأخذ صيغ تقنية، ومنها: عدم تجديد رخص البث أو حجب تردداته، لفرض سياسات إعلامية معينة، ومنها الولايات المتحدة، وتزداد تلك النظم تشدداً في



الدول النامية، التي توجه الإعلام لأغراض التعبئة السياسية ومواجهة التحديات التي تواجه نظمها السياسية، فضلاً عن التنشئة السياسية وتعميق الولاء السياسي لدى مواطنيها^(٥٣). وهكذا نجد ان للإعلام دور في تشكيل الوعي السياسي وربط المستقبل بالإحداث المثيرة داخليا وخارجيا، وان وسائل الإعلام باعتبارها طرقاً لنشر الوعي السياسي تختلف باختلاف أنواعها وهي ذلك تبعا لتبعية تلك الوسائل، ففي داخل الأنظمة الشمولية تكون كل وسائل الإعلام بيد الحزب الحاكم أو السلطة المنفردة بحيث يفرض إرادته على أفكار العامة، على عكس ما نراه في الأنظمة الديمقراطية حيث تفرض وسائل الإعلام أرائها وإرادتها على الحكومات وسياساتها، وإذا كنا نذهب مع من يقول بأنه لا يوجد إعلام مستقل، فان الأنظمة الديمقراطية تنشر ما تؤمن به من افكار، وان كانت تتعارض مع قيم ومعتقدات الشعوب الأخرى الذي يصل إليها الإعلام، بعد ان أصبحت اكثر الدول لديها فضائيات تبث بلغات مختلفة موجهة لتؤثر في سلوكهم ووعيهم ويتم ذلك من خلال كافة الوسائل الا اننا وبسبب قلة المساحة المتاحة في البحوث، فسنتصر الأمر على وسيلتين فقط كونهما الأكثر تأثيراً من غيرهما:-

١- تأثير القنوات الفضائية في تغيير القيم الاجتماعية

ان شاشة التلفزيون وسيلة عرض لا أكثر، ولكنها حينما تخدم مضمونا معينا فإنها تنلبس به وتأخذ صفته وبهذا تتحول من تكنولوجيا فقط إلى تكنولوجيا ذات طابع أيديولوجي، وقد تتضمن التكنولوجيا مع الأيديولوجيا حينما يكون هدف الاتصال ذا طابع معين وبشكل خاص جانبه السلبي وهو ما نحاول التاكيد عليه. حيث أن التحولات في التكنولوجيا أصبح لها تأثير واضح على التنظيم الاجتماعي وعلى المشاعر الإنسانية، ويتحدد النظام الاجتماعي بطبيعة وسائل الإعلام التي تتم من خلالها عملية الاتصال، فبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام لا نستطيع الوصول إلى المعرفة لكيفية التغيرات الاجتماعية، والثقافية التي تطرأ على المجتمعات، من خلال ما تنشره هذه الوسائل^(٥٤). "ويستفيد جهاز تشكيل الوعي الشديد التنوع والذي يستخدم جميع الأشكال المألوفة للثقافة الشعبية-الكتب الهزلية، الرسوم المتحركة، الأفلام السينمائية، برامج الإذاعة والتلفزيون، الأحداث الرياضية، الصحف والمجلات-يستفيد لأقصى حد من هذا المفهوم



الخاطئ كلية، إذ تضخ صناعة وسائل الاتصال ألواناً مختلفة من التسلية والترفيه المحملة بالقيمة، منكراً طول الوقت وجود أي تأثير فيما وراء الهروب المؤقت من الواقع وحالة الاسترخاء المنتشية^(٥٥). ويمكن القول ان وسائل الاعلام بما تمتلكه من امكانيات فنية، والانتشار الواسع للتلفاز الذي وصل الى كل المناطق في الغابات البعيدة والصحراء القاحلة، فهي تتبع أساليب مختلفة وطرق متعددة لتحقيق اهدافها، ومن ثم الوصول لغاياتها الاساسية. لذلك فالإعلام من خلال الصورة وليس المعلومة له تأثير على النظام السياسي، وصانعي السياسات ومتخذي القرارات ان لم يكن بصورة مباشرة، فمن خلال التأثير على العقل الجمعي، وفي مدركات الراي العام، وهو ينقل اثره وصداه عبر وسائل الاعلام الى صانعي ومتخذي القرار، وهذا يشمل الانظمة الليبرالية، لان الأنظمة الشمولية هي من تسيطر على الإعلام أقله المحلي وهي تفرض ما يثبت^(٥٦).

٢- العولمة والانترنت وأثرها في تغيير الوعي

نعتقد بوجود ترابط زمني وفكري بين العولمة ووسائل الاعلام بصورة عامة والانترنت بصورة خاصة، وان ما لم تستطع ان تجسده وسائل الاعلام التقليدية، قد تحقق شيء منه عبر الانترنت، وقادم الزمان سيزيد من فرص فرض اهداف العولمة، لان احدهما يكمل الآخر.

ومما يذكر ان العولمة قد فرضت نفسها بعد انتهاء الحرب الباردة، وأفرزت نظاماً عالمياً يعتمد على الانفتاح الإعلامي الدولي، وعلى الانتشار السريع للتكنولوجيا، والذي تم من خلاله زيادة التقارب الاتصالي بين الدول، وهو من مميزات الثورة الاتصالية التي رافقتها حركة اجتماعية دولية، وأصبحت تستخدم بموجبه أشكالاً جديدة من وسائل النقل وتكنولوجيا الاتصال المرئية، فخلقت نوعاً من التلاقي بين الأمم^(٥٧). وسرعتها المستمرة قد شمل كل ميادين وسائل الاتصال الجماهيري، فضلاً عن قدر اعلى اختراق الآفاق واختزال الأبعاد والمسافات، وزاد من التشابك السريع للمعطيات يوماً بعد يوم، وهذا ما يؤدي بدوره إلى انتشار الثقافات بين الشعوب المختلفة وبصورة لا مثيل لها من قبل، وبذلك أصبح من المتعذر فرض رقابة الدولة على الإعلام الوافد، واليوم ليس بمقدور أي بلد من العالم أن يعيش بمعزل عن العالم^(٥٨)، ويضاعف من أهمية هذا الانتقال المعرفي إن تقنيات



الاتصال ذاتها قد بدأت بتحديث تقنياتنا الفكرية بشكل مستمر^(٥٩). وقد ساعد على هذا التحول السريع في وسائل الاتصالات إلى انتفاء احتوى والبعد الأخلاقي والإنساني لما يتداول، وأن ذلك لم يتم بسبب العلم بل بسبب المؤسسات الموجهة لهذا العلم، ففي مثل هذا المناخ ظهرت العولمة، ليس بوصفها مقولة علمية مجردة حيادية، بل بوصفها مقولة إيديولوجية استغلت نتائج العلم المعاصر من أجل الهيمنة على العالم وتوحيده خارج اطر حدود الثقافات والهويات الخاصة، ومن أجل أن يتم لها ذلك كان لا بد أن تتبنى إيديولوجية خاصة^(٦٠).

فالإيديولوجيات والنظومات الفكرية المختلفة قد استغلت هذا التطور العلمي بما يخدم مصالحها بغض النظر عن القيم السائدة في المجتمعات التي تعارض المحتوى الذي تبشه، وإذا كانت هنالك تكنولوجيا وتقينا قادرة على إيقاف هذا المحتوى، إلا أن ذلك يتطلب امكانيات تقنية ومادية، وإذا ما توفرت الامكانيات المادية فهي الاخرى تحتاج الى قدرة حقيقية من الدول وهذه القدرة تتمثل بكيفية الحصول على هذه التقنية ان كانت بيد من يث، وثانيهما تحتاج الى استقلال سياسي لا يخضع لتلك الايديولوجيات او المنظومات الفكرية المهيمنة على مصادر العلم.

يعتقد احد الباحثين ان من سلبات العولمة على المستوى الإعلامي والثقافي هي مسألة التماثل والتنميط الذي تحاول ان تفرضه بالعولمة الإعلامية التي تسعى من خلال تكنولوجيا الثورة الاتصالية إلى نشر -مبدأ التماثل- وتحميه ليصبح بذلك امرا واقعا، وتحويل المجتمع إلى كتل متشابهة، ويكون ذلك من خلال: تنميط الحياة اليومية بحكم فراغ ما يسمى بالخيال الجماعي وخوائه وظهور نمط واحد من الواقع المعيشي يتصف بالتماثل السكوني وهكذا نجد العولمة الإعلامية تركز هذا اليوم على حوادث العنف بين الجيران وقصدها بيان ضحايا القتل وحوادث الطرق والحرائق والدعارة... الخ ويتم مقابل ذلك اغفال عدد من مشاكل البشرية وتباين اهتماماتها والتحكم في مستويات الانسان، ليتجسد الامر بتنميط المشاعر الانسانية والتحكم في تشكيلها وفق منطق معين في الاولوية والأهمية، فالتحكم الإعلامي في المشاعر البشرية وتحديد اهميتها وبرمجة أولويتها هو تحكم في الخيال الجماعي وبالتالي تحكم في ثقافات



الشعوب. ويعد هذا الدور من اخطر عمليات العولمة الإعلامية والتي تخلق وعيا موحدا نتيجة لها وهذه الحقيقية هي من بديهيات ايدولوجيا الاتصال القديم والحديث الا ان قدرة التكنولوجيا الحديثة والانترنت جعل التنميط والتجانس يصل إلى مستوى عالمي بعد ان كان على مستوى المواطن للدولة المعنية المخاطب بالإعلام التقليدي^(٦١) ذو التأثير المحدود ضمن النطاق الذي يصل اليه، وفي بعض الدول قد لا يغطي حدود الدولة ذاتها، فيما هنالك وسائل لدول تمتلك الامكانيات تصل لأبعد من حدودها، ولكنه بقي محصور لمساحة محددة ولفئة محدودة تستطيع الوصول اليه.

المطلب الثالث: الاثار السلبية لوسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي ومعالجتها.

بعد التطور التكنولوجي في وسائل التصوير والبث والذي استفادت منه وسائل الإعلام، فأصبحت له القدرة على نقله للحدث كما هو، فضلا عن تزييفه للواقع إن أرادت، وذلك من خلال الاختيار العمدي لبعض المشاهد والصور والمفاهيم والكلمات وحتى كيفية نطقها مستخدمة في ذلك الموسيقى وكافة المؤثرات، لنشر وترسيخ ما تنشره، وهي تستخدم طرق عدة لتحقيقه. يقول (هربرت شيلر) عن واقع الإعلام الأمريكي (أكبر إعلام في العالم) في مقدمة كتابه المتلاعبون بالعقول: "يقوم مدير وأجهزة الإعلام في أمريكا بوضع أسس عملية تداول (الصور والمعلومات) ويشرفون على معالجتها وتنقيحها وإحكام السيطرة عليها، تلك الصور والمعلومات التي يتحدد معتقداتنا ومواقفنا، بل وتحدد سلوكنا في النهاية، وعندما يعمد مدير وأجهزة الإعلام إلى طرح أفكار وتوجهات لا تتطلب قمع حقائق الوجود الاجتماعي، فإنهم يتحولون إلى سائسي عقول، ذلك أن الأفكار التي تنحرف عن عمد إلى استحداث معنى زائف، وإلى إنتاج وعي لا يستطيع أن يستوعب يارادته الشروط الفعلية للحياة القائمة أو أن يرفضها، سواء على المستوى الشخصي أو الاجتماعي، ليست في الواقع سوى أفكار موهمة أو مضللة"^(٦٢). أي ان متخذي القرارات وصانعي السياسات قد يستخدمون وسائل الإعلام في إضفاء الطابع الخلاب على المواقف واستحداث معنى زائف لها وذلك للحصول على تأييد جماهيري^(٦٣). وتعتمد قوة التأثير على ما تمتلكه وسيلة الإعلام من إمكانية مادية وفيية، ولذلك



فهناك فرق بين مستوى التأثير بالنسبة للإعلام المحلي والدولي، ولكن التمييز بينهم لا يتم إلا من خلال تلك الإمكانيات، وليس من خلال كونه محلي فيكون تأثيره اقل من الإعلام الخارجي.

اولاً: الاعلام ودوره في تغيير وتغييب الوعي السياسي.

تعد عملية تغييب الوعي السياسي من الوسائل التي تمارس وعلى مستوى متزايد ومن خلال عدة مستويات ومحاور، ويستخدم الإعلام الكثير من النظريات والتقنيات التي تعمل على تغيير وتغييب الوعي، وكل نظام سياسي أو جهة إعلامية أو غيرها من الجهات، التي لها مصلحة بتغيير قنوات الشعوب، يستخدمون أحداها أو جميعها، أو المزوجة فيما بين البعض منها، ويعتمد ذلك حسب الإمكانيات المادية والتكنولوجية لكل وسيلة اعلامية، وتستخدم حسب الحاجة في ظل طبيعة الهدف المراد تحقيقه واسعاً كان أم محدوداً، ولذلك فأنا سنتطرق لأكثر من اسلوب يستخدم لهذا الغرض، بهدف الإحاطة بالموضوع ومن جوانب مختلفة.

١- تغيير القناة

عادة ما تتم عملية تغيير القنوات من خلال البراهين والأدلة، وهنا نتحدث عن الإنسان الواعي والذي يبحث عن الحقيقة، والذي يحمل قدراً من الثقافة، ويجعله ذلك يميز بين الصح والخطأ، بين ما كان يؤمن به ويعتقد انه الأصح، إلى قناة أخرى، وربما تختلف جذريا عن اعتقاده السابق.

وركز باحث وعلم الاتصال والإعلام ان معظم الأساس الثقافي للأساطير يتم ترميزه في أنماط نقولها ونفعله او حتى تتم في ضوئها تنشئه الشخص في بيئته وهذا يعني بأنهم جبر على اعتماد هذه الأنماط التي يتربى عليها والأسطورة هي قصص بعضها حقيقي وبعضها خيالي، ولأسباب عديدة يرى البشر انها تعبر عن المعنى الداخلي للحياة البشرية، وبذلك يكون دور الأسطورة في إنتاج الخطاب مهماً في تنظيم الصور القادرة على إثارة جميع العواطف وتوظيفها للوصول إلى اتحاد الأشخاص فيما بينهم لتحقيق التماسك وانطلاق ردود أفعال موحدة وهو ما يبتغيه الفاعل الخطابي فالرغم من تأثر الناس بالأسطورة إلا ان الخطاب يبقى (خفقان ضوئي لحقيقة تولدت على مرأى من الجميع)



تعتمد على وقائع معينة ولكنها تصاغ بشكل أو بآخر بحيث تؤثر في الجمهور من حيث السلوك والاتجاه^(٦٤).

٢- تغيير وتغييب الوعي

إذا كنا قد اشرنا إلى ان تغيير القناعة يتم من خلال الأدلة والبراهين، فان تغيير الوعي أو تغييبه من المفترض ان يحصل للإنسان الذي لا يحمل ثقافة تؤهله لان يميز بين ما يعتقد به وبين ما يقال له. ان هذا الإنسان هو الذي يسلم نفسه (عقله وتفكيره) للآخر، ويؤمن بان كل ما يقوله الآخر هو الحقيقة المطلقة فقط، وهذا الآخر ليس بالشرط ان يكون إنسان معين بذاته، بل ربما يكون شخص معنوي لا يعرف بذاته، كمثل وسائل الإعلام المختلفة. وهنا لا نتحدث عن الإعلامي الذي يحمل صفة الكارزما، والذي يستطيع من خلالها ان يؤثر بالآخرين وان لم يراه، انما نتحدث عندما يصبح تغييب الوعي وتسليمه بشكل كامل لصحيفة أو موقع الكتروني، فضلا عن اخطات الفضائية، بغض النظر عن يراه أو يسمع له. انما هي عملية تغييب للوعي يمارسه الإنسان عندما يبدأ يعتقد ان من يقف وراء هذه الوسيلة لا يمكن له ان يكذب.

لوسائل الإعلام من إذاعة وتلفزيون وصحافة أثرها في إيجاد الرأي العام، فالرأي العام هو أساس الإعلام، فهدف الإعلام الأول إيجاد الرأي العام أو توجيهه نحو قضية ما أو وجهة نظر مطلوبة وتأثير الإعلام في الرأي العام راجع إلى اتصاله المباشر بال جماهير على اختلاف طبقاتهم ومستوياتهم الثقافية، والعاملين بوسيلة الإعلام المؤثرة هم الذي يعرفون نفسية الجماهير ورغباتهم ويحاولون توجيهها لمصالح فكرتهم وللمؤسسة العاملين بها. ودخول وسائل الإعلام كل بيت بغير استئذان، وعرضها للفكرة بوسائل الإقناع المختلفة في أوقات النهار المختلفة يجعل لها التأثير البالغ على عقول الجماهير وإيجاد الرأي العام في الأمة^(٦٥).

والأمر لا يخص أمة بذاتها ولا نظام دون آخر فقد اعتادت جميع الأنظمة السياسية في عالمنا العربي أن تحكم السيطرة على كل شيء؛ على البشر والحجر، على كل ساكن قد يتحرك يوماً ما بما يقلق راحة بال هذه الأنظمة. وقد خضعت وسائل الإعلام منذ وقت مبكر لتلك السيطرة، وانحصر دور وسائل الإعلام في هذا الإطار إلى مجرد بوق



دعائي لتلك الأنظمة السياسية، لا ترى إلا ما تراه، ولا تعكس أي وجهة نظر للمعارضة، فالمعارضة من وجهة نظر وسائل الإعلام الحكومية المالكة أو المسيطرة عليها بالمال والسلطة، ومن ثم وجهة نظر الأنظمة السياسية، فئة ضالة تريد أن تلحق الضرر بالبلاد والعباد، وتريد أن ترجعنا إلي العصور الوسطي، في الوقت الذي يتعاطى فيه الخارج الذي يتبنى النظام الديمقراطي مع المعارضة بوصفها ضلوعاً ثابتاً من أضلاع الديمقراطية وحقاً مشروعاً أصيلاً للجميع^(٦٦). وهذا ينطبق فقط على داخل تلك الدول، أما المعارضة في دولنا فيجب عليها ان تكون هي أو الأنظمة الحاكمة خاضعة لتلك الدول، لتتأل الشريعة المفقودة من الداخل، فلم يعد يوجد تحديد وتوصيف يحدد المعارضة او الحكومة الوطنية من العميلة، من خلال ما تبثه وسائل الإعلام المحلية من تشكيك كل طرف بالأخر، مع اعتماد الغرب ووسائله الإعلامية على مصالحه لتحديد هذه المصطلحات، وسبب الفشل في عدم وجود اتفاق حول هذا المصلح وغيره، فيرجع إلى سوى العلاقة بين الأنظمة التي لا تمارس الشورى والانتخابات، والحوار مع مكونات المجتمع، والهيمنة على وسائل الإعلام، ومنع الصوت المعارض وحتى الناصح.

ثانياً: اهم النظريات واساليب الاعلام في تشكيل الوعي المزيف

وإذا كانت عملية تشكيل الوعي المنحرف في المجتمع من أهم أهداف المصللين، فقد عمد الباحثون والدارسون على وضع مجموعة من النظريات، والأسس التي تبين تلك الأساليب ومنها:-

١: تقنية التجزئة وفورية المتابعة.

١-التجزئية **Fragmentation** بوصفها شكل للاتصال:

تقوم تقنية التجزئ على حصر الأحداث والوقائع في بؤر صغيرة، وتقطيع ارتباطاتها مع باقي الأحداث، مما يجعل المتلقي يتصرف مع كل حدث على كونه كياناً



مستقلاً بذاته، دون أن يبحث عن الجذور التي أدت إلى حدوثه، أو يبحث عن النتائج التي قد تترتب عليه، لذلك يعتمد صناع الإعلام اليوم إلى بث مجموعة كبيرة من الأخبار المتناثرة هنا وهناك، مركزين على الخبر بما هو خبر، فعلى سبيل المثال: حينما يُطرح خبر انفجار في دولة ما يتم التطرق إلى الحالة التوضيحية للخبر فقط (عدد القتلى، مكان الانفجار، ...) دون التطرق إلى الأسباب الحقيقية التي تؤدي إلى تفجر الصراع في المجتمعات مثلاً. وتستخدم في هذه التقنية "الأساطير من أجل هدف محدد هو السيطرة على الشعب، وعندما يتم إدخالها على نحو غير محسوس في الوعي الشعبي، وهوما يحدث بالفعل من خلال أجهزة الثقافة والإعلام، فإن قوة تأثيرها تتضاعف من حيث إن الأفراد يظنون غير واعين بأنه قد تم تضليلهم" (٦٧).

٢- فورية المتابعة الإعلامية Immediacy of Information

وهي من النقطيات المهمة في تشكيل الوعي حيث يعتمد أرباب الإعلام، إلى خلق ثقافة مجتمعية عامة تركز على أهمية المتابعة الفورية للأخبار، دون الاهتمام بالتفاصيل، ومن ثم فتح المجال أمام تدفق سيل كبير من المعلومات التي تتميز بالتسارع، ويجعل المتلقي في حالة ذهول، مما يجعل ردة فعله متأخرة أو معدومة. وهكذا تتحول الأحداث إلى سلع تباع، و على المتلقي الحصول على السلعة طازجة قبل أن تصبح خبراً بئناً... و تكمن الخطورة في هذا النوع من الترويج في كون المتلقي لا يملك الوقت الكافي للتحليل، وللتعامل مع الأحداث وتسجيل المواقف. وترتبط الفورية ارتباطاً وثيقاً بعملية التجزئة، بل انما تشكل في الواقع عنصراً ضرورياً من عناصر وجودها، ويساعد هذا الطابع الآني اللحظي على تزايد قوة التضليل لأجهزة الإعلام، ذلك أن المادة الإعلامية سريعة الزوال، فلا تخلف وراءها أي بنية باقية أو ثابتة، لذا فهي تعوق أيضاً عملية الفهم. ورغم ذلك تظل "اللحظية أو الفورية" أي تسجيل الأحداث والتعليق عليها فور وقوعها من أهم مبادئ الصحافة الأمريكية وأكثرها تبجيلاً. ويُنظر إلى تلك الأنظمة الاجتماعية التي لا تقدم الإعلام الفوري، على أنها متخلفة بصورة ميثوس منها ومفتقرة إلى الكفاءة والعلمية أو أنها فاشلة اجتماعياً، وتلك قفمة أكثر خطورة لوسائل الاعلام، فمثلا عند وقوع أزمة فعلية، أو حتى كاذبة، ينشأ حينها



جوهستيري محمود بعيد عن المعقولية. ويؤدي الإحساس الزائف بالطابع "الملح" للأزمة المترتب على الإصرار على فورية المتابعة، يؤدي إلى النفخ في أهمية الموضوع، ومن ثم تكون الخطوة التالية إفراغه من أي أهمية، ونتيجة لذلك تضعف القدرة على التمييز بين الدرجات المتباينة للأهمية الحقيقية لما طرح^(٦٨).

٣- سياسة التوكيد والتكرار:

والتكرار هو تنمة التوكيد الضرورية، ومن كرر لفظاً أو فكراً أو صيغة تكريراً متتابعاً فقد حول هذا اللفظ أو الفكر أو الصيغة إلى معتقد، وإذا نظرنا إلى سلسلة الرجال التي تبتدئ بمؤسس الديانة وتنتهي بالتاجر رأينا أنها تستعين على إقناع الناس بمبدأ التكرار. والتكرار من القوة بحيث يجعل الرجل يؤمن هو نفسه بالكلمات التي يكررها ويسلم بالأفكار التي يعرب عنها عادة. والتاريخ السياسي حافل بالعقائد التي نشأت عن التكرار على الوجه المذكور^(٦٩). وإذا كان التكرار والتوكيد قد استخدم في القرآن وهو كان وما زال يستخدم في الشعر والنثر وغيره من الآداب لتوكيد موضوعاً ما حتى يكون هذا التكرار كافياً أن يحدث رأياً ثم معتقداً كان يهدف إليه القائم بعملية التكرار للموضوع المطروح، وهو أصبح سمة بارزة في الإعلام كافة. والصحف لا يختلف الوضع فيها عن الوسائل المرئية، فالصحف التي تظهر كل يوم وتؤكد على موضوع أو مواضيع معينة بذاتها مما يساعدها في صوغ الأخلاق والأذواق للمجتمع، فالصحيفة تستخدم نفس المبدأ في التكرار الذي يغرس العقيدة في النفس ويحيل هذه العقيدة إلى عاطفة تعمل وتحرك الإرادة^(٧٠).

٤- سياسة استعمال الصورة الذهنية.

الصورة الذهنية التي يكونها الإنسان عن موضوع أو شكل لشيء ما قد تتولد لديه قبل رؤيته لتلك الأشياء وذلك من خلال السمع، وقد استفادت وسائل الاعلام من هذه الخاصية في شخصية بني البشر، ومن ثم استخدمت المؤثرات الصوتية على الكلام وأخيراً كان الإبحار بالصورة لتجسد في ذهنية المستقبل وبشكل خاص لدى الأطفال. وقد ساهم التطور التقني الكبير الذي وصلت إليه وسائل الإعلام في انتشار ما يعرف بثقافة الصورة التي يطلق عليها ثقافة العولمة ومن مميزات ثقافتها صورة أكثر مما تكون ثقافة مكتوبة ولها



تأثير كبير على تجاوز الحدود والحواجز اللغوية بين المجتمعات الإنسانية^(٧١). وهذه سمة جميع الوسائل التي تعتمد الصورة كمبدأ لها كما في التلفاز وحتى السينما، ولذلك تسعى المؤسسات الصناعية والتجارية كذلك إلى رسم صورة ذهنية إيجابية عنها في عقول الأفراد، إذ أن الصورة الذهنية لأي مؤسسة تجارية هي بمثابة الشخصية للإنسان، وتعتمد هذه المؤسسات على وسائل الإعلام المختلفة في نشر هذه الصورة وذلك عن طريق الإعلانات، وظهر إعلان خاص أطلق عليه (إعلان الصورة الذهنية)، الذي يسعى إلى تحقيق فهم بين المؤسسة والمجتمع وتوثيق صلتها به وليس لبيع منتجاتها^(٧٢).

ووسائل الاعلام بكونها عاملاً مهماً في تشكيل الصور الذهنية عن الافراد والشعوب من خلال ما تبثه من مواضيع اخبارية ومضامين مختلفة، فتأثيرها يعتمد بذلك على سعة الانتشار والابهار في بث الصورة لكي تكون اكثر اقناع، وباقل وقت بدل استعمال السرد، خاصة ونحن نعيش وقت السرعة التي اصبح العالم يتسم به، مما تجعل المشاهد يختصر المشهد بالصورة المجتزئة التي يراها، وتوجد عدة اساليب اخبارية تتكامل معا وتسهم في تكوين الصورة الذهنية لدى الافراد الاكثر اعتمادا على وسائل الاعلام في استسقاء المعلومات ومن اربعة أساليب: شخصية المواقف والاحداث، اصفاء الطابع الدرامي على المواقف والاحداث، تجزئة المواقف والاحداث، تنميط المواقف والاحداث (أي عودة الاشياء الى سابق عهدها من خلال استعمال الدراما)^(٧٣)

وتؤد الأنظمة السياسية دوراً مهماً في صنع الصورة الذهنية في عقول الأفراد من خلال توجيهها لوسائل الإعلام المختلفة، فهذه الصور لا توجد من الفراغ وهي ليست عشوائية، وإنما الدول هي التي تشجعها وتفرضها حسب أهدافها السياسية، وهي تقدم على تغييرها عندما يناسب ذلك أغراضها، ولا تكتفي المؤسسات الإعلامية بانتقاء الأخبار التي تصب في مصلحتها وتتجاهل حقائق أخرى، بل تلجأ إلى تلوين الحدث نفسه وتحريفه من أجل أن يعرض ويفسر لمصلحة الوضع القائم، وتلوين الخبر هو تعمد إبراز وجه خاص من هو إخفاء وجه، ويؤدي هذا التلوين بدوره إلى تكوين صور ذهنية خاطئة عن الأحداث في أذهان المتلقين^(٧٤).

٥- سياسة التضييل والتلاعب بالحقائق



ومع تطور استعمال الوسائل المتطورة في الاتصالات وأهمها وسائل الإعلام التي أصبحت متناولة بيد الجميع، فيكون من السهل إيصال المراد لهم دون عناء الاتصال أو اللقاء بهم بصورة مباشرة. ويمكن فهم التضليل الإعلامي على أنه هو مجموعة من العمليات المنهجية للتأثير على الرأي العام، أو فئة من الناس، بقصد إعادة برمجة عقولهم وتوجيهها نحو هدف سياسي، أو اجتماعي، أو ثقافي معين، ومن ثم خلق واقع مزيف، وذلك بهدف إيقاع المتلقي في الخطأ، بينما هو يفكر بشكل صحيح، ومن أهم سمات التضليل هي اكتسابه مظهر الصدق وكسب ثقة المتلقي، والتضليل من خلال الكلام هو أسلوب قديم وقد استخدم أول الأمر من قبل السفسطائيين^(٧٥). ويعتقد البعض أن مفهوم التضليل بشكل عام هو الكذب، الذي هو عكس الحقيقة، وأن مفهوم التضليل لكي يحقق مبعثه فإنه لا يجب أن يكون عكس الحقيقة تماماً، فهو يجب أن يحتوي على جزء من الحقيقة لكي يخفي معالم التضليل، ويستتكر وجوده؛ فمفهوم التضليل الإعلامي هو عرض جزء من الحقيقة، ومن ثم البناء الخاطئ على الحقائق الواضحة والثابتة، والموثقة، للوصول إلى تحقيق الهدف من وجود هذا البناء الخاطئ في المفاهيم، من خلال الخلط بين مفهومين أو أكثر، على اعتبار أنها مترادفات لمعنى واحد وذلك في غياب وتغييب مفهوم كل عنصر من عناصر الخلط على حده، وهو ما اشرنا لها من التلاعب بالمصطلحات، فلئن كانت وسائل الإعلام قادرة على نشر المعرفة وتزويد الناس بالمعلومات والحقائق الكفيلة بتوسيع آفاقهم، فإنها أيضاً تستطيع تزييف الحقائق، ومن ثم تستطيع أن تفرض على الناس مفاهيم وآراء هابطة مضادة لما يتطلعون إليه من أهداف وقيم اجتماعية سامية^(٧٦).

ولأن التضليل المتعمد يعمل على قلب الحقائق وتزييفها، فإنه يحاول أن يسيطر على العقول، من خلال (ترويج الشائعات، والكذب والتحريف، والتعظيم في استعمال المفردات لإضفاء ابعاد غير حقيقية على الخبر، من خلال التلاعب بالكلمات، وذلك باستعمال الخبر وكيفية التلاعب به، فمن أساليب التضليل من خلال وسائل الاعلام فضلا عن ما تم ذكره سابقا فهناك أسلوب الخلط الشديد بين الخبر والرأي، عندما يتم صياغة الخبر كأنه رأي، وثانية بتقديم الرأي كأنه خبر، بحيث لم يعد المشاهد أو القارئ يميز بينهما، وهذا الخلط بين الراي والخبر له نتائج كارثية لأنه يؤدي الى تشويه الحقائق، ومن ثم تشويش للمشاهد او



القارئ، فيعني ذلك ان من يتلقى الخبر سيكون عاجز امام فهم ومعرفة الحقيقة ان تم ذكر الخبر كما هو في حقيقته، وذلك يعني فرض الوصاية على المتلقي لان الراي يحمل في مضمونه معنى النصيحة والتوجيه، وهذا خارج اطار نقل الخبر، لان المعادلة الصحيحة في الاعلام هو الخبر ثم الرأي، وليس بالعكس او الخلط بينهم، ويعود ذلك لجهة تمويل هذه المؤسسة التي تحاول فرض رؤيتها على المتلقي^(٧٧). والتضليل الإعلامي لا يختص به نوع معين من وسائل الاعلام، ولا من خلال جهة امتلاكه فقد تمارسه الحكومة و المعارضة او جهات الضغط وحتى منظمات المجتمع المدني، وكلها تستغل ذلك لتحقيق مكاسب سياسية او مصلحية من خلال تضخيم الأمر ليلاقى قبولا وتعاطفا من الجهات والافراد المراد مخاطبتهم بمثل هكذا خطاب.

ثالثا: كيفية التعامل مع الآثار السلبية لوسائل الاعلام المترتبة على غياب الوعي السياسي

وإذا لم يكن للعرب والمسلمين دور واضح فيما وصل اليه العالم اليوم من تطور هائل في تقنية الاتصال، فغن رسول الله صلى الله عليه وسلم «الْكَلِمَةُ الْحَكْمَةُ ضَالَّةُ الْمُؤْمِنِ، حَيْثُمَا وَجَدَهَا فَهُوَ أَحَقُّ بِهَا»^(٧٨)، وهذه التقنية هي من المشودة التي على المسلم الاستفادة منها بشكل يخدم الإسلام والمسلمين، لا للحرب عليهم.

إذا كان الانتباه والتمييز بين صحيح وزيف ما تبثه وسائل الاعلام هو اهم الوسائل لتلافي الآثار السلبية للمزيف منها، فان ما تم ذكره ما أساليب هي بحد ذاتها تعطي المعالجة لذلك من خلال الانتباه لتلك المؤثرات المستخدمة، وبمعرفتها يمكن المساعدة على تشكيل وعي صحيح للمجتمع، ومن ثم بناء نظام سياسي مبني على تحقيق العدالة والاستقرار.

إن الإدراك هو حالة تيقظ وانتباه للوعي، وهو عملية استشعار وحساسية للواقع تسبق الفعل، وبالتالي فإذا ما تبدل الوعي وضعف الإدراك فإن إحساس الانسان بالخطر يتضاءل، ويصبح مهددا في عيشه المستقر، فيما الوعي اليقظ فيكون مصدر القوة الأساسي للوجود الإنساني، وهو القوة المؤثرة التي يعول عليها، والتي يمكن أن تؤدي إلى تغيير البيئة المادية له؛ فإذا ما إهدار قدراته، فإن المجتمع يعيش حالة من التردّي^(٧٩).



ويعُدُّ التثقيف والذي هو هدفاً من أهداف التلفزيون والذي يكون على نوعين، عفوي غير مقصود في الأخبار العامة والمعلومات، وتثقيف مقصود أي مخطط له كالمعلومات التي يقدمها التلفزيون خدمة لهدف أو مبدأ أو عقيدة وتدخل في هذا الإطار البرامج الموجهة إلى قطاعات متخصصة من الجماهير كالطلبة والمرأة والأطفال^(٨٠). ومن هنا تأتي أهمية الدور الثقافي للتلفزيون لكونه جهازاً يخدم الثقافة وهو مصدر للإنتاج الثقافي والإبداع الفني لدوره في نشر وإشاعة الثقافة بطريقة واسعة تفوق بقية وسائل الاتصال الجماهيري وذلك لقدرته في مخاطبة الجماهير المتباينة في العمر والثقافة والجنس والمستوى الثقافي والمعاشي بما يساهم في نقل وتحقيق التنمية الثقافية في المجتمع مستعينا بالمرورث الثقافي للمجتمع بمخاطبة الجماهير المختلفة^(٨١). ولذلك فالعالم الإسلامي اليوم بحاجة إلى استغلال وسائل الاتصال الجماهيري وبخاصة التلفزيون من اجل ان يعيد للأمة أصالتها القائمة والوقوف بوجه محاولات عزل العالم العربي عن ركب التطور الحاصل في العالم لأبعاده فكرياً وثقافياً عن الحضارة العالمية عن طريق تمزيقه سياسياً وعسكرياً وثقافياً وهو ما تسعى اليه البلدان الغربية بينما يتوفر للعالم العربي والإسلامي رصيد ثقافي كبير يمكن له الوقوف بوجه الغزو الفكري الأجنبي والدفاع عن هوية الأمة وأصالتها وذاتيتها^(٨٢).

ويزداد التأثير إذا تم الاعتناء بالأشكال الفنية التي تقدم بها البرامج بشكل عام والثقافية بشكل خاص عبر وضع سياسات تدريبية للارتفاع بمستوى العاملين في البرامج ليتمكنوا من أداء مسؤولياتهم على المستوى الوطني^(٨٣)، وذلك بتوفير كوادر على مستوى عالٍ من الشعور بالمسؤولية تجاه الوطن لا المسؤول، لان المسؤول زائل والوطن هو الباقي، فضلاً عن توفير أجهزة لإنتاج رسائل مؤثرة وتغيير في أساليب تقديم البرامج وصياغتها وبنائها الفني والاستفادة من امكانية الأقمار الصناعية في إنتاج برامج حديثة ومتجددة. وكذلك الاهتمام بمضامين البرامج المقدمة إلى مختلف الفئات العمرية والمستويات التعليمية وهذا وفق نظرة سياسية وإعلامية عربية واضحة واتساع أفاقها ونجاح اختياراتها وذلك بتشجيع الإنتاج المحلي الذي يقترب من حاجات الجمهور العربي ورغباته عبر الخطاب الإعلامي الذي يتوجه إلى الجمهور وخاصة فئة الشباب^(٨٤).



وإذ يشهد العالم والمنطقة العربية ظهور عدد كبير من وسائل الإعلام وعلى رأسها القنوات الفضائية، وإذا كانت هذه الفضائيات ووسائل الإعلام المختلفة قد أحدثت العديد من التحولات الملموسة، كما حدثت تحولات في العديد من المفاهيم والقيم، فإن على الإعلام العربي ان لا يكون تابع للعالم الغربي، كما كان تابع في الاستفادة من هذه الوسيلة، وان كان الاستفادة أمر ضروري لا يجب التنازل عنه، ولكن وفق قيمنا وعقيدتنا الإسلامية، وتكون عملية نشر الثقافة والمعرفة مرتبطة بهذه الحقيقة، وكبح ومنع أي وسيلة تنتهك قيمنا وتريد نشر الرذيلة والفساد في مجتمعاتنا، ومنها الفساد السياسي، لأنه أساس كل بلية تصيب مجتمعاتنا، ويتطلب ذلك وجود ثقافة عامة لدى الجميع للتمييز بين الحقيقة والتزييف، وهذا افتراض لا يمكن تحقيقه خاصة في ظل انتشار الامية في بعض المجتمعات وبصورها الأولية (لا يقرأ ولا يكتب)، وخاصة في الدول الفقيرة وتلك التي تمر بأزمات سياسية، وان تطلب افتراض وجود الثقافة لدى المستقبل، وهو امر لا يمكن التعويل عليه كثيراً، فلزم من المؤسسات الحكومية، ومنظمات المجتمع المدني، والمدارس والجامعات ومراكز الأبحاث ان تتحمل مسؤوليتها في الكشف عن زيف ما تبثه وسائل الاعلام، على ان لا تمارس هي ذات الدور الذي ترفضه من الآخرين، بان تحتكر الحقيقة لوحدها، وان ما تقوله هو الصبح وغيره الكذب؟.

الخاتمة والاستنتاجات

أصبح من المسلم به ان يكون لوسائل الإعلام دور مهم في حياتنا، بعد ما حققته من سرعة في الانتشار واستعمالها للإمكانيات العلمية في الاتصال، بعد التطور العلمي والتقني الذي وصل اليه العلم في مجال الاتصالات بصورة عامة والاعلامية منها بصورة خاصة، ولذلك أصبح الاستغناء عنه امر بعيد المنال، وامام هذه الحقيقة ظهرت حقائق اخرى منها ان المعرفة والثقافة بدأت تدخل الى عقولنا من خلال هذه الوسائل، ولان وسائل الاعلام بتنوعها الكمي والنوعي كانت وما تزال لها رسالة تحاول ايصالها الى المستقبل المدرك وغير المدرك (المشاهد، المستمع، القارئ)، من تلك الرسائل التي تحملها



تكون ذات طابع ثقافي واجتماعي وتربوي وسياسي، وهذا الاخير هو ما بحثناه في هذا البحث.

ووسائل الإعلام بكل انتمائها المرتبطة بالحكومات او المعارضة او من تدعي انها مستقلة فهي منحازة وبشكل كامل لفكر الجهات المالكة لها، وحتى تلك التي يطلق عليها ترفيحية فهي لها رسالة تحاول ايصالها من خلال الافلام والمسلسلات وحتى افلام الكارتون للأطفال، وهكذا فان ما يطرحه الاعلام (اخبار- معلومات- ثقافة- ترفيه) تعمل من خلاله لطرح الافكار التي تؤمن بها، وتهدف من خلاله الوصول الى التأثير بقناعات وافكار المستقبل سلبي ام ايجابا، من تغييب للحقائق او تأكيدها، ومن ثم تغيير الافكار السابقة، وترسيخ القنوات التي تتلائم وسياسة وافكار وسيلة الاعلام، مستخدمة بذلك الكثير من الوسائل والنظريات التي تم تطبيقها من قبل الاعلام من خلال الدراسات والتجارب العملية.

وامام التطور الفني في استعمال التقنيات الحديثة، والتطور التكنولوجي في الارسل والاستقبال، ومع رخص وسهولة الاستعمال من قبل المستقبل (الانسان)، وسعة الانتشار حتى اصبحنا نسمع ونشاهد من في الصحراء وفي المناطق المعزولة لم يعد يستغني عن وسائل الاعلام، بعد ان اصبحت وسائل الاتصال الحديثة لا تستخدم كوسيلة للاتصال فقط، وان هذه التقنية وان سمحت للمواطن ان ينتقل من وسيلة لأخرى وباقل جهد، الا ان هذه المرونة اوجدت اشكالية اخرى في كيفية معرفة ان ما يث!، هل هو الحقيقة وليس شيئاً اخر، فبعد ان اطل علينا هذا التنوع بالغث والسمين، واصبح متناول بيد الجميع العامل والجاهل، الباحث عن المجد والشهرة، او هادفاً لنشر المعرفة الصحيحة؛ ولا يمكن التمييز بين الامرين الا لمن له ادراك معرفي يستطيع التمييز، وخاصة في زمن الازمات، حيث تتشابك المعلومات وتتقاطع فيما بينها حسب كل وسيلة وجهة تبث الخبر او المعلومة. وهذا يتطلب القضاء على الامية ليكون المواطن على دراية ووعي بما يدور من حوله، وان لا ينساق خلف كل ما تقوله وسائل الاعلام، واي كانت جهة ارتباطها.



وتأتي أهميته الوعي لازدياد دور وسائل الإعلام في التأثير السلبي على عقول ووعي المواطن البسيط والمتقف وان كان بنسب متفاوتة، خاصة بعد ان قل تأثير المجتمع وحتى الأسرة على ابنائها، فان هذا التأثير ثبت وتزايد لكون وسائل الاعلام في كثير من الأحيان هي المصدر المعول عليه في تلقي الأخبار الصحيحة والكاذبة، وان التأثير السلبي اخذ يسير في ازدياد، ويمكن ملاحظته من خلال الممارسات السلبية التي أصبحت تعم المجتمع بكباره وصغاره، وكل ذلك بسبب أنزوا البرامج الهادفة والشخصيات التي تحمل رسالة إعلامية، بعيدا عن الأضواء، كذلك لوجود سببين مهمين: الأول: كثرة اخطات الفضائية وانشغال المشاهد بالبحث عن وسائل الترفيه لمحاولته تغيير الواقع المؤلم الذي يعيشه من خلال الهرب إلى مثل هذه البرامج وحتى الهابط منها، والسبب الثاني: هو انشغال اخطات الفضائية بمثل تلك البرامج التي تحقق لها مردود مالي من خلال الاتصالات، والرسائل النصية، ومن الدعاية التجارية التي تستقطبها مثل هكذا برامج، ولذلك ابتعدت اغلب ان لم نقل كل الفضائيات عن تقديم البرامج الهادفة، وان وجدت فهي قليلة جدا، فالبحث عبر وسائل الاعلام كأنما انصب على إثارة الزوابع الفارغة، فاصبح من الصعب امام هذا التنوع كما ونوعا ان تستطيع وسيلة واحدة ان تستقطب جموع المشاهدين حول قضية مصرية وغير مفتعلة، وان نجحت فسيكون لفترة محدودة.

ونشر المعرفة وامام كل هذا فانه يحتاج الى تخطيط بكيفية استقطاب المستقبل وسحبه من الوسائل الاخرى، ولا يتم ذلك الا بثبات مصداقية هذه الوسيلة، وتوظيف اشخاص ملمين بما يطرحونه من افكار ومعلومات معرفية صحيحة، وإذا ما عدنا قليلا إلى الوراء نجد برامج كان لها اثر كبير في تكوين معرفتنا الواسعة أكثر مما تقدمه اليوم محطات كاملة، كمثّل (الرياضة في أسبوع، مؤيد البدري، العلم للجميع، كامل الدباغ، السلامة العامة، ابتهاج الياور، عدسة الفن، خيرية حبيب)، فانك أي الاسمين تذكر فانه يدل على الآخر، لما ترسخ من دور لهذه الأسماء والبرامج في عقولنا ووعينا، بما قدمته من مخزون معرفي ما زلنا نسترجع الكثير منه.

واذ يُعد الوعي السياسي أساس نجاح المجتمعات واستقرارها، إذ أن انعدام الوعي السياسي والثقافي للمواطنين يهدد بناء المجتمع الصحيح، وان الاستعمال الأمثل لوسائل الإعلام يدعم التوعية السياسية وذلك من خلال هيئة المناخ الملائم للتوعية السياسية وتأهيل الجمهور بالشكل الملائم للمشاركة السياسية وفي عملية اتخاذ القرارات والتعبير السياسي، ولذلك يجب تفعيل الإعلام السياسي لبناء وعي سياسي حقيقي يعتمد على الحقيقة المبنية على الفهم الصحيح، بشكل يتوافق مع عادات وتقاليده المجتمع والتي تؤدي إلى تكوين وبلورة الشخصية الايجابية ويكون ذلك من خلال.

١- توفير كوادر متخصصة وكفؤة، خاصة في القنوات الرسمية تحمل مبادئ وقيم أصيلة بعيدا عن التحزب، ويكونوا من ذوى الخبرة في مجال الإعلام السياسي حصرا.

٢- إنشاء مراكز بحثية تختص بمجال الإعلام السياسي، لتتولّى قيادة البرامج السياسية ذات التأثير العام، واستقطاب كفاءات إعلامية ذات خبرة في مجال الإعلام السياسي.

٢- العمل على مشاركة خبراء في مجال الإعلام والتربية وعلم النفس والاجتماع والقانون والتاريخ حيث تتكامل جهودهم ورؤاهم في إعداد مواد إعلامية إيجابية على مستوى الفرد والأسرة والمجتمع.

٤- تحديد الأهداف الإعلامية المطلوبة بدقة وتقسيمها مرحلياً وزمناً؛ بحيث يشعر المواطن بأن هناك مشكلة مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بحياتهم وحياة أبنائهم وسلامتهم والمجتمع وأمنه، يحاول الاعلام إيجاد حل لها، لا استغلال هموم المواطنين ومشاكلهم لأغراض انتخابية أو تسقيطيه للقوى المدافعة عنه.

٥- الحرص على عدم استعمال وسائل الإعلام كوسائل للدعاية سواء للأحزاب السياسية والسلطة السياسية وشخصياتها، ليكون ذلك ضد تطلعات الشعوب وحريتهم في ابداء الراي، ويكون ذلك من خلال مراقبة هكذا اعلام مجتمعي، كمنظمات المجتمع المدني وغيره، ومحاسبته قانونياً وسياسياً.

Abstract

The dissemination of knowledge is no longer confined to schools and universities, not even books. For nearly two centuries, the media have become prominent in disseminating knowledge and

culture, in its public and particularly political aspects. After the development of the media from newspapers and magazines to the visual media, their role has increased from the dissemination of abstract information and abstract knowledge towards the process of forming new knowledge through what it publishes and broadcasts from different programs such as drama, news and talk shows. The impact of the media has changed the overall community awareness. Half a century ago the media was not so powerful and widespread. The evolution of the 1990s made it more influential than ever before. While the era of satellite television and the Internet has been announced over the past few decades, within such a short period of time, they have achieved a more cognitive dimension than paper journalism in two centuries and nearly a century of radio and television. This is all due to its wide spread and ease of use. The nature of the knowledge the public received was radically different in both quantity and quality. If we are talking about the political aspect of this knowledge, the influence of the media has reached a level of change of conviction and then it came to the change of individual and community political awareness. This has been achieved by political media, especially the media owned, controlled, operated or influenced by political figures, parties or entities. The aim of these bodies is to promote the views of these figures who exercise political action by being in power or in the opposition or are the media that receives money from those bodies to broadcast the information they wish.

Key words: media, knowledge, political awareness.

الهوامش:

- ^١ - محمود عبد الرحمن عبد المنعم، معجم المصطلحات والألفاظ الفقهية، ج ١، دار الفضيلة، القاهرة، د.ت، ص ٢٣٧.
- ^٢ - أحمد مختار عبد الحميد عمر وآخرون، معجم اللغة العربية المعاصرة، ج ٢، ط ١، عالم الكتب، د. م، ١٤٢٩هـ، ٢٠٠٨م، ص ١٥٤١.
- ^٣ - ينظر هاشم أحمد نعيمش، الاعلام في الجامعات الاسلامية، ط ١، دار الفجر للنشر والتوزيع، بغداد، ١٤٢٧هـ، ٢٠٠٧م، ص ١٥، ١٤.
- ^٤ - عبد اللطيف حمزة، الاعلام له تاريخه ومذهبه، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٦٥، ص ٧٥.
- ^٥ - طه نجم، علم اجتماع المعرفة، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، ١٩٩٦، ص ١٥٣.
- ^٦ - إبراهيم مذكور وآخرون، معجم العلوم الاجتماعية، ط ١، هيئة المصرية للكتاب، القاهرة، ١٩٨٥، ص ٦٤.



- ٧ - إحسان محمد الحسن، تأثير الغزو الثقافي على سلوك الشباب العربي، أكاديمية نايف العربية للعلوم الإنسانية، الرياض، 1998، ص ١٠٠. وللمزيد عن تنوع وسائل الإعلام وسعتها ينظر: مروان كجك، الأسرة المسلمة أمام الفيديو والتلفزيون، ط٢، دار طبية، الرياض، ١٤٠٨هـ — ١٩٨٨م، ص ٤١، ٤٠.
- ٨ - للمزيد عن تطور الصحافة الالكترونية ينظر: علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري العلمية، عمان، ٢٠١٤، وخالد محمد غازي، الصحافة الالكترونية الالتزام والانقلاب في الخطاب والطرح، وكالة الصحافة العربية ناشرون، الجيزة، ٢٠١٦.
- ٩ - خالد محمد غازي، مصادر سبق ذكره، ص ٧.
- ١٠ - السنوس محمد السنوس، أضاءت في الوعي مداخل أساسية وقضايا شائكة، دار البشير، القاهرة، ١٤٣٦هـ، ٢٠١٥م، ص ٨٨، ٨٥.
- ١١ - حسن عماد مكاري، أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة، الدار المصرية اللبنانية، د. م، ١٩٩٤، ص ١٦٧.
- ١٢ - أبو البقاء أيوب بن موسى الحسيني الكفوي. كتاب الكليات، تحقيق: عدنان درويش - محمد المصري، مؤسسة الرسالة، بيروت، ١٤١٩هـ، ١٩٩٨م، ص ٦١١، وينظر ايضا: مجموعة مؤلفين مجمع اللغة العربية بالقاهرة، المعجم الوسيط، ج٢، دار الدعوة، القاهرة، د.ت، ص ٦٢٤.
- ١٣ - محمد علي ابو العلا، التوثيق الاعلامي والنشر الالكتروني في ظل مجتمع المعلومات، دار العلم والايما للنشر والتوزيع، دمشق، ٢٠١٣، ص ١٢.
- ١٤ - دوني كوش، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، ترجمة: قاسم المقداد، من منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق، ٢٠٠٢، ص ٢٢.
- ١٥ - أديب خضور، دراسات تلفزيونية - الدور التثقيفي للتلفزيون، دمشق، المكتبة الإعلامية، ١٩٩٨، ص ٩.
- ١٦ - فتح الباب عبد الحليم وآخرون، وسائل التعليم والاعلام، ط٢، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٧٦، ص ٥٥.
- ١٧ - سامي ذبيان، مدخل نظري وعملي الى الصحافة اليومية والاعلام الموضوع والقضية والتنفيذ، ط١، دار المسيرة، بيروت، ١٩٧٩، ص ٥١ - ٥٢.
- ١٨ - علاء الشامي. وسائل الإعلام وتشكيل الصورة الذهنية .. قراءة في إشكالية التحيز الإعلامي، الخميس، ٢٠ يونيو، http://omerhago.blogspot.com/2013/06/blog-post_8908.html.
- ١٩ - محمد بنهال، الاعلام الجديد وهران تطوير الممارسة السياسية، ضمن مجموعة باحثين في الاعلام وتشكيل الراي العام وصناعة القيم، ط١، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠١٣، ص ٣٢.
- ٢٠ - نزهت محمود نفل، طبيعة العلاقة بين الخطاب الدعائي والخطاب السياسي، مجلة الباحث الاعلامي، العدد ٤، جامعة بغداد، اذار ٢٠٠٨، ص ٦٠.
- ٢١ - المصدر السابق، ص ٥٠.
- ٢٢ - موسى عبد الرحيم حلس وناصر علي مهدي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني (دراسة ميدانية على عينه من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر - غزة)، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية ٢٠١٠، المجلد ١٢، العدد ٢، ص ١٥١.
- ٢٣ - عبد الله الطويرقي، علم الاتصال المعاصر (دراسة في الانماط والمفاهيم وعالم الوسيلة الاعلامية في المجتمع السعودي)، ط٢، الرياض، مكتبة العبيكان، ١٩٩٧، ص ٢٤٨.
- ٢٤ - مروان كجك، مصدر سبق ذكره، ص ٤٤.
- ٢٥ - هريزاً. شيللر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، العدد ١٠٦، الكويت، ١٩٩٩م، ص ٩٦.
- ٢٦ - محمد بن هلال، مصدر سبق ذكره، ص ٢١.



- ٢٧ - أبو محمد علي بن أحمد بن سعيد بن حزم الأندلسي (ت: ٤٥٦هـ)، الإحكام في أصول الأحكام، ط ١، دار الحديث، القاهرة، ١٤٠٤هـ، ص ٣٨.
- ٢٨ - الشاهد البوشيخي، نظرات في منهج الدراسة المصطلحية ومدى اهتمام إمام الحرمين الجويني في كتابه (الكافية)، ضمن مجموعة باحثين في الذكرى الألفية لإمام الحرمين الجويني، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة قطر، ٢٠٠٠م، ص ٢٠٦.
- ٢٩ - عبد السلام البسيوني، الغزو المصطلحي، مجلة البيان، (السنة: ١٤)، العدد ١٣٧، الرياض، الحرم، ١٤٢٠هـ/ يونيو، ١٩٩٩م، ص ١٣٤.
- ٣٠ - واضح العبارات في بيان معنى الحد والحقيقة هو: اختصاص الحدود بوصف يخلص له. وقد قيل فيه: انه الجامع مانع. وقيل هو اللفظ الوجيز المحيط بالمعنى. ينظر: أبو المعالي الجويني، الكافية في الجدل، تقديم وتحقيق فؤاد حسين محمود، مطبعة عيسى الباني الحلبي وشركاء، القاهرة، ١٣٩٩هـ، ١٩٧٩م، ص ٢.
- ٣١ - للمزيد عن هذه الاهمية وكيفية تحديد المصطلح ينظر: عبد العظيم الديب (الحقق). المقدمة، الجويني، نهاية المطلب في دراية المذهب، ط ١، دار المنهاج، جدة، ١٤٢٨هـ، ٢٠٠٧م، ص ٢١٥. وينظر: مثلاً الجويني. لمع الأدلة في قواعد عقائد اهل السنة والجماعة، تقديم وتحقيق: فؤاد حسين محمود، ط ٢، عالم الكتب، بيروت، ١٤٠٧هـ، ١٩٨٧م، من أول الكتاب، وما بعدها، وكذلك الجويني، الإرشاد الى قواطع الأدلة في أصول الاعتقاد، حققه، محمد يوسف موسى وعلي عبد النعم عبد الحميد، ط ٣، مكتبة الخانجي، القاهرة، ١٤٢٢هـ، ٢٠٠٢م، ص ٥ وما بعدها.
- ٣٢ - أبو المعالي الجويني، البرهان في أصول الفقه، تحقيق عبد العظيم الديب، ج ١، ط ١، جامعة قطر، الدوحة، ١٣٩٩هـ، ص ٨٢.
- ٣٣ - انتصار إبراهيم عبد الرزاق وصفد حسام الساموك، الإعلام الجديد .. تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، جامعة بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، ٢٠١١م، ص ٨.
- ٣٤ - جابر ييلايه الموندو جينج هامباويل، السياسة المقارنة في وقتنا الحاضر-نظرة عالمية، ترجمة: هشام عبد الله، عمان، الدار الأهلية للنشر والترجمة، ١٩٩٩م، ص ٦٧، ٦٦.
- ٣٥ - كلود يونان، التخليل الكلامي وآليات السيطرة على الرأي (الحركة السفسطائية غودجا)، دار النهضة العربية، القاهرة، د.ت، ص ١٠٣، ١٠٤.
- ٣٦ - للمزيد ينظر: الزبيدي. تاج العروس من جواهر القاموس، ج ٤، دار الهداية، بيروت، د.ت، ص ٢١٦، وينظر: إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، دار الدعوة، تحقيق: مجمع اللغة العربية، ج ٢، ص ١٠٤٤.
- ٣٧ - للمزيد عن الوعي وكيفية معرفته والية قياسه ينظر: سوزان بلاكمور، الوعي، ترجمة: مصطفى محمد فؤاد، ط ١، مؤسسة هندواي للتعليم والثقافة، القاهرة، ٢٠١٦م.
- ٣٨ - إبراهيم مذكور وآخرون، مصدر سبق ذكره، ص ٦٤٤.
- ٣٩ - موسى عبد الرحيم حلس وناصر علي مهدي، مصدر سبق ذكره، ص ١٤٢.
- ٤٠ - محمد عبد الله الحورث، الوعي والمشاركة السياسية لدى المواطن اليمني دراسة ميداني (دراسة حالة لأمانة العاصمة صنعاء)، رسالة ماجستير في العلوم السياسية غير منشورة، كلية الآداب والعلوم، جامعة الشرق الأوسط، عمان، ٢٠١٢م، ص ١٠.
- ٤١ - عمار حمادة، الوعي والتحليل السياسي، ط ١، دار الهادي، بيروت، ١٤٢٦هـ، ٢٠٠٥م، ص ٢٩.
- ٤٢ - محمد عبد الله الحورث، مصدر سبق ذكره، ص ١٠.
- ٤٣ - فتحي يكن، أهمية الوعي السياسي في العمل الإسلامي، <http://www.ikhwanwiki.com/index.php?title>.
- ٤٤ - انتصار إبراهيم عبد الرزاق وصفد حسام الساموك، مصدر سبق ذكره، ص ٨٠، ٧٩.
- ٤٥ - موسى عبد الرحيم حلسو ناصر علي مهدي، مصدر سبق ذكره، ص ١٤٦.



- ٤٦ - محمد عبد الله الحورش. مصدر سبق ذكره، ص ٢٨.
- ٤٧ - عمار حمادة، مصدر سبق ذكره، ص ٢٩.
- ٤٨ - المصدر السابق، ص ٤٧.
- ٤٩ - محمد عبد الله الحورش، مصدر سبق ذكره، ص ٣١، ٤١.
- - ولان بحثنا هذا يهتم بالجانب الإعلامي فسيتم التركيز على هذا الجانب دون الدخول في تفصيل العوامل الاخرى.
- ٥٠ - محمد سعد إبراهيم، الإعلام التنموية والتعددية الحزبية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٤، ص ٢٦٩.
- ٥١ - أحمد مصطفى عمر، إعلام العولمة وتأثيره في المستهلك، مجلة المستقل العربي، بيروت، السنة ٢٣، العدد: ٢٥٦، ٢٠٠٣، ص ٦٣-٧٢.
- ٥٢ - أحمد بن راشد بن سعيد، قوة الوصف، دراسة في لغة الاتصال السياسي ورموزه، عالم الفكر، المجلد ٣٢، العدد ٣، ٢٠٠٣، ص ٢١١-٢٣٠؛ وللمزيد عن دور النخب في الهيمنة على وسائل الاعلام واستعمالها في فرض رؤيتها على المجتمع ينظر: محمد بن هلال، مصدر سبق ذكره، ص ٢٥ وما بعدها.
- ٥٣ - انتصار إبراهيم عبد الرزاق وصفد حسام الساموك، مصدر سبق ذكره، ص ٥١؛ للمزيد عن حيادية وموضوعية وسائل الاعلام في طرح المواضيع ينظر: السنوس محمد السنوس، مصدر سبق ذكره، ص ٩١.
- ٥٤ - طه نجم. مصدر سبق ذكره، ص ١٥٤.
- ٥٥ - المصدر السابق، ص ٩٦.
- ٥٦ - إيمان منصور ندا، الصورة الذهنية والاعلامية: عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير، المدينة برس، القاهرة، ٢٠٠٤، ص ١٠٥.
- ٥٧ - انتصار إبراهيم عبد الرزاق وصفد حسام الساموك، مصدر سبق ذكره، ص ١٣.
- ٥٨ - فاروق أنيسجرار، الرسالة والصورة: قضايا معاصرة في الإعلام، عمان، وزارة الثقافة، 2001، ص ٢٥.
- ٥٩ - انتصار إبراهيم عبد الرزاق وصفد حسام الساموك، مصدر سبق ذكره، ص ١٨.
- ٦٠ - العولمة والثورة التكنولوجية وأثرها في المجتمع. ١٨ - سبتمبر / أيلول ٢٠١٠م، http://elmaram.blogspot.com/2011/01/blog-post_1654.html
- ٦١ - للمزيد ينظر: باسل عبد المحسن القاضي، تداول المعلومات عبر الانترنت وأثره في تشكيل الوعي في عصر العولمة، الاكاديمية العربية المفتوحة في الدمام، ٢٠٠٧.
- ٦٢ - هريبت أ. شيللر، مصدر سبق ذكره، ص ٥.
- ٦٣ - إيمان منصور ندا، مصدر سبق ذكره، ص ١٣٧.
- ٦٤ - نزهتمحمدنفل، مصدر سبق ذكره، ص ٥٧.
- ٦٥ - إبراهيم زيد الكيلاني، الرأي العام في المجتمع الإسلامي، ط ١٦، الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة، ١٤٠٤هـ، ١٩٨٤م، ص ٢٤٩.
- ٦٦ - علاء الشامي. مصدر سبق ذكره، نت.
- ٦٧ - هريبت أ. شيللر، مصدر سبق ذكره، ص ٣١.
- ٦٨ - المصدر السابق، ص ٣٥. وينظر عن هذه الآلية، إيمان منصور ندا، مصدر سبق ذكره، ص ١١٥.
- ٦٩ - سلامة موسى، العقل الباطن، كلمات عربية للترجمة والنشر، القاهرة، د.ت، ص ١١٣، ١١٤.
- ٧٠ - ينظر: المصدر السابق، ص ١٢١.
- ٧١ - مجموعة باحثين، العولمة وتدايها على الوطن العربي، ط ١، سلسلة كتب المستقبل العربي (٢٤)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠٠٣، ص ١٨.
- ٧٢ - أحمد بدر. الاتصال بالجمهور بين الاعلام والدعاية والتنمية، وكالة المطبوعات، الكويت، ١٩٨١، ص ١٢٨.



- ٧٣ - إيمان منصور ندا، مصدر سبق ذكره، ص ١١١، ١١٥.
- ٧٤ - انتصار إبراهيم عبد الرزاق وصف دحسام الساموك، مصدر سبق ذكره، ص ٧٩-٨١.
- ٧٥ - للاطلاع على المزيد من اسلوب السفستانيين في التضييل لكلامي ينظر: كلود يونان، مصدر سبق ذكره.
- ٧٦ - محمد نبيل محمود عثمان، الدعاية والتضييل الإعلامي في الأفلام الأمريكية (دراسة تحليلية ٢٠٠١-٢٠١٢) رسالة ماجستير مقدمة إلى مجلس كلية الإعلام في جامعة البترا لاستكمال متطلبات نيل درجة الماجستير في الصحافة والإعلام، ٢٠١٥، ص ٤٥، ٤٦.
- ٧٧ - السنوس محمد السنوس، مصدر سبق ذكره، ص ٨٩، ٩١؛ وللمزيد عن رأي الاعلاميين في دور الاعلام في التضييل ينظر: صحيفة العرب القطرية، الأخبار لإطلاع الناس على الحقائق لا التلاعب بعقولهم، الأربعاء، ٢٩/١/٢٠١٤، السنة (٣٦) العدد ٩٤٥٣، ص ١٨.
- ٧٨ - ابن ماجه أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني، وماجة اسم أبيه يزيد (ت: ٢٧٣هـ)، سنن ابن ماجه، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، ج٢، دار إحياء الكتب العربية - فيصل عيسى البابي الحلبي، بيروت، د. ت، ص ١٣٩٥.
- ٧٩ - هريوتا. شيللر، مصدر سبق ذكره، ص ٩٥.
- ٨٠ - عبد الفتاح ابو معال، اثر وسائل الاعلام على الطفل، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠، ص ١٥.
- ٨١ - عفاف طباله، حول الدور الثقافي للتلفزيون، مجلة الاذاعات العربية، العدد (٣)، اتحاد اذاعات الدول العربية، تونس، ٢٠٠١، ص ٥٧.
- ٨٢ - محمود شمال حسن، سايكولوجية الخطاب في برامج البث الوافد من الفضاء، مجلة الحكمة، بغداد، العدد (٩)، ١٩٩٩، ص ٩٣.
- ٨٣ - محمد إبراهيم، التأثيرات المحتملة للبث التلفزيوني المباشر والاقمار الصناعية على نظم التلفزيون الوطنية في المنطقة العربية، مجلة تلفزيون الخليج، العدد (٣)، ١٩٩٤، ص ٧-٨.
- ٨٤ - حنان يوسف، الفضائيات وإدارة الأزمات في كتاب الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥، ص ٤٢٩-٤٣٠.

