مجلة العلوم السياسيّة

اسم المقال: اثر وسائل الاعلام في تشكيل المعرفة والوعي السياسي
اسم الكاتب: م.م. حسن هادي رشيد
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/371
تاريخ الاسترداد: 2026/11/01 07:48 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة العلوم السياسيّة جامعة بغداد ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

اثر وسائل الاعلام في تشكيل المعرفة والوعي السياسي

م.م. حسن هادي رشيد

الملخص :

لم يعد نشر المعرفة حكراً على المدارس والجامعات، ولا حتى الكتب، بل ومنذ ما يقارب القرنين أصبح للإعلام وما يزال دورً بارزً وكبيرً 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، الى 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، فان هذا التغيير الذي حصل خلال تسعينيات القرن الماضي جعل منها أكثر تأثيرا من سابق عهدها، وإذا كان عصر الفضائيات وشبكة الانترنيت قد أعلنا عن نفسيهما خلال العقود القليلة الماضية، إلا انه مع هذه المدة القصيرة من عمر الزمن، الا انها استطاعا أن تحققا 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 اختلافا جذريا من حيث الكم والنوع.

وإذا ما كنا نتحدث عن الجانب السياسي من هذه المعرفة، فان التأثير وصل إلى حد تغيير القناعة ومن ثم وصل الأمر إلى تغير الوعي السياسي الفردي والمجتمعي، وهو ما تتبعه وسائل الإعلام السياسي، وخاصة تلك الوسائل التي تمتلكها أو تتحكم بها أو تديرها أو تؤثر فيها شخصيات او أحزاب او 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 الامرين ينطلقان 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 نبحث 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 أهميه 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 وتغيبه 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:-

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

2- معرفة مدى إمكانية وسائل الإعلام في تغيير القناعات بصورة عامة، والسياسية بصورة خاصة.

3- 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 القناعات 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 بتغييب وتغيير 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 القناعات والوعي للفرد والمجتمع معا، وهذا متأتي 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 بالكم الهائل من وسائل الإعلام ولا بكم ما يطرحه من معلومات، بل بالتأثير على القناعات، وتشكيل الأفكار بالإقناع الايجابي او السلبي، ليصل الى صياغة الرأي العام الذي يهدف اليه 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.

أولا: 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[1]. وأعلمَ يُعلم، إعلامًا، أعلمه الأمرَ اي أخبره به وعرَّفه إيّاه، وأطلعه 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 32)، ويقال الخيل أعلم بفرسانها: يُضرب في الاستعانة بمن خبر الأمور وعرفها على حقيقتها[2].

الإعلام اصطلاحا: يعد مفهوم الإعلام كما أي مفهوم اخر 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 نمطا واحداً من أنماط الإعلام والإخبار والإبلاغ، أي ان الإعلام هو عملية نقل المعلومة إلى الأخر، وهو ايضا نشاط اتصالي يراد به نقل معلومات من طرف الى اخر. فيما مصطلح الاتصال يتسع ليشمل الإعلام والدعاية او الدعوة والعلاقات العامة والإعلان والحرب النفسية، أي جميع انواع الاتصال[3].

وفي تعريف اخر: هو وسيلة تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، أي تلك التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع، أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاههم وميولهم[4]. 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.

وعموما يشمل الإعلامكما 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 معينه، تؤثر فيها وتتأثر بها، وهناك تفاعل بين الاتصال والمجتمع[5].

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

ثانيا: مفهوم وسائل الإعلام السياسية.

يطلق مصطلح وسائل الإعلام على جميع الوسائل والأدوات التي تنقل الى الجماهير المتلقية ما يجري من حولها عن طريقة السمع والبصر[6]. وهناك من يري أن وسائل الإعلام هي: "التي تتجسد 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"[7]. فاغلب الوسائل اصبحت تعتمد على الانترنيت في البث والنشر هو ما اتجهت له حتى كبريات الصحف التي باتت تعتمد على النشر من خلال صفحات الانترنيت[8]، 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 واحدًا من أهم الإنجازات التي وصل إليها الإنسان في مجال الاتصالات، فان عكس هذا التطور بطبيعة الحال على الصحافة كمفهوم ووظيفة[9].

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 اصبح يمتلك سلطة واسعة في المراقبة وفي اثارة قضايا مهمة قد تطيح برؤساء دول فضلا عن الوزراء وكبار المسؤولين فضلا عن مسؤوليتهم الاخلاقية والقانونية، حتى اصبح اطلاق اسم السلطة الرابعة، امر واقع، وان لم يكن بهذه الصيغة القانونية، وهذه السلطة فضلا عن القوانين الصادرة التي تؤمن لها حرية الراي 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 الاكاذيب المقصودة، والتي تقف وراءها جهات لها اجندات خاصة، منها تغيير قناعات الجمهور[10].

ويرى البعض ان المسؤولية الأساسية التي تقع على عاتق وسائل الإعلام على اختلافها والتي تنحصر في أربع وظائف أساسية[11].

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

وثانيها الوظيفة التعليمية: وتكون بتقدم 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:

اولا: 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 يخترق 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.

1- 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. وأيضا يستعمل العلم في المحل الذي يحصل العلم لا بواسطة. والعرفان يستعمل في المحل الذي يحصل العلم بواسطة الكسب ، ولهذا يقال: (الله عالم) ولايقال: (عارف) ،كما لا يقال: (عاقل) فكذا الدراية فإنها لا تطلق على الله لما فيها من معنى الحيلة"[12].

وفي تعريف المعرفة فهي "حصيلة الامتزاج الخفي بين المعلومة والخبرة والمدركات الحسية والقدرة على الحكم، نتلقى المعلومات ونخرجها بما تدركه حواسنا، المعلومات وسيط لاكتساب المعرفة ضمن وسائل عديدة كالحدس والتخمين والممارسة الفعلية"[13].

2- 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[14]. ومن هذا يعتبر مفهوم الثقافة ملازما 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، لان دوره الم يعد يقتصر على توصيل الثقافة ونشرها، بل صارت تؤثر بشكل أساس في عملية انتقاء محتوى الثقافة، وحتى في إبداع هذا المضمون[15].

والمتفق عليه ان 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[16].

ويرى الباحثون ان التثقيف العفوي (أو غير المقصود) هو مواجهة دائمة من جانب وسائل الإعلام للفرد حيث تقدم له المعلومات بدون ان 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 [17].

ثانيا: 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 المرسلة والجهة المخاطبة أي المستقبلة، 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 أغرقتها تفاصيل الحياة اليومية، ولم تعد تملك الوقت الكافي، أو "رفاهية" الموضوعية، لتتحقق من مصداقية ما يعرض في وسائل الإعلام، ومن ثم ترتمي جماهير تلك المجتمعات، وهي مطمئنة، في أحضان التحيز الإعلامي بوصفها العملية الأيسر والأقل تكلفة لتسلم طواعية بصحة المقولات التي ترددها وسائل الإعلام[18]، 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 يبث عن وسائل الإعلام الحكومي هو الحقيقة المطلقة التي لا شك فيها، وهنا مكمن الخطورة. والتوعية السياسية قد تكون ايجابية وقد تكون سلبية، ويذهب أصحاب نظرية التبعية

السياسية انها تشدد على التأثير الايجابي لوسائل الاعلام في المحافظة على المشاركة الديمقراطية وتشجيعها[19].

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 بردود أفعالها في ضوء الإ قناع 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[20].

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 عموما يسالون أنفسهم ما هي النتائج التي نروم تحقيقها؟[21].

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 نبهوا كثيرا إلى تأثير برامج الأطفال على سلوك الطفل، إلا ان هذا التأثير قد انتقل إلى الكبار ورجال السياسة بالمقام الأول، وقد تأثر الكثير منهم ببرنامج نقاش المتضادين ومثال ذلك (الاتجاه المعاكس)، والذي مثل سمة ليس لهذا البرنامج بهذا الاسم والذي يبث 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 محطاتها الفضائية والذي قلد أسلوبه أو أسلوب ضيوفه كثيرون في برامج لم تكن بها هكذا مشاهد، مما يدلل 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، ويجي انجلوا)، والكثير غيرها.

وللإعلام اليوم سطوة ونفوذ في عصر ثورة الاتصال، والحق إن مكانة الإعلام تحمل في طياتها فرصًا لأن يكون التأثير إيجابيًا لصالح الإنسان ورقيه، إذا أحسن توظيف الوسائل الإعلامية، كما تحمل في طياتها مخاطبة أن يكون التأثير سلبيًا 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 دورًا كبيرًا في تشكيل ثقافة الإنسان المعاصر، حيث زالت الحدود أمام ثقافة الصورة فازدادت سلطتها ونفوذها، وأصبحت تمثل تهديدًا للخصوصيات الثقافية الحالية[22].

يمكن القول ان التلفزيون أكثر وسائل الاتصال الجماهيري حضوراً وتأثيرا في حياة المجتمعات، فالصوت والصورة جعلت من التلفزيون نافذة يطل من خلالها الأفراد على العالم بكل مجرياته ومع دخول التلفزيون عصر الأقمار الصناعية والبث الفضائي برز كقوة متعاظمة 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 أحيانا"[23]. فالتلفزيون وخاصة بعد انتشار الفضائيات وقياسا بالوسائل الأخرى يعد وسيلة اقتصادية من وسائل نشر الثقافة، وقد يكون بديلا 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 نهائي وهو التأثير في المشاهدين وتوجيههم لوجهة معينة، وفق خطط مدروسة، من خلال كل ما يبثه على الرغم مما يبدو حينا من تناقض بين هذه البرامج أو تضاد في موضوعاتها[24]. وهذا الامر ينطبق على أكثر ان لم نقل كل وسائل الإعلام وبمختلف توجهاتها، ويقول (هربرتأ. 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 التليفزيون 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 يالأهمية العنصر الواقعي في تشكيل آراء الناس"[25].

وبعد التقدم العلمي والتقني أصبحت هناك وسائل إعلام جديدة وهي تختلف عن الإعلام التقليدي القديم، وان كان الإعلام القديم قد استفاد بشكل كبير من هذه التقنية الفنية وتم تطويرها ليكون إعلاما جديدا، بدأ يؤثر على سلوك المجتمع ونمط حياته حتى العائلية بعد ان أصبحت "وسائل الاتصال اليوم اكثر (ذكاء) لأنها تتوفر على حواسيب صغيرة مدمجة فيها، وذلك حتى بالنسبة الى الاستعمالات الشخصية، وهو ما يوفر للمستعمل إمكانية التشفير وفك التشفير، وتخزين المعلومات، متجاوزا الاستعمال البسيط الذي كان يميز ما سبقها من وسائل الاتصال، فالهاتف النقال في نسخته الحالية لا يقدم فقط وظيفة الاتصال، وانما يمكن استعماله ايضا في معالجة النصوص والربط بشبكة الانترنيت، وبرمجة المواعيد والمكالمات... الخ"[26]. ومن خلال هذه الاجهزة يمكن الاطلاع على كل ما ينشر من وسائل اعلام رسمية وغير رسمية حتى اصبحت هنالك قنوات معروفة ومشهورة على مواقع النت ومنها "اليو تيوب"" والتي تنشر الغث منه والسمين، فاصبحت الحياة مرتبطة بهذه الوسائل اكثر حتى من التلفاز رغم انه يضع كل العالم بين يديك، وعملية التنقل من خلال الريموت اصبحت اكثر 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 الفردية 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[27]. 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[28]. 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، فضلا 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[29].

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"[30] أي التي تحد المعنى ولا يجب تجاوزه لمعنى اخر، وانهم اعتمد هذا المنهج في عموم مؤلفاتهم على تحديد معاني الألفاظ والمصطلحات التي تستخدم في مناقشاته، وطرحهم لأفكارهم بعد تحديد المصطلح. ويظهر هذا واضحاً في مقدمات كتبهم[31].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 بأمور 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[32].

ونحن وإذ نتحدث عن الفهم الخاطئ لبعض المصطلحات، فلا نقصد فئة من شرائح المجتمع دون أخرى، فالجهل والفهم الخاطئ للمصطلح والبناء على ذلك رأي وموقف يخص عامة الناس ومثقفيهم 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 متعمدة يتحمل الإعلام السياسي (وفق تعريفنا للإعلام السياسي) جزء كبير منها ويأتي ذلك من خلال.

1- 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"[33].

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[34].

وكما ان هناك مناورات عسكرية ايضا هناك مناورات بالتضليل الكلامية، خاصة عندما يكون للكلمة الواحدة معان متعددة ومترادفات دلالية وافرة، فيحصل عندها التلاعب بالمدلولات وبالمعاني ومن ثم بالأفكار، كالتلاعب بمعنى "الحرية" و"الديمقراطية"، و"العدالة"؛ فيقدمها المضلل للناس على انها 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، وليفبرك الدلالات باستعمال منظومة ضخمة من الاقوال، فيضخمها في اوساط الجماهير بواسطة وسائل الاعلام والدعاية كافة[35].

وهذه الوسائل كانت منطلقا لبث المفاهيم والمصطلحات الخاطئة، وفق ما تراه لتحقق مصالحها أو ما تطمح له، لا وفق دلالات المصطلح ومقاصده الحقيقية، والتي سينبني 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.

2- الجهل بالمفهوم والمصطلح السياسي من الاعلاميين، فالبعض من الإعلاميين يتخيل نفسه، أو هكذا ينظر له البعض من العامة ان الإعلامي يجب ان يكون ملم بجميع القضايا وان كل ما يقوله هو الصواب، وان كان هذا هو الإعلامي النزيه 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 الإعلامي المبدئي 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 الأخر، 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 احد أهم ركائز الوعي، إلا ان معرفة الحقوق والواجبات التي يتمتع بها المواطن تجاه السلطة السياسية، ومن يمثلها، هي قمة الوعي السياسي، وهو الذي نبحث فيه، حيث ان الوعي يتطلب التعرف على طبيعة النظام السياسي، ومتى يلتزم أو يخل هذا النظام بواجباته، ويستوجب محاسبته، والوقوف بوجه، 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 تعده أكثر أهميه من بالتأثير بالنخبة السياسية أو المثقفة، وان كانت هذه النخبة ليست ببعيدة 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 تاثيرها 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.

أولا: تعريف الوعي.

الوعي في اللغة هو: الحفظ والتقدير والفهم وسلامة الإدراك، وفي بيان ذلك ما جاء في الصحاح كان تقول: وَعَيْتُ الحديث أَعِيهِ وَعْياً. وأذنٌ واعِيَةٌ. و"الله أعلم بما يوعونَ"، أي ما يُضمرون في قلوبهم من التكذيب. ويقال: لا وَعْيَ عن ذلك الأمر. أي لا تماسُكَ دونه. ويقال هو أوعى من فلان أي أحفظ وأفهم ومنه الحديث فرب مبلغ أوعى من سامع[36].

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، فهنالك 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 شخصٍ لآخر، وعملية معرفة الوعي وقياسه فتحتاج الى تجارب والى سلسلة من الأسئلة التي قد تظهر نسبة معينة لكيفية تكوين الوعي عند الانسان[37].

والوعي اصطلاحا يعرف بأنه: "اتجاه عقلي يمكن الفرد من إدراك نفسه والبيئة المحيطة به بدرجات متفاوتة من الوضوح والتعقيد"[38]. كما ويعرف بأنه: عبارة عن مجموعة من المفاهيم والتصورات والآراء، والمعتقدات الشائعة لدى الأفراد في بيئة اجتماعية معينه، والتي قد تظهر في البداية بصورة واضحة لدى مجموعة منهم ثم يتم تبنيها من قبل الآخرون؛ لإقناعهم بأنها تعبر عن موقفهم[39].

ثانيا: 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 اي جريح ولهم من أحداث ووقائع[40]. ويعرف ايضاً بانه الادراك الصحيح لمجريات الواقع السياسي، ولما يحصل فيه من احداث وتطورات. بعبارة اخرى هو المعرفة الدقيقة لغايات القوى المؤثرة في العالم المحيط بنا ومعرفة الاهداف المستترة وراء مواقفها وتحركاتها ومشاريعها[41].

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[42].

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: "عرَّف علماؤنا الأجلاَّء، الوعيَ السياسيَّ بأنَّه إدراكٌ لواقع المسلمين وواقع العالم، بكلِّ ما يعنيه ذلك من معرفة طبيعة العصر، ومشكلات البشر، والقوى الفاعلة والمؤثِّرة– الظاهرة والخفيَّة– في مواقع القرار؛ لتكون هذه المعرفة مساعِدةً في حسن رعاية الأمَّة ومصالحِها، كما في دفع المفاسد والأخطار عنها، فإذا كان معنى السياسة في الإسلام رعاية شؤون الناس فيكون الوعي لازمًا لحسن القيام بهذه الرعاية"[43].

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 ظالما لشعبه، والوعي ضروري لغرض المشاركة في الحياة السياسية، فمقاطعة الانتخابات أو أي ممارسة سياسية، قد يكون

منها رفض النظام السياسي او اعتزاله عند اليأس من إصلاحه، فمثل هذه الممارسات لا يمكن فهمها الا ان 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 لمحيطه. لذلك ظهرت في العصر الحديث مؤسسات إعلامية أن شئت من اجل تكوين الاتجاهات وصناعة الرأي العام، مثلم كاتب العلاقات العامة[44]. 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، مصدرًا هامًا، بل وأهم مصدر نأخذ منه معارفنا ومعلوماتنا عن العالم المحيط بنا، فهي تلعب دورًا مؤثرًا 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[45].

اولا: أهمية الوعي السياسيّ

بعد ان 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 فان غياب الوعي السياسي كما نرى تعني خلاف ذلك، وإن أهمية الوعي السياسي تنبع من أهمية وخطورة السياسة في حياة البشر، كون السياسة لا تهتم 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 المجتمعات فإن أفرادها يتميزون بقوة الشعور بالولاء الوطني والمواطنة المسؤولة، فيقوم الأفراد بالمشاركة في الحياة العامة، ويسهمون طواعية في النهوض بالمجتمع 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 مجتمعهم، 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[46].

وبكيفية تحقيق الوعي الصحيح فيجب ان تتوفر الشروط التالية في الإنسان، ومن الجهات التي تريد نشر وعي حقيقي من غير زيف: **1**- فالإدراك ينبغي ان يكون صحيحا، أي ليس نابعا من اوهام أو الأعيب. **2**- المعرفة ينبغي ان تكون للغايات والاهداف المستترة وليس للظواهر. **3**- المعرفة متعلقة بالقوى المؤثرة وليس بالقوى المنفعلة[47].

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 مشاهدةً 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 أخر 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[48].

وإذا كان ذلك بالنسبة للفرد وكيفية حصوله على الوعي دون تأثيرات خارجية، فان 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، وتتنوع وتتعدد أدوات التنشئة السياسية التي تلعب أدوارا 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[49]. وتمثل وسائل الإعلام[*]بمختلف أنواعها عنصرًا مؤثرًا 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[50].

ولقد أصبح واضحًا أن وسائل الإعلام تمتلك من القوة والحرية ما يؤهلها؛ لكي تلعب دورًا بارزًا في رسم السياسات المحلية، والإقليمية والدولية، كما أصبحت وسائل الإعلام جزءًا من العملية السياسية تؤثر وتتأثر بها[51]. ونلاحظ من خلالها الدور الفاعل للنُخب السياسية القادرة على بناء تصورات الناس وإملاء سلوكهم، وهم الذين تسمح لهم مواقعهم بالسيطرة على المعلومات ومن ثم على أراء الشعب وتسهم وسائل الإعلام في زيادة الوعي – واتجاهاته[52]. ويرى احد الباحثين انه 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 ترددداته، 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"[53].

وهكذا نجد ان للإعلام دور في تشكيل الوعي السياسي وربط المستقبل بالإحداث المثيرة داخليا وخارجيا، وان وسائل الأعلام باعتبارها طرقاً لنشر الوعي السياسي تختلف باختلاف أنواعها وهي ذلك تبعا لتبعية تلك الوسائل، ففي داخل الأنظمة الشمولية تكون كل وسائل الأعلام بيد الحزب الحاكم أو السلطة المنفردة بحيث يفرض إرادته على أفكار العامة، على عكس ما نراه في الأنظمة الديمقراطية حيث تفرض وسائل الأعلام 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 اليها 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، فسنقتصر الأمر على وسيلتين فقط كونهما الأكثر تأثيراً من غيرهما:-

1- تأثير القنوات الفضائية في تغيير القيم الاجتماعية

ان شاشة التلفزيون وسيلة عرض لا أكثر، ولكنها حينما تخدم مضمونا معينا فإنها تتلبس به وتأخذ صفته وبهذا تتحول من تكنولوجية فقط إلى تكنولوجيا ذات طابع أيدلوجي، وقد تتضامن التكنولوجيا مع الأيدلوجيا 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 وعلي 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[54].

"ويستفيد جهاز تشكيل الوعي الشديد التنوع والذي يستخدم جميع الأشكال المألوفة للثقافة الشعبية-الكتب الهزلية، الرسوم المتحركة، الأفلام السينمائية، برامج الإذاعة والتليفزيون، الأحداث الرياضية، الصحف والمجالات-يستفيد لأقصى حد من هذا المفهوم الخاطئ كلية، إذ تضخ صناعة وسائل الاتصال ألوانا مختلفة من التسلية والترفيه المحملة بالقيمة، منكرة طول الوقت وجود أي تأثير فيما وراء الهروب المؤقت من الواقع وحالة الاسترخاء المنتشية"[55].

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 يبث[56].

2- العولمة والانترنيت وأثرها في تغيير الوعي

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

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 بموجبها أشكالاً جديدة من وسائل النقل وتكنولوجيا الاتصال المرئية، فخلقت نوعاً من التلاقي بين الأمم[57]. 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[58]، ويضاعف من أهمية هذا الانتقال المعرفي إن تقنيات الاتصال ذاتها قد بدأت بتحديث تقنياتنا الفكرية بشكل مستمر[59].وقد ساعد على هذا التحول السريع في وسائل الاتصالات إلى انتفاء المحتوى 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[60].

فالأيدولوجيات والمنظومات الفكرية المختلفة قد استغلت هذا التطور العلمي بما يخدم مصالحها بغض النظر عن القيم السائدة في المجتمعات التي تعارض المحتوى الذي تبثه، واذا كانت هنالك تكنلوجيا وتقينا قادرة على ايقاف هذا المحتوى، الا ان ذلك يتطلب امكانيات تقنية ومادية، واذا ما توفرت الامكانيات المادية فهي الاخرى تحتاج الى قدرة حقيقية من الدول وهذه القدرة تتمثل بكيفية الحصول على هذه التقنية ان كانت بيد من يبث، وثانيهما تحتاج الى استقلال سياسي لا يخضع لتلك الايديولوجيات او المنظومات الفكرية المهيمنة على مصادر العلم.

يعتقد احد الباحثين ان من سلبيات العولمة على المستوى الإعلامي والثقافي هي مسألة التماثل والتنميط الذي تحاول ان تفرضه بالعولمة الإعلامية التي تسعى من خلال تكنلوجيا 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 تشكلها 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 ايدلوجيا الاتصال القديم والحديث الا ان قدرة التكنلوجيا الحديثة والانترنت جعل التنميط والتجانس يصل إلى مستوى عالمي بعد ان كان على مستوى المواطن للدولة المعنية المخاطب بالإعلام التقليدي[61] 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 الوصل 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 شيللر) عن واقع الإعلام الأمريكي (اكبر 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 الت 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 تنحو عن عمد إلى استحداث معنى زائف، وإلى إنتاج وعي لا يستطيع أن يستوعب بإرادته الشروط الفعلية للحياة القائمة أو أن يرفضها، سواء على المستوى الشخصي أو الاجتماعي، ليست في الواقع سوى أفكار مموهة أو مضللة"[62]. أي ان متخذي القرارات وصانعي السياسيات قد يستخدمون وسائل الإعلام في إضفاء الطابع الخلاب على المواقف واستحداث معنى زائف لها وذلك للحصول على تأييد جماهيري[63]. وتعتمد قوة التأثير على ما تمتلكه وسيلة الإعلام من إمكانية مادية وفنية، 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.

اولا: 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 قناعات الشعوب، يستخدمون أحداها أو جميعها، أو المزاوجة 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 فأننا سنتطرق لأكثر من اسلوب يستخدم لهذا الغرض، بهدف الإحاطة بالموضوع ومن جوانب مختلفة.

1- تغيير القناعة

عادة ما تتم عملية تغيير القناعات من خلال البراهين والأدلة، وهنا نتحدث عن الإنسان الواعي والذي يبحث عن الحقيقة، والذي يحمل قدراً من الثقافة، ويجعله ذلك يميز بين الصح والخطاء، بين ما كان يؤمن به ويعتقد انه الأصح، إلى قناعة 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 فبالرغم من تأثر الناس بالأسطورة إلا ان الخطاب يبقى (خفقان ضوئي لحقيقة تولدت على مرأى من الجميع) تعتمد على وقائع معينة ولكنها تصاغ بشكل أو بأخر بحيث تؤثر في الجمهور من حيث السلوك والاتجاه[64].

2- تغيير وتغييب الوعي

إذا كنا قد اشرنا إلى ان تغيير القناعة يتم من خلال الأدلة والبراهين، فان تغيير الوعي أو تغيبه 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) للأخر، ويؤمن بان

كل ما يقوله الأخر هو الحقيقة المطلقة فقط، وهذا الأخر 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 الكارزمة، 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 المحطات الفضائية، بغض النظر عمن 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 بالجماهير 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[65].

والأمر لا يخص امة بذاتها ولا نظام دون أخر فقد اعتادت جميع الأنظمة السياسية في عالمنا العربي أن تحكم السيطرة علي كل شيء؛ علي 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 والسطوة، 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 ضلعاً ثابتاً من أضلاع الديمقراطية وحقاً مشروعاً أصيلاً للجميع[66]. وهذا ينطبق فقط على داخل تلك الدول، أما المعارضة في دولنا فيجب عليها ان تكون هي أو الأنظمة الحاكمة خاضعة لتلك الدول، لتنال الشرعية

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.

ثانيا: اهم النظريات واساليب الاعلام في تشكيل الوعي المزيف

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

1: تقنية التجزئة وفورية المتابعة.

ا -التجزيئية Fragementation بوصفها شكل اللاتصال:

تقوم تقنية التجزيء 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 يعمد 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 التوصيفية 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 يظلون غير واعين بأنه قد تم تضليلهم"[67].

٢ -فورية المتابعة الإعلامية **Immediacy of Information**.

وهي من التقنيات المهمة في تشكيل الوعي حيث يعمد أرباب الإعلام، إلى خلق ثقافة مجتمعية عامة تركز على أهمية المتابعة الفورية للأخبار، دون الاهتمام بالتفاصيل، ومن ثمَ 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 بائتاً.. و تكمن الخطورة في هذا النوع من الترويج في كون المتلقي لا يملك الوقت الكافي للتحليل، وللتعامل مع الأحداث وتسجيل المواقف. وترتبط الفورية ارتباطا وثيقا بعملية التجزئة، بل انها تشكل في الواقع عنصرا ضروريا 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 أيضا عملية الفهم. ورغم ذلك تظل "اللحظية أو الفورية" أي تسجيل الأحداث والتعليق عليها فور وقوعها من أهم مبادئ، الصحافة الأمريكية وأكثرها تبجيلا. ويُنظر إلى تلك الأنظمة الاجتماعية التي لا تقدم الإعلام الفوري، على أنها متخلفة بصورة ميئوس منها ومفتقرة إلى الكفاءة والعلمية أو انها فاشلة اجتماعيا، وتلك تهمة أكثر خطورة لوسائل الاعلام، فمثلا عند وقوع أزمة فعلية، أو حتى كاذبة، ينشأ حينها جوهستيري محموم 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[68].

3- سياسة التوكيد والتكرار:

والتكرار هو تتمة التوكيد الضرورية، ومن كرر لفظًا أو فكرًا أو صيغة تكريرًا متتابعًا 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[69]. وإذا كان التكرار والتوكيد قد استخدم في القرآن وهو كان وما زال يستخدم في الشعر والنثر وغيره من الآداب لتوكيد موضوعا ما حتى يكون هذا التكرار كافيًا أن يحدث رأيًا ثم معتقدًا كان يهدف اليه القائم بعملية التكرر للموضوع المطروح، وهو اصبح سمة بارزة في الإعلام كافة. والصحف لا يختلف الوضع فيها عن الوسائل المرئية، فالصحف التي تظهر كل يوم وتؤكد على موضوع او 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[70].

4- سياسة استعمال الصورة الذهنية.

الصورة الذهنية التي يكونها الانسان عن موضوع او 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 واخيرا كان الابهار بالصورة لتتجسد في ذهنية المستقبل وبشكل خاص لدى الأطفال. وقد ساهم التطور التقني الكبير الذي وصلت اليه وسائل الإعلام في انتشار ما يعرف بثقافة الصورة التي يطلق عليها ثقافة العولمة ومن مميزاتها انها ثقافة صورة أكثر مما تكون ثقافة مكتوبة ولها تأثير كبير على تجاوز الحدود والحواجز اللغوية بين المجتمعات الإنسانية[71]. 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[72].

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: شخصنة المواقف والاحداث، اضفاء الطابع الدرامي على المواقف والاحداث، تجزئة المواقف والأحداث، تنميط المواقف والاحداث (أي عودة الاشياء الى سابق عهدها من خلال استعمال الدراما)[73]

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[74].

5- سياسة التضليل 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 او اللقاء بهم بصورة مباشرة. ويمكن فهم التضليل الإعلامي على انه هو مجموعة من العمليات الممنهجة 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 اسلوب قديم وقد استخدم اول

الامر من قبل السفسطائيين[75]. ويعتقد البعض أن مفهوم التضليل بشكل عام هو الكذب، الذي هو عكس الحقيقة، وأن مفهوم التضليل لكي يحقق مبتغاه فانه لا يجب أن يكون عكس الحقيقة تماما، فهو يجب أن يحتوي على جزء من الحقيقة لكي يخفي معالم التضليل، ويستنكر وجوده؛ فمفهوم التضليل الإعلامي هو عرض جزء من الحقيقة، ومن ثم البناء الخاطئ على الحقائق والواضحة والثابتة، والموثقة، للوصول إلى تحقق 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 الخليط على حده، وهو ما اشرنا لها من التلاعب بالمصطلحات، فلئن كانت وسائل الإعلام قادرة على نشر المعرفة وتزويد الناسب المعلومات والحقائق الكفيلة بتوسيع آفاقهم، فإنها ايضا تستطيع تزييف الحقائق، ومن ثم تستطيع أن تفرض على الناس مفاهيم وآراء هابطة مضادة لما يتطلعون إليه من أهداف وقيم اجتماعية سامية[76].

ولأن التضليل المتعمد يعمل على قلب الحقائق وتزييفها، فانه يحاول أن يسيطر على العقول، من خلال (ترويج الشائعات، والكذب والتحريف، والتعتيم 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 فهنالك أسلوب الخلط الشديد بين الخبر والرأي، عندما يتم صياغة الخبر كانه رأي، وثانية بتقديم الرأي كانه خبر، بحيث لم يعد المشاهد او 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[77]. 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 مصلحيه من

خلال تضخيم الأمر ليلاقي 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، فعن رسول الله ﷺ "«الْكَلِمَةُ الْحِكْمَةُ ضَالَّةُ الْمُؤْمِنِ، حَيْثُمَا وَجَدَهَا فَهُوَ أَحَقُّ بِهَا»[78]، وهذه التقنية هي من المنشودة التي على المسلم الاستفادة منها بشكل يخدم الإسلام والمسلمين، لا للحرب عليهم.

اذا كان الانتباه والتمييز بين صحيح وزيف ما تبثه وسائل الاعلام هو اهم الوسائل لتلافي الاثار 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 المجتمع، 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 تبلد 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 التردي[79].

ويعدُ 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[80]. 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 بالموروث الثقافي للمجتمع بمخاطبة الجماهير المختلفة[81]. 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 سياسيا وعسكريا وثقافيا 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[82].

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[83]، وذلك بتوفير كوادر على مستوى عالٍ من الشعور بالمسؤولية تجاه الوطن لا المسؤول، لان المسؤول زائل والوطن هو الباقي، فضلا عن توفير أجهزة لإنتاج رسائل مؤثرة وتغيير في أساليب تقديم البرامج وصياغتها وبنائها الفني والاستفادة من امكانية الأقمار الصناعية في أنتاج 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[84].

وإذ يشهد العالم والمنطقة العربية ظهور عدد كبير من وسائل الإعلام وعلى رأسها القنوات الفضائية، وإذا كانت هذهِ الفضائيات ووسائل الإعلام المختلفة قد أحدثت العديد من التحولات الملموسة، كما حدثت تحولات في العديدمن المفاهيم والقيم، فان 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 الحقيقية والتزييف،

وهذا افتراض لا يمكن تحقيقه خاصة في ظل انتشار الامية في بعض المجتمعات وبصورتها الاولية (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 الصح 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 اصبح 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 ترفيهية 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 سلبا ام ايجابا، من تغييب للحقائق او تأكيدها، ومن ثم تغيير الافكار السابقة، وترسيخ القناعات 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 الارسال والاستقبال، ومع رخص وسهولة الاستعمال من قبل المستقبل (الانسان)، وسعة الانتشار حتى اصبحنا نسمع ونشاهد من في الصحراء وفي المناطق المنعزلة لم يعد يستغني عن وسائل الاعلام، بعد ان اصبحت وسائل الاتصال الحديثة لا تستخدم كوسيلة للاتصال فقط، وان هذه التقنية وان سمحت للمواطن ان يتنقل من وسيلة لأخرى وباقل جهد، الا ان هذه المرونة اوجدت اشكالية اخرى في كيفية معرفة ان ما يبث!، هل هو الحقيقة وليس شيئا اخر، فبعد ان اطل علينا هذا التنوع بالغث والسمين، واصبح متناول بيد الجميع العامل والجاهل، الباحث عن المجد والشهرة، او هادفا لنشر المعرفة الصحيحة؛ ولا يمكن التمييز بين الامرين الا لمن له ادارك 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 تما بما يدور من حوله، وان لا ينساق خلف كل ما تقوله وسائل الاعلام، وايٍ كانت جهة ارتباطها.

وتأتي أهيمه الوعي لازدياد دور وسائل الإعلام في التأثير السلبي على عقول ووعي المواطن البسيط والمثقف 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 المحطات 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 المحطات 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 اثارة الزوباعات الفارغة، فاصبح من الصعب امام هذا التنوع كما ونوعا ان تستطيع وسيلة واحدة ان تستقطب جموع المشاهدين حول قضية مصيرية 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، وبتوظيف 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، كمثل (الرياضة في أسبوع، مؤيد البدري، العلم للجميع، كامل الدباغ، السلامة العامة، ابتهاج الياور، عدسة الفن، خيرية حبيب)، فانك أي الاسمين تذكر فانه يدل على الأخر، 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 تهيئة 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 وتقاليد المجتمع والتي تؤدي إلى تكوين وبلورة الشخصية الايجابية ويكون ذلك من خلال.

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

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

2- 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.

4- تحديد الأهداف الإعلامية المطلوبة بدقة وتقسيمها مرحلياً وزمنياً؛ بحيث يشعر المواطن بأن هناك مشكلة مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بحياتهم وحياة أبنائهم وسلامتهم وسلامة المجتمع وأمنه، يحاول الاعلام ايجاد حل لها، لا استغلال هموم المواطنين ومشاكلهم لاغراض انتخابية او تسقيطيه للقوى المدافعة عنه.

5- الحرص على عدم استعمال وسائل الإعلام كوسائل للدعاية سواء للأحزاب السياسية والسلطة السياسية وشخصيّاتها، ليكون ذلك ضد تطلعات الشعوب وحريتهم في ابداء الراي، ويكون ذلك من خلال مراقبة هكذا اعلام مجتمعيا، 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:

[1] – محمود عبد الرحمن عبد المنعم، معجم المصطلحات والألفاظ الفقهية، ج1، دار الفضيلة، القاهرة، د.ت، ص 237.

[2] – أحمد مختار عبد الحميد عمر وآخرون، معجم اللغة العربية المعاصرة، ج2، ط1، عالم الكتب، د. م، 1429هـ، 2008م، ص 1541.

[3] – ينظر هاشم احمد نغيمش، الاعلام في الجامعات الاسلامية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، بغداد، 1427هـ، 2007م، ص 14،15.

[4] – عبد اللطيف حمزة، الاعلام له تاريخه ومذهبه، دار الفكر العربي، القاهرة، 1965، ص 75.

[5] – طه نجم، علم اجتماع المعرفة، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 1996، ص 153.

[6] – إبراهيم مذكور وآخرون، معجم العلوم الاجتماعية، ط1، هيئة المصرية للكتاب، القاهر، 1985، ص 64.

[7] – إحسان محمد الحسن، تأثير الغزو الثقافي على سلوك الشباب العربي، أكاديمية نايف العربية للعلوم الإنسانية، الرياض، 1998، ص 100. وللمزيد عن تنوع وسائل الإعلام وسعتها ينظر: مروان كجك، الأسرة المسلمة أمام الفيديو والتلفزيون، ط2، دار طيبة، الرياض، 1408هـ 1988م، ص 40،41.

[8] – للمزيد عن تطور الصحافة الالكترونية ينظر: علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري العلمية، عمان، 2014، وخالد محمد غازي، الصحافة الالكترونية الالتزام والانقلاب في الخطاب والطرح، وكالة الصحافة العربية ناشرون، الجيزة، 2016.

[9] – خالد محمد غازي، مصدر سبق ذكره، ص 7.

[10] – السنوس محمد السنوس، أضاءت في الوعي مداخل أساسية وقضايا شائكة، دار البشير، القاهرة، 1436هـ، 2015م، ص 85،88.

[11] – حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة، الدار المصرية اللبنانية، د. م، 1994، ص 167.

[12] – أبو البقاء أيوب بن موسى الحسيني الكفوي. كتاب الكليات، تحقيق : عدنان درويش – محمد المصري، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1419هـ، 1998م، ص 611، وينظر ايضا: مجموعة مؤلفين مجمع اللغة العربية بالقاهرة، المعجم الوسيط، ج2، دار الدعوة، القاهرة، د.ت، ص 624.

[13] – محمد على ابو العلا، التوثيق الاعلامي والنشر الالكتروني في ظل مجتمع المعلومات، دار العلم والايمان للنشر والتوزيع، دمشق، 2013، ص 12.

[14] – دوني كوش، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، ترجمة: قاسم المقداد، من منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق، 2002، ص 22.

[15] – أديب خضور، دراسات تلفزيونية – الدور التثقيفي للتلفزيون، دمشق، المكتبة الإعلامية، 1998، ص9.

[16]– فتح الباب عبد الحليم واخرون، وسائل التعليم والاعلام، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1976، ص 55.

[17]– سامي ذبيان، مدخل نظري وعملي الى الصحافة اليومية والاعلام الموضوع والقضية والتنفيذ ، ط1، دار المسيرة، بيروت، 1979، ص 51– 52.

[18] – علاء الشامي. وسائل الإعلام وتشكيل الصورة الذهنية .. قراءة في إشكالية التحيز الإعلامي، الخميس، 20 يونيو، 2013، http://omerhago.blogspot.com/2013/06/blog-post_8908.html.

[19] – مُحَمَّد بنهلال، الاعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية، ضمن مجموعة باحثين في الاعلام وتشكيل الراي العام وصناعة القيم، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013، ص 32.

[20] – نزهت محمود نفل، طبيعة العلاقة بين الخطاب الدعائي والخطاب السياسي، مجلة الباحث الاعلامي، العدد 4، جامعة بغداد، اذار 2008، ص 60.

[21] – المصدر السابق، ص 50.

[22] – 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 2010،المجلد 12، العدد 2، ص 151.

[23] – عبد الله الطويرقي، علم الاتصال المعاصر (دراسة في الانماط والمفاهيم وعالم الوسيلة الاعلامية في المجتمع السعودي) ، ط2، الرياض، مكتبة العبيكان، 1997، ص 248.

[24] – مروان كجك، مصدر سبق ذكره، ص 44.

[25] – هربرتأ. شيللر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، العدد 106، الكويت،1999م، ص 96.

[26] – مُحَمَّد بن هلال، مصدر سبق ذكره، ص 21.

[27] – أبو مُحَمَّد علي بن أحمد بن سعيد بن حزم الأندلسي (ت: 456هـ)، الإحكام في أصول الأحكام، ط1، دار الحديث، القاهرة، 1404هـ، ص 38.

[28] – 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، 2000م.، ص 206.

[29] – عبد السلام البسيوني، الغزو المصطلحي، مجلة البيان، (السنة: 14)، العدد 137، الرياض، المحرم، 1420هـ/ يونيو، 1999م، ص 134.

[30] – واصح العبارات في بيان معنى الحد والحقيقة هو: اختصاص المحدود بوصف يخلص له. وقد قيل فيه: انه الجامع المانع. وقيل هو اللفظ الوجيز المحيط بالمعنى. ينظر: أبو المعالي الجويني، الكفاية في الجدل، تقديم وتحقيق فوقية حسين محمود، مطبعة عيس البابي الحلبي وشركاءه، القاهرة، 1399هـ، 1979م، ص 2.

[31] – للمزيد عن هذه الاهمية وكيفية تحديد المصطلح ينظر: عبد العظيم الديب (المحقق). المقدمة، الجويني، نهاية المطلب في دراية المذهب، ط1، دار المنهاج، جدة، 1428هـ،2007م، ص م 215. وينظر: مثلاً الجويني. لمع الادلة في قواعد عقائد اهل السنة والجماعة، تقديم وتحقيق: فوقية حسين محمود، ط2، عالم الكتب، بيروت، 1407هـ، 1987م، من أول الكتاب، وما بعدها، وكذلك الجويني، الإرشاد الى قواطع الأدلة في أصول الاعتقاد، حققه، مُحَمَّد يوسف موسى وعلي عبد المنعم عبد الحميد، ط3، مكتبة الخانجي، القاهرة، 1422هـ، 2002م، ص 5 وما بعدها.

[32] – أبو المعالي الجويني، البرهان في أصول الفقه، تحقيق عبد العظيم الديب، ج1، ط1، جامعة قطر، الدوحة، 1399هـ، ص 82.

[33] – انتصار إبراهيم عبد الرزاق وصفد حسام الساموك، الإعلام الجديد .. تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، جامعة بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، 2011، ص 8.

[34] – جابر بيلايه الموندو جيينج هاماويل، السياسة المقارنة في وقتنا الحاضر-نظرة عالمية، ترجمة :هشام عبد الله، عمان، الدار الأهلية للنشر والترجمة، 1999، ص 66،67.

[35] – كلود يونان، التضليل الكلامي وآليات السيطرة على الرأي (الحركة السفسطائية نموذجا)، دار النهضة العربية، القاهرة، د.ت، ص 103،104.

[36] – للمزيد ينظر: الزَّبيدي. تاج العروس من جواهر القاموس، ج40، دار الهداية، بيروت، د.ت، ص 216، وينظر: إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، دار الدعوة، تحقيق: مجمع اللغة العربية، ج2، ص 1044.

[37] – للمزيد عن الوعي وكيفية معرفته والية قياسه ينظر: سوزان بلاكمور، الوعي، ترجمة: مصطفى مُحَمَّد فؤاد، ط1، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، القاهرة،٢٠١٦م.

[38] – إبراهيم مذكور وأخرون، مصدر سبق ذكره، ص 644.

[39] – موسى عبد الرحيم حلس وناصر علي مهدي، مصدر سبق ذكره، ص 142.

[40] – مُحَمَّد عبد الله الحورش، 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،2012م، ص 10.

[41] – عمار حمادة، الوعي والتحليل السياسي، ط1، دار الهادي، بيروت، 1426هـ، 2005، ص 29.

[42] – مُحَمَّد عبد الله الحورش، مصدر سبق ذكره، ص 10.

[43] – فتحي يكن، أهمية الوعي السياسي في العمل الإسلامي، http://www.ikhwanwiki.com/index.php?title.

[44] – انتصار إبراهيم عبد الرزاق وصفد حسام الساموك. مصدر سبق ذكره، ص ص 79،80.

[45] – موسى عبد الرحيم حلسو ناصر علي مهدي. مصدر سبق ذكره، ص 146.

[46] – مُحَمَّد عبد الله الحورش. مصدر سبق ذكره، ص 28.

[47] – عمار حمادة، مصدر سبق ذكره، ص 29.

[48] – المصدر السابق، ص 47.

[49] – مُحَمَّد عبد الله الحورش، مصدر سبق ذكره، ص 31،41.

* – ولان بحثنا هذا يهتم بالجانب الإعلامي فسيتم التركيز على هذا الجانب دون الدخول في تفصيل العوامل الاخرى.

[50] – مُحَمَّد سعد إبراهيم، الإعلام التنموية والتعددية الحزبية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص 269.

[51] – أحمد مصطفي عمر، إعلام العولمة وتأثيره في المستهلك، مجلة المستقل العربي، بيروت، السنة 23،العدد:256، 2003، ص 63–72.

[52] – أحمد بن راشد بن سعيد، قوة الوصف، دراسة في لغة الاتصال السياسي ورموزه، عالم الفكر، المجلد 32،العدد1، 2003، ص 211–230؛ وللمزيد عن دور النخب في الهيمنة على وسائل الاعلام واستعمالها في فرض رويتها على المجتمع ينظر: مُحَمَّد بن هلال، مصدر سبق ذكره، ص 25 وما بعدها.

[53] – انتصار إبراهيم عبد الرزاق وصفد حسام الساموك، مصدر سبق ذكره، ص 51؛ للمزيد عن حيادية وموضوعية وسائل الاعلام في طرح المواضيع ينظر: السنوس مُحَمَّد السنوس، مصدر سبق ذكره، ص 91.

[54] – طه نجم. مصدر سبق ذكره، ص 154.

[55] – المصدر السابق، ص 96.

[56] – ايمن منصور ندا، الصورة الذهنية والاعلامية: عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير، المدينة برس، القاهرة، 2004، ص 105.

[57] – انتصار إبراهيم عبد الرزاق وصفد حسام الساموك، مصدر سبق ذكره.، ص 13.
[58] – فاروق أنيسجرار، الرسالة والصورة: قضايا معاصرة في الإعلام، عمان، وزارة الثقافة، 2001 ، ص25.
[59] – انتصار إبراهيم عبد الرزاق وصفد حسام الساموك، مصدر سبق ذكره.، ص 18.
[60] – العولمة والثورة التكنولوجية وأثرها في المجتمع. 18 – سبتمبر / أيلول 2010م،
http://elmaram.blogspot.com/2011/01/blog-post_1654.html
[61] – للمزيد ينظر: باسل عبد المحسن القاضي، تداول المعلومات عبر الانترنت وأثره في تشكيل الوعي في عصر العولمة، الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك ، 2007.
[62] – هربرت أ. شيللر،مصدر سبق ذكره،ص 5.
[63] – ايمن منصور ندا، مصدر سبق ذكره، ص 137.
[64] – نزهت محمود نفل، مصدر سبق ذكره، ص 57
[65] – إبراهيم زيد الكيلاني، الرأي العام في المجتمع الإسلامي، ط16، الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة، 1404هـ،1984م، ص 249.
[66] – علاء الشامي. مصدر سبق ذكره، نت.
[67] – هربرتأ. شيللر، مصدر سبق ذكره، ص 31.
[68] – المصدر السابق، ص 35. وينظر عن هذه الآلية، ايمن منصور ندا، مصدر سبق ذكره، ص 115.
[69] – سلامة موسى، العقل الباطن، كلمات عربية للترجمة والنشر، القاهرة، د.ت، ص 113،114.
[70] – ينظر: المصدر السابق، ص 121.
[71] – مجموعة باحثين، العولمة وتداعياتها على الوطن العربي، ط1، سلسلة كتب المستقبل العربي (24) ، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2003، ص18.
[72] – احمدبدر.الاتصالباجماهيربينالإعلاموالدعايةوالتنمية،وكالةالمطبوعات، الكويت، 1981، ص 128.
[73] – ايمن منصور ندا، مصدر سبق ذكره، ص 111،115.
[74] – انتصار إبراهيم عبد الرزاق وصف دحسام الساموك، مصدر سبق ذكره، ص 79– 81.
[75] – للاطلاع على المزيد من اسلوب السفسطائيين في التضليل لكلامي ينظر: كلود يونان، مصدر سبق ذكره.
[76] – مجد نبيل محمود عثمان، الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الأمريكية (دراسة تحليلية 2001–2012) رسالة ماجستير مقدمة إلى مجلس كلية الإعلام في جامعة البترا لاستكمال متطلبات نيل درجة الماجستير في الصحافة والإعلام، 2015، ص 45،46.
[77] – السنوس مُحَمَّد السنوس، مصدر سبق ذكره، ص ص 89،91؛ وللمزيد عن راي الاعلاميين في دور الاعلام في التضليل ينظر: صحيفة العرب القطرية، الأخبار لإطلاع الناس على الحقائق لا التلاعب بعقولهم، الأربعاء، 2014/1/29، السنة (36) العدد9453، ص 18.
[78] – ابن ماجة أبو عبد الله مُحَمَّد بن يزيد القزويني، وماجة اسم أبيه يزيد (ت: 273هـ)، سنن ابن ماجه، تحقيق: مُحَمَّد فؤاد عبد الباقي، ج2، دار إحياء الكتب العربية – فيصل عيسى البابي الحلبي، بيروت، د. ت، ص 1395.
[79] – هربرتأ. شيللر، مصدر سبق ذكره، ص 95.
[80] – عبد الفتاح ابو معال، اثر وسائل الاعلام على الطفل، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2000، ص15.
[81] – عفاف طبالة، حول الدور الثقافي للتلفزيون، مجلة الاذاعات العربية، العدد (3)، اتحاد اذاعات الدول العربية، تونس، 2001، ص57.
[82] – محمود شمال حسن، سايكلوجية الخطاب في برامج البث الوافد من الفضاء، مجلة الحكمة، بغداد، العدد (9)، 1999، ص 93.

[83] – محمد إبراهيم، التأثيرات المحتملة للبث التلفزيوني المباشر والاقمار الصناعية على نظم التلفزيون الوطنية في المنطقة العربية، مجلة تلفزيون الخليج، العدد (3)، 1994، ص7– 8 .

[84] – حنان يوسف، الفضائيات وإدارة الأزمات في كتاب الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005، ص429–430.

References :

1- Ahmoud Abdel-Rahman Abdel-Moneim, Glossary of Terms and Jurisprudence, Part 1, Dar Al-Fadila, Cairo, D.T., p. 237.
2 - Ahmed Mukhtar Abdel Hamid Omar and others, Lexicon of Contemporary Arabic Language, Part 2, 1st Edition, World of Books, Dr. M, 1429 AH, 2008 CE, p. 1541.
3 - Hashem Ahmed Ngimish, the media in Islamic universities, see 1st edition, Dar Al-Fajr for publication and distribution, Baghdad, 1427 AH, 2007 AD, p. 14,14.
4- Abd al-Latif Hamza, the media has its history and doctrine, Dar al-Fikr al-Arabi, Cairo, 1965, p. 75.
5- Taha Negm, Sociology of Knowledge, University Knowledge House, Alexandria, 1996, p. 153.
6 - Ibrahim Madkour et al., Dictionary of Social Sciences, 1st edition, The Egyptian Book Organization, Al-Qaher, 1985, p. 64.
7- Ihsan Muhammad Al-Hassan, The Impact of Cultural Invasion on the Behavior of Arab Youth, Naif Arab Academy for Humanities, Riyadh, 1998, p. 100. For more on the diversity and capacity of the media, see: Marwan Kajk, Muslim family in front of video and television, 2nd floor, Dar Taiba, Riyadh. 1408 AH 1988 CE, p. 41.40.
8- For more on the development of electronic journalism, see: Ali Abdel-Fattah Kanaan, electronic journalism in light of the technological revolution, Dar Al-Yazouri Scientific, Amman, 2014, and Khaled Mohammed Ghazi, electronic journalism commitment and coup in discourse and offering, Arab Press Agency Publishers, Giza, 2016.
9- Khaled Muhammad Ghazi, previously mentioned source, p. 7.
10- Al-Senus Muhammed Al-Senus, illuminated essential awareness and thorny issues, Dar Al-Bashir, Cairo, 1436 AH, 2015 AD, pp. 88,85.
11 - Hassan Imad Makkawi, Media Ethics: A Comparative Study, The Egyptian Lebanese House, Dr. M, 1994, p. 167.
12- Abu Al-Baqaa Ayoub bin Musa Al-Husseini Al-Kafawi. College book, investigation: Adnan Darwish - Muhammad Al-Masry, Al-Risala Foundation, Beirut, 1419 AH, 1998 AD, p. 611, and see also: A group of authors from the Arabic Language Academy in Cairo, The Intermediate Dictionary, Part 2, Dar Al-Dawa, Cairo, D.T., p. 624.
13- Muhammad Ali Abu Al-Ela, Media Documentation and Electronic Publishing in the Shadow of the Information Society, Dar Al-Ilm and Iman for Publishing and Distribution, Damascus, 2013, p. 12.
14- Donnie Cush, The Concept of Culture in Social Sciences, translation: Qasim

Al-Miqdad, published by the Union of Arab Writers, Damascus, 2002, p. 22.
15- Adeeb Khaddour, TV studies - the educational role of television, Damascus, media library, 1998, p. 9.
16-The door was opened by Abdel Halim et al., Teaching and Media, 2nd edition, World of Books, Cairo, 1976, p. 55.
17- Sami Dhebian, a theoretical and practical introduction to the daily press, the media, the issue, the case and implementation, 1st edition, Dar Al-Masirah, Beirut, 1979, pp. 51-52.
18-Alaa Al-Shami. Media and the formation of the mental image .. Reading in the problem of media bias, Thursday, June 20, 2013, http://omerhago.blogspot.com/2013/06/blog-post_8908.html.
19- Mohamed Benhilal, New Media and the Issue of Developing Political Practice, within a Group of Researchers in Media, Shaping Public Opinion and Making Values, 1st edition, Center for Arab Unity Studies, Beirut, 2013, p. 32.
20- Nazhat Mahmoud Nafal, The nature of the relationship between propaganda and political discourse, Journalist Researcher, No. 4, University of Baghdad, March 2008, p. 60.
21- Ibid., P. 50.
22 - Musa Abdel Rahim Helles and Nasser Ali Mahdi, The role of the media in shaping social awareness among Palestinian youth (a field study on his eye from students of the Faculty of Arts, Al-Azhar University - Gaza), Al-Azhar University Journal in Gaza, Humanities Series 2010, Volume 12, No. 2, P. 151.
23- Abdullah Al-Tuwairqi, Contemporary Communication Science (A Study of Patterns and Concepts and the World of Media in Saudi Society), 2nd Edition, Riyadh, Al-Obeikan Library, 1997, p. 248.
24 - Marwan Kajak, previously mentioned source, p. 44.
25 - Herbert. Schiller, Mind Manipulators, translated by Abd al-Salam Radwan, World of Knowledge Series, No. 106, Kuwait, 1999, p. 96.
26 - Muhammad bin Hilal, previously mentioned source, p. 21.
27 - Abu Muhammad Ali bin Ahmed bin Saeed bin Hazm al-Andalusi (Tel: 456 AH), Al-Hikam in the Fundamentals of Rulings, 1st edition, Dar Al-Hadith, Cairo, 1404 AH, p. 38.
28 - Al-Boshikhi witness, looks at the terminology approach and the extent of interest of Imam Al-Haramain Al-Juwayni in his book (Al-Kafiya), within a group of researchers on the millennium anniversary of Imam Al-Haramain Al-Juwayni, College of Sharia and Islamic Studies, Qatar University, 2000., p. 206.
29 - Abd al-Salam al-Basyouni, the terminology invasion, Al-Bayan Magazine, (Year: 14), No. 137, Riyadh, Muharram, 1420 AH / June, 1999 AD, p. 134.
30 - The clearest statement in explaining the meaning of the limit and the truth is: the competence of the limited with a description that concludes it It was said in it: It is the inhibitor collector. It was said is the brief word surrounding the meaning. See: Abu Al-Ma'ali Al-Juwaini, Sufficiency in Controversy, Presentation and Verification of the Imam Husayn Mahmoud, Essa Al-Albani Al-Halabi and his Partners Press, Cairo, 1399 AH, 1979 AD, p. 2.
31 - For more on this importance and how to define the term, see: Abdel-Azim

El-Deeb (investigator). Introduction, Al-Juwayni, The End of the Requirement in Knowing the Doctrine, 1st Floor, Dar Al-Minhaj, Jeddah, 1428 AH, 2007 AD, P. 215. See, for example, Al-Juwayni. Shine evidence in the rules of the doctrines of the Sunnis and the community, presentation and investigation: Fawcain Hussein Mahmoud, 2nd edition, World of Books, Beirut, 1407 AH, 1987 AD, from the first book and beyond, as well as al-Juwayni, guidance to the evidence breakers in the origins of belief, achieved by, Muhammad Youssef Musa And Ali Abdel-Moneim Abdel-Hamid, 3rd floor, Al-Khanji Library, Cairo, 1422 AH, 2002 AD, p. 5 and beyond.

32- Abu al-Ma'ali al-Juwayni, The Evidence in Fundamentals of Jurisprudence, Achievement by Abd al-Azim al-Deeb, part 1, i 1, Qatar University, Doha, 1399 AH, p. 82.

33- Intisar Ibrahim Abdul-Razzaq and Safed Hussam Al-Samouk, New Media ... Evolution of Performance, Means and Function, University of Baghdad, University House for Printing, Publishing and Translation, 2011, p. 8.

34- Jaber Yale, El Mundo Gibbing Hampowell, Comparative Politics in the Present Time - A Global View, Translation: Hisham Abdullah, Amman, Al-Ahlya for Publishing and Translation, 1999, pp. 67,66.

35- Claude Younan, Verbal Misinformation and Opinion Control Mechanisms (The Sophistic Movement as an Example), Arab Renaissance House, Cairo, D.T., pp. 104.103.

36- See more: Al-Zubaidi. The bride's crown of the dictionary jewels, vol. 40, Dar Al-Hidaya, Beirut, D.T., p. 216, and seen: Ibrahim Mustafa and others, The Intermediate Dictionary, Dar Al-Da`wa, Investigation: The Arabic Language Academy, Part 2, p. 1044.

37 - For more on awareness and how to know it and a measuring mechanism, see: Suzan Blackmore, Awareness, translation: Mostafa Mohamed Fouad, 1st edition, Hindawi Foundation for Education and Culture, Cairo, 2016 AD.

38 - Ibrahim Madkour and others, a previously mentioned source, p. 644.

39 - Musa Abd al-Rahim Helles and Nasir Ali Mahdi, previously mentioned source, p. 142.

40 - Muhammad Abdullah Al-Horash, Awareness and Political Participation among the Yemeni Citizen, Field Study (Case Study of the Capital Secretariat, Sana'a), Master Thesis in Unpublished Political Science, College of Arts and Sciences, Middle East University, Amman, 2012, p. 10.

41- Ammar Hamadeh, Awareness and Political Analysis, First Edition, Dar Al-Hadi, Beirut, 1426 AH, 2005, p. 29.

42- Muhammad Abdullah al-Horsh, previously mentioned source, p. 10.

43- Fathi Yakan, the importance of political awareness in Islamic work, http://www.ikhwanwiki.com/index.php?title.

44- Intisar Ibrahim Abdel-Razzaq and Safed Hussam Al-Samouk. Source previously, pp. 80,79.

45-Musa Abdul Rahim Hulu Nasir Ali Mahdi. Source previously, p. 146.

46- Mohammed Abdullah Al-Horash. Source previously, p. 28.

47- Ammar Hamadeh, previously mentioned source, p. 29.

48- Ibid., P. 47.
49- Muhammad Abdullah al-Horsh, previously mentioned source, pp. 31,41.
* - Because our research deals with the media aspect, we will focus on this aspect without going into detailing other factors.
50- Muhammad Saad Ibrahim, Developmental Media and Party Pluralism, Dar Al-Kutub Al-Alami for Publishing and Distribution, Cairo, 2004, p. 269.
51- Ahmed Mustafa Omar, Globalization Media and its Impact on the Consumer, Al-Mustaqbal Al-Arabi, Beirut, Year 23, Issue: 256, 2003, pp. 63-72.
52- Ahmed bin Rashid bin Saeed, The Power of Description, A Study in the Language and Symbols of Political Communication, The World of Thought, Volume 32, No. 1,2003, pp. 211-230; for more on the role of elites in dominating the media and using them to impose their narratives on society, see: Muhammad Bin Hilal, source previously mentioned, p. 25 and beyond.
53- Intisar Ibrahim Abdel-Razzaq and Safed Hussam Al-Samouk, previously mentioned source, p. 51
54- Taha Najm. Source previously, p. 154.
55- Ibid, 96.
56- Ayman Mansour Nada, Media and Intellectual Image: Formation Factors and Change Strategies, Al-Madina Press, Cairo, 2004, p. 105.
57- Intisar Ibrahim Abd al-Razzaq and Safed Hussam al-Samuk, previously mentioned source, p. 13.
58- Farouk Anisjarrar, The Message and the Image: Contemporary Issues in the Media, Amman, Ministry of Culture, 2001, p. 25.
59 - Intisar Ibrahim Abd al-Razzaq and Safed Hussam al-Samuk, previously mentioned source, p. 18.
60- Globalization and the technological revolution and its impact on society. September 18 2010
http://elmaram.blogspot.com/2011/01/blog-post_1654.html
61- See more: Basil Abdul Mohsen Al-Qadi, Information circulation via the Internet and its effect on shaping awareness in the era of globalization, Arab Open Academy in Denmark, 2007.
62 - Herbert A. Schiller, previously cited source, p. 5.
63- Ayman Mansour Nada, previously mentioned source, p. 137.
64- Nazhat Hammoudenfel, previously mentioned source, p. 57
65- Ibrahim Zaid al-Kilani, Public Opinion in the Islamic Society, 16th Edition, The Islamic University, Medina, 1404 AH, 1984 AD, p. 249.
66- Alaa Al-Shami. Source previously mentioned, Net.
67- Herbert. Schiller, previously cited source, p. 31.
68 - Previous source, p. 35. This mechanism is viewed by Ayman Mansour Nada, a previously mentioned source, p. 115.
69- Salama Musa, The Subconscious, Arabic Words for Translation and Publishing, Cairo, D.T., p. 114,113.
70 - See: Previous source, p. 121.
71-Researchers Group, Globalization and its Implications for the Arab World, 1st Edition, Arab Future Books Series (24), Center for Arab Unity Studies,

Beirut, 2003, p. 18.
72- Ahmad Badr, Mass Communication between Advertising, Publicity and Development, Publications Agency, Kuwait, 1981, p. 128.
73- Ayman Mansour Nada, previously mentioned source, pp. 115,111.
74- Intisar Ibrahim Abd al-Razzaq Describing Dahsam al-Samuk, previously mentioned source, pp. 79-81.
75- To see more of the sophists 'method of misleading my words, consider: Claude Jonah, a source already mentioned.
76- Majd Nabil Mahmoud Othman, Advertising and Misinformation in American Films (Analytical Study 2001-2012), Master Thesis submitted to the Council of the Faculty of Information at Petra University to complete the requirements for obtaining a master's degree in journalism and media, 2015, p. 46.45.
77 - Al-Senus Muhammed Al-Senus, a previously mentioned source, pp. 91,89; (No. 9453, p. 18.
78 - Ibn Majah Abu Abdullah Muhammad bin Yazid al-Qazwini, and Majah, the name of his father Yazid (d .: 273 AH), Sunan Ibn Majah, investigation: Muhammad Fuad Abd al-Baqi, vol. 2, House for the Revival of Arabic Books - Faisal Isa al-Babi al-Halabi, Beirut, d. T, p. 1395.
79 - Herbert. Schiller, previously cited source, p. 95.
80 - Abdel-Fattah Abu Maal, The effect of the media on the child, Amman, Dar Al-Shorouk for Publishing and Distribution, 2000, p. 15.
81 - Afaf Tabbala, on the cultural role of television, Journal of Arab Broadcasting, No. (3), Union of Arab Broadcasting, Tunis, 2001, p. 57.
82 - Mahmoud Shamal Shamal, Psychology of Discourse on Broadcasting from Space Programs, Al-Hikma Magazine, Baghdad, Issue (9), 1999, p. 93.
83 - Mohamed Ibrahim, The Potential Effects of Live TV and Satellite Broadcasting on National TV Systems in the Arab Region, Gulf Television Magazine, Issue (3), 1994, pp. 7-8.
84- Hanan Youssef, Satellite TV and Crisis Management in the book of Arab Satellite TV and the Variables of the Age, Cairo, Egyptian Lebanese House, 2005, pp. 429-430.