

أثر وسائل الإعلام على الوعي المجتمعي.

The impact of the media on community awareness

أحمد معط الله.

جامعة تبسة العربي التبسي (تبسة) ahmed.maatallah@yahoo.com

تاريخ النشر: 2022 / 09 / 30

تاريخ القبول: 2022 / 09 / 03

تاريخ الإستلام: 2022 / 07 / 14

ملخص:

تعتبر وسائل الإعلام المختلفة، أحد أهم العوامل المؤثرة في تكوين ثقافة المجتمع وأفراده، وفي بناء الوعي الفردي والجمعي داخل المجتمعات البشرية، ومن إفرازات الثورة الإلكترونية، والتطور الهائل في وسائل الاتصال، وظهور ما يُسمى بالاتصال الجماهيري، حدث تغيير في نظرة الناس للحياة وصحب ذلك تغير في الرؤى والمواقف، وأصبحت تأثيرات وسائل الإعلام جلية في جميع مناحي الحياة. ووسائل الإعلام لا تزودنا فقط بالمعلومات عن القضايا والأحداث التي تجري من حولنا محليا وإقليميا وعالميا، بل تزودنا وكذلك تبني لدينا منظورا معيناً اتجاهها، وبالأحرى تبني وعينا وفهمنا لها، وتتدخل وسائل الإعلام في إعادة بناء منظومة القيم لدينا وإعادة صياغة الأولويات في مناحي الحياة لدى الأفراد والمجتمعات، وهي بذلك تعيد بناء الوعي المجتمعي وفق منظور معين.

الكلمات المفتاحية: وسائل الاعلام؛ ثقافة المجتمع؛ الإتصال؛ القيم؛ تأثير؛ الوعي المجتمعي

Abstract:

The various means of communication (media) are considered one of the most important factors influencing the formation of the culture of society and its members, and in building.

Individual and collective awareness within human societies, and from the secretions of the electronic revolution, and the tremendous development

In the means of communication, and the emergence of the so-called mass communication, there has been a change in people's view of life

This was accompanied by a change in visions and attitudes, and the influence of the media became evident in all aspects of life.

And the media not only provide us with information about the issues and events that are taking place around us locally, regionally and globally, but also provide us with a certain perspective towards them, and rather our awareness and understanding of them, and the media intervene in rebuilding our value system and reformulating priorities in the aspects of life of individuals and societies, thus rebuilding societal awareness according to a certain perspective.

Keywords: *media, community culture, communication, values, influence, community awareness.*

مقدمة:

من سمات عصرنا الراهن أنه " عصر الصورة "، مما يعني هيمنة الصورة وسيادتها لتكون إحدى أهم أدوات عالمنا المعرفية والثقافية والاقتصادية، والصورة ليست أمراً مستجداً في التاريخ الإنساني، وإنما تحولت من الهامش إلى المركز ومن الحضور الجزئي إلى موقع الهيمنة والسيادة على غيرها من العناصر والأدوات الثقافية والإعلامية، إن الصورة حلت محل أدوات المعرفة وأدوات نقل الثقافة كالجريدة والكتاب، وما يلاحظ في عصرنا الحالي هو انخفاض كبير ولافت للنظر لقراء الجرائد والكتب وفي المقابل ظهرت وسائل تكنولوجية تتميز بالسرعة والتدفق الكبير للمعلومة، فلو أخذ مثلاً متبعي الفيسبوك أو التويتر أو اليوتيوب سنجدهم بالملايين، في حين أن متبعي الصحف والجرائد والكتب أعدادهم لا تتجاوز بضعة آلاف، هكذا حلت الصورة مكان الوسائل الثقافية التقليدية، وأصبحت السمة البارزة لعصرنا الحالي وسمي تبعاً لذلك هذا العصر بعصر الصورة .

وتلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في توجيه الوعي المجتمعي وتحديده، وترتبط وسائل الإعلام بالسلطة ارتباطاً وثيقاً فقد غدت إحدى أهم الوسائل التي تعتمد عليها لتمرير خطابها وللترويج لسياساتها.

ففي ما تتجلى تأثيرات وسائل الإعلام على الوعي المجتمعي؟ وما علاقة ذلك بالسلطة؟

1- وسائل الإعلام ودورها في تسطيح الوعي وتوجيه الرأي العام وعلاقتها بالسلطة:

ولئن كان لوسائل الإعلام ومختلف الوسائط التكنولوجية الأخرى كالانترنت وتطبيقاتها محاسن وفوائد كثيرة، إلا أنها لعبت دوراً كبيراً في تزييف الحقائق، وتوجيه الوعي وتسطيحه وجعله وعياً زائفاً، سهل الاختراق والتوجيه والتنميط، فقد لعبت وسائل الإعلام دوراً في تنميط المجتمعات الإنسانية- خاصة في العالم الثالث - وتوجيهها وجهة محددة، هي ترسيخ ثقافة الاستهلاك والتسليع، وجعلت الوعي لدى شعوبها سطحياً وهشاً، بغية التحكم في هذه الشعوب واختراقها تمهيداً للتدخل في شؤونها واستغلال ثرواتها، وجعلها أسواق مفتوحة لكل ما تنتجه.

وقد وظفت السلطة الإعلام في الحفاظ على بقائها واستمرارها، ويقوم الإعلام بدوره كأداة للسلطة من خلال أربعة وظائف رئيسية هي: تبرير وجود السلطة ومنحها المشروعية، والإشادة بمنجزاتها، والتنديد بخصوصيتها، وبهذا الدور الدعائي أصبحت وظيفة وسائل الإعلام أقرب إلى الدعاية منها إلى الإعلام، ولكن هذا الدور الدعائي المؤيد للسلطة هو الغالب على طبيعة العلاقة بين الإعلام والسلطة (أبو زيد، 2007، ص35)، فقد استطاعت السلطة في كل البلدان وخاصة في العالم الثالث وفي الدول العربية أن تبسط سيطرتها على المجال الإعلامي، واستخدمته وجعلته وسيلة للدعاية ولتزيين صورتها وللإشادة بمنجزاتها واستعملته أيضاً للدعاية المضادة، لتشويه صورة المناوئين والمعارضين وتخوينهم ولإلصاق التهم بهم، وإبطال تأثيراتهم بالرأي العام.

إن ثورة الاتصال الثالثة هي الثورة الإلكترونية، وقد بدأت باستخدام الراديو كوسيط لنقل الرموز عبر الأثير، وكان التلفزيون أحد الإنجازات الهامة لهذه الثورة الإلكترونية ثم جاءت القنوات الفضائية نتيجة الامتزاج بين تكنولوجيا الحاسب الآلي وتكنولوجيا أقمار الاتصال الصناعية، وبعدها ظهرت الانترنت، واستقرت كوسيلة اتصال حديثة، مستقلة عن عداها من وسائل الاتصال الجماهيرية، إن التكنولوجيا الاتصالية المتطورة قد غيرت الإطار الذي يمكن فيه وضع المبادئ الأساسية موضع التطبيق، وخلقت أخطاراً جديدة على الحرية. وبالذات في العالم الثالث أخذت السلطات بما لديها من أموال عامة بعين الاعتبار تلك

الفرص الجديدة التي أتاحتها وسائل الإعلام الإلكترونية، كي تؤثر في تفكير مواطنيها وتؤكد سيطرتها على مقدراتهم، وقد استعاضت هذه الحكومات عن الإستراتيجيات القديمة (أبوزيد، ص ص 49-50).

إن وسائل الإعلام الإلكترونية استغلتها السلطات الحاكمة المستبدة والحكومات الدكتاتورية في العالم الثالث وفي الوطن العربي على وجه التحديد، لتقييد حرية التعبير، وتوجيه الرأي العام وبسط سيطرتها، وقد وجدت في هذه الوسائل التكنولوجية فاعلية أكثر من الوسائل التقليدية، لذلك فليس من الغريب أن نجد في دول العالم الثالث وفي الوطن العربي تدخلا صارخا من طرف السلطات الحاكمة في عمل الصحافة، ووضع قيود للعمل الإعلامي مع أن الغالب في هذا المجال هو بسط السلطات الحاكمة لسيطرتها- على المجال الإعلامي وتقييده، عن طريق فرض ملكية الدولة للقنوات الإعلامية، ومراقبتها للوسائل التكنولوجية المتعلقة بالانترنت.

ويعمل الإعلام الموجه على إنتاج جمهور مغيب عن حقيقة واقعة المعاش، من خلال غرس قيم الخنوع، والاستكانة والرضا بما تقدمه له الأنظمة الاستبدادية، بحيث يصبح سلعة طيبة التداول في قبضة الحاكم الفرد الدكتاتور، من منطلق أنه ليس في الإمكان أفضل مما كان، بما يجعل قيادته أسهل وأسلم، وهو ما أكده الباحث الفرنسي جان بودلير بقوله: " إن سيطرة شركات وسائل الإعلام الخاضعة لنفوذ المؤسسات الصناعية والمالية الكبرى، من خلال فرض سلطتها في اختيار القائمين على الإعلام وما يتبعه من تقييد للمعلومات التي توجه من خلال وسائل الإعلام، لتصنع طبقة من صانعي المنتج الإعلامي، هؤلاء يمثلون مصالح الحكومة ويضللون المستهلكين المخدوعين الذين تم إدخال الغش عليهم بوسائل مغلوبة من وسائل الإعلام لتقبل وجهات نظر الحكومة أو الطبقة الحاكمة » (بكر، 2012، ص ص 26 – 27).

إن التحالف المفضوح بين السلطات الحاكمة وأصحاب المال توجه في وقتنا الحالي للسيطرة على وسائل الإعلام وملكيتها لتمرير مخططات السلطة وتبريرها ومنحها الشرعية بطرق تعمل أساسا على اللعب على وتر الوعي وتوجيه الرأي العام.

يبني الإعلام الموجه على قاعدة " أكذب ثم أكذب، ثم اكذب " حتى تصدق نفسك فيصدقك الناس، فإن لم يصدقك فاخترع لهم عدوا وهميا وخوفهم به، وأخبرهم أنهم معرضون للخطر، وأن أمنهم تحت التهديد، فإن لم يصدقك، فاتهمهم بالخيانة وشكك في ولائهم ووطنيتهم (بكر، 2012، ص 29) وإذا ما تم كشف كذب السلطة وإعلامها، يبدأ الإعلام الرسمي بالترويج لانهامات التخوين، وتعقب المعارضين واغتيالهم سياسيا ومعنويا، فظهرت مصطلحات على الساحة الإعلامية العربية كمصطلح " القلة المندسة " أو " الجماعة الحاكمة " أو " مثيري البلبلة " وقد سعى بشار الأسد الانتفاضة الأولى للشعب السوري بـ " انتفاضة الحرامية "، وظهر مصطلح " أصحاب الأجنداث " وحشدت الحكومات الدكتاتورية في الوطن العربي ترساناتها الإعلامية، للرد على المناوئين أو بالأحرى أولئك الذين يعملون على كشف زيف الخطاب السلطوي المروج له من طرف الإعلام الخائن، فكان الإعلام الموجه سيف على رقاب المثقفين ذوي الوعي الأصيل .

وتمتلك وسائل الإعلام بالتحالف مع السياسيين قدرة كبيرة على تزييف وعي الناس من خلال ما يمتلكه النظامين السياسي والإعلامي من قدرات تنظيمية هائلة قياسا إلى عموم الجماهير التي تتصف بانعدام التنظيم، وضعف التماسك وبسبب أن تزييف الوعي لا يتم بغير تواطؤ وتوافق بين النظامين في المجال السياسي خصوصا، فإننا هنا نستخدم تعبير الإعلامي السياسي للإشارة إلى ذلك التواطؤ لصعوبة الفصل أيضا ما بين منتجات النظام الإعلامي والنظام السياسي، إن هذه الوسائل أيضا تقوم بدور خطير في تزييف الوعي الجماعي للجماهير، من خلال تواطؤها مع الجهات السياسية، التي تضع نصب أعينها هذا الهدف حفاظا

على مصالحتها كفتة حاكمة، أو مستفيدة من زيف الوعي بقضايا المجتمع السياسية (الرزو، وآخرون، 2008، ص 70). وحينما يصبح الوعي زائفاً يسهل على السلطات الحاكمة الحفاظ على بقائها واستنجاج الشعوب وتوجيهها الوجهة المراد توجيهها إليها، فتصبح الشعوب كلقطيع يوجهه الراعي الوجهة التي يرغبها دونما مقاومة أو امتعاض، هكذا أصبحت وسائل الإعلام وسيلة في يد الحاكم العربي بواسطتها يعمل على توجيه الوعي وتنظيمه وتزييفه فيبتعد المواطن العربي عن التفكير في القضايا الأساسية للوطن وللأمة ويشغل بقضايا تافهة وهامشية .

وفي العالم العربي الذي تعاني نظمه السياسية بصفة عامة وبصورة مزمنة من الافتقار إلى الشرعية السياسية، أو من تآكل تلك الشرعية، بفعل الإخفاقات المتتالية لمشاريع التحديث وبرامج التنمية والعجز عن مواجهة الضغوط، والتحديات الخارجية، كان - ولا يزال - احتكار السلطة السياسية لوسائل الإعلام وفرض هيمنتها الكاملة على الوسائط الإعلامية المختلفة أداة رئيسية في الترويج للسياسات الرسمية ومهاجمة الخصوم وتشويه صورتهم، وتعبئة وتوجيه الرأي العام وحشده في خدمة أهداف القابضين على السلطة في هذا البلد أو ذاك (العبدلوي، وآخرون، 2006، ص ص 14 - 15)، وبالفعل فقد قامت أنظمة الحكم في البلدان العربية والتي تتميز أغلبها بطابعها الدكتاتوري بإقصاء المثقفين وتهميشهم والتضييق عليهم، والقضاء على دورهم، معتمدة في ذلك على وسائل الإعلام الرسمية، وحتى الخاصة التي هي في حقيقة الأمر تعمل تحت رقابة وتوجيه السلطة الحاكمة، وتعمل على تمرير أجنداتها، وحاولت هذه السلطات أن تستبدل المثقفين بأشباه مثقفين، لتزييف الوعي ونشر ثقافتها التي تكرس الدكتاتورية، وتضليل الناس عن طريق استغلال وسائل الإعلام، وبعض الوسائط التكنولوجية الأخرى .

فالإعلام العربي استمد فلسفته من فلسفة السلطة العربية، فهو إعلام سلطوي الفلسفة والمنهج، فهو الناطق والمعبر عن فلسفة السلطة، والمبرر لشرعيتها، والمدافع عن سياستها واتجاهاتها، فهو الإعلام المقاوم للمعارضة السياسية العربية، ومن خلال تصفح نشأة الإعلام العربي بكافة أصنافه المطبوعة والمرئية والمسموعة، نجد أن الصحافة العربية نشأت وترعرعت في كنف السلطة، منذ أن تشكلت في أواخر القرن التاسع عشر، فهي صحافة ناطقة باسم السلطة العربية (المشاقبة، 2013، ص 254)، تعبر عن اتجاهاتها وتخدم فلسفة الحكومات والنظم العربية .

فبداية الصحافة والإعلام العربيين كان في كنف السلطة وبين أحضانها، فالجرائد الأولى كانت جرائد السلطة، والقنوات التلفزيونية كانت تابعة للسلطة، وحتى الخاصة منها الآن تعمل تحت إمرة أصحاب القرار في كل البلدان العربية، وتستعمل السلطة هذه القنوات للترويج لنظرتها واستراتيجياتها، ومن خلالها تقوم بتخوين المناوئين، وتحشد لأجل ذلك طواير كبيرة من أشباه المثقفين ممن باعوا ضمائرهم ليصبحوا أبقا للسلطة يمجدونها ويدافعون عن اختياراتها وأفعالها.

ويهاجمون خصومها، ويكون هؤلاء لسان حالها، وهم عادة يتم اختيارهم بعناية كبيرة كرجال الإعلام والشعراء، والأكاديميين ممن عرضوا ذمهم للبيع .

هذا وتعمل الكثير من السلطات الحاكمة والأنظمة السياسية في العالم ككل، وفي العالم العربي على وجه أخص على نشر ثقافة الخوف، وذلك باستغلال وسائل الإعلام، لتهويل الأحداث، وتخويف الشعوب، من خطر يدهم المجتمع، ومن خطر الثورة على النظام الحاكم وما سيتبع ذلك من دمار وخراب .

ولقد حدد العلماء (باري جلاسز، ونعوم تشومسكي، وألكس جونز، وأدم كيرتر، ومايكل مور) الدوافع المباشرة لخلق صناعة ثقافة الخوف إلى جملة من الدوافع والأسباب، التي تعزز سياسة صناعة الخوف ودورها إلى الأسباب والدوافع التالية :

أولاً : الدوافع الاجتماعية : حيث يتم تصنيع الخوف من أجل زيادة ضبط الجماهير اجتماعيا من قبل السلطة السياسية، تلك الجماهير التي ينتابها الشك وعدم الثقة بالأشياء المحيطة بها بسبب سياسة النظام السياسي نفسه الذي أوجد هذه الحالة لتخويفهم، حيث لا تجد هذه الجماهير فرصة أمامها للتخلص من الخوف إلا بالاعتماد على الحلول والقرارات التي يقدمها النظام ودعمه فيها .

ثانياً : الدوافع السياسية : ويتم ذلك بشكل متعمد ومتأن، وتعمل المؤسسة الإعلامية على تغذيته والترويج له مع مؤسسات أخرى بشكل دائم ومتكرر، وهذه الطريقة تصبح المؤسسة الإعلامية أداة للتضليل وتزييف العقول (...) والأهم ما في الدوافع السياسية هو رغبة النظام السياسي في تحريف انتباه الرأي العام وتحويل اهتمامه بقضايا ومشكلات جوهرية لا يرغب النظام في التعامل معها .

ثالثاً: الدوافع الاقتصادية : وهي أهم الدوافع التي تلعب دورا وراء تصنيع الخوف، وتعميمه بين أفراد الرأي العام، فهو الكسب المادي حيث تقوم المؤسسة الاقتصادية بالتعاون الوثيق بين المؤسسة الإعلامية والنظام السياسي من خلال تصنيع الخوف ونشره بشكل واسع ومتواصل بين الناس من أجل الكسب المادي الوفير) المشاقبة، 2013، ص ص 22 - 23 .

وتتعتمد الأنظمة السياسية بالتعاون مع وسائل الإعلام على نشر الخوف من الحالة الاجتماعية في المجتمع ليتوهم المواطنون أن خطرا يدهمهم، فيقبلون بالحلول والبرامج التي يتقدم بها النظام السياسي، ومن الناحية السياسية يتم نشر ثقافة الخوف للفت أنظار الرأي العام عن القضايا الجوهرية في المجتمع، وتوجيهه لقضايا أخرى هامشية، وتعتمد نشر الخوف أيضا من طرف النظام السياسي على المستوى الاقتصادي لتحقيق الأرباح والفوائد لبعض الشركات الاقتصادية المتحالفة مع السلطة، عن طريق نشر معلومات عن نفاذ سلعة ما أو رداءة سلعة موازية، أو إنذار بغلاء الأسعار، أو أن أزمة اقتصادية سيواجهها المجتمع، فترتفع الأسعار، وتحقق الشركات المنتجة- المتحالفة أصلا مع النظام السياسي لاقتسام الربح - أرباحا نتيجة نشر ثقافة الخوف، هذه الأخيرة التي تقوم على آليات يعمل النظام السياسي على تتبعها ومراعاتها، وتلعب وسائل الإعلام دورا هاما في الترويج لها .

ومن أخطار وسائل الإعلام أيضا التلاعب بالعقول وتوجيهها، فقد كشف بورديو في كتابه "التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول"، عما يسميه بالرقابة الخفية وهي التي تمارس على المدعويين ومقدمي البرامج أنفسهم لخوفهم من مواقعهم من جهة، وتحكم الشركات والمعلنين من جهة أخرى، مما يجعلهم خاضعين للتلاعب والتأثير، وهو ما يمارسوه بأنفسهم أيضا في أكثر الأحيان على الآخرين وهو ما يؤدي إلى العنف الرمزي، الذي يمارسه بتواطؤ ضمني من المشاركين في تلك اللعبة (عبد الحافظ، 2005، ص ص 34 - 35)، فمثلا بعض الوجوه الإعلامية والمحليين في قناة الجزيرة القطرية، وهم من جنسيات عربية مختلفة وأثناء الأزمة القطرية الخليجية، أرغموا بشكل أو بآخر على تبني وجهة النظر القطرية وأقنعوا أو اقتنعوا بها، ومضوا للدفاع عنها ومحاولة إقناع المشاهدين بها، ووصل الحد إلى درجة تخوين الطرف السعودي، والأمر نفسه بالنسبة لإعلامي ومحلي قناة العربية السعودية وهم أيضا من جنسيات عربية مختلفة، فقد تبنا وجهة النظر السعودية ودافعوا عنها وحاولوا إقناع المشاهدين بها.

وتوصل بهم الأمر أيضا إلى درجة تخوين الطرف القطري، وإلحاق تهمة تمويل الإرهاب به، وتقديم قطر في صورة الراعي الرسمي للإرهاب بمنطقة الشرق الأوسط والخليج. هكذا يظهر خطر وسائل الإعلام لا على المشاهدين فقط بل حتى على العاملين بهذا المجال، على اعتبار أن الإعلام أصبح وسيلة في يد السلطة توظفه كيفما تشاء ووقت ما تشاء .

والتحول الكبير في المجال الإعلامي والانتقال من الكتاب والصحيفة والجريدة إلى التلفزيون والسينما والانترنت زادت خطر وسائل الإعلام، وزاد من إمكانية استغلالها للاستخفاف بالعقول وتوجيهها .

فقد كان أول المخاطر في تحول الصحافة هو تلك الدعوة المسمومة التي تطرقت إليها تحت لواء الكسب المادي، إلى الاهتمام بنشر الأخبار المثيرة والترويج لكل أسباب الإغراء للمشاهد والقارئ، وهددهة غرائزه، ودعوته إلى الإباحية والكشف، ونشر كل ما يتصل باللذات والإغراء والأهواء، والجنس رغبة في كسبه تجارة رخيصة، تستهدف استدرار الموارد ببيع هذه السموم، وكان هذا خروجا بالصحافة - المكتوبة أو المرئية أو المسموعة - عن مسؤوليتها الأدبية وأمانة الكلمة والالتزام الأخلاقي، لحماية الشباب والفتيات والأبناء جميعا من أخطار الدعوات الهدامة، وعواصف المذاهب الانحلالية (الجندي، 1980، ص 11) فقد أصبحت الصحافة تلعب على وتر اللذة والشهوة، وانتشارها لجلب أكبر عدد من المتابعين وتحقيق أرباح نتيجة ذلك، دون أن يأبه أرباب الصحافة بهذا الخطر الداهم للمجتمع والمهدد لقيمته وأخلاقه، وهكذا ابتعدت الصحافة عن هدفها الثقافي النبيل لتدخل في خندق ضيق هو نشر الإباحية وكل ما يخدش الأخلاق من أجل الربح والربح فقط .

وبذلك كانت الصحافة من أكبر العوامل المساهمة في هدم مقومات الأسرة وتمزيقها، وتدمير وحدتها والتأثير بالخطأ والانحراف على الأجيال الجديدة، إلى جوار تأثير السينما والمسرح والإذاعة والتلفزيون، بل إن الصحافة نفسها هي التي هيأت لهذه الوسائل جميعا سبيل النشاط، وقدمت الصحافة قصص الجريمة، وقصص الجنس، وأفاضت في نشر التفاصيل والأحداث، وأولت جوانب الفساد فيها اهتماما كبيرا.

وعنيت بلفت النظر إلى الوسائل والأساليب، التي قام بها المجرمون في سرقة البيوت أو ترصد الناس، وعمدت إلى الاهتمام بنشر الفساد وأساليبه، وكشفت للشباب الساذج والفتيات الطيبات عن طرق الاتصال بأصحاب الأهواء سواء بمخاطبتهم بالتلفون أثناء نوم أفراد الأسرة أو الخروج من البيوت في أوقات النوم، وعملت الصحافة على خلق أعراف بعيدة عن فطرة الأمم العربية و المسلمة، وذلك بإعلاء شأن الراقصات والمغنيين والعاملين في مجال الفاحشة والإثم بإطلاق اسم الفنانين عليهم، ثم أذاعوا أن هذا الفن شيء مقدس له أصوله وقيمته، ثم عملوا على تبرير هذه الصور الفاسدة، وهكذا استعملت الصحافة أساليب الكتابة وكلمة الخير والحق والجمال لتضيفها على هذه السموم (الجندي، ص ص 11 - 12) .

هكذا يصبح الانحلال والرذيلة، والفسق، والخنا والاختلاط، والرقص والغناء فنا يجب تقديمه واحترام أهله فهم الفنانون، وهم أهل الثقافة، أما الطهر والعفاف والأخلاق العالية فتصور على أنها تخلف وتزمت ورجعية .

يتابع أولادك ذلك الكرتون الذي يجعل من الفأر عنوانا للحق والانتصار أو ذلك البرنامج الذي يجعل الحياة أكثر مرحا في ظل الاختلاط بين الفتيان والفتيات، في النهاية تنتزع نفسك بمشقة من أمام التلفاز لتذهب إلى النوم مضطرا، وقد امتلأ ذهنك وعقلك اللاوعي بكم هائل من المعلومات المغلوطة، والأفكار السلبية التي تحدد نظرتك للحياة وللناس وللأشياء من حولك، وتؤثر في قراراتك اليومية والإستراتيجية، ألا يعد ذلك خداعا شاملا ؟ هذا لا يقتضي أن الخداع عمل تمارسه كل وسائل الإعلام في كل وقت، كما لا يعني

أن وسيلة الإعلام المخادعة تفعل ذلك في كل ما تبثه، وتشره، بل ربما حرص بعضها على تنظيف ذيله وتبييض صفحته ببعض الحلال (فهبي، 2014، ص 84)، فقد تقوم بعض القنوات التلفزيونية في وطننا العربي بتخصيص وقت من أوقات بثها لتبييض صورتها وذلك من خلال برنامج ديني لكن بمقاساتها!، ويسمونه بالموعد الديني، وكأنها دعوة خفية لجعل الدين له وقت محدد، أما باقي الأوقات فلا مكان له وهذه هي الدعوة للعلمانية.

ومن الأساليب التي تتبعها وسائل الإعلام في إبعاد المشاهد عن الواقع وعن الحقيقة، حجب للمعلومات وهو ما يقرنه بالأشياء التي تخفيها عن طريق عرضها شيء آخر ما ينبغي عرضه، ويتفنن الإعلاميون في هذا عندما يضخمون أو يقللون من شأن الحدث، حيث يمارسون عملية اختيار، ثم عملية تركيب لما تم اختياره، أو عندما يغلبون اختياراتهم النسبية، وهو ما يعقبه مخاطر سياسية، وهذه القدرة على الاستدعاء لها تأثيرات اجتماعية، إذ يمكن أن يؤثر التلفزيون بنفس القدر الذي تؤثر به مظاهرة من 50 ألف شخص (عبد الحافظ، 2005، ص 35).

يبدو هكذا أن الأمر ليس محض الصدفة فكل شيء مخطط له مسبقا والهدف منه هو إعادة بناء الوعي للمشاهدين، وبذلك يسهل توجيه أفراد المجتمع الوجهة المرغوب فيها لتحقيق أهداف السلطة السياسية المتحالفة مع مالكي وسائل الإعلام والشركات الكبرى لتحقيق الربح.

الصورة تخيف لأنها تفضح و تثير وتستفز، والإنسان يتوقف دوما أمام نسق المشهد منهرا ومرتبكا عند حدود قوة لا يمكن مقاومتها، وحتى الكاميرا نفسها، التي تقدم إلينا فرصة الانصهار في محتوى الصورة وتعليقها ثم إطلاقها، تمثل لنا لغزا يصعب تفسير ظاهرة الخوف منها وتجنبها، لكن ذلك الصندوق (التلفزيون) كسب الناس له وشدهم على نحو غير مسبوق لوسائل الإعلام الأخرى، جعلهم يقربون منه دون أن يلمسوا شعاع جاذبيته المسيطرة، الناس يجلسون أمامه مخدرين بمتعة مرتقبة لا يمكن الفكك من لغزها، حتى تلك المغرقة بمشاهد الموت بأنواعه (صباح، 2013، ص 45)، فالصورة التي ينقلها إلينا جهاز التلفزيون تأسر وتسحر في آن واحد معا، فهي لها من الجاذبية مالمها، فقد يمكث الواحد منا ساعات طوال أمام التلفزيون لا يشعر بالوقت كيف يمر، وهو في هذه الحالة تعاد برمجة دماغه، وتشكل لديه أفكار جديدة وقناعات أخرى، إن ثقافة الصورة هي ثقافة مفروضة علينا، تقتحم بيوتنا وتؤثر على ثقافتنا وأفكارنا، وليس لنا سيطرة عليها فهي قابلة للتكرار ومن خلال هذه العملية يحدث نوع من التأثير ومن ثم التفاعل والافتناع بكل ما تنقله لنا وسائل الإعلام من صور.

إن الصورة عبر وسائل الاتصال الحديثة قد قلبت تماما دور المجتمع عامة والأسرة خاصة، واغتصبت الذات، وانتهكت الحرمات الخصوصية علنا، جهارا نهارا، ودون أية علامات استفهام لهذا الواقع الذي يعرض علينا مساءلة علاقته بالواقع الذي نعيشه .

نحن بأمس الحاجة إلى تلفزيون عربي ذي برامج تساعد على التنشئة الاجتماعية والتربوية، لأجل تربية الناشئة العربية على الالتزام، وأن تتعد عن التطبيع والانكشاف، حيث القبول بكشف كل عوراتنا وإنهاء هذه الظواهر الناشئة عن تأثير وسائل الاتصال الحديثة، كالتحول في القيم والتطبيع مع العنف والخنوع والإذلال (ولي، والعبودي، 2015، ص 431). فوسائل الإعلام قد قلبت الكثير من القيم المجتمعية والأسرة، وأصبحت في عالمنا العربي تهدد ثقافتنا وتهدد مستقبل الناشئة وتطبعهم بطابع مغاير للطابع الثقافي والهوياتي الخاص بنا، فكل ما جرت عليه علينا وسائل الإعلام هو العري والإباحية وثقافة العنف واللامبالاة، وثقافة الاستهلاك والتقليد الأعمى لكل ما هو غربي وقد لعبت وسائل الإعلام العربية والغربية على حد سواء دورا

كبيرا في تدمير القيم وإسقاط القدوات وإضعاف الهمم، وبناء جيل مدجن ومستنقع، ثقافتة رقص وموسيقى، وأكبرهمه إرضاء النزوات والغرائز.

ويعالج نسيم خوري الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام وخاصة جهاز التلفزيون في إضعاف الجانب اللغوي للطفل العربي الذي يكثر من الوقوف أمام شاشة التلفزيون مؤكدا أن الأطفال الذين استغرقوا في مشاهدة التلفزيون وبرامجه آلاف الساعات قد أظهروا مستويات متدنية أورثت أجيالا صامتة إلى حد كبير نسميها " أجيال التلفزيون " أو الأجيال غير اللغوية، ولا تجزم الدراسات أن مشاهدات الشاشة الطويلة وألعابها تحول دون تعلم الأطفال الكلام السوي، بل تؤكد أنها لا تساعد على اكتساب أصول الكلام (الخوري، 2005، ص 376)، ويظهر هذا الأمر بشكل جلي وفي واقعنا، حيث أن الكثير من الأمراض المتعلقة بالنطق وتأخره أو ضعفه لدى بعض الأطفال مرتبط بمكوث الطفل منذ الصغر أمام شاشة التلفزيون يشاهد الرسوم المتحركة، حتى أن البعض منهم يصاب بمرض التوحد، الذي يوعز الكثير من الأطباء النفسانيون أسبابه إلى التلفزيون وإلى قنوات فضائية بعينها كطيور الجنة، وقناة طه وغيرها من القنوات المخصصة للأطفال في عالمنا العربي، فيصبح الطفل يعيش في عالم افتراضي منذ الصغر بعيدا عن عالمه ومجتمعه الحقيقي.

ويمكن تحديد التأثيرات المفترضة لثقافة الصورة على السلوك البشري، استنادا إلى خلاصة ما توصلت إليه الدراسات الأكاديمية حول الاتصال الجماهيري كالتالي:

أ- المؤلفه SOCIALIZATION : حيث يسهم الإعلام المرئي في احتواء الفرد داخل إطار إجتماعي محدد. ويفرض عليه بمرور الوقت الإستجابة لمطالباته.

ب- السيطرة الإجتماعية CONTROL SOCIAL : ويلعب الإعلام بطريقة ما في إعادة إنتاج للنظام الإجتماعي القائم، عن طريق إثارة احتجاجات مستمرة تجاه النظر للأشياء كما هي، وينسحب ذلك على السلوك القانوني والنظرة السياسية .

ج- إعداد الأجندة SETTING AGENDA : وهو هدف غير مباشر مبني على فكرة أن الإعلام عموما والمرئي منه خصوصا يحدد النظرات حيال الحوادث والموضوعات التي تستحق الإهتمام .

د- المخاوف الأخلاقية MORAL PANICS : وهي تأثيرات نابعة من كون الإعلام ممثلا بجماعة فرعية أو ثقافية فرعية بوصفها خطرة أو شاذة .

هـ - التبدل السلوكي: ATITUDE CHANGING ويحدث هذا التبدل كنتيجة مباشرة للتعبيئة الفاضحة أو كنتيجة للتناوب الناجح - ALTERATION SUCCESSFUL - بطريقة تدفع الناس للتفكير عن موضوعات محددة لتهيئتهم للتصرف بحسب أفكارهم ونظراتهم الجديدة. (ولي، و العبيدي، 2015، ص 108) .

ويمكن استجلاء سلبيات الصورة في النقاط التالية :

- هيمنة الواقع الافتراضي، وهذا يؤدي إلى حالة إدمان تكون شبيهة بالإدمان على ألعاب التسلية .
- هيمنة ثقافة الشكل والمظهر والإبهار على حساب ثقافة الجوهر والمضمون والقيمة والعمق، حيث تتحول الصورة إلى واقع بدل أن تكون تعكس الواقع .
- هيمنة الصورة في حالتها السلبية، يعد معاكسا للإبداع وما أحوجنا إليه في حياتنا اليومية، وذلك نظرا لهيمنة ثقافة الكثرة، والنقل والمحاكاة عن غيرنا .

- هيمنة ثقافة صناعة النجوم، وما يستتبعها من أساليب غير أخلاقية .
- توليد حالة من الإجبار العقلي أو غسل المخ . (ولي، والعبدي، ص 109) .

وإزاء هذه التطورات المتواصلة في تكنولوجيا الاتصالات، بدأت العديد من القنوات الفضائية العامة والخاصة تلعب على أوتار المكبوت العاطفي، ونجحت في اجتذاب نسبة عالية من الجمهور من خلال البرامج التوجيهية، وأخرى أخذت تعمل على عنصر المكبوت السياسي من خلال برامج تستخدم الإثارة في العرض والتقديم (الأنصاري، الربيعي، 2015، ص 68) .

وتساهم وسائل الإعلام في توجيه الوعي الجماعي وتسطيحه عن طريق إيهام الشعوب بالحرية الفكرية، عن طريق الخوض في بعض المواضيع التي كانت وحتى وقت قريب من الطابوهات، كالجنس، والدين، في حين تبعد التفكير والوعي الجماعي عن مناقشة مواضيع الحكم والسياسة، وفي هذا توجيه للفكر ووضع للأجندات وإقناع الجماهير بها، من أجل أن يكون وعيم بعيدا عن الحقيقة، ويكون وعيا سطحيا موجها، وتعتمد في ذلك على الدعاية (البروناجندا) .

وقد تتمادى وسائل الإعلام لتزييف الوعي وتسطيحه والتحكم فيه وتوجيهه، وتعتمد في ذلك على التضليل ونشر الأخبار المغلوطة، ومن أنواع التضليل الإعلامي ما يلي :

- التضليل بالانتقائية المتميزة، التي تنتقي بعض الكلمات والحقائق والافتباسات و المصادر وتتجاهل الأخرى، وتقوم بالتركيز على حقيقة وإغفال الحقيقة الأخرى المرتبطة بها.
- التضليل بالتلاعب بالمعلومات وترتيب الحقائق، بحيث تعطي معاني وانطباعات معينة، ويتم تفسيرها بشكل معين، يخالف الواقع.
- التضليل بإهمال خلفية الأحداث، مما يجعلها ناقصة ومشوهة، ولا يستطيع المتلقي فهمها وتفسيرها.
- التضليل بالمزج والخلط، وعدم التمييز بين الأخبار من ناحية الرأي والتحليل والتعليق من ناحية أخرى، فلا يعرف المتلقي هل هذا جزء من الخبر؟ أو هو رأي الصحفي ووجهة نظره.
- التضليل بالمعلومات التي ليس لها علاقة بالحدث على حساب الحقائق المهمة .
- التضليل بالعناوين ومقدمات الأخبار المعتمدة على المبالغة والتهويل و الغموض والمعلومات الناقصة .
- التضليل باستخدام مفردات معينة تؤدي إلى إصدار أحكام بالإدانة على المواقف والأشخاص والجماعات والدول، أو تحمل وجهة نظر بالتأييد أو الرفض .
- التضليل بالإيهام والتدليس في المصادر والمعلومات وعرض معلومات مضللة بكلمات غير واضحة المصادر، وهي معلومات وأخبار غير صحيحة .
- التضليل بادعاء التوازن الشكلي بين رأيين فقط، واختيارين لا غير، مع تعمد إهمال وجهات النظر الأخرى، وتغيب الكثير من الاحتمالات والآراء والحلول.
- التضليل باختبار قضايا ومشكلات زائفة، والابتعاد عن قضايا أخرى تهم الجمهور، وتساهم في تشكيل الوعي الصحيح.
- التضليل بإغراق الجمهور بمعلومات لا تهمه ولا يحتاج إليها مما يطلق عليه النفايات المعلوماتية .
- التضليل بلفت الأنظار عن قضية معينة بتسليط الأضواء على قضية أخرى، وحصص التفكير فيها، وتشتيت الانتباه عن القضية الأصلية .

- التضليل بالتعتيم والتغيب والحذف والتجاهل، سواء كان ذلك لقضية أو حدث أو مشكلة، ليعترك ذلك انطبعا زائفا بحجمها لدى الجمهور .
- التضليل بقلب الصورة، حتى يصل الأمر أحيانا إلى تصوير المجرم بأنه ضحية، والضحية هو المجرم المعتدي (الشميمري، 2010، ص ص 105 - 106) .

ويشكل الحق في الإطلاع على الأفكار والآراء والمعلومات عبر الوسائط الإعلامية المختلفة حقا أصيلا من حقوق الإنسان، وينظر إلى الحريات الإعلامية باعتبارها ضمانا أساسية تساعد الفرد في تحقيق ذاته، وتسهم في كشف الحقائق وتدعيم قدرة المواطنين على المشاركة في مجتمع ديمقراطي، وقد اعتبرت المحكمة الأمريكية لحقوق الإنسان أن الحريات الإعلامية هي المحك الأساسي لجميع الحريات، وأن المجتمع الذي لا يتاح له حرية الإطلاع، لا يمكن أن يكون مجتمعا حرا .

وأكدت الجمعية العامة للأمم المتحدة في قرارها رقم 59 في ديسمبر 1946 على أن حرية تداول المعلومات هي المعيار الذي تقاس به جميع الحريات التي تتركس الأمم المتحدة جهودها لحمايتها، وفي السياق نفسه فإن قضاء المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان تعتبر حرية التعبير من خلال وسائل الإعلام ركنا أساسيا لقيام ممارسة ديمقراطية حقيقية في أي دولة (البرعي، وآخرون، 2005، ص ص 18 - 23) .

ولكن هذا الأمر يعد بعيد المنال في المجتمعات العربية التي تعرف رقابة شديدة من طرف السلطات على تداول المعلومات، والصحافة مقيدة، والانترنت تخضع لرقابة الدولة، ناهيك عن التعتيم حول بعض الأخبار أو المعلومات، خاصة وأن الإعلام العربي ما زال إينا رؤوما للدولة وللسلطة يسير وفق أجنداتها.

خاتمة:

لا أحد ينكر أن وسائل الإعلام باتت اليوم عاملا مؤثرا في تشكيل الوعي وتوجيه القيم والتأثير على الأخلاق والسلوك، من خلال إحلال الثقافة الاستهلاكية مكان الثقافة التقليدية، ووسائل الإعلام العربية في قيامها بهذه الوظيفة، بعيدة عن عين المراقبة والمحاسبة وأصبحت تنتهج نهجا ربحيا من خلال برامجها التي تبثها على الهواء، والتي تطرحها على الجرائد والمجلات، وتبثها على القنوات وعلى الشبكة العنكبوتية. قد أصبحت تمثل خطرا على الأمن القومي، فالكثير من البرامج تمس القيم الأسرية والدينية، وبعضها يخدش الحياء ويهتك الستر الأسري والمجتمعي، وكل هذا يحدث بطريقة مقننة ومخطط لها مسبقا.

قائمة المراجع :

- فاروق أبو زيد . (2007) . إعلام السلطة وسلطة الإعلام . القاهرة : عالم الكتب .
- ياسر بكر . (2012) . أخلاقيات الصورة الصحفية . القاهرة : دار الكتب المصرية .
- حسن مظفر الرزو . وآخرون . (2008) . ثورة الصورة . المشهد الإعلامي وفضاء الواقع . بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية .
- عبد الكريم عبد اللاوي . وآخرون . (2006) . الإعلام في العالم العربي بين التحرر وإعادة الهيمنة . القاهرة : مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان .
- بسام عبد الرحمن المشاقبة . (2013) . الإعلام والسلطة . عمان : دار أسامة .
- مجدي عبد الحافظ . (2005) . التلفزيون خطر على الديمقراطية . القاهرة : المجلس الأعلى للثقافة .
- أنور الجندي . (1980) . الصحافة والأقلام المسمومة ، القاهرة : دار الاعتصام .
- أحمد فهمي . (2014) . هندسة الجمهور . كيف تغير وسائل الإعلام الأفكار والتصرفات . الرياض : مركز البيان للبحوث والدراسات .
- ياسين صباح . (2013) . الإعلام الفضائي في الوطن العربي . تحليل المضمون والتأثير في النخب والرأي العام . بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية .
- باسم محمد ولي & محمد جاسم العبيدي . (2015) . علم النفس الاجتماعي . عمان : دار الثقافة .
- نسيم الخوري . (2005) . الاعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية . بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية .
- حسين الأنصاري & كحط الربيعي . (2015) . الدور الثقافي للفتنات الفضائية . عمان : مركز الكتاب الأكاديمي .
- فهد بن عبد الرحمن الشميمري . (2010) . التربية الإعلامية . كيف نتعامل مع الإعلام . الرياض : مكتبة الملك فهد .
- نجاد البرعي . وآخرون . (2005) . أصوات مخنوقة . عمان : مركز حماية حرية الصحفيين .