

الإعلام الناعم

كيف يمكن تشكيل العقول؟

د. خالد محمد غازي

الكتاب: الإعلام الناعم .. كيف يمكن تشكيل العقول؟

الكاتب: د. خالد محمد غازي

الطبعة: ٢٠٢٣

الناشر: وكالة الصحافة العربية (ناشرون)

ه ش عبد المنعم سالم - الوحدة العربية - مدكور- الهرم - الجيزة

جمهورية مصر العربية

هاتف: ٣٥٨٢٥٢٩٣ - ٣٥٨٦٧٥٧٦ - ٣٥٨٦٧٥٧٥

فاكس: ٣٥٨٧٨٣٧٣



<http://www.bookapa.com> E-mail: info@bookapa.com

All rights reserved. No part of this book may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means without prior permission in writing of the publisher.

جميع الحقوق محفوظة: لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو أي جزء منه أو تخزينه في نطاق استعادة المعلومات أو نقله بأي شكل من الأشكال، دون إذن خطي مسبق من الناشر.

دار الكتب المصرية

فهرسة أثناء النشر

غازي ، خالد محمد

الإعلام الناعم .. كيف يمكن تشكيل العقول؟ / د. خالد محمد غازي

- الجيزة - وكالة الصحافة العربية.

٢١٩ ص، ٢١٨* سم.

الترقيم الدولي: ٨ - ٦٨٢ - ٩٩١ - ٩٧٧ - ٩٧٨

رقم الإيداع: ٥١٦٥ / ٢٠٢٣

أ - العنوان

الإعلام الناعم

كيف يمكن تشكيل العقول؟

وكالة الصحافة العربية
«ناشرون» 

مقدمة

تنطلق الثورة الإعلامية والتكنولوجية التي نحن نعيش عصرها من خلال ثنائية متلازمة: صناعة التكنولوجيا كأدوات من جانب، ومن جانب آخر الإنتاج المعلوماتي والمعرفي المتدفق بالغث والثمين، هذه الثنائية تقوم بالبحث والتحليل والتفسير لمختلف القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية، وكل ما يتصل بالفرد في المجتمع المحلي أو العالمي.

وتكمن خطورة الثورة الإعلامية الحديثة على مجتمعاتنا العربية بصفة خاصة، في تلك التحديات المعرفية والفكرية والمعرفية، في ظل العولمة والفضاءات المفتوحة.

وهناك ما يشبه الإجماع على أن للإعلام سلطة قوية على الحياة اليومية للمواطن والمجتمع، حيث يعمل على بناء تصورات المواطن للواقع اليومي؛ فيقدم له صورة للواقع المحلي، وللواقع العربي، وللواقع العالمي، عن طريق التصوير المفسر لمجريات الأحداث اليومية لذلك الواقع، وعلاقة الأحداث ببعضها البعض، محمولة على أسبابها التي قد تكون صحيحة في شكلها أو مضمونها، أو تم التلاعب الإعلامي بها خدمة لوجهة سياسية أو فكرية معينة..

وحول ذلك يرى "لورينزو" أن عملية الاتصال الإعلامي تقوم على التواطؤ بين الرسالة والاستقبال، "إن التليفزيون لا يقتصر على نقل البرامج

والمضامين فحسب، وإنما هو قبل كل شيء شكل من أشكال العلاقات الاجتماعية، وبذلك فإنه يقيم مع المشاهدين علاقة مشاركة (تواطؤ)، بما يخرجه بالضرورة إلى ثنائية علاقة السيطرة والخضوع (مسيطر/ مسيطر عليه)".

ويضيف إلى قوله السابق أن هناك من "يرون أن الوسيلة التليفزيونية تقدم لنا الواقع نفسه، عبر الصور التي تلتقطها من العالم، وليس مجرد تفسير الواقع والتلاعب به". والتلاعب يشير إلى الدور الخداعي، الذي تقوم به وسائل الإعلام لصالح سلطة ملكية تلك الوسيلة الإعلامية، فوسائل الإعلام الحديثة تمارس دوراً جوهرياً في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا، والمشكلات المختلفة المطروحة، حيث تعد مصدراً رئيساً للمعلومات عن القضايا السياسية، أو الاجتماعية أو الثقافية، بسبب فاعليتها الاجتماعية، وانتشارها الواسع، فهي تشكل آراء الجماهير بقدرتها على الحراك، ومخاطبة القسم الأعظم من التكوين المجتمعي، بحيث تمتلك الإمكانية على التأثير الذي لا يأخذ صورة مباشرة، وإنما يقوم بتشكيل الرأي العام بصورة غير مباشرة، وبوتيرة متسارعة غير ملحوظة من دون مقدمات.

ومنذ أن بدأت وسائل الإعلام الجديدة، بأذرعها متمثلة في الفيسبوك، وتويتر، واليوتيوب والإنستجرام تفرض نفسها على واقع حياة الناس، وهي محل جدل، بين كونها إعلاماً جديداً أو شبكات اجتماعية. وبغض النظر عن مدى صحة أو دقة كلا المصطلحين، وعن الجدل الدائر حولهما يمكن القول إن ما يسمى بالشبكات الاجتماعية شكلت ثورة في حياة الناس، ساعدت - وما زالت تساعد - وسائل الإعلام التقليدية في نقل الوقائع، وفي بعض

الأحيان نقل الحقائق بعيداً عن أعين الرقيب الحكومي، الذي ما زال يرهق كاهل السلطة الرابعة في العديد من البلدان العربية.

ويلعب الإعلام الاجتماعي دوراً خطيراً في صياغة وتشكيل وتوجيه الرأي العام، تجاه مختلف القضايا والمشكلات التي تواجه مجتمعاً من المجتمعات. باعتبارها الناشر، والمروج الأساسي للفكر والثقافة والسياسية، وتسهم بفاعلية في عملية تشكيل الرأي العام للأفراد إلى جانب الأسرة، والمؤسسات التعليمية والمدنية، بل إنها في كثير من المناسبات تعد إحدى منتجات الرأي العام، عن طريق التفاعل والتأثير الإنساني المتبادل، وفي السنوات الأخيرة اكتسبت وسائل الإعلام الجديدة باختلافها، أبعاداً جديدة زادت من قوة تأثيره على الأفراد، والجماعات.

وإن أقلّ ما يُقال عن الشبكات الاجتماعية - التي هي شكل من أشكال وأذرع الإعلام الجديد - إنها مثلت ثورة حقيقية غيرت حياة الناس، وكانت طفرة فارقة في حياة العديد منهم، حتى يخيل للمرء وهو يتصفح «تويتر» على سبيل المثال، أن العالم بملياراته يتحاور ويتحدث، كل مع فريقه الذي يشكله، وفي موضوعه الذي يختار. وما زالت تلعب دوراً هاماً في نقل وقائع ما يجري هنا أو هناك. فهذه الوسائل تُمثل معيّنًا خبيراً لوسائل الإعلام، خاصة عندما يتعلق الأمر بأنظمة ما زالت تمنع دخول وسائل الإعلام إلى أراضيها؛ لنقل وقائع ما يجري فيها.

وهناك أيضاً ثورة أخرى تجري في عالم الإعلام، ثورة تتمثل في حجم الاستخدام الهائل لوسائل الاتصال الاجتماعية الجديدة، حتى صار

بالإمكان أن يصلك خبر ما يجري في هذا المكان، أو ذاك من العالم قبل أن تنقله لك وكالات الأنباء، وغالبًا ما يكون هذا الخبر حقيقيًا صادقًا، وطبعًا هناك هامش من الخطأ، وآخر من الخديعة التي قد يمارسها البعض.

وهذا يؤكد صدقية المقولة المتوارثة أن الإعلام يمثل السلطة الرابعة، فبواسطته يمكنك أن تغير السياسات والثقافات وتشكل العقول، ويصبح بوسعك أن تمجد من شاء وتجعل له شأنًا، وتقلل من شأن من تشاء، وهذا يقود إلى ملامسة دور الإعلام التواصلي.

ويهدف هذا الكتاب في فصوله المتنوعة أن يطرح أسئلة حول فهم أحد أدوار الإعلام الجديد، فقد أحدثت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي تطورًا كبيرًا، ليس فقط في تاريخ الإعلام، وإنما في حياة الأفراد على المستوى الشخصي والاجتماعي والسياسي، وجاءت لتشكّل عالمًا افتراضيًا يفتح المجال على مصراعيه، للأفراد والتجمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها، لإبداء آرائهم ومواقفهم في القضايا والموضوعات، التي تمهم بحرية غير مسبوقة، واستطاعت هذه المواقع أن تمد الأفراد بقنوات جديدة؛ للمشاركة في كافة الأنشطة المجتمعية، الأمر الذي يجعل من السياسة شأنًا عامًا يمارسه معظم أفراد الشعب، دون أن يكون مقتصرًا على فئات دون أخرى، لأن هذه المواقع تشجع الأفراد غير الناشطين، أو الفاعلين سياسيًا على المشاركة في الفعاليات السياسية، بحيث يمكن القول إنها يمكن أن تكون صوتًا سياسيًا للمواطن العادي، وغير العادي.

وتكمن إيجابيات الإعلام الاجتماعي في سرعة الاتصال، والقيمة

المعلوماتية، وضمان وصولها، وتحقيق التفاعل معها، وليس كونه إعلامًا
مرسلًا من جانب واحد، مما خلق مساواة داخل المجتمع في الاتصال.

وقد ساهم الإعلام الاجتماعي في الآونة الأخيرة في جذب الأنظار،
بعد تفجيره العديد من القضايا، التي أثارت الرأي العام، فتداول الأخبار
والصور ذات التوجه السياسي عبر وسائل الإعلام الجديدة، أرغم بعض
الحكومات على اتخاذ قرارات، أو التراجع عن قرارات، بسبب الاحتجاج
الجماهيري الواسع.

وارتبطت موجة الاحتجاجات والثورات التي اجتاحت المنطقة العربية
مطالبة بالتغيير، من قبل شريحة الشباب، بصعود نجم شبكات التواصل
الاجتماعي، وغيرها من شبكات التواصل الافتراضية الأخرى، والتي وجد
فيها الشباب العربي منفذًا للتعبير عن آمالهم، وطموحاتهم ورغباتهم في
التغيير، حتى غدت بمنزلة محرك فعال، ومؤثر في الأحداث التي شهدتها
المنطقة العربية.

الفصل الأول

كيف نفهم أدوار الإعلام؟

الإعلام في اللغة هو: الإبلاغ، والإفادة، ونقل معلومة لشخص ما، وتأكيده درايته بها.

ولم يستقر مفهوم الإعلام كمصطلح على شكل واحد، فمثلاً بدأ بالمفهوم الذي قدمه "فولي" بأنه تبادل للمعلومات والأفكار والآراء بين الأفراد، لكنه حصر مفهوم الإعلام في عملية تبادل المعلومات، وأهمها الوسيلة.

بينما عرف "فرانسيس بال" الإعلام بأنه تبادل للمعلومات بين الأفراد، وأضاف له عامل الوسيلة والتجهيزات، التي تجعل هذا التبادل ممكناً، لكنه لم يحدد طبيعة هذه الوسائل، إذ تركها عامة إذ أصبحت هذه الوسائل التي تدخل في الإعلام معنية بهذا التعريف غير الدقيق، وهو ما دفع المدرسة الأنجلو سكسونية إلى تغيير أو تعديل التعريف السابق، وتقول إن الوسائل التي أشار إليها فرانسيس بال هي وسائل الاتصال الجماهيري؛ وبذلك فإن وسائل الإعلام هي وسائل الاتصال على النطاق الجماهيري.

ويعرف "أوتوجرت" الإعلام "بأنه التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاته"، وهناك من يرى أن الإعلام هو: العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار، والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة، ومخاطبة عقول الجماهير، وعواطفهم السامية، والارتقاء

الفهرس

مقدمة	٥
الفصل الأول: كيف نفهم أدوار الإعلام؟	١٠
الفصل الثاني: كيف تؤثر وسائل الإعلام؟	٢٨
الفصل الثالث: كيف تكون الوظيفة التبادلية بين الإعلام التقليدي والجديد؟	٣٨
الفصل الرابع: كيف ننظر لإشكاليات الإعلام الجديد؟	٥٤
الفصل الخامس: أي علاقة تربط الإعلام الاجتماعي والرأي العام؟	١٠١
الفصل السادس: هل تفتال شبكات التواصل الاجتماعي المواطنة والهوية؟	١٢٠
الفصل السابع: كيف تؤثر وسائل الإعلام في الحراك المجتمعي؟	١٥٢
الفصل الثامن: كيف استطاع الإعلام الاجتماعي أن يغير؟	١٦٧
الفصل التاسع: ماهي طبيعة العلاقة بين الإعلام ومنظمات المجتمع المدني؟	١٩١
الفصل العاشر: استراتيجيات الإعلام في التلاعب بالعقول	١٩٩
المراجع	٢٠٦