

عرض كتاب

تشكيل الوعي الاجتماعي: دور وسائل الإعلام في بناء الواقع وصناعة الرأي العام.

تأليف: أ. د. محمد قيراط

عرض: د. خالد زعموم

أستاذ مساعد في كلية الاتصال

جامعة الشارقة بالإمارات العربية المتحدة

البريد الإلكتروني : kzamoum@hotmail.com

kzamoum@sharjah.ac.ae

صدر كتاب "تشكيل الوعي الاجتماعي: دور وسائل الإعلام في بناء الواقع وصناعة الرأي العام" للأستاذ الدكتور محمد قيراط، عميد كلية الاتصال بجامعة الشارقة عن مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع عام 2007، ويقع في 307 صفحة .

انطلق الباحث في هذا الكتاب من إشكالية أساسية متمثلة في التساؤل عن طبيعة العلاقة الجدلية القائمة بين وسائل الإعلام الجماهيرية والواقع الاجتماعي؛ واستطاع الباحث تسليط الضوء على هذه العلاقة من خلال طرح تساؤلات فرعية، وهي كالتالي: إلى أي مدى تسهم وسائل الإعلام في إيجاد فضاء عام لمناقشة الأفكار والآراء والأطروحات من قبل الجميع؟ أم أن هناك قوى محدودة جدا تسيطر على الفضاء العام وتحتكره لنفسها لتمرير أفكارها ووجهات نظرها. ما هي العلاقة بين وسائل الإعلام والرأي العام؟

يشمل الكتاب سبعة فصول، تناول الفصل الأول " دور الإعلام في تشكيل الوعي الجماعي" وصناعة الواقع، والتأثيرات العديدة التي تتركها الصورة على سلوك الفرد، وإلى أي مدى تحدد وسائل الإعلام نظرتنا للآخر، وكيف ينظر الآخر لنا، وإلى أي مدى تتلاعب وسائل الإعلام بالصور لتغرس أفكارا ومعتقدات تتناغم وتتناسق مع القوى الفاعلة في المجتمع محليا ودوليا.

يعالج الفصل الثاني تحت عنوان "وسائل الإعلام وصناعة الرأي العام" دور وسائل الإعلام في صناعة الرأي العام، والآليات المتعددة والمختلفة التي تستعملها الصناعات الإعلامية والثقافية في التركيز على معطيات معينة وإقصاء أخرى وإغائها من ذاكرة الجمهور الإعلامي، وبذلك انتقلت وسائل الإعلام من الكشف عن الحقيقة إلى التزييف والتضليل تحت وطأة سلطة المال والسياسة والقوى المختلفة الفاعلة في المجتمع. فالإسلام أصبح مرادفا للإرهاب، والحشود أصبحت تستعمل كأرقام ونسب للتعبير عن رأي عام "مفبرك" و"مفصل" وفق إستراتيجية وخطة مدروسة بطريقة منهجية وعلمية. أما أحداث 11 سبتمبر 2001، فقد كشفت عن أساطير الموضوعية والحرية والنزاهة والمسؤولية في الممارسة الإعلامية.

يستعرض الفصل الثالث من الكتاب المعنون " وسائل الإعلام في زمن الإرهاب والحروب والأزمات". الكيل بمكيالين والتلاعب بالحقائق والمعطيات ليس لخدمة الحقيقة وإنما لخدمة أهداف محددة على حساب النزاهة والموضوعية والمسؤولية.

تحت شعار الحرب على الإرهاب حوكت الصحافة واغتيلت من خلال تيسير علوني وطارق أيوب وعشرات الصحفيين الذين ماتوا وهم يبحثون عن الحقيقة في ميدان المعركة ومن خلال قصف تلفزيون الجزيرة ومحاولة مسحها من على الخريطة الإعلامية العالمية، وغيرها من الأصوات والأقلام التي لا تتناغم مع وجهة نظر ورؤية الآخر. ففي زمن الحرب تصبح الحقيقة والصورة جزءاً من الحرب نفسها، وبذلك تضرب قيم النزاهة والمسؤولية والموضوعية والكشف عن الحقيقة عرض الحائط. والتاريخ شاهد على ذلك من حرب الفيتنام إلى حرب الجزائر إلى حرب الخليج الثانية والثالثة. ومن هنا، نستطيع القول إن هذه الوسائل الإستراتيجية التي تستحوذ على وقت كبير من وقت البشر أصبحت تساهم في تشكيل وصناعة وعي اجتماعي بعيد في الكثير من الأحيان عن الواقع، وأصبحت الصور التي تكون يوميا صورا مصطنعة ومفبركة ومفصلة في مدركات الجمهور وفق مقاسات وسيناريوهات تم طبخها وإعدادها في قاعات تحرير همها الوحيد هو إرضاء صاحب السلطة المالية والسياسية.

الفصل الرابع بعنوان "الدبلوماسية العامة، العلاقات العامة وبناء الصورة". يستعرض اختلاط الإعلام بالدبلوماسية، وبالعلاقات العامة من أجل بناء الصورة المراد غرسها في أذهان

البشر. فأمريكا من خلال السيطرة على الصناعات الإعلامية والثقافية تحاول أن تحسن صورتها في العالم وتحاول من خلال الدبلوماسية العامة أن تدير وجودها في بؤر التوتر في العالم بهدف إرساء أسس الديمقراطية والعدالة الاجتماعية والرفاهية في العالم حسب أقوال صقور البيت الأبيض بطبيعة الحال.

يتناول الفصل الخامس إشكالية " البحث عن الفعالية في الإعلام العربي"، الذي ما زال يعاني من شلل جعل منه مؤسسة تائهة بين مطرقة طموحات ومطالب الجماهير وجبروت السلطة وهيمنتها على مخرجات المؤسسة الإعلامية في الوطن العربي، فالإعلام العربي بحاجة إلى إستراتيجية جديدة، وإلى إعلام بديل لمحاورة الآخر وتجسير الفجوة لتصحيح الصور النمطية والتضليل والتشويه.

في الفصل السادس يستعرض الكاتب إشكالية "البحث عن الهوية في الإعلام العربي"، من خلال التطرق للانجراف الثقافي والفضائيات الهابطة وتلفزيون الواقع وغيرها من الممارسات التي تزيد من ذوبان المؤسسة الإعلامية العربية ورسالتها في الآخر وفي ثقافة الآخر. فالإعلام العربي في الألفية الثالثة أمام تحديات كبيرة تتمثل في القدرة على مخاطبة الآخر وفي تقليص الفجوة الرقمية واستغلال تكنولوجيا الاتصال لخدمة المواطن العربي وإرساء أسس تنمية مستدامة.

الفصل الأخير من الكتاب "وسائل الإعلام والصراع بين الالتزام والتلاعب" يتطرق للصراع الخفي والدائم داخل المؤسسة الإعلامية، وفي دروب الصناعات الإعلامية والثقافية. فالمؤسسات الإعلامية تدعي أنها تبحث عن الحقيقة لتقدمها كما هي للرأي العام، لكن تجد نفسها ضحية الاستغلال والابتزاز من قبل سلطة المال والسياسة والقوى المختلفة داخل المجتمع، حيث نلاحظ أقول السلطة الرابعة والحاجة إلى سلطة خامسة. فتغطية الحروب والأزمات والإرهاب والقضايا المثيرة للجدل في العالم أصبحت تكشف باستمرار التلاعب لفبركة الواقع وليس لتقديمه كما هو للرأي العام. الابتعاد عن الالتزام والمسؤولية واحترام القارئ أصبح هو السمة المميزة للممارسة الإعلامية في القرن الحادي والعشرين. أصبحت حرب الكلمة والصورة هي الأساس والصراع أصبح اليوم حول صناعة الصورة والسيطرة على الرأي العام.

وقد خلص الكاتب إلى نتيجة مفادها أن الرهانات المستقبلية الإستراتيجية في القرن الواحد والعشرين، قرن الانفجار المعلوماتي وتكنولوجيا الاتصال واقتصاد المعرفة، تتمثل في الدبلوماسية العامة والعلاقات العامة والإعلام. فالقدرة على الاتصال والتواصل وصناعة الرأي العام هي أساس كسب المعركة في الميدان، معركة أصبحت تتمحور حول الصورة التي تحدد موقفنا وسلوكنا تجاه ما يدور حولنا وفي العالم.

لقد وفق الباحث في شرح وتحليل العلاقة التفاعلية القائمة بين وسائل الإعلام الجماهيرية والواقع بمفهومه الواسع: الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والثقافي، حيث أبرز طبيعة التأثير المتبادل بينهما. ففي الوقت الذي تلعب فيه وسائل الإعلام الجماهيرية دورا رئيسيا في تشكيل رؤيتنا وتصوراتنا للعالم وفق ما تقدمه لنا من صور نمطية وأفكار جاهزة تسهم في تكوين مخزون معرفي وصور ذهنية؛ في ذات الوقت يلعب الواقع دورا مهما في توجيه وصياغة بعض المضامين الإعلامية، خصوصا تلك التي تخدم مصالح القوى الفاعلة والنشطة سياسيا واقتصاديا في المجتمع. إن عناصر الصراع القائمة بين الواقع ووسائل الإعلام هي التي ستحدد مستقبل صناعة وهندسة الرأي العام محليا ودوليا.