3-الخطاب السياسي في لبنان واجتزاؤه في وسائل الإعلام ... غياب الرؤية المهنية والحاجة الملحة للتجديد...

Political discourse in Lebanon and its segmentation in the media Lack of professional vision and an urgent need for renewal

بقلم الدكتور خالد ممدوح العزي

صحافي وكاتب ومحلل سياسي

محاضر في كلية الاعلام /الجامعة اللبنانية

dr_izzi2007@hotmail.com

Summary:

The media, specifically television, use it to transmit political speeches directly at a time and place, or to present them via video reports at a later time, as the content of the speech, whether political or media, reflects part of its privacy or part of the ideological functions of generalizing the private, masking reality and integrating into the function of private generalization. Its essence is nothing but a systematic process of the intellectual system, whereby attention is focused on the aspects presented by reasonable and accepted assumptions as a sufficient reason for the understanding and interpretation of the dominant class or group that creates ideology by determining the occurrence of the phenomena to be fixed in light of the selective principle of what is appropriate for the good and its objectives.

Therefore, the media content, which consists of a large number of texts or speeches that come in often stereotypical forms and are based on stylistic traditions and symbols issued by the culture of the authors and recipients of the texts, is therefore in the process of semiological analysis to reveal more meanings involved in the text, especially since the semiology It can be applied in more than one symbolic system in presenting the required content, and this is consistent with the station's ideological orientation and its political inclination to stabilize ideas and political orientations; It is not according to what the objective professional demands in the transmission and broadcasting process, which every media station tries to manipulate the presentation of ideas to suit its position, with the image it is trying to present about the preacher and his speech, so that the monitor can cut the clips and compose them according to the ideas required to be displayed and not preserve the content that this process is called Professional practical language cutting

discourse. This study aims at the role of the media in Lebanon to cut through the political discourse and use it to tighten the nerve of the popular incubators following the channel in order to form a popular opinion for each group.

From here we conclude that tampering with the concepts of the text through cutting or fabricating speeches and political sayings will in turn lead to confusion of information for private interests.

الملخص:

تستخدم الوسائل الاعلامية وتحديدا التلفزيونية منها نقل الخطابات السياسية مباشرة في الزمان والمكان او تقديمها بواسطة تقارير مصورة لاحقا حيث يعكس مضمون الخطاب سواء أكان سياسياً أم إعلاميا في جزء من خصوصيته أو جزء من وظائف الأيديولوجية المتمثلة في تعميم الخاص وتقنيع الواقع والإدماج في وظيفة تعميم الخاص. وجوهرها ليس إلا عملية منهجية للنظام الفكري، حيث يتم تركيز الاهتمام على الجوانب التي تقدمها الافتراضات المعقولة والمقبولة كسبب كافٍ للفهم والتفسير من الطبقة أو الفئة المسيطرة والخالقة للأيديولوجية عبر تحديد صيرورة الظواهر المراد تثبيتها في ضوء المبدأ الانتقائي لما يتلاءم والصالح والأهداف الخاصة بها.

لذلك يشكل مضمون وسائل الإعلام الذي يتكون من عدد كبير من النصوص أو الخطابات التي تأتي على أشكال نمطية في الغالب وتستند إلى تقاليد أسلوبية ورموز صادرة عن ثقافة مؤلفي النصوص ومتلقيها، ففي عملية التحليل السيميولوجي يمكن الكشف عن المزيد من المعاني التي ينطوي عليها النص خاصة وان السيميولوجيا يمكن تطبيقها في أكثر من نظام رمزي واحد في عرض المضمون المطلوب وهذا ما يتناسب مع الاتجاه الايديولوجي للمحطة وميولها السياسي لتثبيت الافكار وتوجهات السياسية ؛وليس بحسب ما تطلبه المهنية الموضوعية في عملية نقل والبث التي تحاول كل محطة اعلامية التلاعب بعرض الافكار بما يناسب موقفها وذلك مع الصورة التي تحاول تقديمها عن الخطيب وخطابه بحيث يتمكن المونتير من قص اللقطات وتركيبها بحسب الافكار المطلوب عرضها وليس المحافظة على المضمون في اللغة العملية المهنية اجتزاء الخطاب.

وتهدف هذه الدراسة الى تبيين دور وسائل الاعلام في لبنان الى اجتزاء الخطاب السياسي واستخدامه في شد عصب الحواضن الشعبية المتابعة للقناة من اجل تشكيل رأي شعبي خاص لكل فئة .

من هنا نستنتج بان التلاعب بمفاهيم النص من خلال الاجتزاء او الفبركة للاحاديث والأقوال السياسية ستؤدي بدورها الى تشويش المعلومة لمصالح خاصة.

الاشكالية:

ان البحث يطرح الاشكالية التي تعمل على تناول الخطاب في الدراسات الإعلامية يشير إلى شكل أو أنموذج من استخدامات اللغة وفي المعنى الإعلامي قد يصلح الخبر ليكون مثالا للخطاب بما يعكسه من اختيار اللغة وأسلوب العرض، أما في علم اللغة فقد كثر استخدام الخطاب للإشارة إلى الأحاديث الأكثر قوة من الجمل، أما تقنيع (أي فرض فكرة بالملموس الظاهري) الواقع فيقصد به استبدال العلاقة المادية أو الوجود المادي الحي بعلاقة أخرى تصورية، أي أن الضرر في إطار الأيديولوجية يعيش علاقته الاجتماعية بالآخرين ليس كما هي قائمة فعلاً وإنما بكل أيديولوجية هذا الواقع .

أهداف البحث :

يهدف الخطاب السياسي إلى تعريف الجماهير المستهدفة بأجندة سلطة سياسية ما، وبأفكارها وتصوراتها ثانيا، بعبارة أخرى، تحاول السلطة السياسية في ضوء خطابها السياسي استشفاف ملامح من اتجاهاتها السياسية للجماهير، لذا فالاسترسال في موضوع الاتصال السياسي لا يقف عند تحديد خصائصه وأشكاله، إنما يتعداه إلى إعطاء تفسير دقيق عن كل شكل من أشكاله ليتحدد الإطار المعرفي له، للحيلولة دون حصول خلط بينها.

ويكمن الهدف في عرضنا للبحث من خلال مفهوم الاجتزاء الذي تستخدمه القنوات المحلية للامور التالية :

1- إن الخطاب الإعلامي يتكون من تشكيلات ونصوص دلالية لغوية وغير لغوية، ذلك أن النص في المفهوم الإعلامي هو كل رسالة تؤدي وظيفة.

2 – الخطاب الإعلامي يهدف إلى إيصال رسالة بأكبر قدر من الفاعلية لتحقيق ما يصبو إليه الفاعل الإعلامي الذي يكيف أهدافه مع طبيعة الرسالة الإعلامية ومتلقيها.

3 – ان الاهتمام بالمضمون في الخطاب الإعلامي لا يعني إهمال الجوانب الشكلية، بل لابد من إبراز قيمتها، ذلك أن لغة الخطاب الإعلامي لا تقتصر على إيصال المضمون للمتلقي ولكن ربطها بالنص من خلال هذه الرسالة.

4 – يتخذ الخطاب الإعلامي فنونا عديدة لإيصال مضمونه، فهو قد يكون تصريحا أو مقالا أو تعليقا وغيرها من الفنون المستخدمة في الحقل الإعلامي.

5 – تكمن اهمية نقل الخطاب في الوسائل الاعلامية المرئية والمسموعة بما يخدم الموضوعية والشفافية والمصداقية التي تعتمد عليها اخلاقية المهنة الاعلامية.

6 – المتلقي لا بد أن يستشف الهدف الذي ينطوي عليه الخطاب الإعلامي في ضوء تمثل رسالته الدلالية بهدف اكتمال عملية الاتصال.

لذلك يمكن القول بأن الهدف الاساسي من نقل الخطاب السياسي بالوسائل السمعية والمرئية والمقروءة المستخدمة في مجال الإعلام أن يأخذ الخطاب جميع هذه الوسائل والأدوات للوصول إلى الجمهور وتشكيل رأي عام من القضية المطروحة دون التلاعب بمضمون الكلام بواسطة الإنتاج.

أسباب اختيار البحث:

يشكل البحث نقطة جديدة في عملية دراسة مفهوم اجتزاء الخطابات السياسية في وسائل الاعلامي اللبنانية التي تشكل نقطة شد عصب للقوى والاطراف المتنازعة في السياسية الداخلية من اجل تحريضها بواسطة خطابات مجتزأة غير كاملة تشكل رأي عام خاصا.

اهمية البحث:

يشكل البحث نقطة مهمة في التعامل مع وسائل الاعلام لجهة اجتزاء الخطابات السياسية وتحريف المضمون من خلال عرضها بواسطة التقارير الاخبارية المعدة من داخل الاستديو حيث يشكل المطبخ الاسود في بناء حركة دعائية تحريضية بحسب توجهات القنوات المحلية وخاصة اللبنانية التي تمول بواسطة القوى السياسية او راس المال السياسي الذي يضع بصماته في تركيب العملية الخبرية.

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث بان للخطاب الإعلامي رسالة أعدت بشكل مسبق وفي إطار محدد، وخضعت خلالها لصياغة استدلالية منطقية على وفق قواعد معينة، يترتب على ضوئها منطق الخطاب، مع الأخذ بالحسبان وضوح النص ودقته في التعبير عن الصياغة الخطابية.

يعد الاتصال مفهوما واسعا يشمل في إطاره العام جميع أشكال تبادل الرسائل الشفوية والمطبوعة والمسموعة والمرئية، ولا يخرج الاتصال السياسي عن إطار هذا المفهوم، إلا في أنه يختص بالجانب السياسي ويندرج ضمن إطاره مفاهيم، كالخطاب السياسي والإعلان السياسي والدعاية السياسية، وقد يكون هنالك مفهوم آخر له علاقة صميمة بالاتصال السياسي، مما يطرح العديد من التساؤلات:

1- لمصلحة من هذا الاجتزاء التي تستخدمه وسائل الاعلام اللبنانية؟

2 – ما الهدف من بث هذا الخطاب بالوسائل الاعلامية بهذا الكم والنوع؟

3 – لماذا يتم النظر إلى الخطاب السياسي من وجهة نظر سياسية؟

4 – اين تكمن اهمية الخطاب السياسي في السيطرة على توجهات الجماهير؟

5 – كيف يتم استخدام الخطاب السياسي كدعاية مضادة؟

المنهج المستخدم :

ان المنهج المستخدم في البحث هو المنهج التحليلي الوصفي الذي يربط المعلومات الوصفية بواقع الخطاب السياسي واستخدامه في التلفزيونات المحلية والفضائية وتحليل انعكاساتها السلبية والايجابية على الراي العام وتأثير الافراد بهذه الاستخدامات الاعلامية.

كلمات مفتاح: الخطاب الاعلامي، تواصل، اتصال، اجتزاء، وسائل اعلامية، مضمون الخطاب، بث الخطاب، القنوات التلفزيونية.

المقدمة:

تعيش القنوات الاعلامية ففترة استنهاض للخطاب السياسي والشعوبي، حيث يشكل رافداً اساسياً من روافد العمل الاعلامي لكون الخطاب السياسي احدى الوسائل الاعلامية التي ترتكز عليها الوسائل الاعلامية في تفعيلها واستخدامها لاستقطاب مزيد من المشاهدين للوسيلة المستخدمة .

لذلك فإن الخطاب السياسي وسيلة تواصل واستنهاض شعبي وهو من اقرب وأسهل الاساليب للوصول الى عقول « الجمهور» [925]، واكثر من ذلك فإنه، عبارة عن عملية «شحن» للنفوس والعقول (طائفي، مذهبي... قومي ... محلي)، وهذه الطريقة توازي في فعلها كل وسائل الاقناع العلمي والمنطقي، ولا سيما عند الشعوب التي لا تتطلب جرعة كبيرة من الضخ الايديولوجي، وهذا مرتبط بالظروف السياسية والاجتماعية، في لحظات معينة ما قد يشعل حرباً، اي انه خطاب «غب الطلب»، ويكون تأثير ومفعول الخطاب بحسب النبرة التي تكون اقوى على المتلقي[926].

الخطاب فضاء واسع يستهدف فيه الخطيب حْمل المُخاطَب على الإقتناع وذلك بالتّوجه إلى العاطفة بوسائل الاستمالة وإلى العقل بالاستدلال[927] .

(925) جلال فرحي، كيف تحقق النجاح في المجال الاعلامي، دار الفارابي، بيروت، 2006، ص157.

(926) انطوان وحيد نعيم، فن الخطابة والإلقاء، دار الكتاب العربي، لبنان،2011، ص79.

(927) د.جليل وادي، الخطاب الاعلامي وادارة الازمات السياسية الدولية، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية،217،

يعرف الفيلسوف الفرنسي ميشال فوكو (Mechal Fouco) الخطاب بأنه :»النصوص والأقوال كما تعطي مجموع كلماتها ونظام بنائها، وبنيتها المنطقية، أو تنظيمها البنائي»[928]، ويطرح ميشيل فوكو نظرة متميّزة للخطاب حين ربطه بالسلطة، وإذا كان هناك ارتباط وثيق بين السلطة والخطاب، كما ذهب فوكو إلى أنّ ذلك ليس مجرّد تخطيط، وتنظيم من قبل السلطة فحسب، وإنما علاقة تجمع بين اللغة وأنماط الهيمنة الاجتماعية[929].

وتشير الدراسات إلى أن الطابعين السياسي والدبلوماسي والديني هُما الأكثر حضورًا في الخطابات. وقد تعددت لدى الخطيب الأساليب، وتنوعت مستويات الأداء الفني بما يكفي لضمان سيطرته على مشاعر جمهوره وفكره، فهي تهدف إلى الإفهام والإقناع[930].

إن وضوح اللّغة لديه وفهمه لطبيعة المستمع تؤثران على مدّى فاعلية عملية الاستماع، وتفرض التبادلات الشفهية وجود الآخر، لذا فإن الاشارات الحركية وإيماءات الوجه الإرسال الشفهي، إرسال مألوف ومستمر[931]. لكن قادة الرأي أكثر ابتكارًا من أتباعهم ولديهم أفكار جديدة وقدرة على ابتكار الحلول وتبني المستحدثات أكثر من غيرهم[932].

إن رد الفعل Reaction إحدى سماتِ الخطابِ السياسيَ الناطقة كالتصفيق والهتاف والمديح والتلويح بالصور والشعارات والإعلام، فالخطاب السياسي إقناعيٌّ مقصودٌ، يشارك «العامل البصري» في رؤية الحركات، والإشارات وتفسير الحدث اللّغوي، فهو يُسهم في فهم الفكرة لأن صوت ونغمة الخطاب السياسي بكل ما يعنيه يساعد على توجيه المتلقي إلى أهدافه وإقناعه بها. غرض الخطاب السياسي إقناعي تأثيري، فهو وحدة تواصلية تعتمد على الحكمة والنطق له هدف شامل يتجه إلى سلوك المجتمع تأثيرًا فيه والاهتمام به ثقافيًا وسياسيًا[933].

توجهات السياسي:

يمكن وصف السياسي كالعامل اليومي المياوم، وان كان يحاول ان يمثل دور المؤرخين، ولكن على طريقته وفهمه وتحليله للأمور بحسب ما يشتهي وقد يخطئ او يصيب لكن كل ذلك من ادوات العمل اليومي وبحسب الظروف، اما المؤرخ فلا يصنع الحدث انما يحلله ويعيده الى الظروف التاريخية التي كانت سائدة وان كان هناك الكثير من المؤرخين لا يبحثون عن الحقيقة، بل فقط استحضار التاريخ بحسب خلفياتهم السياسة وهذا الاخطر. إن كلا الطرفين السياسي والمؤرخ له وظيفته الخاصة بعمله.

وفي كثير من الأحيان، فإن السياسي ليس مضطراً للبحث في التاريخ، وإنما يتحول الى ناطق ايديولوجي محدد بفكرة واضحة وصريحة وان بنبرة عالية ولغاية محددة « غاية في نفس يعقوب»، وهنا الخطورة في ذلك. عليه أن ينظر في مصدر الخبر، او الحدث الذي يتناوله لكي يكون مؤثرا وفعالا في هذه الجماهير التي تتلقى الرسالة، وينبغي ان يناقش التاريخ على انه نص سياسي لموقف محدد لا

ص25.

(928) ميشال فوكو، حفريات المعرفة، ترجمة سالم يفوت ط2، الدار البيضاء –المركز الثقافي العربي، بيروت،1987، ص100.

(929) الزواوي بغورة، مفهوم الخطاب في فلسفة ميشيل فوكو، المجلس الاعلى للثقافة، القاهرة، 2000،ص30.

(930) عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص62.

(931) د.خليل بيضون، فن الخطابة تاريخه اركانه وقواعده، دار بعل للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، 2018، ص7.

(932) جلال فرحي، مرجع سابق 2006، ص134.

(933) د.راضية بوبكري، الخِطَاب السّيَاسِي، الخصائص واستراتيجيات التأثير، مجلة جامعة عنابة، المجلد، 5 العدد12، الجزائر 2013، ص 7.

فكري[934]، وهنا فهو مجموعة اخبار متسلسلة ومترابطة كانت سياسية فيما مضى، ثم اضحت تاريخا بعد حدوثها، وهكذا يصبح كل حدث كان سياسيا تاريخياً. إن حضور الجمهور المباشر واستماعه وتفاعله مع الحركات لجهة يؤثر على نوعية اللغة بنبرات الصوت والكلمات والتعبيرات والجمل التي يستخدمها المرسل لتؤدي هدفه وتعززه، بالإضافة إلى الخلفية السياسية عن الموضوع التي تجعل الخطاب غنيًا بالمضامين[935].

الخطاب السياسي في لبنان:

في العصر الحالي أصبح الجمهور اللبناني لا يولي أهمية كبيرة للخطاب الشعبوي، إنما الى أشياء أخرى يبرز فيها شكل المخاطب اكثر اهمية من نوع الكلام المستخدم، البيئة أو ما شابه، أي فن الإلقاء أكثر من مضمون الخطاب. وهنا تغلب شخصية الخطيب في المجتمع اللبناني على اشياء اخرى، خاصة في عملية الحشد الجماهيري والتأثير على الاوساط الشعبية نتيجة القدرة الكبيرة التي تمكن هذه الشخصية من اقناع شرائح عديدة قد سلمته امرها، وبالتالي هو الآمر الناهي بسلطتها ومستقبلها. وهذه القدرة التي اخذها هذا القائد من الجماهير تفوق قدرات رئيس البلاد الأمين على الدستور وتضعه بمواجهة مباشرة مع الاعلام المعادي في محاولة لتخفيف الخطاب والتقليل من شانه ما يضعها في مواجهة سياسية وليست اعلامية مع الخصم السياسي[936] .

يعاني الخطاب السياسي في العالم العربي كما في لبنان من مشكلة اساسية هي نقله عبر كافة الوسائل الاعلامية بسبب عملية الاجتزاء التي تفرض نفسها على الخطاب السياسي، وكذلك يعاني الخطاب السياسي في لبنان مشكلة «الاجتزاء»[937].

إن اجتزاء الخطاب السياسي في وسائل الاعلام اللبنانية[938] يضعه امام تساؤلات عدة: لمصلحة من هذا الاجتزاء؟ وما الهدف منه ومن طريقة بثه بالنوع والكم؟ الامر الذي يفقد الاعلام هيبته وموضعيته بسبب القانون[939] الذي صدر في العام 1996، والذي بموجبه ادى الى تقاسم الوسائل الاعلامية على اساس «الكوتا» الطائفية للتعبير بين ارباب المناطق والمذاهب، وداخل القوى السياسية وذلك للتأثير على جمهور الوسائل الاعلامية.

وهذه التساؤلات بحد ذاتها تقيد العمل الاعلامي الموضوعي وتضعه تحت سيطرة المذاهب والقوى السياسية التي تمارس عملية «تجزئة الخطاب» بما يتوافق مع توجهاتها السياسية والحزبية الخاصة، الامر الذي يفقدها الموضوعية اثناء عملية النقل للخطاب، ما يعد ضربة كبيرة للمفاهيم الديموقراطية

---

(934) د.سامي كليب، خطاب الاسد من الاصلاح الى الحرب، دار الفارابي بيروت، 2017، ص 23.

(935) انطوان وحيد نعيم، مرجع سابق، ص77.

(936)– حسنين توفيق إبراهيم، النظم السياسية العربية الاتجاهات الحديثة في دراستها، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005، ص 58-59.-60

(937) هالة الحمصي، خطاب إعلامي اتهامي ذو أبعاد سياسية ومذهبية"، صحيفة النهار اللبنانية 17 ايلول اسبتمبر 2015.

(938) – د خالد ممدوح العزي، الخطاب السياسي واجتزائه في لبنان... غياب الرؤية المهنية والحاجة ملحة للتجديد، موقع بيروت اوبزرفر الالكتروني، 11 حزيرايوليو 2014، https//:www.beirutobserver.com%/2014/07/D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A8-D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%B3%D9%8A%-D9%88%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D9%87%-D9%81%D9%8A-%D9%84%D8%A8%D9%86%D8%A7%D9%86%-D8%BA%D9%8A%D8%A7/

(939) حسام عفيف شمس الدين، قوانين الاعلام ، طبع وتوزيع مؤسسة المنشورات القانونية، بيروت 1995، ص 30.

وحرية التعبير في بلد مثل لبنان، وهذا ما ينعكس سلباً في نقل الرأي او الرأي الاخر من موقف الى اخر في الوسائل الاعلامية المختلفة.

كتب الاعلامي حسام عيتاني مقالة بعنوان[940] :«خطوط الفصل وخيوط الوصل». كانت هذه المقالة بمثابة المفارقة الكبيرة في تاريخ الصراع اللبناني الداخلي. كانت لحظة فريدة في التاريخ اللبناني تلك التي سجل فيها توزع المسلمين السنة والشيعة، او اقل الكتل الكبيرة بينهم، على معسكرين متصارعين، غداة اغتيال رفيق الحريري .

فقد وجدت الكتلة الاعمق تأثيرا في الطائفة السنية، بين ليلة وضحاها، انها ما عادت تطيق الاقامة في كنف العروبة النضالية التي وصلت بعد عامين من سقوط بغداد تحت الاحتلال الامريكي الى افلاس مدقع ولم تعد تحتمل من وعود سوى استمرار التسلط على لبنان بذريعة خوض معارك لا يرى الكثير من اللبنانيين من نتائجها سوى تعميق للنفوذ السوري وهو ما أدى إلى مقتل الحريري على الشكل الذي حصل فيه. لكن في الجانب الشيعي ضخت حرب تموز 2006 المخاوف التي زرعها الانسحاب العسكري، والأمني السوري، وساد شعور لدى الشيعية السياسية بجسامة الاخطار المحدقة وانتشرت تأويلات لأهداف الحرب الاسرائيلية بأنها لا تقل عن كونها مسعى اسرائيليا – امريكيا مستندا الى تأييد عربي باقتلاع الشيعة من ارضهم ونفيهم وتهجيرهم الى مناطق يكونون فيها تحت رقابة ووصاية اهل السنة لحرمان الطائفة الشيعية من حقها من مقاومة اسرائيل. وبظل تصاعد هذا الخطاب السياسي التي مارسته القوى والاطراف بين الكتلتين الكبيرتين من خلال توزيع الدول الاقليمية التي باتت شريكا في دعم طرف ضد طرف آخر بظل خطابات متصارعة ومتعاكسة، اشتد الخطاب السياسي قسوة مما جعل الاعلام يلعب الدور الريادي في قيادة هذه الحملات والذهاب بعيدا في عملها والتحول الى منابر سياسية مهمتها التوجيه والتحليل السياسي، مما ساهم بشكل مباشر في لعب دور الرقابة السياسية على كل الكلمات والخطابات اثناء عرضها والتحكم بها في عملية الاجتزاء والتي باتت المؤسسة الاعلامية معنية بها باسم الاعلام السياسي[941]، بحسب حاجة الوسيلة لاستخدام الخطاب السياسي في توجهاتها السياسية.

ويؤكد د. نسيم الخوري انه :»لا يمكن التغاضي عن الدور الكبير الذي اخذته وتأخذه مؤخرا الخطب الدينية وتصريحات الشيوخ في حياة المسلمين في لبنان خاصة، وقد غالى المسلمون الشيعة في الظاهرة الخطابية التي تكاد تكون تبدو ركيزة الحياة اليومية، حيث فرضتها واجبات الاستشهاد ومجالس العزاء في الحسينيات وحث المقاتلين على النضال، وهو ما تجاوز الى حد كبير ما كان يحصر بخطب الجمعة لديهم ولدى السنة على السواء والمسلمين عموما[942].

ومن خلال مقاربة نستعرضها بين لبنان والعراق يرى د. فالح عبد الجبار[943] ان :» الخطاب السياسي في العراق غداة سقوط نظام البعث بدأ يميل نحو المتعصب الاصولي الذي كانت المذهبية عماده وقد برهنت الانتخابات العراقية صعوده ونظرا لما يمتلك هذا الخطاب من قدرات مالية وخطابية، فكانت الجوامع والحسينيات والمنابر والمناسبات الدينة مكانا قوياً لممارسة هذا الخطاب التعبوي لينتقل هذا الخطاب لتنفيذ الخطوة الثانية في تأسيس مؤسسات ومنابر اعلامية جديدة تعتمد على هذه النبرة

(940) حسام عيتاني خطوط الفصل وخيوط الوصل، مقالة من كتاب من اعداد حازم صاغية نواصب وروافض، منازعات السنة والشيعة في العالم الاسلامي، دار الساقية بيروت، 2009 ص50–37.

(941) كتاب صاغية، مرجع سابق، ص 45–44

(942) د.نسيم الخوري، الاعلام العربي وانهيار السلطة اللغوية، مركز دراسة الوحدة العربية،بيروت 2005،ص330.

(943) د.فالح عبد الجبار من كتاب من اعداد حازم صاغية نواصب و روافض، منازعات السنة والشيعة في العالم الاسلامي، دار الساقية بيروت، 2009 ص 119–83.

الخطابية المؤثرة، ولكن بطريقة اوسع وتعتمد في عملها الدعائي على الخطاب الديني والمذهبي المؤدلج والاجتزاء. فالمثال الثاني لا يختلف في طريقة عمله نهائيا عن التوجهات اللبنانية في ممارسة الاجتزاء للخطاب السياسي، واستخدامه لمصلحتها الخاصة وشد عصب أتباعها ومناصريها على حساب الخطاب الوطني الجامع للجميع، مما يجبر هذه المؤسسات الاعلامية على تنفيذ مهمة الاجتزاء للخطاب.

الخبر وظاهرة الحذف في الوسائل الاعلام اللبنانية :

تشيع ظاهرة الحذف في اشعار الشعراء والروايات والقصص القصيرة، والحكايات الشعبية، ولهذه الظاهرة قصة فنية، فثمة حذف للمبتدأ، كما ان هناك حذفا للخبر، وحذفا للمفعول به، وأنواعا اخرى من الحذف، لها دور فاعل في تأدية المعنى، فقد يكون الحذف لداع ادبي كيلا يخدش المؤلف حياء اذن المستمع، مثل حذف السباب والشتائم. وربما كان هذا الحذف عملية اعلامية تثير انتباه السامع او القارئ الى مضمون الرواية او القصة وقد يكون للبحث عن خلفيات اخرى ضمن الرواية او القصة، وربما يكون الحذف لغاية بلاغية مهمة المراد منها تثبيت مشاعر الخوف لدى السامع من جهة، او الغرض منها جعل مساحة خالية واسعة ليتصور ما شاء من معاني المدح والذم من جهة اخرى، وهكذا دوليك(944).

لكن المسائل تختلف في وسائل الاعلام بمختلف انواعها، حيث تقوم على الحذف بقصد التشويه المعتمد للخطاب السياسي من قبل الجهة الاعلامية التي تحاول الخطاب في خدمة مصالحها السياسية، وبالتالي يتم الحذف والاجتزاء وفقا لثقافة الاعلامي الذي يقوم بعملية للرقابة السياسية الحزبية نتيجة التوجه الخاص للوسيلة، وهنا تكمن عملية الاجتزاء التي تتعمدها الوسائل الاعلامية اللبنانية في تناولها لخطابات الزعماء اللبنانيين والتي تندرج ضمن خط الوسيلة الاعلامية السياسية. لكن يجب الانتباه الى ان عملية الحذف التي تطال اجزاء من الخطاب ما هو واجب في المعنى ويطلبه النص بوضوح، وهنا يحاول الاعلامي «المحرر» ان يحرر الخطاب ناقصا وهذا لا يدل على عملية الحذف غير المهنية، وانما تترك اثارها الواسعة والسريعة على جمهور الوسيلة من خلال ايصال الرسالة بالطريقة التي يجب ان ترسل من قبل الجهة التي تعتبر نفسها الجهة المعارضة لهذا الخطاب المرسل.

والحقيقة ان كل مشاهد او قارئ لا يستطيع ان يفهم المضمون المقدم من قبل الوسيلة الا ببراعة فعلية في عملية الحذف التي تمت من قبل هذا الرقيب السياسي، وهذه العملية الهادفة للتأثير على راي المستقبل من خلال ارسال الرسالة المطلوب ايصالها للراي العام بواسطة هذا الخطاب الذي تم التلاعب به.

1- مصادر الخبر السياسي:

ان أهمية الكلام والخطاب السياسي اليوم تكمن في وضوح مفرداته وجمالية نصه أو في ما يحتويه من عبارات تُشخص الواقع وتُحلله وتُنقده(945). هذا أمر مطلوب ولكنه لا يكفي لأنه من هذه الناحية لا تختلف كتابات السياسيين والمثقفين الأجانب الذين يعيشون في الدول الديمقراطية عن كتابات المثقفين والسياسيين العرب، من جهة احتوائها على التنظير السياسي والنقد والدعوة للتغيير، دون اعطاء لمصادرها لأهمية الخطاب لم تعد في النص بل تكمن أهميته في فعله وأثره المتولد عنه سواء من حيث تأثيره على الرأي العام أو من خلال اعادة إنتاج رأي عام جديد وثقافة جديدة أو من خلال التأثير على مجريات الواقع وخلق علاقة تفاعلية بينهما.

(944) انطوان وحيد نعيم، مرجع سابق، ص58.

(945) وفاء ابو شقرا، عندما تتكلم المصادر «الصحافيون ومصادر معلوماتهم، دار الفارابي، بيروت 2018، ص 120.

ولذلك لابد من اعتماد الخبر السياسي على مصدر[946]محدد وصادق، لكن ما يكون عن النزاهة والحياد اذا كانت له غاية او يتجه الى دعم وسط سياسي او موقف معين، فهناك مصادر اعلامية تمثل ما وراءها ممن يدعمها ويمولها، وهي تتحدث باسمها وتروج لها، كما تحلل بناء على توجيهها، ولذلك فإن الخبر في وسائل الاعلام المختلفة إن كانت «مكتوبة او مرئية او مسموعة او الكترونية «عربية او اجنبية تحرر حسب توجه كل مؤسسة، فمثلا وسائل الاعلام اللبنانية كانت ترسم صورا خاطئة لحوادث معينة وتظهرها بأنها حقائق وان لها صورة واضحة وصريحة تحدد مستقبل لبنان السياسي، وهذه الحقائق مغايرة للواقع [947] .

2- طمس الاخبار في الوسائل الاعلامية :

يتميز لبنان بطريقة خاصة في تعاطيه مع الخبر حيث يتحول الاعلامي في الوسيلة الى صانع الحدث او المعلومة مما يدفعه العمل للاجتزاء منها بسبب تشكل ثقل مغاير لتوجهاته السياسية والايديولوجية كونه بات يمارس دوره في الوسيلة كمحلل سياسي او موجه أيديولوجي وقد اشار لذلك انطوان وحيد نعيم في كتابه[948] :» إن المتتبع للأخبار السياسية في معاهد السياسة الغربية العليا يدرك ان بعض الاخبار تطمس عن عمد وتحور لغايات اعلامية، فلإعلام يظهر شيئا ويخفي اشياء اخرى لأغراض محدودة او محدودة، حيث يشدد نعيم على البحث في الخبر لاستكمال سلسلة الاتصال مهما كان الجهد والوقت في متابعتها» [949].

وهذا الاستعمال إما عن مصادره او طريقة كتاباته، وهنا ما يجب على السياسي في ممارسته السياسية ان يكون ذا بصيرة نافذة في تعامله مع الخبر وتوضيحه للراي العام، وقد ذكرنا كيف تشكل البصيرة النافذة حين عرضنا لذكر الافعال في السياسة، فالأفعال هي التي تكشف عن الاحداث اذا تتبعنها يومياً حيث تمر حياة دولنا السياسية وشعوبها، وهنا نجد يقوم بها طرفا الصراع السياسي في الدولة، وحتى المؤتمرات الصحافية التي يتم عرضها للشخصيات المتقابلة ما هي إلا فعل وتصريح تم اعداده بعد هذا اللقاء بينهما، ومن هنا يستطيع الباحث ان يصل الى موضوع الاتفاق بينهما من خلال التصرفات اللاحقة التي تصرفوها، والخاضعة بالأساس لطبيعة الستاتيكو المفروض على الاطراف لعدم الذهاب بعيدا في طروحاتها وأحلامها ولكي تبقى الخطابات السياسية في الكثير من الاحيان خاضعة للأطراف الاقليمية والدولية التي تدير الصراع بينهما، حيث تكمن مهمة هؤلاء الخطباء بتنفيس الجو السياسي المتأزم للسيطرة على المناصرين والمحازبين لكي لا تخرج الامور عن السيطرة .

3- وسائل الاعلام والقطع واللصق:

تلعب وسائل الاعلام دورا حيويا في المجال السياسي في المجتمعات المعاصرة فهي أداة فاعلة وهامة لا تقوم بنقل الرسائل والمعلومات من المنظمات والمؤسسات السياسية إلى الجمهور فقط، بل تحول هذه المعلومات من خلال صناعة الأخبار وترتيبها في أجهزة لتحقيق غايات منشودة[950].

فطبيعة العلاقة بين وسائل الاعلام والعملية السياسية علاقة جدلية، إذ إن وسائل الاعلام تعمل على نقل وتحليل النشاط السياسي وفي نفس الوقت تعد جزءا من العملية السياسية، فهي من المصادر

(946) وفاء ابو شقرا، مرجع سابق، ص 65.

(947) هربت ستر نز، المراسل الصحافي ومصادر الاخبار، ترجمة سميرة ابو سيف، ط2، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989، ص 137.

(948) انطوان وحيد نعيم، مرجع سابق، ص 79.

(949) انطوان وحيد نعيم، مرجع سابق، ص 80.

(950) هيثم الهيتي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص119.

المتاحة أمام السياسيين وقادة الرأي للحصول على المعلومات والبيانات، وتلقي ردود أفعال الجمهور نحو سياستهم وقراراتهم ومواقفهم، مما يساعد في كل العمليات والخطوات المصاحبة لصنع القرار السياسي فضلا عن اعتماد الجمهور عليها في تكوينه واعتقاده واتجاهاته ومواقفه المختلفة إزاء الأحداث والسياسات التي تقع داخل الواقع المحيط به.

تلعب وسائل الاعلام دوراً فعالا في تنشيط العملية السياسية حيث تأخذ المناقشات والمواقف الخاصة بالمسائل السياسية مؤشراتها من عرض وسائل الاعلام لهذه الرسائل، فهي إلى جانب تأثيراها على الآراء السياسية للفرد تؤثر على الطريقة التي تدار بها السياسة وعلى تنظيم نشاطاتها الرئيسية[951].

كان من المفروض على وسائل الاعلام أن تقوم بنقل المدخلات وهي مختلف المطالب والمواقف والآراء والمظالم التي يعبر عنها أفراد المجتمع للحكام من جهة، كما تقوم في الجهة المقابلة بنقل المخرجات (وهي تمثل مختلف القرارات التي تصدرها السلطة) إلى المواطنين بحيث تعد خير قناة يعتمد عليها الحكام لشرح سياستهم وقراراتهم، لكن الواقع اظهر عكس ذلك إذ أنه في هذه الفترة كان النظام السياسي يصدر مخرجات ليست ناتجة عن المطالب التي يتقدم بها المجتمع وانما كانت نابعة من مطالب تمت صياغتها على مستوى جماعات في الأجهزة السياسية التي كانت تشكل النظام السياسي، فسياسة القيد والوصاية التي فرضتها السلطة على الصحافة جعلت دورها يقتصر فقط على الحركة النازلة وجردتها من دورها في الرقابة والنقد.

حشو المصطلحات بالأحاديث:

ان الفرق بين الخطاب السياسي في عالمنا العربي، وبين الخطاب السياسي في الدول الديمقراطية لا يكمن فقط في مفردات الخطاب ومضمونه السياسي الهادف ولا في اختلاف هامش الحرية في الحالتين ولكن يبرز في العلاقة الجدلية التي تحكم الخطاب بالواقع أو علاقة المتكلم بالمتلقي وبالمكان، ويظهر المنزلقات الخطيرة التي تصرف الناس عن الاستماع الى بعض السياسيين او الخطباء حيث تأتي نتيجة حشوها بالمصطلحات المتنوعة الكثيرة في كلامهم، فلا يليق بخطبة او محاضرة سياسية ان تحشر فيها مصطلحات غريبة لا يفهمها اغلب المشاهدين او المستمعين، فالاصطلاحات هي عصارة لشرح طويل تختصر بعبارة او كلمة، وهذا ما يحصل عند العديد من الخطباء السياسيين اللبنانيين، حيث إذا استخدم المتكلم اربعة اصطلاحات فهذا يعني انك تحتاج الى صفحات عديدة لشرحها.

ويقول د. انطوان وحيد نعيم[952] :»أنه اذا زاد عدد الاصطلاحات بنحو الضعف زاد الشرح»، وبعشرة اصطلاحات تستخدم في الخطاب تكون قد اضعت بوصلة الخطبة عند المستمع، وقد شتت انتباه المستمعين، وأحبطتهم تماما لأنه يستحيل في لغة العلم مثلا ان تشرح عشرة اصطلاحات غريبة في محاضرة واحدة، ومعظمها لا تحتاج اليها في موضوعك كله»[953].

وهنا تظهر القدرة والبراعة عند الخطيب في شرح الافكار وإيصالها للسامعين من دون تعكير صفو مزاجهم وتفكيرهم بالمصطلحات الزائدة التي تعمق تفسيرها وتشتت الأفكار.

خصائص الخطاب السياسي:

يهتم الخطاب السياسي بتركيز الايديولوجيا او الرؤية الفلسفية للجماهير ويزيد من تشتتها من خلال

(951) د. عبد الكريم فهد الساري و. سؤدد فؤاد الالوسي، الاعلام والتسويق السياسي والانتخابي، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص63.

(952) انطوان وحيد نعيم، مرجع سابق، ص24-23.

(953) جان ماري دانكان، علم السياسة، ترجمة محمد عرب صاصيلا، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، بيروت، 1997،ص15 .

الافكار التي يطلقها الخطيب السياسي وهنا يرى المفكر التونسي د. عبد السلام المسدي أن[954]:» الحقيقة الكبرى يقتضيها الوعي الثقافي العام»، ويظهر بان التعدد السياسي كثيرا ما يخفي وراءه توحدا ثقافيا كاملا، واما التوحد السياسي فلا يعني بالضرورة توحدا ثقافيا، وصراع الهويات الثقافية لا يهزمه التوحد السياسي بين الانظمة، والشخصيات.

إن لعبة الاعلام الماكر هي التسلط على مفاهيم عامة من خلال لعبة الكيدية المقنعة وفي خلط الاوراق الفكرية، فمن اولى من المثقفين الاحرار بالتصدي لأجهزة الاعلام الماكر، ومن اقدر من المفكرين النبلاء على كشف العيب في الخطاب الموجه، ومن احق من النخبة العلمية بخوض معركة الانصاف المعروف[955]، من تاريخ العلاقة بين اللّغة والسياسة وغير ذلك من جوانب الخطاب السياسي. ويستند د.بها الدين محمد مزيد على ما يلخِّص بول تشيلتون Chilton [956]، لسمات هذا النوع من الخطاب فيما يلي، مع كثير من التصرّف على سبيل التبسيط[957] بالشكل التالي :

1- يعتمد الخطاب السياسي على الإشارة إلى الزمان والمكان والمكانة والعلاقة والسياق.

2- يقوم الخطاب السياسي على التفاعل الذي تتبدى من خلاله الحدود التي تفصل والروابط التي تجمع، تفصل الأنا عن الآخر وتجمعها ومن يحالفها أو يشبهها أو ينتمي إليها، وتتبدى من خلاله كذلك المكانة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والأدوار التي يلعبها كل طرف في التفاعل أو حوله.

3- يشتمل التفاعل على نوع من التفاوض والتداول، تداول الواقع، ومراجعة فرضياته المهمّة، ومحاولة فرض ما نفترض أو نُسلِّم به نحن على الآخرين.

4- يشتمل الخطاب السياسي على توقُّع ما يفكر فيه الآخرون والتنبؤ بما يدبِّر المنافسون وما يؤمن به "الأعداء" ومن ثمَّ تفنيده أو إضعافه أو تشويهه وتقبيحه. يتحقق قدرٌ كبير من التفاعل في الخطاب السياسي بفضل قدرة اللّغة على الدلالة على مستويات مختلفة، وقدرتها على التعبير عن الواقع، ثم التعبير عن التعبير عن الواقع.

5- يتحقق قدرٌ كبير من التفاعل في الخطاب السياسي بفضل ثراء تعابير اليقين والشكّ وتعابير الضرورة والالتزام الأخلاقي والديني والاجتماعي – تعابير "افعل" و"لا تفعل» و»يجب» و"ينبغي» و»لا بُدَّ» و»علينا»، وذلك من اجل تبرير هذا الالتزام الاخلاقي والديني والاجتماعي والثقافي.

6- يرتكز الخطاب السياسي إجمالاً على تصنيفات ثنائية متعارضة، وربما متصارعة، بين الحق والباطل، بين الخير والشر، بين العدل والظلم، بين الشرعية وعدم الشرعية، بين الوطنية والخيانة، بين الحرية والقمع. بحيث عادة ما يكون صاحب الخطاب في المعسكر الأول وأعداؤه في المعسكر الاخر.

7-ان مفهوم الأدوار له أهمية خاصة في الخطاب السياسي، والمقصود هنا هو ما يؤدي فيه المشاركون من وظائف وأدوار اجتماعية أو سياسية أو عسكرية وهؤلاء الادوار، سواء كانت حقيقة أو مُفترضَة أو مرجوَّة أو مسلوبة من الآخرين، الامر الذي يربط بين علاقات تؤدي هذه الوظائف حيث يلعب هذه الادوار بين الحاكم والمحكوم، والراعي والرعية، والرئيس والشعب، والحكومة والمعارضة، وأصحاب العمل والعمال.

(954) د. عبد السلام المسدي نحو وعي ثقافي جديد، دار الصدى للصحافة والتوزيع، دبي،2010، ص77.

(955) د. سهام حسن علي الشجيري، أنسنة الاعلام جدلية التأثير والتغيير، دار الفا للنشر، الجزائر، 2015، ص 615.

(956) د.بهاء الدين محمد مزيد، تبسيط التداولية من افعال اللغة الى بلاغة الخطاب السياسي، شمس للنشر والاعلام، القاهرة، 2010، ص15.

(957) د. بهاء الدين محمد مزيد، مرجع سابق، ص 126- 127.

8- للوعي بالمكان والمكانة أهمية خاصة في الخطاب السياسي، ومن ذلك ما يتعلق بمفهوم «الحدود»، و«المياه الإقليمية» و«دول الجوار» و«الشرق» و»الغرب» و«الاحتلال» و«الغزو» والهجرة» و»الشمال» و»الجنوب»، وما يرتبط بذلك من استعارات وتصورات وحقوق وواجبات.

9-من خلال الوعي بالمكان والتصورات الاستعارية التي ترتبط به، تتشكَّل الجماعات والقوميَّات والشعوب والأقليات والدول والدويلات، ويتشكَّل كذلك وعيها بمن ينتمي إليها ومن لا ينتمي، وتتبلور الهويّة السياسية والجغرافية والاقتصادية لتلك التجمُّعات، وتتبلور مفاهيم "نحن" و"هم"، من "معنا" ومن "علينا". وقد يقع التبسيط المُخلّ والالتباس بين الهوية الجغرافية وبين الهوية السياسية أو الدينية كما نجد في تصوّر المفكر الامريكي صموئيل هنتنغتون صراعاً بين غرب "مسيحي" وشرق أوسط "مسلم". ليس كل من في الغرب مسيحيين، وليس كل من الشرق الأوسط مسلمين[958].

10- يشتمل الخطاب السياسي على قدر وافر من التفكير الاستعاري، على معنى أنّ للاستعارة وظيفة مهمة في صياغة التصورات وتجسيد المفاهيم والأطروحات السياسية. من ذلك ما نجد في استعارة "اصطياد أسامة بن لادن". لا تكتفي الاستعارة هنا بتقبيح قائد تنظيم القاعدة ونزع ثوب الإنسانية عنه بل تنتقل من ذلك إلى تجريده من الشرعية ووضعه في معسكر الشر الذي تصبح محاربته التزاما أخلاقيا مشروعاً.

11- يبدو أنّ هناك ارتباطاً من نوع ما بين الخطاب السياسي وبعض المشاعر الإنسانية الغريزية كحب الوطن والغيرة على الدين والحفاظ على الحرمات والمحارم والأماكن المقدسة والنفور من الغرباء والرغبة في الانتماء وحب "الأهل" والأسرة والانتماء إلى دين أو عشيرة. وكلُّها مشاعر يجيد الخطاب السياسي إثارتها والعزف على أوتارها بما يحقق غاياته وأهدافه.

12- تكراراً لبعض ما سبق وتأسيساً عليه، تتجاوز الإشارة والتعابير الإشارية مجرد تحديد المكان إلى تحديد المكانة والدور والعلاقة بين المشاركين في الخطاب، من مجرد الإشارة إلى من أنا ومن أنت ومتى، إلى تأسيس علاقة بين «أنا» وكل ما هو حسن وخيِّر وبين «عدويّ» أو "منافسي" وكل ما هو قبيح وشرّ وتحقيق التلاحم بين منتج الخطاب ومن يسعى إلى إرضائهم من ناخبين أو جماهير أو لجان أو هيئات. هكذا تبقى الإشارة بمعناها الرحب سلاحاً مؤثراً في جدل الهويات والانتماءات، درعاً يدفع وسيفا يقتل، يداً تضمُّ "ذوي القربى" وأخرى تحجب الغرباء.

اشكاليات الاجتزاء الاعلامي للخطاب السياسي:

وبظل الانقسامات في البيئة الداخلية للمجتمعات العربية والتي اعطينا عليها مثلين في سيطرة الخطابات السياسية على الشوارع بسبب الانقسامات العمودية التي تعيشها الشرائح الاجتماعية مما يشجع الوسائل الاعلامية في البلدين(لبنان والعراق)، والدول الاخرى[959]، على التلاعب بالخطابات لرفع عملية الاجتزاء في الخطابات والمعلومات والاخبار في فرض اشكاليات مختلفة ومتعددة في الدول تصب في مصالح توجهاتها لاحقاً وتطلعاتها الخاصة بغض النظر عن الاثار السلبية مما يجب العمل على معالجتها والخروج منها امر صعب في جعل الاعلام اكثر حرية واقرب الى عقل المتلقي وفقا للتالي:

1- إن العمل الاعلامي يرتكز على الموضوعية بنقل الخبر او الحدث وحتى اثناء عملية تجزئة الخطاب السياسية بسبب ضيق الوقت او الهامش الزمني لنقل الخبر وبحال تعذر يجب عرض

(958) صموئيل هنتنغتون، صدام الحضارات وإعادة صنع النظام العالمي، ط2، ترجمة طلعت الشايب، القاهرة، 1999، ص 337-336.

(959) د. سهام حسن علي الشجيري، مرجع سابق، ص607.

التوازي في الخطاب(رأي ورأي الآخر، الوقت المحدد ..) .

2- إن المهنية الاعلامية تطلب اثناء التجزئة (المونتاج) العرض الموضوعي الذي تفرضه الحرفة والأخلاق المهنية في الموضوع المتناول .

3 – إن توجه الوسيلة الاعلامية يفرض نفسه على اجتزاء الخبر حيث يصبح الاعلامي الصحافي والمذيع والمحلل السياسي.

4 – إن غياب المهنية الصحافية في الوسائل تضعف الاجتزاء وتضعه في موقع الشك بسبب ثقافة الشخص الذي يمارس هذه المهمة.

5 – إن الاجتزاء المزاجي للخطاب يعقده ويفقده مضمونه الحقيقي ويتسبب باللغط للمتلقي او المحلل ويسبب ارباكا في تحليل الرسالة او التقرير او الخطاب.

6 – إن الخبر العاجل الذي يجب ان يغطي مفاصل الخطاب الاساسية في عملية النقل يجب ألا يعتمد على الارتجال او العصبية او المزاجية، فالتجزئة المهنية والأخلاقية تنقل مضمون الخبر .

وهنا تبرز اهمية هذه الاشكاليات والحلول لما تحمل في مضمونها في الخطاب السياسي من تأثيرات وجدانية ونفسية تعلب دوراً في التوجهات والتفكير السياسي.

– الخطاب السياسي والتأثيرات النفسية في الاعلام :

يشكل الإعلام اليوم إحدى أهم دعامات الثورة التكنولوجية الحديثة في الاتصالات، وانعكس ذلك على كل إنسان نظراً للتغييرات المستحدثة في آلياته والمستجدات في نمط حياة الإنسان مقارنة مع ما كانت عليه في العهود السابقة[960]، حيث أحدث الإعلام انقلاباً شبه جذري في كل مجالات الحياة المعاصرة وسلوكيات أفراد المجتمع؛ وطالت التغيرات الأعراف والقواعد والقيم الاجتماعية، هذا فضلاً عما تعرضه وسائله المتعددة في الأجواء العالمية، بعدما حولت العالم إلى قرية صغيرة...

وقد نجحت السياسة بكل مقوماتها وأساليبها في توجيه دفة الإعلام نحو أهدافها الاستراتيجية المرسومة رغم تناقض أقوالها مع أفعالها، وتعريض البشرية لحروب وأزمات مفتعلة تارة وحقيقية تارة أخرى[961]. لقد تم توجيه العالم نحو أهداف السياسة حيث بات من مهام الإعلام ووسائله المؤثرة، والأهم من كل ذلك يكمن في الوقت نفسه التأكيدات المستمرة والملحة في وسائل الإعلام وخطابها السياسي على مفاهيم مثل: «الحرية والديمقراطية والتحرر ودعوة الشعوب إلى نبذ الخلافات وبناء مجتمعات قائمة على الاختيار وإبداء الرأي»...

ولكن أين تكمن الحقيقة؟ هل تكمن في الخطاب المعسول لوسائل الإعلام أم في الاستراتيجيات بعيدة المدى، عبر تغيير اتجاهات الشعوب نحو قضية معينة كالعولمة مثلاً أم اقتصاديات السوق الحرة، أم المفاهيم المبطنة التي تدعو إلى رفض القهر والاستغلال وتحطيم القيود الاجتماعية واعادة التنشئة وفق مفاهيم وتربية جديدة في السلوك الاجتماعي وإقامة العلاقات[962]؟ لقد اكد لنا التاريخ مرة أخرى أن الإعلام هو القوة الأكثر تأثيراً في مسار حياة الشعوب واتجاهاتها وقيمها، حيث يعمل بنفس قوة السلاح، لأن الإعلام بحد ذاته أداة إذا أحسن استخدامها استطاعت أن تؤثر كما تؤثر الأسلحة

(960) د. مصطفى الكافي، الاعلام والراي العام والعلاقات العامة في مواجهة الازمات، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان 2017، ص 17-16.

(961) د.جلال فاخوري، سيكولوجية الإعلام في الأزمات صحيفة الرأي الاردنية، 1 ايار /مايو 2012.

(962) د. عبد الفتاح، و محمد دويدار، سيكولوجية الاتصال والاعلام، دار المعرف الجامعّية، القاهرة، 2005، ص326-325.

الفتاكة الأخرى خاصة، إذا ما وجهت نحو قضية ما او مطلب أو شعب ما، فإنه يحدث تأثيرا بأسلحته المختلفة حيث يترك الكثير من الآثار والنتائج... وهكذا أصبح زمننا زمن قوة تأثير الإعلام في إدارة حياة الشعوب وخلق معاناتها أو سعادته[963].

– دور الإعلام المعاصر والأحداث السياسية:

يعتبر الإعلام في عصرنا الحديث من ضرورات الحياة المعاصرة، واستخدامه في الدفاع عن الرأي والمعتقد وقضية الوجود هو أمر لا مفر منه. وان تخلفت هذه الأداة، فإن الكثير من الحقوق تتشوه صورها أو تفقد أحقيتها وربما تتحول إلى صورة أخرى غير الصورة الحقيقية، كما هي صورة الإرهاب التي ألصقتها وسائل الإعلام بجماعات دون غيرها خلال عقد التسعينيات من القرن الماضي، أو تحويل حركات التحرر والمدافعين عن حقوق شعوبهم إلى إرهابيين، كما حدث للقضية الفلسطينية ولرجالاتها خلال العقد الماضي.

وعلى الرغم من معارك التحرير التي خاضتها دولنا ضد كل أشكال الاستعمار والتبعية، فقد كان الوعي يقظاً بالقدر الذي يفرق فيه بين مقاومة الاستعمار والتبعية من جهة، وبين تقدير تراثه الإنساني العظيم من جهة مقابلة إلا أن الأداة الكبرى التي تستطيع أن تبين للعالم أحقية قضيتنا في الدفاع والوجود والمحافظة على تراثنا غير فاعلة، تكاد تكون معطلة تماماً، وهي الإعلام الذي يعد بحد ذاته سلاحاً أقوى فتكاً من أي أداة أخرى، سواء لإظهار قضية ما أو الرد على قضية أخرى..

اذا اعتبرنا أن الإعلام هو أداة للسياسة، فهو القادر على المؤثر على عقول الناس واتجاهاتها حيث قال (ماك كويل) عالم الاجتماع المتخصص في الاتصالات الإعلامية: «نحن نستطيع تقصي بعض الظواهر على عدة مستويات خصوصا الرأي والمعتقد اللذين قد يكونان من أمور الرأي الفردي والتعبير الجماعي للمؤسسات والمجتمعات كذلك»[964]، ومن ناحية أخرى تتطلب منا دراسة تأثير وسائط الإعلام على الطريقة التي تعمل بها المؤسسات أن ننظر في العلاقات بين الناس الذين يقومون بأدوار مختلفة وفي تركيب تلك الأدوار ومضمونها، والسياسة مثال مناسب، حيث ربما أثرت وسائط الإعلام ليس على الآراء السياسية للفرد فحسب بل على الطريقة التي تدار بها السياسة وعلى طريقة تنظيم نشاطاتها الرئيسية. وربما تغيرت الأدوار السياسية

لذا فإن الإعلام أصبح في عالمنا اليوم أداة قوية للتأثير على عقول وسلوك الناس كأفراد أو مجموعات، سياسيين أو ناس عاديين، وأيضاً أداة للتغيير عن بعد، وخاصة فيما يتعلق بالسياسة العامة لتلك الدولة بوساطة الإيحاءات الإعلامية باستخدام اللغة والبلاغة في الحديث أو التأويل الكلامي.

إن الرسالة التي تحملها وسائل الإعلام اليوم عبر قنواتها المتعددة والمختلفة الاتجاهات، تتضمن أبعاداً غير محسوسة وغير مباشرة لا يمكن تجاهل البعيدة منها وحتى القريبة (الآنية) أو التقليل من شأنها، أو الابتعاد عنها، فهي أصبحت شراً لا بد منه يدخلون بيوتنا دون استئذان[965].

الخطاب السياسي الرأي العام :

لقد ارتبط مفهوم الرأي العام في الكثير من الاحيان بالأبعاد السياسية و الايديولوجية التي يراعى من خلالها تعريف الرأي العام وكيفية استخدامه، إذ يتداخل هذا المفهوم بمصطلحات و مفاهيم اخرى

(963) د. علي الدين هلال، ونيفين مسعد، النظم السياسية العربية قضايا الاستمرار والتغيير، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2000، ص 338.

(964) علي عبد الفتاح، الاعلام السياسي والدبلوماسي، دار اليازوري العلمية للنشر، عمان، 2014، ص 80.

(965) د. اسامة كبارة، دراسة في فنون الصحافة والاعلام، دار المنى لبنان،2001،ص63 –66.

خاصة في الدول التي لا زالت أنظمتها متخلفة فهي تخلط بين الرأي العام والإرادة الشعبية والإرادة السياسية فمن هنا تكمن مهمة وسائل الاعلام ونعني التلاعب في الخطاب السياسية وتجزئته وعرضه ما يناسبها لأنها تعرف جيدا بان مهمة الزعماء وخطباء المساجد تكمن في السيطرة على الرأي العام والتلاعب في عواطفه، والرأي العام الذي يتألف من لفظين[966]:

– الرأي العام أمر يقبل الشك أي عدم الجزم.

– راي عام الجماعة التي تشترك في الرأي.

وفقا لذلك ينقسم الدكتور عبد اللطيف حمزة الرأي العام إلى ثلاثة أنواع:

1– رأي عام مسيطر (رأي القادة والزعماء والحكومات).

2– رأي عام منقاد (رأي التابعين بغير تفكير أو ارادة)،

3– رأي عام مستنير(رأي الطبقة المثقفة من الجمهور).

وقد عظم هذا المفهوم قدر الرأي العام بجعل مكانته فوق الصحافة، فالصحافة تكتب ما تشاء، لكن في إطار خضوع هذه الكتابة لرقابة الرأي العام عن طريق مواثيق الشرف الصحافية.

وبناء على ذلك قامت العديد من الدراسات بتحديد العلاقة بين الصحافة والرأي العام وذلك، بالتركيز على الدور الذي تقوم به الصحافة خاصة في تصعيد موضوعات معينة وإثارة الاهتمام العام بها، حتى تصل إلى مصاف الاحتياجات الاجتماعية مرورا بمرحلة جذب الانتباه العام وصولا إلى مرتبة النقاش العام وهي المرحلة الأولى من مرحلة تشكيل الرأي العام، حيث تقوم وسائل الاعلام بتكثيف الضوء عليها وإبرازها كإحدى أولويات الاتجاه.

الإعلام ودوره في تحديد الاتجاه وتغير الرأي العام:

يلعب الاعلام في بث الخطابات السياسية دورا مميزا في تغير الاتجاه لدى الجماهير حيث يعرف الاتجاه» Attitude «، بأنه دافع مكتسب يتضح في استعداد وجداني، به درجة ما من الثبات يحدد شعور الفرد ويلون سلوكه بالنسبة لموضوعات معينة من حيث تفضيلها؛ فإذا بالفرد يحبها ويميل إليها (إن كان اتجاهه نحوها ايجابياً) أو يكرهها وينفر منها (إن كان اتجاهه نحوها سلبياً)[967].

أما موضوع الاتجاه فقد يكون شخصاً معيناً (صديقاً ما أو عدواً ما) أو جماعة ما أو شعبا ما، أو مدينة ما، أو مادة علمية ما، أو مذهباً ايديولوجياً ما، أو فكرة ما (كالاتجاه نحو عمل المرأة أو تعلمها أو تشغيلها في القضاء)، فالاتجاهات تعد سلوكيات لأفراد المجتمع، وترتبط بالقيم والمعايير والأعراف والتقاليد السائدة في ذلك المجتمع، وهي من الثوابت التي تستند عليها المجتمعات في بنائها، فلو تساءلنا إزاء هذه الثوابت في السلوك ومدى ارتباطها عند الإنسان في أي مجتمع، لوجدناها صلبة ومن الصعب زحزحة تكوينها، ولكن استطاع الإعلام بكل وسائله المتاحة أن يهز هذه الاتجاهات ويغيرها نحو موضوع معين أو قضية وطنية أو قومية أو دينية...

لقد نجحت تلك الوسائل في خلق الاهتزازات القيمية في السلوك لدى المجتمعات الثابتة نسبياً؛ لذلك تجد أن الإعلام يغير الأهمية الاجتماعية والمعنى السياسي للأوصاف التقليدية وبعض الرموز الرئيسية

(966) د.علي عواد الراي العام بين الدعاية والاعلام، المركز الدولي للدراسات الاستراتيجية والاعلام، بيروت 2015. ص89–73.

(967) سعيد السراج، الرأي العام مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة، ط2، الهيئة العامة المصرية للكتاب، القاهرة، 1986، ص. 22–23

في المجتمع، فضلاً عن قدرته على توجيه عقول الناس نحو الموضة في الملابس مثلاً والمنتجات التجارية ومحاولة تشتيت الانتباه نحو قضية ساخنة أخرى لغرض تقليل أهمية موضوع أو قضية تثير الرأي العام.

وقد أثبتت الدراسات أن الإعلام نجح في ذلك عندما استخدم استراتيجية الإعلام الدعائي، وهو شكل من أشكال الفن الذي يصعب تحديد إطار لهويته نظراً للتطور المستمر الذي يبديه من أجل مواكبة المزاج العام، كما يخلو هذا الفن من أي إجماع على ما يمكن اعتباره سلوكاً صحيحاً أو خاطئاً أو تكتيكاً فعالاً أو غير فعال، وعلى كل حال يمكن الحديث عن استراتيجيتين أساسيتين تهدف كلتاهما إلى اجتذاب عدد أكبر من الناس، وهاتان الاستراتيجيتان هما[968]:

1- بث رسائل حول موضوع أو قضية معينة أو شخص ما.

2- بث رسائل سلبية عن موضوع مناقض أو شخص منافس له.

ويعالج الإمام الشيرازي موضوع تأثير الإعلام والدعاية على عقول الناس واتجاهاتهم حول رأي ما أو قضية تهمهم وتحديدها من خلال استخدام الطرق والوسائل الكثيرة في التأثير، بقوله: «كُتبتْ في هذا الشأن كتب سخرت لها أقلام اجتماعية ونفسية وتربوية «، ومن الأساليب التي يتبعها أصحاب الدعايات الباطلة هي[969]:

1- استغلال مواضيع الضعف عند الإنسان.

2- استغلال ضعاف الشخصية لأجل قبول الدعاية.

3- تسخير الألسنة المقبولة مثل خطيب أو مدرس أو مذيع.

4- التأثير في المجتمع بسبب أقلام الأدباء.

5- تحري الجماعات لأجل نشر دعايتهم، مثل جمعية خيرية، أو جمعية الرفق بالحيوان، خصوصاً إذا كان للجمعية عنوان براق.

6- تحري الحق النصفي؛ أي ذكر بعض الحقائق والسكوت عن بعضها الآخر.

7- تأويل الحق باطلاً، أو الباطل حقاً.

8- خلط الباطل بالصحيح؛ حتى ينخدع السامع والقارئ والناظر بالصحيح الموجود، فيظن أن كل ما يرى ويسمع صحيح.. إلى غير ذلك من الأساليب.

إن الحديث عن الراي العام وتغير الاتجاه نحو هدف او قضية تؤمن دعاية قوية يستطيع الإعلامي استخدامها لعملية السيطرة على العقول والقلوب.

الدعاية والرأي العام:

تقوم الدعاية في جوهرها على عملية إقناع منظمة ممنهجة في وسائل الاعلام، ويكمن دورها في عدم انقضاضها على العقل، وهي حالة نفسية ضمن الحروب النفسية التي تشنها المؤسسة الاعلامية بحسب توجهاتها العقائدية والفكرية والسياسية، حيث وظفت الدعاية في شتى الميادين الحربية لغرض

(968) مجدي محمد عبد الجواد الدنغر، دور وسائل الإعلام والاتصال في دعم خطط لتنمية المستدامة والنهوض بها في البلدان العربية، دراسة حول دور الصحافة في معالجة الفترة 2007-2005، مجلة حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت **المجلد :33 العدد، 359**، 2012، ص17.

(969) علي عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 82.

إنهاك الجيوش المتقاتلة والتأثير على المعنويات، وكذلك على التجارة، حيث كانت عاملاً مساعداً في النشر والإعلان عن تسويق منتج معين، للتأثير على الناس من خلال السينما والمسرح والتلفزيون وتوجيه عقولهم نحو برنامج اجتماعي أو التأثير على عادات الشعوب وابراز ظاهرة معينة لشعب من الشعوب، (والتأكيد على أهمية القوة والعنف كوسيلة لبناء المجتمع) أو التأكيد على إغراق الشعوب الأوروبية بالمخدرات بأنواعها بشكل غير مباشر[970].

وهكذا لا يوجد حصر لعدد الطرق التي يمكن بواسطتها تقديم المقولات الترويجية أو الهجومية عبر عملية الدعاية أو الإعلام، ولكن هناك بعض الأساليب التي تحظى بأفضلية خاصة ومن تلك الأساليب الإيجابية:

1- إظهار قصة نجاح شخصية معينة أو دواء (عقار) معين أو أسلوب معين في الحياة.

2- التحدث عن شركة تجارية أو برنامج اجتماعي أو حدث مؤثر في نفوس الناس.

3- شهادة: إعطاء شهادة من أفراد حول قضية معينة أو شخص معين أو إجراء لقاءات مع نساء أو رجال مرموقين في المجتمع.

ومن هنا، يمكن الاستنتاج بانه لابد من العمل الفعلي، والجدي على اعادة الاعتبار للإعلام الوطني الجامع الذي يضم كافة الشرائح الاجتماعية والمناطقية حيث تم اضعافه وتحجيم دوره لصالح الطوائف والمحسوبيات والمنافع الشخصية، وهذا ما ادى الى نمو اعلام خاص (صحيفة، اذاعة، تلفزيون ..) مهمته الاساسية التنافس وليس العمل على الجودة والنوعية وانما على تعميق الشرخ الاجتماعي والسياسي في هذا البلد الذي يتعرض لأصعب الظروف، ومع الاشارة الى ان هذا الاعلام قد لعب دورا كبيرا وخطيراً في ولائه للخارج والمحاور اثناء الثورات العربية، الذي كان وما زال فيها محورا من محاور الصراع السياسية في المنطقة وعرابا لها محاولا التأثير على الشرائح التي يسيطر عليها الصحافيون بشكل عام، والعاملون في الوسائل التلفزيونية بشكل خاص، وهم قادرون على صنع الاحداث الاجتماعية وتقديمها وفبركتها وفقا لسياسة الوسيلة الاعلامية التي يعملون فيها، ووفقا لمعاييرها الخاصة، من اجل خلق ثقافة وطنية جامعة ترمم ما اوجدته وسائل الاعلامية المنحازة لفئة او جهة معينة مما يفرض تطوير وسائل الاعلام الجماهيري المختلفة .

وسائل الاعلام الجماهيري :

إن ظهور الاعلام الجماهيري بالأساس مرتبط بظهور وسائل الإعلام المختلفة. إذا كان من يستقبل الرسالة جماهير فإننا امام إعلام، لذلك يقال بأن الظاهرة الإعلامية موجودة منذ القديم، ثم مع تطور الاعلام الصناعي وما انتجه من تطور تكنولوجي حدثت قفزة حقيقية في تطور وسائل الإعلام من خلال[971]:

– مضامين وسائل الإعلام التي لا بد ان تأخذ السياق الإعلامي، والاتصال له خصائص تجعله ظاهرة ملازمة للإنسان.

– وسائل الإعلام الجماهيرية تتمثل في :»الصحف، الراديو، التلفزيون، السينما». وفي الأبستمولوجيا وعلم الاجتماع، أدرج النت محل وسائل الإعلام الجماهيرية.

---

(970) د.علي عواد مرجع سابق، ص 176.

(971) د.ابراهيم ابو عرقوب، الاتصال الانساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 1993، ص 21.

– إن الاتصال الجماهيري شيء، ووسائل الإعلام شيء آخر، فالاتصال الجماهيري فعل اجتماعي.

اما خبيرة علم الاجتماع جوديت لازار[972] فتعرف وسائل الإعلام الجماهيرية على انها، السيرورة الاجتماعية التي تقوم على تواجد 3 عناصر هي:» المتلقي+المرسل+الفعل ألاتصالي».

ولكن عالم الاجتماع المعاصر والمفكر الامريكي» آلفين توفلر Alvin Toffler « يرى في كتابه صدمة المستقبل المتغيرات في عالم الغد[973]:» أن وسائل الإعلام « نظام اجتماعي متآلف من مكونات متنوعة تعمل داخل نظام اجتماعي واسع حيث وسائل الإعلام انعكاس للبيئة السياسية ومرآة الصراعات والتفاعلات على الصعيد السياسي، وبدون هذه الوسائل لا يستطيع أفراد المجتمع خارج الحلقة السياسية الاطلاع على مجريات الأحداث السياسية، فالبيئة السياسية تبنى من قبل وسائل الإعلام وفي الوقت نفسه هذه البيئة السياسية هي التي تحكم طبيعة عمل ووظائف وسائل الإعلام خاصة في الوظيفة السياسية منها، من خلال مجموعة التشريعات القانونية التي تنظم نشاطها، وعليه أصبحت في المجتمعات الديمقراطية العلاقة بين الاتصال بصفة عامة والبيئة السياسية بمجمل مكوناتها تمثل نسقا سياسيا وتعرف شكلا تكامليا وتفاعليا عكس المجتمعات التي تتبنى أنظمة سياسية استبدادية نجد وسائل الإعلام بها عبارة عن متغير تابع خاضع لسلطة النظام السياسي السائد ومدافعا عن مصالحه بهدف الحفاظ على الاستقرار السلطوي، ومن المعلوم ان الإعلام يُؤثر بطريقة وأخرى في الوضع السياسي والاقتصادي والاجتماعي في اي بلد، وهو بالتأكيد البوتقة التي يتم من خلالها تجميع المعلومات ونقلها بحرفية ومهنية وشفافية والأداء المتميز والتوازن في نقل المعلومات دون ان يكون هناك تأثير سياسي على القرار الاعلامي او طريقة التعامل مع الحدث وأعني بذلك الابتعاد عن التأثيرات الخارجية او (الأدلجة).

إذا فالإعلام سلاح ذو حدين؛ اما ان ينعكس سلبا وبالتالي يتحول الى اعلام مضاد دون قصد او بطريقة مقصودة او ان يكون اعلاماً مهنياً وحرفياً يتعامل مع الحدث بطريقة تتناسب مع ما تُمليه عليه من توازن وأداء يُفترض ان يكون بعيدا عن التسييس او الإثارة السلبية، اي ضمن معايير الوحدة الوطنية والخبر الصحيح.

فالذي حصل سابقا ولا يزال يحصل في هذه الايام في لبنان أن الخطاب السياسي من قبل بعض السياسيين سلبي لان الاعلام اخذ هذا الخطاب بطريقة غير مهنية او كانت وسائل الاعلام تقدم بعرض للخبر او التحليل السياسي او إن نقل الحدث لا ينم عن فهم وإدراك للواقع السياسي اللبناني او »العراقي فمثلاً»، فقد كانت الاحداث تُشير الى ان هذه الأخبار والتصريحات أعطيت قيمة كبرى لهؤلاء القيمين على الحدث السياسي و اعطتهم ميزة صُورت بطريقة اعلامية وجعلت منهم حديث الساعة وكأنهم موجودون ومؤثرون في الوضع السياسي بينما من المفترض ان يحتل الشاشة وصفحات الجرائد فقط وجهاء الدولة الثلاثة، وهنا يظهر ضعف التحليل السياسي عند الكثير من السياسيين او حتى اصحاب القرار، الذين يعلمون ان الكثير من القوانين التي يجهلونها يتم بثها واستخدامها فضلا عن بعض الامور الداخلة في العملية السياسية والتي تسعى الى خلط الاوراق لكسب سياسي معروف او المساهمة في إجهاض المكتسبات للدور الشخصي، لذلك لابد للسياسيين ان ينتبهوا الى ما يتم التصريح به امام وسائل الاعلام بحيث تكون دقيقة، وتستند الى تحليل حقيقي والى ارضية وأدلة دامغة لكي ينشر الخبر او التحليل بطريقة لا تعطي للخصم بعدا او حجما اكبر من حجمه الحقيقي، وهنا لابد من ذكر

(972) جوديت لازار، سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري بالمشاركة، ترجمة د. علي اسعد وطفة، دار الينابيع، دمشق 1994، ص 22.

(973) آلفين توفلر، صدمة المستقبل المتغيرات في عالم الغد، ترجمة د.محمد علي نصيف، ط2، الجمعية المصرية للنشر والمعرفة والثقافة العالمية، القاهرة، 1990،ص 169–168.

ما مر عبر من التاريخ للهالة الاعلامية والدعاية مسيطرة التي تم استخدامها من اجل ايهام المواطن بأننا اقوياء وان اعدادنا كبيرة، بينما نحن لم نكن بتلك الصورة، وبذلك تم التأثير على الوضع العام من خلال الاشاعة وسياسة التهويل وبذلك كسبنا الكثير، لذلك لابد ان نضع المعلومة في الحجم الحقيقي وان لا نجعل من الاعلام يعمل لصالح تلك القوى دون ان يعلم او ان يكون تصريح السياسي غير دقيق وبالتالي لا نقع في الفخ مرة أخرى، وعدم المصداقية والشفافية بحيث ينبغي على اعلامنا ان يكون واضحا ودقيقا من خلال الأدلة وعدم التهويل.

وبعد التوقف امام المفاهيم المستخدمة في وسائل الاعلام كافة لاجتزاء الحدث السياسي أكان «خطابا او معلومة او خبرا» لمصلحة القناة او الجهة التي تقف وراءه لمصالح خاصة ايديولوجية او سياسية او مالية لا بد ان نتوقف امام التالي[974]:

1 – ان التلاعب في الخبر لمصالح خاصة يعكس نفسه بصورة سلبية على تعبئة الراي العام بطريقة واحدة.

2 – ان الخبر او الخطاب يجب ان ينقل كما هو بعيدا عن التقزيم او التضخيم لمصلحة المشاهد لكي يكون هذا المشاهد بنفسه وجهة نظر خاصة .

3 – ان التلاعب بمفاهيم النص من خلال الاجتزاء او الفبركة للاحاديث والأقوال السياسية ستؤدي بدورها الى تشويش المعلومة لمصالح خاصة .

4 – ان تعامل القنوات والوسائل الاعلامية بطريقة مسيسة مع الاحداث والاخبار سوف يفقد مصداقيته امام الفئات والجماهير التي توكبها مع المدة الزمنية .

5 – ان العمل الاعلامي في نقل الاحداث ونقل الخطابات السياسية يفترض التعامل معها بأخلاقيات المهنة الإعلامية التي تطلب المصداقية والامانة والشفافية والآنية.

وبعد استعرضنا لما تحمله الاخبار المتجزئة في تعاملها مع الاحداث ومع المعلومات التي تنقل للجمهور الخطابات الموجهة للراي العام، نراها تعكس توجهات سياسية خاصة بعيدة عن المهنية والاخلاقية[975]، وهذا ما شاهدناه اثناء التغطية الميدانية للأحداث التي عصفت بلبنان وبخاصة الاعمال المسلحة وحالات التفجيرات التي حصلت في عام 2016–2012، ولعل المثال الابرز هو في عملية نقل صور الضحايا، وإذا كان الاهتمام الجماهيري بوسائل البث التلفزيوني يعود للوسائل التقنية التي تمتلكها وللصورة التي تترك تأثيرا كبيرا على الجماهير فإن هذا لا يعني ان تكلفة التغطية غير كافية، لذا تتطلب الممارسة الاعلامية في مطلع الالفية الثالثة التنمية الأخلاقية الاعلامية في بلد متعدد الاديان، منقسم على نفسه عموديا وأفقيا. وهنا تبرز الحاجة في الاعلام اللبناني ليس للتأسيس لمفهوم جديد للأخلاق الاعلامية، وإنما لتنمية الخلقية المهنية الاعلامية، وتنظيم المواد الاعلامية ضمن اطر وقواعد وأصول المهنة والارتقاء بمستواه العملي والقيمي بما يخدم حاجات المجتمع.

(974) د.خالد ممدوح العزي، اخلاقيات مهنة الاعلام بين السلوكية والمهنية، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص17.

(975) د.خالد ممدوح العزي، مرجع سابق، ص12.

المراجع والمصادر:

1- جلال فرحي، كيف تحقق النجاح في المجال الاعلامي، دار الفارابي، بيروت، 2006.

2- انطوان وحيد نعيم، فن الخطابة والإلقاء، دار الكتاب العربي، لبنان،2011.

3- د.جليل وادي، الخطاب الاعلامي وادارة الازمات السياسية الدولية، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية،2017.

4- ميشال فوكو، حفريات المعرفة، ترجمة سالم يفوت ط2، الدار البيضاء –المركز الثقافي العربي، بيروت، 1987.

5- الزوادي بغورة، مفهوم الخطاب في فلسفة ميشيل فوكو، المجلس الاعلى للثقافة، القاهرة، 2000.

6- عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.

7 – د.خليل بيضون، فن الخطابة تاريخه اركانه وقواعده، دار بعل للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، 2018.

8 – د.سامي كليب، خطاب الاسد من الاصلاح الى الحرب، دار الفارابي بيروت، 2017.

9 – حسنين توفيق إبراهيم، النظم السياسية العربية الاتجاهات الحديثة في دراستها، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005.

10 – حسام عفيف شمس الدين، قوانين الاعلام ، طبع وتوزيع مؤسسة المنشورات القانونية، بيروت 1995.

11 –حسام عيتاني خطوط الفصل وخيوط الوصل، مقالة من كتاب من اعداد حازم صاغية نواصب وروافض، منازعات السنة والشيعة في العالم الاسلامي، دار الساقية بيروت، 2009 .

12 – د.نسيم الخوري، الاعلام العربي وانهيار السلطة اللغوية، مركز دراسة الوحدة العربية،بيروت 2005.

13 – د.فالح عبد الجبار من كتاب من اعداد حازم صاغية نواصب و روافض، منازعات السنة والشيعة في العالم الاسلامي، دار الساقية بيروت، 2009 .

14 – وفاء ابو شقرا، عندما تتكلم المصادر «الصحافيون ومصادر معلوماتهم، دار الفارابي، بيروت 2018 .

15 – هربت ستر نز، المراسل الصحافي ومصادر الاخبار، ترجمة سميرة ابو سيف، ط2، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989.

16 – هيثم الهيتي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008 .

17 – د. عبد الكريم فهد الساري و سؤدد فؤاد الالوسي، الاعلام والتسويق السياسي والانتخابي، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013.

18 –جان ماري دانكان، علم السياسة، ترجمة محمد عرب صاصيلا، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، بيروت، 1997.

19 – د. عبد السلام المسدي نحو وعي ثقافي جديد، دار الصدى للصحافة والتوزيع، دبي، 2010 .

20 – د. سهام حسن علي الشجيري، انسة الاعلام جدلية التأثير والتغيير، دار الفا للنشر، الجزائر، 2015.

21 – د.بهاء الدين محمد مزيد، تبسيط التداولية من افعال اللغة الى بلاغة الخطاب السياسي، شمس للنشر والاعلام، القاهرة، 2010.

21 – صموئيل هنتنغتون، صدام الحضارات وإعادة صنع النظام العالمي، ط2، ترجمة طلعت الشايب، القاهرة، 1999.

22 – د. مصطفى الكافي، الاعلام والراي العام والعلاقات العامة في مواجهة الازمات، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان 2017.

23 – د. عبد الفتاح، و محمد دوّيدار، سّيكولوجّية الاتصال والاعلام، دار المعرف الجامعّية، القاهرة، 2005.

24 – د. علي الدين هلال، ونيفين مسعد، النظم السياسية العربية قضايا الاستمرار والتغيير، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2000.

25 – علي عبد الفتاح، الاعلام السياسي والدبلوماسي، دار اليازوري العلمية للنشر، عمان، 2014.

26 – د. اسامة كبارة، دراسة في فنون الصحافة والاعلام، دار المنى لبنان،2001.

27 – د.علي عواد الراي العام بين الدعاية والاعلام، المركز الدولي للدراسات الاستراتيجية والاعلام، بيروت 2015.

28 – سعيد السراج، الرأي العام مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة، ط2، الهيئة العامة المصرية للكتاب، القاهرة، 1986.

29 – د.ابراهيم ابو عرقوب، الاتصال الانساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 1993 .

30– جوديت لازار، سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري بالمشاركة، ترجمة د. علي اسعد وطفة، دار الينابيع، دمشق 1994 .

31 – آلفين توفلر، صدمة المستقبل المتغيرات في عالم الغد، ترجمة د.محمد علي نصيف، ط2، الجمعية المصرية للنشر والمعرفة والثقافة العالمية، القاهرة، 1990.

32 – د.خالد ممدوح العزي، اخلاقيات مهنة الاعلام بين السلوكية والمهنية، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2019.

المجلات الدورية:

1 – د.راضية بوبكري، الخِطَاب السّيَاسِي، الخصائص واستراتيجيات التأثير، مجلة جامعة عنابة، المجلد، 5 العدد12، الجزائر 2013.

2– مجدي محمد عبد الجواد الدنغر، دور وسائل الإعلام والاتصال في دعم خطط لتنمية المستدامة والنهوض بها في البلدان العربية، دراسة حول دور الصحافة في معالجة الفترة 2007–2005، مجلة حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت المجلد :33 العدد، 359، 2012، ص17.

الصحافة المكتوبة:

–هالة الحمصي، خطاب إعلامي اتهامي ذا أبعاد سياسية ومذهبية"، صحيفة النهار اللبنانية 17 ايلول اسبتمبر 2015.

2 – د.جلال فاخوري، سيكولوجية الإعلام في الأزمات صحيفة الرأي الاردنية، 1 ايار امايو 2012.

المواقع الالكترونية :

– د خالد ممدوح العزي، الخطاب السياسي واجتزائه في لبنان... غياب الرؤية المهنية والحاجة ملحة للتجديد، موقع بيروت اوبزرفر الالكتروني، 11 حزيرايوليو 2014،

www.beirutobserver.com