



التحليل الفلسفي للرسالة الاعلامية وسلطة التأطير

المدرس المساعد رسل علي حسين

كلية الآداب، جامعة البصرة، العراق

Rusulalihussen91@gmail.com

المستخلص

تهتم فلسفة الاعلام بدراسة المبادئ التي تقوم عليها الرسالة الاعلامية وكشف اساليب توجيهها واليوم، لم يعد الاعلام وسيلة لنقل الاخبار فقط بل اصبح له الدور الاكبر في تشكيل الرأي العام في المجتمع وكذلك توجيه الافراد، وبما ان الفلسفة تعرف بأنها ام العلوم فلا بد من وجود تشابك بين الجانب الفلسفي والاعلامي حيث توضح الفلسفة الجانب التحليلي من الاعلام وتأثيره على المجتمع والرأي العام فالفلسفة تحاول استخدام ادواتها التحليلية لفهم الاعلام وقد توصل البحث الى هذا التأثير يظهر بوضوح في قدرة الوسائل الرقمية والسياسية على تأطير الحقيقة وتوجيه وعي الجمهور .

الكلمات المفتاحية

الاعلام الرقمي، التأطير الاعلامي، التحليل الفلسفي للإعلام، السلطة.



A Philosophical Analysis of the Media Message and the Power of Framing

Assist. Lecturer Rusul Ali Hussein

College of Arts, University of Basra, Iraq.

Abstract:

philosophy of Media is concerned with studying the foundational principles of media message and uncovering the methods used to direct it. Today , media is no longer merely a tool for news transmission rather it has come to play a primary role in shaping public opinion within society and guiding individuals . Given that philosophy is recognized as the mother of all sciences there is an inherent interconnectedness between the Philosophical and media dimensions philosophy illuminates the analytical aspect of media and its impact on society and public opinion . By employing its analytical tools to understand media philosophy reveals how this influence is clearly manifested in the capacity of digital and political platforms to frame the truth and direct public consciousness .

Keywords

Digital Media ; Media Framing ; Philosophical Analysis of Media ; Power.



مقدمة

يعد الاعلام من أبرز الظواهر المعرفية والاجتماعية التي تساهم في تشكيل الوعي البشري المعاصر، ومع تطور الوسائل الاتصالية بات من الضروري التوجه الى رؤية فلسفية تحلل هذا التأثير وتكشف عن آلياته ولأجل الاحاطة بمشكلة البحث وتحقيق الاهداف تم تقسيم البحث الى ثلاثة مباحث اساسية على النحو التالي :

المبحث الاول : الأسس والعلاقة بين الفلسفة والاعلام حيث يبحث الاعلام كظاهرة فلسفية ويحل دوره في انتاج المعرفة وموضوعية المعرفة الاعلامية وتأثير التأطير الاعلامي على تصور الجمهور للواقع الى جانب التحليل الفلسفي.

المبحث الثاني : الاعلام عند الفلاسفة (الجذور الكلاسيكية) ويبحث في بدايات نقل المعرفة في الفلسفة الكلاسيكية القديمة عند اليونان من خلال قصة الكهف عند افلاطون وعلاقتها بالحقيقة الاعلامية , وفن الخطابة عند ارسطو طاليس مع مقارنة للأبعاد الاخلاقية.

المبحث الثالث : التحليل الفلسفي وتأثيرات السلطة والرقمنة على الاعلام ويخصص هذا المبحث لدراسة النفوذ السياسي وعلاقة السلطة بتكوين المعرفة كما يتناول الاعلام الرقمي وأثره على السياسة (العدوان على غزة نموذجا) وصولا الى الابعاد الاخلاقية والاجتماعية .

اولا: مشكلة البحث

تكمن مشكلة البحث في الجدلية المعرفية بين الثوابت الفلسفية المتمثلة في قيم الحقيقة وبين المتغيرات المستقلة المتمثلة في المجاميع السياسية التي تحاول التأثير على محتوى الرسالة الاعلامية فان الاشكالية هي في مدى صمود الثوابت امام محاولة التأطير الذي تمارسه السلطات التي تحاول من خلاله تزييف الوعي وعندما نحاول فهم الاعلام بوصفه مجالا فلسفيا يبرز لدينا التساؤل التالي :

كيف يتحدد دور الاعلام في تكوين المعرفة من منظور فلسفي ؟ وماهو تأثير السياسة كمتغير مستقل في توجيه هذا الدور واعادة تأطيره داخل الفضاء الرقمي؟



ثانياً: أهمية البحث

- ١ - توسيع مجال فلسفة الاعلام من خلال تحليل دور التأطير وتحديد العلاقة الجدلية بين المعرفة والسلطة في اعادة بناء الوعي.
- ٢ - التأكيد على الاخلاق الفلسفية لضبط السلوك المهني الاعلامي والحد من التزييف في انتشار المعلومات المضللة.
- ٣- تشكيل الوعي السياسي في ظل تصاعد السيطرة السياسية على الاعلام وتوجيه الرأي العام.
- ٤- يقدم مقارنة فلسفية بين التحليل الكلاسيكي والتحليل الحديث يربط بين جذور الاعلام في الفلسفة الكلاسيكية وصولاً الى التحولات الرقمية الحديثة.

ثالثاً: أهداف البحث

- ١- تحليل فلسفي للرسالة الاعلامية في تكوين المعرفة
- ٢- توضيح اثر سلطة التأطير في تشكيل المادة الاعلامية من منظور فلسفي
- ٣- تحليل رؤى افلاطون وارسطو طاليس وربطهما بالواقع الاعلامي المعاصر
- ٤- بيان دور السلطة السياسية (كمتغير مستقل) في صناعة المحتوى الاعلامي
- ٥- تحديد دور الاخلاق الفلسفية في ضبط الاعلام الرقمي والحد من تزييف الوعي



المبحث الأول

الأسس والعلاقة بين الفلسفة والاعلام

يستعرض هذا الفصل الاسس والعلاقة بين الفلسفة والاعلام ندخل الى علاقة أعمق نصل من خلالها الى امكانية تكوين معرفة خاصة للفرد من منظور فلسفي ودور التحليل في ذلك.

اولاً: - وصف الاعلام كظاهرة فلسفية

في هذا المطلب ينظر الى الاعلام كظاهرة فلسفية تؤثر على المجتمع فالإعلام مجال فلسفي له تأثير مباشر على المعرفة والحقيقة اي ان الاعلام بوصفه ظاهرة فلسفية لم يعد وسيلة اتصال فقط بل أصبح يمثل بنية معرفية تساهم في تشكيل الوعي كما انه لم يعد ناقلاً للأخبار بل اصبح مشاركا اصيلا في بناء الادراك الانساني

وهنا تجدر الاشارة ان هذا البناء للإدراك يختلف عن مجرد اكتساب وعي بمعلومات جديدة , فالإعلام لا يضيف معلومة للذهن فحسب بل يعيد صياغتها مما يجعل المتلقي يستقبل الواقع من خلال الزاوية المحددة وهذا الجوهر الفلسفي الذي يميز التأثير الاعلامي عن مجرد المعرفة العامة.

لقد اكدت الدراسات ان الاعلام بات يفرض منطقته الخاص على المعرفة وهذه الميزة تعد ظاهرة فلسفية لأنها تمس ابستمولوجيا المعرفة فالإعلام يحول الخبر العادي الى خبر يخضع لسلطة التأطير وبذلك تصبح العلاقة بين الاعلام والفلسفة علاقة بحث في ماهية الحقيقة وكيفية صناعتها وتصديرها للمجتمع (علي, ٢٠٠١, ص ص ٤٤ - ٤٨) وفي هذا السياق يرى مارشال ماكلوهان ان تأثير الاعلام على المجتمع والرأي العام اصبح يعتمد على طبيعة الوسيلة المستخدمة في النقل لا فقط على مضمون الرسالة التي يقدمها فان الوسيلة المستخدمة هي التي تعيد تشكيل الرسالة ,ونلاحظ أن ماكلوهان يتبع انتقال من التعبير الشفهي الى التعبير الكتابي وصولا الى التدفق الالكتروني والنتيجة الفلسفية هنا ان كل تحول في وسيلة الاتصال يتبعه تحول في بنية الحقيقة لدى الانسان هذا التحول ليس مجرد تحول تقني بل هو تحول وجودي يعبر عن مدى ادراك الانسان لذاته وللعالم فالإعلام هنا يعيد انتاج الواقع بصورة منطقية ووفق بنية وجودية



يستقبلها المتلقي عبر الوسائل الاعلامية هذا ما يجعل من الوسيلة الاعلامية قالباً يشكل ماهية الحقيقة التي تصل الينا وترسم حدود عالمنا المعرفي (ماكلوهان ، ٢٠٠٤، ص ص ٢٠ - ٢٥)

ويرى عبد الرحمن عزي في كتابه نظرية الاتصال ان الرسالة الاعلامية ليست فقط وسيلة لنقل المعلومات بل هي كونها تجربة ثقافية.

و وضع دور الوسيط الاعلامي الذي يعاد تشكيله من خلال الصور والرموز وتتم اعادة بناء الوعي الثقافي ويمنح الاعلام دوراً فلسفياً في دراسة المعرفة اضافة الى الهوية الثقافية ضمن نطاق الفلسفة الاعلامية (عزي ، ٢٠٠٣ ، ص ٢٢)

ويرى الفيلسوف الالماني هابرماس ان تحول الاعلام ليشكل البنية الفلسفية التي تستخدمها السلطات حدث من خلال تحول الاعلام من النقاش العقلاني الحر الى سيطرة المؤسسات

وان الاعلام الحديث اعلام متأطر اي انه خاضع الى سيطرة السوق والعوامل السياسية والتأثير السياسي . (هابرماس ، ٢٠١٢ ، ص ص ١٠٠ - ١٠٤)

ثانياً :- الاعلام والمعرفة من منظور فلسفي

١ :- الاعلام كمجال فلسفي لتكوين المعرفة

من وجهة نظر الفلسفة ان الاعلام ليس فقط ناقل للحقائق بل هو منظم ومنشئ للمعرفة وكذلك للوعي الاجتماعي يرى الدكتور محمد نذير ان المعرفة الاعلامية تخضع الى سيطرة الوسيط كما وضحنا معنى الوسيط في المبحث السابق هناك عدة وسطاء منهم الوسيط السياسي والوسيط الاقتصادي والوسيط الثقافي ، فهنا نرى ان دور الفلسفة اصبح تشكيل الاعلام بتحويل المعلومات الى معرفة حقيقية من خلال ابراز موضوعها (الثاني ، ٢٠١٧ ، ص ٤٥)

٢ :- موضوعية المعرفة الاعلامية

عندما ننير المعرفة الإعلامية فإننا نفتح باباً للتساؤل الفلسفي لهذا تبقى الفلسفة جزء من المحاولات الفكرية الهادفة الى معرفة الحقيقة التي تتعلق بالرسالة الاعلامية وتعد هذه القضية اهم الاشكاليات المرتبطة



بالابستمولوجيا والتي تبحث عن طبيعة المعرفة خاصة اذا كانت المعرفة ذات طبيعة اشكالية ناتجة عن تعدد الوسائط وتدخل سلطة التأطير (معتوق ، ٢٠١٤، ص ص ١-٢)

٣ - تأثير التأطير الاعلامي في المعرفة

ان التأطير الاعلامي ليس مجرد طريقة تقنية لعرض المعلومة او ترتيبها تنازليا من الالم الى الاقل اهمية كما هو متبع في القواعد الصحفية الكلاسيكية بل هو اسلوب يستخدم لتغيير جزء من الحقيقة لتأثير المباشر على القاعدة الجماهيرية .

فالجديد في هذا الطرح يكمن في ان الوسيلة الاعلامية تسعى لتقديم خبر لا تكتفي باختيار زاوية معينة يتم اختيار هذه الزاوية للتركيز على جانب معين من ذلك الخبر فيتم اوصول المعلومة الى المتلقي على اساس الزاوية المختارة اي تم تأطيرها وايصالها تحت تأثير اطار معين لا على اساس كمية المعلومات .

وهذا يعني ان اوصول المعلومة للمتلقي تمت تحت تأثير اطار محدد مسبقا هذا يجعل التأطير هو المسيطر الاول على القاعدة الجماهيرية للمجتمع وكذلك ضعف قدرة المتلقي على التحليل والنقد من خلال تحجيم ذهنه وبهذا يصبح التأطير وسيلة لإعادة انتاج الرسالة الاعلامية وفق مصالح وظروف معينة (لعياضي ، ٢٠١٣ ، ص ص ١٤٧٤ - ١٤٧٥)

ثالثا :- التحليل الفلسفي للرسالة الاعلامية

لفهم الرسالة الاعلامية لابد من ان يكون هناك مدخل يأتي هنا دور التحليل الفلسفي كمدخل لفهم تلك الرسالة الاعلامية فهنا التفكير الفلسفي يسلط الضوء على الاسس والخلفيات الذهنية التي تقف وراء الرسالة الاعلامية ويتم ذلك من خلال توضيح ما وراء تلك الرسائل .

ان الهدف من استخدام الفلسفة للتحليل هو تحرير المتلقي من تبعية التأطير المطلقة هذا التحرر لايعني الخروج التام من التأطير بل يعني امتلاك الوعي النقدي الكفيل بتفكيك الايديولوجيا وتميز ما اذا كانت تلك المعرفة معرفة حقيقة او معرفة مبنية على التأطير وفق مصالح معينة اي بناء اصطناعي.

وهنا يتضح ان التحليل الفلسفي يساعد المتلقي الباحث عن الحقيقة الاعلامية على كشف التحيزات داخل تلك الرسالة اي انه ينقل الناقد الى دور المنتج المفكر ويتم ذلك من خلال التحليل والوعي والنقد والتفكير



الحر اضافة الى ذلك قد يساعد التحليل المتلقي للرسالة الاعلامية المشاركة في انتاج الفكر وتكون الفكرة المستنتجة خاصة بالمتلقي مبنية وفق تحليله الخاص .

من هنا يتضح دور التحليل الفلسفي هو دور بناء فكر وتفسير خاص للمتلقي ويلغي دوره كناقد فقط (العوض ، ٢٠٢٥ ، ص ص ١٣٠-١٣٥)

وتبرز الطبيعة التكاملية للإعلام التي تشعبت عن المعارف الفلسفية وما اذا عدنا الى الفلسفة الاسلامية والفلسفة اليونانية نرى ان الجدل الذي مازال دائراً حول الثقافة والعادات والتقاليد والمعتقدات القديمة يعطي توسعا لإفساح المجال لتحول الرسالة الاعلامية من السطحية الى التحليل الذي هو جزء من الدور الفلسفي وهذا ما جعلنا نحتاج الى نظريات جديدة لفهم التحولات المعرفية والتقنية التي طالت الاعلام والاتصال .

(عبدالله ، ٢٠٢٥ ، ص ص ١٣٠ - ١٣١) ويرى الباحث ان مسيرة العمل الاعلامي منذ بداياته لحد الان ان النظريات التقليدية (كالهرم المقلوب والاجنحة) قد نجحت في تفسير الخبر ونقله ومدى تأثيره على المتلقي ومع ذلك نحتاج الى نظريات جديدة تسد الفجوة التي حدثت عند التحول الرقمي الراهن والتي لايمكن سدها بالأدوات القديمة وحدها .

ان الجديد الذي تفرضه المرحلة الحالية ليس الغاء للموروث النظري السابق بل الانتقال من التأطير الى الوعي وهذا يتحقق من خلال التحليل الفلسفي النقدي الذي يعيد للمتلقي قدرته على التحرر من تبعية التأطير .



المبحث الثاني

الاعلام عند الفلاسفة (الجزور الكلاسيكية)

يقف هذا المبحث عند بدايات الاعلام في الفلسفة الكلاسيكية وخاصة عند افلاطون وتلميذه ارسطو طاليس ودور فن الخطابة في ذلك فضلا عن وسائل نقل المعرفة وتأثيرها على الوعي الانساني.

اولا:- نقل المعرفة عند افلاطون وارسطو طاليس

١:- العلاقة بين الظل والمعرفة عند افلاطون (تمثيلات قصة الكهف) وعلاقتها بالحقيقة الاعلامية

لا يختلف اليوم على ان افلاطون اكثر الفلاسفة اهتماما بالمعرفة وليس المعرفة فحسب بل وسائل نقل تلك المعرفة ايضا , عندما نقول نقل كلمة استخدمت سابقا مقارنة الى ما يسمى في الوقت المعاصر الاعلام .

نذهب الى قصة من العصر الكلاسيكي تحديدا عصر افلاطون قصة الكهف التي رأى بها افلاطون بأن الناس لا يصلون الى معرفة الحقيقة الخارجية طالما انهم داخل كهف مظلم لا يصل لهم النور الا قليلا وهذا النور القليل يساعد بتكوين الظلال للأشياء اي انعكاس للواقع الخارجي وليس الواقع ذاته لكن ذلك الظل الذي يصل داخل الكهف يتأثر بعوامل عديدة تؤثر على الصورة التي يعكسها داخل الكهف مما يجعل هذه الصورة تشبه الواقع الخارجي لكن عندما خرج شخص من ذلك الكهف رأى الحقيقة المعرفية لتلك الانعكاسات , كذلك الرسالة الاعلامية في الوقت الحاضر تصل الى المتلقي متأخرة تحت تأثير ظروف معينة منها سياسية ومنها اجتماعية ... الخ لكي نتخلص من ذلك الاطار للرسالة الاعلامية يجب الخروج من ذلك الاطار كما اخرج افلاطون شخص من الكهف الى الواقع يجب ان نخرج من الاطار من خلال المعرفة الحقيقية التي تبني من خلال التحليل ومن الممكن اعتبار قصة الكهف نقد واضح للرسالة الاعلامية في اصال صحة الحقيقة الاعلامية طالما كانت متأثرة بعوامل خارجية . (افلاطون , ١٩٨٨ , ص ص ٢٦٨

- ٢٧٥)



٢ - الخطابة اداة للتأثير عند ارسطو طاليس

اهتم ارسطو طاليس اهتماما كبيرا في فن الخطابة وكان يعتبر الخطابة من المتطلبات الضرورية في حياة الفرد الاجتماعية وايضا في مجالات الحياة منها المجال السياسي .

ففن الخطابة هو قريب الى الاعلام في الوقت المعاصر كان يعتمد ارسطو طاليس في الخطابة على المصادقية واستثارة العاطفة كذلك على البرهان والمنطق .

ننطلق من هذه المحاور التي اعتمدها ارسطو طاليس في الخطابة الى التحليل الفلسفي الحديث للرسالة الاعلامية , حيث نرى الاعلام اليوم من اولوياته اقناع الجمهور وتكوين المعرفة والوعي لدى المتلقي وهذا ايضا كما ذكرنا ما يهدف اليه ارسطو طاليس في فن الخطابة . (طاليس , ١٩٧٩ , ص ص ٥٥ _ ٦٠)

ثانيا : - مقارنة البعد الاجتماعي والاخلاقي للخطاب الاعلامي

من خلال المقارنة لرأي افلاطون وارسطو طاليس في فن الخطابة نلاحظ ان افلاطون يرى الخطابة تحجب معرفة الحقيقة بينما اعتبرها ارسطو طاليس وسيلة لتكوين المعرفة والوعي في المجتمع وطريقة مهمة لتواصل.

يشير يوسف كرم عندما عرض تطور الفكر اليوناني في كتابه تاريخ الفلسفة اليونانية ان افلاطون يرى ان الخطابة تضلل الحقيقة بينما ارسطو طاليس يراها اداة لتواصل لا يمكن الاستغناء عنها. ومن هنا يتضح وجود اختلاف جوهري منذ البدايات الفلسفية الكلاسيكية في فهم وسيلة الخطاب اي الاعلام في بداياته. (كرم , ٢٠١٤ , ص ص ١٤٥ _ ١٥٢) ، ومن هنا يرى الباحث ان اثبات هذا الاختلاف في بدايات الاعلام (الخطابة) يظهر من خلال ما نقله يوسف كرم عن طبيعة المجتمع اليوناني حيث كانت الخطابة تستخدم كأداة لإقناع الجماهير ومن هنا دار صراع في بلاد اليونان منهم من استخدم الخطابة كوسيلة للتلاعب بالحقائق (وهذا ما قصده افلاطون بالتضليل) وطرف اخر ارادها وسيلة لقول الحقيقة (كما فعل ارسطو طاليس) فهذا الصراع التاريخي هو الدليل على الاختلاف منذ اللحظة الاولى بين من اراد الخطابة اداة للخداع ومن يراها اداة للصدق اي ان الاعلام منذ بداياته عانى من الصراع .



المبحث الثالث: - التحليل الفلسفي وتأثيرات السلطة والرقمنة على الاعلام

يعد الاعلام من الركائز المهمة التي تؤدي دور في توضيح السياسة فأن السلطات السياسية تتحكم في كل ما يعرض ولا تكتفي بتوصيل الرسالة فقط وهذا ما وضعه فوكو في كتابه المعرفة والسلطة ان هناك علاقة بين السلطة والمعرفة وان السلطة لا تؤدي دور التقييد فقط بل دوراً مهماً في انتاج المعرفة . (فوكو ، ١٩٩٤ ، ص ٢٠-٢٥)

اولاً: - الاعلام في ظل النفوذ السياسي

ان السياسة تتحكم بكل ما يعرضه الاعلام وتقوم بتحديد كل الخطوط الاولية التي تريد ظهورها واخفاء بعض القضايا التي لا ترغب بها وهذا بدوره يقوم بتحديد المعرفة لدى الجمهور .

ونرى نصر الدين يذكر ان السلطة السياسية تستخدم الاعلام لتلاعب بتوجهات الرأي العام والسيطرة على الاحداث والنقاش السياسي بما يخدم مصالحها (لعياضي ، ٢٠٢٣ ، ص ص ١٤-١٨)، فأن القوى السياسية تؤدي دوراً مهماً في التأثير على التغطية الاعلامية وهذا ما يخرج الاعلام عن دوره الحقيقي الذي من المفترض ان يؤديه وهو دور الوسيط المحايد يتحول الى اداة لإنتاج المعرفة حسب رغبة السلطة تصاغ على حسب مصالح النخب المسيطرة وتضمنت هيمنة السلطة على الاعلام (ميغري ، ٢٠٢٠ ، ص ص ٤٠١-٤١٠) ويذهب فوكو في كتابه نظام الخطابة ان السيطرة على الاعلام لا يتم فقط عبر الرقابة على وسائل الاعلام بل هناك اساليب تستخدمها السلطة للتحكم في الطريقة التي يفكر بها المتلقي حتى ان السلطة اصبحت لا تمارس اساليب القمع والسيطرة المباشرة على الاعلام انما تقوم بتحديد ما يمكن للمتلقي مناقشته وهنا يوضح القوى الخفية التي تمتلكها السلطة في انتاج معرفة سياسة تخدم مصالحها وتقدم ما تريد (فوكو ، ٢٠٠٧ ، ص ص ٢٥-٢٩) وهناك نظريات غريبة تفسر النفوذ السياسي على الاعلام وتشكل محتوى الاعلام عبر الانتقاء الذي يؤثر على ولاء الجمهور . ويشير دينيس ماكويل في كتابه نظريات الاتصال الجماهيري ان وسائل الاعلام تكون عبارة عن هندسة للرأي العام لتعزيز الهيمنة على المجتمع (Denis,2010 ,pp112-120).



ثانياً: - الاعلام الرقمي وتحولاته المعرفية

الاعلام الرقمي احد المفاهيم التي ظهرت في نهاية القرن العشرين وذلك كان نتيجة لما حدث من تحولات في مجال الاعلام حيث اصبحت وسائل الاعلام الرقمية تشكل اهمية كبيرة في المجتمع (عبد العال ، ٢٠٢٣ ، المقدمة)

وان دراسة الاعلام الرقمي هي ضرورة للبحث لان الاعلام الرقمي يمثل الواقع الذي ناقشه الفلاسفة سابقا فان الاشكاليات التي بدأت مع الخطابة نجدها تتكرر اليوم مع الاعلام الرقمي ولكن بوسائل حديثة هذا الجزء يكمل الجانب الفلسفي من خلال ربطه بالواقع المعاصر

وتشير الدراسات ان الاعلام الرقمي في يومنا هذا لم يعد وسيلة لتواصل فقط بل اصبحت له تأثير مباشر على المجتمع وله تأثير سياسي من خلال الادوات الاستراتيجية التي يستخدمها في تأثير على الرأي العام (زكي ، ٢٠٢٤ ، المقدمة) وهناك دراسة تؤكد بأن الاعلام الرقمي اصبح يمثل فضاء للمعرفة تتمكن من خلالها السلطات والاطراف السياسية التأثير على الرأي العام بصورة مباشرة (حسين ، ٢٠٢٥ ، ص ٥-٩).

كما ان للدراسات الميدانية دور في توضيح مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على السياسة ومن الامثلة على ذلك العدوان على غزة كان هناك دور للتواصل الاجتماعي ليس فقط في نقل الحقائق بل ايضا له دور كبير في المساهمة بتشكيل الرأي العام حول القضية (الفالي ، ٢٠٢٤ ، ص ٣-٧)

يعتبر الاعلام الرقمي فضاء سياسي ومعرفي ولا يعتبر طرف محايد وان التفاعل التي يفرضها الموقع مع الخوارزميات لها تأثير كبير . (زكريا ، ٢٠٢٣ ، ص ١٢) ومع دخول الاعلام في العصر الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي تظهر الحاجة الى اخلاقيات لضبط المحتوى الاعلامي الرقمي فان غياب الاخلاقيات تؤدي الى انتشار الاخبار المضللة وانتهاكات لحرمة النشر ويصبح بذلك الاعلام منبر غير موثوق ولذلك من الضروري الالتزام بمبادئ واخلاقيات الاعلام مثل الصدق والشفافية الخ (ابو العز ، ٢٠٢٣ ، ص ١٠٧-١١٠) ، فان ارتباط الاعلام الرقمي مع تحديات قانونية واخلاقية يجعل من منصات التواصل الاجتماعي ساحة لتحدي والصراع تحتاج الى مبادئ قانونية واخلاقية تتحكم بها وذلك لحماية المتلقي من حقوق التشهير وكذل الاخبار الزائفة وانتهاك الخصوصية وضمان المصادقية (لامية ، ٢٠٢٤ ، ص ٩٠) بعد توضيح القضايا القانونية والاخلاقية في الاعلام نتجه الى البعد الاجتماعي كما



ذكرنا ان الاعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي تساهم بدوراً دوراً اساسياً في تشكيل سلوكيات الانسان واعادة تشكيل الرأي العام فأن التواصل والتفاعل عبر المنصات الاجتماعية مثل توتير وفيس بوك... الخ تغير الانتماء الاجتماعي وتغير انماط التواصل كذلك (ابو العز , ٢٠٢٣ , ص ص ١٢٠ - ١٢٥) يرى جودي لامية ان هناك مسؤولية فردية ومؤسسية يجب الالتزام بها لضمان الاستخدام الاخلاقي لمنصات التواصل الاجتماعي وكل من الفرد والمؤسسة مسؤول عن حماية المجتمع من التضليل من خلال الالتزام بالمعايير الاخلاقية والقانونية اثناء استخدام المواقع والمنصات في النشر (لامية , ٢٠٢٤ , ص ص ٩٦-١٠٠) , لذا فأن الموضوع يتجاوز التنظيم التقني ليصل الى صلب الفلسفة الاخلاقية اذ ان فاعلية الاعلام الرقمي لا تقاس فقط بقدرته على النشر بل اعادة صياغة الوعي وتزييف الحقائق ومن هنا يصبح الالتزام الاخلاقي ضرورة فلسفية وجودية لحماية المجتمع من التضليل وسيطرة الرأي العام.





الخاتمة

ان العلاقة بين الفلسفة والاعلام علاقة عميقة ومن خلال تتبع الاسس الفلسفية للإعلام نجد ان ما يحدث اليوم في الفضاء الرقمي هو استمرار لصراعات فلسفية قديمة وتحليل رؤى افلاطون نجد ان الاعلام يشبه الى حد كبير قصة الكهف حيث يكتفي الجمهور المتلقي بمشاهدة الظلال (المعلومات المضللة) معتقدين انها الحقيقة وهنا تبرز فاعلية البعد الاخلاقي في تحرير الوعي اما بالعودة الى وأرسطو طاليس ان فاعلية التأثير تتم من خلال الاقناع التي وضعها اساسها قديما لكنها تمارس اليوم عبر خوارزميات .

هكذا يصبح الاعلام ممكنا فقط عبر مقارنة فلسفية توضح تحليل التأثير والحدود للإعلام مما يثبت ان التكنولوجيا مهما تطورت تظل محكومة بأسئلة الفلسفة حول جوهر المعرفة والفضيلة وبناء على هذه المقاربة الفلسفية والتحليلية التي تناولها البحث يمكن اجمال اهم ماتوصلت اليه الدراسة من نتائج وتوصيات في التالي :

ثالثا : نتائج وتوصيات البحث

١- نتائج البحث

- أ- ان الاعلام لا يكتفي بنقل الخبر بل يعيد صياغة ادراك المتلقي للواقع مما يجعل الرسالة الاعلامية وسيط لتشكل الوعي وليس مجرد اداة .
- ب- اثبت ان التأيير يعد المحرك الاساسي الذي يعمل على تزييف الرسالة الاعلامية وتوجيه الجمهور المتلقي لرؤية الخبر من زاويا معينة .
- ج _ اتضح ان القوى السياسية تستخدم الاعلام كأداة للهيمنة وهندسة الرأي العام بما يخدم مصالحها.
- د _ اتضح ان اشكالات الاعلام الرقمي هو استمرار لصراعات فلسفية قديمة فما وصفه افلاطون بظلال الكهف يشبه كثيرا اليوم المعلومات المضللة عبر الخوارزميات.



٢-التوصيات

توصل الباحث من خلال النتائج للتوصيات التالية:

- أ - دراسة مادة فلسفة الاعلام كعنصر تخصصي اصيل ضمن مناهج قسمي الفلسفة والاعلام في كليات الآداب وذلك لتمكين الطالب من ادوات التحليل الفلسفي التي تكشف اليات التأطير.
- ب _ ضرورة اعتماد الاخلاق الفلسفية كمرجعية لضبط الاعلام الرقمي لضمان صدق وشفافية المعلومات الاخبارية التي تصل الى الجمهور .
- ج - تطوير الدراسات النقدية التي تربط الفلسفة بالإعلام لكشف التأطير للرسالة الاعلامية .





المصادر

أولاً : الكتب العربية

- ١- ارسطو طاليس ، فن الخطابة ، ترجمة عبد الرحمن بدوي ، وكالة المطبوعات ، الكويت ، ١٩٧٩
- ٢- افلاطون ، الجمهورية ، ترجمة فؤاد زكريا ، دار المعارف ، ط٣ ، ١٩٨٨ .
- ٣- الثاني ، محمد نذير عبدالله ، ابستمولوجيا علوم الاعلام والاتصال ، دار الاديب ' ط١ ، ٢٠١٧ .
- ٤- العوض ، محمد بابر عبدالله ، فلسفة الاعلام والاتصال النظريات ورؤى العالم ، المعهد العالمي لفكر الاسلامي ، الولايات المتحدة الامريكية ، ط١ ، ٢٠٢٥ .
- ٥- علي ، نبيل ، الثقافة العربية وعصر المعلومات ، عالم المعرفة ، الكويت ، ٢٠٠١
- ٦- عزي ، عبد الرحمن ، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر اعلامي متميز ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، ٢٠٠٣ .
- ٧- فوكو ، ميشيل ، المعرفة والسلطة ، ترجمة عبد العزيز العبادي ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر ، ١٩٩٤ .
- ٨- فوكو ، ميشيل ، نظام الخطاب ، ترجمة محمد سيلا ، دار التنوير للطباعة والنشر ، ٢٠٠٧ .
- ٩- كرم ، يوسف ، تاريخ الفلسفة اليونانية ، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة ، القاهرة ، ٢٠١٤ .
- ١٠- ماكلوهان ، مارشال ، فهم وسائل الاعلام امتدادات الانسان ، ترجمة حسن الشامي ، دار الكتب العربي ، بيروت ، ٢٠٠٤ .
- ١١- ميغري ، اريك ، سوسيولوجيا الاتصال والميديا ، ترجمة نصر الدين لعياضي ، هيئة البحرين للثقافة والآثار ، ٢٠٢٠ .
- ١٢- هابرماس ، يوغن ، التحول البنوي للمجال العام ، ترجمة فالح عبد الجبار ، دار الفارابي ، بيروت ، ٢٠١٢ .

ثانياً : المجلات والدوريات

- ١- ابو العز ، انجي ، اخلاقيات الاعلام الرقمي بين الممارسة والتطبيق ، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال ، ٢٠٢٣ .
- ٢- حسين ، ثناء مطلب ، اتجاهات الجمهور العراقي نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام نحو قضايا السياسة ، مجلة كلية الآداب جامعة المنصورة ، ٢٠٢٥ .
- ٣- زكي ، دينا يحييا ، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام المصري في العصر الرقمي ، المجلة العلمية لبحوث الاذاعة والتلفزيون ، ٢٠٢٤ .
- ٤- زكريا ، طفياني ، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في صناعة الرأي العام البديل ، مجلة المحترف ، ٢٠٢٣ .
- ٥- عبد العال ، اسماء جمال الدين ، وآخرون ، الاعلام الرقمي التحديات والحلول ، مجلة التربية وثقافة الطفل ، المجلد ٢٨ ، العدد ١ ، ٢٠٢٣ .



- ٦- القالي ، بن مخلوق محمد الهادي، وآخرون، دراسة ميدانية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حول العدوان على غزة ، جامعة محمد بو ضياف المسيلة ، ٢٠٢٤ .
- ٧- لامية ، جودي، المسائل الاخلاقية في الاعلام الرقمي واشكالاته القانونية ، مجلة الاتصال والصحافة ، المجلد ١١ ، العدد ٢ ، ٢٠٢٤ .
- ٨- لعياضي ، نصر الدين ، الرهانات الابستمولوجية والفلسفة للبحث الكيفي نحو افاق جديدة لبحوث الاعلام والاتصال في المنطقة العربية ، مجلة اتحاد الجامعات العربية للأداب ، مجلد ١٠ ، العدد ٢ ، ٢٠١٣ .
- ٩- لعياضي ، نصر الدين، الميديا الاجتماعية والاستقطاب السياسي عوائق التحول نحو مجال عمومي بالمنطقة العربية ، مركز الجزيرة للدراسات ، العدد ٢ ، ٢٠٢٣ .
- ١٠- معتوق، فتحية ، علوم الاعلام من الفلسفة الى الابستمولوجية ، المجلة الجزائرية للاتصال ، مجلد ١٦ ، العدد ٢٢ ، ٢٠١٤ .

ثالثا: الكتب الاجنبية

- 1 – McQuail Denis , Mass communication theory , Sag Publications , 2010 .