****

**حلقة بحث في مادة التربية الوطنية بعنوان:**

**الغزو الإعلامي**

**تقديم الطالبة: ليلى حمدون**

**الصف: الأول الثانوي**

**التاريخ: 11-1-2015**

**للعام الدراسي: 2015-2014**

**بإشراف المدرّس: ضياء المسوكر**

مقدمة

في هذا العصر المتطور...

وفي ظل التغيرات التي تجتاح العالم...

ولأن معرفة كل جديد هو ما يهمنا...

ولد الإعلام...

الإعلام وسيلة للتعبير عن الرأي و إعطاء المعلومات وطرح الأفكار و إخبار الناس بما يحدث في عالمهم ... ولكن لكل شيء هدف أساسي فما الهدف الأساسي للإعلام؟ سؤال يطرق عقل كل إنسان في هذا القرن...

لماذا تخسر الشركات ملايين الدولارات و تتكلف في صنع فيلم واحد نقوداً كثيرة ؟ و أليس غريباً أن تدخل هذه البرامج بيوتنا بالمجان وببساطة بعد أن كلفت المنتجين مالا يعد ولا يحصى؟

نرى نشرات الأخبار يومياً و نعلق على ما تعرضه و لكن هناك سؤال يطرح نفسه: ما مصلحة منتج واحد إن قام بكل ما يلزم لتحضير نشرة أخبار واحدة تعرض مرتين في اليوم, بم يعود ذلك عليه؟

لكي نجد تفسيراً منطقياً لهذا كله يجب أن نعرف ما أسباب نشوء الإعلام ...؟

أحدثت الثورة التكنولوجية الكثير من وسائل الاتصال متفاوتةً في التقنية و مستوى الأداء مما جعل البشر يسارعون إلى استخدامها حيث حلت محل التواصل المباشر , وقامت بجعل العالم بما يدعى بالقرية الصغيرة ,وهنا يأتي دور الوسائل الإعلامية لإبراز عضلاتها أمام الناس لتحظى بفرص أكبر للمشاهدة إذ أن افكر الإنساني ميال إلى التسلية و الاستمتاع كما أنه يميل إلى الموضوعات التي تهمه و تسيِّر واقعه الذي يتعايش معه.

تتنوع أهداف أنواع الإعلام فمنها ما هو ترفيهي ومنها ما هو تجاري ومنها ما هو تعليمي و منها ما هو سياسي وتتعدد أشكالها كالإنترنت و التلفاز و الراديو و طرائق كثيرة أخرى...

ولكن هناك أشياء نراها على وسائل الإعلام و لا يمكن تصديقها و أغلبها في الإعلام السياسي و التجاري و هذا ما يعرف بالغزو الإعلامي أي بمعنى آخر استخدام الهندسة الاجتماعية لتوجيه أفكار المتلقي ليتوصل وحده إلى فكرة تجعله يرغب في فعل أمر معين و تختلف الرغبة حسب ذكاء المعطي ومهارته وهكذا يتم التلاعب بأفكار البشر لجعلهم يفكرون بطريقة واحدة من خلال التحكم بما يشاهدونه.

الشكل(1) بعض وسائل الإعلام

والسؤال هنا : ما الهدف من هذه السيطرة الفكرية؟؟؟

و كيف نتجنب هذا الاختراق لعقولنا؟؟؟

ومن وراء هذا كله؟؟؟

و هل نحن مسيطر علينا فكرياً؟؟؟



الشكل (2)السيطرة الفكرية تنعكس على التصرفات

أسئلة أسعى للإجابة عليها ضمن هذا البحث الممتع...

الهندسة الاجتماعية هي فن لإيصال المعلومات بطريقة ذكية لتحفيز الدماغ على الإتيان بأفكار محددة و التصرف على أساسها .

**الباب الأول :الهندسة الاجتماعية ودورها في تفكير المتلقي في الإعلام**

حيث يقوم المعطي بتقديم أفكاره عبر كلمات منتقاة بعناية و أسلوب محدد لتحويل أفكار الهدف حسب الطريقة المنشودة لنعط مثالاً بسيطاً من الحياة العامة: أريد دعوة أحد ما أعرفه منذ وقت قصير ليتناول معي العشاء إذ أنني أسعى لأخذ معلومة معينة من الشخص ولهذا لا أقول له تفضل أعددت عشاء لأنه بالمطلق قد يرفض بحكم أننا لسنا أصدقاء و لكنني أستخدم الهندسة الاجتماعية لجعله يتيقن أن عليه تناول العشاء معي فأقول مثلاً: يجب أن أحادثك بموضوع كذا و كذا ولكن هل أحادثك به قبل العشاء أم بعده.

هنا لن يفكر الشخص بالعشاء بل سيدور فكره حول الموضوع الذي سنناقشه وهذا ما يقوم به الإعلام غير المراقب وهو التركيز على الأشياء السطحية وإهمال الأشياء المهمة.

**www.The most dangerous wars.net**

الفصل الأول : الحرب النفسية

الحرب النفسية مصطلح نادر الاستعمال رغم أهميته البالغة وقد عرِّفت بأنها الحملة الشاملة التي تستخدم فيها كل الأجهزة والأدوات المتاحة للتأثير في عقول ومشاعر جماعة محددة بقصد تغيير مواقف معينة و إحلال مواقف أخرى تؤدي إلى سلوك يتفق مع مصالح الطرف الذي يشن هذه الحرب , أو كما عرفها صلاح نصر بأنها الاستخدام المعني به لأي نوع من وسائل الإعلام بقصد التأثير في عقول و عواطف جماعة معنية معادية أو محايدة أو جماعات صديقة أجنبية لغرض استراتيجي أو تكتيكي معين , في حين عرفها آخرون بقولهم : هي الاستخدام المخطط من قبل دولة أو مجوعة دول للدعاية وغيرها من الإجراءات الإعلامية التي تستهدف جماعات معادية أو محايدة أو صديقة للتأثير في آرائها وعواطفها و اتجاهاتها وسلوكها بطريقة تساعد على تحقيق سياسات وأهداف تلك الدولة.

الحرب النفسية لها العديد من الأدوات ولكن أهمها هو الإعلام حيث يلعب دوراً هاماً في التواصل المباشر مع المتلقي و إعطائه الأفكار اللازمة التي تسيطر على عواطفه وتوجه سلوكياته نحو مصالحها .

**عن:الحرب النفسية**

تستخدم وسائل الإعلام الهندسة الاجتماعية للتأثير في عقل المتلقي حيث من السهل التأثير على العامة في أغلب الدول بسبب غياب التوعية الاجتماعية عند الأغلبية العظمى وهنا تقوم الحرب النفسية عبر وسائل الإعلام و هي من الوسائل غير الفتاكة و لكنها بالرغم من عدم فعالية وسائلها فقد تجاوزت وسائلها التأثير النفسي إلى التأثير الجسدي و غالَبه و الصحيح هو أنَّ الحرب النفسية تتوخى إحداث تغيير في السلوك العام للعدو بطريقة تتناسب و أهداف مستخدمها ؛مستعملةً وسائل الإعلام بشكل رئيسي و يمكن أن تتضمن أدوات عسكرية أيضاً وهنا يأتي دور وسائل الإعلام التي تنقل الأحداث كما هي و قد تقوم بعضها بتحريف الأحداث حسب ما تقتضيه مصالحها.

و يمكن أن نعطي صورة تقريبية عن مفهوم الحرب النفسية في ثلاثة منطلقات أساسية المنطلق الأول هي أن الحرب النفسية تنطوي تحت ما يمكن أن نسميه وظيفة الدولة الاتصالية بمعناها الواسع بوصفها إحدى وظائف الدولة المعاصرة و التي تعني أن من واجب الدولة أو السلطات الحاكمة أن تنقل إلى الأفراد قسطاً من المعلومات.

أما المنطلق الثاني فينص على أن الحرب النفسية هي إحدى مستويات التعامل النفسي في علاقة السلطة بالمواطن وذلك من خلال الوظيفة الاتصالية للدولة و التي تحدد بأربعة مستويات كل منها له خصائصه المتميزة وهي (الإعلام ,الدعاية ,الدعوة ,الحرب النفسية).

وبالنسبة للمنطلق الثالث فهو أن الحرب النفسية أضحت اليوم ظاهرة معتادة ترتبط بالوجود الإنساني فلا تستقل ولا تنفصل عن أية مرحلة من مراحل التطور البشري.

إن الحرب النفسية نوع من القتال و بالتالي تخضع لجميع القواعد التي تسيطر على مفهوم الصراع.

**عن:الحرب النفسية**

الفصل الثاني: الهندسة الاجتماعية في الإعلام

إنَّ الهندسة الاجتماعية ليست مجرد أداة إعلامية تقنع العامة بأمور معينة بل هي أداة تخترق عقل المتلقي و تجبره على الاستسلام المطلق لكل ما يشاهده على الوسائل الإعلامية المختلفة.

تهدف الهندسة الاجتماعية إلى تحويل أفكار المتلقي أي أن الإعلام يوجه أفكار المتلقي إلى وجهة محددة.

مثال: إذا اقتنع المشاهد بشراء السلعة أو لم يقتنع فإنه يتأثر بشخصيات الإعلان )مظهرها، طريقة حديثها، حركاته وذلك بصورة مستقلة عن المنتج أو الخدمة المعلن عنها ، ومع تكرار عرض الإعلان التلفزيوني مئات المرات يترسخ هذا التأثير ، مما يجعل من الإعلان التلفزيوني واحداً من أقوى وسائل الإقناع و التأثير والتغيير الاجتماعي ، وذلك بصورة موازية لوظيفته الاقتصادية الأصلية

**www.Social Geometry.com .**

كذا الحال بالنسبة للإعلام السياسي حيث يقوم المصورون والمخرجون بعرض المشاهد التي تؤثر على عقل المتلقي كما أن بعضها تقوم بتزوير الحقائق خصوصاً إن كانت غير حكومية أو تابعة لمنظمات غير معروفة أو غير رسمية.

لنأخذ مثالاً على ذلك من الواقع لدينا جهتان متخاصمتان فهنا يقوم الإعلام غير الحكومي أو غير المنظم بإبراز عيوب جهة وإخفاء محاسنها و بالمقابل تقوم بإخفاء عيوب الجهة الحليفة و إبراز محاسنها لذلك على الشخص ألا يتخذ رأياً بمجرد رؤية وجهة نظر واحدة بل عليه أن يستمع إلى كل الحقائق ليكون رأياً منطقياً.



الشكل (3)الحوار حاجة اجتماعية والجدال دمار اجتماعي

ليس صحيحاً ما يردده البعض بأن الحيادية هي أساس عمل وسائل الإعلام ، فهذا غير صحيح ، بل إن الحيادية المطلقة شيء يتعذر وجوده في الحياة ، فكل إعلام في هذا العالم هو بالضرورة إعلام منتمي ، إما لثقافة ، أو وطن ، أو مصلحة تجارية ، أو وجاهة شخصية ، أو مزيج من الانتماءات ، وهناك بالطبع من يتحكم فيه ويقوم بتوجيهه ، ومثل الإعلام غير المنتمي مثل بائع الصحف الذي يوزع مضامين لا يفقه معناها .

**الحرب النفسية/ www.Social Geometry.com**

من أنواع التضليل الإعلامي:

الباب الثاني: أنواع التضليل الإعلامي

التضليل بالانتقائية المتحيزة و هنا يتم انتقاء بعض الكلمات و الحقائق و المصادر و الاقتباسات وتتجاهل الأخرى فتركز على حقيقة وإغفال حقيقة أخرى مرتبطة بها

والتضليل بالتلاعب بالمعلومات وترتيب الحقائق ، بحيث تعطي معاني وانطباعات معينة ، ويتم تفسيرها بشكل معين ، يخالف الواقع وغالباً ما يترافق مع التضليل بإهمال خلفية الأحداث ، مما يجعلها ناقصة ومشوهة ، ولا يستطيع المتلقي فهمها وتفسيرها.

**عن: التربية الإعلامية**

ومن أخطر أنواع التضليل الإعلامي؛ التضليل بالمزج والخلط ، وعدم التمييز بين الأخبار من ناحية والرأي والتحليل والتعليق من ناحية أخرى ، فلا يعرف المتلقي هل هذا جزء من الخبر؟ أو هو رأي الصحفي ووجهة نظره .

و هناك التضليل بالمعلومات التي ليس لها علاقة بالحدث ، على حساب الحقائق المهمة.

أما التضليل بالعناوين ومقدمات الأخبار فهو معتمد على المبالغة والتهويل والغموض والمعلومات الناقصة ، مما لا يتفق أحياناً مع مضمون الخبر أو المادة الصحفية .

والتضليل باستخدام مفردات معينة تؤدي إلى اصدار أحكام بالإدانة على المواقف والأشخاص والجماعات والدول ، أو تحمل وجهة نظر بالتأييد أو الرفض.

كما يمكن أن يكون التضليل بالإيهام والتدليس في المصادر والمعلومات ، وعرض معلومات مضللة بكلمات غير واضحة المصادر ، وهي معلومات وأخبار غير صحيحة .

التضليل بادعاء التوازن الشكلي بين رأيين فقط ، واختيارين لا غير ، مع تعمد إهمال وجهات النظر الأخرى ، وتغييب الكثير من الاحتمالات والآراء والحلول والتضليل باختيار قضايا ومشكلات زائفة ، والابتعاد عن قضايا أخرى تهم الجمهور ، وتساهم في تشكيل الوعي الصحيح .

وتختلف استخداماتها وتتوحد أهدافها كما تختلف درجة خطورتها حسب تأثيرها على العامة.

وهناك أنواع أخرى للتضليل كالنفايات المعلوماتية وهي تعني تزويد المتلقين بمعلومات لا تهمهم ولا فائدة منها والتضليل بالإغراق حيث يعجز المتلقي عن الربط بين المعلومات لكثرة فيضانها.

و من أكثر الأنواع شهرة و استخداماً؛ التضليل بالتضخيم والتهويل ، لقضية أو حدث أو مشكلة ، ليترك ذلك انطباعاً زائفاً بحجمها لدى الجمهور و عكسه التضليل بالتهوين وتقليل قيمة الموضوع ، رغم أهميته للجمهور وعلاقته بمصالحهم واهتماماتهم .

الشكل(4)رسم كاريكاتور يبين التضليل بالإغراق

و النوع الأكثر خطر اًو الأكثر شناعة التضليل بقلب الصورة ، لأن الأمر يصل أحياناً إلى تصوير المجرم بأنه ضحية، أما الضحية فهو المجرم المعتدي.

التضليل بالإحصائيات و استطلاعات الرأي غير الحقيقية إما عند كتابتها أو أثناء عرضها والتضليل بالصورة ، إما في طريقة التقاطها ، أو تغيير مضمونها ، والتحكم في الألوان ، أو إضافة صور أشخاص أو أشياء أو حذفها ، أو يتم الادعاء بأن هذه الصور تمثل الواقع بينما هي مصنعة لتعطي انطباعاً معيناً.

التضليل بالكاريكاتير السياسي والاجتماعي أو بالحوار المشوه الذي يتم فيه

 التغييب الكلي المتعمد للقضية الجوهرية المحورية ، والإغراق بالتفاصيل الهامشية ، والثانويات الصغيرة.

و أخيراً التضليل بتكرار الفكرة الخاطئة وترسيخها مهما تكن خاطئة ،وتعزيز السلوك المنحرف وترسيخه مهما يكن منحرفاً ، وذلك بالتكرار المستمر المتواصل حتى تستقر في وعي الجمهور.

الشكل (5) تزوير الحقائق

إن تضارب المصالح واختلافها وتضادها يجعل من التضليل الإعلامي سلاحاً فعالاً في الصراعات ، ولكن يتم ذلك عبر أسلوب القوة الناعمة ،التي تؤثر ببطء وعلى المدى الطويل ، دون أن يلاحظها الكثيرون فهي تهدف لتوجيه أفكار العامة و هذه القلة من أبناء المجتمع التي تلاحظ بعض تلك الأنواع أثناء متابعتهم لوسائل الإعلام فيقومون بتوعية المجتمع .

و المشكلة الكبرى أن هناك أساليب خفية و طرائق عميقة تستخدم أمام أعيننا لم تكتشف بعد, اخترعتها جهات ترعى مصالح لجماعات معينة و طبقها مختصون محترفون ليصعب اكتشافها على العامة.



الشكل (6) الإعلام يخفي الحقائق وراء كذبة

**عن : التربية الإعلامية/ المصطلح الإعلامي ودوره السياسي في القضايا العربية الراهنة**

صناعة الإعلام في العالم ليست عملية عبثية لا هدف لها ، وليست ممارسة عدمية لا طائل من ورائها ، بل هي صناعة مقنّنة ، ذات أهداف محددة وواضحة ، تستهدف التأثير على المتلقي بالدرجة الأولى .

الباب الثالث :أهداف الغزو الإعلامي

إن الإعلام يبيع السلع والخدمات ... والأفكار أيضاً .

والجمهور هو المشتري، وهو العميل المستهدف .

هكذا يجري الأمر في كل أنحاء العالم .

إن الذين يتحكمون في وسائل الإعلام في العالم هم ملاّكها ، الذين يقومون

بتأسيسها، والإنفاق عليها ، وتحمل تكاليفها .

فهم الذين يقررون ما الذي يخرج ؟ وما الذي يستبعد ؟

وهم الذين يقررون ماذا نشاهد ؟ وماذا نسمع ؟ وماذا نقرأ ؟

**الحرب النفسية/التربية الإعلامية**

وهم الذين يضعون قيمهم الخاصة، وأفكارهم ، ومعاييرهم للخطأ والصواب ، ويضعون أهدافهم الثابتة والمتغيرة ، ويصوغون المضمون الإعلامي، و يسوقون له ، ويرسمون له طرق الوصول إلى المتلقي المستهدف ، سواءً كان مشاهداً ، أو مستمعاً ، أو قارئاً . ويقومون بالطبع بتوظيف الكوادر الإدارية ، والمهنية ، والإعلامية ، التي تقوم بكل ذلك.

إن وسائل الإعلام الرسمية المملوكة للحكومات تهدف غالباً إلى توعية المواطنين وتثقيفهم ، وتدعيم الوحدة الوطنية ، وفتح مجالات التواصل والحوار، وتعزيز عمل مؤسسات المجتمع ، والاهتمام بالقضايا التنموية ، ووسائل بناء المجتمع وتقدمه، وتحسين ظروف الحياة والمعيشة ، وغير ذلك من الأهداف المعتادة ,هذا فيما يتعلق ببعض وسائل الإعلام الرسمية المملوكة للحكومات في بعض بلدان العالم .

ولكن .. ماذا عن وسائل الإعلام الأخرى في العالم ، سواءً المحلية ، أو الإقليمية ، أو العالمية و أعني تلك التي لا تعود لمصدر حكومي وها يلعب التضليل الإعلامي ألعابه المؤذية التي تهدف إلى تغيير الموقف أو الاتجاه و هو من أبرز و أوضح مظاهر تأثير وسائل الإعلام حيث يقصد بالموقف رؤية الإنسان لقضية ما ، أو لشخص ما ، أو لقيمة، أو لسلوك ، وشعور الإنسان تجاه هذا الشيء ، إما سلباً أو إيجاباً، رفضاً أو قبولاً ، حباً أو كراهيةً ، عداءً أو مودة، وذلك بناءً على ) المعلومات ( التي تتوافر للإنسان .

**عن: التربية الإعلامية**

ووسائل الإعلام عادةً هي التي تزودنا) بالمعلومات ( أو بالجزء الأعظم منها ، وبالتالي فإن وسائل الإعلام تؤثر على فهمنا ، ومواقفنا ، وحكمنا على الأشياء.

 و التغيير المعرفي فهو أعمق أثراً في حياة الإنسان ، بخلاف تغيير الموقف أو الاتجاه الذي يكون طارئاً أحياناً ويزول بزوال المؤثر، أما التغيير المعرفي فهو بعيد الجذور ، ويمر بعملية تحول بطيئة تستغرق زمناً طويلاً . كذلك تغيير القيم عبر التنشئة الاجتماعية) أي تنشئة الأفراد وتثقيفهم وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعياً أو الرسالة الإعلامية تستطيع أن تعمل على إزالة قيمة من القيم وتثبيت أخرى محلها عن طريق قلب الصورة.

ومن أهم و أخطر أهداف التضليل الإعلامي تغيير السلوكيات المتعارف عليها بين أفراد المجتمع, إن لوسائل الإعلام دور ما ، يزيد أو ينقص، في إحداث التغيير والتأثير بشكل عام ، وذلك حسب متغيرات البيئة والمحتوى، والوسيلة ، والجمهور و تفاعلهم.

**هيمنة الإعلام الإنجازات المذهلة للدعاية**

**الفصل الأول: آثار الغزو الإعلامي على الفرد والمجتمع**

الباب الرابع: ما هي طرق الوقاية من آثار الغزو الإعلامي؟؟؟

من الحقائق الثابتة أن وسائل الإعلام تؤثر في الأفراد والمجتمعات ، بل إنها تؤثر في مجرى تطور البشر ، وأن هناك علاقة سببية بين التعرض لوسائل الإعلام والسلوك البشري . يختلف تأثير وسائل الإعلام حسب وظائفها ، وطريقة استخدامها ، والظروف الاجتماعية والثقافية ، واختلاف الأفراد أنفسهم ، وقد تكون سبباً لإحداث التأثير ،أو عاملاً مكملاً ضمن عوامل أخرى.آثار وسائل الإعلام عديدة ومختلفة ، ومتنوعة الشدة، قد تكون قصيرة الأمد أو طويلة الأمد، ظاهرة أو مستترة ، قوية أو ضعيفة ، نفسية أو اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية .تأثير وسائل الإعلام قد يكون سلبياً ، وقد يكون إيجابياً .و ينحصر التأثير الإيجابي عندما تقوم وسائل الإعلام بترسيخ الفكر الصحيح والعادات الجيدة أما التأثير الإيجابي فيكون عندما تتبع وسائل الإعلام طرقاً ملتوية كالتضليل الإعلامي والبروباغندا وغيرهما...

**التربية الإعلامية**

إن وسائل الإعلام تؤثر بطريقتين إما تأثير تراكمي طويل الأمد حيث تبدأ مجموعة من وسائل الإعلام في تركيز اهتمامها على نقل رسائل حول موضوع محدد ) مشكلة - موقف - قضية ( .على مدى فترة ممتدة من الزمن تستمر وسائل الإعلام في نشر أو إذاعة رسائلها حول الموضوع بشكل دائم ومنظم ومتكامل فيما بينها ثم يبدأ أفراد الجمهور في الاهتمام بهذه الرسائل ، وتدريجي يبدأ المجتمع المكون من هؤلاء الأفراد في تكوين فهمه العام والمتشابه للموضوع ، والمستمد من مضامين وسائل الإعلام التي تضمنتها رسائل هذه الوسائل ومع زيادة طرح الوسائل الإعلامية للموضوع يتكون فهم عام مشترك حوله ،وبالتالي يتم تشكيل أو إعادة تشكيل المعاني و المعتقدات والاتجاهات ، التي تعمل كمرشد لسلوك جمهور وسائل الإعلام.

وعلى هذا فإن التغيرات التي حدثت نتيجة التعرض لوسائل الإعلام لدى الأفراد تتراكم، ويتولد عنها ببطء معتقدات واتجاهات جديدة ، تؤدي إلى تغير واضح في أنماط السلوك المرتبط بالموضوع . تحدث مثل هذه التغيرات طويلة الأمد على مستوى مجتمع بذاته ، أو على مستوى ثقافة إقليمية معينة ، أو على مستوى عالمي .

كما يمكن أن يكون تأثيراً مباشراً ولكنه في هذه الحالة لا يؤثر بشكل تام فبالرغم من سرعة تأثيره إلا أنه سريع التأثير و قليل الفعالية.

وإن التأثير على الأطفال من أسوأ التأثيرات خصوصاً في المرحلة العمرية التي تعرف باسم الطفولة المتوسطة ومرحلة الطفولة المبكرة, وإن ترك الطفل وحيداً في مواجهة وسائل الإعلام ووسائل التقنية الحديثة ، كالإنترنت وألعاب الفيديو ومحتوى الهاتف المتنقل والقنوات الفضائية سيكون ذا عواقب وخيمة على عقله وفكره وذاته ومستقبله .

. من الملاحظ أن الطفل المتروك وحيداً في مواجهة وسائل الإعلام ووسائل التقنية الحديثة يتعرض للاضطراب النفسي والقلق الروحي والشعور الدائم بالخوف ، والافتقار إلى الأمان.

 

الشكل(7)يجب حماية الطفولة من الإعلام غير المراقب

كما يمكن أن يصل الطفل الذي تهمله أسرته إلى مرحلة ضياع ، وعدم القدرة على فهم ذاته ، وتحديد هويته وبناء شخصيته ، بسبب كثرة المؤثرات المضطربة المتناقضة التي تحيط به ، بين الأسرة والمدرسة والقنوات الفضائية ، والانترنت وألعاب الفيديو ومحتوى الهاتف المتنقل.

وهكذا ينشأ جيل من الأشخاص التابعين تماماً للدول المعادية التي تبث تلك المشاهد مما تشاء من عنف بأشكاله و حقائق مزيفة ...

**عن: أثر وسائل الإعلام على الطفل**

**الفصل الثاني: الوقاية من الغزو الإعلامي**

لكي نقي أنفسنا من الوقوع في فخ التضليل الإعلامي يتوجب علينا توعية أفراد المجتمع الأصغر سناً و الأقل خبرة في هذا المجال ويتم كشف المخبأ بين كلمات وصور وسائل الإعلام بطرق عديدة الانتباه و الاهتمام تكوين الاتجاه و التساؤل بعدة صيغ؛

* من هو المستفيد من هذه الرسالة والمحتوى والمضمون ؟
* ما هو هدف المرسل من الرسالة ؟
* ما هو الهدف الذي تحقق ؟
* ماذا فهمت من هذه الرسالة ؟
* ما هو أثرها عليك ورد فعلك عليها ؟
* هل جميع الجمهور فهموا نفس الفهم ؟
* كيف كان اختلاف رد الفعل لدى الجمهور ؟
* من هو الجمهور المستهدف ؟
* لماذا يستهدف هذا الجمهور ؟
* ماذا لو كان المحتوى نفسه معروضاً في وسيلة إعلامية أخرى ، ما الذي سيتغير ؟
* من الذي يملك الوسيلة الإعلامية ؟ ولماذا ينفق عليهاو يتحمل تكاليفها؟ وما هي أهدافه ؟

• من هو المسؤول عن صياغة الخطاب الإعلامي وإدارة السياسة الإعلامية في الوسيلة ؟

• من الذي قام بتصنيع المحتوى وتجميع المضمون ، وتركيب الرسالة الإعلامية ؟

• هل يتصف بالخبرة والإطلاع والمعرفة في مجاله ؟

• هل يتصف بالأمانة والاستقلالية ؟

• هل هو محل للثقة والمصداقية ؟

ثانياً : المعالجة والأدوات .

وهي تشمل تحليل الرسالة الإعلامية والحكم عليها .

و هناك مهارات وعمليات المطلوبة يجب أن نكتسبها:

أ . التحليل

ب . التركيب .

**التربية الإعلامية**

**خلاصة**

إننا في حرب... في حرب صامتة...

حرب ضد الغزو الخطير المسمى الإعلام...

فإما أن ننتصر أو أن نهزم... وبما أن كل برنامج معركة بذاتها فإن الحرب الكاملة قائمة ففي كل ساعة آلاف من البرامج عشرات الآلاف من الضحايا مئات الآلاف من الأفكار ملايين من طرائق الفهم ولكن المصدر واحد ...

بما أن الشعب العربي يتقدم نحو الوراء ؛وأعني بذلك أنه يتجه بالاتجاه المعاكس للحضارة , بما أنه كذلك فإنني أؤكد أننا مسيطر علينا فكرياً ليس هذا فقط بل إننا متحكَّم بعقولنا أيضاً إنهم يوجهوننا إلى التخلف...

أياً كان .. أياً كانوا فإنهم على وشك الانتصار.. شعبنا في ضياع ...حضارتنا مهددة بالانقراض ..

ولكن هناك بصيص أمل لإنقاذ أنفسنا و مجتمعنا من هذا الغزو المجهول...

**المراجع**

**www.The most dangerous wars.net**

**الحرب النفسية للدكتورة حميدة مهدي سميسم عميد كلية الآداب جامعة بغداد**

**التربية الإعلامية** **كيف نتعامل مع الإعلام ؟ ./ فهد عبدالرحمن الشميمري – الرياض2010**

**التربية الإعلامية/ المصطلح الإعلامي ودوره السياسي في القضايا العربية الراهنة**

 **نعوم تشومسكي) 2005 ( ترجمة: إبراهيم يحيى الشهابي ، هيمنة الإعلام**

**الإنجازات المذهلة للدعاية، دمشق : دار الفكر .**

**عبد الفتاح أبو معال) 1997 ، أثر وسائل الإعلام على الطفل . عمان : دار الشروق للنشر والتوزيع .(**

**www.Social Geometry.com .**

**الفهرس**

العنوان رقم الصفحة

المقدمة...........................................................................1

الباب الأول: الهندسة الاجتماعية...............................................2

الفصل الأول: الحرب النفسية..................................................3

الفصل الثاني: الهندسة الاجتماعية في الإعلام................................4

الباب الثاني: أنواع التضليل الإعلامي.........................................5

الباب الثالث: أهداف الغزو الإعلامي..........................................8

ا**لباب الرابع: طرق الوقاية من آثار التضليل الإعلامي.......................9**

الفصل الأول: آثار الغزو الإعلامي على الفرد والمجتمع..................10

الفصل الثاني: الوقاية من الغزو الإعلامي...................................11

خلاصة.........................................................................13

 **فهرس الصور**

الصورة رقم الصفحة المصدر

الشكل(1)...................2.....  **www.The most dangerous wars.net**

الشكل(2)...................2 **www.The most dangerous wars.net**….…

الشكل(3)..................5............... **www.Social Geometry.com .**

الشكل(4)...................7............. **التربية الإعلامية** **كيف نتعامل مع الإعلام ؟**

الشكل(5)..................8................ **www.Social Geometry.com .**

الشكل(6)...................9.............. **www.Social Geometry.com .**

الشكل(7)...................12..... **www.The most dangerous wars.net**