الجلسة الخامسة: الحوار والإعلام العالمي

ما الإعلام؟

هو وسيلة من وسائل إيصال المعلومات للجماهير.

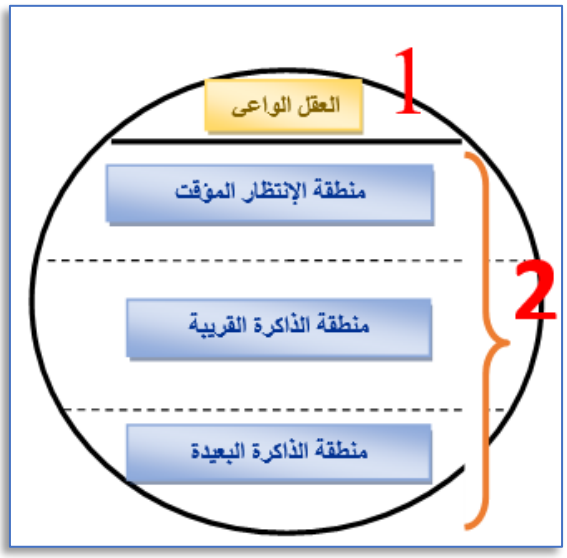
من مواصفات هذه الوسيلة أنها:

١. موجودة في كل مكان
٢. تصنع الرواج (trend)
٣. العمود الفقري للتسويق (للمنتجات والثقافات)
٤. ممكن أن تصبح إدمانية
٥. ذات تأثير طويل المدى، خاصة على الأطفال

ماهدف الإعلام؟

إيصال رسائل محددة من خلال التسلية، وغالباً ما تكون رسائل ذات طبيعة تجارية، تستهدف قبول المشاهد لرسائل معينة.

آلية عمل وسائل الإعلام المرئية على الدماغ البشري:



أولاً: اجزاء الدماغ:

١- العقل الواعي:

وهو الجزء المسؤول عن معالجة المعلومات وتحليلها ومن ثم اختيار رد الفعل المناسب والسلوك. تمكث المعلومات هنا حوالي ١,٥ ساعة كحد أقصى، لأنه لا يمكنه التركيز على التحليل لوقت طويل. تتم معالجة هذه المعلومات من حيث القبول أو الرفض بناء على قيم الإنسان، فإن قبلها سمح بدخولها إلى العقل غيرالواعي، وإن رفضها دفعها للإهمال. التركيز المستمر لوقت طويل يؤدي إلى تشابك الأفكار وتعب الدماغ.

٢- العقل اللاواعي:

وهو الجزء المسؤول عن تخزين المعلومات والمشاعر والرغبات والعواطف، وهو بمثابة مسجّل تدوين للبيانات والصور دون أية فلترة، ويحتوي على كل أفكارنا العميقة التي جمعناها طوال الحياة، وينقسم إلى ثلاث مناطق:

١) منطقة الانتظار المؤقت: وهي ممر آني قصير مدته تتراوح بين ٣-٤ ساعات، تنتقل بعده المعلومات والأفكار إلى الذاكرة القريبة.
٢) منطقة الذاكرة القريبة: وهي منطقة تدخل إليها المعلومات المكتسبة طوال حياة الإنسان من الطفولة وإلى الوقت الراهن.
٣) منطقة الذاكرة البعيدة: وهي منطقة الإحتفاظ بالمعلومات العميقة في الغريزة، أي المعلومات التي وضعها الله تعالى في فطرتنا ولاتذكر بدايتها، كالبكاء عند الجوع، منعكس المص في الرضاعة، ردود الأفعال اللا إرادية عند الخطر.

ثانياً: عمل الدماغ:

١. العقل اللاواعي لايميّز بين الصحيح والخاطيء، الحق والباطل، الحقيقة أو الخيال، بل يتعامل مع كل المعلومات على أنها حقائق صحيحة، ولذلك فإننا نبكي بألم عندما نشاهد مشهداً حزيناً في فيلم رغم أننا نعلم انه تمثيل!

٢. يقوم عقل الطفل في أول سبع سنوات بتجميع المعلومات وتخزينها في العقل غيرالواعي. وتتزايد مع الأيام عمليات التجميع القيمي وهو يكبر، لأن القيم تُبنى تدريجياً من خلال ما يتلقاه من تعليم وتربية تعرّفه على ماهو صحيح وماهو خاطيء وكيفية هذا التصنيف. وكلما تعلم قيمة جديدة، يتم إدخالها إلى العقل غير الواعي وتثبيتها بحيث تصبح مرجعية للعقل، من خلالها يحكم على ما يمر به من مواقف وأحداث.

٣. إذا قمنا بتعليم الطفل حول الأسباب وراء تصنيف الأمور إلى صح وخط وأفهمناه كيفية الوصول إلى التقييم والأحكام فإنه يتمكن في المستقبل من القياس على ذلك و رؤية العلل المشتركة والروابط ومن ثم التوصل إلى الحكم على مواقف أخرى. اما إذا صببنا في عقله المعلومات دون تفسير وتحليل فإنه يعتادها اعتياداً ويفقد مهارة التحليل والقياس ويتصرف دون مرونة أو فهم العلة وراء الصح والخطأ، يصبح عقله جامداً ومن ثم قابلاً للتطرف.

٤. في حال اليقظة: ينام العقل اللا واعي، ويبدأ العقل الواعي بالتحكم العام والنشاط.

٥. عند النوم: يستيقظ العقل اللاواعي ويتحكم بالنشاط الدماغي، فيبدأ برؤية الصور المتلاحقة التي كانت قد دخلت إلى الدماغ في اليقظة وأثرت فيه، ولذلك فإننا نرى في منامنا صور مؤثرة سواءً كانت سعيدة أو مقلقة أو مخيفة رأيناها في فيلم رعب!

ثالثاً: تعامل الدماغ مع المعلومات:

١. خلال السنوات السبع الأولى من حياة الإنسان، يكون تدريب العقل على أي نشاط في أعلى مستوياته، وذلك من خلال التكرار حتى تلتصق بالعقل اللاواعي وتصبح عملية تلقائية، (لذلك يكون التدريب على الصلاة حينها).

٢. التكرار يعمل على تثبيت المعلومات في العقل غير الواعي دون أية معالجة أو تحليل، حتى لو كانت خاطئة. التكرار يؤدي إلى الإدمان والبحث عن المادة المكررة المألوفة عند توقف الإمداد.

٣. أفضل طريقة لإدخال معلومات إلى الدماغ هو من خلال الصور، لأن الصور هي لغة العقل وليست الكلمات.

٤. أفضل وقت لإدخال معلومات إلى الدماغ هو عندما يكون العقل الواعي مسترخي وكأنه شبه نائم، عندها يكون هذا الوعي في وضع سلبي غير قادر على تمحيص المعلومات التي تدخله وبالتالي لا يقوم بحماية العقل من أي فكرة قد تكون معاكسة لقيم الشخص ومبادئه، فتدخل كل المعلومات عندها إلى التخزين في العقل اللاواعي النشط المفتوح على مصراعيه في هذا الموقف ويستقبل كل المدخلات دون تمحيص. ونحن نمر بهذه التجارب يومياً، كأن تقود سيارتك مسافراً وتستغرق في القيادة حتى إذا وصلت لا تتذكر كيف وصلت ولا كيف سارت الرحلة، وكذلك إذا ناديت على طفل منغمس في لعبة مع ألعابه فإنه لايستجيب، أو إذا تحدث أهلك معك وأنت تقرأ أمراً يهمك فإنك لاتسمعهم.

٥. هذه الوضعية للعقل الواعي واللاواعي تشبه وضعية التنويم المغناطيسي والتي هي مثالية للتأثير وتغيير حتى القيم المكتسبة من الصغر، كونها تسمح بدخول الأفكار مباشرة إلى مكان التخزين (العقل اللاواعي) دون تقييم أو فرز، وتبقى مدفونة هناك إلى أن يأتي حافز يفعّلها فتظهر على الإنسان دون أن يعرف مصدرها.

٦. كيف؟ عند مشاهدة التلفاز أو أي نوع من أنواع الإعلام المرئي على شاشة، فإن الدماغ البشري يبدأ بالدخول إلى حالة الموجات الكهرومغناطيسية من نوع بيتا، لكون التلفاز يعمل على سرعة ترددية من ٣٠ هيرتز فصاعداً، والتي هي حالة الوعي لتنفيذ وظائف ناتجة عن حاسة ما كالبصر. ثم، ومع استمرار المشاهدة، يدخل الدماغ شيئاً فشيئاً إلى موجات ألفا ذات سرعة ٩-١٤ هيرتز، وهي حالة الإدراك الواعي الهادئ stand by الجاهز للإستقبال غير الفعال أي دون نشاط عقلي فيسمح بإدخال المعلومات إلى العقل اللاواعي مباشرة ودون تمحيص.

٧. أما في حال يقظة العقل الواعي فإنه يحلل ما يُعرض عليه من مدخلات، يفهمها، يصنفها، يرتبها، يستنتج معانيها، ينتقدها، فإما يقبل دخولها إلى التخزين في العقل اللاواعي أو يقاومها ويرميها بعيداً خارج تخزينه وذاكرته.

٨. يبدأ الإيمان بالله الخالق في العقل اللاواعي للطفل بناء على ماوضعه الله تعالى في فطرته، فيكون نقياً طاهراً على الفطرة، ثم تأتي البيئة التي ترافق نموه، خاصة الوالدين، فإما تثبُت الفطرة أو تتغطى أو تُمحى وتُستبدل بغيرها. والفطرة هي التي

أخبرنا النبي ﷺ أن كل مولود يولد عليها وهي فطرة التعرف على الله وتوحيده وحبه والإنتماء إليه رباً حاكماً معبوداً، وهي فطرة القيم والخير والإنسجام مع الحق والأخلاق التي حملها كل الأنبياء والمرسلين، فهي نقية ثابتة لاتتغير، في حين أن الفطرة التي تتبناها الحضارة الغربية دائمة التغير وفق ما هو رائج.

٩. لابد من إبعاد الأطفال عما يعكر نقاء فطرتهم، فهم يتأثرون بالإعلام لأن تمييزهم بين الحقيقة والخيال ضعيف.

١٠. نحن الكبار كذلك مسؤولون عما نعرّض أنفسنا له في الإعلام، علينا أن ننتبه إلى ما يدخل إلى عقولنا اللاواعية ويتخزن فيها، فإن استمرار تعريض أدمغتنا لما يخدش حياءها ويعكر فطرتها النقية يجعل تنظيفها أصعب وأصعب، وبالتالي تقل فرصنا في استقبال أنوار معرفة الله تعالى التي تحل في قلب وفق نظافته.

تحوّل الإعلام في الغرب إلى تجارة رابحة ومزدهرة:

كان الإعلام في السابق يهدف للإعلان عن المنتجات غير المعروفة، لكنه مع الأيام تحول إلى تجارة. كيف؟

١- <u>الدراسات العلمية لوظائف الدماغ ونشاطاته المتنوعة:</u>

توصلت الدراسات العلمية الحديثة إلى مايلي:

a. تتم معالجة الرسائل المكتوبة (التي تحتوي على كلمات وليس صور) في خلايا قشرة الدماغ والشق الأيسر من الدماغ، لأن معالجة اللغة هي من الوظائف المنطقية.

b. تتم معالجة الرسائل المصوّرة في الشق الأيمن من الدماغ، لأن القرارات الإنفعالية (كالبيع والشراء) هي من العواطف البعيدة عن التعقل المنطقي.

c. هذا يعني أنه يمكن استخدام إثارة العواطف والإنفعالات للتشجيع على البيع والشراء من خلال عرض الصور و الرسائل المتحركة دون تدخل وظيفة المنطق في الدماغ.

٢- <u>الدراسات النفسية الإجتماعية:</u>

توصلت دراسات علم الإجتماع وعلم النفس إلى مايلي:

a. الزبائن هم الهدف، والأطفال أكثر وأسهل تأثراً لذلك فهم أهداف سهلة، و المطلوب هو تحويل الزبائن إلى أهداف دائمة طوال الحياة.

b. سؤال الزبائن عن عاداتهم الإجتماعية توصل إلى عاداتهم الشرائية، وأفضل طريقة لهذا السؤال هو من خلال توزيع استبيانات يفوز من يجيب عن تساؤلاتها بجوائز حظ (يانصيب). تُجمع البيانات لإستنتاج العادات الشرائية، ثم تُباع لأصحاب الشركات والمصانع والباعة.

c. الإستبيانات تتضمن التساؤل حول: مالذي يدفعك للشراء؟ مالذي يجعلك تتردد في الشراء؟ متى هو الوقت الأكثر مشاهدة للتلفاز؟ أين يتجه الناس أولاً عندما يدخلون المحلات الكبيرة؟ مالذي يدفع الناس للبقاء في محلات الشراء لأطول وقت ممكن؟ (موسيقى، مطاعم، ملاعب للأطفال، تكييف!..)

d. في الإعلام المرئي (مسلسلات، أفلام، مجلات، دعايات): استخدام موضوعات رائجة تلفت النظر ، كالعنف: القتل، الشجار، المصارعة، إلخ. وكذلك موضوعات تثير الغريزة، كالحب والعواطف والمتع الحسية.

e. استخدام موضوعات تسحب العقل للهروب إلى عالم غير واقعي وبطولات خيالية

٣- <u>الإستفادة من الدراسات المذكورة في تشكيل الإعلانات:</u>

يتم استخدام الإعلانات بأن يتم تضمينها رسالتين، إحداهما ظاهرة والأخرى خفية:

a. رسالة إعلامية مباشرة (ظاهرة): إعلان سلعة شرائية (اشترِ هذا المسحوق، هذا العطر، ...)

b. رسالة إعلامية غير مباشرة (خفية): إعلان قيمة اجتماعية/أخلاقية (تحرر من كل شيء، تجاوز القوانين لتضحك، عش حياتك بأنانية، المال أولاً، لا تهتم إلا بنفسك، الزواج متعب، الإنجاب مكلف، أطلق العنان لرغباتك...)

قراءة خارجية غير داخلة في منهاج الدبلوم

ترتبط طاقة الدماغ بنوع من الطاقة الكهروكيميائية التي تظهر على هيئة موجات كهرومغناطيسية أو ما يُعرف بالموجات الدماغية. والموجة شكل من أشكال انتقال الطاقة من مكان إلى آخر عبر إحداث اضطرابات وتذبذب في الوسط الذي تنتقل فيه،[1] ولكل موجة تردد وطول موجي معيّن، فآلية عمل خلايا الدماغ في معالجة المعلومات هو الاهتزاز وإصدار حقول كهربائية، وكل نوع من أنواع السلوك ينتج عن ذبذبة معينة للخلايا.

إن تعريض الإنسان إلى ذبذبات صوتية بشكل متكرر يؤدي إلى إحداث تغيير في الطريقة التي تهتز بها الخلايا، فهنالك ترددات تجعل خلايا الدماغ تهتز بشكل نشيط وإيجابي، وهنالك ترددات أخرى تجعلها تتأذى أو تموت! [2]

ويتم قياس تردد الموجات الدماغية بواحدة الهرتزHertz (دورة في الثانية). وتُصنف الموجات بحسب النشاط العقلي الذي يقوم به الإنسان والأحاسيس التي يشعر بها كما يلي:

١. موجات دلتا Delta Waves وهي ذات التردد المنخفض جدا والأقل سرعة بحدود صفر – ٤ هيرتز. تتولّد في حالات نشاط عقلي عميق، كالتأمل والنوم العميق.
٢. موجات ثيتا Theta Waves وهي أسرع من سابقتها، سرعتها من ٥ – ٨ هيرتز، وتظهر أثناء بدء الخول في النوم الخفيف غير العميق وأثناء الأحلام (كونها تعمل على توليد صور ومشاهد لا ترتبط بالإدراك الواعي) وتذكر الذكريات، وبالتالي سحب حواسنا من التركيز على الوسط المحيط إلى التركيز على إشارات الدماغ ومايحصل فيه.
٣. موجات ألفا Alpha Waves وسرعتها من ٩ – ١٤ هيرتز. وتظهر أثناء النشاطات العقلية المتصلة بالإدراك الواعي الهادئ حين يكون الدماغ واعي ويدرك ما حوله ولكنه غير نشط أو فعال، مثل حالة "Stand By" في الحاسوب الذي لا يقوم بتنفيذ أي فعل إلا أنه جاهز لاستقبال أي تنبيه او إشارة.
٤. موجات بيتا Beta Waves وسرعتها من ١٥ – ٣٩ هيرتز. وتظهر في حالة الوعي والإدراك القائم على تنفيذ وظائف ومهام متنوعة مرتبطة بالإدراك الواعي الناتج عن الحواس، فهي حالة نشاط دماغي وظيفي عالي كالتفكير وحل المشاكل والنظر والاستماع وتلقى التنبيهات المختلفة.
٥. موجات غاما Gamma Waves وسرعتها أكثر من ٣٩ هرتز، وهي أسرع موجات دماغية وتمثل حالات التركيز العقلي الشديد والتفكير المركز والمنظم واستجابة عدة مناطق دماغية للمساهمة في عملية تفكير مركزة واحدة. [3]

موجات الراديو المستخدمة في التلفاز هي نوع من الموجات الكهرومغناطيسية سرعتها الترددية بين ٣٠ هرتز ٣٠٠ غيغاهرتز. وتتولد صناعياً في أجهزة الإرسال بإنتاج شعاع من الإلكترونات (إشارة إلكترونية) يتم تسريعها ذهابًا وإيابًا مما يؤدي إلى إنشاء مجال كهربائي متذبذب ينتج الموجة[4]. وبعد أن يتم تحويل الصورة المرئية في كاميرا التصوير التلفزيوني إلى موجات، يتم إرسالها بالأقمار الصناعية عبر الهواء إلى الأجهزة المستقبلة في المنزل (التلفاز) باستخدام الهوائي (أجهزة الإستقبال اللاسلكية)، فيتم تحويل الإشارات الإلكترونية إلى إشارات مرئية وسمعية، صورة وصوت على الشاشة. وقد كانت تُستخدم موجات الراديو الكهرومغناطيسية عالية التردد VHF لنقل الإشارات في التلفاز، واليوم يتم استخدام موجات التردد الأعلى UHF.[5] وقد أفادت دراسة طبية حديثة أجراها المعهد السويسري للصحة الاستوائية والعامة بأن ما يسمى بالذاكرة التصويرية (القدرة على تذكر الأشكال المجردة) يمكن أن يتدهور وأن تتأذى الذاكرة إذا ما تعرض الدماغ كثيرا للمجالات الكهرومغناطيسية ذات التردد الراديوي بما يسمى الإشعاع اللايوني والذي له تأثيرات على النوم والتركيز وصحة الجهاز العصبي.[6]

هذا يعني أنه عند مشاهدة التلفاز يدخل الدماغ إلى حالة موجات كهرومغناطيسية من نوع بيتا، لكون التلفاز يعمل على سرعة ترددية من ٣٠ هيرتز فصاعداً، وهي حالة وعي وإدراك وتنفيذ وظائف ومهام ناتجة عن الحواس. ثم، ومع استمرار المشاهدة، يدخل الدماغ تدريجياً إلى موجات ألفا ذات سرعة ٩-١٤ هيرتز، وهي حالة الإدراك الواعي الهادئ stand by الجاهز للإستقبال غير الفعال فيسمح بإدخال المعلومات إلى العقل اللاواعي مباشرة ودون تمحيص.

---

[1] https://feeziaa.com
[2] https://kenanaonline.com/users/qasrrowan/posts/245076
[3] www.4electron.com/2015/04/4224
[4] Seybold ،John S. (2005). "1.2 Modes of Propagation". *Introduction to RF Propagation*. John Wiley
[5] ذكاء إصطناعي GPT 3.5
[6] كلية العلوم التطبيقية، العراق