

أحمد فهمي: "التراكم" وعوامل التأثير في الخطاب الاعلامى



الثلاثاء 15 يناير 2013 12:01 م

كتب - محمد عبدالعزيز

قال الباحث السياسى احمد فهمي أن "التراكم" من أكثر العوامل تأثيرا في الخطاب الإعلامي، وأن مصطلح "التراكم" يحمل معنى: التكرار للمعلومة أو الفكرة، مع التنوع، والإصرار، والارتباط الواضح في ذهن المشاهد-المتابع- بين المواد الإعلامية التي تُكرّر الفكرة نفسها □

"وأضاف فهمي فى تدوينة له على موقع "فيسبوك" أن التراكم" يؤدي إلى ترسيخ "الفكرة" - التي يتم الترويج لها- لدى قطاعات متزايدة من المتابعين، وتكمن البراعة في صعوبة تحديد هذه الفكرة أحيانا بسبب كثرة المعلومات الزائفة وتنوعها الشديد □

وأوضح قائلا: انظر مثلا إلى حالة "الهجوم على خيرت الشاطر"، كمّ هائل من المعلومات السلبية المتدفقة بصورة مستمرة عن الرجل، لكن ما الذي ثبت منها على أرض الواقع؟ تقريبا لا شيء، لكن الفكرة التي يريد الإعلام مراكمتها في ذهن المشاهد، أن "خيرت الشاطر": شخصية غامضة مثيرة للقلق وتنذر بالخطر، وذلك بدلا من صورته الحقيقية كـ"مناضل عنيد" ضد نظام مبارك، حيث قضى نحو 12 عاما في السجن بمحاكمات عسكرية، بينما كان "مهاجموه" يتمتعون بحياة مرفهة مطمئنة □

وأكد أن الإعلام العلماني يُوظّف مفهوم "التراكم" بحرفية عالية، لكن على الجانب الإسلامي، يحق لنا أن نتساءل عن الأفكار التي يُراكمها هذا الإعلام طيلة الشهور الماضية □ "فقط مجرد تساؤل".