

الدور الوظيفي لإيديولوجيا الاعلام الجديد في علم الاجتماع

سارة خليل محسن / كلية الآداب ، أ.د. طاهر ريسان دخيل / كلية الادارة والاقتصاد ، أ.م.د. طالب عبد الرضا كيطان / كلية الآداب

الملخص

تتناول الدراسة الحالية الية الدور الوظيفي لإيديولوجيا الاعلام الجديد في علم الاجتماع، وانطلقت الدراسة من تساؤلات مهمة تمثلت بمعرفة الدور الوظيفي المرتبط بإيديولوجيا الاعلام الجديد وما هو السلوك الذي تسعى الى تحقيقه في المجتمع ، وامكانية تحرره من الادلجة الاعلامية. وهدفت الدراسة الى معرفة طبيعة الايديولوجيا الموجهة الى افراد المجتمع عبر وسائل الاعلام الجديد.

ومن خلال ما توصلت اليه نتائج الدراسة تبين ان الايديولوجيا بشكل عام تسعى الى اعادة صهر المجتمع ككل بداعي الحفاظ على مصالحها الخاصة بغض النظر عن طبيعة الاهداف والاساليب التي تسعى لتحقيقها، كما تعتمد في عملها على استغلال الاشكال العاطفية الشعبية لضمان فاعلية التأثير خصوصا عبر وسائل الاعلام الجديد بتدعيمها بالصور ذات الحجج المنطقية لزيادة التأثير عليهم.

مقدمة

تشكل الايديولوجيا احدى الادوات المهمة والرئيسية للسيطرة على منهجية التفكير ونمطه من اجل السعي لتحقيق مارب فئوية، لها غايات معينة تستخدم وسائل الاعلام المختلفة في تحقيق ذلك بتوجيه الجمهور عن طريق زج الافكار التعبوية والقيم التي تحقق ما يطمح اليه الطرف الاخر.

فهي فعالة في تحقيق ذلك بدفع الافراد في مسارات الفهم المحدد لتوليد حالة من الوعي الزائف ضمن اطار العيش في الواقع الاجتماعي للوصول الى حالة العزلة وعدم معرفة الحقيقة، وكان الاعلام الجديد وذراع العولمة الاول في تحقيق ذلك بفرض هيمنة ناعمة متحكمة بالتصورات والافكار المعبر عنها بنطاق وسائل الاعلام وما يسعى القائمون عليها من تحقيق غاياتهم الايديولوجية وطرح خطاب جذاب يناغم الفكر الاجتماعي لإفراد المجتمع ككل.

المبحث الاول

مشكلة الدراسة

اخذت قضايا الايديولوجيا اليوم اهمية كبيرة في مختلف الدراسات التي تحاول معرفة الدور الذي تقوم به في تغيير واقع مجتمعاتنا عن طريق دورها الوظيفي عبر وسائل الاعلام الجديد بما تتضمنه من معانٍ متعددة قد تكون مزيفة في صناعة وعي افراد المجتمع المستخدمين بكثب لهذه الوسائل، فالتناغم الذي تتبعه الايديولوجيا في هذا الجانب ما هو الا طريق لرسم القضايا والاحداث ضمن نمط محدد من الادراك لدى المتلقي لتكريس ثقافة الاستسلام والتبعية عبر ما يتبع من استراتيجيات هدفها اقناع المقابل بكل ما يطرح

عليه غايات بعيدة تستخدم الايديولوجيا كأحد اهم الطرق مقبولة في المجتمع، لذا تسعى الدراسة الحالية الى الاجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما هو الدور الوظيفي المرتبط بايديولوجيا الاعلام الجديد؟

2. ما طبيعة السلوك الذي تسعى الى تحقيقه الايديولوجيا في المجتمع؟

اهمية الدراسة

1. توفر هذه الدراسة رؤية موضوعية علمية ، من اجل الوقوف على دور الايديولوجيا الوظيفي في صناعة الوعي بشكل عام عن طريق وسائل الاعلام الجديد.

2. تكتسب هذه الدراسة اهميتها في توضيح تأثير وسائل الاعلام الجديد وطبيعة الايديولوجيا عبرها كونها تتعامل مع شرائح اجتماعية مختلفة من افراد المجتمع.

اهداف الدراسة

1. معرفة السلوك او اساليب الفعل التي تسعى الايديولوجيا الى تحقيقها.

2. معرفة طبيعة الايديولوجيا الموجهة الى افراد المجتمع عبر وسائل الاعلام الجديد.

مصطلحات الدراسة

الدور: يعرف الدور بالمعنى السوسولوجي على انه النمط المتوقع لسلوك الاشخاص الذين يشغلون مركزاً خاصاً، حيث عادة ما يعبر سلوك الشخص عن دوره واسلوبه المنظم الى المشاركة ضمن نطاق الحياة الاجتماعية وطريقة اشباع الرغبات والحاجات بحسب مجموعة القيم والمعايير المرتبطة بمركز محدد تقود بالفرد الى اداء منظم يدل على ثبات السلوك الانساني المرتبط بالبيئة الاجتماعية والعاكس لاستقرار السلوك وثباته⁽¹⁾. ويشترط ان يكون مشتملا على نمط السلوك الذي يتوقعه او ينتظره المجتمع من قبل الفرد، نتيجة اخذه لمركز معين داخل المجتمع، اي ان لكل فرد مهام معينة يقوم بها ضمن بيئة تنظيمية وينتج عنها شبكة من العلاقات الاجتماعية المنطوية ضمن نطاق هذه البيئة، كما يمكن لكل فرد اداء اكثر من دور والذي يمكن ان يكون متعارضا في ما بين هذه الادوار⁽²⁾.

الايديولوجيا: تعود فكرة الايديولوجيا الى المفكر الفرنسي ديستوت دي تراسي (Destutt de Tracy) في القرن الثامن عشر باستخدامه لمصطلح idealogy (علم الافكار) الذي يقوم على اسس ديكارتيية بحيث يكون دعامة فلسفية لسائر العلوم الاخرى بالاعتماد على التفكير السليم وتخليص المجتمع من الافكار البالية

1 - محمد سعيد فرج: ما علم الاجتماع ، منشأة المعارف للنشر، الاسكندرية ، 2012 ، ص59.

2 - محمد سعيد فرج: ما علم الاجتماع ، مصدر سابق ، ص 93.

للتعبير عن محاولة التحليل التجريبي للعقل البشري⁽¹⁾. فتعرف بأنها نظام من الاحكام والافكار المنظمة والضمنية التي تستخدم في شرح ووصف وتبرير وتأويل وضع معين من قبل مجموعة من الافراد تعتمد الافكار المستلهمة من قيمها والتي تتخذ توجهاً محدداً معبراً عن الفعل الاجتماعي والذي تؤديه هذه المجموعة⁽²⁾. بينما علماء الاجتماع يتعاملون مع الايديولوجيا على انها facts يشترط دراسة ماضيها ومضمونها والكيفية التي نشأت فيها وتطورها وصولاً الى مرحلة القوانين التي تحكمها، لاعتبارات متمثلة بان الايديولوجيا Socially Conditioned اي تكون خاضعة للشروط الاجتماعية وهي في حالة تصارع وتباين خصوصاً بين الافكار نتيجة تدخلها في البناءات والتنظيمات لأنها تعتبر هذه الافكار اسلحة وبذات الوقت تقوم (بوظيفة اجتماعية) داخل المجتمع⁽³⁾.

الاعلام الجديد: ويقصد به المحتوى الاعلامي الذي يبث او ينشر عبر الوسائل الاعلامية غير الخاضعة للمراقبة ويصعب ادراجها تحت الوسائل التقليدية بسبب التطور التكنولوجي الكبير في انتاج المضامين الاعلامية ، وعلى الرغم من وصف الاعلام بالجديد الا ان هناك خلاف لفظي ولغوي على مدلولاته ، لكن هذا لا ينفي ان هناك واقع جديد للأعلام ظهرت فيه اشكال متعددة من الوسائل الاتصالية والاعلامية المعتمدة على شبكة الانترنت⁽⁴⁾. ويعرف حسب قاموس لستر بأنه ذلك الاعلام الذي يشير الى حدوث تحول في العلاقة التقليدية فيما بين الجمهور ووسائل الاعلام لتصبح ما يسمى (اعلام النحن) اعلاناً بانتهاء حارس البوابة ويشير الى التفاعل الاجتماعي في صناعة المحتوى بالاعتماد على الشبكة المعلوماتية حيث يقوم المستخدمون بصناعة المادة الاعلامية وتعديلها ودمجها بمجموعة من التطبيقات الرئيسية المتاحة مجاناً⁽⁵⁾. فما يميز هذا الاعلام عن التقليدي اعتماده على وسيلة حديثة تدمج كل وسائل الاتصال التقليدية لهدف

1 - علم الاجتماع (المفاهيم الاساسية): تحرير جون سكوت ، ترجمة محمد عثمان ، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، ط1 ، بيروت ، 2009، ص 66 .

2 -Rocher, Guy: Introduction a al sociologie generale: I.LAction sociale. Paris: Seuil points Essais , 1970 , p.129.

3 - قباري اسماعيل : علم الاجتماع والايديولوجيات ، المكتب العربي الحديث للطباعة والنشر ، الاسكندرية ، 1979 ، ص 18-17 .

4 - حسنين شفيق : سيكولوجية الاعلام الجديد ، دار فكر وفن للطباعة والنشر ، ط1 ، 2013 ، ص128 .

5 - ياسين قرناني، امينة بكار : تطبيقات الاعلام الجديد(المفاهيم، الخصائص، الوظائف، الفرص والتحديات)، دار الايام للنشر والتوزيع ، ط1 ، عمان ، 2016 ، ص 17 .

ايصال المضمون المحدد بأشكال مؤثرة ومتمايزة، تجمع بين الصوت والصورة والنص لترفع الحاجز بين المرسل والمتلقي ليتمكن من مناقشة المضمون والمحتوى الاعلامي مع الاخرين⁽¹⁾.

علم الاجتماع: يندرج علم الاجتماع ضمن نطاق العلوم الانسانية بصورة عامة وبصورة خاصة ضمن العلوم الاجتماعية ويهدف اساسا الى دراسة المجتمع الانساني بشكل عام ودراسة الجمعيات والتنظيمات والمؤسسات السياسية والجماعات بصفة خاصة، كما يرصد اشكال العلاقات الاجتماعية التي يكونها الانسان مع غيره داخل المجتمع ليهتم بالتركيز على البعد الاجتماعي وما يقوم به الانسان من أنشطة اجتماعية وسياسية وتربوية وثقافية⁽²⁾.

اما اول من نحت مصطلح علم الاجتماع فهو Auguste Comte عام 1830 ليشير به الى علم دراسة المجتمعات الانسانية ، افرادا او جماعات ودراسة الحقائق والعمليات الاجتماعية والوقائع والظواهر في ضوء رؤى علمية تجريبية وضعية الى ان استقل عام 1895 عن الفلسفة على يد Emile Durkheim وذلك بعد صدور كتابه قواعد المنهج في علم الاجتماع⁽³⁾. ويوضحه بيتريم سرويكين بأنه مفهوم يشير لجميع المعلومات المتعلقة بالتشابه في ما بين مختلف التجمعات الانسانية وما بين انماط التفاعل المشترك لجوانب الحياة الاجتماعية لذلك فهو يميزه بأنه علم يدرس الثقافات الاجتماعية ودراسة الخصائص المشتركة العامة بين كل انواع المظاهر الاجتماعية⁽⁴⁾.

المبحث الثاني

اولا: اشكالية المفهوم الايديولوجي

يمكن النظر الى الايديولوجيا كمقولة اجتماعية.. بأنها محاولة ربط الواقع بالفكر ووصل الحياة بالعقل ودمج الوجود الاجتماعي بالمنطق وصولا الى ما يسميه الفرنسي عالم الاجتماع (أندريه لاموش Andre Lamouche) بـ (Sociologic de al Raison سوسيولوجية العقل) هذا المصطلح الاجتماعي ظهر بنفس الفترة التي رفع فيها الفلاسفة من اهمية الشروط او الظروف الاجتماعية Social condition ، لأوضاع كان الاهتمام فيها ينصب في ربط التاريخ بالفكر ودمج الحاضر بالماضي⁽⁵⁾.

1 – Terry Flew: New media , An introduction , New york , Oxford University press , 2004, p16.

2 –Salvador Giner; Sociologia , EdicionesPeninsula, Barcelona , Espana , 1979 , p; 11.

3 –Emile Durkheim ; Les Regles do la method sociologique , paris , Alcan , 1895 , p43.

4 – جميل حمداوي: اسس علم الاجتماع ، ط1 ، المغرب ، 2015 ، ص9.

5 – قباري اسماعيل: علم الاجتماع والايديولوجيات ، مصدر سابق ، ص 15-16.

ونتيجة لاعتبار الايديولوجيا نسقا من التمثلات نجد ان وظيفتها المجتمعية تتغلب على وظيفتها المعرفية النظرية من حيث الاهمية، لذا تعتبر من اكثر المواضيع التي لاقت التشويش والتعقيد نتيجة اعتبارات عدة منها(1):

1. ارتباط الوعي بالأيديولوجيا: يعتبر هذا اهم الاسباب التي ادخلتها في مضمار الصراع الذي ما زال يدور بين مختلف التيارات التي تناولت اصل الوعي ومرجعياته بينما يرى البعض لا وجود لأي ارتباط بين الوعي والايديولوجيا لأنها تعتبر نسقا من التمثلات لا تمت للوعي بأي صلة فهي عبارة عن مختلف الموضوعات الثقافية التي تقبل وتترك لتؤثر على افراد المجتمع وفق طريقة مجهولون مدلولها.

2. ارتباط السياسة بالأيديولوجيا: يتمثل هذا الامر باستعمالها ووظيفتها كأن السياسة هي مضمون التطبيق العملي لها، لان كل سياسة هي متضمنة ايديولوجيا ضمنا او صراحة وبنفس الوقت تمثل نظرة للجانب السياسي ولها غاية في الوصول الى السلطة من اجل تطبيق نظرياتها او اختبارها.

3. التطور الهائل وطبيعته للعلوم التطبيقية والنظرية: ان ظهور الافكار والنظريات المتعددة والمختلفة ذات التركيز على دراسة العلوم ساعد على ظهور مجال العلم الواحد والتخصص فيه، نفس الامر طبق على الايديولوجيا على اعتبار انها نسقا من الافكار والآراء والنظريات الدينية والسياسية والجمالية والاخلاقية والفلسفية وغيرها التي تحدد مسار الاحداث اليومية في حياة الناس.

اضافة الى ما سبق.. ان هناك من يعطي تبريرات لهذا الخلط في توضيح سياق مفهوم الايديولوجيا لعدة اعتبارات (2):

1. ارتباط تهمة حجب الواقع والحقيقة بالأيديولوجيا، بينما يشير البعض انها ضحية لحجب معناها وحجب واقعها وحقيقتها نتيجة لانحجاب المعنى فيها.

2. تمثل الايديولوجيا اداة لحجب الواقع والحقيقة عند المعرفة العلمية الحديثة ، فالمحجوب هو الواقع والحقيقة والحاجب هو المعرفة العلمية ، اما اداة الحجب فهي الايديولوجيا.

3. وجود معادلة ثابتة في المعرفة العلمية قائمة على اساس تشويش معنى الايديولوجيا لكي يتاح بحرية للمعارف العلمية حجب ما يراه عن افراد المجتمع.

1 - عدنان عويد: الايديولوجيا والوعي المطابق ، التكوين للطباعة والنشر، ط1 ، دمشق ، 2006، ص 19 ، محمد سبيلا، عبد السلام بنعبد العالي: الايديولوجيا(دقاتر فلسفية) ، دار توبقال للنشر، ط2 ، المغرب ، 2006 ، ص 9.

2 - عبد الله ابراهيم: ما هي الايديولوجيا؟ علم الافكار ام الافكار من دون علم ، مركز دراسات فلسفة الدين للنشر، ط1 ، بغداد ، 2017، ص8.

4. يعتبر حجب الحقيقة بواسطة الايديولوجيا الاساس الذي تعتمد عليه المعارف الحديثة وهو المحرك الرئيسي لكل شيء.

5. تعتبر عملية حجب المعنى او الحقيقة بواسطة الايديولوجيا عملية مستمرة ومرتبطة بالمعارف طوال مراحل استمرارها.

نرى من ذلك ان مشكلة المفارقة في المفهوم الايديولوجي لا تكمن فقط في تنوع استعمالاته وسعة ما يشتمل عليه من معانٍ بل الالم من هذا هو من يتعامل مع ماهيه طبيعة الحامل الاجتماعي ودوره في رسم حدود ايجابية لهذا المفهوم او التعامل معه بسلبية لإفراغه من محتواه.

لقد ضل مفهوم الايديولوجيا في حالة صراع فكري عن مدى شرعيته ودلالاته اضافة الى التداخل والتضارب من نواحي عديدة هي⁽¹⁾:

- من حيث المحتوى: جاء التداخل والتضارب هنا في حالة اعتبارها تصورا محيطيا جعل من الايديولوجيا شاملة لجميع النتاجات الروحية والثقافية في المجتمع وهي من تشكل الاطار الروحي والمعنوي للحياة الاجتماعية.
- من ناحية النشوء والارتقاء: نتيجة اعتبارها مجموعة من المبادئ والنظريات والمقولات التي تخص مرحلة تاريخية معينة او انها تمثل اتجاه لبنية فكرية تخص كتلة اجتماعية معينة قد تكون شعب او فئة او طبقة.
- من الناحية البنوية: وضعت الايديولوجيا مع الافكار بنفس المستوى بما تحتويه من احكام قيمة لتاتي بمعنى انها نظام من الافكار هدفها تبرير مطالب فئة اقتصادية/اجتماعية معينة من اجل الحصول على الحاجات المعنوية والمادية والوصول لأعلى مستوى حياتي، او انها قد تكون انظمة ذات مؤثرات سلوكية لتكون مجموعة من التعابير والتصورات الهادفة الى توضيح وتفسير الواقع الاجتماعي وظواهره المعقدة من اجل غاية محددة متمثلة بتسهيل وتوجيه الاختبار الاجتماعي/ السياسي للأشخاص والفئات الاجتماعية.
- من الناحية الوظيفية: تأتي هنا باعتبارها منظومة من الرموز والافكار والقيم التي تخص حياة فئة معينة وتسعى للمحافظة على شروطها التي قد تتغير بصورة جزئية او تستبدل بشروط اخرى بشكل كلي او يمكن ان تعتبر على انها نظام عقلي لفئات اجتماعية محافظة يتواجد في مضمار تعبيرها الوظيفي. لتمثل بذلك الايديولوجيا نسقاً للأفكار تراتيباً وظيفته تفسير العالم بتنظيم بشكل هيكل واضح اما بنيته الرمزية فتمثل عدة للاستخدام تشتمل على صفتي الاختزال والانطواء لتمارس من خلالهما دور الدروع الواقية

1 - عدنان عويد: الايديولوجيا والوعي المطابق ، مصدر سابق ، ص20-21.

ضد نزعات القلق والشك نتيجة تضارب المعاني ، وسيولة الاحداث وتعدد المعايير لتمد الايديولوجيا الفرد الذي يعتنقها بأجوبة جاهزة ومريحة عما يخطر ويدور في ذهنه من اسئلة عن العالم الاجتماعي المحيط به من دون عناء التفكير الزائد او التدقيق وصعوبة البحث عن الحقيقة بعمليات المعرفة التحليلية والمركبة ليسود التفكير الايديولوجي عبر تقديم التفكير الضيق او الاحادي للثقافة او الاقتصاد او الدين وغيره وبهيمنة الواحدية على حساب الحقيقة(متعددة الواجهه) مما يجعل الايديولوجيا سهلة التداول قابلة الادراك لتعفي من يعتنقها من تهمة الجهل وتولد لديه شعور المعرفة بالكثير وربما المعرفة الكاملة حتى لو كان هذا الادراك زائفا او اختزاليا⁽¹⁾.

ثانيا: العلاقة بين السوسولوجيا والايديولوجيا

بشكل عام يسعى علم الاجتماع الى تحقيق الفهم المنهجي للإنسان في المجتمع داخل الحياة الاجتماعية هذا الفهم مرتبط بدراسة الايديولوجيات بأشكالها المختلفة اذ ظهرت كمصطلح في العلوم الاجتماعية خلال فترة القرن الثامن عشر عندما اشار العالم الامريكي(رينهارد بندكس) بالقول ان الايديولوجيا بدأت في اوربا خلال العصور الوسطى عندما تحطمت اساسيات التنظيم الاقطاعي وظهر ثقافة التعدد او التنوع (Pluralistic Culture) التي قصد منها الثقافة التي تتقبل تعدد الآراء والافكار في المنظورات وبمختلف وجهات النظر المتضمنة حرية التفكير والفكر، لان نشأة العلوم الاجتماعية ارتبط بظهور ثقافة التنوع او انها الجزء المتأخر لهذه الثقافة ولا يمكن لها ان تظهر ضمن ثقافات قامعة للحرية⁽²⁾. بمعنى ان الايديولوجيا هي من مكونات الثقافة ، الا انها لا تستغرقها كلها ولهذا فهي مرتبطة بالمجتمع بأكمله⁽³⁾.

بمعنى ان الايديولوجيات تفسر بحسب الوضع الاجتماعي العام وموقفه الذي يحدد اطارها ويشكل مبنائها بشكل عام لتصبح ظاهرة عامة فكرية تعبر عن المحتوى العقلي الذي يخص فئة محددة مثل طبقة معينة او لفترة معرفة من الزمن تضيي هوية اجتماعية على تلك الجماعة خلال فترة معينة ، واذا تدخل الاعلام فيها يكون دوره هنا اعادة بناء هذه التفسيرات بما يتناسب مع مصالح الممولين مصدر الارباح وليس المالكين.

اما ماركس يعتبر اول من ادخل مفهوم الايديولوجيا الى علم الاجتماع ، تمثلت طريقة طرحه للأفكار في الماركسية انها تكونت نتيجة العلاقة الجدلية للإنتاج اي ان هنالك علاقة وثيقة بين الافكار السائدة بكل

1 - صلاح سالم: نهاية الايديولوجيا ام تحورها، جريدة الاهرام ، العدد 47034 ، القاهرة ، 2015.

2 - نبيل محمد توفيق: الايديولوجيا وقضايا علم الاجتماع النظرية والمنهجية والتطبيقية ، دار المطبوعات الجديدة للطباعة والنشر، الاسكندرية ، 1989 ، ص 27-28.

3 - Peter Berger and Thomas Luckmann: The Social Construction of Reality, New York, Doubleday, 1976, p.116-120.

أوجهها المهيمنة وما بين هيمنة الوسائل المادية لإنتاج القيمة بصورها المختلفة لذلك اشترط ماركس ان تكون ادوات السيطرة الفكرية خاضعة لهيمنة مالكي هذه الوسائل لكي تتمكن الطبقة المهيمنة من السيطرة واعادة فرض شروط الاجتماعية للإنتاج بمعنى ايديولوجيتها ونظرتها للحياة تكون في نهاية المطاف.. السيطرة على الواقع ناتجة عن وعي طبقة مهيمنة تتصور الواقع بما يتناسب مع موقعها الاجتماعي ومصالحها (1).

لقد استخدم ماركس معنى (الوعي الزائف) كدلالة على الايديولوجيا (الطبقة المالكة لوسائل الانتاج) التي تشير بموقفها هذا الى تزييف وتشويه الحقائق من اجل تبرير موقف الطبقة الحاكمة منها حيث اطلق عليها عبارة الوعي الزائف وهذا التعبير النقدي للإيديولوجيا في اساسه جاء تفصيلاً لنظرية (هيجل) المثالية التي تعتبر ان البشر هم ادوات بأيدي التاريخ لكل فرد منهم دور يقوم به لا يمكن مخالفته لأنه وصل اليهم من قبل قوى تفوق قدرتهم على الادراك اما الفيلسوف فهو وحده القادر في نظره على فهم حقيقة العالم ووقائعه فالإيديولوجيا في الماركسية تمثل الوعي الزائف الناتج من ستر تناقضات طبقة مكونة في المجتمع وبواسطتها يمكن استمرارية الاستغلال الذي لا يحدث بشكل واع فالماركسية ترى ان الطبقة تمثلها الايديولوجيا تخفي خلفها حقيقة الاستغلال الطبقي (2).

تؤثر الايديولوجيا العامة بالمجتمع وتتأثر فيه ، الى الحد الذي تكون سبباً في تشكل فئات من الناس والتحامهم مع بعضهم البعض نتيجة تشابه المنطلقات الايديولوجية بينهم ، اما الايديولوجيا الخاصة قد تكون سببا في الاختلاف بين الافراد او الجماعات مما يولد صراعات طبقية بين افراد المجتمع كما يرى ماركس فلكل مجتمع ثقافته الخاصة التي تؤثر في الايديولوجيا وتتأثر بها.

ثالثاً: الدور الاجتماعي الوظيفي للإيديولوجيا

يتمثل الدور الوظيفي للإيديولوجيا بأنه موجه نحو نظام يحتوي على تصورات مختلفة ، فقد يكون منطويًا على اشكال عاطفية شعبية اكثر منها عقلانية معتمدة على الصور (الاعلامية) اكثر من اعتمادها على الحجج المنطقية (الموضوعية) او قد يكون موجه نحو اشكال معمقة معرفيا ومرصودة لأناس يمتلكون ثقافة عالية لتكون هذه التصورات شكلا ايديولوجيا من جهة وطريقة لانتشارها من جهة اخرى الى ان تصل نحو السيادة على شكل ايديولوجيا مسودة من جانب وسائدة من جانب اخر، ليكون عملها في السائدة توفير مستلزمات التوطين والسيطرة واعادة تشكيل الروابط الاجتماعية كما يجب وبالشكل المطلوب (3). (وترى الباحثة ان هذا ما يحاول الاعلام اليوم استغلاله في الايديولوجيا بنسختها الموضوعية التي يقدمها للفئات التي تقتقر

1 - عبد الغني عماد: سوسيولوجيا الهوية جديليات الوعي والتفكك واعادة البناء ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ط1 ، بيروت ، 2017 ، ص 32-33.

2 - حسين علي: العلم والايديولوجيا بين الاطلاق والنسبية ، دار التنوير للنشر، لبنان ، 2011 ، ص 107.

3 _عدنان عويد: الايديولوجيا والوعي المطابق ، مصدر سابق ، ص 52

للعلمي على انها وعلمي موضوعي عام وليس ذاتيا بالاستعانة بالصورة العلمية مثل الاستاذ الجامعي او الطبيب وغيره لضمان امتصاص فاعلية الجانب المسود في الايديولوجيا بخلق الحراك الاجتماعي، بمعنى ان عمل الايديولوجيا في كلا المجالين بناء او اعادة هيكله المجتمع نفسه لتعمل على اندماج او صهر التماسك لجماعة معينة من اجل المحافظة على مصالح خاصة وتحقيق اهداف مستقبلية مرسومة بغض النظر عن من هو مسؤول وراء هذه الاهداف المتحققة اجتماعيا لكنها ذات ابعاد سياسية).

نجد في جانب اخر.. كلاوس موللر Klaus Muller يحدد وظائف معينة للايديولوجيا وهي(1):

1. **وظيفة الخداع:** ضمن التحديد الماركسي فان المجتمع منقسم الى طبقات اجتماعية منفصلة تحدد اساليب الحياة والظروف المادية بحيث فهم ماركس الايديولوجيات على انها انساق مضللة فكرية معتمدة اساسا على الخداع.

2. **وظيفة التعبئة:** تتمثل بتعبئة المعتقدات السياسية بوضع يتمسك به طبقة او مجموعة لان كل اشكال الايديولوجيا هي انعكاس لمصلحة جماعة محددة او طبقة فيكون الاختلاف في طريقة تضليلها للواقع السياسي حيث تسعى الايديولوجيات الى تعبئة الجماهير بشكل يساند مؤسسات ونظام سياسي معين.

3. **وظيفة التبرير:** تحاول الايديولوجيات التي تسيطر عليها الطبقات المسيطرة في المجتمع الى الحفاظ على الوضع الراهن وتبرير سلبياته ، بينما تكون وظيفة الايديولوجيات المضادة الاصلاح في العلاقات السياسية والاجتماعية والتغيير فيها الى تبرير اعادة توزيع القوى السياسية وعلاقات السلطة من جديد.

بغض النظر عن طبيعة الايديولوجيا او وظيفتها نجد انها تعتمد بالدرجة الاساس على ما يتعلق بفئتها الاجتماعية(الحامل الاجتماعي) وماهية دوره في تأدية ما مطلوب منه من وظائف محددة اجتماعيا مثل تقديم النظريات والاهداف المعينة والمعارف لتصبح اكثر ملائمة للشروط ومن بعدها يتم التعبير عن مصالح هذا الحامل الاجتماعي عن طريق المؤسسات التي تعمل على استهلاك الايديولوجيات وتسويقها، بعملية سياسية اضافة الى الوظيفة المعرفية بحسب رغبات الحامل الاجتماعي لها ومصالحه ومهام واهدافه ونشاطه في المجتمع(2).

اضافة الى ما سبق تعمل الايديولوجيا بشكل اساسي على تأدية وظيفة سياسية عملية ، لان الايديولوجيا لا تعتبر مجموعة من الافكار فقط انما هي تمثل دليل عمل فوظيفتها المعرفية تشكل الاساس العلمي

1 - وسيلة خزار: الايديولوجيا وعلم الاجتماع جدلية الانفصال والاتصال ، منتدى المعارف للنشر، ط1، بيروت ، 2013 ، ص53.

2 - عدنان عويد: الايديولوجيا والوعي المطابق ، مصدر سابق ، ص 56.

والمبدئي لنشاط الافراد او الطبقة فهي توجه الافعال كنسق من الافكار وعلى اساسها يتم قياس السلوك الاجتماعي او الفردي ، لذا من الطبيعي ان يتواجد في كل مجتمع مجموعة من الافكار السائدة والتبريرات التي تقوم بوظيفة مهمة تتلخص في اظهار بناء السلطة في التنظيم الاجتماعي بمظهر طبيعي يتناسب مع طبيعة الاشياء اضافة الى التأكيد على ضرورة ان ينصاع الانسان بشكل ضروري الى المجتمع ويتبع كل ما فيه من قيم ومعايير والتكيف بشكل مستمر مع النسق القائم⁽¹⁾.

المبحث الثالث

اولا: الدور الاعلامي كمعادل للإيديولوجيا

شكل الاعلام الجديد احد اذرع العولمة الكاسحة وسيلة قوية وناجحة لفرض اتجاه موحد في الفكر والثقافة والوصول للسيطرة الناعمة والتحكم في منظومة التصورات والافكار من خلال العملية الاعلامية التي تعبر عنها، لتستخدم اسلوب الخطاب الجذاب موضوعا وشكلا من قبل القائمين على العملية الاعلامية الى الحد الذي يقتنع فيه المتلقي بما يقدم له من اوهام على اساس انها الحقيقة ولا شيء سواها. فالإعلام الجديد وسيلة إيديولوجية تسعى لقبول عقول الافراد والتحكم بسلوكياتهم وتحديد اتجاهاتهم نحو مواضيع معينة، ويمكن تحديد دور الاعلام ايدولوجيا اذا ما تم النظر من زاوية التحول المادي للإيديولوجيا Materialization of Ideology ، خلال فترة القرن العشرين فلم يعد تأثيرها على المعتقدات والافكار فقط بل امتد ليشمل اسلوب النظر الى الاشياء وكيفية ادراكها، فالشعارات والافكار والخطابات التي تمثل ادوات الايديولوجيا من قبل الامر الذي تغير ليتمتد الى كل وسائل الاعلام، هذا التحول والتغيير اعطى للإيديولوجيا امكانية التخفي بشكل يصعب التعرف عليها فهي قائمة ولا تزال بالاعتماد على الرموز والعلامات والصور⁽²⁾. بمعنى ان الايديولوجيا لا تعتمد فقط على الممارسة الخطابية او الفكرية بل ان التحول المادي هذا منحها طرقا جديدة يمكن لأي مؤسسة ان تقوم بها من وسائل الاعلام او المدرسة او مؤسسات الدولة وغيرها فهي غير مقتصرة على مجال المعتقدات والافكار.

1 - عبد الرحمن خليفة، فضل الله محمد اسماعيل: المدخل في الايديولوجيا والحضارة ، مكتبة بستان المعرفة للنشر، القاهرة ، 2006 ، ص 72.

2 - اشرف حسن منصور: الايديولوجيا في عصر تكنولوجيا الاتصال ، مقال منشور ضمن محور الصحافة والاعلام ، العدد 1788 ، 2007 ، بحسب الرابط: <https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=85271>.

وينطبق هذا مع طرح (يورغن هابرماس) عندما بين عدم استقلالية النظام الاقتصادي عن التطور التكنولوجي ادى الى الاعتماد على الطابع الايديولوجي للسيطرة على الانسان بتحويله الى كائن(مصطنع) تصنعه الايديولوجيا عبر مبادئها الثلاث وهي⁽¹⁾:

1. ان كل شيء ممكن ان يصبح سلعة قابلة للاستهلاك.
2. لا يعتبر الانسان كائن لا متناه او لا يمكن الحد به بصورة كلية.
3. ان الايديولوجيا قائمة على غاية تكنولوجية بفكرة تزرعها في البشرية وهي لكي تزداد سعادة الانسان لا بد له من ان يزداد استهلاكه.

ولكي تستمر الدول المتقدمة في سيطرتها يقول(هربرت شيلر)، لقد اعتمد المفكرون الغربيون وصناع القرار السياسي بالبحث عن بدائل تضمن لهم ايدولوجية السيطرة واستمرار احتكارها للأوضاع الاقتصادية والثقافية لتكون وسائل الاعلام المنطوية ضمن التطور التكنولوجي اهم الاجزاء المساعدة في تحقق غايات الجهد المنظم الذي تقوم به الدول المتقدمة للحفاظ على تفوقها العسكري والسياسي والاقتصادي وتصبح شعوب العالم الثالث في انتظار المعونات الاقتصادية والتكنولوجية التي تصلها من الغرب بما يرسم لها وفق ايدولوجيتها المتحققة على اذرع وسائل الاعلام والمعارف الجاهزة⁽²⁾.

ثانيا: البعد الايديولوجي للإعلام

تعتبر الايديولوجيا نظام فكري قادر على تحقيق التماسك لدرجة يستطيع تلبية مصالح نفعية لفئات معينة وهو ما اعطاها مكانة وتصورا اجتماعيا للعالم والانسان. فهي تؤدي دورا شديد الاهمية في الحياة الاجتماعية وتنتشر عندما تكون مجرد وسيلة ادماج للتفكير الايديولوجي المميز واقعا في السياسة خاصة عندما تثار الاسئلة التي تتطلب اصفاء الشرعية ويكون دورها في ذلك الوقت التأثير الفكري في افعال الناس ومعتقداتهم خاصة الفئات المتنفذة التي تتمكن من السيطرة على الافكار المتداولة في المجتمع واستخدامها بذات الوقت لتبرير مواقفها، ويكون دورها في المجتمع ممارسة السلطة الرمزية⁽³⁾. اي التستر على مصالح الجهات المتسلطة والمهيمنة على النظام الاجتماعي واعطائها حق الشرعية والتبرير.

ويبرز دور الاعلام باعتباره اهم وسائل نشر الثقافة والانباء والمعلومات والتطور التقني للوسيلة الاعلامية التي كان لها دور في منح الافكار قوة مادية ، لان التطور التقني لتلك الوسائل لا يقتصر فقط على كونه قد

1 - عامر حسن ، عماد احمد: مستقبل الايديولوجيا واليوتوبيا في الفكر السياسي الغربي الحديث ، مجلة العلوم السياسية ، العدد 43 ، بغداد ، 2012 ، ص43.

2 - عواطف عبد الرحمن: قضايا التبعية الاعلامية والثقافية في العالم الثالث، سلسلة عالم المعرفة ، العدد 78، الكويت ، 1984 ، ص 40-41.

3 - انتوني غدنز: علم الاجتماع ، ترجمة فايز الصياغ ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ط1 ، بيروت ، 2005 ، ص 518.

جعل منها منظومة تقنية وانما اصبحت تقنية فنية وهنا يبرز دور الهيمنة الايديولوجية والفكرية والتي لا تعتمد فقط على محتوى الرسائل وانما اصبحت ترتب اشكال فرضيتها وايديولوجيتها تبعا لما سوف تستخدم من وسيلة اعلامية ، ليكون دور الوسيط الناقل قد اكتسب اهمية كبيرة في بناء المعرفة والثقافة وفي تصور الواقع الاجتماعي ككل، فما تحمله الرسالة من انعكاسات اجتماعية ومعنى يختلف باختلاف الوسيط الحامل لها⁽¹⁾. لتكون الافكار والصور التي يشكلها الانسان عن الحياة الاجتماعية بما تحويه من انظمة واشياء كلها مأخوذة عما وجد في وسائل الاعلام فتشكل وسط تأسيسي ثقافي يركز وينتج الافكار وينظمها بالشكل الذي يخدم مصالح المؤسسة التابعة لها.

لقد اصبحت بذلك الايديولوجيا اليوم مادة اعلامية وليست نسق فكري يؤسس به توصية المواد الاعلامية هذا من جانب، ومن جانب اخر ان الايديولوجيا الاعلامية متغيرة بتغير مصالح مصادر تمويل المؤسسات الاعلامية المسيطرة على اتجاهات وتوجهات الافراد، وهذه العملية المتضمنة التشكيل واعادة التشكيل للايديولوجيا الشعبية(الاعلامية) لأنها تأخذ طابع شعبي وليس نخبوي لتعزل او تحد من التأثير النخبوي بالاتجاهات الاجتماعية فتسلب المثقف وظيفته الاجتماعية سواء كان هذا المثقف مؤدج او غير ذلك. ثالثا: انواع الادلجة الاعلامية

1. **ايدولوجيا الوسيلة:** تتمثل بما انتجه التطور التكنولوجي من تقنيات ساهمت في تعزيز وتعظيم دور وسائل الاعلام بمنحها سلطة معيارية جعلت منها المتحكم الاساسي او الاول في اعطاء المجتمع معناه وتنظيمه ، وقبول المجتمع الانساني والخضوع لذلك التطور والاعتراف بقدرته في تغييره بشكل بنوي ليأخذ البعد الايديولوجي لهذا التطور دوره الكبير في توظيف المستجد التكنولوجي لمختلف الاغراض والدور الجلي في هذا المجال بحيث لا يقتصر فقط على الاستعمال لشيء متطور بل تعدى ذلك ليخدم الامر جهات سياسية واقتصادية اثرت بدورها على حياة المجتمعات بشكل كبير⁽²⁾. ومثال ذلك ما عمل عليه تنظيم الدولة الاسلامية من خلال تسخير كافة الامكانيات والقدرات لاحتلال واستغلال الفضاء الالكتروني لممارسة نشاطه الاعلامي المتنوع والحامل لمضامين ايدولوجية وترجمته الى عدة لغات اجنبية مختلفة مستغلين حرية المجال الاعلامي العام بإخراج الفرد خارج حدوده الجغرافية لتؤكد مثل هذه الافعال اهمية الوسيلة الاعلامية والخطاب الاعلامي في الانتشار والاستغلال العاطفي لخدمة اهدافه الخاصة.

2. **ايدولوجيا النص:** يعتبر النص الاعلامي ذا طابع ايدولوجي بشكل مباشر او غير مباشر، خفي او ظاهر يحمل معانٍ تفهم من سياق المعنى او لتعبر عن طبيعة المجتمع الصادرة منه تحمل نصوص اعلامية

1 - معتصم بابكر مصطفى: ايدولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام ، مركز التنوير للنشر، ط1 ، الخرطوم ، 2014، ص52.

2 - معتصم بابكر مصطفى: ايدولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام ، مصدر سابق ، ص 56.

موظفة بطريقة لا يشعر بها الجمهور بشكل واضح وصريح الا انها على المدى التراكمي والبعيد تحمل توجهها ايدولوجيا يعكس الافكار والقيم التي تكون انعكاس لمعتقدات المؤسسة الاعلامية ويمكن الاستدلال على ذلك من خلال طريقة معالجة القضايا والاحداث الاجتماعية والسياسية وغيرها او عن طريق ما يتبع فيها من خطاب ترتبط به معانٍ ذات بعد ايدولوجي⁽¹⁾، فتقدم المعارف والانباء والاحداث بعد اعادة ترتيبها واستبعاد البعض منها لتكون مصنعة بشكل تشيدي وتفسيري الى حد بعيد ولا يعتبر الخطاب او النص الايدولوجي مجرد معرفة علمية خالصة او انها اداة تمثل انعكاس بيد السلطة وانما هو سلطة بحد ذاته لها استراتيجياتها الخاصة في السيطرة والهيمنة ، حيث اعتمد على وسائل الاعلام وتطورها كتقنية تقدم للسلطة السياسية شرعيتها الكبرى في تحويل الخطاب الى ايدولوجيا تكنولوجية قادرة على تزييف الواقع وقلبه⁽²⁾.

3. **ايدولوجيا اللغة:** يرجع اصل اللغة بشكل عام الى طبيعة الانسان الاجتماعية وما طرأ على البناء الاجتماعي من تغييرات ادت فيه اللغة دوراً مهماً بديناميكية العلاقات بين الجماعات والمؤسسات والافراد حيث يفترض وجود اللغة اضافة الى وظيفتها النفسية للكلام شكلاً من الانتظام السلوكي لدى افراد المجتمع معتمداً فيه على تبادلية العلاقات التي تساعد على تطوير انماط ثابتة اجتماعياً معبر عنها بصيغ مختلفة من التعاون الاجتماعي والتنظيم العائلي وتوزيع العمل ليضمن استمرارية اللغة وجود المؤسسات المختلفة ذات التأثير المباشر على حياة الافراد ليتكون وعي الفرد وتشكيله الاجتماعي ضمن اطار اللغة⁽³⁾. لياتي هنا الدور الاهم عبر وسائل الاعلام ومؤسساتها المختلفة وما تنتشره من رسائل اعلامية تحمل المعنى الذي يسعى القارئ بالاتصال ايصاله الى الجمهور المتلقي باستخدام اللغة والاعتماد عليها في بناء المفاهيم عن الاحداث والاشخاص والقضايا والوقائع التي يعيشها افراد المجتمع وتنتقل لهم، لذا من الطبيعي ان تكون اللغة الاعلامية حاملة لمعنى ايدولوجي تحاول ايصاله الى الجمهور، لتبدو في الخطاب الاعلامي احد اهم المكونات الاساسية التي تحدد البنية الفكرية والمرجعية وحقلاً معجباً تنتج الرسالة الايدولوجية الحاملة لأهداف المرسل لها او المسؤول عن المؤسسة الاعلامية لأجل قولبة البنية الفكرية للأفراد لغايات واهداف بعيدة المدى⁽⁴⁾.

4. **ايدولوجيا الصورة:** يقول ارسطو "لا تفكر الروح ابداً من دون الصور" لتأخذ الصورة دوراً محورياً في الحياة الاجتماعية ومكوناً مهماً في الرسالة الاعلامية، فكل صورة مُنقلة هي حاملة لرسالة معينة ذات ابعاد

1 - محمد بن سعود البشر: ايدولوجيا الاعلام ، مصدر سابق ، ص 34-35.

2 - يورغن هابرماس: العلم والتقنية كأيدولوجيا ، ترجمة حسن صقر، منشورات دار الجمل ، المانيا ، 2003 ، ص 22.

3 - توماس لوكمان: علم اجتماع اللغة ، مصدر سابق ، ص 11-12.

4 - محمد بن سعود البشر: ايدولوجيا الاعلام ، مصدر سابق ، ص 44-46.

خفية او ظاهرة ، بل انها تعد خطابا مكتملا ناجزا يحمل في ذاته بناء المفاهيم والقيم بدلالاتها الايديولوجية الموجه الى المجتمع المتلقي والناقل والمتأثر بها بمختلف شرائحه فهي الاكثر قدرة على الاقناع بالمعاني المزيفة او الحقيقة الموضوعية التي تحملها فالصورة تختصر الايديولوجيا والفكرة التي تقف خلفها اكثر من النص المكتوب او المسموع⁽¹⁾. يذكر ميتشيل ان علاقة الايديولوجيا بالصورة هو ان جذورها تمتد لتصل الى داخل مفهوم والصورة والتفكير بها ، فهي عبارة عن (idea) مرتبطة بصورة مرئية ذات معنى جوهري تؤثر في الادراك لتكون الافكار عبارة عن تشكيلات عقلية تخص مجموعات من الصور المتفرقة داخل عقلية الفرد لمستوى نشاطه المتعلق بالتفكير بالصورة لتأخذ دورها ويتسع مداها الخاص ليشمل التمثيلات الداخلية والخارجية للإحداث والاشخاص والموضوعات واعادة الانتاج للقيام بعملية الانعكاس للتفكير البصري بجوانب التشابه ونقل لغة ايديولوجية معينة عن طريق الصورة كما يحدد ذلك ارنهايم⁽²⁾.

النتائج

1. يعتبر الفكر الايديولوجي قائم ما زال هناك مجتمع يحتوي على اناس يحاولون الاستفادة من تركيبته الاقتصادية والاجتماعية والسياسية واخرون غير مستفيدين منها تابعين لمن يمتلك المورد والمصدر وحين تنجح الجهة المالكة في استقطاب الاخرى يتحقق الاستقرار وتنتهي المخاوف والمطامع ويتحول افراد المجتمع الى سائمة ترعى.
2. تتشكل الايديولوجيا نتيجة التحولات التي تشهدها المجتمعات بشكل مستمر مما يولد صراعات مستمرة بين افراده، بين من هم متمسكين بالعادات القديمة المسيطرة وبين من يسعى الى تغييرها بالاتجاه الى الوعي عن طريق الايديولوجيا للوصول الى غاياتها في الاستلاب الجماعي.
3. تهدف الايديولوجيا بشكل عام ضمن نطاق وظيفتها الاجتماعية الى السيطرة على افراد المجتمع وجعلهم تكتلا واحدا متضامناً في نظرهم لتكون وظيفتها متكاملة الجوانب من ناحية السيطرة على افراد المجتمع والحفاظ على الوضع القائم والمتمثل بنظام الحكم من ناحية اخرى.
4. تعتبر وسائل الاعلام وسيلة مهمة في نشر المعلومات والثقافة ، ساهم تطورها في منح الافكار قوة مادية ليرز دور الهيمنة الفكرية والايديولوجية وتفرض ابعادا بعيدة المدى ويصبح دور الاعلام بمختلف اشكاله ناقلا لها بغض النظر عن طبيعتها السلبية او الايجابية.

1 - مصدر نفسه ، ص40.

2 - شاكر عبد الحميد: عصر الصورة السلبيات والايجابيات ، سلسلة عالم المعرفة ، الكويت ، 2005 ، ص8 - 9 .

5. تعتمد الايديولوجيات في عملها على استغلال الاشكال العاطفية الشعبية لضمان فاعلية التأثير خصوصا عبر وسائل الاعلام الجديد بتدعيمها بالصور ذات الحجج المنطقية لزيادة التأثير عليهم.
6. تسعى الايديولوجيا بشكل عام الى اعادة صهر المجتمع ككل او كجماعات من اجل الحفاظ على مصالحها الخاصة والمستقبلية بغض النظر عن طبيعة الاساليب والاهداف التي تسعى الى تحقيقها.

المصادر

- 1- اشرف حسن منصور: الايديولوجيا في عصر تكنولوجيا الاتصال ، مقال منشور ضمن محور الصحافة والاعلام ، العدد 1788 ، 2007 ، بحسب الرابط: <https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=85271>
- 2- انتوني غدنز: علم الاجتماع ، ترجمة فايز الصياغ ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ط1 ، بيروت ، 2005.
- 3- جميل حمداوي: اسس علم الاجتماع ، ط1 ، المغرب ، 2015.
- 4- حسنين شفيق : سيكولوجية الاعلام الجديد ، دار فكر وفن للطباعة والنشر ، ط1 ، 2013 .
- 5- حسين علي: العلم والايديولوجيا بين الاطلاق والنسبية ، دار التنوير للنشر، لبنان ، 2011.
- 6- شاكرا عبد الحميد: عصر الصورة السلبية والايجابيات ، سلسلة عالم المعرفة ، الكويت ، 2005 .
- 7- صلاح سالم: نهاية الايديولوجيا ام تحورها، جريدة الاهرام ، العدد 47034 ، القاهرة ، 2015.
- 8- عامر حسن ، عماد احمد: مستقبل الايديولوجيا واليوتوبيا في الفكر السياسي الغربي الحديث ، مجلة العلوم السياسية ، العدد 43 ، بغداد ، 2012.
- 9- عبد الرحمن خليفة، فضل الله محمد اسماعيل: المدخل في الايديولوجيا والحضارة ، مكتبة بستان المعرفة للنشر، القاهرة ، 2006.
- 10- عبد الغني عماد: سوسيولوجيا الهوية جدليات الوعي والتفكك واعادة البناء ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ط1 ، بيروت ، 2017.
- 11- عبد الله ابراهيم: ما هي الايديولوجيا؟ علم الافكار ام الافكار من دون علم ، مركز دراسات فلسفة الدين للنشر، ط1 ، بغداد ، 2017.
- 12- عدنان عويد: الايديولوجيا والوعي المطابق ، التكوين للطباعة والنشر، ط1 ، دمشق ، 2006.
- 13- علم الاجتماع (المفاهيم الاساسية): تحرير جون سكوت ، ترجمة محمد عثمان ، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، ط1 ، بيروت ، 2009.
- 14- عواطف عبد الرحمن: قضايا التبعية الاعلامية والثقافية في العالم الثالث، سلسلة عالم المعرفة ، العدد 78، الكويت ، 1984.
- 15- قباري اسماعيل : علم الاجتماع والايديولوجيات ، المكتب العربي الحديث للطباعة والنشر ، الاسكندرية ، 1979 .
- 16- محمد سيلا ، عبد السلام بنعبد العالي: الايديولوجيا(دقاتر فلسفية) ، دار توبقال للنشر، ط2 ، المغرب ، 2006.
- 17- محمد سعيد فرج: ما علم الاجتماع ، منشأة المعارف للنشر، الاسكندرية ، 2012.
- 18- معتصم بابكر مصطفى: ايديولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام ، مركز التنوير للنشر، ط1 ، الخرطوم ، 2014.

- 19-نبيل محمد توفيق: الايديولوجيا وقضايا علم الاجتماع النظرية والمنهجية والتطبيقية ، دار المطبوعات الجديدة للطباعة والنشر، الاسكندرية ، 1989.
- 20-وسيلة خزار: الايديولوجيا وعلم الاجتماع جدلية الانفصال والاتصال ، منتدى المعارف للنشر، ط1، بيروت ، 2013.
- 21-ياسين قرناي، امينة بكار : تطبيقات الاعلام الجديد(المفاهيم، الخصائص، الوظائف، الفرص والتحديات)، دار الايام للنشر والتوزيع ، ط1 ، عمان ، 2016.
- 22-يورغن هابرماس: العلم والتقنية كأيديولوجيا ، ترجمة حسن صقر، منشورات دار الجمل ، المانيا ، 2003.
- 23- Emile Durkheim ; Les Regles do la method sociologique , paris , Alcan , 1895.
- 24- Peter Berger and Thomas Luckmann: The Social Construction of Reality, New York, Doubleday, 1976.
- 25- Rocher, Guy: Introduction a al sociologie generale: I.LAction sociale. Paris: Seuil points Essais , 1970.
- 26- Salvador Giner; Sociologia , EdicionesPeninsula, Barcelona , Espana , 1979.
- 27- Terry Flew: New media , An introduction , New york , Oxford University press , 2004.