

الباب الرابع

تزييف الوعي



obeyikan.com

تزييف الوعي

يقصد بتزييف الوعي خلق أعداء وهميين للإنسان بديلاً عن الأعداء الحقيقيين، أو طرح أهداف أمامه يتعارض سعيه لتحقيقها مع مصالحه الأساسية والوعي الزائف يعني: إدراك الفرد للمصلحة من خلال العقل الذي يتعامل مع الأفراد والعلاقات كأدوات لتحقيق المصالح التي يروج لها الفكر السائد وعلى هذا فالتعريف يشير إلى أن النقطة الأساسية التي تميز بين الوعي الحقيقي، والوعي الزائف هي القدرة النقدية للشخص التي تمكنه من إعادة صياغة حياته، ومجتمعها والجدل هنا وسيلة للإدراك والفهم الذي يتجاوز الآني، ويدرك الآتي والمشارك مع من هم في مثل ظروفه الاقتصادية والاجتماعية، فيصل للوعي الحقيقي في حين أن الوعي الزائف وعي تبريري له مصالح مباشرة، وعي يفتقد الرؤية النقدية، وله تصور جزئي ومشوّه ومغلوط للواقع المحيط، فهو بمثابة صورة مشوّهة يرسمها الفرد للواقع الموضوعي، من خلال إدراكه وتصوره المستمد من عقله ووجدانه .

أهم أساليب تزييف الوعي

يمكننا هنا أن نجملها على النحو التالي:

- 1- تشويه الواقع وتجزئته، والتجزئة أسلوب شائع في تزييف الوعي وينطوي أيضاً على تجزيء المعارف أو حجب بعضها في المناهج والإعلام.
- 2- الهروب من المشكلات الحقيقية والجوهرية، وإيهام المتلقي أن ما حققته شعوب أخرى ليس مقياساً للتفوق وأن ما يعيش فيه أفضل، وما كان يعيش فيه السلف هو الأفضل، وأن أي تغيير غير محمود العواقب.
- 3- إلقاء اللوم على الناس بإرجاع ما يعانونه من مشكلات إلى ذنوبهم، فالزلازل والفيضانات سببها غضب الله عليهم.
- 4- التناقض بين بعض المواقف، والمعلومات، وتجاهل التفسيرات العقلية وطرح البدائل.

الوعي الزائف والوعي الخاطئ

يتشكّل الوعي الزائف بالعديد من الطرق، وهو كثير في وقتنا الحالي؛ فهناك العديد من العوامل اجتمعت واستطاعت خلق هذا الوعي لدى الناس ، والذين تنبّهوا لهذا الأمر قلة قليلة ، إلا أنهم لم يستطيعوا أن يعملوا على قلب الوعي الزائف إلى وعي حقيقي لدى الناس، لتأثر الغالبية العظمى من الناس بالموثّرات التي تخلق حالة الوعي هذه لديهم، وسيطرة العقل الجماعي على تصرفات العامة مما جعلهم يقعون خلف

قضبان هذا الوعي الأمر الذي أثر وبشكل كبير على حياتهم ومن أبرز العوامل التي تشكّل الوعي الزائف لدى عامة الناس الإعلام؛ فالإعلام يكون موجّهاً في غالب الأوقات والأحيان لخدمة مصلحة معينة، فلا يوجد هناك إعلام نزيه عادل يعرض القضايا والأحداث بموضوعية مطلقة كما هي إلا ما رحم ربي، لهذا السبب فينبغي عدم الاكتفاء بوسيلة إعلامية واحدة؛ بل يتوجب مشاهدة الخبر أو سماعه من العديد من وسائل الإعلام حتى تتضح الصورة كاملة، فما أخفي هنا سيّضح هناك وهكذا ومن العوامل الأخرى التي تؤثر في وعي الإنسان بشكل عام:

التعليم والمؤسسات الدينية؛ حيث أنّ هذه المؤسسات تتّجمع مع بعضها البعض لتشكّل الوعي الذي قد يكون زائفاً أو حقيقياً، فالمؤسسات التعليمية والدينية لديها القدرة على إخفاء الحقائق وإظهار حقائق أخرى لقلب الموازين وخلق رأي عام تجاه قضية معينة تماماً كما يفعل الإعلام ولن نغفل هنا دور المؤسسات العامة والرسمية والفن والمتقّفين والأدباء والكتاب والعلماء؛ فكلّ هؤلاء يسهمون أيضاً في تشكيل الوعي العام.

الوعي الخاطئ: من وجهة نظر ماركس، الوعي دائماً سياسي، لأنه ناتج دوماً عن الظروف الاقتصادية والسياسية وأفكار المرء بشأن الحياة والقوة والذات، في رأي ماركس، هي دائماً نتاج قوى الأيديولوجيا

فيرى أن الأيديولوجيات تظهر لتفسر التوزيع الحالي للثروة والقوة في المجتمع، وتبرره وفي المجتمعات التي تنطوي على تخصيص غير متكافئ للثروة والقوة، تشير الأيديولوجيات إلى أن هذه الصور من عدم المساواة مقبولة، ومستقيمة، وحتمية، وما إلى ذلك لذلك، فإن الأيديولوجيات تدفع الناس لقبول الأمر الواقع فيؤمن المرووس برئيسه: الفلاحون يقبلون حكم الطبقة الأرستقراطية، وعمال المصانع يقبلون حكم الملاك، والمستهلكون حكم الشركات وهذا الإيمان بالرئاسة الناتج عن الأيديولوجية، في نظر ماركس، هو وعي خاطئ.

ويعني ذلك أن ظروف عدم المساواة تشكل أيديولوجيات تسبب للناس ارتباكاً بشأن أهدافهم وولائهم وطموحاتهم الحقيقية لذا، من وجهة نظر ماركس، تعرضت على سبيل المثال، الطبقة العاملة، عادةً للتضليل بواسطة القومية والدين النظامي وغير ذلك من عوامل الإلهاء الأخرى هذه الأدوات الأيديولوجية تساعد في الحيلولة دون إدراك الناس أنهم من ينتجون الثروة، ومن يستحقون ثمار الأرض، ومن يمكنهم الازدهار: بدلاً من التفكير بموضوعية في أنفسهم، يتبنون الأفكار التي تقدمها لهم الطبقة الحاكمة ويشكل الوعي السمة الأساسية الكبرى التي يتفرد بها الإنسان عن بقية الكائنات الحية ويرجع أصله أساساً إلى العمل، وإلى نشاط الناس الإنتاجي الاجتماعي كما أنه يرتبط ارتباطاً وثيقاً بظهور اللغة، وهي قديمة قدم الوعي وقد كان للغة تأثير هائل سواء في نشأة

الوعي أو في تطوره، وصولاً إلى التفكير المنطقي المجرد والواقع إنه من خلال العمل والإنتاج والتجربة والتعلم، ومن خلال علاقات الناس الاجتماعية والاقتصادية والثقافية ببعضهم بعضاً تتطور مداركهم الذاتية، ويتميزون بدرجات نضجهم العقلي والمعرفي، ويمارسون أفعالهم الغرضية (الغائية) على الطبيعة أولاً بهدف إخضاع قواها لاحتياجاتهم، ومن ثم على غيرهم، لزيادة ممتلكاتهم وهيمنتهم واستغلال عملهم وجهدهم وكدهم لهذا ترى فلسفة ماركس والفلسفات والتيارات المادية الواقعية المختلفة أن الوعي هو نتاج للتطور التاريخي-الاجتماعي، وليس له وجود حقيقي وواقعي خارج المجتمع وبناء على ذلك، إذا تمكن الناس من تنفيذ خططهم الواقعية- المنطقية والإبداعية، فإنهم سيقدرّون على تغيير الطبيعة والمجتمع وأنفسهم في آن معاً ونتذكر في هذا السياق قول لينين: إن وعي الإنسان لا يعكس العالم الموضوعي فحسب، إنما يخلقه أيضاً.

تزييف الوعي وثقافة الاستلاب

من أهم نتائج تزييف الوعي لدى الجماهير العربية، وفي مقدمتها اليمنية، بمصالحهم الحقيقية، ما يلي:

1 - إطلاق العنان للطموح نحو الثراء والنجاح الفردي في مواجهة الإحباطات الناتجة عن عمليات تزييف الوعي التي تصور التحولات

الثورية في المنطقة العربية على أنها هي السبب في متاعب الناس وهمومهم .

2 - بروز أنماط سلوك النخبة الطفيلية بدلاً من الاتجاه إلى ردم الهوة بين القيم والعادات وأنماط السلوك الناتجة عن العلاقات الاجتماعية المرفوضة التي تستهدف حركة التحرر الوطني والاجتماعي العربية القضاء عليها .

3 - تشجيع القيم الفردية وإبرازها بشكل يجعلها تبدو للناس وكأنها الحل لمشاكلهم وهمومهم .

4 - بروز قيم وعادات طفيلية تؤدي إلى إلهاء الشباب وإغراقهم في الجنس والكحول لعزلهم عن الثورة الاجتماعية وتعطيل قدرتهم الخلاقة .

5 - لجوء عقول الشعب إلى التفكير الغيبي للهروب من المشاكل التي يعانيها الناس .

6 - التسلل إلى سلوك القيادات تمهيداً للتسلل إلى وعيها بهدف عزلها عن الجماهير وتحويلها إلى نخبة متميزة بقيم وعادات وسلوكيات بعيدة عن الإطار العام لقيم وعادات المجتمع.

وتحت وطأة هذا الوضع الصعب تأتي معاناة المثقف العربي في الجانب الآخر، أي الشعور بأزمة التجاوز، تلك الأزمة التي تنفجر بشكل واضح

في مرحلة نجاح عمليات الحرب الخفية المعادية بالتسلل إلى وعي الجماهير والسيطرة على منابعه من الداخل.

4- لعبة تزييف الوعي وتفريخ الأكاذيب: نفاجاً في بعض الأحيان أن بعض الذين نثق في عقولهم أو نفترض بحكم مقاماتهم الثقافية أو مواقعهم ومسؤولياتهم السياسية أو الإعلامية أو الإدارية أنهم ملمون بما يدور في البلد إمام فهم وعلم وإدراك، وليس إماماً سطحياً هزلياً فبعض التصريحات والكتابات تصدر عن أناس يفترض فيهم العلم والاطلاع والمعرفة والحصافة والقدرة على بناء الآراء والتحليل والمواقف على المعلومات الصحيحة الدقيقة الموثوق فيها، والتي يتطلب أمر الحصول عليها جهداً وبحثاً، فإذا بنا نكتشف أنهم يخطون خطب عشواء وهناك نوعاً آخر من الكتابات والتصريحات تنهض من حيث النية على الوقائع أو تبني على نية الإيقاع بالآخرين، أو البحث في ثنانيا الهوامش -دون الجواهر لبناء مواقف معادية لنية العداء المبين غير أنه في الفترة نفسها، وفي اليوم نفسه، قد تأتي المعلومات الصحيحة على قدر من الدقة، بحيث يتعذر الاختلاف حولها وفيها، كأن تكون جامعة خاصة تعمل بمنطق البرادة أو مطعم الوجبات السريعة، فلا تجد المعلومة ما تنقل سوى أن تلك الجامعة قد ماتت فعلاً يوم باعت وجباتها السريعة إلى الجائعين من عابري السبيل إن تحريف المعلومات تحت تأثير الدوافع الشخصية والعصبية الآنية، عمل لا أخلاقي، خاصة إذا كان مبنياً على

نية مبيتة للسخرية من عقول الناس، يستهدف مستقبل الأجيال القادمة بخصوص تشكّل ذاكرتها، وبناء قيمها المانعة من الانزلاق إلى الهاوية، فلکم تقاثلت قبائل وشعوب وأمم، بسبب الاختلاف في تأويل ماضيها الذي كان موهوباً للزيف والجرذان، منذ اللحظات الأولى لتدوينه، وتزييف التاريخ ليس مكسباً تهفو إليه العيون والعقول والقلوب، ولا بدعة مستحدثة تتشوّق إلى مذاقها الألسن، بل هي حرفة دأبت البشرية على تناقلها وتوارثها جيلاً بعد جيل بأمانة، مثلما توارثت وتناقلت حرف الكذب والنهش والنبش والتزييف والتقاتل من أجل الشهوة والسلطان والمال، لكن أقسى ما في الأمر انخراط المثقف، عن وعي أو عن غير وعي في الزيف والتزييف والكذب والتحريف والترويج للترهات والسخافات والأوهام على أنها حقائق، باسم الرأي أحياناً، وباسم الدين أو الطائفة أو الحزب أحياناً أخرى، وباسم الانحياز إلى الأنانية والمصالح الشخصية والذاتية في أغلب الأحيان! صحيح أن الخصومات والمعارك شأنان إنسانيان لا فكاك منهما، لكن هذه الخصومات والصراعات والخلافات مهما كان نوعها فكرياً، سياسياً، طائفيّاً، اجتماعياً، في تأكيدها على قدسية حق الاختلاف، لا يجب أن تكون عائقاً أمام فوز الإنسان بحقوق كثيرة لا معنى للحياة الكريمة بدونها ومن هذا المنطلق فإن التأكيد، من قبل المثقف، على حق الاختلاف وحده، دون تحديد

ماهيته وأفقه وأدواته، يدفعنا إلى الشك في سلامة الأهداف المرسومة من قبل هؤلاء المحسوبين على المثقفين .

خطر تزييف الوعي

تزييف الوعي أخطر من تزييف التاريخ فإن يقرر المؤرخ حمادة التحول إلى حمادة سلطان والاستظراف بإلقاء مونولوجات ونكت هابطة في كباريه التاريخ المزيف، فهذا من حقه ولا يعينى أمره في شيء، لكن أن يقرر مبدع في قامة وحيد حامد أن يكتب مجرد نمرة في فقرات هذا الكباريه ويطلق عليها مسلسلاً تاريخياً فهذه هي الكارثة التي ليست من حقه، وأمرها يعيننا كلنا لأنها للأسف ستصبح وثيقة تاريخية ومرجعاً أكاديمياً ثابتاً راسخاً في عقول شعب لا يقرأ، شعب صارت علاقته بالتاريخ هي الدراما، وعندما يتم تزييف وعي أمة لن يكون هناك مجال لكلمات وعبارات مدغدة ومضللة هي مجرد أكليشيهات إذا تعارضت مع مصلحة هذا الوطن، عبارات من قبيل معقول وحيد يعمل كده؟!، أو تاريخه وماضيه يثبتان عكس ذلك، أو هو بياخذ باله من كل التفاصيل إلخ، أنا لم أعترض على قيمة وحيد حامد ككاتب، ولكني الآن أناقش عملاً درامياً به أخطاء وخطايا، وتشوهات بل سقطات، وحجم الصدمة يأتي من حجم وقيمة الكاتب.

الإعلام وتزييف الوعي

إعلامنا باستثناءات قليلة أصبح إعلام الصوت الواحد الذى يقلص فرص ظهور الآراء النقدية أو المعارضة، ويفرض خطاباً واحداً مهيمناً، يكتسب قوته من الإلحاح والتكرار وتضييق الخيارات المتاحة أمام الناس فى الحاضر والمستقبل، أى أنه خطاب بلا خيال أو طموح ومثل أى خطاب فإنه يقدم سرد أو قصة متماسكة من ناحية الشكل وليس المضمون، ففى مصر مثلاً تحاول الاختفاء خلف ثلاث آليات هي:-

أولاً: الغموض : يروج الخطاب لواقع داخلى معقد وغامض ومحير منذ ثورة يناير وحتى اليوم، فوقائع وأحداث الثورة جرى كتابتها مرتين وبشكل غامض، فالمرة الأولى كانت ثورة شعبية عظيمة وفريدة من نوعها، صنع المصريون كعادتهم التاريخ وعلوموا البشرية معنى وكيف تكون الثورة سلمية وشعبية ومن دون قائد أو أيديولوجية، ثم تدريجياً وبشكل غامض واعتماداً على الترويج للتفكير بالمؤامرة والطرف الثالث كتبت وقائع الثورة مرة ثانية بشكل متناقض مع الكتابة الأولى حيث تحولت إلى مجرد مؤامرة خارجية نفذها الإخوان وشباب 6 أبريل وجماعات الفيس بوك، طبعاً كتابة تاريخ الثورة لم تستقر أو تتخذ صيغتها النهائية لأن التاريخ يكتبه المنتصر ويبدو أن النصر لم يتحقق بشكل حاسم لأحد أطراف الصراع السياسى والاجتماعى فى مصر حتى

الآن، لكن من المهم تأمل غموض اللحظة الراهنة التى بدأت مع 30 يونيو وخريطة الطريق، وهل تنجح أم تكرر أخطاء المرحلة الانتقالية الأولى التى قادها المجلس العسكري؟ لذلك ركز الخطاب الاعلامى على ضرورة النجاح فى خريطة الطريق بغض النظر عن غموض بعض ملامح مستقبل النظام السياسى بشأن مكانة ودور الإخوان وجماعات الإسلام السياسى، وعلاقة الجيش بالسياسة، وقدرة الرئيس القادم والبرلمان على تحقيق أهداف الثورة وإنقاذ الاقتصاد وتحقيق الاستقرار والأمن.

ثانياً: آليات التفكير فى المؤامرة: يؤكد الخطاب الإعلامى والسياسى المهيمن على الغموض السابق ويتجاهل مخاطره، وأحياناً يوظفه لدعم آليات التفكير فى المؤامرة وإثارة مخاوف الناس من الإخوان ، لأن المؤامرة فى كل تجلياتها مسألة غامضة، ولا يمكن للأفراد اكتشافها وإنما هناك أجهزة، وقادة، ومفكرون، لديهم القدرة والخبرة والعلم كى يكتشفوا المؤامرة ويفضحوها للناس، لكن الشعب الذى يؤمن بالمؤامرة قد يتساعل عن أسباب عدم قدرة هؤلاء القادة على مواجهتها وهزيمتها من خلال تحقيق إنجازات على أرض الوطن علاوة على القصاص من الأطراف الداخلية والخارجية المتآمرة، وتحقيق الانتصار عليهم .

ثالثًا: أوهام ومشابهات تاريخية : يروج الخطاب لكثير من الأوهام التى تعتمد على مدركات خاطئة وافتراسات غير واقعية، فى مقدمتها سهولة معركة القضاء على العنف، هكذا يقع الخطاب الإعلامى والسياسى فى أوهام المشابهة التاريخية غير المنطقية لهدف واحد هو منح الجماهير آمالاً غير واقعية فى إمكان حل مشاكلها سريعاً وخلاصة القول إن الخطاب الإعلامى المهيمن الذى يزيّف الوعى سيدور فى حلقات حول نفسه ليعيد إنتاج فشله ويجتهد فى إخفاء تناقضاته، إما بالكذب أو بيع الأوهام والترويج للمخاوف والمؤامرات، علاوة على التأجيل ومحاولات كسب الوقت حتى يتمكن من تحقيق الهيمنة الناعمة التى تجعل أغلبية الشعب تذعن بشكل طوعى دون إدراك أنها أصبحت أسيرة خطاب مزيّف للواقع لكن مثل كل خطابات تزييف الوعى قد يفشل الخطاب المهيمن وتتمرد الأغلبية عليه، وتذكر بفضل ما تعلمته أن الواقع مختلف عن خطاب الإعلام، وأن هناك بدائل أخرى غير ما يروج له هذا الخطاب، أو أن هناك استحقاقات ممكنة وأولويات مختلفة عن الغموض والتأجيل والتسويق الذى يعتمد عليه خطاب تزييف الوعى .

وسائل الاعلام وتزييف وعى الجماهير

تمتلك وسائل الاعلام بالتحالف مع السياسيين قدرة كبيرة على تزييف وعى الناس من خلال مايمتلكه النظامين السياسى والاعلامى من قدرات

تنظيمية هائلة قياساً إلى عموم الجماهير التي تتصف بانعدام التنظيم وضعف التماسك وبسبب ان تزييف الوعي لا يتم بغير تواطؤ وتوافق بين النظامين في المجال السياسي خصوصاً وهنا سنستخدم تعبير الاعلام السياسي للإشارة الى ذلك التواطؤ وصعوبة الفصل أيضاً مابين منتجات النظام الاعلامي والنظام السياسي، وأن هذه الوسائل أيضاً تقوم بدور خطير في تزييف الوعي الجماعي للجماهير من خلال تواطئها مع الجهات السياسية التي تضع نصب أعينها هذا الهدف حفاظاً على مصالحها كفئة حاكمة أو مستفيدة من زيف الوعي بقضايا المجتمع السياسية وقد أكدت معظم الدراسات الميدانية دور مختلف وسائل الاعلام في نشر الوعي وعلى النقيض من ذلك تزييف الوعي.⁽¹⁾

وتتنوع الأساليب والتكتيكات الاعلامية السياسية في تزييف الوعي وفيما يلي اشارة إلى أهمها:

أسلوب التكتم التام: وكان مثل هذا الأسلوب كثير الاستخدام قبل ثورة الاتصالات حيث كان من الممكن حماية الحدود من النشر القادم من الخارج عبر الرقابة بمختلف أشكالها في هذه الحالة تعدد السلطات الى منع نشر بعض الأنباء أو المواد الاعلامية والثقافية وتمنع وسائل الاعلام المحلية من نشرها أيضاً حتى ولو حاولت ذلك وكان مثل هذا الأسلوب معروفاً في الأنظمة الشمولية كنظام الاتحاد السوفييتي السابق

والنظام العراقي السابق ونظام طالبان في أفغانستان والاحتلال الاسرائلي في قضايا تتعلق بالصحف العربية الصادرة هناك وبعض القضايا التي تصنف في دائرة الأمن والسرية ومن خلال هذا الأسلوب استطاع الكثير من الأنظمة الحاكمة تجنب غضب الجماهير أو الاحزاب المعارضة أو حتى الدول الأخرى المعادية مثلما تقضي قوانين بعض الدول بمنع نشر أي وثائق تصنف على أنها بالغة السرية قبل مضي أربعين عاماً أو يزيد على هذه الوثائق.

التكتم الجزئي: يضطر السياسيون أحياناً لنشر بعض الجوانب أو العناصر الجزئية لوقائع أكبر أو أكثر شمولاً في الحالات التي يتضمن فيها الخبر أو الواقعة جوانب ايجابية من وجهة نظر السياسي أو الاعلامي فهذه العناصر أو الجوانب تأخذ طريقها إلى النشر وربما الاشادة والتضخيم يجري مثل هذا التكتيك في حالات كثير منها نشر معاهدات واتفاقيات سياسية أو غيرها في حين يجري التكتم على ملاحق وبروتوكولات تصنف بالسرية لتجنب ردود الافعال والتداعيات السلبية لخبر وأسلوب التكتم الجزئي عادة أكثر الأساليب استخداماً في العمل الاعلامي إذ أن بعض الاعلاميين مثل السياسيين أيضاً يجعلون من

1- المشهد الاعلامي وفضاء الواقع- حسن مظفر الرزوي ، صفحة ٧٠

أنفسهم حراس بوابة فيمنعون ويسمحون وفق عباراتهم المعقدة الكثيرة من المعطيات السياسية التي تخدم تعزيز اتجاهات معينة ترغب فيها الجهات الاعلامية السياسية وعادة ما يمثل رئيس التحرير دور حارس البوابة للسياسيين والاعلاميين وتكمن خطورة هذا العمل في أن الاخبار والتحليلات اليومية تخضع لهذا التكتيك فاذا ما تخيلنا حجم المواد السياسية التي يجري نشرها أو بثه وفق رؤيا أحادية فيمكن أيضاً تخيل أو توقع الأثر البالغ الذي يمكن أن يقع على وعي الجماهير عبر سنوات من البث أو النشر.

الانتقاء: يقضي هذا الأسلوب بانتقاء منظومة الأخبار والتحليلات السياسية التي توافق الاتجاه الرئيسي للجهات الاعلامية السياسية المسيطرة ووجه المخادعة يتمثل في أن الوسيلة الاعلامية تنشر مواد اعلامية حقيقية أو موثقة كالتقارير الميدانية لكنها أيضاً تغفل عن قصد نقل خبر ومواد أخرى ميدانية في عمليات الانتخابات مثلاً في بعض دول العالم الثالث يمكن صناعة تقارير حقيقية عن جماهير غفيرة تختلف بفوز أحد المرشحين ويمكن تعزيز التقرير بتحليلات محللين كبار أو تصريحات لشخصيات سياسية واعلامية كبيرة بالقدر نفسه الذي يمكن فيه أيضاً التكتم على الاحتجاجات الشعبية أو الحزبية الواسعة التي أثرت حول الموضوع أو من خلال التقليل من أهميتها بأساليب عديدة والمفارقة أن وسيلة اعلامية أخرى قد تجعل من نفس واقعة الانتخابات

خبراً معاكساً على الإطلاق إذ يمكن لأحد التقارير الميدانية المعززة بالتحليل والاحصائيات أن يواصل مع المتلقي أن الانتخابات كانت غير سليمة وغير ديمقراطية، والأسلوب الانتقائي هو اللعبة أو التكتيك الأكثر ذكاءً وخداعاً في اللعبة السياسية والاعلامية على الإطلاق وهذه الحقيقة تأتي من أنه أسلوباً تكتيكياً يكاد ينطبق على مختلف المواد الاعلامية اليومية وتتزايد خطورة الموضوع من كون تحول العمل الاعلامي إلى مهنة احترافية عالية التقنية خصوصاً تلك التي تعتمد على الكاميرا أي التلفزيون والانترنت وكذلك كالصورة المطبوعة فاذا أضفنا على ذلك حقيقة أن العمل السياسي مهنة احترافية تعتمد على الكثير من فنون الاتصال يتبين لنا كيف يمكن لتحالف أو تواطؤ الاعلام والسياسية أن يحولا الأسود إلى أبيض والأبيض إلى أسود من أجل الوصول إلى الأهداف المبتغاه.

التأويل والتضليل: تضطر وسائل الاعلام والسياسيون إلى نشر بعض المعطيات السياسية أو الاقتصادية وأسباب ذلك كثيرة منها معرفة الجماهير بها في الواقع كالأزمات البرلمانية أو السياسية عموماً أو الحروب أو المعارك أو الحوادث الكبرى كغرق سفينة ركاب أو تحطم طائرة أو قيام وسائل إعلام خارجية بنشر الخبر أو حتى توقع أن تقوم وسائل نشر أخرى بنشرها لذلك يعتمد السياسيون والاعلاميون إلى تقديم روايتهم الخاصة للحدث ومزج ذلك أو الحاقه بالتفسير الخاص للحدث

لقطع الطريق على الروايات الأخرى المحتملة أو الواقعة فعلاً، الخداع والتضليل قد لا يأتي في نطاق سرد وقائع أو معطيات الحدث لكنه قد يتخلل التحليل والتعليق بحيث يجري أحياناً كثيرة اقناع نسبة كبيرة من المتلقين بالتحليل المقدم لأن الكثير من المتلقين إما غير معنيين بالتنقيب والمتابعة أو أنهم غير قادرين عليه مما يعني أن الرواية المقدمة هي الرواية الرئيسية في حين أن الروايات الأخرى قد يجري تصنيفها على نطاق الروايات المعارضة أو المشككة.

الاغراق بالمعلومات : ويقضي بتشتيت الجمهور وإرباكه من خلال تدفق المعلومات والصور والبيانات مما يفقد الجمهور القدرة على الاختيار والتمييز والثبات ويعتبر هذا السلوب أسلوباً حديثاً تطور مع التقدم الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاعلام ويستند إلى قاعدة في التراث العربي تقول إذا بدك تحيرة خيرة أي أن كثرة الخيارات تؤدي إلى الحيرة فيتسنى فرض خيارات معينة أو تعزيز فرصتها في الاختيار على حساب غيرها ومن الناحية الواقعية فالسياسيين باتوا يعلمون أن الكثير من الأحداث والأخبار من الصعب اخفائها طول الوقت وان تمكنت في اخفائها عن البعض فبعضاً آخر سيعلمها وينشرها بطريقته الخاصة أو يقدم روايته لذلك من الأفضل أن يقدم السياسيون رواياتهم الكاملة بما يمنحهم الفرصة لتعديلها وتزيينها أو تشويهها ماداموا هم أصحاب الرواية.

مهمة تزييف الوعي

ان ما يمارسه الاعلام اليوم من تضليل وقلب للحقائق والمفاهيم يعد تخريب للوعي الجماعي بامتياز بل هو استحمار للشعوب وغسل لأدمغتها يذكرنا بما كان يمارسه وزير اعلام هتلر جوبلز حين كان يأمر الألمان بفتح أبواب ونوافذ منازلهم وفتح صوت المذياع على الآخر أثناء بث خطاب هتلر المباشر حتى يستمع أكبر عدد ممكن من الألمان للخطاب انه القهر الدعائي في أوضح صورهِ فالذراع التكنولوجية الطويلة التي سخرت للاعلام حولته إلى وحش وآلة عنيفة لممارسة التضليل بل ان الحرب الاعلامية من حيث نتائجها أشد ضراوة وأذى من الحرب العسكرية طالما أن رجاء الارتداد للآلة الاعلامية تترك أثرها في مستقبل الشعوب والأجيال بشكل أكثر فداحة من الحرب العسكرية وضحايا الحرب الاعلامية تتضح خسائرهم والتشوهات الفكرية والثقافية التي تلحق بهم على المدى المتوسط والبعيد بل ان التزييف الحضاري للأمم المستهدفة في كيانها اعلامياً وثقافياً سيجعلها تدفع فاتورة باهضة من وعي بنائها وقدرتهم على امتصاص الصدمة الحضارية التي حلت بهم هذه الصدمة الحضارية التي ابتليت بها أمتنا منذ أن تداعت عليها الأمم عسكرياً واعلامياً وثقافياً كما تتداعى الأكلة إلى قصعتها منذ قرون خلت لازلنا نحمل أوزارها في وعينا الفكري والايماي وفي السقف الفكري الذي وضع لنا مكرهين وفي الحلول المعلبة التي وضعت زوراً لقضايانا

أساليب شيطانية ابتكروها لارغامنا على قبول وصفتهم هي عملية تطعيم قسرية تجعلنا نقبل مرغمين رؤيتهم لمستقبل أطفالنا ونوعية ألعابهم ونوعية حليبهم وشكل سراويلهم وجرعة المعرفة المخصصة لهم ونقبل مرغمين شكل ولون وطول ملابس نساننا ونوعية الأخبار التي ترد علينا وحجم الخسائر في صفوفهم وصفوفنا وطبيعة المناسبات التي نحتفل بها وحجم الفرحة ومستوى الحياء الذي يجب أن يتصف به أبنائنا هم يريدون أن يتحكموا حتى في عدد رواد بيوت الله لا بد أن نعترف لأنفسنا بأننا بشكل أو آخر تورطنا في الفخ وأكلنا الطعم إما قليلاً أو كثيراً الاعتراف بالخطأ هو أولى مراحل النجاة لكن المؤسف حقاً هو إصرارنا على تبرير أخطائنا جهلاً أو مكابرة أخطائنا في حق أنفسنا وفي حق الله وفي حق من هم في دائرة مسئوليتنا سواء كنا آباء أم مربين أم مثقفين.

تزييف الوعي الديني في المجتمع

إن السيطرة على الوعي الجماعي أو توجيهه والتحكم فيه من خلال تزييف الوعي الجماعي هو أكبر جريمة ترتكب ضد المواطن والدين والمجتمع

تداول قصة مفادها، مع بعض التحوير، أن صقراً نشأ وترعرع بين الدجاج، غير أنه كلما رفع عينيه إلى السماء وأبصر الصقور وهي تطير أحس برغبة جامحة للحاق بها، فاشتتهر في قن الدجاج بالمجنون بسبب

حلمه ذلك، وبذلت جهود علاج كبيرة ليقنع أنه دجاجة لا تطير، وأن ما يجده من رغبة في الطيران انحراف وجب معالجته، وأن ذلك قدره الذي وجب الرضا به، فعاش عيشة الدجاج ومات ميتة الدجاج والقصة تقدم صورة من صور الوعي المزيف حول الذات وقدراتها، ودور المحيط الاجتماعي وثقافته السائدة في تزييفه إن مجال القيم هو أكثر المجالات استهدافاً بالصراع بين الحقيقة والتزييف، سواء تعلقت تلك القيم بمفاهيم دينية خاصة أو تعلق بالقيم التي تزخر بها الثقافة الشعبية التي لها علاقة بتفسير الظواهر والعلاقات الاجتماعية ومعركة الوعي في المجتمع هي إحدى الواجهات المشتعلة باستمرار بين جهود الإصلاح الحقيقي المقاوم للفساد والاستبداد، وبين قوى المحافظة المستفيدة من الأوضاع القائمة على أسس غير عادلة ويمكن القول إن السلاح الاستراتيجي المعتمد في مقاومة التغيير الإصلاحي يرتكز على نشر الوعي الزائف والتمكين له في المجتمع، عبر شبكة من الآليات التي تعمل على توريثه وتنميته ولعل أخطر تلك الآليات تلك التي تستند إلى تزييف الوعي الديني، من خلال تحريف المفاهيم الدينية من جهة، وتحطيم كل الحواجز بين الدين والخرافة والشعوذة، من جهة ثانية وفي ظل ذلك التزييف تضاف قدسية خاصة على الأموات والأحجار والأشجار، والبنائيات، وعلى بعض السلسلات الوراثية، وينتشر بين الناس خوف خاص يرهنهم لدى العرافين والدجالين والمشعوذين ومن المفاهيم الدينية التي يؤدي

تحريفها إلى بناء وعي ديني مزيف نجد، مفهوم الرزق الذي أصبح نوعاً من الربيع الإلهي المضمون الذي ينبغي انتظار الوصول له، والذي يفسر وضع اقتسام الثروة في المجتمع على أنه قدر إلهي لا نملك تغييره وينبغي القبول به كما نجد مفهوم الصبر الذي يعني زيفاً واجب التحمل مع عدم السعي إلى التغيير برفع أسباب الضرر أو تخفيفها، ومفهوم القدر الذي أصبح معناه الاستسلام والرضا بما هو قائم ومفهوم التوكل الذي تحول إلى تواكل وعدم الأخذ بالأسباب وضمن آليات تزييف الوعي الديني أيضاً نجد تلك الجهود التي تسعى إلى مد الجسور بين الدين، من جهة، وبين الشعوذة والخرافة من جهة ثانية وبفعل تلك الجهود تنتشر مظاهر مصادمة للدين حتى على مستوى العقيدة، وهكذا تنتشر كل أنواع القبورية، من أضرحة وأولياء ومزارات، تدور قداستها المتهومة على قبور كثيراً ما لا يكون تحتها سوى الحجر والتراب أو بقايا عظام حيوان و تنتشر بفعل تلك الجهود أيضاً ظواهر أخرى تضم كل أنواع العرافين والدجالين من متزعمي معالجة السحر والمس، وجلب الحظ، والتنبؤ بالمستقبل وضمن آليات تزييف الوعي أيضاً، نجد عدة مفاهيم تروج بمضامين تضع القيود الفكرية والنفسية على الناس ومن بين تلك المفاهيم نجد مسمى الزهر الذي يبرر الفشل والذي يعتبر عنوان شعوذة خطيرة تذهب حد اختطاف من يسمون زُهريين، ومسمى التابعة لتفسير الصعوبات ومسمى التقواس الذي تحول إلى نوع من الهوس والخوف

من الأشخاص، وهو في العمق هروب من تحمل المسؤولية ونجد أيضاً النحس لتفسير النتائج غير المرضية ولا يحتاج أي ملاحظ لبذل جهد كبير لملاحظة مؤشرات تمكن الوعي الزائف المستند زوراً إلى الدين في المجتمع، سواء على مستوى البنايات الخاصة أو جيش الدجالين المتنامي كل يوم، أو ما تعج به الأسواق والأحياء من أنشطة الدجل والشعوذة التي تجد لها سنداً إعلامياً خاصاً والمتأمل في لائحة المفاهيم المزيفة المشار إليها سابقاً سوف يلاحظ أن نشرها والتمكين لها في العقول والنفوس كفيل بتدجين أية مجموعة بشرية.

إن الذي سبق يوضح الدور الخطير الذي يلعبه الوعي المزيف في حماية الفساد والاستبداد والوعي الحقيقي هو الذي يجعلنا ندرك ذواتنا ومحيطنا والكون كله بشكل حقيقي، الوعي الحقيقي هو الذي يمكن من تفسير مختلف الظواهر والعلاقات تفسيراً لا يرهنا إلى قوى غيبية غير الله، وهو بذلك يحررنا من الجهل ومن الخرافة ومن الخوف الوعي الحقيقي يغذي التغيير الدائم في الإنسان وفي المجتمع نحو الأحسن، والوعي الزائف يكبح جماح التغيير ويغذي الجمود والتخلف ورغم خطورة تزييف الوعي من مداخل تضي عليه صبغة دينية، فإن الجهود المقاومة للتزييف، خاصة من المجتمع المدني اليقظ، وأمام الدور الحيوي الذي تلعبه الآلة الإعلامية في ذلك التزييف، ما تزال دون المستوى المطلوب ويمكن القول إن الوعي الذي لا يساعدنا في اكتشاف

الصقر الذي بداخلنا ليس وعياً والوعي الذي لا يحررنا من ثقافة قن الدجاج ليس وعياً والوعي الذي لا يحرر الصقر الذي بداخلنا ليس وعياً.

الخطاب الإعلامي وتزييف الواقع

الخطاب في شكل عام في أي مجتمع هو مجمل القول والفعل، وهو الممارسة الاجتماعية، ويقوم الخطاب الإعلامي بنقل هذه الممارسة الاجتماعية إلى الجمهور من خلال الإعلام، الذي له تحيزه المعلن وغير المعلن لذلك، من الضروري تحليل عمليات الاتصال والإعلام من حيث التكوين والملكية ونظم العمل وطبيعة النظام السياسي والجمهور، وما تنتجه من خطابات، بهدف التعرف على مدى قدرة هذه الخطابات ودقتها في نقل الواقع وما هي استراتيجياتها، وما الذي تخفيه أو تبرزه، ولمصلحة من تعمل أو توظف وبالطبع، ثمة تأثير متبادل بين الإعلام وإنتاج الخطاب وتداوله، حتى أنه من الصعب التمييز بينهما إلا لضرورات الدراسة ومحاولات الفهم، لأن صناعة الإعلام والقوانين والتقاليد المهنية في الإعلام تمثل أحد أشكال الممارسة الاجتماعية، أي الخطاب، كما أنه يتأثر بالمناخ العام السائد وظروف المجتمع من هنا، أكد مانويل كاستلز أن السلطة في مجتمع الشبكات تقوم على السيطرة على الاتصال والإعلام، سواء كانت تلك السلطة للدولة أو الشركات الكبرى أو المنظمات من كل نوع.

إن معظم ما يقدم في وسائل الإعلام لا يلتزم بالحقائق أو ينقل الواقع كما هو، إنما يقدم بعض جوانبه، وقد يحذف أو يضيف، يبالغ أو يهون، لأنه يعمل تحت إكراه بالغ التعقيد، حتى أن الرسائل الإعلامية سواء كانت أخباراً أو آراءً، هي محصلة توازنات وتفاوض اجتماعي بين الصحفيين أنفسهم وبين الحكومات وأصحاب المصالح في المجتمع في هذا الإطار، من المتفق عليه والبدهي أن من يملك وسائل الإعلام يؤثر بطرق مباشرة وغير مباشرة في عملها وفي تغطيتها للأحداث، كما أن الدخل من الإعلان يمثل إحدى آليات التأثير في عمل وسائل الإعلام.

أما من الناحية الواقعية، فعلينا أن نتعامل مع وسائل الاتصال والإعلام القديمة والجديدة وأشكال التواصل الاجتماعي كافة، على أساس أنها تقدم يومياً مزيجاً متغيراً وغير متوازن من الإعلام بمفهومه المثالي، والدعاية بمفهومها وأبعادها ودلالاتها السلبية هذا المزيج ينتمي من حيث الشكل والمضمون، الى عالم الإعلام والإعلان والدعاية والترويج والعلاقات العامة .

والمتابعة والمقارنة النقدية بين تغطيات إعلامية مختلفة تتطلب وجود متلقٍ نشط إعلامياً، وهو أمر صعب لا يتوافر إلا لدى قطاعات محدودة من الجمهور العربي تتميز بالمعرفة والوعي وتوافر الوقت والجهد اللازمين للقيام بهذه الأدوار غير التقليدية في التعامل مع الإعلام

وإذا انتقلنا إلى الخطاب الإعلامي، فمن المؤكد أنه لا يوجد خطاب إعلامي واحد، وإنما هناك خطابات إعلامية متصارعة، لكن دائماً يوجد خطاب إعلامي مهيم ومنشتر بغض النظر عن دقته في نقل الممارسات الاجتماعية، ومن المهم الاهتمام بتحليل الخطاب المهيم وكيف ينتج، ومن يموله، وكيف يتم تداوله، وعلاقاته بالسلطة والأيدولوجيا والهيمنة داخل المجتمع، وهل يعكس التحيز والتمييز الثقافي أو الاجتماعي السائد في المجتمع أم أنه ينتج أشكالاً جديدة من التمييز، ولا شك في أن اللغة والصور تلعب أدواراً مهمة للغاية في التحليل النقدي للخطاب، فاللغة والصور اختيارات أيديولوجية، كما أن الخطاب الإعلامي ممارسة ذات طابع أيديولوجي من حيث التكوين والتأثير من هنا، استخدمت مدارس تحليل الخطاب مفهوماً للأيدولوجيا والسيطرة الأيدولوجية أقرب ما يكون إلى الجرامشية الجديدة، حيث يتفق فان ديك وكرس فوداك وفيركلو على أن ممارسة القوة في المجتمعات الديمقراطية الحديثة لم تعد تعتمد على الإكراه بالدرجة الأولى بل على الإقناع، أو الهيمنة الناعمة بالمعنى الجرامشي والدول غير الديمقراطية تعتمد أيضاً على الهيمنة الناعمة، حيث صارت قاعدة أساسية في تزييف وعي الناس وتشكيل الرأي العام وصناعة ما يعرف بالإجماع الوطني.

ولتحقيق الهيمنة الناعمة، يتم إنتاج وتداول خطاب جذاب شكلاً وموضوعاً، ليكون قادراً على تزييف الواقع والتلاعب بالعقول من دون

أن يدرك الجمهور ذلك، وبحيث يتابع الخطاب الإعلامي المهيمن بإرادته الحرة ويتعود الجمهور على استهلاك هذا الخطاب في شكل يومي، ويرفض أو يقاوم أي خطابات مغايرة والمفارقة، أن الجمهور المقتنع والسعيد بما يراه ويتابعه في الإعلام، قد يرفض أو يقاوم الخطابات المهمشة أو المستبعدة، بغض النظر عن أهميتها وربما صدقها وتعبيرها عن الواقع، لكن الرفض العام لهذه الخطابات يقلل من فاعليتها وتأثيرها في المجتمع، لذلك تظل خطابات فرعية مهمشة، رغم حضورها وصخبها في وسائل التواصل الاجتماعي، والثابت أن منع خطابات إعلامية في وسائل الإعلام التقليدية يدفعها إلى الحضور بقوة على منصات التواصل الاجتماعي، لكن هذا الحضور لا يضمن لها دائماً قوة التأثير أو القدرة على تغيير الرأي العام، فوسائل التواصل الاجتماعي ليست حكرًا على الخطابات المهمشة، بل إنها ساحة مفتوحة لحضور الخطاب المهيمن، الذي قد يعزز من تأثيرها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

والمثير، أن هناك دراسات كثيرة رصدت ما يعرف بالتداخل الخطابي بين خطاب السلطة المهيمن والخطابات المعارضة له والخطابات المهمشة، بمعنى أن العلاقة لا تقتصر على التنافس والصراع، إنما تأخذ أنماطاً أخرى منها التعايش والتعاون والاستعارة وإعادة التوظيف السياسي والدعائي، حيث قد يستعير الخطاب الإعلامي المهيمن بعض المفاهيم والأفكار والصور من الخطابات المنافسة له ويعيد توظيفها

لمصلحته، مثل الدفاع عن الأقليات واحترام حقوق الإنسان والعدالة الاجتماعية وحقوق المهاجرين وغيرها من المفاهيم وبالمثل، قد تستعير الخطابات الإعلامية المهمشة والمعارضة مفاهيم وأفكاراً سائدة في الخطاب المهيمن مثل الحفاظ على قوة الدولة، احترام القانون، وأولوية التنمية، مما يؤكد نسبية المفاهيم المستخدمة في خطابات الإعلام وقابليتها للاستعارة والتوظيف المتبادل بين خطابات الإعلام المتنافسة في المجتمع .