

قنوات نجيب ساويرس و فن الضحك على الذقون



الأربعاء 7 ديسمبر 2011 12:12 م

د ممدوح المنير *

فى كتاب كفاحى لأدولف هتلر كتب يقول : أنى أفضل الحديث إلى جمهور قد فرغ لتوه من تناول عشاءه ، لأنه يكون حينها مرتاحا و يغلبه النعاس !! .
أراد هتلر أن يخاطب جمهور يغلبه النعاس حتى لا يفكر كثيرا فيما يقول و يكشف حجم الخداع والتضليل الذى يحتويه خطابه ، لكن ربما لو قدر لهتلر أن يعيش بيننا الآن لما احتاج إلى أن يخاطب جمهور يغلبه النعاس .
فوسائل الإعلام حاليا خاصة التابعة لنجيب ساويرس تستطيع أن تسوق و تروج للخداع و التضليل الإعلامى و أنت منقذ الذهن ، فقط العقل ، بل ربما تتابع الوسيلة الإعلامية و أنت توفن أن هناك مؤامرة تنسج خيوطها لتغيب عقلك ولكنك رغم هذا تقع فى الفخ و تستجيب للتضليل و ربما تتفاعل معه كذلك !!
ما يحدث فى مصر من حملات تشويه منظمة من طرف ضد آخر واستغلال بعض التيارات السياسية - الكتلة المصرية نموذجا - قدراتها الإعلامية الكبيرة فى تضليل الرأى العام و تعبئته ضد تيارات أخرى خاصة التيار الإسلامى أصبح من المشاهد التى لا تخطئها العين .

و نركز إستراتيجيات و سياسات التضليل الإعلامى على عدة مبادئ أساسية أهمها :

1- التحريف الإعلامى .

2- الدعاية .

3- الحرب النفسية .

و سوف نحاول من خلال هذه الورقة البحثية أن نتناول بشىء من الإستفاضة أحد أهم هذه العناصر وهى التحريف الإعلامى - و كيف يتم توظيفه فى سياسة التضليل الإعلامى من خلال إسقاطه على بعض ما نشاهده فى وسائل الإعلام ، حتى ينسنى للقرارىء أن يعرف و يميز بين الإعلام الصادق و الإعلام المصطل

التحريف الإعلامى

المقصود به تحريف و تحويل المعلومات عن معناها و سياقها الحقيقى بغرض التأثير على الرأى العام أو توجيهه فى إتجاه معين بغرض تحقيق مصالح الجهة التى تقف وراءها الوسيلة الإعلامية، مع ملاحظة أن معظم هذه الوسائل قلما تحدث منفردة ، فهى دائما مرتبطين معا لإحداث التأثير المطلوب .

1 (تحريف المعلومات :

يعتبر من أكثر وسائل التضليل الإعلامى شيوعا منذ قديم الأزل و قد تحدث القرآن عن هذا النوع من التضليل حين قال (أَقْتُلْمُوْنَ أَنْ يُؤْمِنُوا لَكُمْ وَقَدْ كَانَ قَرِيْبُ مِّنْهُمْ يَسْمَعُوْنَ كَلَامَ اللَّهِ ثُمَّ يَحْرَفُوْنَهُ مِنْ بَعْدِ مَا عَقَلُوْهُ وَهُمْ يَعْلَمُوْنَ) (75) سورة البقرة .

مثال : تحريف تصريح لشخصية عامة بغرض تشويه صورته أو الإتجاه الذى يمثله (المصرى اليوم نموذجا) .

2) التكتيم و النجاهل الإعلامى :

يقصد به إخفاء معلومات عن الرأى العام ، لأن إظهارها قد يكون ضد السياسة العامة للنظام أو الوسيلة الإعلامية أو يضرب بهما أو يزيد من رصيد فصيل من المجتمع لا ترضى عنه الوسيلة الإعلامية أو من يمولها .

مثال : إخفاء أو تجاهل المنسب الحقيقى فى استمرار إشتعال الموقف بشارع محمد محمود فى الأحداث الأخيرة ، حتى يظل الموقف مشتتلا لأطول فترة ممكنة و يظل الإحتشاد مستمرا لأطول فترة فى الميدان حتى بدأ موعد التصويت .

مثال آخر : قيام بعض القنوات الفضائية بتبنى حملة دعائية سلبية ضد حزب الحرية و العدالة أثناء الإنتخابات فى المرحلة الأولى من خلال القيام بدعايا أمام اللجان رغم أن هذه القنوات تتبع قوائم انتخابية لم تتوقف عن نشر الدعايا الإنتخابية فى الصحف أثناء يومى التصويت و أمام اللجان و أحيانا داخل اللجان !! .

3) التنكير :

هو صياغة الخبر بصيغة المبني للمجهول ، و عادة ما تلجأ الوسيلة الإعلامية إليه فى نشر الشائعات الكاذبة لتوجيه الرأى العام أو التأثير عليه دون تحمل أدنى مسئولية .

مثال : (أفادت مصادرنا الخاصة ، صرّحت مصادر المطلعة ، تواترت الأنباء) عن أن هناك مجموعات من البلطجية فى طريقها الآن لإقتحام ميدان التحرير ، ثم لا يحدث شئ !! .

(4) التهويل أو التضخيم :

يقصد به المبالغة فى تضخيم الحدث عبر استخدام المؤثرات الصوتية و عبر إستخدام الصورة الحية من زوايا مختلفة قد لا تعكس الواقع الفعلى للمشهد الحقيقى .

مثال : تركيز عدسة الكاميرا على جزء معين من ميدان التحرير بمتلاً بالمتظاهرين فى حين أن باقى الميدان لا يوجد به أحد ، للإيحاء للمشاهد بأن الميدان ممتلىء عن آخره ، و أن الشعب المصرى بأكمله معتصم بالتحرير و أننا الآن أمام شرعية ثورية جديدة الخ .

(5) لفت الأنظار :

و هو أسلوب تلجأ إليه الحكومات أو الوسيلة الإعلامية عند وقوع حدث قد يؤدى إلى تأليب الرأى العام على النظام أو الإتجاه الذى تمثله الوسيلة الإعلامية ، فيتم التركيز الحديث على حدث جانبى آخر و تضخيمه بعيدا عن الموضوع الأساسى لصرف إنتباه الرأى العام عن الحدث الأصيل أو تخفف من حدة تداعياته

(6) الخوف :

يقصد به إثارة الفزع و الخوف لدى جمهور المشاهدين أو القراء من شخص أو اتجاه بعينه عن طريق الإلحاح على فكرة الخطر البالغ الناتج عن تأييد هذا الشخص أو هذا الإتجاه حتى ينصرف الناس عنها .

مثال : حملة التفريغ و التخويف المستمرة التى تشنها بعض وسائل الإعلام تجاه الإسلاميين خاصة الإخوان و السلفيين ، من خلال التركيز على حوادث فردية و تضخيمها فى حين يتم (التكتيم) على أحداث مشابه لدى الأقباط

(8) الكذب و التشويه و قلب الصورة :

يقصد به إختلاق معلومات غير حقيقية و كاذبة للتأثير على الرأى العام أو توجيهه فى إتجاه بعينه و أحيانا قلب الضحية إلى جاني أو العكس (الإدعاء بوجود تحالفات انتخابية لحزب للحرية و العدالة مع الفلول) .

(9) الإثارة :

تلجأ إليها وسائل الإعلام بإستمرار حتى يطلّ المشاهد أو القارئ مشدودا إلى معرفة التفاصيل و متابعة الخبر الذى تصاغ معلوماته بشكل تسلسلى على هيئة قصة بحيث تحدث تأثيرها لدى المتلقى و يفتنع بها بسهولة .

مثال : ما قامت به أحد القنوات الخاصة من إستضافة والدة الشهيد أحمد سرور الذى قتل دهسا بسيارة الشرطة أمام مجلس الوزراء ، ثم قامت بإخراج ملابسه المغطاة بالدماء و عرضها أمام الكاميرات مع خلفية موسيقية قوية لإحداث أكبر قدر ممكن الإثارة لدى المتلقى ، ثم الحديث عن وجوب الإعتصام بالتحرير لأخذ حق الشهداء قبل الإنتخابات مباشرة !! .

(10) الإيهام و التدليس :

يحدث عن طريق استخدام ألفاظ تحتمل أكثر من معنى أو تتلاعب بالألفاظ للإيحاء للمتلقى أنه يتلقى معلومات سليمة فى حين أنها كاذبة.

(11) البلبلة :

من أشهر أساليب التضليل الإعلامى و فيه يتم نشر معلومات متضاربة يكذب بعضها بعضا فى الزمن الواحد أو المكان الواحد بهدف إحداث حالة من البلبلة لدى الرأى العام (راجع أحداث التحرير الأخيرة)

(12) دس السم فى العسل :

تورد فى مجمل أخبارها أخبار صحيحة و ذات مصداقية عالية ، و ربما تستضيف خبراء يحظون بإحترام لدى الرأى العام حتى تحافظ على مصداقيتها لدى المشاهدين أو القراء ، ثم تورد الخبر الكاذب أو المضلل فى سياق مجموعة من الحقائق حتى يصدقها المتابع (اتضح بشكل كبير اثناء جولة الإنتخابات الأولى)

(13) التكرار :

الإلحاح فى تكرار خبر بعينه بشكل ما يحدث نتائج ايجابية للجهة الناشرة للخبر ، لإعتمادها على الأثر التراكمى الناتج عن التكرار خاصة إذا ما تم التكرار بأكثر من وسيلة إعلامية و على لسان أكثر من الشخص (مثل الإلحاح فى الحديث عن وجود تجاوزات كثيرة للحرية و العدالة فى الإنتخابات من قبل بعض القنوات) .

(14) السخرية و الإستخفاف :

يهدف التهوين أو التقليل من شأن طرف من الأطراف أو حدث من الأحداث (الإستخفاف بإمكانية نجاح التيار الإسلامى فى الإنتخابات) .

فى نهاية هذا الطرح نؤكد بالطبع أن هناك إعلام صادق يراعى الدقة و الموضوعية و الحياد ، لكن المؤكد أيضا أنه الأقل و الأندر .

غاية ما نرجوه أن تكون وسائل التضليل الإعلامى التى تحدثنا عنها سابقا محاولة للفت إنتباه القارئ لما يمكن أن تفعله به وسائل الإعلام فى حالة إذا ما غيّب عقله أو حاولوا تغييبه، أو غلبه النعاس كما كان يجب أن يخاطب هتلر جمهوره !! .

*رئيس الأكاديمية الدولية للدراسات و التنمية