

الإعلام والتلاعب بالوعي الجماهيري



www.balagh.com

الرسالة الإعلامية لا بد أنها تنطلق من أهداف محددة تؤثر على نمطها وكيانيتها، وهذه الأهداف تتنوع بين المثالية والانحطاط!! .. نعم «الانحطاط» - في بعض الأحيان- الذي ينطوي على أغراض مشبوهة وطرق ملتوية تهدف إلى طمس الحقيقة وترويج الأباطيل.

تاريخ مرير

الدجل الإعلامي أو الإعلام الأسود ظاهرة منتشرة عالمياً ومتواجدة على الدوام، ولكنها تنشط تارة وتخبو أخرى وفقاً للحاجة إليها في خلق رأي جماهيري وشعبي عندما يكون للجماهير ثقل ووزن في القضية المثارة، وغالباً ما ينشط التضليل الإعلامي في المراحل التاريخية التحولية كآزمة الحروب والانقلابات وتغيير الأنظمة وإعادة صياغة الدول واحتدام التنافس وصراع القوى السياسية والاقتصادية والمجتمعية .. هنا يدخل التضليل الإعلامي كأهم أداة لكسب الصراع وتحقيق المصالح بين القوى المتصارعة والمتنافسة.

فعلى الصعيد السياسي -مثلاً- يقول باولو فريير: "الحكام لا يلجئون إلى التضليل الإعلامي إلا عندما يبدأ الشعب في الظهور -ولو بصورة فجأة- كإرادة اجتماعية في مسار العملية التاريخية، أما قبل ذلك فلا وجود للتضليل -بالمعنى الدقيق للكلمة- بل نجد قمعا شاملاً. إذ لا ضرورة هناك لتضليل المضطهدين عندما يكونون غارقين لآذانهم في بؤس الواقع".

سطوة رأس المال

ولا يقتصر التضليل الإعلامي على المؤسسات الحكومية الرسمية في الدول الديكتاتورية القمعية، بل لرأس المال الخاص دكتاتوريته أيضاً المثيرة للجدل، وفي ذلك يقول الأمريكي (هربرت شيللر) مؤلف كتاب «التلاعب بالعقول»: "إن امتلاك وسائل الإعلام والسيطرة عليها متاح لمن يملكون رأس المال. والنتيجة

أيضا يقول الخبراء: تؤدي اللامبالاة الكاملة التي يتعامل بها الإعلان مع أي حدث سياسي، أو اجتماعي -بإصراره على إقحام نفسه عنوة وبغض النظر عن طبيعة الموضوع- إلى اختزال جميع الظواهر الاجتماعية إلى مجرد حوادث غريبة لا معنى لها.

الباطل زهوق

لكن لا بد أن لا نضح - بشكل هائل ومبالغ - قدرة الإعلام وتأثيره على الوعي الجماهيري، وتصوير إمكاناته بأنها قدرة مطلقة لا يحدها حد ولا يصفها وصف، ذلك لأن الوعي مرتبط دوما بالواقع، والأكاذيب لا جذور لها، لذلك مهما حاول الإعلام التضليل سوف تكشفها النتائج الواقعية والمحصلات العملية .. فالإنجازات الوهمية في الدول الفاشلة سيأتي عليها يوما ليكتشف الجميع أنها إخفاقات، والسجلات الفكرية العقيمة لا بد لها من وقت تنجلي فيه الحقائق، وتبقى المحصلة الواقعية أعلى صوتا من أي بروباغندا إعلامية.

لذلك فالكثير من المحللين لهم تحفظ على اعتبار تحول الصورة المرئية (تلفاز وسينما وإنترنت ومطبوعات أحيانا) إلى سلطة حقيقية من يملكها يصبح السيد الحقيقي، أو كما يقول ريجيس دوبراي: "فإن سيد الصورة هو سيد البلاد".

لأن هذه الأطروحة تلغي عقول مثقفي المجتمع الذين يتمتعون بحصانة فكرية وعقائدية تستعصي على حملات التشويه، كما أن هذه الأطروحة تلغي دور الإعلام البديل على الإنترنت وبالأخص شبكات التواصل الاجتماعي التي يصر تيار جارف من رواده على أن يكون له ذاتيته التي لا تعبأ بمهاترات الإعلاميين المأجورين، فتراها منتقدة تارة ومفندة للشبهات تارة أخرى بل وساخرة أحيانا، وكل هذا يلغي سياسة الصوت الواحد التي تتبناها الكتلة المضللة هنا أو هناك.

وختاما نقول: نعم .. هناك تضليل إعلامي، ولكنه لا ينطلي إلا على السذج وبادي الرأي، وتبقى الثقافة الرصينة والعقيدة السليمة والهوية الصادقة حصون منيعة تتهاوى أمام أسوارها جافل السراب الإعلامي المخرب.