

صناعة الكذب

قراءة نقدية في أدوات خداع الجاهيل وتاريخه

د. سهام محمد



مركز براثا للدراسات والبحوث

Baratha Center for Studies and Research



صِنَاعَةُ الْكَذِبِ - قِرَاءَةُ نَقْدِيَّةٍ فِي أَدَوَاتِ خِدَاعِ الْجَمَاهِيرِ وَتَارِيخِهِ
د. سَهَامُ مُحَمَّد

◆ رقم الطبعة: ◆ تاريخ الطبعة: ◆ مكان الطبعة:
الأولى ٢٠٢٤م - ١٤٤٦هـ بيروت - بغداد

■ الآراء المطروحة لا تعبر عن رأي المركز بالضرورة ■

© جميع الحقوق محفوظة للمركز

مركز براثا للدراسات والبحوث
بيروت - بغداد

Baratha Center for Studies and Research

www.barathacenter.com

barathacenter@gmail.com

سلسلة دراسات أدوات الهيمنة الاستعمارية ٧

صناعة الكذب

قراءة نقدية في أدوات خداع الجاهيل وتاريخه

د. سهام محمد

مركز براءات الدراسات والبحوث
بيروت - بغداد

سلسلة دراسات أدوات الهيمنة الاستعمارية

من أخطر أدوات الهيمنة، الهيمنة على العقول، وأخطر أنواع الهيمنة، الهيمنة الحضارية، كي يترسخ في وعي الأمم المستعمرة أن من حق الرجل الأبيض السيطرة عليها لتفوقه وتقدمه، وأن احتلاله لأرضها جاء بسبب حالة ضعفها الشديد حضارياً وثقافياً ثم عسكرياً وتقنياً، وأنه لا فكاك أمامها إلا بالرضوخ واتباع خطوات المستعمر، لعلها تلحق به يوماً أو تقارب مسيرته. يرتبط مصطلح الهيمنة Hegemony بفكر الاستعمار Colonialism وطروحاته؛ فالاستعمار الغربي كان في أقل توصيف له هيمنة على الشعوب الضعيفة، والتحكم في مقدراتها، ونهب ثرواتها، والسعي للسيطرة المطلقة على مصائرها، وأيضاً محو هويتها، والتحكم في ثقافتها، فمن النزعة المسيحية إلى النزعة القومية، ومن مركزية الغرب إلى النزعة المادية الليبرالية ومحورية الإنسان إلى ما بعد الحداثة وسيولة القيم والمعنى! جميعها منظومات استعمار حديث بهدف واحد وأتواب مختلفة.

وكما كانت مسوغات الاستعمار عدداً من الشعارات الأساسية تظهر في قيم ومبادئ عادة مثل: الحفاظ على النظام الاجتماعي والاستقرار والتقدم؛ مصحوبة باستدعاء الخطاب الإمبريالي الذي يتم فيه تسويق القيم والافتراضات الفكرية والعقائد والسلوكيات الأوروبية، انتهى الاستعمار إلى عمل ما يسمى (استدماج أيديولوجي) من خلال أدوات الهيمنة مثل: التعليم والإعلام والأدب، والتي تأتي محملة برؤى ظاهرة ومبطنة، لصالح الاستعمار، وتسلسل إلى الوعي العام لدى الشعوب المستعمرة، فلا ترضى بأقل من الاستسلام وتقليد المستعمر، أي استمرار الهيمنة من خلال تبعية الشعوب.

لذلك قررنا في (مركز برائا للدراسات والبحوث) من خلال (سلسلة دراسات أدوات الهيمنة الاستعمارية) أن نسلط الضوء على أدوات الاحتلال الحديث، بهدف فصل تشابكات الاستعمار الفكرية والثقافية في وعي ولا وعي المجتمعات العربية والإسلامية، ومحاكمة الافتراضات الثقافية الأوروبية التي سادت بوصفها المألوف أو الطبيعي أو العالمي، وإعادة النظر إلى معايير النظر في العالم والتاريخ من وجهة نظر المتصرين، من أجل تكوين مجتمع أقل «قابلية للاستعمار».

مقدمة

تقديم إشكالي للمفهوم

في زمن السيولة المعلوماتية والانفجار الإعلامي، لم يعد الكذب ظاهرة فردية أو انحرافاً عن الحقيقة الموضوعية، بل تحول إلى ممارسة ممنهجة ومدروسة، تديرها مؤسسات إعلامية وأمنية واقتصادية وسياسية. هذا التحول يستوجب التفكير في الكذب لا بصفته فعلاً خُلُقياً مرفوضاً فحسب، بل باعتباره أداة استراتيجية لتوجيه الإدراك العام، وإعادة صياغة الواقع خدمة لمصالح الهيمنة. من هذا المنطلق، يكتسب مصطلح «صناعة الكذب» (Fabrication of Lies) طابعاً مفاهيمياً يستحق التأصيل الأكاديمي.

«إن صناعة الكذب» ليست مجرد تزييف للوقائع، بل هي آلية متكاملة لإنتاج سرديات مضللة، تُدمج في السياقات السياسية والثقافية والنفسية، فتخلق عالماً زائفاً يبدو واقعياً، وتُعبئ الجماهير خلف اختيارات غير واعية. لذا، تتجاوز هذه الصناعة التضليل الإعلامي التقليدي، لتصبح نموذجاً جديداً من الهيمنة الناعمة.

إنَّ تأصيل هذا المفهوم لغويًّا يُحيل مصطلح "صناعة" إلى فعل مؤسَّسي ممنهج، يخضع لآليات الإنتاج، والتكرار، والتوزيع، والتسويق. أمَّا مصطلح "الكذب" فلا يُفهم هنا باعتباره حادثة فردية عارضة، بل نظامًا دلاليًّا يتجاوز الزيف إلى التلاعب النبوي بالحقيقة. أمَّا اصطلاحًا فصناعة الكذب، هي عملية منظَّمة، وتشاركيَّة، وممأسَّسة لإنتاج محتوى غير حقيقي، يُصاغ بخطاب مَفنَّع، ويُقدَّم ضمن سياقات استراتيجيَّة بغرض إعادة تكوين إدراك الأفراد والمجتمعات، خدمةً لمشاريع سياسية أو أيديولوجية أو اقتصادية، محلية كانت أم عابرة للقارات.

تطوَّر المفهوم في الفكر السياسي والإعلامي من الكذب السياسي إلى مؤسسات ترعى الأكاذيب وتوجَّهها. فلطالما اعتُبر الكذب جزءًا من ممارسة السياسة؛ حيث تحدَّث (أفلاطون - Plato) عن "الكذبة النبيلة"، و(ميكافيلي - Machiavelli) أقرَّ بشرعيته لحماية الحكم. غير أنَّ القرن العشرين شهد تطوُّرًا نوعيًّا، تمثَّل في استخدام المؤسسات الإعلامية الكبرى كأدوات إنتاج للكذب لا مجرد نقل له. كان (إدوارد بيرنيز - Edward Bernays)، مؤسَّس العلاقات العامة الحديثة، يرى أنَّ "من يسيطر على الرأي العام يسيطر على الأُمَّة"^(١)، و(نُوم تشومسكي - Noam Chomsky) في كتابه "صناعة الإجماع" يوضح كيف تعمل وسائل الإعلام

الكبرى على تكوين إدراك الجماهير ضمن أجندة السلطة لا الحقيقة^(١).
 بدأ التحوُّل من التضليل الإعلامي إلى هندسة الكذب؛ إذ أصبح الكذب يُبنى على قواعد علمية: دراسات اجتماعية، ونماذج نفسية، وتحليل خطابي، وتسويق سياسي. وهو ما يعكس انتقاله من كذبة عابرة إلى نظام هندسيٍّ معرفيٍّ متكامل يُنتج سرديات تخدم القوة. كما أنَّ لصناعة الكذب خصائصَ منهجيةً تتمثل في التخطيط البنيوي؛ إذ لا يتم الكذب عشوائياً، بل يُبنى على استراتيجيات: تحديد الجمهور المستهدف، واختيار اللغة، وتنويع الوسائط، والتحكم بالإيقاع الزمني. مضافاً إلى القصدية السياسية. فصناعة الكذب تهدف إلى تبرير سياسات القمع، أو تشويه الخصوم، أو صناعة الأعداء، أو تسويق الحروب باعتبارها دفاعاً. كذلك من خلال تمويه الزيف؛ إذ لا تُقدَّم الأكاذيب بشكل صريح، بل ممزوجة بأنصاف حقائق، أو مضخمة عبر العواطف، أو معزولة عن سياقاتها. مضافاً إلى كل ذلك، ومن خلال صناعة جمهور متواطئ يجري دفع الجمهور إلى تبني الكذب طوعاً، عبر تقديمه بطريقة تنسجم مع هويته ومخاوفه وقيمه، ما يخلق ما يمكن تسميته بـ "الجمهور الشريك في الكذب".

ظهرت عدد من النماذج المعاصرة لمفهوم صناعة الكذب، ففي العراق مثلاً عام ٢٠٠٣م أُنتج خطابُ أسلحة الدمار الشامل بالتعاون بين مراكز

1 - N. Chomsky & E. Herman, Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media, pp1622-.

فكر، وأجهزة استخبارات، ووسائل إعلام، وخبراء علاقات عامة. لم يكن الأمر تزييفاً فحسب، بل حملة كاملة لإعادة تكوين الإدراك الغربي والعالمى. كما في الحروب الإسرائيلية في الشرق الأوسط (غزة ولبنان)؛ حيث يعتمد الكيان الصهيوني على سرديات "الردّ والدفاع"، وشيطة الرواية الفلسطينية، وإغراق الإعلام الدولي بمعلومات متضاربة، وتأجيل الاعتراف بالفظائع بانتظار خُفوت الزخم.

الفروق في المفاهيم: صناعةُ الكَذِبِ مقابل البروباغندا (Propaganda)

المعايير	علاقة الجمهور	البروباغندا
الهدف	إعادة تكوين الإدراك	التأثير في الرأي العام
الوسائل	إعلام، رموز، شعارات	نظام إنتاج أكاديمي - إعلامي - استخباراتي
المحتوى	مفبرك جذرياً ومنظم	غالباً مبني على الواقع جزئياً
المدى الزمني	طويل الأمد	قصير إلى متوسط
علاقة الجمهور	شريك في التبني والترويج	متلقٍ سلبي

من هذا المنطلق، يندرج مصطلح صناعة الكذب بمعاييرهِ وسياقاتهِ ضمن نظريات الإعلام النقدي، والحروب النفسية، وعلم الاجتماع السياسي، وتوظيفهِ في دراسة: خطاب ما بعد الحقيقة (Post-truth)، وسياسات الهوية والمظلومية، والتلاعب بصور الضحايا والجلادين، مضافاً إلى الحملات الانتخابية المضلّة. وتبدو البروباغندا (Propaganda) إحدى الأدوات الفعّالة لصناعة الكذب، وربما تكون الأكثر حضوراً؛ لأنّها غالباً ما تكون مبنيةً على الواقع جزئياً، ولكن هذا لا يعني أنّها ليست جزءاً من صناعة كاملة هدفها التأثير في الرأي العام.

في عالمنا الحديث، أصبحت المعلومات، ومن ورائها الإعلام، السلاح الأكثر فتكاً وتأثيراً في حياة الأمم والشعوب. فلم يعد الإعلام مجرد ناقل محايد للحقائق والأحداث، بل تحوّل إلى أداة مركزية في تكوين الإدراك الجماعي، وتوجيه السلوكيات، والتحكّم بالرأي العام المحلي والدولي. وفي قلب هذه التحوّلات العميقة، تقف البروباغندا باعتبارها علماً وفناً لصناعة الكذب المدروس، والتلاعب بالحقائق لأغراض سياسية وعسكرية واستراتيجية^(١). يقدم كتاب الفيلسوف الأمريكي (هاري فرانكفورت - Harry Frankfurt) الصادر عام ٢٠٠٥ بعنوان "عن الهُراء" (وهو في الأصل مقال من عام ١٩٨٦) نظريةً عن الهُراء تحدّد المصطلح وتفحص

1 - Harry G. Frankfurt: On Bullshit, p 15.

استخداماته في الاتصال. الهراء، وفقاً لـ (فرانكفورت)، هو الخطاب المستخدم للإقناع دون النظر في الحقائق. يؤمن الكاذب بالحقيقة ويعمل على إخفائها، في حين لا يهتم المزيف بما يقوله ما إذا كان صحيحاً أم لا. يزدهر الهراء في عالم غامض؛ حيث يكون هدفه الأساس هو رد الفعل والاهتمام، على النقيض من الأكاذيب الواضحة التي تشوّء الحقائق عمداً. يعزز هذا النموذج ثقافة الخداع والتلاعب عندما يتسلّل إلى الصحافة، وهي مهنة قائمة تاريخياً على الحقيقة.

في العالم الحديث، أصبحت لعبة ”الطعم الصحفي“ والتضليل أقوى. والوضع المزعج هو أن هذا الأمر انتشر في جميع أنحاء العالم، ولم يعد يقتصر على دولة دون أخرى، في ظلّ انتشار المنصّات الرقمية، والسباق للفوز بين منافسي إيصال الخبر أولاً. هناك فوضى مستمرة في كل مكان. لقد انتهت الصحافة التقليدية تقريباً، ولن تذهب الصحافة المعاصرة إلى أي مكان باستثناء كونها جزءاً من ثقافة الهراء للحصول على هوية فريدة. وفقاً لدراسة أجراها مركز بيو (Pew Research Center) للأبحاث، يعتقد ٦٤٪ من الأمريكيين أن الأخبار المزيفة أربكت الجمهور خلال حملات معينة. إنّ القصص المزيفة التي لها مشاركات إخبارية حقيقية عبر منصات التواصل الاجتماعي، بما في ذلك فيسبوك وX هي المسؤولة عن هذا الارتباك. إن جنوب آسيا، موطن أحد أكبر النظم البيئية الإعلامية وأكثرها تنوعاً، ليست محصّنة أيضاً من التعامل مع ثقافة الهراء. على سبيل

المثال، في عام ٢٠١٨، انتشرت شائعة مكذوبة حول اختطاف الأطفال عبر واتساب، وعلى الرغم من حملات التحذير والتحقق من الأخبار، كان الضرر لا رجعة فيه. إلى جانب ذلك، غالبًا ما تطمس القنوات الإخبارية الهندية الخطوط الفاصلة بين التقارير والدعاية التي تتماشى غالبًا مع الأجندات السياسية. فقد شهدت أعمال شغب في دلهي عام ٢٠٢٠ تغطيةً متحيزة في جميع وسائل الإعلام التي تصور العنف على أنه نتيجة للاحتجاجات المناهضة للحكومة. كما واجهت باكستان كثيرًا من عدم الاستقرار السياسي والفوضى بين عامة الناس بسبب ثقافة الهراء الصاعدة هذه. تعمل وسائل الإعلام بجد لاستهداف الدولة وسيادتها باستخدام ثقافة الهراء هذه. وبغض النظر عن صحة الأخبار، فإن خبرًا واحدًا ينتشر على نطاق واسع، ودون أي تأكيد، يبدأ الناس في الوثوق بالأخبار المزيفة ومشاركتها مع الأشخاص من حولهم^(١).

على الرغم من أن أوروبا اتخذت خطوات كبيرة للتعامل مع المعلومات المضللة، فإن ثقافة الهراء هذه لا تزال تنشر لعناتها في مناطق مختلفة. فعلى سبيل المثال، حصل تلاعب في استفتاء خروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي في المملكة المتحدة في عام ٢٠١٦ من خلال ادعاءات مكذوبة، مثل مبلغ ٣٥٠ مليون جنيه إسترليني على حافلات الحملة. ساعد هذا

1 - Mehmood Nazish: The Global Crisis of Bullshit Culture and Media Manipulation, pp4 -8.

لاحقًا في التأثير في الرأي العام. في جميع أنحاء أوروبا، استخدمت الأحزاب اليمينية المتطرفة الهراء بشكل فعال لنشر كراهية الأجانب. والقائمة لا تتوقف عند هذا الحد.

يمتد تاريخ البروباغندا إلى أقدم الحضارات الإنسانية؛ حيث استخدمتها الإمبراطوريات الشرقية القديمة لترسيخ السلطة، واستعملتها الحضارات الكلاسيكية، كالיוنان وروما لحشد الشعوب وتبرير الحروب. ومع انطلاق عصر الحداثة، شهدت أوروبا تطورًا مذهلاً في أدوات البروباغندا وأساليبها، مما مهد لظهور الإعلام الجماهيري الحديث باعتباره رافعة استراتيجية بيد الدول الكبرى؛ حيث تُستخدم لتوجيه الرأي العام، ودعم السياسات الخارجية، وتعزيز النفوذ الجيوسياسي. وقد تناولت عدد من الدراسات والأبحاث هذا الموضوع من زوايا متعددة. منها: استخدام الإعلام باعتباره أداة للسلطة الناعمة وتعزيز السيادة؛ حيث يشير الباحث (كامبر وارن - Camber Warren) في مقاله المنشور في دورية International Organization إلى أن تقنيات الاتصال الشعبية تُعزز من قدرة الدولة على نشر رسائلها السياسية على نطاق واسع، مما يسهم في تقوية شرعيتها وتقليل احتمالات اندلاع العنف الداخلي.

يُظهر التحليل، أن الأنظمة الإعلامية المتطورة تُقلل من احتمالية العنف المدني واسع النطاق، مما يُبرز أهمية القدرات غير المادية للدولة في

قمع النزاعات المسلحة الداخلية.^(١) ومما يسهم أيضاً في ظهور الإعلام الشعبي باعتباره رافعة استراتيجية هو اعتماد السيطرة الإعلامية بوصفها أداة للهيمنة السياسية؛ حيث تُبرز دراسة منشورة في Journal of Political Sciences & Public Affairs كيف تستخدم الدول وسائل الإعلام للسيطرة على الخطاب العام وتوجيهه بما يخدم مصالحها. يشير الباحث (مُعد الدراسة) إلى أن الدولة تعتمد على وسائل الإعلام باعتبارها أداة للتحكم في المعلومات وتوجيه الرأي العام، مما يُسهم في تعزيز سلطتها وتقليل تأثير المعارضة.^(٢)

أمّا بخصوص دور الإعلام في سياق الحروب والصراعات، فقد تناول الباحث (ميرت ماتسوموتو - Mert Matsumoto) في دراسته على موقع Academia.edu كيفية استخدام الإعلام بصفته أداة للأمن القومي خلال الحروب؛ حيث أشار إلى أن وسائل الإعلام تُستخدم لتوجيه الرأي العام، وتبرير السياسات الحربية، وتقويض معنويات العدو من خلال حملات إعلامية موجهة. كما أشار إلى دور الإعلام في الحروب السيبرانية؛ حيث تُستخدم المنصات الرقمية لنشر المعلومات المضللة وتحقيق أهداف استراتيجية.

1 - T. Camber Warren: Not by the Sword Alone: Soft Power, Mass Media, and the Production of State Sovereignty, pp19 -22.

2 - Mounir Sanhaji: The Subject and the State's Media Control, pp3 -4.

وفي مقال نشرته دورية PS: Political Science & Politics، ناقش (بنيامين آي بيج - Benjamin I. Page) دور وسائل الإعلام بوصفها جهات فاعلة سياسية مستقلة؛ حيث يشير (Benjamin) إلى أن وسائل الإعلام لا تقتصر على نقل المعلومات فقط، بل تُسهم في تكوين الأجندة السياسية وتوجيه النقاش العام، مما يُبرز دورها باعتبارها قوة سياسية مؤثرة^(١).

تُظهر الدراسات، أن وسائل الإعلام الجماهيري تُستخدم باعتبارها أداة استراتيجية من قبل الدول الكبرى لتحقيق أهدافها السياسية، سواء من خلال تعزيز السلطة الناعمة، والسيطرة على الخطاب العام، أو التأثير في السياسات الخارجية؛ حيث يُبرز هذا الدور أهمية فهم العلاقة بين الإعلام والسياسة في السياق الدولي المعاصر.

غير أن التحول الأكثر خطورة وقع في القرن العشرين، مع ولادة صناعة الكذب المؤسسية في الولايات المتحدة الأمريكية؛ حيث طُبّق أسلوب التلاعب بالرأي العام بشكل منهجي عبر بحوث علمية دقيقة؛ حيث جرى الاستعانة بعلم النفس، والأنثروبولوجيا، والسينما، والإعلانات، لصياغة خطاب إعلامي موجه قادر على صناعة الرأي وتوجيه السلوك الجماعي. وتجلّى هذا التطور بوضوح خلال الحروب الحديثة؛ حيث أصبحت إدارة المعلومات جزءاً لا يتجزأ من إدارة العمليات العسكرية.

1 - Benjamin I. Page: The Mass Media as Political Actors, pp19- 23.

تُشير عبارة "صناعة الكذب المؤسسية" إلى منظومة متكاملة تُشارك فيها مؤسسات الدولة، والإعلام، ومراكز الأبحاث، وشركات الضغط السياسي (اللوبيات)، من أجل إنتاج روايات موجهة للرأي العام وترويجها، تخدم مصالح النخب السياسية والاقتصادية. هذه الصناعة لا تقتصر على التضييل الإعلامي فحسب، بل تشمل أيضاً: تواطؤ المؤسسات الرسمية في تضييل الرأي العام، فالولايات المتحدة، بوصفها قوة عظمى، استخدمت التضييل المؤسسي مرات عدة لتبرير تدخلاتها العسكرية، مثل: حرب فيتنام؛ حيث جرى الترويج لأكذوبة «حادثة خليج تونكين» عام ١٩٦٤ لتبرير التصعيد العسكري. كذلك عند غزو العراق عام ٢٠٠٣؛ حيث استخدمت إدارة (بوش - Bush) الابن روايات "أسلحة الدمار الشامل" رغم غياب الأدلة، وجرى تسويقها من خلال الـ CIA ووسائل إعلامية بارزة مثل The New York Times^(١).. فأصبح الإعلام في الولايات المتحدة ذراعاً تنفيذية لصناعة الكذب، فوسائل الإعلام الكبرى في الولايات المتحدة - مثل CNN، Fox News، MSNBC - تمارس أدواراً تتجاوز التغطية إلى الترويج السري لما تريده المؤسسات السياسية: كالترويج للحروب عبر "الخبر العاجل" والتكرار. أو إخفاء أو تحوير الحقائق بما يتناسب

1 - S. Rampton & J. Stauber: Weapons of Mass Deception: The Uses of Propaganda in Bush's War on Iraq, pp14 - 15.

مع المصالح الاستراتيجية الأمريكية^(١). تؤدي اللوبيات ومراكز التفكير أيضاً دوراً باعتبارها أدوات ضغط وتضليل، فمراكز الأبحاث مثل (Think Tanks)، و(The Heritage Foundation) و (AEI) تشارك في إنتاج سرديات سياسية واقتصادية تخدم شركات السلاح أو الطاقة أو اللوبي الصهيوني، وتُضخ هذه السرديات عبر الإعلام.^(٢)

في العقود الأخيرة، انتقلت "صناعة الكذب" في الولايات المتحدة إلى الفضاء الرقمي: أي التضليل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتصنيع إجماع وهمي عن قرارات سياسية، وحملات تلاعب بالانتخابات أو الحروب الثقافية^(٣).

إنّ "صناعة الكذب المؤسسية" في الولايات المتحدة ليست انحرافاً طارئاً، بل ممارسة بنوية قائمة على تحالف بين السلطة السياسية، الاقتصاد الكبير، الإعلام، واللوبيات. هذه الصناعة تُخلّق داخل المؤسسات وتُسوّق للرأي العام باعتبارها "حقائق"، لتبرير الحروب، والسياسات الاقتصادية

1 - N. Chomsky & E. Herman: Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media, p 22.

2 - G. W. Domhoff: Who Rules America? The Triumph of the Corporate Rich, pp22-23.

3 - W. L. Bennett & S. Livingston: The Disinformation Order: Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions, pp 14- 18.

النيلويرالية، والدعم غير المشروط لحلفاء واشنطن الاستراتيجيين. بمقابل ذلك، للكيان الإسرائيلي أيضاً دورٌ بارز في استلهاهم هذه الأساليب وتطويرها في إطار حروبه مع العرب، خاصة في قطاع غزة ولبنان؛ حيث استخدم أدوات التضليل والكذب الإعلامي لصياغة صورة معينة للنزاعات تخدم أهدافه الاستراتيجية. فلقد استخدم الكيان الصهيوني أدوات التضليل والكذب الإعلامي بشكل ممنهج لصياغة صورة النزاعات بما يخدم أهدافه الاستراتيجية، وذلك عبر منظومة متكاملة تجمع بين الإعلام المحلي والدولي، والدبلوماسية الرقمية، واللوبيات النافذة. وقد أسهم (فينكلشتاين - Finkelstein) في تفكيك هذه الأساطير والمقولات الشائعة التي صنعتها الرواية الصهيونية الرسمية عن الصراع الفلسطيني-الإسرائيلي، وقارن بين «الصورة المصنّعة» و«الواقع التاريخي والسياسي»^(١).

انطلاقاً من هذه الخلفية، يهدف هذا البحث إلى دراسة تطور البروباغندا وصناعة الكذب عبر مراحل تاريخية مختلفة، وصولاً إلى توظيفها في الحروب المعاصرة، مع تطبيقات عملية على تغطية الإعلام العالمي للحروب الإسرائيلية الأخيرة على غزة ولبنان. كما يناقش البحث، كيفية بناء الإجماع الزائف عبر أدوات السيطرة الإدراكية، ويحلل دور الإعلام

1 - Norman Finkelstein: Image and Reality of the Israel-Palestine Conflict, p88.

الغربي والعربي في التعامل مع هذه الهندسة الإعلامية. في عالم اليوم، أصبح الإعلام إحدى أقوى أدوات الاتصال والتواصل في تكوين الرأي العام وإدارة الحروب الإعلامية في سياق الحروب التقليدية وغير التقليدية. لا تقتصر صناعة الكذب على نشر المعلومات المغلوطة، بل تشمل التحريف وإعادة تكوين الواقع؛ بحيث يُستخدم الإعلام باعتبارها أداة لتوجيه الأحداث لصالح قوى معينة. في هذا البحث، ستجري دراسة تطور صناعة الكذب والبروباغندا عبر تاريخ الحروب، مع التركيز على دور الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية باعتبارها واحدة من القوى الكبرى في هذا المجال. كما سيُسلط الضوء على الآليات الحديثة لصناعة الكذب في الحروب المعاصرة، خاصة فيما يتعلق بالأحداث الأخيرة في غزة ولبنان، وما يرتبط بها من روايات إعلامية متضاربة وأدوات دعائية تستخدمها القوى المختلفة.

منذ نشوء الحضارات الإنسانية الأولى، سعت السلطات السياسية والدينية إلى توجيه الرأي العام، وتكوين الإدراك الجمعي لتحقيق أهدافها الاستراتيجية. وقد اتخذت هذه المساعي أشكالاً متعددة، بدءاً من الرموز الدينية، مروراً بالملاحم البطولية، وصولاً إلى الأدوات الإعلامية الحديثة التي أصبحت تشكل جبهة متكاملة في الحروب النفسية والمعلوماتية. في هذا السياق، لا يمكن فهم التاريخ السياسي والاجتماعي بمعزل عن دراسة البروباغندا باعتبارها أداة لصناعة الكذب وإعادة تكوين المعلومات

وفقاً لمصالح النخب الحاكمة. وقد أدى التطور التكنولوجي المتسارع في القرنين الأخيرين إلى تغيير جوهري في طبيعة ممارسة البروباغندا؛ حيث أصبحت صناعة الكذب علماً دقيقاً قائماً على علم النفس، والاجتماع، والأنثروبولوجيا، والاتصال الجماهيري، وهو ما مهد لظهور «هندسة الإدراك» بوصفه حقلاً معرفياً متكاملاً وظيفته الأساس السيطرة على العقول قبل السيطرة على الأجساد^(١). يؤكد (بيرنيز - Bernese) أن البروباغندا ليست مجرد أداة سياسية أو حربية، بل هي ضرورة لإدارة المجتمعات الديمقراطية الحديثة. فالجماهير، حسب رأيه، ليست عقلانية بشكل كامل، وهي بحاجة إلى التوجيه من قبل "الخبراء" وصنّاع الرأي. يقول (بيرنيز) في مقدمة كتابه: "التلاعب الواعي والمنظم بعادات وآراء الجماهير هو عنصر مهم في المجتمع الديمقراطي." ويقول الكاتب: "نحن الذين نحرك خيوط السيطرة على الرأي العام، ونشكل عقول الجماهير، ونوجّه أفكارهم، ونقود سلوكهم".

إنّ فكرة «هندسة الإدراك» تعني السيطرة على العقول قبل السيطرة على الأجساد، وتُعبّر عن تحوّل نوعي في أساليب الهيمنة والسيطرة؛ حيث لم تعد القوة الصلبة (مثل الاحتلال العسكري أو القمع المباشر) هي الأداة الرئيسة، بل أصبحت السيطرة على الإدراك، أي تكوين الطريقة التي يرى

بها الأفراد العالم، هي المدخل الأهم لإخضاع المجتمعات وتوجيهها. سنبداً بتعريف البروباغندا، ثم نستعرض تطور صناعة الكذب عبر تاريخ الإعلام، مع الإشارة إلى الدور الأمريكي في تكوين الإعلام باعتبارها أداة لتحقيق الأهداف السياسية. وفي النهاية، سنجري دراسة عن دور الإعلام في الحروب الحديثة، مع التركيز على غزة ولبنان لتوضيح كيفية توظيف الإعلام في الحروب المعاصرة.

تعد البروباغندا واحدة من أقدم الوسائل التي استخدمتها السلطات لإدارة الوعي الجمعي وتكوين تصورات الأفراد والجماعات عن السلطة، الشرعية، والعدو. لقد تطورت هذه الظاهرة مع تطور المجتمعات البشرية، من البروباغندا الدينية في الحضارات الشرقية القديمة، إلى الأساليب الخطابية المتطورة في الحضارات الكلاسيكية، وصولاً إلى تقنيات التلاعب الإعلامي الحديثة التي أصبحت أحد أعمدة النظام العالمي الراهن.

إن فهم صناعة الكذب باعتباره عملية منظمة يتطلب تحليل المسار التاريخي لتطور البروباغندا، والوقوف على آلياتها، وأهدافها، والفاعلين الرئيسيين في توجيهها. كما أن أهمية هذا الموضوع تتعاضد في ظل التحولات التكنولوجية التي جعلت من السيطرة على المعلومات أداة قادرة على إسقاط أنظمة أو خلق شرعيات جديدة من لا شيء.

تقوم فرضية هذا البحث على أن صناعة الكذب لم تعد مجرد انحرافٍ

خُلقي أو ظاهرة عابرة، بل أصبحت منظومة معرفية وعملية مستقرة، تمارس عبر قنوات إعلامية، وأكاديمية، ودبلوماسية، وأمنية، تهدف إلى صناعة «واقع بديل» يحكمه من يمتلك أدوات التأثير في الرأي العام. ولغرض التحقق من هذه الفرضية، سنعتمد المنهج التحليلي-التاريخي، مع الاستعانة بعدد من دراسات الحالة المقارنة عبر الحقب الزمنية المختلفة.

يهدف البحث إلى تحقيق الآتي:

- تتبّع تطور صناعة الكذب منذ الحضارات الشرقية القديمة حتى النظام العالمي المعاصر.
- تحليل الأدوات التي استخدمتها السلطات الدينية والسياسية لصناعة الروايات الرسمية.
- دراسة حالة تطور البروباغندا الأمريكية باعتبارها النموذج الأكثر اكتمالاً لصناعة الإجماع الحديث.
- استكشاف العلاقة بين صناعة الكذب ونشأة المؤسسات الإعلامية والعلمية الحديثة.

لتحقيق هذه الأهداف، قسّمنا البحث إلى قسمين رئيسيين: مدخل نظري عن نشأة البروباغندا وتطورها في الحضارات القديمة، ثم دراسة تحليلية لتطور البروباغندا الأمريكية منذ حرب الاستقلال حتى مرحلة صناعة الإجماع العالمي في القرن العشرين.

إشكالية البحث:

كيف تطورت صناعة الكذب والبروباغندا عبر التاريخ وصولاً إلى شكلها المعاصر الذي نشهده في الحروب الحديثة؟ وما الآليات التي تعتمد عليها البروباغندا الحديثة في تكوين الإدراك العام، خصوصاً في سياق النزاعات المعاصرة، مثل الحروب الإسرائيلية على غزة ولبنان؟

ويتفرع عن هذا السؤال الرئيس تساؤلات فرعية عدة:

كيف مارست الحضارات القديمة أشكالاً بدائية من البروباغندا؟
ما دور الإعلام الحديث في توجيه الرأي العام الأمريكي والأوروبي؟
كيف تكونت صناعة الكذب المؤسسية عبر منظمات مثل مجلس العلاقات الخارجية؟

ما التقنيات التي تعتمد عليها إسرائيل في حروبها النفسية ضد الشعوب العربية؟
ما دور الإعلام الغربي والعربي في كشف هذه الممارسات أو تبريرها؟
أهمية البحث:

تبرز أهمية هذا البحث في كونه يقدم قراءة تحليلية شاملة لمسار تطور صناعة الكذب عبر العصور المختلفة، مع تطبيقات عملية عن قضايا حديثة تمثل ذروة استخدام البروباغندا الإعلامية، كما هو الحال في الحروب الأخيرة في الشرق الأوسط، وتحديداً على غزة ولبنان.

كما يكشف البحث عن التقنيات النفسية والاجتماعية الدقيقة التي تستخدم لتضليل الرأي العام، مما يساعد الباحثين، وصُنَّاع القرار،

والمهتمين بالإعلام السياسي على بناء أدوات نقدية لتحليل الخطابات الإعلامية المعاصرة.

فرضيات البحث:

١. إن البروباغندا تطورت من أدوات بسيطة إلى علم معقد لإدارة الإدراك الجماهيري.
٢. إن الإعلام الغربي الحديث يمارس دوراً محورياً في دعم روايات القوى الكبرى عبر صناعة الإجماع الكاذب.
٣. إن الإعلام العربي، رغم تقدّمه، لا يزال عاجزاً عن مجاراة هندسة الكذب الإعلامي المنظم عالمياً.
٤. إن الحروب الإسرائيلية الحديثة تشكل نموذجاً مثالياً لدراسة توظيف البروباغندا والتضليل الإعلامي.

منهجية البحث:

- يعتمد البحث على منهجية تحليلية تاريخية مقارنة، تستند إلى:
- المنهج التاريخي التحليلي: لتتبع تطور الظاهرة عبر العصور.
 - المنهج النقدي: لتحليل نماذج محددة من الحملات الإعلامية.
 - المنهج المقارن: للمقارنة بين الممارسات الإعلامية عبر الأزمنة والأمكنة.

دراسات الحالة (Case Studies): لتحليل الحملات الإعلامية خلال الحروب على غزة ولبنان.

حدود البحث:

يركز البحث على المراحل التاريخية والأحداث السياسية والإعلامية الأكثر تأثيراً، دون الدخول في تفاصيل مفرطة لكل تجربة أو نموذج محلي، وذلك لضمان الإبقاء على التحليل ضمن الإطار الأكاديمي العام.

الفصل الأول:

مدخل نظري

سنبيّن في هذا الفصل التطور الذي شهده العالم في مسألة صناعة الكذب والبروباغندا؛ حيث سيجري البحث عن تعريف المصطلح وتاريخ ظهوره، ومن ثم الانتقال إلى بيان تطور البروباغندا في الحضارات الشرقية، ثم في حضارات اليونان وروما. وفي الختام سنسلط الضوء على البروباغندا الأوروبية في إيطاليا وفرنسا وبريطانيا.

◀ المبحث الأول:

تمهيد عام: تعريف مصطلح البروباغندا وتاريخ ظهوره

يُعرّف مصطلح «البروباغندا» (Propaganda) أنه مجموعة من الوسائل والخطابات والأنشطة التي تهدف إلى التأثير المنهجي في عقول الأفراد أو الجماعات، من أجل توجيه آرائهم ومواقفهم وسلوكياتهم نحو غايات محددة مسبقاً، غالباً بما يخدم مصالح سياسية أو أيديولوجية. ولا تعتمد البروباغندا فقط على نقل المعلومات، بل تتعمّد اختيار المعلومات

وتحريفها أحياناً لخلق صورة ذهنية معينة أو لإخفاء أجزاء من الحقيقة أو تضخيم جزء آخر منها. وبعبارة أخرى، تُعد البروباغندا أداة لصناعة الواقع الرمزي الذي قد لا يتطابق بالضرورة مع الواقع الموضوعي^(١).

ظهر مصطلح "البروباغندا" لأول مرة بمعناه المعاصر خلال القرن السابع عشر في السياق الكاثوليكي، عندما أسَّس البابا غريغوريوس الخامس عشر سنة ١٦٢٢ هيئة رسمية في الفاتيكان باسم «مَجْمَع نشر الإيمان» (Congregatio de Propaganda Fide)، وكان الهدف منها آنذاك نشر الكاثوليكية ومواجهة حركة الإصلاح البروتستانتي في أوروبا^(٢). في هذا السياق، كانت البروباغندا مرتبطة بالدين والدعوة، ولم تحمل بعدُ الدلالات السلبية المرتبطة بها اليوم.

مع تطور التاريخ السياسي والاجتماعي، خصوصاً خلال القرن التاسع عشر، اتسع استخدام المصطلح ليتعدَّى السياق الديني إلى السياق السياسي. خلال الحرب العالمية الأولى (١٩١٤-١٩١٨)، بلغت البروباغندا مرحلةً جديدة من النضج والاحتراف؛ إذ قامت الدول الكبرى بإنشاء مكاتب متخصصة بالبروباغندا هدفها تعبئة الشعوب معنوياً ودفعها

1 - P. M. Taylor: Munitions of the Mind: A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Era, pp125- 129.

2 - P. M. Taylor: Munitions of the Mind: A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Era, p14.

لدعم المجهود الحربي، وكذلك تشويه صورة العدو. لقد أصبح من الواضح آنذاك، أن السيطرة على المعلومات وتوجيهها بات سلاحاً مهماً لا يقل خطورة عن المدافع والبنادق.

يرى العالم الأمريكي (هارولد لاسويل - Harold Laswell)، أحد أوائل المنظرين للبروباغندا الحديثة، أن البروباغندا هي «التقنية الواعية في التلاعب بالرموز، بهدف التأثير في الاتجاهات الجماهيرية»، مؤكداً أن فهم البروباغندا يتطلب فهم السياق الاجتماعي والسياسي الذي تنشط فيه^(١). وهكذا، بدأ التمييز يظهر بين البروباغندا «الإيجابية» المرتبطة بنشر أفكار محمودة كال دعوة للسلام أو الصحة العامة، والبروباغندا «السلبية» المرتبطة بالخدايع والتحريض والكراهية.

في القرن العشرين، وخصوصاً في ظل الأنظمة السلطوية مثل النظامين النازي والفاشي، أصبحت البروباغندا مرادفة لكل أشكال التلاعب الجماعي المنظم. قام (جوزيف غوبلز - Joseph Goebbels)، وزير الدعاية النازية، بتطوير نظريات وتقنيات مدروسة للدعاية تعتمد على الكذب المنهجي وإعادة تكرار الرسائل الدعائية حتى تتحول الأكاذيب إلى حقائق مقبولة لدى الجمهور^(٢). من هنا ترسخت السمعة السيئة للبروباغندا باعتبارها

1 - H. D. Lasswell: Propaganda Technique in the World War, pp 22- 28.

2 - J. Herf: The Jewish Enemy: Nazi Propaganda During World War II and the Holocaust, p35.

مصطلحاً يرتبط بالتحايل، والتضليل، وغسيل الأدمغة. تتجلى البروباغندا اليوم في أشكال متعددة، بدءاً من الحملات السياسية، ومروراً بالدعاية التجارية، وصولاً إلى استخدام التكنولوجيا الرقمية والمنصات الاجتماعية. تطورت أدوات البروباغندا بفضل الثورة التكنولوجية، وأصبحت أكثر تعقيداً وخفاءً، لدرجة أنها أحياناً تظهر على شكل معلومات موثوقة أو تحليل موضوعي، فيما هي في الواقع تخدم مصالح خفية^(١). إن تتبع تاريخ مصطلح "البروباغندا" يكشف، أن الفارق الأساس بين الإعلام الحر والبروباغندا يكمن في النية، فالإعلام يهدف نظرياً إلى نقل المعلومات بدقة وموضوعية، فيما البروباغندا تهدف إلى التأثير الهادف والتحكم في الرأي العام لأغراض محددة. كما أن البروباغندا تركز على اختزال التعقيد، وخلق عدو واضح، وتقديم رواية بسيطة للأحداث، وهو ما يجعلها قادرة على التأثير الواسع، خاصة في أوقات الأزمات والصراعات^(٢). رغم التشابه الظاهري بين عمليتي نقل المعلومات في الإعلام والبروباغندا، فإن الفوارق الجوهرية بينهما تتعلق أساساً بالنية، والمنهج، والنتيجة المرجوة. فالإعلام الحر يقوم - في أصوله النظرية - على مبادئ الشفافية، الموضوعية، التعددية، والتوازن في تقديم الأخبار. فيما تقوم البروباغندا على التلاعب المنهجي بالرسائل والمضامين بهدف التأثير

1 - J. Ellul: Propaganda: The Formation of Men's Attitudes, pp9- 10.

2 - G. S. Jowett, & V. O'Donnell: Propaganda and Persuasion, p25.

الفصل الأول - المبحث الأول ٣١

المسبق في وعي الجمهور وتوجيهه نحو تبني مواقف أو اتخاذ سلوكيات معينة تخدم مصالح محددة. كما يسعى الإعلام الحر لتوفير معلومة دقيقة مع إبراز وجهات نظر متعددة تمكّن المتلقي من اتخاذ قراراته الخاصة بناءً على تقييم عقلائي مستقل. أما البروباغندا فتلجأ إلى اختزال التعقيد، وتقديم سرديات جاهزة تبسيطية، تعتمد على شحن العاطفة أكثر من تحفيز التفكير النقدي، وغالباً ما تُقسّم العالم إلى «خير مطلق» و«شر مطلق»، دون فسحات رمادية بينهما.

من الناحية العملية، يتبدّى الفرق بين الإعلام الحر والبروباغندا بوضوح خلال الأزمات والحروب. على سبيل المثال، أثناء الغزو الأمريكي للعراق عام ٢٠٠٣، تبنت عدد من وسائل الإعلام الأمريكية الكبرى، مثل «فوكس نيوز» و«سي إن إن»، خطاباً عن ضرورة التدخل لإزالة «أسلحة الدمار الشامل» لدى العراق، وهو ادعاء ثبت لاحقاً عدم صحته. اعتمدت الإدارة الأمريكية في حينه على حملات دعائية مكثفة أُطلق عليها «Selling the War» (تسويق الحرب)، ما يعكس تحولاً خطيراً للإعلام من ناقل مستقل للمعلومات إلى أداة تعبئة سياسية.^(١) بالمثل، في العدوان الإسرائيلي الأخير على قطاع غزة، لاحظ الباحثون كيف قامت وسائل إعلام غربية كبرى بتقديم الرواية الإسرائيلية بطريقة مكررة وموجهة؛ إذ استُخدمت

1 - S. Rampton, & J. Stauber: Weapons of Mass Deception: The Uses of Propaganda in Bush's War on Iraq, pp19 -25.

مصطلحات مثل «حق إسرائيل في الدفاع عن نفسها» فيما جرى تجاهل الحديث عن الاحتلال والحصار بوصفهما أسباب جذور النزاع^(١). إن الانتقائية في تغطية الأحداث، وإخفاء السياق الكامل، أو التركيز على مشاهد معينة دون أخرى، كلها استراتيجيات بروباغندا حديثة تستر وراء قناع الإعلام «الحر».

يشير الباحث الفرنسي (جاك إلول - Jacques Ellul) إلى أن البروباغندا الحديثة تتميز بكونها «غير ملحوظة»؛ إذ تندمج مع الحياة اليومية وتخترق الوعي دون أن يشعر المتلقي، عبر الإعلام الجماهيري، والتعليم، والإعلانات التجارية، وحتى الفنون. هذا يجعل من كشف البروباغندا مهمةً معقدة للغاية، تتطلب ثقافة إعلامية نقدية عالية وقدرة على تفكيك الرسائل الإعلامية وتحليل مضامينها الخفية.

يقول (جاك إلول): «البروباغندا الحديثة لا تكتفي بالكذب بل تعيد تكوين الواقع ذاته».^(٢) درس الكاتب (وهو أحد المفكرين الذين درسوا البروباغندا من منظور فلسفي واجتماعي)، وقد ميّز في دراساته بين البروباغندا التقليدية والبروباغندا الحديثة، فالبروباغندا التقليدية كانت تركز على الترويج لأكاذيب أو أنصاف حقائق بشكل فجٍّ ومباشر. أما البروباغندا الحديثة، فقد أصبحت أكثر دهاءً وخطورة: فهي لا تزيّف

1 - N. G. Finkelstein: Image and Reality of the Israel-Palestine Conflict, p20.

2 - Ellul Jacques: Propaganda: The Formation of Men's Attitudes, p. 12.

الحقيقة فقط، بل تعيد بناء الواقع الاجتماعي والنفسي الذي يعيش فيه الإنسان. بمعنى آخر، هي لا «تضيف» الكذب إلى الواقع، بل تصنع واقعاً جديداً يكون أكثر قبولاً للعقل الجمعي.

وفي معنى إعادة تكوين الواقع تطرّق إلى تغيير الإدراك الجمعي، أي تغيير الطريقة التي يدرك بها الناس الواقع. لا تقول ببساطة «حدث كذا»، بل تدخل الناس إلى عالم مصنوع؛ بحيث يصبح من الصعب عليهم التفريق بين الحقيقة والخيال. مثلاً في الحروب الحديثة (مثل العراق ٢٠٠٣ أو غرة ٢٠٢١)، لا يجري التلاعب بالحقائق فحسب، بل تُخلق قصص كاملة (مثل «أسلحة الدمار الشامل» أو «الدفاع عن النفس»)، تُقدّم على أنها الواقع الفعلي. وفي بناء السرديات الكلية، تخلق البروباغندا سردية شاملة تحيط بالإنسان من كل اتجاه: الإعلام، والتعليم، والثقافة الشعبية، والخطاب السياسي. هذه القنوات كلّها تتكامل في بناء تصوّر معين للعالم يصبح من المستحيل تقريباً على المواطن العادي أن يشكك فيه. ومثال على ذلك تصوير الفلسطينيين بصفاتهم «معتدين» لا «ضحايا» عبر سرديات متماسكة في الإعلام الغربي. كما تطرق لما يتعلق بالإشباع النفسي؛ حيث تُشبع البروباغندا الحديثة الحاجات العاطفية والنفسية للجماهير، مثل الحاجة للأمان، والحاجة للانتماء، والحاجة للوضوح الخُلقي. وبذلك، تُغرس «الحقائق» الجديدة في لا وعي الأفراد بشكل يجعل مقاومتها أمراً نفسياً صعباً للغاية.

ومع الزمن، أدّت البروباغندا الحديثة إلى تآكل المفهوم نفسه للحقيقة؛ بحيث يصبح الواقع متعددًا ومتشظيًا وفقًا لمنظومة الخطاب المسيطر. ومثال على ذلك في الحروب السيبرانية الحديثة؛ حيث تُغرق وسائلُ التواصل الجماهيرَ بأخبار متناقضة، مما يؤدي إلى ارتباك عام يجعل الناس ينسحبون من محاولة البحث عن الحقيقة أصلاً. من هذا المنطلق، يؤكد (إلّول) على أن البروباغندا الحديثة ليست مجرد سلاح إعلامي، بل هي قوة بنيوية تعيد تكوين العالم السياسي والاجتماعي والثقافي. إنها ليست مجرد خطاب موجه؛ بل نظام حياة كامل، وهي تتسلل إلى اللا وعي الجمعي؛ بحيث يتحول الناس أنفسهم إلى «وكلاء دعاية» دون وعي منهم.

في تغطية الحروب على غزة، لا يجري إخفاء الجرائم فحسب، بل يُعاد تكوين السردية، كالقول بأنّ «إسرائيل تدافع عن نفسها»، «تستخدم حماس المدنيين دروعاً بشرية».. إلخ، وعليه، عندما يرى المشاهد الغربي مشهد دمار هائل في غزة، لا يراه باعتباره جريمة، بل «ضرورة دفاعية». هذا بالضبط ما يعنيه (إلّول) بالقول «إن الواقع البديل جرى بناؤه عبر البروباغندا، ولم يعد مجرد تلاعب بالحقائق».

يضيف (إدوارد بيرنيز): «إن السيطرة على الرأي العام هي ركيزة الديمقراطية الحديثة»،^(١) فبرأيه، أصبحت الديمقراطيات الحديثة معقدة

إلى درجة أن "الإدارة الواعية للرأي العام" ضرورية لاستقرار النظام الاجتماعي والسياسي. لماذا اعتبرت هذه الفكرة ثورية؟ لأنّ التصوّر الكلاسيكي درج على اعتبار الديمقراطية تفترض أنّ الناس أحرار في آرائهم، لكن (بيرنيز) يقول العكس، فالواقع أنّ الرأي العام يجب أن يجري توجيهه وصناعته بواسطة نخب مثقفة تعرف «ما هو الأفضل للجماهير». فهو يعتقد أنّ الديمقراطية ليست ممكنة إلا إذا جرى «تنظيم» الرأي العام عبر وسائل إعلامية ذكية. ودون التوجيه، قد يؤدي تدفق المعلومات إلى الفوضى والارتباك الجماعي. بمعنى آخر، لا تعني حرية الإعلام حرية الحقيقة، بل تعني «حرية النخب في تكوين الإدراك الجماعي».

في العمق، إنّ الديمقراطية الحديثة عند (بيرنيز) هي شكل من أشكال «إدارة الإدراك»؛ حيث يظن المواطنون أنهم يقررون بحرية، بينما هم يتصرفون ضمن خيارات صيغت لهم سلفاً. وهذا يعني أنّ تصرفاتهم محكومة بتقنيات تتمثل في التلاعب بالرموز العاطفية (مثل الحرية، الأمن، الوطن)، وفي استخدام الإعلانات، والأفلام، والصحافة، بوصفها وسائل لغرس القيم والمواقف، وأيضاً في صياغة الأحداث السياسية بطريقة تجعل الجماهير تدعم السياسات دون وعي. ومثال على ذلك، خلال الحرب العالمية الأولى، استخدم (بيرنيز) حملات إعلامية لإقناع الأمريكيين بالمشاركة في الحرب، عبر ربطها بالدفاع عن «الديمقراطية والحضارة». كما في حروب الشرق الأوسط؛ حيث جرى تصوير التدخلات العسكرية

الغربية باعتبارها «دفاعاً عن حقوق الإنسان»، مع أن الأهداف غالباً كانت جيواستراتيجية. أو خلال حملات الانتخابات باستخدام الإعلانات السياسية، وتلاعب وسائل التواصل بغرض خلق صورة معينة للمرشح (مثال: حملات أوباما وترامب). أو في قضية فلسطين بإعادة تكوين صورة الاحتلال الإسرائيلي باعتباره «دفاعاً عن النفس»، عبر هندسة إعلامية موجهة.

تؤكد مقولة (بيرنيز)، أن حرية الرأي العام ليست واقعاً حقيقياً في الأنظمة الليبرالية الحديثة، بل إنّ «إدارة الرأي» أصبحت نوعاً من «الحكومة غير المرئية»؛ حيث تُمارس السيطرة دون لجوء إلى القمع المباشر. هكذا تتحول الديمقراطية إلى نظام توافقي ظاهري قائم على توجيه العقول بدلاً من القهر البدني.

يمكن القول، إن معيار التمييز الأساس بين الإعلام الحر والبروباغندا هو طرح السؤال الآتي، هل تُترك للمتلقي حرية الاستنتاج؟ أو يجري توجيه المتلقي نحو استنتاج محدد سلفاً؟ هذا السؤال يمثل حجر الزاوية لكل تحليل علمي نقدي للمواد الإعلامية في العصر الحديث.

مع التحولات الكبرى التي طرأت على وسائل الاتصال، وخاصة في ظل الثورة الرقمية، تطورت أدوات البروباغندا؛ بحيث أصبحت أكثر تعقيداً وتأثيراً من أي وقت مضى. لم تعد البروباغندا تعتمد فقط على الخطب أو المقالات الصحفية، بل أصبحت تتغلغل عبر وسائل الإعلام الجماهيري

ومنصات التواصل الاجتماعي، مستفيدة من علم النفس الجماهيري والتحليلات البيانية الدقيقة للميول الاجتماعية.^(١)

في العصر الرقمي، أصبحت منصات مثل "فيسبوك"، و"تويتر"، و"يوتيوب" ساحات أساس لصراع البروباغندا. يجري استخدام الجيش الإلكتروني (Bot) والحسابات الوهمية لنشر أخبار كاذبة، وإعادة تدوير السرديات المزيفة، وإنشاء بيئات إعلامية موازية^(٢). ومن خلال ما يطلق عليها "بفقاعات الترشيح" (Filter Bubbles)، يجري تعزيز المعتقدات المسبقة لدى الأفراد عبر تقديم محتوى مخصص لهم، مما يعمّق حالة الاستقطاب ويضعف القدرة النقدية تجاه الروايات الأخرى.

تعتمد البروباغندا المعاصرة بشكل كبير على الصور الفوتوغرافية ومقاطع الفيديو القصيرة ذات الطابع العاطفي المكثف. فالصورة، ووفقاً لـ (رولاند بارت - Roland Barthes)، تحمل قوة هائلة في نقل دلالات تتجاوز الكلمات، وتستطيع تجميد عقل المتلقي في لحظة عاطفية محددة^(٣)، والأمثلة على ذلك كثيرة، مثل عرض صور الأطفال الضحايا

1 - W. L. Bennett, & S. Livingston: The Disinformation Order: Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions, pp 122 -139.

2 - H. Allcott, & M. Gentzkow: social media and Fake News in the 2016 Election, pp211- 236.

3 - R. Barthes: Camera Lucida: Reflections on Photography, p45.

أو مشاهد الدمار الكبير التي تُستخدم أحياناً بصورة انتقائية لتوجيه السرد باتجاه معين دون تقديم السياق الكامل. ومن التقنيات القديمة التي لا تزال فعالة "شيطنة العدو"، وذلك من خلال هذا الأسلوب؛ إذ يجري تصوير الطرف الآخر باعتباره «غير إنساني»، أو «بربرياً»، أو «مهدداً لقيم الحضارة». وقد لوحظ ذلك في تغطية الإعلام الغربي للحروب الإسرائيلية على غزة ولبنان؛ حيث غالباً ما يجري تقديم المقاومة الفلسطينية ولبنانية باعتبارهما «مجموعتان إرهابيتان»، في حين يجري تهميش قضايا مثل الاحتلال أو الاستيطان غير الشرعي^(١).

تقوم بعض حملات البروباغندا في صناعة "أعداء خارجيين" أو "مخاطر وجودية" بهدف حشد الجمهور الداخلي وتبرير سياسات معينة مثل الحروب أو القوانين الاستثنائية. مثال بارز على ذلك هو الخطاب الأمريكي بعد أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١؛ حيث جرى تصوير الإرهاب بوصفه تهديداً كونياً يتطلب إعادة هيكلة جذرية للسياسة الخارجية والداخلية الأمريكية^(٢). ومن الأدوات الفعالة أيضاً، تشتيت انتباه الجمهور عن القضايا الجوهرية عبر خلق أحداث مصطنعة أو تضخيم قضايا

1 - N. Chomsky: Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media, pp125 -127.

2 - M. Hudson: Super Imperialism: The Economic Strategy of American Empire, pp4852-.

جانبية. يشير المفكر (نعوم تشومسكي) إلى أن «الإلهاء» هو حجر الزاوية في استراتيجيات السيطرة على الجماهير؛ حيث تُغمر العقول بسيل لا ينقطع من الترفيه، الشائعات، والقضايا التافهة^(١). وهذا المفهوم يُعد أحد الأعمدة المركزية في نظريته عن «هندسة القبول» أو «إدارة الرضا» (Manufacturing Consent)؛ حيث تصبح السيطرة على العقول عملية هادئة ولكن فعالة، عبر صرف الانتباه عن القضايا الحقيقية. فالإلهاء ليس مجرد ترفيه أو تشتيت عابر، بل هو أداة استراتيجية تستخدمها النُخب الحاكمة أو مراكز القوة لتحويل انتباه الشعوب عن القضايا المصيرية، وتوجيه وعيهم إلى قضايا ثانوية أو مصطنعة، والهدف هنا، هو إفراغ الفضاء العام من النقاش الجاد، وتوليد وعي زائف أو مُسقط على هامش الواقع. لم يتوقف (تشومسكي) عند هذا الحد، بل أشار إلى جملة من الآليات التي تخدمه، ومنها التفاهة الزائدة في الإعلام، أي تحويل الشاشات إلى مصدر ترفيه فارغ يعج بالفضائح، والبرامج السطحية، ومسابقات الجمال، وحياة المشاهير. وتهميش البرامج الجادة أو حصرها في قنوات هامشية مخصصة للنخبة المثقفة. كذلك، تضخيم قضايا جانبية أو مصطنعة، أي تركيز الإعلام على «قضايا انفعالية» (مثل جدل حول لباس فنانة أو تصريح تافه لمسؤول)، وإبرازها على أنها أزمة وطنية. وصناعة «عدو داخلي

1 - N. Chomsky: Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda, p55.

أو خارجي» مفتعل يُستغل لحرف الأنظار عن فساد أو فشل سياسي واقتصادي. مضافاً إلى ذلك، من آليات الإلهاء أيضاً، التدفق الدائم للمعلومات المبتورة، أي إغراق الجمهور بمحتوى سريع، متجدد، لكنه غير مترابط، يمنعه من التحليل أو التفكير النقدي. كذلك، ما يُعرف بـ «ضجيج المعلومات» الذي يصيب العقل بالشلل، ويمنعه من التمييز بين المهم والثافه. وتسويق قيم استهلاكية ومادية، أي ربط السعادة والنجاح بالاستهلاك، بدلاً من المشاركة السياسية أو المعرفة. وتعزيز صورة الفرد بوصفه «مستهلكاً» بدلاً من «مواطن».

إنَّ أخطر ما في استراتيجية الإلهاء أنها تغني السلطة عن ممارسة القمع المباشر. فبدلاً من المنع والمراقبة، تصبح الجماهير مفعلة ذاتياً ضد وعيها، ويقع ما يسميه بعض المفكرين بـ «الرقابة الطوعية»: يراقب الناس أنفسهم ويخضعون طوعاً لما يُفرض عليهم من سرديات سطحية. لا يرى تشومسكي في «حرية الإعلام» الحديثة قيمة مطلقة، بل يراها في كثير من الأحيان أداة لإخفاء الحقيقة وراء فيض من المعلومات الزائفة أو غير المهمة، فالحرية الشكلية تخفي القيد الحقيقي، وذلك بالتحكم في مضمون النقاش، لا في شكله.

ما يطرحه (تشومسكي) عن «الإلهاء» هو تشريح دقيق لواحدة من أكثر الأدوات فاعلية في هندسة الإدراك الجماعي. إنها ليست مجرد ظاهرة ثقافية، بل سياسة مدروسة، تجعل من الجماهير شريكة في خضوعها،

الفصل الأول - المبحث الأول ٤١

وتخلق بيئة تُميت فيها الحقيقة تحت ركام من "اللا حدث" و"اللا معنى". من هذا المنطلق، تُمثل النزاعات الأخيرة في غزة ولبنان نماذج حيّة لتطور استخدام البروباغندا في الحروب النفسية المعاصرة؛ إذ لم يعد الهدف الأساس من العمليات العسكرية هو فقط الحسم الميداني، بل أصبح النصر الرمزي والسيطرة على الإدراك الجمعي أحد الأهداف المحورية. ومع صعود الإعلام الرقمي، توسعت أدوات الحرب النفسية بحيث تجاوزت النطاق الجغرافي المحلي، لتستهدف الرأي العام العالمي في آن واحد.

في ظل تصاعد النزاعات السياسية وتزايد تعقيد الصراعات في الشرق الأوسط، بات الإعلام أداة حاسمة في تكوين الرأي العام المحلي والدولي. يقدم الصحفي والباحث الإسرائيلي (بن درور يميني - Ben Dror Yemini) في كتابه «صناعة الكذب»^(١) مقارنة مثيرة للجدل، يدّعي فيها وجود منظومة دعائية ممنهجة تهدف إلى "تشويه صورة إسرائيل ونزع شرعيتها" عبر وسائل الإعلام، والمؤسسات الحقوقية، والأوساط الأكاديمية الغربية.

من هذا المنطلق، يرى (يمينى) أن "إسرائيل" لا تواجه فقط خصومًا سياسيين أو عسكريين، بل تواجه ما يصفه بـ «تحالف دولي من الأكاذيب»، يتجلى في خطاب إعلامي وأكاديمي مغرض، يقدمها

1 - Ben-Dror Yemini : L'industrie du mensonge, les médias, le milieu universitaire et le conflit israélo-arabe, pp134- 135.

بصفقتها «دولة» استعمارية تمارس الفصل العنصري، دون الأخذ بالاعتبار السياق التاريخي والسياسي للصراع. يزعم أن هذا الخطاب يُبنى على اختزال انتقائي للوقائع، وتوظيف عاطفي لحقوق الإنسان، بهدف تحريض الرأي العام ضد إسرائيل. لا يكتفي الإسرائيلي بقلب صورة التضليل التي يمارسها بكل الأساليب في الدفاع عن جرائمه ووجوده غير المشروع في المنطقة، بل يهاجم أيضاً المنظمات الحقوقية الدولية مثل «منظمة حقوق الإنسان العالمية» و«منظمة العفو الدولية»، متهمًا إياها بـ «الكيل بمكيالين». فبحسب (يميني)، تسلّط هذه المنظمات الضوء المفرط على إسرائيل، وتتجاهل في المقابل انتهاكات أكثر جسامة في دول مثل سورية أو إيران أو السودان. هنا يبرز البُعد الأيديولوجي للكاتب: فهو لا يعارض المساءلة الحقوقية بحد ذاتها، لكنه يستنكر تسييسها واستخدامها باعتبارها وسيلة لتغذية البروباغندا المعادية للصهيونية. ورغم أن الكاتب يدعو إلى «التحقق من الوقائع» و«محرابة الأكاذيب»، فإنه يعتمد بدوره على أسلوب هجومي إيديولوجي، يُغلب فيه الدفاع عن إسرائيل على أي محاولة نقد ذاتي معمّق؛ إذ يُقرط في نفي تهم العنصرية والاحتلال والاستيطان، دون تحليل جاد لسياسات إسرائيل الفعلية وتأثيراتها في الفلسطينيين. ومع ذلك، فإن الكاتب لا يخلو تمامًا من لمحات نقدية للسياسات الإسرائيلية، لكنه يوظفها غالبًا لإثبات أن انتقاد إسرائيل من داخلها لا يعني القبول بحملات «شيطنتها

من الخارج».

من أهم ما ركّز عليه (يميني) في استخدام البروباغندا والكذب للدفاع عن إسرائيل، ادعاء وجود تحالف موضوعي بين اليسار الغربي الراديكالي والإسلام السياسي، قائم على خطاب معادٍ لإسرائيل يستخدم لغة حقوق الإنسان. يحلل (يميني) كيف أصبح شعار «معاداة الصهيونية» منصة تجمع تيارات متناقضة أيديولوجيًا، لكنها تتوحد في شيطنة الدولة العبرية. هنا يطرح الكاتب إشكالية معقدة عن حدود حرية التعبير، ومتى تتحول إلى أداة للتحريض. ورغم التحيز الظاهر في طرحه، يمكن النظر إلى كتاب (يميني) باعتباره أداة تحليلية لفهم كيفية تشكّل البروباغندا في النزاعات الدولية، خاصة في ظل الشباك بين الإعلام، والسياسة، والمؤسسات الحقوقية. كما يسلّط الضوء على ضرورة تبني قراءة نقدية مزدوجة للسرديات الإعلامية، سواء المؤيدة أم المناهضة لإسرائيل.

يمثل كتاب (يميني) «صناعة الكذب» مرآة لخطاب دفاعي إسرائيلي ضد ما ينظر إليه على أنه حرب رمزية وإعلامية تشنّها جهات متعددة. وبينما يقدّم نقدًا لاذعًا لخطاب حقوقي مهيمن، يقع هو ذاته في مطب الانتقائية الإيديولوجية. تبقى قيمته الأساس في إثارة النقاش في ازدواجية المعايير، وتحليل البنية الرمزية للنزاعات السياسية المعاصرة. يكمن أحد أهم أساليب البروباغندا الإسرائيلية في تسويق إسرائيل

بوصفها ضحية دائمة «لإرهاب الجماعات المسلحة»، وذلك عبر سردية مركزة تسعى إلى تحييد السياق التاريخي والسياسي للصراع؛ حيث يُسلط الضوء إعلامياً على «الخوف من الصواريخ»، و«الملجأ»، و«المدنيين الإسرائيليين»، مع تغييب متعمّد للمعاناة الفلسطينية تحت الحصار والقصف. مثال: خلال حرب ٢٠٢١ على غزة (عملية «حارس الأسوار»)، كان الإعلام الإسرائيلي والغربي يركّز على صور العائلات الإسرائيلية المذعورة، مع تجاهل شامل لصور الأطفال الفلسطينيين الضحايا. تُستخدم مفردات محملة بالقيم السلبية لتوصيف المقاومة، مثل «إرهابيين»، «خطر وجودي»، «جماعات إسلامية متطرفة»، وذلك لتحديد أي تعاطف محتمل مع القضية الفلسطينية.^(١)

كما يتم توجيه الاتهامات للمقاومة بأنها «تستخدم المدنيين بوصفهم دروعاً بشرية»، وهو خطاب تكرّر في الحروب كلها تقريباً (٢٠٠٦، ٢٠٠٨، ٢٠١٢، ٢٠١٤، ٢٠٢١). وقد اعتمدت إسرائيل بدرجة كبيرة على الإعلام الدولي النافذ مثل BBC، CNN، وFox News لتعميم روايتها، مستفيدة من قدرتها على تقديم روايات متماسكة إعلامياً وقابلة للاستهلاك الجماهيري الغربي.^(٢)

1 - E. W. Said: Covering Islam: How the Media and the Experts Determine How We See the Rest of the World, pp19 -22.

2 - G. Philo, & M. Berry: Bad News from Israel, p 20.

أصبح تصوير الضحايا المدنيين أداة قوية لدى الإعلام الفلسطيني والمقاومة اللبنانية، خصوصاً مع الانتشار الفيروسي عبر وسائل التواصل؛ حيث يجري استخدام مشاهد الأطفال الجرحى، والدمار الشامل للأحياء السكنية، والجنازات الجماعية لإعادة توجيه الخطاب الإعلامي نحو التركيز على «عدوانية إسرائيل».^(١) تعتمد المقاومة، خصوصاً حزب الله وحماس، إلى تسويق أبطال ميدانيين، عبر سرديات تركز على البطولة والصمود والكرامة الوطنية. ويجري إنتاج أغان، وملصقات، وأفلام قصيرة لتخليد رموز المقاومة، وبالتالي خلق تماسك معنوي داخلي وزيادة مستوى التعبئة الشعبية. شهد العقد الأخير تزايداً لافتاً في الإعلام البديل (Alternative Media)، مثل قنوات «الميادين»، و«العالم»، و«القدس اليوم»، مضافاً إلى حسابات مؤثرة عبر «إكس» و«تيك توك»، تؤدي دوراً مهماً في فضح الرواية الرسمية الإسرائيلية، وتصوير واقع المعاناة بشكل مباشر وسريع.^(٢)

1 - M. M. Kraidy: The Naked Blogger of Cairo: Creative Insurgency in the Arab World, p15 -17.

2 - Abu-Lughod: L. Dramas of Nationhood: The Politics of Television in Egypt, p55.

أدوات الحرب النفسية الحديثة في النزاعات:

أداة	الاستخدام الإسرائيلي	الاستخدام الفلسطيني/اللبناني
الأخبار العاجلة	السيطرة على السرد الأولي للأحداث	بث الصور الحية من مواقع القصف
الصور ومقاطع الفيديو	تسويق الذعر داخل المجتمع الإسرائيلي	تسويق المظلومية والمعاناة الإنسانية
الحملات الرقمية	ترويج وسوم (Tags) داعمة للرواية الإسرائيلية	فضح الانتهاكات عبر الحملات الشعبية
الضغط السياسي عبر الإعلام	التأثير في الرأي العام الدولي لمعاداة المقاومة	استمالة الرأي العام العالمي لدعم القضية الفلسطينية

مع تحولات القوة الناعمة، أصبح الإعلام جزءاً لا يتجزأ من المعركة العسكرية؛ من يتصرّ إعلامياً قد يغيّر نتائج المعركة السياسية. وظهرت قوة الإعلام الفردي: الأفراد العاديون اليوم (عبر هواتفهم المحمولة) قادرون على تكوين الرأي العام أكثر من أي وقت مضى. وزاد مفعول تسييس الحقائق، فكل طرف يحاول توجيه الحقائق على نحو انتقائي، بما يخدم أهدافه الاستراتيجية.

المبحث الثاني:

البروباغندا في الحضارات الشرقية

شهدت الحضارات الشرقية القديمة، مثل حضارة وادي الرافدين (Mesopotamia) ومصر الفرعونية، بدايات أولى لممارسات البروباغندا، وإن كانت بدائية في أدواتها مقارنة بالمعايير الحديثة. في هذه المجتمعات، كان للملوك والكهنة دور مركزي في تكوين الرأي العام عبر الأساطير، والنقوش، والمراسم الملكية، واستخدام الرمزية الدينية لتحقيق طاعة الجماهير.^(١) فعلى سبيل المثال، كان الفراعنة يصورون أنفسهم باعتبارهم آلهة أو أنصاف آلهة، مما وفر لهم شرعية سياسية ودينية غير قابلة للطعن، وهي صورة تعزّزت عبر النقوش الضخمة على جدران المعابد، والملاحم المكتوبة مثل نصوص "كتاب الموتى".

ظهرت البروباغندا للمرة الأولى بوصفها أداة سلطة ونفوذ في الحضارات الشرقية القديمة؛ حيث كانت تُستخدم بوسائل تتناسب مع طبيعة المجتمعات ذات البنية الدينية-السياسية المتشابكة. في مصر الفرعونية، على سبيل المثال، كانت النقوش الجدارية، والجداريات

1 - J. N. Postgate: Early Mesopotamia: Society and Economy at the Dawn of History, pp2025-.

الضخمة، والنصوص المقدسة تُوظف لتأكيد الشرعية الإلهية للفراغة بوصفهم "أبناء الإله رع"، مما جعل مقاومتهم بمنزلة تحدٍ ديني قبل أن يكون سياسياً. لقد ارتبط مفهوم السلطة هنا بفكرة الحق الإلهي، وهو ما يمكن اعتباره من أقدم صور البروباغندا الدينية السياسية. وفي بلاد الرافدين، مارس الملوك البابليون والآشوريون أساليب بروباغندا متقنة؛ حيث وثقوا انتصاراتهم على ألواح طينية مصورة نصوصها بأساليب تضخيمية تعتمد إخفاء الهزائم، وتضخيم الفتوحات، كما في حوليات الملك (آشور بانيبال - Ashurbanipal). وتبدو هذه النصوص كما لو أنها محاولات مبكرة لبناء صورة ذهنية جمعية تؤسس لهيمنة القائد وتعزز تماسك المجتمع الداخلي.^(١) أما في الحضارة الصينية القديمة، فقد بلغ استخدام البروباغندا بعداً فلسفياً وخُلُقياً من خلال توظيف مبادئ الكونفوشيوسية لخدمة السلطة الإمبراطورية؛ حيث كانت الدولة تتحكم بمحتوى المعرفة والتعليم عبر أكاديميات رسمية تهدف إلى بناء الولاء للنظام الإمبراطوري.^(٢)

وأدوات البروباغندا الشرقية هي:

■ النقوش والمنحوتات: استخدم ملوك آشور وبابل النقوش

١ - مايكل مان: مصادر القوة الاجتماعية: التاريخ السياسي والاجتماعي للحضارات، ص ٩٥-٩٨.

2 - J. Keane & B. He: China's Galaxy Empire: Wealth, Power, War, and Peace in the New Chinese Century, p 33.

البارزة لتصوير انتصاراتهم في المعارك بشكل مبالغ فيه، بهدف إثارة الرهبة والطاعة لدى الشعوب الخاضعة.

■ النصوص الدينية: اعتمد الكهنة على تدوين نصوص تعتبر الحاكم «ظل الإله» على الأرض.

■ الاحتفالات والشعائر العامة: كانت بمنزلة عروض مسرحية جماهيرية لترسيخ الصورة الإلهية للحاكم في عقول العامة.

أدركت المجتمعات الشرقية، أن التحكم بالمِخِيا ل الجمعي يمكن أن يكون أكثر فاعلية من التحكم بالسيف، فصناعة الصورة الذهنية للسلطة كانت جزءاً لا يتجزأ من بقاء الأنظمة السياسية. كانت البروباغندا في الحضارات الشرقية موجهة أساساً نحو الداخل لتعزيز الولاء للنظام، وهي تختلف بذلك عن البروباغندا الحديثة التي تستهدف الداخل والخارج معاً بطريقة أكثر ديناميكية.

◀ المبحث الثالث:

البروباغندا في الحضارات الكلاسيكية

مع ظهور الحضارات الكلاسيكية، خاصة في اليونان وروما، تطورت البروباغندا من مجرد أدوات تصويرية إلى استراتيجيات

تواصل معقدة شملت الخطابة والفلسفة والسياسة. في اليونان القديمة، كان فن الخطابة جزءاً لا يتجزأ من الممارسة الديمقراطية في أثينا؛ حيث كان القادة مثل (بيركليس - Pericles) يستخدمون الخطب العامة لتوجيه الرأي العام، وهو ما يمكن اعتباره شكلاً متقدماً من البروباغندا الإقناعية. أما في روما، فقد ابتكر الأباطرة نظاماً متقناً من الرموز والشعارات والنقوش والعملات المعدنية التي تروج لفكرة "السلام الروماني" (Pax Romana) وترسخ شرعية الهيمنة الرومانية على الشعوب المحتلة. كما استخدمت روما المسرح والألعاب العامة لتوجيه مشاعر الجماهير وتفريغ الغضب الاجتماعي بما يخدم الاستقرار السياسي.^(١)

لقد تميزت البروباغندا الكلاسيكية باتجاهها نحو الجماهير بصورة أكثر علنية، واستخدامها لأدوات ثقافية وفنية لتسهيل قبول الأفكار السياسية والهيمنة. طورت الحضارات الكلاسيكية فكرة أن الشرعية السياسية يمكن صناعتها وإعادة إنتاجها عبر الفن والخطابة والأدب، ممّا مهّد الطريق لظهور البروباغندا الأيديولوجية لاحقاً.

١ - ممدوح درويش مصطفى وإبراهيم السايح: مقدمة في تاريخ الحضارة الرومانية واليونانية، ص ٨٤-٨٦.

المبحث الرابع:

البروباغندا الأوروبية (إيطاليا، فرنسا، وبريطانيا)

دخلت البروباغندا الأوروبية عصرًا جديدًا مع العصور الوسطى وعصر النهضة؛ إذ أفرزت تحولات الكنيسة، والحروب الدينية، والثورات الوطنية وسائل جديدة لصناعة الإدراك الجمعي. في إيطاليا مثلاً، ومع صعود مدن مثل فلورنسا وروما، جرى توظيف الفن والدين معاً في البروباغندا السياسية، خاصة عبر أعمال فنية ضخمة تهدف إلى تعزيز مكانة العائلات الحاكمة مثل آل (ميديشي - Medici). ويمكن اعتبار نشر "صكوك الغفران" في عصر الكنيسة الكاثوليكية إحدى أقدم صور البروباغندا الدينية المنظمة. وفي فرنسا، تطورت البروباغندا مع نشوء الدولة الحديثة؛ حيث استخدم الملك (لويس الرابع عشر - Louis XIV) الإعلام المسرحي، والفنون المرئية، وأعمال التخطيط الحضري لتعزيز صورة الملك باعتباره رمزاً مطلقاً للسلطة والرفاه (كما يتجلى في قصر فرساي). ولاحقاً، خلال الثورة الفرنسية، استخدم قادة الثورة الصحافة والمطبوعات لاستثارة الجماهير وتبرير العنف الثوري^(١).

1 - Simon Schama: Revolution: The Secret History of the French Revolution, pp 40- 44.

أما في بريطانيا، فقد شهدت البروباغندا تطوراً مؤسسياً خلال الحروب مع فرنسا؛ حيث أنشأت الحكومة مكاتبَ خاصة لبت الأخبار الموجهة وتجنيد الدعم الشعبي. ولاحقاً، مع الثورة الصناعية، ارتبطت البروباغندا البريطانية بالتوسع الإمبريالي، من خلال نشر خطاب ”عبء الرجل الأبيض“ باعتباره مبرراً لاستعمار الشعوب الأخرى.^(١)

والملاحظ أن ما يميز البروباغندا الأوروبية هو دمجها بين الرمزية الثقافية والسيطرة المؤسسية على وسائل الإعلام الناشئة، مما مهد لتطور البروباغندا الحديثة لاحقاً في أمريكا والعالم؛ حيث شكلت التجربة الأوروبية نواة البروباغندا الحديثة، إذ تم دمج الدين، والسياسة، والإعلام، والفن، لصناعة تصورات شعبية جديدة تتماشى مع مصالح النخب الحاكمة.

1 - John Darwin: The Rise and Fall of the British Empires, pp 11- 15.

الفصل الثاني:

البروباغندا الأمريكية خط تطور زمني

بعد أن تبين في الفصل الآنف تاريخ البروباغندا في الحضارات السابقة الشرقية والأوروبية، نشرع في هذا الفصل في تخصيص الكلام في البروباغندا الأميركية؛ حيث سنبدأ البحث أولاً عن ظهور الإعلام باعتباره لاعباً رئيساً في حرب الاستقلال الأميركية، ثم نبين محطات التلاعب بالرأي العام في مواقف متعددة في التاريخ الأمريكي، وصولاً إلى الراهن.

◀ المبحث الأول:

حرب الاستقلال الأميركية وظهور الإعلام باعتباره لاعباً سياسياً - جورج واشنطن دراسة حالة

ظهرت البروباغندا الأميركية بشكل بارز مع اندلاع حرب الاستقلال (١٧٧٥-١٧٨٣)؛ إذ أدى الإعلام دوراً جوهرياً في تأجيج المشاعر الثورية،

وفي بناء «الهوية الوطنية» الأمريكية الجديدة. لم يكن الإعلام مجرد ناقل للأخبار، بل كان محركاً للرأي العام ومؤسساً للسرديات الكبرى عن الحرية والحق والمقاومة.

في هذا السياق، استخدم (جورج واشنطن - George Washington) وسائل الإعلام ببراعة لتعزيز المجهود الحربي وترسيخ صورته بوصفه القائد الذي يمثل إرادة الشعب. اعتمد (واشنطن) على "رسائل الجيش القاري"، وهي نشرات دورية كانت تُوزع في الولايات لتأكيد الانتصارات، والتقليل من وقع الهزائم، وتصوير الحرب باعتبارها معركة خُلّفية ضد الظلم البريطاني.^(١) وقد عملت الصحف مثل (بنسلفانيا غازيت Pennsylvania Gazette) -التي كان (بنيامين فرانكلين - Benjamin Franklin) من محرريها- على صياغة الأحداث بلغة شعبية تحفّز مشاعر المقاومة، مستخدمة تقنيات تبسيطية قوامها الرمزية (الحرية ضد الطغيان) وتوظيف الرسوم الكاريكاتورية. يُظهر مثال حرب الاستقلال كيف أصبحت وسائل الإعلام الحديثة — حتى وهي في بداياتها — شريكاً فاعلاً في العمليات السياسية، لا مجرد مرآة تعكسها. وهذا وضع الأساس لتطور البروباغندا الأمريكية لاحقاً بوصفها "مشروعاً مؤسسياً".

كان (جورج واشنطن)، وهو أول رئيس أمريكي، أحد أعظم المحترفين

1 - Ellis Joseph: American Revolutionaries: The Inside Story of the Revolutionary War, p 112.

في استخدام البروباغندا، فقد فهم بشكل مبكر أهمية الرأي العام في توجيه سياسات الأمة. في خطابه، كان يشدد دائماً على وحدة الأمة الأمريكية والدفاع عن قيم الحرية والعدالة. كما استخدم صورته باعتباره قائداً عسكرياً وأباً للأمة في تعزيز الشرعية الشعبية لحكمه. وجرت صناعة هذه الصورة من خلال اللوحات الفنية، والصحف، والكتابات التي تتحدث عن شجاعته وحكمته في قيادة الثورة الأمريكية.^(١)

أظهرت حرب الاستقلال الأمريكية القدرة الاستثنائية للإعلام على التأثير في الحروب النفسية؛ حيث كانت الصحف والتصورات الفنية تؤدي دوراً مهماً في تكوين العقل الجمعي، وبناء أساسات دولة حديثة تعتمد على الرأي العام.

◀ المبحث الثاني:

الحرب الأمريكية - الإسبانية الصحافة الصفراء وفن التلاعب بالرأي العام

بدأت الولايات المتحدة الأمريكية تظهر باعتبارها دولة ذات سيادة بعد حرب الاستقلال ضد بريطانيا العظمى (١٧٧٥-١٧٨٣). لكن هذه الحرب

1 - G. S. Wood: The Radicalism of the American Revolution, p 66.

لم تكن مجرد نزاع عسكري؛ بل كانت حرباً نفسية استخدم فيها الأمريكيون أساليب إعلامية متقدمة، لتأليب الرأي العام ضد بريطانيا واستقطاب حلفاء مثل فرنسا.^(١) في أواخر القرن التاسع عشر، ظهرت الصحافة الصفراء باعتبارها نمطاً إعلامياً جديداً يعتمد على الإثارة والتشويق بدلاً من تقديم المعلومات الموثوقة. كان (ويليام راندولف هيرست - William Randolph Hearst)، مالك صحيفة نيويورك جورنال (New York Journal)، أحد أبرز المحركين لهذا النوع من الإعلام؛ حيث استخدم الصحافة الصفراء لتوجيه الرأي العام الأمريكي لصالح دخول الولايات المتحدة في الحرب مع إسبانيا عام ١٨٩٨.

كانت التقارير الصحفية عن المعاملة الإسبان الوحشية للكوبيين مثيرة للغضب وموجهة لتعبئة الدعم الشعبي للحرب، رغم أن معظمها كان مبالغاً فيه أو ملفقاً. كان هذا النوع من الصحافة هو بداية التلاعب المكشوف بالرأي العام لتوجيه السياسة الخارجية الأمريكية.^(٢)

استخدمت الصحافة الصفراء تقنيات التلاعب الإعلامي، مثل:

■ **التضخيم والإثارة:** عرض الأحداث بشكل درامي وغير دقيق

1 - T. H. Breen: The Marketplace of Revolution: How Consumer Politics Shaped American Independence, pp 3339-.

2 - A. Bingham: Whose Media? A History of the New York Times and the Spanish-American War. pp5873-.

لتأجيج المشاعر الشعبية.

■ استخدام الصور والرسوم الكاريكاتورية: لإضفاء طابع إنساني على القضايا.

■ التركيز على «الأبطال» و«الأعداء»: بناء سردية واضحة بين «الخير» (الولايات المتحدة) و«الشر» (إسبانيا).

إن استخدام الصحافة الصفراء في الحرب الأمريكية الإسبانية كان نموذجاً متقدماً لاستخدام الكذب في الإعلام باعتبارها أداة للصراع السياسي؛ حيث جرى توظيف التضليل الإعلامي بشكل ممنهج لدفع الأمة نحو الحرب، مما يبرز مدى قدرة الإعلام على التأثير في السياسة الدولية.

ففي نهاية القرن التاسع عشر، دخلت البروباغندا الأمريكية عصرًا جديدًا مع صعود ما عُرف بالـ«صحافة الصفراء» خلال الحرب الأمريكية-الإسبانية (١٨٩٨). كانت صحف مثل نيويورك جورنال لـ (جوزيف بوليتزر - Joseph Pulitzer) ونيويورك وورلد (New York World) لـ (ويليام راندولف هيرست - William Randolph Hearst) تستخدم أساليب إثارية مكثفة لدفع الولايات المتحدة إلى الحرب عبر تضخيم الأحداث أو فبركتها أحيانًا.

تُعدّ حادثة تفجير السفينة الحربية الأمريكية يو إس إس ماين (USS Maine) في ميناء هافانا لحظة مفصلية؛ إذ عمدت الصحافة الصفراء إلى

اتهام إسبانيا بالحادث رغم غياب أدلة قاطعة، مما أوجع المشاعر الشعبية ودفع بالبلاد نحو إعلان الحرب.^(١) قال (ويليام راندولف هيرست): "قدّم أنت الصور، وأنا سأوفر الحرب". كان ذلك قبيل اندلاع الحرب الأمريكية-الإسبانية سنة ١٨٩٨؛ حيث كانت الولايات المتحدة تبحث عن ذريعة للتدخل في كوبا ضد الاستعمار الإسباني. قالها (هيرست) لمراسله ومصوره (فريدريك ريمينجتون- Frederic Remington) عندما اشتكى الأخير من أن الأمور في هافانا (كوبا) هادئة ولا توجد أخبار حقيقية تبرر الحرب. بمعنى آخر، كان (هيرست) يقول لمراسله: «لا يهم إن لم تكن هناك حرب حقيقية. التقط بعض الصور المثيرة، وسأتولى أنا عبر الصحف خلق حالة حرب كاملة في عقول الجمهور الأمريكي» يكشف (هيرست) هنا وظيفة الإعلام ليس فقط بصفته ناقلاً للأخبار، بل خالقاً للواقع؛ إذ يستطيع الإعلام عبر تضخيم أحداث صغيرة، أو حتى فبركة أحداث، دفع الشعوب والحكومات نحو الحرب.

من هنا تبرز سيادة الصورة على الحقيقة، فالصورة الإعلامية (أخبار، وصور، ورسومات) تصبح أهم من الوقائع الفعلية على الأرض. لم يكن الجمهور الأمريكي بحاجة إلى أدلة مادية على الجرائم الإسبانية، يكفي أن يرى صوراً وعناوين مثيرة ليؤمن بضرورة الحرب. من هذا المنطلق،

1 - W. Joseph Campbell: Yellow Journalism: Puncturing the Myths, Defining the Legacies, p 28.

الفصل الثاني - المبحث الثالث ٦١

اعتمد (هيرست) على استشارة المشاعر (الغضب، والحزن، والشرف الوطني) من خلال قصص ملفقة أو مبالغ فيها عن وحشية الإسبان تجاه الكوبيين. وعلى خلق شعور عام بالذنب والواجب الخُلقي للتدخل. كما تُجسّد مقولته «منهج الصحافة الصفراء» التي يعتبر أحد أهم صانعيها في الولايات المتحدة. فالمقولة تجسد ذروة الصحافة الصفراء؛ حيث تغيب الموضوعية لصالح الإثارة والتضليل.

وفي النتيجة، وبعد أشهر قليلة من هذا التلاعب الإعلامي، أدى انفجار سفينة USS Maine في ميناء هافانا (في ظروف غامضة) إلى اندلاع الحرب الأمريكية-الإسبانية. وهكذا، لعب الإعلام دوراً رئيساً في دفع الولايات المتحدة إلى أولى مغامراتها الإمبريالية خارج القارة الأمريكية. وقد شهدت هذه المرحلة تطوراً خطيراً في صناعة الكذب الإعلامي؛ إذ لم يعد الإعلام بتغطية الصراع، بل يخلقه ويصنع بيئته الذهنية عبر التضليل الممنهج.

المبحث الثالث:

حيتان المال والمنظمات غير الربحية قبل الحرب العالمية الأولى

بداية القرن العشرين، نشأت المنظمات غير الربحية مثل مجلس العلاقات العامة الذي أُسس في ١٩٠٥ على يد (إدوارد بيرنيز - Edward)

Bernays. استخدم (بيرنيز) الذي يُعدُّ "أب العلاقات العامة الحديثة"، الإعلام لتعزيز سيطرة الشركات الكبرى على السوق الأمريكي. وقد أكد على ضرورة استخدام التقنيات النفسية والاجتماعية في التلاعب بالرأي العام. في تلك الفترة، أطلقت الشركات الكبرى حملات إعلانات ضخمة، وحملات دعائية لصالح صناعة التبغ؛ حيث عمل (بيرنيز) على تغيير التصورات المجتمعية عن التبغ، عبر تقديمه باعتباره رمزاً للحرية والاستقلال.

في العقود الأولى من القرن العشرين، ومع تصاعد قوة الشركات الكبرى، بدأت تظهر تحالفات بين المال والإعلام لصناعة الرأي العام بما يخدم المصالح الاقتصادية. ظهر ما يُعرف بـ "البرجوازية الإعلامية"؛ حيث كانت الصحف الكبرى خاضعة لتمويل مباشر أو غير مباشر من أصحاب المصالح الصناعية، مثل عائلة (جون روكفلر - John D. Rockefeller) و(جيه بي مورغان - J. P. Morgan).^(١) أنشئت في هذه الفترة أيضاً عدد من المنظمات "غير الربحية" — مثل "مؤسسة كارنيغي للسلام الدولي" (Carnegie Endowment for International Peace) و"مؤسسة فورد" (Ford Foundation) - التي أدت أدواراً مزدوجة: الظاهر منها دعم الثقافة والتعليم، والمُضمَر منها إعادة تكوين الرأي العام بما

1 - Matthew Josephson: The Robber Barons: The Great American Capitalists, p 38.

الفصل الثاني - المبحث الثالث ١٣

يخدم أهداف السياسة الخارجية الأمريكية. وبرزت هنا دينامية جديدة في البروباغندا: التأثير طويل الأمد عبر المؤسسات الناعمة، وليس فقط عبر الأخبار العاجلة. كان هذا التحول بدايةً لتأسيس نظام إعلامي مؤسسي؛ حيث أصبحت العلاقات العامة جزءاً لا يتجزأ من آليات التحكم في السياسة الاقتصادية والاجتماعية، وتمكن أصحاب رأس المال من توجيه التصورات الاجتماعية من خلال وسائل الإعلام.

قدّم كلٌّ من (جون ستوبر - John Stauber) و(شيلدون رامبتون - Sheldon Rampton)، بحثاً نقدياً في كتاب بعنوان «صناعة الكذب: اللوبيات، الاتصالات، الدعاية والإعلام»^(١) حول دور لوبيات العلاقات العامة والدعاية في توجيه الرأي العام. بمعنى آخر كيف تستخدم الشركات الكبرى والحكومات العلاقات العامة باعتبارها أداة للتلاعب الجماهيري، عبر صناعة الكذب وتزوير الحقائق. وسلّط الكتاب الضوء على الوجه الخفي لصناعة العلاقات العامة (PR)، ويكشف كيف تُستخدم هذه الصناعة من قبل الشركات متعددة الجنسيات، والجهات الحكومية، والجيش، للتأثير في الإعلام، وتوجيه الرأي العام، بل خلق أوهام زائفة عن القضايا البيئية، والصحية، والسياسية. مضافاً إلى ذلك،

1 - John Stauber & Sheldon Rampton : L'industrie du mensonge : Lobbying, Communication, publicité et médias, pp112 -114.

قدّم المؤلفان تفریقاً حاسماً بين الإعلام باعتباره سلطة رقابية، والعلاقات العامة باعتبارها أداة تضليلية، فبدلاً من إيصال الحقيقة، تعمل PR على خلق "صورة مرغوبة" لمؤسسات متورطة في الفساد، أو التلوث، أو خرق حقوق الإنسان. ومثال بارز على ذلك استخدام شركات نفطية علاقات عامة لطمس آثار بيئية كارثية، عبر حملات تسويقية "خضراء" مضلّة.

ركّز الكتاب على كيفية توظيف "خبراء مستقلين" في الظاهر، لكنهم ممولّون من شركات أو حكومات، لنشر دراسات وأبحاث تدعم مصالحهم. وصف هؤلاء بـ "خبراء الإيجار" الذين يقدمون مصداقية علمية مزيفة لتبرير السياسات أو المنتجات الضارة. هذه الممارسات تخلق وهم الإجماع العلمي أو السياسي؛ حيث لا يوجد في الواقع إجماع. يتحدث المؤلفان عن أساليب اختراق غرف الأخبار، وذلك بتوفير "تغذية إعلامية جاهزة" للصحفيين، وصياغة الأخبار بطريقة جذابة و"محايدة" ظاهرياً، لكنها موجهة بعناية لخدمة أهداف معينة. مضافاً إلى شراء صحفيين أو تمويل مؤسسات إعلامية كاملة بطرق غير مباشرة. ويحذر الكتاب من تقنيات تستخدمها الحكومات لتبرير السياسات العدوانية، خصوصاً في الحروب؛ حيث يشير إلى كيفية استخدام PR لتلميع صورة حروب كبرى (مثل حرب الخليج)، من خلال: تحريك العواطف (أطفال كويتيون مختنقون)، وتضخيم الجرائم أو اختلاقها، وتقزيم أصوات المعارضين واتهامهم بالخيانة أو السداجة.

إنَّ العلاقات العامة التي تقدم نفسها باعتبارها وسيطاً "لتحسين الصورة"، ليست إلا ذراعاً تضليليةً للقوة الاقتصادية والسياسية. وبدلاً من خدمة الحقيقة، فإنها تعمل على إعادة تكوين الواقع بما يخدم الأقوياء ويُخفي الضرر.

◀ المبحث الرابع:

مجلس العلاقات الخارجية والرأي العام

مع تأسيس مجلس العلاقات الخارجية (CFR) عام ١٩٢١، دخلت البروباغندا الأمريكية عصرًا احترافيًا بالكامل؛ إذ بات هناك جهاز منظم يعمل على إنتاج الأفكار وصياغة السياسات وتوجيه النُخب السياسية والإعلامية نحو أهداف محددة^(١). وكان أحد أهداف المجلس هو التأثير في الرأي العام الدولي لصالح السياسة الخارجية الأمريكية، وذلك من خلال تعزيز فكرة أن الولايات المتحدة هي القوة العالمية التي تضمن السلام والأمن الدوليين. استخدم المجلس في ذلك الصحافة الدولية، والكتب، والمؤتمرات لتمرير هذه الفكرة في الدوائر السياسية والاقتصادية على المستوى العالمي.

1 - G. W. Domhoff: Who Rules America? The Triumph of the Corporate Rich, p 88.

أولاً: (إدوارد بيرنيز)، تطورُ مفهومِ العلاقات العامة من خلالِ الاستخباراتِ الأمريكية في أثناء الحربِ العالمية الثانية

يُعَدُّ (إدوارد بيرنيز)، مؤلفُ كتاب «البروباغندا» (١٩٢٨)، الأبَ المؤسس للعلاقات العامة الحديثة. استلهم (بيرنيز) أفكاره من علم النفس الفرويدي، مؤكداً أن «السيطرة الخفية على الجماهير» ضرورية لصحة الديمقراطية^(١). خلال الحرب العالمية الثانية، جرى تجنيد تقنيات بيرنيز في حملات ضخمة لتعبئة الرأي العام ضد ألمانيا واليابان. ولأول مرة يجري دمج أدوات علم النفس الجماهيري بشكل مؤسسي داخل أجهزة الدولة الإعلامية.

من هذا المنطلق تحولت العلاقات العامة من مجرد تحسين لصورة الشركات إلى سلاح نفسي في الحرب، وذلك من أجل الترويج للديمقراطية مقابل شيطنة الأنظمة الفاشية والنازية، وتصنيع الإجماع الوطني لدعم التجنيد والضرائب والجهود العسكرية. مضافاً إلى تعبئة النساء لدخول سوق العمل عبر حملات شعاراتية مثل «We Can Do It!» لتمكين المرأة لضرورات الحرب. وقد استخدم (بيرنيز) مبادئ التحليل النفسي لفهم العقل اللا واعي الجماهيري، وكيفية زرع الخوف أو الأمل بوصفهما آليتان لدفع السلوك العام، وللتأثير في الغرائز والرموز الجماعية، مثل ربط الحرب بالحرية والأمان الأسري. ومن خلال التنسيق بين المؤسسات الإعلامية ووكالات الاستخبارات، جرى صناعة سرديات محددة عن الحرب للتحكم

في القصص الإخبارية المتدفقة إلى الداخل والخارج. ولنشر الأكاذيب المدروسة أو المعلومات المنقوصة (Controlled Leaks). وقد جرى إعداد حملات إعلامية في أمريكا اللاتينية وآسيا لعرض أمريكا باعتبارها محررة لا مستعمرة، رغم أنها كانت تدعم أنظمة استبدادية صديقة للمصالح الأمريكية. بعد الحرب، أصبح واضحاً أن الرأي العام يمكن صناعته بوسائل علمية دقيقة. ثم أسس (بيرنيز) لاحقاً مفاهيم إدارة الأزمات الإعلامية وإعادة تكوين الصورة العامة.

أمثلة عملية على تطبيقات (بيرنيز) خلال الحرب

الحملة	الهدف	الأسلوب المستخدم
دعم السندات الحربية	تمويل المجهود العسكري	استثارة الوطنية عبر الملصقات والشعارات
تسويق تدخل أمريكا	تبرير الحرب خُلُقياً	تصويرها بوصفها حرباً لإنقاذ الإنسانية
تعبئة القوى العاملة	ملء الفراغ الذي أحدثه الرجال المجندون	حملات تمكين النساء وتغيير القيم التقليدية

أما في ما يتعلق بالآثار اللاحقة لهذا المسار على العلاقات العامة الحديثة، فتتمثل في نقل العلاقات العامة إلى مستوى إدارة سيكولوجيا الجماهير. مضافاً إلى تعزيز فكرة أن الديمقراطيات تحتاج إلى «صناعة الإجماع» (Manufacturing Consent) كما لاحظ لاحقاً (نعوم تشومسكي). وبالتالي مأسسة العلاقة بين الإعلام والسياسة الخارجية (Public Diplomacy).

ثانياً: السياسة الخارجية العابرة للأحزاب

برز نموذج «السياسة الخارجية العابرة للأحزاب» (Bipartisan Foreign Policy)، والذي يعني توافق الحزبين الجمهوري والديمقراطي على الخطوط الكبرى للسياسة الخارجية، مستفيدين من وحدة الخطاب الإعلامي، مما عزز قدرة النخب على تمرير مشاريع كبرى دون معارضة جماهيرية حقيقية.^(١) بمعنى آخر رغم التباينات الأيديولوجية بين الحزبين، هناك شبه إجماع على بعض المبادئ الكبرى التي توجه الدور الأمريكي في العالم.

ظهر هذا النموذج بوضوح بعد الحرب العالمية الثانية مع مبدأ ترومان (Truman Doctrine) (١٩٤٧) الذي تعهد بدعم الدول المهددة بالشيوعية. تأسس التوافق في ظل الحرب الباردة على أن: التهديد

1 - John Lewis Gaddis: Strategies of Containment: American Diplomacy and the Cold War, p20.

الفصل الثاني - المبحث الرابع ٦٩

السوفييتي يتطلب سياسة خارجية موحدة وقوية^(١). وقد استمر التوافق في مراحل لاحقة خلال إنشاء مؤسسات مثل: حلف الناتو (NATO)، وخطة مارشال (Marshall Plan)، ودعم الكيان الإسرائيلي، وسياسة الاحتواء والردع النووي.

أما عن أسباب نشأة السياسة الخارجية العابرة للأحزاب وكيفية الترويج لها فيمكن اختزالها في الآتي: التهديد الخارجي المشترك، أي أن تصاعدَ الخطر السوفييتي فرض شعوراً بضرورة الوحدة الوطنية. والرغبة في تقديم صورة القوة والثبات أمام الحلفاء والأعداء على حد سواء. وتأثير النخب الفكرية والسياسية، فقد سعت مجالس ك مجلس العلاقات الخارجية CFR ومعاهد مثل بروكينغز (Brookings Institution) و RAND (Corporation) لصياغة توافقات فكرية مسبقة بين الحزبين. مضافاً إلى هندسة الإعلام الأمريكي عبر شبكات كبرى مثل (CBS, NBC, New York Times)، والذي أدى دوراً حاسماً في تقديم قضايا السياسة الخارجية بلغة توحى بأنّ هناك إجماعاً وطنياً، حتى لو كانت هناك معارضة حقيقية خلف الكواليس^(٢).

1 - J. L. Gaddis: Strategies of Containment: A Critical Appraisal of American National Security Policy during the Cold War, pp 65- 68.

2 - N. Chomsky: Necessary Illusions: Thought Control in Democratic Societies, pp13 -15.

من هذا المنطلق عزّز الإعلام السياسة الخارجية العابرة للأحزاب عبر:

١. توحيد الخطاب الإعلامي: أسهمت وسائل الإعلام السائدة

في بناء صورة متجانسة للسياسة الخارجية باعتبارها «ضرورة وطنية»، لا خياراً سياسياً قابلاً للنقاش.

٢. إقصاء الأصوات المعارضة: عُزلت الأصوات المناهضة

للحروب أو السياسات التدخلية عبر تجاهلها أو تشويهها، مما منع تشكل معارضة جماهيرية فعّالة.

٣. تبني السرديات الرسمية: مثلاً، خلال حرب فيتنام، جرى تصوير

الحرب في الإعلام السائد باعتبارها جزءاً من معركة حتمية لاحتواء الشيوعية، وليس خياراً سياسياً قابل للنقد.^(١)

٤. التسويق السياسي والتلاعب العاطفي: استُخدمت تقنيات

دعائية لإثارة مشاعر الخوف، والوطنية، والعداء للآخر، مما جعل الجمهور أكثر تقبلاً للقرارات العابرة للأحزاب.

وهناك عدد من الأمثلة التطبيقية البارزة في هذا الإطار، أهمها:

١. حرب كوريا (١٩٥٠-١٩٥٣): كلا الحزبين دعما التدخل

العسكري تحت مظلة الأمم المتحدة لاحتواء الشيوعية.

٢. التدخل في العراق (٢٠٠٣): رغم الخلافات الحزبية اللاحقة،

1 - D. C. Hallin: The «Uncensored War»: The Media and Vietnam, p20.

الفصل الثاني - المبحث الرابع ٧١

في البداية صوّت غالبية الديمقراطيين والجمهوريين لدعم استخدام القوة ضد العراق بناءً على سرديات إعلامية عن «أسلحة الدمار الشامل».

٣. دعم إسرائيل: عبر كل الإدارات من (ترومان) حتى (دونالد ترامب - Donald Trump)، ظل الدعم العسكري والسياسي لإسرائيل سياسةً شبه مقدسة لا تفرق بين الديمقراطيين والجمهوريين.

ولهذه الخيارات عدد من النتائج السياسية والاجتماعية:

أ. إضعاف الديمقراطية التعددية: إذ إن الرأي العام يتم دفعه لتأييد قرارات كبرى دون نقاش مجتمعي واسع وحقيقي.

ب. تمرير مشاريع كبرى بسهولة: مثل السياسات التدخلية، وفرض العقوبات الاقتصادية، والانخراط في أحلاف عسكرية... دون مواجهة معارضة حقيقية.

ج. خلق فجوة بين النخب والشعب: تراكمت مع مرور الزمن حالة من انعدام الثقة الشعبي بالنخب السياسية والإعلامية، وهو ما تفجر لاحقاً مع ظواهر مثل صعود الشعبوية.

بالتأكيد، إن مفهوم السياسة الخارجية العابرة للأحزاب تعرّض للنقد؛ إذ يرى بعض الباحثين، مثل (نُغوم تشومسكي) أن هذا النموذج يكشف عن تحكم الأوليغارشية (Oligarchy) النخبوية بالقرار السياسي تحت

غطاء ديمقراطي وهمي. فيما يشير آخرون مثل (والتر لاكوير - Walter Laqueur) إلى أن هذا التوافق كان ضرورياً لقيادة العالم خلال فترة الفوضى بعد الحرب العالمية الثانية^(١).

وباختصار، إن السياسة "الخارجية العابرة للأحزاب" قامت على إرساء إجماع نخبوي مؤسسي عزّزته هندسة إعلامية مدروسة هدفت إلى خنق التعددية السياسية الفعلية في مسائل السياسة الدولية. وتقديم صورة موحدة عن «مصلحة وطنية» تُفرض على المجتمع دون نقاش ديمقراطي واسع. لكن مع التحولات العالمية، وصعود قوى منافسة، وانكشاف زيف بعض السرديات (كما حدث مع حرب العراق)، بدأت هذه المنظومة تواجه تصدّعات جديّة في العقدين الأخيرين.

ثالثاً: فنُّ لوم الضحية «مشروع فيكوس» ومفهومُ peasant conservatism وتوظيفُ الأنثروبولوجيا

في إطار مشروع «فيكوس»، جرى استخدام دراسات الأنثروبولوجيا الاجتماعية لفهم المجتمعات الفقيرة وتحليل ميولها، وذلك بهدف هندسة سرديات إعلامية تصور الهيمنة الأمريكية كأنها «تحرر» وليس

1 - W. A Laqueur: World of Secrets: The Uses and Limits of Intelligence, pp1117-.

«احتلالاً»^(١). خلال الحرب الباردة، برزت الأنثروبولوجيا — فرع دراسة الثقافات والمجتمعات الإنسانية — باعتبارها أداة رئيسة للولايات المتحدة ليس لفهم المجتمعات النامية فحسب، بل لإعادة صياغة تصورات هذه المجتمعات عن التدخلات الأمريكية. وفي هذا السياق، نشأت عدة مشروعات بحثية ممولة من مؤسسات عسكرية ومخابراتية مثل: (مشروع فيكوس - Vicos Project): وهو أحد أوائل النماذج لاستخدام الأنثروبولوجيا الاجتماعية في هندسة المجتمعات. و(مشروع كاميلوت - Project Camelot): وهو محاولة ضخمة لدمج البحث الاجتماعي مع أهداف السياسة الخارجية.

كانت الفكرة الأساس لمشروع (فيكوس)، والتي نفذتها جامعة كورنيل (Cornell University) بتمويل غير معلن من مؤسسات أمريكية رسمية في مزرعة تحمل الاسم نفسه في مرتفعات بيرو، هي "تطوير" مجتمع قروي فقير عبر تدخلات اجتماعية واقتصادية تبدو تنموية. لكنَّ الهدفَ الحقيقي كان: دراسة أنماط السلوك الشعبي، وتحليل القابلية للثورة أو الاضطراب السياسي. مضافاً إلى تعرُّف طرائق تطويع السكان الريفيين لتقبُّل الهيمنة الأجنبية باعتبارها «تحديثاً» وليس «قهرًا».^(٢)

1 - Clifford Geertz: The Interpretation of Cultures, p17.

2 - B. S. Orlove: The Allure and Power of Anthropological Perspectives, pp7071-.

ضمن مشروع (فيكوس) وغيره، جرى توظيف مفهوم لوم الضحية بطريقة ممنهجة: فبدلاً من الاعتراف بأن الفقر والتخلف ناتجان عن قرون من الاستغلال الإمبريالي والهيمنة، جرى تصوير الفلاحين المحليين بوصفهم عاجزين، وتقليديين، وكسالى، وغير قابلين للتطور بسبب ثقافتهم الخاصة. وبالتالي: إن المشكلة في الضحية، وليست في البنية العالمية للهيمنة! هذا التلاعب الخطابي برر التدخلات الأمريكية بوصفها مهمة إنسانية تهدف «لتحرير» الشعوب من تخلفها الذاتي.^(١)

أمّا فيما يتعلق بمفهوم «المحافظة الريفية» (Peasant Conservatism)، فقد نظر الباحثون الأنثروبولوجيون إلى الفلاحين باعتبارهم محافظين بالفطرة، ويفضلون الاستقرار، ويخشون التغيير، ولا يثقون بالثورات. هذا التحليل أدى إلى صياغة استراتيجية تدخل جديدة: فبدلاً من دعم الثورات الاجتماعية (كما كانت تفعل الشيوعية)، جرى التركيز على تقديم برامج تنمية تدريجية تحت الإشراف الأمريكي لجعل الفلاحين ينظرون إلى «التدخل الأمريكي» على أنه أفضل من التغيير الجذري والثوري.

وفي النتيجة، جرى استغلال المحافظة الفلاحية بوصفه حائطاً صمداً نفسي ضد الحركات الثورية^(٢). ومن هذا المنطلق، جرى توظيف هذه المفاهيم في الإعلام والبروباغندا؛ حيث جرت إعادة صياغة السردية

1 - W. Ryan: Blaming the Victim, pp3031-.

2 - E. R. Wolf: Peasant Wars of the Twentieth Century, p77.

الإعلامية، فسوّر كل تدخل أمريكي (سواء في أمريكا اللاتينية أم فيتنام أم الشرق الأوسط لاحقاً) على أنه عملية تنموية أو تحديثية، وليست احتلالاً أو قهراً. وعليه، بُررت الأنظمة العميلة وهي الأنظمة المدعومة أمريكياً؛ إذ قُدِّمت باعتبارها «ضامنة للاستقرار الاجتماعي». ومن خلال ذلك، جرى شيطنت الحركات التحررية: كل تمرد أو مقاومة محلية قُدم على أنه «تخريب إرهابي» ناتج عن «فئات متطرفة لا تمثل المجتمع المحافظ». طبعاً، هناك مثال واقعي على ذلك، في دعم الولايات المتحدة الأمريكية لانقلابات عسكرية (تشيلي ١٩٧٣) بحجة حماية «النظام الاجتماعي التقليدي» من خطر اليسار الثوري. وتجدر الإشارة هنا، إلى أن هناك عدداً من التطبيقات المعاصرة التي ظهرت فيها هذه السياسة، فقد تكرر المنطق نفسه في احتلال العراق (٢٠٠٣)، وذلك من خلال تبرير الغزو بأنه «تحرير للشعب العراقي». مضافاً إلى تصوير المقاومة الشعبية على أنها «إرهاب». كما في أفغانستان؛ حيث صُوّرت المجتمعات القبلية على أنها «تحتاج إلى التحديث» بإشراف أمريكي، مع تهميش أسباب الغزو الحقيقية. إنَّ مشروع «فيكوس» وتجاربَ أخرى مماثلة كشفت، كيف أمكن توظيف علم الاجتماع والأنثروبولوجيا في خدمة صناعة الكذب وتبرير الهيمنة. من خلال: لوم الضحية، واستغلال المحافظة الريفية، وأيضاً إعادة صياغة الواقع الإعلامي. فقد تمكنت الولايات المتحدة من هندسة وعي عالمي يقبل التدخلات الإمبريالية تحت غطاء «التحرير» و«التحديث».

وهكذا تندمج العلوم الاجتماعية مع أدوات البروباغندا الحديثة في خلق واقع بديل يخدم أهداف الهيمنة والسيطرة.

رابعاً: (لاسويل - Harold D. Lasswell) ونهضة "الأكاديمية الموجهة"

قدم (لاسويل) الفكرة المركزية للأكاديمية الموجهة، مشيراً إلى أنَّ هناك الأكاديمية التقليدية التي تهدف إلى البحث عن الحقيقة بشكل حر. أما الأكاديمية الموجهة وفق تصور (لاسويل) فهي: «عملية توجيه البحث الأكاديمي، وخصوصاً في مجالات الإعلام والاتصال والعلوم الاجتماعية، نحو خدمة الأهداف السياسية للدولة، خصوصاً في مجالات الحرب النفسية، وصناعة الإجماع السياسي»، أي إن الجامعات ومراكز البحث لا تعمل بشكل مستقل، بل تُنظَّم لتخدم هندسة الرأي العام لصالح النخبة الحاكمة. أمّا أفكار (لاسويل) الرئيسة في هذا السياق فهي أنَّ البروباغندا ضرورة سياسية، وليست انحرافاً بل عنصراً حتمياً في المجتمعات الحديثة المعقدة. فالديمقراطية الجماهيرية بحاجة إلى إدارة مستمرة لعقول الجماهير؛ لأنها «غير قادرة على اتخاذ قرارات عقلانية بأنفسها». ويعتبر (لاسويل) أنَّ من يحكم يجب أن يوجه الإعلام؛ حيث طوّر نظريته الشهيرة «من يقول ماذا، عبر أي وسيلة، لمن، وبأي تأثير؟».

حوّل هذا النموذج الإعلام إلى «أداة سياسية»، وليس مجرد وسيلة

تواصل. كما دعا إلى تحالف صريح بين الحكومات والعلماء الاجتماعيين الذين تقوم مهمتهم على توفير الأدوات النفسية والاجتماعية التي تحتاج إليها الدولة لإدارة الشعوب بفعالية. وخلال الحرب العالمية الثانية، أسهم (لاسويل) في تنظيم البرامج الحكومية لاستخدام الدعاية والحرب النفسية عبر مكتب الخدمات الاستراتيجية (OSS)، سلف وكالة الاستخبارات المركزية (CIA). واعتبر أن "المعارك الحديثة تُحسم في ميدان الرموز والشعارات" أكثر من ميدان السلاح. لذا دعا إلى استخدام: السينما، والأدب، والصحافة، والإعلانات لخدمة الأهداف الاستراتيجية^(١). كان (هارولد لاسويل) أحد أبرز المنظرين الذين سعوا إلى دمج مختلف التخصصات الأكاديمية تحت هدف واحد: فهم كيفية التحكم بالرأي العام. فأسس مفهوم "من يقول ماذا، لمن، عبر أية وسيلة، وبأي تأثير". وخلال الحرب الباردة، تكرر هذا النهج؛ إذ تم توظيف الأكاديمية لخدمة أهداف سياسية مباشرة. وقد تلقى (لاسويل) دعماً مالياً كبيراً من مؤسسات مثل (روكفلر) و(فورد)، ما يطرح تساؤلات عن الحدود بين البحث العلمي المستقل وصناعة الرأي المؤدلج (المؤطر فكرياً). كان لنهج (لاسويل) آثار على الواقع الأكاديمي الأمريكي، وذلك من خلال تمويل الأبحاث بواسطة الدولة؛ حيث ظهرت شبكات من الجامعات والمراكز البحثية

1 - H. D. Lasswell: Propaganda Technique in the World War, p4.

الممولة حكومياً، والتي تركز على البحوث التطبيقية لخدمة الأمن القومي. مضافاً إلى صعود مراكز الأبحاث Think Tanks، مثل معهد راند RAND الذي جمع علماء اجتماع ونفس وعلوم سياسية للعمل على مشاريع تتعلق بالحرب الباردة، بحجة فهم "عقلية العدو"، لكنها عملياً كانت جزءاً من هندسة الإعلام الداخلي والخارجي. ومن الآثار أيضاً هو تطوير دراسات الاتصال الجماهيري؛ إذ جرى تحويل "الاتصال" إلى علم مستقل يركز على التحكم الجماعي بالسلوكيات عبر وسائل الإعلام الحديثة. كما أن اندماج الإعلام والعلوم الاجتماعية مع أجهزة الأمن من خلال مشاريع مثل "مشروع فيكوس" أو "مشروع كاميلوت" (Project Camelot) ما هو إلا امتدادات لتصور (لاسويل) عن وظيفة العلم باعتبارها أداة للهيمنة الناعمة. تعرّض طرح (لاسويل) للنقد من عدد من المستشرقين، كـ (إدوارد سعيد)، في كتابه الاستشراق^(١)؛ حيث رأى سعيد أن مثل هذه المقاربات الأكاديمية ليست بريئة بل مسيئة بطبيعتها. و(نعوم تشومسكي)، في تحليله للإعلام، اتهم الأكاديمية الأميركية بأنها تحولت إلى ذراع من أذرع السلطة بدلاً من أن تكون سلطة نقدية مستقلة. وحتى داخل الولايات المتحدة، ظهرت تيارات نقدية (مدرسة فرانكفورت الجديدة) تحذر من اختزال الجامعات في «مصانع لإنتاج بروباغندا ناعمة» بدلاً من فضاءات حرة للبحث.

إن (هارولد لاسويل) لم يكن مجرد عالم اجتماع سياسي، بل كان مهندساً لنمط جديد من العلاقة بين المعرفة والسلطة. فهو يعتبر أنَّ البحث العلمي لم يعد غاية في ذاته، بل صار وسيلة لإدارة المجتمعات. كما أنَّ الجامعات لم تعد مستقلة بالكامل، بل باتت تعمل ضمن مشروع وطني أوسع لهندسة الواقع الاجتماعي والسياسي والإعلامي. بهذا المعنى، أصبح الإعلام والعلوم الاجتماعية في العالم الحديث جزءاً من منظومة «إدارة الرأي العام»، وهي وظيفة محورية لضمان استقرار النُّظُم الديمقراطية الشكلية القائمة على البروباغندا بدلاً من المشاركة الواعية.

◀ المبحث الخامس:

بناءُ الإجماع: طبقات من المسارات المتوازية

أكد (نُغوم تشومسكي) و(إدوارد هيرمان) في كتابهما Manufacturing Consent^(١) أن الإعلام الأمريكي لا يقوم ببناء إجماع حقيقي، بل يصنع وهمًا بأن الإجماع قد تحقق عبر تقنيات تلاعب متعددة، أبرزها الانتقاء الإخباري، وترتيب الأولويات، وإعادة صياغة السياقات.

1 - N. Chomsky & E. S. Herman: Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media, p12.

في الديمقراطيات الغربية الحديثة، وخاصة في الولايات المتحدة، يُفترض أن الإعلام يؤدي دور "السلطة الرابعة"؛ أي أنه يراقب السلطات السياسية والاقتصادية نيابةً عن الشعب. غير أن (تشومسكي) و(هيرمان) قلبا هذا التصوُّر رأسًا على عقب، وأثبتا أن الإعلام الأميركي لم يعد يُعبِّر عن "الإرادة الشعبية"، بل أصبح أداة لصناعة وهم الديمقراطية عبر «صناعة الإجماع» المسبق.

أولاً: الفرق بين بناء الإجماع وصناعة الإجماع

صناعة الإجماع	بناء الإجماع	
خلق وهم بالتوافق عبر التحكم بالخطاب الإعلامي.	توافق طبيعي وتدرجي بين المواطنين عبر الحوار الحر والمفتوح.	التعريف
تلاعب بالمعلومات، انتقاء مصادر معينة، إخفاء أو تضخيم أحداث.	نقاش عام، اختلافات، نقد، جدل، تصحيح مستمر.	الآلية
ديمقراطيات شكلية تتحكم فيها الشركات ووسائل الإعلام الكبرى.	ديمقراطيات حقيقية تقوم على الشفافية والمساءلة.	المثال النموذجي

وبعبارة أخرى، لا يعكس الإعلام الإجماع الموجود في المجتمع، بل «يصنعه» بشكل اصطناعي وموَّجه. وقد حدد كل من (تشومسكي) و(هيرمان)^(١) الآليات الخمس لصناعة الإجماع، وهي المتمثلة في:

١ - الملكية الخاصة للإعلام

إن معظم وسائل الإعلام مملوكة من قبل شركات ضخمة تهتم بالربح أكثر من الحقيقة. وهذا يجعل السياسات التحريرية منحازة إلى مصالح رأس المال.

٢ - الإعلان باعتباره مصدرًا رئيسًا للتمويل

بما أن الإعلانات تمثل مصدر الدخل الأساس، يتحول الإعلام إلى منتج يُصمَّم لجذب المعلنين وليس لخدمة القراء. يحفِّز هذا الرقابة الذاتية في تغطية المواضيع التي قد تزعج الشركات الكبرى.

٣ - الاعتماد على مصادر رسمية

تعتمد وسائل الإعلام على الحكومات والشركات الكبرى باعتبارها مصادر رئيسة للأخبار، مما يقلل من التنوع والاستقلالية.

٤ - الهجمات المضادة على الإعلام الحر

أي وسيلة إعلامية تحاول كشف الحقائق خارج الرواية الرسمية تُهاجم

1 - N. Chomsky & E. S. Herman: Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media, p32.

وتُهمش (مثل اتهامها بأنها «غير وطنية» أو «تروّج للدعاية المعادية»).

٥ - العدو الأيديولوجي المشترك

يُستخدم عدو خارجي أو خطر داخلي (مثل الشيوعية بالأمس، أو الإرهاب اليوم) لتبرير الرقابة، والتعبئة وراء السياسات الرسمية. كما وضع الكاتبان التقنيات الأساس المستخدمة في صناعة الإجماع والمتمثلة في:

■ **الانتقاء الإخباري (Selection Bias):** أي عرض أخبار معينة

وتجاهل أخرى لخلق صورة موجّهة للعالم.

■ **ترتيب الأولويات (Agenda-Setting):** أي التركيز الإعلامي

على مواضيع معينة حتى تبدو أهم من غيرها في وعي الجمهور.

■ **إعادة صياغة السياقات (Framing):** أي استخدام كلمات

محددة وأساليب عرض معينة لإعطاء انطباع معين (مثل وصف

الاحتلال بـ "دفاع عن النفس").

■ **التكرار المنظم (Repetition):** أي تكرار رواية معينة حتى

تتحول إلى "حقيقة مفترضة" لا يناقشها أحد.

■ **إسكات الأصوات البديلة:** أي قصر المنابر الإعلامية الكبرى

على النخب الحاكمة واستبعاد الأصوات النقدية.

كما يؤكد كلٌّ من (تشومسكي) و(هيرمان) على أن النظام الإعلامي

في الولايات المتحدة لا يسمح بقيام ديمقراطية حقيقية؛ لأن المواطن

يتلقى معلومات منقوصة أو مشوهة، فالبدائل الحقيقية غير معروضة أمامه؛ حيث يبدو له أن هناك «إجماعاً» حول السياسات فيما هذا الإجماع مفبرك إعلامياً. من هذا المنطلق، تصبح المشاركة الشعبية شكلية؛ لأنها تعتمد على اختيارات مزيفة. وبالتالي هنا، فإنّ الديمقراطية الأميركية هي ديمقراطية «ذات مرحلة واحدة»: فالشعب يُمنح حرية الاختيار بين خيارات مُعدّة سلفاً تضمن استمرار الوضع القائم.

اللافت في هذا الموضوع، أنّ في تغطية الحروب الأخيرة على غزة (طوفان الأقصى) وكذلك لبنان، استخدمت وسائل الإعلام الغربية النموذج ذاته، باعتماد أسلوب الانتقاء (تجاهل مضاعفاً الضحايا المدنيين الفلسطينيين)، وكذلك إعادة الصياغة (وصف الاعتداءات الإسرائيلية بـ «الرد الدفاعي»)، وإبراز رواية «حق إسرائيل في الدفاع عن النفس» باعتبارها إجماعاً لا يقبل النقاش. وفي النتيجة ظهر انطباع عالمي مزيف بأن إسرائيل كانت ضحية وليست معتدية، مما منع تشكّل وعي عالمي ضاغط على الحكومات.

لقد أثبت كلٌّ من (تشومسكي) و(هيرمان) أن الديمقراطيات الليبرالية الحديثة لا تلغي السيطرة على الرأي العام بل تعيد إنتاجها بطريقة أكثر نعومة وخداعاً عبر الإعلام الجماهيري. لا يقوم الإعلام فقط بتغطية الواقع، بل يصنع واقعاً خاصاً يتماشى مع المصالح السياسية والاقتصادية للنخب، مما يحول الديمقراطية إلى مسرحية يتحكم في نصّها المخرجون خلف الستار.

ثانياً: التوزيع الطبقي لمسارات بناء الإجماع داخل أميركا يخضع الرأي العام الأمريكي لطبقات متعددة من التحكم، تبدأ بالمؤسسات الإعلامية، مروراً بالنخب الاقتصادية، وانتهاءً بالمنظمات غير الحكومية الأكاديمية والثقافية.

- النماذج الرديفة لبناء الإجماع في أوروبا: اتبعت أوروبا الغربية نماذج مماثلة خلال فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية، خاصة عبر تأسيس قنوات إذاعية وصحف تدعم الرواية الأمريكية عن «العالم الحر» (مثل إذاعة أوروبا الحرة).
- النماذج الرديفة في دول العالم الثالث: في بلدان مثل إيران، وغواتيمالا، وتشيلي، استخدمت الولايات المتحدة تقنيات إعلامية متطورة لدعم الانقلابات ضد أنظمة غير موالية، وتبرير هذه العمليات إعلامياً بدعوى أنها «تحرير ديمقراطي».

الفصل الثالث:

الهندسة الإعلامية: صناعة الكذب في الحروب الحديثة
(الحروب الإسرائيلية في الشرق الأوسط نموذجاً)

يُسلّط هذا الفصل الضوء على ظاهرة معقّدة وعميقة الجذور في العصر الحديث؛ حيث لم تعد الحروب تُخاض فقط بالأسلحة التقليدية، بل أصبحت الحرب على العقول عبر الإعلام ساحة رئيسة لا تقل أهمية عن ميادين القتال. والمقصود بالهندسة الإعلامية هو توليف عملية مدروسة ومنهجية لتكوين الرأي العام وصناعة القنوات الجماعية من خلال أدوات الإعلام. إنها ليست مجرد تغطية للخبر، بل هي بناء منظومة سردية كاملة تتحكّم فيما يُقال، ومتى، وكيف، ولماذا. تُحاكي الهندسة هنا «هندسة الإدراك»، ولكنها تُركّز على الآلية الإعلامية باعتبارها أداة مركزية في توجيه التفكير الجمعي خلال الحروب.

استخدم الكيان الصهيوني الكذب في حروبه على العرب، وهذا الأسلوب ليس أمراً جديداً، لكنه تطوّر من دعاية تقليدية إلى بروباغندا رقمية معقّدة تستخدم التكنولوجيا والبيانات والذكاء الاصطناعي في حربه

الأخيرة على غزة ولبنان ودول المنطقة. وتشمل «صناعة الكذب» في هذا الإطار مستويات عدة:

١. اختلاق الوقائع (Fabrication): نشر أخبار أو صور أو مقاطع فيديو مزيفة، مثل ما حدث في حروب الخليج أو أوكرانيا.

٢. إخفاء الحقيقة (Censorship by omission): عدم تغطية على جرائم أو انتهاكات، والتركيز على رواية واحدة.

٣. إعادة تأطير الأحداث (Framing): تقديم الحدث من زاوية تخدم طرفاً دون آخر.

٤. التكرار والتضخيم: تحويل معلومة مشكوك فيها إلى «حقيقة» عبر التكرار المكثف في مختلف المنصّات.

اللافت في الأمر، أن الكيان الصهيوني عمل على توظيف الكذب الإعلامي ليس من أجل التضليل فحسب، بل أيضاً شيطنة العدو، أي نزع الإنسانية عن الطرف الآخر، وتبرير قتله أو احتلاله. وحشد التأيد الشعبي، وبناء دعم داخلي للسياسات الحربية. مضافاً إلى إرباك العدو نفسياً: بإشاعة الفوضى أو زرع اليأس. وتوجيه الرأي العام الدولي عبر فرض رواية تناسب مصالح الجهة الأقوى إعلامياً.

يمكن في هذا المجال الإشارة إلى الفرق بين دور الإعلام في الحروب التقليدية التي شارك الكيان الصهيوني في جزء أساس منها، والحروب الحديثة المتطورة التي تحمل أكثر أدوات التكنولوجيا تطوراً.

الفرق بين الإعلام في الحروب التقليدية والحروب الحديثة

الجانب	الحروب التقليدية	الحروب الحديثة
طبيعة الإعلام	مركزي ومحدود	لامركزي ورقمي ومتعدد المصادر
أدوات التضليل	بروباغندا مباشرة	تلاعب نفسي، وسائل تواصل اجتماعي، اختلاق وقائع مرئية
الجمهور المستهدف	العدو والمواطن المحلي	العالم بأسره (رأي عام عالمي)
سرعة التأثير	بطيئة نسبياً	فورية وعابرة للقارات

ونظراً لخطورة هذه الأساليب الإسرائيلية، لكونها تحوّلت من النمطية التقليدية إلى أخطر تحول في الحروب المعاصرة، شهدنا مرحلة انتقال من الحرب على الأرض إلى الحرب على الحقيقة؛ إذ لم تعد الأسلحة هي ما يحسم الصراع، بل الرواية الأكثر إقناعاً وانتشاراً، حتى وإن كانت كاذبة. وهكذا يصبح الإعلام جبهة قتالية متقدمة، لا تقلّ دماراً عن أي سلاح تقليدي.

◀ المبحث الأول:

تاريخ البروباغندا الإسرائيلية

أولاً: مدخلٌ تاريخيٌّ: الإعلامُ باعتباره أداة وجود

منذ تأسيسه عام ١٩٤٨، أدرك الكيان الصهيوني أهمية البروباغندا باعتباره جزءاً من مشروعه الوجودي. ووظف وسائل الإعلام ليس لإقناع الداخل الإسرائيلي بشرعية الكيان فحسب، بل أيضاً لصناعة صورة دولية إيجابية باعتبارها «الديمقراطية الوحيدة في الشرق الأوسط» و«الدولة الصغيرة المحاطة بالأعداء».^(١)

نشأت أولى الحملات الإعلامية المنظمة خلال حروب ١٩٤٨ و١٩٥٦؛ حيث عمل الكيان على تسويق رواية «الدفاع عن النفس» في مواجهة «التهديد العربي». وظهر مبكراً ما أطلق عليه لاحقاً «الهاسبارا» وهي استراتيجية دعائية رسمية تهدف إلى «شرح» الرواية الإسرائيلية للعالم.^(٢)

مارس الكيان الصهيوني هندسةً مدروسةً للإدراك العام الدولي عبر تبني لغة الضحية، وتجاهل أو شيطنة السرديات الفلسطينية والعربية. وتجدر الإشارة

١ - إيلان بابيه: التطهير العرقي في فلسطين، ص ١٢٧-١٢٨

٢ - سيث فريزن: الهاسبارا الإسرائيلية: البروباغندا والتلاعب بالرأي العالمي، ص ١٢

الفصل الثالث - المبحث الأول ٩١

إلى أنَّ "هندسة الإدراك" (Perception Management) هي علمٌ وفنٌ توجيهِ قناعات الجماهير عبر السيطرة على المعلومات والصور الذهنية التي تصل إليهم. لا يقتصر الأمر على "الترويج" لسردية معينة، بل يشمل أيضاً قمع أو تشويه السرديات المناوئة.

وفي السياق الإسرائيلي، جرى توظيف هذه الآلية ببراعة، ليس داخلياً فقط ولكن على المستوى الدولي، لا سيما في أوقات الحروب والصراعات الكبرى، مثل حروب غزة ولبنان.

استخدم الكيان الصهيوني آليات في تبني خطاب الضحية، وذلك من خلال استحضار الذاكرة التاريخية الغربية عبر استغلال تجربة المحرقة (الهولوكوست) باعتبارها مرجعية مركزية تربط بين وجود الكيان الصهيوني ونجاة اليهود من الإبادة. زرع هذا الوضع شعوراً دائماً بأن «إسرائيل» كيان مهدد وجودياً، وبالتالي أي انتقاد لها يُصوّر على أنه نوع من «معاداة السامية». وكذلك يجري تصوير كل عمل عسكريّ باعتباره ردّاً اضطرارياً عبر الترويج لخطاب «الدفاع عن النفس» على تهديدات «إرهابية». والأفعال الإسرائيلية، مهما كانت قاسية، يجري تبريرها بأنها دفاع وجودي لا بديل له.

وكذلك عبر تأسيس السردية في الإعلام الغربي، من خلال بناء العلاقات القوية مع المؤسسات الإعلامية الكبرى، مثل CNN وBBC وNew York Times، التي ضمنت فيها "إسرائيل" أن تعتمد مصطلحاتها ("صواريخ

حماس“، ”دفاع إسرائيلي“) في كل التغطيات. مضافاً إلى التأطير الخُلقي، أي تقديم ”إسرائيل بوصفها دولة ديمقراطية متقدمة“، مقابل توصيف الفلسطينيين والعرب عبر قوالب سلبية (إرهابيون، ومتطرفون، وهمجيون).^(١)

أصبح معلوماً، ومنذ سنوات أنَّ الإعلام الإسرائيلي يستخدم أساليب شيطنة للسردية الفلسطينية والعربية، وذلك من خلال الانتقاء الإخباري المتحيز، أي التركيز على صور الصواريخ فقط أو مشاهد العنف الفلسطينية مع تجاهل جذور الصراع (الاحتلال، والحصار). ومن خلال اختزال القضية الفلسطينية في ”أعمال عنف متفرقة“، أي إخفاء السياق الاستعماري البنيوي للاحتلال وتحويل المسألة إلى مجرد ”صراع حدودي“ أو ”نزاع ديني“.

وكذلك من خلال ربط المقاومة بالإرهاب العالمي، أي تصوير حماس أو حزب الله باعتبارهما امتدادان لتنظيمات مثل القاعدة أو داعش، رغم اختلاف الأيديولوجيا والسياقات. مضافاً إلى التشكيك في المصدقية عبر نزع الشرعية عن كل تقارير أو شهادات فلسطينية عبر وصفها بأنها ”مبالغ فيها“، أو ”غير موثوقة“، أو ”توظيفية“.^(٢)

1 - G. Philo, & M. Berry: Bad News from Israel, p 19.

2 - E. Said, Covering Islam: How the Media and the Experts Determine How We See the Rest of the World, pp60 - 66.

إن من النتائج المترتبة على هذه الهندسة الإعلامية تأثر الرأي العام الغربي، فأغلب الجماهير الغربية تميل إلى تعاطف أكبر مع الكيان الصهيوني على بشاعته، وتشكك بشكل تلقائي في الرواية الفلسطينية. ومن النتائج أيضاً، تسهيل الدعم السياسي والعسكري، أي خلق بيئة دولية مؤاتية لتبرير المساعدات العسكرية الأميركية والأوروبية لإسرائيل، تحت شعار "حماية الديمقراطية في الشرق الأوسط". وإضعاف التضامن العالمي مع القضية الفلسطينية عبر تبديد محاولات بناء حركة حقوقية دولية قوية قوامها التشويش الإعلامي وتشويه رموز التضامن. ففي حروبه على غزة في ٢٠٢١ و ٢٠٢٣ مثلاً، وخلال القصف الإسرائيلي الكثيف، سيطرت الرواية الإسرائيلية التي تتحدث عن "حق الدفاع ضد إرهاب حماس"، في حين جرى تجاهل السياق الأصلي (اقتحام حي الشيخ جراح، والاعتداء على المسجد الأقصى).

أمّا في الاعتداءات المتكررة على لبنان، فقد ركّز الإعلام الغربي على "خطر صواريخ حزب الله" دون الإشارة إلى خروقات إسرائيلية متكررة للسيادة اللبنانية. ساعد ذلك كله على تثبيت صورة نمطية مضللة تخدم المشروع الصهيوني وتغيب الرواية العربية الفلسطينية. هذه الاستراتيجية الإسرائيلية تقتضي فهماً عميقاً لتقنيات الإعلام والإقناع الجماهيري. لكنها أيضاً تكشف ثغرات خطيرة: عبر فقدان تدريجي للثقة في وسائل الإعلام التقليدية. ومن خلال تنامي حملات مضادة في وسائل التواصل

الاجتماعي. وعبر صعود الروايات البديلة بفضل شبكات الصحافة المستقلة والمنظمات الحقوقية. وبالتالي، فإن السيطرة الكاملة على الإدراك العالمي لم تعد مضمونة كما كانت سابقاً.

ثانياً: الحروبُ الإسرائيليةُ الأخيرةُ في غزة ولبنان: تحقيقُ صناعةِ الكذبِ والبروباغندا

١ - التضليلُ والكذبُ الإعلاميُّ: نماذجُ تحليليةُ أ. العدوانُ على غزة (٢٠١٤-٢٠٢١-٢٠٢٣)

- اختزال الرواية: تُركّز الروايات الإسرائيلية على مشهد «الصواريخ العشوائية» من غزة، دون تقديم السياق المتعلق بالحصار والاحتلال والقمع، مما يصور الفلسطينيين باعتبارهم عدوانيين دون دافع مشروع.^(١)
- توظيفُ صورِ الضحايا الإسرائيليين: غالباً ما يتم التركيز على صور الضحايا الإسرائيليين (رغم تفاوت الأعداد المهور مع الشهداء الفلسطينيين)، لتعزيز سردية «الدفاع عن النفس».
- استخدام المصطلحات المضلّة: مثل «العملية الدفاعية»

١ - تقارير منظمة العفو الدولية عن غزة ٢٠١٤-٢٠٢٣

أو «القصف الانتقائي»، رغم استهداف بنى مدنية واسعة (مستشفيات، ومدارس، ومنشآت كهربائية).

ب. العدوان على لبنان ٢٠٠٦-٢٠٢٤

- تصوير حزب الله بوصفه مصدر الشر المطلق: جرى تقزيم السياق المتعلق بالاحتلال الإسرائيلي للأراضي اللبنانية منذ ١٩٧٨؛ بحيث صُوِّر النزاع باعتباره اعتداءً غير مبرر من حزب الله على دولة ذات سيادة.^(١)

- تضليلٌ عبرَ الصور: استخدم الإعلام الإسرائيلي وبعض وسائل الإعلام الغربية صورَ دمارٍ لبناني زُعم أنها «مواقع لحزب الله» فيما كانت غالباً أحياءً سكنية مدنية.

٢. تقنيات التضليل الإعلامي

يشير (نعوم تشومسكي) و(إدوارد هيرمان) في كتابهما الشهير Manufacturing Consent (١٩٨٨) إلى أن الإعلام في الأنظمة الليبرالية الحديثة لا يمارس الدعاية بصورة مباشرة وفجّة كما تفعل الأنظمة الاستبدادية، بل يستخدم أدوات خفية وممنهجة للتأثير في إدراك الجماهير؛ بحيث يتم تطويع الرأي العام دون وعي منه. تساعدنا هذه الفرضية على فهم كيفية تعامل الإعلام الإسرائيلي والغربي

1 - Patrick Seale: The Struggle for Syria, p25.

مع الصراعات الحديثة، خصوصاً في غزة ولبنان، عبر مجموعة تقنيات تضليلية مدروسة.

ومن خلال تحليل أدوات التضليل الاعلامي وتقنياته تبرز عدد من الوسائل، منها:

أ. (الإغراق المعلوماتي **Information Overload**): وهو

يعني إغراق الجمهور بفيض من الأخبار والتفاصيل والبيانات - بغض النظر عن دقتها - مما يؤدي إلى إنهاك المتلقي عقلياً وعاطفياً، ويفقده القدرة على التمييز بين المهم والهامشي. فعند وقوع حدث كارثي، مثل قصف مستشفى أو مدرسة، تُنشر عشرات الروايات المتضاربة (صاروخ طائش، أو خطأ فلسطيني، أو خلل فني...). والغاية من ذلك هو تشويش الإدراك العام، ومنع صياغة سردية واحدة قوية، وإضعاف القدرة على تحميل إسرائيل المسؤولية مباشرة. وفي النتيجة يعني ذلك حتماً "شلل المعلومات" لدى المتلقي، مما يدفعه إما إلى عدم المبالاة أو قبول الرواية الأقوى مادياً وإعلامياً (عادةً الرواية الإسرائيلية المدعومة بغزارة الوسائط)^(١).

1 - N. Chomsky & E. S. Herman: Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media, p36.

ب. الإطار اللغوي المنحاز (Biased Framing): وهو الطريقة التي يجري عبرها تقديم أو صياغة حدث ما باستخدام مفردات معينة تحمل دلالات خُلِّقَت مسبقاً، مثل: «رد فعل إسرائيلي» (وليس «هجومًا»)، أو «عملية دفاعية» (وليس «عدوانًا»). فالفلسطينيون يوصفون بـ «مسلحين» أو «مخربين»، فيما الجنود الإسرائيليون يُطلق عليهم «قوات دفاع». والحاصل، إن ما يحدث هو قوينة العنف الإسرائيلي في ذهن المتلقي الدولي، وشيطة المقاومة الفلسطينية بإظهارها بوصفها تهديدًا آمنياً بدلاً من حركة تحرر وطنية.

ج. (التلاعب بالسياق Context Manipulation): الذي يتمثل في انتزاع الأحداث من جذورها السياسية والتاريخية، وتصويرها على أنها أحداث معزولة أو ذات أسباب آنية ومجهولة. مثال ذلك: تجاهل جذور الاحتلال الإسرائيلي للأراضي الفلسطينية منذ ١٩٤٨ و١٩٦٧. وكذلك عبر تغطية الهجمات الإسرائيلية على أنها «صراعات حدودية» أو «حروب ضد الإرهاب»، دون الإشارة إلى الاحتلال العسكري طويل الأمد، والحصار الاقتصادي (مثل حصار غزة منذ ٢٠٠٧). ونتيجة ذلك، إضعاف شرعية القضية الفلسطينية بوصفها «مشكلة عنف»، لا قضية تحرر من استعمار استيطاني.

د. (تأجيل الاعتراف Delay in Acknowledgment): وهو

استراتيجية تقوم على التشكيك الفوري في حدوث المجازر أو الكوارث المنسوبة لإسرائيل، بانتظار تراجع الغضب الشعبي والإعلامي. فعند قصف مستشفى المعداداني في غزة عام ٢٠٢٣ مثلاً، سارع الإعلام الإسرائيلي والغربي لطرح «روايات بديلة» (قذيفة حمساوية، أو انفجار داخلي...) بدل الإقرار المباشر بالمسؤولية. ومع مرور الوقت وتراجع الزخم الإعلامي، يصبح كشف الحقيقة أقل تأثيراً سياسياً وشعبياً. وبالنتيجة، يُحيد الغضب الجماهيري تدريجياً، وتُفرغ الحادثة من طاقتها السياسية والحُلقية عبر تعويم الحقيقة.

يبقى السؤال الأهم هنا، لماذا تنجح هذه التقنيات؟

نعتقد أن ذلك يجري عبر السيطرة شبه الكاملة على مصادر الأخبار العالمية. وعبر تفوق الموارد اللوجستية والدبلوماسية للدولة الإسرائيلية. ووجود قاعدة جماهيرية مسبقة متعاطفة (نتيجة الروايات التاريخية عن معاناة اليهود). مضافاً إلى انعدام التوازن بين القدرات الاتصالية الفلسطينية والعربية وبين القوة الإعلامية الإسرائيلية والغربية.

رغم فاعلية هذه التقنيات، فإن صعود الإعلام الرقمي، وتطور منصات التواصل الاجتماعي، وانتشار الصحافة البديلة باللغتين العربية

والإنجليزية، بدأ في تقويض فعالية هذه الاستراتيجيات عبر: كشف التلاعب بالسرديات لحظياً. ونشر روايات فلسطينية موثقة بالصور والفيديوهات. وعبر فضح ازدواجية الأخلاقية في تغطية الإعلام الغربي. بالتالي، نحن أمام معركة مفتوحة بين «هندسة الإدراك التقليدية» و«هندسة الإدراك الشعبي الرقمي».

◀ المبحث الثاني:

دور الإعلام الغربي والإعلام العربي في مواجهة البروباغندا المضلة للرأي العام

أولاً: الإعلام الغربي: بين التواطؤ والنقد المحدود
يمثل الإعلام الغربي، خاصة في الولايات المتحدة وأوروبا، قوة حاسمة في تكوين الرأي العام تجاه النزاعات الدولية. ففي السياق الفلسطيني - الإسرائيلي، يظهر الإعلام الغربي بمظهر مزدوج: فهو من جهة يدعي الحياد والموضوعية على أنها جزء من هويته الليبرالية، ومن جهة أخرى يُظهر انحيازاً بنيوياً لصالح الرواية الإسرائيلية، سواء عبر التغطية الإخبارية اليومية أو عبر الأطر الأيديولوجية الكبرى التي تُؤطر فهم الصراع.

لا يأتي هذا الانحياز بالضرورة من ضغوط رقابية مباشرة أو أوامر سياسية، بل هو نتيجة شبكة معقدة من التحيزات الثقافية، والمصالح الجيوسياسية، والهندسة المؤسسية للخطاب الإعلامي. إنَّ غالبية التغطيات الإخبارية تبدأ باقتباس بيانات المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي، قبل الإشارة إلى الرواية الفلسطينية، إن أُشير إليها أصلاً. واللافت أنَّ الروايات الإسرائيلية تُعطى صفة "الموضوعية" و"الحقائق الميدانية"، فيما تُعامل الروايات الفلسطينية باعتبارها "ادعاءات" أو "مزاعم".

يبدو هذا الانحياز الإعلامي واضحاً بسبب سهولة الوصول إلى المصادر العسكرية الإسرائيلية التي توفر بيانات متقنة وسريعة مرفقة بالصور والفيديوهات. كما أن البنية التحتية الإعلامية الإسرائيلية مهيأة خصيصاً لاستقبال الصحفيين الأجانب وتزويدهم بسرديّة متماسكة. وفي النتيجة، تعمل وسائل الإعلام الإسرائيلية على تعزيز مركزية الرواية الإسرائيلية وخلق "حقيقة مهيمنة" على مجريات الأحداث. بالمقابل، يظهر تحيُّز المراسلين الدوليين في الكيان الصهيوني، فكثيرون منهم مقيمون في تل أبيب، وهم يتقنون اللغة العبرية، ويجري دمجهم ثقافياً ضمن السياق الإسرائيلي. وبالمقابل لا يتحدث معظمهم العربية، ويواجهون صعوبات لوجستية وأمنية في الوصول إلى قطاع غزة أو الضفة الغربية. لذلك تفضل المؤسسات

الفصل الثالث - المبحث الثاني (١٠١)

الإعلامية إرسال مراسلين "مخضرمين" يعرفون البيئة الإسرائيلية ولا يشكلون "مخاطر تحريرية". كما أنّ العلاقات الوثيقة بين الصحفيين والمؤسسات العسكرية والأمنية الإسرائيلية تسهّل تدفق المعلومات وتدعم التحيز غير الواعي. ولذا، إن ما يحصل هو بناء صورة مضلّلة عن الوضع الفلسطيني باعتباره تهديداً أمنياً لإسرائيل، لا كفاحاً ضد احتلال عسكري^(١).

إنّ وسائل الإعلام الغربية تمارس رقابة ذاتية مشدّدة تجاه النقد العلني لإسرائيل خوفاً من اتهامات معاداة السامية. وبالتأكيد، إنّ المنظمات الضاغطة مثل "رابطة مكافحة التشهير" (ADL) و "AIPAC" تستخدم نفوذها للتشهير بالصحفيين والوسائل التي تتجاوز "الخطوط الحمراء". وعلى هذا الأساس يظهر وجود خلط متعمّد بين نقد إسرائيل ومعاداة السامية، ممّا خلق مناخاً خانقاً يمنع تناول السياسات الإسرائيلية بموضوعية نقدية. مضافاً إلى الخوف من فقدان الإعلانات، الدعم المالي، أو حتى الوظائف، يجعل الصحفيين والمحررين أكثر حذراً. فينكمش هامش النقد الحقيقي تجاه إسرائيل، فيؤدى إلى تطبيع الانتهاكات ووضع سقف منخفض للنقاش العام.^(٢)

1 - R. Khalidi: The Hundred Years' War on Palestine, pp 27 - 33.

2 - N. G. Finkelstein: The Holocaust Industry: Reflections on the Exploitation of Jewish Suffering, pp 55 - 57.

أمام تواطؤ الإعلام الغربي واستسلامه لهيمنة السردية الإسرائيلية الناعمة التي تعني السيطرة على رواية الأحداث وإطار تفسيرها بطريقة تبدو طبيعية وغير مفروضة، بات الجمهور يتبنى السرد المهيمن طواعية دون إحساس بالإكراه. ومن هذا المنطلق، يصوّر الكيان الصهيوني نفسه بوصفه "ديمقراطية وحيدة" في منطقة "بربرية". ويقوم بتأطير الصراع باعتباره صراعاً "أمنياً" ضد "الإرهاب"، لا حركة تحرر ضد احتلال استيطاني. كما يعمل إعلامه باستمرار على دمج مفاهيم مثل "الأمن"، و"الدفاع عن النفس"، و"مكافحة الإرهاب" ضمن القيم الغربية السائدة. ومن نتائج هذه الهيمنة، التماهي الغربي مع الخطاب الإسرائيلي دون تمحيص. وتبرير الحروب والهجمات الإسرائيلية باعتبارها حتمية أمنية لا خروقات جسيمة لحقوق الإنسان والقانون الدولي. والأخطر من ذلك كلّهُ، هو تهميش الرواية الفلسطينية وتصويرها بصفقتها مجرد خطاب ضحية غير عقلاني^(١).

1 - N. Chomsky, & I. Pappe: On Palestine, pp 77- 78.

الفصل الثالث - المبحث الثاني ١٠٣

يقدم هذا الجدول أمثلة تطبيقية على ذلك:

القضية	عرض الإعلام الغربي	التحليل
قصف مستشفى المعمداني في غزة ٢٠٢٣	تبنيّ سريع للرواية الإسرائيلية عن «خطأ صاروخي فلسطيني»، رغم الأدلة الميدانية	نموذج للرقابة الذاتية واعتماد الرواية الرسمية دون تحقق
العدوان العسكري على لبنان في أيلول ٢٠٢٤	تبنيّ سريع للسردية الإسرائيلية وتبرير حجج الكيان لعدوانه على لبنان، وانتهاك سيادته وأمنه واستقراره.	تلاعب بالسياق لتبرير استهداف مقرات حزب الله وقادته ونزع سلاحه المهدّد لأمن إسرائيل.
حرب تموز في لبنان ٢٠٠٦	تركيز على «خطف الجنود الإسرائيليين» دون سياق للاحتلال الإسرائيلي للجنوب اللبناني سابقاً ووجود أسرى لبنانيين في سجنونه	تلاعب بالسياق وإخفاء جذور النزاع
مسيرات العودة في غزة ٢٠١٨	تصوير المتظاهرين بوصفهم «مخربين» بدلاً من «متظاهرين سلميين».	تحيزٌ لغوي وتبنيّ الإطار الإسرائيلي

إنَّ الإعلام الغربي، رغم وجود أصوات نقدية حرة، يعمل غالباً ضمن شبكة معقدة من التواطؤ البيوي مع الرواية الإسرائيلية، مدفوعة بالمصالح السياسية والثقافية والخوف المؤسسي. ومع ذلك، بدأ هذا الاحتكار السردى يتعرض للتحدي تدريجياً بفضل صعود الإعلام الرقمي المستقل، والتغطيات الشجاعة لبعض الأصوات الحرة داخل الغرب نفسه. من هذا المنطلق، يمكن وصف العلاقة بين الإعلام الغربي والمؤسسة الإسرائيلية بأنها علاقة «هيمنة سردية ناعمة»؛ حيث يتم دمج الرواية الإسرائيلية ضمن القيم الغربية الأوسع مثل «الأمن» و«مكافحة الإرهاب».^(١)

ثانياً: الإعلام العربي: بين المواجهة والاختراق

يتوزع الإعلام العربي اليوم بين اتجاهين متناقضين: تيار مقاوم بنسبة كبيرة للبروباغندا الغربية - الإسرائيلية يسعى لتقديم سرديات بديلة تُبرز الانتهاكات والحقائق من منظور الضحية، لا الجلاذ. وتيار آخر جرى اختراقه أو استقطابه ضمن المنظومة الإقليمية والدولية الكبرى، ليصبح أداةً في إعادة إنتاج سرديات القوة، بما يتماشى مع مصالح الأنظمة أو القوى الخارجية.

1 - Noam Chomsky: Media Control: The Achievement of Modern Propaganda, p 27.

الفصل الثالث - المبحث الثاني ١٠٥

هذا الازدواج يكشف عن واقع إعلامي عربي يعاني من التمزُّق بين رسالته المفترضة بوصفه ممثلاً للهوية الجماعية العربية، وبين الضغوط السياسية والتمويلية والرقابية التي تعيد توجيه بوصلته نحو تكرار نماذج البروباغندا بدل مقاومتها. ومن خصائص المواجهة الإعلامية العربية للبروباغندا وأساليبها، إعادة سردية «الضحية - المقاوم» مقابل سردية «المعتدي المدافع»؛ حيث تعمل بعض القنوات العربية (مثل الميادين^(١))، وقناة الجزيرة في تغطيات معينة) على تفكيك الرواية الإسرائيلية التي تُظهر إسرائيل بصفتها طرفاً مُعتدًى عليه دائماً. وتبث مشاهد ميدانية حية، وتقارير حقوقية، وتغطي أبعاد الاحتلال اليومية بما في ذلك الحصار، القصف، والمجازر.

ومن خصائص المواجهة الإعلامية العربية، فضح التواطؤ الإعلامي الغربي؛ حيث تؤدي بعض المنصات دوراً في كشف تحيُّز الإعلام الغربي، وتفكيك لغته الرمزية، وتحليل المفردات المستخدمة مثل: «الاشتباكات»، و«العمليات الدقيقة»، و«التحصُّن في مناطق مدنية»... إلخ. ومثال تطبيقي على ذلك يتعلق ببرامج تحليل الإعلام، مثل «ما وراء الخبر» (الجزيرة) في

١ - قدمت قناة الميادين تقارير ميدانية فورية عن مجزرة مستشفى المعمداني في غزة (أكتوبر ٢٠٢٣) متجاوزة الرواية الإسرائيلية الرسمية، مع نقل شهادات من الجرحى والمواطنين، وصور من كاميرات مراقبة لموقع الانفجار، ما وضع الإعلام الغربي في زاوية دفاعية.

بعض حلقاته، أو «بانوراما اليوم» (قناة المنار)؛ حيث خُصّصت حلقات لنقد تغطية نيويورك تايمز وبي بي سي، وإظهار تغييب الرواية الفلسطينية. أمّا فيما يتعلق بالكيّات الاختراق وصناعة الكذب داخل الإعلام العربي، فتمثّل في إعادة إنتاج السردية الغربية بلغة عربية؛ حيث تبنت بعض المحطات الممولة خليجياً أو غربياً (مثل سكاي نيوز عربية، والحدث والعربية) في تغطيتها لغة الإعلام الغربي بحذافيرها؛ حيث يجري الحديث عن «صواريخ حماس»، و«ردود إسرائيلية»، و«مخاطر التطرّف»، متجاهلة السياق الاحتلالي أو القصف العشوائي. ومثال تطبيقي على ذلك في حرب غزة ٢٠٢٣، عندما وصفت قناة «العربية» عمليات المقاومة بأنها «هجمات تصعيدية غير مبررة وإرهاب ضد الأمن في إسرائيل»، وركّزت في تغطيتها على الجانب الإسرائيلي بوصفه متلقٍ للهجوم وضحية.

كما يعمل الإعلام العربي المخترق والموجّه لخدمة أجندات غربية على تشويه صورة المقاومة عبر اختزالها في البعد الديني أو الطائفي أو عبر تشويهها وشيطنتها واعتبارها تهديداً لمفهوم السلام والأمن الدوليين كما يريده الغرب؛ إذ تميل بعض الوسائل إلى ربط فصائل المقاومة الفلسطينية أو اللبنانية بجهات خارجية (إيران مثلاً)، وتقديمها باعتبارها مشاريع تخريبية لا حركات تحرر. كما يجري استخدام مفردات مثل «ميليشيات»، و«الذراع الإيرانية»، و«الجماعات المسلحة» في توصيف المقاومة. ومثال تطبيقي على ذلك، التغطية المتحيّزة لبعض القنوات الخليجية خلال معارك

الفصل الثالث - المبحث الثاني ١٠٧

حزب الله وإسرائيل في جنوب لبنان (٢٠٢٣)؛ حيث جرى التركيز على الأضرار داخل إسرائيل، وتجاهل الخسائر اللبنانية، وتوصيف العمليات بأنها «مغامرات»، مضافاً إلى عملية الشيطنة المعدة سلفاً للمقاومة اللبنانية ورجالاتها وقادتها. ومع كل ذلك يعمل هذا الإعلام المخترق على إضعاف الثقة بالمقاومة عبر تضخيم الخسائر وتغيب الانتصارات؛ حيث تستخدم بعض الجهات الإعلامية العربية أسلوب «الإحباط الجماهيري» من خلال التركيز على مشاهد الدمار، والإبادة الجماعية والقتل، وتغيب مشاهد الصمود أو الإنجازات العسكرية أو الشعبية. من هنا، تهدف هذه الاستراتيجية إلى قتل الأمل، وترسيخ قناعة بأن المقاومة عبء وليست خياراً.

مثال تطبيقي لهذه السردية، ما تقوم به بعض وسائل الإعلام في تغطيتها للمعارك الحاصلة بين عناصر المقاومة الفلسطينية أو اللبنانية وجنود الاحتلال الصهيوني؛ حيث لا تذكر انتصارات المقاومين ولا إنجازاتهم التي أجبرت العدو المحتل مراراً على قبول وقف إطلاق النار دون شروط سواء في غزة أو لبنان، وتركز فقط على مشاهد الدمار والموت والإبادة والمجاعة لخلق حالة إحباط عامة، تُسقط ثقة المتلقي بالمقاومة وجدواها. وبالمقابل، هناك عدد من التحديّيات البنيوية للإعلام العربي المقاوم، تتعلق بالرقابة السياسية والرقمية من قبل الأنظمة التي ترى في أي خطاب مقاوم تهديداً مباشراً لاستقرارها أو لعلاقاتها الدولية. كذلك

ضعف الموارد التقنية والمالية مقارنة بالمؤسسات الغربية، ما يحد من قدرة الإعلام البديل على الاستمرار والمنافسة. وأيضاً الهجمات السيبرانية والتضييق الدولي، مثلما حصل مع منصات فلسطينية على «فيسبوك» و«يوتيوب»، أغلقت حساباتها بحجج واهية.

وعليه، من الضروري التأكيد على أنّ الإعلام العربي اليوم ليس كياناً موحدًا، بل ساحة لصراع سردي بين: أصوات مقاومة تحاول فضح البروباغندا وكشف الحقيقة، وأخرى تعمل ضمن منظومة الدعاية الإقليمية والدولية لتلميع الاحتلال وتشويه الضحية. لكن يمكن القول، لا يزال لدى الجمهور العربي وعي متزايد بحجم التضليل، ويبحث عن مصادر بديلة أكثر صدقًا، مما يعيد للإعلام البديل مساحة حيوية. إنّ المعركة ليست فقط على الأرض بل أيضاً على اللغة والسرد؛ فمن يهيمن على المعنى، يربح نصف المعركة.

ويمكن القول، إنّ معركة الروايات في الحروب الحديثة أصبحت ساحة معركة لا تقل أهمية عن الجبهات العسكرية، بل ربما تكون أكثر حسماً على المدى الطويل.

خاتمة^{٢٦}

عند استعراض تطوّر صناعة الكذب والبروباغندا الإعلامية عبر مختلف الحقب التاريخية، بدءاً من الحضارات الشرقية القديمة، مروراً

الفصل الثالث - المبحث الثاني ١٠٩

بالكلاسيكيات الإغريقية والرومانية، وصولاً إلى الحملات الأوروبية والأمريكية الحديثة، وانتهاءً بممارسات الإعلام المعاصر خلال الحروب الحديثة (الحروب الإسرائيلية الأخيرة في غزة ولبنان نموذجاً) تتجلى أمامنا مجموعة من النتائج المفصلية:

١. إن البروباغندا ظاهرة تاريخية متجذرة، وليست حديثة النشأة، فقد مارست الحضارات الشرقية، مثل الفرعونية والفارسية والصينية، أشكالاً متقنة من التلاعب الجماهيري، ما يكشف أن السيطرة على العقول كانت جزءاً أصيلاً من أدوات الحكم وبسط السلطة.

٢. أنتج التطور التقني قفزات نوعية في فعالية البروباغندا مع ظهور الطباعة، ثم الإذاعة، فالسينما، فالإنترنت، توسعت آفاق التحكم الإدراكي، مما أدى إلى تحول الإعلام من مجرد ناقل معلومات إلى أداة لصناعة الواقع ذاته.

٣. تمثل الولايات المتحدة النموذج الأرقى لصناعة البروباغندا الحديثة عبر وجود تقنيات معقدة لبناء الإجماع الشعبي وإدارته، مستندة إلى علوم النفس والاجتماع والأنثروبولوجيا السياسية - كما في حالة (بيرنيز) و(لاسويل)-، ومؤطرة ضمن منظومات مؤسساتية مثل مجلس العلاقات الخارجية ومراكز الفكر Think Tanks.

٤. باتت صناعة الكذب عنصراً مركزياً في إدارة الحروب المعاصرة؛ حيث أظهرت الحروب الإسرائيلية الأخيرة على غزة ولبنان، أنَّ المعركة الإعلامية لا تقل أهمية عن المعركة العسكرية؛ إذ يسعى الكيان الصهيوني إلى إعادة تكوين الوعي الدولي باستخدام أدوات التضليل، والإخفاء والاختزال اللغوي، والتزييف البصري، أي استخدام الصور والفيديوهات باعتبارها أداة مركزية في تكوين المواقف، ويمكن بسهولة التلاعب بها باستخدام زوايا معينة لإخفاء العنف، وصور "أرشفية" تُعرض باعتبارها آنية وتقنيات مثل Deepfake، وفلاتر الوجوه والانفعالات. مضافاً إلى أنَّ الصورة هنا لا توثق الحقيقة، بل تصنع واقعاً بصرياً مُعلَباً وموجَّهاً. ومثال ذلك، بث مشاهد "إغاثة إنسانية" في مناطق حرب فيما يُخفي القصف الحقيقي في اللحظة ذاتها.

مبدئياً، إنَّ إعادة تكوين الوعي الدولي باستخدام أدوات التضليل، والإخفاء، والاختزال اللغوي، والتزييف البصري «تعبّر عن عملية مركبة تهدف إلى إعادة صياغة الإدراك الجمعي العالمي، ليس فقط عبر ما يُقال، بل عبر ما يُخفى، وكيف يُعرض، وبأي لغة وصورة يُصاغ. وهذا يعني إجمالاً تحويل إدراك شعوب العالم تجاه قضايا معينة (مثل الحرب، العدالة، الاحتلال، حقوق الإنسان...)، بحيث يُعاد بناء القيم والمعايير

الفصل الثالث - المبحث الثاني (١١)

التي تحكم الفهم الجماعي، وتُقدّم الحقائق في قوالب مزيفة أو مشوهة. كما تُفرض رواية واحدة مهيمنة باعتبارها "الحقيقة العالمية". وبالتالي، تصبح السيطرة على "الوعي الدولي" أداة استراتيجية لتبرير السياسات، وصناعة التحالفات، وتحقيق المصالح الجيوسياسية.

إنّ إعادة تكوين الوعي الدولي ليست مجرد نتيجة عرضية لأخطاء إعلامية، بل هي استراتيجية واعية تستخدم أدوات لغوية وبصرية دقيقة لتثبيت سرديات الهيمنة والتبرير. كلما ضعف الإدراك الجماعي للحقائق، ازداد تمكّن القوى المسيطرة من إعادة إنتاج نفسها بوصفها حكماً واضحة وبطلاً في آن واحد، فيما تظل الشعوب المستضعفة حيصة صور وألفاظ لا تعبر عن مأساتها الحقيقية.

٥. يعمل الإعلام الغربي، رغم ادعاء الحرية، غالباً ضمن أطر محددة تفرضها المصالح الجيوسياسية؛ حيث تهيمن الرواية الإسرائيلية بفعل تشابك المصالح الاقتصادية والسياسية والثقافية، فيما تبقى الأصوات النقدية محدودة الهامش أو مهددة بالشيطنة.

٦. قدم الإعلام العربي مقاومة سردية نسبية ولكنها تعاني من مشكلات بنوية، من قبيل التشردم، ضعف الإمكانيات، الاختراق الإعلامي، والنزاعات البينية التي تُضعف الجبهة الإعلامية الموحدة.

المراجع

المراجع العربية

- إدوارد بيرنيز: البروباغندا، ترجمة: أحمد عبد الكريم، القاهرة، دار العين، لا ط، ٢٠١٢.
- إدوارد سعيد: الاستشراق، المعرفة، السلطة، الإنشاء، ترجمة: كمال أبو ديب، بيروت، مؤسسة الأبحاث العربية، لا ط، ١٩٧٨.
- إيلان بابيه: التطهير العرقي في فلسطين، لندن، وان وورلد، لا ط، ٢٠٠٦.
- بيتر بورك: الثقافة الشعبية في أوروبا الحديثة المبكرة، كامبريدج، مطبعة جامعة كامبريدج، لا ط، ١٩٩٥ (ترجمة ذاتية).
- تقارير منظمة العفو الدولية حول غزة، ٢٠١٤-٢٠٢٣.
- سيث فريزن: «الهاسبارا الإسرائيلية: البروباغندا والتلاعب بالرأي العالمي»، دورية دراسات الشرق الأوسط، لا ط، ٢٠١٢.
- مايكل مان: مصادر القوة الاجتماعية: التاريخ السياسي والاجتماعي للحضارات، ترجمة: فايز الصياغ، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، لا ط، ٢٠٠٩.
- ممدوح درويش مصطفى وإبراهيم السايح: مقدمة في تاريخ الحضارة الرومانية واليونانية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، لا ط، ١٩٩٩.

المراجع الإنكليزية

- L. Abu-Lughod: Dramas of Nationhood: The Politics of Television in Egypt. University of Chicago Press. 2010.
- H. Allcott & M. Gentzkow: social media and Fake News in the 2016 Election. Journal of Economic Perspectives, 31(2), 2017.
- R. Barthes: Camera Lucida: Reflections on Photography. Hill and Wang. 1981.
- I. Benjamin: The Mass Media as Political Actors, Cambridge University Press, 02 September 2013.
- W. L. Bennett & S. Livingston: The Disinformation Order: Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions. European Journal of Communication, 33(2), 2018.
- E. Bernays: Propaganda. H. Liveright. 1928.
- A. Bingham: Whose Media? A History of the New York Times and the Spanish-American War. Journalism Quarterly, 81(1), 2004.
- T. H. Breen: The Marketplace of Revolution: How

Consumer Politics Shaped American Independence.
Oxford University Press. 2013.

- N. Chomsky: Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. Pantheon Books. 2002.
- N. Chomsky: Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda. Seven Stories Press. 1997.
- N. Chomsky: Necessary Illusions: Thought Control in Democratic Societies. Boston: South End Press. 1989.
- N. Chomsky & E. S. Herman: Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. New York: Pantheon Books. 1988.
- N. Chomsky & I. Pappe: On Palestine. Haymarket Books. 2015.
- Clifford Geertz: The Interpretation of Cultures, New York: Basic Books, 1973.
- G. W. Domhoff: Who Rules America? The Triumph of the Corporate Rich. McGraw-Hill. 2006.
- Edward Bernays: Propaganda, New York: IG Publishing, 2005, p. 37.

- J. Ellul: Propaganda: The Formation of Men's Attitudes. Vintage Books. 1973.
- N. G. Finkelstein: Image and Reality of the Israel-Palestine Conflict. Verso. 2003.
- N. G. Finkelstein: The Holocaust Industry: Reflections on the Exploitation of Jewish Suffering. Verso. 2003.
- Harry G. Frankfurt: On Bullshit. Princeton University Press. 2005.
- J. L. Gaddis: Strategies of Containment: A Critical Appraisal of American National Security Policy during the Cold War. New York: Oxford University Press. 1982.
- D. C. Hallin: The «Uncensored War»: The Media and Vietnam. New York: Oxford University Press. 1986.
- J. Herf: The Jewish Enemy: Nazi Propaganda During World War II and the Holocaust. Harvard University Press. 2006.
- M. Hudson: Super Imperialism: The Economic Strategy of American Empire. Pluto Press. 2005.
- Jacques Ellul: Propaganda: The Formation of Men's Attitudes, New York: Vintage Books, 1973.

- John Darwin: The Rise and Fall of the British Empires, London: Allen Lane, 2007.
- John Lewis Gaddis: Strategies of Containment: American Diplomacy and the Cold War, New York: Oxford University Press, 1982.
- Joseph Ellis: American Revolutionaries: The Inside Story of the Revolutionary War, New York: Norton, 2013.
- G. S. Jowett & V. O'Donnell: Propaganda and Persuasion (5th ed.). SAGE Publications. 2012.
- J. Keane & B. He, China's Galaxy Empire: Wealth, Power, War, and Peace in the New Chinese Century. Oxford University Press, 2024.
- R. Khalidi: The Hundred Years' War on Palestine. Metropolitan Books. 2020.
- M. M. Kraidy: The Naked Blogger of Cairo: Creative Insurgency in the Arab World. Harvard University Press. 2016.
- W. Laqueur: A World of Secrets: The Uses and Limits of Intelligence. New York: Basic Books. 1983.

- H. D. Lasswell: Propaganda Technique in the World War. MIT Press. 1927.
- Matthew Josephson: The Robber Barons: The Great American Capitalists, 1861–1901, Harcourt, Brace and Company, 1934.
- Mounir Sanhaji: The Subject and the State's Media Control, Journal of Political Sciences & Public Affairs, Morocco, 2015.
- Nazish Mehmood: The Global Crisis of Bullshit Culture and Media Manipulation, Modern Diplomacy, January 3, 2025.
- Noam Chomsky: Media Control: The Achievement of Modern Propaganda, Montreal: Black Rose Books, 1997.
- Norman Finkelstein: Image and Reality of the Israel-Palestine Conflict, Verso Books, London, New York, 2003.
- B. S. Orlove: The Allure and Power of Anthropological Perspectives: Vicos as a Model. American Anthropologist. 1997.
- Patrick Seale: The Struggle for Syria, Cambridge:

Cambridge University Press, 1965.

- G. Philo & M. Berry: Bad News from Israel. London: Pluto Press. 2004.

المراجع الفرنسية

- Ben-Dror Yemini : L'industrie du mensonge: les médias, le milieu universitaire et le conflit israélo-arabe, Edition De Passy, 2020.
- John Stauber & Sheldon Rampton : L'industrie du mensonge : Lobbying, Communication, publicité et médias, Edition Agone, USA, 2004.

الفهرس

٥		مقدمة
---	-------	-------

٢٥ الفصل الأول: مدخلٌ نظريٌ

٢٧		المبحثُ الأولُ: تمهيدٌ عامٌ: تعريفُ مصطلح البروباغندا وتاريخُ ظهوره
٤٧		المبحثُ الثاني: البروباغندا في الحضاراتِ الشرقيّةِ
٤٩		المبحثُ الثالثُ: البروباغندا في الحضاراتِ الكلاسيكيّةِ
٥١		المبحثُ الرابعُ: البروباغندا الأوروبيّةُ (إيطاليا، وفرنسا، وبريطانيا)

٥٣ الفصل الثاني: البروباغندا الأمريكيّةُ خطُّ تطوُّرٍ زمنيّ

٥٥		المبحثُ الأولُ: حربُ الاستقلالِ الأمريكيّةِ وظهورُ «الإعلامِ» باعتباره لاعبًا سياسيًا - جورج واشنطن دراسةُ حالةٍ
٥٧		المبحثُ الثاني: الحربُ الأمريكيّةُ-الإسبانيّةُ الصحافةُ الصفراءُ وفنُّ التلاعبِ بالرأي العامِ

٦١ المبحثُ الثالثُ: حيتانُ المالِ والمنظماتُ غيرُ الربحيةِ قبلَ
الحربِ العالميةِ الأولى

٦٥ المبحثُ الرابعُ: مجلسُ العلاقاتِ الخارجيةِ والرأي العام

٧٩ المبحثُ الخامسُ: بناءُ الإجماعِ : طبقاتُ
من المساراتِ المتوازيةِ

٥٣ الفصلُ الثالثُ: الهندسةُ الإعلاميةُ: صناعةُ الكذبِ في الحروبِ
الحديثةِ (الحروبُ الإسرائيليةُ في الشرقِ الأوسطِ نموذجًا)

٥٥ المبحثُ الأوَّلُ: تاريخُ البروباغندا الإسرائيليةِ

٩٩ المبحثُ الثاني: دورُ الإعلامِ الغربيِّ والإعلامِ العربيِّ في
مواجهةِ البروباغندا المضلَّةِ للرأي العامِّ

١٠٨ خاتمةٌ عامةٌ

١١٢ المراجع



مركز برائا للدراسات والبحوث

مركز بحثي مستقل غير ربحي، مقره في بيروت وبغداد. ويهدف لفتح المجالات العلمية والأكاديمية الواسعة، أمام الباحثين والمتخصصين؛ للقيام ببحوث تسعى إلى فهم واقع الإنسان والإنسانية، من خلال التركيز على دراسة الميادين الفلسفية، والاجتماعية، والإنسانية المتنوعة، التي تشكّل في مجموعها الحراك الاجتماعي والانساني الكبير الحاصل في العالم، وخصوصا في بلادنا العربية والإسلامية، ورصد الظواهر والتحديات الفكرية، والاجتماعية، والاقتصادية، والنفسية المختلفة، التي يمكن أن يواجهها الفرد والمجتمع، ومحاولة فهم ومدارسة الأسس الفلسفية والاجتماعية والدينية التأصيلية بموضوعية وجدة؛ سعياً للوصول إلى حلول لها؛ من أجل السمو بالإنسان وتقدّمه في أبعاده الإنسانية المختلفة.

ففيه هذا الكتاب

يتناول هذا البحث تحليلاً مُعمِّقاً لصناعة الكذب في الإعلام العالمي، مُركِّزاً على آليات الدَّعاية (Propaganda) من خلال دراسة منهجيَّة نقدية لأدوات التَّضليل وتاريخ الأكاذيب الكبرى، وآليات توجيه الرأي العام خاصَّة في ظلَّ سيطرة النخبة الماليَّة والإعلاميَّة على الخطاب العالمي. ويستعرض البحث دورَ وسائل الإعلام التقليديَّة والرقميَّة في تكوين الرأي العام وخدمة المُخطَّطات السياسيَّة، خصوصاً في الغرب. يبدأ البحث بتأصيلٍ تاريخيٍّ للدَّعاية في الحضارات القديمة، ثُمَّ ينتقل إلى دراسة تطوُّر الإعلام الأمريكيِّ باعتباره قوَّةً ناعمةً، مع تحليل لحالات حروب معاصرة مثل أوكرانيا، والعراق، وفلسطين، وأفغانستان، وصولاً إلى دراسة حالة مُركِّزة عن حرب غزّة ٢٠٢٣م. كما يتناول البحث دورَ مراكز الأبحاث، وشركات العلاقات العامَّة، والمنصَّات الرقميَّة في تسويق الأكاذيب، وتجميل الجرائم، مُضافاً إلى تزييف الوعي الثقافيِّ من خلال التلاعب بالمصطلحات. كما يعتمد البحث على مقارنة مُتعدِّدة المصادر، ويهدف إلى تقديم قراءة نقدية تساعد في فهم آليات التلاعب بالعقول في العصر الرقميِّ.