الاحتلال الناعم في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال

Soft colonization in light of information and communication technology

جمال زاوي[1]

جامعة يحي فارس بالمدية
doczaoui@gmail.com

تاريخ الوصول :2019/05/09 القبول: 2020/07/10 /النشر على الخط: 2020/09/15
Received: 09/05/2019 / Accepted: 10/07/2020 / Published online : 15/09/2020

ملخص:

"... **بم تفكر؟**" هذا هو السؤال الذي يطرحه عليك "**الفيسبوك**"، الذي يعتبر جزء من تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي أفرزت نوع من الاحتلال الناعم الذي يستهدف الهوية الثقافية للشعوب، حيث يركز على الأفكار المسمومة، فحرب المدافع قد ولى، ليحل محله حرب الأفكار، حيث تفعل فكرة مسمومة في الأمة ما لا يفعله ألف مدفع... نعم هي حرب ناعمة عمودها الفقري يتمحور حول القيم، وستتم معالجتها من منظور إعلامي، أي تسليط الضوء على كيفية توظيف التقنية أو التكنولوجيا بمختلف أنواعها للتأثير على الجمهور، وكيفية التلاعب بالعقول وتسميمها، بهدف تدمير النظم الدفاعية لدى الفرد، وتقويض المنظومات القيمية للمجتمع، وذلك بالاعتماد على إستراتيجيات **جديدة** أفرزتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال بهدف زعزعة الهوية الشخصية للفرد، واختراق الهوية الثقافية للمجتمع.

الكلمات المفتاحية: الاحتلال الناعم، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، إستراتيجيات الاختراق، آليات الحماية.

Abstract:

What do you think? this is the question posed by Facebook, which is part of the information and communication technology, which produced a kind of soft colonization, targeted cultural identity of peoples, where he focuses on poisonous ideas, because the gun war is over, to be replaced by a war of ideas, where the poisoned idea does in the nation what a thousand cannon does not do, ... Yes, it is a soft war whose backbone is centered around values, they will be addressed from an information perspective, that is to say, the focus on how technology of different kinds is used to influence the public, And how to manipulate and poison the minds, in order to destroy the defense systems of the individual, and undermine the value systems of society, based on new strategies produced by information and communication technology, in order to undermine the personal identity of the individual, and penetrate the cultural identity of the society.

Keywords: soft colonization; information and communication technology; penetration strategies; protection mechanisms.

[1] المؤلّف المرسل: جمال زاوي البريد الإلكتروني : doczaoui@gmail.com

I. مقدمة

الاحتلال الناعم... إستراتيجية جديدة نقلت البشرية من عصر المفاعلات النووية إلى عصر المفاعلات الفكرية، فهي حرب تدور رحاها حول الأفكار والقيم، وتنميط العقول وفق قوالب محددة، وتوجيه الفكر وفق مسارات معينة، بطرق ناعمة، وأساليب لطيفة، تتطلب الكثير من الذكاء الخارق، واليقظة الإستراتيجية، لتمرير مخططات شيطانية، واستراتيجيات خطيرة، تهدف إلى تدمير النظم الدفاعية للفرد، وتقويض المنظومة القيمية للمجتمع، لصناعة إنسان أنموذجي موحد يشبه الحمل الوديع، السهل التوجيه، المستهلك لكل شيء بما في ذلك مختلف القيم والأفكار الوافدة دون أدنى شك أو نقد أو تمحيص !!!

لتنفيذ هذه المخططات تم استغلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتوظيفها في تعميق الاحتلال الناعم، وتوسيع رقعته الفكرية، لما تمتاز به من خصائص ومميزات، كسرت الحواجز، وعبرت الحدود، وفتحت السماوات، وقلصت المسافات، محولة بذلك العالم إلى بيت صغير يدار بجهاز تحكم عن بعد، كل هذا دفعنا إلى طرح التساؤل الآتي:

ما هي الإستراتيجيات الموظفة في عملية الاحتلال الناعم؟ وما هي الآليات الناعمة التي ينبغي استخدامها لمعالجة هذه الظاهرة؟

وقد قسم الباحث هذا المقال إلى ثلاث محاور كبرى، حيث عالج المحور الأول أهم الأطر المفاهيمية الواردة في هذا المقال، أما المحور الثاني فتناول الإستراتيجيات الموظفة في الاحتلال الناعم، في حين خصص المحور الثالث لعرض أهم النتائج و التوصيات والآليات لمواجهة هذا الاختراق الناعم للهويات الثقافية المختلفة.

II. مدخل مفاهيمي

1. الاحتلال الناعم:

هذا المفهوم مأخوذ من مفهوم القوة الناعمة التي تعود إلى منظرها الأول البروفيسور **جوزيف ناي** "الذي تمكن بمهارة من توظيف ثنائية الصلب والناعم المستعملة في تقسيم أجهزة الكمبيوتر الذي يتألف من أدوات ناعمة software وأدوات صلبة hardware في سبيل ترويج مشروعه الإستراتيجي والسياسي والعسكري الذي يقوم على نقل المعركة من الميدان العسكري الصلب حيث التفوق لعقيدة القتال والموت والصبر الطويل والصمود التي يتقنها أعداء أمريكا إلى الميدان الناعم وأدواته التكنولوجية والاتصالية والإعلامية، حيث التفوق لأمريكا وحلفائها"([1]).

إن الاحتلال الناعم يعتمد بالدرجة الأولى على نقل الأفكار والقيم وغرسها في مختلف العقول بهدف توجيهها نحو الاستراتيجيات والمخططات الواجب تنفيذها من طرف الأعداء عبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

([1])- مركز الحرب الناعمة للدراسات: **مدخل إلى الحرب الناعمة**، بيروت، لبنان، ط1، 2014، ص: 8-9.

2. تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

إن مصطلح "تكنولوجيا الإعلام والاتصال (**TIC**) ليس مفهوما وحيد المعنى والتخصص، فهو من اهتمامات عدة تخصصات: الرياضيات، الإعلام الآلي، الاتصال، الأدب، علم الاجتماع، علم النفس، هندسة الاتصالات، الفلسفة.....و لقد ظهر مفهومه الأصلي في الولايات المتحدة الأمريكية باسم (تكنولوجيات الإعلام) الناتجة عن دمج الحواسب بالخطوط الهاتفية وفي اليابان باسم (الكمبيوتر والاتصال)، وفي بعض دول أوروبا (إسبانيا، فرنسا....) باسم (الاتصال عن بعد والمعلوماتية)، وبتأثر من علوم الإعلام شاع في أوروبا المصطلح الحالي([1]).

نقصد بتكنولوجيا الإعلام والاتصال في هذه المقال كل الوسائل الإعلامية والاتصالية الكلاسيكية والحديثة من صحف وإذاعة وتلفزيون وإنترنت وهاتف نقال وحواسيب وغيرها من التقنيات الموظفة في مجال الإعلام والاتصال.

III. إستراتيجيات الاحتلال الناعم

1. البرمجة الدماغية:

برمجة الدماغ البشري على التصميمات والبرمجيات وأنماط الاتصال وطرائق التفكير وحتى المفردات اللغوية الأمريكية، وهو ما يدرسه علم البرمجة اللغوية العصبية NLP، فمن أول خطوة لتشغيل الحاسوب الشخصي نصبح تحت تأثير شركة ميكروسوفت الأمريكية وصولا إلى تطبيقات الواتس أب Whats App، وقد أثبتت الدراسات والأبحاث الحديثة أن الدماغ يتكيف وظيفيا وبيولوجيا مع التكنولوجيات وأنماط الاتصال والبرمجة التي يستخدمها يوميا، ويصبح له خارطة انتشار عصبية مشابهة تماما، فمثلا التعامل المكثف مع شاشات الـ ipad تعطي نمط اتصالات الدماغ اللوحي، والفيس بوك يوجه المستخدم بطريقة نحو مفرداته مثل: معجب، متابع، صورة، تعبير، إضافة صديق، مفضلات اليوم، المفكرة..."([2]).

هذا فيما يتعلق باللغة المنطوقة من مختلف الألفاظ والمفردات، فما بالك بالقيم والأفكار التي ترسبت في عقول المستخدمين، والتي تعتبر أخطر من مجرد تغير في الكلام، فهي تهدف إلى النشر الواسع لثقافة وقيم ومخططات العدو بطريقة ناعمة تفعل ما لا تفعله أسلحة الدمار الشامل، والقنابل الذرية والنووية والهيدروجينية على المستوى البعيد.

2. إستراتيجية الإلهاء:

([1])- فضيل دليو: **التكنولوجيا الجديد للإعلام والاتصال**، دار الثقافة، ط1، عمان، 2010، ص26.

([2])- مركز الحرب الناعمة للدراسات، **شبكات التواصل الاجتماعي: منصات للحرب الأمريكية الناعمة**، جمعية المعارف الإسلامية الثقافية، ط1، بيروت، لبنان، 2016، ص: 96-97.

تهدف هذه الإستراتيجية –على حد تعبير المفكر الأمريكي **نعوم تشومسكي** إلى "تحويل انتباه الرأي العام عن المشكلات الهامة، من خلال بث جملة من الإلهاءات والمعلومات التافهة التي تضع المتلقي في خانة التشتت"([1]).

حيث يتم صرف الأنظار عن المواضيع الهامة التي تعني الفرد مباشرة كالمواضيع السياسية والاجتماعية والثقافية التي لها علاقة مباشرة بحياة الفرد وواقعه، وفي المقابل يتم نقله إلى مواضيع التفاهة والرداءة والترفيه والتسلية، والمواضيع التي لها علاقة بالخيال، بالإضافة إلى المواضيع المتعلقة بالعجائب والغرائب، ومغامرات ألف ليلة وليلة، ومواضيع هامشية كجنس الملائكة، وكرة القدم، التي تعمل كلها على إلهاء الشعوب.

3. الرداءة الفاضلة:

تعمل هذه الإستراتيجية على "تشجيع الشعب على استحسان الرداءة، كأن يجد الفرد أنه من الرائع أن يكون غبيا"([2]). والناظر إلى مضامين مختلف وسائل الإعلام يدرك مدى الانحطاط والرداءة الموجودة فيها، ويتم تعزيز هذه الإستراتيجية بآلية التكرار والمحاصرة حتى يألف الجمهور الرداءة، كما أن وجود الرداءة في كل الوسائل يقضي على البديل ويجعل الجمهور ينظر من زاوية واحدة فقط، فلا يجد برامج تتمتع بجودة عالية ليقارنها بالبرامج الرديئة، وبالتالي لا يمكنه اكتشاف تلك الرداءة بسبب غياب المقارنة... وهكذا يتعود على الرداءة والأكثر من ذلك أن يستحسنها ويدمن على مشاهدتها !!!

4. استثارة اللّاوعي:

إن "الدماغ البشري يستقبل المعطيات الحسية والمواد والرسائل الإعلامية عن طريق وسائل الاتصال والإعلام المختلفة... بمعدل يصل إلى مليوني معلومة وجزئية في الجرعة الواحدة (مليوني beta باللغة العلمية) يدخل منها إلى الوعي نسبة قليلة جدا تقل عن 10%، ويذهب القسم الباقي أي 90% إلى اللاوعي محدثا آثاره البطيئة عبر عمليات التأثير، وعبر فتح قنوات وآليات الاتصال والتفاعل بين اللاوعي والوعي في أروقة وعوالم العقل الباطن"([3]).

كما أن العقل الباطن "حساس جدا للعناصر المتنافرة في صورة، أو حدث، أو مشهد ما، أي الدماغ حساس إلى ما لا يمكن جمعه منطقيا، أو التي تنتهك المحرمات الثقافية... كما أن حساسية العقل الباطن تظهر –بشكل حاد– عند التعرض لمؤثرات تتعلق بالجنس"([4]).

([1])– محمد ياغي، **الحرب الناعمة وإشكالية الممانعة**، من كتاب: الحرب الناعمة: مقومات الهيمنة وإشكاليات الممانعة، مركز قيم للدراسات، ط1، بيروت، لبنان، 2011، ص: 69.

([2])– **المرجع نفسه**، ص: 70.

([3])– مركز قيم للدراسات، **الحرب الناعمة: المفهوم –النشأة –وسبل المواجهة**، جمعية المعارف الإسلامية الثقافية، ط1، بيروت، لبنان، 2001، ص: 39-40.

([4])– ولسون براي كي: **خفايا الاستغلال الجنسي في وسائل الإعلام**، ترجمة: محمد الواكد، دار صفحات للدراسات والنشر، ط2، دمشق، سوريا، 2008، ص: 27.

إن المتتبع لما يعرض في وسائل الإعلام يجده مليئا بالمتناقضات، والمشاهد الجنسية، والأحداث التي تتطرق للموت والقتل خاصة الأفلام والمسلسلات، وكل ذلك بهدف استثارة اللاوعي، وإحكام السيطرة على مختلف الجماهير.

5. برمجة الوعي المعلب:

يقصد بها التلاعب والتأثير على الوعي، وحتى تحدث هذه البرمجة يجب "تعريض الجمهور لمواد ومعطيات ومعلومات إعلامية مركزة على منافذ التلقي الذهني والنفسي التي تعتمد حسب الأبحاث العلمية بنسبة 80% على المصادر الحسية البصرية والسمعية... وإذا كان الجهاز المعرفي والإدراكي للإنسان هو جهاز حسي بنسبته الغالبة، وربطا بذلك فإن الجهاز العصبي الذي ينفذ أوامر الجهاز الإدراكي ينفعل ويتفاعل مع المعطيات والمواد الحسية أشد الانفعال ويترك بصماته الفسيولوجية والبيولوجية على الدماغ... والدماغ يركز على آخر المعلومات والمعطيات المختزنة، وهذا ما يمكن هذه الوسائل من فرض جدول أعمالها وتوجيهاتها على الجمهور"([1]).

كما يمكن التأثير على العقل الواعي عن طريق تقنية "الإثقال البصري المعروفة والتي تقوم على تحميل الوعي كمية معطيات ومواد بصرية وسمعية أكثر من قدرته على الاحتمال لدرجة الإفاضة، فيقوم بتصديرها بالضرورة إلى اللاوعي مضخما إياه بأجزاء ونتف من المعلومات والصور والأفكار والآراء التي لم يجري معالجتها وتصفيتها وتصريفها بحكمة ورشد ووعي، وكلما امتلأ العقل الباطن بها زادت نسبة تشويش الجهاز الفكري والنفسي للفرد، وهذا ما يؤدي في النهاية إلى عدم الانسجام والتوازن، بل والصراع بين العقل الباطن والعقل الظاهر"([2]).

ولتعزيز هذه الإستراتيجية يتم إغراق الجمهور بطوفان من المعلومات التافهة والمتناقضة وعديمة الفائدة، بهدف تحويل عقله إلى مزبلة للنفايات المعلوماتية التي ترهقه وتضعف ملكته النقدية، مما يجعله يستنجد بالعقل اللاواعي، فالناظر لسلوكيات الأفراد وتصرفاتهم في هذا الزمن يدرك أنهم يسيرون بطريقة لاواعية، ولا يستخدمون عقولهم قيد أُنملة.

6. هوليود أفضل من هارفرد:

يقول منظر القوة الناعمة البروفيسور **جوزيف ناي** "إن مصانع هوليود وبغض النظر عن فسادها وعدم نظافتها فهي أكثر ترويجا للرموز البصرية للقوة الأمريكية الناعمة من جامعة عريقة كجامعة هارفرد، ذلك أن الإمتاع الشعبي للأفلام الأمريكية –الجنس والعنف والابتذال– كثيرا ما يحوي على صور ورسائل لا شعورية عن الفردية وحرية الخيار للمستهلك وقيم أخرى لها

([1])– مركز قيم للدراسات، **مرجع سابق**، ص: 37.
([2])– **المرجع نفسه**، ص: 41.

رسائل سياسية مهمة ومؤثرة، وهذه السلبيات –العنف والجنس والابتذال– هي ما يأتي بالناس إلى شباك التذاكر ودور السينما لحضور ومشاهدة الأفلام الأمريكية وهي ما يسرق انتباه المشاهدين نحو القنوات والبرامج التلفزيونية الأمريكية"([1]).

أي أن ما تنتجه **هوليوود** من ثقافة شعبية له من الأهمية بالغها في نقل القيم الأمريكية لأنها تخاطب العامة أو السواد الأعظم من الجمهور، وبالتالي يكون تأثيرها أكبر من جامعة **هارفرد** لأنها تخاطب جمهور محدود جدا (النخبة)، وهي تركز حسب البروفيسور **جوزيف ناي** على (الجنس والعنف) وهي أزرار العقل اللاّواعي للجمهور العريض كما أشرنا سابقا.

7. التكهن الإعلامي:

تعمل هذه الإستراتيجية على "الترويج لعملية التوقعات والتنبؤات التي تقرأ المستقبل وتوضح ما يحصل في ما يأتي من الأيام، وتبرز خطورة هذا التكتيك في أنه يقدم معلومات كاذبة إلا أنها تساهم في التشكيك في قضايا مسلمة على مستوى الأديان ذات علاقة بالوحي والغيب"([2]).

وما أكثر الحصص الإعلامية –خاصة السياسية– التي تقدم قراءات استشرافية، وتكهنات مستقبلية للكثير من القضايا، وفي أغلب الأحيان تكون تلك القراءات خاطئة، وإذا تكررت هذه الأخطاء عدة مرات، فإن الفرد يفقد الثقة فيها، وقد يُسقط ذلك على بعض المقدسات والمسلمات الدينية، فيدب في نفسه الشك، من حيث لا يدري (حيث أن 90% من المعلومات يترسب في اللاّوعي)، كما أنه يزداد خوفا من المستقبل ويفتح الباب على مصراعيه للإحباط واليأس الذي يجعل الفرد جامدا في مكانه، وكأنه حمل وديع.

تترسب هذه الأفكار في العقل اللاواعي للفرد خاصة عندما يتم تنشيط الحصة من طرف صحفية جميلة فهي تعمل على تشغيل اللاوعي (الجنس)، فتترسب التكهنات الإعلامية في هذا الأخير، وكما هو معروف فإن المعتقدات موجودة في العقل اللاواعي للفرد، وبالتالي تلتقي كل من التكهنات والمعتقدات في اللاَّوعي، ويحدث بينها نوع من تزاوج الأفكار، لتتوج بميلاد أفكار جديدة قد تخرج الفرد من ملته !!!

8. إستراتيجية القطيع:

أصبحت وسائل الإعلام من "أهم أدوات عملية الضبط الاجتماعي، فكونها أولا ذات طبيعة جماهيرية، ثم ثانيا اعتماد الناس عليها كمصدر يكاد يكون وحيدا لغالبية الناس، جعلها قادرة على أن تجمع الناس، إن لم تحدد لهم ما يصح وما لا يصح من الأكل واللباس وطريقة الحياة، بل حتى القيم والمعتقدات، إن ترويج وسائل الإعلام لآراء وأفكار معينة والتعتيم على ما

([1])– جوزيف ناي: **القوة الناعمة وسيلة النجاح في السياسة الدولية**، ترجمة: محمد توفيق البجيرمي، تقديم عبد العزيز عبد الرحمن الثنيان، العبيكان للنشر، ط1، المملكة العربية السعودية، 2007، ص: 81-82.

([2]) – مركز الحرب الناعمة للدراسات، **مرجع سابق**، ص: 37.

يخالفها يجعلها تخلق ما يشبه العرف الذي يتفق الجمهور على قبوله، بل ويحاذر الناس من مخالفة ما عملت وسائل الإعلام على أن تجعله إجماعا"([1]).

هذه الإستراتيجية تجعل الفرد يتبع القطيع الذي صنعته وسائل الإعلام، ولا يستطيع مخالفته حتى وإن كان مخطئا، خوفا من إقصائه وشذه عن القطيع، فيُتهم بمخالفة الجماعة وعدم الامتثال للعرف السائد (المصنوع من طرف وسائل الإعلام)، وهذا الأمر بالغ الخطورة فهو يجعل الفرد يعيش حالة من الاغتراب، كما يتم القضاء على التميز والتفرد تمهيدا لتعميم ثقافة القطيع.

ويرى **والتر ليبمان** أنه "يجب أن نحمي أنفسنا من وقع أقدام وزئير هذا القطيع الضال الذي يتمتع بوظيفة ما في النظام الديمقراطي، تلك الوظيفة تتمثل في كونهم **مشاهدين** وليسوا مشاركين في الفعل"([2]). أي تحويل الجمهور إلى مشاهدين فقط، وهذا الأمر خطير جدا، حيث يصبح الفرد مشاهدا للأحداث، غير متدخل في مجرياتها حتى وإن كانت تعنيه بصفة مباشرة، وقد يعزف أيضا عن المشاركة حتى في الحياة السياسية والأعمال الخيرية، بل ويحجم حتى عن الدفاع عن عرضه وماله ونفسه وبلاده في حالة تعرضها لهجوم معين، وهلم جر، متحولا إلى مشاهد ومتفرج حقيقي !!!

9. تسميم العقول:

يقصد بهذه الإستراتيجية "عدم إعطاء المستهدَف وجهات نظر مركبة، وإنما معلومات جزئية، ويترك له مهمة التركيب، وهذا التركيب يكون الفكرة التي أريد زرعها في دماغه"([3]). ويعتمد الإعلام على إستراتيجية التجزئة بصفة كبيرة، أي أنه لا يعطي الجمهور الفكرة المقصودة مباشرة، لأنها ستكون ظاهرة ومفضوحة، وإنما يقسمها إلى عدة جزئيات، ويترك الجمهور هو الذي يقوم بعملية تركيب تلك الجزئيات ليصل في الأخير إلى الفكرة التي أراد الإعلام نشرها، وبهذه الطريقة يقتنع الشخص أكثر بهذه الفكرة لأنها من تركيبه ومن صنع عقله واجتهاده فيظن أنه هو صاحبها فيزداد اقتناعه وتمسكه بها، وقد يتعدى ذلك إلى الدفاع عن تلك الفكرة باعتبارها من نتاج عقله، فالفرد دائما يتمسك بأفكاره ويدافع عنها، ويقبل أن يتهم في شرفه ولكنه لا يقبل أن يتهم في عقله (الغباء والحمق والجهل...)، وهذا المسكين لا يعرف أنه يدافع عن أفكار عدوه بشراسة واعتزاز !!!

من جهة أخرى يحذر غ. **شيللر** من خطر إستراتيجية التفكيك على النحو التالي "حين يلتفون عمدا على الطابع الكلي للمشكلة الاجتماعية ويقدمون أنباء مقطعة عنها على أنها (معلومة) موثوقة فإن نتائج هذا الأسلوب تكون واحدة دائما: عدم الفهم، وعدم الإطلاع في أحسن الأحوال، وعدم الاكتراث واللامبالاة كقاعدة هامة"([4]).

10. صناعة اللاأخلاق:

([1])-محمد عبد الرحمن الحضيف: **كيف تؤثر وسائل الإعلام**، مكتبة العبيكان، ط2، الرياض، السعودية، 1998، ص: 40.

([2])-نعوم تشومسكي: **السيطرة على الإعلام: الانجازات الهائلة للبروباغوندا**، ترجمة: أمينة عبد اللطيف، مكتبة الشروق الدولية، ط1، القاهرة، 2003، ص: 10.

([3])- السعيد بومعيزة، **التضليل الإعلامي وأفول السلطة الرابعة**: http://elibrary.mediu.edu.my/books/MEDIU3003.pdf

([4])- سيرجي قارة مورزا: **التلاعب بالوعي**، ترجمة: عياد عيد، الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق، 2012، ص: 465.

إن "التلاعب بالإنسان ذي الأخلاق المقوضة سهل ! تدمير الأخلاق التقليدية و(الثورة الجنسية) المستمرة هما شرطان مهمان لنزع الدروع النفسية ضد التلاعب بالوعي... لتكوين مثل هذا الوضع تشغل عمليتان متبادلتان تنقلان بعد ذلك إلى العمل بالإنتاج الذاتي –يشجعون في المجتمع (الطلب على اللاأخلاق) ويحرفون على نحو مصطنع في الوقت نفسه نحو اللاأخلاق الصحافية وخصوصا التلفزيون، من خلال الوسائل الاقتصادية والسياسية، تظهر (صناعة اللاأخلاق) التي تخلق (الطلب) وتلبيه في الوقت نفسه"([1]).

عرض "اللاأخلاق" في مختلف وسائل الإعلام من إباحية ودعارة وفسق ومجون يجعل الفرد يعتاد على الأشياء اللاأخلاقية، وعليه فإن تمرير أي مشروع لا أخلاقي أو فكر مسموم مثل: الزواج المثلي أو بيع الخمور أو تقنين الدعارة، أو تنصيب حاكم مستبد، أو ترقية الفاسدين... يكون سهلا لأن الفرد قد تعود على اللاأخلاقية في كل شيء.

والأخطر من ذلك أن يصبح الفرد طالبا لهذه البضاعة الرخيصة لأن "الفرد عادة ما يرغب في ما تعود عليه. إن المنطق الذي تبني عليه وسائل الإعلام معايير نجاح الثقافة الجماهيرية كالقول بأن الشباب يهوى لهو الحديث، والرقص، والعنف، والجنس، وغيره، أمر يعتريه الضعف، والبطلان، ذلك أن الفرد شابا أو غيره، يظل على ما نشأ عليه، فميل الشباب إلى هذه الثقافة مرده الأساسي التنشئة الإعلامية"([2]). فكما أن الطفل على ما عوده أبوه، فإن الفرد على ما عوده إعلامه.

والأدهى والأمر من ذلك كله أن يتحول الفرد إلى الفعل والممارسة دون خجل أو حياء، فالمعروف أن "التعود على الشيء مقدمة إلى فعله دون تأنيب ضمير، ومن لم يتعود على ذلك صعب عليه الانتقال إلى الفعل خوفا أو جهلا أو حياء"([3]).

IV. النتائج:

–التوسع الرهيب للقوة الناعمة خاصة مع انتشار الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي والذي يستلزم منا الحذر، ومحاولة التصدي لهذه الأفكار المسمومة.

–ضعف المنظومة الدفاعية للفرد وسهولة اختراقها من طرف العدو خاصة بعد تدمير الدفاعات النفسية، وتحطيم المعنويات، وإشاعة التفكير السلبي الذي يؤثر على العقل الواعي.

–استهداف العقل الباطن واستثارة العواطف لدى الجمهور خاصة العربي، هذا ما يؤدي إلى تراجع عمل العقل الواعي، وتعطيل ملكة التفكير الناقد الذي يحد من انتشار تلك السموم.

([1])– **المرجع نفسه**، ص: 387– 388 .

([2])– عبد الرحمن عزي: **فقه اللغة وعنف اللسان والإعلام في المنطقة العربية**، من كتاب: اللسان العربي وإشكالية التلقي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، 2007 ، ص: 38.

([3])– **المرجع نفسه**، ص: 28.

-تركيز وسائل الإعلام على الإلهاء والترفيه له عدة انعكاسات مستقبلا، كصرف الفرد عن القضايا العامة والمهمة، وإبعاده عن إعمال العقل، فكثرة الضحك تميت القلب.

-طغيان الثقافة الجماهيرية على ثقافة النخبة، فالواجب على وسائل الإعلام أن ترتقي بالجمهور إلى مستوى أعلى وليس النزول به إلى أسفل.

-محاصرة المتلقي في مختلف وسائل الإعلام بالرداءة، وهو ما يؤثر سلبا على مستواه الثقافي والتعليمي، وعلى المصافي الثقافية التي يمتلكها للتصدي لهذا الاحتلال الناعم.

-تدني المستوى الأخلاقي للمضامين الإعلامية من شأنه تسهيل الطريق أمام التلاعب بالفرد واستغلاله ببساطة، وجعله يدمن على التفاهة بل ويطلبها بنفسه، وهنا يمكن تمرير مختلف المخططات الثقافية والقيمية للعدو.

V. التوصيات:

لمواجهة الاحتلال الناعم ينبغي التركيز على الآليات الآتية:

-الاستخدام العقلاني للتكنولوجيا، وتنظيم أوقات محددة حتى لا نقع في مصيدة الإدمان.

-استحداث جمعيات تنشط في مجال حماية المتلقي من التضليل والتلاعب.

-تنظيم المزيد من المؤتمرات والملتقيات والندوات العلمية للرفع من مستوى الوعي الاجتماعي، وتثقيف الجمهور، وتوعيته، وتعليمه، حتى لا يسهل تضليله، فها هو منظر الحرب الناعمة البروفيسور **جوزيف ناي** يعترف "بوقوف (المصافي الثقافية) لدى الجمهور الآخر عائقا أمام تمدد القوة الناعمة الأمريكية"[1]. ويجب أن تحظى هذه الحملات بتغطية إعلامية واسعة، وحضور مكثف للصحفيين والإعلاميين.

-دعوة النخب العلمية والأكاديمية للاستثمار في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة الأنترنت، كالكتابة في المدونات الخاصة والمواقع الالكترونية، وصفحات الفيسبوك، ومواقع اليوتيوب وغيرها من المنابر التي تعتبر سلاح ذو حدين، فإما أن تستغل من طرفهم إيجابيا، أو تستغل من طرف الخصوم سلبيا... فالطبيعة تأبى الفراغ.

-تحرك الدولة لمراقبة وسائل الإعلام والاتصال من خلال سن القوانين واللوائح، واستحداث برامج وتقنيات جديدة للتحكم أكثر في هذه التكنولوجيا.

-تجنيد فرق متخصصة للرد على الأفكار المسمومة، وتوضيح مواطن التضليل والخداع، ومقارعة الحجة بالحجة والفكرة بالفكرة المضادة، فغياب المعلومة يساعد على التضليل أكثر.

[1]- مركز الحرب الناعمة للدراسات: **الحرب الناعمة: معالم رؤية الإمام الخامنئي**، ط1، بيروت، لبنان، 2014، ص: 64.

-صناعة الأنموذج البديل عن طريق تشجيع الإنتاج المحلي فيما يتعلق بالمحتوى الإعلامي، وتجنب استيراد البرامج الأجنبية لأنها تحتوي على جرعات قيمية وفكرية غريبة ومختلفة عن السياقات الفكرية والثقافية العربية والإسلامية.

-معرفة نقاط ضعف العدو ومخططاته وكشفها بالأدلة القاطعة أمام الجمهور حتى لا يتم خداعه وتضليله، وفي المقابل نشر القيم والمبادئ العربية والإسلامية على نطاق واسع للتعريف بها وبحقيقتها في حرب ناعمة مضادة للعدو، حتى لا نكتفي بالدفاع عن النفس وفقط، فالهجوم أفضل وسيلة للدفاع.

-صناعة المفاعلات النخبوية عن طريق تشجيع النخب خاصة الأساتذة والطلاب فهم الأسلحة المضادة للاحتلال الناعم، لأنه يقوم على الأفكار وليس على القوة الجسدية والعسكرية، فالنخب تمتلك مفاعلات فكرية تعادل المفاعلات النووية، أو تفوقها في القدرة التدميرية الشاملة، وضرورة حضورها في عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال للتأثير وصنع القدوة، عوض حضور المفاعلات المنوية (الجنس، المخنثين، الراقصات...).

-التربية الإعلامية للفرد وبرمجتها كمادة تدرس في مختلف الأطوار التعليمية بهدف التنشئة الإعلامية السليمة للفرد حتى يصبح مؤهلا للتعامل مع مختلف تكنولوجيات الإعلام والاتصال.

VI. خاتمة:

نافلة القول أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال لعبت دورا هاما في توسيع رقعة الاحتلال الناعم، والزحف اللطيف لمخططات وأفكار الأعداء، التي فعلت فعلتها في عقول الجماهير من أجل إفسادها وتخريبها، محولة إياها إلى ماكنات مبرمجة تسير وفق ما برمجت عليه سلفا. لذا ينبغي أن نستشعر خطورة هذا الاحتلال، ونعي جيدا أهدافه المضمرة، ومخططاته المستترة، ونعمل على كشفها أمام الملأ حتى لا يتم مغالطة الشعوب، وتضليلها فتتحول إلى معاول لتدمير نفسها بنفسها، وهدم مجتمعاتها وأوطانها وهي تشعر بالفخر والاعتزاز ! ولا تدري أنها تحقق مخططات أعدائها من حيث لا تدري !

كما ينبغي الاستثمار في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فهو مجال خصب لصناعة الصورة الإيجابية، وتسويق الثقافة الحقيقية، ونشر الحقيقة فيما يخص البلاد والعباد من جهة، ومن جهة أخرى العمل على دحض الشائعات، والرد على المغالطات، وكشف الألاعيب والمكائد التي تحاك حول الفرد بصفة خاصة، والمجتمع بصفة عامة، وكل هذا يتطلب تضافر جهود الجميع مع تسهيل الطريق أمام النخب فهي السلاح الناجح لخوض غمار هذه الحرب الناعمة.

VII. المراجع:

1. الكتب:

1-الحضيف محمد عبد الرحمن: **كيف تؤثر وسائل الإعلام**، مكتبة العبيكان، ط2، الرياض، السعودية، 1998.

2-براي ولسون كي: **خفايا الاستغلال الجنسي في وسائل الإعلام**، ترجمة: محمد الواكد، دار صفحات للدراسات والنشر، ط2، دمشق، سوريا، 2008.

3-تشومسكي نعوم: **السيطرة على الإعلام: الانجازات الهائلة للبروباغوندا**، ترجمة: أمينة عبد اللطيف، مكتبة الشروق الدولية، ط1، القاهرة، 2003.

4-دليو فضيل: **التكنولوجيا الجديد للإعلام والاتصال**، دار الثقافة، ط1، عمان، 2010.

5-عزي عبد الرحمن: **فقه اللغة وعنف اللسان والإعلام في المنطقة العربية**، من كتاب: اللسان العربي وإشكالية التلقي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، 2007.

6- قارة سيرجي مورزا: **التلاعب بالوعي**، ترجمة: عياد عيد، الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق، 2012.

7-مركز الحرب الناعمة للدراسات: **الحرب الناعمة: معالم رؤية الإمام الخامنئي**، ط1، بيروت، لبنان، 2014.

8-مركز الحرب الناعمة للدراسات: **مدخل إلى الحرب الناعمة**، بيروت، لبنان، ط1، 2014.

9-مركز الحرب الناعمة للدراسات، **شبكات التواصل الاجتماعي: منصات للحرب الأمريكية الناعمة**، جمعية المعارف الإسلامية الثقافية، ط1، بيروت، لبنان، 2016.

10-مركز قيم للدراسات: **الحرب الناعمة: المفهوم –النشأة –وسبل المواجهة**، جمعية المعارف الإسلامية الثقافية، ط1، بيروت، لبنان، 2001.

11-ناي جوزيف: **القوة الناعمة وسيلة النجاح في السياسة الدولية**، ترجمة: محمد توفيق البجيرمي، تقديم: عبد العزيز عبد الرحمن الثنيان، العبيكان للنشر، ط1، المملكة العربية السعودية، 2007.

12-ياغي محمد، **الحرب الناعمة وإشكالية الممانعة**، من كتاب: الحرب الناعمة: مقومات الهيمنة وإشكاليات الممانعة، مركز قيم للدراسات، ط1، بيروت، لبنان، 2011.

2. المواقع الالكترونية:

13-بومعيزة السعيد، **التضليل الإعلامي وأفول السلطة الرابعة**:

http://elibrary.mediu.edu.my/books/MEDIU3003.pdf