

من استمالة الرأي العام إلى التحكم به بأساليب ملتوية مطلوب دعم مؤسسات الدولة لا الزعامات الطائفية

تجمع الآراء على العلاقة الوثيقة بين مستوى ثقافة الانسان وطريقة تعبيره السياسي، بما يعكس مدى تطور المجتمع او عدمه. في الماضي البعيد، كان الزعيم يعبد ويؤله ويفدى بالروح. مع تطور العقل واستيقاظ الكرامة الانسانية، ساد في الدول المتحضرة تقديس المبادئ لا الاشخاص، ودعم مؤسسات الدولة التي تخدم الجميع لا الزعماء

توصلت علوم النفس والاجتماع وطب الاعصاب والتسويق والسياسة في الآونة الاخيرة الى حقائق واساليب نفسية - عقلية - غرائزية - انسانية، يمكن للحكام والقادة في حال اعتمادها استمالة الرأي العام واخضاعه والتحكم به، وسلبه حقوقه حتى، من حيث لا يدري او يثور ضدهم، لا بل يستمر بالولاء لهم. ما تعريف الرأي العام؟ ما العوامل التي تؤثر فيه؟ ما الاساليب التي قد تعتمد عليها انظمة سياسية او احزاب او قادة لاستمالاته نحوها او السيطرة عليه واخضاعه؟ اي دور تقوم به المديرية العامة للامن العام على صعيد التوعية والثقافة الحقوقية والسياسية والوطنية؟

الرأي العام

كان جان جاك روسو (1712 - 1778) اول فيلسوف يستخدم تعبير الرأي العام. بعده، درج استخدام هذا التعبير ايام الثورة الفرنسية 1789-1799 من قبل السياسيين الفرنسيين للدلالة على اتجاهات وازراء ومصالح كبار التجار واصحاب الصناعات خلال مرحلة ما بعد الثورة. وقد تبلور هذا المفهوم بشكل اكبر بعد الحربين العالميتين الاولى والثانية. وقد تنوع واختلف تعريف الرأي العام بين بلد وآخر ومفكر او باحث من هنا، وسياسي او عالم اجتماع من هناك. في الاستنتاج، يمكن القول ان اغلب التعاريف متقاربة جدا وهي تتمحور حول اعتبار ان الرأي العام يمثل مجموع الآراء والاتجاهات الفكرية او العاطفية لفئة معينة من الناس تجاه موضوع او شخص او حدث معين، نال اهتمامهم لأي سبب كان.

عوامل مؤثرة

من ابرز العوامل التي تؤثر في تكوين الرأي العام،

الفردى او الجماعى، بحسب علمى الاجتماع والنفس: المستوى الثقافى لكل منهم وللمجتمع عموماً، العامل الدينى، الانتماء السياسى، اتجاه الاعلام والدعاية، المصالح الشخصية، العوامل النفسية، الشائعات، غريزة التعاطف مع الضعيف، العوامل الفيزيولوجية.

اساليب الاقتناع

بحسب علوم النفس والاجتماع والتسويق هناك الكثير من استراتيجيات او اساليب التأثير في الرأي العام التي تستخدمها الانظمة، الحكام، الاحزاب، القادة السياسيون او الاقتصاديون، او سواهم.

من ابرزها:

1- التكرار: يعنى التكرار المستمر لفكرة معينة او شعار. اذ بالتكرار تتحول الفكرة السياسية مع الوقت الى ما يمكن اعتباره جزءاً من الحقيقة في اعماق العقل اللاواعى للجمهور المستهدف.
2- من الباب الى الباب: توزيع وتكثيف الرسائل او الاعلانات او الاخبار على جميع الوسائل بحيث تصل الى الجمهور المستهدف من بداية خروجه من البيت وحتى عودته اليه مرة اخرى. (لوحات اعلانية، تلفزيونات، اذاعات، هواتف محمولة...)
3- الاستشهاد بجهات موثوقة: ذكر رأي اشخاص او مؤسسات بارزة ذات صدقية عالية، خلال الخطابات او الاحاديث، لتأييد الفكرة او الرأي الذي يقدمه الحاكم او القائد الى جمهوره.
4- الاعتماد على الدين: خصوصاً في المجتمعات التي يمثل فيها الدين عنصراً رئيسياً من عناصر تكوين الرأي العام، بحيث يتم ربط اهداف الحاكم وتضحياته لأجل الجمهور بوصايا دينية او ما شابه، لحسم خضوعهم لافكاره.

5- الشريك البائع: استخدام اطراف تبدو محايدة او ليس لها مصلحة ظاهرة في تأييد الفكرة او المعلومات التي يريد حاكم او قائد ما اقناع الناس بها، اي الاستعانة مثلاً بشخصيات شهيرة بحيادها في المجتمع لتأييد فكرة محددة في وقت محدد. غالباً ما يقوم حكام او احزاب بشرء مثل تلك الخدمات من اشخاص محايدين خلال فترة الانتخابات تحديداً.

6- الاستفادة من الشخصيات اللامعة: يقصد به الاعتماد على مشاهير الفن والرياضة والسياسة والشخصيات العامة في الترويج ومساندة الرأي او الفكرة.

7- التخويف: حشد الرأي العام عن طريق اثاره الفزع او الذعر وما شابه، ضد اي موضوع او حدث لا يناسب الحاكم او القائد.

8- القطيع: هو اقناع الرأي العام، بمختلف الوسائل، بضرورة واهمية سيره بالرأي الذي يلتزمه الجميع، اي اقناعه بكل الوسائل اننا نحن الفريق الراجح، وانه من مصلحته ان يكون مع الفئة الراجعة.

9- ثنائية الابيض والاسود: تقديم خيارين فقط الى الجمهور والرأي العام لا ثالث لهما. اما معنا (ونحن الصواب) او ضدنا (وهو الخطأ).

10 - الربط مع قائد ملهم: ربط افكار واهداف الحاكم او القائد او الحزب الحالي، ولو كانت كفاياته او انجازاته معدومة، مع اهداف وانجازات قائد ملهم يعتبر معشوق الجمهور المستهدف، بما يجعل الجمهور يشعر في عقله اللاواعى انه يناصر ذاك القائد الملهم.

11 - بالونات الاختبار: تسريب بعض الاخبار لمعرفة رد فعل الناس تجاهها ومدى استجابتها لها.

12 - اغان وانشيد: اصدار اغاني او اناشيد حماسية كل فترة، كونها تساهم في رفع مستوى العاطفة لدى الشخص، المراهق او الشاب بشكل خاص، وخفض مستوى استعمال العقل والمنطق عنده.

13 - التضخيم والتهويل: اي استخدام عناوين ضخمة او تخصيص مساحات زمنية كبيرة للتغطية الاعلامية بهدف ابراز الموضوع المقصود ونشره على نطاق واسع. تضخيم الموضوع يعمق اثره في النفوس والعقول.

14 - التشويه والشيطنة: يعتمد هذا الاسلوب على تشويه صاحب الرأي المخالف لجعله من طبقة ادنى او غير ذي قيمة او عديمة الاخلاق والقيم والوطنية، عن طريق تكثيف الاتهامات الباطلة ضده.

15 - التضييل: يعتمد هذا الاسلوب على اخفاء المعلومات او الوثائق الرسمية عن الرأي العام بهدف نشر معلومة خاطئة عن حدث معين او مجموعة معينة من الاحداث.

16 - التعميمات البراقة: الاعتماد على تعابير والفاظ براق لا تحليل او تفسير موضوعي لها.

17 - اطلاق الاسماء او العبارات التهكمية: اطلاق اسماء او اوصاف تهكمية تحض على الضحك والسخرية من الطرف الاخر. تكون مدروسة جيداً مع خبراء تسويق وعلم نفس، وان بدت انها



اللواء البيسري: بناء وطن افضل يبدأ ببناء انسان صالح ومحترم



عقوية امام وسائل الاعلام.

18 - لعب دور الضحية: ضع نفسك دائماً في موقع الضعيف او المظلوم او المعتدى عليه، فالناس تتعاطف غرائزياً مع كل شخص ضعيف يعتدى عليه.

19 - القولية والتنميط: تعتمد على نشر احكام مسبقة من خلال تصنيف وقولبة الرأي المخالف في صورة مكروهة او مرفوضة من الجمهور. بمعنى، ان كل من يتكلم كلاماً موضوعياً لا يناسب حاكم ما مثلاً، يتم تعميم اخبار ولائه السياسى او الاستخباري الى جهة ما منافسة له.

20 - تسمية الاشياء بغير مسمياتها: اي ان تتجنب وسائل الاعلام التعرض المباشر للقضايا التي ترغب في تحويلها او تغييرها، بل تعمل على اعادة صياغتها بلغة جديدة تتناسب مع سياساتها وتقوم

ببثها وفق تلك المسميات.

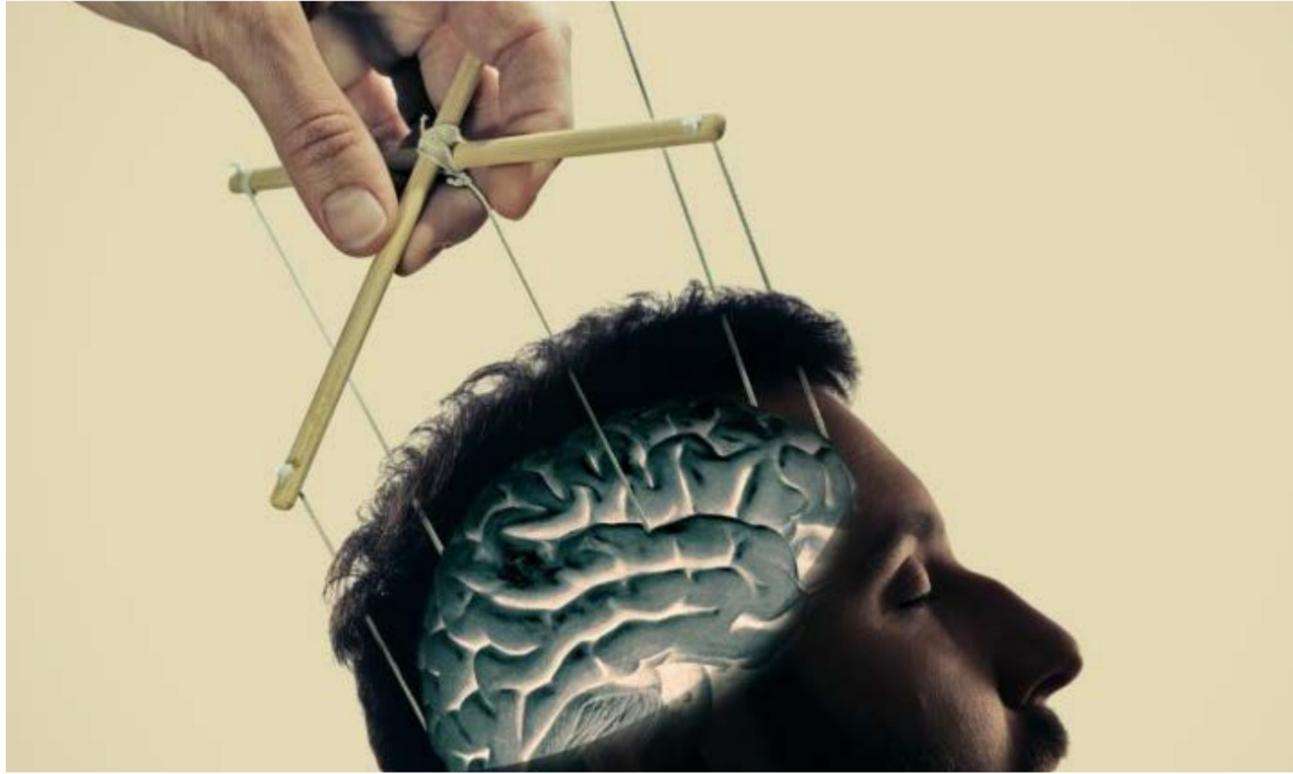
21 - الاعتماد على الارقام والاحصاءات واستفتاءات الرأي العام: بث الكثير من الاحصاءات والاستفتاءات ذات المصادر الموثوقة من الجمهور قدر المستطاع، لشد عزيمة الجمهور الموالي واستمالة المترددين المستقلين.

22 - ادعاء الموضوعية: ادعاء الموضوعية في مقابل الشخصية والذاتية، وادعاء الحياد في مقابل الانحياز، يعطي الحاكم صدقية يستطيع من خلالها تحقيق الاقتناع وتوجيه الرأي العام.

طرق السيطرة

ينسب الى المفكر الاميركي نعوم تشومسكي قائمة تضم 10 طرق للسيطرة على الشعوب والرأي العام عبر مختلف وسائل الاعلام، من ضمنها وسائل التواصل الاجتماعي، بحيث ستوقف عند عناوينها مع اعطاء امثلة مبسطة عنها:

1- استراتيجيا الالهة: تتمثل في تحويل انتباه الرأي العام عن المشكلات المهمة والتغييرات التي تقررها النخب السياسية والاقتصادية. ويتم ذلك عبر بث وابل متواصل من الاحداث المثيرة او الالهات. مثلاً، اختلاق مشكلة لها طابع طائفي بما يثير نفوس واعصاب الجماهير لالهائهم فيها، ريثما يتم مثلاً تمرير قانون ما يضر في مضمونه



واصلين بالمازوت على كل بيت

استخدام اساليب ترويض الناس او اثارتهم عند الحاجة، وهذا ما يعبر عنه بعض العلماء عبر القول بأن اغلب الانظمة والاحزاب والقادة تعرف الافراد اكثر مما يعرفون هم انفسهم، وهي تملك سلطة عليهم اكثر من تلك التي يملكونها هم على انفسهم. وبعضهم يصف ذلك بالقول: "الحاكم الذي ينجح في غسل ادمغة مناصريه يستطيع، وهو يسلب حقوقهم ويهين ذكاءهم وكراماتهم، ان يتحكم بهم ويحظى بحبهم اكثر من اباؤهم وامهاتهم الذين خلقوهم ومنحوهم كل شيء في هذه الدنيا".

امن عام للانسان

حقوق الانسان، حقوق الفئات الضعيفة، علم النفس، علم الاجتماع، علم السياسة، التنشئة الوطنية والقانونية والسياسية، وسواها من المواضيع المشابهة، تضعها المديرية العامة للامن العام في اعلى سلم اهتمامات برامج التثقيف التي تنفذها سنويا، سواء ضمن مكاتبها ودوائرها ومراكزها للضباط والعسكريين، او عبر محاضرات ينفذها ويلقيها ضباطها، او بالاشتراك مع منظمات وجمعيات مجتمع مدني محلية ودولية عديدة، في مختلف المدارس والمعاهد والجامعات.

كل ذلك بهدف تعميم الثقافة العامة في المجتمع اولا. وثانيا، لأن احد ابرز اهداف المديرية العامة للامن العام هو مساهمتها بقدر امكاناتها وصلاحياتها القانونية في بناء الانسان، انطلاقا من قناعة راسخة لديها يعبر عنها دائما مديرها العام بالانابة اللواء الياس البيسري خلال لقاءاته مع الضباط والعسكريين عبر قوله ما مفاده: "كي نبني وطنا متحضرا وراقيا ومحترما يجب ان نبني انسانا متحضرا وراقيا ومحترما. بناء الانسان يأتي اولا. ويكي يكون عندنا وطن افضل يجب ان نساهم كل يوم في بناء الانسان الذي يتمتع بارقى المزايا الاخلاقية، الانسانية، الوطنية، الثقافية، والفكرية. بناء الانسان الذي يتمتع بكرامة انسانية تجعله ينحني لمساعدة كل ضعيف، ولا يلين في الوقوف سدا منيعا في وجه اي محاولات اعتداء او استغلال او استغناء له او لافراد عائلته ومجتمعه، سواء تمت تلك المحاولات بشكل مباشر او غير مباشر".

”
الاستفادة من علوم
النفس وبيولوجيا الاعصاب
للتحكم بعقول الناس
“

المنطقي والحس النقدي للأشخاص. كما ان استعمال المفردات العاطفية يسمح بوصول اثارها بشكل غير واع الى عمق الافكار، الرغبات، المخاوف، وسواها. مثلا استخدام عبارة "نحن المسلمين" او "نحن المسيحيين" او "نحن الدرورز"، بدل عبارة نحن اللبنانيين او نحن اللبنانيين المقتنعين بكذا، بهدف استثارة العاطفة الطائفية فورا حول موضوع الكلام اللاحق.

7- ابقاء الشعب في حالة جهل وحماسة: في مختلف المجالات قدر المستطاع.

8- تشجيع الشعب على استحسان الرداءة: تشجيع الشعب على ان يجد انه من الرائع ان يكون غيبا، همجيا وجاهلا. مثلا، تعميم افكار مفادها ان عدم التفكير في الشأن العام والوطني هو امر مريح للاعصاب والعقل، ومن شأنه جعل الحياة افضل.

9- تعويض التمرد بالاحساس بالذنب: تعميم كل ما يجعل الفرد يظن انه المسؤول الوحيد عن تعاسته وان سبب مسؤوليته تلك هو نقص في ذكائه وقدراته ومجهوده. هكذا، بدل ان يثور الفرد على النظام السياسي او الاقتصادي يقوم بلوم نفسه لانه لم يجد التصرف واستغلال الفرص، ويحس بالذنب.

10 - معرفة الافراد اكثر مما يعرفون انفسهم: خلال الخمسين سنة الماضية، حفرت التطورات العلمية المذهلة هوة لا تزال تتسع بين المعارف العامة وتلك التي تحتكرها وتستعملها النخب الحاكمة لترويض الرأي العام والتحكم به. وبفضل علوم الاحياء وبيولوجيا الاعصاب، وعلم النفس التطبيقي، توصلت الانظمة الى معرفة متقدمة للكائن البشري على الصعيدين الفيزيائي والنفسي. بحيث اصبحت الكوادر السياسة فيها تجيد

◀ مجمل الناس، بحيث يلتهموا عن التركيز على سيئات القانون وعن الثورة ضده.

2- ابتكار المشكلات ثم قدم الحلول: هذه الطريقة تسمى ايضا "المشكلة - رد الفعل - الحل". بمعنى آخر، اتخاذ اجراء يثير غضب الجمهور بقوة ويدفعه تلقائيا للمطالبة بالامر الذي تريده انت والذي يرجح انهم لن يوافقوا عليه في الاحوال العادية.

3- استراتيجيا التدرج: لكي يتم قبول اجراء غير مقبول، يكفي ان يتم تطبيقه بصفة تدريجية. مثلا بدل رفع اسعار معينة 200 في المئة دفعة واحدة، القيام برفعها 20 في المئة كل ستة اشهر تقريبا، لان التدرج البسيط يمر من دون انتفاضة الناس عليه.

4- استراتيجيا المؤجل: طريقة اخرى يتم اللجوء اليها من اجل اكساب القرارات المكروهة القبول بحيث يتم تقديمها بصيغة "ستتوقف مستقبلا، الا اذا تحسنت الاحوال فتستمر". ويكون ذلك بكسب موافقة الشعب في الحاضر على تطبيق شيء ما في المستقبل. مثلا افتعال ازمة مالية ومن ثم القول لموظفين معينين سنستمر بمنحكم هذه الحقوق لثلاث سنوات فقط، الا اذا تحسنت الاحوال بعد ذلك فستمر بمنحكم اياها بشكل دائم. مما يدفعهم تحت ضغط الازمة القوية، وكون الخسارة مؤجلة والحل ممكن مستقبلا (وضمنا لا تكون هناك اي نية للحل)، الى الموافقة على الطرح والحلول المؤجلة.

5- مخاطبة الشعب كمجموعة من الاطفال: تستعمل غالبية الاعلانات الموجهة الى عامة الشعب خطبا وحججا وشخصيات ذات طابع طفولي، وكثيرا ما تقترب من مستوى التخلف الذهني او السذاجة للضحك لا اكثر. مثلا، حتى البرامج الترفيهية التي تسخر من المسؤولين وتتهكم على المواطنين الخاضعين بغياء لزعمائهم، تكون مقصودة لانها في العقل اللاواعي تجعل الشخص وهو يضحك على تلك الحالة يقتنع ضمنا بانه من فئة الاغبياء ولا يمكنه فعل شيء لانه ساذج. لا شعوريا يكاد يصبح رد فعله امام اي طرح جدي مماثل هو رد فعل ضاحكة وفيها كلام يوحي بما معناه "اننا اغبياء" او "كل الشعب غبي".

6- استثارة العاطفة بدل الفكر: استثارة العاطفة هي تقنيته كلاسيكية تستعمل لتعطيل التحليل

