

هندسة الوعي: من صناعة الجهل إلى تصنيع القبول — قراءة في ضوء التاريخ والقرآن والسيرة والحاضر

الدكتور أحمد الصفار

المقدمة

لم يكن الجهل عبر التاريخ مجرد حالة من النقص المعرفي أو غياب المعلومة، بل كثيرًا ما كان منتجًا يُصنع ويُدار بوعيٍ سياسيٍّ واقتصاديٍّ لخدمة مصالح النخب. حين تُحتكر المعلومة وتُحرّف المفاهيم ويُمنع السؤال، يتحوّل الجهل إلى منظومة متكاملة اسمها "صناعة الوعي الزائف". وقد أطلق الفكر الحديث على ذلك اسم علم الجهل (Agnotology)، أي دراسة كيف يُنتج الجهل عمدًا داخل الأنظمة السياسية والإعلامية والاقتصادية.

والقرآن الكريم سبق إلى كشف هذا المبدأ حين عرض نموذج فرعون، الذي لم يُدر دولته بالبطش وحده، بل بالتجهيل المنظم والتفريق الاجتماعي، كما قال تعالى: {إِنَّ فِرْعَوْنَ عَلَا فِي الْأَرْضِ وَجَعَلَ أَهْلَهَا شِيَعًا} [القصص: 4].

المطلب الأول: الجهل كما ورد في القرآن الكريم — أداة فرعونية لتثبيت السلطة

موضوع الجهل كما ورد في القرآن ليس مجرد نقيض العلم، بل هو حالة اجتماعية يصنعها المستبدّ لإبقاء الناس في غفلة عن الحقيقة. يقول تعالى واصفا سلوك فرعون: {فَاسْتَخَفَّ قَوْمَهُ فَطَاغُوهُ} [الزخرف: 54]

فالاستخفاف هنا ليس سلوكًا عابرًا، بل استراتيجية إدارة الوعي؛ وتقليل من شأن العقول حتى يسهل توجيهها.

الطغاة لا يخافون من السلاح، بل من المعرفة؛ لأن المعرفة هي التي تخلق المساءلة. ولهذا قدّم القرآن رسالة الأنبياء دائمًا بوصفها مشروعًا تحريريًا معرفيًا: {قَدْ جَاءَكُمْ مِنَ اللَّهِ نُورٌ وَكِتَابٌ مُبِينٌ} [المائدة: 15]

أولاً: قريش والإعلام المكي — أول نموذج لصناعة الجهل الديني

مارست قريش حملة تضليل ممنهجة ضد الدعوة النبوية، فوصفت النبي (ص) بأنه ساحر وكاهن وشاعر، ومنعت الناس من سماع القرآن: **{وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَا تَسْمَعُوا لِهَذَا الْقُرْآنِ وَالْغَوْا فِيهِ لَعَلَّكُمْ تَغْلِبُونَ}** [فصلت: 26]

في هذا الموقف تتجسد عناصر «صناعة الجهل الإعلامي»:

التشويش (اللغو)

تحريف الصورة.

تخويف الناس من المعلومة الجديدة.

لقد أدركت قريش أن الوعي أخطر من السلاح، فاستعملت الكلمة ضد الكلمة، والصوت ضد الصوت.

لنأخذ شواهد قرآنية أوسع على التضليل الإعلامي لقريش

▪ صناعة التخويف وترويج الأكاذيب

قال تعالى: **{وَيَقُولُ الَّذِينَ كَفَرُوا إِنَّ هَذَا إِلَّا إِفْكٌ افْتَرَاهُ}** [الفرقان: 4] اتهموا النبي (ص) بأنه يخلق القرآن، وهي محاولة لزرع الشك في مصدر الرسالة.

▪ تشويه السمعة وربط الدعوة بالجنون

قال تعالى: **{وَقَالُوا يَا أَيُّهَا الَّذِي نُزِّلَ عَلَيْهِ الذِّكْرُ إِنَّكَ لَمَجْنُونٌ}** [الحجر: 6] هذا نموذج صريح للهجوم على الشخص بدل الرسالة.

▪ التحكم بالمعلومة ومنع الاستماع للحق

قال تعالى: **{وَقَالَ الْمَلَأُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ قَوْمِهِ لَا تَسْمَعُوا لِهَذَا الْقُرْآنِ وَالْغَوْا فِيهِ}** [فصلت:

26] شاهد واضح على «التشويش الإعلامي» وصناعة الضجيج لمقاطعة الرسالة. قال تعالى: **{وَمَا كَانَ صَلَاتُهُمْ عِنْدَ الْبَيْتِ إِلَّا مُكَاءً وَتَصْدِيَةً}** [الأنفال: 35]

▪ ترويج صورة وهمية عن النبي:

قال تعالى: **{وَقَالُوا أَسَاطِيرُ الْأَوَّلِينَ اكْتَتَبَهَا}** [الفرقان: 5] اتهموا الرسول (ص) بأنه

ينقل «أساطير»، وهو نموذج لتحريف الصورة وإعادة صياغة رواية باطلة.

▪ صناعة الخوف من التغيير الاجتماعي:

قال تعالى عن كفار قريش: {أَجْعَلِ الْإِلَهَةَ إِلَهًا وَاحِدًا إِنَّ هَذَا لَشَيْءٌ عَجَابٌ} [ص: 5] قدّموا الدعوة كتهديد لهوية المجتمع ومصالحه الاقتصادية.

ثانيا: شواهد نبوية وتاريخية

- التوظيف السياسي للقبائل ضد المعرفة
- روى ابن هشام أن النضر بن الحارث كان يدور في الأسواق يروي قصص الفرس ليصدّ الناس عن سماع القرآن، في محاولة لبناء إعلام بديل مضاد للرسالة.
- ادعاء الكهانة والسحر
- قالوا للنبي (ص): ساحر، كاهن، شاعر، مجنون وكلها أساليب "إعلامية" لإعادة تشكيل تصوّر الناس عنه.

ثالثا: كيفية مواجهة النبي (ص) لصناعة الجهل

- الحقيقة مقابل التضليل
- التعليم المستمر: كان (ص) يجلس في دار الأرقم يفسر القرآن سرا ثم جهرا.
- فتح المجال للخطاب المباشر: القرآن نفسه وصف منهج النبي: {أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْلُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ} [النحل: 125]، وعلى لسان عيسى (ع): {قَالَ قَدْ جِئْتُكُمْ بِالْحِكْمَةِ وَلَأُبَيِّنَ لَكُمْ بَعْضَ الَّذِي تَخْتَلَفُونَ} [الزخرف: 63]
- بناء مجتمع معرفي: قال (ص): طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ. و تحويل طلب العلم إلى واجب اجتماعي لا امتياز طبقي.

رابعا: السيرة النبوية—نموذج مقاومة التجهيل وصناعة الوعي الحر

- قدّم النبي (ص) مشروعا مضادا لصناعة القبول والجهل معًا، عبر منظومة متكاملة:
- تحرير العقول من الخوف: بنقل الناس من تقديس البشر إلى عبادة الله وحده.
- بناء مؤسسات للمعرفة: المسجد كمركز تعليم وحوار، لا طاعة عمياء.
- تربية التفكير النقدي: بتشجيع الصحابة على السؤال والمراجعة.
- الصدق المعرفي: إذ لم يكن الهدف التباهي بالعلم، بل تحويله إلى وعي أخلاقي.

خامسا: الكنيسة والاحتكار المعرفي في العصور الوسطى

في أوروبا، حُظر على الناس ترجمة الكتاب المقدس، فظلّ الوعي محصورًا في يد رجال الدين الذين شكّلوا "المرجعية الوحيدة للحقيقة." من خالفهم اتُّهم بالهرطقة وأُحرق. تلك المرحلة مثّلت تحويل الجهل إلى مؤسسة، والعلم إلى امتياز طبقي. يقول تعالى: {فَوَيْلٌ لِلَّذِينَ يَكْتُمُونَ الْكِتَابَ بِأَيْدِيهِمْ ثُمَّ يَقُولُونَ هَذَا مِنْ عِنْدِ اللَّهِ} [البقرة: 79]، وهو تصوير بليغ لعملية تزيف الحقيقة باسم القداسة.

في أوروبا الوسيطة، كانت الكنيسة تعتبر نفسها الحارس الوحيد للمعرفة. كل محاولة لجعل الناس يقرؤون الكتاب المقدس بلغتهم كانت تُعدّ: تهديدًا سياسيًا، وتمردًا دينيًا، و«صناعة وعي بديل» يهدد السلطة الكنسية. لذلك جرى قمع المترجمين بوصفهم «هرطقة»، وأُحرق بعضهم حرقًا.

نقدم مثالين دقيقين ومباشرين من أوروبا يوضّحان كيف أدّى منع ترجمة الكتاب المقدس إلى احتكار الحقيقة من قبل رجال الدين، واتهام المخالفين بالهرطقة:

1. مثال: جون ويكيليف (إنجلترا – القرن 14)

جون ويكيليف كان أوّل من ترجم الكتاب المقدس إلى الإنجليزية (1370-1380). الكنيسة اعتبرت عمله تهديدًا مباشرًا لسلطتها، لأن الناس لو قرؤوا النصوص بأنفسهم ستضعف هيمنة رجال الدين.

ما حدث له: مُنع من التدريس والخطابة. و أُدين فكره علنًا باعتباره «هرطقة». بعد وفاته بـ 40 عامًا، أُخرجت جثته وأُحرقت ورُميت رمادًا في النهر رمزاً لطمس أفكاره.

السبب: هو الترجمة التي جعلت المعرفة الدينية في متناول العامة، وهذا ما لم تكن الكنيسة مستعدة لقبوله.

2. مثال: ويليام تندل (بريطانيا – أوروبا القارية – القرن 16)

(تندل) ترجم الكتاب المقدس من اليونانية والعبرية إلى الإنجليزية (1526)، وكان شعاره المشهور: «سأجعل الغلام الذي يمسك المحراث يعرف الكتاب المقدس أكثر من رجال الدين». ما حدث له أن طارده الكنيسة في إنجلترا فهرب إلى ألمانيا. و طُبع كتابه سرّاً في مدن أوروبية وهُرب إلى إنجلترا. ثم اعتُقل في بلجيكا، ثم حُرق وأُحرق عام 1536 بتهمة الهرطقة.

و السبب أن السلطات الدينية رأت أن «النص المقدس في يد الناس» يعني انتهاء قدرتها على تفسير الدين وحدها.

أمثلة إضافية دقيقة توضّح كيف صُنِعَ الجهل في أوروبا عبر احتكار الحقيقة الدينية والعلمية، مع التركيز على محاكم التفتيش و غاليليو:

3. محاكم التفتيش الإسبانية ،

جاهدت في قمع المعرفة باسم العقيدة أسستها الملكية الكاثوليكية عام 1478 لتكون جهازاً يُراقب «نقاء الإيمان»، لكنها عملياً أصبحت سلطة على الفكر والعلم والمعرفة.

أ. منع الكتب وترهيب القراء

- أصدرت محاكم التفتيش «قوائم الكتب المحرّمة»
- شملت كتباً في الفلسفة، الفلك، الطب، التاريخ، وحتى ترجمات غير معتمدة للكتاب المقدس.

ب. التعذيب لانتزاع اعترافات فكرية

لم يكن الأمر محصوراً باليهود والمسلمين المتتصرّين، بل شمل العلماء والمفكرين الذين تمسّ آراؤهم سلطة الكنيسة.

ج. الرقابة على الطباعة

- كل كتاب يحتاج موافقة الكنيسة قبل طباعته.
- هذا مكّن المؤسسة الدينية من فلترة الوعي العام وحجب ما يخالف الرواية الرسمية.

النتيجة:

تمّت صناعة جهل مؤسسي عبر منع وصول المعرفة الطبيعية إلى المجتمع

4. غاليليو غاليلي — إسكات العلم باسم السلطة الدينية
غاليليو (1564-1642) دَعَمَ نظرية كوبرنيكوس في مركزية الشمس. لكن الكنيسة اعتبرت ذلك انقلابًا على تفسيرها للكتاب المقدس.

ما الذي حدث فعلاً؟

أ. المنع من النشر: عام 1616 أصدرت الكنيسة أمراً بمنع تدريس نظام مركزية الشمس باعتباره «خطراً على الإيمان»

ب. المحاكمة الرسمية: عام 1633 اقتيد غاليليو إلى محكمة التفتيش الرومانية:

• اتُّهم بأن نشره للأفكار الفلكية «يفسد عقول المؤمنين»

• أُجبر على إعلان تراجعته.

• وُضع تحت الإقامة الجبرية حتى وفاته.

ج. مصادرة كتبه: صودر كتابه الشهير (Dialogo) ومنع تداوله لعقود.

كان مصدر الصراع الحقيقي هو من يملك حق تعريف «الحقيقة» العلم التجريبي أم التفسير الكنسي؟

5. جوردانو برونو (إيطاليا - 1600)

فيلسوف تبنّى فكرة تعدد العوالم الكونية ولامحدودية الكون. اعتبرته الكنيسة «خطراً عقائدياً»

النتيجة: أن سُجن 8 سنوات. و حوكم بتهم فكرية. و أُحرق في روما عام 1600.

وهنا يظهر كيف كانت الكنيسة تستخدم العنف لإغلاق أفق التفكير العلمي.

سادسا: الاستعمار الحديث وصناعة الجهل الثقافي

القوى الاستعمارية الحديثة لم تكتفِ بالاحتلال العسكري، بل صاغت منظومات معرفية جديدة. أعادت كتابة التاريخ، وأضعفت اللغة الوطنية، وصورت الغرب باعتباره نموذج التقدم الوحيد. إنها صناعة جهل تستبدل الذاكرة الأصلية بذاكرة بديلة تخدم التبعية.

وهذا يذكر بقول الله تعالى: {وَالَّذِينَ كَفَرُوا أُولَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ يُخْرِجُونَهُمْ مِنَ النُّورِ إِلَى الظُّلُمَاتِ} [البقرة: 257]، ولكن كل وعي تحرري يبدأ بكسر الظلمات التي تتسببها الأنظمة السياسية والثقافية المهيمنة {اللَّهُ وَلِيُّ الَّذِينَ آمَنُوا يُخْرِجُهُمْ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ}

سابعاً: صناعة الجهل الاقتصادي—من التبغ إلى الإعلام الاستهلاكي

من القرن العشرين فصاعداً، ظهرت صناعة الجهل العلمي عبر شركات كبرى:

- شركات التبغ مؤلت أبحاثاً مضللة لتقليل إدراك خطر التدخين.
 - شركات النفط مؤلت حملات تشكك في تغير المناخ.
 - شركات الغذاء حرفت النقاش حول السكر والدهون لتبرئة منتجاتها.
- إنها صناعة جهل بوسائل علمية، تستخدم أدوات البحث الأكاديمي نفسها لخداع الناس.

أما الإعلام الحديث، فصار يعيد صياغة الوعي عبر الإعلانات والرسائل المكررة، حتى يستهلك الفرد وهو يظن أنه يختار بحرية.

المطلب الثاني: "تصنيع القبول" — الواجهة الحديثة لصناعة الجهل

أولاً: المفهوم

صاغ المفكر الأمريكي (نعوم تشومسكي) ورفيقه (إدوارد هيرمان) هذا المصطلح في كتابهما (Manufacturing Consent) تصنيع القبول عام 1988، لوصف الكيفية التي تتحكم بها وسائل الإعلام في المجتمعات الديمقراطية عبر إنتاج رضا زائف لدى الجماهير تجاه سياسات السلطة.

الإعلام، بدل أن يكون رقيباً على السلطة، يتحول إلى أداة لإنتاج القبول الجماعي، بحيث يقتنع الناس بأن ما يحدث هو ما "ينبغي" أن يحدث.

«تصنيع القبول» ليس مجرد دعاية ساذجة، بل هو هندسة واعية للرأي العام عبر بيئة إعلامية مفلترة، بحيث يبدو الموقف الحكومي أو الاقتصادي هو «الخيار الطبيعي» لدى الناس.

ثانياً: أسباب تصنيع القبول

- التحكم في تدفق المعلومات: قنوات إعلامية محدودة المصدر.

- التبعية الاقتصادية: الإعلام ممول من الشركات الكبرى، فلا يعارض مصالحها.
 - الخوف الاجتماعي: الناس تميل إلى الاتساق مع الرأي السائد لتجنب العزلة.
 - الخطاب العاطفي بدل العقلاني: يُستبدل التحليل بالانفعال، والحقيقة بالإحساس.
- قال تعالى: {بَلْ يُرِيدُ الْإِنْسَانُ لِيَفْجَرَهُ أُمَامَهُ} [القيامة: 5]، أي أن الإنسان قد يتواطأ مع الوهم ليبرر واقعه، فيشارك في صناعة القبول الزائف.

ثالثاً: أهداف تصنيع القبول

- تمرير السياسات دون مقاومة فكرية أو احتجاج شعبي.
 - تحييد الوعي النقدي عبر الإغراق بالمعلومات التافهة.
 - خلق إجماع مصطنع حول قضايا تُقدّم كحقائق غير قابلة للنقاش.
 - تحويل المواطن إلى مستهلك مطيع، يقبل ما يُعرض عليه دون مساءلة.
- وفي ذلك قال النبي (ص): «لا تكونوا إمعة، تقولون: إن أحسن الناس أحسنا، وإن ظلموا ظلمنا، ولكن وطنوا أنفسكم، إن أحسن الناس أن تحسنوا، وإن أسأؤوا أن لا تظلموا» (سنن الترمذي، ج 3، ص 246، باب ما جاء في الإحسان والعفو) هذا الحديث النبوي يُفكك مفهوم "القبول المصنّع" قبل أن يصوغه علماء السياسة بقرون.

رابعاً: نتائج تصنيع القبول

- تغييب الوعي الجماعي: الناس تعرف القليل وتظن أنها تعرف الكثير.
 - تحويل الإعلام إلى أداة طمأنة زائفة: فلا تُطرح الأسئلة الكبرى.
 - شرعنة الظلم باسم الواقعية: إذ يُعاد تعريف القيم بما يخدم الأقوى.
 - تآكل المعنى: تُصبح الحرية شعاراً بلا مضمون، والديمقراطية واجهة بلا مساءلة.
- يقول الله تعالى: {وَقَالُوا رَبَّنَا إِنَّا أَطَعْنَا سَادَتَنَا وَكُبَرَاءَنَا فَأَضَلُّونَا السَّبِيلَا} [الأحزاب: 67] إنها الآية التي تختصر جوهر «تصنيع القبول»؛ الخضوع للخطاب المهيمن دون وعي.

المطلب الثالث: الجهل والقبول المصنَّع في ضوء الفكر المعاصر

في الفكر المعاصر، يشير (روبرت بروكتر) في كتابه (Agnotology) إلى أن الجهل ليس نقيضاً طبيعياً للعلم، بل منتج معرفي مقصود. ويتقاطع هذا مع رؤية (تشومسكي) التي ترى أن الإعلام المعاصر لا يُقنع الناس بالعنف، بل يُغريهم بالرضا عنه. وما بين «صناعة الجهل» و «تصنيع القبول» تمتد شبكة واحدة: احتكار المعلومة، وتخدير السؤال، وتسويق الوهم.

أولاً: أمثلة دقيقة على "تصنيع القبول"

1. فلتر الملكية: الإعلام شركات لا مجتمع
المثال: في الولايات المتحدة، تمتلك ست شركات كبرى (Comcast, Disney, News Corp, Time Warner, Viacom, CBS) معظم القنوات والصحف والمنصات. النتيجة: السياسات الاقتصادية الكبرى — الضرائب على الشركات، تحرير الأسواق، دعم الاحتكارات — تُقدّم غالباً بصيغة محايدة أو إيجابية، فيتحول موقف الجمهور إلى قبول ما يخدم مصالح نفس الشركات.

2. فلتر الإعلانات: «المُعلن هو الزبون الحقيقي»
المثال: لا تغطي القنوات موضوعات تضر بالمعلنين مثل: خطر شركات الأدوية
■ انتهاكات شركات التكنولوجيا
■ آثار الوجبات السريعة

لأن الإعلان هو مصدر الربح. و النتيجة: تتشكل لدى الجمهور صورة «طبيعية» عن منتجات أو سياسات مضرّة، فيتم القبول بها دون وعي نقدي.

3. فلتر مصادر الأخبار: الاعتماد على المؤسسات الرسمية
المثال: أغلب الصحافة في حرب العراق 2003 اعتمدت على المتحدثين باسم البيت الأبيض والبنتاغون.

الشاهد: تضخيم رواية «أسلحة الدمار الشامل» رغم غياب الأدلة.

و النتيجة: اقتنع الجمهور (وحتى المثقفون) بأن الحرب ضرورة أخلاقية، وهو النموذج الأشهر لتصنيع القبول في السياسة الخارجية.

4. فلتر الهجوم على الأصوات المنحرفة

المثال: أي أكاديمي أو صحفي ينتقد سياسات معينة (فلسطين، الحرب، الشركات) يتعرض الى:

- حملات تشويه
- اتهام بعدم الوطنية
- إسكات في البرامج

النتيجة: يُعاد ضبط حدود النقاش العام بحيث يبدو ما تقوله السلطة هو «العقلانية»، وما سواه «تطرف»

5. فلتر الأيديولوجيا (العدو النموذجي)

المثال: في الحرب الباردة: «الخطر الشيوعي». بعد 2001: «الحرب على الإرهاب». الشاهد: تُقدّم سياسات تجسسية واستبدادية على أنها إجراءات «لحماية الحرية»، فيتقبل الناس قيوداً لم يكونوا ليقبلوها دون وجود عدو متخيّل.

ثانياً: أمثلة أكثر راهنية

أ. لوغاريتمات المنصات الرقمية (الواجهة الجديدة لتصنيع القبول)
فيسبوك و (X) يروّجان المحتوى الذي يزيد البقاء على المنصة الخوارزميات لا تُبرز «الأفضل» ولا «الأصدق»... بل تُبرز ما يبيّك أطول، لا المحتوى الذي يكشف الحقيقة.
زيادة الوقت الذي تقضيه داخل المنصة (Time on Platform)
لأنّ هذا يعني:

- مزيداً من الإعلانات
- مزيداً من البيانات
- مزيداً من الأرباح

ولتحقيق ذلك، الخوارزميات تختار المحتوى الذي يثير انتباهك أكثر من الذي يفيدك.

تظهر الأخبار التي تؤكد تحيز المستخدم، مما يصنع فقاعة قبول ذاتي.

ب. الأزمات الصحية (COVID-19) مثلاً

بعض الوسائل ضخّمت خطاباً واحداً وأقصت أصواتاً علمية مخالفة. حتى عندما يكون النقاش علمياً مشروعاً، جرى تقديمه كأنه «تهديد للمصلحة الوطنية». هذا خلق قبولاً جماعياً لنماذج معينة من السياسة الصحية دون مراجعة.

ج. الحروب الاقتصادية

في تغطية صعود الصين، تروج وسائل الإعلام لخطاب: الأمن القومي يقتضي مواجهة الصين.

فتصبح سياسات تجارية قاسية وكلفة اقتصادية مرتفعة ضرورات وطنية يقبلها الجمهور.

المطلب الثالث: هل الجهل دائماً سلبي، أم يمكن أن يكون وسيلة لحماية الإنسان من صدمات الحقيقة أو تعقيداتها؟

الجهل ليس دائماً سلبياً من الناحية النفسية أو الوجودية. ففي بعض المواقف، قد يعمل كآلية دفاعية تحمي الإنسان من صدمة معرفية أو حقيقة قاسية تفوق قدرته على التحمل، فيؤجل الوعي إلى حين نضوج النفس. لكن على المدى البعيد، يبقى الجهل سلاحاً ذا حدّين: يحمي مؤقتاً، لكنه إن طال، يعطل النمو والحرية. وقد يكون البيان خديعة، والعلم قد يكون شغباً، والقول قد يكون ضعفاً، إذا انفصلت هذه الأشياء عن الحكمة والنية الصالحة، يقول النبي (ص): "إِنَّ مِنَ الْبَيَانِ سِحْرًا، وَمِنَ الْعِلْمِ جَهْلًا، وَمِنَ الْقَوْلِ عِيًّا" (تحف العقول عن آل الرسول: ابن شعبة، ط 2، مؤسسة النشر الإسلامي، قم، 1404، ج 1، ص 57)

أولاً: كيف تُستخدم مفاهيم مثل «الخبر الزائف» أو «ما بعد الحقيقة» في تكريس جهل جماعي منظم؟

أ- إنتاج الشك الممنهج: نشر معلومات متناقضة حول قضايا علمية كالتدخين أو شركات النفط وتغيّر المناخ لتشويش الجمهور.

ب- التكرار: إعادة الأكاذيب حتى تبدو مألوفاً كما حدث مع شائعات لقاحات كوفيد-19 تغيّر الحامض النووي

ت- فقاات الخوارزميات: حبس الأفراد داخل محتوى يوافق ميولهم فيفقدون الرؤية الشاملة. مثلاً: في الانتخابات الأمريكية عام 2016، كشفت دراسات أن مستخدمي فيسبوك تلقوا أخباراً سياسية مختلفة تماماً حسب ميولهم الحزبية؛ المحافظون رأوا فقط ما يدعم ترامب، والليبراليون رأوا ما يعزز كراهية الجمهوريين — كل فريق عاش في فقاعته الخاصة.

ث- التوازن الكاذب: مساواة الرأي الزائف بالعلمي بحجة «الحياد» كما في مناظرات المناخ. في برامج النقاش حول تغيّر المناخ، يُستضاف عالم مناخ مقابل «ناكر للتغيّر المناخي» غير متخصص، فيبدو كأن المسألة ما تزال موضع خلاف علمي، رغم وجود إجماع علمي بنسبة تفوق 97%.

ج- الاستقطاب العاطفي: تحويل النقاشات إلى صراعات هوية بدل تفكير منطقي. في بعض الخطابات السياسية أو الدينية، تُقدّم قضايا الهجرة أو اللقاحات أو الحجاب بلغة «تهديد للهوية»، وليس نقاشاً معرفياً — والنتيجة: انقسام لا حوار، وجهل لا وعي.

ح- نزع الشرعية عن الحقيقة: التشكيك بالمؤسسات العلمية والإعلامية لتفقد الثقة العامة. عندما وصفت بعض الحركات السياسية الصحافة الحرة بأنها «عدو الشعب»، انقسم الناس بين «مع» و «ضد» الحقيقة نفسها، وصار كل شخص يصنع نسخته الخاصة من الواقع.

خ- الغموض الاستراتيجي: تبرير الأكاذيب بمصطلحات مثل «حقائق بديلة». مستشارة في البيت الأبيض عام 2017 بررت تصريحات كاذبة بقولها إنها «حقائق بديلة»، وهكذا تم تحويل الكذب إلى صيغة لغوية مقبولة.

ثانياً: ما حدود مسؤولية المثقفين في مقاومة هذه الصناعة؟ وهل صمتهم شكل من أشكال التواطؤ؟

مسؤولية المثقفين في مقاومة صناعة الجهل هي أخلاقية ومعرفية في آنٍ واحد بأن يكشفوا التضليل، ويعيدوا للمعرفة صدقها ووظيفتها التحريرية. فالمثقف لا يُقاس بما يعرف، بل بما يجرؤ على قوله حين يُخاف من الكلام. قال تعالى: {الَّذِينَ آتَيْنَاهُمُ الْكِتَابَ يَعْرِفُونَهُ كَمَا يَعْرِفُونَ أَبْنَاءَهُمْ وَإِنَّ فَرِيقًا مِّنْهُمْ لَيَكْتُمُونَ الْحَقَّ وَهُمْ يَعْلَمُونَ} [البقرة: 146]

أما الصمت أمام التزييف، فليس حياداً، بل تواطؤ صامت؛ لأن السكوت في زمن الخداع يُسهّم في ترسيخ الجهل كما يفعل الكذب نفسه.

وكما قال عليّ عليه السلام: وَ مَا أَخَذَ اللَّهُ عَلَى الْعُلَمَاءِ إِلَّا يُقَارُّوا عَلَى كِظَّةٍ ظَالِمٍ وَ لَا سَغَبٍ مَظْلُومٍ (نهج البلاغة، ج 1، ص 36، الخطبة الشقشقية)

الخاتمة

تاريخ الإنسان هو تاريخ الصراع بين النور والظلمات المعرفية. من فرعون إلى شركات الإعلام الحديثة، ظلت صناعة الجهل وتصنيع القبول وجهين لعملة واحدة: الأولى تُخفي الحقيقة، والثانية تُجمل الزيف.

ومهمة الفكر والإيمان أن يعيدا الإنسان إلى لحظة الوعي الأولى، حيث كان السؤال عبادة، والمعرفة سبيلاً إلى الحرية. {اللَّهُ وَلِيُّ الَّذِينَ آمَنُوا يُخْرِجُهُم مِّنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ} [البقرة: