

# الفوبيا المصطنعة (تحذيرات وتوعيدات)

د. حسن هاشم حمود



مصطلح الفوبيا في اللغة الانكليزية **phobia** مشتق من اليونانية "phóbos" خوف أو الخوف المرضي كما في ادبيات علم النفس، فالفوبيا تعني الخوف ويندرج تحتها مجموعة من الاضطرابات العصبية التي تشمل حالات الرعب والقلق والذعر والوساوس القهرية المرتبطة بأشياء وأماكن وتجارب ومواقف محددة، فتتضمن الفوبيا انواعاً مختلفة كالخوف من الاماكن العالية والمظلمة وغيرها من أنواع الرعب والخوف والارتياح، وينظر بعض المتخصصين لحالات الفوبيا بمعناها العام التخصصي بأنها ظاهرة طبيعية ومتوقعة نتيجة عدم التوازن في نظامنا العصبي، إنها مركبة ومتفاقمة بفعل المعلومات السيئة والتفسير المضلل للتجربة التي يعيشها الفرد ذاته ويطلق عليها " بالحساسية النفسية".

لكن ما نحن بصدده نوع آخر من الفوبيا هي الفوبيا المصطنعة التي تهدف إلى اثاره الخوف اجتماعياً معززة ببعض الأدوات لنشر هذه الفوبيا من خلال الاستعانة ببعض القنوات الاعلامية والمواقع التي تدعم هذا التوجه وتدعو إلى تزييف الوعي وخلق انماطاً مشوهة من الإدراك الاجتماعي، ففي وقتنا الحاضر تنتشر المؤامرات السياسية بسرعة على وسائل التواصل الاجتماعي، وتزرع الروايات الكاذبة، التي تتحدى قدرة الجمهور على التمييز بين الحقيقة والوهم. كما تمثل استراتيجية التزييف للحقائق احدث أنواع المعلومات المضللة، فهي تعرض تمثيلات خادعة للأحداث لتقود الجماهير إلى الاعتقاد بحقائق ملفقة، ويسهم ذلك بتراكم عمليات التضليل أو التضليل التراكمي الذي يؤدي الى تآكل الثقة المجتمعية وهذا بدوره سيفاقم من حجم التحديات أو ما يسمى بعائد الكذب والتضليل ودوره في خلق حالة من الارباك والخوف سواء على المستويين الاجتماعي او السياسي وانعكاساتهما الاقتصادية على الواقع الاجتماعي لأفراد المجتمع وخلق حالة من الركود الفكري والترقب الحذر من المستقبل المجهول المليء بالتكهنات والايخار المتشائمة، وهذا النوع من التضليل الذي يخدم الفوبيا المصطنعة يكبل المواطنين ويحد من قدرتهم على اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن من يثق بهم أو يحترمهم وهذا بدوره سيقود إلى التلاعب بالرأي العام وتوجيهه وفق رؤية القائمين على تسويق هذه الفوبيا وأهدافهم.

## أهداف الفوبيا المصطنعة

1. اشاعة حالة من القلق المجتمعي العام.
  2. خلق حالة من انعدام الثقة بالاوضاع العامة.
  3. الهروب من الواقع الاجتماعي وبناء آمال على مستقبل مجهول.
  4. تسويق لبعض الشخصيات بعنوان احتكارها للمعلومة لقربها من صاحب القرار الدولي.
  5. تهيئة واثارة بعض الحواضن المجتمعية وتفعيل دورها في نشر هذه الفوبيا.
- يتداول اليوم بكثرة اخبار غير موثوقة المصدر من قبل بعض الجماعات والأفراد كمحاولة لتسويق نفسها كقوى جديدة تبحث عن التغيير السياسي وتقدم نفسها للجمهور بأنها أكثر حرصاً وولاءً لمصلحة المجتمع العراقي، وهي من ستحقق التغيير السياسي بمساعدة القوى الدولية والاقليمية، والتي بدأت مشروعها منذ عام 2024 وبدايات 2025 من خلال اطلاقها للروايات والتكهنات بما سيحدث للعراق بسبب مستجدات ومتغيرات الساحة السياسية الدولية والاقليمية لاسيما بعد دخول الرئيس الامريكي رونالد ترامب إلى البيت الابيض وما يتداولونه على منصات التواصل الاجتماعي من أنباء عن "الشرق الاوسط الجديد" وسياسات جديدة تتعلق بالعراق كحل منظومة الحشد الشعبي، والوقوف بالضد من العملية السياسية في العراق والرغبة بإعادة النظام السياسي إلى ما قبل 2003 وایجاد نظام سياسي جديد في العراق، هذه وغيرها من الانباء التي تخدم صناعة الفوبيا المجتمعية.

ونحن ليس بصدد الدفاع عن النظام السياسي القائم، فالواقعان الاجتماعي والسياسي في العراق وما يمران به من منعطفات خطيرة وتلكؤ واخفاقات على مختلف مجالات الحياة قد يسهم بشكل أو بآخر لخلق ارضية اجتماعية هشة تجعل الفرد العراقي يتقبل كل رأي وطرح، لاسيما عند اختيار القائمين على تصدير هذه الفوبيا لبعض التوقيات الزمنية والاحداث السياسية التي تدعم تزييف الوعي وخلق الاستقطاب الاجتماعي لهذه الانباء تارة بفوبيا ساخرة وأخرى جادة يدعمها ويصدرها اجتماعياً.

يعتمد القائمون على تصدير الفوبيا المصطنعة على مجموعة من الآليات منها:

1. الإعلام والدعاية: يلعب الاعلام دوراً في تضخيم الاحداث وتقديم معلومات مضللة، لاسيما وان العالم اليوم يعيش ثورة رقمية ومتغيرات سريعة في تقنيات الاتصال والتواصل فاصبحت مواقع التواصل منصة متاحة للجميع وفي شتى الاستخدامات والاهداف فيُصدّر ما يريده من افكار وآراء دون رقابة أو حرج

فضلاً عن القنوات التي تدعم هذه التوجهات، لهذا نجد الكثيرين من القائمين على صناعة الفوبيا لاسيما في هذه الايام يروجون الافكار مشحونة بتوقعات تشاؤمية هدفها التسقيط والنيل من بعض القضايا التي كان المجتمع يكن لها الاحترام والثناء كالحشد الشعبي والمطالبات بحله الذي خاض معركة وجود ضد الجماعات الارهابية.

2. التكرار والاستمرارية: يعد التكرار من الاساليب المهمة في مخاطبة الجمهور لترسيخ الفكرة المراد اشاعتها في المجتمع بصورة تخدم اهداف الدعاية والحرب النفسية من خلال مخاطبة اذهان الجمهور بهدف ترسيخ الوعي المراد ترسيخه في هذه الجماهير، وما نجده اليوم من عمليات تكرار لفكرة حل الحشد أو ضرب محور المقاومة والآثار التي ستتركها سياسة ترامب تجاه العراق، لتحقيق نوع من الوعي الذي يحوله اسلوب التكرار إلى التصلب والموثوقية والجزم بتحقيق هذه الفكرة المراد غرسها في المجتمع من خلال تكرار الرسائل نفسها لإقناع الجمهور بها.

3. استعمال الرموز والخطاب العاطفي: يلجأ القائمين على صناعة الفوبيا إلى استخدام أو إطلاق بعض الشعارات التي تدغدغ مشاعر الجماهير وتمس معاناتهم بصورة نقدية للواقع الذي يعيشونه، وكذلك بتصدير مجموعة من الشعارات التي يتم من خلالها التلاعب بالمشاعر الوطنية والدينية، بهدف تغيير أو زعزعة بعض الثوابت والقناعات الوطنية والقيمية أو النيل من بعض الرموز الدينية أو الوطنية بطرائق ساخرة بشكل يخدم القائمين على تصدير الفوبيا المصطنعة.

4. المبالغة في التهديد: يلجأ القائمون على صناعة الفوبيا إلى الكذب والتضليل أو المبالغة بتضخيم حجم التهديد لكي تكون مؤثرة في الجمهور لتحقيق اهدافهم وان كان ذلك مخالف للقوانين الاخلاقية فان اهم ما يصبون الى تحقيقه هو نجاح الدعاية المرجوه منها تصنيع فوبيا مجتمعية بشكل يتفق مع الواقع المراد تغييره، ولنجاح هذا النوع من الفوبيا تحتاج دقة عالية ومهارة في تسويق الفكرة لإنجاح انتشارها بين الجمهور.

لذا عندما تدار الفوبيا وتحبك بصورة جيدة وبتكنيك عالٍ ويربطها القائمون على صناعتها ببعض الاشارات والتصريحات الدولية التي ينسجون عليها مجموعة من الآراء والتصورات لخلق دراما نفسية يمكن ان تثير استجابة الخوف بشكل فاعل لاسيما عندما يكون الوضع العام ساحة هشة تشجع تقبل مثل هذه الافكار وتتفاعل معها عند بثها لجرعات من الخوف المشحونة بافكار واخبار تقف بالضد من الواقع الاجتماعي والسياسي العراقي.