

الترندات والفضائح □ كيف أغرق السيسي المصريين في التافهة ليلهم عن فشله بـ 2022



الثلاثاء 3 يناير 2023 09:11 م

استغل قائد الانقلاب عبدالفتاح السيسي عالم السوشيال ميديا والذي تسبب في الإطاحة بالرئيس المخلوع محمد حسني مبارك لإلهاء المصريين عن أسوأ عام اقتصادي مر بتاريخهم فخلال عام شهد العديد من الانتكاسات الاقتصادية، لم يجد المنقلب سوى طرق الإلهاء والترندات والفضائح لإشغال المصريين عن أزماته الاقتصادية وعن الفقر الذي أحاط بهم، فتصدر الترنند المصري الشخصيات التافهة، والأغاني والمهرجانات، والفضائح، وما زاد من زخم تلك الترندات هي احتفاء إعلام السيسي بهؤلاء التافهين واستضافتهم في جميع القنوات، وإعطائهم الوقت الكافي لزيادة جمهورهم □

ترندات الإلهاء

انتهى عام تذوق فيه المصريين الفقر والقمع وضياع معظم مدخراتهم، تنوعت فيه الترندات التي انتشرت على مواقع التواصل الاجتماعي في مصر، والتي روج لها النظام في خطة لإلهاء المواطنين وبدلا من التحدث عن الفساد والفقر الذي يعيشونه، زاد الحديث عن المطرب النقاش، أحمد سالم، الذي ذاعت نجوميته بعد انتشار ترند يتضمن فيديو له وهو يغني خلال عمله، إلى عامل النظافة محمد عادل، الذي تم طرده من مطعم كشري بسبب ملابسه، ثم ظهوره على القنوات الفضائية بعد ترند خاص بقصته، إلى الترندات الرياضية وما يتعلق بمباريات الأهلي والزمالك خاصة، والكل يعلم أن المخابرات هي من تحدد الكاسب والخاسر □

ومن أبرز الترندات التي تفاعل معها المصريون، الأخبار الشخصية المتعلقة بالفنانين ومنها أخبار المغنية شيرين وانفصالها عن حسام حبيب وما تزامن معه من مشكلات، ثم عودتها إليه مؤخرًا، واختتم عام 2022 بانتشار ترند يتضمن فيديو قصير لقابلة ساخنة بين شاب وفتاة أعلى كوبري روض الفرج في وضح النهار بالقاهرة □

الترندات هل من يصنعها العسكر أم هو من يغذيها؟

اختلفت الإجابة عن هذا السؤال لكن الجميع اتفق على أن ظهور تلك الترندات وتصدرها هي بفضل تغذية نظام العسكر بها من خلال تلميعها على القنوات الفضائية □

ومن بين الترندات التي صعدت في عالم الترنند أخبار شيرين وحسام حبيب وما إذا كانت الترندات الخاصة بهما مقصودة من قبل "إعلام النظام" للتغطية على أخبار أخرى □

ويجب أستاذ الإعلام في جامعة حلوان، أبي سناء، لا يعتقد أن هناك من يدفع فنانة معينة لفعل شيء محدد، ولكن النظام في هذه الحالة يحاول الاستفادة من الترنند، خاصة إذا كان يأتي بالتزامن مع موجة غلاء، أو تعويم للعملة، أو خفض الدعم لأنه حينها لابد من وجود سياسة إلهاء وإدارة الرأي العام بشكل أو بآخر لتخفيف الاحتقان □

وعن لقطة الفتاة والشاب الذي تم تصويرهم في موضع محل قال سناء "هذه القابلة، بالتأكيد حدثت بشكل عفوي ولم يأت أحد بهذا الشاب والفتاة ويطلب منهم فعل ذلك، ولكن النفخ في هذه اللقطة التي تحدثت تقريبا بشكل يومي، بسبب سطحية الجمهور وبمساهمة وسائل الإعلام التي أصبحت تجري وراء ما يريده الناس ليصبح الأكثر مشاهدة وتفاعلا، هو ما يجعل منه ترندا".

وأضاف: "هذا المشهد نراه يوميا بشكل عادي وليس جديدا، ما يجعله يكبر، أن وسائل الإعلام تستغله لأسباب كثيرة، منها لجذب مشاهدات وتفاعل أكبر من الجمهور أو إلهاء الناس عن أمور جدية لأننا لو لم نغرق في التافهة سيبدأ الناس في التفكير في معاني أكبر مثل الحرية والمساواة أو مناقشة مسائل مثل الموازنة والديون وإنفاق الحكومة، وهو ما لا يريده البعض"، مضيفا أنه "قد يكون الهدف من نشر هذا الفيديو بكثرة والحديث عنه من قبل وسائل الإعلام، هو نشر حالة من الإحباط واليأس بين الناس من أن ينصلح حال المجتمع".

وتابع سناء أن معظم الترندات المنتشرة، "معبرة عن اهتمامات الجمهور، لأن هناك انحطاط في المستوى وهو جزء من مشكلة الجهل الذي نلمسه، وأحيانا تجهيل الناس ما أدى إلى انحدر الذوق، وأصبح الجمهور يحب هذه الموضوعات، وإلا لم يكن سيصبح ترندا في النهاية".

لكن سناء يرى أن معظم الترندات خاصة بمسائل تافهة وليست سياسية، وذلك "بسبب طبيعة جمهور مواقع التواصل الاجتماعي وطبيعة الانحدر في الذوق العام، حيث أصبح الجهل هو السائد ولذلك نرى ترندات خاصة بممثلين مثل محمد رمضان، وحالة البهرجة غير المنطقية رغم أن هؤلاء الناس يتحدثون في هذه المواضيع ويساهمون في الترويج لها وهم يعلمون أنها خطأ في الأساس ولا يجب أن تظهر من

الأساس".

وينتقد سناء وسائل الإعلام متهما إياها بأنها تساهم في نشر الترنادات لأنها تراجعت عن مسؤوليتها عن تثقيف الناس، "بل أصبح هذا الدور مختلفا تماما في الفترة الأخيرة، من المفترض أن يكون عليها دور في تغيير أنماط الجمهور والترقي بهم ولكن لا أحد يقوم بذلك حاليا تقريبا".

وأضاف: "في السابق، كانت أجندة وسائل الإعلام ما تفرض على الجمهور ما يراه، الآن هذه النظرية تغيرت وأصبحت وسائل الإعلام تستغل ما يريده الجمهور لخدمة ما يريده النظام".

بعزو سناء أيضا هذا الاتجاه لضيق مساحة الحرية المسموح بها في وسائل الإعلام، "والصحفي مطالب بكشف إنتاج، هل سيتحدث عن الأداء الحكومي أو الموازنة أو غلاء الأسعار، كل هذه الأمور غير مسموح بها، فلا يصبح أمامه سوى مواضيع مثل الرياضة أو المهرجانات أو الترنادات".

ويقول: "ما هو المفيد في نشر خبر يومي عن صورة جديدة لممثلة معينة أو أكثر من خبر حول سما المصري أو رانيا يوسف، الصحفي يعرف أن هذا ليس خبرا ولكنه يبحث عما يريده الجمهور، وهذا يقود الناس في النهاية إلى مزيد من التفاهة وانحطاط في الذوق العام". ويشير تقرير لموقع "داتا ريبورتال"، إلى أن ما لا يقل عن 51 مليون مصري نشط على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 49 في المئة تقريبا، في عام 2022.

وكان الموقع الأبرز المفضل لدى المصريين، هو يوتيوب، حيث يستخدمه 46 مليون شخص في مصر، وفيسبوك 44 مليون شخص، وإنستاجرام 16 مليونا، وما لا يقل عن 20 مليونا فوق الـ18 عاما يستخدمون "تيك توك" للفيديوهات القصيرة