فكرة ورأي

عـــذراً أيهـــا القلـم

فاروق خضر الدليمي

أيها القلم ...
ما أعظم قدرتك وما ارفع منزلتك ..
أنت الذي علّم بك الله الإنسان ما لم يعلم ..
وانت الذي كتبت بك سطور العظمة والخلود ..
وانت الذي يصر الإنسان الشريف على ان يتماهى معك فيكون هو أنت، وأنت هو ..
أيها القلم ...
عذراً ، إذا تركناك حتى يجف فيك المداد ، فنحن لم نتركك زهداً فيك ولا استصغاراً لشأنك، بل لأننا ما عاد لدينا ما يشرفنا ان نقوله من خلالك ، وصرنا يخجلنا ان نمسك بك لنقول زيفاً أو تفاهة أو كذباً ...
لقد جفّت على السننا الكلمات ، مثلما جفّ فيك الحبر وقد تعبنا واتعبناك ..
تحدثنا عن الحق والجمال ، وعن الحب والصداقة ، وعن السعادة والحرية ، وعن الأمل والمستقبل ، وشعرنا بأنك تسخر منا ، مثلما شعرنا بأنك تأخذنا (على قدر عقولنا) ،
فتغضب ويصيبك التبرم ...
وقد رفعت الأقلام وجفت الصحف ..
صارت الجملة التي يكتبها القلم لا تنتهي بنقطة في آخرها ، بل بقنبلة في وسطها ، وعبوة ناسفة في آخرها وصارت المقالة مرشحة لأن يتوقف فيها القلم قبل آخر سطر فيها ، لأن القلم سقط من يد كاتبها وهو يخطه .
وعذراً .. أيها القلم ..
ما كنا نريد ان تكون ريشتك مدية .. ولا أردنا ان يكون حبرك دماً ...
لقد تعبنا من سماع صوت حدّ السكاكين ...
وتعبنا من رؤية سيل الدماء ... ومن رؤية الجثث ،
وأصبح ما نعيش فيه من حال عاراً على الأقلام وعلى كل من يحملونها ...
عذراً .. أيها القلم ..
فبعد ان انزوى كُلٌ منا في بيته يلوذ به من كل ما حوله من شرور ، كتب عليك ان تنزوي وتلوذ بالصمت ...
ذلك انك مهما بلغ حملك من الفصاحة والبلاغة ، ومن الشهامة والمروءة ، فلن تسعفه الكلمات على ان يقول شيئاً يستحق شرف حملك في هذا الزمن ...
ضراعة نرفعها أمام عظمة من علم الإنسان بالقلم ...
أيها العظيم .. الذي ابدعت كل شيء وخلقت كل جمال قل : كن ، لتكون السيوف في الأغماد ..
وقل : كن ، ليعود القلم يرسم الأمل على صفحات مستقبل الناس الذين انستهم السيوف ان لهم مستقبلاً حتى يأتي يوم مشيئتك هذه ، ستبقى أقلامنا تنتظر ويوم تشاء ، ستمسك آلاف الأيدي الشريفة بأقلامها المبدعة والنظيفة .. وستزغرد الصفحات لانبعاث الأمل في البلاد التي قالت على الطين ، أول ما خطه القلم ..
وعذراً لك أيها القلم وألف عذر ...

الحـــريـــة الاقتـصـاديـــة وفـــوائـــد الاسترجـــاعيـــة

ايرك ويد

> طبقا لدراسات اقتصادية رياضية ، فإن الحرية الاقتصادية ، أو تطويراتها ، تعمل على زيادة معدلات النمو الاقتصادي. إلا أن ظواهرها ستكون تحت سيطرة ظواهر مستوى التنمية الاقتصادية ورأس المال البشري. فهل تشير هذه النتائج ، ضمنيا ، إلى أن المناصرين أو المدافعين عن الرأسمالية وعن الحرية الاقتصادية يبالغون في قضيتهم؟ ليس ذلك على الإطلاق.

فكّر في مستوى التنمية الاقتصادية التي تعمل على تحديد الفوائد الكامنة في الاسترجاعية. فعلماء الاقتصاد، في العادة، يقومون بمناقشة أسباب وجود هذه الفوائد كالتالي: يمكن للاقتصاد الأقل تطورا أن يستعير أو يستلف التقنيات التكنولوجية ونماذج الأعمال التجارية وإجراءات التسويق من الدول الأكثر تطورا، وقد يكون التقليد اكثر سهولة وسرعة من الابتكار الذي تعتمد عليه الاقتصاديات المتطورة الرائدة.

وهذه الفوائد تكون، من الناحية المعقولة ظاهريا، اضخم واعظم عندما تكون مستويات الاسترجاعية معتدلة بحيث يسمح مستوى تكوين رأس المال البشري بأن تتم الاستفادة واستغلال فرص الاسترجاعية، أو، عندما يكون لدى الاقتصاديات الأقل تطورا نطاقا واسعا بالنسبة لإعادة توزيع العمالة بحيث يكون هذا النطاق اكبر من الأعمال الأقل إنتاجية في الزراعة ليصل إلى الأعمال الأكثر إنتاجية في مجال الصناعة أو في الخدمات، أو، على سبيل الاحتمال، عندما يكون من السهل أن يتم إيجاد استثمارات مربحة في الدول النامية، ولنفترض أنها سوف تكون في مجال البنية التحتية للنقل، بحيث يكون اكثر سهولة من إيجاد مثل تلك الاستثمارات المربحة في الاقتصاديات عالية التطور والتي تم بها، وبشكل مسبق، تأسيس عدد كبير من الاستثمارات المهمة البارزة.

أود أن أؤكد على ما هو واضح والذي ينزع، بالرغم من ذلك، إلى أن يتم نسيانه، وهو: أن مصالح الاسترجاعية بالنسبة لبعض الدول النامية تستلزم وجود دول متقدمة. فإذا كانت الدول المتقدمة، ولنفترض بأنها الولايات المتحدة الأمريكية والدول الأوروبية واليابان، غير موجودة، فإن نمور شرق آسيا الأوائل (كوريا الجنوبية وتايوان وهونغ كونغ وسنغافورة) لا يمكن لها أن تنمو بالسرعة التي نمت بها مطلقا، كما أنه من غير الممكن للصين والهند أن تحققا ما تحققانه هذه الأيام. وقبل أن يحل منتصف القرن العشرين وتبايناته السابقة المجهولة في الدخل في تلك الفترة بين المجتمعات الصناعية الغربية والدول الأقل تطورا، فانه، في تلك الفترة، لن تجد، مطلقا، دولة كبرى يمكنها أن تحقق النمو الاقتصادي بشكل سريع كسرعة النمو الاقتصادي الذي حققته كوريا الجنوبية وتايوان خلال أعوام الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي أو كما تقوم الصين بتحقيقه منذ أعوام الثمانينيات من القرن الماضي وكما تقوم الهند وفيتنام بإنجازه في الوقت الحاضر. وهكذا، فإن عدم المساواة العالمية (أو التفاوت بين دول العالم) يعتبر جزءا أساسيا من فوائد الاسترجاعية، وان هذا التفاوت سوف ينفع تلك الدول المتخلفة التي تعمل على الإمساك بالفرص المتاحة.

وتعتبر الدول المتقدمة والدول الحرة إلى حد ما دولا أساسية في استحداث الفرص الخاصة بالاسترجاعية. فهي تقدم أنموذجا ليتم تقليده وتوفر مصدرا للتكنولوجيا وسوقا خاصة بالمنتجات منخفضة الأجور. فإذا أصبحت الدول المتقدمة غنية بشكل يسبق الدول الأخرى نظرا لأنها قامت بتأسيس وتثبيت حقوق ملكية سليمة خاصة بالتجار وبالمنتجين بوقت أبكر من الآخرين، ونظرا لأنها استفادت من حكومة محدودة بوقت أبكر من الآخرين، وقامت باختراع الرأسمالية واستفادت من الحرية الاقتصادية منذ البداية، سوف تكون، عندئذ، فوائد الاسترجاعية إحدى ظواهر الحرية الاقتصادية أو الرأسمالية. إلا أن فوائد الاسترجاعية لا بد من أن تكون صغيرة قبل أن يتم تأسيس الرأسمالية نظرا لان معظم الحضارات الكبرى (المكونة من عشرات الملايين من الأفراد) قد كان لديها آنذاك إيرادات متماثلة في الدخل لنصيب الفرد الواحد.

وهكذا، فإن فوائد الاسترجاعية تستحق أن يتم تفسيرها حسب تفسير عالم الاقتصاد فريدرك هايك: لا تنحصر منافع الحرية، إذن، في الحرية... فمما لا ريب فيه أن الاغلبيات غير الحرة على مدى التاريخ الماضي استفادت من وجود الاقليات الحرة وسوف تستفيد المجتمعات غير الحرة في الوقت الحاضر مما ستحصل عليه وتتعلمه من المجتمعات الحرة.

هذه الإفادة تتفق مع العلاقة القائمة حاليا بين جمهورية الصين الشعبية والغرب كما لو أنها قد تمت كتابتها يوم أمس مع وجود هذا المثال تحديدا في الذاكرة. وفيما يخص اليابان والدول الآسيوية الأخرى التي تطورت بشكل مبكر كتايوان أو كوريا الجنوبية، يعمل إنموذج التطور الآسيوي الذي تم تمجيده والإعلان عنه من قبل واضعي النظريات التجارية الاستراتيجية بنجاح فقط إذا تم وضعه ضمن سياق الانموذج الانجلو-أمريكي في التجارة الحرة. فليس هناك من قام بالإثبات بان اليابان أو أية دولة آسيوية أخرى ستكون قد حققت النجاح في تجارتها واستراتيجياتها الاقتصادية، مهما كانت درجات تدخل الحكومة، لو لم يكن لديها دخول ووصول إلى الأسواق العالمية، وعلى وجه الخصوص إلى السوق الأمريكية. ولو تم عزو مثل ذلك النجاح إلى انموذج التطور المتفوق في الصناعة المحلية فمن المرجح أن تشكل التكنولوجيا وتدخل السياسات التجارية، بناء على ذلك، نصف الحقيقة.

إن الأمر يبدو وكأن للحرية الاقتصادية في الاقتصاد العالمي- الذي يعني وجود اقتصاديات حرة مهيمنة ورائدة- أهمية عليا في تحسين معدلات النمو الاقتصادي وفي التغلب على الفقر الجماعي في كل مكان آخر غير دول الغرب. إضافة إلى ذلك، فإن الحرية الاقتصادية داخل الأمم، أو تطويراتها، ستساعد أولئك الذين يقومون بممارستها وتطبيقها.

ينشر بالاتفاق مع "مصباح الحرية"

الإعلام العربي

سلطة الآيديولوجيا ومقتضيات العصر

سعد محمد رحيم

> لا يمكن تصور وجود سلطة من غير سند آيديولوجي/ معرفي تقوم عليه ، أو تشرف على إنشائه وإعادة إنتاجه. فالآيديولوجيا ذاتها تكون بلا معنى ، أو فاعلية خارج إطار ممارسات السلطة. وكلما كانت السلطة فاقدة الشرعية ، أو كانت شرعيتها موضع شك أباحت استخدام آليات لنشر وإشاعة آيديولوجيا هي ، بطريقة ما ، عملية لتكريس أوهام ، أو فتك بالحقائق ، وهذا يقع في ضمن دائرة لعبة السلطة وممارساتها. أقصد السلطة بأنواعها؛ دينية ، سياسية ، اجتماعية الخ..

وفي عالمنا المعاصر تكون الأداة الرئيسة، في ذلك، هي الإعلام، بتقنياته الحديثة ووسائله الفعالة وبلاغته المؤثرة، ليساهم في تشكيل وعي الملايين من البشر، أو بعبارة أدق في صناعة الرأي العام على نطاق واسع، مؤثراً في نظم القيم، واتجاهات السلوك والمواقف. فالإعلام اليوم هو اللاعب الأكبر في الساحة، يصنع الشخصيات وأدوارهم، يختار اللعبة وقوانينها، متحكماً، في الغالب، بنتائجها. فالإعلام ما عاد يقتصر على ملاحقة الحدث ونقله، بل يتدخل، أحياناً، إلى حد ما، في صنعه أيضاً، فالإعلام ليس عنصراً حيادياً موضوعياً في نسيج العالم الحديث وثقافته، وإنما هو عنصر فعال لا ينقل صورة العالم فحسب، بل يعيد صياغة تلك الصورة، مغيراً بهذه الدرجة أو تلك وبحسابات محددة، بما ينسجم وموجهاته الآيديولوجية من شكلها ومحتواها. وعموماً، لا أحد بإمكانه الخروج على قواعد اللعبة.. قد يحدث تحايل أو التفاف، أو استغلال ثغرات، لكن الأمر، في نهاية المطاف، هو أن ما تسمى بحرية الإعلام، وحتى في العالم الرأسمالي على وفق تصور تشومسكي، متوفرة، وهذا صحيح (فقط) بالنسبة لأولئك الذين تمثلوا أو استبطنوا القيم والمعايير المطلوبة. أو بمعنى آخر أن الموجه الآيديولوجي؛ قيماً ومعايير، يلعب دور الضابط السري في صياغة المعلومات وتسويقها (لغةً وأسلوباً وتوقيتاً) أي أن إنشاء الخطاب الإعلامي هو فعل سلطة ما، وحضورها عبر آيديولوجيتها وقوة نفوذها.

إن أي مجتمع، في الوضع الراهن، وبدرجات متفاوتة، بين مجتمع وآخر، يخضع لميكانزمات ظاهرة خفية تيسر عملية التحكم به، وجعله تحت السيطرة، سواء وعى ذلك أو لا، ولا يستثنى المشتغلون في قطاع الإعلام من هذا الأمر فهم إلى جانب استبطانهم قواعد إنشاء الخطاب الإعلامي التي لا تخرج عن محددات مصالح سلطة المؤسسة المعنية التي يعملون في ظلها ورؤاها يكونون مرتهنين بأهدافها كذلك.

يقول تشومسكي " إن وسائل الإعلام داعمة لمصالح السلطة، فهي تشوه وتكذب في الغالب من أجل الحفاظ على تلك المصالح، لكن ذلك الموقف ليس بالإستطاعة تفسيره" وتشومسكي، هنا، يتحدث عن الإعلام في أميركا والعالم الغربي، حيث تبدو مساحة حرية الرأي والتعبير وتهريب المعلومات كبيرة. لكن المسألة بنظره أعقد من هذا، وأن تحت الواقع الظاهر شيء آخر. وقبل عقود أشار هربرت ماركيوز في كتابه ذائع الصيت (الإنسان ذو البعد الواحد) إلى مجتمع التحكم ودور الإعلان والإعلام في ذلك. وإن كان ماركيوز قد نشر كتابه في وقت لم تكن فيه للإعلام مثل هذه السطوة فإن تشومسكي يتكلم عن حقبة مغايرة، ويكشف عن منطق آخر، فالكيفية التي يقدم بها الإعلام نفسه شيء والحقيقة شيء مختلف. فهناك قدر كبير من التمويه لا يمكن تلمسه بسهولة، فوسائل الإعلام التي تقدم نفسها "على أنها عرضة للانتقاد، وخصم للسلطة، وربما أنها مخربة، فإن ذلك يشكل إسهاماً ضخماً للوظيفة الدعائية، وعند ذاك يقولون؛ انظروا كم نحن منتقدين للسلطة. كيف يستطيع أي شخص أن يذهب إلى أبعد مما ذهبنا إليه" على حد تعبير تشومسكي. ولا يقتصر الأمر على الفاعلين الإعلاميين، وإنما يطول المتلقين (الجمهور) أيضاً، وطبقاً لتشومسكي مرة أخرى فإن إدارة أية إذاعة على سبيل المثال، على الصعيد التجاري لها أهدافها وهي؛ "أن يكون لديها جمهور مطيع غير فعال من المتفرجين. في الميدان السياسي غير مشاركين. مستهلكون في الميدان التجاري، وبالتأكيد ليسوا صناع قرار، ومشاركين. مجتمع من الناس الذين هم مقسمون إلى ذرات ومعزولون، وبالتالي لا يستطيعون أن ينتظموا لوضع مواردهم المحدودة مع بعضها بحيث يصبحون قوة مركزة".

إذن، الآيديولوجيا عنصر من عناصر تكوين أية سلطة، ولا تقوم قائمة للسلطة ما لم تكن مدعمة بآيديولوجيا تستخدمها وسيلةً للاستحواذ والسيطرة. والإعلام هو واحد من أهم أدواتها في ذلك.

إن الإعلام المعاصر، مهما تبجح بالموضوعية والحياد فهو، في الأغلب الأعم، بتأثير الموجه الآيديولوجي يقع تحت طائلة الانحياز، سواء من خلال اختيار معلومات بعينها وحجب أخرى، أو التركيز على بعضها وتهميش أخرى، أو في طريقة بث وتقديم المعلومة، والتفسيرات المصاحبة لها، مع الإشارة إلى معلومات سابقة تعزز وجهة نظر القناة الإعلامية. وينطبق القول نفسه على عرض الصور، والتعليق عليها. ليحصل ما يشبه عملية غسيل المخ، أو تخدير الوعي إذ يؤول الأمر إلى اقتناع المتلقي بما يقرأ ويسمع ويرى، والتوهم بأن ما صار يعتقده هو فحوى قناعته الذاتية منذ البدء.. تستبدل الحقيقة بمنتجات الخيال، ليست الإبداعية الخلاقة ولكن تلك التي تحجب الرؤية، أو تمنح أملاً كاذباً، وهنا كما يقول إدواردو غاليانو "على الأغلبية أن تتعود على استهلاك الخيال، فأوهام الثروة تباع للفقراء، وأوهام الحرية للمضطهدين، وأحلام النصر للمهزومين، وأحلام القوة للضعفاء". مع فوكو نعرف أن "السلطة والمعرفة يستلزم بعضهما بعضاً، وانه لا توجد علاقة سلطوية دون تكوين متلازم لحقل معرفي، ولا توجد معرفة لا تستلزم ولا تكون في الوقت نفسه علاقات سلطوية". من هنا، ومع فوكو أيضاً نصل إلى فكرة أن "الحقيقة ليست خارج السلطة، ولا بدون سلطة... الحقيقة هي من هذا العالم، وهي منتجة فيه بفضل متطلبات عدة".. وليس المقصود بالحقيقة عند فوكو "مجموع الأشياء الصحيحة التي ينبغي اكتشافها أو الاقتناع بها، بل مجموع القواعد التي بمقتضاها نميز الصحيح من الخطأ، ونلصق بالصحيح مفاعيل خاصة بالسلطة".

لا توجد الآيديولوجيا في فراغ.. إنها متلبسة مع توجهات وميول ومصالح قوى وفئات معينة، أي أنها متشبكة في علاقات سلطة، وهي لهذا تنبث في نسيج ومفاصل البنى الاجتماعية، وتحدد، إلى حد بعيد، السلوك السياسي، وتؤطر المجال المعرفي، أو ما يمكن أن نسميه مجال صياغة الحقائق، أو ما يتوهم بأنها حقائق.

❖ ❖ ❖

يفضي التدفق المفرط للمعلومات، التي هي مزيج من الحقائق وأنصاف الحقائق والأكاذيب إلى تشويش الصورة عند الملايين من المتلقين. وفي الغالب يقوم كل شخص بانتقاء المعلومات المرغوبة له، والمنسجمة مع توجهاته وقناعاته المسبقة، واستبعاد تلك التي تناقضها وتنسفها، مع غياب القدرة، في الغالب أيضاً، على القراءة والتمحيص والنقد. وهنا تُدعم الأفكار الوثوقية (الآيديولوجيات الدوغمائية). أي أن افتقار كثير من وسائل الإعلام إلى أطر منهجية لمعالجة المعلومات وفرزها وتصنيفها وربطها بموضوعية مع المعلومات الأخرى ذات العلاقة وتحليلها وتقويمها يخلق العمى بدل شحذ الرؤية، كما يذهب إلى ذلك ريجيس دوبريه.

يناقش كريسوفر نوريس في كتابه (نظرية لا نقدية؛ ما بعد الحداثة، المثقفون، وحرب الخليج) ادعاءات بودريار المرتكز على تخريجات ما بعد الحداثة، من أن حرب الخليج الثانية (١٩٩١) لم تقع بعدما قال قبل وقوعها بأنها لن تقع، في ضوء أن "هذا السيل القاسي من التغطية الإعلامية قد أعد لاتخام ملكاتنا المعرفية واستجاباتنا على نقطة يصبح من المستحيل معها رسم الخط الفاصل بين الحقيقة والخيال". وعلى الرغم من أن نوريس يرى في استنتاج بودريار عبثاً، ذلك الاستنتاج القائل بأننا ببساطة لا نملك أن نعرف فيما إذا كانت الحرب في الواقع قد نشبت مقارنة بالصور المتخيلة عن الحرب التي سبقت الحدث واستمرت بعده كمصدر وحيد للأخبار والمعلومات، إلا أنه يوافقه في مقدمته التي ينطلق منها وهي أنه "يصبح من الصعب الهروب من استنتاجه (بودريار) الساخر من أن ما من أحد يمكن أن يدعي المعرفة خارج إطار ما يقدم عبر الآلة الرسمية للرقابة والتضليل الإعلامي المنسق حكومياً".

وإذا كان نوريس وبودريار مشغولين بنطاق التغطية الإعلامية وتلقيها في الغرب حيث تقاليد الصحافة والإعلام عموماً أكثر رسوخاً، مع انسيابية لا تنكر في نقل المعلومات والتعبير عن الرأي فإننا عربياً نواجه مشاكل أكثر تعقيداً، يقف على رأسها قضية حجب المعلومة، إلى جانب تحريفها، وبهذا تمنع عن المواطن العربي فرصة الرؤية الواضحة، وإصدار أحكام صائبة بشأنها، فيضطر أحياناً إلى الاعتماد على الشائعة أو الحدس، أو التقاط ما يجود به الإعلام الخارجي من معلومات تتعلق بوضع بلاده وسياسة حكومته. في مقابل عدم وجود تقاليد عمل وحرفية مبدعة في المجال الإعلامي العربي مما يعيق التواصل الإعلامي الحر والفاعل، ويجعله مشوشاً وشاحباً.

إن مشكلة المتلقي العربي مع الإعلام تكمن في أنه يقع بين شكلين من التضليل يأتيان من مصدرين مختلفين على الأقل؛ الأول ذو بعد ستراتيجي تمارسه قوى الرأسمالية المعولمة عبر الترويج لثقافتها التي تريدها كونية، وهذه القيم بحسب بيار بورديو هي "في حقيقة الأمر قيم خاصة تم إضفاء الكونية عليها (الثقافة الكونية هي ثقافة المسيطرين)". والحقائق، ها هنا، يجري تشويهها أو تمويهها أو تزويرها، أو تجزئتها، أو تكييف صورتها إعلامياً بما ينسجم وغايات ورؤى المؤسسات المعنية. أما المصدر الثاني فذو بعد ديماغوجي تمارسه أجهزة الإعلام العربية الرسمية، حيث تهيمن مؤسسات الدولة عليها وتوجهها على وفق خطابها، أو غير الرسمية التي تكون في كثير من الأحيان تحت هيمنة تيارات واتجاهات محكومة بآيديولوجيات ومصالح محددة.

لمدة طويلة بقي الإعلام العربي . ولا يزال جزء كبير منه . حكراً بيد الأنظمة الحاكمة، تروج من خلاله لآيديولوجياتها ورؤاها السياسية والاقتصادية، وتسوغ ممارساتها، وبدا كانت المعلومات لا تصل إلى المتلقي العربي إلا مقولبة ومشذبة ومحدودة.. كانت الأنظمة تلك تحجب المعلومات التي تحس إزاءها بالانزعاج أو الخطر، ولا تتردد في بتر أو تزوير كثير من المعلومات الأخرى حيثما تطلبت مصالحها. وكان البث، عبر قنوات الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، ذا اتجاه واحد، إذ على المتلقي تقبل ما يبث له والإيمان به بلا تمحيص أو نقد أو مساءلة.

وكان هذا الإعلام فاشياً في طبيعته وشكله وطروحاته، يستند إلى مبدأ تمثيل الدولة للمجتمع والفرد . من غير تفويض بطبيعة الحال . ذوبان الفرد في المجتمع وانقياد المجتمع لمنطق الدولة. وكانت الدولة مختزلة في قيادتها السياسية العليا، وهذه الأخيرة مختزلة في شخص الزعيم الأوحد مثلما يصفه جورج أورويل في روايته ذائعة الصيت (١٩٤٨) بأنه "صورة دائمة على الشاشة، وصوت دائم في المذياع".

بين معلومات مقننة، محددة، مزوقة، مفبركة، لا تخلو من الكذب والزيف، وهي التي ظل إعلام الأنظمة الحاكمة الرسمي يضخها، بلا كلل، طوال عقود، وبين الانفتاح غير المسبوق إعلامياً، الذي تتيحه قنوات التلفاز الفضائية وشبكة الإنترنت العنكبوتية الآن، في هذه الفجوة يحس المواطن العربي بالصدمة والحيرة، وربما باللايقين أيضاً.. هل كان مخدوعاً طوال الوقت؟ ومن عليه أن يصدق، في الوقت الحاضر، ومن عليه أن يكذب؟. لا شك في أن هذا المواطن لا يفتقر إلى الذكاء، وفي أحوال عديدة يستطيع بفطرته السليمة تمييز الحقائق من الأكاذيب. لكن الأمر لا يقف عند هذا الحد. فالمشكلة الإعلامية هي جزء من مشكلة أكبر، وأكثر تعقيداً.. قطعاً، يستطيع الإعلام نفسه إذا ما توفرت نيات حسنة، وظروف مؤاتية أن يحل بعضاً من مشكلته، أن يكون أكثر دينامية، وموضوعية، وتأثيراً. غير أن العلة هي في أنظمة الحكم، وفي السلطات التي تنافسها أيضاً، اجتماعية كانت أو دينية، والتي تعاني هي الأخرى، وربما بدرجة اكبر، من قصر النظر السياسي، والجمود العقائدي.، هذه السلطات التي باتت لها منابر وقنوات إعلامية فعالة، إنما تعاني من الأزمة ذاتها، وتمارس سياستها الإعلامية بالمنطق ذاته. أي أنها مازالت واقعة تحت سطوة الموجهات الآيديولوجية لتكوينها، والتي لا تختلف في بنيتها وآلياتها كثيراً عن آيديولوجيات الأنظمة الحاكمة نفسها. وأقصد بالآيديولوجيا، هنا، ما ذهب إليه محمد أركون بأنها "تلك الإرادة التعسفية لفئة ما، أو حتى لقائد ما في نشر معناه، أو (قيمه) لكي تشمل الجميع، أو تسيطر على الجميع". وبعبارة أخرى، إن خطاب الإعلام العربي الرسمي، وقطاع واسع من الإعلام العربي غير الرسمي يستبطن خطاب الأنظمة العربية والتيارات السياسية العربية التقليدية، حتى إن ادعى غير ذلك. فلا يزال قطاع واسع من الإعلام العربي واقعاً تحت هيمنة النسق الآيديولوجي المنتج في الفضاء الثقافي التقليدي الذي أسس بنى الأنظمة وغذى خطابها السياسي والإعلامي، ذلك الخطاب المستند إلى بلاغة ذات نبرة انفعالية تعبر عن الغضب العاجز واليائس، وترضي الغرور المقهور لأناس مهزومين في دواخلهم، وتنطلق من العواطف (الحب والكره والخوف والحقد) بأوجهها المتشنجة، من غير الاحتكام إلى العقل، ومن غير تمحيص موضوعي/ نقدي.. تخاطب الانفعالات سريعة التأجج، وسريعة الهمود.

إن خطاب هذا القطاع من الإعلام العربي ينتج عن تفكير ذي بعد واحد، ويخلق، أو يسعى إلى خلق تفكير مماثل عند المتلقين.

والسؤال هو؛ كيف أن خطاب هذا الإعلام ذو بعد واحد؟..

بدءاً نجد أن هذا الخطاب يتناول بعض جوانب الواقع، ويحاول إخفاء أو تهميش جوانب أخرى، فهو تجزيئي، وأحياناً متناقض.. إنه متحيز وانتقائي، تتحكم به الأمزجة والأهواء الذاتية فتفقد صفة الموضوعية، لا يستطيع التعامل مع اللحظة الآنية من دون التفكير بالبعد الآيديولوجي، وبالمقابل يفتقر للحس التأريخي.. خطاب إعلامي لا يتساءل بقدر ما يجزم، يشوش ولا يوضح، يسوغ أو يشجب، لكنه لا ينتقد، وإن انتقد فنقده لا يطول الجذور والأسباب الخفية، ولا يحيط بالمعضلات في سياقها الموضوعي وخلفيتها.. إن خطاب الإعلام العربي، غالباً ما، لا يحظى بالثقة لأنه غير مقنع، وليس باستطاعته خلق رأي عام ضاغط حقيقي. فهو إعلام مؤدلج يركز على جزء من الحدث، أو الحقيقة، مسلطاً عليه ضوءاً ساطعاً، وهو ذلك الجزء الذي يدعم موجهات ذلك الإعلام لتبقى الأجزاء الأخرى في حالة من العتمة الشديدة، مما يجعل الصورة الكلية للحدث/ الحقيقة مشوشة، مضللة. يحصل هذا في التعامل مع القضايا الأساسية، أو الجوهرية المتعلقة بالأمة إذ يزود بها ذلك الإعلام ويتبناها، على حساب جزئيات كثيرة تهمل أو تشوه. فانتقاء جوانب من حقيقة حدث ما، أو تشويه صورته، أو نقل خبر بطريقة محرفة، يجعلنا ليس إزاء مشكلة خطأ في نقل المعلومة، وإنما في مواجهة معضلة أخلاقية مؤلمة. فماذا نقول عن الإعلامي الذي يحرف الحدث، أو يقرأه قسراً بطريقة خاطئة لتتواءم قراءته مع موجهاته الآيديولوجية فيموه عليه، كما جرى في الواقع، زماناً ومكاناً وتفاصيل، مسقطاً عليه فكرته هو، ورغبته هو، أو وهمه هو؟!.

إن تقسيم العالم إلى أبيض وأسود، خير وشر، حق وباطل، مع الإقرار المسبق بأن الأبيض والخير والحق سمات خاصتنا نحن إطلاقاً، وإن الأسود والشر والباطل سمات خاصة الآخر إطلاقاً، يضعنا دوماً في حالة من اعوجاج الرؤية، وخطأ التقدير، وخطل الأحكام. ولذا فنحن، في عصر المعلوماتية ووسائل الاتصال الحديثة والتعولم، بحاجة إلى إعلام مهني ممأسس على قواعد إستراتيجية، تسعى إلى الموضوعية والشمول والعمق والرؤية النقدية، وهذا مع عوامل أخرى كثيرة هو الذي سيمنحنا فرصة أن ننهض ثانية، وأن تكون لنا شراكة فعلية مع الآخرين في صنع عالم الغد.

(المصادر)
(١) كريستوفر نوريس (نظرية لا نقدية: ما بعد الحداثة، المثقفون، وحرب الخليج) ترجمة: د. عابد إسماعيل.. دار الكنوز الأدبية/ بيروت. ط١/ ١٩٩٩
(٢) نعوم تشومسكي (ضبط الرعاع: حوارات أجراها معه: ديفيد بارساميان) ترجمة: هيثم علي حجازي.. الأهلية للنشر والتوزيع/ عمان. الأردن. ط١/ ١٩٩٧
(٣) أوبير دريفوس، وبول رابينوف (ميشيل فوكو: مسيرة فلسفية) ترجمة: جورج ابي صالح.. منشورات؛ مركز الإنماء القومي. بيروت.. الطبعة وسنة النشر لم تذكر.
(٤) محمد أركون (الإسلام، أوروبا، الغرب/ رهانات المعنى وإرادات الهيمنة) ترجمة: هاشم صالح.. دار الساقي/ بيروت.. ط١/ ١٩٩٥.