

نقد المركزية الغربية

مركزية الإعلام والميديا كأداة سيطرة على العالم

الجزء الثالث



مجموعة مؤلفين

تقديم وتحرير د.محمود حيدر

نقد المركزية الغربية

مركزية الإعلام والميديا كأداة سيطرة على العالم



المشروع التأسيسي لعلم الاستغراب

الجمعية العلمية الإسلامية
المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية

نقد المركزية الغربية

مركزية الإعلام والميديا كأداة سيطرة على العالم

الجزء الثالث

مجموعة باحثين

نقد المركزية الغربية / مجموعة باحثين ؛ تقديم وتحدير د. محمود حيدر.-الطبعة
الدولى.-النجف، العراق : العتبة العباسية المقدسة، المركز الاسلامي للدراسات الاستراتيجية،
2025.

4 مجلد ؛ 24 سم. (المشروع التاسيسي لعلم الاستغراب)

يتضمن إرجاعات ببيوجرافية.

ISBN : 9789922680477

1. الفلسفة الغربية. 2. الأيديولوجية. 3. الاستشراق والمستشرقون. 4. وسائل
الاعلام--تأثيرات غربية. 5. الإمبريالية--جوانب اقتصادية. أ. حيدر، محمود، 1957- مقدم. ب.
العنوان.

LCC: B798.A7 N37 2025

مركز الفهرسة ونظم المعلومات التابع لمكتبة ودار مخطوطات العتبة العباسية المقدسة
الفهرسة أثناء النشر



رقم الإيداع في دار الكتب والوثائق ببغداد (١٤٣٤) لسنة ٢٠٢٥ م

نقد المركزية الغربية «مركزية الإعلام والميديا كأداة سيطرة على العالم»

تأليف: مجموعة باحثين

الإشراف العلمي: الشيخ حسن الهادي

تحريرو تقديم: د. محمود حيدر

الناشر: العتبة العباسية المقدسة / المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية

الطبعة: الأولى / ٢٠٢٥ م

المحتويات

كلمة المركز..... ٧

مقدّمة الكتاب: إمبrialيّة الكلمة والصوت والصورة

محمود حيدر..... ١١

الفصل الأوّل:

الميديا كمفهوم وتجربة في مركزيّة الغرب

مفهوم الميديا والخلاف بصدده

جان دافالون..... ٢١

الميديا بوصفها مفهومًا مركزيًا للغرب المعاصر

خضر! حيدر..... ٥٥

الميديا بين التصنيع والتصنيع رهانيّة التسلط الأميركي والإرهاب

عامر عبد زيد الوائلي..... ٨٧

الإمبrialيّة الرقميّة دور الخوارزميّات والبرمجة في الحرب الناعمة

مريم رضا خليل..... ١١٣

الفصل الثاني:

التمركز الغربي وخطاب الميديا الثقافيّ

الغرب الرقميّ وثقافة الميديا الأصول اللأثقافيّة للمركزيّة الأوروبيّة

عمر الأمين أحمد عبد الله..... ١٥٥

خطاب الكراهية كمؤسس الاستعمار الإعلاميّ، عولمة القيم عبر مواقع وسائل التواصل

سعد عبد السلام..... ١٧٩

الميديا كأداة إرهاب ثقافيّ في المركزيّة الغربيّة الإعلام الأميركيّ نموذجًا

علي قصير..... ٢١١

نقد أخلاقيّات الميديا دعاوى التنظير ومبررات التفعيل

بهاء درويش..... ٢٤٥

إمبrialيّة العالم الافتراضيّ الميديا الغربيّة وتأثيراتها على المجتمعات المدنيّة

صابرين زغلول السيد..... ٢٦٩

الفصل الثالث:

نقد الميديا الاستعماريّة

- الميديا اليهوديّة ملحمة التضليل الكبرى في السيطرة على العالم
خضر إبراهيم ٢٩٣
- نقد الوسائطيّة الميديائيّة مخاطر تحويل الإنسان إلى كائن افتراضيّ
جميل قاسم ٣٢٥
- مارسيل غوشيه قارئاً عالم الميديا ضرورة التفكّر بمجتمع وسائل الإعلام
مارسيل غوشيه ٣٣٧
- إمبرياليّة الفنّ السابع مجتمعا في مرمى هوليوود
حيدر محمد الكعبي ٣٥٩
- الميديا الجديدة إعادة تشكيل الخبر والمجتمع والعالم
محمود بري ٣٨٥

الفصل الرابع:

مناقشات نقديّة للميديا

- الميديا الغربيّة بين ادعاء النجاح وخواء المعرفة وقائع مؤتمر باريس النقديّ للإعلام العالميّ
غويلان شيفريبي ٤٠٩
- الميديا كمتلاعب بالعقول بنية الهيمنة الإعلاميّة في أعمال بيار بورديو
أحمد عبد الحليم عطية ٤٥١

كلمة المركز

ما كان لمفهوم المركزية الغربية أن يصير ظاهرة في الواقع التاريخي للعالم المعاصر، لولا سلسلة من التحوّلات الكبرى جرت وقائعها في جغرافيات الغرب على امتداد خمسة قرون متّصلة. ولو عايننا المدوّنة المعجميّة الأوروبيّة في حقولها المختلفة، الفلسفيّة والثقافيّة والسوسيولوجيّة والاقتصاديّة والسياسيّة، فإننا نكاد لا نعثر عليه كمصطلح قائم بذاته، كما هو واقع الحال مع المصطلحات والمفاهيم المنتزعة من فضاء الحداثة. السبب في ذلك يعود في الغالب الأعمّ إلى طبيعته التوصيفيّة للحالة التاريخيّة الغربيّة أكثر ممّا هو منحوتة - اصطلاحية تحكي ما يريده الغرب لنفسه؛ أي إنّنا سنكون أمام لوحة لا تتناهى في توصيف أحوال الغرب وسلوكه، سواء حيال نفسه أو حيال جهات العالم الأخرى، الأمر الذي يفضي إلى استنتاج مركّب، مؤدّاه الآتي، من وجه أن المركزية الغربيّة، التي خلعت على أوروبا كنعنٍ لحقبتها المعاصرة، قد اكتسبت ماهيتها وهويّتها من تموضعها المتدرّج في النظام العالمي. ومن وجهٍ ثانٍ، أنّها اتّخذت مفهومها بأبعاده الدلاليّة والاصطلاحية ممّا ترتّب على تموضعها من آثار في الميدان الجيوستراتيجي في الحروب الاستعماريّة المتواترة، لكنّ منبت الجدل الذي يطلقه مصطلح المركزية الغربيّة، هو أنّه حاصل خطبة فكريّة وفلسفيّة وسياسيّة مضت بعيداً في تسويغ أطروحة العنف التي أخذت بها أوروبا الحديثة لتسويغ تمدّدها الاستعماري الاستيطاني إلى ما سمّي بعالم الأطراف.

من مفكّري الغرب وعلمائه من هالهم التناقض الحاصل بين مدّعات الأنسنة والعقلانيّة والتنوير، والمسلك التقويضي الاستعماري تجاه الأعراق غير الأوروبيّة. إلا أنّ الخطاب التساؤلي، وأحياناً النقدي لهؤلاء، لم يكن له أثر جوهري في تصويب سلوك الطبقات الحاكمة، كما لم يبدّل من ضراوة التمرکز

حول الذات ونزعاتها الاستعلائية، حتى إن هنالك مَنْ رأى إلى هذا التناقض بأنَّ عقل الغرب بات منحكماً إلى ذهنيّة انفصاميّة لا شفاء منها، ذلك أنّه لا يتعلّق فقط بإعادة إحياء الوثنيّة الموروثة من السلف الإغريقي عبر الإصرار على العلمنة الحادّة، بل أيضاً وأساساً من تضخّم الأناييّة الحضاريّة التي بلغت ذروتها مع الامتداد الكولونيالي نحو العالم.

مؤدّي ما ستنتهي إليه إيديولوجيّة التمرّكز، أنّ التفكير الاستعماري العنصري هو حيزٌ معرفيٌّ متأصلٌ في منطق الغرب ومناهج تفكيره، ولو كان من استدلالٍ أوّلٍ على هذا المدّعى، فسنجدّه فيما درج عليه جمعٌ من فلاسفة وعلماء الطبيعة الأوروبيين، بدءاً من عنصر النهضة في القرن الثامن عشر حتّى أزمنة ما بعد الحداثة، فقد انصرف جلّ هؤلاء إلى وضع فلسفة سياسيّة عنصريّة أجرت تصنيفاً هرمياً للجماعات البشريّة، لا سيّما مبدأ الأرقى والأدنى، الذي كان له عظيم الأثر في تحويل نظريّة النشوء والارتقاء الداروينيّة إلى إيديولوجيا للعنف والإفناء الجماعي. أحد أكثر التصنيفات حدةً للمجتمعات غير الغربيّة، ذلك الذي تزامن مع نمو الإمبرياليّات العابرة للحدود، ولقد كان من تمظهرات هذا التمدّد على وجه الخصوص، ملحمة الاستشراق التي سرت كترجمة صارخةٍ لغيريّة إنكاريّة لم تشأ أن ترى إلى كلّ آخرٍ حضاريٍّ إلا بوصفه كائناً مشوباً بالنقص. لهذا ما كان غريباً أن تتحوّل هذه الغيريّة الإلغائيّة إلى عقدة «نفسٍ حضاريّة» ليس منها بارقة أمل بشفاء، وما جعل الحال على هذه الدرجة من الاستعصاء، أنّ العقل الذي أنتج معارف الغرب ومفاهيمه، كان يعمل في أكثر وقته على خطّ موازٍ مع السلطة الكولونياليّة، ليعيدا معاً إنتاج إيديولوجيا لمركزيّة تنفي الآخر وتستعلي عليه.

تتغيّأ هذه السلسلة «نقد المركزية الغربية» الإحاطة المعرفيّة والنقدية بواحدة من أبرز وأهمّ تحوّلَات تاريخ الغرب الحديث، والمآلات التي بلغها في حقول

الفكر والفلسفة والاقتصاد والعلاقات الدوليّة. ولعلّ في أطروحة «المركزيّة الغربيّة» ما يعكس لحظة مفصليّة بدأت إرهاصاتها المعاصرة مع ظهور ما يسمّى الاستعمار الجديد. غير أنّ الجذور الفلسفيّة والفكريّة راسخة ومتجذّرة في العقل الذي أسّس لحضارة استعلائيّة عنصريّة، تنظر إلى نفسها بوصفها الحضارة المنقذة للأمم البشريّة كلّها.

الحمد لله ربّ العالمين

المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية

مقدمة الكتاب: إمبريالية الكلمة والصوت والصورة

محمود حيدر^١

قد لا يكون أمرًا مفارقًا للصواب حين يجري التأكيد على التلازم الوطيد بين الميديا ومركزية الغرب، ما يعني أنّ الميديا ليست مجرد اصطلاح يعكس مفهومًا محايدًا في حقل العلوم الاجتماعية والمعرفة الحديثة. والبيّن أنّ هذه الظاهرة لم يكن لها أن تظهر على النحو الذي ظهرت فيه مع ختام القرن العشرين وبداية الألفية الثالثة، إلاّ لكونها تعبيرًا عما شهدته خريطة العالم إثر سلسلة متّصلة وعسيرة من الحروب والصراعات والاحتدامات الكبرى، بل يجوز أن نمضي إلى أبعد من ذلك، لنجد أنّ ظهور الميديا كمصطلح ومفهوم وظاهرة إنّما يشكّل ترجمة فعلية لما بلغته تطوّرات الحداثة وتمركزها في قلب العالم الجديد. وبهذا سيكون بديهيًا أن تكون الميديا، أو ما اصطلاح عليه بـ «ثورة الاتصالات» أحد العناوين الكبرى لمركزية الغرب الآيلة إلى تجديد الهيمنة على بقية العالم.

هل الميديا عالمٌ افتراضيٌّ كما قرّر المحدثون من أهل الاصطلاح، أم هي عالمٌ حقيقيٌّ يترجمه نمطٌ حياةٍ بالغ الكثافة والتعقيد في الأزمنة المعاصرة؟..

مثل هذا السؤال يختزن - كما هو بيّن - ضربًا من التشكيك بصوابية التعريف، فالناظر في أفعال الميديا وآثارها والوقائع الناشئة منها، لا يلبث حتى يأخذه الذهول بعالمٍ مثقلٍ بالحقائق الواقعية.

١. مفكّر وباحث في الفلسفة.

لننظر إذًا، ماذا نرى؟

لو كان لنا أن نعيّن مقصدًا للغاية التي من أجلها افتتحت الميديا زمنها المفارق، لأنصرفنا إلى القول: إنها الرغبة الجامحة بإغراق العالم بطوفان غير مسبوق من الأظلمة والأصوات والأصداء والصور والمعلومات، كما لو أنّ الآخذين بناصيتها أرادوا أن تفصح الحادثة الفائضة عما تبقى من أسرارها بعدما أعلنت عن نهاية التاريخ. فالليبرالية الجديدة، وقد فاضت عن نفسها حتى ضاق صدرها، لم تعد تقدر على الصبر طويلاً لتسوِّغ دعاويها وتعلن سيادتها على قارّات الأرض الخمس.

في مستهلّ القرن الحادي والعشرين كشفت الميديا عن أعمق أسرار الحداثة، لمّا أضافت نظريّة «القوّة اللينة» إلى منهج التطويع القهري للغير على امتداد الأزمنة الاستعماريّة المتعاقبة. وهي النظرية التي يجوز لنا أن نعبر عنها في عالم الميديا بـ «ثقافة الومضة»؛ إذ مع هذه الثقافة التي ولدت على حين بغتة جرّاء الدفّق الهائل للمعلومات بات المواطن العالميّ يشعر أن لا حيلة له سوى التماهي مع سيولها العارمة.

هذه الوضعية المستحدثة التي جيء بها إلينا على صهوة الميديا، سوف تدعونا إلى التعرّف على الأصل الذي منه ولدت «ثقافة الومضة». لكن معرفة الأصل، تفترض العودة، ولو قليلاً، إلى التأسيس الأنطولوجي للخطاب الإعلاميّ الغربيّ. الابتداءات الفعلية لهذا التأسيس جرت مع حادثة أقامت فلسفتها على اليقين بأنّ الإنسان يستطيع معرفة كلّ الأشياء في حدّ ذاتها؛ وأنّ العلم والتفكير العلميّ قادران، دون سواهما، على أن يحدّدا ما ينبغي علينا أن نقبله على أنّه حقيقيّ.. وأنّ ما يتّصل بالمعاني والقيم الروحانيّة، إنّها هي إلاّ متغيّرات في كيمياء الدماغ التي تتفاعل مع مجموعة من القوانين الميكرو- بيولوجية المرتبطة بتطوّر الإنسان. ولكن.. ما حدث في «المابعد» سيفتح الباب على إمكان تبديد هذا اليقين. فلم

يكذ يتسنى للحدثة الغربية أن تحشر الإنسان المعاصر في عالمه الأرضي وتدفعه مجدداً نحو العدمية، حتى جاء من أهلها من يُخبر عن استحالة هذا المدعى. جمع من مفكري الغرب المتأخرين وفلاسفته ذهبوا إلى القول: إنَّ العقل المحض الذي يُعاد إنشاؤه في مواجهة الصعود المتجدد للميتافيزيقا الدينية بات قاصراً عن تلبية مقتضيات الحضارة الحديثة. وكان أن ثبت بالتعقب التاريخي لمسار المعرفة أن هذه الأخيرة، ليست سوى سلسلة من الصياغات المجازية: من الشيء إلى الصورة الذهنية، ومن الصورة إلى الكلمة التي تعبر عن حالة الفرد النفسية، ومنها إلى الكلمة التي تفرسها الاصطلاحات الاجتماعية، بزعم أنها الكلمة الصحيحة.. ثم عودة إلى البدء: من هذه الكلمة إلى الشيء الذي لا ندرك منه سوى الملامح التي تسهل صياغتها المجازية في المعاجم المتوارثة.

لما استشعرت الحدثة بنسختها النيوليبرالية مأزقها الأصلي، أي البحث الشاق عن بدءٍ جديد، راحت تحثُّ السير نحو انعطافة تمنحها القدرة على ترميم صدوعها، وإعادة تشكيل العالم الجديد طبقاً لأغراضها. لقد وجدت في «العولمة» ضالتها الكبرى لتعثر على هذه الانعطافة. ألفت بجميع أثقالها داخل شبكة عنكبوتية من الأنباء والمعلومات والصور والرموز، وحوّلتها إلى منظومة للتحكم والسيطرة. استعملت النيوليبرالية منظومتها المستحدثة بغلو صارخ، وراحت تزيل الستر عن الأصل الذي جاءت منه، ثم لترمي به في العراء. سوى أن الأثير اللامتناهي الذي أطلقته الحدثة الفائضة، من أجل أن تهيمن على العقول والمشاعر، سيكون له ارتدادات انقلابية على منبتها الأصلي. ظنت أنها بتوسيط الميديا تستطيع أن تبشر العالم كله بمشروعها الإنقاذي، ثم انبرت تقنع البشرية بأن روح الغرب هي روح التاريخ الإنساني كله، وأن كل شيء في العالم الحديث بات رهن قيمها وأحكامها.

حاصل التجربة التي لم تأخذ الكثير من الوقت، كان في جانب أساسي منه مخيباً للآمال؛ فلو حسبت حكومات الحداثة ما ستؤول إليه أحوالها لحظة انفجار ثورة الاتصالات، لانعطفت عن مسارها واجتنبت سوء الخاتمة. ربما غفلت عما نبه إليه بعض نقّاد «الميتافيزيقا البتراء» وفي مقدمهم فريدريك نيتشه، من أنه «بالمعرفة الكاملة بالأصل يزداد هذا الأصل تفاهة». ومرامه في ذلك، أن الفكرة المؤسّسة للتنوير أخذت تهبط إلى أدنى حدودها، ونفقد جاذبية احتوائها على السر لما أصبح أصلها معروفاً.

بمحض إرادتها أطلقت الحداثة الفائزة عن طريق الميديا كمّا ضخماً مما اختزنه على مدى قرون من قيم ومعارف وأسرار. لقد أمست التلفزة الكونية - على سبيل المثال - معادلاً تكنولوجياً للإيديولوجيات الليبرالية الصارمة. باتت أشبه بتقنية أسطورية تستند إلى جماهير عريضة، تتكاثر كلما تطوّر سلطانها المعنوي.

كتمثيل لعمل هذا «الكائن الأسطوري المضلل» يحضرنا ما ذكره مرّة أحد منتجي البرامج التلفزيونية في القناة الفرنسية الأولى: «كلّما كان مستوانا متدنّياً ومادّياً، جلبنا عددًا أكبر من المشاهدين. أضاف: هم على الأقل لا يفكرون، فلتوقّف إذن عن لعب دور الوعّاظ»...

لهذه الغاية سعت مراكز التحكّم بعالم الميديا إلى بثّ كل ما يشجع على القبول الأعمى بالمنتج الأثري، وهذا بالضبط ما كان لاحظه الفيلسوف الفرنسي الراحل روجيه غارودي في بداية التسعينات، لما بيّن أنّ فلسفة الإعلام في الغرب تنطوي على تحريض دائم وحاسم من أجل تجنيد المشاهدين بالإغراء، ودعوة إلى الغوغائية والخمول، والتوجّه نحو رأي عام تتلاعب به الدعاية والإعلانات. أراد غارودي أن ينبّه إلى أنّ التلفزيون نفسه لا يقصّ حكاية التاريخ، ولكنه يصنعها

بالتلاعب بها، بمعنى أنه يستسلم إلى انحرافات السوق، وإلى تهديم كل روح ساعية إلى النقد الخلاق، وكل فكر يشعر بالمسؤولية.

١. فتنة الأخبار العاجلة

من غوايات العالم الافتراضي وأضاليله، ذلك الذي يطلّ عليك من دون استئذان بعبارة «الخبر العاجل»، وهذا النوع من المباغته الذي يملأ فضائيات العالم وبجميع اللغات يبدو باعثاً على سلوى المشاهدة، ولو كان خطباً جلدلاً مثقلاً بالضحايا. حتى لقد غدت الكلمات المعدودات أسفل الشاشة أدنى إلى «طقس نفسيّ»، يتلقفه المشاهدون عن ظهر قلب.

تلقاء هذا النوع المستحدث في عالم الإعلام الفضائي يكاد كل شيء يصبح قابلاً للتصديق، والذي اصطُلح عليه بـ«الميديا» كوصف مكثف للسيطرة الإعلامية، سوف يتحوّل في خلال فترة عجولة إلى «وحش أسطوري» يلقي بظله الرهيب على كل مواطن يتوقّع نبأ ما، ينجيه مما هو فيه من هلع.

ظاهرة «الخبر العاجل» على وجه التعيين لم تعد مجرد حالة عارضة، بل هي أمست مع تقادم الزمن وكثافته وسرعته، حالة «نفس - ثقافية» متأصلة. فلو تحرّينا منشأ ولادتها وأسباب نموّها وتوسّعها، لتبيّن لنا بهتانها وبراءتها المزعومة. فإنّها موصولة بالأغراض والأهواء والمصالح، وكذلك بغايات سياسية وإيديولوجية واضحة المعالم في المجتمعات الأهلية، كما في العلاقات بين الدول.

ولئن قال قائل إن مهمة الخبر هي ملء المساحة المجهولة من مجريات الأحداث، ومن حق الجمهور التعرف على ما لا يعلم، فقولُه صحيح في المبدأ. لكن الصحيح أيضاً وأساساً يكمن في الكيفية المهنية والأخلاقية التي تقدّم فيها المعلومات، فضلاً عن النتائج المترتبة عليها.

ولكي لا يبقى القول في «الخبر العاجل» ضمن حدود الوصف، تحدونا

المسؤولية إلى النظر إليه بوصفه وسيلة غير منزّهة عن الأغراض، فإنّه على ضرورته في تغطية الأحداث، لا ينبغي أن يفارق القاعدة الكليّة التي تحكم فلسفة الإعلام، وهي الحرّية المقرونة بالمسؤوليّة، والمسؤوليّة هنا هي شأن معنويّ وأخلاقيّ قبل أيّ شأن آخر.. فعلى أرض هذه المسؤوليةّ يمكن إجراء الأحكام على أخلاقيّة أو لا أخلاقيّة الخبر على أنحائه المختلفة. من هنا مسّت الحاجة إلى وجود «قانون للسلوك الحسن»، وهو سلوك ينبغي أن يكون مؤسّساً على أخلاق عالميّة في الحدّ الأدنى، يتمّ تحديدها وتُفرض على الإمبراطوريات الإعلاميّة، سواء على سلوكهم في ما بينهم، أو في العلاقة مع الآخرين.

المرارة التي يفصح عنها مثقّفون غربيّون حيال واقع الميديا في مجتمعاتهم مرّدها إلى استشعارهم أنّ الحضارة الغربيّة تنحو بسرعة مذهلة نحو الاضمحلال الأخلاقيّ، حتّى أنّ كثيرين منهم راحوا يصفون مستهلّ القرن الحادي والعشرين بأنّه عودة متجدّدة إلى عصر فساد التاريخ وتدهوره، كما كان الأمر زمن انحطاط الرومان، وأنّ هذا التدهور الموسوم بهيمنة تقنية وعسكريّة ساحقة لا يحمل أيّ مشروع إنسانيّ قادر على إعطاء معنى للتاريخ وللحياة.

الوجه اللافت في النقد الغربيّ لـ «الميديا» يمكث في بعده الأخلاقيّ والقيميّ، وهذا جدير بالاعتناء والتقويم من جانب النخب العربيّة والإسلاميّة لما له من أثرٍ بين في التعرّف على طبائع النقاش الجاري اليوم في البيئات الثقافيّة الغربيّة. ومثل هذا النقد سوف يتخذ حيزاً أكثر عمقاً في قيمته، حين يصوّب على ماهيّة الأخلاق. من النقّاد من يشير إلى الطابع الفلسفيّ للسؤال، فيلاحظ أنّ ما يخصّنا، هو ذلك الذي يتعلّق بسؤال الخير والشرّ، وبكلّ ما يستحقّ العناية على صعيد القيم أيضاً، مثل الحقّ والجميل، والشجاعة والشرف، والتضحية بالنفس...، ولغياب الضوء الكاشف يعود كثيرون من علماء الاجتماع والأخلاق في الغرب إلى إعادة إحياء

ما يعتبرونه المعيار الأوّلي للخير العام. وهو ما يوفّر لهم مبدأ كانط الأخلاقيّ:
«تصرّف كما لو أنّك تستطيع أن تجعل من مبدأ فعلك قاعدة كونية».
وبعد...

كلّنا يأمل ويرغب أن يتلقّى خطاباً ينبئه بخبر سعيد، أو بمشهد يبتعث في داخله
جمال العالم من حوله، أو بحكمة تمنحه الأمان، وتنزع من ناظره غشاوة القنوط
والضجر والتشاؤم؛ إلاّ أنّ ما قصدت إليه فتنة المشاهدة كما قرّرتها الحداثة
الفائضة هو مضاعفة اللامعنى في عالم بات اليوم أشدّ حاجة إلى استعادة مكانة
الإنسان ومعناه.

الفصل الأوّل:
الميديا كمفهوم وتجربة في مركزيّة الغرب

مفهوم الميديا والخلاف بصده^١

جان دافالون^٢

تمهيد

لور كز الباحثون في علوم الإعلام والاتصال، ولو قليلاً، على كلمة «توسّط»، فسيظهر على الفور مباشرة الحضور القويّ، لهذه الكلمة في مفرداتهم. هذا الحضور يأخذ تارة شكل استخدام بسيط للكلمة في معناها الشائع، وتارة شكل استخدام مخصوص، ليدلّ على مساقٍ متميّز بحضور طرف ثالث، وطوراً أخيراً، محاولة تعريف نظريّ للكلمة. نقترح هنا، اعتبار هذه الاستخدامات المختلفة، علامة انبثاق طريقة جديدة للتفكّر بالاتصال. ومن المؤكّد أنّ هؤلاء الباحثين، رجعوا بقوة إلى تعريف فلسفيّ للتوسّط، ولكن الإضاءة، التي يحملها التفحص نفسه لهذه المرجعيّة، يدلّ بشكل خاصّ، على أنّه إلى جانب التعريفات التقليديّة للاتصال، كنقل للمعلومات أو كتفاعل اجتماعيّ، ينشأ معنى ثالث، يركّز الاهتمام على البعد الإعلاميّ الخاصّ.

١. المصدر:

Davallon. Universite D'Avignon et des Pays du Vaucluse & Laboratoire "Culture et communication", n3151.

ترجمة: صلاح العبد الله، مراجعة: كريم عبد الرحمن.

٢. جان دافالون (Jean Davallon) عالم اجتماع فرنسيّ، أستاذ فخريّ في قسم علوم الإعلام والاتصال في جامعة «أفينيون»

.Avignon

لقد عرف تصوّر «التوسّط»، خلال السنوات العشر الأخيرة غنى لا سابق له، فبعض استخداماته هي، بكلّ وضوح، بعيدة كثيرًا عن أيّ تفكير حول الموقع العلميّ للكلمة. فاذا ما تكلمنا على وسيط الجمهورية أو على نظام التوسّط القضائيّ أيضًا، فهل ثمة ما هو مشترك بينهما، وبين التوسّط الثقافيّ مثلاً؟ إنّ الوسائط الأولى هي: سلطات منظّمة اجتماعيّة بين أشخاص في حالة خصومة، أو من لديهم مصالح متباينة - سلطات بوضعيةّ ثالثة - هي في آن حياديّة، وتحظى بسلطة ويرتكز تأثيرها في إمكانية إيجاد تفاهم بين الأطراف المتنازعة، أمله أن تسمح لهم بالخروج من وضعيةّ النزاع، لا شيء من ذلك في التوسّط الثقافيّ. ليس ثمة أيّ وضعيةّ نزاع، ثمة فقط غياب ومسافة. أما بالنسبة لوجود طرف ثالث، يُدرّك عمومًا كأحد المعطيات المكوّنة للتوسّط، فهل في ذلك ما يكفي ليسمح بتعريفه؟

لنتوقف عند التوسّط الثقافيّ، حيث إنّه يمكن بالتأكيد، أن يُعرّف وظيفيًا: بأنّه يهدف إلى إيصال جمهور إلى أعمال ثقافيّة (أو معارف)، ويرتكز تأثيره في إقامة مساحة مشتركة، بين هذين العالمين الغريب أحدهما عن الآخر (عالم الجمهور وعالم الموضوع الثقافيّ)، هادفًا بدقّة إلى تملك الأوّل للثاني. وفي المجال التطبيقيّ، لا يقلّ اشتماله على أشياء مختلفة، كالاختلاف الوظيفيّ للوسائط (المتحف أو التراث على سبيل المثال)، شكل تأثير ثقافيّ مقابل تنشيط ثقافيّ، إقامة علاقة بالفنّ، تصوّر وإنجاز منظّمات وأعمال فنيّة بغية عرض الفنّ على الجمهور، وشرحه الخ. إنّنا ندرك ذلك، فما أن يُعاد وضع التعريف في سياقه، حتّى يتحدّد موقعه، وما إن يظهر مقتدرًا على فعل مصالحة حتّى ينفطر، ليدلّ على حقائق جدّ مختلفة. إن مثل هذا التنافر يُترك لمن لا يحلمون كثيرًا: ما جعلني أعتزف أنني بقيت مدة طويلة مرتابًا - كي لا أقول بصراحة حذرًا - حيال فكرة تقدّم

السهولة، في تصنيف ظاهرات وأعمال أو أشياء، ولكن تعرض عيب التهرّب، ما إن يفهم تعريفه كمفهوم إجرائي، أي أن يسمح في الواقع، بالتصنيف من دون إعطاء إمكانية الوصف أو التعريف من أين يأتي غناه الراهن في علوم الإعلام والتواصل؟ ماذا يمكن أن تكون عليه منفعته وفائدته العلمية؟ إننا نستطيع بالتأكيد، أن نرى في ذلك، فعل تمرين، أو طريقة ذات علاقة جزئية، مع تطوّر استخدام الكلمة في المجتمع. ونستطيع في المقابل، أن نحاول تقويم المفهوم أو تأسيسه. المسعى الذي سأتبعه هنا سيكون أكثر قرباً من الأسئلة التي تواجه الباحث، بشكل محسوس، إذا ما وُجّه بحقيقة استخدام أو عدم استخدام هذه الفكرة. ستكون نقطة انطلاقي، القرار الذي اتخذته باللجوء إلى هذه الكلمة، للدلالة على العملية الرمزية، لإنشاء علاقة بين عالم الزائر، وعالم العلم، من خلال عرض العلم (دفالون^١ مذكور من خلال ١٩٩٩ 75 a: ملحوظة ٥٢) مُترافقاً في مرحلة ثانية، بقرار توسيع استخدامه حتى البعد الرمزي للعمل الإعلامي للعرض (دفالون ١٩٩٩ a: المقدمة: ٢٠٠٣)٢.

ولكن، بما أن غرضي، ليس الدفاع أبداً، ولا إيضاح هذا القرار، سأبدأ بتفحص الاستخدامات الراهنة لهذه الفكرة، في منشورات علوم الإعلام والتواصل. والرهان هو في الحقيقة محاولة فهم، فيما يتعدى السؤال البسيط، للإطار النظري، الذي يؤسس ملاءمته وصلاحيته، ما يبدو لي أنه انبثاق مفهوم جديد لوقائع التواصل.

1. Davallon 1988

٢. أدرج القرار الأول في إطار نظري، هدف مقارنة المساق الرمزي الحاضر، في أي وسيلة إعلامية (انظر مثلاً دفالون ١٩٩٣، ١٩٩٩b) ضد مقولة نزع رمزية مجتمعنا. والثاني في مشروع دراسة عمل البعد الرمزي نفسه للإعلام واللعب بين داخل وخارج الجهاز الإعلامي (الذي أسميته في مقدمّة L'exposition، L'oeuvre، براغماتية الجهاز) هذا الاستخدام لمفهوم التوسط، يندرج هكذا (بعد المفهوم الرمزي في مقابل إنتاج أنساق الإشادة Sémiotisation، والتواصل أو الاستراتيجية (V.g Davallon 1993, 1999b)).

الاستعانة بالتوسط

إنّ تفحص مجموعة كتابات، في علوم الإعلام والتواصل، يسمح بتمييز ثلاثة نماذج من استخدامات كلمة توسط^١، سواء عاد إليها المؤلفون بطريقة عرضية، أو استخدموها مفهوماً إجرائياً، أو خصصوا لها قسماً من مؤلفهم بغية إعطائها تعريفاً:

أ. الاستخدام الأول: الشائع

تؤخذ الكلمة، في هذا الاستخدام، بين المعنى الشائع والمعنى العلمي. وعلى أيّ حال، فمن المفترض، أن يكون هذا المعنى، معرّفاً في مكان آخر من قبل. إنّ معنى التوسط الشائع (الذي هو أيضاً المعنى الأول للكلمة)، المقدر له، أن يصلح أطرافاً متخصصة، يفترض مسبقاً نزاعاً، ويحتوي فكرة تصالح أو إعادة تصالح، هو نسبياً، قليل الحضور في الأدب العلميّ لعلوم الإعلام والتواصل، باستثناء الحالة التي يكون فيها، مسألة إجراءات توسط (في المنظمات مثلاً)، أو نشاطاً مهنيّاً^٢.

وفي الواقع، إنّ الاستخدام الأكثر شيوعاً، يتوافق مع المعنى الشائع الثاني

١. تتألف مجموعة الأفراد الأولى، التي تمّ تفحصها من تواصلاتهم في المؤتمرات الأربعة الأخيرة ل-SE-SIC. أمّا المؤلفات الأخرى، التي أُحتفظ بها (قرارات، مجلات، مؤلفات فردية ومؤلفات مشتركة) فقد كانت دون أي معيار تصنيفي أو بحريّ بحسب القراءات التي تمّت لضرورات البحث والتعليم. وهذا يعني أنّ ثمة بحثاً استكشافياً كلياً. مع ذلك، ينبغي توضيح أن إحصاء المعاني المختلفة، أظهر إشباعاً محدوداً نسبياً في المدوّنة. (لأنّه ظهر منها القليل، إذا ما عدنا من القرارات الأخيرة، إلى الأكثر قدماً) وكما سنرى، أنّ ثمة تركيزاً في استخدام الكلمة، في المؤلفات التي تستخدم بطريقة صريحة هذه الفكرة. وتجدر الإشارة أيضاً، إلى أنّ الأمثلة المذكورة، في هذا النصّ، لا تأخذ في الحسبان مجموعة التوافقات، إنّما لها فقط قيمة إدراجها.

٢. ثمة حالة مهمّة لهذا الاستخدام، هي الرجوع إلى هذا المعنى، لتعريف توسّطات الكتاب (9Lecture, 1999). ويحدّد المؤلف أنّه لا يوجد نزاع في هذه الحالة. ويمكن مع ذلك أن نلاحظ في هذا الصدد أنّ فكرة الانقطاع والتفاوت تظلّ دائماً حاضرة في خلفيّة كلّ تعريفات التوسط.

(المعنى الثانوي): معنى فعل استخدامه كوسيط أو أن يكون ما يستخدم كوسيط، مع فكرة أن هذا الفعل، لا يقيم علاقة بسيطة، أو تفاعلاً بين كلمتين من ذات المستوى، ولكنه مولد لشيء إضافي، مثلاً لحالة أكثر إرضاء. وسأعطي مثلاً مستلماً من «يوطوبيا التواصل لبروتون ١٩٩٧: ١٣٧ - ١٣٩» يتناول «وظيفة التوسّط» لوسائل الإعلام والتواصل «لقد تمّ ابتكارها لمساعدة الناس، على التواصل بشكل أفضل فيما بينها، إنّها الجواب على وعينا العميق للانفصال المجتمعيّ، وعلى تباعد بعضهم عن بعضهم الآخر، مقرّوناً بعطش التقارب»، إنّ دور التوسّط الذي يسهّل التواصل، والمقدّر له أن يساعد، على الانتقال إلى حالة أفضل. فالصحافيّ الذي في هذا السياق، يعرض ويناقش خطاب الآخر (ما قاله أحدهم في مقابلة على سبيل المثال) هو «وسيط» يمتلك صفة التوسّط، بين الشخص والجمهور، والأمر يمكن أن يتحوّل، بحسب ما يمكن أن يقوله هذا الشخص (ص ١٤٣). إنّنا إذاً إزاء إحالة مضمرة إلى مفهوم تقليديّ للصحافيّ بوصفه وسيطاً.

مثل آخر للإحالة المضمرة: المثل الذي يرد في «مجتمع التواطؤ» (La société de Connivence Beaud, 1984). حيث يكون استخدام الكلمة نادراً، باعتبار ما يبعث العنوان الفرعيّ على الفهم (Media, mediation et classes sociales) (وسائل الإعلام، التوسّط والطبقات الاجتماعية). ولكن الكلمة تبقى معرّفة قليلاً، باستثناء الحالة، التي يكون فيها الكلام على «الوسطاء الجدد» «طبقة المثقّفين الجديدة»، الذين يشاركون في عمل وسائل الإعلام (ص ٣١٣-٢٩٨)¹.

١. على القارئ أن يحدّد الفرضية (ولكن لا شيء يدعو لذلك مباشرة) أن بمقدار ما تكون وسائل الإعلام، مقارنة كتقنيات رمزيّة (ص 289 sq) تسهم بمساقات التوسّط. ونستطيع إذاً (ربما) الذهاب حتّى تفسير الكلمات الأخيرة للخلاصة كمعلنة مفهوماً للتوسّط المجتمعيّ، صنعته وسائل الإعلام: «وسائل الإعلام هي اليوم، كما البارحة المدرسة، أحد الأمكنة الأساسية، حيث السلطة الاجتماعية محسوسة بالكلام،

الحقيقة الدامغة لهذا النمط من الاستخدام هو أنه يحيل على نص جواني، يُفترض أن يجد فيه القارئ تعريفاً للتوسّط - وينبغي إضافة - أن من المفترض أنه يعرفه. وعليه سنراه في الحال، ومثل هذا النص الجواني، هو حتى هذه اللحظة محدود.

ب- ضرورة التوسّط: استخدام إجرائي.

بعض فروع الأبحاث، يستخدم فكرة التوسّط، بوصفه مفهوماً إجرائياً؛ ليدل مساقاً مخصوصاً أو يصفه أو يحلّله، مما يستدعي اقتراحات للتعريف، تبدو مع ذلك، متغيرة كثيراً من فرع لآخر.

لنبدأ بالتحقق، من هذه الفروع المختلفة، الأول ما يمكن تسميته بـ «التوسّط الإعلامي» للدلالة على العمل، داخل وسائل الإعلام، التي على نقيض «نشر الإعلام»، تضع الصحافيّ في وضعية الطرف الثالث، الوسيط. هذا الأخير يستمدّ شرعيّته من انتمائه إلى حقل مختلف عن أولئك الذين «يذيعون» المعلومات أو المواضيع التي يروّجون لها. وظيفة الوسيط هذه، تستدعي بدهاة، مجموعة من الإجراءات المخصوصة كتابة أو تمثيلاً. هذا الاعتراف بوظيفة الفاعل الاجتماعيّ، يوجد في فروع أخرى من الأبحاث، خاصّة في التوسّط في علم التربية والتوسّط الثقافيّ.

وبالرمز، وتعريفها الخاصّ للاجتماعيّ الذي تصرّح به: بدورها كوسيط والمعارف التي يعطيها المجتمع من تلقاء ذاته، تعود إليه كما التصوّرات تعود إليهما وتصبح جزءاً من الحقيقة، وتسهم في تغييرها (ص ٣٣٣).

١. انظر مثلاً Christine Croquet عن نقد السينما (١٩٩٨) أو Soulez عن التقديم التلفزيونيّ كوساطة (١٩٩٨). مقال الأولى مرجعيّته Neveu et Rieffel (١٩٩١) من أجل مقارنة الصحافيّ كوسيط، ومن جهة أخرى، من المحتمل أن يكون Breton اتخذ مرجعيّة هذه المقاربة (١٩٩٧) ويمكن أيضاً أن نعتبر أنّ هذه الوساطة تقترح هكذا لقاء بين عالمين، وتسهم بهذا العمل بتحضير مشترك للتقديمات (Gellereau 1998:99). ولكن هي بالحريّ أقرب إلى تصوّر التوسّط الثقافيّ. ينبغي التنويه هنا بنظريّة السرد الإعلاميّ،

الذي يستخدم كلمة وساطة ولكن بالمعنى الذي أعطاه إيّاه Ricoeur (2001) (v.g.dubeid)

في التوسّط في علم التربية، وضعيّة المدرّب كوسيط - وهي أيضا وضعيّة طرف ثالث - تستوجب بالتأكيد، عنصرًا علائقيًا، وتنطوي أيضًا على تنظيم التفاعلات التربويّة، لتكون علاقة متعلّم - معرفة فعّالة، وتحقّق العمليّة التعليميّة^١. هل ينبغي لوضعيّة الطرف الثالث، أن يؤمّن لها مدرّبون فقط، أو يمكن أن تتحقّق أيضًا بأجهزة تقنيّة يستخدمها المدرّبون؟ هذا السؤال يبدو جوهريًا؛ لأنّه ينطوي في خلفيته على سؤال معرفة كيف وإلى أيّ مدى يمكن لهذا التوسّط أن يكون موضوع تصنيع^٢.

في التوسّط الثقافيّ تحضر بقوة المقاربة المزدوجة للوسطاء والتوسّط، وليس بعيدًا عن ذلك أنّها تُحيل على حقلين مرجعيّين، لا يُستوفيان إلا جزئيًا. والكلام عن الوسطاء هو عمومًا اتخاذ مهنيّ التوسّط كمرجعيّة (على سبيل المثال التوسّط المتحفّيّ، أو التراثيّ، في الحدود التي يعتبر فيها هذا القطاع المهنيّ، أحد القطاعات الأكثر تطوّرًا). وبالمقابل، كما سنرى في النقطة الأخرى بتفصيل أكثر، فإنّ التوسّط الثقافيّ، الجماليّ كما توسّط الثقافات والمعارف الخ. يغطّي حقلًا أوسع بكثير، وهو غالبًا مقارنة نظريّة إلى حدّ بعيد، وهي تُغرق مراجعها في نظريّات، كما على سبيل المثال، نظريّة الفضاء الجمهوري^٣. و«الطرف الثالث المرّمز»^٤. وأيضا نظريّة «الترجمة» بحسب معنى لاتور^٥. وسنلاحظ أنّ توسّط

1. V.g Fichey & Combes, 1996.

٢. التعارض بين التوسّط من خلال الصحافيّ، ونشر الإعلام، لا يكون دون ذكر التعارض بين التوسّط في علم التربية الإنسانيّ، والتوسّط التقنيّ للمعارف، الذي يميّز تصنيع هذين الأخيرين. ونشير إلى أنّه يوجد أدب مهمّ، حول البعد التربويّ الخالص، للتوسّط في علوم التربية لم يؤخذ بالحسبان هنا.

3. Moeglin 1988

4. Allard Chamial 1988

5. Dalage pY – Debruyne Voandiedone 2002

٦. لاتور (Latour Caillet 1955b): نجد في الواقع، لدى هذا المؤلّف التفسيرين: في مقارنة المتحف، التوسّط

المعارف، تشكل حقلاً شبه مخصوص، يرجع من ناحية إلى توّسط المعلومات، ومن ناحية أخرى إلى الخصائص الاجتماعية أو سيميائية التواصل (Thomas 1999 بحث في التواصل ١٣ و٤) ١.

سأجمع بطيب خاطر، مجموعة استخدامات أخرى، لمفردة توّسط تحت فئة - هي واسعة قليلاً بالتأكيد، ولكنها محدّدة كفاية- في التوسّط المؤسّساتي. هذه الاستخدامات تُحال، إمّا على تصوّر سياسي ٢ وإمّا على مقارنة سوسولوجية. وحينما يتكلّم ماتيلار ٣ في التواصل - عالم، عن التوسّطات، فإنّ الكلمة تتخذ مرجعية من مساق بناء الهيمنة (من التوافق)، بحسب غرامشي. وهذا المساق تمّ إذ ذاك مراقبته، من خلال التقاء الثقافات أو التنوع والتعقيد الثقافيّين) ٤. ويبدو أنّنا نكتشف هنا، توضيحاً للبعد السياسيّ للتوسّط، الذي سيكون لنا عودة إليه. أمّا المقاربة السوسولوجية فإنّها توجد بالأحرى، مع التوسّط الاجتماعيّ، الذي يشكّل الميدان الرئيس للتوسّطات المؤسّساتية: ويكون ذلك عمومًا لمناقشة

الثقافيّ يشدّد على البعد العمليّ وعلى الوسيط، حيث التوسّط، هو ما يقوم به الوسيط (ويتمّ تصوّره حينئذٍ «كمعبر» بين عالمين، «مرافقة» للزائر بغية إيصاله للأعمال الفنيّة، أو إلى المعرفة المعروضة في المتحف، ومراكز الفنّ أو المواقع التراثية). ففي المقالة (195b)، ليس المقصود وضع الزائر والعمل الفنيّ على علاقة، ولعب دور الوسيط بين قطبين، وإتّما العبور من مستوى إلى مستوى أعلى، مفترضين في آن، انتقالاً وخلقاً لشيء جديد، ينطوي على إنتاج حالة جديدة (مواقف المؤلّفين، والموضوعات والخطابات الخ).

١. النشر للتذكّر أنّ المعنى الذي يعطيه علماء الاقتصاد لحدّ التوسّط الثقافيّ «هو إنشاء الشهرة التي تنطبق مع النتيجة الأصليّة لموضوع الإبداع وتحويله إلى سلعة تجارية». (Rouget & Sagot Duvaux 1996: 13)
٢. ويمكن أيضاً أن نضع في هذه الفئة استخدام تعبير مثل «وساطة مدينيّة، mediation Ciloyene» (Natali & Rasse 1998) الذي يعني في الواقع، بعداً للتوسّط الثقافيّ.

3. Mattelart

4. V.g. 88.273 Mattelart, 1993.

«تأثير» التقانات الحديثة، إمّا في مكان العمل^{١٢} وإمّا من خلال شبكات التواصل الاجتماعي^٣.

ثمّة استخدام أخير، يتمييز من الاستخدامات الأولى فيما لو رُبط بها، وهو يخصّ تحليل استخدامات التقانات، وحدّ التوسّط، يستخدمه للتهرّب من الحتمية المزدوجة، الاجتماعية والتقنية: التوسّط تقنيّ؛ «لأنّ الأداة المستخدمة، تُبنين التطبيق» واجتماعي، «لأنّ الدوافع، أشكال الاستخدام والمعنى المعطى للتطبيق، يعود إلى التدفّق في الجسم الاجتماعي، كما يشير على سبيل المثال جوزيان جوي»^٤. وتبدو إذًا فكرة التوسّط، في هذه الحالة، كأنّها تشير إلى عمليات - كما إلى تأثيراتها - تقننة Techmisation مساق التواصل (توسّط تقنيّ)، وفي آن، إلى تدخّل البعد الذاتي، في تطبيقات التواصل (توسّط اجتماعي).

إنّ ضمّ استخدامات التوسّط في خمس فئات، يدفع إلى التفكير، أنّ لكلّ قطاع من البحث، استخدامه الخاصّ، بل تعريفه الخاصّ - للتوسّط. ومن دون شرح واقع الحال، من الصعوبة بمكان، تحديد ما سأعود إليه لاحقًا للقول إنّ الرجوع إلى هذه الفكرة هو حاضر جدًّا في بعض القطاعات، وعمليًّا غائب كليًّا عن القطاعات الأخرى. وتفحص هذه المدونة الاستكشافية، حتّى الآن، يعطي معلومات خصوصًا، حول أهميّة العنصر الثالث الذي يتأكّد حضوره كعلامة مميزة للتوسّط. وإذا تغير كثيرًا شكل هذا التوسّط بين مؤلّفٍ وآخر، فبالمقابل، تأثير هذا

١. يدخل المؤلّف، على سبيل المثال، تمييزًا بين التوسّط التقنيّ والتوسّط التقنيّ ليقارب البعد المؤسّساتي. وقد ناقش برنار فلوري Bernard Floris فكرة التوسّط الاجتماعي، في مقال سأعود إليه لاحقًا (Floris 1995). وهو مثل آخر يناقش إدارة النزاعات: Deliège (2000).

2. Durampart, 1998

3. Millet – Fourrier 1998

4. Josiane Joeut

العنصر يبدو ممتلكاً لأربع خصائص: الأولى، هذا الفعل يمارس دائماً، إلى حدّ ما، «تأثيراً» في مُتلقي التواصل: سيصل، يُعلم، ويمرّ الخ، وفضلاً عن ذلك، فإنّ هذا الفعل مقومّ: إنّه مستفيد، محترم، ومقدّرة قيمته كذات وليس كأداة؛ والثانية، الموضوع، الفاعل، أو وضعيّة الانطلاق تخضع لتغيير، من حقيقة أنّه مندمج في سياق آخر. مثلاً، الموضوع التقنيّ، موضوعاً، في سياق استخدام، يعمل على نحو مختلف، عن صنيع التوسّط، حتّى لو لم يتحوّل مما هو عليه. وهذه ظاهرة مشابهة للعمل الفنيّ والمعرفة.

والخاصيّة الثالثة، إن مُشغّل الفعل (العنصر الثالث كونه وسيطاً)، هو بالتأكيد تارة فعل إنسانيّ، وتارة أخرى فعل موضوعيّ بشكل جهاز، وطوراً الاثنان معاً، ولكن مهما يكن من أمر، ثمّة على الدوام تقريباً، جدل حول شكله وطبيعته. والخاصيّة الرابعة، هي أنّ فعل العنصر الثالث ذو تأثير دائم على المحيط (وفي الأغلب المحيط الاجتماعيّ) حيث موقعه.

وعليه فإنّ أوّل معاينة نجريها هي أنّ فكرة التوسّط تستدعي تحوّلاً للوضعيّة أو للجهاز التواصليّ، في كلّ مرّة، يكون فيها حاجة لوصف فعل، وليس مجرد تفاعل، بين عناصر قد شكّلت من قبل، ومن دون ذلك أيضاً، انتقال عنصر من قطب إلى قطب، وهكذا سأعرض فرضيّة، أنّ ثمّة رجوعاً للتوسّط، حالما يكون ثمّة فشل، أو عدم تكيّف لتصورات التواصل العاديّة، التواصل كنقل للمعلومات، والتواصل كتفاعل، بين عنصرين من المجتمع. ومع هذا الرجوع ينتقل أصل الفعل، من الفاعل المرسل، أو من ما بين الفاعلين إلى فاعل ثالث: ثمّة تواصل من خلال عمليّة الطرف الثالث، والمسألة الجوهرية هي إذا طبيعة الطرف الثالث، الخلافات الملاحظة هي خلافات في الشكل أو في الطبيعة؟ يبدو أنّه في حقيقة ذلك تتباعد المقاربات.

ج. نحو تعريف نظري للتوسط؟

لنر إذاً واقع الحال، من جانب المؤلّفين الذين يقترحون تعريفاً صريحاً أو أكثر للتوسط. إنّنا نلاحظ بادئ الأمر، أنّ إرادة تعريف التوسط، من وجهة نظر نظريّة، (وحتى علميّة) هي تعدّد مخصوص على حقل علوم المعلومات والتواصل.

ثمّة أربعة مؤلّفين تمّ ذكرهم بشكل عامّ، ويعتبرون مراجع، اثنان منهم، لديهما على الأقلّ كهدف مُعلن، نظريّة في التوسط (Bernard Lamiset et Jean Caune) والاثنان الآخران بإعطائهما بنظريّتهما مكانة مركزية كلياً للتوسط، ما قادهما إلى إنتاج تعريف، ومقاربة واضحة إلى حدّ كافٍ، ومفصّلة. (Louis Queré et Antoine Hennion).

إنّنا نجد في «أمكنة التواصل» العرض الذي يسمح بأن نفهم، بمزيد من الوضوح، المكانة التي أُعطيت للتوسط، في النسق النظريّ الذي اقترحه برنار لاميزيت^١ (١٩٩٢). المعنى الذي أعطي لهذه الفكرة لا يُضبط خارج قراءة ومقاربة لمجمل هذا النسق النظريّ. تلك هي، على سبيل المثال، حالة علاقة التوسط، مع التواصل الذي يذهب المذهب نفسه، مع سلسلة اعتراضات (أو تمايزات) بين تواصل ما بين - ذاتيّ وتواصل من خلال الإعلام (تؤمّنه إحدى سائل التواصل)، والفضاء الرمزيّ أو الفضاء العام الخ... هذه السلسلة، التي تركز بذاتها على التمايز، بين شكلين من الكلام، الكلام الذي «يعلن في الفضاء الخاصّ، حيث يعيش أشخاص متميّزون ويتخاطبون»^٢. «والكلام الذي يعلن في الفضاء العام، وهذا هو التوسط». «إنّ تعريف التوسط «كمرافعة» يسجل إذاً في مقاربة ميتا - نظريّة تتكوّن بين قطبي اللغة والسياسة. وهكذا فإنّ التوسّطات

١. يمكن أيضاً، استيضاح مقال «التوسط»، للاميزيت وسيلم (١٩٩٧) الذي يقترح توليفة، حول الفكرة، تبدأ على النحو الآتي: «مرافعة توفر في التواصل والحياة الاجتماعية تمفصل الفرد وخصوصيته والبعد الجماعيّ للألفة الاجتماعية والرابط الاجتماعيّ».

(التوسّطات الرمزيّة للغة، توسّطات التواصل في الفضاء العام والتوسّطات المؤسّساتيّة للإستراتيجيات الاجتماعيّة) تؤمّن جدليّة المفرد والجمعيّ. وإذا ما تساءلنا في هذه الشروط، ماذا يمكن أن تكون عليه، طبيعة الطرف الثالث، فإنّ الجواب يقودنا في آن، إلى الانعكاسيّة وإلى الإنابة^١. وما يبدو في مصدر الطرف الثالث، هو بالفعل، من ناحية تضاعف الذات في صورتها ومن ناحية أخرى تضاعف الاجتماعيّ في الاتفاق السياسيّ^٢.

يتبنى Jean Caune في «من أجل أخلاق للتوسّط»^٣ وضعيّة، هي تقريباً، متعارضة في النقاط كلّها، مع وضعيّة Bernard lamizet: لإنشاء مفهوم التوسّط، يقترح تفحص المقاربات الثلاث المعتادة (أي استخدامات سوسيوبوليتيك، ومقاربات نظريّة للحدّ، ومقاربات التطبيقات الاجتماعيّة التي يدلّ عليها هذا الحدّ). وهو ينطلق من أشكال التوسّط، التي ميّزت السياسات الثقافيّة الفرنسيّة، منذ بداية الجمهوريّة الخامسة «توسّط بالتماس» (ستينات القرن الماضي)،

١. الطرف الثالث هو ما يجب أن ينوب في التواصل ما بين - ذاتي. هذه الإنابة في شكلها الأكثر بساطة هي الضمائر الشخصيّة في فضاء التواصل ما بين - ذاتي، يمكن أيضاً أن تسمح في شكلها المؤسّساتي باتفاق يلتزم به الأفراد كما يشرح المؤلّف. مذ ذاك «التواصل الاجتماعيّ، يقدّم نفسه، كموضوع تفكّر الجدليّة، بين النسق الاجتماعيّ والأفراد الذين يلتزمون بتوسّط استخدام الرمزيّ في العلاقات الاجتماعيّة (ص ٢١٢).

٢. ولكن في نهاية المطاف، إذا عدنا أدراجنا، من تضاعف الذات (مع مرجعيّة مرحلة مرآة لاكان Lacan) إلى اتفاق (Le foedus) الذي هو في آن عقد، التزام وتأسيس، (فإذ اللغة تبدو مستخدمة كقالب - إنّها «حياديّ التواصل» (ص ٩) محيلة كلّ أشكال النزعة الاجتماعيّة socialite إلى إلفة اجتماعيّة sociabilité (الرابط هو سياسيّ لأنّه توافقيّ) ونمطه هو ما بين - ذاتيّة، يجد أساسه في تصوّرات الفرد. والنتيجة هي برأيي مغامرة الانمحاء - كي لا نقول سقوط الحقّ لتقادمه، لنبقى في مجاز التحليل النفسيّ - والاجتماعيّ ومادّيّة وسائل الإعلام في كلّ ما يمكن، أن تمتلكه من منشئ لبنيته. وهذه نتيجة ترجع إلى تصالب مصطلح المثوليّة الموروث، من الألسنيّة ومن انبثاق الوعي، من البحث عن التعريف spécularité.

3. Pour une éthique de la médiation

المرتكزة على المشاركة المباشرة، مع المؤلّفات «التوسّط بالتعبير»^١ (سبعينات القرن الماضي)، الموسومة بالانخراط في التطبيقات الفنيّة^٢ (ثمانينات القرن الماضي). معطية الأفضليّة، لسياسات علاقات عامّة، وبثّ تجاريّ. ومن خلال تفحص نماذج التوسّط المذكورة، تمّ التعريف على المستوى التقنيّ، والتاريخيّ والمفهوميّ، بحسب منظور براغماتيّ وبالحدود المشترك لـ «قصديّة المرء، لبناء علاقة ما بين - ذاتيّة». و«مستند معبر ورمزيّ»^٣ ووضعية إعلان^٤: أي «إطار حسّي فيزيائيّ واجتماعيّ»^٥.

هذه المقاربة التي إحدى نقاط انطلاقها هي الأخذ بالاعتبار، «الطلب الاجتماعيّ للتوسّط» تؤدّي إلى اقتراح «استبدال فكرة التوسّط الجماليّ بمنظور وجوديّ للفنّ» (ص ٢٤١). ومن وجهة النظر التي تشغلنا (طبيعة الطرف الثالث) من الضروريّ، أن ننظر لا من جهة ما هو مقترح في النهاية، ولكن بالأحرى، ما يعزّز هذا التصرّو للتوسّط. وعليه فإننا نجد الإجابة في مؤلّف سابق (Caune 1995)، حيث يشرح أنّ الثقافة هي توسّط فيما تحقّق علاقة^٦ «بين جلاء^٦ التعبير، وفرد وعالم مرجعيّ (مما يعطي وجهة نظر أخرى للتعريف بحسب الشروط الثلاثة المذكورة سابقاً)؛ ولهذا فالتعريف يركز على الوظيفة الرمزيّة، كما يعرفها كاسيرر^٧ كتوسّط بيننا وبين الواقعيّ، مذ ذاك «الرمز يفتح على شيء آخر، غير ذاته، من خلال التوسّط الذي يحقّقه، إنّه يفتح ممراً». (Caune 1995: 70) إنّ هذا التصرّو

1. Médiations par l'expression
2. Mediation par médiatistion de l'art
3. Un support expressif et symbolique
4. Situation d'enonciation
5. Caime 1999:210.
6. Manifestation
7. Cassirer

للمرئ كطرف ثالث (ينطلق من المحسوس ليصل إلى مدلول لا يُدرَك) يؤسّس مقارنة عمل الثقافة كتوسّط، على نمط «استبدال دائريّ للحدود (الجلء كحقيقة محسوسة، الفرد الذي يعيش، أو يحدث الجلء: الإطار الثقافيّ والاجتماعيّ الذي يأخذ الجلء فيه معنى^١ (ص ٨٧).

في مؤلّف قديم «مرايا ملتبسة»^٢ انتقد «لويس كاريه»^٣ المقاربات الوضعيةّ للتواصل الاجتماعيّ الذي يتميّز باستبعاد الطبيعة الرمزية للتبادل الاجتماعيّ، ويقترح تصويب «العمل» الاجتماعيّ لوسائل الإعلام، انطلاقاً من حالة، أن «التبادل الاجتماعيّ، هو تفاعل بين أفراد، تنقله وسائل الإعلام، من خلال ما هو رمزيّ»^٤ (Quéré, 1982:29). التواصل الاجتماعيّ كما هو مفهوم، ينطوي

١. ما يأتي، فيما يتعدّى حوار موقع الرمزيّ، قد يستدعي تشبيهاً محدّداً مع مقولة Bernard Lamizet: «لا يمكن أن تفهم الظاهرة الثقافية إلا من خلال حركة دائرية يقترن فيها جلء محسوس يقدر كتعبير، ومجتمع يتخرجن تحت شكل رمزيّ وفرد مُعبّر عنه. وفي الواقع ينشئ الفرد هويته في الحقل الثقافيّ من خلال الظاهرة المعبرة. والجلء لا يأخذ معنى إلا من خلال عدد من الظروف التي تشكّل السياق الثقافيّ التي يفتح داخلها. وبالجلء الذي يعيشه الفرد، يعبر المجتمع عن نفسه رمزياً. سنتكلّم على العمل الثلاثيّ للثقافة تحديداً؛ لأنّ العلاقة بين اثنين من الحدود الثلاثة (جلء، فرد، مجتمع) لا يمكن فهمها دون حضور الحدّ الثالث». (Caume 1995:87-88).

2. Des miroirs équivoques

3. Louis Quéré

٤. ملحوظة دقيقة ذلك أنّ حدّ «تفاعل» فهم بمعنى G.H.Mead وله أربع مزايا للتوسّط الاجتماعيّ، تسمح بالقبض على فرادتها. (١) هذا التواصل الاجتماعيّ يركّز على الانعكاسية reflexivité (الملازمة للتبادل الاجتماعيّ) (٢) يترجم الشكل الاجتماعيّ لهذه الانعكاسية بحقيقة أنّ التعارف المتبادل يؤديّ إلى وفاق. فحالما يتوصّل الأفراد إلى فهم متبادل، يحقّقون اتفاقاً يحدث جماعة تحقّق موضوعيتها في خارج ما بين - ذاتي (٣) يفترض التبادل مساقاً لبيان بشكل طرف ثالث مرئ، أي «القطب الخارجيّ الحياديّ لا هو مع (الأول) ولا مع (الثاني). ويحتلّ موقع المرجع الممكن الأوّل والثاني، «الأقران في اختلافها» (ص ٣٣). هذا الطرف الثالث يتشكّل من أنماط ثقافية (قواعد تبليغ، ألعاب أدوار، ضوابط أفعال، ترسيمة إدراك وتصنيف، ونصوص إرساء الموضوعية وكفلاء ميتا - اجتماعية في خارج حيث يلتقي: نصوص

على استخدام التوسّطات الرمزيّة، أي «إنتاج هويّة مع تأكّيده، على اختلاف بين المتحاورين» (ص ٤٦). والمؤلف هو على وضعيّة وسيطة، بين وضعيّة Bernard Lamizet ووضعيّة Jean Caune؛ إذ ينطلق من مقارنة تاريخيّة وميتا - نظريّة، ليحاول فهم التوسّطات الرمزيّة الحاضرة في وسائل الإعلام، إلى جانب التوسّطات التقنيّة. التحليل يعالج في الواقع، تغيير إرساء الموضوعيّة للتوسّط الرمزيّ المداخل في مجتمعنا^١. هذا الإرساء للموضوعيّة، يتوق إلى أن تُقام استراتيجيّات وتقانات^٢، على وسائل وأدوات تقنيّة، ما يشير في الحال سؤالاً (أثاره المؤلّف في الخلاصة بطريقة براغماتيّة) النتائج الإناسيّة (الانترولوجيّة)، لاستبدال هذه «التوسّطات التقنيّة (ماكينات، طرائق، إجراءات مستنبطة وقواعد عمل استراتيجيّي) بوسائط رمزيّة في ميدان التفاعل الاجتماعيّ (ص ١٧٩)، وحتى إن وضعنا جانباً هذا السؤال الشائك، حول العلاقة بين التوسّط الرمزيّ، والتوسّط التقنيّ، فإننا نجهد للاعتراف أنّ التوسّط مرتبط مباشرة بالفعل الرمزيّ للمجتمع، وبالتحديد من خلال مفهوم الطرف الثالث المرّمز.

تذكر بمعلومات وتجارب، خطابات معيارية وتفسيرية للاجتماعيّي، رابعاً. هذا الإرساء للموضوعيّة يتم بواسطة نصوص توسّط محدّدة تاريخياً - حيث الإعلام، يؤمن في المجتمع الحديث، إدارة الطرف الثالث مرّمزاً (خاصّاً لمجتمع «تاريخيّي» (ص ٤٢-٤٣).

١. إذ نقول إرساء موضوعيّة التوسّط الرمزيّ، يجب أن نفهم من ذلك «انعكاس غيريّة»، «إنشاء مكان آخر، يلحظ ما هو خارج الاجتماعيّ، بما هو عليه» أي فضاء عام (وبكلام آخر أيضاً جهاز توسّط رمزي). «الهويّة والرابط الاجتماعيّ، هما هكذا، مضافات Corrélitifs، قضية تباعد المجتمع عن ذاته، ومن خلالها يصبح المجتمع مرّمزاً لأفراده» (ص ٨٤-٨٥).

٢. قضية إرساء موضوعيّة التوسّط الرمزيّ، لم يعد يتحقّق على طريقة الرأي العام، وإنّما على طريقة النزعة العلميّة Scientificté «وهو يركز بعد ذلك على ثلاثة مرتكزات: وسائل وأدوات تقنيّة (سمعيّة بصريّة مثلاً)، وعلى استراتيجيّات يتطلّب نجاحها السيطرة على قواعد الخيار العقلانيّ، ومعرفة تحليليّة تسمح بتوقّعات مشروطة، وعلى تقانات، أي صيغ تُعرّف طرق التصرف، في إطار عمل عقلائيّ، بالنسبة لغاية محدّدة، في أيّ مجال كان». (ص ١٠٨).

هكذا نرى اختلافًا واضحًا، يرتسم بين المؤلفين الثلاثة السابقين، في طريقة تفكير الطرف الثالث - وبالتالي التوسّط - يعود إلى انطلاق الأوّل، من اللغة والفاعل، والثاني من مساق مؤسّسة الثقافة، والثالث من انتروبولوجيا الفضاء العام. وفي المقابل، يمكن استخلاص ثلاثة ثوابت: (١) استخدام العناصر نفسها، لتعريف التوسّط: ما بين - ذاتي^١: واللغة والسياسي^٢. المبدأ الذي بمقتضاه، يكون التواصل الاجتماعي، نتيجة التوسّط وليس العكس. (٣) وأضيف: التوسّط يبنى حول نقطة تسرّب - تُسمى ما هو خارج، حياديّ وسليبيّ. وهي بحسب - الذين يتدخلون في مساق التواصل، من دون أن يكون للذين يسهمون فيه أيّ سلطة عليه. وفي الحقيقة، هذا ما تعنيه بأساليب مختلفة، صورة الطرف الثالث، التي وصفها Louis Quéré كطرف ثالث مرّمز.

لنأت الآن إلى التعريف الرابع، تعريف أنطوان هانيون^٢ في مؤلّفه «الشغف الموسيقي»^٣، وعنوانه الفرعيّ «سوسيولوجيا التوسّط»، من النظرة الأولى لا يبدو فيه، أيّ صورة للطرف الثالث، وهذا يعود إلى حقيقة أنّ المقصود، هو سوسيولوجيا التوسّطات، أكثر منه تفحص التوسّط، بالمعنى الذي يمكن أن يفهمه المؤلفون الثلاثة السابقون. ومن جرّاء ذلك، ليست العناصر المكوّنة، هي نفسها تمامًا. المشروع ليس مقارنة السياسيّ، أو الثقافة، من خلال ما بين - ذاتيّ. وانعكاسيّة التبادل الاجتماعيّ، الذي يؤدّي إلى تصوّرات، من خلال استخدام نصّ دالّ، والتحليل يبنّي، حول عناصر أخرى: تحديدًا هذه التوسّطات التقنية، أو الاجتماعيّة (الآلة، التوزيع، تناغم الأصوات والتسجيل) التي تأتي لتسهم في

1. Intersubjectivité

2. Antoine Henion

3. La passion musicale

بناء علاقة وتواصل بين الجمهور والموسيقى. ليس مع الموسيقى بشكل عام، وإنما أنماط من الموسيقى، التي تتوافق مع طريقة خاصة، لبناء العلاقة مع طرائق مخصوصة لتعريف التوسّطات واستخدامها ومفصلتها وتنظيمها. الأولوية إذن أُعطيت لفهم مساقات، بناء العلاقة بين الفنّ والجمهور.

ولكن، هنا أيضًا، فإنّ لعبة التوسّطات حتّى وإن حُدّدت في الشبكة المتنافرة لما هو بشريّ ولا - بشريّ، فإنّها تنتظم حول نقطة تسرّب، تُترجم كما يبدو لي، تحديدًا بغياب تعريف التوسّط، في هذا المؤكّف. وبطريقة ما، فإنّ الانتقال من سوسيولوجيا التوسّط نحو سوسيولوجيا الإدمان في «صور الهاوي»^١ يبدو لي كاستكشاف لنقطة التسرّب هذه: التفحص من حقيقة أنّه انطلاقًا من التوسّطات، يمرّ شيء ما، يقع حدث، عبور لا يبقي شيئًا كما من قبل؛ المقصود إذاً «التعرّف إلى لحظة العمل، بما هو خاصّ، ولا ينعكس ورؤيته كتحوّل وعمل منتج»^٢. ولنلاحظ أنّنا بوصولنا إلى هذه النقطة، لم نعد بعيدين كثيرًا، عما يمكن أن يكون، مقارنة للتوسّط الجماليّ^٣.

1. Les figures de l'amateur

2. Hennion & Gomartm, Barbero dans des medias aux-Jesus Martin, 178

٣. الموسيقى «هي صف من الأشياء، ولكنها ليست أيّ واحد منها: ليست إلا الآلات، التوزيعات، حركات جسم، مشاهد وإعلام - كلها ضرورية، ولكن كلّ منها غير كاف، لتنبثق وسطها. أحيانًا يمكن أن يحصل شيء من هذه المجموعة. المؤدّي يعرف، أفضل من أيّ كان ما أن يضع توزيعًا على لوحته، لبس الموضوع في الموسيقى - إنّه يعزف الموسيقى بالتأكيد، ولكن مع ذلك، حقيقة العزف نفسها هي الموسيقى. الموسيقبي ليست «مفعولًا به لفعل خارجها آليّ. المسألة الحقيقية التي يطرحها التوسّط هي هنا: على العكس من سبب أو نتيجة، إنّه لا ينفصل عن موضوعه. التوسّطات في الفنّ لها موقع براغماتيّ. إنّها الفنّ الذي تظهره. إنّها لا تتميز عن الذوق الذي توقظه: أي بهذه الصفة يمكن، أن تستخدم كمستند لتحليل وضعيّ وليس لانهدامها الذي لا يكفّ».

Hennion & Gomartm, Barbero dans des medias aux-Jesus Martin, 178-9.

الطريقة الأخرى، لفهم علاقة سوسيولوجيا التوسّط من مقارنة التوسّط هو بدنوّها إلى ما قاله برينولا تور

طريقة أخرى لتفكر التواصل؟

لنتوقف على المعايينة المزدوجة، التي أجريناها للتو: معايينة الرجوع، إلى فكرة التوسط، الحاضرة أكثر فأكثر، في علوم الإعلام والتواصل، ومن جهة أخرى على معايينة الصعوبة، التي لا يمكن نكرانها، والتي يجد نفسه في مواجهتها، كل من يباشر، في إعداد تعريف وإن قليل الدقة، لهذه الفكرة. هذا يعني: (١) عدم اعتبار هذا الرجوع، كمسعى بسيط، ملائم، ولكن بالأحرى اعتباره الدليل، لضرورة تفكر بعض الموضوعات، وبعض الميادين (كل مرة، يصبح فيها البعد الثقافي للتواصل موضع رهان) أو استخدام بعض المقاربات، التي تقصد اعتبار اثنين، بل عدة أبعاد (اجتماعية وسيميائية، تقنية وسيميائية) ثقافة وتصنيع، كي لا نأخذ إلا الأكثر بساطة). (٢) وعدم اعتبار الصعوبة لإعداد تعريف مفهومي للفكرة، بمنزلة عدم قدرة، ولكن بالأحرى كإشارة عمل نظري قيد الصيرورة.

في هذه الحالة، تقدم فكرة التوسط (وليس فقط استخدامها بالإنباء، كنوع من «الجوكر» النظري) فرصة حقيقية لعلوم الإعلام والتواصل؛ لأنها تقود إلى تقديم سؤالين: سؤال معرفة إذا كان بالإمكان، أن تصبح مفهوماً علمياً، وسؤال حول تأثيرها في طريقة تفكر التواصل. هذا هو التساؤل المفتوح على هذا النحو، الذي يسوغ برأبي، الفائدة التي نستطيع أن نسديها له.

أ-التوسط هل يمكن أن يفعل شيئاً سوى الإحالة على الفلسفة؟

الشيء الأول الذي يمكن أن يُدهش، لدى قراءة مختلف المحاولات، الرامية إلى تعريف التوسط، هو المرجعية شبه الثابتة إلى الفلسفة، وحتى إلى اللاهوت

١٩٩٠ في «عندما الملائكة تصبح حقاً رسلاً سيئة».

المسيحي. هذا يعود بوضوح، إلى أن المعنى الثاني للتوسط، الذي يخدم كوسيط^١ يتفق مع ديالكتيك هيغل واللاهوت المسيحي: هما بالذات، نسقا التفكير اللذان يستخدمان، بشكل صريح ومتطور، هذه الفكرة. على أن ليس كثيرًا على ديالكتيك هيغل، أن يكون عادة مرجعًا، في كتابات علوم الإعلام والتواصل، بالمقارنة مع فلاسفة مثل أرنست كاسير^٢، بول ريكيير، تيودور أدورنو، والتر بنيامين أو جورج هابرماس، الذين باستثناء بول ريكيير، لم يناقشوا مباشرة، التوسط على ذلك النحو^٣. أمّا بالنسبة إلى اللاهوت، فمن المؤكد أن تصوّره للتوسط، يعمل كأداة تفكر العمل الرمزي في مجتمعنا، ولكن ذلك يحدث أمامنا، فيكون هنا، على نحو لا جدال فيه، بحث للمباشرة.

إن ما قلته سابقًا عن أسباب العودة إلى الفكرة، وإلى ما ينتج من تفحص التعريفات المقترحة، يحثني على تطوير الفرضية المذكورة أعلاه، والتي بموجبها، تأتي هذه المراجع، لتعطي أدوات للسيطرة، على نقطة التسرب التي أدخلها، استخدام فكرة التوسط، في مقارنة التواصل. إن قراءة مؤلف فرانكو كريسيبي (*Médiation symbolique et Société*) هي حول هذه النقطة ذات الفائدة الأكبر؛ إذ يعرض، بطريقة واضحة، العلاقة التي تقيمها مختلف الفلسفات. مع التوسط الرمزي. سبب هذا الوضوح يعود إلى منطوق المصطلح الانتربولوجي الذي يؤسس عليه تعريفه: «الثقافة كبعد انتربولوجي، يمكن أن تعتبر في نظام الحياة مثل النتيجة المطوّرة للتعقيد المتنامي، لأنماط العلاقة والتواصل ما بين - ذاتي وما

1. I.e.ce qui sert d'intermédiaire

2. Ernest Cassirer

٣. وأيضًا هل من المناسب التوضيح، إنّ التوسط يمتلك لدى ريكيير، معنى محدّدًا: التوسط بين زمن وسرد، الذي يستند إلى توسط، يُجترح من خلال وضع عقدة ويتدخل هو نفسه في التوسط الرمزي بمعنى كاسير

(Ricoeur, 1983: 105-130).

بين - دنيوي^١ . تكون نتيجة ذلك استعاضة جزئية عن حتمية غريزية من توسط رمزي، جدير بإحداث التوافق، وتوجيه الأفراد «بهدف إنشاء نظام اجتماعي، وسلوك متناسق في نسق محدد من العلاقات»^٢ (ص ١٤) كريسبي يسمي «الاختلاف»، تذبذب العلاقات المحددة - غير المحددة، ويقترح، وهذا محور مقاربتة - أن الرمزي هو توسط، ليس لأنه يهدف إلى حل تناقضات الاختلاف، بمقتضى نموذج هيغلي، ولكن لأنه يبقى في تذبذب الاختلاف: الثقافة تميل هكذا لمحو الاختلاف، لإنتاج المحدد، ولكن في الوقت عينه، فإن الفارق الذي يشكل الوعي، لا يعود أبداً إلى التشكل كلياً في النظام الرمزي. ولمقاربة مسألة الاختلاف بطريقة صحيحة، ينبغي قبول، كما يقول «في أن المحدد أي ضرورة نظام رمزي، وغير المحدد أي حدود التوسط» (ص ٢٢).

فائدة تصوّر التوسط هذه، هي الإسهام في إعطاء نموذج، يسمح بتفكير الطبيعة الدينامية لهذا التوسط، ميزته الثلاثية، عمله المفارق ووظيفته الرمزية. ليس لأن مثل هذه المقاربة، تقدّم لنا في النهاية، تعريفاً حقيقياً للتوسط، ولكن على نحو أكثر بساطة، لأنها تعطي توليفة تمسك هذه الدينامية، هذه المزية، هذا العمل، وهذه الوظيفة بحسب منظور انتربولوجي، أي إنه يثير مسألة العمل الأنتربولوجي، التي تتعهد فكرة التوسط بتعيينه.

وما إن تسجل هذه المسألة، يبقى بداهة العمل العلمي. الأولى تسجيل تعهد بواجب التفكير بموقع التوسط الأنتربولوجي، في إطار فلسفي، يعطي هدفاً للبناء النظري للمواضيع المدروسة، أي مشروع التفكير علمياً سؤالاً تثيره الفلسفة، من

1. Crespi, 1983: 11.

٢. مع أن كريسبي cresspi يتخذ مرجعية ليس من ترنر Turner وإنما من فاتيمو Vattimo، فإن الطريقة التي يصف بها التوسط الرمزي، اتخذها من هذا التذبذب لعلاقة محدد - غير محدد. وهي لا تكون من دون استدعاء التجاور - التناوب بين بنية وطائفة Communitas لدى ترنر.

هذه الزاوية، فحقيقة أن مختلف اقتراحات تعريف التوسّط، يرجع غالباً لمقاربات، تعرض عمله الرمزيّ، بحسب مقولات أنتربولوجيّة (Louis dymont, Victor Turrer, Marcel Gaucher, Michel de Certeau, Claude Lefort, Louis Morin) تبدو لي علامة استخدام فعليّ لهذا المشروع. إنّها توظف فعلاً لتفكّر المساقات الثلاثة التي تميّز هذا العمل الرمزيّ، لمحاولة إنشاء إجابات للأسئلة الثلاثة التي تحضر عند اللجوء إلى فكرة التوسّط: كيف ينتج بناء اجتماعيّ، انطلاقاً من عناصر منفصلة (سؤال الدين والسياسة أي سؤال إنتاج ما يربط)؟ كيف تُنتج اللغة، انطلاقاً من إعطاء المادة، شكلاً تقنيّاً (سؤال الترميز)؟ كيف تُنتج المؤسسة، انطلاقاً من العلاقة والفعل (سؤال المؤسسة، أي تبلور التطبيقات في أجهزة).

إنّنا من جهة، نلامس إذاً أسئلة ذات عموميّة قصوى، عكفت عليها إلى حدّ ما، كلّ الفلسفات. ونجد من جهة أخرى بحثاً نظريّاً، تحليلات للواقع الاجتماعيّ، وإنشاء أهداف. يمكن إذاً القول إنّ فكرة التوسّط، كما استخدمتها علوم الإعلام، والتواصل تُحال حقّاً على الفلسفة، ولكنّها تُحال عليها، كما على حدودها (حدود عدم إمكانيّة تفكّر، وأقلّ من ذلك مناقشة أصل الرمزيّ)، وكما على أسئلة تتعلّق بمسعى انعكاسيّ، وبالمقابل وبشكل ملموس، بوصفي باحثاً، إذا أردت استخدام حدّ التوسّط كمفهوم، يجب عليّ بادئ الأمر، وقبل كلّ شيء: ١) ملاحظة حقيقة أنّ هذه الأسئلة تصدر عن الفلسفة (٢) وتصدر عن بحث تماسك فكرة التوسّط منطقيّاً، وصلاحيّتها في أبحاث علوم الإعلام والتواصل.

انطلاقاً من وجهة النظر هذه، نستطيع التساؤل، إذا ما كانت استراتيجيات عدم التعريف، لفكرة التوسّط تحمل فائدة للحذر العلميّ: المقصود العودة لتحليل موضوعات تواصلية، هي في آن أجهزة تقنيّة، اجتماعيّة ودوال، وليس استهداف تفكير حول التوسّط والرمزيّ: هنا يكمن الاختلاف، بين المسعى العلميّ، والمقاربة الفلسفيّة.

ب. هل يقترح التوسط طريقة جديدة لتصور التواصل؟

ما إن يتم الاعتراف بدور الوجه المشترك لفكرة التوسط بين أسئلة أنترولوجية و«لجوء» إجرائي، فإن هذا الدور، لا يكون من دون إثارة صعوبات خطيرة؛ لأن هذه القسمة بين الوجه الفلسفي والوجه العلمي لهذه الحدود، يعود إلى تفويض الفلسفة العناية لإرساء منظور أنترولوجي، يستخدم كخطة خلفية في تعريف التوسط. أليست المواضيع التي يدرسها الباحثون، مذ ذاك، هي محض ظاهرات، ذات أصل بشري واصطناعي في الحدود، التي تأتي، بما هي عليه، لتندرج في بناء نظري، لا شيء فيه علمي، ويخضع لمبادئ التفكير والبحث، بل واتخاذ موقف إيديولوجي؟ إن في ذلك تخوفاً يثير تحفظي إزاء فكرة التوسط: إنها تملك خصائص التوفيق بين عالم البحث وعالم الدراسة الفلسفية. والتقسام الرضائي بين وجهين، لا يبدو لي مقبولاً، كما أن توزيعاً دقيقاً لا يمكن الدفاع عنه. وعليه نجد أن استخدام حدّ التوسط خلال السنوات الأخيرة يظهر بوضوح الحاجة إلى تعريف التوسط الذي هو شيء آخر، غير وجه مشترك، يتمركز في علوم الإعلام والتواصل، وغير منظور أنترولوجي من طبيعة فلسفية. ومن جهة أخرى، فإن الأعمال التي واجهت مباشرة فكرة التوسط بغية أن تجعل منها مفهوماً لعلوم الإعلام والتواصل تبرهن في آن إمكانية فائدة وضرورة مثل هذا التعريف. كل ذلك يرافع ليُقارب التقاسم، بطريقة أكثر ديناميّة، منها ميدانية، وبكلام آخر، بكلمات فيها أكثر، في مجال البرمجة والمقاربة والمشروع، منها في مجال التقطيع والحدود والفصل.

إحدى الطرق، في معالجة هذه الأعمال هكذا، تكون بتغيير وجهة النظر، التي بمقتضاها، نتفحص ملياً المنظور الأنترولوجي. ليكن بحثنا عن السبب الأخير،

لاستخدام علوم الإعلام والتواصل لفكرة التوسّط وتعريفها أقلّ من أخذنا العلم، بأن ذلك يشير إلى أنّ الأبحاث ما زالت في طور اكتشافها وبنائها، كمجال للمعرفة العلميّة. ولنكون واضحين: لنفرض أنّ علوم الإعلام والتواصل هي في طور مؤازرة اكتشاف العمل الرمزيّ لمجتمعنا، وذلك ليس عن طريق ميتا - نظريّة لهذا العمل، وإنّما بإنتاج معارف حول شكل هذا العمل وأنماطه^١. تقدّم هذه الوضعية مزية تحديد ملاءمة مفهوم التوسّط وصلاحيّته داخل حقل الأبحاث في علوم الإعلام والتواصل.

وفي الحقيقة، بإعادة الأعمال إلى سياقها، تلك التي تلحظ فكرة التوسّط، وإدراجها في مجموع الأعمال التي تبحث فعلياً أشكال العمل الرمزيّ وأنماطه، من وجهة نظر تواصليّة، نحصل على نتيجة مزدوجة: من جهة: (١) إعادة تعريف دقيقة للتوسّط. (٢) إعادة تصنيف نظريّات الإعلام والتواصل، التي سادّون هنا، جوانبها الأكثر وضوحاً، والأكثر عموميّة، مستعيداً عناصر عمل قيد البحث.

(١) تعريفان للتواصل، يستخدمان حالياً كمرجعيّة، الأوّل الأكثر شهرة، والأكثر تعرّضاً للنقد، يتصوّر التواصل كنقل للمعلومات، بين قطبٍ مرسل وقطبٍ متلقٍ، في حين أنّ التعريف الثاني، يستدعي أنّ البحث في التواصل الاجتماعيّ، لا التقنيّ، ويتصوّر كتفاعل بين ذوات، اجتماعيّة، كعلاقة بين ذوات تصبح أكثر أهميّة من المعلومات التي تدور بينهم. وعليه، وعلى نقيض فكرة مسبقة، فإنّ

١. نفهم ذلك، أصالة هذه المشاركة مع أنثروبولوجيا ثقافيّة للمجتمع المعاصر، تبدو لي تركز، على الأخذ بالاعتبار، البعد المادّي، التقنيّ، الاقتصاديّ والرمزيّ (باختصار البعد الإعلاميّ) للموضوعات التواصلية (دفالون). وبكلام آخر على ما كان Louis Quéré قد تركه جانباً من مقارنته: «الأشكال والجهاز الأمبريقيّ لإرساء موضوعيّة التوسّط الرمزيّ» (Quéré, 1982: 178). هذه المقاربة الجديدة الأنثروبولوجية للتواصل، يدعيها بوضوح مؤلّفون آخرون (انظر مثلاً (Iardellier 2003, Coman 2003). وبرأيي إنّ في هذا الاتجاه، يمكن أن تُبنى منهجيّة ستجيب لنحو علمي لا بحثي ولا فلسفيّ.

تنضيد تصوّريّ التواصل هذين (نموذج المعلومات ونموذج التفاعل) لا يسمح بالإمساك بالتقنيّ، والاجتماعيّ معاً؛ لأنّ ثمة أيضاً فقداناً للبعد الإعلاميّ الخالص. أمّا نموذج التوسّط، فهو على العكس، يستطيع ذلك في الحدود، التي يظهر فيه التواصل كاستخدام لطرف ثالث، يتيح إمكانية التواصل الاجتماعيّ، في حين أنّ عوالم الإنتاج والاستقبال، هي منفصلة مسبقاً بطبيعتها^٢.

وإذا نظرنا إليه عن كثب، فإنّ شجرة النسب لهذا النموذج تبين أنّ باحثين باشرُوا في استكشاف تصوّر التواصل هذا. وهكذا نستطيع تمييز ثلاث سلالات، ركّزت على اللغة، على التقانات وعلى الثقافة كعامل بناء (وإذا أردنا تأسيساً) لشروط إمكانية التبادل هذه، وبتعبير بسيط، سأقول إنّ الأوّل، بين هذه السلالات، وُضح من خلال البنيويّة الدلاليّة والانتربولوجيّة بل والسوسيولوجيا^٣. والثاني من خلال أبحاث، عن الدور الرمزيّ للتقنيّة لـ Innis و McLuhan أو Debray، وبالمقابل من خلال الدراسات الإمبريقية، لسوسيولوجيا الاستخدامات، أو التوسّطات^٤، والثالث من خلال أعمال مدرسة فرانكفورت، أو منظّرين في الفضاء العام، دمج مركزهم الحاسم كثيراً من الأعمال، والتقى حوله بشكل ما، عدد كبير من البحّاث الذين اشتغلوا على «تواصل الجمهور» و«الصناعات الثقافيّة» ووظيفتها في المجتمع.

١. مثلاً سوسيولوجيا الاستعمال، الاستعلامات تواجه مباشرة الصعوبات التي يثيرها مثل هذا التصوّر.
٢. هذا النموذج أظهر كلّ الأوهام أنّه يكفي «إقامة علاقة» بين المنتجين والمتلقّين من خلال موضوعات دالّة حتّى يحدث تواصل.
٣. من وجهة النظر هذه قد يكون من المحتمل ضرورة العودة إلى أعمال بارت أو بودريار في علم الدلالة (من دون نسيان البعد النقديّ لأعمالهما) أو أيضاً إلى بنيويّة ليفيستروس، وذلك من زاوية مختلفة على شيء من الحصر والتعزيم، والتي تتفوّق حالياً مع ما نسمّيه «ما بعد الحداثة».
٤. ينبغي أن نضيف إليها مقاربات قليلة الشهرة في فرنسا كمقاربة (Barbero dans des medias – Jesus Martin) (aux médiation 1997).

(٢) والاعتراف بتعريف ثالث للتواصل بعيداً عن أن يصبح الآخرون باطلين، يقود لا اعتبار هذه التعريفات، ليست متنافسة إستمولوجيا، وإنما كأعمال تاريخية، أتت لتجيب عن اهتمامات، لهذا البعد أو ذلك من التواصل. ومن وجهة النظر هذه، ينبغي تتبع شجرة نسبها واستخلاص السلالات التي تشكلها والتي شكّلت غناها^١.

يكفي، حتى الآن، ملاحظة أنّ النموذج الأول بين هذه النماذج يغطّي الميادين الثلاثة للتقنيّ، والإعلاميّ والسنيّة التواصل، وينحو لتركنا نعتقد أنّه قد أمّن ما يقترحه نموذج التواصل. أما الثاني، باعتباره التواصل حصيلة التفاعل بين اثنين أو عدّة ذوات اجتماعية، يتعهد فكرة أن الثقافيّ، يعود إلى تطبيق أنساق دالة فيما بين - ذاتي (حتى وإن فُهمت كتفاعل بين ذوات اجتماعية)^٢.

وعلى العكس، ما يظهره نموذج التوسّط من العناصر، (الإعلام، الندوات الاجتماعية، العلاقة الخ)، أقلّ مما يظهره من تمفصل هذه العناصر في جهاز خاصّ، (النصّ، الإعلام (الميديا) والثقافة. وفي الحقيقة إنّ هذا التمفصل هو الذي يظهر كطرف ثالث.

١. مثلاً، نموذج رياضيّ ونظريّة أنساق من أجل نموذج الإعلام وأيضاً، الفعالية الاجتماعية لوسائل الإعلام (الميديا) والبعد التواصليّ للغة من أجل نموذج الإعلام، وبراماتيّة التواصل، وسوسيولوجيا التفاعل اللثاني الذي أعطى هذه المجموعة التي اقترح Yves Winkin جمعها تحت التسمية العامة «أنترولوجيا التواصل».

٢. ولنلاحظ بالمناسبة، أنه، على سبيل المثال، من هذا النموذج تحرّر Goffman حالما اقترح مقارنة انطلاقاً من الطقوس ومن مخطّط نظريّ.

لائحة المصادر والمراجع

1. Allard-Chanial, Laurence, 1998, pp. 249-256. "Médiation esthétique et réseaux de communication : L'exemple de la cinéphilie assistée par ordinateur", in Médiations sociales, systèmes d'information et réseaux de communication, Actes du XIe Congrès national des Sciences de l'information et de la communication, Université de Metz, 3-5 déc. 1998. Paris: SFSIC.
2. Barbero dans des medias aux-Jesus Martin, mediation, 1997.
3. Beaud, Paul, 1984. La société de connivence: Media, médiations et classes sociales. Paris: Aubier (Res / Babel).
4. Berten, André, 1999, pp. 33-47. "Dispositif, médiation, créativité: petite généalogie". Hermès. Cognition, communication, politique. N° 25.
5. Breton, Philippe, 1997. L'utopie de la communication: Le mythe du village planétaire. Paris: La Découverte (coll. "La Découverte", Poche, 29).
6. Caillet, Élisabeth, 1995a. À l'approche du musée, la médiation culturelle. Lyon: Presses universitaires de Lyon (coll. "Muséologies").
7. Caillet, Élisabeth, 1995b, pp. 53-73. "L'ambiguïté de la médiation culturelle: entre savoir et présence". Publics & musées. N° 6.
8. Caune, Jean, 1995. Culture et communication: Convergences théoriques et lieux de médiation. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble (coll. "La communication en plus").
9. Caune, Jean, 1999. Pour une éthique de la médiation. Le sens des pratiques culturelles.
10. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble (coll. "Communication, médias et sociétés").
11. Coman, Mihai, 2003. Pour une anthropologie des médias. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble.

12. Crespi, Franco, 1983. Médiation symbolique et société. Trad. de l'italien par l'auteur [Mediazione simbolica e società, 1982, Milan: Franco Angeli]. Paris: Librairie des Méridiens (coll. "Bibliothèque de l'imaginaire").
13. Croquet, Christine, 1998, pp. 83-95. "Les processus de médiation et de médiatisation au cours des campagnes de communication des films". Études en communication: Techniques d'expression, information, communication.
14. Da-Lage Py, Émilie; Debruyne, François; Vandiedonck, David, 2002, pp. 477-482. "La recherche du sens", in Les recherches en information et communication et leur perspectives: Histoire, objet, pouvoir, méthode. Actes du XIIe Congrès national des Sciences de l'information et de la communication, Palais du Pharo, Marseille, 7-9 oct. 2002. Paris: SFSIC.
15. Davallon, Jean, 1988, pp. 5-16. "Exposition scientifique, espace et ostension". Protée. Vol. 16, n° 3 (septembre). Chicoutimi: Université du Québec à Chicoutimi. Repris pp. 87-103 dans L'exposition à l'oeuvre. Stratégies de communication et médiation symbolique. Paris: L'Harmattan (coll. "Communication").
16. Davallon, Jean, 1993. "Lecture stratégique, lecture symbolique du fait social. Enjeu d'une politologie historique", in Jean Davallon; Philippe Dujardin; Gérard Sabatier (dir.). Politique de la mémoire. La commémoration de la Révolution française. Lyon: Presses universitaires de Lyon.
17. Davallon, Jean, 1999a. L'exposition à l'oeuvre. Stratégies de communication et médiation symbolique. Paris: L'Harmattan (coll. "Communication").
18. Davallon, Jean, 1999b, pp. 129-160. "Communication politique et images au XVIIIe siècle". Médiation et information (MEI). N° 10.
19. Davallon, Jean. 2002, pp. 41-61. "Réflexions sur la notion de médiation muséale", in L'art contemporain et son exposition (1). Paris: L'Harmattan.
20. Davallon, Jean, à paraître. "Objet concret, objet scientifique, objet de recherche". Hermès. Cognition, communication, politique.

21. Davallon, Jean; Le Marec, Joëlle, Brochu, Danielle, 2000, pp. 12-15. "Le sens commun des SIC: multiculturalisme ou intégration?". La lettre d'Inforcom, N° 58 (hiver). Paris: SFSIC.
22. Davallon. Jean; Université D'Avignon et des Pays du Vaucluse & Laboratoire "Culture et communication" (Recherche sur les institutions et les publics de la culture, EA n°3151). (2003). La médiation : la communication en proces?
23. Delière, Isabelle, 2000, pp. 77-100. "Les conceptions de la communication dans la médiation comme mode de traitement des conflits". Recherches en communication. N° 13.
24. Dubied, Annick, 2001, pp. 149-156. "Emprunts, adaptations, négociations et réflexions. Travaux interdisciplinaires autour de la mise au point d'une narratologie médiatique", in Émergences et continuité dans les recherches en information et communication. Actes du XIIe Congrès national des sciences de l'information et de la communication, Unesco (Paris), 10-13 janvier 2001. Paris: SFSIC.
25. Dufrene, Bernadette; Gellereau, Michèle, 2001, pp. 233-240. "La médiation culturelle, métaphore ou concept? Propositions de repères", in Émergences
26. et continuité dans les recherches en information et communication. Actes du XIIe Congrès national des sciences de l'information et de la communication, Unesco (Paris), 10-13 janvier 2001. Paris: SFSIC.
27. Durampart, Michel, 1998, pp. 419-434. "La gestion contre la mission. Médiations technologiques dans le secteur sanitaire et médico-social", in Médiations sociales, systèmes d'information et réseaux de communication. Actes du XIe Congrès national des Sciences de l'information et de la communication, Université de Metz, 3-5 déc. 1998. Paris: SFSIC.

28. Duvernay, Daphné, 2002, pp. 403-408. "Une approche communicationnelle d'un dispositif d'apprentissage collaboratif à distance", in Les recherches en information et communication et leur perspectives. Histoire, objet, pouvoir, méthode. Actes du XIIe Congrès national des Sciences de l'information et de la communication,
29. Palais du Pharo, Marseille, 7-9 oct. 2002. Paris: SFSIC.
30. Fichez, Élisabeth; Combes, Yolande, 1996, pp. 449-460. "Dispositifs techniques et médiations dans le processus de formation», in Information, communication et technique. Regard sur la diversité des enjeux. Actes du Xe Congrès national des Sciences de l'information et de la communication, 14-16 nov. 1996. Paris: SFSIC.
31. Floris, Bernard, 1995, pp. 141-156. "La médiation dans les rapports sociaux". Réseaux. Communication, technologie, société. N° 69 (janvier-février).
32. Gellereau, Michèle, 1998, pp. 97-108. "Dispositif télévisuel et médiations: une étude de documentaires et de reportages consacrés à des gens ordinaires". Études en communication. Techniques d'expression, information, communication.
33. Gellereau, Michèle, 2000. Médiation des cultures. Actes des journées d'étude, Université de Lille III, 26-27 mars 1999. Lille: Université de Lille III (coll. "Travaux et recherches").
34. Guillaume-Hofnung, Michèle, 1995. La médiation. Paris: Presses universitaires de France (coll. "Que sais-je?", 2930).
35. Hennion, Antoine, 1993a, pp. 9-38. "Histoire de l'art: leçons sur la médiation. Réseaux. Communication, technologie, société. N° 60.
36. Hennion, Antoine, 1993b. La passion musicale. Une sociologie de la médiation. Paris: Métailié.

37. Hennion, Antoine; Maisonneuve, Sophie; Gomart, Émilie, 2000. Figures de l'amateur. Formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui. Paris: La documentation française & Ministère de la culture et de la communication, coll. "Questions de culture".
38. Ihadjadène, Madjid; Chaudiron, Stéphane. 2001, pp. 163-171. "La recherche et la diffusion d'information sur Internet: vers de nouvelles médiations?", in Émergences et continuité dans les recherches en information et communication. Actes du XIIe Congrès national des Sciences de l'information et de la communication, UNESCO (Paris), 10-13 janvier 2001. Paris: SFSIC.
39. Jacobi, Daniel; Neveu Erik. 1996, pp. 3-11. "Médiation et technique: l'emprise des relations indirectes", rapport introductif à l'Atelier 1 ("Médiation et technique"), in Information, communication et technique. Regard sur la diversité des enjeux, Actes du Xe Congrès national des Sciences de l'information et de la communication, Institut de la communication et des médias, Université de Grenoble III, 14-16 nov. 1996. Paris: SFSIC.
40. Jouët, Josiane, 1993a, pp. 71-84. "Pratiques de communication et figures de la médiation". Réseaux. Communication, technologie, société. N° 90. Repris sous le titre "Pratiques de communication et figures de la médiation. Des médias de masse aux technologies de communication", pp. 291-312 in Paul Beaud; Patrice Flichy; Dominique Pasquier; Louis Quéré (dir.). Sociologie de la communication. Paris: Réseaux & CNET.
41. Jouët, Josiane, 1993b. "Usages et pratiques de nouveaux outils de la communication", in Lucien Sfez (dir.). Dictionnaire critique de la communication. Paris: Presses universitaires de France (coll. "Grands dictionnaires").
42. Lamizet, Bernard, 1992. Les lieux de la communication. Bruxelles: Pierre Mardaga (coll. "Philosophie et langage").

43. Lamizet, Bernard, 1998. La médiation politique. Paris: L'Harmattan (coll. "Champs visuels").
44. Lamizet, Bernard. 1999. La médiation culturelle. Paris: L'Harmattan (coll. "Communication").
45. Lamizet, Bernard; Silem, Ahmed. 1997. Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication. Paris: Ellipse.
46. Lardellier, Pascal, 2003. Théorie du lien rituel. Paris: L'Harmattan (coll. "Communication").
47. Latour, Bruno, 1990, pp. 76-91. "Quand les anges deviennent de bien mauvais messagers". Terrain. Carnet du patrimoine ethnologique. N° 14.
48. Latour, Bruno, 1993. La clé de Berlin. Et autres leçons d'un amateur de sciences. Paris: La Découverte.
49. Leturcq, Sandrine, 1999. Les médiateurs en bibliothèque. Lyon: École nationale supérieure des sciences de l'information et des bibliothèques.
50. Loneux, Catherine, 1998, pp. 435-445. "Pénétration dans les médiations sociales des codes de déontologie et d'éthique en matière de publicité et
51. de marketing", in Médiations sociales, systèmes d'information et réseaux de communication.
52. Actes du XIIe Congrès national des Sciences de l'information et de la communication,
53. Université de Metz, 3-5 déc. 1998. Paris: SFSIC.
54. Mallein, Philippe; Toussaint, Yves. 1992, pp. 219-226. "Diffusion, médiation, usages des TIC". Culture technique. N° 24.
55. Martín-Barbero, Jesús. 1997. Des médias aux médiations. Communication, culture, hégémonie. Trad de l'espagnol par G. Durand [Jesús Martín-Barbero & Gustavo Gili, 1987. De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía, 1e éd., Barcelone]. Paris: CNRS Édition (coll. "Communication").

56. Mattelart, Armand, 1999. La communication-monde. Histoire des idées et des stratégies. Paris: La Découverte (coll. "Poche", 80).
57. Millet-Fourrier, Christelle, 1998, pp. 181-189. "Stratégies politique vs. initiatives locales: télétravail et médiations sociales en Ardèche", in Médiations
58. sociales, systèmes d'information et réseaux de communication. Actes du XIe Congrès national des Sciences de l'information et de la communication, Université de Metz, 3-5 déc. 1998. Paris: SFSIC.
59. Moeglin, Pierre, 1998, pp. 275-281. "Au coeur des recompositions industrielles de la formation, la question de la médiation", in Médiations sociales, systèmes d'information et réseaux de communication, Actes du XIe Congrès national des Sciences de l'information et de la communication, Université de Metz, 3-5 déc. 1998. Paris: SFSIC.
60. Natali, Jean-Paul; Rasse, Paul, 1998, pp. 3-13. "Nouvelles technologies, Nouvelles formes de médiation dans les musées de sciences", in Médiations sociales, systèmes d'information et réseaux de communication, Actes du XIe Congrès national des Sciences de l'information et de la communication, Université de Metz 3-5 déc. 1998. Paris: SFSIC.
61. Neveu, Erik; Rémy Rieffel, 1991. "Les effets de réalité des sciences de l'information et de la communication". Réseaux: Communication, technologie, société. N° 50, pp. 11-39.
62. Proulx, Serge, 1994, pp. 149-159. "Les différentes problématiques de l'usage et de l'utilisateur", in André Vitalis (dir.). Médias et nouvelles technologies. Pour une socio-politique des usages. Paris: Apogée (coll. "Médias et Nouvelles technologies").
63. Quéré, Louis, 1982. Des miroirs équivoques. Aux origines de la communication moderne. Paris: Aubier (Res / Babel).

64. Quéré, Louis, 1989, pp. 19-48. "Communication sociale: les effets d'un changement de paradigme". Réseaux: Communication, technologie, société. N° 34 (mars).
65. Quéré, Louis, 1991, pp. 69-90. "D'un modèle épistémologique de la communication à un modèle praxéologique". Réseaux: Communication, technologie, société. N° 46-47 (mars-juin).
66. Rancière, Jacques, 1994. La culture des gens. Actes du séminaire d'Aix-en-Provence, 24 octobre 1992. Espace des Deux-Ormes & Direction régionale des Affaires culturelles.
67. Rasse, Paul, 2000, pp. 61-75. "La médiation, entre idéal théorique et application pratique". Recherches en communication. N° 13.
68. Rasse, Paul, 1995. Recherches en communication. N° 4 ("La médiation des savoirs"). Louvain-la-Neuve: Université catholique de Louvain.
69. Rasse, Paul, 2000. Recherches en communication. N° 13 ("Médiation et régulation sociale"). Louvain-la-Neuve: Université catholique de Louvain.
70. Réseaux: Communication, technologie, société. N° 60 (juillet-août: "Les médiations"). Paris: CNET.
71. Ricoeur, Paul, 1983. Temps et récit, t. 1. L'intrigue et le récit historique. Paris: Seuil (coll. "Points", 227)
72. Rouget, Bernard; Sagot-Duvaurox, 1996. Économie des arts plastiques. Une analyse de la médiation culturelle. Paris: L'harmattan (coll. "Champs visuels").
73. Serres-Palson, Emmanuelle, 2000, pp. 37-48. "Les nouveaux espaces communicationnels des musées. Médiation culturelle et NTIC en contexte muséal", in Michèle Gellereau (dir.). Médiation des cultures. Lille: Université de Lille III, (coll. "Travaux et recherches"). Sfez, Lucien; Coutlée, Gilles; Musso, Pierre (dir.), 1990. Technologies et symboliques de la communication. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble.

74. Soulez, Guillaume, 1998, pp. 231-238. ““Ils sont là, je ne les vois pas, je leur parle” : La présentation est-elle une nouvelle médiation?”, in Médiations sociales, systèmes d’information et réseaux de communication. Actes du XIe Congrès national des Sciences de l’information et de la communication, Université de Metz, 3-5 déc. 1998. Paris: SFSIC.
75. Thomas, Fabienne, 1999, pp. 219-232. “Dispositifs narratif et argumentatif: quel intérêt pour la médiation des savoirs?”. Hermès. Cognition, communication, politique. N° 25.
76. Turner, Victor. 1990. Le phénomène rituel. Structure et anti-structure. Trad. par G. Guillet [Ritual Process: Structure and anti-Structure. 1e éd. Chicago: Aldine. 1969. 2e éd. New York: Cornell University Press, 1977]. Paris: Presses universitaires de France (coll. “Ethnologies”).

الميديا بوصفها مفهوماً مركباً للغرب المعاصر

خضر إ. حيدر^١

تمهيد

في معرض الكلام على المركزية الغربية في اللحظة العالمية الراهنة، يغدو الخطاب الإعلامي بتقنياته العابره لحدود الدول وخصوصية المجتمعات شأنًا واحدًا ولا يقبل الفصل. وهكذا يمكن القول إنه مع ختام القرن العشرين، انتقل العالم الحديث إلى زمن جديد اصطلح على تسميته بـ «زمن العولمة». وقد ساد مناخ ثقافي عارم عنوانه الطاغي: تحوّل العالم إلى قرية كونية لم تعد الحواجز التقليدية للمجتمعات ولا الحدود الجغرافية للدول تشكّل عائقًا أمام التواصل بين مواطنيها. لكنّ العامل الأساسي الذي يقف وراء هذه النقلة الكبرى التي شهدتها الحضارة المعاصرة هو ثورة الاتصالات التي سُمّيت اختصارًا وتكثيفًا بـ «ثورة الميديا».

وإذا كان لكلّ زمان ظواهره غير العادية، فلا ريب أنّ الميديا هي ظاهرة استثنائية تحمل الكثير من الميزات والخصائص التي تختصر أمداء الزمان والمكان في آن. فلا يقوم تواصل فعّال دونها، ولا تُرسم سياسات أو تُبنى اقتصادات وحتى أن تنشب حروب وثورات للتغيير الاجتماعي إن لم تُلقَ عليها تقنيات الصورة والصوت لمساتها الأثيرية، وتمدّها بما ينبغي لها أن تبلغه من غايات.

١. كاتب وباحث في الإعلام المعاصر، لبنان.

إنّها الميديا، ذلك التعبير السهل اللفظ، الممتنع الاستيعاب إن لم نسير به غور الحياة بأدق تفاصيلها، بل هي كما وصفها الخبراء تلك الشبكة العنكبوتية التي جعلت العالم شبه خالٍ من صناديق الأسرار، وأصبحت المعلومات تتدفق بكلّ اللغات كأموج البحر في كلّ أنحاء المعمورة.

من هذه النظرة الإجمالية والمكثفة لظاهرة الميديا ينطلق هذا البحث ليضيء فضاءً أثيرياً رحباً، يعرض إلى تطوره على مرّ التاريخ، ويستوضح مفهومه بجوانبه اللغوية والاصطلاحية والمعرفية. كما ينظر في الأسباب التي جعلت الميديا أمبراطورية للسيطرة الناعمة على المجتمعات والدول، وصولاً إلى زمن بات الفرد فيه قادراً على صناعة عالمه المعلوماتي الخاصّ ينشئه متى شاء ومتى أراد.

الدلالة اللغوية والاصطلاحية:

شاعت كلمة ميديا¹ بزخم لافت في الثقافة العالمية المعاصرة. وقد حفلت السنوات الأخيرة من القرن العشرين وبدايات القرن الجاري بهذه الكلمة حتى بدت إحدى أبرز الكلمات المعبرة عن العالم الجديد الذي بدأ بالتشكّل في ما عُرف بـ«عصر العولمة». إلا أنّ كتابات الباحثين حول ما سُمّي بـ«الميديا الجديدة»، أشارت إلى أنّ المصطلحات التي تتداولها دراسات الاتصال عربياً، هي مصطلحات وافدة على اللغة العربية، وتشكّلت في سياقات معرفية وثقافية مختلفة. وحسب هذه الكتابات، فإنّ مصطلح «الإعلام الجديد» ليس ترجمة للمصطلح الإنكليزيّ (New media)، أو المصطلح الفرنسيّ (Nouveaux Media)، فالعالم المعاصر الذي دخل بقوة غير مسبوقه في ثورة الاتصالات يمتلئ بكمّ هائل من المصطلحات والمفاهيم المتداخلة والمركبة، ولا سيّما تلك التي تُعنى بالميديا أو ما يسمّى بـ«ثورة الاتصالات». فإذا لم يكن هناك اختلاف في ترجمة

كلمة (New)، رغم أنّها تعبير غير محايد وذو حمولة ثقافية، فإنّ كلمة الإعلام ليست الحلّ الأمثل لترجمة (Media). وسبب ذلك، أنّ مصطلح الإعلام يرتبط بمؤسّسات (التلفزة والإذاعة والصحافة)، وهذه المؤسّسات تتمثّل وظيفتها في إنتاج مضامين موجهة للجمهور، بينما تحيل التقنيات الحديثة إلى الوسائل التقيّنة الرقمية كالحاسوب والهاتف التي تقوم بعمليات التوصيل والنقل والتواصل. ذلك على الرغم من أنّ هذه التقنيات باتت تؤدّي وظيفة الصحيفة والتلفزيون والإذاعة والكتاب معاً، ما أدّى إلى تداخل واندماج بين وسائل الإعلام الكلاسيكية والتقنية الحديثة، كما أدّى إلى تنوّع وظائفهما وتنافسهما وتفاعلهما^١.

في «قاموس الميديا المفيد» الذي نُشر تحت إدارة «فرنسيس بال» ورد تعريف لـ «الميديا» بأنّها «تقنية يستخدمها فرد أو جماعة ليبلّغوا فرداً آخر أو جماعة أخرى عبر لقاء غير مباشر وعلى مسافة معينة». و«إذ تتأرجح كلمة «ميديا» بين التعريف الضيق والتعريف الشديد الاتساع؛ فذلك لأنّها تحيل إلى حقائق متميزة غالباً، ولكن ليست مرتبطة ببعضها دائماً: فهي تكون إمّا تقنيّة، أو استخداماً، أو جمهوراً، أو مؤسّسة، أو في النهاية نوعاً أو شكلاً من التعبير»^٢.

في المجال نفسه، يوضح الباحثون في علم الإعلام المعاصر أنّ عبارة «الإعلام الجديد»، التي شاعت خلال العقود الثلاثة الماضية جاءت نتيجة انتقال الإعلام التقليديّ، بروافده المختلفة المكتوبة والمسموعة والمرئية، إلى مرحلة جديدة من مراحل تطوّره، بحكم الطفرة التكنولوجية التي طالت ميادين الإعلام والمعلومات والاتصال كافة، وانفجار الشبكات الرقمية، وفي مقدّمها شبكة الإنترنت، كذلك القنوات الفضائية التي تُبثّ عبر الأقمار الصناعية، أو تكنولوجيا

١. الحمامي، الميديا الجديدة: الاستمولوجيا والأشكال والسياقات، ٣١.

2. Definition of Media -<http://www.dictionnaire.com/browse/media>.

كوابل الألياف البصريّة، والملتقطة بالحواسيب، والهواتف النّقالة. لذلك، فإنّ التسمية تستحضر البعد التكنولوجي، خصوصاً تقنية الإنترنت على وجه التحديد. يضاف إلى ذلك، أنّ الإعلام الجديد يجري تعريفه على أنّه تسخير التكنولوجيا في نشر الأخبار والمعلومات والمعارف من خلال عمليّة دمج وسائل الإعلام القديمة مع الأدوات الرقمية وشبكة المعلومات العالمية بما يحقّق الاتصال التفاعلي بين المرسل والمستقبل بسرعة فائقة، وذلك عبر تكنولوجيا الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية التي تستخدم تقنية الويب^١.

الميديولوجيا أو علم الإعلام

لم يولد مصطلح «الميديا» مع الطفرة الكبرى لثورة الاتصالات التي عاصرها العالم في نهاية القرن العشرين، والتي عرفت بعصر العولمة. ونستطيع القول إنّ البدايات الأولى لتداول المصطلح بدأت في سبعينات القرن العشرين من خلال النقاش الثقافي الذي جرى في أوروبا، وفي فرنسا على وجه الخصوص، في ذلك الحين. وقد شاع آنذاك مصطلح «الميديولوجيا» للتعبير عن الوسائل الإعلامية التي تحوّل الأفكار إلى أحداث. والمقصود بالميديولوجيا^٢، أو علم الوسائط الإعلامية، هي تلك النظرية التي تعنى بالوسائط التقنية والآلية والمؤسّساتية التي يشغلها الفعل الثقافي. وقد ظهر المصطلح أوّل مرّة سنة ١٩٧٩ م، مع جهود المفكّر الفرنسي ريجيس دوبريه^٣ (١٩٤٠ م) التي أوردها في كتابه (السلطة الثقافية في فرنسا)^٤. وهو يعني بنوع خاصّ الوسيط الذي بواسطته تتحوّل الفكرة إلى قوّة

١. الوز، الإعلام، أدوار وإمبراطوريات، ١٤.

2. La médiologie

3. Régis Debray

4. Régis Debray, Le pouvoir intellectuel en France, 107.

مادّية، واستناداً إلى هذا التعريف الكلّي يتكوّن المصطلح من كلمتين: الوسيط^١ مجموع وسائل نقل ونشر كلّ ما هو رمزيّ من المعلومات. أمّا اللاحقة «علم»^٢ فدالّة على الاختصاص.

مع ذلك، ليست الوسائطيّة (وهو الاسم الذي خصّ به ريجيس دوبري «نظريّته») بحثاً في الصورة حصراً، ولا في السمعيّ البصريّ أو الوسائط الجماهيرية الإعلامية فحسب. إنّها بحث في الوساطات التي تتكفّل بإرسال وتناقل وتواتر المعلومات والكائنات والحالات المادّية والذهنيّة. وهي بهذا المعنى ليست تصوّراً فكريّاً في التواصل لغويّاً كان أم غير لغويّ، ذلك أنّ التواصل حالة (ساكرونية بلغة اللسانيين)، في حين أنّ الإرسالات والتناقلات والتواترات قد تأخذ البعدين معاً: الزمنيّ والتاريخيّ. لهذا يلحّ ريجيس دوبري على هذا المنحى، معتبراً أنّ الوسائطيّة ليست نظريّة ولا مبحثاً علمياً ولا منهجاً للدراسة، إنّها في الحقيقة حقل للتفكير تتقاطع فيه المناهج وتتواشج فيه المعطيات^٣.

بهذا المعنى تغدو الوسائطيّة منظوراً جديداً لمعطيات الحياة والوجود، يتّخذ من تراكم الاهتمام بالوساطات مركزاً منهجياً له. ويمكن أن نعثر في تاريخ الفكر العالميّ على وسائطيّين سابقين على ولادة المصطلح، ذلك أنّ كلّ المفكرين الذين اهتمّوا بالعلاقات والانتقالات قد ساهموا بهذا القدر أو ذاك في منح قيمة للوسائط. وإذا كانت الوسائطيّة كذلك، فإنّه من المنتظر أن يكون تطوّرها رهيناً بنماء الدراسات المهمّمة بالوساطات، سواء أكانت تلك الوساطات ذات طابع مفاهيميّ كاللغة، أم كانت ذات طابع مادّيّ كالصورة أو الدراجة أو القطار أو

1. Medio

2. Logie

٣. راجع: دوبريه، «حياة الصور وموتها»، مقدمة المترجم، ٥-٦.

غيرها. والحقيقة أنّ هذا الاهتمام بالوسيط إن لم يكن وليد اليوم، فهو مع ذلك ظلّ توجّهًا فكريًا أكثر منه تصوّرًا فكريًا أو فلسفيًا. وقد كان من اللازم انتظار أواخر هذا القرن كي يتبلور هذا الاهتمام ويتخذ في الآن نفسه منحىً نظريًا؛ لذلك لم يلبث الوسائطيون الفرنسيون أن تجمّعوا في إطار جمعية متخصصة في الوسائطيّة تصدر مجلة متميّزة ذات ملفّات جديدة كلّ الجدة عن القضايا الوسائطيّة. وقد عملت هذه المجلة على منح الممارسة الوسائطيّة بعدًا أوسع، وانتراعها من الطابع النظريّ التحليليّ للزجّ بها في غمار الاكتشاف والبحث^١.

وفقًا لهذه الآليّات، تقوم التصاوير الرقمية الجديدة بإنتاج معرفة وسلطة لا حدّ لإغرائها. فبعد المسبار والمكروسكوب والتصوير بالأشعة، جاءت المعالجات المعلوماتيّة لتوسّع بشكل هائل من تحكّمنا في المسافات وفي الأعضاء وأمراضها، ومن أبنيتنا عبر التصاميم والرسوم، ومن فرضيّاتنا الفكرية نفسها، وذلك بتمكيننا من الترجمة البصريّة للنماذج النظرية المجرّدة. فأجهزة الرؤية الجديدة، تمكّننا، عبر مضاعفة معلوماتنا، من مضاعفة قدراتنا على التدخّل في محيطنا ومساحة تواصلنا مع الكون؛ ولأنّنا غدونا من الآن فصاعدًا مجهّزين برؤية متكاملة^٢ فقد غدا بإمكاننا اكتشاف ما يتجاوز مدانا من دون أن نرتاده، وبرمجة المستقبل قبل الوصول إليه. يصل المكروسكوب الآن إلى ١/١٠٠٠٠ من المليمتر، كما أنّ المسابر الكبرى قد ربحت الكثير من العوامل عبر أقمار الرصد الاصطناعيّة^٣.

في السابق، جاءت الأشعة السينيّة، والأشعة ما تحت الحمراء، وأشعة غاما لتدفعنا إلى تجاوز المسافات الأثيريّة للمرئيّ. أمّا المبصارات الإلكترونيّة

١. م. ن، ٢٩٧.

2. Omniscope

٣. م. ن، ٢٩٨.

والكاميرات الحراريّة، فقد مكّنت سائق الدبابة وربّان الطائرة ومستعمل مدافع البازوكا من الرؤية ليلاً، فيما يظّلون هم في الخفاء. كما مكّنت الأشعة بالصدى وبالأصوات القصوى من النظر إلى الجمجمة أو إلى حوض بشريّ في أبعاده الثلاثة. إنّ الرؤية تعوّض السمع واللمس في التشخيص الطبيّ. وتمكّن التصاوير المعتمدة على الرجوع المغناطيسيّ من اختراق الأنسجة والخلايا والأعصاب. كما أنّ الأشعة الانعكاسيّة ما تحت الحمراء تخترق، بواسطة كاميرا فيديكون، الموادّ الأصلب. وتستطيع الصورة النيوترونيّة تصوير الأشياء والإسكك بها عبر الموادّ المعدنيّة، كما تمكّن الصورة الرقميّة من التحكّم الآليّ في الروبوتات. وثمة الصورة المكبّرة الملتقطة عبر الأقمار الاصطناعيّة من دائرة علوّها ٨٠٠ كيلومتر، وهي صورة ذات دقّة عالية وتسبر عن بعد وبعيد ثلاثيّ فيضانات الأنهار وتقدّم الرمال أو المجلّدات والهيكل الجيولوجيّ للأرض والترسّبات البحريّة في الأنهار الكبرى، وهذه الصور تتمّ معالجتها بالألوان الكليّة^١ أو بالشبكيّات المتعدّدة^٢. بل إنّ العالم شانجو يؤكّد لنا أنّه لم يعد أبداً ضرباً من الطوباويّة تصوّر قدرة الكاميرات ذات البوزيترون على إظهار صورة الأشياء الذهنيّة على الشاشة في يوم من الأيام. وقد كانت المهمّة الرسميّة التي قام بها ميشيل سير، والمتمثّلة في إعادة بناء المجتمع التربويّ عبر التعليم عن بُعد، في أصل صياغة الوسائل المعلوماتيّة بجعل توزيع المعارف داخل مجموعة بشريّة ما مرئيّة: إنّ دماغ المجموعة على شاشة منيتيل. لكن، هل هذه التطوّرات التقنيّة دون مقابل؟ «ليس ثمة من شيء بالمجان». فثمن هذا الفائض من الفعاليّة الموجهة نحو الخارج يكمن في خلق عاهة رمزيّة في الداخل. منذ عشرات السنين، تمّ دفع ثمن

1. Panchromatique

2. Multispectral

التوسّع في الفضاءات القابلة للملاحظة والمرقبة بالاقطاع من أراضي اليوتوبيا. فحين كان شبّح الإشعاع الإلكتروني محصوراً في النور الذي تراه شبكيّة العين، كان اللامرئي يملك واقعيّة لانهائيّة الكبر. مثلاً الحرّيّة والمساواة والأخوة (يمكن لأيّ نظام كتابة تصويريّة ترميزها، فيما سيعجز أي ميكروسكوب إلكترونيّ عن جعلنا نراها مباشرة)^١.

بعد كتابه السابق الذكر تابع دوبريه نشاطه الاستمولوجيّ حول مفهوم الميديا. وبعد كتابه (محاضرات في الميديولوجيا العامّة) الذي ظهر سنة ١٩٩١م أوّل كتاب يعرّف بالدرس الوسائطيّ للميديا^٢. بيد أنّ هذا الكتاب يعتمد على مجموعة من الخلفيّات المعرفيّة التي تحيل على كتابات عدد من كبار المفكرين والأدباء الأوروبيّين أمثال: فيكتور هيجو^٣، (ووالتر بنجامين^٤، وبول فاليري^٥، ومارشال ماكلوهان^٦، ووالتر أونج^٧، وأندري لوروا غوران^٨، وجيلبير سيموندون^٩،

١. م. ن، ٢٩٩.

2. Régis Debray, Cours de médiologie générale. Bibliothèque des Idées ,1991 ,P 395; Manifeste médiologique. Gallimard,1994 ,P220; Introduction à la médiologie. PUF, Collection Premier Cycle,2000 Vie et mort de l'image, une histoire du regard en Occident, Gallimard, 1992 .

3. Victor Hugo, Notre-Dame de Paris, Livre V, chap. 2 (La presse tuera L'église ...L'imprimerie tuera l'architecture).

4. Walter_Benjamin

5. Paul_Valéry

6. Marshall_McLuhan

7. Walter_J_Ong

8. André_Leroi-Gourhan

9. Gilbert_Simondon

وفرانسوا داغونبي^١، وبيرنار شتاينغلر^٢، وبيير ليفي^٣، وجاك ديريدا^٤... وقد نشرت أهمّ كتابات ريجيس دوبريه حول الميديولوجيا في (دفاتر الميديولوجيا)^٥ ما بين ١٩٩٦ و٢٠٠٤م، ومجلة الوسيط (ميديوم)^٦ سنة ٢٠٠٥م، وما زالت مستمرة إلى يومنا هذا.

ومن هنا، فالميديولوجيا هي عبارة عن نظرية علمية تجمع بين الثقافة والتقنية، وتحيل الكلمة على علم الوسائط، وبالتالي يهتم هذا العلم بمختلف الوسائط التي تعنى بنقل الرسائل من ذات إلى أخرى، إنّها من ذات إلى آلة، أو من آلة إلى أخرى، أي: تدرس وسائل الاتصال والإعلام التي تعتمد عليها الثقافة بصفة عامة، والأدب بصفة خاصة. ومن ثم، يحاول هذا العلم أن يفكّك العلامات الرمزية والسيمائية في سياقها الزماني والمكاني والفني والجمالي والبصري. وليس هذا العلم مستقلاً، بل يتكئ على الفلسفة، وعلوم الإعلام، ونظريات التواصل^٧.

تستند الميديولوجيا إلى مفاهيم عدة، مثل: مفهوم الأكوان الوسائطية^٨ الذي يهتم بدراسة مجموعة من أنظمة الإرسال والتواصل التي تشتغل عليها الثقافة في فترة زمنية محدّدة. ويعني هذا أنّ الكون الوسائطي يحدّد المكان الذي يحضر فيه البعد التقني إلى جوار البعد الرمزي والفني والجمالي. ومن هنا، يمكن الحديث

1. François_Dagognet

2. Bernard_Stiegler

3. Pierre_Lévy

4. Jacques_Derrida

5. Cahiers de médiologie

6. MediuM

٧. حمداوي، المقاربة الوسائطية.

8. Les médiasphères

عن الكون اللغوي^١ الذي يعنى بالوسيط الشفوي، والكون الكتابي^٢ الذي يهتم بالوسيط الكتابي أو الطباعي أو البصري، والكون القرصي، أو ما يسمّى أيضًا بكون الفيديو^٣، ويستند إلى فعل الذاكرة التقنية كالصور، والفيديو...؛ والكون الشبكي أو الكون المتشعب والمترابط^٤ الذي يقوم على الشبكات الرقمية. وهكذا تخضع هذه الأكوان الوسائطية المختلفة لمنطق التابع في الزمان من جهة، ولمنطق البرمجة من جهة أخرى. ولكن لا يصيها العدم، بل تحضر وتغيب بحسب رغبة المشغل وميوله الشعورية واللاشعورية.

وبهذا، يكون ريجيس دوبريه سببًا إلى الحديث عن نظرية العوالم الممكنة من الوجهة الإعلامية أو الوسائطية أو الميديولوجية. والدليل على ذلك قوله بتعدد الوسائط الرقمية، وتعدد عوالمها الافتراضية والإعلامية والوسائطية. من جانب آخر تستند الوسائطية إلى وجهين أساسيين: الوجه التقني، والوجه التنظيمي أو السياسي أو المؤسسي. ويضمّ الوجه الأول كلّ الوسائل والأدوات والمستندات (الكتاب، الطريق، الدراجة...). في حين يقوم الوجه الثاني على المؤسسات والأمكنة وما هو قانوني وشرعي (البريد، المكتبة، المدرسة، المؤسسة الدينية...). مع كل ذلك، لا يعني الأمر أنّ الميديولوجيا خاضعة للحتمية التكنولوجية، بل تهتمّ بما هو ثقافي أكثر مما هو تقني وآلي (jogging-L'effet)^٥.

-
1. La logosphère
 2. La graphosphère
 3. La vidéosphère
 4. L'hypersphère

وتقوم المقاربة الميديولوجية أو الوسائطية على دراسة الثقافة على المستوى الكليّ (الدين، والفنّ، والسياسة، واللغة)، وعلى المستوى اليوميّ (المواد، والوسائل، والاستعمالات...)، مع تحديد الملفات الموضوعاتية^١ التي اقترحتها دفاتر الميديولوجيا أو مجلّة الوسيط، مثل: الطريق، والورق، والدرّاجة، والحركة، والنقود، والحدود؛ أو الربط بين التقنية والثقافة، بالتوقّف عند الوطن والشبكات، والإضاءة الرمزية ووسائل الإنارة، وفكرة التضحية والأجيال التكنولوجية، والإرهاب وتقنية الفرجة.

وبالطبع لم يقتصر الاهتمام بمفاهيم الميديولوجيا على ما قدّمه ريجيس دوبريه من نظريات تأسيسية، فهناك مجموعة من الباحثين اهتمّوا بها، مثل: دانييل بونيو^{٢٣}، ولوي ميرزو^٤، وكاترين بيرتولا فونير^{٥٦}، وبيير مارك دوبيازي^{٧٨}،

1. Les dossiers thématiques

2. Daniel_Bougnoux

3. Coordinateur des Cahiers de médiologie n 1°«La Querelle du spectacle» (1996)et n» 15°«Faire face.(2002)

4. Louise_Merzeau

5. Catherine_Bertho-Lavenir

6. Coordinatrice des Cahiers de médiologie n 5°«La bicyclette (1998) «et n» 17°«Missions(2004)

7. Pierre-Marc_de_Biasi

8. Coordinateur des Cahiers de médiologie n 4°«Pouvoirs du papier(1997) et producteur de l'émission Le Cercle des médiologues sur France Culture (2001-2002)

ومونيك سيكار^{١٢}، وفرانسوا بيرنار هويث^٣، وفرانسواز جايار^٤، وميشيل ميلو^{٥٦}، ومارك كيوم^{٧٨}، وجاك بيربول^٩، وأودون فالي^{١٠}، وبول سوريانو^{١١}...

ثلاثة عصور ميديولوجية

بعد نحو ثلاثة عقود على ظهوره شقَّ مصطلح الميديولوجيا طريقه ليصبح مفهوماً متداولاً ابتداءً من تسعينات القرن العشرين. فكما سبق وأشرنا، فإنَّ الميديولوجيا أو (الإعلاميَّاء) هو مصطلح جديد، لكنّه متّصلٌ بتاريخ طويل يصنّفه دوبريه في كتابه «علم الإعلام العام» ضمن ثلاثة عصور هي:

أولاً: عصر الإنتاج الخطّي، وركيزته المخطوطة.

ثانياً: عصر الإنتاج المطبوع، وركيزته الكتاب.

ثالثاً: عصر الإنتاج السمعّي البصريّ، وركيزته الصورة المتمثّلة في السينما والتلفزيون والكمبيوتر.

إلا أنّ العصور الميديولوجية لم تتوقّف عند الحدّ الذي وصل إليه دوبريه،

-
1. Monique Sicard
 2. Coordinatrice des Cahiers de médiologie n (10°Lux ،des Lumières aux lumières(2000))
 3. François-Bernard Huyghe
 4. Françoise Gaillard
 5. Michel Melot
 6. Coordinateurs des Cahiers de médiologie n 7°La confusion des monuments.(1999)
 7. Marc Guillaume
 8. Coordinateur des Cahiers de médiologie n 12°L'automobile (2001)
 9. Jacques Perriault
 10. Odon Vallet
 11. Paul Soriano

حيث إننا نشهد عصرًا ميديولوجيًا جديدًا ظهر مع حضور الإنترنت القوي في العالم (ما يقرب من مليارين ونصف المليار مستخدم)، وهو ما يسميه علماء الاجتماع بـ«عصر الإنتاج السايبري» وركيزته المجتمعات الافتراضية والفضاء السايبري^١.

ثم يشرح لنا دوبريه هذه العصور كالتالي:

• **العصر الأول:** يُطلق عليه اسم المجال الكلامي (Logosphere) أو الدائرة الكلامية، وهو «عصر لاهوتي تأتيه الكتابة من الله، «الله يملي والإنسان يدون ويملي بدوره». والديانات الكبرى مع التوراة والإنجيل والقرآن ثبتت الوحي الشفهي كتابةً. وهنا تبرز مكانة الكلام المقدس والأزلي، وكما يصرح دوبريه، فإن «العقل البشري لا يخترع، فهو ينقل حقيقة تلقاها».

• **العصر الثاني:** يطلق عليه اسم المجال الخطي^٢ أو الدائرة الخطية، و«فيه تبعية الصورة للنص»، وضمان الحقيقة عبر الإنتاج الخطي ووفرته، وفتح المجال للاختراعات والإبداعات.

• **العصر الثالث:** وهو عصر المجال التلفازي^٣، أو الدائرة التلفازية، حيث انتقلت سلطة الإعلام إلى المرئي والمسموع، ونزول الكتاب من منصبه الرمزية^٤. أما عصر الميديا أو العصر الميديولوجي الذي يجري الحديث عنه، فيسمى بالمجال الإنترنتي^٥ أو الدائرة الإنترنتية. وما يميز هذا العصر أنه يضم العصور الميديولوجية السابقة كلها، فهو يحتوي على المجال الكلامي، لكن الكلام في

1. Cours de médiologie générale, P.P 395.

2. Graphosphere

3. Videosphere

4. Cours de médiologie générale-IPID. P 396.

5. Internetsphere

هذا العصر لم يبق مجرد حوارات بشرية لنقل ما هو إلهي، إنما اتخذ شكلاً جديداً من الكلام اعتمد على الحوار الإلكتروني بين إنسان- وآلة، ينقل من خلالها كل ما يريده من معلومات وكل ما يحتاجه من تواصل. كما يحتوي على المجال الخطّي، حيث تبرز الصحيفة الإلكترونية والكتاب الإلكتروني^١ والمواقع الإلكترونية التي اعتمدت على النص المكتوب، والاهتمام بالقراءة الإلكترونية على حساب القراءة الورقية التي من المتوقع أن تزول مع ارتفاع سيطرة هذا العصر الميديولوجي الجديد. وكذلك يحتوي على المجال التلفازي من خلال ما يقدمه من إمكانية مشاهدة الأفلام والأخبار والرياضة والفيديو كليب وغيرها من خلال المواقع الإلكترونية الكثيرة، ولا سيّما موقع يوتيوب^٢ الشهير. وفي واقع الحال يميّز هذا العصر الميديولوجي بنشوء المجتمعات الافتراضية التي سمحت للمشاركين بتكوين المجتمع الذي يرغبون به، والتواصل ضمن الفضاء السائبري الرحب من دون أيّ حواجز مكانية وزمانية. وهذا ما أدى إلى ولادة «نيوميديا» متقدمة عن الميديا التقليدية التلفزيونية، لتحضر المجتمعات الافتراضية، لا سيّما الفيسبوك^٣، وترك أثرها البالغ في نقل الخبر بالصوت والصورة والكلام والتعليقات وردود الفعل وتفاعلات الجمهور بسرعة فائقة ومذهلة؛ مما ساهم في تحريك ثورات وانتفاضات واحتجاجات شعبية شهدها العالم العربي في الآونة الأخيرة^٤.

1. E-book

2. YouTube

3. Facebook

4. Cours de médiologie générale, P.P 399.

الميديا.. أو ثورة اتصالات

اكتسبت الـ«ميديا» أهميّة خاصّة منذ ظهور الثورة الاتصاليّة الحديثة؛ وعلى الخصوص تلك التي تتضمّن البثّ التلفزيونيّ المباشر بواسطة الأقمار الصناعيّة، كما يتمّ عبرها توصيل محتوى معلوماتيّ ما إلى نطاق واسع من الأفراد عبر عدد محدود من الوسائل؛ كالبثّ الإذاعيّ والتلفزيونيّ، والسينما، ودور النشر، وحديثًا عبر الإنترنت.

ويمكنّ لنا أن نلاحظ أنّ الـ«ميديا» لا بدّ من أن تحتوي على رسالة معيّنة؛ لأنّ الوسيط هو من يوصل إليك شيئًا معيّنًا، وقد تكون هذه الرسالة إمّا سلبية أو إيجابيّة، والقصد من ورائها التأثير على الثقافة أو الفكر أو السياسة العامّة أو غير ذلك^١. وهذا ما تضمّنته البحوث العلميّة التي راكمت بنية معرفيّة غايتها تحويل الميديا إلى جزء أساسيّ من العلوم الإنسانيّة المعاصرة.

لقد تميّزت الميديا في الجانب المتعلّق بتكنولوجيا المعلوماتيّة بمجموعة من السمات الأساسيّة يوردها المتخصّصون في علم الإعلام الجديد على الشكل التالي:

١. التفاعليّة: وتعني تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، أي أنّ هناك أدواراً مشتركة بينهما في العمليّة الاتصاليّة، مثل الممارسة الثنائيّة، التبادل، التحكم، وأفضل مثال على ذلك استعمال نظام (Text Video) الذي يتيح تفاعلاً واضحاً بين المرسل والمستقبل، ويعدّ هذا النظام واحداً من أنظمة النصوص المتلفزة.

٢. تحديد المستفيد: وتدلّ على أنّ المعلومات سوف تكون محدّدة الغرض،

1. Definition of media in British and World English in Oxford dictionary. Meaning, pronunciation and example sentences. English to English reference content.

راجع أيضًا www.oxforddictionaries.com

وهناك درجة من التحكم في معرفة المستفيد الحقيقي من معلومات معينة دون غيرها، وهذه السمة أفرزتها تكنولوجيا الاتصالات المتمثلة في أحد أنظمة البريد الإلكتروني، وهي «الرزم البريديّة الخادمة» التي تتيح للمشارك بها حينًا واسعًا للتحكم بكميّة المعلومات المرغوب بها ونوعيتها.

٣. اللاتزامنيّة: وتبرز أهميتها من كونها تسمح بإمكانية تراسل المعلومات بين أطراف العملية الاتصاليّة من دون شرط وجودها في وقت إرسالها، وهذا يعني أنّ هناك إمكانية لخزن المعلومات المرسلة عند استقبالها في الجهاز واستعمالها وقت الحاجة.

٤. قابليّة التحرك أو الحركة: وتسمح بثّ المعلومات واستقبالها من أيّ مكان إلى آخر أثناء حركة إنتاج المعلومات واستقبالها، وذلك باستخدام عدد من الأجهزة مثل الهاتف النقال وهاتف السيارة والتلفاز المدمج في ساعة اليد، وكذلك الحاسب الإلكتروني النقال والمزود بطابعة.

٥. قابليّة التحويل: وهي إمكانية نقل المعلومات من وعاء إلى آخر باستعمال تقنيات تسمح بتحويل الأوعية الورقيّة إلى مصغرات فيليمة وبالعكس، وإمكانية تحويل المعلومات المسجّلة على هذه المصغرات^١ إلى الأوعية الممغنطة أو الليزرية، وكذلك إمكانية تحويل النصوص من لغة إلى أخرى أو ما يسمى بنظام الترجمة الآليّة.

٦. قابليّة التوصيل: هذه السمة تتمثل في إمكانية استعمال الأجهزة المصنّعة من قبل الشركات المختلفة التي تحكمها معايير معينة في توحيد صناعة الأجزاء المختلفة لهذه الأجهزة، مما يتيح إمكانية تناقل المعلومات فيما بين المستخدمين بغض النظر عن الشركات المصنّعة للأجهزة المختلفة.

٧. الشيوع والانتشار: بين مختلف الطبقات الاجتماعية وحول العالم؛ إذ كلما تظَهَّرت وسيلة لتناقل المعلومات عُدَّت في البداية ترفاً، ولكنها في النهاية تصبح مع الوقت تقليدية يمكن استعمالها من فئات وطبقات مختلفة في المجتمع.

٨. العالمية أو الكونية: ونعني إمكانية تناقل المعلومات فيما بين المستفيدين على مستوى العالم وذلك لتوافر التقنيات التي تسمح بذلك كمّاً ونوعاً، وهذه السمة تضيف الكثير من المميّزات على التواصل العلمي والتقني في مجال تناقل الخبرات ومن ثمّ يكون التواصل عالمياً^١.

١. النجار، تكنولوجيا الاتصال: المفهوم والتطور.

أنواع الميديا

يصنّف خبراء تكنولوجيا الاتصال بنية «الميديا» ضمن أنواع تشتمل على القديم والمستجدّ من وسائل النقل الإعلاميّ. وقد حدّدوا هذه الأنواع بثلاثة:

النوع الأوّل: الميديا بتكنولوجيا قديمة: ويعود هذا النوع إلى مجموعة من الأشكال الصحفيّة في الإذاعة والتلفزيون والصحف، كالمجالات الإخباريّة وبرامج الأخبار الحيّة.

النوع الثاني: الميديا بتكنولوجيا جديدة: وتمثّله جميع الوسائل التي ألفنا استخدامها الآن، والتي مكّنت من سرّيان حالة التبادل الحيّ والسريع للمعلومات. **النوع الثالث:** الميديا بتكنولوجيا مختلطة: وفيه تزول الفوارق بين القديم والجديد، حيث أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدودًا اصطناعيّة، بعد أن حدثت حالة التماهي بين الإعلام القديم والجديد وتبادل المنافع^١.

أمّا صحافة الإنترنت فتدخل ضمن خمسة تصنيفات فرعيّة، وهي:

الصنف الأوّل: صحافة الأخبار السائدة: وهي أكثر الأنواع انتشارًا، حيث توفر خيارات واسعة من المواد الصحافيّة المحرّرة بواسطة الموقع مأخوذة من مواقع أخرى.

الصنف الثاني: مواقع الفهارس والأدلة: التي ترتبط بخدمات محرّكات البحث مثل «ياهو»^٢ و«غوغل»^٣، أو بوكالات خدمات الأخبار التي تعمل على الإنترنت، أو بالمشاريع الفرديّة.

الصنف الثالث: صحافة المصادر المفتوحة: فجميع صحافة الإنترنت تقريبًا هي صحافة مصادر مفتوحة، حيث يطلق على الإعلام الجديد «إعلام المصادر

١. ديفيز، وسائل الإعلام الجديدة والسياسة الأميركيّة.

2. Yahoo

3. Google

المفتوحة) بسبب مزايا شبكة الإنترنت التي تعتمد أساساً على البناء الحرّ المفتوح.
الصنف الرابع: مواقع النقاش والمشاركة: حيث تتيح صحافة الإنترنت مجالاً للناس لتبادل الأفكار والمعلومات وما إلى ذلك.
الصنف الخامس: مواقع التعليق: التي تتمحور حول وسائل الإعلام والقضايا الإعلامية على نحو عام^١.

استعمارية الصوت والصورة

يعدّ الإعلام الجديد، أو ما سبق وأطلق عليه بـ «ثورة الميديا»، محطةً أساسيةً هزّت نهاية القرن العشرين.
وحسب الخبراء فإنّ التأثيرات الحاسمة للإعلام الفضائيّ (التلفزة الكونية - الإنترنت - والهواتف الذكية) لم تقتصر على مجال واحد في الحضارة المعاصرة، بل شملت معظم الميادين الإنسانية.

وإذا كان ثمة الكثير من الإيجابيات التي لا يمكن إنكارها للميديا، وخصوصاً تحقيق التواصل بين الحضارات والثقافات المختلفة في المجتمع العالميّ، وتوفير المعلومات للأفراد والجماعات، فإنّ توظيف تقنيّات التواصل في مجال السيطرة وتفكيك القيم الأخلاقية والدينية تبرز الوجه الخطير والسلبّي لهذه الظاهرة.

فعلى هذا السياق، ركّز بعض علماء الاجتماع في الغرب على سياسات السيطرة التي أوكلت لمجتمع الإعلام العالميّ. وقرّروا أنّ الميديا باتت تشكّل الوسيلة الفضلى للهيمنة العسكرية والاقتصادية؛ كونها توفرّ المكان النادر الذي لا يكون فيه المسيطر كائناً مرئياً في مواجهة المسيطر عليه؛ لذا فإنّ خطاب الميديا - كما يلاحظ الفيلسوف الفرنسيّ ميشيل فوكو - بدل أن يكون العنصر الشفاف أو المحايد الذي تكتسب فيه السياسة طابعاً سليماً، شكّل أحد المواقع التي تمارس

١. ديوز، الصحافة الإلكترونية.

فيها السلطات الاقتصادية والثقافية والسياسية ممارساتها الرهيبة بشكل أفضل. ويضيف: يبدو الخطاب الإعلامي - في ظاهره - شيئاً بسيطاً، لكن أشكال المنع التي تلحقه تكشف باكراً وبسرعة عن ارتباطه بالرغبة والسلطة^١.

ما لا يُشكّ فيه أنّ التحوّلات التي عصفت مؤخراً بالنظام العالمي، تعطي الكلام على حقيقة الميديا بعداً أكثر تعيُّناً وشمولاً. وقد أثبت الإعلام بتقنياته الهائلة أنّه دافع التحوّلات الكبرى في السياسة، والاقتصاد، والفكر، والفنّ، والثقافة. بل هو محورها ومحركها ومحرضها.

لقد أصبح العالم مع ثورة الميديا قرية كونية متّصلة كما وسبق وقيل. وهذا يعني أنّ كمّية كبيرة من المفاهيم التي انتظمت العلاقة بين المجتمعات البشرية باتت الآن ضمن دوائر الشكّ. فعلى سبيل المثال لا الحصر، لم يعد مفهوم السيادة القومية، مثلاً، هو نفسه اليوم، بعدما تحوّلت الدولة القومية ذات السيادة إلى دولة عالمية مفتوحة بفعل الأسواق المشتركة، والشركات متعدّدة الجنسيات، وثورة الاتصالات، والإعلام والمعلوماتية.

الجدير بالذكر أنّ نهاية الحرب الباردة ١٩٨٩ - ١٩٩٠ شكّلت بداية الانعطاف الفعليّ نحو ثورة الميديا، وقد أظهر واضعو الاستراتيجيات العليا في الغرب الأوروبي والأميركي رغباتهم الملحوظة في السيطرة على شبكات الاتصال، والثروات الهائلة التي توفرها الصناعات «اللامادية» من علم، ومعرفة، وقدرة استثنائية على التحكم بالعقول واتجاهات الرأي العام في العالم. في هذا الخصوص، يقول جيمس كورث أستاذ العلوم السياسية في عدد من الجامعات الأميركية: «إنّ الدور الذي تلعبه الولايات المتحدة في الصراع الهائل بين المنظّمات الكبرى ووسائل الإعلام العالمية والشركات متعدّدة الجنسيات،

١. فوكو، نظام الخطاب، ١٠.

سيتوقف على نتيجة صراع آخر أكثر إيلاماً، ذلك لأن الفترة الأولى من تاريخ ما بعد العصر الحديث ستضمّن صراعاً موازياً، وحرّاً أهليّة داخل الولايات المتّحدة بين المؤسّسات المتعدّدة الثقافات والتسليّة الجماهيريّة من جانب، والثقافة القوميّة والتعليم الجماهيريّ من جانب آخر. ومنذ الآن - يضيف كورث - يبدو أنّ معسكر ما بعد العصر الحديث هو الذي سيسود، وإذا ما حدث ذلك، فإنّ الولايات المتّحدة بالمعنى التقليديّ للشعب الأميركيّ وحكومة الولايات المتّحدة، لن تكون هي الممثل، بل المتفرّج - بل حتّى المسرح - لعالم ما بعد العصر الحديث، وستصبح متلقياً للتاريخ لا صانعاً له...^١

وكان من البديهيّ إذاً أن تؤدّي الشبكة الإعلاميّة الهائلة مهمّتها الكبرى باتجاه تفكيك أنظمة القيم في العالم. وإذا كانت مجتمعات الأطراف أو ما يصطلح عليها بالدول النامية آثرت خيار التلقّي والامثال عموماً للهيمنة الإعلاميّة والثقافيّة - الأميركيّة، فذلك ما لم يحصل على الإجمال في المجتمعات الغربيّة. فكان أن انفجرت في وجه الزحف الإعلاميّ الأميركيّ تيارات وازنة في المجتمع المدنيّ الأوروبيّ، تطالب بضرورة الممانعة والمواجهة. حتّى أنّ الحكومة الكنديّة استشعرت هذا الخطر وأعلنت على لسان السيّدة شيلاكوبس النائبة السابقة لرئيس الوزراء ووزيرة الماليّة لعام ١٩٩٧، وجوب مواجهة ما سمّته بـ«الإمبرياليّة الثقافيّة»، وأكدت أنّه إذا أصرّ الأميركيّون على فرض هيمنتهم على المجتمع الثقافيّ العالميّ باستخدام الأدوات المتاحة لهم، فإنّ عليهم أن يتوقّفوا إجراءات مضادّة.^٢

لم يكن الإعلام بأحيازه المختلفة، بما فيها الصناعة السينمائيّة، حالة عارضة

١. كورث، ماتزال أميركا أمة، ٢٠.

٢. شيلبر، الرعب الإعلاميّ من شؤون الرئاسة في واشنطن.

على الأمن القوميّ لدول الغرب ولأميركا على الخصوص . فهو في الأساس يندرج ضمن أولويات الاستراتيجية العليا، ثمّ ينحدر ويتوزع على استراتيجيات الحرب والاقتصاد والأمن والاجتماع الداخلي وأنظمة الأمن الإقليمية والدولية¹ .

وإذا عدنا إلى الحرب الدعائية الغربية التي خيضت في الماضي يتّضح لنا أنّ صناعة الأفلام الأميركية لعبت فيها دوراً إلى جانب دور الصحافة، ولننظر إلى الدعاية التي يخلفها فيلم يشاهده مئات الملايين من البشر؟ من منا لم يسمع أو يقرأ كتاب فيل تايلور: «ذخائر العقل» والوصف الذي جاء فيه حول شنّ حملة دعايات واسعة عبر سلسلة أفلام أميركية أشرف عليها مكتب «الدعاية والمعلومات الحربية» الأميركيّ بعد أشهر قليلة من الهجوم اليابانيّ على القوات الأميركية في ميناء بيرل هاربر عام ١٩٤١؟ كانت وزارة الدفاع الأميركية التي كان يُطلق عليها في ذلك الوقت اسم «وزارة الحرب» تنفق سنوياً مبلغ ٥٠ مليون دولار - وهذا مبلغ كبير جداً في ذلك الوقت - على إنتاج الأفلام أثناء الحرب العالمية الثانية من أجل ترويح الدعايات الحربية التي ترغب بها المصالح الأميركية داخل الولايات المتحدة وخارجها. وقدم الإعلام والصحافة والنشر في ذلك الوقت كلّ خدماته لصالح تلك الحرب وأهدافها بشكل لم يسبق له مثيل . وما عاد أمراً غير معروف القول إنّ للولايات المتحدة ما يزيد على المئة عام من التجارب الواسعة في التسويق الإعلاميّ لسياسات إدارتها في الداخل والخارج .

وحسب البروفسورة نانسي سنو المتخصصة في علم الدعاية وهي إحدى أبرز الكوادر في وكالة المعلوماتية الأميركية، أنّه كان لدى الرئيس الأميركيّ وودرو ويلسون ووزير خارجيته جورج كريل واللجنة «الإعلامية العامة» برنامج لتدجين

1. Tod Gitlin, Media Unlimited: How the torrent of Images and Sounds over Whelms our lives New York 2002.

الشعب الأميركيّ لأجل قبول اشتراك أميركا في الحرب العالميّة الأولى، وترويج بلادهم في الخارج. بل إنّ ويلسون نفسه ألقى خطاباً أمام «كبار التجار الأميركيين» قال فيه: «إذهبوا إلى دول العالم لبيع البضائع الأميركيّة من أجل تغييرها وتوافقها مع المبادئ الأميركيّة». هذا كان عام ١٩١٦. الآن لم يختلف الأمر، لكنّه ازداد كثافة بسبب توفّر التقنية التي تساعد على الإسراع بالجهود؛ وبسبب توفّر حملة «الحرب على الإرهاب» واختلاقها كعدوّ جديد.

وتتحدث فكتوريا دي غراتسيا الكاتبة في (نيويورك تايمز) عن الطريقة التي تعمل بموجبها جهود الدعاية الأميركيّة بالمقارنة مع الطرق والأشكال الأخرى، فتقول: «إنّ النشر والإعلان اللذين يدعمهما القطاع الخاصّ الأميركيّ كانا في خدمة حكومة تقدّم نفسها بمظهر من يعارض التدخّل الواسع الخارجيّ، ومن يحاول تطويق وحصار قادة دول ترى أنّهم ديكتاتوريّون، من أجل تصوير نفسها أمام الجمهور الأميركيّ بصورة من يحمل رسالة إنسانيّة عقلانيّة تجاه الجمهور الذي يحمل هذه الأفكار. وإذا كانت أنظمة دول أخرى قد تقوم بالدعاية لإيديولوجيا متشدّدة، وبشكل مباشر، فإنّ الديمقراطية الأميركيّة تفعل ذلك بشكل يستخدم المثل الرفيعة». وهذا القول يدلّ على أنّ مؤسّسات النشر والدعاية التي تعمل مع القطاع الخاصّ كانت خدماً للدعاية الأميركيّة، وهذا بالضبط ما تقوله الشركات الدعائية الكبرى حين تصف وظيفة «وكالة المعلوماتية الأميركيّة» أثناء الحرب الباردة وما بعدها. والحقيقة هي أنّه لا توجد أيّ دولة في العالم تشبه الولايات المتّحدة في ميدان إنشاء صلات قريبة بين التجار (ترويج البيع) وبين أعمال الإدارة الأميركيّة (ترويج الدعاية السياسيّة)^١.

ومنذ الحرب العالميّة الأولى اختلطت الإعلانات والدعايات بترويج الحرب

١. سنو، حوار مع شبكة «غوريللا» الإلكترونيّة.

والمساعدات الخارجية والتبادل الثقافي؛ وهذا ما خلق إشكالاً حقيقياً للإدارة الأميركية في عام ٢٠٠٢. وكان ثمة تساؤل عما إذا كانت الولايات المتحدة، وهي الدولة التي تعتبر نفسها الأولى في فنّ الدعايات، ستتجنّب أن تتدخل في عملية يخلط فيها بين الدعاية التجارية وبين الجهود الحكومية لترويج المجتمع الأميركي. لا شك في أنها لا يمكن أن تقوم بذلك، فنحن - والكلام لها - ما زلنا نواصل قراءة تقارير بين فترة وأخرى عن كيفية قيام مجلس العلاقات الخارجية الأميركي واللجنة الاستشارية الديبلوماسية، بإدخال أسنانها إلى برامج الإعلانات والدعايات الكبرى من أجل إعادة إبراز وجه أميركا في العالم بالمظهر المطلوب. وهذا ما ترغب أميركا بأن تشكّله للعالم: إنه مظهر البائع المطلق^١.

وإذا كانت الديمقراطية وحقوق الإنسان تملأ مفردات الخطاب السياسي الغربي اليوم، فذلك لأنّها صارت سلاحاً إيديولوجياً لتسويق المنافع وتحقيق السيطرة. وهكذا لا نزال إلى اليوم نرى كيف أنّ الديمقراطية الغربية تزعم موت الإيديولوجيا، في حين تحوّلت هي نفسها إلى قوة إيديولوجية قاهرة. ولنا أن نتحرّى ما يكتظ به الخطاب الإعلامي لنبلغ هذه الحقيقة.

في عرضه لمكوّنات وأسس الإمبراطورية الإعلامية الأميركية يسأل الباحث الفرنسي ميشال بوغنون: لماذا يمكن أن يشكّل احتكار الاتصال امتيازاً أو كسباً حاسماً لمن يستطيع امتلاكه؟ ويجب: لأنّه يغطّي كلّ وظائف البشر الروحية: ثمّ ينبري ليلاحظ أنّ النجاح الأوّل لأميركا في مجال الاتصال، قام على مفارقة لافتة: فهي أمة قنّاصة، وشرسة، مسؤولة عن عدّة تدخّلات خارج حدودها الشرعية، منذ نهاية حرب الاستقلال، وهي من وجهٍ آخر موضوع كرهٍ من جانب شعوب كثيرة. ومع ذلك، توصلت الولايات المتحدة إلى خداع الشعوب بحكم مسبق، وذلك يعود إلى عوامل: خبرة طويلة في الإعلان، احتكار كبريات وكالات الصحافة

الدوليّة، القوّة الماليّة، وكذلك فالأميريكيون يدينون لسليبيّة الأجهزة الإعلاميّة والمؤسّسات التربويّة والحكومات في مجمل العالم^١.

لقد انبنت العمارة الإعلاميّة الأميركيّة على امتداد تاريخ طويل. ومكنتها الاستهدافات الرساليّة والإيديولوجيّة متضافرةً مع المجمعّات الصناعيّة والعسكريّة بالتوازي معها من التطوّر المطرّد باتجاه السيطرة^٢.

سنة ١٨٤٨، وُلدت في الولايات المتّحدة الوكالة الصحافيّة، «آسوشيتد برس»؛ تلتها سنة ١٩٠٧ «يونيتد برس آسوشيشن»، و«الإنترناشيونال نيوز سرفيس» سنة ١٩٠٩، المجمعّة سنة ١٩٥٨ في وكالة «يونيتد برس إنترناشيونال». وإذا أضفنا وكالة «رويتر» (تسمّى الآن «رويترز») التي تنتمي، اليوم، إلى صحافة بريطانيا العظمى وأستراليا ونيوزيلندا، وتكتفي على غرار معظم الوكالات غير الأميركيّة في العالم، غالبًا، بتكرار معلومات الوكالات الأميركيّة، فإننا نحصل على تكتّل قادرٍ على مراقبة ٩٠٪ من الإعلام المبتوث.

ومع الصحف الكبرى التي بلغت جمهورًا عالميًا (نيويورك تايمز، ونيويورك هيرالد تريبيون)، والدوريات (الريدرز دايجست، ناشيونال جيوغرافيك ماغازين، بلاي بوي، تايم، نيوزويك، وشبكات NBC وABC، CNN الشبكة العالميّة الأولى)، ومنذ عام ١٩٨٠ صارت الولايات المتّحدة تملك سلطانًا ذا مدى لا يُسبر غوره، يسمح لها منذ عشرات السنين، بقولبة فكر بضعة مليارات من الأفراد. وعبر الصحافة والسينما والتلفزة والراديو، وجد الأميركيون طريقة لتصوّر الثقافة والآداب والإعلام والسياسة واستعمال القوّة، والإملاء ولفظ اللغة الإنكليزيّة، ولاختراق الرؤوس^٣.

١. راجع: بوغنون، أميركا التوتاليتاريّة، ٢٤٥-٢٤٦.

٢. حيدر، استراتيجيات الإعلام الأميركيّ بعد الحادي عشر من أيلول.

٣. م.ن.

إعصار الفضائيات

المركزية الميدياوية للسيطرة على العالم

في السنوات الأخيرة من القرن العشرين نشأت الفضائيات التلفزيونية لتضيف إلى مجتمع الإعلام العالمي نكهة أميركية زائدة. وقد كان من أهم القنوات الأميركية «إيه بي سي»، «سي بي إس»، و«إن بي سي».. وذلك قبل أن تعزز الإمبراطوريات الإعلامية قبضتها على هذه السوق وتبتلع تلك القنوات، ولكن عندما كانت تلك الشبكات مستقلة كان يسيطر عليها جميعاً اليهود، منذ إنشائها. إذ سيطر على «إيه بي سي» ليونارد غولدينسون، وسيطر على «إن بي سي» ويليام بالي، ثم لورنس تيش، وكلاهما يهوديان كما أسلفنا. وخلال عقود من عمل هذه الشبكات كانت تمتلئ باليهود من الصحفيين والإداريين والفنيين، وعندما تم ابتلاع هذه الشبكات من قبل إمبراطوريات أكبر حجماً، انتقل هذا الثقل اليهودي إلى الإمبراطوريات نفسها، التي كان يسيطر عليها اليهود أساساً.

والأخطر من قضية ملكية يهود لمعظم هذه الإمبراطوريات هو ما أوردته نانسي سنو من معلومات في هذا الموضوع الخطير. فلقد تمكنت البروفسورة الأميركية من خلال وجودها على مقربة من مواقع القرار السياسي من إلقاء الضوء على المناطق المعتمدة وتلك المسكوت عنها في العلاقة الخفية التي تربط الإمبراطورية الإعلامية بالبيت الأبيض والبنطاغون ووكالة المخابرات المركزية (سي.آي.إي). تقول: إن أبحاثها تطرق مواضيع تتعلق بالدعاية التي بدأت تسود في الولايات المتحدة والعالم، الذي بدأ يتشكّل فيه وضع جديد قبيل غزو أفغانستان، وعلى الوضع الذي تحوّل فيه وزير الدفاع دونالد رامسفيلد إلى أكبر مروّج دعايات للمتشدّدين في إدارة بوش.

أمّا في ما يتعلّق برعاية الميديا للموجات الاجابية في العالم ما بعد ١١ أيلول سبتمبر، فقد صدرت العديد من الدراسات النقدية لتبرّر حقيقة أنّ «الإرهاب ليس شيئاً يذكر من دون وسائل إعلام»، كما يقول عالم الاجتماع الفرنسيّ جان بودريار. فوسائل الإعلام برأيه، هي جزء لا يتجزأ من الحدث، ومن الرعب، وقد تؤدّي دورها في هذا الاتجاه أو ذاك، وبالتالي فإنّ الفعل القمعيّ يسلك المسار غير المرتقب نفسه الذي يسلكه الفعل الإرهابيّ، ولا أحد يعلم عند أيّ حد سيتوقّف، والانقلابات التي ستليه. ما من تمييز ممكن، على مستوى الصور والإعلام. وفي سياق شرحه لمقولة الإرهاب المركّب (الرمزيّ / الواقعيّ) يبيّن العالم الفرنسيّ بودريار وجهاً آخر للإرهاب دفع به الإعلام الأميركيّ الموجه بوسائله الكثيرة والكبيرة إلى أن يتحوّل من مجرد صوت وصورة إلى باعث لزمان وواقع جديدين. هذا الوجه الآخر للإرهاب يكمن في أنّ كلّ الأشكال الأخرى للعنف وزعزعة استقرار النظام تتضافر لصالحه: إرهاب معلوماتيّ، إرهاب بيولوجيّ، إرهاب الإنتراكس والشائعة، هذه كلّها تنسب إلى بن لادن، حتّى أنّه صار بإمكانه أن يعلن مسؤوليته عن الكوارث الطبيعية. كلّ أشكال اللاتنظيم والتداول الشاذّ مفيدة له. وحتى بنية التبادل العالميّ المعمم تخدم التبادل المستحيل. كأنّها الكتابة الآلية للإرهاب يرفدها باستمرار الإرهاب (غير المتعمّد) للإعلام، وبكلّ ما يتوجّب عليها من تبعات الهلع: فإذا كانت الإصابة، في قضية الإنتراكس هذه كلّها، تتمّ من تلقائها عبر التبلور الآنيّ، على غرار محلول كيميائيّ؛ إذ يمّس مسّاً إحدى الخلايا، فهذا يعني أنّ السستام بأسره قد بلغ كتلة حرجة تجعله عرضة لأيّ اعتداء^١.

١. بودريار، ماذا يفعل الغرب ضدّ الذين يقاتلونه بموتهم.

هكذا لم تكن الميديا التي أنجبتها الحداثة الغربية في أي يوم بريئة من غاياتها السياسيّة. وحين يذهب الإعلام المسيطر ليسوع ثورته المعلوماتية عن طريق وسائل التواصل، فلا يفعل هذا إلاّ لخدمة طبقة سياسيّة تتصدّر عرش العولمة وشركاتها الكبرى. وعلى امتداد هذه الملحمة الفظيعة تلقي إمبرياليّة الصورة والصوت بظلالها فوق عالم يترنّح، وإنسان يواجه حالة من الانفلات والضياع.

وبعد.. فالسؤال الكبير الذي تطرحه ثورة الميديا هو ما يخصّ الطريقة التي يمكن فيها مواجهة الآثار المعنويّة والأخلاقيّة التي تنعكس سلبيّاً على القيم الإنسانيّة للشعوب، وخصوصاً شعوبنا العربيّة والإسلاميّة. ولا شكّ في أنّ الأخلاق الفطريّة التي توفّرنا الطبيعة البشريّة، وبالتالي الأخلاق الدينيّة والقوانين المدنيّة التي تنتظم فيها المجتمعات، ستشكّل أساساً لحفظ القيم في مجتمعاتنا، لتأليف نظام للقيم في كلّ ما يتّصل بتدبير الشأن العام والعلاقات بين أفراد المجتمع.

استناداً إلى ما تقدم، تسقط خرافة الحياد الإعلاميّ، لتمضي القوى المهيمنة على المجتمع الإعلاميّ العالميّ في حروب لا نهاية لها، ولا سيّما الحرب المعنويّة التي تُخاض للتأثير على عقول الناس وتوجيه ثقافتهم عبر الصورة والصوت. وذلك ما يسمّيه ناقدو «الميديا المعولمة» بـ «الإمبرياليّة الناعمة»، وهي تلك السلطة الطاغية التي تعرج في الأثير اللامتناهي، فتجاوز الحدود، وتنكث العهود، وتخرق سيادات الدول.

لائحة المصادر والمراجع

١. بودريار، جان، ماذا يفعل الغرب ضدّ الذين يقاقلونه بموتهم، (لوموند) ٣ / ١١ / ٢٠٠١، «نوافذ» ترجمة بسام حجّار ١١ / ١١ / ٢٠٠١ .
٢. بوغنون، ميشال، موردان: أميركا التوتاليتاريّة، الولايات المتّحدة والعالم إلى أين، قدّم له: بيار سالينجر، تعريب خليل أحمد خليل، دار الساقى، لندن، بيروت ٢٠٠٢ .
٣. الحمامي، الصادق، الميديا الجديدة: الاستمولوجيا والأشكال والسياقات، المنشورات الجامعيّة، الإمارات العربيّة المتّحدة، الطبعة الأولى، ٢٠١٢ .
٤. حمداوي، جميل، المقاربة الوسائطيّة (L'approche médiologique)، بحث خاصّ في إطار محاضرات جامعيّة، الرباط، المملكة المغربيّة ٢٠١٦ .
٥. حيدر، محمود، استراتيجيّات الإعلام الأميركيّ بعد الحادي عشر من أيلول، محاضرة في مؤتمر كلمة سواء، الأونيسكو، بيروت ١٥-٤-٢٠٠٢ .
٦. دوبرية، ريجيس، «حياة الصور وموتها»، ترجمة: فريد الزاهي، دار أفريقيا الشرق، بيروت ٢٠٠٢ .
٧. ديفنز، ريتشارد، وسائل الإعلام الجديدة والسياسة الأميركيّة، دراسة أكاديميّة، جامعة أوكسفورد، نيويورك ١٩٩٨ .
٨. ديوز، مارك، الصحافة الإلكترونيّة، شبكة ويب العالميّة، المجلد السادس، العدد ١٥-٢٠١٢ .
٩. سنو، نانسي، حوار مع شبكة «غوريللا» الإلكترونيّة حول كتابها «حرب المعلومات: الدعاية الأميركيّة والسيطرة على الرأي العام، نيسان (أبريل) ٢٠٠٣ .
١٠. شيلر، هربرت، الرعب الإعلاميّ من شؤون الرئاسة في واشنطن. لوموند ديبلوماتيك، الطبعة العربيّة، الشهرية، آب (أغسطس) ١٩٩٧ .
١١. فوكو، ميشيل، نظام الخطاب، ترجمة محمد سيلا، دار التنوير، بيروت .
١٢. كورث، جيمس، ما تزال أميركا أمة؟، مركز الدراسات الاستراتيجية والبحوث والتوثيق، بيروت .

١٣. النجار، حسن رضا، تكنولوجيا الاتصال: المفهوم والتطور، بحث أكاديمي، جامعة المستنصرية، بغداد، ٢٠١١.
١٤. الوز، حسن، الإعلام، أدوار وامبراطوريات، وزارة الثقافة السورية، دمشق، ٢٠١٢.
15. coordinateur des Cahiers de médiologie n 12°L'automobile(2001).
16. coordinateur des Cahiers de médiologie n 1°La Querelle du spectacle« (1996)et n» 15° Faire face.(2002)
17. coordinateur des Cahiers de médiologie n 4°Pouvoirs du papier(1997) « et producteur de l'émission Le Cercle des médiologues sur France Culture (2001-2002).
18. coordinateurs des Cahiers de médiologie n 7°La confusion des monuments.(1999)
19. coordinatrice des Cahiers de médiologie n 10°Lux, des Lumières aux lumières(2000)
20. coordinatrice des Cahiers de médiologie n 5°La bicyclette (1998) «et n17° »Missions(2004)
21. Debray, Régis, Cours de médiologie générale. Bibliothèque des Idées ,1991
22. Debray, Régis, Cours de médiologie générale. Bibliothèque des Idées, 1991 ; Manifeste médiologique. Gallimard ,1994; Introduction à la médiologie. PUF, Collection Premier Cycle, 2000 ; Vie et mort de l'image, une histoire du regard en Occident, Gallimard1992.
23. Debray, Régis, Debray, Introduction à la médiologie. PUF, Collection Premier Cycle, 2000Vie et mort de l'image, une histoire du regard en Occident, Gallimard, 1992.
24. Debray, Régis, Debray, Manifeste médiologique. Gallimard, 1994 ,P220 ;
25. Debray, Régis, Le pouvoir intellectuel en France, Ramsay, Paris.1979
26. Definition of Media -<http://www.dictionnaire.com/browse/media>.

27. Definition of media in British and World English in Oxford dictionary. Meanin, pronunciation and example sentences. English to English reference content راجع أيضا - www.oxforddictionaries.com
28. Tod Gitlin, Media Unlimited: How the torrent of Images and Sonds over Whelms our lives New York, 2002.
29. Victor Hugo, Notre-Dame de Paris, Livre V, chap. 2 ») La presse tuera l'Église ...L'imprimerie tuera l'architecture.

الميديا بين التصنيع والتصنيع رهانيّة التسلط الأميركي والإرهاب

عامر عبد زيد الوائلي^١

مدخل

بلغ الزمن التكنو-إلكترونيّ حدوده القصوى مع ظهور ثورة الاتصالات في أواخر القرن المنصرم، غير أنّ هذا التطور العلميّ لا يتوقّف عند حدود الاستخدام التقنيّ، وإنّما دخل في حركة النزاع بين الدول والمجتمعات. وقد لعب المركز الصناعيّ الغربيّ المنتج للميديا دورًا حاسمًا في توظيف الإعلام المعاصر للهيمنة على الشعوب بمختلف المستويات.

في هذا البحث مسعى إلى الإضاءة على عالم الميديا بوصفه أداة للإخضاع والسيطرة.

نودّ هنا أن ندخل في الإطار النظريّ لهذا البحث، وهو جدلية الصراع بين الأنا والآخر سواء أكان الآخر الغربيّ أم الآخر الشموليّ الأصوليّ الإرهابيّ الذي يرفض الحوار أو التعايش ضمن فضاء تعدديّ، وعلى هذا الأساس نلمس أثر حروب الإرهاب المدمر للواقع العربيّ الإسلاميّ، وكيف تحوّلت المنطقة إلى أتون مشتعل يسهم في إشاعة الهيمنة الغربيّة؛ إذ تبدو تلك الاستراتيجية القائمة على الخوف والتخويف جليّة، فهي استراتيجية كبرى تتبّعها قوى الهيمنة؛ للحفاظ على مصالحها وهيمنتها، وبناء مواقع متقدّمة لها في بلداننا العربيّة.

١. أستاذ الفلسفة الوسيطة (إسلاميّة - مسيحيّة)، جامعة الكوفة، العراق.

وهي استراتيجية تغذيها مراكز التفكير^١ «فهي مراكز فاعلة ومؤثرة في مختلف المجالات الحيوية اليوم. وهي تمثل وجهًا إيجابيًا هو استثمار المعرفة وحسم الصراع بين المثقف وصاحب القرار، ووجهها السلبي هو توظيف معطيات البحث العلم ومخرجاته لبطس السيطرة من أجل الهيمنة والتخطيط للحروب واستثمار نتائجها لمصلحة الشركات والدول الكبرى»^٢.

وبهذا تبرز رهنية هذه المشكلة بأبعادها المترامية الأطراف كلها، وقد شكّلت منهاً واسعاً وثرًا للدراسة. ومن الممكن جمعُ ثنائية (التصنيع والتصنيع) التي تمظهرت في العلاقة بين العقل الإمبراطوري الأميركي والعقل الأصولي الإرهابي. وستناول أهم ما يميّز هذا الموضوع بالتحليل:

من خلال تحليل الخطاب الإعلامي، وكيف هيمنَ عليه «العقل الاستراتيجي» - بحسب توصيف هابرماس - المتمركز حول الذات الغربية، إذ كشف عن جملة من المشكلات، منها: الهيمنة الغربية، وصراعات القوى المتحالفة مع قوى دولية، وهناك مشكلة التداخل تتجلى في علاقة الآخر الغربي بالذات العربية الإسلامية وإحلال التواصل والتعاون بدلاً منها، وعلى مستوى التداخل تظهر مشكلة التنمية والتعليم وتأسيس مؤسسات سياسية على أسس عصرية تقوم على التعددية السياسية، ومن ناحية أخرى هناك ضرورة لبناء المجتمع على أسس جديدة بدل التشويشات الطائفية والإثنية وإحلال منطق التعايش بديلاً عن منطق الإقصاء والتهميش السياسي والحقوقى والاجتماعي؛ مما يعني إعادة النظر بالعقل الاستراتيجي القائم على الهيمنة الشمولية، وإحلال المنطق التواصلي المتسامح الذي يقود إلى الاعتراف بالحقوق لكل طرف ضمن علاقة تقوم على

1. Think tanks

٢. المقيّد، أميركان انتربرايز انستيتيوت، ٦-٧.

تأسيس إجماع سياسي واجتماعي جديدين ضمن فلسفة سياسية معاصرة، تحاول تجاوز الأزمة العالمية ونقدها، (هي أزمة الإنسان المعاصر والعقل الكوني في مواجهة المشكلات والعقلانيات المسيطرة التي تزداد تأزماً وتعقيداً، كما هي حال المشكلات الأمنية بشكل خاص، حيث محاربة الإرهاب، تولد المزيد من العنف الأعمى والقتل المجاني والعمل البربري)^١ وهي في الوقت نفسه تخلق ردود فعل، فحين يُنظر إلى أي دولة على أنها تحاول الهيمنة على الدول الأخرى يبرز «ردُّ فعل» يقاومها.

وهذا يبذد الجهود في مواجهة المشكلات الحقيقية لنا جميعاً، مثل أزمة البيئة العالمية التي يمكن أن تجعل جوانب تقدّمنا الأخرى كآفة بلا معنى، إذالم نتعامل معها بنجاح، فإنّ تصاعد حدّ الجفاف والفيضانات الكاسحة والعواصف الهوجاء، أثرٌ قاسٍ حقاً^٢.

وفي النتيجة إنّ الأطروحة التي نحاول تقديمها هنا هي كشف التلازم والتداخل بين العقل الإستراتيجي أي الهيمنة الأميركية والإرهاب، من خلال تحليل الخطاب الإعلامي الغربي عامّةً والأمريكي خاصةً، ومعرفة دوره في تصنيع صورة متخيّلة عن العدو المتمثل بالإسلام أو ما يُعرف «الإسلاموفوبيا»، وفي مقابل هذا هناك التصنيع المتمثل بالخطاب الإرهابي الإعلامي، الذي يحاول رسم صورة متوحّشة غير قابلةٍ للتعايش، وهذا يتجلّى في خطابه بوضوح.

إذ يمكن تأصيل الصورة على مستوى اللغات هناك تعدّد للمصطلحات المستعملة في التعبير عن «الصورة» في اللغة العربية، وفي اللغة الإنجليزية؛ ففي اللغة العربية نجد مصطلحات: الصورة، والصورة الذهنيّة، والصورة النمطيّة،

١. حرب، أزمة الحداثة الفائقة، ١٥.

٢. انظر: جور، هجوم على العقل، ٢٤٣.

والتعميمات النمطية، والقوالب النمطية الجامدة وغيرها. وفي اللغة الإنجليزية نجد مصطلحاتٍ عديدة أبرزها «the image» و«tabloid» وغيرها^١. وقد تجلّت هذه الصورة في الخطاب الإعلامي الأميركي والإرهابي معاً في نظرهم إلى الآخر خارج الذات، وكان بين هذين الخطابين بنيةً مشتركةً عامّةً هي العقل الإستراتيجي. ومن ناحية أخرى فإن الصورة النمطية التي يرسمها الإعلام الغربي يحاول الخطاب الإرهابي أن يقرّها على مستوى القول والعمل. ومن ثمّ يمكن أن نجد أنّ أهمّ مظهرات هذه الأطروحة في ما يعرف بآليات إنتاج العدو، وغاياته المنشودة في صناعة الظروف المناسبة لظهور الخطابات المتشدّدة في المنطقة التي تحوّلها إلى شرطة عند الغرب؛ مما يعني ظهور خطابات متطرّفة تعمل تحت الأرض من أجل نبذ المجتمع وتكفيره؛ لأنّه صامت على استبداد الحكومات. والاستفادة من وجود الأنظمة المستبدّة من أجل خدمة أهدافه؛ وفي النتيجة جعلها أداةً في خدمة أهداف الغربي في المنطقة.

إنّ انتشار نمطٍ جديدٍ من الشروخ المجتمعية يستحضر الانقسامات القومية والاثنية والطائفية، وهذا أدّى إلى اختلاق حروبٍ إثنية جديدة على منطقتنا (الشرق أوسطية) التي هي أكثر الجغرافيات تعرّضاً لتأثير هذه الحروب المفترضة؛ لأنّها خاضعة لتوصيفات إشكالية كثيرة؛ فيستخدمها العقل الغربي الأميركي في مواجهاته لأزمات الصراع الحادثة في المنطقة. ولأنّها تضحج أيضاً بأنواع كثيرة من الأعداء الأيديولوجيين والدينيين والعقائديين؛ تكون ممتلئةً بأشكالٍ متقاطعة من الثقافات العدوانية والثقافات التابعة التي تجعل منها ميداناً واسعاً لصراعات داخلية معقدة، وهي ميدان لصراعات غير متكافئة مع أعداء عابرين للقارات وأعداء دينيين ذوي مرجعيّات تاريخية، وربّما أعداء لهم توصيفات إرهابية

١. ندا، الصورة الذهنية والإعلامية، ١٩.

اكتسبت سمة التوهّم بالعالمية. وهذا يكشف أنّ هذه التوصيفات والتحليلات محكومة بالأحكام المسبقة؛ وهذا يجعل تلك المناهج المعتمدة من الخبراء العلميين تفتقر للمسوّغات العلميّة في تحليل الأسباب المباشرة والكامنة خلف ظاهرة الأصوليّة عامّة والإسلاميّة خاصّة، من خلال كشف آليات التفكير التي لا تزال مجهولة لدى هؤلاء الخبراء سواء أكان هذا على صعيد المنهج العلميّ أو الرؤية الموجّهة لهؤلاء الخبراء على مستوى تحديد الأولويات على أساس المنطق العلميّ الذي فشل في تعزيز طرق البحث، والنماذج الجاهزة التي تمّ وراثتها عن برامج العلوم الاجتماعيّة^١.

وعلى الرغم من هذا النقد نجد أنّ تلك المراكز البحثيّة قد اعتمدت آليات متعدّدة من أجل تعميق الشرح الإثنيّ والطائفيّ^٢؛ ولننظر إلى أدبيّات وسائل الإعلام الأميركيّة والغربيّة إلى هذه المنطقة التي توصف بأنّها منطقة أزمة دائمة، ومنطقة تسخين أمنيّ، لها علاقة بما يسمى بأمن المصالح الدوليّة، أو ما يعرّض (المجتمع الدوليّ) كما يرد في الأدبيّات الغرب أميركيّة إلى تهديدات خطيرة، كما أنّ طبيعة الإعلام الموجه إلى هذه المنطقة يأخذ حيزاً كبيراً في وسائل الإعلام الأميركيّة بشكل خاصّ.

إنّ الصراعات تستهلك الأموال من أجل التسليح من الصناعات العسكريّة الأميركيّة والغربيّة؛ وفي النتيجة يُشرعن الخطاب السياسيّ الأميركيّ شنّ الحروب من أجل تسويق التدخّل في المنطقة وغزوها وتدميرها. هذه هي فرضية البحث، فإنّ الاثنين متوافقان على اختلاق المسخ العدو، ثمّ يسوّغان الحرب وتدمير المنطقة وإخضاع شعوبها للموت.

1. Hughes, W. Situating Islam: The Past and Future of an Academic Discipline..

٢. انظر: بيترز، حدود الدم كيف سيبدو الشرق الأوسط بحالته الأفضل؟.

إنَّ هذه الاستراتيجية القائمة على التخويف نجدها في الخطاب الإعلاميِّ الأميركيِّ ونجدها أيضًا في الخطاب الإعلاميِّ الإرهابيِّ، وهو ما نحاولُ تحليله أو توصيفه هنا.

المبحث الأول: ظاهرة التصنيع في الإعلام الأميركيِّ

ثمة تعريفات تصف عمليَّة الاتصال، فمن الزاوية النفسيَّة نجد تعريف «هوفلاند»: «الاتصال هو العمليَّة التي يقوم بمقتضاها الفرد القائم بالاتصال بإرسال مثير، عادة ما يكون لفظيًّا، لكي يعدِّل من سلوك الآخرين». ويعرفه «دافيد بيرلو»: «السلوك الاتصاليُّ يهدف إلى الحصول على استجابة معيَّنة من شخص».

أمَّا من زاوية اجتماعيَّة فيعرِّفه «جورج جدبتر» بقوله: «الاتصال هو العمليَّة التي يتفاعل بها بعض الأطراف من خلال الرسائل من سياقات اجتماعيَّة، الاجتماعيَّة التي يتمُّ بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار في رموز دالَّة، بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع وبين الثقافات المختلفة لتحقيق أهداف معيَّنة»^١. والتأثيرُ الأخطرُ للإعلام ضمن هذه الأبعاد النفسيَّة والاجتماعيَّة يتمثَّل في أنَّه يسهم بدرجة كبيرة في تشكيل إدراكنا الواقع، وإذا قلنا إنَّ الإنسان يتفاعل مع الواقع بحسب تصوُّره له؛ فإنَّ الجهة التي تشكِّل إدراك الإنسان واقعه تحكم فيه حرفيًّا^٢. وفي النتيجة إنَّ الحديث عن حضور الإعلام في الواقع جعل بعض النقاد يبيِّنون أثره الذي وصل إلى حدِّ خلق واقع مغايرٍ للواقع الحقيقيِّ وبدليلٍ منه، فقول جان بودريار في مقاله الشهيرة بعنوان «حرب الخليج لن تقع». كان العنوان لافتًا في لا معقوليته نابعًا من تأويل للحدث، فقال: حين يراقب العالم الحرب على

١. فهمي، هندسة الجمهور، ٢٥.

٢. م. ن، ٣١.

شاشة التلفزة يشعر أنّ الحرب لا توجد في الواقع، بل فقط على تلك الشاشات^١. ولعلّ تأويله نابغ من بلاغة الخبر الإعلامي وأثره الذي فاق ما هو واقعيّ، فهو القائل «ما يميّز ما فوق - الواقعيّة هو أنّها تعدم العلاقة الثنائيّة بين الدالّ والمدلول، لتبقى الرمز فقط... فإنّ الرمز... لا يحجب الواقع، بل حلذ هو نفسه مكان الواقع، بتدميره ثنائيّة الدالّ والمدلول. مما يعني أنّ سلطة الرمز افترست المرجعيّة التي يشكّلها أو كان يشكّلها الواقع... ولما كان الواقع مدمراً وحقيقة مدمّرة، لا يعود هناك مجال لغير الكلام على حقيقة المصطنع»^٢. وهكذا تظهر مفردة التصنيع جليّة؛ بمعنى أنّ الإعلام هو من يقوم باختلاق عالم بديل يعبر عن مالك أدوات الإعلام، فهذا العالم ليس حقيقياً، بل هو مزيفٌ يحلّ محلّ الحقائق بقوة مالك أدوات الإعلام على صناعة الحقائق الواقعيّة وتشويهها؛ فهو صورة كاذبة تحلّ محلّها، وهذا أيضاً ما يؤكّده جان بودريار بقوله: «لا يعني البشر التقنيّين، لا يعني المأجورين والموظّفين والمتخصّصين، فهم أقرب إلى الآلة الذكيّة يقودها ويشغلها بشر يملكونها»^٣ فهذه الأدوات هي من أبرز معالم العقل الإستراتيجيّة كما يقول هابرماس؛ إذ يؤكّد في كتابه (التقنية والعلم) كإيديولوجيا إلى عقل الأدوات يعبر عن العقلانيّة الأدوات التي لها أثر مهمّ في المجتمع الرأسماليّ الغربيّ»^٤.

فالتأويل بهذه الصيغة بعيد عن الحوار والتواصل القائم على تقديم الحجج والبراهين، بل يعتمد على فرض صور مصطنعة تحلّ محلّ الواقع وتعمل على تزييف الوعي؛ لهذا يؤكّد «قدم الإعلام الغربيّ عن حرب الخليج صورة إيديولوجية ليس لأنّ الإعلام مستقلّ وسيّد نفسه، بل لأنّ القوّة القابضة عليه

١. حيدر، الدولة المستباحة من نهاية التاريخ إلى بداية الجغرافية، ٢٠٥ و ١١١.

٢. بودريار، المصطنع، ٢٧-٢٨.

٣. م. ن، ٣٦.

٤. حمدي أبو النور حسن، يورجين هابرماس الأخلاق والتواصل، ١٣٣.

استخدمته للتضليل»^١؛ وهذا يجعلنا نواجه واقعا مزيفاً^٢ أو واقعا متخيلاً^٣، يتم اصطناعه عن الآخر أو ميتاخرافة^٤.

فالتضليل كان يستثمر ملكية أدوات العلم من أجل إيصال رسالة مصطنعة تخدم الأهداف الأميركية وغاياتها؛ فقد كانت تلك الصورة النمطية التي تحملها تجاه الآخر مغلبة على الواقع وحالة محله عبر هيمنتها الإعلامية التي أدرك «الاستراتيجيون، والأميركيون على وجه الخصوص، هذا الأمر بدقة، وفهموه، وسيكون عليهم تعزيز هذه القوة الخفية المقتدرة وتعظيمها، حتى إن كثيرين منهم لم يتورعوا عن وضع سلاح الإعلام كسلاح موازٍ للسلاح النوويّ وأسلحة الحرب الإلكترونية، وكذلك للأسلحة التكنو - اقتصادية بأحيازها المختلفة»^٥.

فهؤلاء يقدمون المخططات الاستراتيجية للسلطة التي تحاول فرض هيمنتها على مقدّرات الدول، وهي تنزع بدافع الرغبة ضمن جدلية التملك والعطاء؛ وهذا يدفعها إلى الهيمنة العسكرية والإعلامية وهما أداتان تمكّنان من انتزاع الاعتراف بها بالإكراه والتضليل «تلك التي تسيطر على عقول الناس عبر الصورة والصوت، أي على أثير هوى محموم شاء صانعه أن يصير وابه أسياد العالم الجدد. وذلك ما يسمّيه ناقدو «الميديا المعولمة» بـ«الإمبريالية الناعمة». تلك التي تعرج في الأثير إلى اللامتناهي فتتجاوز الحدود، وتنكث العهود، وتخرق سيادة الدول، حتى لتدخل البيوت من غير أبوابها، وسيتلقاها الجميع بطيب خاطر، كما لو كانت

١. بودريار، المصطنع والاصطناع، ٣٧.

2. Rseudo

3. Ietual

٤. والميتاخرافة Metafiction: كل قصة أو عمل يؤدّي فيه الخيال دوراً رئيساً، مصوراً للناس والأحداث بطريقة مختلفة. انظر: هنشون، سياسة ما بعد الحداثيّة، مقدّمة المترجمة، ١٦.

٥. حيدر، الدولة المستباحة من نهاية التاريخ إلى بداية الجغرافية، ١١٢.

عضواً حميماً في الأسرة لا مناص من الاستئناس به في أي وقت. وسيمكن هذا الهابط إليك من عل أن يشاطرك سرّاً وسترك من دون إذن، يُسمِعك ويُريك ما ترغب وما لا ترغب....

إنّ الغرب عامّةً والولايات المتّحدة الأميركيّة خاصّةً سيأخذون بناصية الظاهرة الإعلاميّة لجعلها القوّة الأكثر سحرًا في إنجاز عمليّات الامتداد والسيطرة...^١.
فهذه السلطة الإعلاميّة سواء أكانت موجّهةً إلى الداخل من أجل إقناعه بخطاب الدولة وتخويفه من العدو الخارجي أم موجّهةً إلى الخارج من أجل تسويغ التدخّل؛ فإنّها سياسة تقوم على قاعدة قوامها «إنّ الإنسان لا يرى أوّلاً ثمّ يعرف، ولكنه يعرف أوّلاً ثمّ يرى، ففي العالم الذي يتّصف بأنّه محيرّ ومربك نحن نتقي ما عرفته لنا الثقافة، ثمّ نميل إلى إدراكه في الصورة التي صنعتها لنا الثقافة»^٢.
فالثقافة الغربيّة تشكّل البطانة اللاشعوريّة، ولعلّ هذا واضح في «مفهوم الغيريّة في الفكر الأوروبي، وهي مقولةٌ تؤسّسها فكرةُ السلب أو النفي، فالأنا لا يفهم إلّا بوصفه سلبيّاً، أو نفيّاً لـ «الآخر» على أساس أنّ الفكرة المؤسّسة لفلسفة «الذات» هذه هي كوجيتو ديكارت... إلى هيغل وماركس إلى سارتر والذين جاؤوا من بعده^٣، «وكما يقول فرنان بروديل: «... إنّ الحضارات، في الغالب، ما هي إلّا «تجاهل وإنكار، احتقار وكراهية للآخر، ولكنها ليست هذا فحسب؛ لأنّها أيضاً تضحية وإشعاع، وتراكم للثروات الثقافيّة وأرصدة لذكاء»^٤. وهكذا تكون هناك ثقافة، سواء أكانت غربيّة أو عربيّة إسلاميّة تشكّل المرجعيّة الفكرية والتربويّة؛ وتأتي الصورة من أجل استثمارها وتوظيفها في صناعة وعي الجمهور، أو ما يعرف

١. م. ن.

٢. نداء، الصورة الذهنيّة والإعلاميّة، ٦٨.

٣. أفاية، الغرب المتخيل صورة الآخر في الفكر العربيّ الإسلاميّ، ٢٥.

٤. م. ن، ١٣٦-١٣٧.

هندسة الإجماع^١، وهو مصطلح جاء به «إدوارد بيرنيز» يول: «لو أننا فهمنا آليات العقل الجماعي لنستق محدد حسب رغبتنا دون أن يدركوا ذلك»، وبالتالي ما الذي يمنع أن تكون سلوكياتك وردود أفعالك في مجالات متعددة متأثرة - لا شعورياً - بما تتلقاه يومياً من رسائل...^٢. ومن هنا نستطيع توجيه وعي الجمهور واصطناعه من خلال وسائل متعددة في صناعة الصورة ونقلها، و«توجد كثير من العوامل التي تهيئ لوسائل الإعلام القيام بهذا الدور، أولها: الانتشار الواسع لوسائل الإعلام، وثانيها: استيلاؤها على أوقات الأفراد ومنافستها الشديدة للمؤسسات الاجتماعية في مجال التأثير الجماهيري، وثالثها: إيقاع العصر الحالي الذي يتسم بالسرعة من ناحية وبعزلة الأفراد عن بعضهم...»^٣؛ ولكن هل معنى هذا أن أميركا قوة مهيمنة على العقول أو هي دولة مرفوضة؟ والجواب نجده في تلك النقود التي قدمها عددٌ من الباحثين الأميركيين إذ أشاروا إلى تدهور التأثير الأميركي في إنتاج تأييد عالمي لما تريده أميركا، «وعلى الرغم من التفوق الأميركي في مجال التكنولوجيا والدراسات العليا، لم تعد تستطيع الافتراض، كما فعلت في الأيام المجيدة التي أعقبت الحرب الباردة، بإقناع الرأي العالمي بالخطاب الأميركي». ولم تعد تستطيع الافتراض بأن العالم الخارجي على استعداد ليطمأه مع فكرتها عن (الحياة الجيدة) باعتبارها جذابة عالمياً^٤، وهو أمرٌ أدركه أوباما؛ إذ قال عن نظرة العالم إلى زيارة الوفود الأميركية الرسمية إلى تلك الدول: «إن ذلك يجعلك تتوقف وتتساءل حين يرفع الناس هناك أبصارهم إلى المروحيات الأميركية، هل يشعرون بالأمل أو الكراهية؟»^٥.

1. The Engineering f Consent

٢. فهمي، هندسة الجمهور، ٩.

٣. ندا، الصورة الذهنية والإعلامية، ١١٢.

٤. غردلز، الإعلام الأميركي بعد العراق - حرب القوى الناعمة، ٣٨.

٥. م. ن، ٤٣.

فهذا الموقف هو نتيجة حتمية للسياسة العدوانية والإعلام المضلل الذي يحاول تسويق تلك السياسة؛ فهذا الإعلام يعتمد أساليب تقوم على التلاعب بالعقول وتشكيل صور ذهنية تقوم على آليات متنوعة، منها: شخصنة المواقف والأحداث^١، ومنها إضفاء الطابع الدرامي على المواقف والأحداث^٢، أو اعتماد آلية تجزئ المواقف والأحداث^٣، أو اعتماد آلية تنميط المواقف والأحداث^٤. وتشكل هذه الآليات جزءاً من الوسائل التي تعتمد التضليل، ولكنها تقوم على إستراتيجية صناعة العدو، وهذا يتطلب شكلاً من أشكال العنف الرمزي، وهي تتشابه مع الحركات الإرهابية باعتمادها وسائل الإعلام، وفي الإرهاب اعتماد العالم الرقمي أكثر من غيره؛ لأنه يتوافق مع نشاطهم الإرهابي، ولكنها تحاول أن معاً أن يتجاوزا عائق المكان والزمان اللذين يعوقان الاقتراب بين الناس جغرافياً؛ فأصبح هذا الفضاء الرقمي مجالاً رحباً من أجل صناعة التواصل، فضلاً عن

1. Personalization

2. Dramalization

3. Fragmentation

٤. Narmdizaation: ندا، الصورة الذهنية والإعلامية، ١١٣-١١٥.

الفوضى الخلاقة أو إدارة التوحش^١ أو حروب الجيل الرابع^٢ التي تقوم على التدريب والتحريض؛ من أجل جعل الدول- التي تراها الولايات المتحدة دولاً معادية- منهكة ومفككة ولا بد من إزالتها، وهو هدف الإرهاب نفسه القائم على مخطّط صناعة التوحش والإنهاك وصولاً إلى التفيت وإقامة إمارات إرهابية؛ فهي تعتمد وسائل احترافية بمنطق العنف المفرط من أجل تحقيق غايات سياسية، وهو جزء من الفضاء والبيئة الرائجة بمرجعياتها ورموزها وتعاليمها أو بخطاباتها وأحكامها وفتاواها. ولكنّها مشتبكة على الرغم من تضادها العلنيّ بأمرين:

الأوّل: أنّها تحقّق الخطاب الإعلاميّ الغربيّ عامّةً والأمريكّيّ خاصّةً في

١. وهو كتاب: أبو بكر ليس هو الاسم الحقيقيّ لمؤلّف تلك المقالات ويقول مراقبون إنّها شخصيّة لضابط مصريّ هو سيف العدل- منسّق الشؤون الأمنيّة والاستخباراتيّة في تنظيم القاعدة- وربما هو محمّد خليل الحكايمه نفسه بسبب تشابه الأسلوب. وقد مُنِع الكتاب من التداول في كثير من الدول العربيّة، لكنّه أصبح متاحاً لاحقاً في أكثر من ١٥ ألف رابط في الشبكة العنكبوتيّة، وحسب بيان رسميّ لوزارة الداخليّة السعوديّة، فقد تمّ الإعلان عنه في ٢١/٦/١٤٢٩ كأحد الأعمدة الفكرية لتنظيم القاعدة في جزيرة العرب، كما ترجمته وزارة الدفاع الأميركيّة للغة الإنجليزيّة بعد أن عثرت المخابرات الأميركيّة على وثائق ورسائل موجهة من بن لادن وإليه تشمل فصولاً من هذا الكتاب، فاهتم به المختصّون الأميركيّون وقام مركز مكافحة الإرهاب في كليّة ويست بوينت العسكريّة بترجمته إلى الإنجليزيّة بعنوان إدارة الوحشيّة، وتم توزيعه على المسؤولين في الدوائر السياسيّة للحكومة الأميركيّة والمسؤولين في وزارة الدفاع.

٢. إنّ حروب الجيل الرابع أهمّ ما فيها الدخول في الحرب من دون خسارة أموال وأنفس، وتقوم على خمس أشياء أساسية أولها دعم الإرهاب، وإنشاء إرهاب دوليّ متعدّد الجنسيّات، واستخدام الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعيّ، واستخدام طرق معنويّة ونفسيّة تدميريّة، وأخيراً هدم الرموز واصفاً إيّاها بأخطر حرب عرفها العالم منذ بداية الوجود ويتمّ دراستها في المعاهد الاستخباراتيّة والعسكريّة بسبب خطورتها، بالإضافة إلى أنّ فكرة الجيل الرابع نجحت في ترسيخ فكرة أنّ المجتمع فاسد. انظر: ياسر الغيبري، (نبيل فاروق: الجيل الرابع من الحروب يحولك لجندي بجيش عدوك)، حوار تمّ خلال استضافة قاعة ضيف الشرف بمعرض القاهرة الدوليّ للكتاب، ندوة لمناقشة كتاب «حروب الجيل الرابع- حين تصبح أنت جيش عدوك»، بحضور كاتبه نبيل فاروق، وأدار المناقشة الكاتبة نشوى الحوفي جريدة: بؤابة العرب.

نموذج العدو الذي تمّ تخليقه حتّى تنطبق عليه سمات العدو، كما يظهر في الصورة النمطيّة؛ وفي النتيجة تسوّغ أعمال العنف والغزو أو ما يعرف بحروب الإرهاب. الثاني: أنّ هذا العدو هو جزء من السياسة الأميركية التي تسعى لتفتيت المنطقة، وتبدأ بالدعم والتدريب على أشكال الاحتجاج وسياسة اللاعنف^١. وصولاً إلى المواجهة العسكريّة، حيث تحوّل الدول المقصودة بهذه السياسة إلى دول مستبدّة وإرهابيّة وفاشلة وتصدر فيروسات إرهابيّة.

وهذا موضوع يمكنُ تتبّع آثاره في مخططات الإعلام ودوره في صناعة العدو، حيث إنّ من يخالفنا يتمّ عرضه في صورة «الغريب الشيطانيّ» من خلال الآليات الإعلاميّة الآتية:

أولاً: تجريد العدو من شرعيّته: فالتجريد يعني إنكار لآدميّة الجماعة موضوع التصنيف عبر استخدام مضامين شديدة السلبية، عندما تصنّف الجماعة الأخرى بوصفهم (أعداء)- أي كلّ أعداء أميركا- لهذا تضعهم في قوالب مرفوضة كليّاً من أعضاء الجماعة الداخليّة أي المجتمع الأميركي، وقد تمّ تصوير الآخر له إرهابياً قاتلاً بصور نمطيّة سلبية مدعومة بثقافة سابقة تجاه الآخر أي الإسلام... الخ، فالإعلام يسهم بإخراج الآخر من كلّ معاملة إنسانيّة.

ثانياً: تجريده من الإنسانيّة^٢، ويتمّ ذلك بطريقتين، الأولى: وصف الأعداء بصفات لمخلوقات أدنى من مرتبة الإنسانيّة، أو بصفات مخلوقات أقوى من الإنسانيّة، ولكنها مخلوقات خبيثة.. أمّا الطريقة الأخرى: فهي النبذ والإبعاد^٣ كونهم قتلة أو إرهابيين....

١. وهي أكاديمية التغيّر أو اللاعنف، وهي تحاول إعداد وتدريب القيادات الفاعلة من أجل إحداث الفوضى الاجتماعيّة والسياسيّة، وهناك سلسلة كتب ومحاضرات، ومناهج تدريبيّة في إحدى الدول الخليجيّة.

2. Dehumaniza

3. Outcasting

ثالثاً: الوظائف التي تحقّقها وسائل الإعلام للمجتمع من عملية تجريد الآخرين من شرعيّتهم، وذلك من أجل تبرير التصرفات السليبيّة جدّاً للجماعة الداخليّة، ومن خلال عمليّة التجريد أيضاً يتمّ إبراز الخلافات والفروق بين الجماعات (أي الدول والشعوب التي تتمّ محاصرتها أو غزوها)، والجماعة الداخليّة (أي الشعب الأميركيّ)....^١.

هذه الوسائل استخدمها الغرب عامّة أثناء الاستعمار، ومارستها أميركا بعد زوال الاتحاد السوفياتيّ؛ من أجل صناعة العدو، وقد عاش العراق حصاراً قاسياً إجرامياً، وعنفاً مفرطاً، وعاش الإرهاب، ولكلّ ذلك آثاراً مدمرةً مسوّغة بفعل الإرهاب وأسلحة الدمار الشامل. وتعيش سوريا واليمن وليبيا كلّها اليوم حالة الإرهاب والحرب؛ ويتمّ تسويق ذلك كلّه بمسوّغاتٍ مشابهة.

بل إنّهنّ يمارسون برمجة السلوك حتّى على المستوى الداخليّ من دون أن يشعر المتلقّي بهذه الصناعة للجمهور؛ عبر ثلاث آليات:

١. تداعي المعاني: ربّما تُستخدم الصور السليبيّة كمثير إضافيّ مع شخص أو مجموعة من الناس، بصورة متكررة لإحدى التطبيقات الأكثر تداولاً في المجال الإعلاميّ^٢.

٢. التعزيز أو التدعيم: يتعلّم الإنسان الاستجابة للمتغيّر الإضافيّ بصورة إيجابية، وحين يكون المثير طبيعياً، فإنّه يبعث بدرجة أكبر على الرضى والسعادة^٣.

٣. المحاكاة: يميل الإنسان إلى تصديق ما يكون مصحوباً بمثال عمليّ أو تجربة شخصيّة، فهو يكتسب سلوكيّات معيّنة بطريقة أسرع من خلال محاكاته

١. انظر: ندا، الصورة الذهنيّة والإعلاميّة، ١١٨-١٢٠.

٢. فهمي، هندسة الجمهور، ٥٢.

٣. م. ن، ٥٥.

للآخرين، وخاصة حين يكون هؤلاء من ذوي التأثير والشهرة^١. ويمكن أن نلمس هذه الآليات ودورها في صناعة الجمهور أو التلاعب به من خلال ما تحدّثنا عنه من استثمار الثقافة وما فيها من رواسب وصور نمطيّة، وإعادة توظيفها في اختلاق العدو، يضاف لها أن الإعلام الأميركيّ يحاول «أن يخلق مفارقة بين ملامح المسلم أو بعض سلوكه الدينيّ، مثل: أداء الصلاة أو قراءة القرآن، وبين القيام بأعمال عنف، وهو ما أدّى إلى وقوع حالات متكرّرة اتُّخذت منها إجراءات متحيّزة ضدّ مسلمين يقومون بالصلاة في بعض المطارات مما يثير صورًا أو ارتباطات ذهنيّة لدى الآخرين يجعلهم يتوقّعون ارتكاب أعمال عنف^٢.

المبحث الثاني: «ظاهرة التصنيع» في الخطاب الإعلاميّ

بعد حديثنا عن ظاهرة التصنيع أو الاختلاق أو هندسة الجمهور لدى رعاة الإرهاب، نجد أنّ التصنيع ظاهرةً موازيةً تشترك مع التصنيع في أهمّ خواصها (التزيّف واللبس)، «فإنّ ما نشهده بالضرورة هو الميل إلى الطبيعيّ إلى التصنيع»^٣، فإنّ من سمات هذا المفهوم أنّه يقوم على كلّ فكرة سواء أكانت سياسيّة أم دينيّة في قالب الموروث أو التقاليد؛ إذ «يرفض التصنيع هذه العوارض والطوارئ الحاصلة في التاريخ؛ لأنّها كـ «دنس» (sacrilege) في حرمة الفكرة الدينيّة أو السياسيّة وقد استهتأ التي يرتقي بها إلى مصاف الإطلاق»^٤.

إنّنا نجد أنّ هذا المفهوم يظهر بشكل جليّ في أفكار المنظّمات الإرهابيّة التي تحاول استثمار الدين استثمارًا سياسيًا من أجل تحقيق الغلبة المتمثّلة بنشر

١. م. ن، ٥٦.

٢. م. ن، ٥٢-٥٣.

٣. الزين، تصنيع المبادئ أو ينبوع العنف، ٣٢.

٤. م. ن، ٣٦.

الرعب في صفوف الآخر عبر العنف الضاري، والذي اعتمد ماكنته الإعلامية من أجل نشر هذا الخطاب؛ لتحقيق غاية عسكرية إرهابية تعتمد العنف، والعنف اصطلاحاً يشتمل على الخشونة في المحاوره إلى استعمال السلاح والبطش والاضطهاد، وهو نقيض المسالمة، ومثاليّة ما يمارسه (إنسان، حزب) أو تمارسه (دولة، سلطة، جهة، حركة)؛ مما يعني أنّ العنف يضعنا أمام مقاربات متنوّعة، وكلّ مقاربة تعكس إدراكاً معيّنًا وأسلوباً في التشخيص والاقتراح^١. وهذا التوصيف للدين ينطلق من توظيف ذرائعيّ يحقّق أهداف الجماعة التي تحاول فرض قراءتها على عموم المسلمين، بل إنّها تفرض هذه القراءة عنوة على المسلمين؛ وهي بهذا تحاول احتكار تمثيلهم أمام الآخر، وتمارس وصايتها عليهم بالإكراه مخالفةً جوهر الدين؛ ولكنها ترسم تصوّرًا للإسلام يتناغم مع تلك الصورة التي يرسمها الإعلام الغربيّ عامّة والأميركيّ مع اختلاف الغايات أو تطابقها. فالتصنيف هو شكل آخر من التصنيع وهندسة الجمهور باعتماد آليات إعلامية، فالتصنيف هو فبركة الصنم الفكريّ أو الأيديولوجيّ، حيث يرسخ الصنم في الذهن...»^٢.

ونجد أنّ هذا التصنيف يعتمد وسائل إعلامية في الوصول إلى الجمهور عبر العالم الرقميّ الافتراضيّ الذي تجاوز عائق المكان - والمكان اللذين يعوقان الاقتراب بين الناس جغرافياً. فأصبح هذا الفضاء الرقميّ مجالاً رحباً من أجل صناعة التواصل، فضلاً عن صناعة التوحّش؛ ومن ثمّ إدارته بفعل الاستثمار الإرهابيّ للخطاب الرقميّ، فإنّ المتابع للأعمال الإعلامية المعادية التي تتبّعها الفصائل الإرهابية يجد أنّها أعمال تعتمد وسائل احترافية تتوسّل بمنطق العنف المفرط من أجل تحقيق غايات سياسية، وهو جزء من الفضاء والبيئة الرائجة بمرجعياتها

١. انظر: الغرابوي، تحدّيات العنف، ٤٣.

٢. الزين، تصنيف المبادئ أو ينبوع العنف، ٢٩.

ورموزها وتعاليمها أو بخطاباتها وأحكامها وفتاواها. (صحيح أن الإرهاب كعمل عسكريٍّ إنما يخطط له في السرّ وتحت الأرض، ولكنه يشكّل الوجه الآخر لثقافة تسهم في إنتاجه، سمتها أنها متحجرة، أحاديّة، عدوانيّة، استبداديّة، كما تجري ممارستها تحت سمعنا وبصرنا، وكما تعمّم نماذجها في الجوامع والمدارس أو عبر الشاشات والقنوات)^١؛ فهي جميعاً تحاول فرض تلك القراءات على الجمهور وتحاول أن تُنمّط سلوكه عبر التحفيز والتخويف إلى أن تلقي رسالتها، والخضوع إلى تهديداتها، وفي النتيجة تحاول هندسة استجابته بالتلاعب بالعقل الجمعيّ واستثمار معطياتها.

فالإرهابُ بكلّ عنفه وليد البيئة التي تُسهم في إفراز الكثير من الخطابات المماثلة له، وسوف تستمرّ بهذا مستقبلاً، فهذه الخطابات الأصوليّة تشنُّ حربها ليس على الجسد وطاقاته الحيويّة وحدها، أو السلوك وحركته ومرورته فحسب، بل تصل إلى مطاردة النوايا، ومرجعيّة الإنسان لا تكون في ذاته، بل في نظم التحريم المتفاقمة التي لا تترك خارجها سوى أشباح الحاجات^٢. فهذه القراءة الإرهابيّة للنصوص تحاول توظيف الحاجات الملحّة لدى المسلمين إلى الأمن من الاستبداد الداخليّ والعدوان الخارجيّ، فإنّها تزيد الأمر صعوبة وعسراً بدلاً أن تقدّم حلاً، فهي تولّد تحالفاً خفياً مع الرغبات الخارجيّة في تبريرها الهيمنة على المنطقة، عبر زرعها الفتنة القائمة على تصنيف التراث واحتكار المعنى الحرفيّ وأحاديّ الجانب وفرضه على جمهور المسلمين بالقوّة والإكراه من خلال الرغبة بمحاكاة التراث، وهي تسعى إلى خلق الفتنة، وشقّ صفوف المسلمين والوحدة الوطنيّة بإثارة الفتن الطائفيّة والمذهبيّة التي تولّد الجذب والنبذ بين الاستقطاب

١. حرب، أزمة الحداثة الفائقة الإصلاح، الإرهاب، الشراسة، ٨٨.

٢. حجازي، الإنسان المهذور، ٢٥.

والاستبعاد. وقد كان الإعلام واحداً من الوسائل في إشاعة تلك القراءة. فالإعلام بكلِّ ثقْله الثقافيِّ والشرعيِّ وكلِّ بُعده التقنيِّ وليد تلك الممارسة، يعتمد الحرب النفسية في تسويق رسالته، التي تجد كلَّ الوسائل مباحة من أجل تحقيق غايات التنظيمات الإرهابية في إشاعة التوحش في البلدان المستهدفة وإدارته، سواء اعتمدت الإعلام المرئيُّ أم المطبوع؛ من أجل تحقيق أكبر قدر من الإبلاغ عن مضامين رسالتها الإعلامية المشبعة بالعنف المفرط؛ الذي يتّخذ وسيلة من أجل تحوّل خطابه الطوباويِّ التصنيميِّ؛ إلى حقيقة وإعادة إنتاج الزمن المقدّس: زمن البدايات، زمن الكمال، والعمل على إزالة الدنس والكفر والاستبداد والكفر عبر العنف الجهاديِّ الذي يفترض خطاباً تضحويّاً عنيفاً يقوم على إراقة دم الذات، ومحقّ الخصوم وإزالتهم من الوجود، وكلّ هذه البؤرة الأيديولوجية هي حمولة الخطاب الذي يعتمد العنف والشراسة من أجل تحويل اليوتوبيا إلى حقيقة، عبر علاقة استقطاب بين خيرية الذات وشيطنة الآخر الخصم من أجل إباحته وهدر دمه. إنّها «تحاول زرع الدمار وبثّ روح الخراب في العالم طابعها الجماد هو عائق أمام الحياة، بمعنى أمام التغير والتداول والتبادل والتداوت»^١، إنّها بعيدة كلّ البعد عن الحوار والتواصل والتعايش مع المختلف. وهناك صفاتٌ متعدّدة مشتركة بين الإعلام الأميركيِّ وإعلام التنظيمات:

الصفة الأولى: التضليل، وقد عرضنا لها من قبل عند الغرب، ونجدها هنا عند التنظيمات الإرهابية بارزة في إعلامها، ومن أجل تحقيق هذا يأتي دور الإعلام بوصفه جزءاً من الحرب التي تخوضها التنظيمات الإرهابية المختلفة، بل هي جزء حيويٌّ في استثمارها في اعتماد التضليل والمخادعة من أجل تحقيق أهدافه العسكرية بالتغلب أو التعويض عن انتكاساته، فقد استثمرت

١. الزين، تصنيف المبادئ أو ينبوع العنف، التفكير، ٣٤.

هذه التنظيمات وسائل الاتصال الإعلامية بأشكالها المتنوعة من خلال علاقة التواصل الاجتماعي في نشر أيديولوجيته، وتجنيد أكبر عدد من الشبان حول العالم، ومواكبة استعمال أكثر الوسائل تطوراً وتقنية بشكل ملحوظ، ومن ثمّ توظيفها لمصلحة إعلام التنظيم وأنصاره ومؤيديه الذين يأخذون أشكالاً متنوّعة من الداخل والخارج ممن يناصرونه أو ممن يهولّون من مقدرته الجهنميّة عبر تحليلاتهم ذات الارتباطات المتخفية، ولكنّ كلّ هذه الأوساط على اختلافها تبيّن: «أنّ التنظيمات مدركة تماماً الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعيّة في جعل تنظيمها عابراً للحدود وصناعة شعبية افتراضية تفوق الواقع، فهو إن يظاً أرضاً يبادر بشكل منظمّ وسريع في تغذية المواقع بأخباره صوتاً وصورة»؛ وهذه التحليلات تكشف أنّ التنظيمات وأنصارها يستثمرون الخطاب الرقميّ الإعلاميّ بشكل فاعل عبر إعادة الترويج للحرب النفسيّة بأشكال وأساليب متنوّعة من أجل تحقيق غاياته، التي منها: زرع الشعور بالخوف في قلوب المتلقّي عبر بثّ الرعب في الرأي العام من أجل تعظيم شأنه، ومنها: الوصول إلى تجنيد مقاتلين؛ لكسب عقول أكثر عدد من الناس، وصولاً إلى استمالة المتعاطفين، والمؤيدين، ويكون الهدف من التواصل معهم، استثمارهم والحصول على دعمهم ومساندتهم، ومنها: إدارة التوحّش المتمثّل بخصوم التنظيمات من الدول ومؤسّساتها بهدف زعزعة أمنها.

والصفة الثانية: بين التنظيمات الإرهابية والإعلام الغربيّ، ولاسيّما الأميركيّ، محاولة زرع الفتن في المناطق التي تعيش في الأساس انقساماً؛ إذ نجد هذه التنظيمات، ومنها داعش، تحاول أن تستثمر هذا الانقسام في تلك المناطق والدول؛ من أجل إيصالها إلى حالة التوحّش؛ لهذا فإنّه (مقلق جدّاً إطالة أمد الصراع السياسيّ في المنطقة،..... فكلّ يوم يمرّ في ظلّ انسداد الأفق المستقبليّ

للخروج من هذا الصراع، فهو يستثمره في استغلال الناشئة وتوريطهم من خلال ذلك الترويج والضخ الإعلامي الهائل والمتزايد على «الإنترنت» كتابة وصوتاً وصورة^١.

والصفة الثالثة: المشتركة بين الرسائل الإعلامية بين الغرب والتنظيمات، محاولة إثارة الخوف في الغرب تعرف «الإسلاموفوبيا» من أجل إخافة المجتمعات الغربية من الإسلام، فنجد أن هذه التنظيمات تعزز هذا التوظيف في «بثّ الرعب الشديد على كلّ المستويات الشعبيّة والرسميّة عند الغرب، مشيراً إلى أن الشعوب الغربية عندما ترى هذه البشاعة في القتل بالذبح المصوّر تقوم بممارسة الضغط على الحكومات؛ لعدم توريط جيوشها في أتون معارك لا يعلم نتائجها إلا الله»^٢.

وهنا نجد أن التنظيم يخدم الأجنحة الإعلامية الأميركية في تصوير أن الإسلام هو العدو للغرب، وداعش يحاول احتكار تلك الصورة حتى يظهر وكأنه يمثل الإسلام ومعه تلك التنظيمات المشابهة له في الأدبيات القائمة على القراءة ذاتها والاتجاه نفسه.

فهو يحاول كسب جمهور مؤيد، أو جمهور خائف من المنطقة أو من مختلف بقاع العالم، ومنها الغرب، اذ تشير التقارير الإعلامية إلى أن حالة الاستقطاب مع التنظيم زادت بعد نشر وسائل الإعلام لمقاطع الذبح للضحايا، وتأخذ النقطة الأولى جانباً آخر يجعل من تلك الرسالة متقبّلة لدى المحطّات الغربية والمحطّات المتعاطفة معها التي تعتمد رسالة خلق التشويق لدى جمهورها

١. الربيعي، «في نقد العنف».

٢. الصيفي وهنداوي، «داعش» وجز الرقاب.. صناعة مخابرات أم ترويج للخصوم؟، نقلاً من: الوائلي، «صناعة التوحش».

المولع بالمفارقات. وغاية المحطّة استثمار تلك الرغبات من أجل زيادة المتابعين لها؛ لأنّ المشاهد العنيفة تصوّر وحشيّة من يقوم بالذبح، التي تدلّ على فقدان أيّ درجة من الإنسانيّة؛ فإشاعة تلك المشاهد تُحدث آثاراً نفسيّة عالية، فنجد أنّ تلك الوسائل الإعلاميّة العالميّة تفضّل تحقيق زيادة في نسبة المشاهدة بدلاً من العمل على مجابهة تلك الرسالة الإعلاميّة المعادية والعنيفة التي تُسهم بتسويق خطابها الإعلاميّ للآخر، فبدلاً من أن تنتشر دعاية إعلاميّة مقابلهً ومجاهبةً لدعاية «داعش»، أسهم الإعلام في نشر دعاية التنظيم. وتسهم الوسائل الإعلاميّة العالميّة باستهلاك تلك الرسائل المشبعة بالعنف والكرهية، وتجعل الجمهور يتلقّى تلك الوسائل النفسيّة من الدعاية النفسية الزاحفة وتخلق اضطراباً نفسياً لديه.

الخاتمة

- لقد اعتمدت أميركا في خططها السياسية في المنطقة والعالم على مراكز بحوث تسهم في وضع الخطط الإستراتيجية في صناعة أجيال من الإرهاب تستخدمها في صناعة الفوضى مستثمرةً وجود تنظيمات إرهابية أو تصطنعها من أجل صناعة نفوذها بالمنطقة.

- في مقابل ذلك كانت ظاهرة التنظيمات المتشددة التي لا تقبل الآخر تحكمها عقلية التصنيع على صعيد المفاهيم والأفكار؛ فأسهمت في اصطناع التوحش وخلق مناطق فراغ من أجل إقامة أماراتها المزعومة.

- نشر نمط جديد من الشروخ المجتمعية تستحضر الانقسامات القومية والإثنية والطائفية؛ فأدّى إلى اختلاق حروب إثنية جديدة على منطقتنا (الشرق أوسطية) التي هي أكثر الجغرافيات تعرّضاً لتأثير هذه الحروب المفترضة.

- وهذا يكشف أنّ هذه التوصيفات والتحليلات محكومة بالأحكام المسبقة، التي تظهر في الإعلام؛ لإسقاط أوصاف صراعية نمطية ثابتة على ما هو مختلف إسلامي.

- يتمثل التأثير الأخطر للإعلام في أنّه يسهم بدرجة كبيرة في تشكيل إدراكنا الواقع، وإذا قلنا إنّ الإنسان يتفاعل مع الواقع بحسب تصوّره له، فإنّ الجهة التي تشكّل إدراك الإنسان لواقعه تتحكّم فيه حرفياً.

- إنّ الإعلام هو من يقوم باختلاق عالم بديل يعبر عن مالك أدوات الإعلام، وهذا العالم ليس حقيقياً، بل مزيف يحلّ محلّ الحقائق الواقعية؛ بقوة مالك أدوات الإعلام على صناعة الحقائق وتشويهها في صورة كاذبة.

- التضييل كان يستثمر ملكية أدوات العلم من أجل إيصال رسالة مصطنعة تخدم الأغراض الأميركية وغاياتها؛ فقد كانت تلك الصورة النمطية التي تحملها

تجاه الآخر تغلّبت على الواقع وحلّت محلّه عبر هيمنتها الإعلامية، وقد أدرك «الاستراتيجيون، والأميركيون على وجه الخصوص، هذا الأمر بدقّة، وفهموه؛ فعملوا على تعزيز هذه القوّة الخفيّة المقتدرة وتعظيمها.

- هندسة الإجماع^١ وهو مصطلح جاء من أجل التحكم بالجمهور من خلال معرفة الكيفيّة التي يعمل بها العقل الجماعيّ لنسق محدّد بحسب رغبتنا؛ فتحكّموا بتلك الوسائل الإعلامية لإعادة هندسة استجابتنا بما يتوافق مع مصالح أميركا.

- في مقابل ذلك أصبح الفضاء الرقميّ وسيلة من أجل التحكم التي استخدمتها التنظيمات الإرهابيّة التي حاولت من خلالها شنّ حرب نفسيّة على من تجدهم يخالفون أفكارها ويحاولون منع وصولها إلى أهدافها.

لائحة المصادر والمراجع

١. أفاية، محمود نور الدين، الغرب المتخيل صورة الآخر في الفكر العربي الإسلامي، المركز الثقافي العربي ط ١، بيروت ٢٠٠٠.
٢. أفاية، محمود نور الدين، صورة الغيرية، تجليات الآخر في الفكر العربي الإسلامي، المركز الثقافي للكتاب، ط ١، بيروت، ٢٠١٨.
٣. بودريار، جان، المصطنع والاصطناع، ترجمة جوزيف عبد الله، مركز دراسات الوحدة العربية، ط ١، بيروت، ٢٠٠٨.
٤. بيترز، رالف، حدود الدم كيف سيبدو الشرق الاوسط بحالته الافضل؟، ترجمة على الحارس، مجلة ارمدفورسس «القوات المسلحة» الأميركية، عدد يونيو ٢٠٠٦، بواسطة شبكة عراق المستقبل. حيث تظهر الاستراتيجية بوضوح في تقسيم المنطقة بعد الاستثمار الانقسام الإثني.
٥. بيترز، رالف، حدود الدم كيف سيبدو الشرق الاوسط بحالته الأفضل؟، ترجمة على الحارس، مجلة ارمدفورسس «القوات المسلحة» الأميركية، عدد يونيو ٢٠٠٦، بواسطة شبكة عراق المستقبل. حيث تظهر الاستراتيجية بوضوح في تقسيم المنطقة بعد الاستثمار الانقسام الاثني.
٦. جور، آل، هجوم على العقل، ترجمة نشوى ماهر، دار العبيكان، ط ١، ٢٠٠٩، الرياض.
٧. حجازي، مصطفى، الإنسان المهدور، المركز العربي، ط ١، بيروت، ٢٠٠٥.
٨. حرب، علي، أزمة الحداثة الفائقة، المركز الثقافي العربي، ط ٢ الدار البيضاء، ٢٠٠٨.
٩. حرب، علي، أزمة الحداثة الفائقة الإصلاح - الإرهاب - الشراسة، المركز العربي، ط ٢، بيروت ٢٠٠٨.
١٠. حمدي ابو النور حسن، أبو النور، يورجين هابرماس الأخلاق والتواصل، دار تنوير، ط ١، بيروت، ٢٠٠٩.

الفصل الأول: الميديا كمفهوم وتجربة في مركزية الغرب ❖ ١١١

١١ . حيدر، محمود، الدولة المستباحة من نهاية التاريخ إلى بداية الجغرافية، دار الفارابي، ط١، بيروت، ٢٠٥، ص ١١١. وانظر: بيير بورديو، التلفزيون والتلاعب بالعقول، ترجمة، درويش الحلوجي، دار كنعان، ط١، دمشق، ٢٠٠٤.

١٢ . الربيعي، علي رسول حسن، «في نقد العنف، قراءة شفافة في تجليات الظاهرة»، جريدة، العرب الثقافي، مشاهدة: ١٨ / اوت / ٢٠٢٤، الرابط:

<https://www.alarab.co.uk/pdf/2017/08/06-08/p13.pdf>.

١٣ . الزين، محمد شوقي، تصنيف المبادئ أو ينبوع العنف، التفكير مع رونيه جيرار في اكتناه طبيعة المقدّس، مجلّة الباب، العدد ١١ سنة ٢٠١٧.

١٤ . الصيفي، أمل وأحمد هنداوي، داعش» وجزّ الرقاب.. صناعة مخابرات أم ترويع للخصوم؟

١٥ . الغرباوي، ماجد، تحدّيات العنف، دار العارف ط١، بيروت، ٢٠٠٩.

١٦ . غردلز، نيثان ومايك ميدافوي، الإعلام الأميركيّ بعد العراق -حرب القوى الناعمة، المشروع القوميّ للترجمة، ط١، القاهرة، ٢٠١٥.

١٧ . فهمي، أحمد، هندسة الجمهور، مكتبة مجلّة البيان، ط١، الرياض، ١٤٣٦ هـ.

١٨ . المقيّد، محمود، أميركان انتربرايز انستيتيوت، تقديم ونقد: جهاد سعد، المركز الإسلاميّ للدراسات الاستراتيجيةّ - العتبة العباسية المقدّسة، ط١، بيروت، ٢٠١٧.

١٩ . مويرز، كولن، الإمبريالون الجدد إيديولوجيات الإمبراطورية ترجمة، معين الإمام، دار العبيكان، ط١، الرياض، ٢٠٠٨.

٢٠ . ندا، أيمن منصور، الصورة الذهنية والإعلامية، المدينة برس، القاهرة، ٢٠٠٤ (د، ط).

٢١ . هنشيون، ليندا، سياسة ما بعد الحداثيّة، ترجمة، حيدر حاج إسماعيل، المنظمة العربيّة للترجمة، ط١، بيروت، ٢٠٠٩.

٢٢ . الوائلي، عامر عبد زيد، «صناعة التوحش: في تجليات العنف إعلاميا»، ٢٠١٧، مشاهدة ٢٠٢٤. من الرابط:

<https://alarab.co.uk/صناعة-التوحش-في-تجليات-العنف-إعلاميا/>

٢٣ . ويلز، هربرت جورج، حرب العوالم، ترجمة شيماء عبد الحكيم طه، مؤسسة هنداوي، ط١، القاهرة، ٢٠١٣.

24. Hughes, Aaron W. *Situating Islam: The Past and Future of an Academic Discipline*. London and
25. Hughes, Aaron W. *Situating Islam: The Past and Future of an Academic Discipline*. London and Oakville, Conn., 2008. *Essays from the critical perspective of religious studies*
26. Oakville, Conn., 2008. *Essays from the critical perspective of religious studies*

الإمبريالية الرقمية دور الخوارزميات والبرمجة في الحرب الناعمة

مريم رضا خليل^١

مقدمة

تشغل الحرب الناعمة مراكز الدراسات الفكرية والسياسية لدورها المؤثر في التحوّلات العالمية وإعادة تشكيل أنماط الصراع بالاستفادة من تطوّر ثورة المعلومات وارتباطها بثورة الاتصالات الحديثة التكنولوجية والرقمية. وفي حين يعزّز منطق الهيمنة تاريخياً معركة الصراع على السلطة و«البقاء للأقوى»، تشكّل الحرب الناعمة النسخة المستحدثة من أوجه النزاع والحروب؛ فهي الحرب «الصامتة» التي تلجأ إليها المركزية الغربية بغية تعديل موازين القوى والحفاظ على ما تبقى من الهيمنة في قيادة قطبية العالم. منذ التسعينات، رفع المفكّرون الغربيون ناقوس خطر مسار «الإمبراطورية الأميركية» نحو الانحدار وتمائل مصيرها بالإمبراطورية البريطانية. وتمثّل الحرب الناعمة الأداة الأساس في ترميم خلل تمركز الغرب باعتماد «القصف الخفي» لثقافة الشعوب والهويّات القومية والوجودية والحضارات. وتلجأ القوى العدوانية إلى الحرب الناعمة على اختلاف صورها وتنوّعها في استهداف المجتمعات المناهضة لسياسات الخضوع والتبعية والاستلاب.

١. باحثة لبنانية في الفكر السياسي وشبكات التواصل.

اليوم، تشهد الحرب الناعمة تحديثاً في أدواتها يتكيف مع تطورات العالم الرقمي في فرض الهيمنة، وبات الواقع الافتراضي ساحة الحرب في عزل الجماعات المستهدفة عن الواقع الحقيقي وتغيير أولويات القيم والضرورات والمخاطر. وتمحور هذه الورقة حول دور الخوارزميات الرقمية في الحرب الناعمة وكيفية برمجة الاستهداف. وتحاول الإجابة عن الأسئلة التالية:

- أي دور تؤديه الخوارزميات في الحرب الناعمة على وسائل التواصل الاجتماعي، وكيف تؤثر؟

- ما هي الآليات التي تبلور برامج الحرب الناعمة «الرقمية»؟

- بأي اتجاه تسخر القوى العدوانية المعلومات الرقمية في مسيرة التطور البشري؟

وتفترض الورقة أنّ الخوارزميات دخلت عالم التأثير من بوابة رقمنة الحياة اليومية وتعقبها وربطها بالمقاييس الموضوعية لتوسيع مدى وصول البرامج الخارجية، لا سيما عند محاولة استهداف مجموعات محددة للغاية عبر الجذب والاستمالة من خلال التحكم بعمليات الإدراك والوعي والإحساس الجماعي بالواقع، وصولاً إلى التحكم بالقرارات والسلوك والأنماط الإدراكية والمعايير الذوقية. وفي الوقت الذي يُتهم به معارضو السياسة الأميركية بقمع حريات التعبير ومنع تدفق المعلومات، تبيح واشنطن لنفسها تأطير هذه المعلومات، بل وتأطير «الذوات» عبر السيطرة الإعلامية والتكنولوجية واستباحة الخصوصيات، وإشعال الثورات الملونة بالتنسيق مع الدوائر الاستخبارية.

تطرح الخوارزميات معادلة جديدة في الحرب الناعمة تستهدف الجبهة المقابلة في سياق معركة تتميز بأنها مفتوحة ومتواصلة؛ مستورة دون بصمة؛ قابلة للتفعيل ضدّ كلّ الشرائح والفئات العمرية؛ ذات موارد ضئيلة مقارنة بتلك

المستخدمة في الحروب الصلبة؛ ناهيك عما تقدّمه الخوارزميات من ميزة تحديث لمختلف أسلحة الحرب الناعمة وجبهاتها، لا سيّما في الفوضى الخلاقة والثورة الملونة. غير أنّ الخطر الأكبر والأوّل في الحرب الجديدة هو في تجنيد الجهل بتحدّيات الحرب وتهديداتها أو الغموض حولها، أيضًا، بما يؤمّن المزيد من السيطرة باتجاه واحد وإعادة تشكيل الوعي وإنتاج الأهداف وتعديل التوجّهات وإدارة التحركات. الأمر الذي يرفع درجة المسؤولية في البحث عن معادلة مبتكرة في المنافسة والمواجهة وتقويض فعالية الحرب الجارية. ويجدر الإشارة إلى أنّ الورقة اعتمدت استخدام المصطلحات العملية المعتمدة في ميدان الحرب الصلبة للتماثل بين الجبهتين وتجنّبًا للوقوع في فخّ جمود المعاني وثقل المصطلحات.

القوة الناعمة في سياق الحرب

يعدّ مفهوم القوة من المفاهيم الأساسية في عالم السياسة، وبمثابة الحجر الأساس في العلاقات بين الدول. تطوّر المفهوم مع نشوء الدول واتّساعها، واتّخذ صورًا متعدّدة تبعًا لطبيعة النظام القائم وشكله. وفي حين تتنوّع تعريفات القوة وتتوزّع ما بين مفاهيم القدرة على التأثير والإخضاع، والمشاركة والتحكّم والسيطرة، يرتبط جوهر المفهوم كما ذكره كارل ج. فريدريك^١، في معرض دراسة التداخل بين مفهومي القوة والسلطة والتميز بينهما بـ «القدرة على إنشاء علاقة تبعية» بين طرفين؛ تجمع مفهوم التسلّط والقدرة على الاستمالة والنفوذ لدى الآخرين، بحيث يستطيع الطرف الأوّل من خلال الاستخدام الماهر والذكيّ

١. كارل ج. فريدريك (Joachim Friedrich) (١٩٠١ - ١٩٨٤)، عالم ألمانيّ أمريكيّ، أستاذ جامعيّ ومنظرٍ سياسيّ. تقاعد من التدريس الجامعيّ العام ١٩٧١. له العديد من المؤلّفات حول نظرية الدولة والنظرية الدستورية والحكم الدستوريّ والحكومة، ما جعل منه أحد علماء السياسة الرائدة في العالم في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية.

للقوة أن يجعل الطرف الثاني يفعل ما يريد دون قهر أو إرغام وفق مصالح مالك القوة^١.

ساهم الصراع القائم بين الرأسمالية والاشتراكية ما بعد الحرب العالمية الثانية ومحاولة كل طرف استمالة عدد من الدول في تطوّر مفهوم القوة يتجاوز القدرة والتأثير أو التهديد بالطرق العسكرية في إطار الحرب الصلبة. وتعززت الحاجة لبديل عن القوة الصلبة مع سقوط حائط برلين وتحول العالم إلى أحادي القطبية وانتشار العولمة، فقد فرضت متغيّرات النظام الحديث والتطوّر العلمي والاقتصادي، خاصّة مع ظهور الإنترنت وانتشار المعلومات، تطوّر مفهوم القوة ونشوء مفهوم «القوة الناعمة أو المرنة»^٢ في التسعينات من القرن الماضي. وقد شغل المفهوم الجديد على مدى العقدين الماضيين أدبيات السياسة الخارجية الأميركية مع التطوّرات في طبيعة النظام العالمي بفواعله وقضاياه ومؤسّساته وأنماط تفاعلاته، واتّسع استخدامه وانتشاره في دوائر التحليل وصناعة القرار. كما شهد المزيد من التطوّر مؤخراً ليشمل القوة الذكيّة كمزيج ما بين القوة الصلبة والناعمة.

تعود صياغة المصطلح للأكاديمي الأميركي، جوزيف ناي^٣، الذي استخدمه لأوّل مرّة في مجلة السياسة الخارجية، العدد ٨٠، في مقاله الصادر العام ١٩٩٠،

١. أبو حلاوة، «سياسات القوة الذكية ودورها في العلاقات الدولية»، ٣.

2. Soft power

٣. ناي، جوزيف صموئيل (ت ١٩٣٧): مفكّر وأكاديمي وسياسي أميركي من الحزب الديمقراطيّ، ساهمت مؤلفاته في تطوير السياسة الخارجية الأميركية في عهد الرئيس باراك أوباما، واشتهر بابتكار مصطلحي: (القوة الناعمة)، و(القوة الذكيّة). شغل مناصب عدّة، منها: عميد سابق في جامعة هارفارد؛ مساعد وزير الدفاع للشؤون الأمنية الدوليّة في حكومة بيل كلنتون، ورئيس مجلس الاستخبارات الوطنيّ. من مؤلفاته: مستقبل القوة؛ القوة الناعمة؛ وسيلة النجاح في السياسة الدوليّة؛ فهم النزاع الدوليّ؛ قوّة القيادة؛ وغيرها.

بعنوان «القوة الناعمة»^١، وفي كتابه المنشور العام التالي بعنوان «ملزمة بالقيادة: الطبيعة المتغيرة للقوة الأميركية»^٢. يعرف ناي القوة الناعمة بأنها القدرة على تشكيل تفضيلات الآخرين، فإذا فرضنا أن هناك علاقة بين طرفين، فإن الطرف الأول يستطيع أن يؤثر في الطرف الثاني عن طريق توجيه سلوكه، ويتم هذا بالانجذاب إلى ثقافة وقيم الطرف الآخر، وليس عن طريق الرشوى أو التهديد أو الإرغام^٣. ويجادل بأن «قوة الجذب يمكن أن تكون مكملاً مهماً لأشكال أكثر تقليدية من القوة على أساس النفوذ الاقتصادي أو العسكري، أو جعلهم يوافقون على القواعد والمؤسسات التي تنتج السلوك المطلوب. يمكن أن تستند القوة الناعمة إلى جاذبية أفكار الفرد أو القدرة على وضع جدول الأعمال بطرق تحدّد تفضيلات الآخرين»^٤.

تقوم الفكرة الأساسية في طرح ناي للمفهوم على ضرورة استخدام الولايات المتحدة ما تملكه من جاذبية على مستوى ثلاثة موارد: «ثقافة الدولة» و «الفكر السياسي» و «السياسة الخارجية»^٥. بهذا المعنى، يفترض ناي ضرورة أن تركز

1. Nye, Joseph S. (Jr.), "Soft Power", *Foreign Policy*, No. 80, Autumn 1990, p:153-171.

2. Nye, Joseph S. (Jr.), *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, Basic Books, New York, 1991, p: 188-220.

3. Nye, Joseph S. (Jr.), *Soft Power: The Means to Success in World Politics* *Public Affairs*, Basic Books, Perseus Books Group, New York, 2002, p: 5.

4. Leonard, Mark, *Public Diplomacy*, The Foreign Policy Center, London, 2002, p:4.

٥. تؤمن الموارد كسب المزيد من القوة: الثقافة بمختلف أشكالها وعناصرها تؤمن احتلال الطلاب مراكز يؤثرون من خلالها على نتائج السياسة المهمة للأميركيين؛ القيم السياسية تروج قيم المجتمع الأميركي والديمقراطية بالمفهوم الأميركي الاصطلاحي لا اللغوي، والنظام الراسمي وحرية الأسواق؛ والسياسة الخارجية أداة يمكنها أن تقوي من القوة الناعمة للدولة ويمكنها إضعافها وفقاً لطبيعة السياسات المتبعة والمصالح المنشودة.

الولايات المتحدة على بعد غير ماديّ إضافة للبعدين العسكريّ والاقتصاديّ في فرض إرادتها وتعزيز السيطرة والهيمنة على العالم بشكل غير مباشر على القوى الصاعدة التي باتت تشكّل تهديداً للنظام العالميّ الذي تقوده الولايات المتحدة الأميركيّة.

ويرتكز المفهوم، وفقاً لطرح ناي، على البعد الثقافيّ والفكر الليبراليّ ومضامين الديمقراطية بالمفهوم الأمريكيّ، ويتحدّد الرابح أو الطرف الأقوى في امتلاك القوّة الناعمة بناء على معيار القدرة على الترويج للثقافة التي يمتلكها ونشر السمات الماديّة والفكريّة والروحيّة لمجتمعه، من الفنون والآداب والعادات والتقاليد.

وبناء عليه، فالقوّة الناعمة وفق منظّرها هي قوّة الجذب والتأثير بالاستمالة، بدافع الحفاظ على الهيمنة على العالم باستخدام وسائل غير عنيفة وبأساليب غير محسوسة وتدرجيّة في سياق عمليّة هيمنة على الأفكار والنماذج السلوكيّة والتفاعلات الاجتماعيّة. وأمام ما تمثّله هذه القوّة من خطر على الشعوب المستضعفة في العالم، أطلق المرشد الأعلى للثورة الإيرانيّة، الإمام الخامنيّ مصطلح «الحرب الناعمة»، كعنوان أيديولوجيّ واستراتيجيّ لجبهة محدّدة في نطاق الصراع القائم بين إيران والغرب^١ في العقدين الأخيرين. ويشير المصطلح الجديد إلى ضرورة فهم الواقع المحيط بالأمة من منظور اليقظة تجاه سلاح «القوّة الناعمة» في معركة السيطرة والهيمنة على العقول والتحكّم بالمستهدف ودفعه نحو التبعية، رغبة أو اضطراراً أو تأثيراً بقوّة موارد المستهدف. فالحرب الناعمة هي معركة «القصف الصامت» على وعي الآخرين، حيث يتمّ العمل على اختراق الطرف الآخر بطريقة خفيّة لا يعي خلالها أنّه قيد الاستهداف وداخل عمليّة

١. شبكة المعارف الإسلاميّة الثقافيّة، «الحرب الناعمة نقاش في المفهوم».

التحكّم به والسيطرة عليه. وتتمحور أهدافها حول تحطيم الحصون المعنويّة للمجتمعات المستهدّفة عبر زرع التردّد في أذهان عناصرها، وتشكيكها في قيمتها ونموذجيّة القاعدة المنتمية إليها؛ الدفع بالفئات المستهدّفة للانبهار بالنموذج الآخر، والشعور بالحرج أو الدونيّة تجاه الهويّة الأصيلة؛ تجريد الشعوب من هويّتها وثقافتها وصولاً إلى كينونتها ووجودها، تقليد النموذج الآخر، بل والدفاع عنه والعمل على نشر ثقافته، بدلاً من اليقظة تجاه برامجهم ومخططاته.

تشير هذه الأهداف إلى شدّة خطورة الحرب الناعمة في ترسيخ مفهوم التبعية والإخضاع، والأخطر في إعادة إنتاج الفئات التابعة لتصبح بدورها مصدرًا للقوّة الناعمة، فتؤثّر بغيرها وتؤدّي دور الجهة المستهدّفة، وكأنّها مصدر أو منشأ القوّة الناعمة وليس كنتاج لها، وذلك في إطار من قوّة الاستتباع الناعم أو ما يُطلق عليه تجاوزًا «الاحتلال الذاتي»^١. الأمر الذي يكشف خطر القوّة الناعمة في التأثير التفاعليّ وتطوّره في مجال الاستهداف النيويّ للمجتمعات من خلال تفعيل القابليّة الذاتيّة لإعادة إنتاج قيم دول الهيمنة وممارسة الحرب الناعمة من قبل الداخل وبتجاه الداخل.

الدوافع والحاجة للقوّة البديلة

نشأت الحرب الناعمة في رحم جدل الإدارة الأميركيّة حول طبيعة التوجّه السياسيّ لواشنطن بعد انتهاء الحرب الباردة وبداية بروز إشكاليّة أقاليم الهيمنة الأميركيّة في النظام العالميّ مقابل صعود القوى الأخرى إلى ما بعد القطبيّة الواحدة^٢. وقد عكس طرح جوزيف ناي رؤية الاتجاه المتفائل باستمرارية الهيمنة

١. قبيسي، «الاحتلال الذاتيّ آليات الاستتباع الناعم للقوى الغربيّة»، ٩٦-١٠٠.

٢. هناك من المفكرين الأميركيين في السياسة والعلاقات الدوليّة من يعتقد بتوجّه الولايات المتحدة على المدى البعيد إلى الجنوح نحو التوازن وزوال هيمنة القطب الواحد، من أمثال كينيث والتز (١٩٢٤ -

الأميريّة وبقاء الأحاديّة القطبيّة، لكن المشروطة بتعزيز الولايات المتّحدة قوّتها الناعمة. وعلى الرغم من صياغة المفهوم حديثاً، إلاّ أنّه استُخدم كمفهوم دلاليّ وعمليّ في محطّات مختلفة من التاريخ الإنسانيّ.

تاريخياً، طبّقت دول الاستعمار الفرنسيّة والأميريّة والإنكليزيّة المفهوم عملياً من خلال ممارسة ما يُعرّف بـ «التطهير» الثقافيّ ضدّ شعوب مستعمراتها باسم التعليم، بينما كانت العمليّة عبارة عن حملة من التعرية أو المسخ أو الإبادة الثقافيّة التي سعى خلالها المستعمر إلى تشنيع هويّة المستهدّف لدرجة اشمئزاز صاحبها منها والنظر إلى العالم بعيون مستعمره^١. وقد قارب أنطونيو غرامشي المفهوم في القرن العشرين عبر تطوير نظريّة «الهيمنة الثقافيّة» لكارل ماركس، وذلك في مؤلّفه رسائل السجن الذي فكّك فيه بنية الهيمنة وأوضح فيه عمليّة سيطرة المجتمع الرأسماليّ على العقول وصناعة الهيمنة من قبل النخبة وعبر مؤسّسات التنشئة الاجتماعيّة كالمدرسة والكنيسة والمجلاّت^٢. الرؤية التي تشكّل منطلقاً لبرنامج «فولبرايت» الأميركيّ الذي قام تحت عنوان «التبادل» الطلابيّ أو الثقافيّ حول العالم، العام ١٩٤٦، بعد الحرب العالميّة الثانية^٣، بينما

٢٠١٣ م) وكريستوفر لاين (١٩٤٩م)؛ للمزيد، راجع:

Waltz, Kenneth Neal, "The Emerging Structure of International Politics", in *International Security*, Vol. 18, No. 2, 1993, p: 44-45.

Layne, Christopher, "This Time is Real: The End of Unipolarity and the Pax American", in *International Studies Quarterly*, Vol. 56, No.1, 2012, p: 204-205.

١. العكش، أميركا والإبادات الثقافيّة لعنة كنعان الإنكليزيّة، ١٦-١٧.

٢. أنطونيو غرامشي (١٨٩١-١٩٣٧)، فيلسوف ماركسيّ إيطاليّ. أمضى العديد من سنيّ عمره داخل سجون الحكومات «الفاشيّة»، اشتهر بتأليف «رسائل السجن» التي كتبها لأفراد عائلته خلال الاعتقال. للمزيد حول فلسفة الهيمنة، راجع: محمد، «أنّ تقرأ فوكو - غرامشي معاً إعادة نظر لازمة في فلسفة الهيمنة».

٣. راجع برنامج فولبرايت بتفاصيله على موقع مكتبة الكونغرس

استخدم كوسيلة لنشر مفاهيم الليبرالية والديمقراطية بمعناها القهري في الإخضاع الثقافي والاقتصادي والسياسي للمجتمعات الأخرى على الطريقة الأميركية في إطار الحرب الباردة بين الولايات المتحدة الأميركية والاتحاد السوفيتي.

وقد جاءت الحرب الناعمة الإعلامية سبّاقة في مطلع القرن العشرين، إذ أسّست إدارة الرئيس وودرو ويلسون (١٩١٣-١٩٢١) لجنة المعلومات العامة الحكومية أو هيئة الدعاية الحكومية، التي ترأسها السياسي والصحفي الاستقصائي، جورج كريل، وعرفت نسبة له بـ «لجنة كريل». وقد نشطت وزارة الدعاية الأميركية في مجال التضليل بهدف «توجيه فكر معظم العالم»، وفق ما ورد في تقاريرهم السريّة، والأكثر أهميّة هو الرغبة في السيطرة على فكر النخب الأميركية وتجنيدهم في نشر الدعايات المخطط لها^١. وللمفارقة، استهدفت أوّل عمليّة دعائيّة حكوميّة أميركيّة في العصر الحديث الداخل الأميركي بالتضليل ونشر الأكاذيب بغية تغيير قناعات المواطنين الرافضين للدخول في الحرب العالميّة الأولى. وتهاوت شعارات الديمقراطية وعناوين الحرّيّة أمام الأهداف الأميركيّة؛ فعمدت «لجنة كريل» إلى مختلف أساليب الدعاية، ونجحت خلال ستة أشهر في تحويل المواطنين «المسالمين لأقصى الدرجات» كما يصفهم تشومسكي والمتردّدين من الانخراط في حرب خارجيّة إلى مواطنين تتملّكهم الهستيريا والتعطّش للحرب والمشاركة الحماسيّة^٢.

قاد نجاح تلك التجربة إلى اعتماد الحرب الناعمة بشكل كبير أثناء الصراع الأيديولوجي بين المعكسرين الاشتراكي والرأسماليّ مع تطوّر نظريّة الردع نتيجة حالة الرعب المتبادل بين الطرفين عن طريق امتلاك السلاح النووي. ويذكر ناي

١. تشومسكي، السيطرة على الإعلام الإنجازات الهائلة للبروباغندا، ٧-٨.

٢. م. ن، ٨.

الدور الكبير لدور التلفزيون والسينما والأفلام والمسلسلات الأميركية في مواجهة الولايات المتحدة للاتحاد السوفياتي، عبر اختراق جدار برلين قبل زمن طويل من عام سقوطه، ١٩٨٩. الأمر الذي يفيد أن الإدارة الأميركية كانت تعمل على احتواء الاتحاد السوفياتي بالتوازي مع السعي للتفاوض معه، فالاختراق الأميركي الفكري قوّض مفاصل الاتحاد السوفياتي من الداخل، وزعزع البنى التحتية وعرضها للتآكل. فالتبادلات الثقافية التي سهّلت زيارة نحو ٥٠ ألف سوفياتي وفق ما يذكر ناي، ما بين صحفيين وموسيقيين ورياضيين وأكاديميين للولايات المتحدة في الفترة ما بين عامي ١٩٥٨ و ١٩٨٨، كانت بمثابة حصان طروادة داخل موسكو.

وبعد سقوط الاتحاد السوفياتي، ظهرت نظرية القوّة الناعمة على يد جوزيف ناي، في سياق التأكيد على نظام الأحادية القطبية. وتمّ تفعيل الحرب الناعمة عقب الحرب الأميركية على منطقة غرب آسيا، وتحديداً أفغانستان والعراق، مطلع الألفية الثانية، بهدف إعادة توجيه السياسة الخارجية الأميركية واستعادة توازنها بعيداً عن استخدام القوّة الصلبة التي أثبتت عدم التكافؤ في المردود والكلفة^١. فشهدت دول المنطقة ما عرف بـ «ثورات الربيع العربي»؛ أرادتها الشعوب أن تكون منفذاً باتجاه الديمقراطية التي تبهر الولايات المتحدة فيها أنظمة دول المنطقة ومواطنيها، بيد أن التجربة كشفت الأهداف الحقيقية وراء التوجيه الأميركي الخفي لتلك الحركات في إسقاط الأنظمة دون تدخل عسكري بكلفة مرتفعة على غرار التجربة العراقية^٢، فضلاً عما كشفته وثيقة الشرق الأوسط الكبير والتي قدّمتها الولايات المتحدة الأميركية إلى مجموعة الدول الثمانية

1. Crawford, Neta C., "Blood and Treasure: United States Budgetary Costs and Human Costs Of 20 Years of War in Iraq and Syria, 2003-2023", *Watson Institute*, 15 March 2023, p: 1-2. <https://watson.brown.edu/costsofwar/papers/2023/IraqSyria20>

2. Ibid., p: 3-4.

الكبيرة عام ٢٠٠٤ من الأهداف الأميركية في السيطرة على العقول والهيمنة على الوطن العربيّ والدفع به نحو النمط الغربيّ^١.
وكما ارتبطت الحرب الناعمة بمفهوم الاستعمار القديم، تعلق بمرحلة الاستعمار ما بعد الحديث أو مرحلة عولمة الثقافة، مع الأخذ بعين الاعتبار أنّ العولمة مشروع رأسماليّ لإعادة تشكيل المجتمع الدوليّ وفق النموذج الغربيّ في الأيديولوجيا والاقتصاد والاجتماع تحت شعار توحيد النسيج الاقتصاديّ والثقافيّ العالميّ، بينما تتنامى الإمبريالية الثقافية وتغلب الطبيعة غير المتكافئة لتجربة الحداثة العالميّة في ما يخصّ دول العالم الأوّل والثالث. لقد انطبعت العولمة بضرورة هيمنة الرؤية الغربيّة الثقافية والاقتصاديّة على شعوب العالم، وقولبتها بما يحقق المصالح الغربيّة في التحكّم بالاقتصاد العالميّ، ورهن الدول بقروض مؤسّسات النقد الدوليّة لسلب إرادة الشعوب والدفع بالدول إلى مصاف الدول الفاشلة والهشّة.

الحرب الناعمة وعقيدة الفوضى الخلاقة

- طرح المحافظون الجدد في البيت الأبيض الحرب الناعمة في سياق عقيدة الفوضى الخلاقة ضدّ دول منطقة غرب آسيا، وشمال أفريقيا بعد هجمات أيلول، العام ٢٠٠١؛ الأحداث التي أتخذت ذريعة لمواجهة ما أطلقت عليه إدارة الرئيس جورج بوش الابن آنذاك، «الحملة على الإرهاب»، فأعلنت وزارة الخارجية، وتحديدًا على لسان الوزيرة كوندوليزا رايس «استخدام الفوضى الخلاقة» في نشر الديمقراطية - وبالطبع على الطريقة الأميركية - وإقامة شرق أوسط «جديد»، ثمّ «كبير»، ثمّ «أكبر وموسّع».
- وتعرّف الفوضى الخلاقة بأنّها «إحداث متعمّد لفوضى بقصد الوصول

١. طهبوب وآخرون، الاستراتيجية الأميركية في المنطقة مشروع الشرق الأوسط الكبير، ٣.

إلى موقف أو واقع سياسي يرنو إليه الطرف الذي أحدث الفوضى». وهي أقرب إلى مفهوم «الإدارة بالأزمات»، بمعنى افتعال الأزمة أولاً، ثم العمل على إدارتها بالتدرج بما يخدم مصالح الجهة المعنية في تفكيك الجهة المستهدفة، وإعادة تشكيلها مجدداً في قالب من التبعية والخضوع يخدم مصالحها؛ الهدف الذي صرح به الرئيس الأميركي، بوش الابن، عند احتلال العراق، عبر جعل الأخير «واحة الديمقراطية بالشرق الأوسط، ونموذجاً ستحتذي به بقية الدول والأنظمة العربية». الديمقراطية التي تقوم على الهدم والدمار ومن ثم «إعادة البناء» وفق نموذج منظري الفوضى الخلاقة.

- تعدد الحرب الناعمة إحدى دعائم «منظومة» الفوضى الخلاقة إلى جانب تأجيج «الصراع» العرقي والطائفي، وتغذية العصبية وضرب البعد الأمني وافتعال الفتن وتنفيذ الاغتيالات. ويستتبع العدو في الحرب الناعمة استثمار أزمات الداخل ومشكلات الأقليات العرقية في توليد أزمات جديدة وقيام ثورات ملونة ومن ثم تقديم النموذج الأميركي بمثابة الحل. وقد شهد العقد الأخير العديد من محاولات الثورات الملونة في دول المنطقة^١، ما يصح معه إطلاق تسمية «عقد الحرب الناعمة الأميركية» على العقد الثاني من القرن الحالي.

١. صربيا هي الساحة الأولى التي طبقت عليها هذه التعاليم بنجاح تام عام ٢٠٠٠، وتالت بعدها الثورات الملونة بسرعة، بحيث تكاد لا تخلو منها سنة ضمن العقدين الأولين من القرن الواحد والعشرين، نورد أسماءها بمعزل عن نتائجها: الثورة الوردية في جورجيا (٢٠٠٣)؛ الثورة البرتقالية في أوكرانيا (٢٠٠٤)؛ ثورة التوليب أو الخزامى في قيرغيزيا (٢٠٠٥)؛ ثورة الزعفران في ميانمار (٢٠٠٧)؛ الثورة القرمزية في التيببت (٢٠٠٨)، وغيرها. أمّا في منطقة غرب آسيا: ثورة الأرز في لبنان (٢٠٠٥)؛ وثورة الياسمين في تونس (٢٠١٠)؛ ثم مصر وسوريا وليبيا واليمن فيما اصطلح على تسميته بـ «الربيع العربي» (٢٠١١)، لبنان والعراق ٢٠١٩. بالعموم، باءت الثورات الملونة في منطقتنا في العقد الأخير كلها بالفشل وجاءت نتائجها سلبية على الدول وشعوبها.

الثورات الملوّنة في خدمة الحرب الناعمة

لقد مثلت الحرب الأميركية على فيتنام نقطة تحوّل كبرى في العقل الإمبراطوريّ الأميركيّ. لقد أقنعت تلك الحرب نخبة واشنطن بالحاجة إلى طريقة أخرى غير قتل الناس لإسقاط أو تغيير الأنظمة التي تستهدفها الولايات المتحدة، فكانت الثورات الملوّنة في سياق الحرب الناعمة في دول تجد الاستراتيجية الأميركية أنّه من الضروريّ تغيير أنظمتها. وتعود تسمية هذا النوع من الثورات بـ «الملوّنة» نسبة لتكتيك حمل أعلام أو رايات أو أوشحة بلون معيّن من قبل المتظاهرين. وتُعرّف الثورة الملوّنة أو المخمليّة بأنها استراتيجية إسقاط الأنظمة والحكومات بطريقة سلمية من خلال اعتماد الأنشطة اللاعنفية المنظمة، والمقاومة السلبية، والأسلحة السيكولوجية النفسية، والحملات الدعائية الاجتماعية والاقتصادية. وتطبّق ذلك وفق عقيدة الفوضى الخلاقة في تغيير الأنظمة وإسقاط الحكومات. تتولّى مراكز أبحاث أميركية خاصّة تجهيز برامج التدريب والتخطيط والتنفيذ برعاية وإشراف المخابرات الأميركية، وفي طليعة هذه المراكز، مركز «ألبرت أينشتاين» في الولايات المتحدة، ومعهد «كانفاس» في بلغراد.

وتقوم العملية برمتها على استهداف الشعوب بإستراتيجية فوضى الاصطدام بالأنظمة، وتنظيم «الحركة الفوضوية» ضمن «أنشطة لاعنفية»، معتمدة على منظمات المجتمع المدني والمنظمات غير الحكومية في تنظيم الجماعات المعارضة ودفعها باتجاه العصيان المدني وتقويض مشروعيتها وموثوقية الحكومة أو النظام المستهدف، والعمل على احتواء الثورات الحقيقية وإدارتها وحرفها عن مسارها. وتُحدّد فعالية عمل المنظمات بقدرتها على إقناع قطاعات اجتماعية واسعة نسبياً بأنها تتبنّى مطالبها وتطلّعاتها العميقة، وبأن إسقاط النظام القائم، أو التمهيد للانفصال عنه هو المدخل الصحيح لمعالجة جميع مشكلاتها.

ومع تداخل عمل هذه المنظمات بأساليب السياسة الحاكمة في عصر الفوضى الخلاقة وحرب الجيل الرابع، تطفو العديد من الإشكاليات حول مصداقية عملها وشفافيته، بل وعدم فعاليته في عملية تمكين المواطنين والعجز عن تحويل الطاقة الجمعيّة لأيّ ثورة إلى قوّة شعبيّة منظمّة معتدلة^١، ما ترجمه الحروب الأهلية في دول منطقتنا، كما في سوريا، والاستيلاء على السلطة من قبل أحزاب ما كانوا هم خيار الشعب أساسًا.

يعدّ البروفيسور الأميركيّ، جين شارب^٢، منظر هذه الثورات الملونة التي حفل بها القرن الواحد والعشرون في دول وسط وشرق أوروبا ووسط آسيا، وتحديدًا في الدول المناوئة لسياسة الولايات المتحدة الأميركيّة. ولم يعد خافيًا أنّ الحركات التي مثلت الثورات الملونة في أوكرانيا وجورجيا وزيمبابوي وفرنزويلا وإيران، وفي منطقتنا ما عُرف بموجة «الربيع العربيّ»، في تونس ومصر وسوريا، ولاحقًا في لبنان والعراق. جميعها عبرت عبر معهد «كانفاس» للتدريب، وتلقّى قادتها توجيهات مكثّفة ودعمًا ماليًا ولوجستيًا^٣. كما طبقت

1. _ Lutsevych, Orysia, How to Finish a Revolution: Civil Society and Democracy in Georgia, Moldova and Ukraine, The Royal Institute of International Affairs, Chatham House, London, January 2013, p:2.

٢. شارب، جين (Sharp) (١٩٢٨-٢٠١٨)، سياسيّ وأكاديميّ أميركيّ. دّرس المبعوثين من أوروبا الشرقية ودول العالم الثالث أساليب إسقاط الحكومات من خلال اللاعنّف والمقاومة السليبيّة والأسلحة السيكلوجيّة والاجتماعيّة والاقتصاديّة. لخصّ نصائحه لثوار بورما عام ١٩٩٢ لإسقاط النظام في ١٩٨ تكتيكيًا، وجمعها في كتيّب بعنوان «من الديكتاتورية إلى الديمقراطية» ما لبث أن تحوّل بفضل المخابرات الأميركيّة إلى دليل عمل الثورات الملونة، فترجم إلى عشرات اللغات، وطبعت منه ملايين النسخ، ويتوافر للتحميل مجانًا على الإنترنت.

٣. يكشف الفيلم الوثائقيّ التاريخيّ «كيف تصنع ثورة؟» لمراسل «بي. بي. سي» في القاهرة، روريد أرو، التحوّل في منطقتنا الحرب لدى الولايات المتحدة الأميركيّة، ويوثق دور شارب قبل سنوات عدّة من انطلاق الحركات وعلاقاته مع قادة في «ربيع» العرب في مصر وسوريا. راجع: محمد، «كيف تصنع

هذه الثورات العديد من نصائح شارب في الثورة الملوّنة، لا سيّما استخدام صورة القبضة في التظاهرات مع كلمة «أوتبور» الصربيّة، وتعني «المعارضة» أو «المقاومة»، واستخدام «البداءة»، والتشهير بالشخصيّات الرمزيّة والغناء وتوزيع الورود، واستمالة الجنود، وغيرها من التكتيكات الواردة في كتيّب شارب، من الديكتاتوريّة إلى الديمقراطية.

وتساهم الخوارزميّات والبيانات الرقميّة حديثاً في تفعيل الثورة الملوّنة لما تؤمّنه من معلومات للمشغّل يرصد من خلالها الفرص القابلة للتفعيل من ظروف سياسيّة اجتماعيّة تراكميّة ضاغطة أو تطوّرات أمنيّة مفتعلة أو واقعيّة أو أحداث سياسيّة. فيعمل على تحديد أنواع الشرائح المجتمعيّة الهشة القابلة للتحرّك في إطار العمل ضمن المنظّمات المدنيّة؛ أو القابلة للدمج والتشبيك لافتقارها للموانع الأيديولوجيّة أو السياسيّة والمستعدّة للحضانة مع فقدان الثقة والانتماء الهويّاتيّ أو الوطنيّ. وتنشط مختلف أدوات الثورة الملوّنة على مختلف قنوات التواصل الواقعيّ والافتراضيّ في استهداف مختلف الشرائح كلّ بحسب خصائصها وتطلّعات عناصرها.

الخوارزميّات وبرمجة الاستهداف

تطوّرت أدوات الدول وآليّاتها التأثير والنفوذ في عمليّة تكيف مع أنماط وأشكال الهيمنة والسيطرة عبر التاريخ. ورافقت تحوّلات الحياة المعاصرة ومستجدّات ظروفها عمليّة تبدّل أنماط وأشكال الحرب الناعمة بالاستفادة من مختلف الأساليب والآليّات الإعلاميّة الدعائيّة، فشهدت الحرب الناعمة تحديّاً في أدواتها في الهيمنة والتأثير بالتوازي مع التطوّر المتسارع للمجال

التكنولوجيا؛ وتحتل الخوارزميات الرقمية في عالم الوسائل الاجتماعية مكانة على قدر كبير من الأهمية والحساسية في برامج الحرب الناعمة وأدواتها. لقد أحدثت التكنولوجيا ثورة معلوماتية في عالم الإنترنت، تخترق حياة المجتمعات الإنسانية بمختلف مجالاتها ومستوياتها. وفي حين يفترض أن يخدم العلم والمعرفة تقدّم الحياة الإنسانية ورقّي مجتمعاتها وتحقيق الرفاهية والتقدّم المنشود، ما زالت التطوّرات العلمية والمعرفية بمثابة سلاح فتاك في حال تسخيرها في خدمة مصالح الفئات التي تستأثر بهذه العلوم أو تمتلك الإمكانيات الأضخم في عملية استخدامها ضدّ بقية الفئات؛ ما تّسع معه دائرة الخطر وترتفع درجات الخوف والقلق من اتجاهات استخدام تلك المزايا المستجدة، والتشكيك في نوايا وأغراض تفعيلها.

يشهد القرن الماضي بمختلف محطاته التاريخية على أجنات القوى العدوانية التي نفذتها الماكينات الإعلامية الضخمة والموارد المالية والبشرية في سياق الحرب الناعمة، ويعايش القرن الحالي نقلة نوعية في التأثير الإعلامي عبر وسائل الإنترنت. تستهدف منصات وسائل الإعلام الاجتماعية الأميركية والتابعة لها الدول والأنظمة السياسية المناوئة لها بطرق مختلفة وبتأثيرات متباينة، وتعمل عبر وسائل التواصل الاجتماعي على إحداث التأثير السلبي ونشر الراديكالية وزعزعة الاستقرار في هذه الدول، لاسيّما التي تعاني من أزمات بنيوية في الأنظمة السياسية والاجتماعية والاقتصادية¹. إنّ قدرة تأثير تلك الوسائل خطيرة إلى حدّ يقتضي استخدام الإنذار المبكر؛ فالتكنولوجيا

1. Schleffer, Guy, & Miller, Benjamin, "The Political Effects of Social Media Platforms on Different Regime Types", Texas National Security Review, 2021, p: 77-103.
<https://tns.org/2021/07/the-political-effects-of-social-media-platforms-on-different-regime-types>

الفصل الأول: الميديا كمفهوم وتجربة في مركزية الغرب ❖ ١٢٩

الرقميّة باتت تتدخل في تغيير تحديد طريقة الدول القوميّة المعهودة، إذ استطاعت إنشاء «دول افتراضيّة» يتمّ فيها تشكيل مجتمعات موازية وتنفيذ جداول الأعمال السياسيّة المحدّدة مسبقاً^١.

1. Shabazz, Daaim. "Internet Politics and the Creation of a Virtual World", in *International Journal on World Peace*, Vol. 16, No. 3, 1999, P: 27–39. <http://www.jstor.org/stable/20753215>.

الحرب الناعمة الرقمية

تعدّ الخوارزميات اللبّات التي يقوم عليها العالم الرقميّ. تعرّف كلمة خوارزمية^١ بأنها مجموعة من القواعد التي تحدّد تسلسل العمليات، ومن الممكن أن تكون هذه القواعد مشيرة إلى برامج الكمبيوتر أو من الممكن أن تقوم بإجراء بيروقراطي محدد^٢. وتبحث في قواعد البيانات المرتبطة بصفحات الويب ذات الصلة، وتعيد النتائج. وتؤمن الخوارزميات الرقمية الإعلامية أو ما تسمّى خوارزمية منصّات وسائل التواصل الاجتماعيّ كيفية عمل تلك الوسائل عبر معالجة البيانات، المدخلات، أو البحث والعمل على فرز الكلمات وتصنيفاتها بناءً على مدى ملاءمتها، ومن ثمّ التنبؤ بما سيكتبه المستخدمون، كما تسمح بتحديد أولويّات المحتوى الذي يراه المستخدم أولاً وفقاً لاحتمالية تفاعله الفعلية مع هذا المحتوى. على سبيل المثال، تحدّد الخوارزميات المنشورات الموصى بعرضها على صفحة المستخدم، أو قصص الأصدقاء أو الأخبار القصيرة والإعلانات.

تكمن خطورة الخوارزميات في تأثيرها في تفاصيل الحياة اليومية، ومزاحمة الإدراك والغرائز والعواطف الإنسانية في عملية الاختيار، بحيث إنّها تسعى للتأثير في القرارات بقولبة الخيارات أمام المستخدم. تقوم هذه البرامج بمعالجة رصيد المعلومات الهائل الناجم عن الاستخدام الشخصي للمواقع، وشراء البيانات المتاحة بين مختلف المواقع، وتتبع الاهتمامات والتعرّف على الرغبات

١. كلمة خوارزمية تقابلها باللاتينية كلمة "Algorithm"، تنسب إلى عالم الرياضيات المسلم محمد بن موسى، أبي جعفر، الخوارزمي الذي عاش في القرن التاسع الميلاديّ، وابتكر الترتيب المنطقيّ للخطوات الرياضية.

٢. هي جوهر برامج الكمبيوتر، تشير إلى تكرار عملية معيّنة لحلّ مشكلة معيّنة. تعطي للكمبيوتر مجموعة محدّدة من الإرشادات التي تسمح بفعل كلّ شيء، سواء كان تشغيل آلة حاسبة أو تشغيل صاروخ.

على مختلف الوسائل الاجتماعية من غرف الدردشة والمواقع الإلكترونية إلى الشبكة المظلمة، ومن ثم إغراق الصفحة بمحتوى محدّد وفيديوهات معيّنة وإعلانات موجّهة^١. إنّ تهديد التأثير المائل لم يعد حكراً على النمط الاستهلاكيّ والمشتريات، والتنبؤ بالمنتجات التي تريدها، وعرضها حتّى قبل أن يعرف المستخدم ما يريده تحديداً، وإنّما في استهداف المستخدمين فكرياً وثقافياً واجتماعياً ونفسياً، واستباحة حيز التحكم للاختيارات الكبرى والخيارات المصيريّة، ومطاردة المواقف السياسيّة والقناعات الاجتماعيّة والتقاليد الدينيّة والأخلاقيّات.

لقد تطوّر دور المنصات الرقميّة على مدى العقد الماضي، حتّى بات أداة طيعة في ساحات التجنيد بين الأطراف المتخاصمة أو المتناحرة^٢. تقدّم المنصات الرقميّة نقاط ضعف الفئات المستهدفة على مواقع التواصل، وتستخدم المواضيع الحساسة من جفاف عاطفيّ وجنسيّ ومشكلات أسريّة ومقيّدات عرفيّة وثقافيّة وإحساس بالدونيّة في عمليّة تحديد رسائل الخطاب النفسيّة المتناسبة مع التغييرات السياسيّة والقضايا الاجتماعيّة والاقتصاديّة^٣. وللعلم، استخدم تنظيم دولة الخلافة الإسلاميّة، داعش، ما وفّرت المنصات الرقميّة من خدمات في تجنيد

١. الجزيرة، «الخوارزميات الرقميّة...».

2. Weimann, Gabriel, & Masri, Natalie, "Research Note: Spreading hate on TikTok, *Studies in Conflict & Terrorism*, Tandfonline, 2020, p. 2.

<https://www.tandfonline.com/doi/10.1080/1057610X.2020.1780027>

3. Krasenberg, Jordy, & Handle, Julia, "(Young) Women's Usage of Social Media and Lessons for Preventing Violent Extremism", *RAN, European Commission*, 2020.

https://home-affairs.ec.europa.eu/system/files/2021-01/ran_small_scale_meeting_gender_and_social_media_en.pdf

النساء والدفع بهنّ للالتحاق بالتنظيم والزواج من عناصره¹. بهذا المعنى، يمكن القول إنّ البشريّة في العصر الرقميّ تشهد ما يمكن أن نطلق عليه تسمية «الاستعمار الرقميّ» أو «الحرب الناعمة الرقميّة» كبديل عن الاستعمار الجغرافيّ في استلاب الشعوب الأصليّة هويّتها للقضاء على حصانتها ووأد مقاومتها. فالثورة المشفّرة في تجميع البيانات وتحويلها إلى سلاح مضاد ضدّ أصحابها أنفسهم، تتيح خصوصيّات الشعوب في عمليّة تجريد من نقاط القوّة وكسر حواجز الحماية الخاصّة بها والنفاذ إلى التفاصيل الدقيقة، بل الأدقّ عند الطرف الآخر، والاختيارات التفصيليّة والتراكيب النفسيّة؛ ما يؤمّن للجهة المستهدفة إحكام القبضة عند توجيه اللكمة.

وتخدم البيانات الرقميّة الحرب الناعمة في استهداف الخصم بكلفة زهيدة مقارنة بتكلفة الحرب الصلبة، وبطريقة خفيّة في مسار متكامل من التحليل وتنسيق الاستجابة والردّ بين مختلف الأجهزة اللازمة النفسيّة واللغويّة والأمنيّة والاستخباراتيّة والإعلاميّة؛ تسهل معها عمليّة الاختراق أو التسلّل إلى داخل جبهات المستهدف وإشهار الحرب منها وعبرها. فالكلمات والصور والمقاطع المصوّرة والأحداث المتناقلة توفّر مادة البيانات الرقميّة التي يتمّ معالجتها ومن ثمّ استخدام مخرجاتها بعد التصنيف والتحليل في اختراق البنى الاجتماعيّة والثقافيّة المناوئة لسياسات الخصم؛ إثارة النزاعات والفتن الداخليّة في الساحة التي تشكّل تحدّيًا للخصم أو بؤرة تهديد أو مواجهة؛ تجنيد الوكلاء والعملاء للحاجة الأكيدة إلى عمليّات الرصد الميدانيّة التي لا تغني عنها عمليّات التتبّع

1. Scheuble, Sophie, & Oezmen, Fehime, "Extremists' Targeting of Young Women on Social Media and Lessons for P/CVE", *RAN, European Commission*, February 2022. https://home-affairs.ec.europa.eu/whats-new/publications/extremists-targeting-young-women-social-media-and-lessons-pcve-february-2022_en

الرقميّ؛ تعزيز عمليّة قصف العقول والتلاعب بها بغية صناعة رأي عام داخليّ يؤمّن عمليّات السيطرة الخفيّة دون أيّ بصمة للجهة المستهدفة أو رفع التكلفة عليها؛ وتشويه النموذج التحرّريّ ورفع المشروعيّة والشرعيّة عن الحركات المقاومة والمناهضة لمشاريع الهيمنة. وفي طليعة تلك المشاريع في منطقتنا، مشروع فرض الكيان الإسرائيليّ الغاصب وطمس القضية الفلسطينية باستخدام عناوين مشوّهة ومشوّهة.

وعليه، تقوم «الحرب الناعمة الرقميّة» عبر معالجة البيانات والمعلومات على خطوات:

عمليّة مسح البيئة الاجتماعيّة بغية تحديد المشكلات الموجودة ورصد التوجّهات؛ البحث عن نقاط الضعف والقوّة والتحدّيات والمخاوف.

تحديد الفئات القابلة للاستثمار بنجاعة وفعاليّة.

وضع برنامج الاستهداف المتناسب مع الأهداف المنشودة والفئات المحدّدة بلحاظ خصوصيّة كلّ منها في التعامل معها.

البدء بتنفيذ الاستهداف وفق الخطّة الموضوعية والمسار المرسوم، مع الأخذ بعين الاعتبار التوقيت والخطط البديلة ونقاط المرونة تبعاً لمجريات الزمان والمكان.

استثمار مخرجات الفئات المستهدفة نفسها في عمليّة الاستهداف، لا سيّما تلك التي تحوّلت إلى خندق الجهة المستهدفة.

آليات برمجة الاستهداف

يلجأ صانعو السياسات في الحرب الناعمة إلى عمليّة تكيف مستمرّة مع التطوّر في العالم الرقميّ؛ تسخّر المزاي الخوارزمية في خدمة الحرب الناعمة بغية

زيادة تأثير منصات وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز الدفع والجذب أو التوجيه والتغيير والهيمنة لدى المستخدمين. وتنضوي ضمن سلة الحرب الناعمة الرقمية العديد من الآليات والأدوات التي تساهم في رفع رصيد البيانات الرقمية في الحرب الناعمة. تستفيد الحرب الناعمة الرقمية في عملية برمجة الاستهداف مما توفره مزايا وخدمات الذكاء الاصطناعي والكلام الشفهي الإلكتروني؛ تكتيكات الدعاية و«هندسة الموافقة» و«الهندسة الاجتماعية» و«الحرب الإدراكية»، والموارد البشرية من المجتمع المدني والمؤثرين.

الذكاء الاصطناعي

تتطور نظريات الردع بشكل يتناسب مع تسارع الابتكارات العلمية والتكنولوجية، حتى بات الذكاء الاصطناعي¹ والتعلم الآلي والتقنيات الأخرى ذات الصلة تؤثر على طبيعة ونطاق وممارسة الردع والقهر والإكراه في النظرية والتطبيق؛ للتأثير على سلوك الخصم وإقناع الآخر بالتخلي عن فعل معين والدفع باتجاه آخر². وقد بدأت أصوات التحذير ترتفع نتيجة خطورة تطوير بعض أشكال الذكاء الاصطناعي، لا سيما الأنظمة التي تفكر أو تتصرف مثل البشر، أو تلك التي يمكن أن تحاكي الذكاء البشري، فتفكر أو تتصرف بعقلانية في حل المشكلات

1. AI

٢. مرّ تطوير الذكاء الاصطناعي بموجات عدة، يشهد العالم حالياً الثالثة منها: الأولى ساعدت في تدريب أجهزة الكمبيوتر على إكمال مهام محددة من خلال تحويل حقائق معينة مستمدة من نظام معين إلى قواعد يمكن للكمبيوتر أن يفهمها ويتصرف بها ويتفوق فيها، مثل لعبة الشطرنج. استخدمت الثانية التعلم الإحصائي لتدريب الذكاء الاصطناعي على استخدام التفكير الاحتمالي في معالجة وتفسير البيانات والمعلومات والتكيف مع الجديدة منها، مثل التعرف على الصوت أو الوجه وتصنيف الأشياء. تقوم الموجة الثالثة على «التكيف السياقي»، وبناء «نماذج توضيحية» بنفسها. للمزيد، راجع: سلسلة مقالات بعنوان:

وتتصرّف وفقاً لذلك. ويعدّ عالم حرب المعلومات من المجالات الخطرة التي يتمّ تعزيزها وتضخيمها بواسطة الذكاء الاصطناعيّ، بحيث يمكن استخدام مقاطع الفيديو الاصطناعيّة والتكنولوجيا المزيّفة العميقة لتصنيع معلومات مضلّلة سلسلة تلاعب بكلّ شيء من الخطاب العام إلى القرارات السياسيّة الفرديّة والحسابات الجيوسياسيّة وعقليّات الخصوم^١.

الكلام الشفهيّ الإلكترونيّ

تسخّر الحرب الناعمة نظريّة تعود إلى منتصف التسعينات عندما بدأ الإنترنت في تغيير طرق تفاعل المستهلكين مع بعضهم، وهي نظريّة مفهوم الكلام الشفهيّ الإلكترونيّ^٢. يعرّف المفهوم بالعموم على أنّه مشاركة معلومات المستهلكين وتبادلها حول منتج أو شركة عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعيّ واتصالات الهاتف المحمول؛ ما يسمح بتمرير المعلومات عالمياً وبسرعة^٣. يمكن تعريف الكلام الشفهيّ الإلكترونيّ من الناحية المفاهيميّة على أنّه أيّ بيان إيجابيّ أو سلبيّ يقدّمه عملاء محتملين أو فعليّين أو سابقين حول منتج أو شركة للعديد من الأشخاص والمؤسّسات عبر الإنترنت^٤.

1. Wilner, Alex, "AI and the Future of Deterrence: Promises and Pitfalls", *Centre for International Governance Innovation*, 28 November 2022. <https://www.cigionline.org/articles/ai-and-the-future-of-deterrence-promises-and-pitfalls/>

2. Electronic word-of-mouth, eWOM

3. Chu, Shu-Chuan, "Electronic Word-of-Mouth (eWOM)", *obo in Communication*, 2021.

<https://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199756841/obo-9780199756841-0267.xml>

4. Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D., "Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate

وقد تطوّر استخدام امتيازات المفهوم في التأثير والتقويم والقرار في الفضاء السياسي. بات المستهلك السياسي هدفاً واقعياً في الحرب الناعمة تماماً كالمستهلك الاقتصادي، وكما يلحظ مفهوم الكلام الشفهي الإلكتروني محفّزات المستهلكين على التعبير عن أنفسهم على الإنترنت، يشغل تفعيل التسويق التفاعلي السياسي عبر منصات رأي المستهلك وغرف التفكير والقرار والأجندات السياسية. تنظر العملية في رضى وتقويم مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي عن الطبقة الحاكمة والسلطة السياسية الحزبية وأداء مؤسسات الدولة وعلاقات المستخدمين، وتتحرك وفق سوابق ودوافع المستخدمين من قبيل الرغبات والاهتمامات والمحفّزات والدوافع السلوكية وعوامل العلاقات الاجتماعية للأفراد مثل رأس المال الاجتماعي، بالإضافة إلى مصدر الرسالة وخصائصها. تتدخل في العديد من التنسيقات المختلفة، مثل مواقع مراجعة الحسابات، ورسائل البريد الإلكتروني، ولوحات المناقشة بين الجهات المستهدفة، والمحتوى الذي يدور بين الأطراف المتجاذبة سياسياً أو دينياً أو ثقافياً، ووسائل التواصل الاجتماعي، والمجتمعات عبر الإنترنت. وتعمل على تقديم المحتوى الذي تريد تأطير المستخدمين باتجاهه وتعمل على الترويج والتسويق له، وتوفير المواد اللازمة لإعادة إنتاجه.

وعليه، تشكّل الاختلافات المجتمعية ودور المؤثرين وأنواع وسائل التواصل الاجتماعي، ومقاصد المستخدمين ونواياهم، مجالات بحث الكلام الشفهي الإلكتروني. ووفقاً لاستطلاعات الرأي التي أجراها مركز بيو للأبحاث،

themselves on the Internet?", in *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 18, No.

1, 2004, p: 38–52.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1094996804700961>

تتولّى الخوارزمية تعريف المستخدمين المتفاعلين مع محتوى معين ما على مقاطع فيديو بشكل متزايد^١. ومن ثمّ، فإنّ الأفراد الذين يحاولون الحصول على معلومات حول الموضوعات السياسيّة أو حتّى الأسئلة المتعلقة بالحياة اليوميّة يمكن اقتراح محتوى خاصّ باهتماماتهم ورفدهم بمقاطع فيديو تدعم عمليّة التّأطير أو القولية المطلوبة.

الدعاية وهندسة الموافقة

سياسات اللجوء إلى الحروب النفسيّة والدعاية الناجمة لممالك القديمة الصينيّة والمغوليّة راحت تتعزّز في العشرينات من القرن الماضي، مع غوبلز وزير الدعاية والحرب النفسيّة الألمانيّ. وتطوّر الاستهداف الدعائيّ لأهمّيته في السيطرة على الرأي العام، حتّى بات سلاح الولايات المتّحدة الأبرز في العمليّات السريّة والانقلابات التي دعمتها خلال القرن الماضي في ٨٠ بلدًا حول العالم، مستعينة بوحدة العمليّات الدعائيّة التي أسّستها المخابرات المركزيّة الأميركيّة CIA وتقنيات السيطرة التي وفّرتها نظريّة هندسة الموافقة^٢، الذي ابتكرها عالم النفس الأميركيّ، إدوارد برنايز^{٣،٤}، بالاستناد إلى استطلاعات الرأي وتحليل السياسات والتخطيط الشامل.

1. Auxier, Brooke, & Anderson, Monica, "Social Media Use in 2021", *Pew Research Center*, 7 April 2021.

<https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>

2. The Engineering of Consent

3. Bernays

4. Bernays, Edward L., *Public Relations*, University of Oklahoma Press, Norman, 1952, p:162,165,177.

وتعدّ إدارة القضايا أو المشكلات أو النسخة الحديثة لهندسة الموافقة^١ حملة دعائية استباقية ومنهجية تقوم على جمع المعلومات الاستخباريّة وعلى تقويم شامل للوضع الاجتماعي والسياسي. وبطبيعة الحال، لا ينحصر عمل هندسة الموافقة أو إدارة القضايا في المجال التجاري الدعائي، فهي تخدم المجال السياسي؛ إذ تستخدم الخوارزميات هندسة الموافقة في تحديد المشكلات ونقاط الضعف التي تعيق تحقيق هدف معين، وقبل أن يتحوّل ذلك إلى كتلة تحبط الأهداف وتتطلب تدخلاً قد يكون ضعيف التأثير من موقع الدفاع، يتمّ التحضير والاستعداد والعمل على الجزئيات لمنعها من التأثير وبذات الوقت التحضير لخطة عمل بديلة عند ظهور شيء ما بدلاً من الاضطرار إلى الهجوم على عجل.

تؤمن هندسة الموافقة إخضاع الرأي العام عبر تحييد الأصوات الانتقادية، بدلاً من المخاطرة من خلال إسكاتها بالدعاية السلبية، ناهيك عن ضمان سيطرة نسخة مشتركة من القضايا العامة على النقاش العام واستبعاد الآراء غير المؤاتية منه. وتقسّم الفئات المستهدفة من قادة الرأي إلى ثلاثة تصنيفات وفق نظرية برنايز: أصدقاء؛ عناصر على السور؛ عناصر سلبية. ثمّ يتمّ تزويد أولئك الذين يتخذون مواقف مطلوبة بمعلومات منتظمة لاحتمال أن يصبح هؤلاء نقطة انطلاق للمواقف والإجراءات الإيجابية. وتتمثل التحديات المتبقية في استمالة

١. «إدارة المشكلات» أو «هندسة الموافقة» كما عرفت في أوائل عشرينات القرن الماضي هي إحدى إستراتيجيات العلاقات العامة الرئيسة للشركات لتعزيز «مناخات الأعمال المؤاتية». تمّ تطوير تقنيات العلاقات العامة لهندسة الموافقة ونشرها لأول مرة من قبل إدوارد بيرنايز. واستخدمت في تسويق الحرب على غواتيمالا (١٩٥٣). وهي عبارة عن استخدام نهج هندسي في مهمة من يعتمد على موافقة الجمهور جعل الناس يدعمون الأفكار والبرامج والأهداف.

الشريحة «المتذبذبة» أو «المترددة» و«تشويش وجهات النظر المعاديّة»^١. وتشير المصادر إلى أنّ هندسة الموافقة أو استراتيجية إدارة القضايا عادة ما تحتوي على ثلاثة مكونات، متداخلة في بعض الأحيان: جمع المعلومات الاستخباريّة وتقويم المناخ الاجتماعي والسياسي المحيط؛ محاولات التلاعب بالمناقشات العامّة في اتجاه مواتٍ للمستهدف؛ ومحاولات استبعاد الأصوات المتباينة أو المعادية من النقاش العام عبر التلاعب بالأخير^٢. ويشير نائب الرئيس الأميركي السابق، آل غور، في كتابه، العدوان على المنطق في أميركا، كيفية تطبيق «هندسة الموافقة» على نموذج الاحتلال الأميركي للعراق، ويشرح بالتفصيل كيفية استعمال الأميركيين لمبادئ علم النفس والإدراك وصناعة الرأي العام لوضع الناس في أطر يعتقدون فيها أنّه عليهم الموافقة على رغبات السلطة الأميركيّة ولو كانت ضدّ مصالحهم، والتي وصلت في تجاهلها للحقائق ولمنطق «السبب والنتيجة» لحدّ مهين للمنطق السليم، والنتيجة ازدهار الإرهاب في العالم^٣.

الحرب الإدراكيّة

تؤمّن الخوارزميّات للعدوّ أو الخصم أو المنافس ممارسة الحرب الإدراكيّة -وهي إحدى ساحات الحرب الناعمة- بحيث يعمل على التلاعب بنمط تفكير

1. Richter, Judith, "Engineering of Consent Uncovering Corporate PR Strategies", *Corner House Briefing 06*, 31 March 1998.

<http://www.thecornerhouse.org.uk/resource/engineering-consent>

٢. يستند التلاعب بالنقاش العام وفق برنايز إلى مزيج من أربع استراتيجيّات للتأثير في المناقشات العامّة: التأخير؛ التحويل؛ نزع التسييس ونشر الهراء. للمزيد، راجع (م. ن).

3. Gore, Al, "Al Gore: The Assault on Reason' in America", *NPR. Program Stream on Air*, 25 May 2007.

<https://www.npr.org/2007/05/25/10440121/al-gore-the-assault-on-reason-in-america>

المجتمعات المستهدفة، بما يطوِّعها للاستسلام والخضوع اعتقاداً بأن ذلك يخدم مصلحتها ويجنبها المشكلات والأزمات المحيطة بها، ويوفّر لها الحياة الهائلة والرغيدة. تستهدف الحرب الإدراكية عناصر نمط التفكير الخمسة: المنطق المجرد؛ القيم العقلانية العامة؛ مناهج التفكير العلمي؛ القواعد الدينية والشرعية؛ المفاهيم الثقافية المعاشة والمتداولة، وتُشنّ على الفئات الصلبة في مواجهة الهيمنة والاستكبار والصوصية، بغية التحكّم بالاستنتاجات والتصوّرات ومن ثمّ القرارات فالتصرّفات خدمة لأهداف المهاجم في تطويع المستهدف للقبول بالتغيّر، وتوظيفه في تحصيل المنافع وتفكيك البنية الفكرية والحياة الاجتماعية للمجتمعات أو الفئات المستهدفة أو المستضعفة^١.

وفي حين تشكّل حرب التلاعب بنمط التفكير فئات باعتقادات جديدة؛ تتبنّى طروحات الطرف المهاجم قولاً وفعلاً، تكمن الخطورة في عملية التوظيف لهؤلاء في العمليات المستورة أو القابلة للإنكار، ومنها الثورات المملونة التي يتمّ الدفع بها من الخلف على أنّها حالة شعبية عفوية سلمية بمطالب محقّة، سرعان ما يعمل على ضبطها وإدارتها للسيطرة عليها وتعديل التوجّهات وفق مصلحة المشغل ومنع قيام قيادة مستقلة عنه.

المجتمع المدني والهندسة الاجتماعية

تستفيد الثورات المملونة في سياق الحرب الناعمة من البيانات الخوارزمية المتاحة والانقسامات الأيديولوجية واللغوية والعرقية والدينية في المجتمع والموضوعات العاطفية أو المثيرة للجدل، المتصوّرة على الأقلّ، في الخطاب العام؛ بما يسهّل عملية الاستهداف وبثّ المعلومات المضللة والدعاية وتنظيم

١. قيسي، «زرع الأفكار عمليات التغيير التدريجي في الحرب الناعمة».

حملات إشاعات حول الرموز والأحداث التاريخية أو الجارية، وتعبئة الناس للأنشطة السياسية والتظاهرات، وفق ما حدّته مخرجات عمليّة معالجة البيانات وتحليلها. وبناء عليه، تشكّل الإمكانيّات الإعلاميّة والتكنولوجيّة عامل أساس في رسم مصير «الحرب عن بُعد» و«الحرب الاجتماعيّة»، بحيث تسهّل للمنظّمات غير الحكوميّة ونشطاء المجتمع المدنيّ الدخول في الخطاب العام وتكوين تصوّر بأنّهم يمتلكون «الجماهير» من خلال ما هو معروف باسم «الهندسة الاجتماعيّة»¹.

تقوم «الهندسة الاجتماعيّة» على التلاعب النفسيّ بالناس والتأثير عليهم والدفع باتجاه أداء أعمال أو إفشاء معلومات سرّيّة أو حتّى اتخاذ إجراء قد يكون أو لا يكون في مصلحته. ويغلب استخدام «الهندسة الاجتماعيّة» في أمن المعلومات ووسائل التواصل الاجتماعيّ؛ فهي تركز على البيانات المتوفّرة، بدءاً من جمع المعلومات و«تحليل الشبكة الاجتماعيّة» وتحديد السمات الشخصية. بالإضافة إلى ذلك، يتمّ إنشاء نوع من الاتصال بناءً على النصّ التفسيريّ المحدّد. بعد ذلك، يتمّ تنفيذ «الهجوم» الفعليّ أو نشاط التأثير عبر تقديم المحتوى، إمّا في شكل رسائل فعليّة، أو من خلال تقديم روابط للتقارير، أو استخدام مواد رسوميّة (غالباً ما تكون عاطفيّة للغاية) أو إشارات إلى المقالات الأخباريّة أو المدونات التي تدعم ادعاءً أو تفسيراً محدّداً للأحداث. تحقيقاً لهذه الغاية، فإنّ ما يسمّى بالمتصيدين أو وكلاء التأثير هم على الأرجح من يستخدم هذا الأسلوب.

1. Nissen, Thomas Elkjer, "Social media's role in 'Hybrid Strategies'", *NATO Strategic Communications Centre of Excellence*, 2016. <https://stratcomcoe.org/publications/social-medias-role-in-hybrid-strategies/179>

المؤثرون

يُتسع نطاق استخدام البيانات الرقمية في تطوير إمكانيات وآليات الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي باتجاه المنفعة القصوى، وقد تزايد مجال الاهتمام بالتوظيف مع النمو المطرد في اعتماد وسائل التواصل الاجتماعي وتوسيع السبل العالمية في استهداف الفئات السكانية التي يصعب الوصول إليها، أو تمثل تحديًا تاريخيًا للتجنيد داخل المجال الافتراضي¹. من هنا، اقتضت الحاجة استغلال أو تشغيل المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي كمورد آخر ضروري إلى جانب استخدام الإعلانات أو المنشورات؛ لما يمثله المؤثرون من روابط مجتمعية مبتكرة لتوسيع نطاق التوظيف². ويتم استخدام المؤثرين من مدونين وخبراء ومشاهير كقادة رأي عام في مجال التسويق الشفهي الإلكتروني³، ليس لمنح المعلومات فقط، ولكن للقدرة على الاتصال الشخصي مع الجمهور أو المتابعين لمحتوى المنصات التي يشغلونها أيضًا⁴، والعلاقة العاطفية التي تجمعهم، بحيث

1. Perrin, Andrew, & Monica, Anderson, "Share of U.S. adults using social media, including Facebook, is mostly unchanged since 2018", *Pew Research Center*, 10 April 2019.

<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/04/10/share-of-u-s-adults-using-social-media-including-facebook-is-mostly-unchanged-since-2018/>

2. Wentzell, K., Walker, H. R., Hughes, A. S., & Vessey, J. A., "Engaging Social Media Influencers to Recruit Hard-to-Reach Populations", in *Nursing research*, Vol. 70, No. 6, 2021, p: 455–461. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8563382/>

3. De Veirman M, Cauberghe V, & Hudders L, "Marketing through Instagram influencers: the impact of number of followers and product divergence on brand attitude", in *International Journal of Advertising*, Vol. 36, No. 1, 2017, p: 1-31.

4. Djafarova, Elmira, & Rushworth, Chloe, "Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users", in *Computers in Human Behavior*, Vol. 68, 2017, p: 1–7. <https://psycnet.apa.org/>

تظهر توصيات هؤلاء المؤثرين على أنّها ذات مصداقية. في المقابل، يتمّ تعويض المؤثرين من خلال تلقي منتجات مجانية ودعوات إلى أحداث حصرية و/ أو تعويض ماليّ؛ تعدّ علاقة المقايضة هذه عنصراً محدداً لثقافة المؤثر.

الخاتمة

تؤمّن المتغيّرات الحيّاتيّة الكبرى ومنها تطوّر المواصلات ووسائل التواصل عمليّة حراسة مخرجات الحرب الناعمة في المجتمعات المستهدفة من قبيل التبعيّة الذاتيّة والهيمنة المحليّة وحميّة الخضوع لحياة المهيمن وثقافته من بوابة التبادل الثقافيّ؛ النواتج التي سيّلتها سرديّات التحديث ومشروعيّة الهيمنة وقولبتها في النخب المحليّة. هي حرب هجينيّة تقوم على «القصف» الفكريّ والإعلاميّ والنفسيّ والإدراكيّ في استباحة الهويّة الثقافيّة وصولاً للهويّة الوجوديّة أو الأنطولوجيّة، والهدف هو نزع كلّ جدار عازل أو رادع أمام مشروع مواجهة الفكر الإسلاميّ الأصيل الرافض عملياً للخضوع والتبعيّة والاستلاب والتغريب. إنّ ما شهدته النظام القطبيّ الأحاديّ من مؤشّرات في التشظّي والأفول، منذ عقدين تقريباً، مع تحوّل سلطة العديد من الدول خارج مفهوم المنظومة الأميركيّة للديمقراطيّات الليبراليّة ونموّ متصاعد في ركب التعدديّة القطبيّة، كان بمثابة إنذار مبكر للولايات المتّحدة لضرورة تفعيل الحرب الناعمة لدول منطقة غرب آسيا ووأد مشاريع الحركات التحرريّة الصاعدة.

وفي حين تمثّل منصّات التواصل الاجتماعيّ فرصة للتبادل الثقافيّ بين الشعوب والتواصل الإيجابيّ بما يخدم الإنسانيّة إلا أنّ مفهوم العولمة في الهيمنة والاستعمار جعل منها سلاحاً فتاكاً بيد الفئة التي تمتلك المقدرات والإمكانيّات

والموارد البشرية والإعلامية والمالية الضخمة، كما فرض الاستحواذ على تكنولوجيا الاتصالات المتطورة المعاصرة والتفوق في العلوم التقنية والحاسوبية في المجالات الافتراضية تهديدًا حقيقيًا على مجتمعات الدول الأقل تطورًا في هذه المجالات، وجعلها عرضة لعمليات استهداف مبرمجة على قدر كبير من الخطورة. تشكّل البيانات الخوارزمية حديثًا والقدرة على التحكم بها رصيّدًا هائلًا من نقاط القوة للجهة التي تمتلكه، ومن أدوات الفتك بالجهة الضعيفة أو المستضعفة والتأثير المباشر على زعزعة كياناتها وأنظمتها السياسية واستقرارها انطلاقًا من التحكم بمجتمعاتها وفئاتها، لا سيّما النخبوية والشبابية.

في سياق استراتيجيات الحرب الناعمة الهجينة، تلعب الخوارزميات الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي دورًا خطيرًا في محاولات التأثير على تصور الناس للأحداث والمواضيع الجارية وبرمجة التوجّهات العامة والسيطرة على العقول المستهدفة وتقييد أنماط تفاعلها وفق النمط المهيمن بما يتماشى مع أهداف النخبة التي تخدم الجهة المسيطرة، وتدفع الجماهير نحو الرغبة والسعي لفعل ما تريد الجهة المستهدفة أن تفعله ولو لغير صالحها. وكما هو حال ازدواجية المعايير الأميركية في التعامل مع ملفات السياسة، تطفو الرؤية الأميركية في استئثار حق استخدام وسائل التواصل بالطريقة التي تخدم مصالحها وأهدافها في التنميط والقبول والإخضاع النفسي والإدراكي تحت عناوين «أخلاقية»، بينما يصف هو نفسه إجراءات ما يعرف بـ «الحظر» الإلكتروني الهادفة إلى حماية سيادة الدول وشعوبها بأنها جريمة وتواجه بالإدانة إلى حدّ فرض العقوبات. والأمر الخطر هو في وصول الحرب الناعمة الرقمية إلى درجة القدرة على اختراق نمط تفكير تلك الجماعات المستهدفة إلى حدّ رؤية الحماية الإلكترونية بعيون العدو، أي جريمة وتستحقّ العقاب.

لقد تجاوزت الخطورة حدّ التنميط وقولبة العقول التي تمّ قصفها باتجاه تحويلها إلى أدوات مبرمجة أشبه بـ «روبوتات» يتمّ تفعيلها عند الضرورة ووفق البرنامج المحدّد لها. فالاستهداف اليوم في السيطرة دخل مرحلة التنفيذ الإجرائيّ عبر التأثير على القرارات والخيارات؛ ما يستدعي رفع الإنذار المبكر في الحاجة إلى خطة استجابة مضادّة في ضرورة مواجهة الحرب الناعمة الرقمية الجارية.

- بداية، تجدر ضرورة الاتفاق أو التوافق بين مختلف الشرائح المستهدفة على أنّنا خوض معركة لا تقلّ خطورة عن المعركة العسكرية، بل إنّنا في مرحلة متقدّمة منها، وهو ما يحتاج إلى تضافر مسؤوليّات الجهات المعنية على مختلف المستويات الثقافية والدينيّة والاجتماعيّة والسياسيّة والإعلاميّة في الكشف والتبيين لخطورة المرحلة والتقنيات المستخدمة والعمليّات الجارية في استهداف مجتمعات منطقة غرب آسيا، وتحديدًا التي تعاني أزمات اقتصاديّة وسياسيّة واجتماعيّة. وكذلك العمل على تحويل الاستجابة لهذه الحرب الجارية إلى وعي جماعيّ واتحاد في المواجهة ومسؤوليّة متوازنة ومنضبطة أخلاقيًا وإنسانيًا وشرعيًا.

- تستدعي المواجهة تجانس الأدوات في الدرجة الأولى، فالاستعداد يحتاج تجهيزات وآليّات تقنيّة وذات بعد تكنولوجيّ، الأمر الذي يرفع مسؤوليّة تظهير الإبداع الكامن وتفعيل الطاقات الشبابيّة وتنمية روح الاقتدار العلميّ والنهوض الفرديّ والاجتماعيّ في الاختراع والابتكار، سواء لمواكبة التطوّرات الجارية أو استهدافها المضادّ أو التشويش عليها وتخفيض فعاليتها. وهي مسؤوليّة مشتركة بين الدولة والمواطن، لكنّها لا تعفي الأخير في حال تقاعس الأول أو قصوره وتقصيره.

- كشف عدم جاذبيّة النموذج الآخر وخواء المضمون على المستوى المعنويّ

والنفسى والاجتماعى، وتبين نقاط ضعف النموذج الغربى السياسى والاقتصادى وتداعياته السلبية على شعوب المنطقة من نهب للموارد والثروات وافتعال الحروب وإثارة النزاعات.

- الاستفادة من اللغة المعاصرة في الاتصال والسعي لتحقيق فوائد ومخرجات تفوق المدخلات على محدودية الموارد والإمكانيات المادية عبر تجنيد الطاقات المعنوية والشبابية الكامنة والجامعية والعلمية في قيادة الحرب الناعمة الرقمية وإدارة مختلف جبهاتها.

- التركيز على أن المعركة في العصر الحالى هي معركة الوعي والبصيرة والتحصن بهما في منع عملية السيطرة على خيارات الشعوب والأمم. وما أشبه اليوم بالأمس، فالحضارة الغربية الزائفة التي قام تمرُّكُّها على الغزور والحروب والإبادات الجماعية والتعامل الدونى مع الشعوب والحضارات الأخرى، هي نفسها اليوم بعد مئات السنين تلجأ لنفس الأساليب لكن بمظاهر «متقدمة ومتطورة» للحفاظ على استمراريتها؛ فما زالت تعاني الخواء والفراغ من الداخل، وتفتقر تقديم الرؤى البديلة وهي تنظر إلى أنظمتها السياسية والاقتصادية التي فرضتها بالقهر والقمع تنهاوى، في معركة البقاء في سياق صراع الباطل ضد الحق.

- في حين يشهد العالم أفول النظام القطبى الأحادي ترتفع تحديات النظام الجديد غير الواضح المعالم حتى الآن، ما يدفع باتجاه النظر في الدور التقدِّمى للنموذج الإسلامى الأصيل واستعادة مكانته في الحضارة الإنسانية العالمية. الأمر الذي يقتضى من العلماء والمثقفين والمفكرين البحث في مقتضيات المرحلة المقبلة وتحديد تحدياتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفكرية ومحاولة صوغ إطار نظري وعملي في معالجة مختلف التحديات والتهديدات.

الفصل الأول: الميديا كمفهوم وتجربة في مركزية الغرب ❖ ١٤٧

- ضرورة الإيمان بتفوق القوّة البشريّة على القوّة الرقميّة التي لا قيمة لها دون المحرّك البشريّ، غير أنّ الحاجة ملّحة لتفعيل هذه القوى الكامنة وتحويل الخطورة الرقميّة إلى سلاح بناء بعيداً عن مشاعر الهلع أو عمليّات الاحتكار.

لائحة المصادر والمراجع

١. أبو حلاوة، كريم، «سياسات القوّة الذكيّة ودورها في العلاقات الدوليّة»، مركز دمشق للأبحاث والدراسات (مداد)، ٢٠١٦.
٢. تشومسكي، ناعوم، السيطرة على الإعلام الإنجازات الهائلة للبروباغندا، تعريب: أميمة عبد اللطيف، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، ط ١، ٢٠٠٣.
٣. العكش، منير، أميركا والإبادات الثقافيّة لعنة كنعان الإنكليزيّة، رياض الريس للنشر، بيروت، ط ١، ٢٠٠٩.
٤. قبيسي، هادي، «الاحتلال الذاتي آليات الاستتباع الناعم للقوى الغربيّة»، مجلة جامعة المعارف، بيروت، العدد ٣، ٢٠٢١. <http://alkashif.org/html/center/2/1.pdf>.
٥. قبيسي، هادي، «زرع الأفكار عمليّات التغيير التدريجيّ في الحرب الناعمة»، أكاديميا، ٧ كانون الأوّل ٢٠٢٣.

زرع الأفكار/95071785/www.academia.edu

٦. محمد، سعيد، «كيف تصنع ثورة؟ ... سيرة ملهم الثورات الملونة»، الأخبار، ٦ تشرين الثاني، 2019. https://al-akhbar.com/Literature_Arts/278937.
٧. محمد، سعيد، «أن تقرأ فوكو — غرامشي معاً إعادة نظر لازمة في فلسفة الهيمنة»، الأخبار، ١٩ تشرين الثاني ٢٠١٩. https://al-akhbar.com/Literature_Arts/279627.
٨. الجزيرة، «الخوارزميات الرقمية.. هل نحن حقاً من يختار؟»، في سلسلة: «الخوارزميات.. نظام عالمي جديد»، الجزيرة الوثائقيّة، ١٧ تموز ٢٠٢٢.

الخوارزميات-الرقمية-هل نحن-حقا-من-يختار/doc.aljazeera.net/science-and-astronomy/2022/7/17

٩. شبكة المعارف الإسلاميّة الثقافيّة، «الحرب الناعمة نقاش في المفهوم»، شبكة المعارف الإسلاميّة الثقافيّة، تاريخ النشر: ٢١-٧-٢٠١٥، تاريخ المشاهدة: ١٩ - اوت - ٢٠٢٤، من الرابط:

www.almaaref.org/maarefdetails.php?id=14509&subcatid=&cid=580&supcat=37

١٠. طهبوب، عامر وآخرون، الاستراتيجية الأميركية في المنطقة مشروع الشرق الأوسط الكبير، مركز الكاشف للدراسات الاستراتيجية، ٢٠٠٤، من الرابط:

alkashif.org/html/center/2/1.pdf

11. Auxier, Brooke, & Anderson, Monica, "Social Media Use in 2021", Pew Research Center, 7 April 2021.
12. Bernays, Edward L., *Public Relations*, University of Oklahoma Press, Norman, 1952.
13. Chu, Shu-Chuan, "Electronic Word-of-Mouth (eWOM)", *obo in Communication*, 2021. <https://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199756841/obo-97801997568410267-.xml>
14. Crawford, Neta C., "Blood and Treasure: United States Budgetary Costs and Human Costs Of 20 Years of War in Iraq and Syria, 2003-2023", Watson Institute, 15 March 2023, p: 1-2. <https://watson.brown.edu/costsofwar/papers/2023/IraqSyria20>
15. De Veirman M, Cauberghe V, & Hudders L, "Marketing through Instagram influencers: the impact of number of followers and product divergence on brand attitude", in *International Journal of Advertising*, Vol. 36, No. 1, 2017.
16. Djafarova, Elmira, & Rushworth, Chloe, "Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users", in *Computers in Human Behavior*, Vol. 68, 2017. <https://psycnet.apa.org/record/2017-01245-002>
17. Gore, Al, "Al Gore: The Assault on Reason' in America", *NPR. Program Stream on Air*, 25 May 2007. <https://www.npr.org/2007/05/25/10440121/al-gore-the-assault-on-reason-in-america>
18. Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D, "Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet?", in *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 18, No. 1, 2004. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1094996804700961>

19. Krasenberg, Jordy, & Handle, Julia, “(Young) Women’s Usage of Social Media and Lessons for Preventing Violent Extremism”, RAN, European Comission, 2020.
20. Layne, Christopher, “This Time is Real: The End of Unipolarity and the Pax American”, in *International Studies Quarterly*, Vol. 56, No.1, 2012.
21. Leonard, Mark ,*Public Diplomacy*, The Foreign Policy Center, London, 2002.
22. Lutsevych, Orysia, *How to Finish a Revolution: Civil Society and Democracy in Georgia, Moldova and Ukraine*, The Royal Institute of International Affairs, Chatham House, London, January 2013.
23. Nissen, Thomas Elkjer, “Social media’s role in ‘Hybrid Strategies’”, NATO Strategic Communications Centre of Excellence, 2016. <https://stratcomcoe.org/publications/social-medias-role-in-hybrid-strategies/179>
24. Nye, Joseph S. (Jr.), *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, Basic Books, New York, 1991.
25. Nye, Joseph S. (Jr.), “Soft Power”, *Foreign Policy*, No. 80, Autumn 1990.
26. Nye, Joseph S. (Jr.), *Soft Power: The Means to Success in World Politics* Public Affairs, Basic Books, Perseus Books Group, New York, 2002.
27. Perrin, Andrew, & Monica, Anderson, “Share of U.S. adults using social media, including Facebook, is mostly unchanged since 2018”, Pew Research Center, 10 April 2019.
28. Richter, Judith, “Engineering of Consent Uncovering Corporate PR Strategies”, *Corner House Briefing 06*, 31 March 1998. <http://www.thecorner-house.org.uk/resource/engineering-consent>
29. Scheuble, Sophie, & Oezmen, Fehime, “Extremists’ Targeting of Young Womenon Social Media and Lessons for P/CVE”, RAN, European Comission, February 2022.

30. Schleffer, Guy, & Miller, Benjamin, “The Political Effects of Social Media Platforms on Different Regime Types”, Texas National Security Review, 2021, p: 77-103. <https://tnsr.org/2021/07/the-political-effects-of-social-media-platforms-on-different-regime-types>
31. Shabazz, Daaim. “Internet Politics and the Creation of a Virtual World”, in International Journal on World Peace, Vol. 16, No. 3, 1999, P: 27–39. <http://www.jstor.org/stable/20753215>.
32. The Ethics of Automated Warfare and Artificial Intelligence. <https://www.cigionline.org/the-ethics-of-automated-warfare-and-artificial-intelligence/>
33. Waltz, Kenneth Neal, “The Emerging Structure of International Politics”, in International Security, Vol. 18, No. 2, 1993.
34. Weimann, Gabriel, & Masri, Natalie, “Research Note: Spreading hate on TikTok, Studies in Conflict & Terrorism, Tandfonline, 2020. <https://www.tandfonline.com/doi/10.1080/1057610X.2020.1780027>
35. Wentzell, K., Walker, H. R., Hughes, A. S., & Vessey, J. A., “Engaging Social Media Influencers to Recruit Hard-to-Reach Populations”, in Nursing research, Vol. 70, No. 6, 2021. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8563382/>
36. Wilner, Alex, “AI and the Future of Deterrence: Promises and Pitfalls”, *Centre for International Governance Innovation*, 28 November 2022. <https://www.cigionline.org/articles/ai-and-the-future-of-deterrence-promises-and-pitfalls/>

المواقع الإلكترونية:

37. home-affairs.ec.europa.eu/system/files/2021-01/ran_small_scale_meeting_gender_and_social_media_en.pdf
38. home-affairs.ec.europa.eu/whats-new/publications/extremists-targeting-young-women-social-media-and-lessons-pcve-february-2022_en
39. www.pewresearch.org/fact-tank/2019/04/10/share-of-u-s-adults-using-social-media-including-facebook-is-mostly-unchanged-since-2018/
40. www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/

الفصل الثاني:
التمركز الغربي وخطاب الميديا الثقافي

الغرب الرقمي وثقافة الميديا الأصول اللأثقافية للمركزية الأوروبية

عمر الأمين أحمد عبد الله^١

تستعيد هذه الدراسة للباحث والمفكر السوداني عمر الأمين أحمد عبد الله المرتكزات اللاهوتية والأيدولوجية التي قامت عليها الحضارة الرقمية في الخطاب الثقافي الأوروبي. وفي هذه الاستعادة يلاحظ الكاتب ما يسميه بالأصول اللأثقافية للقارة الأوروبية، لبيّن البعد البربري الذي نشأت فيه تلك القارة، والأثر العميق الذي ترتب عليه. فقد جاءت التقنية برأيه كمحصول تاريخي لهذا البعد، وهو الأمر الذي تدل عليه وقائعية العصر الحديث، وخصوصاً لجهة تهافت البنية الأخلاقية والقيمية للمجتمع الغربي.

بات معلوماً أن أوروبا هي وجودٌ جغرافيٌّ وتاريخيٌّ في آنٍ واحدٍ جغرافياً، فهي كانت ضمن جغرافيا العالم القديم، ثم أصبح لها وجودٌ مختلفٌ بعد اكتشاف العالم الحديث، أي بعد اكتشاف الأمريكيتين وأستراليا.

وقد قامت أوروبا ما بعد الحداثة بإضافة أميركا الشمالية وأستراليا إلى نظامها السياسي الذي أصبح يمثل العالم الأول أو المركز الحضاري. وأصبحت هي حاكمةً لهذا العالم بما لها من قوة. ثم أضافت إليها لاحقاً اليابان بعد الحرب العالمية الثانية، فانقسم العالم إلى عالمٍ أولٍ ويمثله المركز الأوروبي، ثم عالمٍ

١ . مفكرٌ وأستاذٌ في الفلسفة الإسلامية، السودان.

ثانيًا تمثله بعض الدول الوسيطة في التحاقها ببعض الدول الأوروبية مثل البرازيل وتايلاند ومؤخرًا دول الخليج، وعالمٍ أخيرٍ يمثل قاع التخلف والفقر ويمثل العالم الثالث ويقع في هامش النظام الذي صاغت عليه أوروبا عالمنا المعاصر.

مستدركاتٌ مصطلحيّةٌ:

قد يتداخل الاستعمال المصطلحيّ تداخلًا قد يخلّ بما نقصده هنا في هذا المبحث، فما نعتقد أنّه دون هذا التداخل يستند إلى صحيح المفاهيم اللغويّة كأصولٍ ينبغي ألاّ يفارق صحيحها صاحب أيّ صياغةٍ لأيّ مصطلح. مثالٌ على ذلك قولنا «معرفة علميّة» وهذا لفظٌ يربط ما بين متخالفين في المنشأ، فالإنسان لا يملك العلم، ولكنه يملك معرفته؛ لذلك فاتصال المعرفة بالعلم لا يلقي بأيّ ظلالٍ معرفيّةٍ على العلم، بل يظلّ العلم في كامل صحته مترفعًا عن أيّ تعلّقاتٍ معرفيّة. ولولا ذلك لكانت المعرفة العلميّة التي تطهر منها العلم - كما هي مسألة دوران الشمس حول الأرض التي كان يقول بها المعلّم الإغريقيّ أرسطو - حقيقةً علميّةً وراسخةً إلى يومنا هذا. لكنّها معرفةٌ ثبت بطلانها دون أن تؤثر على الحقيقة الراسخة بأنّ الأرض هي التي تدور حول الشمس كحقيقةٍ ثبت رسوخها علميًا لم تصب بدنس الجهل والغفلة المعرفيّة التي يتّصف بها الإنسان بما لا يؤثر على حقيقةٍ علميّةٍ أصيلةٍ.

فما نعرفه من المعرفة العلميّة الصحيحة كان كما تقرّر لاحقًا حول الخطأ المعرفيّ للمعلّم أرسطو، أو جهلاً كما هو قول علماء الفيزياء بعد إسحاق نيوتن وقبل اكتشاف الطيف الكهر ومغناطيسيّ. إنّ الكهرباء ما هي إلاّ سائلٌ يسري في الأسلاك، فذلك يدلّ على طفولتنا ويفاعتنا المعرفيّة، ويدلّل كذلك على جهلنا وعدم معرفتنا بما نملكه من علمٍ والذي هو قليلٌ جدًّا.

استدراك مهمٌ يثيره هذا السؤال عن القياس الكميّ لأوروبا. يثور هذا السؤال خاصّة عندما نصطدم بمفهوم الاتحاد الأوروبي. لكن يسعفنا ما يثار هذه الأيام حول (البريكزيت)، أي خروج بريطانيا عن حظيرة الاتحاد الأوروبي، كذلك يصطدم مفهومنا عن الاتحاد الأوروبي بمفهوم يشار إليه أعلاه حول الكيفية الأوروبية؛ إذ تنضمّ حينها، أميركا الشماليّة بشقيها وأستراليا واليابان، فنعتبرها ضمن هذا المصطلح.

موجبات الاصطدام المفهوميّ ينحلّ عندما نلاحظ أنّ الاتحاد الأوروبي نفسه كمّا غير كامل الانسجام، إذ إنّ اتحاد تجاريّ يقوم على اتّفاق بين أعضائه على تجنّب موجبات المنافسة التجاريّة في وجه الخصوم التجاريين، والذين هم بالضرورة خصومٌ سياسيّون. مع ذلك فالخصومة بين عضويّة الاتحاد الأوروبي والتي هي ضمن ما هو مقدورٌ عليه في إطار التفاهم السياسيّ لا تتصادم كثيرًا مع واقع أخوتهم خارج هذا الاتحاد ممن ينضون تحت قبعة النظام الرأسماليّ الاحتكاريّ للعالم الأوّل، فيصبح حينها ما نقصده من مصطلح أوروبا مفهومًا سياسيًا لا نكاد نرى فيه فرقًا بين الولايات الأميركيّة وفرنسا وإنجلترا وألمانيا... إلخ.

يبدو أنّ النظر لأوروبا في التاريخ يوصلنا ببساطةٍ إلى أنّها في حاضرنا ترى نفسها ممسكةً بمقود العالم المعرفيّ والعلميّ، فهي لذلك ترى نفسها ذات مسؤوليّة معرفيّة وعلميّة نظريّة وعمليّة تجعل العالم مصطفًا حولها مأخوذًا بمقوده بواسطتها.

ولا يبدو أنّ هذا الأمر قد حدث كيفما اتفق، فأوروبا هي في واقع الأمر ممسكةٌ بمقود العالم السياسيّ والاقتصاديّ منذ القرن الثامن عشر، ولم تتخلّ عنه إلى يومنا هذا، فإذا كان الأمر كذلك، فإنّ إمساكها بالقياد المعرفيّ يبدو عندها طبيعيًا

ومنطقيًا؛ ما يجعلها تعتقد وتعلن بعد ذلك عن اعتقادها صراحةً أنّها صاحبة القول
الفصل العلمي في هذا العالم.

نظرةً بسيطةً إلى هذه النتيجة تجعلنا نرى أنّ استيلاء أوروبا على السلطة
السياسية والاقتصادية لهذا العالم لم يكن بسبب قدرتها العسكرية فقط، إضافةً
إلى ذلك، كان حراكها عبر سلسلةٍ من التطور الإنساني عبر دولتها في حالاتها
الثلاث: دولة الإمبراطورية، ثمّ دولة النبلاء (أي القنانة والإقطاع)، ثمّ دولة سيادة
الطبقة البرجوازية والرأسمالية (أي ما يسمّى بالجمهورية). وكانت أوروبا ترى
في حملها العالم إلى عبور دولة ما قبل الرأسمالية إلى الدولة الرأسمالية الحديثة
بعيد القرن الثامن عشر، أي بعيد استعمار العالم، أنّ تلك رسالةٌ يجب أن تؤدّيها
في حقّ الإنسانية. ثمّ ساعد على ذلك إنجاز الثورة الصناعية وما حدث بعدها من
تحوّلات عميقة في بنية المجتمع الإنساني، وذلك كان تعزيزًا لما تراه من رسالةٍ
تطويرية كانت تؤدّيها لصالح الإنسانية.

ويبدو أنّ أوروبا بعد إنجازها ثورة التحوّل الصناعي لم تتوقّف عندها، بل
أضفت بعدًا جديدًا، وذلك بإضافة إنجاز جديد، وهو التحوّل إلى ثورة جديدة، ألا
وهي الثورة الإلكترونية، وهي الآن تستشرف عهدًا جديدًا هو عهد الثورة الرقمية
بما في ذلك من إضافة وسائط التواصل الاجتماعيّ كبعدٍ جديدٍ يضع العالم أمام
تحوّلات عميقة قد لا نستطيع إجادة التحسّب لها. ويبدو أنّ هنالك سؤالًا كبيرًا:
هل كان نتاج ما تحقّق في أوروبا من نموّ عبر مراحل دولتها المختلفة، ثمّ ما
أوصل إلى ذلك من ثورةٍ صناعيةٍ ثمّ ثورةٍ إلكترونيةٍ، هل كان كلّ ذلك كافيًا لأن
يسلم العالم لأوروبا قياده كي تنجز تحوّلًا بضخامة تحوّلات الثورة الرقمية التي
ربما تؤسّس لانقلابٍ مجتمعيّ كبيرٍ في عالمنا المعاصر؟!!

إشكالات عميقة في المفاهيم العلمية الأوروبية

ولو كانت أوروبا تمسك بمقود ذي سدادٍ معرفيٍّ يتسم بأنه يمتلك ناصية العلم، لكان ذلك مدعاة لاتفاقنا معها اتفاقاً تاماً، ومدعاةً كذلك لاصطفافنا خلف مقودها. لكننا نرى الاعوجاج الظاهر في هيئتها المعرفية والعلمية، فهي تعاني من خللٍ منهجيٍّ كبيرٍ ناتجٍ من ظنّها أنّها تمتلك ناصية العلم، في حين أنّ علومها لا تستخرج إلا من باب علم الإستمولوجيا التي يُقصد بها ما هو مبرهنٌ عليه علمياً من تجريبٍ صادقٍ^١

وهذا النوع من التفكير الأوروبي يرى أنّ العلم مستخرجٌ من المعرفة. فهو يقرّر ذلك وهو مطمئنٌ وغيرُ آبه بطفولته المعرفية التي كان يرى فيها إلى عهدٍ قريبٍ أنّ الأرض هي مركز الكون وأنّ الشمس تدور حوله وأنّ الكهرباء ما هي إلا سائلٌ يسري في الأسلاك. ولم يسعف أوروبا استنتاجاتٌ ذهنيةٌ تجريبيةٌ لاحقةٌ أثبتت خطأ ما كانت ترى مما ذكرنا أعلاه ثمّ صحّحته، وقد كان هذا التصحيح يقتضي أن ترى أوروبا طفولتها العلمية تحيط بمعرفتها. لكنّها في سبيل تجاوز الاعتراف بطفولتها المعرفية في مجال العلم، خلّصت بعد ذلك بأن أضافت مفهوماً يقول إنّ العلم ما هو إلا تجريبٌ تراكميٌّ يصحّح ثمّ يزحزح بعضه بعضاً بما لا يمكننا بأن نضع له حدّاً تعريفيّاً ذا ثباتٍ معرفيٍّ يمكن أن نركن إليه. فتحرّرت من خلال الطفولة المعرفية وحوّلتها بإلقائه على كاهل العلم.

هذا الموقف يمكن أن يُرى فيه خللٌ منهجيٌّ كبيرٌ. فإذا لم تكن الشمس تدور حول الأرض أصلاً منذ بداية تكوينها، فإنّ ما سبق تقريره حول ذلك، بكونها تقوم بالدوران حول الأرض، في يومٍ من الأيام، هو خطأٌ بينٌ. هذا الخطأ يشكّل قصوراً لا يختصّ به حقيقة دوران الأرض حول الشمس، وهذه هي الحقيقة العلمية التي

١. لالاند، معجم تقنيات ونقد الفلسفة.

لا يلحق بها أيّ خطأ في حقيقتها التكوينية، بل كلّ الخطأ ناتجاً في وهن فهمنا الغضة. إذ إنّ العلم لا يتراكم كما هي الحقائق الجوهرية القانونية التي تسري في عالمنا منذ نشأته وتكوينه الأوّل، إنّما الذي يتراكم هو معرفتنا لها التي هي كانت نفسها خاطئة لمفهوم علميٍّ هو في كمال صحّته وسداده.

ويبدو أنّ الخلل الذي ذكرنا أنّه ناتج عن طفولة أوروبا المعرفية وطفولتها العلمية، ليس هو بالعامل المعروف لأوروبا كي يُكبح جماحها في أن تتحكّم في مقود الإنسان العلميّ والمعرفي، لكنّها مع ذلك أمسكت به في نهاية أمرها، وذلك لتحكّمها السياسيّ في عالمنا المعاصر. وذلك أمرٌ يحتاج إلى مزيدٍ من التوضيح.

الخلفية التاريخية لنظام أوروبا المعرفي

بالرجوع إلى ما كان حادثاً في تاريخ الفهوم الأوروبية - التي رأينا أنّها كانت في طفولتها ويفاعتها المعرفية - فذلك أمرٌ لا تُلام أوروبا عليه، إذ إنّها ليست بدعاً من عالمٍ كان بالكاد يتخارج من تخوم العصر الحجريّ الحديث تخارجاً وئيداً في اتجاه الوصول للحضارات الإنسانية. الأولى في حوضي وادي نهر النيل الأدنى، فتلك فترةٌ زمنيةٌ لا تتجاوز ألفين ونصف عام، وهي فترةٌ قصيرةٌ جداً مقارنةً بآماد التجذيب الإنسانيّ وانتقالاته. فالدولة الرومانية في أوروبا مثلاً قد قامت بصورةٍ ما بملامسةٍ تاريخيةٍ لبعض عصور العصر الحجريّ الحديث. فقد كانت أوروبا جلّها، وقارة آسيا وقارة إفريقيا كلّها، مازالت تعتمد الآلات الحجرية في كثيرٍ مما كانت تودّ أن تنجز به أعمالها، فالإنسان الإفريقيّ أو الأوروبيّ كان يطحن حبوبه الغذائيةً بأحجار (الرحى) إلى تخوم القرن الثامن عشر، وكان يستخدم الفخار في أدوات طبخ وتناول الطعام، وتلك كلّها كانت سماتٍ متدلّيةً من العصر الحجريّ المتأخّر أو ما يسمّى بالعصر الحجريّ الحديث. ورغم اكتشاف المعادن قبل تلك

الفترة بكثير إلا أن استعمالاتها قد اقتصرت على الجوانب العسكرية فقط، فقد ساعد اكتشاف المعادن في صنع الآلات الحربية كالسيوف والرماح والعربات التي تجرّها الخيول، في حين ظلّ الاحتياج الإنسانيّ للفرد في منزله يقبع في تاريخ متأخّر يعود إلى العصر الحجريّ، حيث كانت صناعة الفخار فقط هي التي تساعد الفرد في تخيير أدواته المنزليّة. وقد صار حال الإنسان في شأن احتياجاته المنزليّة ينتظر عهداً لاحقاً سيحقق بعد الثورة الصناعيّة في أوروبا التي انتظمت بعيد القرن الثامن عشر كي تحلّ أدوات معدنيّة مكان أدواته الخزفيّة.

حملت هذه التحوّلات التي انتظمت من المركز الحضاريّ في حوض وادي النيل وحوض البحر المتوسط تغييراتٍ جوهريّةً في بنية المجتمع بحسب تراكم خبراته العمليّة في الحضارات القديمة، أي ما بعد إنسان العصر الحجريّ، ثمّ التحوّلات الأوروبيّة اللاحقة، أي ما بعد الدولة الرومانيّة (دولة القنانية)، ثمّ الثورة الصناعيّة، ثمّ المرحلة الأخيرة التي تحالفت فيها طبقة الرأسماليّة والبرجوازيّة لإنجاز مرحلة التحوّلات إلى دولة الجمهوريّة. كلّ هذه التجمّعات كانت تحتفظ بسجلّ تاريخيّ لتطوّر مجتمعاتها وتطوّر أنظمتها السياسيّة، لكنّها في عمومها كانت تحمل مفاهيم تستند على كلّ ما هو أسطوريّ.

وقد يعتبر، في أوروبا، القرن التاسع عشر عهداً ظهور الذهنيّة التجريبيّة والمؤسّسة العلميّة بما فيها من معامل لاختبارات هذه الذهنيّة التجريبيّة. وترى أوروبا أنّ تطوّر هذه الذهنيّة هو تجربةٌ أوروبيّةٌ تمّت نتيجةً لتراكم الخبرات العمليّة التي أدّت إلى تراكم المفاهيم المعرفيّة، تلك التي أدّت - كما هو المفهوم الأوروبيّ - إلى ظهور مفاهيمٍ علميّةٍ متحقّقاً منها ومجرّبةً معملياً كما هي الظاهرة الكهربائيّة مثلاً. وبما أداه ذلك الظهور لهذه الذهنيّة التجريبيّة من تصحيحٍ لكثير من المفاهيم الأسطوريّة التي تستند إلى الأساس الأسطوريّ، فإنّ أوروبا في ذلك

الحين قد استشرفت بعد الثورة الصناعيّة والانقلاب المجتمعيّ الذي صاحبها ثورة التطوّر العلميّ اللاحقة لظهور الآلة البخاريّة، خاصّة بعد اكتشاف الفحم الحجريّ ثمّ البترول.

ولا تبدو لأوروبا مراجعاتٌ كانت ينبغي أن تستدرك بها لتصحيح معارفها أنّ العلم كمصطلح أصله إسلاميٌّ وقرآنيٌّ نزل منذ القرن السابع الميلاديّ الذي انتظر بعد ذلك خمسة قرون في خفاءٍ لم ينبجس إلاّ في القرن التاسع عشر في الثورة العلميّة في أوروبا.^١ وليس العلم كمصطلح فقط هو الذي ظهر، بل كان مصاحباً في ظهوره ظهور آليته العلميّة، وهي نظام الحساب العشريّ، تلك التي أسّست لمقاييساتٍ في الرياضات وأسابيل لمعالجة الكم والكيف وفق هذه الآليّة، وما كان ممكناً إحداث أي منجزٍ علميٍّ دونها. فقد كان للحساب العشريّ أصلٌ إسلاميٌّ استند إلى طريقةٍ استندت بدورها إلى أصولٍ تنزيليّةٍ أوضحها وعلمنا إيّاها المصطفى - عليه أفضل الصلاة وأتمّ التسليم - كمسلمين يجب علينا معرفة كيفية حساب الزكاة والمواريث وحسابات الديون والتجارة كقيمٍ تعبديةٍ. هذه الطريقة التي علمنا إيّاها المصطفى تستند إلى طريقة الحساب العشريّ الذي يبدأ بالرقم العشريّ (صفر) وتنتهي حساب آحاده بالرقم (تسعة)، (فتلك عشرة كاملة)^٢، وتمثّل الأساس في حساب النظام العشريّ. وقد اعتمد حساب الزكاة والمواريث على أساس (الصفر) كرقمٍ له أهمّيّته في عمليّة الجمع والطرح والقسمة كذلك في الكسور العشريّة وجمع وضرب وقسمة الكسور الاعتياديّة، وأيضاً في طريقة تحقيب الكم الرقميّ إلى حزمٍ حسابيّةٍ تتكوّن من آحادٍ وعشراتٍ ومئاتٍ... يسهل كتابتها، وهذا ما كان يذخر به التراث الحسابيّ الإسلاميّ وتخلو

١. أحمد، العلم والمعرفة والعقل: مقاربات نقدية ومفاهيمية.

٢. استعارة من التنزيل الحكيم

منهما كافة تجارب الحساب الإنسانيّة في كافة قارات الدنيا^١، ومثالنا الظاهر على ذلك هو عجز الحروف الرومانيّة عن إجراء أيّ عمليّات حسابيّة لعدم وجود حرف (الصفّر) فيه، ولعدم وجود تحقيب الآحاد والعشرات والمئات تلك التي جاء بها لأوّل مرّة في البشريّة بحساب الزكاة والمواريث، وعلمنا لها أستاذنا المصطفى عليه أفضل الصلاة وأتمّ التسليم وسيّدنا أمير المؤمنين عليّ بن أبي طالب عليه السلام.

وعلى الرغم من وجود آليّة الحساب العشريّ وعلموية موضعها للفصل الكميّ والكيفيّ للمسائل المطروحة في التجريب المجتمعيّ الإنسانيّ، إلا أنّ سيادة المفاهيم العلميّة قصرت عن أن تصحّح خلل الطفولة واليفاعة المعرفيّة التي ألقت بظلالها على كلّ الإنسانيّة، واختصّت بها أكثر ما اختصّ به سواها الدولة الرومانيّة، ثمّ دولة القنّانة، ثمّ دولة التحالف الرأسماليّة والبرجوازيّة اللاحقة. فالذهنيّة الإنسانيّة التي صاحبت الفتوحات الإسلاميّة للعالم لم تكن تلقي بكثير ظلال الاستعباد والاستحواذ والتسلّط، فدخلت معظم الشعوب الآسيويّة في كنف الإسلام كردّ فعلٍ لعدل هؤلاء الغزاة فيهم مقارنة بسطوة وعسف الإمبراطوريّات التي كانت تحكمهم قبلها وتسومهم سوء العذاب. ثمّ انتزع الإسلام طوعاً لا كرهاً الجزء الشرقيّ من الإمبراطوريّة الرومانيّة، أي تركيا ومنطقة البلقان، تلك التي فضّلت الدخول في الإسلام عن الاستمرار في وثنيّة رومانيّة ملتبسة بزيّ مسيحيّ كان نتيجةً لمواءمة أحدثها ما يسمّونه بالرسول (بولس) ما بين ذهنيّتين الوثنيّة الرومانيّة والذهنيّة المسيحيّة الناشئة.

ولم يكن الرشاد هو ديدن ما تبقى في الدولة الرومانيّة الغربيّة بعد تفكّكها إلى دويلات، فقد سادتها ذهنيّة سلطويّة متنزّلة تنزّلاً حقيقيّاً عن سليلتها الباطشة، وهي

الدولة الرومانية القديمة، فقد خاضت الدول الأوروبية المتخذة في حدودها للدولة الوطنية القطرية حربين طاحنتين انتظمت فيهما كل أوروبا من أقصاها إلى أديانها، وأسموها زورا وبهتاناً بالحرب العالمية الأولى (١٩١٤-١٩١٨ م) والحرب العالمية الثانية (١٩٣٩-١٩٤٥ م). وهما في واقع أمرهما ليستا حربين عالميتين، إنما هما حربان أوروبيتان يمكن أن يشير إلى يفاعه الذهنية الأوروبية الممسكة بشؤون إدارة الدولة؛ إذ لا يمكن أن توصف الذهنية التي أدت لمقتل عشرات الملايين من الأوروبيين في هاتين الحربين، وهدم وتكسير كل البنية المدنية الأوروبية أن نقول إنها كانت نتيجة ذهنية معقولة التفكير، بل هي ذهنية منفلة لا مطاوعة لها للحكمة والعقل السليم.

ثم كان أن قاد توازن الرعب بين الخصماء الأوروبيين المتحاربين، أي ما يسمونهم بـ(الحلفاء) ضد دول (المحور) إلى وضع السلاح جانباً، وذلك رضوخاً لتوازن ميزان الرعب، وهو رضوخ دون استعمال آلة الفتك والتدمير التي أصبحت تمتلكها كافة أطراف الدويلات الأوروبية المتصارعة. وقد قاد وضع هذا السلاح والاتفاقيات الناتجة عنه إلى أن اتجهت الدول الأوروبية التي تقاسمت العالم بين قواها الفعالة، فقامت إنجلترا وفرنسا وإسبانيا والبرتغال باقتسام العالم في ما بينهم. فحكمت أوروبا العالم من أقصاه إلى أديانها وذلك بعد أن غزته ثم استولت على سلطاته ومقدراته، وذلك باستعماره استعماراً استيطانياً كاملاً. قام هذا الاستعمار بنهب ثروات شعوب العالم وتسخير بعضها في منظومة استعباد لبناء بعض المناطق التي تحتاج للعمالة، فتم استرقاق السود في أميركا الشمالية وفي كثير من المناحي الأوروبية، وذلك مضافاً إلى استعبادهم في بلدانهم كمعظم حال غرب وجنوب إفريقيا إلى منطقة البحيرات وبعض مناطق شرق إفريقيا وديسيا الجنوبية وجنوب إفريقيا وتنجانيقا... إلخ.

قادت أوروبا العالم بعد ذلك مرغماً إلى هجر أنظمتها السياسية التقليدية، ثم التحول باتباع النظام السياسي الجديد الذي أجبرت العالم على الإمساك به، ألا وهو الدولة الوطنية القطرية. وقد أحكمت سيطرتها بهذا النظام أن جعلته تحت قياد عالمي واحد، هو قيادة الهيئة العامة للأمم المتحدة، ثم وضعت أعلاها مجلس الأمن الدولي الذي يدين بمطلق سلطاته إلى أوروبا.

محصلة هذه الترتيبات قد أدت إلى أن تقوم أوروبا بقيادة العالم في انتظام حضاري كانت هي تشكّل مركزه، فهو غير مكفول له إلا أن يظلّ هامشاً لها يمدّها بالمواد الأولية ويستهلك منتجاتها الصناعية. وقد سار هذا النظام بعد ترتيبات أوروبية دعتة للخروج عن مرحلة الاحتلال الاستيطاني إلى مرحلة التحكم الاقتصادي والسياسي، فوضعت في أعلى تلك المجتمعات المتحكم عليها نخبة هي من أهل البلاد المستعمرة نفسها، لكنها متحكمّة سلطويّاً وتابعة للمركز الحضاري الأوروبي كوكيلة له في تلك البلاد.

ومع اكتمال النشوء اقتضى واقع حال جديد قامت فيه برجوازيات العالم الثاني والثالث بوضع شعوبها في خطّ سلسلة الالتحاق بما سُمّي بمرحلة (ما بعد الحداثة الأوروبية)، ذلك الذي يعني في مجمله ارتفاع قائمة مجتمعات العالم الثاني والثالث إلى مستوى مستهلك لمنتجات العالم الأول، وما يقتضي ذلك من تحديث شكلائي يتوافق مع الانضباط العالمي في منظومة الدولة الوطنية القطرية الصغيرة المتفككة المحكومة بنظام عالمي هو نظام الأمم المتحدة ومجلس الأمن الدولي.

وقد أجاد الماسكون بالعالمين الثاني والثالث من اتّباع ساداتهم، فأمسكوا بأنظمة سياسية تابعة لمنبعها - أي نسق التمركز الحضاري - فأجاد سياسيو العالمين الثاني والثالث، وتفوّقوا على أنفسهم في إنجاز ما هو موكول لهم،

فساهموا مساهمةً فعالةً في ما يريده ويرضاه العالم الأول الأوروبي من تكسير
للأنظمة البنائية لمجتمعات العالمين الثاني والثالث، ومن ثمّ وأد الثقافة المجتمعية
كمصنّفٍ أساسيٍّ لمجتمعات العالمين الثاني والثالث ويخلو منها تمامًا اجتماع
إنسان العالم الأوّل.

تأويل ما وراء الخلفية التاريخية الأوروبية:

انتظم سردنا لتوصيفٍ صارت نتائجه على أيّامنا هذه ماثلةً للعيان، فقد سار
المجتمع العالميّ في سيرةٍ وسيرورةٍ وصيرورةٍ تتلبّس الترتيب الذي وضعته
أوروبا لمسير هذا العالم، أي كما ذكرنا المركز الحضاريّ وما يتبعه من هامشٍ
عالميٍّ كبيرٍ منتظمٍ تحت لواء الدولة الوطنية القطريّة.

وتسير موصوفات هذه السردية وهذا النمط على إحلال الداء الأوروبيّ المقيم،
ذاك الذي أفرز مثل هذا النمط وشكّل ما وراء هذه الصيرورة التاريخية، التي تسير
على محصلة الذاتية الأوروبية الخالية تمامًا عن الثقافة كمكوّنٍ مجتمعيٍّ مهمّ،
ويكون حينها أمر إحلاله سهلًا على بقية العالم.

وللركون إلى هذه النتيجة ينبغي أن نعرف أنّ العداء الذي يكنّه العالم الأوروبيّ
الأوّل للثقافة هو داءٌ مقيمٌ يتّصل بالأصول التكوينية للاجتماع الأوروبيّ، فالثقافة
بوصفها نظامًا يتضمّن هويّة أفراد المجتمع الذي ينتمون إليه، ويتّصل ببنية تلك
المجتمعات التكوينية، بحيث يصير هنالك اتفاقٌ ثقافيٌّ عامٌّ على جماع من القيم
والعادات والتقاليد والموروثات التي ينبغي أن ينصلح الفرد بانتظامه خلالها،
فمصطلح (ثقافة) العربيّ يعني التعديل والتسوية. تُقَف قناة الرمح معناه أنّ قناة
معوّجة تمّ ربطها إلى أخرى مستقيمة تسمى (ثقافة) فاستقامت المعوجة تبعًا
للأخرى. عليه فهي في المجتمع تعني تسوية وتعديل الفرد ليكون صالحًا للعيش

وسط الجماعة؛ لذلك تميل المجتمعات التي تأخذ بالثقافة كمكونٍ أساسيٍّ تحتيٍّ لمجتمعاتها إلى جماعيةٍ في تربية الأفراد على نمطٍ متفقٍ عليه مسبقاً بواسطة هذه الجماعة، تمت صياغته خلال تجريبٍ أصبح ضمن ثوابت وموروثات تلك المجتمعات، وهذه موروثاتٌ تنضبط غالباً بضمانات كريم العادات والمعتقدات. ولما كان نشوء الاجتماع الأوروبي على عنصر كفاءة وفعالية الأفراد، ويشمل ذلك قدراتهم على الصراع من أجل الاستحواذ على المكانة الاجتماعية أو الاقتصادية^١، فإنّ تأويل نشأة الأفراد في المجتمعات الأوروبية، يؤدّي إلى وضعه تحت مصطلح (culture)، ذلك المصطلح الذي يمكن تأويله هو الآخر إلى معاني النموّ والإنبات. والنموّ والإنبات هنا لا يفيد تسوية وتعديل الأفراد ولا تربيتهم الجماعية التي تؤدّي إلى تكوين مجتمعٍ مكونٍ من أفرادٍ ذوي هويةٍ مشتركة. فما يقوله منظرو الغرب أنّ مجتمعهم يقوم على ثقافة الفردانية، ومع تحفّظنا على إضافة مصطلح (ثقافة) العربيّ الأصل ذي الجذر التأويليّ الذي يخالف الجذر التأويليّ لمصطلح (culture)، فإنّ الفردانية هنا تهزم المصطلح (ثقافة) الذي يقوم على جماعيةٍ ظاهرةٍ وباطنة.

فالفقد الثقافيّ هو عوارٌ بنيويٌّ ظاهرٌ يلتصق ببنية المجتمع الأوروبي، ولا أدري أيرجع هذا العوار إلى البنية البيولوجية للمجتمع الأوروبي أم إلى البنية الاجتماعية؟!

ومع ميلي بالطبع إلى أن العوار هو عوارٌ تكوينيٌّ مجتمعيٌّ، فهو سمة يتسم بها الفرد الأوروبي في نزوعه إلى التحكم والتفرض والسيطرة، وهذا بالطبع لا يمكن أن يكون صفةً بيولوجيةً بقدر ما يكون صفةً مكتسبةً اجتماعياً ربما قاد إليها نزوعٌ إلى التمرد الذي ينتاب الفردانية الأوروبية منذ نشأتها الباكرة. ولا يلاحظ في

١. فوكوياما، نهاية التاريخ والإنسان الأخير، ١٥١.

اجتماع الإنسان الأوروبي نشوء بطون وعشائر وأسرٍ ممتدةٍ تكوّن قبائل بالمفهوم الشرق أوسطيّ للقبيلة. وأظنّ أنّ هذا ينسجم مع هجرة الإنسان الأوّل، أي إنسان العصر الحجريّ من أرض كوش، أي أرض النيل العظيم بفرعيه التاريخيّين سيحون وجيحون، أي النيلين الأبيض والأزرق^١، إلى أرض الجزيرة العربيّة، ومنها إلى أواسط آسيا عبر باب المنذب، ومنها إلى الهند والصين ثمّ إلى أوروبا عبر جبال القوقاز في هجراتٍ تقول أغلب الدراسات التاريخيّة إنّها كانت لإنسان العصر الحجريّ الوسيط، وذلك بعيد ذوبان الجليد في أوروبا قبل عشرة آلاف عام قبل الميلاد. ويسودني يقينٌ بملاحظة استيطان قبائل اليونان والإيطاليين ثمّ القبائل الجرمانية ثمّ قبائل الغال، أي فرنسا الحاليّة، إضافة إلى بعض القبائل الأخرى (الفايكنغ) و(الأنجلو ساكسونيين) إلى أقصى الشمال، فهذه كلها قبائلٌ متسلّحةٌ بسلاح إنسان العصر الحجريّ الوسيط وجاهزة للدفاع عن حيازاتها الأرضيّة التي ستحتكر فيها لاحقاً صيد حيواناتها وجمع خيراتها الزراعيّة. فمجمّل سيرة التاريخ الأوروبي ما قبل نشوء الحضارات في هذه المناطق هي سيرٌ أسطوريّةٌ لآلهة ذات بعدٍ جسديّ أرضيّ طاغٍ تتصارع في ما بينها - كالإله (هيركوليزو زيوس) والآلهة (أوروبا) نفسها^٢ في الميثولوجيا الإغريقيّة والرومانيّة القديمتين - لامتلاك سطوة التحكم والسيطرة. ثمّ لحق بذلك أقدم سير التاريخ الأوروبي كحرب (طروادة) التي لم تتمكّن من الاستدلال على موقعها استدلالاً آثاريّاً كاملاً حتّى الآن، أو فرسان المائة المستديرة في أسطورة الأدب الإنجليزيّ تلك التي لا يملك الآثاريون الإنجليزيّ أو الأوروبيون أيّ إثباتاتٍ تاريخيّةٍ لكليهما (إسبارتا وفرسان المائة المستديرة)، ولكننا لا نطالب بهذه الإثباتات؛ إذ إنّنا يكفينا من هذه

١. الطيب، التاريخ الوراثي للسودان والساحل وما جاورهما، ١٥.

2. Adkins, Greek mythology.

الأساطير الاستدلال على أنّ معظم تاريخ أوروبا القديمة كان يقوم على الصراع العسكري الضاري.^١ لكن الشاهد هو أنّ مثل هذا التحملق السلطويّ العنيف طبع دولة أثينا بطابعه، فقامت كدولة تستعبد ما حولها من أناسٍ يخدمهم عبيد مجلوبون من إفريقيا وآسيا وأوروبا نفسها، وعلى ذلك سارت الدولة الرومانية تلك التي غزت واستولت على العالم القديم من حوض السند إلى أقصى مغربه ما قبل بحر المانش. فكلتا الدولتين كانت تقوم على نظامٍ هو أشبه ما يكون بالنظام الطبقيّ، لكنّه أكثر إيغالاً بأنّه نظامٌ رُقّ وعبوديّة، أي طبقةٌ عليا للملوك والمُلاك وطبقةٌ للمملوكين وطبقةٌ نصفيةٌ مساعدة بين هذا وذاك تتكوّن غالبها من الجنود. يشير هذا كلّه إلى أنّ تأويل الأصول التاريخية التي نمت وترعرعت عليها المركزية الأوروبية التاريخية هي أصولٌ لا ثقافية، فذلك موروثٌ ثابتٌ يتمدّد فعله في سلوك المركزية الأوروبية الذي انتهى بها الأمر إلى استعمارين: قديمٍ استيطانيّ، وحديثٍ اقتصاديٍّ وسلطويٍّ. وقد نرى مظاهر شتى لهذا الأمر الذي يبدو ظاهراً كعوارمٍ في بنية المجتمع الأوروبيّ بتشكيلاتٍ مختلفة، إذ تميل صياغة مفاهيم الاجتماع الأوروبيّ إلى تكلسٍ ظاهرٍ تعتقله هذه الرغبة السلطوية المتحكّمة، وذلك في مقابلٍ وعيٍّ متولّدٍ ومتكوّنٍ في مجتمع الشرق والشرق الأوسط، الذي وسّع من مواعين مفاهيمه لتحمل شتى صنوف ثقافته المتعدّدة المآخذ وكثيرة التشابهات والتمايزات. ولا بدّ أن يميل هذا الاختلاف التكوينيّ في وعيٍ شرقٍ أوسطيّ ببنية هذا الاجتماع بحكم أنّه ملازمٌ لنشأة المجتمع الإنسانيّ في مختلف تجلّياته التاريخية، أيّاً كانت درجة اختلاف بنياته الأساسية في مختلف مراحل نموّها التاريخيّ، سواءً أكان في بداية تخليق المجتمع في شقّيه البدوي والتمصّر، أم في بعد ذلك في بداية مجتمعه التمدينيّ.

والحديث عن البنية الثقافية هو حديثٌ ذو صنوفٍ شتى، وله ما أخذُ شتىً ويُسفر كذلك عن نتائجٍ شتى، كلّها تنصبُّ في مختلف تجلّيات الثقافة وعلى مختلف تجلّياتها، وتؤخذ اللغة، لا بوصفها لغةً خطابٍ وحسب، إنّما بوصفها حاملاً لمختلف هذه التجلّيات الثقافية في ظرفيّتها كحيزٍ حاملٍ، وكمصدرٍ منتجٍ لهذه المفاهيم. ولا نفارق هذه النقطة إلا بعد أن نوضح أن تجلّيات الثقافة في المجتمع الشرق أوسطيّ أكثر ما تبيّن في تعدّد معانيها، تبعاً لتعدّد ما أخذ مصطلحاتها التي تعبّر عن واقعٍ حالٍ ثقافيٍّ متنوّع.

فالمصطلح (إنسان)، يأتي بعده مصطلحٌ ثانٍ متخارجٌ عنه يسمّى (الناس)، ثمّ مصطلحٌ تالٍ لذلك ويسمّى (البريّة)، ثمّ مصطلحٌ رابعٌ يسمّى (البشر)، فنرى في ذلك التعدّد أنّه يأتي لا من باب غنى التنوع اللفظيّ وحسب، بل من مفاصلةٍ ثقافيّةٍ بعينها لبنية تطوّر الإنسان، بحيث يأخذ كلّ مصطلح من هذه المصطلحات حقّه في تبيين مفاصلةٍ واضحةٍ ما بين الإنسان، كبعدٍ أوّلٍٍ وخام، والناس كوجود تالٍ يختلف من حيث بنيتهم التكوينيّة التاريخيّة، ثمّ البريّة كأناسٍ يعدّون إعداداً خاصّاً، ثمّ أخيراً البشر كبنية أكثر تطوّرًا لا يرتفق إليها الإنسان إلا بعد مروره على مرحلة (الأناسة) ومرحلة (البريّة).

وما لا شكّ فيه هو أنّ هنالك حكمًا كبيرًا للغة والثقافة العربيّتين، ترتفق إليه هاتان الصيغتان، فلا يفارقهما إلا وقد أحكم ووضّب ما استحکم فيه منهما. هذا الحكم هو القرآن الكريم ذلك الذي هو حكمٌ عربيٌّ زيادةً على أنّه معجمٌ للمصطلح العربيّ معنىً ومفهوماً. فإذا قايسنا على هذا الحكم مصطلحاتنا الأربعة التي ذكرناها آنفًا، لاستأنسنا بسلم التطوّر التاريخيّ الذي يبني عليه القرآن الكريم مصطلح الإنسان، والذي هو عنده مذمومٌ بحسب أوّليّته، وما يتمثّل في هذه الألوّيّة من قيمةٍ يأخذها من ماضي حياته كحيوانٍ إلى مستقبلها الذي يتّصل

بالأناسة ثم البرية ثم بالبشر، فالإنسانية محكوم عليها قرآنيًا بوصفها حالة تتراوح ما بين الحيوانية والبشرية؛ لذلك هو مذمومٌ دائمًا بحسب حمله بالشق الحيواني، فانظر لقوله جلّ وعلا: ﴿قَتَلَ الْإِنْسَانَ مَا أَكْفَرَهُ﴾ [عبس، ١٧] أو قوله: ﴿إِنَّ الْإِنْسَانَ لِرَبِّهِ لَكَنُودٌ﴾ [العاديات، ٦] أو قوله: ﴿إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُسْرٍ﴾ [العصر، ٢].

وهذا يختلف من مقام الأناسة الأرفع، انظر إلى قوله تعالى على لسان ابن مريم ؑ: ﴿أَنْتَ قُلْتَ لِلنَّاسِ اتَّخِذُوا مِنِّي وَآمَنِي بِاللَّهِ﴾ [المائدة، ١١٦] أو قوله جلّ وعلا: ﴿وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَقِّ يَا أَتُوكَ رِجَالًا وَعَلَىٰ كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ﴾ [الحج، ٢٧]. فحيث يتضح أماننا أنّ الناس هم أرقى في سلم التطور التاريخي من الإنسان، إذ إنهم على أقله يفرقون ما بين الحق والباطل. ثم انظر إلى قوله جلّ وعلا: ﴿إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ أَهْلِ الْكِتَابِ وَالْمُشْرِكِينَ فِي نَارِ جَهَنَّمَ خَالِدِينَ فِيهَا أُولَئِكَ هُمْ شَرُّ الْبَرِيَّةِ﴾ [البينة، ٦] وقوله كذلك: ﴿إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أُولَئِكَ هُمْ خَيْرُ الْبَرِيَّةِ﴾ [البينة، ٧] فانقسم الناس حينها في هذه المرحلة بين المؤمنين والكافرين.

ثم انظر لقوله جلّ وعلا: ﴿مَا كَانَ لِبَشَرٍ أَنْ يُؤْتِيَهُ اللَّهُ الْكِتَابَ وَالْحُكْمَ وَالنُّبُوَّةَ ثُمَّ يَقُولَ لِلنَّاسِ كُونُوا عِبَادًا لِي مِنْ دُونِ اللَّهِ﴾ [آل عمران، ٧٩]، أو قوله تعالى: ﴿قُلْ إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ مِثْلُكُمْ يُوحَىٰ إِلَيَّ أَنَّمَا إِلَهُكُمُ اللَّهُ وَاحِدٌ﴾ [الكهف، ١١٠]. ثم نتبين أنّ البشر هم في قمة هذا التصنيف بامتلاكهم للكتاب والحكم وارتفاقهم بخاصية الأنبياء من الوحي. ونستأنس بهذا الحكم القرآني، فيدلنا إلى تصنيف هذه المصطلحية في الثقافة العربية إلى ترتيب متسام للتطور الإنساني الأناسي البشري.

نحمل هذه الملاحظة التي استأنسنا بها في اللغة والثقافة العربيتين، فنضعها في موقف مقارنة مع مقومات الاجتماع الأوروبي، فنلاحظ أنّ خلوّ الثاني عن الثقافة يحمل هذه المقارنة إلى تقرير خلوّ اللغة الأوروبية من مثل هذا الارتفاق في بنية إنسانها. فالإنسان كقيمة أولية في اللغة والثقافة العربية يقابله لفظ (human been).

في حين تخلو تماماً اللغات الأوروبية لما يقابل المصطلح (الناس) أو مصطلح (البرية) أو مصطلح (البشر). ولا يسعفنا مصطلح أوروبي آخر هو (people) الذي يقابله مصطلح (شعب)، ولا المصطلح الآخر (public) الذي يقابل مصطلح (جمهور). وهذان المصطلحان الأوروبيان لا يمتان بصلّة إلى التكوينات الثقافية بقدر ما يمتان إلى صيغة التمدين والتحضر اللاحقتين لنشوء المجتمع غير المتداخلتين مع تكوينه الأوّلي.

عندما نعود مرة أخرى إلى بنية الثقافات المفارقة تماماً لأُسّ التمركز الحضاريّ، نلاحظ أنّ مصطلحات (برية)، (بشر)، (الناس) التي هي بلا مقابل في اللغات الأوروبية، فذلك يحمل مميزات ثقافية تفتقدها اللغات الأوروبية تماماً ثمّ المآلات المستقبلية للإنسان الأوروبي.

ومثّل آخرٌ للتمايز الثقافيّ العربيّ: نلاحظ وجود فروقاتٍ في بنية التطور العشائريّ القبليّ لقبائل (البقارة) في السودان كتكويناتٍ قبليةٍ تعمل في رعي الماشية. نأخذ ذلك كمقارنةٍ لظاهرة (الكابوي) في أميركا الشمالية الذي يعمل هو نفسه في رعي الماشية. فالفرق ما بين البنيتين فرقٌ ظاهرٌ ما بين بنى التعاضد الثقافيّ المجتمعي وبين استفحال ظاهرة التفرد المصاحب للعنف والسطوة والسيطرة والتحكّم الظاهر في بنية (الكابوي).

نتائج تأويل ظاهراتية بنية الاجتماع الأوروبي ومآلات الثورة الرقمية
و الحال هذه، فلا بد أن تكون بنية الاجتماع الأوروبي مصفوفةً خلف السمات العامة للشخصية الأوروبية التي تميل إلى التفرد وحب السيطرة والتحكّم؛ لذا فقد كانت أبسط مظاهر الشخصية هو تحقيق أكبر قدر من الفاعلية التي تنعجم فيها الشخصية لتتحول تأويلاً إلى سماتٍ اجتماعيةٍ، فتصير الفاعلية الاجتماعية هي

الميزة التي تصاحب الاجتماع الذي بات لا يهّمه همًّا مباشرًا اصطفاؤه الحضاريّ. ولما كان الثقافيّ يميل أفراداه في جانب إنتاجهم المادّي لتلبية حاجاتهم المجتمعيّة، فإنّ فاعليّتهم تصبح متقيّدة بقيود ثقافيّة ثقيلة حتّى لا يصير هنالك فائض إنتاج يزيد عن حاجة تلك المجتمعات. لذا فقد كان إنتاج تلك المجتمعات ذات البنية الثقافيّة هو إنتاج كفاية، في حين أنّ إنتاج المجتمعات ذات التمركز الحضاريّ يتّصل بالتجارة التي تتّصل بتنمية رأس المال الذي بدوره يتّصل اتصالًا مباشرًا بفائض الإنتاج، ولو مايزنا بنظرة تأويليّة ما بين بنية المجتمع ذي الأصول الثقافيّة وما بين بنية الاجتماع ذي التمركز الحضاريّ، لرأينا كلّ السمات التي تتصل بالفئة الأولى هي سمات كفاية وضروريّات، في حين أنّها في الحالة الثانية سمات إنتاج وتراكم واحتكار... إلخ.

لذا فقد صارت مآخذ الاجتماع الأوروبيّ وكافة مناولاته هي مناولات تتأرجح ما بين الفائدة الماديّة المباشرة والمصالح ذات السمات التجاريّة، فالعالم كلّه إمّا سوقٌ لتصريف إنتاج العالم الأوّل أو موردٌ خامات للصناعة للعالم نفسه، وتلك المنظومة التي تصبغ بصبغتها كلّ المناولات الاجتماعيّة حتّى العلم، بصفته يرتبط بالتجريب البشريّ ويصير إنتاجًا لا يصلح إلّا باستخدامه في رفع وتيرة المناولات التجاريّة المختلفة. فإذا كان العلم نفسه قد وضع كمثالٍ ما بين الفئتين الثقافيّة والحضاريّة، فإنّ اتصاله ببنية الثقافة قد يحصره في مجال إنتاج المفاهيم، إذ تتحقّق به الكفاية التي تنتجها بها هذه الفئة، أمّا عند الثانية فلا بدّ له أن يصير سلعةً، فتكون تطبيقيّته هي جواز مروره وصلاحيّته حتّى يصير إلى إنتاج ذي مردودٍ تجاريّ واضح. وقد يبدو أنّ الخلل المنهجيّ قد يتّصل بالفصيلتين، لكن اتّصاله بالفصيلا الأولى لا يلقي عليه بظلالٍ كثيفةٍ إلّا عبر جهل الفصيلا الأولى به فقط. أمّا الخلل المنهجيّ في الفصيلا الثانية ذات التمركز الحضاريّ، فهو خللٌ مركّبٌ؛

وذلك لا تصالته بالتجارة التي تجعله ممعناً في الذاتية وبعيداً عن الموضوعية على عكس الفئة الأولى.

وإذا خرجنا من هذه النظرة التأويلية لاستنتاج مفهوم عام، فإننا نلاحظ أن الداء الأوروبي القديم - بإحلال الذاتية بدلاً عن الموضوعية - لا يختص بالعلم فقط، بل صار هو نفسه قيمةً ظاهريةً تتصل بالبنية التكوينية للمجتمع الأوروبي. فقد قام العالم الأول كدأبه في تحويل كل ما تمسّه يده إلى قيمة تجارية باستئصال كثير من السمات الثقافية التي تتسم بها المجتمعات التي دانت لسطيرة، ما كان يؤخذ به كتشوّع يميّز إنسان هذا العالم، كالأزياء مثلاً ذات القيمة الثقافية الظاهرة التي كانت تتّصف بها أي فئة من فئات المجتمعات الإنسانية كسمة تميّزها بها. إلا أنه بدخول الصناعة تتحوّل الأزياء إلى نمطٍ واحدٍ تفرزه اتجاهات تعتمد على القيمة التسويقية، أي التجارية، حتى تمّ تهديد سمات التشوّع الثقافي للأزياء في عالمنا المعاصر التي أصبحت مهدّدة بالتحوّل إلى نمطٍ أحادي الجانب.

ويمكننا أن نأخذ كنتائج شبيهة لذلك، أن محصّلة المناولات الأوروبية لعالمنا المعاصر كلّها ترسها أوروبا في حوض مميّزات اجتماعها، وهو في غالبه حوض أسن بفعل المصالح الذاتية، فالتقاليد الثقافية والعلوم إذا أخذت كمناولاتٍ أوروبية، فهي تُرى في مجموعها حاملةً لجرثومة الخاص الأوروبي، فإذا كان الحال كذلك بما يميّز مميّزات المناولات الأوروبية، فلا بد أن نرى ما سيحلّ بالثورة الرقمية الحالية من مصير. أيكون مصير الثورة الرقمية هو مصير الثورة الصناعية نفسه التي انتظمت العالم الأول، عالم الرأسمالية الأوروبية؟ ويمكن أن تكون الإجابة عن هذا السؤال تعتمد على الإجابة عن سؤالٍ آخر: أتمتلك الثورة الرقمية - إذا ما كان التحكم عليها يتم بواسطة المنظومة الأوروبية - ما يمكنها من التخارج من إشكاليات ذاتيات التمرکز الحضاري الأوروبي للعالم الأول؟!

وقد يكون من يجيب بدهاء أنّ الثورة الرقمية في ذاتها بدأت عبر مركزة وسائل الاتصال الرقمي، وذلك بابٌ أوليٌّ للسيطرة والتحكّم. هنا يبرز سؤالٌ آخر أكثر أهميّة: أتيح الثورة الرقمية ما يؤدّي إلى تأكيد وتأييد سمات الذاتية الأوروبية؟! أي هل تُمكن الثورة الرقمية لسيطرة العالم الأوّل على العالمين الثاني والثالث أن تكون أكثر مضاءً وفاعليّة؟!!

وقد لا أستطيع أن أجيب بلا؛ ذلك أنّ التطبّع في واقع الحال لا يسبق الطابع الأصيل بقدر ما ينصبغ بصبغته. مع ذلك فإنّ الإجابة بنعم قد تطلّ برأسها من بين برائن السيطرة والتحكّم، إذ إنّ المجتمع قد يكون حيًّا يطالب الاجتماع الأوروبيّ بالالتفات إلى مصرعه، إذ إنّ المجتمع الأوروبيّ الذي وقع صريعًا بعد طحن الثقافة تحت برائن مخالب السيطرة والتحكّم للمركز الحضاريّ فإنّ بقايا روح تطلّ منه، تقول كما تقول الثورة الفرنسيّة وكومونة باريس لطبقة النبلاء الأوروبيّين المتحكّمة والمتسيطرة: «لقد طعنتم المجتمع طعنةً نجلاء وألقيتموه صريعًا يغالب الموت بعد أن انتزعت روحه الثقافيّة فحوّلتموه إلى اجتماع ذي تمرکز حضاريّ». واليوم قد يُرى في إطلالة «ظاهرة السترات الصفراء» بقايا حياةٍ لمجتمعٍ لم يتمّ دفنه بالكامل، بل هو يعيش فقط في غيبوبة. عليه فهذه الدراسة الصغيرة تقترح أن المجتمع صريعٌ في أوروبا، بحكم النخبة المسيطرة منذ أثينا وروما إلى دولة الاستعمار والإمبريالية الرأسمالية الأوروبية الحاليّة، وتقترح هذه الدراسة أيضًا أنّه ربما تكون هنالك فرصة مواتية للمجتمع في أوروبا أن ينهض، فيزيل قيود الدولة وقيود الاجتماع الأوروبيّ، فيتحرّر منها، وبالتالي قد يتحرّر العالم من منظومة السيطرة والتحكّم للعالم الأوّل، وربما تكون الثورة الرقمية بما تعطيه لآفاق سيطرة غير مباشرةٍ إلى انحلال قيود سيطرة وتحكّم العالم الأوّل. ويمكن أن يُرى أيضًا في العالم الأوّل ثورة لا يمكن أن نسمّيها غير ثورة

المجتمع على الدولة المتحكّمة في مقدّراته والتي لم يفهم عالمنا الثاني والثالث إلى الآن أنّها دولةٌ وُضعت عليه بفعل فاعل. وما يجدر ملاحظته هو أنّ من وسائط اتّصال ثورة المجتمع الحاليّة في العالمين الثاني والثالث والتي ما يسمّى جزء منها بالربيع العربيّ تستعمل أجهزة اتصال رقميّة كآليّة نشرٍ لأدب هذه الثورة وموجّهاتها، فتستعمل على ما قُصد به التحكم والسيطرة عليها كآليّة لفضّ موجبات التحكم والسيطرة هذه.

خلاصة الأمر أنّّه على الرغم من أنّ مستقبل الثورة الرقميّة في أوروبا مستقبلٌ قاتمٌ في غالبه، إلّا أنّه مستقبلٌ قد ينبعث من قدامته هذه ضوءٌ خافتٌ بعيدٌ لموجبات كسر أغلال سيطرة التحكم الحضاريّ عن عالمنا المعاصر.

لائحة المصادر والمراجع

١. القرآن الكريم
٢. أحمد، عمر الأمين، العلم والمعرفة والعقل: مقاربات نقدية ومفاهيمية، فرح غرافيك، الخرطوم ٢٠١٣.
٣. شحرور، محمد، دليل القراءة المعاصرة التنزيل الحكيم، المنهج والمصطلحات، د.ت.
٤. الطيب، منتصر، التاريخ الوراثي للسودان والساحل وما جاورهما، مركز الأمة للبحوث والدراسات، الخرطوم، ٢٠١٨.
٥. فوكوياما، فرانسيس، نهاية التاريخ والإنسان الأخير، ترجمة: د. فؤاد شاهين، مركز الانماء القومي، بيروت، ١٩٩٢.
٦. لالاند، أندريه، معجم تقنيات ونقد الفلسفة، الجمعية الفلسفية الفرنسية، ٢٣ / ٥ / ١٩٠١.
7. Adkins, A. W.H, "Greek mythology" The encyclopedia Britannica. 2024.
<https://www.britannica.com/topic/Greek-mythology>.

خطاب الكراهية كمؤسس الاستعمار الإعلامي عولمة القيم عبر مواقع وسائل التواصل

سعد عبد السلام^١

مقدمة

تتناول هذه الدراسة وجهاً استثنائياً مستحدثاً للحياة المعاصرة، وللحياة الغربية على نحو الخصوص. نعني بذلك الكيفية التي استُخدمت فيها الميديا في إعادة إنتاج قيم الكراهية والحذر من الآخر، وتحديدًا الآخر المنتمي إلى العالم الإسلامي. ويتوصّل الباحث هنا إلى استنتاجات في غاية الخطورة، وهو تحوّل الكراهية ونبد الآخر إلى نمط حياة راسخ في البنية المجتمعية والحضارية في الغرب.

يجتاح جميع دول العالم اليوم ما اصطلح عليه «عولمة القيم عبر مواقع وسائل التواصل»، حيث تشهد المجتمعات انتشارًا واسعًا لهذه الظاهرة، وتواجه الدول مستويات معقّدة من ألوان العولمة التي لا تستهدف الأفراد فقط، بل والجماعات والدول أيضًا، وتظهر عولمة القيم في صورة مضايقات وتهديدات بأوجه متعدّدة، منها ما هو سياسي وديني واجتماعي وثقافي...، ومن ثمّ تنوّعت جرائم الكراهية، ما بين ممارسة العنف ضدّ الآخرين في المدرسة وأماكن العمل ودور العبادة وممتلكات الأقليات وغيرها، وذلك عن طريق نشر خطاب معادٍ

١. باحث وأستاذ علم النفس في جامعة زيان عاشور، الجلفة، جمهورية الجزائر.

يمكنه أن يأخذ شكل لوحة أو كتاب أو نصّ أو ملصق أو أغنية أو فيلم، أو أيّ إنتاج آخر ينطوي على عناصر مهينة وتهديديّة؛ وذلك لإلحاق الأذى بالفئة المستهدفة ومضايقتها وترهيبها، وتهميشها والحطّ من كرامتها، وإذلالها واستغلالها لترسيخ فكرة عدم الاكتراث بها؛ فتظهر الكراهية في الشعارات والمواقف التي تكون المصدر الرئيس لنشر ثقافة الكراهية غالباً؛ لذا تصاعد هذا الخطاب في دول العالم كافّة، وهو يحتاج إلى رؤية بعيدة عن المثاليّة لمواجهته ولتثبيت أسس خطاب التسامح، وقبول الآخر دون مثاليّة بعيدة عن الواقع، فهل يُريد الغرب لنا أن نحصل على حقوق وحرّيات؟ قد يكون الظاهر نعم، ولكن الحقيقة خلاف ذلك، والواقع أنّ أحد أخطر أدوات نشر الكراهية، يكمن في نشر الأكاذيب والافتراءات والتلييسات، والتلاعب بالعقول وتزوير الحقائق، وتزييف التاريخ، حيث بات هذا الأمر صناعة ضخمة تُنفق في سبيلها المليارات من الدولارات؛ ليس لاستهداف الدول والشعوب والأمم فقط، بل لإشعال الحروب والصراعات والفتن لمصلحة جماعات ضغط، وشركات عابرة للقارات وغير ذلك، وهذه الممارسات لا تقتصر على منطقة جغرافيّة بعينها، ولا تستهدف فئة بعينها، ويكفي الإشارة إلى ما تروّجه وسائل الإعلام الغربيّة عالمياً للمجتمعات الغربيّة لتحقيق أهداف سياسيّة أو دينيّة أو ذاتيّة أو غيرها... ومن ثمة فإنّها تؤلّب وتحرض، وتدعو إلى التمييز.

فمواقع وسائل التواصل لا تُعلن عن هويّتها الحقيقيّة لعموم الناس؛ لأنّها تابعة لمنظومة الحقوق والحرّيات الغربيّة، والتي تستقي فلسفتها من عدم وجود ميثاق أخلاقيّ ثابت تتوقّف عنده، بل يمكن تغييره واستبداله في أيّ وقت تشاء؛ لأنّ هذا الميثاق يخضع لآراء الناس وليس لأمر سماويّ، تحت ما يسمى بحقوق الإنسان وحرّياته، بل إنّها تتواصل مع المنظّمات الدوليّة المدعومة سياسياً من

بعض الدول الغربية، وفي الحقيقة فإن أغلب مواقع وسائل التواصل هي أذرع غير حكومية للمنظومة الفكرية الدولية والتي تتخذ من «الإعلان العالمي لحقوق الإنسان» وسيلة لابتزاز الدول الإسلامية لتغيير معالم هويتها وتوطين الفكر الغربي داخلها، فهي تدعو إلى الحريات التي تفكك المجتمع من داخله وخلخلة الاعتقاد الديني لأفراده، بدعوى حرية التعبير وحرية الاعتقاد، وتدعو إلى تفكيك النسيج الاجتماعي، حيث تتخذ من حقوق المرأة وسيلة لإبراز الجانب السلبي ولاقتراح حلول مثل: تمرديّة المرأة لتقودها إلى السير بعيداً جداً عن هويتها بدعوى الفرار من التسلط الذكوريّ عليها، وبدعوى التمييز أو المساواة.

ومن ثمة تسعى هذه المواقع بكلّ قوّة إلى أن تؤسس لانتشار أفكارها التغريبية مثل: إلغاء نظام ولاية الأب على البنت، وإلغاء حقّ القوامة للرجل واستبداله بحقّ المساواة، والطعن في أيّ مبدأ دينيّ أو عرفيّ خاصّ بتمييز الرجل عن المرأة، مثل الطعن في أنّ للذكر مثل حظّ الأنثيين، بحجّة أنّ هذا مخالف للمساواة، وفي أنّ شهادة المرأة عند القاضي على النصف من شهادة الرجل، وأن تكون العصمة بيد الرجل، وغير ذلك من المسائل الشرعية، فجعلوا الإعلان العالميّ الأرضيّ لحقوق الإنسان فوق نصوص القرآن والشريعة الإلهية؛ لذلك نجد أنّ لهذه المواقع عداءً واضحاً مع هويتنا الإسلامية؛ لأنّها تعارض بوضوح حرّية الكفر، وحرّية الجنس، وحرّية التغيير في خلق الله، وحرّية الزنا بالتراضي، وحرّية اللواط والسحاق -الشدوذ-، وحرّية سب الإله وسب الرسل، وسائر أنواع الحرّيات التي تعارض أصلاً وفصلاً شريعة الله؛ وعلى رأسها رسالة الإسلام. فمن الذي يدافع عن حرّية الإلحاد؟ ومن ذا الذي يدافع عن حرّية التعبير بالطعن في الإله سواء عن طريق الرواية أو الشعر أو غير ذلك؟ ولم تنصّ المادة ١٨ من الإعلان العالميّ على أنّ لكلّ شخص حقّ في حرّية الفكر والوجدان والدين، ويشمل

هذا الحقّ حرّيته في تغيير دينه، وحرّيته في إظهار دينه أو معتقده بالتعبّد وإقامة الشعائر والممارسة والتعليم، إلّا مع الحجاب وشعائر الإسلام! ومن الذي يدافع عن حرّية اللاتي يُظهرن مفاتهنّ ودقيق عوراتهن بدعوى أنهنّ يتعرّضن للتمرّ؟ ومن الذي يدافع عن حرّية البنت في الزواج دون وليّ؟ ومن الذي يشجّع على حرّية الجنس؟ ويدعم حقّ الذكر وليس الرجل في إقامة علاقة جنسيّة مع ذكرٍ مثله «اللواط»، ويدعم حقّ المرأة في إقامة علاقة جنسيّة مع امرأة أخرى «السحاق».

يدعم الإعلان العالميّ لحقوق الإنسان اختيار الرجل أو المرأة في إقامة علاقات جنسيّة خارج إطار الزواج - الزنا - طالما كان بالتراضي! ويدعم حقّ الرجل والمرأة في إقامة علاقات جنسيّة مع الحيوانات!! ويستنكف من تعدّد الزوجات في الحلال، بل يدعم حقّ الأزواج والزوجات في إقامة حفلات للجنس الجماعيّ تحت مسمّى تبادل الزوجات طالما كان ذلك بالتراضي، فهذا من الحقوق والحرّيات!! ومن العجيب أنّ المادّة الأخيرة من الإعلان العالميّ لحقوق الإنسان مقاومة لحقّ التعبير المخالف لها، بل وفيها من الصلف والغرور والعنجهيّة والكبر، ما يجعل هذه الوثيقة وكأنّ لها قدسيّة لم تحصل عليها رسالة السماء، ولها من النفاذ ما ليس للأنبياء! ولمزيد من البيان، لو أعلن مجموعة من الشباب، ذكوراً وإناثاً أنّهم بصدد عمل مسيرة للشواذ أو مؤتمراً للإعلان عن وجودهم الرسميّ، وأنّهم قدّموا طلباً لوزارة الداخلية، فإنّ هذه المنظّمات ستسعى جاهدة وبكلّ قوّة للضغط على النظام بدعم دوليّ لكي تُقام هذه المسيرة أو هذا المؤتمراً.

وتزداد وتيرة الهجوم على المنظومة الدينيّة وكأنّها الوحيدة التي أدّت إلى انسداد الأفق بالنسبة للأوضاع السياسيّة والاجتماعيّة والاقتصاديّة! وإنّما هو تبعيّة للغرب، ليصير مجتمعنا مفكّكاً يكثر فيه الإلحاد، ثمّ يُدعم فيه الشذوذ

وإدمان الإباحية، وتزداد نسب الطلاق وينتشر الزنا والإجهاض وأولاد الزنا، ويتم فيه التهجم على الدين والرسول والصحابة والأئمة، فمواقع التواصل ووسائل الإعلام، هي الباب الأوسع لسيطرة الغرب علينا!

فلقد استُعدت أمتنا من قبل المؤسّسات الغربيّة الحديثة؛ وقد حان الوقت للتخلّص من مفاهيم الغرب السحرية، وخاصّة وسائل إعلامه، والعمل على استبدالها بمفاهيمنا الخاصّة، مع وجوب أن نعيد المعاني الحقيقيّة للمفاهيم التي قام الغرب بتفريغ مضمونها وألبسها هويّته الخاصّة، وأن تكون بوسائل إعلامنا نحن؛ بل إنّه يهدف إلى تفتيت بنية المجتمعات، ويتسبّب في شتى الأزمات السياسيّة والاجتماعيّة وغيرها؛ ولطالما استُخدم لتحقيق مكاسب شتى في الحياة العامّة، فوجه ضدّ أقلّيّات أو مهاجرين أو لاجئين أو ما يسمّى الآخر؛ وإنّ نتائج ذلك وخيمة على الجميع، وهي الأخطر؛ لأنّ أثرها يظهر سريعاً، فهي تبدأ بانسحاب أبناء الجماعة المستهدفة من الحياة العامّة، والتوقّف عن لعب دور إيجابي، ويدفعهم نحو الشعور المتزايد بالاضطهاد والاستهداف والتمييز ضدّهم، وربما إلى الرغبة في الهروب عن طريق العنف أو الإدمان، وبهذا يخسر المجتمع إسهاماً إيجابياً لأبناء تلك الجماعة، بل إنهم قد يتحوّلون تدريجياً إلى عناصر خطر حقيقيّة تهدّد الجميع بلا استثناء؛ لذا كان من اللازم التصدي لخطاب الكراهية والتحريض بكافة أشكاله للدفاع عن مستقبل البشرية جميعها، إنّها معركة أخلاقيّة بامتياز؛ ومن ثمة تهدف هذه الدراسة إلى التفتيش والتقميش عن ازدواجية معايير الغرب في عولمة قيمه عبر مواقع وسائل التواصل الاجتماعيّ؛ لذلك كان علينا أن نُلقي بعض الضوء على بعض مواقع وسائل التواصل، والنظر في ما تسعى بكلّ قوّة لتوطينه داخل مجتمعاتنا وتعليمنا وثقافتنا. وسأتناول مثلاً ونموذجاً وحيداً، وهو موضوع طالما روّجت له مواقع التواصل ووسائل الإعلام

الغربية إنه: «خطاب الكراهية»؛ بُغية الكشف عن جذوره ونتائجه، وفق منهج تاريخي تحليلي نقدي، يرصد علّة هذه الظاهرة وأبعادها؛ كما أنّ تناولنا لهذا الموضوع ينبثق من طرح تساؤلات مثل: ما خطاب الكراهية وكيف يحرض على العنف؟ ومتى يمكن اعتبار خطابٍ ما داخلياً ضمن عولمة القيم عبر مواقع وسائل التواصل؟ وما مخاطر هذا الانتشار على المجتمعات؟ وما سبل مواجهته؟

خطاب الكراهية بلغة القانون العولمي

على الرغم من أنّ موضوع خطاب الكراهية قد حظي باهتمام كبير من الناحية القانونية، إلا أنّ هذا الاهتمام انحصر في تقديم الحجج وتقويمها بشكل نقدي، لدحض مبررات خطاب الكراهية، بدلاً من المهمّة المتمثلة في تحليل المصطلح نفسه؛ ويبدو أنّ الوصول إلى تعريف شامل لما يسمّى: خطاب الكراهية ظلّ أمراً صعباً ومعقّداً، نظراً لاشتمال هذه الظاهرة على مفاهيم متشعبة في المواثيق الدوليّة، فهذا المصطلح لم يتمّ تناوله صراحةً في المواثيق الدوليّة إلا من باب محاولات حظر أشكاله وذكر مبرراته، ولتعريفه وضبط مفهومه كان لا بدّ من العودة إلى النصوص القانونيّة والاصطلاحية. والحقيقة هي أنّ خطاب الكراهية مصطلح حقوقي فضفاض، يُعرّف على أنه: «أنماط مختلفة من أنماط التعبير العام التي تنشر الكراهية أو التمييز أو العداوة، أو تحرض عليها وتروج لها أو تبررها، ضدّ شخص أو مجموعة ما، أو نشر الدعوة إلى الكراهية والتمييز والتحيّز، أو العنف والعدوانية ضدّ حاملي صفات معيّنة، مثل: العرق أو الدين أو الإعاقة أو الرأي السياسيّ أو اللون أو النّسب أو الجنس، أو أيّ عامل هويّة آخر؛ كما تندرج تحت مسمّى هذا الخطاب، كلّ العبارات المؤيّدّة للتحريض على الضرر. فكلّ خطاب عبّر عن مواقف متحيّزة تمييزيّة اتّجاه جنس أو عرق أو دين أو إثنية

أو إعاقة أو نحوها... فهو خطاب كراهية، فخطاب الكراهية خطاب استعلائيّ هجوميّ، الهدف من نشره التأسيس لممارسات تمييزيّة في منطقة أو مجتمع ما، مثل قرية أو مدرسة... وقد تتسع لتشمل شعوبًا أو أعراقًا، أو عقيدة دينيّة أو دولة أو ثقافة ما. ويكون خطاب الكراهية أداة لتحفيز المشاعر وإثارها دائمًا، وتعبئتها في اتجاه معين، فيصبح تحريضًا وحاشدًا بما ينشئ سلوكًا وثقافة للانتقاص ممّن وجه ضدهم الخطاب، وهنا تكمن خطورة خطاب الكراهية، خاصّة إذا وجدت منابر إعلاميّة أو بيئّة تواصلٍ خصيّة، تروّج له وتزيد من انتشاره؛ لذلك انتشرت في الآونة الأخيرة مصطلحات، لم تكن موجودة من قبل مثل: الإسلاموفوبيا^١ ورهاب الأجنبي^٢ ورهاب الإلحاد^٣ وغيرها...

ومما تقدّم يبدو أنّ تعريف خطاب الكراهية ليس معقدًا فحسب، بل إنّه مثير للجدل أيضًا، نظرًا لاستخدام مصطلحات متحيّزة، مثل العرق واللون والفئة والدين... وهذا التعريف المنسوخ، عليه مأخذ عدّة منها: مطاطيّة كلماته بما يتيح للتفسيرات المختلفة والمتناقضة أن تضيق وتتسع، بحسب تقدير كلّ فئة وكلّ حكومة وكلّ جماعة؛ ومع عدم توافر تعريف قانونيّ دقيق لـ «خطاب الكراهية»، فقد برزت في هذا السياق، إشكاليّة تتعلّق بالمعطيات التي تجعل من خطاب الكراهية جريمة يعاقب عليها القانون؛ خاصّة في ظلّ تداخله مع مصطلحات أخرى، مثل: حرّيّة الرأي والتعبير... فهل ثمة قوانين واضحة وصرّحة يعتمد عليها في فهم وضبط مصطلح خطاب الكراهية؟

1. Islamophobia

2. Xenophobia

3. Atheophobia

قوانين مكافحة خطاب الكراهية بين عولمة قيمته وقيمة عولمته

عملت القوانين الحديثة على محاولة ضمان حماية حق المساواة بين الناس، مع حظر خطاب الكراهية، وقد شملت قوانين الإعلان العالمي لحقوق الإنسان نصوصاً قانونية تمنع استخدام عبارات الإهانة للأفراد والجماعات، بناءً على عرقهم أو دينهم، أو نحو ذلك... ولعل أبرزها ما ورد في الفقرة: ٢ من المادة: ٢٠ من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية: حيث تحظر بالقانون، أي دعوة إلى الكراهية القومية أو العنصرية أو الدينية، أو أي دعوة تُشكل تحريضاً على التمييز أو العداوة أو العنف... كما تتضمن مادته الثانية: حق الفرد في التمتع بكافة الحقوق والحريات الواردة في هذا الإعلان، دون أي تمييز بسبب اللون أو الجنس أو اللغة، أو الدين أو أي تمييز لسبب آخر؛ ثم عاود الإعلان في مادته الثالثة ضرورة ضمان حق الفرد في الحياة، والتمتع بالحريّة والسلامة؛ أمّا بالنسبة للمادة: ٧ فقد أكد الإعلان على أن كل الناس سواسية أمام القانون، ولهم الحق في التمتع بحماية متكافئة، دون أي تفرقة، وأن لهم جميعاً الحق في حماية متساوية، ضد أي تمييز يخل بهذا الإعلان. وجاء في نص المادة: ١٩ من العهد الدولي للحقوق السياسية والمدنية، ضبطاً لما شملته حرية التعبير، على أن أي دعوة إلى الكراهية القومية والعرقية والدينية... تشكل تحريضاً على التمييز والعداوة والعنف؛ ثم جاءت المادة: ٢٠ من ذات العهد لتحظر بشكل مباشر أي دعوات تحريضية أو عنصرية أو كراهية...

١. تحظر بالقانون أي دعاية للحرب.

٢. تحظر بالقانون أي دعوة إلى الكراهية القومية أو العنصرية، أو الدينية تشكل

تحريضاً على التمييز أو العداوة أو العنف.

٣. تتبع ممارسة الحقوق المنصوص عليها في الفقرة: ٢ واجبات ومسؤوليات

خاصّة، وعلى ذلك يجوز إخضاعها لبعض القيود شريطة أن تكون محدّدة بنصّ القانون، وأن تكون ضروريّة، أوّلاً لاحترام حقوق الآخرين وسمعتهم، وثانياً: لحماية الأمن القوميّ أو النظام العامّ، أو الصّحة العامّة أو الآداب العامّة، وعلاوةً على ذلك، ميّزت هذه الاتّفاقية بين التّمييز العنصريّ^١ وبين خطاب الكراهية العنصريّة^٢؛ إذ يُعرّف هذا الأخير على أنّه نشر أفكار التّفوّق العنصريّ أو تبرير العنصريّة، أو الدّعوة إلى الكراهية العنصريّة أو التّمييز العنصريّ. كما تعتبر خطاب الكراهية انتهاكاً حقيقيّاً لحرّيّة التعبير^٣.

ووفقاً للاتفاقية الدوليّة للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصريّ، فإنّ كلّ نشر للأفكار القائمة على التّفوّق العنصريّ أو الكراهية العنصريّة، وكلّ تحريض على العنصريّة، وكلّ عمل من أعمال العنف، أو تحريض على هذه الأعمال، يُرتكب ضدّ أيّ عرق أو جماعة من لون أو غيره... وكلّ مساعدة لأنشطة عنصريّة بما في ذلك تمويلها، يعتبر جريمة يعاقب عليها القانون. وقد قامت المفوضيّة السامية للأمم المتّحدة لشؤون اللاجئين بتمويل مؤتمرات لمناقشة مدى انطباق حرّيّة التعبير على فضاء الإنترنت، بغرض مكافحة كلّ أشكال التحيز العنصريّ طبقاً للقانون الجنائيّ الدوليّ. وشاركت غوغل ومايكروسوفت وفايسبوك وتويتر في مدوّنة السلوك، حيث التزمت جميعها بمراجعة المحتوى المنشور والإشعارات والخدمات المعروضة عبر صفحاتها ومواقعها، إن كانت تتضمّن خطاب كراهية.

ويمكن تقسيم تشريعات وأنظمة خطاب الكراهية إلى نوعين، الأوّل: وُضع

1. Racial discrimination

2. Racial hâte speech

٣. العهد الدوليّ الخاصّ بالحقوق المدنيّة والسياسيّة، وناثق الأمم المتّحدة.

بهدف حفظ النظام العام، والنوع الثاني: وضع لأجل حماية الكرامة الإنسانية؛ ففي أوروبا مثلاً قام مجلس أوروبا بدعم حركة: «لا لخطاب الكراهية»، التي تعمل بنشاطٍ على زيادة الوعي اتجاه خطاب الكراهية من أجل المساعدة في مكافحة هذه المشكلة، حيث عدّ التعصّب ضدّ المسلمين في ألمانيا من التحريض على الكراهية، وصنّف على أنّه جريمة يُعاقب عليها القانون الجنائيّ الألمانيّ، حيث يُجرّم التحريض علناً على الكراهية ضدّ مجموعاتٍ معيّنة أو إهانتهم أو الافتراء عليهم؛ في حين أنّ المادة ١٠ من الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان، تحظرّ القوانين الجنائية ضدّ المراجعات التاريخية كنكران أو تقليل من شأن الإبادات الجماعية أو الجرائم ضدّ الإنسانية؛ لكنّ المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان لا تقدّم تعريفاً مقبولاً لـ «خطاب الكراهية»، لكنّها تقدّم فقط مُحدّداتٍ يمكن للنائب العام من خلالها، أن يقرّر إمكانية اعتبار «خطاب الكراهية» حرّية تعبير أم لا.

وعلى سبيل المثال، تلك التوصية التي أوردها مجلس أوروبا للمفوضية السامية لحقوق الإنسان، بشأن تعريفها لخطابات الكراهية، بأنّها تشمل جميع أشكال التعبير التي تنشر أو تحرّض، أو تشجّع أو تبرّر الكراهية العرقية أو كره الأجنبيّ، أو معاداة السامية، أو غير ذلك من أشكال الكراهية المبنية على التعصّب، بما فيها التعصّب المعبرّ عنه بالتمييز ضدّ الأقليّات والمهاجرين، فرفضت المفوضية شمولية هذا التعريف، والذي سيثير المشكلات أكثر ممّا يحلّها؛ ولهذا كان الاهتمام أكثر بما تسفر عنه خطابات الكراهية، أو بما قد يترتب عليه من آثار خطيرة. وقد تطلّبت تشريعات النوع الأوّل الموضوعه لحماية النظام العام في كثير من البلدان حدوداً أعلى في حال انتهاكها؛ لذلك لم يتمّ تطبيقها بصورة منضبطة في أكثر الحالات، فمثلاً لم يُحاكم في أيرلندا الشمالية بحلول عام ١٩٩٢ سوى شخص واحد بتهمة خرق تشريع من هذا القبيل، أمّا قوانين

النوع الثاني الموضوعه لحماية الكرامة الإنسانية، فحدود تطبيقها أدنى بكثير من قوانين النوع الأول، كما تداخل تطبيق القوانين المتعلقة بخطاب الكراهية في الولايات المتحدة، مع حقّ حرّية التعبير الذي يضمنه دستور البلاد، وغالبًا ما تمّت إعادة فحص قرارات المحكمة للتحقق من عدم إخلال الحكم الصادر عن الدستور الأميركيّ.

احتدام الجدل حول مشروعية تجريم خطابات الكراهية

نظرًا لعدم الاتفاق على تعريف واضح ومحدّد لخطاب الكراهية، ليشكّل إطارًا أو نطاقًا للحظر القانوني، فقد ثار جدال واسع حول مشروعية تجريم خطب الكراهية، وطُرح التساؤل عن مدى تعارض هذا المفهوم الواسع لخطاب الكراهية مع حرّية التعبير المكفولة بالمواثيق الدوليّة، حيث اقتصر خطاب الكراهية على ما يمكن أن يسمّى اليوم «خطاب العنصريّة» الذي يغطّي جميع أشكال التعبير التي تنشر أو تحرّض أو تشجّع أو تبرّر العنصريّة، مثل كره الأجانب ومعاداة السامية والتمييز العرقيّ والإثنيّ واضطهاد الأقليّات والمهاجرين... وكافة أشكال الكراهية ومظاهرها وممارساتها، لتشمل كلّ محتوى ينشر ويبرّر أو يحرّض على كراهية الأجانب ومعاداة الأقليّات... وكلّ الأشكال الأخرى للكراهية القائمة على عدم قبول الآخر.

المعايير التي تفضي إلى تجريم خطاب الكراهية

يشكّل خطاب الكراهية نوعًا من أفعال الكلام، حيث يسيء المتحدّث أو يلعن أو يعبر عن كراهية تجاه فرد أو جماعة؛ إلا أنّ ما يدفع إلى الشك هو ما إذا كان خطاب الكراهية يمكن اعتباره نوعًا من الأذى، إذا ما تبيننا معايير التمييز للمنطوق الأدائيّ والأوصاف، على اعتبار أنّ الخطاب أو الكلام مهما كان نوعه مقرون بقوة

الفعل، وإذا أمكننا التعامل مع خطاب الكراهية انطلاقاً من هذا الاعتبار نفسه؛ فمن المؤكّد أنّ المتحدث لا يعبر في خطاب الكراهية عن أفكار عدائيّة فحسب، بل إنّهُ يقوم بعمل ما، مثل التّهديد أو التّحريض على إنجاز فعل معيّن، وهنا يمكن تطبيق إطار الحظر على الخطاب، إذا توفرت فيه ثلاث صور، الأولى: التحريض على العنف، والثانية: التحريض على التمييز، والثالثة: التحريض على العداوة^١. ولتقويم مستوى الكراهية، ومع محاولة للوصول إلى فهم شامل لظاهرة خطاب الكراهية؛ يؤخذ الحكم على الخطاب وطبيعته من منظور سلوكي، أي عبر تحديد السلوكيات التي ينطوي عليها خطاب الكراهية، ومن ثمّ التّفكير في عواقبها المحتملة؛ ولكن ما يلفت الانتباه هنا، هو الحدّ الأعلى الذي قد تصل إليه هذه السلوكات، حيث إن الخطاب قد يتحوّل إلى فعل إجرامي يهدّد الحياة، وبالتالي تأتي ضرورة تلك المعايير، التي يتمّ تجريم خطاب الكراهية إذا توفّر أحدها فيه، كالآتي:

١. سياق التعبير

أي النظر للسياق التاريخي لوضعية المجموعات التي يوجّه الخطاب ضدها في المجتمع، وعلاقتها بباقي أفرادها، وإذا ما كانت هناك صراعات تاريخية أو معاملة عنصرية لها تاريخها ضدّ تلك المجموعات، فيمكن الحكم من السياق على مدى خطورة التحريض وآثاره؛ وعلى سبيل المثال: إذا ما تمّ التحريض داخل دولة مصر على ذوي البشرة البيضاء، فمن غير المحتمل أن تترتب أي آثار عنيفة، بخلاف ما إذا تمّ هذا التحريض في دولة كجنوب إفريقيا التي لها تاريخ من العدا بين ذوي البشرة السمراء والبيضاء.

٢. مكانة قائل التعبير أو المتحكّم في انتشاره

١. مركز هردو، «خطابات الكراهية» ٩.

يعني هذا أن تقاس مدى السلطة والتأثير من صاحب التعبير في الجمهور، ومعرفة ما إذا كان شخصيّة عامّة، أو يشغل منصباً مهمّاً وبارزاً، أو كان قائداً سياسياً أو اجتماعياً ونحوه... حيث تصبح دعوته أو تعبيره ذات احتمال للانتشار الواسع بين الجمهور، كما يمكن قياس درجة وعي قائل التعبير وخطورته.

٣. نيّة قائل التعبير

يمكن اعتبار التعبير تحريضاً إذا ذهبت نيّة صاحبه إلى التحريض على العنف والكرهية، أو الدعوة إلى أعمال تمييزيّة. وعنصر النيّة من الأمور التي يصعب إثباتها، ما لم يعترف بها صاحبها؛ لذا استقرّ قضاء حقوق الإنسان على وضع محدّدات وقرائن للاستدلال على نيّة الفاعل، ومنها لهجة صاحب التعبير، وهدفه من التعبير، ثمّ النظر إلى إعادة تكراره، لإثبات نواياه التحريضيّة من عدمها.

٤. محتوى التعبير

هنا وجب فحص محتوى التعبير، بربطه بقائله وبالهيئة الموجه لها، والموجه ضدها أيضاً، ونطاق التعبير ودوافعه ومخرجاته، وهل استخدمت في التعبير لهجة عنيفة مباشرة؟ وهل المحرّض ضده كان واضحاً بشكل مباشر أو غير مباشر؟ مع مراعاة أن بعض الخطابات لا يمكن تطبيق معايير التحريض عليها، مثل التعبير الدينيّ والفنّي... وكذا الأبحاث العلميّة والحملات الانتخابيّة والمناظرات السياسيّة.

٥. حجم التعبير وقدرته على الانتشار

لكي يتمّ اعتبار التعبير تحريضاً، لا بدّ أن يتمّ توجيهه للجمهور بشكل مباشر وعلنيّ، لذا فقد وجّهت أمام دائرة الاستئناف عام ٢٠٠٧ تهمة ارتكاب الإبادة الجماعيّة والتواطؤ في الإبادة الجماعيّة والجرائم ضدّ الإنسانيّة ضدّ محرّر مجلة: «كانغورا» ومالكها، والتي كانت مخصّصة لخطاب الكراهية ونشر رسوم

كاريكاتورية لنساء التوتسي، ومقالات مهينة ومثيرة للكرهية عن طائفة التوتسي، وداعية لأفضلية أبناء طائفة الهوتو على التوتسي، لهذا عدت هذه المحاكمة الأولى تقريبا في القانون الدولي، التي عاملت الخطاب التحريضي تحت اسم: «إعلام الكراهية» لكونه يمثل جريمة ضد الإنسانية^١.

صناعة الكراهية وجذور انتشار خطاب الكراهية من خلال قيم العولمة:

تعتبر صناعة الكراهية أحد أهم الأسلحة المستخدمة في الحروب النفسية، بل إنها أهم أدوات الأنظمة الديكتاتورية لتفكيك التماسك الاجتماعي؛ فالحروب العسكرية استهدفت حياة البشر وممتلكاتهم المادية، في حين تستهدف الحروب النفسية السلوك الاجتماعي؛ من خلال التأثير على أفكارهم وحالتهم المعنوية. وتصنع الكراهية بأساليب شتى، منها مثلاً: نشر الأكاذيب وتزيين الباطل، وتزوير الحقائق واختلاق الأحداث، والتلاعب بالعقول والافتراء على الآخرين، وهذا يؤدي إلى توفير بيئة خصبة ترعى الكراهية والمعاداة، ليشتد عود الضغائن، فتتحول الكراهية إلى أفكار وعقائد، قبل أن تصبح سلوكاً عدوانياً عنيفاً متطرفاً، فمثلاً كانت جرائم الإبادة الجماعية في رواندا قائمة على خلفية من التحريض الإعلامي وخطابات الكراهية التي تم بثها عبر وسائل الإعلام باستمرار؛ لتعزيز وتأسيس أفضلية طبقة الهوتو على التوتسي، ثم كان ما كان... فالتحريض بشكل مباشر وعلني يعتبر صناعة للكرهية، وهي صناعة تتقنها طغمة من الدكتاتوريات والأنظمة الفاسدة والنخب الفكرية والسياسية والثقافية والدينية الكاسدة، حيث يقومون بنشر سموم وأكاذيب، ويثون الأحقاد بصورة يتم فيها التحريض، لبناء منظومة كراهة اجتماعية على أساس قومي أو عرقي وطائفي ومذهبي، أو قبلي أو

مناطقٍ أو غيره... وهذه الصناعة تجد لها أسواقاً تروّجها في كثير من البلدان، وخاصةً في العالم العربيّ المثلث بالأزمات المركّبة؛ بل هي صناعة تحظى برعاية وغطاء من الأنظمة العربيّة المستبدّة، ومن دول كبرى تمتلك مشاريع جيواستراتيجية، تقوم على مبدأ الانقسام داخل الأُمَّة الواحدة والدولة الواحدة، وبثّ الكراهية والتفرقة بين الشعوب، وإحداث صراعات بينها لتمكّن تلك الدول من تحقيق أهدافها ومآربها.

قيم العولمة في خطاب الكراهية بين جذوره الفرديّة وأسبابه السوسيو-

سياسية

ساهم التطور التقنيّ في وسائل الإعلام المتنوّعة في تفشي ظاهرة الكراهية وخطابها في منصات التواصل الاجتماعيّ بصورة كبيرة، حيث يتمّ استقطاب شرائح وأعداد متزايدة للانضمام إلى جيوش الكراهية العصريّة، مسلّحين بالحقّد والأفكار العنصريّة؛ لخوض معارك الاقتتال الاجتماعيّ والمذهبيّ والعرقّيّ في الفضاء الإلكترونيّ الواسع؛ زد على ذلك التعصّب الفكريّ والإيديولوجيّ والنظرة الاستعلائيّة المتمثلة بالخطاب الأحاديّ الجانب، الذي يدّعي بأنّه الخطاب الوحيد الذي يملك الحقيقة، مما ساهم في تأجيج السلوك العدوانيّ وإثارة التّعرات بمختلف أشكالها ومنها مثلاً:

١. التمييز العنصريّ

لا يمكن حصر خطاب الكراهية في اللفظ وحسب، بل إنّ يتعدّى اللّغة ليتحوّل إلى سلوك عمليّ، يشكّل خطراً على المستويين الفرديّ والجماعيّ؛ ومن الأمثلة الحيّة على خطاب الكراهية، تلك التّشريعات المتعلقة بالفصل العنصريّ في جنوب إفريقيا، والتي بموجبها يُحرّم أعضاء مجموعة عرقية من حقوقهم في التّصويت، وقد كان البلد الذي تتوفر فيه أكبر مجموعة من القوانين التي تحظرّ الدعوة إلى العداء العنصريّ هي جنوب أفريقيا، بلد الفصل العنصريّ، وكان ضحايا هذه القوانين دائماً هم السود. ونأخذ مثلاً آخر، إنّ لوحة مكتوب عليها «البيض فقط»، موضوعة على عقار للبيع أو على باب مطعم، هي بمنزلة خطاب كراهية أدائيّ تمييزيّ ضدّ السود، ولا شكّ أنّه بمجرد أن نُقصي طرفاً أو وجهة

نظر مُعارضة، أو نمنعها من الظهور من خلال إعدام فرص التعبير عن رأيها في وسائل الإعلام، وذلك بالاستعانة بالنصوص القانونية نفسها التي تکرّس حرّية التعبير باعتبارها حقاً أساسياً من حقوق الإنسان، فإنّنا نكون بصدد خلق خطاب تحريضيّ موكّد للكرهية؛ ونهدم القوانين، ونقوّض حقوقاً أساسية مثل المساواة وحقّ الناس في حرّية الاعتقاد والفكر والتعبير.

٢. التهميش والإقصاء:

إنّ التهميش الذي تقوم به أنظمة استبدادية بشكل ممنهج، ضدّ أفراد وفئات في المجتمع، يشكّل مناخاً مناسباً لتنامي خطاب الكراهية لدى المهتمّشين، كما أنّ الصورة النمطية عن فئة محدّدة أو بلد معيّن، والأحكام المسبقة ضدّهم، نتيجة تشييع أفكارهم في البنية الاجتماعية، وتقع المسؤولية هنا على كاهل الدولة بكافة هيئاتها، وخاصة امتلاكها لوسائل الإعلام ومناهج التعليم ومؤسّسات الدين... حيث يلجأ المتنفّذون في السلطة إلى ممارسات منها: تطويع التشريعات لصالحهم بغية إسكات أيّ انتقاد، تحت خانة القدرح والذمّ؛ ويبدو أنّ قوانين القدرح والذمّ والتحقيق والتهديد، تطبّق فقط في حال كان «المعتدى عليه» من السلطة؛ ففي هذه الحالة يتحرّك القضاء دفاعاً عن المشاعر الشخصية، أمّا إنّ تعرّض المواطنين لإساءة مماثلة، فإنّ الاستجابة تختلف؛ وإذ نورد هذه المقارنة، لإظهار الاستنساابية والمعايير المزدوجة في تطبيق القوانين، التي وجب تحديثها لتناسب مع حاجات الناس، وليس لحاجات من هم في الحكم.

نماذج ومستويات صناعة الكراهية في الإعلام الغربي:

إنّ الجانب الأيسر للكرهية هو التحريض على العنف، ومن ثمّة العنف نفسه، والذي تقود الكراهية إليه في صورة حروب ومذابح وجرائم ضد الإنسانية، وفي

صناعة الكراهية نجد نماذج ومستويات مختلفة، منها ما يتعلق بإشعال الصراعات والحروب بين الدول والشعوب، ومنها ما يرتبط بصناعة الكراهية داخل الأمة الواحدة، أو داخل البلد الواحد أو العرق الواحد أو الدين الواحد، فمثلاً عملت بعض الدول الغربية الاستعمارية على تلوّخ صورة الإنسان العربي المسلم عبر وسائل الإعلام، وتعزّزت صورة العربي المتطرّف القاتل في وسائل الإعلام الغربية، مما أحدث ما يعرف بظاهرة الإسلاموفوبيا؛ وفي البلدان العربية حيث تشابك المعايير وتمتج المصطلحات وتفتقد الضوابط، يختلط النقد بالشمم وتتصاعد وتيرة القذف في الخطابات التي تجد استحساناً لدى شرائح اجتماعية واسعة، حيث تلهب الخطابات الشوفينية مشاعرهم وحماسهم، في ظلّ التناحر والصراع السياسيّ والأيدولوجيّ والدينيّ... وثمة صناعة للكراهية داخل البلد الواحد والدين الواحد، بهدف إثارة العصبية المذهبية والقبلية، لإشعال الفتن والصراعات التي توصل إلى حروب أهلية، وفي ظلّ حالة الجهل التي ما زالت تحكم واقع المجتمعات العربية، تصبح الكراهية ناراً تستعر، فتحرق المجتمع وتفكّك ترابطه، وتثير النعرات والحروب الأهلية، وتنهى أيّ تفاهم أو تناغم مجتمعيّ، بل وتحدث الرغبة في الانتقام بنشر ثقافة تبرير العنف والاعتداء على الغير.

خطاب الكراهية في وسائل الإعلام الغربية

تكرّس وسائل الاتصال خطاب الكراهية، وتتحمّل مسؤوليّة رئيسة في بثّ خطاب الكراهية بصورة متواصلة على مدار الساعة للمشاهدين والمستمعين والقراء، حيث ترايد الإعلام المتخصّص بالبغض والكراهية في ظلّ غياب شبه تامّ للإعلام المهنيّ، الذي يقوّي الروابط الوطنية للمكوّنات الشعبية، ويواجه

الإعلاميين الثرثارين الذين يهتكون النسيج الاجتماعي عبر التحريض الأعمى على العنف والإقصاء. وكافة الأطراف التي تدعم وسائل الإعلام القائمة على نشر الكراهية وتمويلها وتغذيتها، غايتها تخدير الشعوب وتغيب وعيها، وإشغالها عن حالة الشقاء والبؤس التي يعيشها الوضع العربي الراهن. والهدف هنا هو إبقاء الشعوب العربية أحجار شطرنج وبيادق تتقاتل دون أن تغادر الرقعة، ويظل اللاعبون الرئيسيون متحكمين بمصير المنطقة. وكثيراً ما ترتكب وسائل الإعلام خطأً في إعادة نقل وتدوير خطاب الكراهية، وهو ما حدث إبان الاعتداء على المسجد في نيوزلندا، ولم تكتفِ تغطيات إعلامية آنذاك بإيراد بعض مقاطع خطاب الكراهية الذي استخدمه منفذ الهجوم عبر صفحته على موقع تويتر؛ بل أفردت بعض تلك التغطيات كامل المساحة لنقل ما ورد من خطاب كراهية ممن يؤيدونه، لتنتقل أخرى ما كتبه منفذ الهجوم على أسلحته، ولتبذل جهداً لافتاً في الإحالات التاريخية لحقبة مسلمي الأندلس، ما سبق كله ينطوي على مخالفات مهنية جسيمة في معالجة خطاب الكراهية؛ إذ فيه تكريس لما يريد أصحاب هذا الخطاب من ترويح للفوضى والأحقاد والصور النمطية والقدح والذم، وما يقود إليه هذا كله من أفعال كراهية تصل حدّ الإيذاء وإزهاق الأرواح، وحسبنا هنا استذكار مجازر رواندا التي راح ضحية خطاب الكراهية فيها عام ١٩٩٤ ما يقارب ٨٠٠ ألف قتيل خلال مئة يوم فقط، ليُمثّل صحفيون أمام محكمة الجنايات الدولية للمرة الأولى بهذه التهمة.

ويبدو أنّ الإنترنت صارت مرتعاً واسعاً لخطاب الكراهية، لأسباب عدة منها: ما توفره الشبكة من إمكانية لنشر خطاب الكراهية باسم مستعار أو مجهول؛ ولا يمكن حصر عدد الحالات التي ساهم فيها الإعلام، ومن ذلك الفيسبوك، فقد سجلت سنة ٢٠١٢م جريمة في كلّ ٤٠ دقيقة مرتبطة بالموقع، يتعلّق كثير منها بما

يمكن وصفه بخطاب الكراهية. والفيسبوك كغيره من مواقع التواصل الاجتماعيّ موقع خصب للتنمّر وللهجوم اللفظيّ الذي يقع ضمن دائرة خطاب الكراهية، وعلى الرغم من أنّ كلاً من: جوجل وتويتر وفيسبوك ومايكروسوفت قد وافقت بتاريخ: ٣١-٥-٢٠١٦ على مدوّنة ضبط السلوك لخطاب الكراهية، حيث ورد فيه أنّه: لا يُسمح بالمحتوى الذي يهاجم الأشخاص على أساس عرقهم الفعليّ أو سلالته، أو الأصل القوميّ أو الديانة أو الجنس، أو النوع أو الهوية الجنسيّة أو الإعاقة أو المرض... إلّا أنّها في الوقت ذاته قالت إنّها تسمح بالتعبيرات التي تُنشر على سبيل الدعابة أو السخرية، والتي قد يعتبرها بعضٌ تهديداً أو هجوماً؛ ويتضمّن المحتوى مثلاً: النكات والأعمال الكوميديّة، وكلمات الأغاني ونحوها، ويبدو أنّ التناقض يتّضح سريعاً في تعريفهم لخطاب الكراهية، إذ إنّ السؤال المطروح: ما هو معيار التعبيرات الساخرة من التعبيرات الجديّة؟! وهذا بالطبع يعتمد على النوايا، والنوايا جوانب من غير الممكن الوصول إليها بسهولة، فحسب الدراسات اللغويّة في تحليل الخطاب، فإنّ نظريّة التهذيب تخبرنا بأنّ المتحدّثين لا يرتدّون نواياهم، أي لا يمكن للشخص مثلاً معرفة النوايا من النظر، سواء أكان بالنسبة إلى المتكلم أو إلى كتاباته على الفيسبوك أو غيره^١.

إزدواجيّة معايير الإعلام الغربيّ في تعامله مع خطاب الكراهية

استغلت بعض الأطراف حرّيّة التعبير، التي تصونها القوانين الدوليّة للاعتداء على كلّ شيء، فحتّى الخالق تبارك وتعالى ومعه الرسل والأنبياء ودين الإسلام ورسوله خاصّة لم يسلموا من شرور هؤلاء الإعلاميين، والإشكاليّة المثارة هي حول حدود وضوابط حرّيّة وسائل الإعلام في التعبير، وفي الحديث عن إثارتها لخطاب الكراهية في هذا العصر الرقميّ.

١. دايك، فان (٢٠٠٠) ص ٢٥٥-٢٧٥؛ وبراون، جون؛ وبول، جون (١٩٩٧/١٤١٨) ص ٢٢٧-٢٤٠.

رصاصه شارلي إيبدو مثلاً:

بموازاة الحديث عن قوانين المطبوعات التي تقيّد النشر، خصوصاً في الإعلام الإلكتروني، ولأنّ الموقف من أيّ حدث يتبع لانهياز طائفيّ أو سياسيّ، فإنّ كلّ هجوم على الخصم في القاموس هو حرّية، وكلّ هجوم على ما أو من يمثلهم يندرج في خانة التحقير والقدح والذمّ؛ فمثلاً سنلاحظ أنّها لا تعدو كونها امتداداً لخطاب الكراهية السائد، ولتمييز والإقصاء المتبادلين على أساس طائفيّ، طبقيّ، أو... يضاف إلى ذلك كمّ كبير من الأذى اللفظيّ المتعمّد، وانتهاك الخصوصية. وليس البحث في حدود حرّية التعبير بحثاً مستجداً، خصوصاً أنّ كلّ التشريعات في العالم تكلمت عن عقوبات القدح والذمّ والتشهير والتحقير والتهديد، سواء أكان كلامياً أم مكتوباً؛ وفي حالات كثيرة يخشى المدافعون عن حرّية التعبير أن تستخدم تلك التشريعات كأداة لقمع الأصوات المغيرة أو المعارضة أو لارتكاب ملاحقات كيدية بحقّ بعض المجموعات.

وبالمقابل يتخذ بعض المرّوجين لخطاب كراهية ما من حقّهم المطلق بالتعبير وسيلةً للتحريض على جرائم ذات طابع عرقيّ أو طائفيّ... وتشكّل مجزرة قتل صحافيّ ورساميّ مجلّة «شارل إيبدو» الفرنسيّة عام ٢٠١٥ محطةً مفصليّة في النقاش حول إشكاليّة حرّية التعبير وخطاب الكراهية في العصر الرقميّ، فمن أطلق النار على رسّامين مثيرين للجدل، اتهمت مجلّتهم في مناسبات عدّة بتبني خطاب عنصريّ كاره للمسلمين والمهاجرين، فتح برصاصته الباب على نقاش الحقّ بالسخرية مهما علا سقفها، كما دفع المعنيين للتفكير بأبعاد تلك السخرية، حين تحدّث عن التقاطع بين ثقافات تقارب المقدّس والواقع والسياسة والرقابة بطرق مختلفة، لا بل هي متناقضة أحياناً؛ وهذه المواقع التي نتحدّث عنها تعتبر أهمّ مواقع التواصل الاجتماعيّ في الوقت الحالي، وكذا بالنظر إلى اختلاف تخصّص كلّ موقع^١.

١. معتوق، وكريم، (٢٠١٢).

مخاطر وسائل التواصل الاجتماعي الغربية:

لقد ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الغربية منها في نشر خطاب الكراهية بعدة طرق منها:

١. نشر معلومات مضلّة.

٢. تهويل العنف والمشكلات الاجتماعية.

٣. المساعدة على نشر العنف اللفظي، وإثارة الفتن بين مكونات المجتمع والتي تؤدي إلى الفرقة والتناحر.

فالفضاء الإلكتروني الذي أوجد حرية مطلقة بلا ضوابط أخلاقية وقوانين رادعة، جعل أبواب تلك المواقع مُشرّعةً، تتسع لكل من يغذي الكراهية المتخمة بالحق على الآخر. وبطريقة مباشرة أو غير مباشرة، أصبح الفضاء الاجتماعي والثقافي مهيأً لانتشار خطاب الكراهية، بل وأصبح خطاب الكراهية هو الوسيلة الأولى من وسائل الاستقطاب السياسي؛ ولا يزال ذلك المخاض العسير مستمرًا في شكل صراعات سياسية، تستهدف إثارة الفتن ونشر العداوة، والإقصاء الممنهج الذي يشكّل العنصر الأساس في تنامي خطاب الكراهية، وما من شك في أنّ هذا التنامي سوف يصبح ظاهرة اجتماعية وسياسية؛ بل وستساهم في إظهار الكراهية، واستحكام الفوضى المدمّرة، وبناء حالة من اللاتسامح، فلم نأخذ من الماضي دروسه وعبره لتفادي الصراع والكراهية، وهو السبب في ما آلت إليه الأحوال في علاقاتنا الإنسانية والحضارية المعاصرة مجددًا.

مناهضة الإسلام لعولمة خطاب الكراهية

إنّ الله يعطي بالرفق ما لا يعطي بالعنف، وخطاب الكراهية هو عنف لفظي، والله جلّ وعلا يقول لنبيه ﷺ: ﴿فِيمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ﴾ [آل عمران، ١٥٩]؛ ذلك أنّ خطاب الكراهية خطاب يُفَضُّ ولا يجمع، يُبعد ولا يُقَرِّب، يُفسد ولا يُصلح، إنّه كحصى الخذف، يفقأ العين ولا يقتل الصيد؛ أو كزبد السيل يذهب جُفَاءً ولا يمكث في الأرض، وما تلبس أحدٌ بخطاب الكراهية إلاّ انفرت من وَحْشِيَّهِ أَسْمَاعُ الْعُقَلَاءِ، فكرهوا سماعَ قوله أو قراءة مقاله، إنّه بركان هائج لا يقذف إلاّ بالحمم، فلا تقع على شيء إلاّ أحرقتة أو أذابتة؛ لذلك أمر الله عزّ وجلّ بالقول الحسن، والدليل قوله تعالى: ﴿وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا﴾، والحسن هو النافع في الدين أو الدنيا، ويشمل ذلك جملة من الأمور، حيث يشمل ذلك ما يتخاطب به الناس فيما بينهم، ويدخل فيه الكلام الطيب العفيف الذي لا عيب فيه، ويدخل فيه كلّ خلق حسن، يشمل ذلك أن نجازيهم بأحسن ما نحبّ أن نجازي به، وفي ضمن ذلك أيضًا النهي عن الكلام القبيح حتّى للكفار ﴿وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾ [العنكبوت، ٤٦] ويدخل فيه أيضًا النزاهة في القول فلا يكون فاحشًا، ولا بذيئًا، هذا فيما تتحدّث وتتخاطب به مع الآخرين، وإذا تردّد الإنسان بين كلمتين إحداهما حسنة، والأخرى قبيحة فينبغي أن يتخير الكلمة الحسنة، فإنّه مأمور بذلك: ﴿وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزِعُ بَيْنَهُمْ﴾ [الإسراء، ٥٣]؛ أمّا مع الأعداء فإنّه يطفىء نار العداوة ويكسر حدّتها، أو على الأقلّ يوقف تطوّر الشرّ، والله تبارك وتعالى يقول في الميثاق الذي أخذه على بني إسرائيل، والمراد بالميثاق العهد المؤكّد، ﴿وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنْتُمْ مُّعْرِضُونَ﴾ [البقرة، ٨٣] فالرحمة والرأفة والحرص

على هداية الناس صفات لا تجتمع في امرئ يحمل لسانه خطاب الكراهية، وقد روى البخاري في «الصحیح» عن عائشة قولها: «دَخَلَ رَهْطٌ مِنَ الْيَهُودِ عَلَى رَسُولِ اللَّهِ ﷺ فَقَالُوا: «السَّلَامُ عَلَيْكُمْ» فَفَهَّمْتُهَا، فَقُلْتُ: وَعَلَيْكُمْ السَّامُ وَاللَّعْنَةُ» فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: «مَهَلًا يَا عَائِشَةَ، إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الرَّفْقَ فِي الْأَمْرِ كُلِّهِ؛ فَقُلْتُ: يَا رَسُولَ اللَّهِ أَوْلَمْ تَسْمَعْ مَا قَالُوا؟! قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: قَدْ قُلْتُ: وَعَلَيْكُمْ». وعلى سبيل المثال محتوى الكراهية الذي يروج عن الدين الإسلامي، بكونه يدعو للقتل، بينما يتناسى هؤلاء ما يقوم به غير المسلمين في شتى أنحاء العالم، كما يتجاهلون نصوص الإسلام التي فاقت كل نصوص حقوق الإنسان ومواثيقه العصرية، ولم يجد هؤلاء سوى ما ارتكبه بعض المسلمين من أخطاء؛ بل ويتجاهل جميع السياقات التاريخية والزمنية للنصوص الدينية، ويقفزون إلى أحكام نهائية تتجاهل الحقيقة، كدفاع المسلم عن نفسه وعن دينه وعن كل ما يحق له الدفاع عنه.

وإن رأينا ليس خاصاً بنا في هذه المسألة، إنما يشاطرنا فيه بعض الأوروبيين، إذ يقول روبرتسون: «إن المسلمين وحدهم هم الذين جمعوا بين الغيرة لدينهم وروح التسامح نحو أتباع الأديان الأخرى، وإنهم مع امتشاقهم الحسام نشرًا لدينهم، تركوا من لم يرغبوا فيه أحراراً في التمسك بتعاليمهم الدينية». ويرى ميشود في كتابه: «تاريخ الحروب الصليبية» و«رحلة دينية في الشرق» أن القرآن الذي أمر بالجهاد متسامح نحو أتباع الأديان الأخرى، وقد أعفى البطارقة والرهبان من الضرائب، وحرّم محمّد قتل الرهبان لعكوفهم على العبادات، ولم يمسّ عمر بن الخطاب النصارى بسوء حين فتح القدس، في حين ذبح الصليبيون المسلمين وحرقوا اليهود وقتما دخلوها؛ ومن المؤسف أن تقتبس الشعوب النصرانية من المسلمين التسامح الذي هو آية الإحسان

بين الأمم، واحترام عقائد الآخرين وعدم فرض أيّ معتقد عليهم بالقوة^١. لذا نتساءل كيف ولماذا كثر الحديث عن خطاب الكراهية عند المسلمين دون غيرهم؟ فلا يخرج الأمر عن أنّ الذي يُعَدِّي خطاب الكراهية ضدّ الإسلام والمسلمين، إمّا ينطلق في ذلك من خلفيّة عقديّة، وإمّا من ردّة فعل عكسيّة، فأما ما كان سببهُ البُعد العقديّ، فلا حيلة لأمة الإسلام اتجاهاه، فلو جاءتهم كل آية لم يستطيعوا نزعها من صدورهم إلاّ أن يشاء الله، قال الله جلّ شأنه: ﴿وَمَا نَقَمُوا مِنْهُمْ إِلَّا أَنْ يُؤْمِنُوا بِاللَّهِ الْعَزِيزِ الْحَمِيدِ﴾ [البروج، ٨] وأما خطاب الكراهية الذي يكون سببهُ راجعاً إلى ردّة فعل عكسيّة لأخطاء بعض أهل الإسلام، فإنّ هذا هو ما يعنينا بالدرجة الأولى؛ لأنّ أهل الإسلام هم المعنيّون بالقدوة الحسنة، وموافقّة أفعالهم لما ينتسبون إليه؛ فإنّ الطرف الآخر لا يُفرّق بين الإسلام وبين المنتسبين إليه، فأبى غلط يقع فيه أحد منهم سيّلقون باللائمة على الإسلام؛ فقد حدث مثلاً عام ٢٠١٢م أن قام أحد الأشخاص في الولايات المتّحدة الأميركيّة بنشر فيديو لفيلم بعنوان: «براءة المسلمين» على موقع يوتيوب يحمل إساءة بالغة للرسول ﷺ، وتسبّب الفيديو في أعمال عنف معادية في أكثر من دولة عربيّة وإسلاميّة راح ضحيتها أكثر من ١١ قتيلاً، كان من بينهم: «كريستوفر ستيفينز» سفير أميركا في ليبيا^٢، وهذا يدلّ دلالة واضحة وقاطعة على وحدة الطبيعة الإنسانيّة. لقد منح الإسلام هذه الهويّة الجديدة للإنسان، وأحدث من أجل استيعاب هذه الهويّة أمة جديدة، لم يكن لها مثل من قبل بين الأمم، فإنّه لا اعتبار إلاّ للتقوى، قال تعالى: ﴿إِنْ أكرمَكُم عند الله أتقاكم﴾ [الحجرات، ١٣] ومن هذا المنطلق يتعرّف المسلم على نفسه وعلى ما حوله، فالشخص سواء أكان مسلماً أو غير مسلم، يجد نفسه ضمن هذا الانتماء،

١. لوبون، ١٣٧-١٣٨

٢. زهرة، وليد (٢٠١١)

وإزاء هذا الحضور السرمديّ اللامتناهي الأعظم، وقد حثّ الآيات والأحاديث على أنّ كلّ مؤمن مسؤول عن أفعاله واختياراته، وفي هذا إثبات لكيقونة المسلم وشخصيّته، وإشعار له بضرورة تحمّل المسؤولية^١. ويمكن القول إنّ التسامح الدينيّ كان مطلقاً في دور ازدهار العرب، ومثّل هذا التسامح، مما لم تصل إليه أوروبا بعدما قامت به في أكثر من ألف سنة من الحروب الطاحنة، وما عانت من الأحقاد المتأصلة، وما مُنيت به من المذابح الدامية^٢.

نتائج عولمة خطاب الكراهية والآثار الناجمة عن انتشاره

يطرح خطاب الكراهية مخاطر جسيمة على تماسك المجتمع وحماية حقوق الإنسان، حيث يضعف المجتمعات ويدمرّها، كما يعمل على زرع بذور الخوف والكراهية، وانعدام الثقة في نفوس الأفراد، فإذا ترك دون رصد ومراقبة، أدّى إلى أعمال عنف وربما ساعد في تهيئة الظروف لارتكاب إبادة جماعيّة، ومن الآثار التي يترتّب عليها انتشار هذا الخطاب:

١. قتل روح الإبداع في المجتمع، وهجرة الكفاءات البشريّة.
٢. فقدان المجتمع تماسكه الداخليّ، فيصبح ضعيفاً أمام الأزمات، وتهديد وحدة النسيج الاجتماعيّ.
٣. تقسيم المجتمع إلى جماعات غير متجانسة، مع انتشار التطرّف بين الشباب.
٤. خطورة مثل هذا الخطاب، تكمن في إرباكه للأمن الفكريّ والاجتماعيّ، المؤثّرَيْن في النسيج المعرفيّ والتجانس الاجتماعيّ.

١. الحُبّابي، محمد عزيز، ص ١١٢.

٢. لوبون، ٢٤.

السبل المثلى للتعاطي مع خطاب الكراهية وآليات مواجهته

على الرغم من أنّ خطاب الكراهية مليء بالحقد والتحريض والعنف، ورغم كلّ العنف المختزن فيه، إلا أنّ تفكيكه وإظهار سطحيّته ومواجهته ليس مستحيلاً، إن كان ثمة رؤية جادة، وقناعة إنسانيّة مشتركة، بأنّ هذا الخطاب يحمل في أحشائه ما يهدّد البشريّة جمعاء، فليست الأمّ بنت ساعة واحدة، بل هي نتيجة ماضٍ طويل، وهي محصولٌ ما خضعت له من البيئات المختلفة التأثير، ولذا يُفسّر حاضرها بماضيها؛ وثمة طرق عديدة لمناهضة خطاب الكراهية ومنعه، ومنها:

١. احترام حقّ الآخر في التعبير عن ذاته، وآرائه وثقافته ومعتقداته، دون خوف من الملاحقة.

٢. ضبط استخدام وسائل التواصل الاجتماعيّ؛ لأنّ خطاب الكراهية يُمرّر من خلالها، فلا بدّ من العمل على تنظيم استخدامها، ونشر التوعية الأخلاقيّة حول الخطاب المستخدم فيها ضرورة وليس ترفاً.

٣. ضرورة وضع حدّ فاصل وواضح بين مصطلحي: «حرية التعبير وخطاب الكراهية».

٤. رفع مستوى الوعي ببيان مخاطر التمييز والتعصّب بإعداد برامج تثقيفيّة للأطفال والشباب.

٥. الإبلاغ عن منشورات وسائل التواصل الاجتماعيّ التي تنشر الشائعات والمعلومات الخاطئة.

٦. دعم الأفراد والجماعات التي يستهدفها خطاب الكراهية، ومكافحة المعلومات التضليليّة.

٧. تحديد المسؤوليّات الخاصّة بمرتكبي خطاب الكراهية، ومزوّد خدمات الإنترنت.

٨. حظر المواقع الداعية إلى خطاب الكراهية، ومنع نشر الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي.

٩. ضمان الحق في المقاضاة للأشخاص المستهدفين من خطاب الكراهية.

١٠. مساعدة الصحفيين على تطوير قدراتهم لنقل الأخبار نقلاً عادلاً أميناً ودقيقاً.

١١. تشكيل لجان للإنذار والاستجابة المبكرة لرصد خطاب الكراهية وأشكال التحريض على العنف.

١٢. تشجيع الباحثين والمؤسسات المعنية بهدف القيام بأبحاث ودراسات اجتماعية وفكرية علمية لرصد أفكار الكراهية وخطابها وسلوكها، وتحليل الظاهرة ومقارباتها، وإصدار توصيات محددة تتحول إلى خطط عمل بهدف محاصرة الكراهية والحيلولة دون استفحالها.

١٣. تحديد المواقف التي تؤدي إلى استخدام خطاب الكراهية واتخاذ التدابير المناسبة لوضع حد لها

١٤. ضرورة تفكيك هذا الخطاب برفض منهجيته الفكرية المبنية أساساً على رفض الآخر، مع التشبث بتوطيد القيم التي يهددها خطاب الكراهية، ويجب أن تهدف مكافحة خطاب الكراهية إلى حماية الأفراد والمجموعات.

١٥. إقامة الحدود الفاصلة بين حرية التعبير وخطاب الكراهية، مع إعادة النظر في ما يسمى: «نظرية الحرية الإعلامية».

١٦. ضرورة وضع إستراتيجية لوسائل الإعلام في كيفية التعامل مع معتقدات الغير.

١٧. لا ينبغي استخدام القيود المفروضة على خطاب الكراهية لإسكات الأقليات وقمعها.

١٨. الحوار مع الآخر «فالحوار هو الاستماع الواعي الحقيقي للأقوال والآراء والأفكار... لأن الحوار فهم وتفاهم تعارف وتواصل لصنع الحقيقة والرأي المشترك... الحوار سبيل التعايش والتواصل ضرورة لتطوير سياسات الاعتراف بالآخر المختلف والمغاير... وجوداً ورأياً وحقوقاً...»^١

خاتمة لازمة

بين هذين الموقفين: الإشادة المفرطة والمأخذ اللاذع على خطاب الكراهية وحرية التعبير، يمكننا القول إنه يكتنفهما كثير من اللبس والغموض، والشطط والاستنتاجات والافتراضات غير المنطقية، وعلى الأخص في تقديم تصورات متناقضة لبنية الأطروحات التي تناولت هذين الموضوعين، وخاصة أنه لا يوجد لهذين المصطلحين صيغة واحدة متعارف عليها؟ وقد حاولت الإجابة عن جذور صناعة خطاب الكراهية في ثقافة المجتمع المعاصر، ومخاطر هذا الانتشار على المجتمعات، وسبل مواجهته، وبيان المسؤولين عن إخماد نار خطاب الكراهية، غير أن التعايش والتسامح لن يتحققا، إلا عبر نبذ كافة أشكال الكراهية ومظاهرها وممارساتها، وشمولاً لكل محتوى ينشر ويبرر، أو يحرض على الكراهية بشتى أشكالها، والقائمة أساساً على عدم القبول بالآخر إلا في إطارها، وهذا الإطار مما قد نتفق أو قد نختلف حوله، وله موضوع خاص منفرد به، لكن على السلطات الحاكمة في كل الدول تحمّل مسؤولية رئيسية في منع خطاب الكراهية، وحماية أفرادها منه، والعمل على وقف هذا الخطاب، الذي يساعد على ارتكاب أعمال العنف وتشجيعها؛ لأن الأنظمة الدولية في نظري ما تزال بعيدة عن الساحات التي ينتشر فيها هذا الخطاب ويتمدد، ويبقى الموضوع حبيس لقاءات وحوارات

المثقفين، الذين ليس لهم أيّ تأثير على صناع القرار السياسيّ في دولهم، ولا على المجتمعات التي يتمدّد فيها خطاب الكراهية؛ ولكن مع ذلك يمكن المشاركة بأشكال عدّة؛ أبرزها اثنان: أحدها توعويّ والآخر قانونيّ؛ ليُعاد طرح السؤال مجدّدًا: هل بالإمكان إطفاء سعار ولهيب الكراهية يومًا ما؟.

لائحة المصادر والمراجع

١. القرآن الكريم.
٢. العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية - وثائق الأمم المتحدة.
٣. دايك، فان (٢٠٠٠) وبراون، جون؛ وبول، جون (١٤١٨ / ١٩٩٧).
٤. لويون، غوستاف، حضارة العرب، نقله إلى العربية: عادل زعيتير، دار الطليعة، بيروت، ٢٠١٣.
٥. محفوظ، محمد، العولمة، شمس للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١١.
٦. مركز هردو لدعم التعبير الرقمي: «خطابات الكراهية»، القاهرة، دار الشروق، ٢٠١٦.

الميديا كأداة إرهاب ثقافي في المركزية الغربية الإعلام الأميركي نموذجاً

علي قصير^١

تمهيد

غداة صدمة الحادي عشر من أيلول دخل الأميركيون عمومًا، ومراكز القرار في البيت الأبيض والبنتاغون والكونغرس في ما يشبه «رهاب اليوم التالي». وصار الكلام المعلن عن السلام النوويّ وأسلحة الدمار الشامل هاجس الساعات الأميركيّة المتّصلة. يومذاك لم تجد عالمة النفس إميلي شتاين التي بحثت في تأثيرات الإرهاب على الأميركيين إلاّ هذه الكلمات لتعكس السايكولوجيا الأميركيّة بعد انهيار برج نيويورك، إذ تقول: «لم أشاهد في حياتي مثل هذا العدد الكبير من الناس البؤساء. لقد شعرت أنّ الجميع يشكون من «غيمة سوداء» تهتّدهم من أعلى».

ثمة إذا شيء مما يمكن وصفه بـ«إرهاب الأميركيين النوويّ» أو رهاب أسلحة الدمار الشامل الذي يمكن أن يكونوا ضحاياه في أيّ لحظة. حتّى أنّ عددًا من مراكز الأبحاث المتخصصة في أميركا وأوروبا ستمضي في تحقيقاتها إلى القول إنّ الأميركيين باتوا شعبًا مكتئبًا وحزينًا وخائفًا.. بينما تقول دراسة استندت إليها المجلّة المذكورة وأعدّها معهد (ترايانغيل) في كارولينا الشماليّة إنّ ملايين

١. باحث وأستاذ مادة الإعلام المرئيّ في الجامعة اللبنانيّة.

الأميركيين «صاروا يعانون الاضطراب النفسي فقط لأنهم شاهدوا ما جرى على شاشات التلفزيون (...)» وتضيف: «إنَّ الأميركيين العاديين يعالجون توترهم عن طريق الانهماك في استهلاك السجائر والكحول والماريجوانا، أمَّا على مستوى مراكز القرار، فثمة حال من الاضطراب يجري التعويض عن الفراغات التي يحدثها، من خلال الدفع بمنطق الحرب وإنتاج بؤر التوتر في العالم إلى مستواها الأقصى».

وبشكل عام سيطر على الولايات المتحدة مزاج التباهي العسكري والثقة المفرطة بالذات. وإذ العالم بأسره - على الأقل في هذا الوقت بالذات - لا يتسّر على إعجابه الشديد بالسطوة العسكرية الأميركية. فقد كان من نتيجة هذا كله أن تضخّمت قوى كبار العاملين في إدارة بوش من الذين يعتقدون أنّ قضايا العالم لا تُدَلَّل ولا تُحلّ بالدبلوماسية وإنما بالقوة العسكرية السافرة. لقد دفعت «حرب الولايات المتحدة على الإرهاب» بالأسلحة البيولوجية وسائر أسلحة الدمار الشامل إلى صدارة الاهتمام الدولي. وبدل أن تعمل على الحدّ من انتشار هذه الأسلحة سلكت في التعامل مع الجيوبوليتيكا النووية سلوكاً يشجّع الدول والمنظّمات على اقتنائها والسعي إلى استخدامها.

لقد ذهب مفكّرون وخبراء إلى توصيف آليات إنتاج العنف فأقروا أنّ انهيار برجي المركز العالمي للتجارة أمر يفوق الخيال، غير أنّهم بينوا أنّ هذا لا يكفي لكي نجعل منه حدثاً واقعياً. إنّ قدرًا زائدًا من العنف لا يكفي للإطالة على الواقع. ذلك أنّ الواقع هو مبدأ، وهذا المبدأ أوّلاً هو فتنة الصورة؛ أمّا العواقب المبهجة أو الكارثية، فهي متخيّلة إلى حدّ بعيد، انطلاقاً من الصورة. وفي هذه الحالة إذن ينضاف الواقع إلى الصورة بوصفه جائزة رعب، بوصفه رعشة إضافية. ليس مُرعباً وحسب، بل هو واقعيّ أيضاً. وعوض أن يكون عنف الواقع ماثلاً

أولاً، ثمّ تنضاف إليه رعشة الصورة، تكون الصورة ماثلة أولاً، ثمّ تنضاف إليها رعشة الواقع.

١. الميديا وممارسة الإرهاب الثقافي

وسط ازدحام الجدل الذي أعقب تفجيرات برجى التجارة الخارجية في نيويورك ذهب كثيرون من علماء الاجتماع وحلقات التفكير الإستراتيجي إلى القول إنّ «الإرهاب ليس شيئاً يُذكر من دون وسائل إعلام». وهذه الأطروحة أطلقها أول مرة الفيلسوف وعالم الاجتماع الفرنسيّ جان بودريار في مطلع العام ٢٠٠٢، أي بعد أشهر قليلة من الحادث الأميركي^١، ووسائل الإعلام برأي بودريار، جزء لا يتجزأ من الحدث ومن الرعب، وقد تؤدّي دورها في هذا الاتجاه أو ذاك، وبالتالي فإنّ الفعل القمعيّ يسلك المسار غير المرتقب نفسه الذي يسلكه الفعل الإرهابي، ولا أحد يعلم عند أيّ حدّ سيتوقّف، والانقلابات التي ستليه. ما من تمييز ممكن، على مستوى الصور والإعلام، بين المشهديّ والرمزيّ، ما من تمييز ممكن بين «الجريمة» والقمع. وانطلاقاً من هذا الارتكاس الخارجة عن أيّ سيطرة هي الانتصار الفعليّ للإرهاب، وهو انتصار ظاهر في تشعبات الحدث وتسرباته الخفية - ليس فقط في الركود المباشر، في الاقتصاد والسياسة والبورصة والمال، وفي الركود الأخلاقيّ والسيكولوجي الذي ينجم عنه، بل في ركود نظام القيم أيضاً، وإيديولوجية الحركة بأكملها، والتداول الحرّ... إلخ، التي طالما كانت مفخرة العالم الغربيّ، وهي المرتكزات القيمية - الأخلاقية التي تسلّح بها هذا العالم لممارسة هيمنته على الأرجاء المتبقية من العالم. ولقد تفاقم الأمر إلى حدّ بدأت معه فكرة الحرّية، وهي فكرة حديثة العهد، بالاختفاء من العادات

١. بودريار، «ماذا يفعل الغرب ضد الذين يقاتلونه بموتهم».

والضمان، وبدأت العولمة الليبرالية بالتحقق في شكل معاكس، في شكل عولمة بوليسية، ومراقبة كلية، وترهيب أمني. إنَّ الانفلات ينتهي إلى حدٍّ أقصى من ضوابط القسر، والتقييد يساوي ضوابط المجتمع الأصولي.

تراجع في الإنتاج، في الاستهلاك، في المضاربات، في النمو (ولكن ليس في الفساد طبعاً): فكلُّ شيءٍ يشير إلى أنَّ السستام العالمي يتبنى انكفاءً استراتيجياً، ويجري مراجعة أليمة لقيمه - كردِّ فعل دفاعي، على ما يبدو حيال صدمة الإرهاب، ولكنها تستجيب في العمق إلى إيعازاته المضمرة - تنظيم قسري ناجم عن الفوضى المطلقة، لكنه يفرضه على نفسه، مستبطناً، على نحوٍ ما، هزيمته الخاصة.

وفي سياق تأويله لمقولة الإرهاب المركب (الرمزي / الواقعي) يبين العالم الفرنسي وجهاً آخر للإرهاب دفع به الإعلام الأميركي الموجه بوسائله الكثيرة والكبيرة إلى أن يتحوّل من مجرد صوت وصورة إلى باعث لزمان وواقع جديدين. هذا الوجه الآخر للإرهاب يكمن في أنَّ كلَّ الأشكال الأخرى للعنف وزعزعة استقرار النظام تتضافر لصالحه: إرهاب معلوماتي، إرهاب بيولوجي، إرهاب الإنتراكس والشائعة، هذه كلها تنسب إلى بن لادن، حتى إنه صار بإمكانه أن يعلن مسؤوليته عن الكوارث الطبيعية. كلُّ أشكال اللاتنظيم والتداول الشاذ مفيدة له. وحتى بنية التبادل العالمي المعمّم تخدم التبادل المستحيل، كأنها الكتابة الآلية للإرهاب يرفدها باستمرار الإرهاب (غير المتعمّد) بالإعلام، وبكلِّ ما يتوجّب عليها من تبعات الهلع: فإذا كانت الإصابة، في قضية الإنتراكس هذه كلها، تتم من تلقائها عبر التبلور الآني، على غرار محلول كيميائي، إذ يمسّ مسّاً إحدى الخلايا، فهذا يعني أنَّ السستام بأسره قد بلغ كتلة حرجة تجعله عرضة لأيّ اعتداء.

ما من حلّ لهذا الوضع الحدّي، خصوصاً بالحرب التي لا تقدّم سوى موقف مسبوق وتمّ اختباره سابقاً، بتدفّق القوى العسكرية، والإعلام الشعبي، والإلحاح

الإعلامي الذي لا طائل تحته، والخطب المواربة والمؤثّرة، وبسط القدرات التكنولوجية حتى الإدمان. أي، باختصار، على غرار حرب الخليج، التي كانت هي اللاحث، أو الحدث الذي لم يحدث^١.

إنّهُ الرعب مقابل الرعب، الإرهاب مقابل الإرهاب، كما يقول بودريار، الذي خلغ عليه خصومه صفة «فيلسوف الإرهاب بامتياز»، بسبب من خروجه على مؤدّيات وشعائر نظام الخطاب الإعلامي الأميركي بعد الحادي عشر من أيلول. لكن الرجل سيمضي في تفكيك الظاهرة وهي في حمأة صعودها؛ ليقرّر أنّهُ عندما يكون الموقف مُحكراً، على هذا النحو، من قبل القوّة العالمية (أميركا)، وعندما نكون حيال هذا التركيز المذهل لكلّ وظائف الآلية التكنوقراطية والفكر الأحادي، فأيّ سبيل آخر يمكن سلوكه غير التحويل الإرهابي للموقف؟ إنّ السستام نفسه هو الذي ولّد الشروط الموضوعية لهذا الرّدّ العنيف المباغت. فباستثثاره بكلّ الأوراق، يُرغم الآخر على تغيير قواعد اللعبة. والقواعد الجديدة ضارية؛ لأنّ الرهان ضار. إنّ الإرهاب هو الفعل الذي ينشئ خصوصية لا رادّ لها في لبّ مناخ من التبادل المعمّم. الإرهاب كالفيروس، مائل في كلّ مكان، هناك حقن عالمي متواصل للإرهاب الذي هو كالظلّ الملازم لكلّ نظام سيطرة. مهياً، أينما كان، لأن يصحو كعامل مزدوج، لم يعد هناك خطّ فاصل كفيلاً بالإحاطة به، إنّهُ في لبّ هذه الثقافة التي تحاربه، والشرخ المرئي (والحقد) الذي يجعل على المستوى العالمي، المستغلّين والمتخلّفين في مواجهة العالم الغربي يرفد، سرّاً، الشرخ الداخلي في «السيستام» المسيطر. باستطاعة هذا الأخير أن يجبه كلّ تضادّ مرئي. ولكن ماذا عن الآخر، ذي البنية الحموية (الفيروسية) - كأن كلّ جهاز سيطرة يعزّز الجهازية المضادة له، ضدّ هذا الشكل من الارتكاس شبه الآلي لقوّته

الخاصة، لا يستطيع «السيستام» أن يفعل شيئاً. والإرهاب هو الذبذبة الصادمة لهذا الارتكاس الصامت.

لا يتعلّق الأمر إذًا بصدام حضارات ولا بصدام أديان، كما يتعدّى بكثير الإسلام وأميركا اللذين تجري المحاولات لحصر النزاع فيهما لتوليد وهم مجابهة مرئية ووهم حلّ بالقوّة. صحيح أنّ في الأمر تضاداً أساسياً، لكنّه تضادٌ يبيّن، عبر طيف أميركا (التي كانت المركز السطحيّ، لكنها ليست بمفردها، تجسيد العولمة) وعبر طيف الإسلام (الذي ليس تجسيداً للإرهاب هو أيضاً). العولمة المنتصرة تخوض صراعاً مع ذاتها، وفي هذا المعنى يمكننا الحديث عن حرب عالميّة، ليست الثالثة، بل الرابعة وهي الوحيدة العالميّة حقاً، لأنّ رهانها هو العولمة بالذات^١.

٢. «المكارثيّة» المستعادة عبر الميديا

قدّمت «المكارثيّة»^٢ في خمسينات القرن العشرين نموذجها الشبيه جدّاً بـ «توتاليتاريّات» جمهوريّات الموز في أميركا اللاتينيّة. وإلى اليوم لم يهتّر هذا المسار في جوهره رغم اختلاف وتطوّر التقنيات المعتمدة في عمليّات التحكّم بالمجتمعات العالميّة التي تقع تحت الهيمنة الأميركيّة - الثقافيّة والإعلاميّة. قد يقال الكثير مما يخالف ذلك، من جانب اللوبي الثقافيّ والإيديولوجيّ في أميركا. ومع ذلك ظلّ المسكوت عنه أقوى مما يشيعه الخبر الرسميّ المحمول على صورة الإمبراطوريّة الإعلاميّة الهائلة. قبل سنوات كتب المؤلّف المعروف بيرترام

١. م. ن.

٢. المكارثيّة (McCarthyism): نسبة إلى الوزير جون مكارثي الذي تولّى قمع حركات المعارضة والحركة النقائيّة الأميركيّة في الخمسينات من القرن العشرين، وأدّت أعماله إلى تحويل المجتمع السياسيّ الأميركيّ إلى مجتمع استبداديّ يشبه إلى حدّ بعيد الدول الاستبداديّة في العالم الثالث.

كروس أن الفاشية ستأتي إلى الولايات المتحدة بوجه ودود: من دون محاكمات نورنبورغ، أو مبادئ التفوق العنصري، من دون أحزاب ممنوعة رسمياً، أو إبطال للدستور، وإزالة الفروع الثلاثة للحكومة، لكن بنفس الحماس القومي، والقوانين الدكتاتورية الاعتبائية، والغزوات العسكرية العنيفة^١.

بعد الحادي عشر من أيلول ظهرت أميركا من داخل، فبدت كمياه راكدة سقطت عليها صخرة ضخمة. كل شيء راح ينكشف على الملأ بعدما لم تعد القيادة السياسية العليا تملك الزمن الذي يمكنها من استعادة «مقولة القلعة الآمنة» بالسرعة القياسية المطلوبة لدولة عظمى كأمركا.

الحاصل بعد سقوط برج نيو يورك أن تنبؤات كروس لم تخب. سييين الكاتب الأميركي جيمس بترارس - وهو يساري - أن علامات دولة البوليس في الولايات المتحدة واضحة في كل مكان. وصفة الدولة الشمولية التي يتحوّل فيها المجتمع المدني إلى شبكة من المخبرين السريين، هي صفة أميركية بامتياز. ولعلّ أبرز المعلومات التي استعصت على شبكة الإعلام الأميركي الموجه، أن مكتب التحقيقات الفدرالي^٢ حَضَّ كل مواطن أميركي (بعد ١١ أيلول) على التبليغ عن أي سلوك مريب يقوم به أصدقاء وجيران أو أقرباء ومعارف غرباء. والحصيلة أن ما بين أيلول وتشرين الثاني ٢٠٠١ تمّ تسجيل ما يقارب سبعمائة ألف اتهام لآلاف الشرق أوسطيين من الجيران وأصحاب المحلات التجارية المحلية والموظفين (كما) وُجِّهت إليهم التهم، مثلما حدث مع العديد من المواطنين الأميركيين الآخرين. لم تقد أي من هذه التهم إلى أي معتقل أو حتى إلى معلومات متعلّقة بـ ١١ أيلول. وعلى مدى الشهور التالية على الحادث قامت الشرطة الفيدرالية

١. بترارس، «حراك دولة البوليس في كل مكان».

بالتحقيق مع مئات وآلاف من الأشخاص الأبرياء ومضايقتهم. عشرات الملايين من الأميركيين أصيبوا بهوس الخوف من «الإرهاب» في عملهم اليومي، وأثناء التسوق، وخلال فترات الراحة. لقد أحجم الناس عن نقد الحرب أو الحكومة، حتى لو كان بالطف العبارات، خوفاً من أن يوصموا بمؤيدي الإرهاب، أو أن تُكتب التقارير بحقهم، أو أن يتعرّضوا للتحقيق، أو أن يفقدوا عملهم. ولكي يعيد فرقاء البيت الأبيض والبتاغون ووكالة المخابرات المركزية والـإف بي آي (الوجه الودود) للتوتاليتارية الداخلية جرى إلقاء المسؤولة والتركيز على العرب، خصوصاً المسلمين منهم بوجه عام. وبحسب جيمس بيتراس إن الفاشية «الودودة» التي وصفت بها الولايات المتحدة الأميركية بالداخل مارست لعبة مزدوجة حيال هؤلاء «الغرباء»: هي تعتقلهم وتحقق معهم وتتهمهم وتستهدفهم - بينما ينادي خطابها الشعبي بفضائل التسامح والتعددية الدينية. ليست مبادئ التمييز العنصري واضحة للعيان، لكن التصوير العنصري لـ«الشرق أوسطيين» هو نهج عملي ثابت ومقبول تقوم به الشرطة الفيدرالية، والحكومية، والمحلية. إن الكثافة العالية للجماعات العربية، كما هي الحال في ديربورن، ميتشيغان، يظهر كأنهم يعيشون في غيتو، بانتظار مذبحه تدبر لهم وتحل بهم. ويعتبر رئيس مكتب التحقيق الفيدرالي أن جميع الجمعيات العربية الخيرية والأهلية وغيرها تدعم الإرهاب، وهي موضوع تحقيق، وأعضاؤها أهداف للاعتقال. لقد خلقت الحملات العنيفة لمداهمة بيوت ومخازن ومكاتب الجماعات الأهلية عقلية حصار، وأثارت حملة رجال الشرطة أشد الغرائز عنصرية وحرّضت اندفاع الإهانات والعداوات الأهلية^١.

١.٣ الإرهاب الإعلامي مقلوباً

بعد ١١ أيلول امتلأت وسائل الإعلام الأميركية بالإدانة المتسرّعة لمن أسمتهم «أصحاب نظرية المؤامرة» الذين لا وطنيّة لهم والذين يسهل على وسائل الإعلام عادة أن تضرّ بسمعتهم، لأنّه من الأمور المفروغ منها أنّه ليس ثمة مؤامرة في الحياة الأميركية.

ولا شكّ في أنّ سلوك الرئيس جورج دبليو بوش في ١١ سبتمبر يدعو إلى إثارة كثير من الشكوك غير الطبيعيّة. ويتساءل المفكّر الأميركيّ غورفيدال (١٣) عمّا إذا كان باستطاعته أن يتصوّر رئيساً لدولة حديثة أخرى كان يمكن أن يستمرّ في الوقوف أمام عدسات المصوّرين لالتقاط صور «دافئة» له وهو يستمع إلى تلميذة صغيرة تروي له حكايات عن عنزتها التي تربّيها، بينما كانت الطائرات المخطوفة ترتطم بالمباني الثلاثة الشهيرة. وبمقتضى الدستور، فإنّ بوش ليس مجرد رئيس للدولة، بل هو أيضاً القائد الأعلى للقوات المسلّحة. والمعتاد في مثل هذه الأوقات أن يتّجه القائد الأعلى مباشرة إلى مقرّ القيادة، ويوجّه العمليّات ويتلقّى آخر المعلومات، وهذا ما فعله بوش بالضبط أو لم يفعله وفقاً لما قال به ستان جوف، وهو ضابط متقاعد في الجيش الأميركيّ قام بتدريس العلوم السياسيّة في قاعدة ويست بوينت. كتب جوف في رسالة بعنوان «الدليل المزعوم حكاية كاذبة»: «لست أدري لماذا لا يسأل الناس أسئلة محدّدة للغاية عن تصرّفات بوش وشركاه في يوم وقوع الهجمات؟ فقد تمّ اختطاف أربع طائرات وأخرجت من خطّ طيرانها المقرّر، وكلّ ذلك ظاهر على رادارات سلاح الجوّ الأميركيّ^١.

كان جور فيدال، أحد أوائل من نبّه إلى أنّ إلحاق الهزيمة بالاتّحاد السوفياتيّ وتدميره لن يجلبا السلام إلى العالم؛ لأنّ طبيعة القوّة المنتصرة تحتاج إلى عدوّ

١. وجهات نظر، العدد السابع والأربعون، كانون أول، ٢٠٠٢.

يبرر استثمارها في أسباب القوة... وإذا لم يكن هذا العدو موجوداً سيوجدونه. ويومذاك حدّد فيدال الأعداء المحتملين بالإسلام، غير غافل عن القوتين الأكبر في الشرق الأقصى، والبؤر الحساسة.. كمصادر النفط في الشرق الأوسط، والمياه الدافئة على تخوم روسيا، وكل ما يمكن أن يمثل مناخات قد تكون مناوئة للنظام الجديد.. وكثيراً ما يصدم فيدال المؤسسة الأميركية بتصريحاته المثيرة للجدل. فهو يتهم الحكومة الأميركية ووسائل الإعلام بتضليل الرأي العام، معتبراً أنّ: «أميركا تضم ربع مليار نسمة مضللين تماماً ومعيّنين من جانب حكومتهم». وكان قد انتقد الرئيس بوش، قائلاً إنه يريد أن تستمرّ الحرب ضدّ الإرهاب إلى الأبد، وأشار إلى أنّ بعض الأميركيين يشعر بالسعادة لأنّ هجمات ١١ سبتمبر حدّدت المسلمين على أنّهم الأعداء الجدد.

لم ينأ فريق المحافظين الجدد عن تسويق هذا الاعتقاد حين أمسك بناصية الإعلام والسلطة قبل وبعد الحادي عشر من سبتمبر. فثمة كثيرون منهم يؤمنون بذلك ويزعمون أنّهم باعتماد استراتيجية التدمير المفتوح للنظام العالمي، وهو ما عرف بنظرية «الفوضى الخلاقة»، إنّما يمهدون السبيل للقيام الكبرى للمخلص. ومنهم من ذهب إلى مخالفة داربي واتّهامه بتحريف وتشويه النصوص الكتابية.

٤. الحرب العالمية الرابعة: إعلامية

إثر «زلزال ١١ سبتمبر، انبرى عدد من العاملين في الميدان الاستراتيجي، إلى توصيف السلوك الإعلامي الذي مارسته الولايات المتحدة تجاه العالم بأنّه تطبيق للحرب العالمية الرابعة بامتياز. ولاحظوا أنّه إذا كانت الحربان العالميتان - الأولى على وجه شبه مشتركٍ من نواحٍ عديدة، فإنّ الحرب الثالثة هي ما عرف بـ «الحرب الباردة» (١٩٤٥ - ١٩٩٠). أمّا الحرب العالمية الرابعة، فهي تلك التي لا تنفكّ تجتاح عالم اليوم، عبر الميديا الفضائية وثورة الاتصالات بتقنياتها

المختلفة. وقد خلع السياسيون والاستراتيجيون الأميركيون على هذه الحرب التي سوّقتها محطات إعلامية كبرى أوصافاً عدّة مثل: «الحرب الشاملة على الإرهاب»، و«الحرب الاستباقية»، و«الحرب اللامتكافئة»، و«الحرب ضدّ الفوضى»، و«الحرب الدائمة» وأخيراً «حرب الجيل الرابع»^١.

غير أنّ هذه الأوصاف والتسميات تدرج، على الجملة، في وعاء استراتيجي واحد، حيث راحت تظهر معالمه بقوة بعد الحادي عشر من أيلول/ سبتمبر ٢٠٠١. وأياً تكن التأويلات التي أخذ بها الخبراء منذ ذلك الوقت، فإنّ الوظيفة المرصودة للحرب العالمية الرابعة تقوم - بحسب الاستراتيجية البلجيكيّ ف. ب. هويغيه -^٢ على ثلاث مزايا:

-الميزة الأولى: استراتيجية ومادّية، وهي تعني حرمان الخصم من قواه، من قبل أن يتمكّن من الوصول إلى الولايات المتّحدة، وذلك عبر تدمير قواعده الخلقية.

-الميزة الثانية: رمزية وراذعة: وتعني توجيه رسالة قويّة للإرهابيين وللدكتاتوريين، وإفهامهم أنّ الولايات المتّحدة ستردّ على أيّ ضربة. وبالتالي إحباط مشاريعهم ومنع انتشارها عبر الخوف من القوّة العظمى.

-الميزة الثالثة: أيديولوجية وسياسية: وتعني نشر الديمقراطية في العالم؛ ذلك أنّ ترويع أعداء أميركا ليس سوى مقدّمة لنشر الحكم الصالح في الكرة الأرضية كلّها، وتعميم السوق وحقوق الإنسان، فالمشروع الحربي الأميركيّ يهدف، وفق التعبير المعتمد، إلى جعل العالم مكاناً أكثر أماناً للديمقراطية. وهذا يعني بشكل خاصّ جعل هذا العالم آمناً للولايات المتّحدة.

١. حيدر، لاهوت الغلبة، ٥٤.

إنّ هذه المزايا التي شكّلت «الهندسة اللاهوتية» للجيل الأخير من حكام الولايات المتحدة، كانت جاهزة لتبرّر حروبهم على عوالم، كان من المستحيل تكييفها أو مطابقتها، لقواعد العمل الأميركيّ في العالم إلا بالقوة. لكنّ المحافظين الجدد لم يكتفوا بعد الحادي عشر من أيلول ٢٠٠١ بإشهار الحرص على أهميّة، ووجوبية، مثل هذه الاستراتيجية، بل إنهم قطعوا شوطاً إضافياً في الطريق الذي يمنح «جنونهم الحربي»، بُعدَه الرسوليّ. وثمة اعتقاد راسخ لدى هؤلاء يقوم على الادعاء بأنّ هناك استثنائية أميركية قوامها أنّ ما لا يحقّ لسواها في القانون الدوليّ وشرعة الأمم المتحدة، إنّما هو مباحّ لها؛ لذا لا ينفكّون يعلنون أنّهم يريدون الإمبراطورية. ولكن - كما يزعمون - هي إمبراطورية خيرة لا تسعى إلى اغتصاب أيّ أرض، ولا إلى ظلم أحد. إنهم يكرّرون أيضاً، أنّ على الولايات المتحدة، الدفاع عن مصالحها، (ولكن هذه المصالح تتوافق - وأيضاً، حسب زعمهم - مع تحرير البشرية، وبالتالي مع منطق التاريخ...

عندما كتب ريتشارد بيرل^١، الذي لقبه، المعجبون بأفكاره بـ «أمير الظلام»، «ليس من حلّ وسط لأميركا، إمّا النصر وإمّا الإبادة»، لم يكن كلامه هذا، من قبيل الغلواء الساذجة. كان يعني في العمق الطريقة التي ينبغي على الولايات المتحدة ألاّ تحيد عنها، وهي تؤسّس للقرن الحادي والعشرين.

كان بيرل يرمي، إلى ما سبق للفيلسوفة أميركية من أصل ألمانيّ، حنة أرندت^٢، أن رمت إليه، وهي تلاحظ مسارات حرب فيتنام: «يجب أن نعمل ليس على غزو العالم، بل على التفوق في معركة تستهدف عقول الناس»... وكانت تقول

١. أحد أبرز المنظرين لنظرية الفوضى الخلاقة في طاقم المحافظين الجدد وأحد مستشاري الرئيس جورج دبليو بوش في ولايته الثانية، حول ذلك، راجع خليل حسين، قضايا دولية معاصرة، ١٨٥ وما يليها.

2. Hannah Arendt

«إنّ هذا الشيء هو أمر جديد في هذا الكمّ الهائل من الجنون البشريّ الذي سجّله التاريخ...»^١.

المعلّقون على كلمات ريتشارد بيرل الأثيرة، ذهبوا في الاستدلال إلى «بؤرة المعنى»، فوجدوا أنّ المحافظين الجدد، باقتناعهم أنّ على الولايات المتّحدة إزالة محور الشرّ أو الزوال، وبتغذيتهم خطاب السيطرة المطلقة باسم وضعيّة الضحيّة، إنّما يضعون أنفسهم عن قصد في السياق الصوفيّ، بينما هم يتّهمون غالبًا بالأخلاقية.

مثل هذه الإشارة، تنطوي على أهميّة خاصّة، لجهة تشكّل العمارة الأيديولوجية المركّبة للآهوت السياسيّ الأميركيّ، وللآهوت المحافظين الجدد بصفة مخصوصة. فالغلو الإعلاميّ الذي يطفو على سطح الزمن الأميركيّ الجديد، ويكسو لغة «حكماء البيت الأبيض»، يترجم تلك العمارة الأيديولوجية في ذروة مراتبها.

قد يكون من السخف إرجاع خطاب الحرب الشاملة ضدّ «الإرهاب» و«الدول المارقة» إلى «سذاجة» مزعومة، أو إلى «وحشية» أميركية، فالحقيقة أن فعل مثل هذه السياسة لا يعاني من قلة التمحصّ بقدر ما يعاني الغلوّ الأيديولوجيّ. فالإيديولوجيا، على ما هو معروف، هي في بعض المجالات قناع للمصالح، وهي التي تحدّد أيضًا، ما يعتبره كلّ واحد، أنّها مصالحه. ثمّ إنّها تقود أحيانًا إلى توسّع في الوسائل بالنسبة إلى الغايات، وبالتالي إلى مقاومة مثلث الإرهاب والاستبداد والتكنولوجيا المنتشرة لأسلحة الدمار الشامل. وبهذا المعنى فإنّ في الأيديولوجيا التي تمثّل أهواء ومصالح الجماعة البشرية، جانبًا احتفاليًّا - كما

١. أرندت، الثورة والحريّة، ١٦١.

يبين آلان بيزونسون^١ المتخصص في الشؤون الشيوعية: فهي (أي الأيديولوجيا) على ما يقول - تدعي إقامة حقيقة أكثر واقعية من الحقيقة، وذلك بقوة الخطاب وحده. وهذي هي بالضبط، حقيقة المحافظين الجدد. وسيدو هذا الملمح بعضاً يسيراً من جنون «الجيل الرابع» الذي ينطلق بلا هوادة في مسار يشبه الحرب المفتوحة على الأبدية^٢.

٥. المبادئ الخمسة لعقيدة الحرب الإعلامية

لعلّ من أبرز مفارقات الانتشار الإعلامي بعد الحادي عشر من سبتمبر، أنّ المخططات والبرامج الاستراتيجية التي تحكم النزاعات الدولية، باتت سلعة إعلامية عبر الأثير. وهذا لا يعود بالطبع إلى شعور مراكز القرار بلا جدوى أهمية الاحتفاظ بالأسرار. بل على العكس، فإنّ كثيراً مما كان يعتبر سراً استراتيجياً أصبح مادة للتسويق بما يؤدّيه من خدمات للمصالح العليا. وهذا ما حصل بالفعل عندما تحوّلت شاشات التلفزة العالمية إلى نوادٍ للمناظرات حول قضايا في غاية الحساسية والخطورة. فقد أعلن المحافظون الجدد المتحلّقون حول الرئيس بوش عناصر التفكير الاستراتيجي، لجيل الحرب العالمية الرابعة (G.W.O.T) بمجموعة من المبادئ، جاءت على الوجه التالي:

أولاً: العدو فريد ومطلق، وهو يتألّف من هؤلاء: الإرهابيون، السلفيون، الشيعة، الاستبداديون، البعثيون، الأنظمة الإسلامية، الديكتاتوريات ما بعد الشيوعية، وهي كلّها متساوية - بنظر المحافظين الجدد -؛ لأنّها تؤلّف الخطر نفسه.

ثانياً: لا فرق بين النية العدائية والقدرة العدائية، بين التنفيذ والنية، بين الجريمة

1. Besanson

2. Bacanan, the American Conservative, 2003.

والسلاح؛ فالحرب دائمة. من هنا، ضرورة الوقوف على كل الصعد ضد أي خطر متوقّع، سواء أجا من عدوّ معلن، أم من منافس محتمل.

ثالثاً: الكرة الأرضية هي ساحة المعركة. لم تعد هناك منطقة محميّة (أرض الولايات المتّحدة لم تعد مقدّسة). فالخطر، خصوصاً الإرهابي، قد يأتي من كل مكان من دون أن تُكبح عوامله باعتبارات السيادة أو توازن القوى. على العكس، يجب القيام - بحسب هؤلاء - بالهجوم على أرض الخطر في العالم العربي والإسلامي، وزعزعة الأنظمة السيئة.

رابعاً: يجب احتكاره السلاح، وبالتالي يجب القيام بالحرب للقضاء على الأسلحة. من هنا، أهميّة مسألة أسلحة الدمار الشامل.

خامساً: الخطر يناقض متطلبات الأمن المطلق. من هنا، الضرورة المزدوجة، للمراقبة الشاملة والقدرة على الردّ ضدّ كل المخاطر. وهذا يقود إلى هيمنة العلم على كل شيء، كما يقوم على الشعور بامتلاك قوّة كليّة القدرة والجبروت..

ببساطة شديدة، تبدو عقيدة «الجيل الرابع»، عقيدة مركّبة. فهي تخلط - كما رأينا - بين العناصر (المبادئ) الخمسة (العدوّ، نيّة العدوّ، الأرض، السلاح، والخطر)، ضمن مفهوم واحد. وبصورة أوضح، فإنّ هذا المفهوم، مفهوم يرمي إلى إزالة كل الأخطار المحتملة دائماً وفي كل مكان. وبما أنّ توازن القوى لا يزال بصورة واسعة لمصلحة أميركا، والعدوّ لا يمكن رده بالخوف من العقاب، كما كانت حال الاتحاد السوفياتي، فإنّ المعركة ليس لها في الواقع سوى هدفين: الزمن والصورة.

- الزمن: لأنّه يجب العمل بسرعة قبل فوات الأوان.

- والصورة: لأنّ المحافظين الجدد مقتنعون بأنّ ١١ أيلول/ سبتمبر هو

ثمن الخطأ الماضي في عدم القدرة على ترويع العدو^١. جنون «الجيل الرابع» سيتجاوز ومن خلفه من أجيال الحكاميين بامتلاك الكلمات وبممارسة تلك الكلمات. فقد جعل الجيل المذكور للزمن الجديد لاهوته الخاص. اللاهوت الذي يقوم على تقديس ما وضعه المؤسسون الأوائل، من رؤية رسالية لولادة أميركا، وكذلك على تقديس كل سلوك وممارسة تفضي إلى الغاية، ولو كلف ذلك سقوط ملايين الضحايا.

مع نهاية الحرب الباردة، وسقوط التوازن لمصلحة الأحادية، سوف يفتح فضاء العالم ليخرج التفكير الإمبراطوري الأميركي من «هدوئه القسري» إلى جنونه الظاهر. وعلى هذا النحو لم تكن رحلة تقسيم العالم وفق معادلة الخير والشر سوى ترجمة لبلوغ اللاهوت السياسي الأميركي الدرجة القصوى من اللاعقلانية. صحيح أن هذه المعادلة هي حصيلة تحولات واقعية لمسار التطور العالمي، إلا أنها «المعادلة» الأقل ثباتاً في التاريخ، ذلك لأنها تشق سبيلها بواسطة القوة المحضة. وتبعاً لسياق كهذا، فمن غير المقدّر أن يفلح العالم المكتظ بعوامل الصدام، في العثور على منطقة الاعتدال والتسوية والتوازن^٢.

أكثر ما يحمل اللاهوت الإعلامي الأميركي على الغبطة، حين يجد من مآثورات الحداثة، ما يبرّر له أفعاله، ويضفي عليها صفة المشروعية. ومع صعود المحافظين الجدد سيأتي من يستعير من موروث الحرب العالمية الثانية، ما يؤدي قسطاً من هذه المهمة. كان على وزير الدفاع دونالد رامسفيلد وهو ينشئ ذرائعته لحرب العراق، أن يتذكّر هذه الكلمة الشهيرة لونستون تشرشل قالها الأخير في العام ١٩٤٤: «إن الحقائق الاستراتيجية تحتاج في كثير من الأحيان، لأن تكون

١. م. ن.

٢. م. ن.

محمية من جانب حرس من الأكاذيب». وهذه المأثورة، التي ستحوّل في الثقافة السياسية للمحافظين الجدد، إلى ما يشبه الأطروحة، ليست بعيدة من فلسفة التبرير الذي هو سمة راسخة في التاريخ الأميركي. وهو ما سيظهر لنا، بما لا يقبل الغموض، الطريق الذي تمتزج فيه الأكاذيب السياسية بالحقائق الإستراتيجية^١. كثيرون ممن يأخذون بهذه الاستعارة الذرائعية هلّلوا لرامسفيلد في كشفه الجديد، لكن بالنسبة إلى ناقديه، سواء في واشنطن أم في بقية عواصم الغرب، فإنّ هذه الأطروحة تعيد استثارة تاريخ الفلسفة الحديثة أكثر مما تستثير تاريخ الحرب العالميّة الثانية.

مع ذلك، فإنّ الأخذ بها من جانب فريق البيت الأبيض، يجري على سبيل دفع الحجّة، بعدما بلغ سيل الانتقادات والتّهم حدًا غير قابل للتراجع. ففي الأعوام التي تلت سقوط بغداد شاعت عبارة «حرس من الأكاذيب»، للتدليل على دور الأجهزة الاستخباراتيّة والإعلاميّة، في إقناع الرأي العام، بدوافع الحرب، وتبرير نتائجها رغم موجات الاستنزاف والخسائر التي يتعرّض لها جيش الاحتلال، سياسيًا وعسكريًا ومعنويًا.

٦. سلاح الإعلام: حرس من الأكاذيب

امتلات الفضاءات الإعلاميّة بما لا حصر له من الوثائق، والصور، والمعلومات حول وجود أسلحة الدمار الشامل، وحول علاقة نظام صدام حسين المنهار بتنظيم القاعدة، وبأحداث الحادي عشر من أيلول/ سبتمبر، لكن سيأتي بعد أسابيع قليلة من داخل مراكز القرار في الولايات المتّحدة، من يرى أنّ كلّ ذلك محض «أكاذيب». وسيمضي عدد من الباحثين الأورويين إلى القول: «إنّ أهداف

الحرب التي أعلنت عنها واشتدّ لا يظهر فيها أيّ تماسك منطقيّ. أمّا أفضل الحجج الفكرية الدافعة للحرب فهي كانت على العموم التكتّم والنكران...»^١. لقد سعت إدارة المحافظين الجدد، مستغلة تدمير برجى التجارة العالميّة في نيويورك، إلى توسيع دوائر التضليل تحت شعار «الإتحاد من أجل السلام». ومؤدّى هذا الشعار الذي يطوي في ثناياه آليات مبتكرة من الديماغوجية السياسيّة المحكمة، هو إعادة إنتاج قناعات لدى الجمهور الأميركيّ، تبرّر الانتقادات الجادّة من قبيل «بوش يكذب»، أو «هناك أميركيّون يموتون». صحيح أنّ هذه القضية بمجملها أثارَت مسألة أخرى متّصلة بسابقتها، إلّا أنّها قد تكون أكثر إقلاقاً أيضاً، وهي الجذور الفلسفيّة للأيديولوجيا التي تقف على رأس «الثورة المضادّة البوشيّة»^٢. يُجمع مؤرّخو الممارسة السياسيّة الأميركيّة، على وجود شغف لافت لدى قادة الولايات المتّحدة، قوامه: صناعة الأكاذيب، وتشكيل حرس من المفكرين والإعلاميين، ومراكز الأبحاث لتسويقها وتسويقها.

لقد غدت الولايات المتّحدة في قلب عولمة متطلّبات التبرير - كما يلاحظ آريال كولونوموس - فالدولة الأميركيّة هي وريثة تاريخ طويل في المجال «الأخلاقيّ». وطبقاً لتاريخها «الطهرانيّ» الذي أضفّته عليها البروتستانتية الزهديّة، حرصت على الاضطلاع بدور «منارة الإنسانيّة» على حدّ التعبير الذي استخدمه جون فوستر دالاس في الستينات، وفي مرحلة متأخرة ستلعب عناصر جديدة في المجتمع المدنيّ دوراً رئيسياً في صعود قويّ لتلك النظرة المثاليّة المتجدّدة^٣.

١. هويغيه، الجنون الاستراتيجيّ في الحرب العالميّة الرابعة، م. س.

٢. ميسون، الأكاذيب الورعة للمحافظين الجدد، ٤٤.

٣. كولونوموس، آريال - ماذا لو أصبح العالم بروتستانتياً؟ - ص ٨٩.

ولئن كانت النزعة التبريرية سمة مميزة للاستثناء الأميركي، فهي ظاهرة دولية عامة، بل هي مطلب دولي نفترضه شروط الهيمنة الجيوستراتيجية .

في أثناء الحرب الباردة، كانت مصلحة أعضاء الكتلة الواحدة، تكمن في التغاضي عن أخطاء حلفائها للحفاظ على مصالحها المشتركة، ومنع الكتلة الثانية من استغلال خلافاتها. أما الآن، فإن الظهور البيّن للمجتمع المدني أرغم الدول والمؤسسات على تقديم حسابات حيال أشكال الرقابة الجديدة هذه، وأصبحت معارضة المجتمع المدني ذات صفة عالمية وميزة للتعددية الليبرالية. فلقد وُضعت بواسطة هذه الرقابة، دول كثيرة في قفص الاتهام بسبب من موقفها تجاه العديد من الجماعات المتضررة، أو التي كانت ضحية لسلوكياتها .

أما بالنسبة إلى أميركا على وجه الخصوص، فقد اتخذت أيديولوجية التبرير لديها منح استثنائية، وذلك طبقاً للمنسوب العالي جداً من أيديولوجية الهيمنة . كثيرون من مؤرخي سياسة أميركا الخارجية حلّلوا «المسارات الأخلاقية» لهذه الدولة، فأدرجوها ضمن استمرارية هيمنتها .

من هؤلاء، المؤرخ تومي سميث، الذي ذهب في طرجه إلى حدّ اعتبار أنّ «الويلسونية»، وهي تصوّر أخلاقيّ لسياسة تتطلّع إلى جعل العالم ديمقراطياً، تشكّل الخيط الأحمر في تاريخ أميركا للقرن العشرين . وبحسب سميث، أن الرئيس رونالد ريغان، رغم كونه من المحافظين، في حين كان ويلسون ديمقراطياً من أنصار القوّة والسياسة المتشدّدة تجاه الاتحاد السوفياتي . كان خير مثال على حداثة هذا الموروث . ثمّ جاء جورج دبليو بوش ليؤكّد هذه الأطروحة . أمّا في فترة رئاسة كلينتون، فقد استوحى القادة الأميركيون دوراً مباشراً من الأخلاقية الزائفة، ليمنحوا أميركا صفة «القوّة المهيمنة الخيرة»^٢ .

١ . هويغيه، م. س، ص ٤٥ .

٢ . تشومسكي، نعموم - من يدير العالم، نقلاً عن موقع Zmeg.org / ٧ / ٦ / ٢٠٠٤ .

٧. لاهوت الإعلام مثلث الإرهاب والديموقراطية والهيمنة

الوجه الأبرز في المثال الإعلامي الأميركي سيجري الإفصاح عنه إثر ١١ سبتمبر حين تخوض مؤسّسة الحرب الأميركية حروبها ونزاعاتها الدوليّة والإقليميّة بلغة دينيّة. يقول «ويليام رو»، وهو أحد الذين عملوا في الخارجيّة الأميركيّة إنّهُ بعد الهجمات التي تعرّضت لها بلاده في ١١ سبتمبر أصبحت أبناء الحرب ضدّ الإرهاب تهيمن على وسائل الإعلام الأميركيّة على حساب القضايا المحليّة والأجنبيّة الأخرى. وكرّست الصحف الأميركيّة العديد من صفحاتها لنشر المعلومات المتوافرة، عن حياة وخلفيّة المشتبه بهم من الخاطفين الذين نفذوا الهجمات. وبدأ الكتاب الأميركيون يركّزون في مقالاتهم وموضوعاتهم وكتبهم على الإسلام السلفي في المملكة العربيّة السعوديّة أكثر من أيّ يوم مضى. وهذا يعود إلى أنّها الدولة التي جاء منها معظم المشتبه بهم في الهجمات. وبثت وسائل الإعلام الأميركيّة آراء لكتاب وخبراء أميركيين يوجّهون فيها اللوم للسعوديّة والدول الشرق أوسطيّة الأخرى؛ لأنّها - على حدّ زعمهم - وفّرت البيئة الملائمة لولادة نشاط الإرهابيين. ويعزون ذلك إلى المناهج التعليميّة الدينيّة في تلك البلدان وغياب الديمقراطية وحرية التعبير^١. إنّ ما يريده الكاتب الأميركيّ من ذلك هو التأكيد على انخراط الإعلام على الجملة في الحملة الحربيّة التي تقودها بلاده بقطع النظر عن صدق مبرراتها. والى هذا يشكّل هذا النموذج الأميركيّ للإعلام صورة دراميّة عن تدهور الحالة العالميّة وبؤسها. وعن التناقض الصارخ بين نظامين من أنظمة القيم، بين نظام التوازن الذي ساد الحرب الباردة، وبين التجريبيّة العالميّة المحكومة بما يسمّى نظام الفوضى. لقد رسم

١. رو، الاختلاف بين وسائل الإعلام العربيّة والأميريّة.

زينغيو بريجنسكي^١ منذ ما يزيد على ثلث قرن صورة متوقّعة لمستقبل العالم ما بعد الصناعي، فرأى «أنّ الأثر التراكمي للثورة التكنولوجية هو أثر متناقض. فمن جانب تبرز هذه الثورة بدايات مجتمع عالمي، ومن جانب آخر تفتت الإنسانية وتتنزعها من مراسيها التقليديّة. إنّ الثورة التكنولوجية تزيد من تنوع الظروف الإنسانية وألوانها. فهي توسّع الهوة في الظروف الماديّة بين بني البشر حتّى وهي تقلص قدرة الإنسان الذاتيّة على تحمّل هذا التباين».

فالعالم الثالث برأي بريجنسكي هو ضحيّة الثورة التكنولوجية. وسواء أنمت البلدان الأقلّ تطوّرًا بسرعة أو ببطء أو لم تنمّ أبدًا، فإنّ معظمها على الأغلب لا مفرّ له من أن يستمرّ، وقد سيطرت عليه مشاعر قويّة بالحرمان النفسي. ففي عالم متشابك إلكترونيًا لن يكون التخلف المطلق أو النسبيّ محتملاً، خصوصًا عندما تبدأ البلاد الأكثر تقدّمًا بتخطّي المرحلة الصناعيّة التي ما يزال على البلدان الأقلّ تطوّرًا أن تدخلها. وهكذا لم يعد الأمر أمر «ثورة لطموحات متصاعدة، فالعالم الثالث اليوم يواجه طيف الطموحات التي لا يمكن إشباعها»^٢.

لقد أدّى التطوّر اللامتكافئ في نظام عالم ما بعد الحرب العالميّة الثانية إلى خلق سيرورات متناقضة لا يمكن أن تبعث في يوم من الأيام على الطمأنينة. ومن البديهيّ والحال هذه أن يجري إخضاع القيم والبنى الأخلاقيّة في المجتمعات «العالم ثالثة»، وخصوصًا المجتمعات الأهليّة فيها. فإنّ ذلك ما يسهّل ديناميّات سيطرة رأس المال الماليّ والإلكترونيّ والحربيّ. والحاصل هو أنّنا أمام أمر متناقض كلّ التناقض بل ويتضاعف تناقضه كلّما مرّ وقت إضافيّ على بقاء عالم ما

١. مفكّر وسياسيّ أميركيّ من أصل بولنديّ، شغل منصب مستشار الأمن القوميّ في عهد الرئيس الأميركيّ

الأسبق جيمي كارتر في سبعينيات القرن المنصرم.

٢. بريجنسكي، بين عصرين، أميركا والعصر التكنولوجي، ٧٢.

بعد الحداثة خلواً من أنظمة توازن في الغذاء والبيئة والاقتصاد والسياسة والأمن. وهذا التناقض هو «أنّ عالم اليوم يصبح أكثر وحدة وأكثر تفتتاً في الوقت عينه. ففيما اتّجهت أوروبا إلى التوحّد الكامل عبر إلغاء الحدود القومية التقليدية، ونَحَت الولايات المتحدة الأميركية إلى تقديم نفسها كدولة عالمية... وفيما يجعل نظام المعلومات والاتّصال عبر الأقمار الصناعية والإنترنت العالم كله مشاركاً في مشاهدة ومعرفة ما يحصل حتّى في الأحياء المغلقة والغيوتات الإسمنتية، يبدو العالم متّجهاً أكثر إلى مغادرة قيم الاستقرار والولاءات الأيديولوجية التقليدية»^١. هكذا بدا المشهد العالمي وهو يختتم الألف الثاني، وهكذا يبدو، على نحو أشدّ وهو يمضي قدماً في رحاب الألفية الثالثة. ولن يكون له على الأرجح سوى المضيّ مسافات زائدة في تعميم الضلال الأعمى إلى أبعد حدّ مستطاع. فالتسابق نحو الاستحواذ والسيطرة هو سمة هذا المشهد اليوم، والى مدى غير منظور. والخطير في هذا المجال من التطوّر هو اعتقاد مؤسّسات القوّة والهيمنة التي تديرها على الأخصّ الولايات المتحدة الأميركية بأنّها في هذا إنّما تصنع واجباً عالمياً أساسياً. وهو في اعتقادها واجب أخلاقيّ تملّيه مصلحة الإنسانية بأجمعها؛ الأمر الذي سيؤدّي بها - وهو ما يوضع أمامنا بصورة يومية - إلى ممارسة أبشع الأفعال اللاأخلاقية، وذلك باسم الحفاظ على الأمن الدوليّ والديمقراطية وحقوق الإنسان، منظوراً إليها بوصفها درجة عليا من الأخلاق.

يتحدّث ميشيل شودوفسكي أستاذ الاقتصاد في كليّة العلوم الاجتماعية في جامعة أوتاوا^٢ عن كيفية صنع المجاعة في بلدان العالم الثالث، فبيّن كيف فرض البنك الدوليّ وصندوق النقد الماليّ على الحكومة الصومالية برنامج إصلاح

١. م. ن، ٧٤.

٢. شوسودوفسكي، كيف تصنع المجاعة؟.

بنيويّ في بداية الثمانينات. وكان من نتيجته أن تعرّض للخطر الفطيع التوازن القائم بين القطاع «البدويّ» من السكّان والقطاع المستقرّ «الحضريّ» (...). وعندما بدأت عمليّات إعادة «تنظيم» موازنة الحكومة الصوماليّة تحت إشراف المؤسّسات الدوليّة - وهي مؤسّسات تدار في معظمها بعقل أميركيّ أساساً - نتج عنها نهب منظمّ وتدمير للزراعة. فانهارت البنى التحتيّة وانخفضت النفقات المخصّصة للزراعة بنسبة ٨٥٪ بالمقارنة مع ما كانت عليه في أواسط السبعينات. وهكذا بسبب من فوائد القروض القاسية أصبح الصومال أسير نفسه لذلك سيطلق عليه لقب «قميص المجانين»، وهو المعروف باسم الإصلاح البنيويّ، لإجباره على سداد الفوائد. وما حدث بعد ذلك معروف: انهيارت الدولة، واندلعت الحرب الأهليّة وتفشّت المجاعة.. وفي النهاية جاءت عمليّة «إعادة الأمل» التي لا تزال نشهد آثارها المدمّرة إلى اليوم.

النموذج الصوماليّ يعكس ظاهرة دوليّة صارخة في طريقة تعاطي الشركات الكبرى، ولا سيما منها الإعلامية مع الشعوب. الأمر الذي أنتج في غير بلد أفريقيّ وآسيويّ مجاعات، وحروباً أهليّة لم تنته إلى الآن.

وعلى ما يبدو فإنّ مؤسّسات التوجيه الإعلاميّ الأميركيّة ماضية في إنتاج ثقافة الاستهلاك. فهي تذهب إلى ما يشكّل صوغاً لاستراتيجيّات فكريّة تقدّم الولايات المتّحدة بوصفها معطى أرسلته السماء. ولعلّ البرنامج التعليميّ الذي نظّمه لمحطّات التلفزيون الكبرى الزعيم الجمهوريّ في مجلس النواب نيوت غينغريتش في مطلع التسعينات هو أحد الجهود الآيلة إلى «أسطرة» أميركا وسياساتها وأنماط حياتها. إنّه يدعو لتناول التاريخ الأميركيّ بطريقة تمجيدية تستند إلى رموز جامدة لقيم دائمة. فعندما يعيش العالم فيما يسمّيه «ثقافة الومضة» وفي عاصفة من المعلومات الهائلة المضطربة ينبري غينغريتش للإعلان عن أنّ

هدف برامجه التعليمية المتلفزة هو غرس الذهن بقيم الأساطير القديمة، لكي يكون التاريخ الأميركي نقيًا وصافيًا، ومقبولًا، من الأجيال. وعلى أي حال فإن غينغريتش الذي يؤمن بالإيديولوجيا إيمانًا راسخًا ويصفها بأنها «قنبلة في الرأس» هو كسواه من الإيديولوجيين الأميركيين في هذه الأيام لا يجدون ما يعملون عليه سوى الذهاب بعيدًا في الاستيلاء على العقل وبث أخلاق السيطرة والقوة على النطاق العالمي. وهذه أوليات إعلامية توصيلية غايتها تعميم قناعات ثابتة لدى شعوب العالم، وبخاصة شعوب «العالم الثالث» برسالية القوة الأميركية وسموها.

لكن جيمس كورث أستاذ العلوم السياسية في الجامعات الأميركية، يقدم انطباعًا مخالفًا عما تذهب إليه أخلاقيات التمجيد، فيرى «أن الدور الذي تلعبه الولايات المتحدة في الصراع الهائل بين المنظمات الكبرى ووسائل الإعلام العالمية والشركات متعددة الجنسيات، سيتوقف على نتيجة صراع آخر أكثر إيلايمًا؛ ذلك لأن الفترة الأولى من تاريخ ما بعد العصر الحديث ستضمّن صراعًا موازيًا، وحرابًا أهلية داخل الولايات المتحدة بين المؤسسات المتعددة الثقافات والتسلية الجماهيرية من جانب، والثقافة القومية والتعليم الجماهيري من جانب آخر. ومنذ الآن - يضيف كورث - يبدو أن معسكر ما بعد العصر الحديث هو الذي سيسود، وإذا ما حدث ذلك فإن الولايات المتحدة بالمعنى التقليدي للشعب الأميركي وحكومة الولايات المتحدة، لن تكون هي الممثل، بل المتفرج - بل حتى المسرح - لعالم ما بعد العصر الحديث، وستصبح متلقيًا للتاريخ لا صانعًا له»^١.

إن مثل هذا المآل لدولة تمسك بناصية الإعلام وإنتاج أخلاق الاستهلاك لن

١. كورث، ما تزال أميركا أمة؟، ٢٠.

يفضي، على الأغلب، إلّا إلى المزيد من تفكيك العالم وأنظمة القيم فيه. على النسق الإيديولوجي إياه لا ينفك منظرو الفرادة الأميركية، عن ابتعاث مروحة من الأفكار، لا يقصد منها سوى منح السيطرة مشروعية الاستمرار والتراكم لتأخذ صعيدها المعرفي والثقافي. ويتحدّث معظم هؤلاء بلغة اليقين، ودائمًا عبر آليات الإعلام، بهدف خلق اعتقادات في المجتمعات الدولية، وخصوصًا الأوروبية، فضلًا عن «مجتمعات الأطراف» مؤدّاهما التسليم بنمط الحياة الأميركية كقدر لا مناص منه. وها هو دانيال بيرتون، أحد البارزين في قطاع الاتصالات يرى «أنّ الولايات المتحدة. بصفتها رائدًا في اقتصاد الشبكات سوف ترسم تطوّر هذا الاقتصاد. ذلك أنّه ليس هناك أيّ دولة أخرى في العالم تملك المؤهلات اللازمة لتوجّه تطوره، فهناك وجود برمجي هائل، ومصنّعو مواد على مستوى دولي وصناعة ديناميكية ذات محتوى جيّد، وقطاع اتصالات كامل الخصخصة. وقاعدة صلبة لرأسمال جسور، وسوق عمل مرن، ونظام جامعي لا نظير له».

يضيف بيرتون أنّنا في النهاية نتّجه نحو عالم للشبكات يتكوّن من مجتمعات إلكترونية تجاريًا وثقافيًا، عالم يعمل على تدعيم مكانة الولايات المتحدة كأمة من بين الأمم الأخرى، ولكنها في الوقت نفسه، وعلى النقيض من ذلك، أمة تعمل على تفكيك نظام الدولة - الأمة¹.

يكشف هذا الكلام عن أحد الوجوه الأكثر عناية بالاهتمام في الخطاب الثقافي الأميركي، وهو ذاك المتّصل بالرغبة في تخليع الرابطة القيمية التي نشأ عليها مبدأ الدولة - الأمة، تريد الطبقة السياسية الحاكمة في الولايات المتحدة أن تقيم عالمًا يشبهها في الغرب وفي العالم أجمع، أي دولة عالمية سمّاها أحد

1. Nye, "American Information Edge".

الخبراء الأميركيين وهو جيمس كورث بـ «المؤسسة الأميركية»، التي ذهبت ابتداءً من نصف القرن المنصرم إلى جعل مصلحة الدول - الأمم، مثل بريطانيا، وفرنسا، وألمانيا، وإيطاليا، واليابان تتفق مع تجاوز مفهوم الدولة - الأمة، عن طريق العضوية في عدة منظمات دولية كالأمم المتحدة ومنظمة الدول الأميركية، وحلف الأطلسي، والغات، وصندوق النقد الدولي، والبنك الدولي وسواها. وخلاصة القول إن الدولة الأميركية مثلها مثل تلك الدولة التي قامت في أوروبا واليابان، نفذت مشاريع كبرى في الأبعاد الثقافية والأمنية والاقتصادية للحياة الاجتماعية. لكن على خلاف الدول - الأمم الأخرى، فإنها فعلت ذلك على نطاق قارّي هائل الحجم حقاً. بل إنها حتى وهي تفعل ذلك كانت تنشئ أيضاً عالم ما بعد العالم الحديث، وبذلك مهدت الطريق لزوالها كدولة/ أمة.

٨. الإعلام كمنتج لكونيالية جديدة

كانت بداية التسعينات ذروة ما وصلت إليه التجربة الأميركية لجهة نزع القيم التي تقوم عليها مبادئ الدولة - الأمة. لتنتقل بعد ذلك إلى زمن الهيمنة على العالم؛ وهو زمن يتسم بتخطّي الاتكاء على جيوش تقليدية كبيرة، تقوم على التجنيد الإجباري الجماهيري وتوفر الدفاع القومي. وذلك باتجاه تشييد ما يسمّى بـ «مجتمع ما بعد العصر الحديث» الذي يقوم أساساً على وجود الأسلحة النووية، التي توفر الردع الموسع، والأحلاف الدولية الدائمة (مثل ما حدث مع الحلف الأطلسي) وعلى التكنولوجيا الراقية، والأسلحة الموجهة بدقة والأسلحة الشبح، مما يوفر القوة العسكرية لتحالفات دولية مؤقتة كآتي حصلت في حرب الخليج الثانية والتي حصلت على نحو مدوّ في الحرب على يوغوسلافيا، وصولاً إلى المثال الأفغاني والذي عدّه كثيرون من الاستراتيجيين الغربيين مثلاً قابلاً للتكرار

في غير منطقة من العالم^١. وبطبيعة الحال، فستأتي حرب غزو العراق في العام ٢٠٠٣، لتمنح مسارًا كهذا، درجته القصوى في حقول التطبيق.

إنّ الوجه الإعلامي للتطوّر الأميركي شكّل الآلية المتقدّمة لظهور الإمبريالية المفتوحة. وكان بديهياً أن تؤدّي الشبكة الإعلامية الهائلة مهمتها الكبرى باتجاه تفكيك أنظمة القيم في العالم. وإذا كانت مجتمعات الأطراف أو ما يصطلح عليها بالدول النامية آثرت خيار التلقّي والامتثال عموماً للهيمنة الإعلامية والثقافية - الأميركية، فذلك ما لم يحصل على الإجمال في المجتمعات الغربية. فكان أن انفجرت في وجه الزحف الإعلامي الأميركي تيارات وازنة في المجتمع المدني الأوروبي، تطالب بضرورة الممانعة والمواجهة. حتّى أنّ الحكومة الكنديّة استشعرت هذا الخطر وأعلنت على لسان السيدة شيلاكوبس النائبة السابقة لرئيس الوزراء ووزيرة الماليّة لعام ١٩٩٧، وجوب مواجهة ما أسمته بـ«الإمبريالية الثقافية» وأكدت أنّه إذا أصرّ الأميركيون على فرض هيمنتهم على المجتمع الثقافي العالمي باستخدام الأدوات المتاحة لهم، فإنّ عليهم أن يتوقّعوا إجراءات مضادة^٢.

المسألة بالنسبة للمؤسّسة السياسيّة الأميركيّة لا تتعلق بالأخلاقيات المجرّدة، وإنّما أساساً وقبل أيّ شيء بملاءمة النشاط الإعلامي والثقافات المنتجة في سياقه، مع الدرجة التي بلغها تطوّر شبكات المصالح والنفوذ في العالم، لذا فإنّ الآليات الإعلامية تقصد بشكل منهجيّ ومعّمق إعادة تشكيل الوعي الجماعيّ العالميّ، وتكييفه على نحو يناسب حاجات الإمبريالية

١. أنظر تعليقات الصحافة الأميركيّة في هذا الصدد، وهي تغطّي ردّات الفعل الداخليّة على حرب أفغانستان في سياق التحوّل الأميركيّ العام بعد أحداث ١١ أيلول (سبتمبر). وظهر مصطلحات جديدة كـ«الدول المارقة» و«محور الشرّ» و«الحرب على الإرهاب».

٢. شيلبر، الرعب الإعلامي من شؤون الرئاسة في واشنطن، ٣٢.

المفتوحة، فثورة التكنولوجيا الإعلامية، كما يؤكّد الكاتب الفرنسي إيناسيو رامونيه، تتطلّع لإحلال الحاسوب محلّ العقل البشريّ، وتتسارع هذه العقلنة العامّة لأدوات الإنتاج بفعل التوسّع الكبير في الشبكة الجديدة للاتصالات، وبذلك ينشط الإنتاج وتختفي بعض المواد وتتفجر موجة البطالة والعمل المؤقت (...) أمّا في الميدان الاقتصاديّ، فالسائد هو ظاهرة العولمة، أي الارتباط المتزايد والوثيق بين اقتصادات بلدان متعدّدة، وتهمّ هذه العولمة أساسًا القطاع الماليّ الذي يهيمن من بعيد على الأجواء الاقتصادية وتعمل الأسواق الماليّة طبقًا لقواعد وضعتها لنفسها بنفسها، وباتت من الآن فصاعدًا تفرض قوانينها الخاصّة على الدول ذاتها، في حين على صعيد العلاقات الاجتماعيّة أحدثت ثورتا الإعلام والاقتصاد أزمة في مفهوم السلطة، فبعد أن كانت هذه حتّى عهد قريب عموديّة أبويّة مهيمنة، باتت الآن تزداد أفقيّة وفق تركيب شبكيّ - بفضل تقنيات الاستقلال الإعلاميّ - وتوافقيّ. وفي ذلك تغيير جذريّ لهويّة السلطة السياسيّة وممارساتها^١.

لم تكن التكنولوجيا التي أنجبتها العقلانيّة الغربيّة في أيّ يوم بريئة من غاياتها السياسيّة، وكذلك لن تكون ثورة المعلومات التي اختتمت قرنًا واستهلّت قرنًا آخر بريئة من داء التسييس.

الخاتمة

قد يأتي يوم لا يجد الغرب فيه ذريعة لمعاركه الإعلامية والثقافيّة مع العرب والمسلمين سوى شعاره المستحدث «الحرب على الإرهاب»، وذلك يشير إلى أنّ الفكر السلطويّ في الغرب، استنفذ أكثر مخزونه المعرفيّ في سياق

١. تيرنر، «موظف كندي يلمّح بإمكانية محاربة هوليود تجاريًا».

إجراءات الهيمنة التي شغلته على امتداد الأحقاب الكولونيالية المنصرمة. وكما سبق وأشرنا في هذا الفصل فإن صورة الشرق المسلم كما يراها الغرب ويشغل عليها هي صورة تكتظ بمفردات العنف، بينما يعكف جهازه الدعائي على قلب هذه الصورة ليجعل من الجغرافيا العربية والإسلامية حقلاً خصيباً لاستنبات ألوان جديدة من عمليات الغزو الثقافي.

لقد لاحظ عدد من الباحثين في فلسفة «الميديا» المعاصرة أن لا شيء أكثر مدعاة لغواية التدخل المتجدد في المجتمعات العربية والإسلامية من ذريعة الحملة على الإرهاب والقضاء عليه. ولقد أفلحت الصناعة الإعلامية الغربية في إنجاز مساحة وازنة من عمليات توظيف ثقافة العنف على مدى عقود متواصلة. ولعلّ المفارقة التي تظهر عند هؤلاء، هي أنّ الإرهاب لم يعد مجرد مفردة وافدة من خارج، بل هي ستغدو مقولة تُسوّق ويعاد إنتاجها بشغف نادر من جانب النخب المحليّة. ولو كان لنا أن نمضي في استبيان القضية المطروحة، لقلنا إنّ المشكلة لا تمكث في المبدأ الأخلاقي للموقف الذي يدين العنف الأعمى، فهذا من بديهيات الفطرة الإنسانية أنّى كانت انتماءاتها وهوياتها القومية والدينية والحضارية، وإنّما في سياق الغزو الثقافي الشامل الذي يلعب فيه الإعلام دوراً حاسماً.

المشكلة - كما يقولون - تكمن في السياق الذي تدرج فيه مقولة الإرهاب بوصفها مقولة صنعها الإعلام الغربي بمفردات لاهوتية صريحة، ومهدت لها أرض المشرق العربي ومغربه. ثمّ مضى بها إلى الحدّ الذي وجدت من يحملها عن ظهر قلب من المثقفين والخطباء والمفكرين. فلو نظرنا قليلاً إلى (شريط الإخبار) من أوّله، لَحَقَّ القول إنّ الحرب المفتوحة على الإرهاب، هي حرب الغرب على منتج صنعه الغرب نفسه بإتقان، ليجد له سبيلاً إلى

استباحة المنطقة وتحويلها إلى ما هو أدنى إلى مستوطنات تنوء بالحذر والقلق والعنف الأعمى^١.

كتب الصحافيّ البريطانيّ روبرت فيسك مقالاً في صحيفة «الإنديبنذنت»، تحدّث فيه عمّا أسماه «دين الغرب الجديد» وفيه يتساءل: «لماذا لا يتوقّف الغرب عن نشر القنابل وقذائف اليورانيوم المخصّب على شعوب الشرق الأوسط، ولماذا لا يتوقّف عن إرسال جيوشه لاحتلال أراضي المسلمين، وعن رشوة القادة العرب لسحق شعوبهم. ثمّ يضيف: أنّ العدالة لا تُصنع من المياه المالحة، حيث لا يزال قادة الغرب يرغبون في أن يحكموا العالم وهم يخاطرون بأوضاعهم وسمعتهم ومستقبلهم السياسيّ وحياتهم. وكلّ ذلك بذريعة تسييل هذا المفهوم الغريب الذي يسمّونه الحرب على الإرهاب، وهو في الحقيقة دينهم الجديد»^٢.

هذه الخلاصة من مقالة فيسك، تستظهر المستوى الذي بلغه نقد الغرب لنفسه حيال مقولة راحت تستحلّ البيئات الثقافية العربيّة وترسخ في أعماقها. أمّا دلالة الأمر، فهي تعدّى البيان الإعلاميّ. ذلك بأن سمّي بـ «دين الغرب الجديد» المثقل بذرائعيّته، هو ثقافة مستحدثة آخذة في التحوّل إلى نظريّة معرفة لدى نخب واسعة جدّاً في عالمنا العربيّ والإسلاميّ، ثمّ لتحوّل إلى فتنٍ شريفة في طول الأرض العربيّة وعرضها.

ليس من شكّ في أنّ التحوّلات التي أحدثها تفجير بُرجي مركز التجارة العالميّة في نيويورك قد نقلت الخطاب الإعلاميّ إلى قلب الصدام الجاري بين المجتمعات العربيّة والإسلاميّة من جهة وبين مصالح الغرب ومطامحه.

١. حيدر، عقيدة الغرب المستحدثة.

٢. فيسك، «دين الغرب الجديد».

غير أنّ التدايعيات الأكثر عمقاً في هذا الصدام هو الأثر الثقافي والنفسي الذي تولّده استراتيجيات الإعلام الديني على التواصل الحضاري بين الإسلام والغرب.

لائحة المصادر والمراجع

١. بودريار، جان، «ماذا يفعل الغرب ضدّ الذين يقاتلونهم بموتهم»، ترجمة: عبد الرحمن أياس، مجلة النقاد، العدد ١٤٣، تشرين الثاني ٢٠٠٢.
٢. ميسون، جون، «الأكاذيب الورعة للمحافظين الجدد»، نقلًا عن مجلة: Critique - paris - No 682 - Mars 2004.
٣. بترارس، جيمس، حراك دولة البوليس في كلّ مكان، النهار ١٢/٦/٢٠٠٢. نقلها إلى العربية ناصر ونوس عن مجلة (زد) الأميركية الشهرية.
٤. كورث، جيمس، ما تزال أميركا أمة؟ مركز الدراسات الاستراتيجية والبحوث والتوثيق، بيروت.
٥. أرندت، حنة، الثورة والحريّة: رأي في الثورات، ترجمة خيرى حماد، دار الكتب والوثائق القومية، القاهرة، ٢٠١١.
٦. خليل حسين، قضايا دولية معاصرة، دار المنهل اللبناني، بيروت.
٧. فيسك، روبرت، «دين الغرب الجديد»، «الاندبندت»، لندن، ١٥/٤/٢٠١٤.
٨. بريجنسكي، زيغنيو، بين عصرين، أميركا والعصر التكنولوجي، ترجمة محجوب عمر، دار الطليعة، بيروت. الطبعة الاولى ١٩٨٠.
٩. تيرنر، كريغ، «موظّف كندي يلمّح بإمكانية محاربة هوليوود تجاريًا»، لوس أنجلس تايمز، ١١ شباط (فبراير) ١٩٩٧.
١٠. حيدر، محمود، لاهوت الغلبة، التأسيس الديني للفلسفة السياسية الأميركية، دار الفارابي ومركز دلنا للأبحاث المعمّقة، بيروت، الطبعة الأولى، ٢٠٠٩.
١١. حيدر، محمود، عقيدة الغرب المستحدثة، البيان، دبي، ٢٦/٤/٢٠١٤.
١٢. شوسودوفسكي، ميشيل، كيف تصنع المجاعة؟، لوموند ديبلوماتيك، شباط (فبراير) ١٩٩٢، العدد ٢١.
١٣. شيلر، هيربرت، الرعب الإعلامي من شؤون الرئاسة في واشنطن. لوموند ديبلوماتيك، الطبعة العربية، الشهرية، آب (أغسطس)، ١٩٩٧.

- ١٤ . وجهات نظر، العدد السابع والأربعون، كانون أول، ٢٠٠٢ .
- ١٥ . رو، ويليام، الاختلاف بين وسائل الإعلام العربيّة والأميريكيّة، «الاتحاد»، ابو ظبي ٢٠٠٢ / ١ / ٣٠ .

16. Nye, Jpseph S., Jr. and William A. Owens. "American Information Edge". Foreign Affairs, Issue 106, Spring 1996.

17. Bacanan, Patrick, the American Conservative, March 24, 2003.

نقد أخلاقيات الميديا دعاوى التنظير ومبررات التفعيل

بهاء درويش^١

مقدمة

كان مبحث الأخلاق منذ الحضارات الشرقية القديمة والحضارة اليونانية القديمة مبحثاً فلسفياً نظرياً يهتم بوضع قواعد ومبادئ أخلاقية عامة حول ماهية الخير والشر، أو يهتم بتحديد القيم الأخلاقية الواجب اتباعها. ولكن مع تقدم العلم والتكنولوجيا - وتحديدًا بدءًا من القرن العشرين - بدأت تظهر مشكلات أخلاقية ناجمة عن هذا التطور العلمي المستمر والمتلاحق، وذلك في شتى المجالات، مثل مجال الاقتصاد والبيولوجيا والهندسة والفضاء والإعلام... الخ. تمثل المشكلات الأخلاقية لكل علم مجال بحث مستقل، هناك أخلاقيات لعلم الطب، وأخلاقيات للبيولوجيا، وأخلاقيات للهندسة، وأخلاقيات الإدارة، وأخلاقيات الإعلام... الخ. هذه المباحث - التي تشكل في مجموعها ما يعرف بأخلاقيات العلم والتكنولوجيا - مباحث فلسفية بينية. توصف هذه المباحث بالأخلاقيات التطبيقية، أي تطبيق المعايير والمبادئ الأخلاقية في حل المشكلات الناجمة عن تطور هذه العلوم. تُعدّ أخلاقيات الطب - والتي تُستخدم بشكل خاطئ أحياناً

١. أستاذ الفلسفة، جامعة المنيا، مدرب ومستشار لدى هيئة اليونسكو في مجال أخلاقيات العلم

مرادفًا لأخلاقيات البيولوجيا- أكثر هذه المباحث اكتمالاً؛ لقدمها النسبي عن بقية فروع الأخلاقيات التطبيقية، بينما يقف مبحث «أخلاقيات الإعلام» ضمن المباحث الأكثر حداثة التي لم تتشكل بعد بشكل نهائي، بل وتتطور باستمرار.

لماذا أخلاقيات العلم والتكنولوجيا؟

للإنسان كرامة تميزه من بقية الكائنات الحيّة: كرامة المريض تتطلّب أن تعامله معاملة كريمة وأن تقدّم له أفضل علاج متاح، ومن ثمّ أن تحمي حياته (أخلاقيات الطب)، وكرامة الإنسان تتطلّب أن يضع المهندس - ومنتج التكنولوجيا بصفة عامّة - في اعتباره حياة الإنسان ورفاهيته وهو يقدم المنتجات الهندسية أو التكنولوجية، إذ إنّ لكلّ نواتج التكنولوجيا تقريباً تأثيراتها في صحّة الإنسان وحياته ورفاهيته (أخلاقيات الهندسة والتكنولوجيا). وكرامة الانسان تتطلّب أن تستأذنه قبل استخدامه مادّة بحث في تجربة، وتكون صريحاً معه بإعلامه بكلّ المنافع والمضارّ التي قد تنتج عن التجريب عليه (أخلاقيات البحث العلميّ في مجال الطبّ والصيدلة). وكرامة الإنسان تتطلّب ألاّ تضرّه باحتكار بعض البضائع حتّى ترهقه مادياً (أخلاقيات الإدارة). وكرامة الإنسان تتطلّب عدم الإضرار به والخاصّة بمنتجات التقانات الدقيقة (النانوتكنولوجيا)، بحيث لا تظهر في السوق سوى البضائع التي تمّ اختبار سلامتها وضمن عدم إضرارها بالمستهلك، سواء على المدى القصير أو الطويل (أخلاقيات النانوتكنولوجيا)، وكرامة الإنسان تقتضي ألاّ تقدّم له صورة مزيفة للواقع تؤثر في حكمه على مجريات الأحداث التي تدور في العالم حوله (أخلاقيات الإعلام).

يتسارع التقدّم التكنولوجيّ في شتى المجالات بصورة مدهشة، تاركاً لنا مشكلات أخلاقية لا يمكن أن نقف منها موقف المتفرّج. فهذا هو ذا الإنسان قد

شارف على أن يتمكن من استنساخ إنسان آخر، وها هو ذا قد أصبح في إمكانه أن يتحكّم في جنس الجنين القادم، وها هو ذا قد أصبح في إمكانه إفناء الأرض ومن عليها بضغطة زرّ. فلا استنساخ وتحديد جنس الجنين وإفناء الكرة الأرضية نواتج تكنولوجية. ألا تثير مشكلات أخلاقية؟ وماذا عن المجتمعات مثل عالمنا العربيّ - المجتمع المتديّن - الذي يحيل المشكلات الأخلاقية لرجال الدين ليحكموا له عما هو مقبول أخلاقياً (شرعاً) وما هو غير مقبول؟

لا شكّ أنّ الإجابة قد أصبحت واضحة. نعم: لا علم دون أخلاقيات توجّهه، وذلك إذا ما أردناه علماً يخدم البشرية، ويحقّق للإنسان رفاهيته. العلم كما تصوّره دائماً عربية قائدها الحكيم هي الأخلاقيات، من دونه لا ضمان لوصول العربية بسلام إلى مبتغاه أي لا ضمان لتحقيق العلم لهدفه ألا وهو خدمة البشرية.

ماهية أخلاقيات الإعلام

قلنا إنّ «أخلاقيات الإعلام» مبحث فلسفيّ شديد الحداثة بالنسبة للفروع الأخرى من الأخلاقيات التطبيقية يُعنى بالتساؤل حول ما الذي يشكّل الممارسات الإعلامية الأخلاقية، ولماذا وما الذي يجب على رجال الإعلام من الناحية الأخلاقية أن يفعلوه. الإجابة عن هذين التساؤلين تقتضي الإجابة عن مجموعة من الأسئلة الفرعية، مثل: هل يجب على رجال الإعلام دائماً من الناحية الواقعية الالتزام بالصدق في نشر الأخبار؟ هل يجب على رجال الإعلام الالتزام بالموضوعية في عرض الأخبار والأحداث؟ وإذا أرادوا ذلك، فهل بمستطاعهم؟ هل من حقّهم نشر الأخبار الخاصة بالشخصيات العامة واقتحام حياتهم الشخصية؟ هل يمكن تسويق اتجاه رجال الإعلام أحياناً للكذب من أجل الحصول على قصة ما؟ هل هناك ما يسوّغ اقتحامهم خصوصيات الآخرين تحت

اسم المصلحة العامة؟ هل عرض الأفلام الجنسيّة في التلفاز أو السينما أمر يمكن تسويغه أخلاقياً؟ هل من حقنا أن نقلق بشأن عرض أفلام الرعب؟ هل يمكن تقديم تسويغات عقلية للرقابة بكل صورها؟ هذه هي بعض الإشكاليات التي يقدمها مبحث «أخلاق الإعلام».

هل هناك أخلاقيات في الإعلام؟

بداية فإنّه يجب أن نعرف أنّ الأبحاث التي تدور حول أخلاقيات الإعلام تسير في اتجاه يرفض القول إنّ هناك أساساً ما يمكن تسميته بأخلاقيات الإعلام انطلاقاً من أنّ تصوّر أخلاق الإعلام هو في ذاته تصوّر متناقض ذاتياً؛ ذلك أنّه كيف يمكن للصحفيّ أن يكشف عن بعض القصص التي يريد الناس معرفتها إذا كان يجب عليه دائماً التحليّ بالأخلاقيات واحترام مشاعر وخصوصيات أولئك الذين يقوم بفضحهم؟ ثمّ إنّ نوع الأخبار التي ينشرها والطريقة التي يحصل بها عليها أحياناً ما تكون غير أخلاقية، كيف يمكن أن يكون هناك - إذاً - اتّساق بين مهنته ومسؤوليته الأخلاقية؟ أضف إلى ذلك أنّ الغالبية من الناس ينظرون إلى رجال الإعلام - أو الصحافة تحديداً - على أنّهم أولئك الذين يبحثون دائماً عما يروّج بضاعتهم أكثر، أي عن فضائح الناس، إذ هي مصدر كلّ من الشهرة والمال للصحفيّ. كيف يمكن - إذاً - أن تكون هناك أخلاقيات للإعلام أو للصحافة؟ وما يقوي هذه النظرة هي إصرار رجال الإعلام على ما يسمّى حرّية التعبير. ثمّ إنّ إذا كانت وظيفة رجال الإعلام تتراوح من نشر الفضائح السياسية لبعض الشخصيات إلى عرض الأحداث المهمّة التي تحدث في العالم، فإنّ هذه المهام جميعها لا صلة لها من قريب أو من بعيد بالأخلاق.

أمّا الفريق الآخر فيرى على العكس أنّه إذا كانت وظيفة الصحفيّ نشر

الأخبار المهمّة ذات الدلالة بما في ذلك عرض أشكال الفساد والغش والمسائل اللاأخلاقية التي تحدث في المؤسسات الحكوميّة وغير الحكوميّة ومن بعض السياسيّين والحديث عن الجريمة المنظّمة وفضح الثراء غير الشرعيّ لبعض الشخصيّات، وهو ما جعل من الصحافة «السلطة الرابعة»، كما يسمّونها، من حيث إنّها من يملك مراقبة ذوي السلطة والنفوذ في المجتمع، فإذا كانت وظيفة الصحفيّ باختصار هي الكشف عن الفساد وفضحه، فإنّ هذا وحده يقف دليلاً على صلة الإعلام بالأخلاق، بمعنى أنّه إذا كانت مهمتها الكشف عن المسائل اللاأخلاقية، فإنّه يجب على رجالها أن يكونوا أبعد الناس عن هذا الذي يريدون كشفه وفضحه، فرجال الإعلام عليهم واجب أخلاقيّ يتمثّل في الكشف بإخلاص عن الأعمال غير الأخلاقية، من هنا فإنّه لكي يكونوا متّسقين مع أنفسهم فإنّ هدفهم يجب أن يتمثّل في احترام المعايير الأخلاقية للسلوك التي يطلبون من غيرهم التمسك بها.

والجدير بالذكر أنّه إذا كان فحص الممارسات الصحفيّة والتحقّق من فهم العامّة للدور الذي تلعبه الصحافة يندرجان أيضاً ضمن اهتمام الدراسات الإعلامية وعلم النفس وعلم الاجتماع، فإنّ هذه الدراسات جميعها لا يمكنها الإجابة عن السؤال: ما الذي يجب - وما الذي لا يجب - على الصحفيّ - من الناحية الأخلاقية - أن يفعله؟ إنّ البحث في الالتزامات الأخلاقية للصحافة والإعلام مبحث فلسفيّ خالص من حيث إنّه مبحث معياريّ.

أخلاقيّات الإعلام - إذاً - مبحث أخلاقيّ يعني بالبحث في تلك المعايير التي تجعل من الإعلام إعلاماً جيّداً، بمعنى أنّ المعايير الأخلاقية هي معيار التمييز بين الإعلام الجيّد والإعلام غير الجيّد، وبما أنّه بحث في المعايير فهو بالأساس مبحث فلسفيّ.

فما المعايير التي تجعل من الإعلام إعلاماً جيّداً؟

كما هي الحال في سائر المباحث الفلسفية، فإن هذه المعايير مثار خلاف بين الفلاسفة كما سنرى الآن:

الصدق

دعنا نتساءل أولاً ما المقصود بالصدق في نشرات الأخبار؟. المقصود بالصدق في نشرات الأخبار هو تقرير أمور واقعية، أي أمور لا يتدخل فيها الصحفي بالخيال، أمور حدثت بالفعل، ذلك أن الأخبار قد أصبحت بشكل متزايد مصدرنا الرئيس في معرفة ما يدور في العالم من حولنا، من دون أن يتدخل فيها بالتحريف أو الإضافة أو عرضها عرضاً جزئياً.

والحقيقة أنه إذا كان على الإعلامي أن يكون صادقاً في المادة الإذاعية أو نقل الخبر أو عرضه يرتبط بالضرورة بتصوّرنا لوظيفة الإعلامي.

لقد اختلف الباحثون حول تصوّر وظيفة الإعلامي، خاصة وأن تصوّر الإعلام من حيث إنه السلطة الرابعة يكاد يكون أمراً متفقاً عليه. ومن هنا فإن السؤال هو ما الذي نعنيه بأن الإعلام هو السلطة الرابعة؟

أحد تفسيرات أن الإعلام هو السلطة الرابعة أنه من يملك سلطة مراقبة ذوي السلطة والنفوذ لصالح الشعب. فالشعوب في الدول الديمقراطية تريد أن تعرف ما إذا كان أصحاب السلطات الثلاث الأخرى - التشريعية والتنفيذية والقضائية - يؤدّون عملهم الذي أنابهم الشعب عنهم على أكمل وجه. فإذا كان الشعب قد فوّض أصحاب السلطات الثلاث في إدارة شؤونه من تشريع لتنفيذ لقضاء، فإنه يريد أن يطمئن إلى أن هؤلاء يعملون لصالحه، أي إن القوانين توضع ويتم تنفيذها لمصلحة الشعب، لا لأغراض خاصة، وأن رجال القضاء يحكمون بالعدل. العين التي تراقب هذا بالنيابة عن الشعب هي الصحافة. من هنا كانت هي السلطة الرابعة،

فهي الجهة الموجودة لتطمئن الشعب أن الأمور تسير على ما يرام أو لتنبهه على أن هناك خللاً يحدث. وأن تفعل ذلك يتطلّب بالضرورة صدق نقل الأخبار. من هنا كان على الإعلامي أن يكون صادقاً في نقل الأخبار أو عرضها.

إلا أن هناك رأياً آخر يذهب إلى أن هذا التصوّر لوظيفة الإعلامي يضيق من إطار هذه الوظيفة، أو أنه يحصرها في الإعلام السياسي وحسب. فالناس تهتمّ بالممثل بأخبار نجوم الكرة والمسرح والسينما والحوادث وغير ذلك من الأمور، من هنا فإنّ وظيفة الإعلامي هي نقل الأخبار التي تهتمّ الناس من حيث إنهم كائنات بشريّة، لا أن تنحصر وظيفته بالإعلام السياسي.

هنا نجد أنه حتّى مع هذا الرأي، فإنّ الإعلامي يجب أن يتّصف بالصدق؛ ذلك أن الصدق هو ما يساعد الناس على الحكم على شتى أمور الحياة التي تنقلها له وسائل الإعلام حكماً صحيحاً. أمّا تشويه الأخبار بالنقل المتعاطف أو الجزئيّ للمعلومات، فمن شأنه تقديم صورة مشوّهة للواقع، ومن ثمّ لا يمكن الناس من الحكم حكماً صحيحاً؛ مما قد ينعكس على سلوكياتهم وردود أفعالهم.

رأي ثالث يذهب إلى أن وظيفة الإعلام تسلية الناس، وهو ما يعني أن ميول الناس ورغباتهم هي ما تحدّد الأجندة الإذاعيّة، أو تحدّد نوع القصص والأخبار التي يريدها الناس أو تكون مثار اهتماماتهم.

يرى المعترضون على هذا الرأي أن جعل رغبات الناس وميولهم هي المحدّد المطلق للخدمات الإخباريّة التي يقدّمها الإعلام سيؤدّي حتماً إلى إعلام سيئ؛ لأنّ ذلك لن يؤثّر على نوع الأخبار المختارة للعرض والتي قد تهتمّ الناس فقط، ولكنه سيؤثّر أيضاً في طريقة تغطية الأخبار؛ إذ سيعتمد بالضرورة على إستشارة مشاعر الناس أو محاولة جذب تعاطفهم أو عرض القصّة أو الخبر من الزاوية التي تجذب المشاهد أو المستمع أو القارئ، وهو ما يعني البعد عن الحقيقة

والموضوعية في عرض الخبر، فقد يكون الخبر صحيحًا، ولكن الوقائع التي يتم اختيارها للتركيز عليها في النشر دون غيرها من وقائع الحدث، ونبرة المراسل الصحفي أو المحلل والألفاظ التي يختارها للتعبير بها، كل هذا قد يمثل الحدث تمثيلًا سيئًا للدرجة التي قد ينتهي بها المتلقي إلى الانطباع المعاكس تمامًا للانطباع الذي كان يجب أن يخرج به المتلقي إذا ما تم نقل الخبر نقلًا موضوعيًا. ولكن أليس لهذا الصدق الواجب على الصحفي أن يلتزم به حدود أو استثناءات؟

مما لا شك فيه أن الأمن القومي يعدّ أحد استثناءات هذا الصدق الواجب على الإعلامي أن يلتزم به. إذا ما شعر الإعلامي أن قصّ قصة ما من شأنه أن يوقع الضرر بمجتمعه، فلا شك أن الامتناع عن الإعلام بالخبر هو التصرف الأكثر أخلاقية في هذه الحالة، فهو أفضل من الكذب أو القصّ المتجزئ. ويندرج تحت مبدأ أن دفع الضرر يقدم هنا على جلب المنفعة.

الموضوعية

على الصحفي - إذا - الالتزام بالموضوعية في نقل الخبر أو الواقعة أو الشريط الإخباري، والموضوعية مقصود بها عرض المادة الإعلامية من شتى جوانبها، لا عرضها من جانب واحد، كما تعني عدم تدخل الإعلامي بأهوائه أو ميوله في اختيار جانب معين يعرض من خلاله الموضوع. وإذا ما تمّ عرض المادة الإعلامية من زاوية محدّدة لأنه يرى أن هذه هي الزاوية الصحيحة التي من خلالها يتمّ عرض مادّته عرضًا أمينًا، فعليه أن يضع دائمًا إمكانية أن تكون هناك زوايا أخرى من الممكن تفسير الموضوع من خلالها. كذلك تعني الموضوعية ضرورة تحقّق الإعلامي من صحّة وشموليّة مصادره.

ولكن السؤال الآن: هل يمكن لمعيار الموضوعية هذا أن يتحقق؟ يرى رافضو معيار الموضوعية في الإعلام أن مطلب الموضوعية كشرط للإعلام الجيد أمر خيالي صعب التحقق للأسباب الآتية:

١. إنه حتى على افتراض أمانة الصحفي ورغبته الصادقة في النقل والعرض الموضوعي للخبر، فإن لكل منا بالضرورة - من حيث إننا بشر - رؤيته الخاصة وتصوره الخاص لأمر الواقع، من هنا ينشأ التساؤل: ألن يتأثر الصحفي - رغماً عنه - بهذه الرؤية الشخصية للواقع الذي يحيط به؟ ألن يتأثر بفهمه الخاص للأمر؟ هل يمكن للصحفي أن يفصل تحليلاته الصحفية عن تراثه واعتقاداته وتصورات التي تكونت عبر السنين لشتى أمور الحياة؟ ألن يؤثر هذا في عمله رغماً عنه؟

٢. كيف يمكن الفصل بوضوح بين ما هو مجرد وصف، وما هو تفسير وما هو تقويم للحوادث؟ وما دامت الأفراد والمجتمعات المختلفة تفسر وتقوم العالم بصور مختلفة، أي ينظر كل منهم إلى العالم من وجهة نظر مختلفة، فإن الخبر على هذا النحو ذو طبيعة نسبية، أي إن الخبر هو كذلك بالنسبة لجماعة معينة في سياق معين. ثم إن لكل خبر عادة العديد من التفسيرات والتقويمات من قبل محللين مختلفين. انظر مثلاً - وإن كان هذا مثلاً بسيطاً، ولكنه مثال ممثلاً - إلى مباراة في كرة القدم، واستمع إلى محلل من الفريق الضيف، ثم استمع لتحليل آخر - للمباراة نفسها من الفريق المضيف، تجد اختلافاً في التحليلين قد يصل إلى أن تشعر وكأنك تستمع إلى تعليق عن مباراة مختلفة.

٣. كثيراً ما نرى صحفاً تنشر خبراً واحداً، ولكن كلاً منها ينشره من زاويته المختلفة. ثم إن الصحفيين والصحف تختار عادة الأخبار التي ترى أهميتها نشرها. يكمن في عملية الاختيار هذه والزوايا المختلفة للحدث الواحد التي تركز كل

صحيفة على إحداها أو بعضها تبرير القول إن رجال الإعلام يقومون بتغطية الأحداث مدفوعين باهتماماتهم وقيمهم الخاصة، وإن ما يسمى الموضوعية في الإعلام أمر خيالي.

أمّا دعاة الموضوعية، فعلى الرغم من أنهم يسلمون بأن النشر يخضع دائماً لعملية اختيار، وأن لكل محلل ميولاً وعواطف وتحيّزاً للجانب معيّن يرى منه صحّة الخبر، إلا أن هذا لا يمنع من القول بموضوعية النقل أو التحليل. تكمن الموضوعية في عرض الأمور من جوانب شتى وفي استعداد المحلل دائماً أو الإعلامي أن يرى أنه أحياناً كان على خطأ، لا أن يتخذ من الحدث مثلاً يدعم به تحيّزه. فهذا هو ما من شأنه أن يمكن المشاهد من الخروج بحكم موضوعي، وهو ما يمثل الصحافة الجيدة.

إن جوهر الصحافة الجيدة لدى أنصار الموضوعية يكمن في القدرة على وزن الأدلة بموضوعية وكتابة قصة من الممكن التحقق منها أو تكذيبها بواسطة الأدلة والوصول إلى نتيجة مبررة، لا أن يكتب من زاوية عاطفية.

هل الصدق والموضوعية يسوّغان عرض العنف في وسائل الإعلام

قلنا إن الإعلام الجيد هو ذلك الإعلام الذي يقدم صورة صادقة وموضوعية للواقع، وهو ما لن يتمكن المتلقي من الحكم على ما يدور حوله في العالم بشكل صحيح، وهو ما لن يتمكن من فعله متى قدّمنا له صورة غير آمنة ومشوهة للواقع. من هنا فإنّه لما كان العنف والجريمة أحداثاً فعلية وواقعية تحدث وتشكل جزءاً من الأحداث التي نحيها، كان عرضها - سواء في صورة أخبار أو أفلام - يمثل جزءاً من واجب الصحفي المتمثل في ضرورة تقديمه لصورة صادقة وموضوعية للواقع الذي نحيها.

لذا يرى أولئك الذين لا يعارضون عرض الجريمة والعنف عن طريق وسائل الإعلام - سواء أكانت الجرائم المدنيّة (القتل والسرقة) أو جرائم الحرب (القتل والدمار) أو الأفلام التي تعرض لقصص الجريمة - أنّ أولئك الذين يقفون ضدّ عرض صور العنف على شاشات العرض، إنّما ينطلقون من أيديولوجية معيّنة تكمن في محاولة تقديم صورة جيّدة مثاليّة لواقع لا نحيها.

ومع هذا فإنّه على الرغم من أنّ واجب الإعلاميّ تقديم صورة واقعيّة وموضوعيّة للواقع، فإنّ هناك الكثيرين ممن يقفون ضدّ عرض صور العنف. يمكن إجمال الأسباب التي يستندون إليها على النحو الآتي:

للإعلام تأثير قويّ في المُشاهد والقارئ والمستمع يصل إلى حدّ غرس سلوكيّات معيّنة لديه تصل إلى حدّ تقليد ما يراه - بدءاً بما يعرضه ممثلو الإعلانات، مروراً بالمغنيين، وصولاً إلى الممثلين - وذلك في حركاتهم وأقوالهم، بل وحتى في طريقة ارتدائهم لملابسهم. من هنا كان عرض الجرائم وطرق ارتكابها من شأنه أن يولّد عند بعضهم بعض السلوكيّات العنيفة.

إنّ التعريض المتكرّر للمشاهد لصور العنف قد يحوّله إلى كائن لامبالٍ لا يتعاطف مع ضحايا العنف، ولا يقدر بصورة صحيحة حجم المعاناة التي يعانيها ضحايا العنف في صورتيه المدنيّة والعسكريّة.

إنّ فضح مرتكبي الجرائم قد يحوّلهم إلى أشخاص مستهجنين اجتماعياً هم وعوائلهم، ونكون بذلك قد عاقبناهم مرّتين، مرّة عقاباً قانونياً محدّد المدّة (كالسجن مثلاً) ومرّة عقاباً اجتماعياً يظلّ يطاردهم إلى الأبد.

يزداد القلق من عرض العنف متى أخذنا في الاعتبار تزايد سهولة إمكانيّة رؤية الأطفال لمثل هذه الأنواع من الأفلام، ذلك أنّ الأطفال - خلاف الكبار - ليس لديهم خبرة سابقة بنوعيّة هذه الأحداث والمشاعر التي يتمّ عرضها مما قد

يجعلهم يعتقدون أنّ هذه الصورة المشوّهة للحبّ والجنس والعنف والمقدّمة عن طريق الفيلم مثلاً هي الصورة الطبيعيّة لهم وأنّ هذه هي السلوكيّات الطبيعيّة التي يجب أن يسلكها الإنسان العاديّ. ويزداد الأمر سوءاً مع الطفل الذي يعاني إهمالاً عاطفياً، فيعتقد هو الآخر أنّ هذه هي العواطف والمشاعر الطبيعيّة التي يسلكها الناس الطبيعيّون، فالطفل يتعلّم بالخبرة والتقليد، ومن ثمّ فإذا كانت هذه هي فقط أمثلة المشاعر والسلوكيّات التي رآها نتيجة إهماله وعدم رؤيته لمشاعر أو سلوكيّات مختلفة، فقد يعتقد أنّ هذه هي المشاعر والعواطف والسلوكيّات الطبيعيّة. وأخيراً فإنّ الإفراط في عرض أفلام العنف قد يعكس صورة لمجتمع يتبنّى ضمن ما يتبنّاه ثقافة العنف.

الأمانة

أن يرى الجمهور في الصحافة السلطة الرابعة يعني ضمن ما يعنيه ثقة من جانب الشعب في الصحافة. هذه الثقة ثقة في أمانة الأخبار والتحليلات والمصادر التي تأتي بها الصحافة، كما أنّها ثقة في أمانة رجال الإعلام وصدقهم.

من هنا يثار السؤال: هل هناك ما يسوّغ للصحافة ورجال الإعلام أحياناً الكذب والغشّ والالتواء والمناورة وسيلةً يكشف بها رجال الإعلام عن فساد ما، وذلك لمصلحة الشعب؟ هل «الغاية تبرّر الوسيلة» مبدأ يمكن للصحفيّين اتخاذه أحياناً من أجل الكشف عن أوجه فساد بعض ذوي السلطة أو النفوذ وذلك من أجل إعلام الشعب بالحقيقة؟

هناك رأيان متعارضان:

يرى كانظ أنّ الكذب والغشّ وعدم الوفاء بالوعد أساليب لأخلاقية لا يوجد على الإطلاق ما يسوّغها، وبالتالي يجب على المرء - صحفياً كان أو أيّاً ما كانت مهنته - ألاّ يتبعها.

يرى الرأي الآخر أنّ الصحفيين إذا ما اتّبَعوا الصدق والأمانة دائماً فلن يحصلوا على أخبار تمكّنهم من فضح المفسدين، ومن ثمّ فإنّه كما أنّنا نقبل أحياناً في أوقات الحرب والأزمات سرّيّة بعض الأخبار والكذب على الشعب من أجل الحفاظ على السريّة أو لعدم إثارة الفزع بين الناس، فإنّ هناك بالمثل ما يسوّغ للصحافة المناورة في الحوار مع رجال السلطة وعدم الإفصاح عن النيّات وراء الأسئلة الموجهة لهم؛ وذلك من أجل التأكّد من سلامة سلوكيّاتهم، وأنّها موجهة لصالح الشعب وكذلك هناك ما يسوّغ مراقبة أفعالهم سرّاً وذلك للتحقّق من عدم استغلالهم سلطاتهم استغلالاً سيّئاً، كأن نتحقّق من عدم تعرّضهم لأخذ رشاوى أو من عدم إساءة استغلال مواقعهم لمصالحهم الخاصّة.

حقّ الخصوصية

هنا نجد بالمثل رأيين متعارضين :

هناك من يميل عادة لافتراض أنّ اقتحام الخصوصية يعدّ شكلاً من أشكال الاعتداء عليها إذا ما تمّ من دون موافقة صاحبها سواء تمّ هذا الغزو بواسطة الصحفيّ أو البرامج الإعلامية، ومن ثمّ فهو مرفوض أخلاقياً؛ إذ إنّ أدنى ما يعنيه هذا هو عدم احترام أحد حقوقنا بوصفنا أفراداً؛ ولهذا السبب فإنّ القوانين تكفل للفرد صيانة حرمة المنزل والأوراق الخاصّة. ليس لأحد الحقّ في معرفة خصوصيّاتنا. إنّ جزءاً مما تعنيه الصداقة هو حقّنا في الكشف للأصدقاء فقط عن بعض خصوصيّاتنا. من هنا تكمن قيمة الخصوصية في أنّها تمنع الآخرين من ممارسة أيّ حقوق تضرّ بنا. من هنا كان غزو الخصوصية لا يعني الحصول من دون إذن على معلومات خاصّة بنا فقط، ولكن تعني معرفة الآخرين بالعلاقات والنشاطات والاهتمامات التي نراها لا تهّم أحداً سوانا.

ثم إنَّ الخصوصية تمكَّنا من تنمية هويَّتنا وشخصيَّتنا بوصفنا أفرادًا وإقامة علاقات وصدقات خاصَّة، بحيث إنَّه إذا ما قلنا لكلِّ الناس كلَّ شيء يخصِّنا أو سلكننا المسلك نفسه مع الأصدقاء والغرباء والزملاء، فإنَّ دلالة الكثير من الأفعال الخاصَّة والأقوال التي نخصُّ بها بعضهم دون بعضهم الآخر ستتلاشى. نحن عادة نختار أن نكشف فقط لبعضهم عن جوانب خاصَّة من جوانبنا وهو ما يساعدنا على إقامة علاقات تشري حياتنا.

إلَّا أنَّ هناك من يرى أنَّه قد لا يكون لدينا حقٌّ في خصوصيَّة بعض المعلومات أو النشاطات التي نمارسها متى كان يجب أن يتمَّ عرض هذه المعلومات والنشاطات في إطار عامِّ. متى كان ما يتمَّ ممارسته بصورة خاصَّة يندرج تحت المصلحة العامَّة، هنا يزول حقُّ الفرد في الخصوصية. فحقُّ السياسيِّ في الخصوصية لا نقول إنَّه تمَّ غزوه أو الاعتداء عليه متى قام أحد الصحفيين بالتحريِّ والبحث في أحد شؤونه السياسيَّة الخاصَّة تحقُّقًا من واقعة فساد مثلاً. فلو اعتبرنا حقَّ السياسيِّ في الخصوصية حقًّا مطلقًا، فإنَّ هذا سيعطي الفساد الفرصة للازدهار والتفشي. من هنا لا يُعدُّ بحث الصحفيِّ في الأوراق الخاصَّة لرجل السياسة اعتداء على خصوصيَّته، خاصَّة إذا كانت هذه الأوراق هي التي ستكشف عن بعض تفاصيل واقعة فساد معيَّنة، بل هو فعل مبرَّر من أجل المصلحة العامَّة، إذ لا يمكن إدراج الفساد السياسيِّ مثلاً ضمن الشؤون أو الأفعال الخاصَّة لأيِّ شخص، والتي لا ينبغي لأحد الاقتراب منها.

من هنا كان هناك ما يسوِّغ البحث في الشؤون الخاصَّة لذوي السلطة متى كان لدى الصحفيين مسوِّغ قويٌّ للاعتقاد بتورطهم في إحدى وقائع فساد، كأن يكون هناك اعتقاد أنَّ أحد رجال السلطة هؤلاء قد تلقَّى مثلاً أموالاً لاستخدام سلطته السياسيَّة، وما يسوِّغ لرجال الإعلام هذا البحث والتدخُّل في خصوصيَّة

ذوي السلطة أنّ جمهور العامّة قد أنابهم لمعرفة ما إذا كان ممثّلو الشعب يمثّلون مصالح الشعب تمثيلاً صحيحاً أو لا. فواجب رجال الإعلام هنا واجب أخلاقيّ تجاه الشعب، وهو أن يكشفوا للشعب عن أشكال الفساد. وبالمثل متى لم يكن رجال الإعلام والأطباء والمعلّمون يعملون من أجل مصلحة من هم من المفترض أن يعملوا لصالحهم، ولكن يستغلّون وظائفهم لمصالحهم الشخصية، فإنّ أفعالهم لا تدرج تحت الخصوصية التي يجب عدم الاقتراب منها. فمن حقّ الناس أن يطمئنّوا إلى أنّ استثماراتهم تتمّ بالشكل الصحيح، وأنّ الأطباء يلتزمون بالقواعد الأخلاقيّة لمهنتهم، وأنّ المعلّمين يوجّهون أبناءهم التوجيه الصحيح.

إعلام العلم وأهمّيته

هناك جانب على قدر كبير من الأهمّيّة بدأ الإعلاميون والمشتغلون بالعلم معاً الانتباه إلى أهمّيته في الآونة الأخيرة، ألا وهو مسؤوليّة الإعلاميين في نقل أخبار العلم والعلماء.

لما كان نقل المعلومات العلميّة للعامّة - من خلال وسائل الإعلام - بصورة غير دقيقة وإعطاء العامّة صورة غير صحيحة عن العلم والمنتجات التكنولوجيّة من شأنه أن يفقد العامّة الثقة في العلم والعلماء، كان للإعلاميين دور مهمّ في الحديث عن العلم. فناعة بهذه الأهمّيّة بدأت تظهر في أماكن كثيرة من العالم - وخاصّة في الولايات المتّحدة - مؤسّسات أو جمعيات للكتاب في مجال العلم. تُعدّ المؤسّسة القوميّة لكتاب العلم¹ إحدى هذه المؤسّسات التي تأسّست عام ١٩٥٥ في الولايات المتّحدة. وضعت هذه المؤسّسة مدوّنة أخلاقيّة تمّ تحديثها عام ٢٠١٤ حدّدت فيها الواجبات الأخلاقيّة التي يجب على الإعلاميين في مجال

العلم أتباعها، نوجزها فيما يأتي:

على الإعلاميين في مجال العلم أن يتحرّوا دقّة المعلومات العلميّة ومصادرها ودقّة صياغتها ونشرها.

على الإعلاميّ تجنّب كلّ أشكال التمييز القائم على الجنس أو العرق أو الدين أو أيّ شكل من أشكال التمييز غير المسوّغ.

يجب أن يكون عمل الإعلاميّ في مجال العلم هو عمله الخاصّ وليس منقولاً من غيره. الانتحال غير مقبول تحت أيّ ظرف.

على كتاب العلم، مع هذا، تشجيع تبادل الآراء في مجال العلم، وتجنّب أيّ تضارب في المصالح والإبلاغ الفوريّ عن أيّ تضارب مصالح لا يمكن تجنّبه. على الكتاب في مجال العلم أن يقبلوا الإعلان الفوريّ والعلنيّ عن أيّ أخطاء وتصحيحها فوراً¹.

هذه الثقافة - ثقافة الكتابة الإعلاميّة عن العلم ومنتجاته - مع الأسف! مازالت غائبة عن محيط ثقافتنا العربيّة لعدّة أسباب؛ أهمّها أنّ العالم العربيّ متأخّر إلى حدّ كبير في إنتاج العلم ولا يشارك في إنتاجه، فهناك فجوة علميّة وتكنولوجيّة عميقة بيننا وبين الغرب، فالعالم العربيّ بالأحرى مستهلك لمنتجات العلم أكثر منه منتج لها، وبالتالي فمسألة القلق من التصوير غير الدقيق لمنتجات العلم لا تقلق المجتمعات العربيّة مثل المجتمعات الأجنبيّة. السبب الثاني: غياب تطبيق مبدأ المحاسبية في معظم البلاد العربيّة أو ضعفه. من ذا الذي يمكن أن يحاسب إعلامياً عربياً أعطى معلومة خاطئة عن منتج تكنولوجيّ معيّن؟ أضف إلى هذا أنّ معظم الصحف اليوميّة والمجلاّت الأسبوعيّة لا تفرد مساحات كافية تبرز

1. National Association for Science Writers (2014). Code of Ethics for Science Writers.

In <https://www.nasw.org/code-ethics-science-writers2017-12-18> . تم الدخول بتاريخ

بها أهميّة العلم والتكنولوجيا، فالنسبة العالية للأهميّة والبطالة تجعل نسبة قراءة الصحف والمجلاّت نسبة ضعيفة، وتأتي القراءة في العلم في ذيل اهتمامات القارئ العاديّ. نفسّر هذه الأسباب عدم إدراج أيّ قواعد أخلاقيّة ضابطة للإعلاميين في مجال العلم ضمن مدوّنات أخلاقيّات الإعلام.

ولكن لما كانت الإرادة السياسيّة في الآونة الأخيرة في الكثير من الدول العربيّة قد أظهرت اهتماماً بالعلم والتكنولوجيا حين قطع قادة العرب - الذين اجتمعوا في سرت - لبيبا ٢٠١٠ في الدورة ٢٢ لمجلس جامعة الدول العربيّة على مستوى القمة - وعداً على أنفسهم بـ «زيادة الإنفاق على البحث العلميّ والتقنيّ وتوطين التقنية الحديثة وتشجيع ورعاية الباحثين والعلماء، وتطوير القدرات العربيّة العلميّة والتكنولوجية والنهوض بمؤسّسات البحث العلميّ»^١. وصدّرت بالفعل استجابة لهذا الاجتماع من خلال «الاستراتيجية العربيّة للبحث العلميّ والتقنيّ والابتكار» الصادرة في ٢٠١٤، فمن الضروريّ أن يواكب الاهتمام بالعلم والتكنولوجيا اهتماماً بأخلاقيّاته، وهو ما يعني في مجال حديثنا هنا ضرورة رفع درجة الثقافة العلميّة للإعلاميين الذين يتحدّثون في العلم، وأن تتضمّن مدوّنات السلوك الإعلاميّ ضوابط لسلوكيّات هذه الفئة من الإعلاميين.

هل يمكن أن تكون هناك أخلاقيّات كونيّة للإعلام؟

مع بداية سبعينات القرن الماضي نشأ اتجاه ينادي بما عرف بأنّه أخلاقيّات كونيّة للإعلام^٢. نشأ هذا الاتجاه في بدايته كمحاولة لإصلاح نظام الإعلام الكونيّ أو تطويره، وذلك بعد أن سيطرت قلة من البلدان الغربيّة على الإعلام لاستحواذها

١. الكسو «الاستراتيجية العربيّة للبحث العلميّ والتقنيّ والابتكار»، ١.

تمّ الدخول بتاريخ 20 - 06 - 2017 <http://www.alecso.org/en/2016-04-06-07-56-24.html>

على أدوات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، وهو ما عدّ شكلاً من أشكال عدم المساواة؛ إذ أصبح الإعلام الإخباري يستخدم تكنولوجيا الاتصال لجمع النصوص والأفلام والفيديوهات حول العالم بسرعة غير مسبقة وتوزيعها على الجمهور في مختلف أنحاء العالم بسرعة أيضاً. من هنا جاءت المطالبة بأخلاقيات كونيّة للإعلام والتي عنت وضع مجموعة من المبادئ والمعايير العامّة لممارسة الصحافة والإعلام في عصر العولمة تنطبق على كل مكان وزمان^١.

وخشية أن تهدد القيم الغربيّة التي يحملها الإعلام الغربيّ القيم الأخلاقيّة للبلدان الأخرى غير الغربيّة وبصفة خاصّة البلدان النامية، نشأ تجمع أطلق عليه «النظام العالميّ الجديد للمعلومات والاتصالات»^٢ تكوّن هذا التجمّع من دول عدم الانحياز واليونسكو وأعضاء لجنة ماكبرايد^٣. وخرج التقرير باسم «عالم واحد وأصوات متعدّدة»^٤ ولم ترض الولايات المتّحدة ولا بريطانيا عن هذا التقرير.

ولم يمت حلم الوصول إلى مجموعة واحدة من المبادئ والسياسات التي تنظّم النشر المسؤول والعادل للأخبار على مستوى العالم. فلقد عقدت الأمم المتّحدة عام ٢٠٠٣ اجتماعاً في جنيف تحت عنوان «القمة العالميّة لمجتمع المعرفة» انتهى بتبني ١٧٥ دولة إعلاناً لمبادئ موحّدة. تلا هذا الاجتماع اجتماع

1. Ward,S. Global Media Ethics. Center for Journalism Ethics. School for Journalism and Mass Communication. University of Wisconsin-Madison. In <https://ethics.journalism.wisc.edu/resources/global-media-ethics> 2017-12-17 - تم الدخول بتاريخ

2. New World Information and Communication Order

3. MacBride

٤. وهي لجنة دوليّة كونتها هيئة اليونسكو ١٩٧٧ من خمسة عشر عضواً برئاسة سين ماكبرايد، وهو إيرلنديّ حاصل على جائزة نوبل، وذلك لدراسة مشكلات الاتصال. صدر التقرير عن اليونسكو عام ١٩٨١.

5. One World Many Voices

آخر في تونس عام ٢٠٠٥ للنظر في كيفية تطبيق مبادئ جنيف. كان أهم ما شغل هاتين القمتين هو النمو المتزايد للإعلام عبر الإنترنت^١.

يمكن أن نجد على الأقل سببين لنشأة اتجاه محاولة إيجاد أخلاقيات كونية للإعلام. السبب الأول أن الأخلاقيات المحليّة الإقليميّة لم يعد بمقدورها مناقشة المشكلات الجديدة التي تواجه الصحافة العالميّة. الثاني: لقد فرضت مسؤوليات عالميّة جديدة نفسها، وأصبح لها تأثير كونيّ عالميّ. فالتقارير الإخبارية من خلال الانترنت أو الأرقام الصناعيّة تصل إلى كل مكان في العالم، وقد تؤثر في الحكومات وجيوش البلاد المختلفة. من هنا أصبح هناك حاجة لأخلاقيات كونية تناسب عالمًا تصل فيه الأخبار لجماعات ذات ثقافات وأديان وتقاليد مختلفة. كما أن مبدأ الموضوعيّة التقليديّ الذي يجب أن يتّصف به الصحفيّ التقليديّ أصبح معناه الآن أن يكون الصحفيّ موضوعياً في تقاريره بإزاء عالم متعدّد الرؤى والتقاليد والثقافات، وليس بإزاء مجتمعه الذي كان يخاطبه الصحفيّ في الماضي فقط^٢.

يضيف بعضهم مسوِّغاً آخر للحاجة لأخلاقيات كونية للإعلام، ألا وهو أننا نحيا الآن في عالم هو بالأحرى قرية كونية يحكمها مجموعة أنساق من الإعلام الحكوميّ، يحتكر كلّ منها بناء صورة للآخر تغذي روح الانقسام والفرقة هي في أغلب الأحيان صورة ليست صحيحة. نحن في حاجة إلى إعلام مختلف يؤسّس لصحافة سلمية^٣ تهدف للوصول إلى فهم للتعددية الثقافية والكونية التي نحياها. إذا كانت أخلاقيات الإعلام قد ركزت حتى وقت قريب على أخلاقيات الإعلاميّ

1. Online media

2. Ibid

3. Peace journalism

الفرد، فإننا في حاجة لأخلاقيات للإعلام تناسب العالم الكوني الذي نعيش فيه، تتأسس على اتفاقيات دولية ترى في التواصل حقاً من حقوق البشر^١.

ماهية هذه الأخلاقيات الكونية

يرى بعض أدعياء هذا الاتجاه أنهم في محاولتهم تأسيس هذا النسق الكوني من ثقافات مختلفة، لم تكن التصورات الأخلاقية لهذه الثقافات غير الأوروبية والأميريكية - مثل ضرورة احترام الكرامة الإنسانية وقول الصدق وعدم اتباع العنف - سوى تصورات غربية اقتبسها أصحاب هذه الثقافات اللأورو-أميريكية وضمنوها أنساقهم الفكرية بحيث تناسب ثقافتهم. وبالتالي تبقى الأطر الممثلة للأخلاقيات الكونية للإعلام في النهاية أطراً غربية^٢.

الحقيقة أن هذا الزعم يجافيه الصدق والموضوعية، إذ إن هذه القيم - وسأقصر حديثي هنا على الثقافة العربية الإسلامية - ليست في أساسها قيماً غربية. لقد كتب صاحب هذه الأسطر مقالاً بعنوان^٣ Arab Perspectives نُشر عام ٢٠١٤ شرح فيه المنظور العربي الإسلامي للخمسة عشر مبدأ من مبادئ أخلاقيات البيولوجيا التي أقرتها سائر الدول الأعضاء في اليونسكو عام ٢٠٠٥

1. Tehranian, M. (April 1,2002)Peace Journalism: Negotiating Global Media Ethics. In The International Journal of Press/Politics. In Journals.Sagepub.com/doi/abs/10.1177/1081180x02007002052017 -12 - تم الدخول بتاريخ 17 -

2. Shakuntala Rao and Herman Wasserman (2007). Global Media Ethics Revisited. A postcolonial critique. in Global Media and Communication [1742-7665(2007)3:1] Volume 3(1): p.30. In <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1742766507074358> تم الدخول بتاريخ 17 - 12 - 2017

3. 'Arab Perspectives (2014) 'in H.A.M.J. ten Have, B. Gordijn (eds.), Handbook of Global Bioethics, Springer Reference, 291 - 269 .

في وثيقة الإعلان العالمي لأخلاقيات البيولوجيا وحقوق الإنسان^١. هذه المبادئ هي احترام الكرامة الإنسانية، المنفعة والضرر، الاستقلالية والمسؤولية الفردية، الموافقة المستنيرة، ناقصو وفاقدو الأهلية، احترام الضعف البشري والسلامة الشخصية، الخصوصية والسرية، العدالة والمساواة والإنصاف، عدم التمييز وعدم الوصم، احترام التعددية والتنوع الثقافي، التضامن والتعاون، المسؤولية الاجتماعية والصحة، التوزيع العادل للمنافع، حماية الأجيال المستقبلية، حماية البيئة والتنوع البيئي والمحيط الحيوي. لم يعن كاتب هذه الأسطر بشرح المنظور العربي الإسلامي لهذه المبادئ من حيث إنها في أصلها مبادئ غربية تمت الاستعانة بها في ثقافتنا العربية الإسلامية، ولكنه أراد أن يبين كيف أنها جزء لا يتجزأ من الثقافة الإسلامية منذ نشأة الإسلام. حيث دلت كاتب هذه الأسطر على ذلك باستشهادات من القرآن والسنة. كان ملخص رأي كاتب هذه الأسطر أن سائر المبادئ يمكن أن نجد أساسها في المبدأ الأول، ألا وهو احترام كرامة الإنسان. للإنسان كرامة في المفهوم الإسلامي؛ لأن الله اختاره خليفة له على الأرض. لحفظ هذه الكرامة يجب الامتناع عن الإضرار بها ونسعى إلى نفعها، واحترام كرامة الإنسان تعني احترام خصوصيته واستقلاليته في اتخاذ القرارات، وهي الاستقلالية المحكومة بالمسؤولية. تظهر استقلالية الإنسان في حقه في تقديم الموافقة. يجب حماية ناقصي الأهلية وفاقديها كجزء من احترام كرامتهم، وكذلك يجب احترام ضعفهم؛ ولأنّ البشر خلفاء الله على الأرض، فلا تمييز بين شخص وآخر، وهو ما يعني ضرورة تحقيق العدالة والمساواة والإنصاف، وعدم التمييز وعدم الوصم. لا ينطبق هذا على الأجيال الحالية فقط، ولكن ينسحب على الأجيال المستقبلية أيضاً. ولأنّ البيئة بكلّ مكوناتها من خلق الله، فلها قيمة

1. Universal Declaration of Bioethics and Human Rights

في ذاتها، وهو ما يعني ضرورة حمايتها لذاتها، وليس من أجل الأجيال القادمة فقط^١.

نعم، يتفق كاتب هذه الأسطر على أن حظّ العرب حتّى الآن من التنظير قليل، إلى الدرجة التي يزعم بها أنه لا وجود لنظرية أخلاقية عربية إسلامية تتأسس على مبادئ أخلاقية نابعة من البيئة الإسلامية يمكن الاستعانة بها بشكل كليّ في حلّ المشكلات الأخلاقية لأيّ ميدان من ميادين الأخلاقيات التطبيقية. إلاّ أن هذا لا يعني أنّ هذه المبادئ غير موجودة وأنّها ليست جزءاً من ثقافتهم. هناك فارق بين عدم تنظيري للمبادئ التي تحكم - أو يجب أن تحكم - سلوكي وبين عدم وجودها. قد يقول قائل إنّ هذه المبادئ التي شرحها كاتب هذه السطور في المقال الأجنبيّ سالف الذكر مبادئ خاصّة بميدان بحث آخر، وهو أخلاقيات البيولوجيا، ولكننا نقول إنّ الكثير من هذه المبادئ ينطبق على مجال الإعلام، مثل حماية كرامة الإنسان، وعدم الإضرار والمنفعة، وعدم التمييز والعدالة واحترام التعددية والتنوع الثقافي والخصوصية والسريّة والمسؤولية الاجتماعية، وأنّ معنى المبادئ الأخلاقية ثابت لا يتغيّر. يختلف الأمر فقط في طريقة تطبيق المبادئ واستخدامها من مجال لآخر، فمعناها لا يختلف سواء أطبقت على مجال البيولوجيا أو الإعلام أو الإدارة أو أيّ مجال من مجالات الأخلاقيات التطبيقية.

1. Arab Perspectives 2014, in H.A.M.J. ten Have, pp.269-270

لائحة المصادر والمراجع

١. الكسو «الاستراتيجية العربية للبحث العلمي والتقني والابتكار». جامعة الدول العربية. ٢٠١٤: تمّ الدخول بتاريخ ٢٠ - ٠٦ - ٢٠١٧.
<http://www.alecso.org/en/2016-04-06-07-56-24.html>
2. Darwish, B. (2014). 'Arab Perspectives' (2014) in H.A.M.J. ten Have, B. Gordijn (eds.), Handbook of Global Bioethics, Springer Reference, pp. 269-291
3. Kieran, Matthew (1999). Media Ethics. Praeger, Westport, Connecticut London.
4. National Association for Science Writers (2014). Code of Ethics for Science Writers. In <https://www.nasw.org/code-ethics-science-writers> تمّ الدخول بتاريخ 12 - 2017 .
5. Shakuntala Rao and Herman Wasserman (2007). Global Media Ethics Revisited. A postcolonial critique. in Global Media and Communication [1742-7665(2007)3:1] Volume 3 (1): 29 -50. In <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/17427665070743582017> - 12 - 17 تمّ الدخول بتاريخ 17 - 12 - 2017
6. Tehranian, M. (April 1, 2002) Peace Journalism: Negotiating Global Media Ethics. In The International Journal of Press/Politics. In [Journals.Sagepub.com/doi/abs/10.1177/1081180x02007002052017](https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1081180x02007002052017) - 12 - 17 تمّ الدخول بتاريخ 17 - 12 - 2017
7. Ward, S. Global Media Ethics. Center for Journalism Ethics. School for Journalism and Mass Communication. University of Wisconsin-Madison. In <https://ethics.journalism.wisc.edu/resources/global-media-ethics> تمّ الدخول بتاريخ 17 - 12 - 2017

إمبريالية العالم الافتراضي الميديا الغربية وتأثيراتها على المجتمعات المدنيّة

صابرين زغلول السيد^١

تمهيد

إلى أيّ مدى استطاعت الميديا أو ما يسمى بالعالم الافتراضيّ أن تغيّر نمط الحياة الثقافيّة واتجاهات السلوك الاجتماعيّ في العالم ومجتمعنا العربيّ والإسلاميّ بنحو خاصّ؟ ...

تبحث هذه الدراسة في أثر ثورة الميديا في بيئات المجتمع المدنيّ من النواحي الأخلاقيّة والثقافيّة واتجاهات السلوك العام. وقد جرت مقارنة هذه القضية انطلاقاً من أبرز الفرضيّات والنظريّات التي سادت المجتمع الثقافيّ الأوروبيّ، وتحدّثت عن البعد الاستعماريّ في إستراتيجيّات الميديا وانعكاساتها على المجتمعات الأهليّة في البلدان الخارجة عن جغرافيّات التمرّكز الغربيّ في أوروبا وأميركا الشماليّة. وفي هذا السياق أضاءت الدراسة على ما قدّمه عالم الاجتماع الفرنسيّ جان بورديار في هذا الشأن بوصفها نموذجاً نقديّاً للسلوك الاستعماريّ في عالم الميديا.

يشهد عالمنا المعاصر على الكثير من الفوائد التي قدّمها الميديا في الميادين الإنسانيّة المختلفة، فقد أنتج مما عرف بالعالم الافتراضيّ الرغبة في التواصل

١. أستاذ فلسفة الدين في جامعة عين شمس - جمهورية مصر العربيّة.

والحوار وتبادل الآراء، وهو ما يؤكد سعي الأفراد نحو إثبات الذات ونشر الأفكار؛ حيث أصبحت الهوية الافتراضية عند غالبية الأفراد انعكاساً لهوياتهم الحقيقية. فقد رأى كثيرون في مجتمعاتنا الإسلامية أنهم عن طريق الهوية الافتراضية يكونون أكثر تفاعلاً ونشاطاً ومشاركة وأحسن تصرفاً عما هي عليه الحال في الواقع الفعلي، وذلك لخصائص هذا العالم الذي يركّز على التواصل الفكري وليس على المظهر الفيزيائي المباشر. إلا أن القدرة على إخفاء الهوية أدّى وبشكل سلبي إلى عدم مصداقية الهويات الافتراضية التي شجّع بعضها على اختراق الحدود الدينية والأخلاقية والسياسية... الخ، وقد أدّى ذلك إلى انقلاب الوسائل التكنولوجية وحرفها عن مسارها الصحيح، فأصبحنا بسبب ذلك كلة فريسة سهلة للحرب المعلنة على القيم. ما أدى لفقد كثير من بديهيات القيم قيمتها ومعناها الحقيقي. كما أدّى إلى وضع جديد مليء بالفراغ الروحاني كان من نتيجته صعود موجات الشك المعرفي والوجودي، فلم يعد بالإمكان التمييز الدقيق بين ما هو حقيقي وما هو مصطنع. لقد بتنا أمام أسئلة لا مناص من الإجابة عنها: هل الحقيقة هي العالم المصطنع الافتراضي أو عالمنا المادي الواقعي؟ هل ندرك أننا نعيش داخل عالم مصطنع افتراضي أو أن الميديا جعلت ما هو موهوم حقيقياً؟ ثم كيف نواجه الاغتراب الذي فقدنا بسببه هويتنا وذواتنا الحقيقية داخل عالم مصطنع مفرط؟

أسئلة كثيرة تصدّي لها فلاسفة أوروبيون في مقدّمهم عالم الاجتماع الفرنسي جان بودريار (١٩٢٩-٢٠٠٧م) الذي كتّف هذه الإشكالية بالتساؤل عما تبقى «من الواقع المادي، ونحن نشهد في كل مكان حقناً هائلاً ومتواصلاً للواقع بالصورة والتمثيل والافتراضي»^١، ومن أجل ذلك حاول بودريار في كثير من أعماله وكتاباتة التصدي لما سمّاه بعصر موت الواقع أو نهايته، الذي كان أبرز سماته نشأة

1. Baudrillard, Jean. Simulacra and simulation, 1

العوالم الافتراضية، فقام بتحليل المبدأ المادي للواقع من صراع وتناقض وجدلية ونفسي وقطعية ومجازة وثورة، والذي كان من نتاجهم جدليات هادمة نتيجة القطعية التي خلقتها العوالم الافتراضية بين الإنسان ومجمعه، فأصبح مغترباً حتى في وطنه، وأصبح يعيش بعيون المغترب بين عالمين مختلفين لم يجتمعا على حافة التماس إلا وقد افترقا، وهما العالم الواقعي والعالم الافتراضي، ومن أجل ذلك كان لا بد لنا من الوقوف على موقف بودريار من الواقع الافتراضي من خلال العديد من المفاهيم التي قدمها في محاولة للوقوف على تلك الهوية الكبيرة التي حدثت بين العالم الواقعي والآخر الافتراضي من أجل إعادة الذات المستلبة التي فقدت هويتها داخل هذا العالم ذلك العالم الافتراضي.

الواقع الافتراضي

في ظل التأثيرات التكنولوجية الحالية انطلق بودريار في تقديمه مفهوم الواقع الافتراضي^١ من خلال تقديمه فكرة الواقع المفرط^٢، والذي يعني عدم قدرة الوعي على التمييز بين الواقع ومحاكاة الواقع، وخاصة في مجتمعات ما بعد الحداثيّة التي شهدت تقدماً تكنولوجياً هائلاً، وينظر إلى الواقعية المفرطة بوصفها حالة يمتزج فيها الحقيقي والخيالي معاً بسلاسة، حتى لا يكون هناك تمييز واضح يحدّد أين ينتهي أحدهما وأين يبدأ الآخر، مما يتيح الاختلاط بين الواقع الماديّ و الواقع الافتراضيّ، والذكاء البشريّ والذكاء الاصطناعيّ، وقد يجد الأفراد أنفسهم لأسباب مختلفة، أكثر انسجاماً أو تورّطاً مع عالم الواقع المفرط، مقارنة بالعالم الحقيقيّ الماديّ؛ لذلك يرى بودريار «أنّ الواقع الحقيقي لم يعد ما كان عليه من قبل، حيث أثرت وسائل التكنولوجيا في تشكيل الوعي

1. Virtual reality

2. Hyper-Reality

الاجتماعي الجديد في العصر الحاضر، ومع تطوّر وسائل الاتصال والثورة التكنولوجية التي شهدها عصر ما بعد الحداثة أصبحت وسائل الإعلام تمارس دوراً جوهرياً في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة^١، حيث تعدّ وسائل الإعلام مصدرًا رئيساً يلجأ إليه الجمهور في استقاء معلوماته عن كافة القضايا، بسبب فاعليته الاجتماعية وانتشاره الواسع، فهو - الإعلام - بقدرته على الحراك ومخاطبة القسم الأعظم من التكوين المجتمعي يمتلك تلك الإمكانية على التأثير، لا سيّما الفضاءات الافتراضية، التي تقوم بتشكيل الوعي الاجتماعي بصورة غير مباشرة، وقد ذهب بودريار إلى أنّ المعلومات والاتصالات، أصبح يُستعاض عنها بما يعرف بالواقع المفرط الذي يحاكي الواقع الفعلي، وذلك من خلال الإثارة واختراع الأكاذيب التي تجعل من حقيقته، هي الأفضل، وقد تمّ ذلك عند نقطة تحول حاسمة من خلال الانتقال من الإشارات التي غطّت على الأشياء، إلى علامات تخفي وجود هذه الأشياء، وعلى ذلك أصبح الواقع المفرط يعرف بأنّه ثقافة مليئة بالنماذج الحقيقية التي لم تكن موجودة، مما ترتّب عليه عواقب بفقدان «التمييز بين الحقيقي والمتخيّل»^٢ وأصبحنا نخطر بأنّ الحقيقي لا يحتاج لأن يكون عقلاً؛ لأنّه لم يعد لدينا المقاييس نفسها التي نحكم من خلالها على المثال الأعلى أو السلبي؛ ولذلك ساد منطق المحاكاة أو الاصطناع الذي ليس له أيّ علاقة بمنطق الحقائق أو الترتيبات العقلانية^٣، ويعتبر مصطلح الاصطناع أو المحاكاة من المفاهيم المهمة والضرورية لفكّ ألغاز الواقع المفرط عند بودريار، ولذلك لا بدّ لنا من تسليط الضوء على هذا المفهوم.

1. Ibid, 22.

2. Hyper-Reality, 44.

3. Ibid, 45.

الاصطناع

لعب مفهوم الاصطلاح دورًا أساسيًا في تشكيل منظومة العالم المفرد في فلسفة بودريار، ولكي نفهم مفهوم الاصطناع عنده لا بدّ من إظهار التباين بين مصطلح الاصطناع^١ والإخفاء^٢، وقد ذهب بودريار إلى أنّ الإخفاء يلزمه وجود الشيء أو لا ليتمّ إخفاؤه فهو على حد قوله يعني «التظاهر بعدم امتلاك ما نملك»^٣؛ لذا فإنّ ذلك المصطلح يعني (بما نملك)، فنحن لا نخفي شيئاً ليس بحوزتنا، لأنّه لا يمكن إخفاء اللاشيء أو العدم، كما أنّه ليس بمقدورنا حجبها طالما أنّه غير موجود، فلزم وجوب وجوده وملكه.

أمّا الاصطناع فهو «التظاهر بامتلاك ما لا نملك»^٤، وهو بهذا يعني الذي لا نملكه مدّعين امتلاكه واستمرارية ذلك الامتلاك، أو بمعنى آخر ادّعاء حضور الغائب، وذلك لأنّ موضوعاته ليست واقعيّة وغير حقيقيّة نظرها على أنّها وقائع طبيعيّة، لذلك كانت مكانة الغياب متباينة بين المصطلحين، ففي مصطلح الإخفاء مكانة الغياب ثانويّة؛ لأنّها تأتي بعد الحضور أو الوجود والملكيّة، أمّا فيما يخصّ مصطلح الاصطناع، فتلك المكانة - الغياب - أساسيّة تدخل في بنيته وصلب تكوينه؛ لأنّه يقوم عليها فهي مرجعيته الاستراتيجية، ومع ذلك فالاصطناع ليس بهذه البساطة والوضوح والتمييز؛ لأنّه أكثر تعقيداً وتركيباً وتضليلاً؛ ذلك «لأنّ الاصطناع غير التظاهر»^٥، أو التمثيل، بل بالعكس هو معارض له؛ ذلك أنّ العلامة والرمز يمثلان الحقيقة في التظاهر، وهما متكافئان مع الحقيقة الواقعيّة،

1. Simulation

2. Dissimulation

3. Ibid , 48.

4. Ibid, 55.

5. Dissimulation, 55.

في حين أن الاصطناع يبدأ من يوتوبيا هذا التكافؤ، من خلال الارتداد بالعلامات والرموز عن كل مرجعية، وبالتالي الحكم عليها بالإعدام، كذلك نجد التظاهر يحاول امتصاص ما هو مصطنع ومحاكى عن طريق تفسيره على أنه تمثيل كاذب، ولذلك فالتظاهر بالشيء لا يعني اصطناعه، على سبيل المثال من يتظاهر بالمرض - كما يقول بودريار - يمكنه ببساطة أن يستلقي على سريريه ليوهم الآخرين بأنه مريض، أمّا من يصطنع المرض فإنه يعمل على أن يعين في ذاته بعض الأعراض؛ ولذلك فإن الاصطناع متباين تمامًا عن التظاهر والإخفاء ومؤثر في الواقع على نحو مغاير لهما، حيث إن تأثيره يخلّ بالتوازن في الواقع، بل إنه يشوّه الواقع ويمزق مبادئه، في حين تأثير التظاهر والإخفاء لا يؤثر أو يغيّر من توازن الواقع؛ ولذلك فالاصطناع لا يعبر ثم يمضي ويزول، لأنه ليس استراتيجية سطحية ثانوية وإنما موجه بالضرورة ضد مبادئ الواقع ومقولاته، فالاصطناع إذًا يضع الواقع في زلزلة قويّة مفادها فقدان ثنائياته وتناقضاته، مما يعمل على زيادة الهشاشة لمبدأ الواقعية، ويرمي بظلاله على أي إمكانية للتمييز بين الحقيقة والزيف والصدق والكذب، الخير والشر، بين الواقع والخيال... إلخ، وهذا بدوره يؤدي إلى زلزلة عمق المعاني من خلال عدم التمييز بين حدودها ونظيراتها ونقيضتها، فيحدث ما يمكن أن نسميه بالدمج بين الواقع والمصطنع؛ لذلك فإن الاصطناع بكونه موجّهًا بالضرورة ضد مبادئ الواقع، فإنه يسعى إلى خلق ابستمولوجية فوضوية جرثومية أساسها التمويه والتضليل وانعدام الشفافية، مما يؤدي إلى سقوط مبادئ الواقعية وحدودها لحدوث هذا الدمج، حيث لم يكن هناك ما يميّز ذلك الحدّ الفاصل بين ما هو واقعيّ وخياليّ أو حقيقيّ وسراب زائف؛ لأن جميع تلك المصطلحات قد أزيلت الحدود بينها وبين نقيضها، «بحيث لم يعد هناك بُعد خياليّ مستقلّ

عن الواقع»^١، ولن يبقى إلا الزيف المنفصل عن الحقيقة، لقد اختلطت الأوراق والعناصر والأشياء، وفي هذا المستوى نلمس تشابهاً بين نظرة بودريار للعالم ونظرة دريدا للعالم كنصّ، فدريدا كذلك يقرّ بالطابع «المتردّد واللايقيني»^٢ للعالم. ولذلك يتساءل بودريار: بما أنّ المصطنع يخلق أعراضاً حقيقية، فهل هو مريض أو لا؟ ويجيب بقوله: «لا نستطيع أن نتعامل معه موضوعياً لا كمريض ولا كسليم هنا يتوقّف الطب وعلم النفس أمام حقيقة مرض صارت غير معروفة»^٣.

الصورة الافتراضية المصطنعة

إذن فما هي نتيجة هذا الاصطناع على الواقع؟ النتيجة أنّ الواقع بعدما أصبح مصطنعاً ومفبركاً أصبح عصياً عن الفهم ما دمنا لا نستطيع تمييز مظاهره الحقيقية عن المصطنعة؛ لذلك يقول بودريار «لقد انخرط الجميع في اللعبة، لعبة الإيهام، ذلك أنّ الاصطناع جعلنا «لم نعد نتوقّف على معيار أو مقياس أو إطار أو مرجع أنطولوجي أو قاعدة ابستمولوجية أو ضوابط أخلاقية نهائية أو يقينيات دينية تصلح للتمييز بين الأشياء ورسم الحدود وتحديد المسارات وتثبيت الأسماء وضبط الآفاق وطرده الأشباح والأوهام والتناقضات»^٤، والمثال الذي يشرح ويوضح به بودريار ذلك الاصطناع هو مثال ديزني لاند^٥، حيث يؤكّد أنّ ظاهرة ديزني لاند ليست حقيقية وليست بالمزيّفة كذلك، إنّها آلة تعمية (حجب، إخفاء...) غرضها الأساسي إعادة توليد وهم الواقع. ومن هنا - يقول بودريار - بهزال التخيل وسخريته وانحطاطه؛ ذلك بأنّ عالم ديزني لاند يريد أن يكون طفولياً

1. Dissimulation, 66.

2. Indécidabl

3. Ibid, 66.

4. Ibid, 67.

5. Disney Land

ليوهم الناس أنّ عالم الكبار هو في مكان آخر - أي - في العالم الواقعي^١ وأنّ هذا العالم هو مجرد عالم ديزني لاند، ليخفي حقيقة أنّ الطفولة الفعلية هي في كلّ مكان، وأنّه لا فرق بين ديزني لاند وبين العالم الواقعي^٢، وواقع الولايات المتّحدة الأميركيّة بالخصوص، ديزني لاند هي طفولة الكبار بأنفسهم الذين يلعبون هنا دور الأطفال لخداع الناس وإيهامهم وإخفاء طفولتهم الواقعية^٣، فديزني لاند نموذج مقولب^٤ يعبر عن الواقع الأميركيّ من دون التعبير عنه، وأساس هذه الصورة المقلوبة هي النممة أو التصغير^٥، ولا شكّ في ذلك طالما أنّ عصر الاصطناع هو عصر النممة بامتياز، على حسب تعبير بودريار، وقد ساعد على ذلك أن تحوّلت كلّ الكلمات إلى إشارات ورموز تنتقل بفعلها الدلالات عبر فضاءات لتصبح كلمات ورموزًا للخطاب؛ لذلك أصبح الواقع في نظر بودريار مجرد وهم يتميّز بالاختفاء كلّما أردنا الاقتراب منه، فمثله في ذلك مثل سراب أنشأنا من خلاله واقعا افتراضيا^٦ جاء نتيجة لاصطناع مفرط تمثّل فيه الأشياء لتحلّ محلّ الأشياء الممثّلة، وأصبح التمثيل أكثر أهميّة من «الشيء الحقيقي»^٦، وقد انتقد بودريار العلاقة بين الدالّ والمدلول عند «فرديناند دي سوسير ١٨٥٧ - ١٩١٣ م»^٧، حيث أنكر مثل جاك دريدا وجود أيّ معنى واضح، وقال بالدلالات

1. Disney Land, 88.

2. Ibid, 89.

3. Stérétype

4. Miniaturisation

5. Ibid, 89.

6. Baudrillard, for a Critique of the Political Economy of the Sign, 45.

٧. فرديناند دي سوسير ولد في ٢٦ نوفمبر ١٨٥٧ وتوفي في ٢٢ فبراير ١٩١٣، عالم لغوي سويسري شهير. يعتبر بمنزلة الأب للمدرسة البنوية في علم اللسانيات. فيما عدّه كثير من الباحثين مؤسس علم اللغة الحديث. عُني بدراسة اللغة الهندية، الأوروبية.

العائمة أو المعنى المغيب، وبالتالي «رفض التمييز بين المظاهر والحقائق الكامنة وراء هذه المظاهر»^١ وبالنسبة له، انهارت أخيراً الفوارق بين الدال والمدلول، ولم تعد العلامات تشير إلى مدلولات بأي معنى معقول، حيث يتكوّن العالم الحقيقي من الدلالات العائمة؛ ولذلك ذهب مثل الفيلسوف الألماني نيتشه، إلى وجود الحقيقة مادامت ترتبط ارتباطاً وثيقاً باللغة والخطأ والظن والمبالغة المجازية والبلاغة التخيلية ووسائل الإعلام، وقد ذهب بودريار إلى أبعد مما ذهب إليه نيتشه بصياغته لمفهوم «ما فوق الحقيقة، حيث يكون شيء ما حقيقياً فقط عندما يتحرك ضمن نطاق وسائل الإعلام، وتولّد تكنولوجيات الاتصال في مابعد الحداثة الصور العائمة بشكل حرّ، حيث لا يمكن لأحد أن يعيش أيّ تجربة إذا لم تكن بصيغة مشتقة، وقد أخذت تجربة العالم للعبث مكان أيّ ثقافة مميزة، وأصبح للعبث لهجة واحدة فقط: تلك التي تمتلكها الولايات المتحدة الأميركية. وهذا ما قاد العديد للشكّ في أنّ بودريار نفسه بمفهومه ما فوق الحقيقة، لم يعد يسكن جسداً دنيوياً^٢، حيث تحوّلت كتاباته إلى إستراتيجيات فادحة حين أصبحت العلامات والرموز بلا معنى بسبب تكرارها واختلافها، وعلى الرغم من هذا التكرار والاختلاف البيّن لكلّ من العلامة والرمز إلا أنّهما شكلاً الجوهر الجذريّ الذي صاغ به بودريار اتجاهاته الأيدولوجية والإستراتيجية الفادحة ويتّضح ذلك من عبارته الشهيرة والأكثر إثارة للجدل «أنّ حرب الخليج عام ١٩٩١م لم تكن حقيقية، بل كانت حدثاً إعلامياً» إنّها غير حقيقية، إنّها حرب دون أعراض الحرب»^٣ فهي في نظره عبارة عن وهم؛ لأنّها لم تعد موجودة بقدر

1. Baudrillard, for a Critique of the Political Economy of the Sign, 76,

٢. كارتر، ديفيد، ١٣٣

3. Baudrillard , Gulf War will did not take place, 87.

ما، إن الذي أصبح موجوداً هو فقط الوهم الذي تم فيه التعويض بالعلامات والرموز الحربيّة، فنحن لم نكن أمام حرب حقيقية بقدر ما أننا كنا أمام علامات ورموز حربيّة وهميّة ومضلّلة، وهي الحرب نفسها التي مارسها الأمريكيان على الرأي العام العالميّ من خلال وسائل الإعلام، خاصّة أنّها حرب لا معنى لها؛ لذلك فما أشارت إليه وسائل الإعلام يمكن أن ينتمي إلى الواقع بقدر ما أنّه يمكن أن ينتمي إلى الزيف، فنصبح بذلك أمام الشكّ، أي عدم اليقين والارتياب؛ ولذلك يرى بودريار أنّ القول إنّ الحرب لها وجود واقعيّ هو قول من قبيل الوهم؛ فالقول بالحرب هو تمثيليّة، نجاحها ارتبط بالقدرة التي تمّت ممارستها على ما يسمّى «الرأي العام» بفعل قوّة تغطية وسائل الإعلام التي عملت على نشر وهم مساندة الجميع للحرب، وكذا المبرّرات التي تمّ تقديمها للرأي العام على أنّها مسوّغات صحيحة؛ وبذلك حلّت عملية الحدث الإعلاميّ عن الحرب محلّ الحرب ذاتها؛ وبمعنى آخر، يرى بودريار، أنّنا لم نعد أمام اختلاف بين حرب هي حرب الكلمات أو الوهم الذي أسّست له وسائل الإعلام بتوجيه من اليمين المحافظ، خاصّة الأمريكي منه، لترويض الرأي العام، وبين الحرب التي هي الحدث ذاته الذي لن يحدث إلّا في مخيّلة هذا الأخير بفعل قوّة الإعلام التلفزيوني، خاصّة مرحلة حشد القوّات العسكريّة قبل مدّة وجيزة عن انطلاق الحرب؛ ويتابع بودريار قوله «إنّ مرجعيّة مجمل المسؤولين من رؤساء دول وسياسيين وعدد من الجنرالات والخبراء تتجسّد في الإعلام التلفزيوني الذي هو الآيّة تمدّهم بكثافة من الصور المزيفة والأخبار المعدّة قبلاً في الموضوع»¹؛ لذا لم يعد بمقدور الرأي العام المحليّ والإقليميّ والعالميّ التمييز بين الحرب الحقيقيّة والحرب الوهميّة، لقد أصبحنا أمام تمثيليّة مسرحيّة محبوكة موقعها

1. Baudrillard , Gulf War will did not take place , 90.

شاشات التلفاز، تمثيلية لم يعد بإمكان الرأي العام التمييز فيها بين ما هو حقيقي وما هو وهمي، ولا شك أن تصوّر بودريار هذا هو تصوّر يندرج تحت استراتيجية منحطة لخطابات التحرر السياسي، نظراً لعبثتها المتمثلة في كون الأحداث السياسية وغيرها هي أحداث لا معنى لها، وما على الرأي العام إلا أن يقتنع بذلك مادام هو الدائرة الوحيدة التي يتحرك من داخلها من دون رفضها، وبطبيعة الحال، فهذا القول هو تعبير أيديولوجي عن أزمة النظام الرأسمالي الذي أصبح - لكي يتجاوز أزماته-، مضطراً إلى أن يصوّر الواقع كما يريد، وكما تقتضيه مصلحته الاقتصادية؛ وهذا يتطلب تعبئة المستوى السياسي الذي أفرغ سلوكيات الرأسمالية من المضمون السياسي المتوحش وأعطاه المضمون الغامض والشديد المرونة لالتقاء احتجاجات الشعوب وثوراتها وتظاهراتها، وهو نفس التنظير والتوجه الأبستمولوجي والأيديولوجي؛ لذلك أصبح التحقق من حرب الخليج غير ممكن إلا من خلال شاشات التلفاز، فالصورة التلفزية هي نفي لأيّ إحالة واقعية أو حديثة، أو لنقل إنها الصورة الافتراضية التي تتميز بالتوالد والتكاثر، لكن بعيداً عن أيّ إحالة على الواقع؛ ولذلك عندما تصبح الصورة رمزاً لغويّاً يتحدّد مدلوله في نفي الواقع، أو لنقل عندما يتمّ تحويل الإعلام، وأهمّه التلفاز، إلى فضاء افتراضي للحدث، فهنا يصبح أمام خلق شروط مشروعية الاستعمار والغزو، وبالتالي الحصول على مشروعية إبادة الواقع وإحلال واقع افتراضي تقوم وسائل الإعلام بالدعاية لمشروعية وجوده ليصبح المشاهد شخصاً مسجوناً أمام الشاشة؛ لذلك يرى بودريار أنه لم يعد للواقع مرجعاً أو أيّ سلطة، وبالتالي لم يعد معقولاً «لقد غدا واقعاً إستراتيجياً على وجه التحديد»^١ لقد أصبح الإستوديو والشاشة كما يذهب إلى ذلك بودريار هما مركز القيادة في ميدان الحدث، وبالتالي

تغييب الميدان الحقيقي لصالح الميدان الافتراضي للحدث، وهذا يؤكد - كما يذهب بودريار - قصد تركية المصادقية على غزو العراق وغيره من دول الشرق الأوسط، بل وغيره من باقي دول العالم - مثال رومانيا وقصد محاكمة وإعدام تشاوسسكو ١٩١٨ - ١٩٨٩ م^١ وعلى ذلك يرى بودريار أن الخبر والصورة لم يعودا في قبضة مبدأ الحقيقة والواقع^٢ بل أصبحا في قبضة المحاكاة أو الاصطناع الحاكم على كل أفعالنا من خلال انخراطنا في العوالم الافتراضية، ووفقاً لما ذكره بودريار انعكس هذا على الفرد و المجتمع، حيث فقد الفرد هويته في ما يسمّى بالثبات الذهني للشبكات^٣ ولم تعد الأفكار الفردية ذات صلة بالموضوع واستعوض عنها بالأصوات والأفعال التي تتردد أصدائها في الشبكات بتضخيمها وتشويهها، وهو ما أدى إلى نتائج عشوائية غير متوقعة، ولا يمكن لأحد أن يتحكم فيها، حيث استعوض عن الهوية الفردية بالهوية المفرطة (للشبكة أو المجموعة)، ويتساءل بودريار: أليس هذا غريباً على عكس ما نشكو منه من أنانية مفرطة، وهوس بالذات و النرجسية الفردية؟ فهل يكون شيئاً جيداً أن يوجه الناس أنفسهم أكثر نحو المجتمعات الافتراضية؟

هنا يذهب بودريار إلى أنه إذا لم يكن هناك واقع مشترك خارجي يختبر فيه الناس أفكارهم، فلن يوجد بذلك أساس لالتقاء الأفكار، وبالتالي تتلاشى الهوية شيئاً فشيئاً، وقد ساعد على ذلك وجود أشياء في الواقع الافتراضي من شأنها أن تساعد على الاغتراب النفسي والاجتماعي للفرد، فلم يعد المرء في الواقع الافتراضي يتفاعل مع أشخاص آخرين (مؤلف، فنّان) فأصبح التفكير ينشط من

١. نيكولاي تشاوتشيسكو هو سياسي روماني راحل، وكان الأمين العام للحزب الشيوعي الروماني في الفترة من ١٩٦٥ إلى ١٩٨٩، وكان هو الزعيم الشيوعي الثاني والأخير في البلاد.

2. Baudrillard, Symbolic Exchange and Death, 122

٣. بودريار، الفكر الجذري، ١٣.

خلال أدوات جاهزة تعرض، وأصبح الفرد من خلال العالم الافتراضي يبني عالمًا هو أشبه بالمعبودات التي يفضّلها، كذلك أصبحت الشبكات الاجتماعية، مثل الفيسبوك عالمًا منغلّقًا على نفسه حيث يتم اختيار الآخرين وفقًا للتشابه الذي يتجمّع حوله الناس فيغلقون تفكيرهم على أنفسهم في شبكات أو مجموعات، ونتيجة لذلك فإنه نادرًا ما يستطيع المرء مساعدة نفسه على التحرّر من الاندماج، وبدلًا من ذلك يحدث النقيض، حيث يدمر المرء قيم التسامح والتعاطف والفهم للآخرين الحقيقيين، من خلال انغلاق العقول التي تنحصر في المرسل والمتلقّي فتصبح مماثلة من دون أيّ إبداع، ووفقًا لما يسمّيه بودريار يحدث نوعًا من الالتواء يؤدّي إلى فقدان المعلومات والتنوع في الحياة؛ ولذلك تؤدّي الزيادة في المعلومات إلى نتيجة عكسيّة، حيث ينتج منها ضالة القيمة المعلوماتيّة؛ ولذلك يؤكّد بودريار من خلال عبارته المشهورة «إنّ ما يزدهر بنفس الطريقة سيهلك بنفس الطريقة»¹ وقد ساعد على ذلك سبيان:

أولاً: مع تكنولوجيا الاتصالات يحدث انفجار من الرسائل والصور التي نلتقي حولها والتي كثير منها ينشأ نتيجة التكرار، والازدواجيّة، والتضخيم من خلال صدى شبكة الإنترنت، نظرًا لسهولة انخفاض تكلفة الاتصالات ذلك يسمح ببذل جهد أقلّ مما ينتج منه تفكّك المعلومات في نهاية الأمر.

ثانيًا: إنّ ما يرسله الناس ويختارونه، عبارة عن ثرثرة ينتج منها انخفاض للقيمة المعرفيّة، التي تؤدّي لفقدان القيمة المعرفيّة في بعض الفئات الاجتماعية، وبالتالي فقدان التفرقة بين الآراء والأفكار، وهذا الأمر يتعارض مع طبيعة الحياة ذاتها، ويشكّل شكلاً من أشكال الانحلال والموت، نتيجة لتعصّب تلك العقول المغلقة، التي تساعد على قتل الحياة الثقافيّة؛ ولذلك ومن أجل بقاء الحياة من

1. Baudrillard, The Mirror of Production, trans, 120.

خلال الاتصالات، فإن ذلك يحتاج إلى فتح هذه المجتمعات المغلقة، من أجل استيعاب الحياة والعيش فيها، ومن أجل ذلك طالب بودريار بضرورة استيعاب أن عالمنا هو عالم الواقعية المفرطة أو الواقع الفائت، الذي هدم حدود الواقع لينفتح على أضداده لتصبح هذه الأضداد مندمجة فيه، كذلك لا بد من فهم أن استراتيجية الاصطناع تعني الاختلاف بين الحقيقي والمزيف، فمن منّا سيقول مثلاً إن الصور المنقولة على شاشة القنوات الأخبارية بالخصوص غير واقعية أيضاً؟ صحيح أنها نسخ عن الواقع، لكنّها استطاعت أن تحلّ محلّه من حيث القيمة وأصبحت أكثر واقعية منه، لذلك ينبغي ألا ننظر إلى الافتراضي والاصطناعي من جهة أخرى «كشيئين متعارضين أو كقطبين متناقضين»¹؛ ذلك أن الافتراضي والاصطناعي هما بالفعل أكثر واقعية من الواقعي ذاته، ونتساءل الآن كيف أثر الواقع المفرط الافتراضي في منظومة المجتمع المدني؟ يقدم بودريار ذلك التأثير من خلال مفهوم المجتمع الاستهلاكي الذي سنعرض له بإيجاز في السطور الآتية.

المجتمع الاستهلاكي

كان من مظاهر التكنولوجيا المعاصرة ما يعرف بظاهرة المجتمع الاستهلاكي الذي بدأ في الدول المتقدمة الغنية كتطور طبيعي، ونتيجة لارتفاع مستوى الدخل، بعد أن أشبع معظم الناس حاجاتهم الأساسية، وقد ساعد على ذلك ضغط الحكومات والمؤسسات الكبرى لفتح أبواب الاقتصاد، قبل أن يشبعوا الحاجات الضرورية لمعظم الناس، وقد نظر بودريار لظاهرة المجتمع الاستهلاكي على أنّها نهج سوسيولوجي لمجتمع الرأسمالية الاستهلاكية، جاء مع ذروة المفاهيم المعاصرة بين ما ذهب إليه إميل دور كايم (١٨٥٨ - ١٩١٧ م) لتقسيم العمل

1. Baudrillard, The Mirror of Production, 120.

وتغيير التصنيع للمجتمعات من البساطة والاتساق إلى التخصص والاختلاف، وبين ما ذهب إليه ماكس فيبر (١٨٦٤ - ١٩٢٠ م) في التفرقة بين الأخلاق البروتستانتية وأخلاقيات الرأسمالية، وبالنسبة لبودريار، كان الاستهلاك هو السمة الرئيسة للمجتمعات الغربية، من حيث إنه «الاستجابة العالمية التي تركز عليها المنظومة الثقافية بأكملها»^١. وي طرح بودريار مفهوم الاستهلاك على أنه أصبح وسيلة للتفرقة، وليس للترضية، وهو نتيجة طبيعية لتولي الهيئات والأفراد هذه المسألة حيث تلاشى العالم الحقيقي الواقعي واستعاض عنه بعلامات وهمية من العالم الحقيقي.

وقد دعم ذلك موجات الدعاية والإعلان لسلع تافهة وغير ضرورية، مع تصويرها بأن الحياة لا يمكن أن تستمر من دونها، حيث أصبحت السلع نتيجة للتواصل الإعلامي والإعلاني عبارة عن منتجات من الممارسات البشرية، مثل (الشالات الهندي، والمسدسات الأميركية، والخزف الصيني والتوابل من المناطق المدارية... إلى آخره)^٢. وقد نتج من ذلك توترات شديدة، تفوق بكثير ما أنتجته ظاهرة المجتمع الاستهلاكي من توترات في البلاد التي أبدعتها، وقد نظر بودريار إلى مجتمع الاستهلاك من خلال كيفية التحول من الليبرالية باعتبارها الصورة التي يرى عليها الغرب الرأسمالي نفسه إلى مجتمع الاستهلاك الذي هو الواقع الحالي والنهاية الأخيرة التي وصل إليها هذا الغرب، وقد عبرت دراسات بودريار عن مدى تحول القيم والمثل البورجوازية والأيدولوجيا الليبرالية إلى قيم ومعايير استهلاكية تتحكم بها المؤسسات الكبرى ووسائل الإعلام من خلال نسق من الرموز والعلامات التي لها منطقتها الخاص وحياتها الخاصة التي تلغي

1. Baudrillard , America, 122.

2. Ibid, 136.

الحياة الواقعية للبشر، كما عبرت دراساته أيضًا عن الكيفية التي يصنع بها الإعلام والاتصال عالمًا صناعيًا يمثل واقعًا أكثر واقعية من الواقع نفسه^١، حيث يتحوّل المجتمع الاستهلاكيّ المعاصر بهذه الوسائل الإعلامية إلى أسطورة، ولهذا فهو ليس بحاجة إلى إنتاج الأساطير حسب ما يؤكّده بودريار بقوله «يمكن القول إنّ عصر الاستهلاك بوصفه المآل التاريخيّ لكلّ المسارات الإنتاجية المتصاعدة تحت برج الرأسمالية، وهو أيضًا عصر الارتهان الجذريّ، فقد شاع منطق السلطة وعمّ، إذ إنّه يسيّر اليوم سيرورات العمل والمنتجات المادية، مثلما يسيّر الثقافة بأسرها والحياة الجنسية والعلاقات الإنسانية، وصولًا إلى النزوات الفردية، وهذا المنطق استرجع كلّ شيء، لا بمعنى أنّ كلّ الوظائف وكلّ الحاجات قد تموضعت واستعملت لأغراض الربح وحسب، بل بالمعنى الأعمق أيضًا، حيث تمسرح كلّ شيء، أي تبرمج في خيالات، في علامات، في نماذج قابلة للاستهلاك^٢.

ويرى بودريار أنّ ثقافة المجتمع الاستهلاكيّ في المجتمعات المعاصرة قد وصلت إلى النقطة التي اختفى فيها الحقيقيّ واستعيض عنها بنماذج «مصطنعة هي جوهر الواقعية المفترطة؛ ولذلك يتمحور قلق بودريار حول مشكلة السلعة ودورها في المجتمع والثقافة، وقد أسس ذلك من خلال الرجوع لفلسفة ماركس العامة في «رأس المال»، حيث جادل ماركس بأنّ المنطق الأساسيّ للمجتمعات الرأسمالية هو تراكم الثروة من خلال «الجمع الهائل للسلع الأساسية التي تظهر في شكلها الأوّل كسلع فردية^٣ وقد حاول بودريار تحرير هذا المفهوم الذي ساد في القرن ١٩ من خلال فلسفة ماركس، وخاصة أنّ حقبة ما بعد الحرب

١. منصور، الليبرالية إلى مجتمع الاستهلاك.

٢. ودريار، «المجتمع الاستهلاكيّ - دراسة في أساطير النظام الاستهلاكيّ وتراكيبه»، ٢٥٧.

٣. م. ن: ٢٥٧.

العالمية الثانية كان فيها التقدّم في مجال العلم والتكنولوجيا ممهّداً للأشكال الجديدة لتحليل السلع الأساسية، وهذا الأمر ينطوي على إشكالية خاصة في مجال الاتصالات؛ ولذلك كان تحليل بودريارد متتبّعاً للمشكلة الأساسية للسلع الأساسية بوصفها «المشكلة الهيكلية لجميع المجتمعات»^١، وكان بودريارد يتوقّع أهميّة دور الاتصال في تحليل السلعة، وبالتالي كان ينظر في تحليله نموذج السلع الأساسية من خلال عدسة «شبه اللغويات» حيث توقّع أهميّة الاتصال في تحليل الظاهرة الاجتماعية التي لم يتمكّن ماركس من القيام بها؛ ولذلك وجد بودريارد أنّ ماركس لم يكن قادراً على فهم شكل أبسط مفهوم للسلع الأساسية؛ ولذلك رأى أنّ تحرير التكنولوجيا في الثورة الصناعية لم يكن تحريراً لقوّة محضّة، لكنّه كان تطوّراً تحت سيطرة الجماعات السياسية والعسكرية الحاكمة السابقة، كأداة للهيمنة والتمييز.

وما عزّز هذه الفكرة أنّ مجتمعنا الحاليّ في واقعه عبارة عن مجموعة معاني من الرموز والعلامات، وأنّ التجربة البشرية هي محاكاة للواقع، حيث المفاهيم الحالية للدخل ورأس المال وما إلى ذلك لم تعد تشير إلى الأشياء الحقيقية، وأنّ الأحداث لم تعد وفقاً لمنطق التمثيل الشفّاف أو اقتصاد المعلومات^٢. وقد جادل بودريارد في أنّ الزيادة في العلامات والرموز في أواخر القرن العشرين للمجتمع العالميّ قد تسبّبت في كثير من المفارقات المتناقضة.

وفي الواقع سقطت الثقة في الليبرالية والماركسية، وأصبحنا نعيش في حالة من الجدل؛ نظراً لأنّ العالم الدوليّ يعمل على مستوى تبادل العلامات والسلع الأساسية، فقد أصبح أعمى أكثر من أيّ وقت مضى للأفعال الرمزية مثل

١. م. ن، ٢٥٧.

٢. م. ن، ٢٥٨.

الإرهاب، ونفّلت القوّة من سيطرة الشركات، وتدخل في الأساطير الاجتماعيّة بوصفها المورد المفتوح للجميع، وبريئاً، و متميّزاً عن العمليّة السياسيّة؛ ولذلك أصبحت التكنولوجيا ليست مجرد أداة للهيمنة على الطبيعة بل هي أداة للإتقان الاجتماعيّ. وقد ساعد على ذلك ما يعرف بالفكر الجذريّ ذلك المصطلح الذي نحته بودريار، فماذا يقصد بهذا الفكر؟

الفكر الجذريّ

الفكر الجذريّ عند بودريار ليس فكراً نقديّاً أو جدليّاً، بقدر ما يكون فكراً تأرجحياً يقوم على التسليم بفكرة العلاقة المتوافرة بين الفكر والواقع، بمعنى عدم إحلال الواحد محلّ الآخر أو النيابة عنه؛ وهذا راجع في نظره إلى عجز الفكر عن امتلاك الواقع الفعليّ لصالح الواقع الوهميّ أو المتخيّل أو بمعنى آخر الافتراضيّ، وبلغة أخرى «الفكر الجذريّ» حسب بودريار هو موت الواقع، إنّه الفكر الذي يتبنّى ويحتضن المعنى واللامعنى أو الحقيقة والزيف في الوقت نفسه، نظراً لاستحالة تجاوز حالة التوتّر الذي صنعه الواقع المفرط، ويشير بودريار تساؤلات متكرّرة حول ما سمّته ما بعد الحداثة بميتافيزيقا الواقع، نظراً لنتائج التطوّر التكنولوجيّ والمعلوماتيّ التي عملت على تغييب الواقع والدعوة لنقيضه من خلال الواقع الافتراضيّ الذي يتميّز بإيقاع زمنيّ سريع يفوق قدرة الإنسان على متابعته ومسايرته؛ لذلك تمكّن من الإحلال محلّ وعينا وقدراتنا الإدراكيّة، وأصبح ينوب عنه في ممارسة مهامه، وهو في واقع الحال أصبح يعنى تخليّ الإنسان نفسه وبشكل طوعيّ عن أدوات إدراكه؛ فعلى سبيل المثال لم يعد يثق في حواسه الطبيعيّة التي منها العين بما تراه وتبصر؛ لأنّ شاشات التلفزة وتقنيات المعلومات أصبحت تمدّه بما لا تستطيع عينه رؤيته، وقد أنتج ذلك لنا

وضِعاً على مستوى آخر هو تجاوز المكان لصالح الزمن؛ لذلك اختفت أهميّة المكان بفعل سرعة إيقاع السرعة، فلم يعد مفيداً التمييز بين الماضي والحاضر والمستقبل، ولم يعد مفيداً التمييز بين هنا وهناك؛ لأنّ ذلك أصبح عبارة عن وهم بصريّ.

ومن هنا تمّ تدمير الأزمنة الثلاثة السابقة الذكر، لصالح زمنين اثنين هما: الزمن الحقيقيّ، وهو بالذات زمن البثّ المباشر، والزمن المؤجّل وهو بالذات زمن البثّ اللاحق ويقصد بودريار بذلك أنّ قيمة الفكر لم تعد تستمدّ من تطابقها مع الحقيقة بقدر ما أنّها أصبحت تستمدّ من اختلافه الجذريّ عنها بمعنى أنّ موقعه ووجوده وعينا قد أصبحا خارج الزمن الواقعيّ أو لنقل إنّ وجوده أصبح دوماً وجوداً مؤجّلاً، وفي هذا يقول بودريار إنّنا لا نوجد واقعياً إلاّ فيما سمّاه «باللاوعي والنوم والموت»¹، فالوعي أصبح هو الإيمان بالوجود الوهميّ للعالم الذي اعتبره أساس الوجود، لا الإيمان بالواقع، وفي هذا يقول بودريار: «إنّ الغريزة الأهمّ بالنسبة للإنسان هي غريزة الصراع ضدّ الحقيقة، وبالتالي ضدّ الواقع، فالإيمان بالواقع هو بمنزلة الحلقة الأكثر ضعفاً في فهم الواقع أو العالم الذي لا يعدو كونه قد أصبح، حسب تعبير بودريار «المأوى الأخير لحراس العقيدة»² ويرى بودريار أنّ العلاقة التي تربط الفكر بالواقع لم تكن ولا يمكن أن تكون علاقة تطابق بقدر ما هي علاقة توتر مستمرّ وأبديّ؛ ومن هنا فأهميّة الفكر الجذريّ ووظيفته تكمنان في إبراز الهوة القائمة بينهما؛ وهذا ليس بتيئيس بقدر ما هو كذلك بالنسبة للنقد السياسيّ الذي يتجاهل أهميّة الكتابة التي هي المعنى واللغة، أو لنقل إنّ نقد يتجاهل الخطاب الذي هو عبارة عن تحويل لمواضيع

1. Baudrillard , The Illusion of the End, 22 & 33.

2. Ibid, 33.

العالم إلى وهمٍ يسمّى «بالمعنى» الذي هو في هذه الحالة معنى شقيّ؛ ولكن لغة هذه الكتابة تبقى دوماً سعيدة، في نظر بودريار، على الرغم من إحالتها على عالم بلا أمل؛ وهذا بالضبط هو تعريفه مفهوم الفكر الجذريّ: «معرفة سعيدة وفهم بلا أمل^١. إنّه مفهوم يشير إلى وصف المعنى وهمه في الوقت نفسه، وعموماً، فبودريار يحدّد موضوع الفكر الجذريّ في فكرة الوهم؛ وخلفيته في ذلك هي إبراز أنّ المفهوم يكون غير قابل للفهم، والظاهرة غير قابلة للقراءة؛ أمّا التقديم المزيّف للواقع، فيكون أكثر وضوحاً؛ لذلك يقول: «على الفكر أن يكون ممارسة سرّية، تماماً كبيع مادة ممنوعة. أمّا القاعدة المطلقة، فهي جعل العالم غير قابل للقراءة، بل وأكثر من ذلك جعله غير مقروء»^٢.

خاتمة

من خلال هذه المفاهيم السابقة التي عرضها بودريار نلاحظ أنّها مفاهيم تساعد على اختلاط الهوية باللاهوية الافتراضية اللتين أصبحتا نتاجاً لانتفاضة الذات على نفسها ودخولها في حالة من الاغتراب؛ لذلك يصبح الانسحاب والتبديل وجهان يتجانسان بوفرة في تلك الذات المغتربة، حيث تنسحب الذات من العالم الواقعيّ لتتبدل جزئياً أو كلياً، اجتماعياً أو عقائدياً أو سياسياً أو ثقافياً أو جميعهم، فتُنشئ هويتها الخاصة في أرض افتراضية جديدة حيث اللاقانون يحكم، وفوضى الحرية التي تعدّ النظام الأساسيّ فيه، فتصبح تلك التربة هي الأرض الخصبة لإنبات تلك الهويات المستحدثة للذات بديلاً من هويتها الواقعية. مما ينعكس أثره في العالم الواقعيّ في شتى اتجاهاته الاجتماعية والدينية والأخلاقية... إلخ، ولعلّ هذا الانسحاب المتسارع من العالم الواقعيّ للعالم الافتراضيّ دليل على

1. Baudrillard, The Illusion of the End, 33.

2. http://mohammed-boujnal.blogspot.com/2011/09/blog-post_3742.html .

عظم الهوة بينهما، وحجم التباين بين العالمين، حيث عالمنا المعاصر يميل إلى أحدهما ويدعمه بدعائم التطور التكنولوجي والسرعة، فالعالم الافتراضي على سبيل المثال هو عالم يعتمد على التكنولوجيا المتطورة والتي بدورها لا تحتاج إلى تعقيدات أو روتين في إبداء الرأي أو إثبات الحجّة أو أدونات عدّة لتقديم هذا الرأي لأحدهم أو لجماعة ما، بل يمكنك بكبسة زرّ واحدة أن ترسل رأيك ومضمون فكرك لمئات أو ألوف أو يزيد، معلناً به على الملأ أنّ العالم الواقعي لن يستطيع مجاراة تلك السرعة أو التطور التكنولوجي اللذين توغّلا إلى صميم حياتنا، فأصبحت ناقوس خطر يدقّ باستمرار ليخبرنا أنّنا نعيش في وجود افتراضي بعيد كلّ البعد عن العالم الحقيقي، ليتكوّن هذا الواقع المفرط بعد دمج الواقعين الحقيقي والافتراضي، والذي لا نتيجة له إلا موت الواقع الحقيقي، حيث الاصطناع هو الذي يقول الكلمة التي تسمعها الأذان وتعيها العقول، وحيث كلمته هي الكلمة الأخيرة.

لائحة المصادر والمراجع

١. بودريار، جان، الفكر الجذريّ، أطروحة موت الواقع ترجمة منير الحجوجي وأحمد القصور دار توبقال للنشر العام ٢٠٠٦.
2. _____، «المجتمع الاستهلاكيّ - دراسة في أساطير النظام الاستهلاكيّ وتراكييه»، تعريب: خليل أحمد خليل - دار الفكر اللبنانيّ - بيروت، ط: ١٩٩٥.
٣. كارتر، ديفيد، ترجمة باسل المسالمة، دمشق، التكوين للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٠.
٤. منصور، أشرف، من الليبرالية إلى مجتمع الاستهلاك موقع الحوار المتمدّن:
<http://www.m.ahewar.org/s.asp?aid=85418&r=0>
5. Baudrillard, Jean, The Mirror of Production, trans. Mark Poster, St Louis: Telos., 1975.
6. _____, for a Critique of the Political Economy of the Sign, trans. Charles Levin, St Louis: Telos, 1981
7. _____, Jean. Simulacra and simulation (S. F. Glaser, Trans.). Ann Arbor, MI: University of Michigan. (Original work published 1994
8. _____, The Illusion of the End, trans. Chris Turner, Cambridge: Polity, 1994.
9. _____, Gulf War will did not take place, Translated and with introduction Paul Patton, Bloomington and Indianapolis, Indian university press, 1995.
10. _____, Jean, Symbolic Exchange and Death, trans. Iain Hamilton Grant.
11. _____, America, trans. Chris Turner, London & New York: Verso, 1988.
12. http://mohammed-boujnal.blogspot.com.eg/2011/09/blog-post_3742.html

الفصل الثالث:
نقد الميديا الاستعماريّة

الميديا اليهودية ملحمة التضليل الكبرى في السيطرة على العالم

خضر إبراهيم^١

لا شك بأن سيطرة اليهود على الكثير من الأجهزة الإعلامية العالمية، وكذا المؤسسات الدولية - أمر لا يستطيع أحد إنكاره؛ فهم يعملون ليل نهار لتحقيق هدفهم المنشود في السيطرة على العالم، واحتواء شعوبه، والسيطرة على مقدراتها والتأثير على وعيها. ولقد خطط اليهود على مدى أجيال طويلة لتحسين صورة اليهودي، ولم يجدوا وسيلة لذلك إلا السيطرة على وسائل الإعلام العالمية؛ ففي عام ١٨٩٧م كان المؤتمر الصهيوني الأول الذي انعقد برئاسة «تيودور هيرتزل» في مدينة (بازل) بسويسرا - نقطة تحوّل خطيرة؛ إذ أبدى المجتمعون أن مخطّطهم لإقامة دولة إسرائيل لن يُكتب له النجاح إذا لم تتم لهم السيطرة على وسائل الإعلام العالمية، خاصة الصحافة.

والواقع أن اليهود استطاعوا السيطرة على الكثير من وسائل الإعلام في أوروبا وأميركا. ففي بريطانيا على سبيل المثال سيطروا على عشرات الصحف مثل «التايمز»، و«الصنداي تايمز»، ومجلة «صن» ومجلة «ستي ماغازين»، وغيرها، وقد نُشرت إحصائية عام ١٩٨١م تُشير إلى أن مجموع ما توزّعه كل يوم ١٥ صحيفة بريطانية واقعة تحت السيطرة الصهيونية - في بريطانيا وخارجها - يبلغ حوالي ٣٣ مليون نسخة. وفي أميركا تقذف المطابع يومياً بـ ١٧٥٩ صحيفة يتلقفها ٦١ مليون أميركي، بالإضافة إلى ٦٦٨ صحيفة أسبوعية تصدر يوم الأحد،

١. كاتب وباحث في الإعلام المعاصر - لبنان.

ويُشرف على توزيع هذا العدد الهائل من الصحف حوالي ١٧٠٠ شركة توزيع يسيطر اليهود سيطرة كاملة على نصفها، وسيطرة أقل على النصف الباقي. أما في فرنسا حيث لا يزيد عدد الجالية اليهودية على ٧٠٠ ألف نسخة، فيحظى اليهود بنفوذ كبير في الحياة السياسية والاقتصادية، وتلعب وسائل الإعلام التي تقع تحت سيطرتهم المباشرة أو غير المباشرة دورًا فعالًا في تكريس النفوذ الصهيوني في فرنسا.

وبطبيعة الحال فإن الاستحواذ اليهودي على وسائل الإعلام لم تقتصر على الصحافة المكتوبة، بل تعدتها إلى ميادين الفن والإعلان بصنوفه المختلفة؛ لذلك سيشهد العالم الأوروبي سيطرة اللوبي اليهودي على صناعة السينما والتلفزيون والمسرح والثقافة؛ وتشير بعض الإحصائيات إلى أن أكثر من ٩٠٪ من مجموع العاملين في الحقل السينمائي الأمريكي: إنتاجًا، وإخراجًا، وتمثيلًا، وتصويرًا، ومونتاجًا - هم من اليهود. هذا فضلًا عن امتلاكهم شبكات التلفزيون الأمريكية، وهي أقوى الشبكات في العالم؛ حيث تقع في معظمها تحت نفوذ اليهود، وقد امتدت أذرع الأخطبوط الصهيوني إلى المسارح أيضًا، وتحكمت في توجيهها^١.

- اللوبي اليهودي والإمبراطوريات الخمس

استطاع اللوبي الإعلامي اليهودي أن يمسك بلعبة «الميديا» منذ انطلاقتها الأولى في بداية ثمانينات القرن العشرين، وإذا كانت أميركا هي الأرض التي انطلقت منها هذه اللعبة للسيطرة على العقول، وبالتالي على سيادات الدول والمجتمعات المدنية، فقد عمل رأس المال اليهودي من أجل الاستحواذ على هذا السلاح مع سقوط المعسكر الاستراتيجي وبداية عهد المجتمع الليبرالي

1. Selon les categories de la médiologie de Régis debray. Voir par exemple, le Cours de médiologie générale, Gallimard. 1991.

العالمي. ومن المعروف أنّ استراتيجيّة الدعاية الأميركية تستند إلى ماكينة هائلة من المؤسسات الكبرى المنتجة والموجّهة للصوت والصورة والخبر. وبحسب الخريطة المقروءة، فإنّ هذه الماكينة تتشكّل من خمس إمبراطوريات يتسلّط عليها متمولون يهود^١. وهو ما يضيفي على مبدأ السيطرة طابعاً فريداً يمكن من خلاله تبين علاماته الفارقة من انخراط هذه الإمبراطوريات في إطار خطط الهيمنة على المنطقة وعبر المشاركة في الحروب الإقليمية في آسيا والشرق الأوسط. أمّا هذه الإمبراطوريات فهي على الوجه التالي:

أولاً: تُعدّ شركة أميركا أون لاين أكبر إمبراطورية إعلامية أميركية في الوقت الحاضر. فقد قامت قبل سنوات بشراء وابتلاع شركة «تايم وورنر» بصفقة قيمتها ١٦٠ مليار دولار. وبموجب هذه الصفقة أصبح رئيس شركة تايم وورنر، اليهودي جيرالدين كبير المديرين التنفيذيين للشركة. وبذلك يكون أمام اليهود الذين كانوا يسيطرون على شركة تايم وورنر فرصة السيطرة على سوق خدمات «الإنترنت»، حيث تعتبر شركة أميركا أون لاين أكبر مجهّز لخدمة الإنترنت في الولايات المتحدة، بل في أميركا الشمالية عموماً.

ثانياً: شركة «وولت ديزني» وقد بلغت وارداتها عام ١٩٩٧ ثلاثة وعشرين مليار دولار، ورئيسها وكبير مديريها التنفيذيين هو اليهودي مايكل أيزنر، الذي تصفه بعض وسائل الإعلام بأنّه «مهووس بالسيطرة». وتتبع شركة ديزني مجموعة من الشركات المتخصصة بالإنتاج التلفزيوني، مثل «وولت ديزني تيليفجن»، و«تاتشستون تيليفجن»، و«بونا فيستا تيليفجن»، بالإضافة إلى شبكات الكابيل التي بلغ مشتركوها أكثر من مئة مليون مشترك^٢.

١. حيدر، محمود - الدولة المستباحة، من نهاية التاريخ إلى بداية الجغرافيا، ٢٨٥.

٢. سنو، نانسي، من حديثها مع شبكة «غوريللا» الإلكترونية ولأنباء حول كتابها الجديد حرب المعلومات.

أمّا في ما يخصّ إنتاج الأفلام السينمائية، فهناك عدّة شركات تابعة لمجموعة وولت ديزني للأفلام السينمائية، منها «ولت ديزني بيكتشرز»، و«تاتشستون بيكتشرز»، و«هوليوود بيكتشرز»، و«كارافان بيكتشرز». ويرأس هذه المجموعة اليهوديّ جوزيف روث الذي أسّس عام ١٩٩٣ شركة «كارافان بيكتشرز» (التي يرأسها الآن زميله اليهوديّ روجر بيرنباوم). كما تتبع لشركة وولت ديزني شبكة إيه إس بي إن، ورئيسها هو اليهوديّ ستيفن بورنشتاين. ولهذه الشركة أيضًا سلسلة من قنوات الكايل والإذاعات التي تغطي جميع أنحاء الولايات المتحدة. كما تمتلك الشركة مؤسّسة «فير تشايلد بابليكيشن» للنشر التي تقوم بإصدار العديد من المجلّات المتخصصة.

ثالثًا: مجموعة «فياكوم» التي يترأسها (ويملك ٧٦ بالمئة من أسهمها) اليهوديّ سومنر ريدستون. وتمتلك هذه المجموعة ١٣ قناة تلفزيونيّة، ١٢ محطة إذاعيّة، وتنتج برامج تلفزيونيّة للشركات الأخرى.. كما تقوم بإنتاج الأفلام السينمائية عبر شركة «بارامونت بيكتشرز» التي ترأسها اليهوديّة شيري لانسينج. وتضمّ الشركة أقسامًا للنشر، وتقوم بتوزيع الفيديو عبر أربعة آلاف محلّ في الولايات المتحدة، بالإضافة إلى العديد من الاختصاصات الأخرى المشابهة. ولكن شهرة مجموعة فياكوم تأتي من كونها أكبر شركة للبرامج عبر الكايل. وتتبع لها شركات مثل شوتايم، وإم تي في، وشبكة نيكلوديون المخصّصة للأطفال، وتتمتع هذه الأخيرة بأكبر نسبة من المشاهدين الأطفال، وتحوز على أكثر من ٦٥ مليون مشترك في الولايات المتحدة، وهي تتوسّع بسرعة باتجاه أوروبا.

رابعًا: وهي مؤسّسة يملكها ويديرها اليهوديّ إدغار برونفمان (الابن)، وإدغار هذا هو ابن رئيس المؤتمر اليهوديّ العالميّ إدغار برونفمان (الأب). ويمتلك الابن شركتيّ إنتاج ضخمتين هما إم سي إيه، ويونيفرسال بيكتشرز (وقد

اندمجتا الآن تحت اسم يونيفرسال ستوديوز). وقد أصبح برونفمان أكبر عمالقة التسجيلات عندما قام سنة ١٩٩٨ بشراء شركة بوليغرام - عملاقة التسجيلات الأوروبية - بعد أن دفع ٦,١٠ مليار دولار لشركة الإلكترونيكات الهولندية فيليبس. وتمتلك شركة بوليغرام أيضًا شركات جراموفون الهولندية، وديكا لندن، وفيليبس، وجميعها شركات التسجيلات. ويبلغ دخلها السنوي نحوًا من ١٢ مليار دولار. وتعتبر شركات التسجيلات التابعة لهذه المجموعة أول من ابتكر تلك الموسيقى الزنجية التي تسمى موسيقى الراب»، والتي تتميز أغانيها بحضّ السود على العنف والعدوانية وانتهاك الأعراض، وفق نظرية تقول إنّ السود يميلون عرقياً لمثل هذه النزعات.

خامساً: وهي الأشهر في مجال الإعلام المرئي ويملكها اليهودي الأسترالي روبرت مردوخ. تضمّ هذه الإمبراطورية الإعلامية مجموعة شركات مثل شركات فوكس تيليفجن نيتوورك، وتويتث سينتشرى فيلمز، وفوكس ٢٠٠٠، وبلغت وارداتها عام ١٩٩٧ أكثر من ١١ مليار دولار. وتشرف مجموعة فوكس على كلّ الأنشطة السينمائية والتلفزيونية والخاصة بالنشر ضمن الولايات المتحدة. ويترأس هذه المجموعة اليهودي بيتر تشيرنين، الذي هو في الوقت ذاته كبير مديرها التنفيذيين. وتحت إمرة تشيرنين تعمل اليهودية لاورا زيسكين رئيسة لشركة تويتث سينتشرى فوكس. كما يعمل في إمرة تشيرنين اليهودي بيتر روث كرئيس لشركة فوكس إنترتينمنت. ومن المعروف عن تشيرنين قوله: «إنني أريد السيطرة على الأفلام التي تعرض في كلّ أنحاء العالم... ما الذي يمكن أن يكون أمتع من ذلك؟».

إلى جانب الإمبراطوريات الخمس المشار إليها تأتي الفضائيات لتضيف إلى مجتمع الإعلام العالمي نكهة زائدة، وقد كان لها ولا تزال في الساحة الأميركية

الميدان الواسع لممارسة لعبة السيطرة على اتجاهات الرأي العام العالمي. وقد كانت أهم ثلاث قنوات تلفزيونية أميركية فيما مضى هي إيه بي سي، وسي بي إس، وإن بي سي.. وذلك قبل أن تعزز الإمبراطوريات الإعلامية اليهودية قبضتها على هذه السوق وتبتلع تلك القنوات.. ولكن عندما كانت تلك الشبكات مستقلة، كان يسيطر عليها جميعاً اليهود، منذ إنشائها.. إذ سيطر على إيه بي سي ليونارد غولدينسون، وسيطر على إن بي سي ويليام بالي، ثم لورنس تيش، وكلاهما يهوديان كما أسلفنا. وخلال عقود من عمل هذه الشبكات كانت تمتلئ باليهود من الصحفيين والإداريين والفنيين، وعندما تمّ ابتلاع هذه الشبكات من قبل إمبراطوريات أكبر حجماً، انتقل هذا الثقل إلى الإمبراطوريات نفسها، التي كان يسيطر عليها اليهود أساساً.

روبرت مردوخ وأسطورة الميديا

وفي مجال السيطرة اليهودية على وسائل الإعلام الحديثة، لا سيّما منها الفضائيات، لا بدّ من الإلفات إلى الدور الكبير الذي لعبه روبرت مردوخ في هذا المجال. والمعروف أنّ مردوخ هو رجل أعمال يهوديّ أستراليّ يحمل الجنسية الأميركية (من مواليد ١١ مارس ١٩٣١) ويعتبر قطباً من أقطاب التجارة والإعلام الدوليّ، حائز على شارة المرتبة الأسترالية و صليب مرتبة القديس جورج الأكبر. أصبح مردوخ المدير العام لشركة نيوز ليميتد^١ «الأخبار المحدودة» في أستراليا، والتي ورثها عن والده، في عام ١٩٥٢. وهو مؤسس، ورئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي للشركة القابضة للإعلام الدوليّ نيوز كوربوريشن^٢ التابع لها قناة فوكس نيوز الأخبارية المشهورة بمناصرتها المطلقة لإسرائيل وعدائها

1. News Limited

2. News corporation

الشديد للقضيّة الفلسطينيّة. تعتبر شركة نيوز كوربوريشن ثاني أكبر تكتّل لوسائل الإعلام في العالم. تتبع مردوخ أيضا الشركات التي خلفت نيوز كوربوريشن بعد انقسام التكتل في ٢٨ يونيو / حزيران ٢٠١٣، وهي مؤسّسة الأخبار نيوز كورب^١ وشركة فوكس للقرن ٢١ للأفلام الأميركيّة^٢.

استحوذ مردوخ في الخمسينات والستينات من القرن الماضي على العديد من الصحف المتنوّعة في أستراليا ونيوزيلندا، قبل أن يتوسّع في المملكة المتّحدة في عام ١٩٦٩، واستولى على جريدة نيوز أوف ذه ورلد «أخبار العالم»، وتبعها بقليل جريدة ذا صن «الشمس» الشعبيّة. انتقل إلى نيويورك في عام ١٩٧٤ للتوسّع في السوق الأميركيّة، لكنّه حصر اهتمامه في أستراليا وبريطانيا. في عام ١٩٨١، اشترى مردوخ صحيفة ذي تايمز «المواعيد»، أوّل صحيفة له من القطع الكبير في بريطانيا، وأصبح مواطناً أميركياً بالتجنّس في عام ١٩٨٥.

في عام ١٩٨٦، ولحرصه على تبني أحدث تقنيات النشر الإلكترونيّ، قام بتوحيد ودمج عمليّات الطباعة في المملكة المتّحدة في مقر بحري وبينج شرقي لندن، ممّا تسبّب في نزاعات صناعيّة مريرة. استحوذت شركته نيوز كوربوريشن على شركة فوكس للقرن العشرين للأفلام الأميركيّة^٣ عام ١٩٨٥، وشركة هاربر كولينز^٤ للنشر والطباعة عام ١٩٨٩ وصحيفة وول ستريت جورنال^٥ عام ٢٠٠٧. قام مردوخ بتكوين شركة بي سكاى بي «سكاى البريطانية للبثّ الفضائيّ» في عام ١٩٩٠ وخلال التسعينات توسّع في شبكات البثّ الفضائيّ في آسيا

1. News Corp

2. St Century Fox

3. The Century Fox

4. Harper Collins

5. The Wall Street Journal

وشبكات التلفزة في أميركا الجنوبيّة. بحلول عام ٢٠٠٠، أصبحت شركة مردوخ «نيوز كوربوريشن» تمتلك أكثر من ٨٠٠ شركة في أكثر من ٥٠ بلدًا في العالم بصافي أصول يصل لأكثر من ٥ مليارات دولار.

في يوليو ٢٠١١، واجه مردوخ مزاعم بأن شركاته، بما في ذلك «أخبار العالم» نيوز أوف ذه ورلد البريطانيّة المملوكة لشركة «نيوز كوربوريشن»، قد تجسّست بانتظام على هواتف مشاهير، وملوك ومواطنين عامّة. يواجه مردوخ تحقيقات حكوميّة وشرطيّة من قبل الحكومة البريطانيّة تتعلّق بالرشوة والفساد وتحقيقات تتبع مكتب التحقيقات الفيدراليّ في الولايات المتّحدة. [وفي ٢١ مايو ٢٠١٢، استقال مردوخ من منصبه كمدير لشركة نيوز انترناشونال «الأخبار العالميّة» للنشر وهي شركة فرعيّة مملوكة بالكامل لشركة نيوز كورب^١. في عام ٢٠١٤، أدرج مردوخ في ساحة التلفزة للمشاهير لإسهاماته في مجال التلفزة^٢.

- دور «الإيباك» في الهيمنة الإعلاميّة

إذا كانت الهيمنة اليهوديّة على الإعلام العالميّ قد وجدت ميادينها الواسعة في الولايات المتّحدة الأميركيّة بصفة أساسية، فذلك يعود إلى الشأن المتعاضم لقوى الضغط اليهوديّة التي تسيطر على العصب الماليّ والاقتصاديّ والثقافيّ هناك.

وفي هذا المجال يبيّن العالم الاقتصاديّ رودريغ ترامبلي^٣ الدور الذي تحتلّه منظّمة «الإيباك» في الحياة الأميركيّة، فيقول:

1. News Corp

٢. السيرة الذاتيّة لروبرت مردوخ وردت في تقارير اجتماعات منتدى دافوس الذي انعقد في العام ٢٠٠٧ وحضره مندوبون عن الدول الصناعيّة الكبرى وناقشوا فيه آخر تطوّرات الاقتصاد العالميّ وسبل تطويره.

٣. أستاذ فخريّ في العلوم الاقتصاديّة في جامعة مونتريال في كندا وكان وزيرًا للصناعة والتجارة في حكومة

«لا أحد يستطيع أن يفهم ما يجري سياسياً في الولايات المتحدة من دون أن يكون مدرّكاً بأنّ التحالف السياسيّ بين الجماعات الرئيسيّة المؤيِّدة لليهود والمفكرّين من المحافظين الجدد المؤيِّدين لإسرائيل والصهاينة المسيحيّين؛ ذلك بأنّ هذا التحالف يمارس تأثيراً شديداً جداً على الحكومة الأميركيّة وسياساتها. ومع مرور الزمن بسط هذا اللوبي الواسع المناصر لإسرائيل والذي تشكّل رأس حربته اللجنة الأميركيّة للقضايا الإسرائيليّة العامّة (الإيباك) مجمل هيمنته على أقسام كبيرة من الحكومة الأميركيّة، ومن بينها مكتب نائب الرئيس والبتاغون (وزارة الدفاع) ووزارة الخارجية، بالإضافة إلى السيطرة على الجهاز التشريعيّ للكونغرس. ويعاونه في مهمّته حلفاء أقوياء داخل الحزبين السياسيّين الرئيسيّين، وفي أكبر وسائل الإعلام وبعض علب الأفكار («حلقات المفكرّين») المموّلة بسخاء، مثل معهد المشاريع الأميركيّ، ومؤسّسة الميراث، أو معهد واشنطن للأمن في الشرق الأدنى.

و«الإيباك» هو القطعة الرئيسيّة في هذا الجهاز المنسق. كمثّل على ذلك، فإنّ هذه القطعة تحفظ إحصاءات الانتخابات عن كلّ نائب أو شيخ تبّلع فيما بعد إلى الممولّين السياسيّين كي يعملوا وفق تلك النتائج، الإيباك تنظّم أيضاً بصورة منتظمة رحلات إلى إسرائيل مدفوعة النفقات، وفضلاً عن لقاءات مع وزراء إسرائيليّين وشخصيّات لأعضاء الكونغرس وموظّفيهم ولسياسيين ناشطين على مستوى الولايات أو على المستوى المحليّ. إنّ عدم استلام هذه الإجازة هو إعاقة كبرى لأيّ سياسيّ أميركيّ طموح، حتّى ولو كان باستطاعته أن يعتمد على ثروته الخاصّة. ففي واشنطن، ومن أجل الوصول إلى المقرّرين بشكل أفضل طور اللوبي عادة استجلاب الموظّفين العاملين في مكاتب الشيوخ وأعضاء المجلس التشريعيّ. وعندما تبدأ الانتخابات يتأكّد اللوبي بأنّ السياسيّين الفاترين، الميالين

إلى الاستقلال أو المنشقين سيعاقبون ويهزمون، وأنه بهذه المهمات يؤلف مصدرًا لسلطة سياسية كبيرة من خلال تمويله للحملات الانتخابية، والدعاية السياسية في وسائل الإعلام، بحيث إن أي سياسي أمريكي لا يمكنه أن يجروا على تجاهل طلباته من دون أن يخشى من أن يتحوّل إلى حطام. وكما أكد مؤخرًا المحلل الأخباري المحنك روبرت نوك، بفضل تأثير أيباك واللوبي فإن «واشنطن تطلّ بصورة كبيرة منطقة لثنائية حزبية خالية من الانتقاد لإسرائيل»¹.

ولا شك في أن هذا الواقع يمكن فهمه بكثير من اليسر، فتقنيات الإيباك فعالة جدًا لدرجة أنها تعطي الانطباع بأنّها «حكومة موازية» لواشنطن (دي سي). وبحسب كلمة رئيسها هوارد فريدمان المدوّنة في نشرة تتجاوز في ادعائها كلّ حدّ وموجّهة إلى المتعاطفين، إنّها تستند بنوع خاصّ على تقنيتين اثنتين هما: أولاً: إن الإيباك تلتقي كلّ مرشح سابق الزمن نحو الكونغرس. هؤلاء المرشحين يستلمون بيانات مفصّلة تساعدهم على فهم كامل لتعقيد وضع إسرائيل السيّء أو الشرق الأوسط بمجملة: فنحن نطلب من كلّ مرشح أن يكتب «ورقة وقف» حول وجهات نظره (عن تقرير الصيف)، وموقفه حول هذا الموضوع يصبح بهذا الشكل واضحًا.

ثانيًا: «إنّ أعضاء الكونغرس وطاقم وموظفي الإدارة منقادون للإذعان لأبحاث الإيباك. فهم أناس منشغلون جدًا ويعرفون أنّ بإمكانهم الاعتماد على الإيباك في تحليلاتها البعيدة النظر. فنحن نقدّم هذه المعلومات بشكل موجز للموظفين المنتخبين. فالمعلومات والتحليلات لا لبس عليها مطلقًا. وفي النهاية فإن سمعتنا على المحكّ. وهذا ما يترتب عليه سياسة وتشريع يؤمّنان بقاء إسرائيل».

1. Rodrigue tremblay, aipac, droite religieuse et politique étrangère usaméricaine, the new américaine mpire.com le 17août 2006

لقد ظلّ نفوذ اللوبي اليهودي لسنوات عديدة غير مكتشف، بل إنّه ظلّ متجاهلاً أو متخفياً بفضل وسائل الإعلام التي كان يسيطر عليها وبفضل غالبية المعلقين، إلاّ أنّه في ١٠ آذار (مارس) عام ٢٠٠٦ نشر اختصاصيان أميركيان محترمان هما البروفسور ستيفان والت من جامعة هارفرد وجون مير شيمر من جامعة شيكاغو دراسة في المجلة اللندنيّة تحت عنوان «اللوبي الإسرائيلي وأمن الولايات المتّحدة». وهذه الدراسة تتركّز حول موضوع التأثير اللامتكافئ الذي يملكه لوبي المصالح الخاصّة هذا على السياسة الخارجيّة للولايات المتّحدة». وتقول الدراسة إنّ الإيباك «هي المنظّمة الأكثر قوّة والأكثر شهرة» للوبي الإسرائيلي، والتي تفسد بصورة منهجيّة السياسة الأميركيّة الخارجيّة. وفي ختامها تظهر الدراسة أنّ إسرائيل لعبت دوراً كبيراً لدفع إدارة بوش في حربها ضد العراق، وبرهنت على أنّ تأثير اللوبي المؤيد لإسرائيل على السياسة الأميركيّة الخارجيّة كان سيّئاً، سواء بالنسبة لإسرائيل أو للولايات المتّحدة، فبعد هذا لا يستطيع أحد أن يفتعل تجاهلاً للتأثير المدمر لهذا اللوبي القويّ على سياسة الولايات المتّحدة الخارجيّة. ونقدّم مثلاً آخر عن أنواع السلطة التي يتمتّع بها اللوبي في يومنا الحاليّ في واشنطن (دي سي) وهو نجاحه في إنشاء وكالة ذات مصالح خاصّة داخل وزارة الخارجيّة تُدعى «مكتب اللاساميّة الشاملة» وذلك بواسطة أموال دافعي الضرائب. وفي حركة تذكّر بما حصل خلال قرون غابرة تحت ظلّ بعض الأنظمة التوتاليتاريّة، فإنّ هذه «الوكالة» الجديدة مكرّسة بشكل كامل لمراقبة ما يحدث في العالم من حالات نقد لإسرائيل، أو لسياسات أميركا المؤيدة لإسرائيل. وهذا من جملة مهمّات أخرى. إنّ إنشاء قسم «التفتيش» الجديد هذا قد صرّح له بقانون خاصّ هو. (R.4230). H87 وهو القانون الذي وقّعه الرئيس جورج ولكر بوش في ١٦ تشرين الأوّل (أكتوبر) عام ٢٠٠٤. إلى هذا فإنّ للمسيحيين الصهاينة

الشهيرين أيضًا تأثيرات حاسمة على السياسة الأميركية الخارجية، وبالأخص ما يتعلق منها بالشرق الاوسط، فلقد حققت دعايتهم نجاحًا كبيرًا إلى درجة أن هناك اليوم نحو ٤٠٪ من الأميركيين يؤمنون بأن إسرائيل قد أعطيت مباشرة من «الله» إلى الشعب اليهودي، بل إن ثلث الأميركيين يؤمنون بأن تكوين دولة إسرائيل عام ١٩٤٨ بعد الحملة الإرهابية ضد بريطانيا العظمى كانت مرحلة نحو «المجيء الثاني ليسوع المسيح» و«نهاية الأزمان». وبالنسبة للأكثر تعصبًا فيهم فإن «الحرب على الإرهاب» تعني، مهما كان نوعها، حرب أديان بين المسيحية والإسلام. مع أفكار من هذا النوع سوف يدفع العالم أربعة قرون إلى الوراء، حيث إن آخر الحروب الدينية، وهي حرب الثلاثين سنة بين البروتستانت والكاثوليك الأوروبيين قد استعرت بين أعوام ١٦١٨ و١٦٤٨.

في أيامنا الحالية يملك اليمين الديني مكتبًا للمصالح الخاصة في وزارة الخارجية. يدعى مكتب الحرية الدينية الدولية، ومهمته الرئيسية هي التدخل في القضايا الداخلية للبلدان الأخرى.

الإعلام الإسرائيلي كنموذج تطبيقي

بطبيعة الحال لا يمكن تناول الإعلام اليهودي العالمي منهجيًا بصورة منفصلة عن الإعلام الإسرائيلي؛ ذلك لأن هذا الأخير يشكل النموذج التطبيقي المباشر للرؤية اليهودية الأصلية.

من أجل ذلك فإن فهم الرؤية التي تحكم المنطلقات النظرية الحاكمة على الرسالة التي تبثها الوسائل الإعلامية الإسرائيلية، تستلزم وعيًا للمركزات والمفاهيم التي استندت إليها تلك الوسائل، باعتبارها - أي المركزات - واحدة من الأدوات الأساسية المحددة لشكل ومضمون الرسالة الإعلامية، والإطار الجامع لعناصر التعبئة الأيديولوجية، وبالتالي فهي المؤثرة في تحديد السياسات

المتّبعة، والأساليب المستخدمة في عمليّة توصيل تلك الرسالة... وعلى هذا فلقد قامت الحركة الإعلامية الإسرائيليّة على جملة من المرتكزات الدعائيّة التي يمكن تلخيصها بالتالي:

أ. خرافة الأرض الموعودة:

استنادًا إلى مقولة الأرض الموعودة، ومنذ إنشاء الكيان الصهيونيّ، ركزت الإيديولوجيّة الصهيونيّة من خلال الماكينة الإعلاميّة على اجتذاب العنصر اليهوديّ من كافة بقاع المعمورة تحقيقًا للوعد الربّانيّ بالأرض الموعودة، وأضيف إليه بعد إنشاء الكيان الصهيونيّ فكرة جوهرية، حيث جرى تصوير إسرائيل الملجأ الوحيد الذي يمكن لليهود اللجوء إليه لكي يتخلّصوا من الاضطهاد العالميّ^١.

ب. نظريّة الأرض بلا شعب:

وهي المقولة التي اتّخذت سمة الاستمراريّة للشعار الذي كانت الحركة الصهيونيّة قد عملت على ترويجه في الوسط الأوروبيّ، والقائل إنّ اليهود شعب بلا أرض سيعود إلى أرض بلا شعب، وبعد قيام الكيان استمرّ الصهاينة بالتركيز على هذه المقولة والعمل على تثبيتها في عقول الرأى العام - الغربيّ تحديدًا - وذلك بهدف إظهار دور الحركة الصهيونيّة بأنّه دورٌ إحيائيٌّ إعماريٌّ، وليس إحلائيًّا استعماريًّا... وفي هذا يقول حاييم ويزمان - أوّل رئيس لإسرائيل - في مستهلّ خطاب ألقاه أمام اجتماعيّ صهيونيّ عُقد في باريس: «لقد كانت الصهيونيّة في مراحلها الأولى، كما أسّسها الروّاد، عبارة عن حركة تعتمد كليًّا على عوامل ميكانيكيّة، هناك بلد اسمه فلسطين، وهو دون شعب، ومن ناحية أخرى هناك الشعب اليهوديّ، وهو دون بلاد، إذن فمن الضروريّ وضع الجوهرة في الخاتم، أي جمع الشعب اليهوديّ في الأرض»^٢.

١. سلامة، حسين، صورة العرب والمسلمين في الإعلام الإسرائيليّ، ٢٨.

٢. العلاف، فيصل المرتكزات والوسائل الدعائيّة في الحرب النفسيّة الإسرائيليّة، ٥٣.

ج. مقولة جمع الشتات:

إنَّ إحدى أعقد المشكلات التي واجهت البدايات التأسيسية للدولة العبرية الفتية كانت في إيجاد عناصر الصهر الاجتماعي بين التشكيلات المجتمعية المتعددة التي هاجرت إلى إسرائيل، فاختلف الأعراق والجنسيات، وبلدان المنشأ، وحتى اللون، بين اليهود الممهاجرين إلى فلسطين أو جد حالة من التشرذم الاجتماعي، دفع بتلك المجموعات نحو تشكيل ما يشبه القطاعية الاجتماعية حيث شكّلت في الداخل الإسرائيلي مجتمعات خاصة للروس (أي المهاجرين من روسيا) وأخرى للألمان وثالثة للمغاربة ورابعة للأكراد، وهكذا... حتى لجأ القيمون على المجتمع القائم حديثاً في فلسطين، إلى إنتاج مفهوم جديد أطلقوا عليه تسمية الصباريم (أي الذين ولدوا هم وأبويهم على أرض إسرائيل)، وذلك بهدف محاولة إلغاء الفروقات الدالة على الاختلافات الناشئة عن التباينات الموجودة بين اليهود في العراق أو المنشأ أو غير ذلك، وصولاً إلى إعادة إنتاج تركيب مجتمعي متجانس من حيث المنشأ والانتماء يسمونه المجتمع الإسرائيلي.

د-مقولة الأخطار المحدقة:

وهي المقولة التي عملت الدعاية والإعلام الصهيوني - وما زال - على استخدامها بقوة، أكثر من أي مقولة أخرى، وتقوم على أن إسرائيل ومن جوانب عدّة، يتهددها الخطر بشكل دائم. وعرضة لأن تُزال من قبل محيطها في كلّ وقت، فمن الناحية الجغرافية هي دولة صغيرة الحجم قياساً إلى الدول الأخرى المعادية لها، ومن الناحية السكانية فهي تشكّل أقلية (يهودية) بين بحر من المسلمين المحيطين بها، إضافة إلى كون هذا المحيط هو محيط مادّي بشكل كامل - على الأقلّ حتى العام ١٩٧٨ - حين عُقدت معاهدة السلام مع مصر.

وقد حاول الإعلام الإسرائيلي، منذ البدايات الأولى لقيام الكيان الصهيوني، الاستفادة من هذه المقولة لاستقطاب الرأي العام العالمي، واستدراار العطف الغربي ناحية الدولة من أجل تأمين حمايتها، والعمل الدائم على توفير الدعم اللازم لها، وإبقائها في حالة من التفوق العسكري والاقتصادي بالمقارنة مع محيطها المتفوق عليها جغرافياً وسكانياً.

...وبالإجمال، فقد بنى الإعلام الإسرائيلي، بهذه المقولات، استراتيجياته التوجيهية التي تخدم اتجاهاته في التعبئة الأيديولوجية للمجتمع اليهودي، منذ البدايات الأولى لنشوء الكيان، واستناداً إليها رسم سياساته التي عمل - وفقاً لها - على لعب دور محوري في التشكيل الثقافي للمجتمع الإسرائيلي، هذا فضلاً عما أسهم به في تثبيت الرؤية الصهيونية لبناء دولة إسرائيل بوحى من تلك المرتكزات^١.

هـ. مقولة يهودية الدولة:

يحتل شعار يهودية الدولة موقع الصدارة في «الميديا» الإسرائيلية، فقد تبين أنّ هذا الشعار يكاد يكون السلاح الأيديولوجي - الديني الأخير الذي يراهن عليه العقل الإسرائيلي لإعادة الاعتبار للاجماع القومي المهزوز. ففي فترة حكم رئيس الوزراء بنيامين نتنياهو ركزت وسائل الإعلام المختلفة، وفي مقدمها الفضائيات اليهودية في داخل إسرائيل وخارجها، على تسويق فكرة الدولة اليهودية الصافية بما يترتب على هذه الفكرة من توظيف للإعلام بأشكاله كافة. وإذا كان نتياهو قد اشترط الاعتراف الفلسطيني والدولي بفكرة يهودية دولة إسرائيل لاستئناف التفاوض ابتداء من العام ٢٠١١، فقد جرى تسويق هذا الطرح في وقت بلغ فيه

١. سلامة، حسين، صورة العرب والمسلمين في الإعلام الإسرائيلي، ٢٩.

النشاط الاستيطاني ذروته في الضفة الغربية وفي كافة الأراضي المحتلة عام ٤٨، وخصوصاً في منطقة النقب جنوب فلسطين. واللافت أن مصطلح يهودية الدولة الذي امتلأت به وسائل الإعلام الإسرائيلية في الفترة المعاصرة، لم يكن حديث العهد. بل ظهر بقوة في أدبيات المؤتمر الصهيوني الأول الذي أنهى أعماله نهاية آب (أغسطس) ١٨٩٧ في مدينة بازل السويسرية^١.

شبكة الإعلام الإسرائيلي، وظائفها وآليات عملها

لقد اهتمت المنظمة الصهيونية العالمية منذ تأسيسها بالإعلام^٢؛ وذلك من أجل الترويج للصهيونية والهجرة إلى فلسطين؛ نشير هنا إلى ما كتبه تيودور هرتسل في افتتاحية العدد الأول من أسبوعية الحركة الصهيونية «دي وولت»، بتاريخ ٣/٦/١٨٩٧: «يجب على هذه الصحيفة أن تكون درعاً للشعب اليهودي، وسلاحاً ضد أعداء الشعب». وقبيل تأسيس إسرائيل عام ١٩٤٨؛ عمل قادة الحركة الصهيونية على كافة المستويات التي تمكنهم من القيام بوظيفة الدولة، وكان الإعلام أحد أهم هذه المستويات. وقد نشطت خلال تلك الفترة «إذاعة إسرائيل»، وأربع عشر صحيفة صهيونية، منها أربع صحف ناطقة بالعربية، وموجهة للفلسطينيين والغرب لتخدم أغراضاً صهيونية؛ ومن أشهر هذه الصحف (صحيفة هآرتس ويديعوت أحرونوت ومعاريف ودافار؛ أما الصحف الناطقة بالعربية فهي: بريد السلام، وصحيفة السلام، واتحاد العمال، وحقيقة الأمر. وكانت أهداف كل تلك الوسائل في الدعاية والإعلام هي تثبيت أقدام الصهاينة وترويع وتخويف العرب الفلسطينيين، كذلك الدعاية من أجل الترويج للهجرة الصهيونية إلى فلسطين.

١. السهلي، نبيل، يهودية دولة إسرائيل.

٢. عوض، أحمد رفیق، الإعلام الإسرائيلي، بنية وأدوات وأساليب عمل.

وكان بن جوريون يعتقد، أنّ وظيفة الإعلام الإسرائيليّ، هي الدفاع عن المشروع الصهيونيّ؛ فقد قال في فترة الانتداب البريطانيّ: «في هذه الساعة نحن بحاجة إلى رقابة حرّة ومخلصة؛ ولكن علينا الحذر؛ يجب علينا أن نزن أقوالنا وعدم إعطاء العدوّ معلومات أو زرع الفتنة والفوضى في شعبنا، وعدم الاستسلام»؛ من ثمّ أسّس، عند إعلان تأسيس إسرائيل، ما يسمّى «هيئة رؤساء تحرير الصحف» التي ضمّت كافة رؤساء الصحف المستقلّة والحزبيّة، آنذاك، وقد اعتبرت من إحدى أذرع الموساد الإسرائيليّ، حيث قامت بمهام الرقابة المحكمة على الإعلام الإسرائيليّ؛ فقد كانت تتلقّى المعلومات من كبار المسؤولين، كرئيس الحكومة والأجهزة الأمنيّة، حول ما يجب نشره في الإعلام. ويرى اليوم بعض الإعلاميين والساسة أنّ دور «هيئة رؤساء تحرير الصحف» قد انتهى؛ لأنّ دورها كان تثبيت المشروع الصهيونيّ، وإخفاء أسرار ومعلومات عن العدوّ؛ واليوم إسرائيل قويّة؛ ما يسمح لها بالتحرّر من تلك القيود بشكل أكبر؛ ولكن حتّى اليوم؛ بقي الإعلام الإسرائيليّ مقيّدًا بالسياسة الإسرائيليّة الموحّدة، وخصوصًا في حالات الحرب وشنّ عدوان على العرب.

تلازم الأمن مع الميديا

يمكن أن نستند إلى أقوال الساسة الإسرائيليين بما يتعلّق بدور الإعلام الإسرائيليّ، إضافة إلى البند الثالث من قانون الإذاعة والتلفزيون الإسرائيليّ المصادق عليه من الكنيست الإسرائيليّ والتي تتلخّص بـ: «أنّ الهدف من الإعلام الإسرائيليّ في كافّة المجالات، (سياسة اقتصاد علوم اجتماعيّات... الخ) هو أوّلاً إظهار الطابع الصهيونيّ لإسرائيل وكفاح اليهود وإبداعاتهم وأهمّ إنجازاتهم على كافّة المستويات، مع تعميق الانتماء اليهوديّ والصهيونيّ معًا، والتعبير والدعاية

للحياة الثقافية اليهودية في العالم أجمع، وبث برامج بالعربية لترويض الجمهور العربي في أراضي عام ١٩٤٨، وترويج دعاية للفلسطينيين والعرب عمومًا وفق أهداف السياسة الصهيونية، إضافة إلى بث برامج خارج حدود إسرائيل لتحقيق أهداف الصهيونية، والدفاع عن السياسة الإسرائيلية، وخاصة العدوانية والمتعلقة بالاستيطان والتهويد وأعمال العنف الحربية التي تشنها إسرائيل».

وقد أشرفت الأجهزة الأمنية الإسرائيلية على السياسة الإعلامية؛ كون إسرائيل بكافة مكوناتها كانت ولا زالت تنظر للعلاقة مع الفلسطينيين والعرب عمومًا من منظار أمني بحت؛ فقد غطى الإعلام الإسرائيلي ولا زال يغطي، أحداث الصراع العربي الإسرائيلي وفق الأسس التالية:

أ. بث الاختلاف الثقافي بين الإسرائيليين العرب، وأنهم (اليهود) يتجانسون ثقافيًا مع الغرب؛ كي يتقرب الغرب منهم.

ب. إن الاختلافات الفكرية للمراسلين، يجب أن لا تقف عائقًا أمام الدفاع عن المشروع الصهيوني وتجسيد الدولة الصهيونية، وهو ما كان لافتًا للنظر؛ حيث إنه لم يلاحظ أي اختلاف جوهري بالمواقف بين المراسلين ذوي المشارب الفكرية المختلفة فيما يتعلق بالصراع مع الفلسطينيين.

ج. الإذاعة والتلفزيون باللغة العربية والعبرية: وهما إطار سلطة البث الرسمي الإسرائيلي؛ فتدير الإعلام الإسرائيلي هيئة من رؤساء تحرير الصحف، مكونة من ٣١ عضوًا يمثلون الأحزاب السياسية كلها؛ وتقوم هذه الهيئة باختيار لجنة تنفيذية مكونة من سبعة أشخاص، يراعى أن يمثلوا مختلف التيارات السياسية؛ تعمل هذه اللجنة لمدة ثلاث سنوات؛ وتقوم برسم المسار العام لبرامج سلطة البث الرسمي باللغتين العربية والعبرية.

د. تعتبر الحرب النفسية هجومًا عدائيًا مبرمجًا يستهدف التأثير على عقول

الأفراد ونفسيّاتهم ومعتقداتهم، عبر إثارة الإشاعات والبلاغات الكاذبة والدعايات والفتن؛ بهدف غرس الخوف والتمزق في نفوسهم، وزعزعة ثقتهم بقياداتهم. وقد أصبح بمقدور الحرب النفسيّة عبر التكنولوجيا المتطوّرة، أن تسلك أساليب علميّة وذكّيّة للتأثير على نفسيّات الأفراد والتشكيك بأفكارهم وقدراتهم.

هـ. خاضت إسرائيل عبر التلفزيون الإسرائيليّ والإذاعة الإسرائيليّة حربها الإعلاميّة، عبر حملات دعائيّة نفسيّة للتأثير على الروح المعنويّة والسياسيّة لأبناء الشعب الفلسطينيّ خاصّة والشعوب العربيّة عامّة، واستخدمت في سبيل ذلك أرقى أنواع التكنولوجيا، وأساليب التمويه البالغ الدقّة؛ فقد روّجت لأسطورة «الجيش الذي لا يقهر»، وبثّت الإشاعات حول طريقة اغتيال وقتل القيادات الفلسطينيّة، واصفة قوّاتها المنفّذة بـ (السوبر)^١.

مع تقدّم المستوى التقنيّ والأداء الإعلاميّ العربيّ والفلسطينيّ في نقل الأحداث بالصوت والصورة، خاصّة بعد بدء انتفاضة الأقصى؛ تأسست الفضائيّة الإسرائيليّة؛ للدفاع عن سياسة إسرائيل العدوانيّة تحت مبرّر «ضرورة تحتمها مصلحة إسرائيل العليا». وقد أنشئت بقرار من سلطة البثّ الرسميّ في بداية عام ٢٠٠١، وكانت تبثّ برامجهما من خلال القمر الأوروبيّ. بدأت بثّها في ١٨ / ٦ / ٢٠٠٢، بتكلفة ٢٥ مليون شيكل، على نفقة الحكومة الإسرائيليّة. وهدفت إلى إبراق رسائل يوميّة للعرب، وإخفاء السياسة الإسرائيليّة العدوانيّة بالتمويه والخداع، ورسم رسالة إعلاميّة مخالفة لحقيقة الأوضاع، ووصل بثّها إلى كافّة بلدان الشرق الأوسط وشمال إفريقيا والخليج العربيّ، على مدى ١٢ ساعة يوميّاً. ومن أهمّ البرامج التي تُبثّ باللّغة العربيّة والتي تستهدف تحقيق أهداف الاحتلال: برنامج «حصاد الأسبوع» على القناة الثانية، وبرنامج «لتقريب البعيد»

١. جمال، أمل، الصحافة والاعلام الإسرائيليّ.

الذي تبثّه إذاعة المستوطنين على القناة السابعة؛ بزعم تحقيق التعاون بين اليهود والعرب، وخصوصاً المتديّنين؛ وكذلك برنامج «يا هلا» الذي تقدّمه القناة العاشرة.

أمّا الإعلام التلفزيونيّ والإذاعيّ، فهو عبارة عن عدد من المحطّات، التي تبثّ برامج إذاعيّة وتلفزيونيّة لتعبئة الإسرائيليين والتحريض ضدّ الفلسطينيين؛ كما تبثّ نشرات إخباريّة وتعليقات سياسيّة واقتصاديّة، وبرامج تعليميّة وترفيهيّة ومعلومات، فضلاً عن أفلام ومسلسلات ومسرحيّات؛ وتتدخل في الإشراف عليها جهات عدّة منها: الداخليّة، والخارجيّة، والدفاع، والإعلام.

ولنا أن نشير في هذا الصدد إلى أنّ أبرز وسائل الإعلام اليهوديّة في فلسطين المحتلّة، منذ نشأتها إلى اليوم هي على النحو التالي:

- إذاعة الجيش الإسرائيليّ (جالية تساهل): أنشئت عام ١٩٥٠، وهي خاضعة مباشرة لوزير الجيش ورئيس الأركان، وهي إذاعة عسكريّة قائمة لخدمة الجيش فقط.

- التلفزيون التربويّ الإسرائيليّ: وقد أنشأ عام ١٩٦٨، وحتىّ خريف ١٩٧٠. وقد أصبح يبثّ عدّة برامج متنوّعة مثل: برنامج «مساء الخير» السياسيّ، وبرنامج «نظرة» الأخباريّ، إضافة إلى برامج الأطفال، والبرامج التعليميّة.

- القناة الثانية: تحوّلت إلى قناة تجاريّة منذ عام ١٩٩٣، تشارك فيها أبرز وأهمّ شركات الصحافة في إسرائيل، مثل: كيشت، وتلعاد، ريشت؛ وتراقب برامجها هيئة شعبيّة غير رسميّة؛ وتبثّ عدّة برامج إخباريّة يوميّة: عند الساعة الخامسة مساءً، والساعة السادسة، وفي الثامنة مساءً النشرة الرئيسيّة المطوّلة ٤٥ دقيقة.

- القناة العاشرة: تبثّ برامجها عبر شركة «أخبار إسرائيل»، وتقدّم برنامجاً إخباريّاً محليّاً عند الساعة السابعة صباحاً والسابعة مساءً ونشرة تفصيليّة عند

- الساعة الثامنة. وتضمّ نخبة من محرّري ومراسلي الإعلام الإسرائيليّ.
- قناة إسرائيل ٣٣ وتبثّ باللغة العربيّة
 - تلفزيون الكوابل: يبثّ أخبارًا وأفلامًا وبرامج موسيقيّة ورياضيّة متنوّعة؛ وهو غير متخصّص في الشؤون الأخباريّة والسياسيّة اليوميّة.
 - قناة الكنيست (البرلمان الإسرائيليّ) ٩٩.
- ويشار إلى أنّه تمّ تقسيم إسرائيل جغرافياً إلى ٣١ منطقة؛ من أجل تنظيم عمليّة توزيع البثّ.

حرب الميديا على الفلسطينيين

صاغ الإعلام الإسرائيليّ مصطلحات كثيرة، حتّى لا يتساءل أحد من المسؤول عن العنف والاعتداءات في الشرق الأوسط. وقد تسرّب بعضها إلى الإعلاميين العرب والغربيين، دون التدقيق في ماهيّتها، ودون أن تتفحص الأهداف التي تتخفّى خلف هذه المسمّيات.

وقد ظهرت في وسائل الإعلام الإسرائيليّة بين الحين والآخر مصطلحات وتعبيرات، تشير إلى خوف اليهود على مستقبلهم من خلال تشبيه عمليّات المقاومة عليهم بما حصل لهم في الماضي في ألمانيا؛ وذلك لربط صورة المقاومة الفلسطينيّة المشروعة بالإرهاب النازيّ المجرم المنبوذ؛ وذلك لإيهام العالم بأنّ ما يتعرّض له اليهود الإسرائيليّون من عمليّات إنّما هو امتداد لحملة التحريض ضدّهم؛ فعالباً ما تقتصر صور الفلسطينيين التي تُبثّ في وسائل الإعلام الإسرائيليّة المرئية على أولئك الشبان الذين يعدّون الزجاجات الحارقة، وآخرين يرشقون الحجارة على جنود إسرائيليّين، وآخرين يحملون الأعلام العراقيّة ورايات حزب الله، ويحرقون العلمين الإسرائيليّ والأميركيّ.

في الستينات قالت رئيسة الوزراء الإسرائيلية غولدا مائير ذات مرة: «لن أسامح الفلسطينيين لأنهم يجبرون جنودنا على قتلهم». هذه صورة لتشويه الحقيقة وصناعة أخبار من وحي الأهداف العدوانية لتصبح كما الأحداث الحقيقية، حين تتناقلها وسائل الإعلام دون تعليق أو نقد، فقد اعتمدت وسائل الإعلام منهجية لصناعة الأكاذيب والإشاعات وترويجها بحرفية عالية، ولعل أهمها:

استخدام صيغة المبني للمجهول مثل: «أُطْلِقَت النار على، او «قُتِلَ»؛ لتخفيف أثر الحدث والتمويه على مسؤولية الجيش الاحتلالي، كما تعتمد وسائل الإعلام إلى اعتماد عدد من الروايات المختلفة، وربما المتناقضة لحادث واحد، وذلك لإرباك المستمع أو القارئ في أي من الروايات هو الصواب؛ ففي حادثة استشهاد محمد الدرّة بتاريخ ٣٠/٩/٢٠٠٠، وبالرغم من أن الحادث موثّق بالتصوير، إلا أن إسرائيل حاولت تبرير الحادث الإجرامي بأكثر من رواية مثل: إن الطفل قتل برصاص الفلسطينيين؛ ثم قيل: إنه سقط في تقاطع نيران بين مسلّحين فلسطينيين وإسرائيليين؛ ثم قيل: إن الطفل كان مشاغبا مؤذيا جلب لنفسه الموت؛ كما تساءل الإعلام الإسرائيلي عن سبب تواجد الطفل في مكان الحادث.

وتمّ التسويق لعمليات الاغتيال على الصعيد الداخلي الإسرائيلي، بتصويرها وكأنها عمليات بطولية يخاطر فيها جنود الاحتلال بحياتهم؛ من أجل منع الإرهاب وعمليات قتل أطفال الإسرائيليين.

بالرغم من أن فلسطيني الداخل (عام ١٩٤٨) يلتزمون بدفع التزاماتهم الضريبية لإسرائيل، ومنها «ضريبة التلفزيون»؛ إلا أن التمييز الصارخ يظهر من خلال مقارنة بين ساعات البث بالعربية والعبرية؛ مع العلم أن نسبة العرب حاليًا هي ٢٠٪ من سكان إسرائيل.

ويظهر التمييز في العديد من وسائل الإعلام كالاتي:

- القناة الأولى: من بين ١٣٩ ساعة بثّ أسبوعياً هناك ١٣ ساعة باللغة العربيّة فقط؛ أي بنسبة ٩,٤٪.

- القناة الثانية: من بين ١٤٩ ساعة بثّ أسبوعياً؛ هناك ٣ ساعات فقط باللغة العربيّة؛ أي بنسبة ٢٪.

- التلفزيون التعليمي: من بين ٥٤ ساعة؛ هناك ساعة واحدة فقط؛ أي بنسبة ١,٨٪ من مجموع ساعات البثّ الأسبوعيّة.

ووقفت آلة الإعلام الإسرائيليّ في صفّ واحد مع الحكومات المتعاقبة، وروّجت لسياساتها التي تميّزت بتشويه الحقائق والعنصريّة تجاه فلسطينيّ ١٩٤٨ في كافة المجالات؛ سواء في مصادرة الأراضي أو القضاء أو الاقتصاد وتطوير الأحياء العربيّة أو المشاركة السياسيّة.

وكانت تغطية الإعلام الإسرائيليّ لأحداث عام ٢٠٠٠ التي وقعت في أراضي عام ١٩٤٨، أكبر شاهد على هذه العنصريّة؛ حيث أجرت وسائل الإعلام لقاءات مع شخصيات إسرائيلية للحديث عن هذه الأحداث فقط، وهمّشت مشاركة سياسيّين ومحلّلين من عرب ٤٨؛ كما نعتت المتظاهرين العرب بالمشاغبين؛ واليهود المعتدين في مدينة الناصرة بالمتظاهرين الذين ردّوا على اعتداءات العرب؛ وفي الوقت الذي كان فيه الشهداء يرتقون والجرحى يقعون فريسة لعنف الاحتلال؛ كانت الاحتجاجات تعمّ الضفة وغزّة، وقام الإعلام الإسرائيليّ بالتعقيم على الاحتجاجات والمظاهرات المندّدة بالاعتداء على الفلسطينيّين من عرب ١٩٤٨؛ ولم تنشر وسائله صور المواطنين الضحايا الثلاثة عشر الذين قتلوا على أيدي الشرطة وحرس الحدود الإسرائيليّ، كما كانت تنشر في حال مقتل إسرائيليّين؛ واكتفت بنقل ادّعاءات الشرطة نفسها، التي وصفت الضحايا بأنهم كانوا يمثّلون خطراً على حياة أفراد الشرطة وحرس الحدود؛ وذلك لتبرير قتلهم!

رغم أنه كان من بين الضحايا شبّان قتلوا برصاص قنّاصة صوّبوا عليهم فوّهات بنادقهم من مكان بعيد. ولم تكتف حكومة الاحتلال بذلك؛ بل أجبرت الإذاعات العربيّة في ٤٨ على ترجمة نشرة الأخبار العربيّة إلى العربيّة، كما فرضت عليها تقديم تقرير عن البرامج المقدّمة، ووضعت مراقباً يهودياً على هذه البرامج؛ لتحديد المسموح وغير المسموح نشره؛ حتّى إنّ الأمر وصل إلى إغلاق صحيفة «صوت الحقّ والحرّيّة» الإسلاميّة، و«راديو ٢٠٠٠»؛ بناء على توصيات من الشاباك «جهاز الأمن الإسرائيلي»؛ في أعقاب التغطية الإعلاميّة التي قام بها؛ مع أنّه الإذاعة الوحيدة الخاصّة بعرب ٤٨.

مزايا الإعلام الإسرائيليّ (دينيّ- أمنيّ وسياسيّ)

من الواضح أنّ التوظيف الأيديولوجيّ للإعلام الإسرائيليّ يبقى مجرد رؤى مفاهيميّة غير قادرة على الفعل والتأثير، ما لم تخرج إلى التطبيق بأداء إعلاميّ له شروطه وضوابطه... وهذا ما عملت عليه الوسائل الإعلاميّة في إسرائيل، حيث استطاعت أن تحقّق النجاح في إيصال رسالتها، بفضل تحصيلها لجملة من المميّزات الفنيّة والمهنيّة والتقنيّة التي حرصت على المحافظة عليها والاهتمام بتطويرها، وتحسين أدائها، سعياً وراء الإبقاء على جاذبيّتها نحو الجمهور الإسرائيليّ، خصوصاً مع وجود حالة من المنافسة الحادّة بين مختلف الوسائل الإعلاميّة الإسرائيليّة... أمّا أهمّ تلك المميّزات فهي:

أ. التخصّص العلميّ والتدريب

وهي من السمات البارزة والمميّزة للإعلام الإسرائيليّ والتي يمكن لحظها بسرعة من قبل أيّ متابع، خصوصاً إذا كانت المتابعة متركّزة على الإعلام الناطق باللغة العربيّة. حيث تعمد تلك الوسائل على جذب أفضل الطاقات الإعلاميّة

إليها، خصوصاً تلك التي استطاعت أن تستفيد من التجارب الإعلامية العالمية، سواء عبر العمل في مؤسّسات إعلامية كبرى، أم عبر الدراسة الأكاديمية المتخصصة في جامعات أوروبا وأميركا، وهو ما يمنح المستوى الإعلامي قدرة على التطوير، والمواكبة السريعة للمتغيّرات المهنية والتقنيّة الحاصلة في العالم.

ب. السعي إلى الإقناع بكلّ الوسائل

الأساس في هذه السمة هي كونها عنواناً أصيلاً لأيّ عمل إعلامي، ولأيّ جهة انتمى، ولكن ما يميّزها في دولة كـ «إسرائيل» هو وجود العديد من الكوابع الثقافيّة والسياسيّة والقانونيّة التي تحدّد من مستوى تدخّل القيادات السياسيّة والعسكريّة الحاكمة للبلاد، والتي بدورها أيضاً - أي تلك القيادات - تجد المصلحة المنعكسة - بالفائدة عليها، في اصطباغ الإعلام العامل تحت سلطة قوانينها دون المصادقيّة، والتي من الممكن أن تستخدمها كرافعية للعديد من المفاهيم والآراء المراد تمريرها من جهة السلطات الحاكمة إلى وسط الجمهور المتأثر والمنفعل مع الوسائل الإعلامية التي يتابعها، والمؤمن بصدقها ومصداقيّتها.

ج. الحثّ على الإجماع القوميّ:

على الرغم من أنّ نسبة غير اليهود - من القوميّات الأخرى - والحائزين على المواطنة الإسرائيليّة الكاملة، تبلغ أكثر من ٢٠٪ من تعداد سكّان إسرائيل، إلّا أنّ هذه النسبة لا تعكس نفسها في عديد العاملين ضمن المؤسّسات الإعلامية سواء منها العامّة أو الخاصّة... وبالتّبع الاستقرائيّ لأهمّ الأسماء البارزة العاملة في المؤسّسات الإعلامية بأنواعها الثلاث (المقروءة والمرئيّة والمسموعة)، يمكن استنتاج وجود ما يشبه الاصطفاف القوميّ اليهودي، المُمسك بكلّ المقدرات الإعلاميّة، وعلى اختلاف أنواعها، ويظهر بأنّ هناك تقصّداً في إقفال باب الترقّي

وتسّم المسؤوليات أمام المتممين إلى القوميات الأخرى غير اليهودية، خصوصاً العرب، وهذه ظاهرة، وإن كانت موجودة، وبشكل فاضح، في باقي المؤسسات العامة في الدولة، لأسباب غير خافية، إلا أنّ الموضوعية الإعلامية تفترض في ذاتها الموضوعية في التعاطي مع الفرد من ناحية مهنية، بغض النظر عن انتمائي القومي أو الديني.

د. المأسسة الذاتية:

والمقصود بذلك هو محاولة الوسائل الإعلامية الإسرائيلية بناء إطارها المؤسساتاتي بشكل ذاتي خاص، دون الارتباط بالمؤسسات الحكومية، منعاً من حصول التدخلات السياسية من قبل طبقة السلطة، في السياسات العامة الحاكمة على عمل المؤسسة الإعلامية؛ ولذا لا يوجد في إسرائيل وزارة خاصة للإعلام، ولا حتى مكتب إعلامي - مثلاً - يكون بيد السلطة السياسية وله الحاكمية على الوسائل الإعلامية.

هذه الميزة تجعل من الهوامش المتاحة للحركة الإعلامية أكثر اتساعاً، ولكن ليس بالمستوى الذي يُخرج الأمور من تحت سيطرة الفئة الحاكمة؛ إذ يوجد في إسرائيل جهتين أساسيتين تمثلان الإعلام الإسرائيلي وعلى عاتقهما تقع مسؤولية متابعة ومراقبة أداء تلك الوسائل في مدى تقيدها بالضوابط القانونية، ومراعاتها للمصلحة العليا للدولة، وخدمتها للأهداف التي تصبّ في خانة المصلحة العامة... الجهتان المسؤولتان عن كلّ ذلك هما:

ه. العصبية الإعلامية بأبعاد تلمودية

في ما يتعلّق بالعناصر المميزة للإعلام الإسرائيلي، من المهم الإشارة إلى أنه على الرغم مما يترتب على التعددية الإعلامية من إيجابيات لجهة كشف المستور في المجتمع الإسرائيلي، فإنّ ثمة نقطة ثابتة لا يستطيع أيّ جهاز إعلامي ولا سيما

الفضائيات من تجاوزها، ونعني بذلك البعد التلموديّ للميديا اليهودية. وإذا كان لنا أن نضيء على الوجه التلموديّ للإعلام الإسرائيليّ، فينبغي أن نشير إلى الدور الذي يلعبه رجال الدين اليهود في هذا المجال.

يفسّر مختصّون في الشأن الإسرائيليّ المشاهد المروّعة الناتجة عن القصف الإسرائيليّ لقطاع غزة.. العدد الكبير للشهداء والجرحى بسيطرة خريجي المدارس اليهودية على القرار في الجيش الإسرائيليّ، والتي لديها مخزون من الفتاوى التي تشرّع قتل «الأغيار» وتدمير حياتهم لتحقيق الأمن لإسرائيل. ويجمع محلّلون وأكاديميون تابعوا الحرب على غزة على أن الحدّ الأقصى من العنف الذي أتبع ضدّ منازل المدنيين وسقوط أكثر من اثني عشر ألف فلسطيني بين شهيد وجريح يعود إلى دوافع عنصرية ودينية غالباً ما عبّرت عنها نشرات الأخبار وتعليقات المسؤولين على القنوات الفضائية الإسرائيلية. وفي عدد من التحقيقات أجرتها فضائيات عربية خلال الحرب^١ أكّدت أن العامل الدينيّ في تشجيع الجيش الإسرائيليّ على تدمير كلّ شيء تصل إليه أيديهم وآتهم العسكرية هو نتاج تغلغل واحتلال أتباع الصهيونية الدينية المناصب الرفيعة في الجيش.

وأوضح خبراء في المجتمع الإسرائيليّ أنه لا يمكن النظر إلى حجم الفتك والتدمير والتخريب لكلّ مرافق الحياة في غزة دون الالتفات إلى الأثر العميق الذي تركه الخلفيات الدينية والميول اليمينية المتطرّفة التي تصطبغ بها الحكومة الإسرائيلية المنبثقة من مجتمع إسرائيليّ معبأً أيديولوجياً ودينياً بكرهية الفلسطينيين والعرب. وفي هذا الصدد يرجع الكاتب المتخصّص في الشأن الإسرائيليّ صلاح النعامي تعمّد جيش الاحتلال ارتكاب المزيد من

١. راجع تقارير فضائية الجزيرة في هذا الشأن، وخصوصاً تقرير أحمد فياض «البعد الدينيّ في مجازر اليهود في غزة». الجزيرة نت، ٤/٩/٢٠١٤.

الجرائم في قطاع غزة بشكل لم يسبق له مثيل منذ احتلال فلسطين عام ١٩٤٨ إلى صعود ضباط المدارس العسكرية الدينية إلى مصاف القيادة الأولى في الجيش الإسرائيلي، وتولّي معظمهم مسؤولية إعطاء تعليمات إطلاق النار بشكل مفرط للنيل من الفلسطينيين وممتلكاتهم.

تهويد الإنترنت وتراجيديا الهولوكوست

ثمة تلازم وثيق في استراتيجية الإعلام اليهودي بين التلفزة الفضائية وميديا الإنترنت، وهو ما يظهر بوضوح من خلال سعي الشركات الكبرى إلى الاستحواذ على المواقع التي تتحكّم بالمعلومات والأخبار والتحقيقات على نطاق عالمي. لقد عرفت الصهيونية كيف تصنع الخبر، وكانت الإنترنت الوسيلة الأكثر مرونة لنشر الخبر، حيث تساهم التكنولوجيا الحديثة للمعلومات في نشر صور وشهادات عن المحرقة (الهولوكوست)، وتبادل المعلومات والأسماء والتفتيش عن الأقرباء وتوثيق التعاون وبنوك المعلومات للذين أُحرقوا. ولقد بدا بوضوح قدرة مؤسّسات الإعلام اليهودية على توظيف كلّ خبر ومعلومة متّصلة بالهولوكوست وتحويلها إلى مصادر موثوقة...

والمعلوم أنّه في التكنولوجيا الحديثة لم يعد إيصال الخبر حكراً على أحد، والرقابة لم تعد فاعلة، فمن أيّ مكان بات باستطاعة الغربيين أن يشاهدوا صور المجازر، صور القتلى، صور الأطفال، إلخ... مما دفعهم إلى الإحساس بمصائب أخرى لم يساهموا فيها مباشرة (على غرار المحرقة) إلّا أنّهم سعوا بشكل غير مباشر لعدم إظهار وسائل الإعلام لقضايا الغير... وإذا نظرنا إلى المساحة المتعاظمة التي يستحوذ عليها يهود الإنترنت نرى أنّ عدد المواقع التي تعالج وتظهر مشاكل الشعب العربي الفلسطيني، يضاهي نسبياً عدد المواقع التي تتكلّم عن اليهود ودولة إسرائيل، في حين أن ما يُرتكب من مجازر بحق الشعب

الفلسطينيّ يعمل الإعلام اليهوديّ على إدراجه بصورة متوازية مع مجازر هتلر ضدّ اليهود^١.

في السياق إيّاه يلاحظ خبراء غربيّون لدى متابعتهم الميدانيّة للحرب الإعلاميّة التي تشنّها إسرائيل على الشعب الفلسطينيّ، أنّ وزارة الحرب الإسرائيليّة تختصر عمليّاتها العسكريّة بـ ١٤٠ إشارة على تويتر، وتبثّ على يوتيوب فيديوهات عن ضرباتها الجويّة والبحريّة والبريّة على غزة.

الهدف - كما يقول الباحث الفرنسيّ لوران سوبلي - هو التحكم بصورتها وكسب حرب «البروباغندا» على «النت»، لكن اختصار الحرب بـ ١٤٠ إشارة. يعتبر التمرين الأوّل من نوعه الذي استرسلت فيه إسرائيل على «تويتر» في «أوّل ندوة صحافيّة من المواطنين»:

أجاب دافيد سارنغا، وهو دبلوماسيّ في القنصليّة الإسرائيليّة في نيويورك على وابل من أسئلة رواد الانترنت على هذا الموقع من المدوّنات المصغّرة الذي كان إبّان الحرب في أوج انطلاقته.

وهذه نماذج من أجوبة القنصل على هذا الموقع، حيث مضى كلّ واحد إلى جوهر الموضوع وراح يكتنّف رسالته إلى أقصى حدّ: «لقد أعلنت حماس الجهاد ضدّ إسرائيل. وهذا يعني أنّها ستستخدم كلّ وسيلة لإيذاء مواطنين إسرائيليين، وانتحاريّوها تلقوا الأمر بالتنفيذ».. وأيضاً: (لن نؤيّد المفاوضات، وحاليّاً المحادثات جارية مع السلطة الفلسطينيّة، مضافاً إلى أنّ ثمة محادثات حول حلّ الدولتين: نحن لا نتكلّم إلّا مع أناس يقبلون بحقنا بالوجود)^٢.

وفي ردّه على السؤال: لماذا هذا التغلغل إلى أرضيّة تواصلية جديدة تظلّ

١. مراد، غسان، يهود الانترنت، فصلية «مدارات غربيّة»، العدد الخامس، كانون الثاني (يناير) ٢٠٠٥.

٢. مراد، غسان، م. س.

سريّة إلى حدّ كبير؟ إجابة دافيد سارنغا، بلغة تويتر المتداولة فيفهم منها ما يلي^١.
«نظرًا للجدال على «تويتر»، ونظرًا لتعدّد الأشخاص ذوي الأخبار غير الموثوق بها، يبدو أنّها طريقة جدّية لتحريّر الرسالة الرسميّة من هنا».

إجابة أخرى، أكثر صراحة، ومن المفترض أن تكون على الشكل التالي: «لتؤمن انتصار وجهة نظرها على الويب، فإنّ إسرائيل لا تهمل أيّ أرض افتراضيّة»، وهذا ما أقرّ به الميجور أفيتال ليوفيتش المسؤول عن الصحافة الأجنبيّة في الجيش الإسرائيليّ، بهذه العبارات لصحيفة «جيروزالم بوست»: «إنّ دائرة المدوّنات والميديا الجديدة هي ساحة أخرى للحرب». وفي المجال العسكريّ، فإنّ الدولة العبريّة هي في أعلى مستوى من حيث استخدام التكنولوجيات الجديدة. لقد فتح الجيش الإسرائيليّ حسابًا له على «يوتيوب»، حيث نشر فيديوهات عن ضربته ضدّ حماس. والنتيجة إحصاء ١٦٢٠١٥ مشاهدة (بفتح الهاء) ومئات التعليقات التي صدرت في أقلّ من يومين. بالإضافة إلى استساغة خفيفة لتكرار تجربة الصواريخ الخضراء الشهيرة في حرب الخليج.

إنّها استراتيجية الحضور على الشبكة التي ازدادت أهمّيّتها؛ لكون الأعداء الذين تحاربهم إسرائيل على الأرض هم أيضًا حاضرون بقوة على الويب. وفي هذا المجال يستخدم المناضلون الإسلاميون الفلسطينيون بشكل مكثّف الفوروم (حلقات النقاش) والفيديو. حتّى أنّه في تشرين الأوّل (أكتوبر) ٢٠٠٨ اتّهمت وسائل الإعلام ومراكز القرار الإسرائيليّة حماس بأنّها أنشأت موقع «أقصى تيوب بوان كوم»، وهو نسخة عن يوتيوب الذي بدأ في آب (أغسطس)، وحيث تعايشت

١. سوبلي، لوران، انترنت: الوجه الآخر لحرب إسرائيل، راجع مصدر المقالة الأصليّة:

فيديوهات بروباغندا حماس مع «المسلسلات العربية» المتواصلة^١.
لم تعد إسرائيل في مرحلتها التجريبية في استخدام حرب الانترنت ضدّ أعدائها، فالدولة العبرية أنجزت نشر قواتها على «فايس بوك» أو «مايسبيس»، بل إنّ جهاز مكافحة التجسس (شين بيت) قد فتح مدوّنات لأربعة من جواسيسه، والجيش أعلن استعداده قريباً لفتح «فلوغ»، أيّ مدوّنات فيديوهات، يتحدّث فيها العسكريون «أمام الكاميرا» عن مواضيع ساخنة. ومن إحدى المبادرات الأخرى: ودائماً بحسب جيروزاليم بوست، إنّ الناطقين باسم الجيش يقعون عيناً ساهرة على آلاف المدوّنات التي تشير إلى المواجهات ولا يتردّدون في «تزويد» مستخدمي المدوّنات بالمعلومات الإضافية بشكل شخصي من أجل تمرير رسالتهم.

لعلّ الاستنتاج الإجماليّ الذي يمكن أن نصل إليه من خلال البحث يتساق مع ما ذهب إليه كثيرون ممن درسوا التاريخ اليهوديّ بأزمته المتعاقبة، وهو أنّ اليهودية ديانة إعلامية على الرغم من تقوقعها على نفسها وعدم السماح لغير اليهود أن يصبحوا يهوداً. وبهذا المعنى يمكن القول إنّ الإعلام اليهوديّ هو إعلام دينيّ وقوميّ بامتياز، وهو يبيّن مجمل استراتيجياته على الاستحواذ والهيمنة والسيطرة على الآخر انطلاقاً من أفضلية اليهود على سواهم وفقاً لعقيدة الاصطفاء الإلهيّ للشعب المختار.

١. سوبلي، لوران، م. س.

لائحة المصادر والمراجع

١. أحمد رفيق عوض، الإعلام الإسرائيلي، بنية وأدوات وأساليب عمل، نقلًا عن وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية (وفا).
٢. أمل جمال، الصحافة والإعلام الإسرائيلي، المركز الفلسطيني للدراسات الإسرائيلية، ٢٠٠٥.
٣. حسين سلامة، صورة العرب والمسلمين في الإعلام الإسرائيلي، من وثائق المؤتمر الدائم لدعم المقاومة، بيروت، الطبعة الأولى ٢٠٠٨.
٤. غسان مراد، يهود الإنترنت، فصلية «مدارات غربية» العدد الخامس، كانون الثاني (يناير) ٢٠٠٥.
٥. فيصل العلاف، المرتكزات والوسائل الدعائية في الحرب النفسية الإسرائيلية، مجلة استراتيجية، مجلة شهرية تصدر عن شركة أبي ذر الغفاري للصحافة والطباعة والنشر، بيروت (حاليًا متوقفة)، العدد ٥ آذار ١٩٨٢.
٦. محمود حيدر، الدولة المستباحة، من نهاية التاريخ إلى بداية الجغرافيا، شركة رياض الريس للكتب والنشر، بيروت، ٢٠٠٤.
٧. نانسي سنو، من حديثها مع شبكة «غوريللا» الإلكترونية للأنباء حول كتابها الجديد حرب المعلومات: الرعاية الأميركية والسيطرة على الرأي العام ووضع حرية الرأي بعد ١١ أيلول، انظر أيضًا المحرر العربي ٥ / ١٢ / ٢٠٠٢ - العدد ٣٧٣.
٨. نبيل السهلي - يهودية دولة إسرائيل - الجزيرة نت - الجمعة في ٢٠١٠ / ٥ / ٣١.
9. Selon les categories de la médiologie de Régis debray. Voir par exemple, le Cours de médiologie générale, gallimard. 1991.
10. rodregue tremblay, aipac, droite religieuse et politique étrangère usaméricaine, the new américaine mpire.com le 17 août 2006

نقد الوسائطيّة الميديائيّة مخاطر تحويل الإنسان إلى كائن افتراضيّ

جميل قاسم^١

تحت هذا العنوان: «نقد الوسائطيّة الميديائيّة» يتناول الباحث جميل قاسم مفهوم الوسائطيّة في الإعلام المعاصر من وجهة نظر الفلسفة النقدية. يعرض الباحث إلى تشكّلات المفهوم ضمن ما يسمّيه عصر الفضاء الرمزيّ وتأثير هذا العصر في قيم الإنسان الأخلاقيّة المعرفيّة ومخاطر تحويل الكائن الإنسانيّ إلى كائن افتراضيّ كسائر الكائنات الافتراضية.

قبل عصر الفضاء الرمزيّ (الرقميّ) لم يكن لزاماً على القراء والمستمعين والمشاهدين أن يكونوا سلبيين عند مشاهدة الصور والكتب والسلع، أمّا في عصر الحاسوب والإنترنت والتلفاز والفضائيات، فقد دخلنا في عالم «الواقع الافتراضيّ» وزمن «اللغة العربيّة الجديدة» التي تنبأ بها جورج أروويل في روايته الشهيرة ١٩٨٤ من دون معرفة فحواها وماهيّتها الأخيرة! وهي لغة يتداخل فيها الفضاء الداخليّ بالفضاء الخارجيّ، بحيث يصبح المجتمع «مجتمعاً افتراضياً» ويتداخل العالموم (الكومبيوتر) بالشخصيّة الإنسانيّة متعدّدة الأبعاد في تحويل الإنسان إلى إنسان افتراضيّ ذي بعد واحد.

وعندما تتحوّل الثقافة، والحبّ (الإيروس) والاقتصاد، والحقوق، وحتىّ

١. أستاذ الفلسفة وعلم الجمال في الجامعة اللبنانيّة.

الرياضة إلى وسائل «مدارة» في مجتمع رمزيّ، وسياسة رمزية وتجارة رمزية. وجنس (إيروتيكا) رمزيّ تصبح مسألة أنسنة الآلة والوسائط مسألة مصيرية لا مندوحة عنها لإعادة تحرير الإنسان من الأئينة والأتمته^١ الافتراضية.

هل يمكن أن يتخيّل الإنسان مزاوله الرياضة على الإنترنت؟ هذا ما يحدث مع شركات مثل شركة sportal، وهو عبارة عن موقع رياضيّ أُسس في العام ١٩٩٨. وتزاول فيه الرياضة الرمزية بأشكال متعدّدة، من سباق السيارات، إلى كرة القدم، إلى كرة المضرب، إلخ...

ماذا عن آدابية الاتصال الجديد في عصر الوسائطية المعمّمة؟ ماذا عن الثقافة في عصر الكتابة والقراءة الإلكترونية؟ ماذا عن علاقة الإنسان بالبيئة والمجال والوسط؟ وليس بمقدور الوسائط - حتى لو دمرت بلدًا كالعراق بوسيلة افتراضية - من دون حرب - كما لاحظ جان بودريار - أن تتجاهل الطبيعة بسبب تغييرات المناخ، والكوارث الطبيعية الناتجة من التلوث الصناعي، وتفتت الأوزون، وبسبب الزراعة الاصطناعية والنباتات الإلكترونية.

لم يلحظ مارتن هيدغر أنّ التكنولوجيا ستتعدّى كونها وسيطًا بين الإنسان والطبيعة الخام بتحوّل الطبيعة عينها إلى طبيعة افتراضية في عالم الوسائطية الماروائي، ولم ير هيدغر في تطرّقه لمسألة التقنية، أنّ ماهية التقنية تقنية بحثة، فالتقنية بالأحرى، هي وسيلة لبعض الغايات والفعاليات الآلية والإنسانية.

والتوصيف الأدائيّ للتقنية لا يكشف عن ماهيتها؛ لذا ينبغي التساؤل عن غاية التقنية بوصفها سببًا غائبًا للتقنية تدرج فيه الأسباب الأرسطية الأربعة، وهي

السبب المادّي^١ (على سبيل المثال المادّة التي يُصنع منها قرح الفضة).
السبب الصوريّ^٢ الشكل الذي تدخل فيه المادّة، الوعاء، الكتاب، الإنسان،
الشجرة).

السبب الغائيّ (القطع للسكين، القربان للقدح، المواصلات لعربات النقل،
الاتصال للوسائط... الخ).

السبب الفعّال^٣: (الفاعل، المنجز، الإنسان، والشركة والدولة، والكرتلات،
والتروستات المتعدّدة الجنسيّات... الخ) ههنا، تصبح السببيّة أكثر تعقيداً في تحديد
ماهية التقنية على صعيد السؤال والجواب والمعرفة النقدية. وتكون الغاية أو الهدف
الذي يجمع الأسباب الأربعة بصورة افتراضيّة، هي غاية التقنية الكبرى، والفعليّة،
والحقيقيّة، ليس في حيز الفعل، والإنتاج^٤ فقط، وإنما في حالة الإمكان الافتراضيّ،
والإنتاج الافتراضيّ^٥ فلعبة البورصة والتسوّق الإلكترونيّ تقوم على هذا النمط من
الإنتاج الافتراضيّ الذي يحوّل الرأسمال السلعيّ - إلى رأسمال فرضيّ لم يتوقّعه
ماركس في نظريّته لفائض القيمة، ولا لينين في الرأسماليّة، التي تدمج الاقتصاد
الماليّ بالاقتصاد الصناعيّ، أمّا الإمبرياليّة - التكنوترونيّة فهي الآن إمبرياليّة -
افتراضيّة، ناعمة ميديائيّة (وسائطيّة).

لا تهذّب التقنية التكنوقراطيّة القائمة على مصادر وعي الإنسان وماهيّته، كجمعيّة
للعقل والروح والجسد في صلته بذاته وبوجوده وحسب، وإنما بمصيره الحيويّ.

1. CAUSA MATERIALS

2. Causa formalis

3. Causa efficiens

4. Pro-ducation

5. Hyper-ducation

وقد وجد هيدغر - الخلاص من إشكالية الهيئة التقنية في السؤال - الفنّ والسؤال - باعتبار السؤال تقوى الفكر، ومناطق الخلاص الإنساني، ولكن عندما أسس ريجيس دوبريه علم الميديولوجيا¹ رأى أن الفنّ عينه، أصبح مجرد أداة من أدوات التعمية الميديائية (الوسائليّة): لماذا كانت الصورة بالنسبة للإنسان، لمقاومة العدم وجعل الوجود يستمر مدة أطول؟ لماذا تعدّ الصورة أكثر عدوى من الكتابة؟ (لماذا التلفاز أخطر من الكتاب بكلمة أخرى).

يذكر دوبريه الواقعة الأسطورية عن أحد أباطرة الصين الذي طلب من رسام بلاطه أن يزيل صورة الشلال الذي رسمه على جدار قصره؛ لأنّ صوت الماء يمنعه من النوم! هذه القصة هي تعبير عن قوّة الصورة، التي تخلق حولها حياة متعدّدة الإحساس والحواس.

تعني كلمة «ميديا» بالمعنى التقنيّ وسائل الإعلام المرئية والمسموعة (كالصحافة، المذيع، التلفاز، السينما، الإعلان). ولكن ثمة مجالات أخرى غير معدّة أصلاً لنشر المعلومات مثل «المأدبة» والمقهى، ومنبر الخطابة في الكنيسة (والجامع) وقاعة المكتبة، والبار، والبرلمان، تنشر أيديولوجيات «ميديا لوجية» (إعلامية) تقوم عليهما سلطة الرأي والحدث والحادثة، هذه السلطة هي التي يعدّها دوبريه سلطة وسائليّة لا تقتصر فيها التقنية على كونها آليات تقنية وإنّما منظومات تقنية - ثقافية، هل ثمة وجود لاجتماع إنسانيّ في مجتمع افتراضيّ؟ هل للحزب مؤسّسة أو جمهرة أو المجتمع والإنسانية؟ هل مجتمع الأمم واقع اجتماعيّ أو مؤسّسة ميديائية؟ هل الفاتيكان مرجعية روحية، أو واسطة روحية - ميديائية؟؟

لقد أنتج الناس السلع وتبادلوها خلال ألف السنين من دون أن يحتاجوا للاستعانة بعلم خاصّ مثل الاقتصاد السياسيّ - فالعمل - القيمة كان موجوداً قبل ريكاردو، ولكن مفهوم العمل المجرّد، قيمة التبادل، كانت تتطلّب تقسيم العمل إلى عمل ذهنيّ وعمل يدويّ، قامت عليها القسمة الجديدة للعمل ورأس المال، هو الذي جعل من العمل قيمة افتراضية، قام على أساسها التراكم الرأسماليّ اللانهائيّ. إنّ عدم التمييز ما بين العمل، وقيمة العمل، الحاجة والرغبة، هو الذي قام على أساسه استثمار الإنسان للإنسان في المجتمعات، على أساس إيديولوجيات وسائطيّة (ميديايّة) تسوّغ قيمة العمل القائمة.

إنّ عقلانية العلم والتقنية إنّما هي محايدة في عقلنة التحكّم وعقلنة السيطرة - كما يقول هابرماس في كتابه «العلم والتقنية كإيديولوجيا» لا ريب أنّ للتقنية مجالاً خلاصياً في بعض - كثير - من المجالات العلميّة والعملية كالتطبّ شريطة عدم استخدامه واستثماره لغايات تجارية افتراضية أيضاً، ولكن العلم والتقنية يتطلّبان أنسنة - جديدة من دونهما قد يقودنا العلم إلى تدمير الإنسان والبيئة والمجال الحيويّ.

قامت القطعية مع النظام في الغرب الحديث على حالة من الانفصام، تقوم على العودة إلى الطبيعة، باعتبارها المنهل والموئل، والمصدر، وعلى الخروج على الطبيعة أو اللاطبعة¹ في آن.

ترتّب على القطعية الراكية بين الجديد والقديم (القائم على مفهوم عقليّ مركزيّ) «لوغوقراطيّ» الإخلال بالتوازن البيئيّ الحيويّ الاجتماعيّ، والتذرية

الفردية للبنى الاجتماعية، فقامت الفردية في المجتمعات الحديثة على عقلانية مدارة، وجرى استثمار المجال الحيوي بما يخدم حاجات التراكم الرأسمالي اللامتناهية.

في هذه الحادثة الباهتة إذا جاز لنا استعمال تعبير مارسيل غوشيه حلت الطبيعة الاصطناعية محل الطبيعة الأصلية؛ إذ حوّلت المجتمعات الرأسمالية الحديثة الإنسان إلى إنسان اقتصادي استهلاكي ذي بعد واحد يفتقر إلى القيمة والمنظور والمثال، في نظام يدمج في كنفه كل أبعاد الكينونة الخاصة والعامة، ويترتب على امتثال كل القوى والمصالح في «النظام» القائم على الاستهلاك والربحية، وإشباع الحاجات الفائضة على القيمة والحاجة¹ تحويل الحياة الحديثة إلى موضحة حياة معممة يتحوّل فيها الاستهلاك إلى أخلاقية استهلاكية، تهدد أسس التوازن بين اللوغوس والميثوس، الحاجة والرغبة، الروح والمادة، الطبيعة والمجال، وتحوّل الإنسان إلى «إنسان امثالي» «إنسان خير» (بتعبير نيتشه).

لقد فصلت الحادثة الإنسان عن بعده الطبيعي والجماعي والكوني، نتيجة لعملية التفريد الأنانية المركزية، وأدى عصر الأنوار (على الرغم من إيجابيات العودة إلى الطبيعة والإنسان كمعايير للوجود والحقيقة) إلى بروز فلسفات وأيديولوجيات تاريخية، ووضعيات وتطوريات تقوم على سيادة العقل المركزي، ومنطق القوة، وتطبيق معايير النقد الطبيعي على الظواهر الطبيعية الوضعية، والأخلاقية، والروحية والميتافيزيقية على حدّ سواء.

من الكوكلة إلى الكوكبة (العولمة)

ما الآليات الميديائية - الوسائطية الكبرى، التي تؤثر في الذات البشرية في عصر العولمة؟

آليّة الاستحواذ: استهدف الفنّان البدائيّ - في معنى ما، بالرسم على الكهوف - إلى الاستحواذ على موضوعاته الأخرى (كالثور) بنوع من الفنّ السحريّ، الذي يجعل من «الفنّ» أداة للسيطرة والهيمنة على «الموضوع».

وعملية الاستحواذ، في العصر الحديث، تقوم على السيطرة على الوعي واللاوعي بواسطة الميدياء، من الكوكلة (الكوكاكولا) إلى الدُرْجة (الموضة) بأشكالها وإشكاليّاتها، وحتىّ مفاهيم «الديمقراطيّة» وحقوق الانسان، والحرّيّة والحدّثة.

وتقدّم وسائل الإعلام مفاهيم نمطيّة، كونيّة - خصوصيّة، لا تأخذ بعين الاعتبار الخصوصيّات الفرديّة والجماعيّة الأخرى.

آليّة الهيمنة: وتقوم على الدعاية لنمط إنتاج واستهلاك عالميّ، يقوم على منطق السوق، والبورصة، والعملة، والمؤسّسات الدوليّة، باعتبارها مؤسّسات كونيّة^١، بغضّ النظر عن اللاتكافؤ في الإنتاج والتوزيع والاستهلاك على الصعيد العالميّ. آليّة المحاكاة: تقدّم الميديا الإعلاميّة نماذج نمطيّة سلوكيّة، في الزيّ، واللغة، والفنون، وأنماط العيش المركزيّة، باعتبارها نماذج كونيّة، بغضّ النظر عن الأنماط الأنتربولوجيّة للثقافات الأخرى.

آليّة الاستعمار الذاتيّ: وهي تقوم على القابليّة للاستعمار^٢، في الفكر، والسلوك، والدُرْجة (الموضة) والعادات الاستهلاكيّة.

لا ريب أنّ للوسائطيّة الميديائيّة مناقبها، وهي ليست كلّها من المثالب، من حيث التواصل بين الأفراد والأمم والشعوب، على صعيد كوكبيّ، وعالميّ. ولكن منطق

1. Universal

2. Colonialist

الهيمنة الرأسمالية هو الذي يوجّه «عصر الشاشة» من منطلق الامتثالية «للنظام» العالمي، ويغدو، بالمحصلة إرسال المعلومة وتناقلها وتواترها، و«السلع» المادية والذهنية، في علاقة المرئي باللامرئي أموراً مناطة بالصورة المركزية، وأساس وظيفتها، بين أفراد المجموعة البشرية.

والصورة، والحال، ليست مجرد صورة، وإنما «صورة مجردة» مثقلة بالدلالات والمحاميل والمفاهيم المنطقية، والجمالية، والدلالية، والانتربولوجية والسيمائية. إنها وسيلة للعقل اللوغوقراطي (-العقلاطي) في تسخير الطبيعة للإنسان، والإنسان للإنسان الآخر، باعتبار الطبيعة معيار الوجود والكينونة، فالإنسان كائن طبيعي، والحق والخير والجمال مقولات «طبيعية».

وعلى الصعيد الميتافيزيقي، تغدو الصورة وسيلة للتأليه، الخلق الإلهي، أي إن الإنسان يعيد خلق الخالق، على صورته الإنسية، النفعية، والغائية.

وإذا لنا في نظام إمبريالي، فلا بد أن يتّصف الله بالإمبريالية والهيمنة والسيطرة على المسكونة باسم نظريات كنهاية التاريخ وصدام الحضارات، و«حدود الدم»! وفي النظام الإمبريالي، تكون إيديولوجية الغالب، وزية، ولغته، ومنطقه هي الأساس، بل يمارس لعبة التسمية على الآخرين باسم الحرية، والديمقراطية وحقوق الإنسان، ويقسم الدول «الأخرى» إلى دول فاضلة ودول «مارقة» في عملية من الخليط بين القيمة و«حكم القيمة». وما القيمة في النظام الإمبريالي؟ إنها قيمة إمبريالية، مديوقراطية، تخلط في «مركزية الصورة» الفكر واللغة والتقنية والدلالة، في علاقة الحس بالاحساس بالمحسوس، حيث نمارس إحساسنا في عالم، وتسمية الأشياء في عالم آخر.

وماذا يصبح اسم اميركا لو قمنا مثلاً بعكس الموقف من وجهة التسمية

المضادة؟ تصبح أميركا (الولايات المتحدة) «دولة لوفياتان» (تنبأ) أسطورياً يضحّ حممه على العالم والمعمورة، فهي دولة ديموإمبريالية، من منظور ديمقراطيّ، وسياسيّ، وسوريالية فانتازيّة، من منظور فنّي جماليّ، تقدّم فضلاتها في معلّبات، والفوضى والعنصريّة واللاأخلاقيّة في الدادائيّة - الجديدة، في مبولة ديشامب، وفنون العريّ المجانيّة^١، حيث يصبح الجسد قيمة بلا قيمة، وفنّ الكاريكاتور كفنّ واقعيّ وافتراضيّ (هوليوقراطية) هو الفنّ.

وماذا عن أخلاقيّة الجسد - الحضاريّة؟ ألا تصبح أميركي بمقتضاه دولة ديمو «قراطية»^٢؟ وماذا عن الفضيلة وفضلاتها؟ ألا تكون أميركا بمقتضاها «سوقراطية» وسلعة قراطية، وبرغر قراطية، وبيتزاقراطية (Hut) وكولا قراطية؟!

وماذا عن الاقتصاد، والدولة، ومؤسّسات البورصة، والبنك الدوليّ، والماسونيّة، ولوبيات الضغط، والمال (رأس مال) الناطق ألا يحوّل الإنسان إلى حيوان ماليّ ناطق، ويحوّل أو يسعى إلى تحويل العالم إلى «ديمولاريّة»؟ من دون معادل ذهبيّ؟!

وماذا عن الديمقراطية الأميركيّة، ألا تكون بمقتضى استراتيجيّات «حدود الدم» و«الكاوس» و«نهاية التاريخ» و«صدام الحضارات» «دمقراطية» ودمى قراطية، وبترو قراطية وموز قراطية (ديمقراطيّات الموز وشركات الفواكه المتّحدة)؟ وماذا عن شركات النفط المتّحدة التي تخاض الحروب باسمها، من أجل تعميم النموذج الديمقراطيّ على العالم والمعمورة؟! من أجل «عالم جديد» باهت Desenchanté، يجمع الصورة بالمعلومة بالسياسة بالتواصل الافتراضيّ خارج

1. Performance

2. Fuckcraty

الدلالة، وبلا دلالة؟ في سحر الصورة المتعالية، المخصصة، في عملية الفرجة،
بلا تفريج catharsis، خارج الزمان والمكان والتاريخ في حياة الصورة وموتها -
بحسب تعبير ريجيس دوبريه -؟

لائحة المراجع والمصادر:

١. ريجيس دوبريه. حياة الصورة وموتها. ترجمة د. فريد الزاهي. دار أفريقيا الشرق - ٢٠٠٢ بيروت.
٢. أندريه لالاند، موسوعة الفلسفة. تعريب خليل أحمد خليل، دار عويدات، ٢٠١٢.
٣. عبد المنعم الحنفي، موسوعة الفلسفة والفلاسفة، مكتبة مدبولي، القاهرة، ١٩٩٩.
٤. عبد الرحمن بدوي، موسوعة الفلسفة (وأجزاء) موسوعة ذوات القربي، طهران، ١٣٨٥هـ.
٥. روجرويم، جوزيف دومنيك، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، مركز دراسات الوحدة العربيّة، المنظمة العربيّة للترجمة، الطبعة الأولى، بيروت، ٢٠١٣.

مارسيل غوشيه قارئاً عالم الميديا ضرورة التفكير بمجتمع وسائل الإعلام^١

مارسيل غوشيه^٢

انطلاقاً من العمل المنجز في إطار نشر عدد من مجلّة Le Débat (عددي ١٣٨ و ١٣٩)، يقترح الفيلسوف الفرنسيّ مارسيل غوشيه تناول الميديا واجتياحاتها عالمنا المعاصر بمنهجية جديدة. فقد حدّد الأسئلة الأساسيّة التي تسمح بترقية إمكانيّة فهم فكرة «مجتمع وسائل الإعلام»، وعكف على تعميق استبيانين أو ثلاثة أساسيّة، للإحاطة بتأثير وسائل الإعلام في السياسة. هل صحيح أنّ «السلطة الرابعة» تقدّمت على السلطات الأخرى؟ ما طبيعة هذه السلطة؟ كيف تكيّف الطاقم السياسيّ، مع هذه البيئّة الجديدة، أليست الحقيقة، أنّ وسائل الإعلام، تمارس تأثيراتها السياسيّة، الأكثر عمقاً، من خلال برامج التسلية؟ ألم يحن الوقت، لتقويم مدى تأثير الكلام العام، الذي ينقله الطيف الإعلاميّ؟

هذه الأسئلة يجيب عنها مارسيل غوشيه في هذه المطالعة. إنني هنا في وضعيّة غير عاديّة قليلاً، لأنني سأعبّر عن رأيي، ليس بوصفي

١ . . محاضرة ألقيت في مركز «لقاءات العصر الجديد» مدينة ليل - فرنسا في ٢٢ حزيران ٢٠٠٦ .

- العنوان الأصلي للمقال: Penser la Société médias.

- ترجمة: صلاح عبد الله، مراجعة: د. جاد مقدسي .

٢ . مارسيل غوشيه Marcel Gauchet فيلسوف فرنسيّ معاصر .

مؤلفاً فحسب، ولكن بوصفي ناشراً لمجلة Le Débat أيضاً، والتي خصّصت عددان لوسائل الإعلام، تحت هذا العنوان «التفكير بمجتمع ووسائل الإعلام» الذي اخترنا أن نستعيده في المؤتمر الراهن.

هذا هو البرنامج، الذي أريد أن أعلنه وأوضّحه، لن أتكلّم بوصفي اختصاصياً، لن أناقش أبداً، لن أقول شيئاً عن الأسئلة التي لست أهلاً لها، ولكنني سأحاول جهدي أن أستخلص الرهانات العامّة، الإشكاليّة التي يعرف الجميع أهمّيّتها.

سأنطلق من ملاحظة أوّليّة، متعلّقة بفكرة مجتمع ووسائل الإعلام، لقد اخترناها عمداً، وإذا تكلمت بصيغة الجمع، فذلك لأنني أتكلّم على المجموعة الصغيرة، التي تمثّل هيئة تحرير مجلة Le Débat - لحياديّتها البيانيّة، مفضّلةً على عدّة أفكار ممكنة أفكاراً تحمل جميعاً ضرر نقل افتراضات مسبقة وقويّة، مثل «مجتمع الإعلام»، الفكرة الأكثر انتشاراً في أيامنا الراهنة، «مجتمع التواصل» أو أيضاً «مجتمع الشبكات» عنوان كتاب مهم لـ مانويل كاستيل^١ عن الموضوع واستعراضه باختصار ليس أمراً دون فائدة^٢.

مفردات لغة

فكرة «الإعلام» تحدث لبساً، بشكل عامّ، بين القيمة العاديّة للإعلام، الإعلام بالمعنى العاديّ، الصحفيّ، ونظريّة الإعلام بالمعنى الذي قصدته كلود شانون^٢. الالتباس^٣ موجود في «مجتمع الإعلام» الذي يركّز على الطبيعة البانيّة للسرعة، وعلى تعدّد مصادر المعارف، التي نأخذها من العالم المحيط. إنّها تستدعي عالم التزامن الجديد، حيث كلّ شيء يُعرف في الحال، في زمن حقيقيّ (قياسيّ) كما يُقال. وهذا لا يصحّ بالنسبة للإعلام (الأخبار) بالمعنى الصحفيّ

1. Manuel Castells

2. Claude Shannon

فقط، وإنّما يصحّ أيضًا، بالنسبة للمعارف بالمعنى العلميّ، من حيث تتواصل فكرة مجتمع الإعلام مع كلّ مجموعة الأفكار الملحقة، التي تشهد اليوم نجاحًا كبيرًا: اقتصاد العلم، اقتصاد المعرفة، اقتصاد الإدراك^١. من هذا المنظور، تشمل وسائل الإعلام، كلّ ما اصطلح على تسميته تقانات (تكنولوجيّات) الإعلام، والتواصل، والمسألة تكمن في معرفة، إذا ما كانت خصوصيّة وسائل الإعلام، تتفكّك في هذا الركام التقنيّ.

مجتمع الشبكات يركّز على الشكل الجديد للعلاقات الاجتماعية التي تُمليها أو تفرضها تقنيات الإعلام والتواصل الجديدة. إنّها تلحّ ضمناً، على أفقيّة العلاقات الاجتماعية المرتبطة بهذه التقنيات على لا محدوديّتها ما بين - فردية - الشبكات، وهي من حيث التعريف مفتوحة، من دون حدود، سواء أكانت هذه الحدود جغرافيّة، أو اجتماعيّة أو تراتبيّة داخل هذه الشبكات.

إنّنا، بالتأكيد، نستطيع تعميق هذا التفحص. أريد بالتحديد، إشعار الآخرين، بالحدّ الذي تبلغه، أهميّة الكلمات، في هذا المجال، وكم هي مهمّة السيطرة على المعاني الضمنيّة، التي تنقلها، إذا ما أردنا فهمها بوضوح، مع العلم أنّ ثمة كثيرًا من الأشياء المفيدة والصحيحة في هذه المعاني الضمنيّة، ولكنّها أشياء يقتضي بالتحديد مساءلتها واستيعابها.

بثّ الرسائل

«إنّ مجتمع الإعلام» - بعودتنا إلى الفكرة التي اخترناها - يملك الأفضليّة، في تحرير الذهن، من هذه التصوّرات، مع الإشارة إلى أنّ ما يبدو، إجمالاً، الأكثر أهميّة: خصوصيّة الواقعة الإعلاميّة، داخل هذا الركام من تقنيات الإعلام

والتواصل الجديدة، خصوصية النشاط، الذي يصرّ على إرسال رسائل لمتناول الجمهور، في حين أنّك، عندما تقوم بالتواصل عبر هاتفك المحمول فإنّما ترسل رسالة لمتناول خاصّ.

ندخل إلى ميدان وسائل الإعلام، إذ نرسل رسالة استهدافها عامّ، أي إنّها موجهة افتراضياً لكلّ الناس، حتّى لو لم يتلقّها إلاّ عدد محدود جدّاً، ومن حيث المبدأ، يمكن أن يفهمها أيّ كان. وسواء أرسلت الدولة هذه الرسائل، أو كان مصدرها المؤسّسات الخاصّة، التي تبغي من خلالها الربح، المنفعة المادّيّة، المنفعة التجاريّة أو الفائدة المعنويّة والدعائيّة - فالظاهرة تبقى هي نفسها، والتحديد الأخير المهمّ: هذه الرسائل ذات الاستهداف العام، يمكن أن تكون رسائل إعلام أو رسائل للتسلية.

فكرة وسائل الإعلام هذه هي حديثة في استخدامها الشائع: برزت مع التلفاز، والمؤلف الأوّل الذي كرّسها حقّاً، المنسي اليوم، عن غير وجه حق، والذي يُستفاد دائماً من قراءته، هو مكلوهان¹. هذه الكلمة العلميّة انتشرت في الاستخدام الشائع، بمقتضى ظاهرة محدّدة، توافقت مع مرحلة، من حياة وسائل الإعلام، عملت على إنشاء نسق، على إقامة دائرة وحيدة، تحت سلطان الوسيلة الأقوى، التي هي، بالتأكيد، التلفاز.

لقد استمرت الصحف، والإذاعة، والتلفاز مدّة طويلة، في مجالات مستقلة نسبياً، ثمّ في لحظة معيّنة، حصل تكامل، انعكاس بين وسيلة وأخرى من الوسائل الكبيرة. وسائل الإعلام تعمل اليوم بنسق، بحسب دائرة حيث إنّ الصحيفة المكتوبة الصباحيّة، أو في مرحلة ما بعد الظهر تجد لها ارتداداً من خلال جريدة التلفاز المسائيّة التي تشكّل جدول أعمال الإذاعات في اليوم التالي، وهكذا

دواليك. إنّها ظاهرة مذهشة جدًّا لإسهاب الكلام المتبادل، حيث تردّ مختلف الخطوط بعضها على بعضها الآخر. وبمقتضى نسق الإعلام هذا فرضت كلمة إعلام ٤ نفسها في الحياة الاجتماعيّة. هذا التكامل لمختلف وسائل الإعلام، فيما بينها، يمتلك اليوم أدواته التقنيّة، مع الإنترنت، الذي أدخل كامل الكتابات والصور والأصوات في العلبة نفسها والمسار نفسه مع تأثيرات ينبغي استنطاقها.

ما الذي ينبغي تفكّره، على وجه الخصوص، في مجتمع الإعلام؟ من البديهيّ أنّنا لا نستطيع بصدد هذا السؤال، إلّا أن نلاقي الحدس الذي تترجمه مختلف الأفكار التي أثرتها: الإعلام يقولب مجتمعه، يُثقل على وظيفته، يحدّد أنماط وجوده، أو على أيّ حال، يحدّد قسمًا متناميًا منها، ولكن بماذا؟ كيف؟ وإلى أيّ حدّ؟ هذه هي المسألة كاملة.

السؤال ليس جديدًا، لقد سمعتم من قبل كلامًا كثيرًا بصدده، وإنّما ما هو جديد هو الطريقة التي يُثار بها؛ ولهذا السبب، يبدو لنا، من المفيد استعادة المسألة مجددًا، بنضارتها من أساسها، بتواضع وبمنهجية، عاملين على وضع جردة لهذه الكلمات الجديدة التي تمثّل فيها.

ولتحديد هذه الجدة، بالطريقة الأكثر عموميّة، يمكن أن نقول إنّّه كان ثمة مرحلتان طويلتان، لدراسة وسائل الإعلام والتفكّر فيها، وبأنّنا ندخل في مرحلة ثالثة.

اختراع وسائل إعلام الجماهير

المرحلة الأولى، توافق ما يمكن تسميته بزمن الشموليّة: من شروطها الأساسيّة هجمة لسياسة الجماهير واختراع وسائل إعلام الجماهير، وكلّ هذه الظواهر كانت مترابطة.

من وجهة نظر التواصل، كان يسودها نموذج، يتلخّص بكلمة واحدة، هي الدعاية (البروباغندا). وإذا كان ينبغي، ذكر كتاب واحد فقط، يلخّص على نحو ممتاز روحية هذه المرحلة، سيكون المؤلف المشهور لتشاكوتين^١ الذي يعود لثلاثينات القرن الماضي، وعنوانه: اغتصاب العامة بالدعاية السياسية^٢ حيث يحتوي الشرح وحده برنامج عمل. وبعد ذلك امتدّ النموذج، فالتوترات القصوى انهالت خلال السنوات ما بين ١٩٥٠ و ١٩٦٠، ومعها مفردات جذر نموذج^٣ التأثير. استمرّ السؤال فعلاً، خلال هذه المرحلة، سؤال تعبئة العقول التي تستطيع وسائل الإعلام القيام بها. استعرضنا الدراسات التي لا تحصى، والتي أثارت هذا الموضوع، فمن الصعوبة بمكان التحقق من أنّها توصلت إلى استنتاج سلبيّ. ليس لوسائل الإعلام هذه السلطة السحرية التي محضناها إيّاها، باقتحامها العقول وقولبتها. ذلك أنّ المواد، موضوع التعبئة، هي أكثر مقاومة بكثير مما كنّا نعتقد. وبالمقابل، فإنّ الوظيفة الحقيقية، التي يمكن أن نعترف بها، لوسائل الإعلام، في المجال العام، هي تحديد جدول الأعمال الجماعيّ - ثمة توافق واسع، للاختصاصيين حول هذه النقطة، إنهم لا يقولون للمواطنين، وللأشخاص ما ينبغي عليهم التفكير فيه، ولكنهم يقيمون تراتبية للمسائل، يميّزون ما هو مهمّ، وما هو غير مهمّ، وما هو في المخطّط الأوّل، وما هو في المخطّط الثاني، إنهم يضعون قواعد لحالات الطوارئ التي هي في ذاتها إخضاع كبير للعمل العامّ. يمكن أن نعتقد أنّ مسألة معينة هي موضوعاً شديدة الأهمية، ولكن في الواقع، على أيّ مسؤول، على أيّ درجة كان، أن يبدأ بالدرجة الأولى، بمناقشة الملف الذي يفرضه عليه، جدول الأعمال الإعلاميّ كأولوية.

1. Tchakotine

2. Le viol des foules par la propagande politique

3. Paradigme

صناعة الرابط الاجتماعي

المرحلة الثانية، التي يمكن أن نرجعها إلى السنوات ١٩٧٠ - ١٩٨٠ توافق دخول الديمقراطية في الأعراف الاجتماعية، إنها ترافق ما أُطلق عليه علماء السياسة، الموجة الثالثة للديمقراطية: الأولى هي تلك التي تلت الحرب العالمية الأولى، الثانية هي التي تلت الحرب العالمية الثانية، والثالثة هي التي بدأت في العام ١٩٧٠ مع ثورة القرنفل في البرتغال، والتي وضعت حداً للديكتاتوريات في جنوب أوروبا - بقايا الفاشية في اليونان وإسبانيا والبرتغال - وامتدت إلى أميركا اللاتينية، حيث أطاحت بالأنظمة العسكرية، ووصلت إلى بلدان الاشتراكية الحقيقية في أوروبا مع التأثيرات التي نعرفها.

كان النموذج السائد إبان المرحلة الثانية لدراسة وسائل الإعلام هو نموذج التواصل. وما استحوذ على الاهتمام كله هو دور وسائل الإعلام، بوصفه صانعاً للرابط الاجتماعي، وبدلاً من علاقة فرض الدعاية التي تمّ التركيز عليها، في المرحلة السابقة، والتي كانت قد أُوحت، على سبيل المثال، بكلّ الدراسات حول الدعاية، عكفنا على مساءلة التفاعل بين نسق العرض والطلب، للجمهور، وهو نموذج مختلف بعمق. كان حينذاك زمن الاعتراف الكبير بالرأي في السياسة، وذلك مع وصول فكرة إشكالية ديمقراطية الرأي، مع الانحرافات والصعوبات، التي أشارت إليها.

ولنذهب سريعاً (لا أقصد عرض تاريخ عن الدراسات حول وسائل الإعلام، إنما أريد بالضبط إثارة بعض الأسئلة)، بيدولي أننا خرجنا من تشاؤمية النموذج الأول الذي يركّز على القدرة التعبوية للدعاية (البروباغندا)، أو على قدرة تأثير وسائل الإعلام، كما من تفاؤلية النموذج الثاني؛ إذ كان يُعترف بوسائل الإعلام، كأداة اجتماعية في خدمة الديمقراطية، في مختلف معانيها. إننا، اليوم،

في لحظة يجبر فيها، تطوّر الظاهرة نفسها، النظر إلى الأشياء بعين مختلفة، إننا مدفوعون إلى إعادة تقويم دور وسائل الإعلام في الحياة الاجتماعية، التي لم يعد أي شخص يستطيع تجاهل أنها أصبحت جهازًا مركزيًا. وذلك سيقاس بسهولة بأموال موظفة وبوقت مكرّس. ولكن كيف يعمل هذا الجهاز بالضبط؟

لا يوجد، اليوم، خطابات جدّية حول المجتمع كما نعرفه، من دون تقويم الوظيفة التي تشغلها وسائل الإعلام داخله. إن ذلك أحد المقاييس التي انطلقاً منها نستطيع القول إننا في زمن سوسيولوجي جديد: إن النظريات عن المجتمع، من دون نظرية عن وسائل الإعلام، اليوم، تفتقد بوضوح عنصرًا مفتاحًا لعمل المجتمع. إن النظريات التقليدية تملك النزر اليسير لتقوله حول الموضوع، كما نعلم. ولكن في الوقت عينه، تبدو طبيعة وظيفة وسائل الإعلام هذه صعبة جدًا على الفهم، إنها اليوم، أكثر غموضًا من أي وقت مضى، فإذا كان الدور شاملًا، فإن الوظيفة صفيقة.

نستطيع منذ البداية، استبعاد بعض الأفكار المحفوظة، ليست وسائل الإعلام المحطّطة الواضحة المعالم للإيديولوجية السائدة، ليست أداة دكتاتورية السلعة، ولا أفيون الشعب الجديد، ولا آلة لإفساد عقول الجماهير. إن أحد التطورات المهمة، للمرحلة الأخيرة، هي إعادة تقويم ثقافة الجمهور، لقد كان لديه صحافة سيئة جدًا: النظرة الجديدة، ترى مستواها إلى ارتفاع. الخطاب التهويلي أن إمبراطوريتها تراجعت إلى حدّ كبير جدًا. وسائل الإعلام، ليست في الاتجاه الآخر، الآلة التي تعبّر عن حلم الشفافية الديمقراطية، والتفاعل بين القاعدة والقمّة، المقدّر لها أن تقارب بين المحكومين والحاكمين، بين الشعب وممثليه.. المتحمّسون لا يقنعون عالمًا واسعًا؛ إذ يقدّمون وسائل الإعلام، كما لو كانت قمة، فيما يمكن أن نتخيّله، في مجال التبادل الشامل بين الأفراد.

إذا كان ينبغي في هذا الموقف اقتراح فكرة مألوفة، فإنني أختار فكرة الثقافة الإعلامية، هذا هو الدرس الذي استخلصته من العمل الذي أنجزناه لبناء عددي مجلة Le Débat ومن اتصالات من شتى الأنواع مع مهنيي المجال واختصاصيي المسألة التي كشفوها أمامي.

هذه هي الفرضية التي أردت تحريها، وسائل الإعلام هي مخلوقات ثقافات، ثقافات تتداخل فيما بينها، (ليس المقصود أن أنسب لها الحصرية، أو أي استئثار في هذا المجال).

تضيف وسائل الإعلام، إلى الثقافات الموجودة، من قبل، جداول من المطالعة والثقافات، أي بالمعنى القديم والتقليدي، عادات عقلية مؤسّسة على قيم، وعلى أنساق من المعايير والتقويم. إنها تضع قيد التداول أنماطاً لكشف الحقيقة: إنها تشجع مواقف، وتدخل تطلعات، وتقترح نماذج سلوكيات يتسع تواترها ومكانها داخل مجتمعاتنا.

لتوضيح ما قصدته، سأستعرض، بادئ الأمر، وبسرعة بعضاً من هذه الثقافات التي خلقتها وسائل الإعلام على وجه التحديد، بعد ذلك سأعود بشكل أكثر إطالة، في ضوء ذلك، إلى تأثير وسائل الإعلام في الحياة السياسية.

ثقافات تحتّ عليها وسائل الإعلام

سأعطي الأفضلية لثلاثٍ من هذه الثقافات، أو ما دون - الثقافات (التعبير ينطوي على شيء من التحقير) التي هي، على علاقة مباشرة مع المجال السياسي، وسأترك جانباً ما يشكّل بطريقة ما الجزء الأكبر لتحليل الانعكاسات الثقافية لوسائل الإعلام: تحليل الثقافة الجديدة للصورة التي فرضت نفسها، في اقتفاء عالم التلفزة والتي تخصّ اليوم كلّ سجلّ من سجلّات التجربة، سواء أتلّق

الأمر بعلاقة كل منها بصورته الخاصة، وهذه ظاهرة أصبحت على أهميّة قصوى، أو بمن يؤمن بالحياة الجماعية، أو كان الأمر يتعلّق بموقع الكتابة في عالمنا، الكتابة هي بالفعل صورة من نوع خاصّ، تقيم مع الصورة بمعناها الشائع علاقات ملتبسة، تطوّرت كثيرًا في المرحلة الراهنة.

الكتاب الأكثر إيجاءً، الذي نستطيع قراءته في هذا المجال هو بالتأكيد بحث ريجيس ديبري^١، «موت الصورة وحياتها»^٢ الفكرة الرئيسة للكتاب، هي أنّ الانتصار الظاهر للصورة، يخفي في الواقع، عدم أهلية الصورة، أو هبوط مستواها، الناتج من وفرتها نفسها، والمثل الضمنيّ، الذي يعتمد عليه ريجيس ديبري، هو تهميش الصورة السينمائية من خلال الصورة المتلفزة، وهو بذلك ينطوي في خطّ التفكير لناقد السينما الذي لعب دورًا كبيرًا في الحياة الثقافية خلال السنوات العشرين الأخيرة، وهو سيرج داني^٣. إنني أعتقد أنّ هذه المقولة، غير صحيحة: لا أعتقد، أنّنا شاهدنا موت الصورة، أو هبوط مستواها، ولكننا بالتأكيد، نشاهد إعادة تشكيل جذريّة لمكانتها ودورها، سأشير إلى مزيتين لألحظ جدية هذه المكانة وهذا الدور.

الصورة القديمة التقليدية كانت ذاكرة، وكانت الصورة معدّة لتحفّر في العقول، أكثر بالتأكيد من أيّ مرسلّة كلامية، إنّنا لا نستطيع حفظ ما سمعناه، ولكننا نذكّر ما رأيناه. وفي نظام الصورة الجديد، الأمر معكوس، الصورة تُكوّن لتطرد صورة أخرى. إنّنا إزاء دفقٍ من الصور، حيث لا تتضح أيّ واحدة منها. مملكة الصورة، هي مملكة حاضر يتجدّد من دون انقطاع، ويتسبب بالنسيان، إن لم يكن بفقدان الذاكرة.

1. Regis Debray

2. Vie et mort de l'image

3. Serge Daney

الصورة القديمة بحسب المزية الثانية، كانت تنتشر تحت تأثير ثبات المفتاح (الكود) واستدامة الرموز. لقد كانت تستدعي، على نحو مثاليّ إجماع التفسير، وكان المثل المناسب مثل الكاتدرائيّة، حيث الصور تؤالف بين المتعلمين وغير المتعلمين، وفي النظام الجديد للصورة، كان على العكس، يسود تعدّد المعاني للكلمة الواحدة التي لا يمكن القبض عليها: لا أحد يستطيع أن يتوقّع ما سيكون مقروءاً في الصور. إنني أشير إلى هذه النقطة، لأنّها تحدّد بالضبط، حدود أيّ استراتيجية تواصل وأيّ محاولة تعبئة. الصورة هي ما يفلت من الذي ينتجها، إنّها تفرض العيش، مع هذا اللايقين. نستطيع عند الاقتضاء، تصحيح صورة بصورة أخرى، نعتقد أنّنا نتحكّم بها، ولكن المساق لا نهاية له.

وفيما يتعدّى هذه التوضيحات المختصرة، سأترك المسألة جانباً؛ لأنّها مفرطة الاتساع، وتستدعي بذاتها عرضاً لا أحسّ أن لديّ الكفاءة الخاصّة للقيام به، ومن المؤكّد، أنّ ذلك هو أحد ورش أبحاث العقود القادمة، مع مشكلة أخرى ملحقة: أيّ شيء صار المخيال في الثقافة الجديدة للصورة؟ هل ما زال ثمة مخيال، خارج هذا الاستغراق في الصورة؟ نستطيع إثارة السؤال.

سأجتهد، في المقابل، أن أكون أكثر دقّة، فيما يتعلّق بثلاث ثقافات، أو ما دون-الثقافات التي تتدخل مباشرة، في المجالين المدنيّ والسياسيّ، سأميز فيما بينها في التحليل، ومن الطبيعيّ أن كلّ شيء هو على علاقة مع كلّ شيء في هذا المجال، ولكن من أجل وضوح الغاية من الأفضل تمييز واحدتها من الآخر.

ثقافة المشاهد

الثقافة الأولى، التي سأذكرها يمكن أن تُدعى ثقافة المشاهد. كان الاستعلام والتسليّة حتّى وقت قريب يقتضيان القيام بنشاط، كان يجب طلب ذلك، وكان

هذا النشاط عامًّا. إذا بقينا في المنزل، لا نكون على علم بما يجري، ولا نتسلّى كثيراً، لنستعلم أو لتسلّى. كان يجب أن نتفّلت من عالمنا الخاصّ، وأن نتشارك مع آخرين مشروعاً تمّت مناقشته. لقد أصبحنا شهوداً لانقلاب كامل في هذا المجال. الأخبار تأتي إلينا وكذلك التسلية، من دون ترك المنزل. وسهولة الوصول إلى المعلومات، كما إلى التسلية، لا تكفّ عن الاتساع، إنّ محبًّا للسينما يستطيع اليوم مشاهدة ثلاثة أفلام في منزله في الليلة نفسها، في حين أنّه كان فيما مضى ينتقل كي يراها. هذا أصبح نشاطاً جماهيرياً عادياً تماماً. لا أحد بحاجة ليلتزم، أو يتشارك مع آخرين من أجل ذلك.

انطلاقاً من هذا العرض، نما موقف مميز للفرد المعاصر: عدم الالتزام، وعدم التشارك لا يحتاج المرء لمشاركة أحد ليكون على علم بما يجري، وليكون حاضرًا في عالمه. أتكلّم على ثقافة المشاهد؛ لأنّه في هذا الموقف تتضح أفضليّة وجهة نظر المشاهد، بالمقارنة مع وجهة نظر الفاعل. الفائدة في السياسة، يمكن أن تتضح مثلاً من حقيقة متابعة حملة انتخابيّة دون الذهاب للاقتراع. هذا يشكّل مفاجأة للذين درسوا الممتنعين عن التصويت في المرحلة الجديدة باكتشافهم، على نقيض كلّ جداول التحليل، أنّ عددًا لا بأس به من هؤلاء لديهم فائض من المعلومات، وهم على علم بما يجري، ولكن ليس لديهم الرغبة في الاقتراع، إنهم يفضلون مشاهدة ما يجري ويحلّلون. إنّ ابتعاد المشاهد أصبح سلوكًا جماهيريًا يزداد اتساعًا، وانطلاقاً من ذلك نستطيع أن نفهم مكانة ثقافة التسلية التي تشكّل حالة قصوى لظاهرة ثقافة المشاهد؛ لأنّ من وجهة نظر المشاهد كلّ شيء يمكن أن يصير تسلية. ويمكن أن تجد حملة انتخابيّة، على التلفاز، أكثر تسلية، من تلك التي تقدّم لك كمشاهد في الخارج، دونما الخروج من المنزل.

وبشكل عام، إنّ الدراسات عن عالم وسائل الإعلام تعطي أهميّة خاصّة

للإعلام، وتركّز على قطاعه العام. وعليه فإنّ الجوهريّ في الاستهلاك الإعلاميّ، لم يعد هنا اليوم، إنّهُ إلى جانب التسلية، وفي هذا الاستهلاك، تتشكّل النماذج، الأكثر أهميّة، للحضور في العالم، إلى حدّ أنّه، لم يعد الكثير من الأفراد، يتزوّدون بالمعلومات، انطلاقاً من البرامج الأخباريّة، كما بيّنت دراسة حديثة، إنّها تنشئ معلومات تحكم بصدقيتها من خلال مختلف برامج التسلية، ومن هنا، تستخلص المعلومات التي تقدّر أنّها الأكثر صلاحية لاستخدامها في الحياة اليوميّة.

الثقافة المجانيّة

الثقافة الثانية التي تستحقّ التفحص، هي الثقافة المجانيّة: كانت المعلومات والتسلّيات، حتّى وقت قريب، سلعاً نادرة وغالية، ولكن عالم وسائل الإعلام المعاصرة جعلها وافرة ومجانيّة من وجهة نظر المتلقّي، وعليه فإنّ المعلومات في الحقيقة، تبقى سلعاً نادرة، ويبقى إنتاجها غالياً كما التسلية، وهذا لا يمنع أنّه من وجهة نظر المشاهد، أصبح الوصول المجاني إليها نموذجياً بشكل خاصّ بنظر الأجيال الفتية، إنّهُ يمثّل توقّعاً اجتماعياً في غاية الانتشار، مع كلّ أنواع المشكلات مع حلولها - لقد بدأنا التحقّق من ذلك، مع النقاشات حول الشحن من بعيد للإنترنت، أو مشكلات الترخيص الشامل، وكذلك مع انتشار الصحافة المجانيّة أيضاً، الظاهرة الكبيرة في السنين الأخيرة.

إذا كان ثمة مشكلة، ذلك لأنّ المجانيّة هي بالتأكيد طعم من الناحية الاقتصاديّة، ما يقدّم مجاناً وفي الواقع كلفته باهظة، يُدفع ثمنه بطرق أخرى، الإعلان الدعائيّ يتكفّل الأمر، خالقاً وهماً لدى الناشط الاجتماعيّ، ينبغي أن نرى فيه وهماً نموذجياً الأشخاص أنفسهم الذين يحتجّون ضدّ الدعاية يطالبون مع ذلك بتوسيع عالم السلع المجانيّة.

الدعاية لا تُدخل تطلّباتها فقط، وإنّما عقلها أيضًا. دور الدعاية الأكثر أهميّة في وسائل إعلام اليوم من المحتمل أنّه يكمن في نماذج مستهدفيها الذين تعرضها عليهم، وتدفعهم لتليتها. لقد صُمّمت للتأثير في أكبر عدد منهم. وعليه فوسائل الإعلام هي نفسها أيضًا تستهدف أكبر عدد ممكن من تلك النماذج، لتستفيد بالتحديد، إلى أقصى حدّ، من الوصفة الدعائيّة. ومن الطبيعيّ أنّها تفعل ذلك، لتدخل مراسلاتها الخاصّة، في فلسفة المرسلات الدعائيّة. إنّ المضمون المقدّم مجانًا ليس أيّ مضمون كان.

ليس ثمة موضوع أكثر أهميّة في المستقبل من الشيء الدعائيّ، لن يكون مسألة بسيطة إفهام المواطن المستهلك أنّ ما هو مجانيّ يحظى مع ذلك بدوق جماعيّ مرموق. ثمة هنا خميرة للاتسييس وللارتهان المعارض، الذي لم يكن يُشعر تأثيراته، نستطيع أن نضع عدم الفهم بين المسؤولين الذين يدفعون ثمنًا، والمستهلكين الذين يطلبون المجانيّة من بين مواضيع المستقبل.

ثقافة التجاور

الثقافة الثالثة التي سادرسها ثقافة التجاور التي تُشرك أيضًا بشكل أكثر مباشرة مستقبل السياسة.

إنّ قوّة الصورة المتلفزة التي لا شبيه لها هي إرساء وساطة، ليس لها مظهر الوساطة، وساطة لا تُرى إلى حدّ تترك لدينا انطباعًا أنّها شفافة، إنّ في ذلك طعمًا. ولا حاجة للإلحاح في ذلك: الصورة المتلفزة هي موضوع إخراج وإنتاج واختيار. لا بدّ من عمل ضخم على الصورة لتترك انطباعًا أنّها طبيعيّة ومباشرة. هذه الوساطة غير المرئيّة خلقت دائمًا لدى الأفراد المواطنين نسق اعتقادات وتوقّعات حيال أشخاص القطاع العام، أيّا كانوا؛ سياسيين أم غير

سياسيين، طلب علاقة شخصيّة ومباشرة، وتتطلب علاقة دونما وساطة، آلت إلى إنشاء نماذج أعيد بمقتضاها، تعريف المرسلّة السياسيّة بعمق. فضلاً عن ذلك، توقّف الكلام عن الدعاية السياسيّة: أصبحت الكلمة بذية تقريباً، لم يعد ثمة مجال إلا للتواصل السياسي الذي أصبح نموذج المثلّي تواصلًا ما بين شخصي.

لقد ركّزنا كثيرًا على الشخصنة في الحياة السياسيّة التي نتجت منه مع كلّ تأثيراتها المنحرفة. إنني أريد أن أؤه، ببعيدٍ نلمحه قليلًا وهو ردّ الفعل المباشر عليه. نحن هنا، عند مصدر سوء الفهم الكبير الذي ينتشر بين رجال السياسة والمواطنين، بين الممثلين والممثلين بين القادة والمقادين، سوء الفهم هذا يتشكل بمظهر مفارق كلما ازداد ظهور السياسيين قريبًا في الصورة وسهل الوصول إليهم «مثل كلّ الناس» ازداد اعتبار المواطنين لهم بعيدين عن همومهم، وازدادت شكواهم من عدم الإصغاء لهم وسماعهم؛ ذلك أنّ التجاور مُخادع؛ لأنّ الموضوع السياسيّ جوهرياً غريب عن العلاقة المباشرة بين شخص وآخر، السياسة تعالج ما هو مشترك بين الجميع. موضوع السياسة، من حيث التعريف، بعيد بل بعيد جداً، هو هموم كلّ فرد من الناس، كلما أظهر المسؤولون السياسيون قريبًا من الناس، ظهرت السياسة التي يتعهدونها بعيدة عنهم. السياسة هي التي ينبغي جعلها قريبة من الناس، إذا أردنا معالجة شعورهم بالحرمان وليس الذين يعتنقونها.

تأثير وسائل الإعلام في السياسة

وصلت إلى النقطة الثانية، التي كنت قد أعلنت عنها: تأثير وسائل الإعلام في السياسة، سآدرسها من زاويتين، الأولى تنظر بالحريّ إلى الحاضر والأخرى

إلى المستقبل، وسأعين بدايةً تحولات السلطة - المضادة التي تمثلها وسائل الإعلام، وسأتفحص بالتالي، تشطّي الفضاء العام الذي يبدو واقعاً تحت تحريضها، وفي ذلك ميل جنيني، ولكن يمكن أن يصير، انطلاقاً من الإنترنت، إحدى المشكلات الأساسية لعمل الديمقراطيات.

ليس من قبيل الصدفة أنّ كلمة «سلطة» تصل اليوم إلى طاولة التداول، ما إن نلفظ كلمتي «وسائل الإعلام»، ما إن تقول وسائل إعلام حتى يتبادر إلى الذهن «سلطة وسائل الإعلام». إنّها ذات قيمة أكيدة في بورصة الإدانة، إذا أردت أن تكسب مجموعة صغيرة من الناس، ما عليك سوى إدانة سلطة وسائل الإعلام. في الحقيقة، إذا نظرت إليها عن كثب، تبدو هذه السلطة، عصية على الفهم، سألخص المسألة باقتراحين:

١. وسائل الإعلام لديها سلطة، أو لأكون دقيقاً تماماً، هي تمارس تأثيرات السلطة.

٢. وسائل الإعلام ليست سلطة، ومن السهولة بمكان أن نقيس ذلك على قاعدة أربعة معايير بسيطة.

- إنّها لا تصدر عن الدستور: سلطتها تمارس على نحو غير رسمي.
- هي متعدّدة ومبعثرة، في حين أنّ السلطات، من حيث التعريف، مركّزة ويمكن تعريفها.

- القسم الأكبر منها الآن، ملك القطاع الخاص، ويخضع لمنطق الشركة والربح، حتى لو لم يكن ذلك، الهدف الحصريّ للذين يمتلكونها.

- أخيراً، ليس لوسائل الإعلام، القدرة على الالتزام، في حين أنّ ذلك ما يعرف «السلطات» بالمعنى السياسي، إنّها تحتكر العنف الشرعيّ، القدرة على احتجاز الأشخاص وإخضاعهم، بوضعهم في السجن على سبيل المثال.. وسائل الإعلام

لا تمتلك هذه الوسيلة. تستطيع أن تدمر سمعة، وهي بذلك تذهب بعيداً جداً، ولكن هذا شيء مختلف.

وسائل الإعلام تمتلك سلطة، إنها ليست سلطة

هذه هي المشكلة التي حاولت فكرة السلطة المواجهة¹ حلها تقليدياً، إنها بالفعل تجيب جيداً على ضلعي المسألة. وسائل الإعلام تمارس سلطة؛ لأنها تستطيع عرقلة السلطات، ولكنها ليست سلطة؛ لأنها لا تُعرّف إلا بالسلب، بالنسبة لسلطات تأسست بالإيجاب. وسائل الإعلام هي سلطة مواجهة، وُجدت لضبط السلطات، وببساطة من خلال الإعلان عن ممارساتها وانحرافات المحتملة، وذلك يسمح للمواطنين، بأن يكونوا في وضع معاقبتها انتخابياً. وبكلام آخر، وسائل الإعلام هي سلطة مواجهة، بقدرتها على المراقبة، التي تعطي المواطنين وسائلها.

نعلم جيداً أنّ هذه الصيغة التقليديّة، لا تكفي - وهذا لا يعني أنّها غير صالحة: إنها لا تسمح بالقبض، على كلّ جوانب المسألة. ثمّة شيء آخر، وأكثر من السلطة - المواجهة هذه، في وسائل الإعلام المعاصرة - ومنه هذا الهوس بهذه السلطة الإعلامية، العصيّة على الفهم، التي تسكن الوعي اليوم.

ينبغي الكلام برأيي، على توسّع السلطة - المواجهة وتحوّلها التي جعلت منها ما أقترح تسميته، لفقدان تعبير أفضل، ميتا - سلطة، سلطة ما - فوق وما - وراء السلطات السياسيّة، وهي من طبيعة أخرى. هذه الميتا - سلطة لا تحلّ محلّها، فضلاً عن ذلك، لا تقول لها ماذا عليها أن تفعل ولا تأمرها.

تركها سليمة، بمعنى ما، ولكنها تحدّد ممارستها، وتضعها تحت صفة

المحاكمة. هذه الميمنة - سلطة هي أكثر من سلطة مواجهة؛ لأنها تسمح للسلطة بأن تعمل، تلك هي الجذوة الكبيرة.

كان لرجال السياسة، حتى وقت قريب، قنوات اتصالاتهم الخاصة مع القوى الاجتماعية التي كان حزبها السياسي في شكله الحديث منذ قرن الشكل المناسب. كان المسؤولون السياسيون، يستطيعون التوجه مباشرة إلى ناخبهم، وإلى الرأي العام، وإلى البلد من خلال قنوات يسيطرون عليها. كل شيء الآن يمر من خلال وسائل الإعلام. كل العلاقات الحيوية للمنتخبين مع ناخبهم، في أي حال، على المستوى الوطني (وهذا يمكن أن يناقش على المستوى المحلي)، تمر من خلال الميدان الإعلامي، ليس بطبيعة الحال، دون أن يفرض هذا إلزاماته الواضحة - نحن جميعاً شهود على ذلك - مثلاً، في مسار اختيار مرشحين، لتحديد أشخاص يُعتبرون جديرين للمباراة في منافسة كبيرة، كالانتخابات الرئاسية في فرنسا وفي غيرها من البلدان.

نستطيع القول، ليس فقط أن وسائل الإعلام تشكل حينئذ البنية التحتية للمسار الانتخابي بنقلها إليه قنواتها الحيوية للتحرك بين الممثلين والممثلين، ولكنها تشكل في آن، بنيته الفوقية، وسأتجرأ لأقول تقريباً «أنا الأعلى».

وسائل الإعلام أسست وضعاً للسلطات العامة جعلتها فيه تحت الرقابة الدائمة التي غيرت بعمق، شروط ممارسة السلطة. نستطيع من النظرة الأولى، تبادل التهاني لتعزز الديمقراطية. وعلى أي حال، الحديث عن الديمقراطية التمثيلية يستدعي رقابة الممثلين، وهذا لا يستبعد أن تقاس جيداً تأثيرات العرقلة والشلل والعجز التي تصدر عن تلك الرقابة، وهي لا تذهب بالضرورة باتجاه الديمقراطية، إذا كانت الديمقراطية هي سلطة الشعب، فما معنى ديمقراطية من دون سلطة؟

التجلي الأكثر مشهديّة لهذه التأثيرات يمكن أن يُلخّص بعبارة، هي بلا شكّ مفرطة القوّة قليلاً، ولكنّها تقول ما ينبغي قوله، عدم شرعيّة الولاية التمثيليّة. الرقابة الدائمة تفرغ من المعنى، فكرة أنّ السلطة، معهود بها لمنتخبين لمدة محدّدة. منذ اليوم الأوّل بعد الانتخابات توضع ولاية المنتخبين موضع رهان، في كلّ لحظة، ومع كلّ قرار مهمّ، أو ببساطة أيّ قرار كان. وتكون محلّ مساءلة من خلال مجابتهها الدائمة، لعرض سياسة في فترة زمنيّة تصبح إشكاليّة، خصوصاً إذا أضفنا إليها وظيفة وسائل الإعلام بتحديد جدول الأعمال وفهرسته، وهي لا تكتفي بتحديد سلّم الأولويّات، بل تبثّ في الجسم الانتخابيّ فكرة أنّه يجب التّثبت من شرعيّة كلّ قرار، وفي كلّ لحظة.

ومن المناسب أن نتساءل إذا ما كانت المراقبة لا تنحو لتتقلب إلى نوع من نزع شرعيّة مبدأ السلطات في الديمقراطية. إنّها تفرز عدم شرعيّة متمدّدة تجعل ممارستها على ازدياد مستمرّ في صعوبتها، باستحضار اتهامات ضدها. هذه هي الحجّة التي من أجلها أثرت مسألة معرفة إذا ما كان تحوّل وسائل الإعلام إلى هذه الميّا - سلطة لا يخبيّ في النهاية سلطة مضادّة لا تنزع لتحلّ محلّ السلطات السياسيّة، وإنّما لتفكّكها.

تشظّي الفضاء العامّ

فضلاً عن ذلك، سنبدأ لنكون مواجهين بمشكلة من نوع آخر، تستطيع إظهار المشكلة السابقة التي ليست عديمة الأهميّة، لتصبح ثانويّة في مستقبل ليس بعيد، المقصود تشظّي الفضاء العامّ.

كان القرن العشرون، قرن وسائل إعلام الجماهير: راديو معدّ طبيعياً للوصول في وقت واحد، إلى جماعة، وتلفاز وسّع أيضاً، هذه السطوة

الجماعية، مضيفاً إليها قوّة الصورة. وقد أسهمت وسائل الإعلام في توسّعها التاريخي، لإرساء فضاء عامّ موحد، جماعة ذات مرجعية بين المواطنين كلّهم بالمقارنة مع تنافر المجتمعات السابقة، وتجزئتها الاجتماعية والجغرافية واللسانية، فضلاً عن اختلاف أعرافها، المؤرّخ الأميركي إيجن وير¹ استطاع هكذا وصف «تحوّل الفلاحين في فرنسا»، كما قال، بفضل المدرسة والصحافة، وهذا لم يحدث تلقائياً: فرنسا العام ١٨٨٠ لم تكن قد أصبحت بعد بلداً يوجد فيه فضاء جماهيريّ موحد. كان يوجد فضاء جماهيريّ مثقف محدود، مدينيّ، مختصّ بنخبة، ترأس جمهوراً هائلاً، من جماعات محلّية غريبة عن الفضاء العام. وما حصل في القرن العشرين، ونسّميه عموماً «دمقرطة» وهو بالتحديد إرساء تناغم المرجعيّات، من خلال فتح البيئات الاجتماعية، الواحدة على الأخرى، بدلاً من انغلاق الجماعات على نفسها. وبهذا الصدد، إنّ الحركة خلال قرن قد مالت دائماً نحو مزيد من الديمقراطية، وخاصّة في المدّة الأخيرة، مع اتّساع تآلف جماهير الصورة السمعية - البصرية.

ليس من المستبعد أن نجد أنفسنا في الوقت الراهن في نقطة من انحناء القوس. ومن المحتمل أنّنا نشهد انقلاب الميل: تضاعف العرض، وشخصنة الطلب، هما ربّما في طريقيهما لتفكيك هذه الوحدة النسبية، وإرساء بعثرة للجماهير، وتفجّر للميدان الإعلاميّ، وإعادة لتوزيع الجماهير في جماعات صغيرة بطريقة مختلفة كلياً عن الماضي، ولكنها تؤدّي بنا مع ذلك، إلى تنافر المجتمع السياسيّ.

المولود الجديد لوسائل الإعلام، الإنترنت، شبكة الشبكات، الشبكة

1. Eugen weber

التي توصل ما بين الشبكات، ولو أردنا مناقشة شرعية تسميتها، بالوسيلة الإعلامية، فهي تستطيع جيداً، أن تلعب الدور الحاسم للميل باتجاه التشطّي. لا يرتهن كل شيء لها، وليس المقصود أنّها مصدر التشطّي الوحيد. ثمّة ما هو مستقلّ تماماً عنها، تضاعف العرض الإعلامي، الذي يدفع في هذا الاتجاه على أيّ حال من جانب الإذاعات والتلفزيونات. وهذا أقلّ بكثير، من جانب الصحافة، المكتوبة ثمّة تجزئة للجماهير وتخصّص تيمي¹ يذهبان في اتجاه بعثرة الجماهير، ولكن الإنترنت يضيف بعض الخصائص الإضافية التي تغيّر طبيعة ومقياس الظاهرة.

هنا أيضاً يوجد شيء غير منتظر، ومفارق كلياً، في هذا الميل لأنّ الإنترنت، في معنى من المعاني، الموحد الكبير، الدامج، الذي يقفل نسق وسائل الإعلام على ذاته بربطه الصورة، الكتابة، والصوت في مستند وحيد، يجعل الأشياء كلّها متساوقة ويسمح بالانتقال، من ميدان إلى آخر من دون أدنى صعوبة، ولكنّه في الوقف نفسه، يدخل انقلاباً في موازين القوى، بين المرسل والمتلقّي.

إنّه يفتح فضاء البرمجة الذاتية في اتجاهين مختلفين: يكسر ارتهان مصدر المرسلات، واضعاً المستخدم في وضعية يستطيع معها، أن يشكّل اللائحة، على هواه انسجاماً مع اهتماماته الخاصة، ولا يضعه ذلك في وضعية الادّعاء كمبدع للمحتوى بتكلفة ضعيفة جداً.

لتوسيع المسألة إلى دينامية المجتمعات المعاصرة، ينبغي إضافة أنّ الإنترنت هو الوسيلة الإعلامية لإنجاز صيرورة الفردنة² ولكنه أيضاً وسيلة الهويّات، وسيلة الاختيار لأولئك الذين نؤلف معهم جماعة.

1. Thématique

2. Individualisation

الميل التاريخي، لوسائل الإعلام كان حتى وقت قريب، تعميمي، أي ينحو باتجاه فضاء عام، حيث بالتحديد، يلتقي فيه المرء بالآخر المختلف، ذي الرأي المعارض، المتناقض، وحتى بالخصم السياسي أو الأيديولوجي، أو المعتنق إيماناً دينياً آخر. الميل الجديد، على العكس، يمكن أن يكون انكفاء نحو الشبيه، انكفاء نحو جماعة الإيمان والاعتقاد والقناعات والاهتمامات المشتركة، واللامبالاة تجاه الآخرين. وفي الوقت نفسه، تكمن فيه إمكانية الانفتاح، على كل الآخرين، وكل شيء، الإنترنت يوفر لمستخدميه إمكانية تجنب، كل ما لا يجيدون أنفسهم فيه، واللقاء حصرياً مع أشباههم.

المسألة الكبيرة هي معرفة إذا لم تكن هذه إمكانية ستتصر على نحو مميز، مع تأثيرات مخيفة على الديمقراطية؛ لأن من البديهي أن أحد شروط الديمقراطية كي تعمل هو وجود جماعة ذات مرجعية بين المواطنين، تسمح بالنقاش على قواعد واضحة، انطلاقاً من معطيات ووقائع مشتركة، وليس من المؤكد أن شرط النقاش الديمقراطي، سيكون محققاً بطريقة فضلى، أو مرضية في مستقبل قريب، فمن الممكن لتناقض وسائل استعلامنا وإمكاناتنا للمعرفة أن تطيح بهذا الشرط، وتضعنا في مواجهة واقع سياسي، قلما تحلم به القلة المستغلة التي تسيطر على محيط من الخصوصيات، التي لا رابط بينها إلا الشبكات التقنية وتنظيم الأسواق.

تلك إذاً بعض الحجج الجيدة دون غيرها - كان يمكن لي أن أذكر حججاً كثيرة إضافية - تسوّغ على ما يبدو لي التساؤل المتجدد حول مجتمع وسائل الإعلام، المجتمع الذي سيكون من واجبنا أن نتعلم معه التخلص من الورطة؛ لأن الأسئلة الأكثر إلحاحاً لهذه المشكلات، ليست إلا في بداياتها.

إمبريالية الفن السابع مجتمعنا في مرمى هوليوود

حيدر محمد الكعبي^١

تعمل هذه المقالة على معاينة دور السينما الأميركية في صناعة الوعي العالمي، وخاصة في الفضاء العربي والإسلامي، وهكذا يستعيد الباحث هنا المكانة الاستثنائية لمؤسسة هوليوود ودورها الفاعل في التأثير في البيئات والشرائح الاجتماعية المختلفة على امتداد تاريخ كامل، كما يشير الباحث إلى ازدياد هذا التأثير لهوليوود مع بدء عصر ثورة الاتصالات على نطاق عالمي.

تمثل الأعمال السينمائية مادة إعلامية لها تأثير كبير وفاعل في مجال التثقيف والتعليم وتشكيل الرأي العام، ولم يقف هذا اللون من الإنتاج الفني عند حدود التسلية والترفيه فحسب، وخاصة في العقود الأخيرة التي قفزت فيها السينما إلى مديات أكثر تطوراً على صعيد السيناريو والإخراج والتمثيل.

وفي عصر ثورة الاتصالات لم تتوان شركات الإنتاج السينمائي الكبرى عن اغتنام هذه الفرصة لتحقيق انتشاراً يليق بها على المستوى العالمي، ونتيجة لذلك صارت عقائد وأخلاق كثير من المجتمعات البشرية - بما فيها مجتمعاتنا الإسلامية - تحت طائلة تأثيرها القوي، مما يجعلنا معنيين بدراسة تأثيرات هذا الجانب من الفنون دراسة جادة أكثر من أي وقت مضى.

ولما كانت السينما الأميركية (هوليوود) هي المصنع الأبرز للإنتاج السينمائي

١. باحث إعلامي من العراق - النجف الأشرف.

العالمي، ونظرًا لما تتمتع به من خصائص فريدة، فينبغي أن تكون هي الهدف الأبرز لاهتماماتنا في هذا المجال، على الأقل في الوقت الحالي والمستقبل المنظور.

إن البيئة الاجتماعية الأميركية المتحررة قد فسحت مجالًا واسعًا أمام شركات هوليوود السينمائية لتعمل من دون ضوابط دينية أو أخلاقية، مما أدى إلى انتشار إنتاج سينمائي يثأر أفكارًا وثقافات تؤثر بشكل سلبي كبير في عقائد مجتمعاتنا المسلمة التي يصلها هذا الإنتاج وسلوكياتها.

ولكن المشكلة أن قوة الإنتاج السينمائي لهوليوود يجعل من مضمونه السيئ أمرًا مستساغًا لدى الجمهور، وهنا مكن المشكلة، فهو أمر شبيه بدس السم في العسل، علمًا أن ذلك لا يختص بالمنتج السينمائي فقط وإنما يمثل سمة الإعلام المعاصر بشكل عام، هذا مع قطع النظر عن نشر الجنس والعنف اللذين صارا علامة مميزة للسينما الأميركية.

فن التأثير السينمائي:

ليس من مجال للشك في أن فن الترفيه الإعلامي يعدّ أحد أهم الأساليب تأثيرًا في مجال التوجيه الفكري وصناعة الثقافة؛ إذ يتوافر على عناصر جاذبة تستبطن رسائل فكرية يجعلها تنفذ بقوة إلى العقول والقلوب على حد سواء، ولم يكن المؤرخ «إريك بارنو»^٢ يجانب الصواب حينما قال: (إن مفهوم الترفيه

1. Eric Barno

٢. بارنو، إريك: مؤرخ تلفزيون أميركي، انتخب رئيسًا لنقابة الكتاب الأميركية في عام ١٩٥٧ وخدم في مجلس محافظي أكاديمية الفنون والعلوم التلفزيونية في عام ١٩٧٨ أصبح رئيسًا لمكتبة الكونغرس للصورة السينمائية، وقد كتب عنه رئيس التحرير السابق لمجلة نيوروك تايمز شيلدون ماير قائلًا: «كان بارنو عينًا على الأوغاد والأشخاص الخطرين، وقد بلغت عبقريته أجيالًا من الأميركيين عبر موجات الأثير الإذاعي، وعلى شاشات التلفزيون وفي قاعات الدراسات.

في تصوّري هو مفهوم شديد الخطورة؛ إذ تتمثّل الفكرة الأساسية للترفيه في أنّه لا يتصل من بعيد أو قريب بالقضايا الجادّة للعالم وإنّما هو مجرد شغل أو ملء ساعة من الفراغ، والحقيقة أنّ هناك إيديولوجيّة مضمرة بالفعل في كلّ أنواع القصص الخياليّة، فعنصر الخيال يفوق في الأهميّة العنصر الواقعيّ في تشكيل آراء الناس)^١.

ويعزّز كلام «بارنو» ما أشار إليه «هربرت أ. شيللر^٢»^٣ قائلاً: (إنّ التسلية هي التعليم والتعليم هو الأيديولوجيّة، ويشير «روبرت شايون»، محرّر التلفزيون في ال «ساترداي ريفيو» إلى أنّ: «برامج التسلية تلمّح للجُمهور بالطريقة التي يتعيّن أن يتبعها في تحديد ما هو جدير بالاحترام في مجتمعنا، والكيفيّة التي يتصرّف بها، إنّها في الواقع أشكال من التعليم، من تلقين المبادئ»^٤.

والسينما.. الصناعة الفنيّة التي تطوّرت بشكل مذهل خلال مدّة قياسية من تاريخ البشر^٥ تعدّ من أكثر صناعات الترفيه تأثيراً في هذا المجال، بعد أن تربّعت

١. ينظر: المتلاعبون بالعقول لهربرت أ. شيللر: ٩٦

2. Herbert Schiller

٣. شيللر، هربرت: ناقد وعالم اجتماع وباحث أميركيّ، حصل على درجة الدكتوراه عام ١٩٦٠ من جامعة نيويورك، حدّث من اتّجاهين رئيسيين في كتاباته الغزيرة والخطب: الاستيلاء الخاصّ على الفضاء العامّ والمؤسّسات العامّة في الوطن، وهيمنة الولايات المتحدة على الشركات التي تؤثر في الحياة الثقافيّة في الخارج، وخاصّة في الدول النامية. له ثمانية كتب ومئات المقالات في كلّ المجالات العلميّة والشعبيّة جعلت منه شخصيّة رئيسة في كلّ من أبحاث الاتصالات وفي النقاش العام حول دور وسائل الإعلام في المجتمع الحديث.

٤. شيللر، هربرت - م.س، ص ١١٨.

٥. يقال إنّ أوّل دار سينمائيّة ناجحة أنشئت على يد الفرنسيّ «لويس لومبير» في العام ١٨٩٥ في «المقهى الكبير» شارع «الكوشين» في «باريس»؛ إذ شرع (لومبير) بعد اختبارات عدّة أثمرت عن صناعته لجهاز أسماه «السينماتوغراف»، ومنه اشتقت كلمة «سينما» ليحقّق «لومبير» بذلك آلة عرض سينمائيّة تفوّقت على تجارب سابقة في هذا المضمار، وفي أواخر سنة ١٨٩٦ خرجت السينما نهائياً من حيز المخابر

بجدارة على عرش الفنون الإنسانية بعد أن صهرتها في ذاتها بشكل متقن^١.
وعليه فليس من الغريب أن يؤكد الباحث الدكتور حسن عباسي^٢ في محاضرة له قائلاً: «إن صناعة الحضارات والمجتمعات تتركز على رسم خريطة لها، وفي هذه الأيام فإن العامل الرئيس لرسم هذه الخرائط يكمن في مضامين المسلسلات، وبشكل أخص في الأفلام.. لقد مضى ذلك الزمن الذي كان الفلاسفة فيه يكتبون كتباً لإعداد المجتمعات، إذ تحول أسلوب الفلاسفة إلى ما يشبه أسلوب المخرجين أو الممثلين أو كتاب السيناريوهات، ففي الواقع إن الرائد في مجال إعداد حضارة المجتمع هم الممثلون والفنانون في ساحة التمثيل اليوم»^٣.

كيف تؤثر السينما في عقولنا؟

كيف تؤثر الدراما التلفزيونية والسينمائية في النفس البشرية؟ سؤال يبدو محيراً بعض الشيء؛ لأننا عندما ننظر إلى الأغلبية الساحقة من البشر الذين يتابعون هذه الدراما نجدهم يتعاملون معها بمشاعر حقيقية، فأثناء مشاهدتهم مسلسلاً أو فيلمًا ما، تجدهم يصابون بالخوف أو الترقب أو الفرح أو الحماسة أو الحزن إلى حدّ البكاء، مع أن الجميع يعلم - بما فيهم المشاهدون أنفسهم - أن ما يشاهدونه مجرد تمثيل كاذب لا واقع له.

وتعددت الآلات المسجلة مثل آلات «لومبير» و«ميلييس» و«باتيه» و«غومونت» في «فرنسا»، و«أديسون» و«البيوغراف» في «الولايات المتحدة»، وأمّا في «لندن» فقد أرسى «ويليام بول» قواعد الصناعة السينماتوغرافية حتى صار ألوف الناس يزحمون كل مساء في قاعات السينما المظلمة (ويكيبيديا).

١. أطلق الناقد الفرنسي «ريتشيوتو كانودو» اسم (الفن السابع) على السينما؛ لأنها في نظره عبارة عن الفن التشكيلي في حركة.. تأخذ شيئاً من طبيعة «الفنون التشكيلية»، وشيئاً من طبيعة «الفنون الإيقاعية» في الوقت نفسه.

٢. الدكتور عباسي، حسن أستاذ إيراني في العلوم الاستراتيجية، ورئيس مركز الدراسات الاستراتيجية المذهبية.

٣. اقتباس من محاضرة للدكتور عباسي ألقاها في قاعة مركز لارسباران الثقافي كمقدمة لتحليل المسلسلات الدرامية الاستراتيجية.

وربما تسهل الإجابة عن هذا التساؤل إذا علمنا الآليات التي يتعامل بها العقل البشريّ مع المنتجات الإعلامية ومنها الدراما التلفزيونيّة والسينمائيّة، وقد أشار إلى هذه الآليات الباحث (أليكس أنصاري^١)^٢، حيث قال: «يتمّ استغناء البشر عبر مشاهدة التلفزيون بصورة أخرى من خلال إلغاء نشاطات الجهات العليا في الدماغ (القشرة المخيّة الحديثة)^٣»، وتحفيز الجهات السفلى في الدماغ (الجهاز الحوفي^٤)^٥، وهذا المشروع يسمّى بـ(دماغ الزواحف)^٦؛ لأنّه يرتبط بردود الأفعال البدائيّة للحيوانات الزاحفة، كالمواجهة والهروب؛ لأنّ دماغ الزواحف ليس لديه القدرة على تمييز الصور الحقيقية من الصور المجازيّة أو المزيّفة، ونتيجة لذلك فإنّنا نعرف أنّ ما نشاهده من أفلام هو مجرد أفلام، أمّا في العقل الباطن (اللاواعي)، فإنّنا نؤمن بأنّ ما نراه حقيقة.

وكمثال على ذلك، فإنّنا حينما نشاهد مشهداً مؤثراً تزداد سرعة نبضات قلبنا، وعندما نشاهد إعلاناً ترويجياً عن بضاعة معيّنة نعرف أنّ المنتجين يريدون من خلال ذلك تصريف بضاعتهم، ولكننا في الوقت نفسه لا نشعر بالراحة حتّى نشترى تلك البضاعة، وإلاّ فإنّنا سنشعر في أعماقنا بالنقص؛ لأنّ تأثير ذلك قويّ يعمل على أعمق محطات ردود الأفعال لدى الإنسان، فدماع الزواحف يجعلنا

1. Alex Ansary

٢. باحث إعلاميّ إيرانيّ الأصل يحمل الجنسيّة الأمريكيّة.

3. Neocortex

٤. هي الطبقة الخارجيّة من نصف كرة المخ، تتكون لدى الأنسان من ست طبقات من الخلايا العصبية، سميت بالقشرة الجديدة لكونها تقع في أعلى مراتب التطور في التصنيف العام للكائنات الحيّة. وتعقيد تركيبه الطبقات الست هو ما يميّز الأنسان من باقي الكائنات الحيّة.

5. Limbic system

٦. هو الجهاز المسؤول عن السلوكيات العاطفيّة والانفعاليّة والذاكرة المرتبطة بها.

7. Reptilian brain

طبيعين أمام منتجي البرامج، ومن هنا يتأتى لهؤلاء أن يستخدموا قدراتنا العاطفية لأجل السيطرة على عقولنا، وفي العادة لا نستطيع أن نكتشف كيف يسيروننا بواسطة العقل الباطن اللاوعي (...). وتستمر هوليوود بتخويفنا عبر الأفلام التي تتضمن مواضيع المافيات والعصابات والعمال المجرمين الذين يسجون بسبب غيابهم وطمعهم، وفي النهاية تستعد أذهاننا لتقبل الحياة في المجتمع البوليسي الذي يتمحور على الاقتصاد؛ لأننا قرأنا عنه في الصحف وشاهدناه في الأفلام ونشرات الأخبار، وتمّ تمجيده في البرامج الحوارية، والآن تنتج أفلاماً عديدة تثبت أن ما حدث في ١١ سبتمبر هي أحداث حقيقية وليست مزيفة، كما تمّ تزييف الوقائع التي أدت إلى الحرب على العراق»^١.

من جانب آخر يضع الكاتب (أبو حبّ الله) في تقرير مفصّل له شرحاً لآليات تأثير الأفلام السينمائية في نفوس مشاهديها قائلاً: (في الوقت الذي نجد القارئ أو السامع في العادة ما يكون على دراية كافية بما سيختاره قبل قراءته أو سماعه، وأنّ شخصيّة (الكاتب) أو (الخطيب) أو (المذيع) دومًا ما تكون معروفة التوجّه والمنهج، فإنّ الأمر يختلف كثيرًا مع الأفلام السينمائية للأسف! والتي تتغيّر توجّهات أفرادها (مخرجين أو ممثلين) في كلّ مرّة حسب القصة والسيناريو الذي تمّ اختياره لإنتاجه، فإذا وضعنا في الاعتبار أنّ النسبة الأكبر لاختيار فيلم ما هي التي تعتمد على جاذبيّة البوستر أو (التريلر الإعلانيّ^٢)^٣: فإنّ ذلك يجعل من الفيلم غالبًا مفاجأة (غير معلومة المحتوى)، إلّا عند المشاهدة الكاملة لأول مرّة، ومن هنا فدسّ (السّم في الدسم) هو من أخطر ما يتمّ تمريره من خلال تلكم الأفلام...

١. مقال بعنوان (السيطرة الواسعة على الأذهان عبر شبكة التلفاز... هل تملكون أفكاركم؟) لألكس انصاري نشرته مجلّة سياحة الغرب في العدد ١٢٤ - ترجمة: موقع سيستم يار / مجلّة سياحت غرب.

2. Trailer

٣. الدعاية الترويجية للفيلم.

كذلك من المعلوم أنّ كل عمل فنّي هو عمل «وحدويّ الاتجاه»، أي: يتمّ عرض الأمور فيه من وجهة نظر واحدة فقط، وهي وجهة نظر صاحبها، حيث هو وحده الذي يُقرّر أحداثها ومواقفها، وهو وحده الذي يرسم صورة المظلوم من الظالم، وتحديد الطرف القويّ الحُجّة من الأضعف، والحسن من القبيح، والبداية من النهاية، وبذلك: فهو المتحكّم الوحيد فيما سيتمّ عرضه على المتلقّي، وكذلك فيما سيتمّ حَجبه عنه - وهو ما يُعرف بأسلوب (حارس البوابة)^١ - والأفلام في ذلك هي من أقوى المؤثّرات بسبب طبيعتها الجذّابة، والتي تحمل المُشاهد ليعيش أحداثها ويتفاعل معها لتتجسّد في عقله وخياله الخاصّ؛ ولهذا نجد أنّ من تأثّروا بها في حياتهم، إنّما أبصروا في الحقيقة بعين المؤلّف أو المخرج لا بأعينهم هم، وأنّهم اعتنقوا أفكاره على غير نقاشٍ مُحايد...

وأما أخطر ما في هذه الأفلام، فهو في حال عرضها على القنوات الرسميّة لتصل إلى أكبر قدر ممكن من الناس، حيث لا يتمّ حذف مقاطعها الخبيثة (فكريّاً) وعلى غرار ما يتمّ حذفه من مقاطعها (الجنسيّة)، وبذلك نلمس مدى عمق تأثيرها، وهي التي لن تخاطب فئة معيّنة من الناس كالمثقفين مثلاً، أو لن تخاطب كباراً فقط قد صقلتهم خبرات الحياة، فيردّون شبهاتها، بل سيراها أطفال اليوم شباب الغد - وهم أكثر الفئات العمريّة تقبلاً وتقليداً وتأثراً بما يشاهدونه ويسمعونه لو لم يُحدّرهم منه أحد؛ ولذلك.. فإنّ المرء ليُشفق على بعض هؤلاء أمام احترافيّة (الخداع النفسي) و(المُغالطات المنطقيّة)^٢ التي يستخدمهما الملحدون واللا دينيون دوماً في زعزعة الإيمان أو التشكيك في الأديان أو الطعن في الخالق،

1. Gate keeper

2. Logical fallacy

وبحيث يتم تمرير قبح الإلحاد وستر عوراته الفكرية في غفلة من القوم)^١. ويشير الكاتب (أبو حب الله) إلى أن تقليد الأفلام السينمائية يعد من أهم أسباب تأثير الأفلام السينمائية في تغيير مفاهيم المشاهدين ومعتقداتهم، فيقول: (أثر «تقليد» الأفلام السينمائية في تغيير المفاهيم والمعتقدات... يعد أقوى آثار الأفلام على الإطلاق هو ما يُعرف بـ«التحفيز على التقليد»، حيث يتم تقديم القدوة) للمشاهدين بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وكما هو معروف من أبسط أساسيات التعليم، ومنه جاء معنى كلمة التعليم في اليابان (كيو إكو) حيث (إكو) تعني تربية الطفل و(كيو) تعني التشجيع على التقليد، ويكون تحفيز تقليد الأفلام في صورتين:

١. إما أن يكون لحظياً سريعاً صادماً (بسبب مقولة ما مثلاً أو مشهد ما من الفيلم، أو حتى مضمون الفيلم بأكمله): فتتغير بسببه حياة المشاهد وربما إلى آخر حياته.

٢. أو يكون بطيئاً ومُتدرّجاً.. وذلك حسب عمق الفكرة المُتسرّبة إلى عقل المشاهد، أو نتيجة المنظومة النفسية المدروسة القائمة على تكرار مشاهدة الشيء المُعين لزرع التعوّد عليه وتبنيه - مثل تكرار مشاهدة الجنس مثلاً، أو مشاهدة اللامبالاة بمشاعر الآخرين، أو مشاهدة القتل والتعذيب والدماء، أو مشاهدة الاستخفاف بالدين والأخلاق.

فالتحفيز على التقليد: يقع في حال تطابق أفكار الفيلم مع (مشاعر كامنة) أو (ميول خفية) أو (رغبة إثبات الندية أو القدرة على المحاكاة) داخل نفس المشاهد، فعندها يُشجعه الفيلم على إخراجها أو إظهارها على أرض الواقع سواء بالخير أو بالشر^٢.

١. تقرير بعنوان (السينما واللاوعي والخطاب الشعبي للإلحاد) نشرته مجلة البراهين في عددها الثاني ٢٠١٤.

هوليوود^١ رأس الهرم السينمائيّ:

إذا شككنا في مقدار التأثير الدراميّ في التوجيه والتعليم وتشكيل الرأي العام، فلن يقصر الدور المشهود لصناعة (هوليوود) السينمائيّة عن إزالة هذا الشكّ، فهوليوود التي تربعت على عرش الإنتاج السينمائيّ في العالم كان لها الدور الأبرز في جعل أميركا هي أميركا التي نعرفها اليوم: الأمة التي تؤثر سياستها وثقافتها في الشعوب كافة.

وفي هذا الصدد يروي لنا الكاتب (مارك وبر)^{٢٣} تجربة لطيفة حصلت له بصدد تأثير هوليوود الثقافيّ على الشعوب قائلاً: (لقد تسنّى لي أن أسافر إلى إيران في شهر سبتمبر الماضي مع ثمانية أشخاص لحضور مؤتمر «أفق نو»، وحينما كنا جالسين في أعلى برج ميلاد في طهران لتناول الطعام، دار بيننا كلام حول عادات وتقاليد بعض الشعوب، وفوجئت بمداخلة شاب إيرانيّ في عقد الثلاثينات من العمر قائلاً: «الأمريكيّون أناس رشيقون وذوو أجسام أنيقة، فقلت له باستغراب: الجميع يعلم أنّ الشعب الأميركيّ من الشعوب التي تعاني من السمنة المفرطة، فكيف تقول هذا؟ فأجاب: هذا ما شاهدته في الأفلام الأميركيّة، دائماً يظهرون فيها بآناقة ورشاقة.

لم يكن ذلك الشاب غيبياً أو بليداً، ولكن كشف لي مدى تأثير ونفوذ هوليوود

١. هوليوود عبارة بلدة صغيرة تقع في مقاطعة لوس أنجلوس التابعة لولاية كاليفورنيا الأميركيّة، أسست في العام ١٨٥٣ كبلدة تستقطب المزارعين وأصحاب التجارة، ظهر عليها الاهتمام بصناعة السينما بشكل تدريجيّ بطيء منذ العام ١٩١٠، وفي أثناء الحرب العالميّة الأولى أصبحت هوليوود مركز الإنتاج السينمائيّ، إذ بنيت فيها خلال الحرب استوديوهات ومختبرات سينمائيّة.

2. Mark Weber

٣. مدير معهد مراجعة التاريخ، درس التاريخ في جامعة إلينوي في شيكاغو وجامعة ميونيخ وجامعة الولاية في بورتلاند وحصل على درجة الماجستير في الآداب من جامعة إنديانا عام ١٩٧٧. وعمل لمدة تسع سنوات رئيساً لتحرير النشرة الدوريّة لمعهد مراجعة التاريخ.

في المجتمعات حول العالم، ومدى تمكّنها من بسط سيطرتها على عقول الشعوب وتغيير الحقائق، ومن خلال لقاءات متعدّدة مع أشخاص آخرين اكتشفت أنّ لديهم جميعاً أفكاراً حسنة، وفي بعض الأحيان غريبة عن المجتمع الأمريكي... ومما زاد في استغرابي أنّ الشعوب التي تتظاهر بأنّها صديقة لأمريكا تحمل في الواقع أفكاراً سلبية عن أميركا أكثر من الشعوب التي تتظاهر بأن أميركا عدوة لها)^١.

إنّ هذا التأثير العالمي لم يكن وليد فراغ، ولكنّه جاء نتيجة لاهتمام حقيقيّ بهذه الماكنة الإعلامية الضخمة، بحيث أصبحت جزءاً لا يتجزأ من المنظومة السياسيّة الأساسيّة للكيان الأمريكيّ العام.

لذا يؤكّد الباحث عبد الحليم حمود في كتابه (سينما الدعاية السياسيّة) قائلاً: (كانت وزارة الدفاع الأميركيّة التي يطلق عليها في ذلك الوقت «وزارة الحرب» تنفق سنويّاً مبلغ ٥٠ مليون دولار - وهذا مبلغ كبير جداً في ذلك الوقت - على إنتاج افلام في أثناء الحرب العالميّة الثانية من أجل ترويج الدعايات الحربيّة التي ترغب بها المصالح الأميركيّة داخل الولايات المتّحدة وخارجها... فهوليوود كانت على الدوام مع توجّهات وتوجيهات وسياسات كلّ الإدارات الأميركيّة الجمهوريّة والديموقراطيّة على السواء، إنّ هوليوود خاضت مع الإدارة كلّ حروبها، وكانت معها في كلّ معاركها، ووقفت إلى جانبها في كلّ العهود والمواقف والملمّات، ليس ثمة صناعة سينمائيّة وتلفزيونيّة في العالم لعبت الدور الذي تلعبه هوليوود، لا من حيث قدرتها على الإبلاغ والتأثير ولا من حيث سلطتها على العقول والقلوب، دورها الإيدلوجيّ الإعلاميّ الدعائيّ لا يضاهي، وهي حاضرة في زمني السلم والحرب، حاضرة مع جيوش أميركا في ساحات

١. مقال بعنوان (ورقة أعمال هوليوود و الأيدي الخفيّة خلف الكواليس) لمارك وبر نشرتها مجلة سياحة

القتال، وحاضرة عندما تعجز هذه الجيوش وحدها عن فرض مشيئة أميركا. في كتابه «الفوضى» يقول «زينيو برجنسكي» إنّ (القوة الأميركية بحدّ ذاتها ليست كافية لفرض المفهوم الأميركيّ لنظام عالمي جديد) لا بدّ إذن إلى جانب القوة الماديّة السياسيّة والاقتصاديّة والعسكريّة من اللجوء إلى قوّة أخرى قد تكون أشدّ فعاليّة هي قوّة الدعاية والترغيب والإقناع واستمالة العقول والقلوب، وهل هناك أفضل من هوليوود - وهي مصنع السينما والتلفزيون - للقيام بمثل هذه المهمّة؟

إيديولوجيّة هوليوود هي أميركا نفسها، هي قيم أميركا والإيمان بها وتغذية النزعة الليبراليّة الرأسماليّة حيث يسود قانون الأقوى)^١.

وتأكيدًا على العلاقة الوطيدة لهوليوود بمصادر القرار السياسيّة، فقد ذكر (ديفيد ال. راب)^٢ في كتابه (عمليّة هوليوود) قائلاً: (هوليوود والبتاغون لديهما تعاون قديم في صناعة الأفلام، وهذه سنّة من السنن القديمة تاريخها يعود منذ عهد الأفلام الصامتة وحتى عهدنا الحاضر، وهذا التعاون كان مفيدًا لكلا الطرفين، المنتجين في هوليوود يحصلون على كلّ شيء يريدونه - مثل المعدات العسكريّة التي تقدّر بمليارات الدولارات، كالدبابات والطائرات العموديّة والحربيّة والغوّاصات النوويّة وحاملات الطائرات العملاقة - ويحصل الجيش على غاياته - مثل الأفلام التي تعطي صورة محسّنة عن الجيش والأفلام التي تسهم في استخدام القوّة بوساطة العسكر - والبتاغون لا يمارس دور الراعي لهذه الأفلام فقط، بل يقترح ويشرف على كتابة السيناريو في الأفلام إذا كانت غير مقنعة بالنسبة له، حتّى يضمن لهم رعاية الجيش والقوّات العسكريّة، وفي بعض

١. سينما الدعاية السياسيّة للكاتب عبد الحليم حمود: ٧

الأحيان تكون هذه المقترحات بسيطة، ولكن في بعض الأحيان تكون كبيرة إلى حدّ تغيير السيناريو بالكامل، أو تغيير طاقم الفيلم، ويصل إلى حدّ تحريف التاريخ (في بعض الأحيان)^١.

وعلى هذا الأساس يعود الدكتور حسن عباسي ليؤكد على (أنّ النظام الفكريّ في أميركا ليس شيئاً آخر غير هوليوود؛ لذا فإنّ أهميّة هوليوود وصناعتها للأفلام التي تشكّل الحضارة في كفة، وكلّ الصناعات والاقتصاد والقوة العسكرية في هذا البلد في كفة أخرى)^٢.

لذا فلا غرابة أن يصرّح الرئيس الأميركيّ روزفلت وهو يفتتح هوليوود عند إنشائها: «من هنا سنصنع عظمة أميركا»، ويقول الرئيس الأميركيّ بوش الأب الذي أشرف على هندسة المراحل الأخيرة من الانهيار السوفياتيّ إنّ مدير شركة (مترو جولدن ماير)، إنّ الهمبرغر والجينز وهوليوود وشركات السكاير هي التي حسمت الحرب الباردة لصالح أميركا^٣.

شركات الإنتاج في هوليوود:

إنّ قوّة هوليوود الحاليّة تفوق أضعاف قوتها مقارنة بالماضي، ليس لأنّ عالم اليوم بات قرية واحدة وحسب، وإنّما لأنّ الشركات المنتجة لأفلام هوليوود صارت أكثر اندماجاً بعضها مع بعض مما يجعلها أكثر قدرة على صناعة الرأي العام أو توجيهه، وهذا ما صرّح به إمبراطور الإعلام الشهير «روبرت مردوخ»^٤

١. اقتباس لألكس انصاري في مقال (السيطرة الواسعة على الأذهان عبر شبكة التلفاز) - مصدر سابق

٢. اقتباس من محاضرة ألقاها د. عباسي في قاعة مركز لارسباران الثقافي - مصدر سابق

٣. ينظر: مقال تحت عنوان (كم خسّر العمل الإسلاميّ بموت مصطفى العقّاد؟) للكاتب نجدة لاطة - رابطة أدباء الشام.

٤. مردوخ، كيث روبرت (Rupert Murdoch): رجل أعمال أستراليّ أميركيّ يهوديّ، يعدّ قطباً من أقطاب التجارة والإعلام الدوليّ، وهو مؤسس ورئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذيّ للشركة القابضة للإعلام

قائلاً: (إنّ قوّة وتأثير وسائل الاتصال أكبر من أيّ وقت مضى، ويرجع ذلك إلى ظهور اتجاهين مترابطين في بناء صناعة الاتصالات وهما: التكتلات الإعلاميّة المركزيّة والمدمجة، فالإنتاج في قطاع الاتصالات الثقافيّة والإعلاميّة مرّكز بشكل متزايد في أيدي شركات كبرى قليلة متماثلة في قطاعات مركزيّة مدمجة)^١. وللتعرّف إلى أهمّ الشركات السينمائيّة العملاقة والمدمجة التي تتربّع على عرش هوليوود نورد تقريراً نشره موقع ساسة بوست الإلكترونيّ جاء فيه: (إذا ربّنا شركات صناعة الأفلام عبر التاريخ، فستحتلّ شركة (وارنر بروس)^٢ المرتبة الأولى عالمياً، فقد جنت هذه الشركة إجماليّ ٣٧،٧ مليار دولار أميركيّ منذ إنشائها عام ١٩٢٣، قامت الشركة بإنتاج ٨٤٨ فيلماً مختلفاً، كان أبرزها على الإطلاق هو فيلم (فارس الظلام)^٣ الذي حصّد مليار دولار أميركيّ منذ إطلاقه عام ٢٠٠٨، ومن الأفلام الشهيرة الأخرى لهذه الشركة كانت سلسلة أفلام (هاري بوتر) وفيلم (القنّاص الأميركيّ).

وتأتي في المركز الثاني شركة (بوينافيسستا)^٤ التي تمكّنت من حصّد ٣٤،٨ مليار دولار أميركيّ منذ تأسيسها عام ١٩٥٣، قامت هذه الشركة التابعة لمجموعة والت ديزني الشهيرة بإنتاج ٦١٢ فيلماً كان أبرزها النسخة الأحدث من سلسلة (حرب النجوم)^٥ والذي حقّق إجماليّ ١،٥ مليار دولار منذ إطلاق الفيلم في

الدوليّ نيوز كوربوريشن News corporation التابع لها قناة فوكس نيوز الأخباريّة المشهورة بمناصرتها المطلقة لإسرائيل وعدائها الشديد للفضية الفلسطينية، وتعدّ شركة نيوز كوربوريشن ثاني أكبر تكتّل لوسائل الإعلام في العالم.

١. ينظر: استراتيجيات الدعاية والحملات الإعلانيّة للدكتور أشرف فهمي خوخة ص ١٢٩

2. Warner Bros

3. The dark knight

4. Buena Vista

5. Star wars :the force awakens

دور العرض عام ٢٠١٥، ومن بين الأفلام الشهيرة لهذه الشركة أفلام (أفينجرز) و(توي ستوري).

في المرتبة الثالثة تأتي شركة (سوني كولومبيا)^١ والتي تمكنت من حصد ٣٢،٧ مليار دولار أميركيّ منذ تأسيسها عام ١٩٢٤، قامت الشركة بإنتاج ٨٧٣ فيلمًا كان أبرزها وأعلىها في الدخل هو فيلم (الرجل العنكبوت)^٢ الذي حقّق مبلغ ٨٢١ مليون دولار منذ إنطلاقه في دور العرض عام ٢٠٠٢، ومن الأفلام الشهيرة أيضًا لهذه الشركة (رجال في الظلام)^٣ و(هانكوك)^٤.

في المرتبة الرابعة تأتي شركة باراماونت^٥ والتي جمعت إجمالي ٣٠،٨ مليار دولار منذ تأسيسها عام ١٩١٢، الشركة قامت بإنتاج ٦٠٧ أفلام كان أشهرها وأعلىها دخلًا الفيلم الشهير (تيتانيك)^٦ الذي تمكّن من حصد إجمالي ٢،٢ مليار دولار أميركيّ منذ عرضه عام ١٩٩٧، ومن الأفلام البارزة أيضًا لهذه الشركة أفلام (ترانسفورمرز)^٧ و(شريك)^٨ و(آيرون مان)^٩.

في المركز الخامس تأتي شركة (يونيفرسال)^{١٠} بإجمالي ٢٩،٩ مليار دولار تقريبًا منذ تأسيس الشركة عام ١٩١٢، الشركة قامت بإنتاج ٦٥٩ فيلمًا كان أشهرها فيلم (حديقة الديناصورات)^{١١} الذي حقّق إجمالي ١،٧ مليار دولار منذ

1. Sony / Columbia

2. Spider-Man

3. Men in black

4. Hancock

5. Paramount

6. Titanic

7. Transformers

8. Shrek

9. Iron Man

10. Universal

11. Jurassic Park

عرضه عام ٢٠١٥، ومن الأفلام الشهيرة الأخرى لهذه الشركة أفلام (فاست أند فيوريس)^١ و(كينغ كونغ)^٢.

في المركز السادس جاءت شركة فوكس القرن العشرين بإجمالي ٢٩،٤ مليار دولار منذ تأسيس الشركة عام ١٩٣٥، أشهر أفلام هذه الشركة كان فيلم (أفاتار)^٣ الذي حقّق إجمالي ٢،٨ مليار دولار منذ عرضه عام ٢٠٠٩، لتكون هذه الشركة هي الشركة صاحبة أعلى الأفلام دخلاً في تاريخ السينما العالميّة. ومن بين الأفلام الشهيرة الأخرى لهذه الشركة أفلام (حرب النجوم)^٤ و(يوم الاستقلال)^٥.

بعد هذا يتّضح الفارق الكبير بين الشركات الستة السابقة التي تعتبر الشركات العملاقة في مجال صناعة الأفلام. فأقرب شركة خلف هذه الشركات هي شركة (إم جي إم)^٦ بإجمالي ٩،٣ مليار دولار، ثمّ شركة (نيولاين)^٧ بإجمالي ٧،٤ مليار دولار، ثمّ شركة (ليونزغيت)^٨ بإجمالي ٦،٨ مليار دولار، ثمّ شركة (ميراماكس)^٩ بإجمالي ٤،٤ مليار دولار)^{١٠}.

وبمراجعة سريعة لأسماء هذه الشركات العملاقة، نجد أنّ هوليوود ظاهراً هي عبارة عن مجمّع لشركات مدمجة مستقلة تسعى للربح الماليّ من خلال الأعمال السينمائيّة الفنيّة على مستوى عالميّ، ولكن بالتدقيق الجيّد نجد أنّ هنالك أكثر

1. The Fast and the Furious
2. King Kong
3. Avatar
4. Star Wars
5. Independence Day
6. MGM
7. New Line
8. Lions Gate Entertainment Corporation
9. Miramax

١٠. تقرير أورده موقع ساسة بوست تحت عنوان (تعرف على مدخولات كبرى شركات صناعة الأفلام

من رابط يجمع بين هذه الشركات، على رأسها عائدية تلك الشركات لليهود، وهذا الأمر في حد ذاته يستبطن من المعطيات الشيء الكثير.

هوليوود وعلاقتها باليهود:

يقول الدكتور فؤاد بن سيد الرفاعي في كتابه «النفوذ اليهودي في الأجهزة الإعلامية والمؤسسات الدولية»: (يسيطر اليهود سيطرة تامة على شركات الإنتاج السينمائي، شركة (فوكس) يمتلكها اليهودي (ويليام فوكس)، وشركة (غولدين) يمتلكها اليهودي (صاموئيل غولدين)، وشركة (مترو) يمتلكها اليهودي (لويس ماير)، وشركة (الإخوان وارنر) يمتلكها اليهودي (هارني وارنر) وإخوانه، وشركة (برامونت) يمتلكها اليهودي (هودكنسون).

جميع هذه الشركات اليهودية يُباع إنتاجها في العالم الإسلامي، ويتمثل في أفلام الجريمة وفنونها واللصوصية وأساليبها والعنصرية اليهودية واضحة فيها، ومع ذلك تُعرض منذ سنين طويلة في بلاد العرب وتغصّ بها صالات العرض السينمائي والتلفزيوني.. شكرًا لمكاتب مقاطعة إسرائيل.

وتشير بعض الإحصائيات إلى أن أكثر من ٩٠٪ من مجموع العاملين في الحقل السينمائي الأمريكي إنتاجًا وإخراجًا وتمثيلًا وتصويرًا ومونتاجًا هم من اليهود...

ولعلّ أبلغ ما قيل في وصف السيطرة الصهيونية في مجال صناعة السينما الأميركية، ما ورد في مقال نشرته صحيفة «الأخبار المسيحية الحرة» عام ١٩٣٨ قالت فيه: «إنّ صناعة السينما في أميركا هي يهودية بأكملها، ويتحكّم اليهود فيها دون أن ينازعهم في ذلك أحد، ويطردون منها كلّ من لا ينتمي إليهم أو لا يصانعهم، وجميع العاملين فيها هم، إمّا من اليهود أو من صنائعهم، ولقد

أصبحت هوليوود بسببهم (سدوم^١ العصر الحديث) حيث تُنحر الفضيلة وتُنشر الرذيلة وتُستترخص الأعراض وتُنهب الأموال دون رادع أو وازع، وهم يرغمون كلّ من يعمل لديهم على تعميم ونشر مخططهم الإجراميّ تحت ستائر خادعة كاذبة، وبهذه الأساليب القذرة أفسدوا الأخلاق في البلاد وقضوا على مشاعر الرجولة والإحساس وعلى المُثل للأجيال الأميركيّة^٢.

واختتمت الصحيفة كلامها بالقول: «أوقفوا هذه الصناعة المجرمة؛ لأنّها أضحت أعظم سلاح يملكه اليهود لنشر دعاياتهم المضلّلة الفاسدة»^٣.

وفي الأبحاث التي تتعلّق بدراسة هوليوود وإنتاجاتها غالباً ما يتمّ التعرّض للعلاقة الوثيقة بين اليهود وماكنة السينما الأميركيّة، باعتبارها تمثّل علاقة حسّاسة وغريبة في حدّ ذاتها؛ لأنّ اليهود يحتلّون مساحة ضيّقة جدّاً من نسيج المجتمع الأمريكيّ، ومع ذلك يمسكون بمقاليد هذا المحور الإعلاميّ الضخم الذي يغزو شرق العالم وغربه، ويعيد تشكيل الثقافة المحليّة والعالميّة على حدّ سواء.

ويبدو أنّ هذه الظاهرة نابعة من سيرة اليهود في سعيهم الدائم للسيطرة مصادر القوّة في المجتمع الذي يعيشون فيه، وحرصهم على النفوذ في المواطن الحساسّة ذات التأثير الواسع، فاليهود لا يشكّلون في المجتمع الأمريكيّ سوى ٢-٣٪ ومع ذلك يحتلّون ما نسبته ١١٪ من النخب الأميركيّة، و٢٥٪ من الصحفيين والناشرين المشهورين، وأكثر من ١٧٪ من قادة المراكز المهمّة الحكوميّة و١٥٪

١. سدوم: مدينة من مدن قوم لوط عليه السلام، وتقع في الأردن-بجوار البحر الميت الآن-، والذي لم يكن موجوداً قبل أن يمطر الله عزّ وجلّ قوم لوط بحجارة من سجيل ويقلب ديارهم. ولقد كان في هذه المدينة قاضي مشهور بالجشع والجور، ضربّ العرب به المثل فقالوا: (أجورّ من قاضي سدوم)؛ وسبب جوره أنّه كان يأخذ من كلّ مَنْ يفعل الفاحشة أربعة دراهم!!

٢. ينظر: مقال بعنوان (اليهود والسيطرة على صناعة السينما والتلفزيون والمسرح والثقافة والإعلان

من الموظفين رفيعي المستوى^١.

(وفي العقود الثلاثة الأخيرة أصبح اليهود في الولايات المتحدة الأمريكية يمثلون نصف المئتين من المفكرين، و٢٠٪ من الأساتذة الجامعيين الأوائل ويملكون ٤٠٪ من الشركات والأسهم الحقوقية في نيويورك وواشنطن، وأصبحوا يشغلون ما نسبته ٥٩٪ من المخرجين والكتاب والمنتجين لأفضل خمسين فيلمًا شهيرًا في أميركا منذ عام ١٩٦٥ إلى ١٩٨٢)^٢.

إنّ هذه الإستراتيجية التي اتبعتها اليهود أعطتهم سلطة لم تكن أي أقلية تحلم بها في العالم، وقد نالوا ثمرة جهود حثيثة سعوا إليها منذ قرون ليعوضوا تشرذمهم وعزلتهم الاجتماعية التي أفرزتها أيديولوجيتهم الأنانية في النظر إلى الآخرين نظرة دونية.

إنّ هذه السلطة الخفية ليست وليدة اليوم، فقبل ثلاثين عامًا أكد المحقق الأميركي واليهودي الأصل المعادي للصهيونية (ألفريد ليلينثال)^٣ في دراسة بعنوان (الاتصال الصهيوني)^٤ قائلاً: (عمق السلطة والقرار اليهودي الممنهج في الولايات الأمريكية شيء محير للعقول، ويمكن القول إنّ الحصّة الكبيرة من هذه السلطة ترجع إلى السيطرة على وسائل الإعلام بعد قرون من الأذى والتعذيب والتشريد)^٥.

إنّ أحد أعمدة نجاح اليهود في الوصول إلى ما كانوا يطمحون إليه يتمثل في تملكهم وسائل الإعلام وتوظيفها لتحقيق استراتيجيتهم التي تستهدف

١. ينظر: مقال (هوليود والأيدي الخفية خلف الكواليس) - م.س.

٢. كتاب (اليهودية والصورة الجديدة لأمريكا (Jews and the New American Scene) للكاتبين الشهيرين (سيمور ليبست Seymour Lipset و إيرل راب Earl Raab) من منشورات جامعة هارفرد / ص ٢٦-٢٧

3. Alfred Lilienthal

4. The Zionist Connection

٥. ينظر: مقال (هوليود والأيدي الخفية خلف الكواليس) - (م.س).

الاستيلاء على مواطن القرار وجني الأموال الطائلة التي تعود عليهم بمزيد من القوة، يساعدهم في ذلك سجيّتهم التي تجيز اتباع كلّ الأساليب الممكنة من أجل تحقيق ما يطمحون إليه، حتّى لو كانت هذه الأساليب خسيّسة وتعود على المجتمعات بالضرر البليغ.

وفي هذا الصدد يقول الكاتب (مارك وبر)^١: (رغبة هوليوود الجنونيّة لأجل كسب الأرباح الهائلة فيها تعكس أضرارًا جسيمة على المجتمع، والسباق لأجل اكتساب أسواق ومبيعات جديدة في هوليوود تسبب في ترويح ونشر الرذائل وإنتاج ثقافة متدنّية جدًّا؛ وهذا في حدّ ذاته يعدّ أمرًا سيئًا جدًّا، ويضاف إلى ذلك التاريخ الطويل لهوليوود في ترويح الأيديولوجيات والأهداف السياسيّة الطائفيّة والقوميّة... قال (ستيف آلين)^٢ أحد أشهر الفنّانين المحبّبين لدى الأمريكيّين... «الجميع في الجناح اليساريّ واليمين والمعتدلين يعرفون بأننا نعيش في زمن سقوط الأخلاق والثقافة، والكثير لا يريد أن يعترف بأنّ مسؤوليّة هذا شيء أيضًا يقع على بعض وسائل الإعلام المرغوبة لدى الناس» وبرأيي «آلين» كان محقًّا؛ لأنّ هوليوود لها دور واضح في هذا الانحطاط الأخلاقيّ والثقافيّ في الولايات المتّحدة الأميركيّة وكثير من دول العالم يتجاهلون ذلك)^٤.

وعلى كلّ حال، فإنّ إمساك اليهود بزمام هوليوود بات أمرًا مسلمًا به، يخضع له الرأي العام الأمريكيّ والعالميّ على حدّ سواء، ويجاريه المستهلكون بكلّ

1. Mark Weber

2. Steve Allen

٣. مذيع تلفزيونيّ أمريكيّ وموسيقيّ وملحن وممثل وفنان كوميديّ وكاتب شهير جدًّا. قام بتأليف ما يزيد على ٥٠ كتابًا، وحصل على نجمتين في ممرّ الشهرة في هوليوود (Hollywood Walk of Fame) ومسرح هوليوود الذي أطلق عليه اسم مسرح ستيف آلين تكريمًا له.

٤. مقال (هوليوود والأيدي الخفيّة خلف الكواليس) لمارك وبر - (م. س).

رحابة صدر على ما هو عليه من استراتيجية تسعى لاكتساب السلطة وكثير من الهيمنة؛ لذا ليس من المستغرب أن نستمتع إلى أحد منتجي هوليوود (جوئيل استين)^١ وهو يكتب في مقالة له بصحيفة (لوس أنجلوس تايم) قائلاً: (كشخص يهودي أقول وبرفعة رأس وأريد أن يطّلع الأمريكيون على ذلك: نعم، نحن اليهود نسيطر على هوليوود... ولا يهمني ما هي وجهة نظر الأمريكيين حول سيطرتنا على الوسائل الإعلام وهوليوود و«وول ستريت» وإدارة الحكومة، الذي يهمنّا هو وجوب واستمرار سيطرتنا على هذه المراكز)^٢.

هوليوود والدين:

لم تسلم العقيدة الدينيّة - كأفكار وقيم - من استهداف هوليوود لها، في أسلوب ممنهج يودّي بالضرورة إلى تحطيم الأديان أو إعادة تشكيلها في الذهنيّة الاجتماعيّة بشكل مشوّه يجعل أتباعها عاجزين تمامًا في ساحة الصراع الحضاريّ، ونجد ذلك واضحًا مع مطلع القرن الواحد والعشرين إلى اليوم.

وعن طريق متابعتنا عينّة من الأفلام الأميركيّة ذات الصدارة في الإنتاج والتسويق التي أنتجت خلال عقد ونصف - تحديدًا من العام ٢٠٠٠ إلى العام ٢٠١٥ - ظهرت لنا حزمة من الأفكار المضادّة للأديان - وخاصّة الإسلام - التي ركّزت هوليوود على تجسيدها وتناولتها بطرق مختلفة تصبّ في المضمون نفسه، مما يدلّ على محاولات جادة لبثّ تلك الأفكار بين الناس، وفيما يأتي ملخص لمجموع تلك الأفكار^٣:

اللعب على وتر المآسي التي تتعرّض لها البشريّة، سواء تلك الناتجة من

1. Joel Austin

2. How Jewish Is Hollywood? by Joel Stein- Los Angeles Times 19th December 2008

٣. للاطلاع على دراسة العينات يرجى مراجعة بحث (هوليوود تستهدف الدين) - حيدر محمد الكعبي

ومحمد علي العسكري - إصدار المركز الإسلاميّ للدراسات الاستراتيجية - ملحق الرصد رقم ١٤ -

شباط / ٢٠١٦.

الكوارث الطبيعيّة أو الكوارث المفتعلة من البشر، وإثارة عواطف المشاهدين من خلالها لتدفعهم إلى اتّهام الربّ بالعبثيّة واللامبالاة، وتثوير روح التمرد والسخط على القضاء والقدر الإلهيين تبعاً لذلك.

التشجيع المتواصل على مبدأ التحرّر الفكريّ وتمجيد الحرّيّة الشخصية واعتبارها مفتاح النهوض الإنسانيّ، واستثمار هذا المبدأ لرفض العبوديّة للربّ ووسمها بالتحجّر ومخالفة العقل وقتل الطاقات الخلاقة، وتشجّع هوليوود على ذلك بإظهار نماذج من الفكر العلمانيّ الفاعل في العلوم الإنسانيّة والتقنيّة مقابل نماذج من الفكر الدينيّ المتصلّب الذي لا يؤمن بالتطوّر ولا يواكب الحياة.

وفي المجال ذاته تحاول هوليوود إعادة ترتيب التاريخ البشريّ وفقاً لما يمرّ به من مراحل من النضج الفكريّ، وتجعل الإيمان بالأديان في مرحلة تاريخيّة وسيطة بين عصر الأساطير وعصر التنوير، فتؤكّد بذلك أنّ الإيمان بالغيب لم يعد نافعاً في هذه العصور؛ لأنّه لا غاية مفيدة منه لجعل حياة الناس أفضل - إن لم يجعلها أسوأ - وإنّما العلم التجريبيّ وحده هو من يجلب الرفاهية والراحة لهم. ولخدمة ما تقدّم من أهداف، تسعى هوليوود إلى تعميق الهوة بين الإيمان بالأديان وبين التطوّر العلميّ التجريبيّ، وتجعل كلا الأمرين على طرفي نقيض جهد استطاعتها.

التركيز الشديد على نظريّة داروين للنشوء والارتقاء، واعتبارها كلمة الفصل لبيان حقيقة وجود الحياة على الأرض، وتتخذ من ذلك ذريعة لنفي وجود الربّ، وعلى الرغم من الهفوات العلميّة التي مُنيت بها هذه النظريّة، إلّا أنّ هوليوود تستخدم غالباً أسلوب المصادرة على المطلوب من أجل إثبات أحقيّتها والدفاع عن مضامين النظريّة.

التركيز على معطيات الفيزياء النظريّة الحديثة لتفسير وجود الكون، وهو أمر

تنطلق به هوليود من نظرية الانفجار العظيم التي أعلن عنها الفيزيائي الشهير (ستيفن هوكينغ)، وهي نظرية علمية أخرى - إلى جانب نظرية داروين - تستند إليها هوليود لنفي وجود الخالق باعتبار توفر التفسير العلمي لظهور هذا الكون بما فيه.

تجعل هوليود من التعصب والتطرف صبغة أساسية للتدين، وتجعل من التسامح مسألة تتناسب عكسياً مع مقدار الالتزام بالعاليم الدينية أو ما يطلق عليه اصطلاح «الأصولية الدينية» في أدبيات الصحافة الغربية المعاصرة.

التمجيد باليهود وتاريخهم وترسيخ ظلامتهم، وذم الطوائف التي تعاديهم بشكل مباشر أو غير مباشر، ولكن ذلك لا يلغي التسامح في تشويه بعض أدبياتهم الدينية وتاريخهم بشكل لا يرضي الطوائف اليهودية المتمسكة بالأصولية الدينية. في حركة تبدو في صف الأديان، تعيد طائفة مهمة من أفلام هوليود تجسيد التاريخ الديني الخاص بحياة السيد المسيح ﷺ، ولكن ذلك يؤدي في النهاية إلى فكرة الإيمان بالثالوث الإلهي وألوهية عيسى وفكرة الصلب للتكفير عن ذنوب أتباع المسيح.

المادية هي المنبع الأساسي الذي تنتزع منه هوليود كل تجسيد للظواهر الغيبية التي تحدثت عنها الأديان السماوية، وخاصة ما يتعلق بتجسيد الملائكة والشياطين والجنة والنار والقيامة.

نفي مكثف لفكرة وجود الخير المطلق أو الشر المطلق في هذا الكون، ومن هذا المنطلق تجد أن الرب يمكن أن يكون شريراً في بعض الأحيان، في حين من الوارد جداً أن يكون الشيطان مثلاً للنفع والخير بالنسبة للإنسان.

ترسيخ محورية الدنيا، وجعل هذه الحياة هي الغاية والمقصد، وعلى هذا الأساس، فإن الحياة الآخرة - مع فرض وجودها - لا تمثل سوى أطلال حياة على هامش هذه الحياة.

استخدام سخرية الكوميديا الدراميّة لتسخيف المعطيات الدينيّة، وقد سخرت هوليوود في الآونة الأخيرة من كلّ القضايا الدينيّة بما في ذلك المقام الإلهيّ والأنبياء والملائكة ولم تراع حدًّا في ذلك.

وعلى الصعيد ذاته، كثيرًا ما تمزج هوليوود الأساطير الدينيّة الخرافيّة بمعطيات الأديان السماويّة وتجعل إحداهما امتدادًا للأخرى في كثير من الأحيان.

الثقافة التوراتيّة والإنجيليّة المتداولة طاغية في المسائل الدينيّة التي تتناولها هوليوود في أفلامها، وهي ثقافة في حدّ ذاتها سيئة لما تحتويه من ثغرات كبيرة لا تتوافق مع العقل والمنطق السليم.

خاتمة وتوصيات:

يقول الباحث وليد مهدي^١ واصفاً تأثير هوليوود في تشكيل الوعي الجماهيري: (في اعتقادي الشخصي هوليوود بمثابة الخيال في «مخ» المجتمع البشري ككلّ موحد، وحتى لو زالت الإمبراطورية العسكرية «الديمقراطية» الأميركية من الوجود، فأعتقد أنّ هوليوود ستبقى في القمة، ولن يصل إلى مستواها الفنيّ مكانٌ آخر في العالم، وربما سيكون لها دورٌ أكبر في تثقيف البشرية عبر سببها للعلم والفنّ واللاهوت والتاريخ في قوالب ملوّنة متنوّعة تعيد إنتاج الفنون والعلوم والتاريخ في وعينا)^٢.

في مقابل هذا الفنّ المؤدّج ذي التأثير الضاغط على عقيدة الإنسان المتديّن وسلوكه، لا بدّ من أن يكون لدينا ما يدفع مغالطاته الفكرية ويفضح أبعابه الإعلامية، ويبيّن لدى المشاهدين - وبخاصّة الشباب - التفاهة على الحقائق البديهية والقيمية بطريقة لا تخلو من المكر.

على أنّ أفضل طريقة لصدّ خطر هذا الإنتاج المؤثّر هو استخدام الأسلوب ذاته، أي بيان الحقائق من خلال الأفلام السينمائية ذاتها، وبالأسلوب البارع والمؤثّر نفسه الذي يستهوي طبقات المجتمع كافة، مع الأخذ بنظر الاعتبار أنّ التجربة شاهدة على أنّ المجتمع يتأثر بالرسائل الفنية والإعلامية التي تقترب من بيئته والتي يؤدّي أدوارها أشخاص من أبناء جلدته، بشرط أن يتوافر العمل الدرامي على أدوات النجاح، ابتداء من السيناريو المُحبك، مروراً بالتمثيل الجيّد وانتهاء بالإخراج المحترف.

ولا يلغي ذلك دور البرامج التلفزيونية والجلسات النقاشية والندوات الثقافية

١. كاتب وباحث عراقي يوصف بأنه ماركسيّ مجدّد يحترم ويجلّ الثقافة الإسلامية.

٢. نشر في موقع الحوار المتمدّن بعنوان (هوليوود وعالم ما بعد الموت) بتاريخ ١٣/١٠/٢٠١٠

والخطابات المنبرية والمنشورات الدورية في كشف خطر أفلام هوليوود وبيان طبيعة تأثيرها في الجانب العقائدي والاجتماعي، لذا لا بد من أن يركّز المصلحون اهتمامهم بهذا الجانب لدرء خطره عقائدياً وسلوكياً في المرحلة الراهنة على أقل تقدير.

وعلى صعيد آخر، لا غنى لمفكرينا ومثقفينا عن الاطلاع العلمي المتخصص في المجالات العلمية الحديثة، كالفيزياء النظرية وعلم الحياة (البايولوجي) وعلم الأرض (الجيولوجيا)، وعلم الفلك، بمقدار ما يخدم الحقائق الكونية؛ لأنه غالباً ما يتخذ الملحدون الجدد من دقائق هذه العلوم مادة أساسية لتعبئة مغالطاتهم الفكرية لدعم الإلحاد، وهو أمر طالما انعكس على السينما الأميركية في أعمالها الشهيرة.

ولا يخفى أن أكثر الشبهات التي تتعلّق اليوم بالجوانب الغيبية تأتي من توظيف العلوم الحديثة لترويج الإلحاد، على عكس العهود القديمة التي كانت تتخذ من العلوم العقلية الصرفة وسيلة لهذا الغرض.

لذا فإن الاطلاع العلمي الدقيق على تلك العلوم يفيد كثيراً في مجال الردّ بالمثل، إذ يمكن أن يوظّف المطلعون على دقائق تلك العلوم لإلهام الإنتاج السينمائي الذي يدعم العقيدة ويقوّي أركانها في نفوس مجتمعاتنا.

لائحة المصادر والمراجع

١. هيربرت أ. شيللر - المتلاعبون بالعقول - ترجمة: عبد السلام رضوان - عالم المعرفة - ١٩٩٩.
٢. نجدت لاطة - كم خسر العمل الإسلامي بموت مصطفى العقاد - رابطة أدباء الشام - ٢٦ تشرين الثاني ٢٠٠٥.
٣. أشرف فهمي خوخة - استراتيجيات الدعاية والحملات الإعلانية - دار المعرفة الجامعية - ٢٠١١.
٤. فؤاد بن سيد الرفاعي - اليهود والسيطرة على صناعة السينما والتلفزيون والمسرح والثقافة والإعلان التجاري - موقع طريق الاسلام بتاريخ ٣١ / ٥ / ٢٠٠٦.
٥. اليهودية والصورة الجديدة لأميركا (Jews and the New American Scene) للكاتبين الشهيرين (سيمور ليبست Seymour Lipset وإيرل راب Earl Raab) - منشورات جامعة هارفارد.
٦. حيدر محمد الكعبي ومحمد علي العسكري - المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية - ملحق الرصد رقم ١٤ - شباط / ٢٠١٦.
7. How Jewish Is Hollywood? by Joel Stein- Los Angeles Times 19th December 2008.

الميديا الجديدة إعادة تشكيل الخبر والمجتمع والعالم

محمود بري^١

الرحلة العربيّة من الإعلام إلى «الميديا» لم تكن سهلة البتّة، بقدر ما أنّها لم تصل بعد إلى غايتها. ولو شئنا الشفافية لقلنا إنّها ما تزال إشكاليّة متواصلة يحتدم بشأنها جدل كبير، فضلاً عن أنّها مبحث هائل متعدّد الأبعاد بين ما هو معرفيّ وما هو تقنيّ، وما يتّصل بالتاريخ وما يرتهن للثقافة والحاضر وما يتفاعل في نفس الفرد كما في المجتمع.

لكن طالما أنّ الحديث بلغ عتبة الميديا، فلا جدوى بعد من الاستنقاع في عصر «الإعلام» للتعبير عن المفهوم المقصود؛ لأنّ لفظة الإعلام بالمعنى المطروق والمتعارف عليه، يبدو وقد تجاوزته دورة الحياة، بمقدار ما تجاوزت «الميديا الجديدة» مختلف الكوادر والأطر التي وضعتها الدورة للإعلام. فهذا النمط الأخباريّ التقليديّ الموجه والذي لطالما جرى تقديمه بمعنى «التبليغ»، وكان يجري توجيهه بداية من جانب السلطة (الدولة) إلى «الرعايا» أي الشعب، إنّما كان يدور في خدمة الدولة إيّاها، ولا يلتزم لا بالحقيقة ولا بالواقع المعيش، بل بما ينبغي أن تكون عليه الأحداث وأخبارها لكي تسهم في مسيرة السلطة وسلامة السلطان. والإعلام التقليديّ بهذا المعنى كان أولاً وأخيراً إعلام السلطان

١. باحث في سوسيولوجيا الإعلام والتواصل لبنان.

أو الدولة ولسانها الذي «تبلّغ» بواسطته رعاياها ما تطلبه منهم وما ينبغي عليهم معرفته والقيام به أو الامتناع عنه. بهذا المعنى كان الإعلام بمفهومه التقليديّ المُشار إليه، ابن السلطان وخادمه. وعلى العكس جاءت الميديا التي هي ابنة الفرد الاجتماعيّ، يسوقها كما يشاء، ويُلبسها ما يختار لها من أزياء، ويوجّهها إلى من وما يريد ويختار، بعيداً عن «عسس» الدولة وعن مصلحة السلطة. ويمكن القول إنّ الميديا بهذا المعنى هي ابنة المجتمعات الجديدة التي أنشأتها. فهي لسان الناس خارج متطلّبات السلطان، ولسان الفرد بوجه طاغوت السلطة ومحاذيرها، ولسان المجتمع المتحرّر من قيود التقليد، المجتمع بما هو أفراد من كلّ شكل ومزاج. الإعلام كان «نظامياً» بمعنى ارتهانه لأسس وأهداف محدّدة لا ينبغي أن تُمسّ ولا أن يحيد عنها، بينما الميديا الجديدة هي الخروج على الحدود المفروضة، والتعبير، ليس عن رغبات الدولة وأوامر السلطة ومحظوراتها، بل عمّا يعتمل في صدر الفرد والتعبير عمّا يهّمه بنفسه، وعن رأيه الخاصّ وهواه الشخصيّ ومصلحته الذاتية وحلمه الذي يختاره. وإن شئنا التبسيط التعميميّ نقول إنّ الإعلام هو نشر رأي الذين فوق، بينما الميديا هي بثّ ما في نفس الفرد والقوم وفي الذات الفرديّة والجماعيّة.

مجال عموميّ جديد

ارتبط مصطلح الإعلام تاريخياً بمؤسّسات الصحافة المكتوبة، ثمّ انضمت إليها الإذاعة والتلفزيون، كانت وظيفته تتمثّل في إنتاج مضامين مُعدّة مُسبقاً وموجّهة لـ «الجمهور». أمّا الميديا فقد ففرت من بين أيدي السلطان وأدواته (السطويّة) ورقاباته العتيّة، وامتطت صهوة التقنيات الحديثة الرقميّة الضاربة في عالم السيبرانيّة، كالحاسوب والهاتف المحمول... والتي تقوم، ليس فقط

بعمليات التوصيل والنقل والتواصل، بل بعمليات النقد والابتكار والتجديد وابتداع الآراء والمواقف والنشر أيضًا. صحيح أنّ هذه التقنيات الجديدة أصبحت تؤدّي وظيفة الصحافة والتلفزيون والإذاعة والكتاب معًا، إلا أنّها تميّزت باللمسة الشخصية للفرد الذي لم يعد مُلزَمًا أن يكون من ضمن «النُخبة» الذين «أمسكوا ناصية» الإعلام في صورته الكلاسيكية لكي يتمكن من إيصال صوته، وصار بإمكان أيّ كان أن يقول وينشر ما يراه، وأن يُعبّر عن أفكاره ورغباته ومصالحه، من دون أن يكون سجين التلقّي والاستماع والتنفيذ. وهذا ما أسقط فكرة الحتمية في الخطاب الإعلامي، والتي كانت تحكم الإعلام العربيّ تاريخيًا (على وجه التحديد)، ومعه أيضًا الديكتاتوريات المشابهة، وفتح الباب واسعًا أمام مجال إعلاميّ عموميّ جديد يختلف عن الذي كان قائمًا، مجال يصنعه المواطن وليس الدولة، وبالتالي فهو مجال عموميّ حقيقيّ ومُعبرٌ عن مكونات الصدور، على الرغم من مراوحته ضمن دائرة الصراعات ذاتها التي كانت تحكم المجال الإعلاميّ العموميّ الإعلاميّ التقليديّ. ومع التداخل والاندماج بين وسائل الإعلام الكلاسيكية ومنتوج الميديا وتقنياتها الحديثة، ازدهر التنافس والتفاعل بينهما، وكان في مُجمله لصالح الإنسان والحرية. فالميديا الاجتماعية هي وسط فرديّ ديناميّ يتحقّق في الوسط الجمعيّ والجماهيريّ.

والواقع أنّ انتشار التقنيات الإعلامية المتّصلة بالميديا الجديدة والإنترنت، أنتج عددًا متصاعدًا من الإشكاليّات والممارسات تختلف عما كان سائدًا تاريخيًا بشأن إنتاج المعنى والثقافة والسياسة والمفاهيم المتّصلة بكلّ ذلك في ميدان إعادة تشكيل الوعي الذاتيّ والمشارك، وبالتالي إعادة تشكيل المجتمع. فالصحافة الإلكترونية على سبيل المثال، جاءت بخطاب صحفيّ مستحدّث، وممارسة إعلامية جديدة، سواء من حيث إنتاج المضمون أو تأسيس علاقة جديدة

مع المجتمع المتفاعل. والثابت أن هذا النوع المستجد والمتسارع من الصحافة «اللحظية» الذي اكتسح العالم كله، لم يولد كمُعطى مكتمل، بل جاء بمثابة ابتكار تقنيّ فكريّ اجتماعيّ ثقافيّ متفاعل مع الذات ومع الآخر ومع الحدث، وهو ابتكار راح يتجدد في سياق غير مُتوقَّع ووفق ديناميات لا حصر لها، جاعلاً من الشاشة (شاشة الكومبيوتر أو هاتف الجيب) نوعاً من الحلبة التي يتبارز عليها أصحاب الأخبار والأفكار بما عندهم، وأمام جمهور عشوائي لا يعرفون أفرادهم، وبالتالي فكأنهم يحتكمون إلى أناس لا يمكنهم رشوتهم ولا التأثير الإغرائيّ أو التهديديّ عليهم. وهذا ما أفسح لظهور «شخصيات» جماهيرية جديدة، كل قوتها في ما تعرضه من أفكار ومواقف وما تحتاج به من آراء، بديلاً عن وجوه «مُستعملة» وأسماء مشهورة، وشخصيات قائمة ومُكرّسة، ولا تُفسح مكاناً لسواها. وهذا كان من أخطر وأحدث ثمار الميديا الجديدة.

وجهاً لوجه أمام طواحين الهواء

لقد مثل الفضاء الإلكتروني انفتاحاً غير مسبوق ولا مثيل له في تاريخ الثقافة العربية، وشكّل في الوقت عينه انكشافاً غير مسبوق لأمراض هذه الثقافة وعلاّتها حيث وُجدت. ومن خلال أمراض الثقافة والمعرفة والسياسة وما إليها، تجلّت أمراض السلوك والمجتمعات، وأمراض الأفكار المسبقة والعادات الطاغية والتقاليد الحاكمة. وهذا كلّهُ هو ما أنتج مجتمعاً جديداً بمعنى ما، هو مجتمع هذه الميديا الجديدة المتحلّل من قيود التقليد وطقوس التكرار والإعادة واجترار المُكرّر المُعاد من دون أفق ولا مخرج. فبعدما كان الإعلام العربيّ على سبيل المثال، في مرحلة أولى، مرآة أحاديّة الهوية (تعبّر عن وجه السلطان ووجهات نظره)، وتعكس بشكل عامّ وسطحيّ حالة جماعيّة لمواجهة الاستعمار والإمبرياليّة والشيوعيّة (...). تحت هيمنة واحتكار السلطة والنخبة، أصبحت الميديا الجديدة مُعبّراً عن هويّة حرّة ومتعدّدة ومتنوّعة للعالم، وهي هويّة أكثر غنى وحيويّة بما لا يُقاس، على الرغم من أنّها كانت (وما تزال) قيد التشكيل.

يمكنني القول من دون مغالاة ولا مغامرة إنّ الميديا الجديدة هذه هي مصطلح العصر (القرن الواحد والعشرين) الذي نستخدمه لتعريف كلّ ما يمتّ إلى شبكة الإنترنت وعملية التواصل الهائلة والميسورة، والتفاعل بين الصورة والصوت والحركة على مسرح التكنولوجيا الضوئية التي نقلتنا إلى عالمها، على الرغم من أنّ الشبكة العنكبوتية تلك ما انفكت ضعيفة حيناً، وبدائية أحياناً، وغير منتظمة في الغالب، في الكثير من أقطار عالم عربيّ لم تعد توحدّه... ولا حتّى اللغة التي باتت تتهالك تحت وطأة اللهجات والتعابير والألفاظ والأصوات الخلاسية الناجمة عن تزويج ألفاظ من عامية هذا البلد أو ذاك بألفاظ أخرى من الإنكليزية أو الفرنسية أو الهنديّة أو الأوردية...، لتوليد حقل تفاهم كلاميّ مُختلط متدابّر

متنافر... لكنّه شبه مفهوم في معظم أوصاله، وهو ليس لغة عربيّة في النهاية. وهذا على العكس من لغة الصورة ومقاطع الفيديو مما أتاحته الميديا الجديدة، والتي لا تحتاج إلى مهارات خاصّة لفهمها واستيعاب مضمونه، كأَيّ مشهد يحصل أمام المرء في الشارع؛ لذلك ربما ما انفكّ الخطاب العربيّ الإعلاميّ الراهن مرتبكاً ومضطرباً في دوامة التعامل الاضطراريّ مع هذه الميديا الجديدة وإرهاصاتها المُتّسمة غالباً بنكهة شبابيّة سمتها الأساسيّة الجموح خارج المُعتاد عليه. والملاحظ أنّ الخطاب الإعلاميّ العربيّ عانى وما انفكّ يُعاني الحيرة والإرباك أمام هذه الميديا وإنتاجاتها اليوميّة المتدفّقة؛ ينظر إلى مستخدم هذه التقانة التعبيريّة على أنّه ناشط في حقل إعلاميّ غريب، هو بديل عن الإعلام المتعارف عليه، ويستهلّ أو يستنكر أو يتفاجأ أو يُعجب... دائماً بما يجده في هذا النوع الجديد من الإعلام من حرّيّة (يسمّيها في الغالب تفلُّتاً) وتنوّع (يعتبره نمطاً من الفوضى الشبابيّة، على أمل أنّها لن تلبث أن تهدأ)، ومن نقاشات (يراهما تجسيداً للحوار داخل الطواحين الهادرة، حيث يتكلّم الجميع مع الجميع، ولا يفهم أحد على أحد). وحين يعطف الإعلاميّ التقليديّ على أبناء هذا الجنس من الإعلام البديل، يرى فيهم ضحايا لقوى (افتراضيّة) عالميّة (وربما إمبرياليّة حسب الرغبة) تقودهم إلى تحقيق غاياتها (الجهنميّة) وتستخدمهم للقضاء على «إعلام الأُمّة وثقافتها»، وبالتالي على «شخصيّتها الفريدة». وهذا ما يدفع آباء (بعض آباء) الإعلام التقليديّ (ولنُسَمّه القديم) إلى العمل على مصارعة طواحين الهواء في محاولاتهم مواجهة الميديا الجديدة التي لا يملكون فكاً من عظيم سلطانها وتأثيرها.

صناعة الخبر في الشارع

إنّ تداخل واندماج وتفاعل وسائل الإعلام التقليديّة وإنتاجات الميديا الجديدة بتقنياتها التي قرّبت المسافة بين الحدث والخبر المصوّر عنه، حتّى جعلتها صفرًا (كما لدى نقل حدث اصطدام الطائرة الثانية ثمّ الثالثة ببرج التجارة العالميّ في حدث ٩/١١)، أدّت جميعها إلى تحويل الإنسان (في أيّ بلد كان ومن أيّ طبقة معرفيّة أو اقتصاديّة...) إلى مُتابع تُشدّه هذا الميديا وتضطرّه إلى متابعتها بذهول وشغف. والنتيجة المباشرة لذلك جاءت على شكل تأثّر وإعجاب بهذه الميديا، ثمّ ارتقت إلى مرحلة التداخل فيها والمشاركة في إغنائها أوّلاً بالتعليق (انتقادًا أو مديحًا)، ثمّ بالمشاركة في نقل الحدث، أي في صناعة الخبر في الشارع مباشرة في مشهد حدوثه. وشيئًا فشيئًا راحت خبرة الشخص غير المحترف تتقدّم وتتطوّر حتّى بات بوسعه نقل وجهة نظره بطريقة أفعال وأجدي، وصار بمقدوره التبشير بما يختاره والتحذير مما يكرهه. ومن هنا انتقل إلى ميدان المشاركة في صناعة الرأي العام. وهكذا باتت الميديا الجديدة نوعًا من المصانع الناشطة لإنتاج وصناعة الرأي العام، لتحلّ بذلك، وإن على مستويات دنيا أحيانًا، محلّ الصنّاع التقليديّين للرأي العام من كبار المنظرين والمفكرين وأصحاب المشاريع السياسيّة أو الرؤى من نوع «صراع الحضارات» وما إليه. وجاء التطوّر المتواصل والمستديم بلا توقّف في تكنولوجيا الميديا الجديدة ووسائلها، ليُنشئ موجة متصاعدة من التفكير المبنيّ حول دور شبكات التواصل الاجتماعيّ «الفعّال» في توجيه الرأي وصنّاعته، وبالتالي دورها الفاعل في إحداث تغييرات عميقة في ملامح المجال العموميّ للميديا وفي مقدّراته على تشكيل المجتمعات بطرقٍ جديدة. وعلى الأثر قام أبطارة الإعلام التقليديّ بالمزيد من محاولاتهم للتشكيك بصدقيّة أو بجدوى هذه الميديا وتبهيّتها، فاتهموها بالسطحيّة وبالتسرّع وبعدم التعمّق وبالمغالاة

وبالشعبوية... إلا أن مثل هذه الاتهامات كانت سرعان ما تتطاير وتنطفئ بمجرد متابعة الناس لحدث ما يحصل في بلد بعيد، حيث يمكن لمن يرغب أن يتابعه لحظة بلحظة من خلال وسائل الميديا التي تصبح متيسرة أكثر فأكثر وأقل تكلفة، وبالتالي أقرب تناولاً من قبل جماهير إضافية من المتابعين في مختلف بلدان العالم. فالأعطيات التي قدمتها هذه الميديا وتقدمها تبقى دائماً أبلغ تأثيراً من كل الهجمات ضدها. ومن جرّاء اكتساح هذا النمط الجديد والناجح من الإخبار السريع والشامل، راح الأخصام التقليديون (ولا سيّما في المجتمعات العربية) يتوسّلون مختلف الطرق والوسائل لقطع الطريق أمام الميديا وذلك للإبقاء على كراسيهم في مواقعها على اعتبار أنّهم «الصّناع» التقليديون للرأي العام في بلدانهم من خلال الصحف أو الشاشات، وبدفع وسُلطان «الدولة» التي تستخدمهم. ونجح هؤلاء في تشكيل نسق فكريّ في الأوساط المحيطة بهم يعارض الدور الذي تُؤدّيه الميديا الاجتماعية في الحشد والتعبئة وصناعة الرأي العام، وينتقد قدراتها المستجدة في تحويل الأفكار البسيطة إلى قوى فاعلة في المجتمع. ومن هنا راحوا يقلّدون أشباهاً لهم سبقوهم هلى هذا الدرب في الغرب، ممن عادوا وعاندوا الميديا الجديدة ورموها بالحُرْم وحاولوا تكيلها بالتشاؤم منها ومن الأدوار التي تؤدّيها في غير مصلحتهم. وهكذا طفت على السطح نظريات متهافئة وجدت من يعمل على تسويقها لمواجهة الزحف الشامل للميديا الجديدة، فاختلفوا في الغرب (ولحق بهم المعرضون في بعض بلاد العرب) ما أسموه بـ«التكنو-فوبيا» أو الفوبيا من التكنولوجيا. وعلى اعتبار أن الميديا الجديدة تعمل من خلال التكنولوجيا السيبرانية والأجهزة الرقمية، فقد حاول أخصامها تسويق فكرة «أنّ تكنولوجيا الاتصالات عويصة»، وأنّها مصدر عجز كثيرين عن اعتمادها، وأنّها تمثّل تحدّيًا غير متكافئ لرجل الشارع، واعتداء على شخصه بذريعة أنّه لا

يعرف، وبالتالي فالإعلام العتيق هو الأسهل والأنسب.... إلى ما هنالك. إلا أن ذلك كله لم يؤدِّ إلى النتائج المتوخَّاة، حيث إنَّ المعتمدين على الميديا الجديدة ومتابعيها وممارسيها على مختلف الأجهزة المناسبة من هواتف جيب وأصناف آلات الكمبيوتر والأجهزة اللوحية، باتوا يُعدُّون بالمليارات حول العالم، وهو رقم في تصاعد مستمرّ، وله الغلبة...، كيف لا؟! وتكاليف الأجهزة والإنترنت تسير في مسار انحداريّ.

ليست التكنولوجيا وحدها...

لقد ثبت بالدليل العمليّ أنّ الميديا لا تتوفّر بفضل التكنولوجيا وحدها. فهذه التكنولوجيا توفّر أدوات جديدة للحياة التواصلية والسياسية، لكنها لا تمثل العامل الوحيد في عملية التغيير المجتمعيّ ولا السياسيّ بأيّ حال؛ ذلك أنّه لا يمكن إغفال شبكة العناصر الإنسانية والمعرفية والتخصّصية المؤلّفة لواقع الأحداث بحدّ ذاته. فالأحداث لا تصنعها التكنولوجيا، ولا تحديداً تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بل تكون وليدة مجموعة مُعقّدة من تفاعلات «بشرية-تقنية»¹ تتحرّك في مسار مستقلّ عن رغبة من يتابعها أو من ينقلها. إلا أنّ ميزة الميديا هنا أنّ بوسع ناقل الحدث بالصورة والصوت أن يُركّز على تفاصيل معينة تخدم وجهة نظره. وهذا يُشبه ما يمكن أن يفعله الكاتب في صحيفة أو المذيع عبر شاشة، لكنّ التأثير بناقل الصورة والصوت من أرض الحدث يحتفظ بسبق الأولوية، ويكون له التأثير الأبلغ، ما يعود في النهاية إلى صالح الميديا على حساب الإعلام القديم. وهذا ما دفع بالإعلام القديم إيّاه إلى محاولة اللحاق بالركب، فإذا بالمراسلين يترაკضون مع كاميراتهم إلى مواقع الأحداث لنقلها «على الهواء مباشرة»، الأمر الذي يتحقّق النجاح فيه مرّات نادرة بالنظر إلى قُرب أو بعد موقع الحدث. إنّما لا

تصحّ المراهنة بكلّ ما في الجيب على هذا. فالميديا الجديدة ومجالات الإعلام والاتصال والممارسات المرتبطة بهما، كلّها ظواهر تاريخيّة بطيئة التشكّل ومتغيّرة في الآن ذاته، وهي أغنى بكثير من أن يطمح الإعلام القديم بمنافستها. والواقع أنّ الاهتمام الاستثنائيّ بالدور الذي تُؤدّيهِ الميديا الجديدة في تداول قضايا الشأن العام ومناقشتها والتأثير في صناعة الرأي، يكاد يكون العلامة الأبرز في ميادين البحوث الأكاديميّة حول الإعلام العصريّ وعلوم الاتصالات؛ ذلك أنّ الفعل الاجتماعيّ، بالمعنى الذي حدّده (ماكس فيبر)^١ يكون محكومًا بالوظائف التواصلية التي تتيحها شبكات التواصل الاجتماعيّ بالذات، لقد وضعت هذه الوظائف شبكة الإنترنت في مقدّمة الاهتمامات السوسيولوجيّة، وظهرت كأنّها الدافع الأساسيّ الذي أدّى إلى إبراز دور الفرد في بناء واقعه اليوميّ وفي إعادة هيكلته على نحو ما يُسمّيه عالم النفس الاجتماعيّ كارل ويك^٢: دور الفرد الحيويّ في تجسيد الواقع^٣.

اللغة أوّلاً...

يُلاحظ أنّ مرحلة الانبهار الراهنة بتطوّر أنظمة الاتصال المندمجة وبما تتيح تحقيقه لمستخدمها، هي أشبه ما تكون بالمرحلة التي عرفها المجتمع البشريّ سابقاً غبّ ظهور الإذاعة ثمّ التلفزيون والسينما، وهي المرحلة التي ازداد فيها بشكل قويّ دور وسائل الإعلام في التوجيه والتأليب، حيث ساد الاعتقاد في تلك الآونة أيضاً، أنّ وسائل الاتصال الجماهيريّ تتمتع بتأثير فعّال ومباشر على رأي الفرد، وبالتالي على سلوكه. وهو اعتقاد اختزلته نظريّة عُرفت بنظريّة الرصاصة

1. Max Weber

2. Karl Weick

٣. كارل ويك هو أحد أبرز رواد نظريّة النظم (Theory of Organization)، وتدور أعماله حول كيفية تشكّل المعنى في النظم بصورة عامّة، فهو يعتبر أنّ التنظيم يتشكّل من التفاعلات.

أو الطلقة السحرية، ومغزاها أنّ الرسالة الإعلامية بالغة القوة في تأثيرها، وأشبه ما تكون بالطلقة النارية التي اذا صوّبت بشكل دقيق فإنّها لا تخطئ الهدف مهما كانت دفاعاته.

واليوم أيضًا فإنّ مرحلة الانبهار بالتقنيات الإعلامية والاتصاليّة تُخيّم بظلالها على أدبيات الإعلام والاتصال. ويبدو وكأنّ من يمتلك حدًا معقولًا من الثقافة الرقمية والمهارة في تشغيل أجهزة الاتصال والتواصل واستخدامها، ينتسب بطريقة ما إلى مجتمع الميديا الجديدة المتميّز بالسرعة والتأثير والحرية الشخصية. وكلّ ذلك ما كان له أن يتمّ من دون اللغة، باعتبارها الفضاء التعبيري المناسب لبناء المجتمع التواصليّ، وبالتالي الفكر التواصليّ المتفاعل ضمن سلسلة غير متناهية من المهارات والتقانات والثقافات والسلوكيات المتداخلة بشكل يكاد يكون غير منضبط، بل وعشوائيّ أحيانًا وغير قابل للقياس. ومن العسير، إن لم يكن من العبث، العمل على محاصرة هذا الفكر أو احتوائه أو تقييده، فهو وليد نظام بالغ التعقيد ومسكون بالفوضى، بحيث تستحيل مواجهته كما التنبؤ بحالاته المقبلة.

وبالنسبة لاعتبار اللغة فضاء التعبير المثاليّ، فهذا يعود إلى ما تتمتع به من «طواعية»، ما يتيح صناعة الوضوح والتشويش في آن واحد وحسب الرغبة، وإنتاج التوافق والاختلاف كذلك، وممارسة الاعتراف والاستبعاد، وتحقيق الإظهار والإخفاء، للتفاهم. فاللغة كما قال هايدغر^١ هي قضيّة الكائن وحقيقته، وهي مسكنه وبيت الوجود على حدّ تعبيره؛ لذلك يدعو دريدا^٢ «إلى نظرة جديدة للغة، يتحوّل فيها الواقع إلى مجموعة من الأفعنة البلاغية». فاللغة حسب تعبيره «هي

1. Heidegger

2. Derrida

التي تُنشئ مفاهيمنا عن العالم، وهي التي تصنع العلم والفلسفة والميتافيزيقيا^١. لذا فهو يدعو إلى «استعمال حرّ للغة بوصفها متوالية لا نهائية من اختلافات المعنى».

وفي سياق الحديث عن شبكات التواصل الاجتماعيّ، فاللغة هي المجال الأساسيّ والنسيج الأوّل للغلاف السيميائيّ الذي يتحرّك في فلكه المجتمع. وهنا تكمن خطورة شبكات التواصل وأهمّيّتها التي بوسعها (وهي لا تني تعمل على) تحديد منظومة الأخلاق والقيم المكيفة لحياة الناس؛ لذا فمن الخطل غير المُجدي التقليل من خطورة وأهمّيّة شبكات التواصل الاجتماعيّ كمحدّد أساسي لبناء الرأي العام، في حين أنّ مستخدمي هذه الشبكات حول العالم يُعدّون بالمليارات، وهم على تزايد متواصل. ولا ينبغي الاكتفاء باعتبار هذا التواجد اللجب والحضور الفاعل لشبكات التواصل الاجتماعيّ في حياة الناس، مجرد حتمية تكنولوجية، بل ينبغي اعتباره حضوراً فاعلاً في حركة التغيير الاجتماعيّ، وعاملاً حاسماً في اختياراته، ومؤلّداً حقيقياً للفعل الاجتماعيّ والسياسيّ.

واتساب وتويتر وفايسبوك

ولتذكّر بواكير حالة ما سُمّي بـ«الربيع العربيّ» أواخر العام ٢٠١١، حين لعبت وسائط التواصل الاجتماعيّ ذلك الدور المركزيّ بالغ الأهمّيّة في تأليب الناس وتحريك المجتمع واندلاع الثورة في تونس (بدايةً)، وسط إرباكات كبرى واجهت الحكومات والأجهزة المكلفة بحفظ الأمن. الاعتقاد السائد في أوساط باحثين ومهتمين كُثراً يؤكّد أنّ الثورات التي قامت في سياق ما أصبح يُعرّف بالربيع العربيّ ما كانت لتحدّث لولا الدور الذي أدّته شبكات التواصل الاجتماعيّ، على

١. عبد الله إبراهيم، سعيد الغانمي، عوّاد علي، معرفة الآخر: مدخل إلى المناهج النقدية الحديثة، (المركز

غرار تويتر وفيسبوك، في تعبئة الرأي العام في البلدان المعنية. كذلك يمكن استعادة أحداث الانقلاب العسكري الفاشل في تركيا، خلال يوليو/ تموز ٢٠١٦، الذي هزَّ الحياة السياسيَّة عموماً، حيث كانت مواقع التواصل الاجتماعيّ أيضاً هي الوسيط الميدياتيكيّ القويّ الذي أنقذَ نظام الرئيس التركيّ رجب طيّب أردوغان من محاولة الجيش الاستيلاء على السلطة، بعدما كان الانقلابيون من جهتهم قد استخدموا شبكات التواصل الاجتماعيّ إيَّاهما في سعيهم للإطاحة بالرئيس أردوغان، حين سيطروا على الوضع لوقت قصير قبل أن يستعيد النظام الزمام. والحدثان يؤكِّدان على أمرين لا ينبغي تفويت العبرة من كلِّ منهما: الأولى تؤكِّد على الدور الفاعل لوسائط التواصل الاجتماعيّ في تفجير وإدارة حوادث كبيرة من وزن ما سُمِّيَ بالربيع العربيّ في بعض بلدان العرب أو ما شهدته تركيا من محاولة انقلابية. وهذا ما وصل ببعضهم إلى إسباغ توصيف «المعجزة» على وسائل التواصل هذه واعتبارها «مُفجِّرة الثورات». وهذه هي العبرة الثانية. إلا أن هذا الإرتقاء بالتوصيف إلى درك المبالغة لا يمنح المسألة صدقيَّة ثابتة، ولا سيَّما أن إفشال الانقلاب التركيّ مثلاً تمَّ عن طريق وسائل التواصل الاجتماعيّ ذاتها، ويستند هذا الاعتقاد إلى الأثر الدلاليّ الذي يُخلِّفه الاستخدام العموميّ للميديا الاجتماعيَّة، حيث استخدم أردوغان يومها تطبيق فايس تايم^١ في الوقت الذي سيطر فيه الانقلابيون على القناة الرسميَّة التركيَّة «تي آر تي»، وطلب من الأتراك النزول إلى الشارع لحماية النظام ومحاسبة الجناة. فهذا أكَّد محدودية قدرات شبكات التواصل الاجتماعيّ، والميديا الجماهيرية بشكل عامّ، في مجال الحسم المطلق عندما يتعلَّق الأمر بالقضايا الاجتماعيَّة والسياسيَّة الكبرى، وقضايا الرأي العام. وهذا ما سبقت الإشارة إليه بطريقة مختلفة، من خلال الإضاءة على النسيج

السوسيولوجي الدقيق والمعقد الذي تجري الأحداث والثورات والإنقلابات على أساسه. ولئن ساد الانطباع بأنّ الحدث الذي اجتذب الاهتمام كان وليد شبكات التواصل الاجتماعيّ، فالأحرى ملاحظة أنّ وسائل التواصل تلك لم تكن غير الشاشة التي أدّت بالحدث إلى الظهور وأضاءت على خفاياه وجوانبه، من دون أن تكون هي صانعة الحدث. فالميديا الجديدة ليست هي الجهة التي تصنع الأحداث، بل القوّة التي تعمل على دفع الأحداث إلى الظهور مستفيدة من فعاليتها التقنية والفنيّة، ومن فائق سرعة بثّها للمعلومات وتبادلها. ولأنّ الميديا هي المسرح الذي تتوفّر على خشبته أشكال وخواص وأركان الحدث، كما هي جارية على أرض الواقع، وفي وقت حدوثها بالذات أو بعده بقليل، بفضل التكنولوجيا وأدواتها التواصلية، فهي تظهر بمثابة المفجّر والصانع للحدث، وهو وهم يقوم على افتراض مغلوّط، حيث إنّ وسيلة نقل الحدث وتوزيعه ليست أبدًا مسبّب هذا الحدث وعلّة وجوده. وفشل الانقلاب على التركيبيّ أردوغان لم يكن حقيقة في مجرّد استخدامه تطبيق فايس تايم، بل في توفّر بنية عسكرية وشعبية موالية له تحرّكت لتلبية نداءاته.

تكمّن الحقيقة الواقعية هنا في الفهم المناسب لطبيعة عمل شبكات التواصل الاجتماعيّ كوسط يتحقّق في حدوده الحدث الاجتماعيّ ذاته. وهذه بدورها ترتبط بالفهم الأفضل لنظرية الفوضى^١ الفيزيائية التي برزت مطلع ستينات القرن الماضي، والتي ترى إلى فهم وتفسير النظم الديناميكية اللاخطية^٢ بما يتيح فهمًا

1. Chaos Theory

٢. مصطلح النظام اللاخطي هو الذي يكون ناتجه غير متناسب مباشرة مع مدخلاته، (بينما يحقق النظام الخطي تلك الشروط). وبمعنى آخر، فإنّ النظام اللاخطي هو أيّ مشكلة يكون فيها المتغيّر (المتغيّرات) المفترض حلّها لا يمكن كتابتها كتركيبة خطية لمكونات مستقلة. وتقع المشكلات اللاخطية في دائرة اهتمام المهندسين والفيزيائيين والرياضيين؛ نظرًا لأنّ معظم الأنظمة الفيزيائية هي أنظمة لاخطية متأصلة

أشمل وأفضل للدور الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام خارج أطر النظريات الكلاسيكية للعلوم الاجتماعية التي كانت شائعة. والحقيقة أن اعتماد نظرية الفوضى، بعد إفراغها من خصائصها الرياضية والفيزيائية، له الدور الأبرز في تفسير المشكلات الاجتماعية المتصلة بالإعلام الجديد عموماً، ولا سيما في موضوع دراسة حالة السلوك الاجتماعي الذي يحدث ضمن نظام اجتماعي دينامي لا خطي، يحمل خصائص الأنظمة الدينامية اللاخطية التي تسكنها الفوضى بالمعنى الفيزيائي للكلمة. فمجتمعات اليوم تتفاعل في عالم مضطرب ومشحون بالتقلبات السريعة والفجائية بحيث يمكن لظاهرة فردية أن تتحول إلى ظاهرة عامة، كما يمكن أن تتحول الظاهرة المحلية إلى ظاهرة دولية. ومن هنا يمكن تحقيق الفهم الحقيقي لمورفولوجيا الفعل الاجتماعي. فهذا الفعل يبقى على الدوام وليد سلسلة من العوامل المختلفة وغير المتجانسة. كذلك فهو يكون رهن دراسة الشبكات الرئيسة والفرعية التي كان تشكل أساساً ضمن حدودها.

الإعلام ومقبض الإثبات والإبطال

الواقع أن الإعلام العمومي لم يعمل كسلطة رابعة في الأنظمة الشمولية، ولا سيما العربية منها على وجه الخصوص؛¹ لأن مقبض الإثبات والإبطال تمسكه الدولة وتحرّكه بالاتجاه المناسب لمصلحتها واستمراريتها، فثبت ما يوافقها وتُبطل ما يلحق بها الضرر.

ومفهوم الإثبات والإبطال يعني ببساطة الإمكانية التي تحتكرها سلطة الدولة

في الطبيعة (ويكيبيديا).

1. Hidri, Abdallah, The Fifth Estate: Media and Ethics, Journal of Arab & Muslim Media Research, (Volume 5, Issue 1, November 2012).

(ولاسيما) العربية في «إثبات» الخبر الذي تريد وإبطال الذي لا تريده، باعتبار أنها (الدولة) صاحبة الإعلام، وبالتالي صاحبة المقياس.

والإثبات والإبطال في هذا المضممار لعبة ميدياتيكية تقتضيها سياقات فكرية-سياسية-ثقافية لترويض الرأي العام والتحكّم في اتجاهاته. ولقد أصبحت الميديا الجماهيرية اليوم وكأنّها هي الشبكة التي تمنح الحدث أسباب الظهور والانتشار على أوسع مدى. وهذا يعود بنا إلى الحديث القويّ في مطلع القرن العشرين عن قوّة الكلمة، مع ظهور الإذاعات المسموعة التي غيرت من أساليب التأثير في الرأي العام بشكل كبير إلى حدّ اعتبار الإذاعة الفاعل الرئيس في كلّ التغيرات الاجتماعية في تلك المرحلة الزمنية¹.

ولم يلبث عنصر القوّة الوازنة أن انتقل من الكلمة المسموعة (الإذاعة) إلى الصورة (التلفزيون والسينما)، وكثر الحديث عن سلطان الصورة وقوتها التعبيرية. وخلال النصف الثاني من القرن المنصرم راحت تتدفّق الأدبيات المغالية في تمجيد دور الصورة ومكانتها وأهمّيتها في صوغ التعبير وتثقيل الخبر ومنحه عنصر الصدقية والإثبات. وراج الحديث على مديات واسعة عن دور الصورة في بناء الرأي العام، لكنّ ما اتضح في ما بعد هو أنّ الميديا الجديدة حازت على قصب السبق في هذا المضممار. وما ينبغي ذكره أنّ قوّة تأثير الميديا الجماهيرية السمعية البصرية، لا تنبع من بلاغتها كوسائط إعلامية، إنّما من احتوائها جدلية الإثبات والإبطال، والإظهار والإخفاء. وتاريخ وسائل الإعلام حافل بممارسة هذه الثنائيات التي لاحت بمثابة الشروط التي لا بدّ منها لتحقيق الضبط الاجتماعي والانتصار الميداني. ويتبيّن باستمرار أنّ فعل الإثبات والإبطال جدير بالفوز في

1. Jean-Tudesq, André, La Radio en Afrique noire, (Ed. A. Pedone, 1983).

تسويق الواقع ومنحه مقومات الإقناع، وخاصة مع تطوّر تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

اللمّاح ابن خلدون

من الضروريّ أن تتخطّى الدراسات الإعلامية نموذج التفكير التبسيطيّ القائم على البحوث الوصفية ودراسات الجمهور التي تَسْكُنُها استنتاجات مُبرّجة مُسبقاً وبراهين بائسة لا تجيب على أسئلة المجتمع. على الدارس والباحث التّصديّ لفهم المشكل الإعلاميّ والاتصاليّ بذهن مفتوح على حقول معرفية مختلفة تتيح تثبيت أسس منهجية وإبستمولوجية جديدة لعلوم الإعلام والاتصال؛ ذلك أنّ الفهم المتكامل لكيفيات تحرك المعلومات وتحوّلها من طاقة كامنة إلى قوّة فاعلة في المجتمع، إنّما يتطلّب تسخير مبادئ وقوانين الطاقة الحركية والفيزياء الديناميكية ومبادئ الديناميات الحرارية. فالمعلومات بحدّ ذاتها في المجتمع هي أشبه ما تكون بالطاقة الحرارية في الجسم البشريّ الحيّ، تسري في مفاصل المجتمع كما الحرارة في الجسم. ووصف شبكة الإنترنت بالشبكة العنكبوتية يأخذ من هذه الزاوية معناه الحقيقيّ الأصفيّ: فكما أنّ اصطدام الفراشة العابرة لشبكة العنكبوت المنصوبة يُشعر ناسجها بما جرى فيسارع (وهو الحشرة) للإمساك بالفريسة، كذلك فإنّ نشر الخبر على شبكة الإنترنت «يُنذر» أعداداً هائلة من الذين على الشبكة ويحثّهم على الإسراع في الإطلاع على ما حدث. وبذلك تمثّل الشبكة الاتصالية العنكبوتية اليوم نموذجاً تكنوثقافياً¹ لنظام ديناميّ مماثل لأنظمة الدينامية في الفيزياء النظرية.

هذا القدر المرتفع من التلاقي بين العديد من الحقول المعرفية في سبيل تفكيك جدلية الأدوات الفكرية والنظرية المعتمدة في علوم الإعلام والاتصال،

تدفعنا، في سبيل فهم ثابت لإشكالية الميديا الجديدة، إلى الانفتاح، ليس على العلوم الإنسانية والاجتماعية فحسب، بل كذلك على حقول العلوم الفيزيائية، النظرية والكمية، ليتسنى الاشتغال بها في علوم الإعلام والاتصال.

من جهة مقابلة فإنّ التعبيرات الفردية الجديدة التي تحتضنها فضاءات الميديا الجديدة، تحيلنا على إعادة صياغة إشكالية الهوية بحدّ ذاتها، وهي من أبرز إشكاليات العصر، في ظلّ الثورة المضطّمة جرّاء وسائل الإعلام الجماهيرية التي باتت بين أيدي أفراد اجتماعيين من خارج دوائر «القلّة الواصلة»، هذه الثورة التي تعمل في آن واحد على تحطيم «طواطم» الإعلام التقليديّ من جهة، وإعادة تشكيل المجتمع ممن جهة أخرى.

وموضوع التغيير الاجتماعيّ عبر الميديا الجديدة سبق أن أشار له ابن خلدون بطريقته اللّماحة حين أشار إلى فكرة الشبكة الفاعلة في تفسيره لطبيعة تطوّر المجتمع القبليّ، وكذلك في سياق حديثه عن مغالط المؤرّخين وإهمالهم لقواعد التمحيص في الخبر الروائيّ^١.

ولنقرأ مما تركه لنا ذلك العبقرّيّ الكبير ابن خلدون: «... إنّ صاحب هذا الفنّ (فنّ التاريخ)، يحتاج إلى «العلم بقواعد السياسة، وطبائع الموجودات، واختلاف الأمم والبقاع والأعصار في السير والأخلاق والعوائد والنحل والمذاهب وسائر الأحوال والإحاطة بالحاضر من ذلك، ومماثلة ما بينه وبين الغائب من الوفاق أو بون بينهما من الخلاف، وتعليل المتّفق منها والمختلّف والقيام على أصول الدول والمملّ ومبادئ ظهورها، وأسباب حدوثها ودواعي كونها وأحوال القائمين بها وأخبارهم، حتّى يكون مستوعباً لأسباب كلّ حادث»^٢.

١. ابن خلدون، مقدّمة ابن خلدون، (دار الأرقم بن أبي الأرقم)، في فضل علم التاريخ وتحقيق مذاهبه والإلماع لما يعرض للمؤرّخين من المغالط والأوهام وذكر شيء من أسبابها، ص ٥٩.

وهذا كله يكاد يكون توصيفاً عصرياً لما ينبغي على العامل في إطار الميديا الجديدة إتقانه لتأدية مهامه كما ينبغي .

أخلاقيات الميديا

يُقَدَّر اليوم عدد مُستخدمي الإنترنت حول العالم بحوالى أربعة مليارات مستخدم، لدى كلّ منهم الفرصة في أن يكتب وينتقد وينشر أخباراً وأفكاراً وأحداثاً وتحليلات وتقارير، وكذلك أن يُصوّر وينشر، وأن يتلاعب بالصورة كما يشاء أيضاً... وكلّ ذلك وهو جالس بمفرده أمام شاشة صغيرة، حيث لا حسيب ولا رقيب. فهل يجوز هنا وفي هذا الوضع (العالمي...) الحديث عن أخلاق مهنيّة في هذا النمط من الإعلام الذي تجتمع فيه شتى العلوم والتقنيات والأنماط الفكرية مع كلّ ما يمكن من الحوافز والضوابط وعوامل التفلّت والاستهداف...؟ هل يمكن حقاً في بيئة كهذه تطبيق الأخلاقيات المهنيّة التي تعني: مجموعة القيم والمعايير للتمييز بين ما هو جيّد وما هو سيّئ، وما هو مقبول أو غير مقبول، والتي تعني إعلامياً المعايير الأخلاقية والضوابط التي يلتزم بها الصحفيّ أثناء عمله مدرّكاً الصواب والخطأ في السلوك المهنيّ؟

هل ما برحت الموائيق الأخلاقية الإعلامية التي وضعت قبل انتشار خدمات الإنترنت، صالحة لليوم، مثل التركيز على النزاهة في العمل الصحفيّ، ودقّة المعلومات والأمانة والصدقيّة والموضوعيّة في نقلها وعرضها...؟ الجواب الأسهل، وربما الأصوب أيضاً من منظار مهنيّ هو القول إنّ الصحفيّ يبقى صحافيّاً، سواء عمل في جريدة أو إذاعة أو على موقع إلكترونيّ. وهو من هذه الزاوية سوف يلتزم دائماً بما يقتضيه منه عمله، من دون أن تُغريه وسائط الإعلام الجديد وتقنيات الميديا المُبهرّة على الاستفادة من هذه الخصائص لتمرير رسالة أخرى تجانب الحقيقة في سياق عمله.

ربما كان هذا النمط من الأجوبة لا يحظى بأيّ شعبية، ولا يمتلك ما يكفي من عناصر الإثبات. إلا أنّ الصحافيّ، يبقى إنساناً أيضاً. ولعلّ المشكلة الكبرى تكمن في هذا «التفصيل».

لائحة المصادر والمراجع

١. عبد الله إبراهيم، سعيد الغانميّ، عواد عليّ، معرفة الآخر: مدخل إلى المناهج النقديّة الحديثة، (المركز الثقافيّ العربيّ، ١٩٩٠)،
2. Hidri, Abdallah, The Fifth Estate: Media and Ethics, Journal of Arab & Muslim Media Research, (Volume 5, Issue 1, November 2012).
3. Jean-Tudesq, André, La Radio en Afrique noire, (Ed. A. Pedone, 1983).

الفصل الرابع:
مناقشات نقدية للميديا

الميديا الغربية بين ادعاء النجاح وخواء المعرفة وقائع مؤتمر باريس النقدي للإعلام العالمي^١

غويلان شيفريي^٢

المقدمة

شكّلت العلاقات المُعقّدة التي تُقيمها الديمقراطية والسلطات والدعاية في القرن العشرين موضوع ملفّ عدد أيلول ٢٠٠٢ من مجلة (-Cahiers d'his-toire). ركّزنا في ذلك العدد على الأنماط التي تثير فضول الصحافة، لكن أيضًا البنى المفهومية والعقلية التي تمنح الجهاز الإعلامي إطاره، مُحاولين في ذلك اتّباع التطوّرات الكبرى التي تركت أثرًا في هذا الميدان في القرن العشرين. إنّ رهان الرأي العامّ يُتيح الفرصة لسياسةٍ للاتصال^٣، بملامحها الدعائية. يطرح هذا الرهان السّؤال حول الرابط بين الديمقراطية والتعدّدية ودور الإعلام، وبالتحديد التلفزيون الذي هو في قلب المشهد الإعلامي في فرنسا. إنّ مثال حرب الخليج [الأولى] ١٩٩١ كان من هذه الناحية معبرًا. لكن بمجرد

١. العنوان الأصلي للمقال: Ière et : Un colloque de l'OMOS sur les médias qui interpelle l'historien: 2ème parties

2ème parties

المصدر: / n 89 Revue d'histoire critique: Cahiers d'histoire. 2002 et n 90-91/2003

- ترجمة: عماد أيوب. - مراجعة: جمال عمار.

٢. غويلان شيفريي: Guylain CHEVRIER : عضو هيئة التحرير في المؤتمر.

أن تُفصح الأكاذيب الإعلامية بأنّها انعكاس تامّ للأكاذيب السياسيّة التي تُمجّد مشروعيّة الحرب، تترسّخ علاقة جديدة خصاميّة بين المواطن والتلفزيون، وأيضًا مع السياسة والديمقراطيّة، علاقة تُؤكّدها تحقيقات رأي عديدة حول إزالة تصديق الإعلام المُتلّفز. رأينا، في هذا السياق، بزوغ تقارب في الاهتمامات بين كلّ من المؤرّخ، المُتشبّث بالتحقيق الأفضل المُمكن في الوقائع، والمواطن الذي يُواجه إعلامًا جرى التلاعبُ به، وفي قماشة الخلفية الخطر الناجم عن مُصادرة حرّيّة الاختيار^١ ومصادرة فكرة ما عن الحرّيّة في النظام الديمقراطيّ.

يُضاف إلى ذلك أنّ موضوع هذه المبادرة وتنوّع المشاركين فيها حمّل لنا فائدة كبيرة، ممّا سمّح بالدفع أكثر إلى الأمام لحدود هذا التقريب ونواحيه. ليس شائعًا جدًّا أن نجتمع حول موضوع عَرَضانِيّ^٢ باحثين مثل جان-ماري فنسنت^٣، الأستاذ في جامعة باريس ٨، المُتخصّص في التواصل، واختصاصيين مثل: مارسيل تريّا^٤، الصحفي والمخرج الذي ركّزت آخر تقاريره على دراسة عالم العمل اليوم وصراعاته (بُثت التقارير على محطة فرانس ٢)، «٣٠٠ يوم من الغضب، عام ٢٠٠٢ و«الكادحون»^٥ عام ٢٠٠٣، أو راوول سانغلاس^٦، المخرج وأحد مؤسّسي التلفزيون الفرنسيّ، وأيضًا بيار زرقا^٧، المدير السابق لصحيفة

1. Libre-arbitre

2. Transversal

3. Jean-Marie VINCENT

4. Marcel TRILLAT

5. Les prolos

6. Raoul SANGLAS

7. Pierre ZARCA

«الإنسانية»^١، ومُناضلين مثل كريستيان مارتن^٢، الناشط السياسي الميداني، وأمين سرّ فدرالية «سارت»^٣ التابعة للحزب الشيوعي الفرنسي، وعلماء اجتماع، ومهندسي اتصالات، ومؤرخين...

لقد سمّحت هذه المبادرة بالقيام بدراسة مقتضبة شاملة حقيقية للعلاقة بين وسائل الإعلام والسياسة والمجتمع، وللمشكلات المطروحة من خلال موضوع هذا اليوم، من دون إقصاء أيّ من المقاربات المتناقضة، كما دفعتُ قُدماً بعض مسارات الأجابة في شكل بدائل. وقد جرى تلخيص المداخلات، وتمّ عرضها وفق ترتيب إلقائها، احتراماً للعبة ردود الفعل التي سببتها.

تمثيلات عقلية وثقافية: رهان وسائل الإعلام، رهان سياسي:

بيار زرقا، منشطُ «مرصد حركات المجتمع» (OMOS)، يقدّم الموضوع مُشيراً إلى الطريقة التي قلبَ بها الإعلام المرئي والمسموعُ شروط الانفتاح على العالم الخارجي بالنسبة إلى كلّ شخص منّا، وذلك لجهة التغيير العميق الذي أحدثته في وعينا وإدراكنا، والطريقة التي نكتسب بها ذيولاً من المعارف. إنّ وسائل الإعلام هي جزءٌ من ذواتنا. إنّ «السّرعَة» و«المُبَاشِر» دَفَعَا بِقُوَّةِ القُدرة الفردية على اكتساب المعلومة. ثمّة حالة اختناق تُقاس بحسب الإحساس المُبهم غالباً الذي يتركه برنامج تلفزيوني. تنشق الأحداث كما يخرج العفريت من صندوقه، مُخفيةً علاقات العلة بالمعلول. وبالتالي، أصبح العابر (Fugace) والصدمة معايير للجودة على حساب المُدّة الضرورية للتدرّج الذي يتضمّن كلّ استدلال. ومن جهة أخرى، في مناخ لا يُكفُّ فيه عن محاولة البرهنة على إخفاق كلّ إرادة للفكر

1. L'Humanité

2. Christian MARTIN

3. Fédération de Sarthe

المُتَّسِق والذي يسعى إلى شرح الكلّ، فإنّ هذه التجزئة مُثَقَلَةٌ بالنتائج: فهم عصرنا ليس هو مجموع عمليّات الفهم لكلّ مشكل مشكل.

إنّ العزلة المُلازمة لمُشاهد التلفزيون تضعه في وضع قريب من السلبية^١. إنّ هذه السلبية تجعله غير حصين^٢ أمام الأثرين المعلنين: أمام السرعة وأمام تأويل يفرض نفسه على مُشاهد التلفزيون على أنّه بدهاهة. يكون هناك عمليّة إعلام^٣ عندما يكون هناك، علاقة مشاركة مع إمكانيّة التفاعل، لا عندما يكون هناك بصبصة (تلصص)^٤. عندما تتجاوز القدرات التكنولوجيّة كميّات^٥ المشاركة الفاعلة في صنع الإعلام والثقافة، فإنّ الأداة نفسها التي يمكن أن تكون وسيلة اكتساب^٦ للمعلومات، تُصبح وسيلة للتجريد^٧ من المعلومات، تُقوّي أكثر صورة العجز في المجالين العام والسياسيّ. إنّ الإعلام المرئيّ والمسموع، الذي هو نمط اتصال ما يزال جديدًا تاريخيًا، يطرح أسئلة تتعلّق بالتصوّر والسُلطة. عندئذ يكون مُثيرًا للدهشة أنّنا نعيش في حقبة زمنيّة تمتاز بإقبال كبير على وسائل الإعلام فيما غالبيّة الرجال والنساء فقيرون بالمعلومات. لسنا بصدد أن نُحمّل وسائل الإعلام مسؤوليّة كلّ آلامنا، بل أن نُحدّد أنّهم يجعلون نمط تمثيلٍ معيّن معيارًا للنظر إلى العالم وإلى الذات. في هذا السياق، إنّ تعزيز صورة الفرد الخاصّة، ومصادرة نظره الخاصّة إلى العالم هما ميادين كبرى للحرّيّة. بذلك، فإنّ التمثيلات العقلية والثقافية هي رهان سياسيّ.

-
1. Passivité
 2. Vulnérable
 3. Information
 4. Voyeurisme
 5. Modalités
 6. Appropriation
 7. Dépossession

أي دليل لهيمنة «ثقافة النجاح» الإعلامية؟

جان-ماري فنسنت^١، الأستاذ في جامعة باريس ٨، والمُتخصّص في الاتصال، يظهر إلى الواجهة فكرة أنّ وسائل الإعلام ليست سوى الجزء العائم من جبل الجليد، وأنها تُتوّج نظاماً فعلياً بالغ التعقيد لإنتاج صور المجتمع، أي نوع من المُتخيّل الاجتماعي^٢. بتعبيرٍ آخر، إذا أردنا فهم وسائل الإعلام، لا يمكننا أن نستند في ذلك إلى دراستها وحسب. يتبنّى فنسنت الفكرة التي عبّر عنها بيار بورديو القائلة بأنّ «الرأي العام غير موجود». تُفيد هذه الفكرة أنّ ليس هناك مجموع مُعادِل من آراء الأفراد كما تُستخدمه وسائل الإعلام، من خلال إحالتها إلى الأفراد ما يُمكن أن يُتّجوه مُجتمعين بشكل تلقائيّ.

في الواقع، إنّ ما تُحيله وسائل الإعلام، برأي صاحب المداخلة، من خلال هذا المسعى، هو حقيقة أنّ وسائل الإعلام تُشكّل طرفاً مؤثراً^٣ في بنية العلاقات الاجتماعية المُتعلّقة بالمعرفة والجهل في المجتمع. يمضي فنسنت في تفكيره، فيشرح أنّ المجتمع الذي يُقدّم نفسه لنا من خلال وسائل الإعلام، ليس هو المجتمع الذي نعيشه في الواقع. إنّ الفضاء العام هو شيء يجب أن يسمَح، من الناحية العملية، بالتعبير. لكن في واقع الأمر، إنّ هذا الفضاء العام هو ذروة الفضاءات المُتنوّعة للاتّصال^٤، وللمؤسّسة الاقتصادية التي تتحدّد بخطاب إداري^٥ في المدرسة حيث يهيمن الإيعاز بفعل الترسّخ. إذا أردنا جمع فضاءات اللاتّصال في الفضاء العام، سنفهم بصورة أفضل أنّ وسائل الإعلام هي بمعظمها عنف رمزيّ.

1. Jean-Marie VINCENT

2. Imaginaire social

3. Partie prenante

4. Non-communication

5. Managérial

إنّ وسائل الإعلام تُقدّم لنا المجتمع تحت شعار الشخصيات الصنميّة^١ التي تحتلّ قمة المجتمع، والتي هي منتفخة ومُتكبّرة إلى الحدّ الذي، كما تُبيّن مُجازفة جان-ماري مسيي^٢، يمكن أن تُنفّس (أن يُزال عنها الانتفاخ) بسهولة فيتمّ تعويضها مباشرة. إنّ مُقدّمي التلفزيون والمُمثّلين والفنانين الذين يُمتدّحون باستمرار، هم جزءٌ من هذه الشخصيات الصنميّة. إنّ زاوية الذروة تحلّ محلّ التحليل النقديّ الصارم. ثمّة ما يُقدّم باستمرار على أنّه الكمال، وثمرّة ما يتمّ إسكاته وحجبه. إنّ صور العالم التي تُوجّه إلينا هي صور تُضاعف الحقيقة بتجريدها من واقعيتها. مثلاً، لا تُوجد الهيمنة فيها، لكن هناك الذين ينجحون والذين لا ينجحون. إنّ الأحداث المطروحة تُعرض بوصفها أموراً تابعة للأفراد، لا عبر ردها إلى مواقف وسياقات معروضة عرضاً حقيقياً.

إنّ وسائل الإعلام تُقدّم لنا أيضاً التقييم كقانون، الظهور^٣ والامتألق اللذين يُفيدان في التسليح^٤. ينبغي أن نُقوم أنفسنا لأننا في عالمٍ سلعةٍ حيث يُفترض أنّ ما يلمع أكثر هو الذي تُكتب له الغلبة. حسب هذا المنطق، ينبغي تقييم ذاتنا في نطاق المُنافسة، وهو أمر يستتبع الظهور، ومن أجل الظهور يجب أن نُقصي [المنافسين]. بذلك يردّد جان-ماري فنسنت كلام بيار زرقا الذي كان قد شدّد على أنّه في الكثير من برامج الألعاب التلفزيونيّة، القاعدة الأساسيّة هي الإقصاء. إذا كان هناك، من جهة، أولئك الذين يُنظر إليهم نظرة التعظيم، فإنّ هناك الآخرين الذين قد وقع الحطّ من شأنهم. إنّ الثقافة التي نعيش فيها هي ثقافة إعلانيّة (دعائيّة، إشهاريّة) على نطاق واسع، ثقافة النجاح والفوز، هي في جوهرها ثقافة سلعة.

1. Personnalités fétichisées

2. Jean-Marie MESSIER

3. Le paraître

4. Marchandisation

ما العمل في مواجهة ذلك؟ يُجيب صاحب المداخلة: من الضروري خلق فضاءات مُستقلة للنقاش والاتصال، حيث يُمارس المرء الاشتراكية بطريقة مُختلفة. إذا كان هناك مهمة سياسية كبيرة، فهو يراها في إنشاء هذه الفضاءات، وفي القدرة على ضمّها إلى بعضها، وفي أن نصنع شيئاً منها يؤلّف مجموعات، يكون وسيلة لتعرية وسائل الإعلام. إنهم يُتجون لنا المجتمع الذي هو ليس المجتمع، وينتجون لنا «إلغاء الاشتراكية»^١، ونحن نُنتج المجتمع ونُنتج إرساء الاشتراكية^٢.

الحاجة إلى أن نحلم: «ستار أكاديمي» (قصة العليّة)^٣، أو ثقافة؟ فيليب ستيرلين^٤، المهندس-الباحث، يُعبّر عن فكرة أن برنامجي «لوفت ستوري»^٥ و«ستار أكاديمي»^٦ هما الانعكاس لجانِب من مجتمعنا. هو يرى فيهما تجلّي حاجة الأفراد إلى أن يحلموا. في الآن عينه، يحتاج المجتمع اليوم، برأيه، إلى القوى الضرورية لتحويل الرغبات والأحلام. يلاحظ ستيرلين أن الرأسمالية تكشف عن قوتها من خلال قدرتها على استعمال رغبات الأفراد والالتفاف عليها، والإغراء، وهو ما نراه يمارس بوسائل عديدة من بينها الألعاب التلفزيونية. إنها قوة منظومة. يوجّه ستيرلين النقاش حول مسألة متناوبي العرض (الممثلين المؤقتين)^٧ مستعيداً فكرة جاك راليت^٨ الذي يرى في إلغاء وضع متناوبي المشهد «مسألة حضارة، كما مسألة حقّ المؤلّف».

1. Désocialiation

2. Socialisation

3. Lofft story

4. Philippe STIERLIN

5. Loft Story

6. Star Academy

7. Intermittents du spectacle

8. Jacques RALITE

إنّ الوضع النوعي لِعَمّال العَرَض^١ يُوَثّر على مسألة أن توجَد، في المستقبل، شركات تُنتج عروضاً، وكذلك مخرجون وممثلون يبرزون... بإلغاء وضع «متناوبي العرض» نُعرِّض للخطر جانباً من الأنشطة الإنسانية وجزءاً من الرغبات: رغبة الإنتاج لدى الشركات، ورغبة الناس في رؤية عروض غير خاضعة لِلصّوابط. هنا تُعطي الثقافة عن المستقبل فكرة أخرى غير تلك التي يقدمها بائعو الوهم.

هل لدينا التلفزيون الذي نستحقّ؟

بالنسبة إلى فنسنت برولوا^٢، الأستاذ-الباحث في جامعة باريس ١٣، إنّ الفكرة القائلة بأنّ لدينا التلفزيون الذي نستحقّ هي فكرة أخطر بكثير ممّا توحى. بوجه ما، هذا يعني أنّنا إنّ كنا غير سعداء، فإنّ مرجع ذلك إلى خطئنا نحن! ستكون المشكلة في صياغة الطلب، والطلب مفروض على مُشاهد التلفزيون. إنّ ما يفرض نفسه وراء هذه الفكرة، هو علاقة بين الطلب (مُشاهدي التلفزيون) والعرض التلفزيوني (الذي تُقدّمه المحطّات التلفزيونية)، علاقة يكون للطلب، فيها، الأولوية. وهكذا فإنّ صياغة العرض لن تقوم إلا بالاستجابة للحاجات المُعبّر عنها، فليس ثمة منطق تجاريّ غير ذلك الذي يُلبّي مباشرةً أمنيات مُشاهدي التلفزيون وحاجاتهم. إنّ هذه الطريقة في التفكير ليست سوى انحراف عمّا توصل إليه باحثو المقاربة الوظيفية الأمريكية في الخمسينات، الذي يرون أنّ التلفزيون خاضعٌ لرغبات وحاجات فردية. يُعبّر التلفزيون عن نموذج مجتمع يُريد منه (من التلفزيون) أن يكون الطريقة الفضلى للاستجابة لأقصى عدد من الرغبات؛ بذلك فإنّه يُعبّر عن النموذج الذي يطمح إليه كلّ مجتمع. لكن ما جرى طمسه بظاهر اليد، كما يشرح الأستاذ-الباحث، ضمن هذه الرؤية التفاضلية لبناء المجتمع، هي كلّ تاريخ عمليّة البناء هذه.

1. Le statut spécifique des travailleurs du spectacle

2. Vincent BRULOIS

إن هذه الطريقة لتقديم العلاقة بين المشاهد والبرامج التلفزيونية ومُعدي البرامج تَسْمَح في واقع الأمر بتبرير نظام حالي لهذا السوق للإعلام المرئي والمسموع، وربما حتى بتبرير نظام مُعَيَّن للمجتمع. هذا يَسْمَح بتبرير عمل التلفزيون الذي يرى أن البرنامج الجماهيري^١ هي الشكل السَّلعي لِمُنتجات التواصل في الرأسمالية المعاصرة. لأنّه، في ما يتعلّق بالاستجابة لطلب ترتيب حاجات مُشاهدي التلفزيون، فإنّ المحطّات التلفزيونية مُهمّمة بالبرامج الجماهيرية التي تبيعها لأصحاب الإعلانات، وهو أمر يتولّد عنه أنّ البرامج لا تصلح إلا لتجنيد مشاهدين مُحتَمَلين ولتركيز انتباههم بين نَفَقَيْنِ إعلانيّين. الفكرة المطروحة هنا هي أنّ التلفزيون هو «مُنتج برامج جماهيرية تُباع لأصحاب الإعلانات».

كانت إيتيان موجوت^٢ (نائبة رئيس قناة فرنسا الأولى TF1) قد أقرت بأنّها إنّ تقترح برامج مثل (Star academy)، فذلك للاستجابة لطلبات المُعلنين المستهدفين للشباب: «إنّ إشكاليّتي بسيطة. يجب أن تبقى TF1 محطة قائدة تُخاطب كلّ المشاهدين. لكن بما أنّ لديّ اهتمامًا رئيسيًا ذا طابع تجاريّ، ولأنّنا نعتاش من الإعلان فقط، فيجب عليّ أن آخذ بعين الاعتبار طلبات الذين يستثمرون في المحطّة، أي المُعلنين». تتبدّى هنا الفائدة الكبرى من التوقّف عند الفكرة التي طُرحت في بداية هذا التحليل: مرفق عامٌ حقيقيّ [TF1]، تُرك بلا نقد، أصبح يُساعد في تأسيس نوع من القَدريّة وفكرٍ أُحاديّ، يمكنهما أن يحتلّا كلّ المجال المتروك فارغًا.

1. Audience

2. Etienne MOUGEOTTE

الديمقراطية ووسائل الإعلام: جواب محلي

يؤكد مُخرج البرامج التلفزيونية راول سانغلاس على أنه يجب أن نضع في الحسبان أن التلفزيون سوف يكون أداة الإعلام الوحيدة للعدد الأكبر. هل أنشئ التلفزيون ليغير، عند الاقتضاء، وعي المواطنين؟ من حقنا أن نطرح هذا السؤال على أنفسنا. يُشدد سانغلاس على فكرة أن التلفزيون ينبغي أن يكون أداة مُسخرَةً للمواطن، بما لهذه الوسيلة من قابلية لتكون كذلك، لكن ذلك يبدو فعلاً غير مُحتمَل الحصول أو، على الأقل، بعيداً جداً. هو يرى في التلفزيون المحلي، أي التلفزيون القريب [من المواطن]، الذي يناضل من أجله منذ عشرين سنة كما قال، يراه وسيلة لدفع الأشياء قُدماً. ويشرح أنه في نطاق عملية تملك^١، على الأقل على مستوى المقاطعة إن لم يتيسر ذلك على مستوى القرية، ينبغي أن تزدهر ورش للإخراج التلفزيوني. ويرى أن الموانع، التي وضعتها البلديات أمام من يريد الانخراط في مشاريع التلفزيون المحلي، تنبع من حقيقة أن كل سلطة تمقت القوة المضادة للسلطة^٢، بما في ذلك بعض البلديات الشيوعية، بالرغم من أنها تعتبر المواطنين وتدخل الناس في شؤون المدينة من الأولويات. تكلم سانغلاس عن تجربة تُجرى حالياً في اللورين^٣، شارك فيها هو نفسه مع مارسال تريّا^٤، تجربة تأسيس قناة محلية تبث في خمس كومونات من خلال الوصل بالكابلات.

انطلاقاً من كونه يعمل في مجال التلفزيون، أو أنه كان كذلك، يعتقد سانغلاس أن التلفزيون المحلي هو الأرض الملموسة الوحيدة لتملك المواطنين لهذه

-
1. Appropriation
 2. Contre-pouvoir
 3. Lorraine
 4. Marcel TRILLAT

الأداة بأنفسهم، إضافة إلى ذلك فإن هذه التجربة هي التي يمكنها، ربّما، أن تبدأ بجعل المواطنين يفكرون كم يكلفهم تكييف أوقاتهم مع برامج التلفزيون. يُطرح سؤال: كيف يمكننا استخدام وسائل الإعلام السائدة من دون الخضوع لها. هناك تجارب تُرشدنا إلى الأجوبة المُمكنة. إن المنطق الأدوي^١ لوسائل الإعلام الإيديولوجية يدفع إلى استعمال وسائل الإعلام كانعكاس للطريقة التي تعمل بها. إن المنطق الأدوي المحض أحدث دمارًا: جورج مارشي^٢، بمعزل عن مسائل التوجيه، عندما استخدم وسائل الإعلام طوال أعوام، قد كان زبونًا ممتازًا. ولما لم يعد، بالنسبة إلى وسائل الإعلام السائدة، زبونًا جيدًا، انبرت وسائل الإعلام ضده وصدّ الصورة التي كان الحزب الشيوعي يريد إخراجها عنه. السؤال الأساس هو كيف نُعطي قروية^٣ إعلامية لحركات اجتماعية، ولفاعلين سياسيين، ولمواطنين، يظهرن أيضًا على وسائل الإعلام السائدة؟ وعلى كل حال ليس هناك أيّ بداهة مع استخدام وسائل الإعلام كما هي.

تلفزيون الإغواء وازدراء الشعب

يتحدّث مارسال تريبيا^٤، الصحفي ومُخرج البرامج التلفزيونية، عن دكتاتورية ماكرة، دكتاتورية التجار الذين تتمثل أسلحتهم بالإغواء والفتنة. قال في نبرة تعجبية: «وصلنا إلى حدّ أنّنا، أحيانًا، نتحسّر على أيام الديوان الفرنسي للإذاعة والتلفزيون (ORTF)!». «نجد من جهة ما كان يُسمّى البرامج التي كانت تُمثل، بالرغم من كلّ عيوبها، ما كنتُ أدعوه دارًا كبيرة للثقافة». ذكرنا تريبيا بالبرامج

1. Logique instrumentale

2. Georges MARCHAIS

3. Lisibilité

4. Marcel TRILLAT

التلفزيونية المهمة مثل «خمسة أعمدة على القناة الأولى»^١، «الكاميرا تستكشف الزمن»^٢، وكبار مخرجي البرامج التلفزيونية في ذلك الوقت مثل راؤول سانغلاس، جان برا^٣، مارسيل بلووال^٤، ستيليو لورنزي^٥، وجان كريستوف أفيرتي^٦... كان هناك أيضًا الموظفون الكبار في الدولة، الذين كانوا مؤيدين لـ «ديغول» في الغالب، لكنهم كانوا يملكون فكرة سامية حول ضرورة أن يُمنح الشعب فرصة الشقّف. لقد كانوا يتشاركون هذه الفكرة مع عدد من مخرجي البرامج التلفزيونية، من اليسار في الغالب. يُشير تريبّا إلى أننا ربما ألفينا هنا تحالفات قديمة تعود إلى حقبة المقاومة الفرنسية. فقد كان هناك قطاع الإعلام التلفزيوني، وصحافيّو نشرة الأخبار المتلفزة^٧، الذين كان يُسمّيهم دوغروب^٨ «الصدريات المُشطّبة»^٩ مُشيرًا إلى نسطور^{١٠} خادم تان تان^{١١}. ولا ينسحب ذلك، بلا ريب، على بعض الشخصيات البارزة مثل فريدريك بوتشي^{١٢} وغيره... لقد كان هناك لجنة رقابة. وكان رؤساء التحرير في المصالح العامة والتلفزيون والراديو يذهبون لتلقي

-
1. Cinq colonnes à la Une
 2. Frédéric POTTECHER
 3. Jean PRAT
 4. Marcel BLUWAL
 5. Stellio lorenzi
 6. Jean-Christophe AVERTY
 7. Journal Télévisé / JT
 8. Desgraupes
 9. Gilets rayés
 10. Nestor
 11. Tintin
 12. Frédéric POTTECHER

التعليمات، كل صباح، في أحد مكاتب قسم الربط الإعلامي بين الوزارات^١، الذي كان قد أنشئ بالقرب من مكتب وزير الإعلام آلان بيريفيت^٢. كان ممثلو الوزارات يأتون ليشرحوا بهدوء لمُدرء الإعلام ما ينبغي فعله وقوله في الصحف في ذلك اليوم.

لقد انتقلنا إلى حقبة زمنية أخرى، بالنسبة إلينا اليوم، لم تعد الضغوط والرقابة تُمارس بتلك الطريقة، فالأمور أصبحت أدق بكثير؛ يتم الآن اللجوء كثيرًا إلى الرقابة الذاتية، وما يؤثر أكثر هو التواطؤ بين مسؤولي وسائل الإعلام والمسؤولين السياسيين؛ لذلك نجد عددًا من مسؤولي وسائل الإعلام يُغيرون ستراتهم باستخفاف؛ لقد عرفناهم شيوعيين أو يساريين، وأصبحوا مؤيدين متعصبين للرئيس ميتران ثم رأيناهم في صف بالادور... لقد وصل بنا الأمر إلى سيادة الإغواء^٣. إن العلاقة بين مُقدمي البرامج التلفزيونية والجمهور قد تغيرت كليًا. فالمُقدمون مثلًا أصبحوا نجومًا فجأة؛ ولم يعودوا صحافيين يُخاطبون المواطنين، إنها علاقة لاعقلانية ولاواعية نشأت بين هؤلاء النجوم المُزيّفين، الذين يجنحون بهيئاتهم الشاحبة إلى محاكاة نجوم السينما، وبين مُشاهدي التلفزيون. في الوقت عينه، قمنا بالتخلي عن معايير الكيفية لصالح معايير النجاح المُباشر، أي مؤشّر عدد المشاهدين^٤.

ثم ينتقد التوجيه الذي فرّضه مسؤولو القنوات والبرامج التي تذهب بالأساس في اتجاه ما يطلبه الجمهور، مما أدّى إلى ظهور «ستار أكاديمي»^٥ و«لوفت

1. SLII: Service de Liaison Interministériel pour l'information

2. Alain PEYREFITE

3. Règne de la séduction

4. Audimat

5. Star Academy

ستوري^١... يتعلّق الموضوع بإغراء^٢ مُشاهدي التلفزيون الذين أصبحوا زبائن ولم يعودوا مواطنين، بإغرائهم وسوّقهم^٣، كقطيع الإوز، إلى الفاصل الإعلانيّ القادم.

لقد مثلت الخصخصة^٤ برأيه كارثة حقيقية، لقد كانت هديّة القناة الفرنسيّة الرائدة [يقصد بالهدية خصخصة القناة] من دون تعويض على صعيد تقوية الإمكانيّات في القنوات العامّة الأخرى. في الوقت الذي يدخل فيه القطاع الخاصّ السّوق [سوق التلفزيون]، في بريطانيا مثلاً، يُعمَل على تقوية الخدمة العامّة؛ إنّ تمويل هيئة الإذاعة البريطانيّة (BBC) أكبر من تمويل التلفزيون العامّ في فرنسا، بمرّتين أو ثلاث مرّات. حتى لو أنّ التلفزيون العامّ جنبنا الانحرافات من نوع البرامج التلفزيونيّة الهابطة (النفائات التلفزيونيّة)^٥، فإنّ المشكلة تكمن في أنّ التلفزيون يعمل وفق نمط الشركة، مع وجود مدراء يُشرفون على القنوات يشبهون مدراء القطاع الخاصّ، وهم غالباً من خريجي المدرسة الوطنيّة للإدارة (ENA). غالباً ما يشير السجّل المهنيّ لهؤلاء إلى انتقالهم من القطاع العامّ إلى القطاع الخاصّ وبالعكس، من خلال الحذاء والملبس أو شيء آخر... يستعملون الضرورة ذاتها لاستمالة الجمهور وفق متطلّبات مؤسّر عدد المشاهدين^٦. يُحدّثوننا عن السياسة الإداريّة، أكثر من حديثهم عن النوعيّة. لا يعيرون اهتماماً لمن يسمّونهم «منتجاتهم». [...] لأنّهم، بلا ريب، يزدرون الجمهور، أي الشعب.

1. Loft Story

2. Racoler

3. Drainer

4. Privatisation

5. Télé-poubelle

6. Audimat

يسرد قضية دافيد بوجادا^١ الذي قال، بعد إخباره بما حدث في ١١ أيلول [٢٠٠١] من قبل أحد معاونيه، قال متعجباً: «هذا مذهل! سوف نُعدّ نشرة أخبار جهنمية! هذا مذهل!...» وبعد ساعات نبّه أحد الصحفيين قائلاً: «أرأيت نفسك كيف تفاعلت منذ قليل؟» وجد صعوبة كبيرة في تبرير موقفه: «حسنًا، نعم.. نحن، الصحفيين، نُشبه قليلاً الأطباء، أنت تعلم أننا اعتدنا المأساة، إلخ». لقد اعتادوا، كما يشرح مارسال تريّا، على التخبّط في الدّم، مُجازفين بأنهم لم يعودوا يمارسون الصحافة، بل صناعة الفرجة، وبأنهم قد نسوا الأخلاق.

محطات تلفزيونية، رقمية، محلية: تلفزيون جديد؟

فرانسيس جاندرون^٢، مسؤول أنشطة التطوير في مجال الوسائط المتعددة^٣، يركّز كلامه على مشكلة تقوية العلاقة بين «المُتلقي» و«المُرسل»، والفرصة التي يُقدّمها برأيه سوق المحطات التلفزيونية الخاصة، في ما يتّصل بالتجارب والإمكانات الجديدة. إنّ الاتصال المذكور بين المصطلحين قد أُعدّ مُسبقًا، لكن عندما يتمّ إعداد الصور، فإنّها تكون جاهزة وتُثبت من دون أن يكون هناك مجال لتفاعل قويّ: إنّ بناء المُتخيّل الذي ذُكر في النقاش لا يمكن أن يحدث في الزمن الحقيقيّ (مُتزامنًا)، ولا يمكن أن يحدث في التفاعل مع من تمّ تصويره، أي مع من له الإمكانية، بوصفه كائنًا اجتماعيًا، أن يتفاعل مع شاشة التلفزيون. هو يرى في قرار خصخصة محطة القناة الأولى للتلفزيون الفرنسيّ (TF1) إمكانية نشأة تلفزيون جديد، تلفزيون سياتوقّف عن كونه تلفزيون الدولة الذي لم يعد يؤثّر، بالمعنى الفعّال للمصطلح، في نطاق علاقته بالفرد. إنّ خصخصة محطة (TF1)

-
1. David PUJADAS
 2. Francis JANDRON
 3. Multimédias

كان برأيه محتومًا لأنها كانت قد أصبحت عاجزة على مواصلة العمل، كمحطة تابعة للدولة، في المنافسة العالمية في ميدان التمثيل^١. كما صرّح بأنّه يرى أنّه من الضروريّ الوصول إلى تسوية داخل البنية الفوقية بين التجار والدولة والبيئات المهنية للإعلام المرئيّ والمسموع.

ثمّة إمكانيات جديدة سوف يقدّمها النظام الرقمي^٢. يُطلق المجلس الأعلى للإعلام المرئيّ والمسموع (CSA: Conseil Supérieur de l'Audiovisuel) هذه السنة دعوة للترشح لتأسيس محطات تلفزيونية رقمية أرضية. وفق المبدأ، يوجد ٣٣١ محطة رقمية أرضية من المحتمل أن يتم إطلاقها ابتداءً من سنة ٢٠٠٤. في دعوته تلك، يُخاطب المجلس الذين وافقوا على الاضطلاع بمسؤوليات داخل المجال السياسي المحليّ، وذلك لمُساءلتهم حول التزاماتهم المستقبلية في هذه المسار، من خلال سؤالهم عمّا إذا كانوا سينخرطون في عالم يُهيمن عليه التجار، بما يعنيه ذلك من تحمّل لمسؤولية المشاركة، بوجه ما، في بناء المُتخيل؟ عندما يكون البناء مهيمًا عليه من قبل الاقتصاد، فإنّ الأشياء تبلغ بوجه ما حدودها. لكن جاندرتون يرى، في هذا القطاع حيث يُزدري «الجانب» (niche) الاقتصاديّ من قبل كبار الفاعلين، وكبار الرأسماليين، يرى إمكانيّةً لبلورة عناصر لتجديد نظرية التواصل، أيّ لتجديد علاقة المُشاهد مع تمثيله (sa representation). بذلك، في ما يمكن أن يتحرّك في النزعة المحلية (localisme) على هذا الصعيد، ألا توجد ورشة جديدة واردة اليوم؟

1. Représentation

2. Le numérique

كتابة التاريخ والقدرة الكلية لوسائل الإعلام

أما أنا، غيلان شوفريبي^١، فإنني أقدم لمداخلتي بهذا التنبيه، بأن «دفاتر التاريخ. مجلّة التاريخ النقدي» (Cahiers d'histoire. Revue d'histoire critique) كانت قد خصّصت عدّة ملفات للعلاقة بين «السلطات والإعلام ووسائل الإعلام»، خاصّة عدد أيلول ٢٠٠٠ الذي جاء تحت عنوان «الديمقراطية والسلطات والدعاية في فرنسا في القرن العشرين».

ألفت الانتباه إلى ضرورة التقريب بين اختصاصات البحث وقطاعاته، بهدف الإشارة إلى ضرورة أن يوضع في الحسبان حدوث تجديد في بعض المفاهيم التي يُفكّر انطلاقاً منها في الرهانات المُتعلّقة بـ «الاتصال»، تقريب يتجاوز حقل وسائل الإعلام. ومن المدهش أن نرى الخلط الذي يسود في بعض الأحيان في استعمال مفهوم «الفرد» أو «الحرية»، وكأنّما نتكلّم كلنا عن الشيء نفسه عند ذكرهما. إذا كان مجتمعنا يميّز بتطوّر ما، فإنّه يميّز بالتطوّر الذي يتعلّق بموقع الفرد خاصّة، وبوضعه وبحالة حرّيته. منذ عشرين عاماً، كنّا نُفكّر على الجملة بأنّ كلّ فتح لحرّيات جديدة كان يحصل من خلال أعمال جماعية. وما أصبح مهيمناً، اليوم في مجتمعنا، هو الفكرة القائلة بأنّ كلّ فتح لحرّيات جديدة إنّما يحصل من خلال النجاح الشخصي، الأمر الذي يميل إلى مُطابقة مفهوم نموّ الشخص، باستبعاد بُعدٍ كامل من الحياة الاجتماعية.

إنّ هذا الانزلاق يُشكّل مُنعطفاً في تاريخ الأفكار في فرنسا. فبتحريف مفهوم «الفرد» بهذه الطريقة لغمنا العمل الجماعي. إنّ هذا التغيّر رافق تراجعاً للقوى السياسية المُنظمة التي تُدافع عن فكرة الفتوحات الجماعية لحرّيات جديدة،

والتي هي قوى مضادة للسلطة^١، بالرغم من أنّها ذات أهميّة أساسية للديمقراطية. يبدو أنّ هذه القوى لم تُركّز كلّ اهتمامها على هذا التطوّر الذي أثر في مجتمعنا تأثيراً عميقاً، والذي يُواصل التأثير على تطوّر السلوكيات السياسية وعلى التواصل الاجتماعيّ. إنّ هذا التطوّر على صلة مباشرة بالطريقة التي تُخاطب بها وسائل الإعلام الناس، ويتحدّد بها شكل الرسالة الإعلامية ومضمونها.

يبدو أنّ الرأسمالية قد ربحت، على الأقلّ مؤقتاً، معركة مهمّة هنا. إنّ وسائل الإعلام تعكس ذلك كفايةً من خلال المعالجة التلفزيونية للمواضيع الكبرى في المجتمع، حيث يحتلّ بُعد الفرد وطُرُق تلبية رغباته المقام الأول. إنّ منطق التفرّد^٢ هذا لا يزال يُدرّك بالحواسّ عبر الجيل الجديد من برامج التسلية التلفزيونية مثل «نايس بيل» (الشعب اللطيف)^٣ و«بوب ستارز»^٤ (نجوم البوب)... يكفي النظر بنظرات مناسبة إلى الطريقة التي تتراجع بها المراجع الجماعية^٥ لاكتشاف الأضرار المُتولّدة مثلاً من تلك الطريقة التي أدّت إلى إرجاع مفهوم «العلاقات الاجتماعية»^٦ إلى ما وراء مفهوم «التضامن»^٧، والتي لا تربطها سوى صلة ضعيفة بالصراع الاقتصاديّ والسياسيّ ضدّ حالات اللامساواة^٨، بل على العكس من ذلك، هي تسعى إلى تقوية حالات اللاتوازن^٩ عبر تبريرها.

-
1. Contre-pouvoirs
 2. Individualisation
 3. Nice People
 4. Popstars
 5. Références collectives
 6. Lien social
 7. Solidarité
 8. Inégalités
 9. Déséquilibres

لقد أصبح التضامن بمثابة الضمير المرتاح للقانون^١ الضاري للسوق. بين شكل التضامن الكامن في المساواة في الضمان الاجتماعي^٢، والشكل المُتضمّن في الدخل الأدنى للإدماج (RMI: Revenu Minimum d'Insertion) الذي يُقوّي حالات اللاتوازن، ثمّة عالمٌ، هوّة من القيم. إنّ وسائل الإعلام، بهذا المعنى، ليست مسؤولة عن تعطيل القوى التقدمية وقدرتها على المشاركة في المستوى المُراد لِصراع الأفكار الذي يتحكّم في كفيّة الأعمال ومعناها.

وراء مفهومَي «الفرد» و«الحرية»، ثمّة سيرورات سياسية واجتماعية وتاريخية، هناك تصوّرات مُختلفة للمجتمع تتواجه، ويمكن أن تكون على النقيض من بعضها. للأسف! لا نجد أنّ هذه المناقشة تظهر في الفضاء العام، على الرغم من أنّه لا مناص منها. إنّ بعض المراجع^٣ من قبيل «الأمة» أو «الجمهورية»، أو حتى «الشعب»، قد أهملت، في حين أنّها تُمثّل الأطر الكبرى التي تُحدّد مفهوم الجماعة، والتي تستحضر وجهة نظر المصالح المشتركة للأغلبية، التي تقف تحديداً إلى جانب ما يوضع جماعياً ويتعارض مع الفردانية.

إذا ما أمكن لوسائل الإعلام الكبيرة أن تُمنح سلطةً ما، فإنّ ذلك سيكون بفعل تأثير الجمهور، وكذلك تأثير نشر أفكارها [وسائل الإعلام]. لكن سيكون من الخطأ تحميلها مسؤولية سياسية أكثر مما هي إعلامية. لقد كان مثال حرب الخليج ذا دلالة كبيرة في ما يتعلّق بسلطة وسائل الإعلام، بالأخص التلفزيونية، والطريقة التي هي قادرة من خلالها على إحياء المعلومة بحسب مخطّط مجرّب وفعال في خدمة مصالح سياسية يُمكن ملاحظتها. شكّلت هذه الحرب فرصة

1. Bonne conscience

2. Sécurité sociale

3. Références

لنرى بوضوح دخول مُخطّط دعاية حقيقيّ حيّز التنفيذ، وهو استراتيجية مُعدّة سلفاً بمشاركة بعض شركات الاتصالات التي ابتكرت الشعارات الكبيرة للمُعجم النَّظوف للحرب^١.

شكّل التحالفُ بين الحرب والتلفزيون عنصراً حاسماً لفرض اختيار الأسلحة وإقناع الرأي العامّ بثمرتها. من جهة وسائل الإعلام التلفزيونية التي تغلّبت، على نطاق واسع، على الصحافة المكتوبة، كان يوجد تورُّط كبير في هذه النزعة إلى إنتاج أطر عقلية لتلقّي الأحداث، مهياً سلفاً لتقبّل قراءة معيّنة للتاريخ الذي يُصنَع، وللذاكرة التي يمكن أن تنتج عنه. وهكذا فإنّ وسائل الإعلام تصنع التمثيلات^٢ مباشرة، لأنّ هذه التمثيلات هي التي تقف وراء أفعالنا، وتتحكّم فيها: نتصرّف كما نفكّر. لنا أن نتخيّل إذاً الأهميّة التي يمكن أن تُعطى للقدرة على ممارسة تأثير على ما نفكّر فيه من قبل أولئك الذين يعملون على تطويع موافقة المواطنين لأهداف سياسيّة لا يستفيدون منها بالضرورة.

لقد كانت حربُ الخليج محطةً زمنيّة لا تُنسى من وجهة النظر تلك، بل حتّى أنّها تُمثّل مُنعطفاً في تاريخ وسائل الإعلام، عبر زواج استراتيجية بين الحرب والتلفزيون. لقد كان هذا المُنعطف من جنس مُنعطف آخر أعمّ مثله هذه الحرب لتاريخ العالم المُعاصر.

قام بروز مفهوم «الاتصال»^٣ بدور مركزيّ في تطوّر وضع الإعلام، وصولاً إلى هذا الاستعمال للمفهوم خلال حرب الخليج. لم يخرج مفهوم «الاتصال» من أيّ جهة، هو قد تأكّد لصالح طلاق بين الديمقراطية والدعاية، طلاق له تاريخ. حتّى

1. Vocabulaire propre de la guerre

2. Representations

3. Communication

لحظة اندلاع الحرب العالمية الثانية، كانت هناك عدّة محاولات لإنشاء وزارة للدعاية في فرنسا، كأداة رسمية للدفاع عن الدولة الجمهورية، وأخفقت كلّها. إنّ استعمال الدعاية من قبل نظام فيشي أثبتت، بعد هذه الإخفاقات، صورة سلبية جدًّا لهذا المفهوم، أُستُخدمت، بعد الحرب العالمية الثانية، في تبرير طلاق مُلائم بين الديمقراطية والدعاية، مع استمرار استعمال الدعاية بشكل مُبطن. وهكذا جرى الربط بين الدعاية والنظام الشموليّ، وعلى رأسه الشيوعية، بينما جرى قرْن حريّة التفكير بالديمقراطية، والديمقراطية بالرأسمالية. إنّ مفهوم «الاتصال» خَلَفَ مفهوم «الدعاية»، وبذلك تمّ بناء أسطورة إعلام من دون رأي قبليّ، مع تفادي النقاش الضروريّ حول الإعلام وإرجاع مفهوم «الصراع الأيديولوجي» إلى الكلمات المهجورة الأقلّ قيمة.

لقد جرى إظهار الاتصال بوصفه الصنيع المحض للتقدّم التقنيّ، عربيّة محايدة للإعلام ليس لها جهة اصطفاة، ونوعًا ما، أنوبًا يستخدمه الصحفيّ لبثّ معلومة، والذي يكون هو الضمانة لحياده، بعد أن ظهرت التقنية مُستقلّة عن الخيارات السياسيّة. يتلقّى الصحفيّ معلومة من أنوب وينقلها إلى أنوب آخر، ما لا يعود ذلك يستتبع أيّ مفهوم للمسؤوليّة الصحفيّة إزاء المعلومة التي يُذيعها، إذ لا مسؤوليّة غير ما يتعلّق بالتحقّق من صفة مصدر المعلومة. أخيرًا، بما أنّ معالجة المعلومة هي انعكاسٌ لإطارٍ أوسع هو إطار نظام يتحكّم على نطاق واسع في المراجع الجماعية الكبرى، فالمعلومات المُرتّبة بواسطة واقع الحال هذا والمُذاعة على المواطنين من طريق الاتصال تُتلقّى كحقائق مُسلمّ بها أو كحقائق فطريّة. يمكن عندئذ للصحافيّ أن يلوذ بالضمير المرتاح¹ للتلفزيون الذي يتطابق مع كونه انعكاسًا لتلك المراجع الكبرى السائدة، كي يُراقب نفسه أو

1. Bonne conscience

يُطبَّق الرقابة. مع حرب الخليج، بلغنا تحت هذه المنظومة الاستدلالية الخاصة «بالاتصال»^١ قممًا في التلاعب والكذب. نُذَكِّر بأنّ مارسال تريبًا قد كان واحدًا من الصحافيين النادرين الذين اجترأوا على فضح هذا الأمر، لما كان على أرض الأحداث مراسلًا لقناة فرنسا الثانية^٢.

يبدو لي أنّه أمر عاجل أن نواجه مفهوم «الاتصال»، سواء في الفضاء العام أو في المؤسسة، بالتحقق الضروري من الآراء القبلية التي يخفيها، وذلك لكي نؤسس نقاشًا فكريًا ونبعث الحياة في ديمقراطيتنا. إن رفَع الغموض الذي يُغذيه هذا المفهوم، لا يعني أن يُترك لوسائل الإعلام القدرة الكلية للأفكار عبر مهمة أسطورية للإعلام. من الواجب الاعتراف بأنّ معظم الأحزاب السياسية والنقابات قد قَبِلَ مفهوم «الاتصال» الذي ينقل من الإعلان والتسويق إلى السياسة، من دون الاحتراس من خلال تحليل مُعمّق. ينبغي في هذا الشأن عدم قبول أيّ شيء كيفما كان، ينبغي أن نعرف كيف نُحلّل من أين يأتي أيّ مفهوم وإلى أين يقود، خشية أن نقبل، دون وعي منا، أفكارًا ومفاهيم قد جرى ابتكارها للدفاع عن نظام يُفترض أنّنا نحاربه، مع كلّ النتائج التي يمكن أن تنجم عن ذلك.

أخيرًا، إنّ انبثاق معلومة من نوع جديد ترتفع إلى منزلة تاريخ معيش في الزمن الحقيقي [البث المباشر]، بتعزيز من الوسائل التكنولوجية الحالية لـ «الاتصال»، لا يمكنه ترك المؤرّخ غير مُكترث، نظرًا للتأثير المُباشر لهذا الأمر على شروط بناء الذاكرة الجماعية. ثمّة ثقافة وهم بأكملها تستهدف المواطن؛ إنّه وهم مُضلل يصوّر لنا أنّنا نعيش التاريخ في لحظة حدوثه، وهم يُبرّر هذا التاريخ للمواطن بقدر ما أنّ هذا التاريخ يُفعل منه، لكن، وفي الوقت نفسه، يُصوّر هذا التاريخ على أنّه

1. Argumentaire de la communication

2. France 2

في المتناول بلا فاصلٍ زمنيٍّ بشكلٍ ديموقراطيٍّ ويوصفُ، زورًا، بأنه عامٌّ. إذاعةُ أخبار فرنسا (فرانس إنفو)^١ هي مثالٌ جيّدٌ على ذلك. تُقدّم هذه المحطة نفسها، طوال اليوم، على أنّها تضع في متناولنا معلومات عن العالم مباشرةً وبشكلٍ متواصلٍ. ومرةً أخرى، إنّ ما يمنح رؤيةً ثاقبةً عن حدث ما ليس هو الرؤية البانورامية، بشكلٍ خاطئٍ، أو المباشرة للمعلومة الإعلامية، بل هو المفهوم الذي يُفيد في النظر إلى الحدث، وتحديدته، وتحليله، وتمثله، مقرّونًا بالتحقق من صفة مصدر المعلومة. لا يوجد ديمقراطية من دون قوى مُضادة للسلطة^٢، ولا وسائل إعلام ديمقراطية من دون أن تفرض هذه القوى المُضادة للسلطة موقعها على بعض الأفكار للتصدّي للخطر المُحدق بحرّيّاتنا في جميع المجالات، نتيجة هيمنة طريقة واحدة للتفكير.

الراسمالية والاقتصاد الرمزي للتلفزيون

المهندس بيار موسسو^٣، المُهتمّ منذ أمد بعيد برهانات الاتصال، يسأل الحاضرين: إذا كانت وسائل الإعلام تبني تمثيلات^٤ اجتماعية، فما هي تمثيلاتنا حول وسائل الإعلام؟ هو يُريد، منذ البداية، التشديد على العلاقة القائمة بين التمثيلات الاجتماعية، والمتخيّل الجماعي، وممارسات وسائل الإعلام واستخداماتها. هو يقترح عدم تناول «وسائل إعلام» بشكل عامّ، وإنّما وفق خصوصياتها. يُميّز بين ثلاثة أنواع من وسائل الإعلام: الصحافة المكتوبة، الإعلام المرئيّ والمسموع، أي الراديو والتلفزيون وألعاب الفيديو وحتى السينما،

-
1. France Info
 2. Contre-pouvoirs
 3. Pierre MUSSO
 4. Représentations

وأخيرًا وسائل الاتصال عن بعد^١، أي المعلوماتية والإنترنت. استرعى موسو الانتباه إلى مسألة أن النقاش متمحور أساسًا حول التلفزيون، وهو أمر ممكن فهمه لأن الإعلام الجماهيري هو الذي يبنى «العلاقات الاجتماعية». إن التلفزيون هو في قلب الممارسات والتمثيلات الاجتماعية؛ إنه مفتاح عقد القبة^٢ للمتخيل وللأساطير وللذاكرة الجماعية المعاصرة، أي لما يُسميه بعض علماء الاجتماع المتخصصين في وسائل الإعلام (إليهو كاتز^٣ ودانيال دايان^٤) «الحفلات التلفزيونية» المعاصرة أو «العروض التلفزيونية» اليومية. يساهم التلفزيون في إنتاج كل أنواع الأجهزة الرمزية، بما في ذلك السياسية. كما يبين النقاش، لا نستطيع الحديث عن التلفزيون بدون شغف: التلفزيون هو، دائمًا، «رائع» أو «مرعب». إنه يخضع، من الوهلة الأولى، لحكم معياري، ظني. ذلك أن وسائل الإعلام، وبصورة أعم التقنية، تستحوذ على الرمز بأكمله في مجتمعاتنا.

الإله الجديد هو التلفزيون أو الإنترنت، أو التكنولوجيا الجديدة. ينبغي هنا أن نُوسّع التسأل عن موقع التقنية في الأجهزة الرمزية، لا في التمثيلات والخطابات فقط. رغم خطابات الإنكار والرفض والحكم «المثقف»، فإن التلفزيون، قبل كل شيء، أداة لإدخال السرور وإيقاظ العقول وللتربية الشعبية. لذلك يجب مُساءلة الإدراك العادي للتلفزيون بنبرة معيارية، بما في ذلك عند بيار بورديو. يجب أيضًا الفحص عن الفارق بين الخطابات والتمثيلات التلفزيونية من جهة، والممارسات والاستعمالات، لأن كل الناس جاهزون لإدانة التلفزيون باسم

1. Télécommunications

2. Clef de voûte

3. Elihu KATZY

4. Daniel DAYAN

الأخلاق والثقافة و«الموضوعية»، إلخ. لكن في الوقت عينه، كل الناس يشاهدون التلفزيون، الوسيلة الجماهيرية، وما فتى يزداد الإقبال على مشاهدة التلفزيون: هناك التلفزيون «الجيد» والتلفزيون «السيئ»؛ يمكن للاثنين أن يتعايشا.

يجب الانطلاق من الممارسات لا من الخطابات حول التلفزيون: بما في ذلك ممارسة قادة الأحزاب السياسية، ومنها هذا الحزب (يقصد هنا الحزب الشيوعي الفرنسي)، القادة الذين يدينون باستمرار التلفزيون؛ لأنه مُرتبط بالسلطة - السلطة السياسية والاقتصادية - وفي الوقت ذاته السباق الحقيقي نحو الشاشات والأماكن البرّاقة الذي يُحرّكهم ليكونوا مرئيين / مقروئين / مسموعين. لقد أصبح أمراً ملحقاً التفكير على نحو مختلف ب«التلفزيون» ووسائل الإعلام بصورة عامة. لا بد من حدوث قطيعة نظرية ونقدية، قطيعة «ابستمولوجية» بالمعنى الباشلاري، قطيعة يجب أن تأخذ في الاعتبار التأخر النظري المُرتبط بالجهل بالأبحاث المُتعلّقة بالاتصال، التي تحققت منذ خمسين عاماً. يُقدّم بيار موسو في هذا المنظور عدّة ملاحظات للتأمل.

الملاحظة الأولى: لا يمكن من وجهة نظر موسو عزل مسألة التلفزيون عن الأنماط الأخرى لإنتاج التمثيلات الاجتماعية اليوم، ففي مجتمع تُسيطر فيه التقنية على المجال الاجتماعي والاقتصادي بالكامل (وبخاصة تقنيات الاتصال والإعلام) تفرض عقيدة تُقدّس التقنية^١ نفسها، وهي التي يُسمّيها جورج بالانديي^٢ «المسيحية التقنية» أو «المُتخيّل التقني»^٣. من المعلوم أن من الأجهزة التقنية الأساسية هو التلفزيون، لأنه الممارسة الاجتماعية الأولى، وكذلك الانترنت مع كلّ الصور والخطابات المقرونة بها.

1. Dogme technolâtre

2. Georges BALANDIER

3. Techno-imaginaire

إن وسائل الإعلام هي، قبل كل شيء، «أجهزة تقنية وصناعية» تحمل المُتخيل وتُبلوره وتصنعه: وهكذا، فإن خصوصية التلفزيون تكمن في صناعة عمليات الإخراج للرسائل أو للعلاقات الاجتماعية. إذا لم نطلق من هذه الفرضية فإننا نعود مباشرة إلى المناقشات حول «آثار» التلفزيون و«تأثيره» (من يُراقب، مَنْ يُدير، ما هي «المؤامرة» الإعلامية، إلخ...). ونغوص بسرعة في «الدرجة صفر» من الفكر المتعلق بالتلفزيون، الفكر الذي يُختصر في أطروحة التأثير المباشر والآلي للتلفزيون على المجتمع والأفراد (مثلاً التلفزيون يُسبب العنف). لنبدأ على الأقل بأن نعكس المسألة المسماة بـ«مسألة آثار» التلفزيون ولنهتم أيضاً بالمتلقين، وبـ«ماذا يفعلون بالتلفزيون».

الملاحظة الثانية ذات طابع اقتصادي: فهي تتعلق بالتلفزيون الذي يُعدّ صناعة، فالتلفزيون هو «صناعة المُتخيل»^١. التلفزيون هو، من وجهة النظر هذه، قزم اقتصادي، هو اقتصاد ضعيف، كما هو الشأن بالنسبة لكل إعلام مرئي ومسموع^٢: في فرنسا، تُمثل إيرادات المحطات التلفزيونية (إذا جمعنا أرقام المبيعات) ما يقارب ٥٠ مليار فرنك فرنسي، أي أقل من ٥,٠ ٪ من إجمالي الناتج الداخلي. يمكن أن يُقال عن التلفزيون إنه قزم اقتصادي وعملاق رمزي وثقافي. إن المجموعات الكبيرة آخذة بالتنوع في وسائل الإعلام مثل «بويغ»^٣ التي تنتمي إلى قطاع البناء والأشغال العامة (BTP)، الشركة العامة والشركة الليونية

1. Industrie de l'imaginaire

2. Audiovisual

3. Bouygues

للمياه اللتين أصبحتا على التوالي «فيفندي»^١ و«السويس»^٢، أو لاغاردير^٣ التي تُدير دار «هاشات»^٤، النشر والتوزيع في المكتبات.

إنّ هذه المجموعات الكبيرة انتقلت من الرأسمالية الفوردية التي تُركّز على الإنتاج الصناعي والمُعتمدة على الدولة، إلى رأسمالية «ما بعد فوردية» تُركّز على الخدمات وعلى المنطق الماليّ. علاوة على البحث في معدّلات الربح الأكثر ارتفاعاً، تهتمّ هذه المجموعات ببناء المُتخيل الاجتماعيّ والفرديّ: ليس علينا سوى إدراك كيف تعمل مجموعات مثل زارا^٥ و«بينيتون»^٦ و«برلسكوني»^٧ منذ السبعينات. يهدف منطقتهم إلى بناء طلب المستهلك، وبالتالي العمل على مُتخيله وتمثيلاته. نحن لم نعدُ بعدُ في نطاق الرأسمالية الفوردية حيث إرشاد الصناعة يتمّ «قبل عملية الإنتاج»^٨، فالمنطق ما بعد الفورديّ لإنتاج الخدمات يعمل بعد عملية الإنتاج^٩، أي بالتأثير على المستهلك، من خلال الإسهام في البناء الجماعيّ^{١٠} لرغبته وآماله وبالتالي البناء الجماعيّ «لطلبه». هذا ما تفعله «زارا» و«بينيتون» مثلاً في مسألة الثياب: فهم يرون من خلال أنظمة إعلام مُعقّدة المُشترىات والأذواق والسلوكيات لدى المستهلكين في متاجرهم ثمّ يبعثون هذه

-
1. Vivendi
 2. Suez
 3. Lagardère
 4. Hachette
 5. Zara
 6. Benetton
 7. Berlusconi
 8. Par l'amont de la production
 9. Par l'aval de la production
 10. Co-construction

المعلومات إلى مكاتب التصميم وأنظمة التصنيع. إنَّ صاحب مصنع حواسيب (DELL)، يُصمِّم لك حاسوبك وفقاً لرغباتك، ويبدأ بعدها بالتصنيع (وبالتالي: المخزون صفر). إنَّ هذه السيولة ليست من مختصات الاتصال، إنما تُشكل ميزة للمرحلة الحاليَّة لتطوُّر الرأسماليَّة. لكي نفهم موقع التلفزيون في المجتمع، يجب أنْ نتموضع في هذه المرحلة بالذات من تطوُّر الرأسماليَّة. انطلاقاً من اللحظة التي يتمُّ فيها توجيه التصنيع بالطريقة البعديَّة^١، أي انطلاقاً من رغبة المستهلك، يصبح من المناسب البناء والبناء الجماعيِّ لمُتخيلٍ لهذا المُستخدم، من أجل تنظيم رغبته. لهذا السبب تحتاج الرأسماليَّة المعاصرة إلى صناعات المُتخيلِ وأن تعمل على التمثيلات الاجتماعية وعلى المُتخيلِ. إنَّ الرأسمالية بحاجة إلى مسرحتها^٢ الخاصَّة، وإلى عرضها^٣، كما سبق أن حلل بعمق غي ديور^٤.

إذا كانت مؤسَّسات الاتصال قد أصبحت مركزيَّة، فإنَّ ذلك، بكلِّ بساطة، لم يتحقَّق بفضل قوتها الاقتصادية، بل لأنَّها تقع في قلب التطوُّر الحاليِّ للرأسماليَّة. إنَّ مؤسَّسات الاتصال، مثل فيفندي يونيفرسال، وشركات هوليوود، إلخ، إنَّ هذه المجموعات الصناعية الخاصَّة بالإعلام المرئيِّ والمسموع أو بالوسائط المُتعدِّدة قد استولت على القدرة على المشاركة في إعداد صور ومُتخيَّلات جماعيَّة، أي القدرة على استرقاق^٥ الحقل الثقافيِّ. يمكن أن يصل هذا الأمر إلى حدِّ إنتاج أفخاخ ونبوءات ذاتيَّة التحقُّق: وعلى هذه الشاكلة الإعلانات حول «الثورات التكنولوجيَّة» الموجدة لحاجات جديدة ولمجتمع (يُسمَّى مجتمع «الإعلام»).

-
1. Par l'aval
 2. Théâtralisation
 3. Mise en spectacle
 4. Guy Debord
 5. Vampiriser

إنّ الهاتف الجوّال المُتعدّد الوسائط من الجيل الجديد (UMTS)، مثلاً، شكّل فخاً جماعياً كبيراً تمّ اختراعه في أوروبا من قبل مُصنّعي الهواتف: هذا الأمر أفضى إلى استثمار ألفي مليار فرنك [فرنسيّ] في أوروبا، ثمّ حدثت الكارثة الماليّة الكبرى (لأنّ «الفقاعة» الخياليّة والماليّة قد انفجرت).

إنّ عمل المصانع هذا في موضوع المُتخيّل يمكن أن يُدفع به إلى الدرجة القصوى إلى حدّ الاستيلاء على السلطة السياسيّة. إنّ «الهوليووديين» قد اكتسبوا القدرة على بناء مُتخيّلات، هم قادرون على الوصول إلى حدّ استرقاق المجال السياسي، وبرلسكوني خير مثال على ذلك. فهو قد استولى على السلطة في إيطاليا ليس بسبب أنّه يملك ثلاث محطات تلفزيونيّة فقط، بل لأنّه قد امتلك القدرة على استرقاق المُتخيّل الجماعيّ، وبالتالي استرقاق المجال السياسيّ من خلال عمليات العرض التلفزيونية. لذا، يجب علينا عدم الاقتصار على إنشاء رابط آلي بين السلطة ووسائل الإعلام، من نوع: المُرسِل^١ يُسيطر أو يؤثّر، بل «يدير» مُتلقيّين^٢ يفترض أنّهم سلبيون^٣.

هذه الخطاظة التبسيطيّة ينبغي التخلّص منها عاجلاً. إذا لم نقمّ بهذه القطيعة، فسوف نشاهد الجديد -الذي بلغ الثلاثين عاماً- مع القديم. أعرف جيّداً أنّ هذا يُجدد التأكيد على الذهاب للبحث عن خطاطات ماركسويديّة^٤، خصوصاً عندما يُضاف إليها طبقات من ماك-لوهن^٥ ومن «الميديولوجيا»، لكنّ ذلك لا يكفي لتوفير شبكات نظريّة مناسبة لفهم موقع وسائل الإعلام في الرأسماليّة المعاصرة. ينبغي بناء مفاهيم وأدوات نظريّة جديدة للتفكير في «الاقتصاد الرمزيّ» المُعقّد للتلفزيون.

1. émetteur
2. Récepteurs
3. Passifs
4. Marxoïdes
5. McLuhan

الملاحظة الثالثة والأخيرة حول التلفزيون. إنني أتفق مع مارسال تريبًا حول ما قاله بشأن تلفزيون زمن الديوان الفرنسي للإذاعة والتلفزيون (ORTF)، أعني ما يُسميه أمبرتو إيكو «التلفزيون القديم» أو «باليو تلفزيون»^١. لأنه يجب علينا أيضًا أن ندرك أن التلفزيون مرَّ بأشكالٍ مختلفة جدًا. هناك على الأقل ثلاثة أنواع من التلفزيون في فرنسا (وفي عدة بلدان أوروبية) منذ الستينات. الأول هو التلفزيون التابع للـ (ORTF) والاحتكار العام، الذي كان يعهد بدورٍ مركزيٍّ للدولة لكنه كان يميّز، وهو ما أشار إليه تريبًا، بين البرامج، التي يحظى المُخرجون فيها بهامش كبير من الحرّية، وبين الأخبار، التي تتحكّم بها السلطة السياسية بصرامة. لكنّه كان تلفزيونًا يقوم على المُرسِل والرسالة («التلفزيون القديم / الباليو تلفزيون»، وفق تعبير إيكو). إن المُرسِل كُلي القدرة (مثال: تلفزيون الجنرال حيث كانت صورة فوتوغرافية لوجه الجنرال، مأخوذة عن قرب، تحتل كامل الشاشة)، لكنّه أيضًا تلفزيونٌ «نافذة» يُتيح للعدد الأكبر اكتشاف العالم والأدب والمسرح والسيرك، إلخ...

في هذا التلفزيون النافذة^٢، يكون عقد المشاهدة الذي يتم إبرامه ضمناً مع مشاهد التلفزيون هو عقد قائم على الحقيقة والواقع (التاريخي أو الواقع الاجتماعي)، إلخ. يجب على التلفزيون أن يقول (أو ينبغي عليه أن يقول) الحقيقة، وأن يصف الواقع «الصحيح». عقد المشاهدة، هذا، قد مُزّق مع ظهور «التلفزيون الجديد»^٣ وذلك طوال السنوات ٧٠-٨٠ لا سيما مع ابتكار التلفزيون التجاري الذي تمظهر في فرنسا في خصخصة محطة TF1 وفي ازدياد إيرادات الإعلانات،

1. Paléotélévision

2. Télévision-fenêtre

3. Néo-télévision

وازدیاد عدد المحطات (المحطة ٥، المحطة TV6 التي أصبحت M6، إلخ). عقد المشاهدة المُبرَم مع مُشاهد التلفزيون أصبح، مع هذا التلفزيون الجديد، قبل كل شيء عقداً قائماً على المشهد والعلاقة.

لم تُعدّ «صحّة» الرسالة هي التي تهتمّ، وإنّما العلاقة بين مشاهد التلفزيون وقرينه، الكامن في الجانب الآخر من الشاشة (انظر التوك-شو^١ أو اللعبة). من خلال التوك-شو يجتاز مشاهد التلفزيون (والجمهور) الشاشة، ويدخل مسرح البرنامج التلفزيوني^٢. يُصبح مسرح البرنامج التلفزيوني هو العنصر المركزي، إلى جانب المُشَط والمُشاهد التي تمّ دمجها في عملية العرض^٣ والجمهور الوهمي الذي يُصنّف ويتسم عندما يُطلب منه ذلك. هناك، يحدث انشطار المشاهد، الذي أمام الشاشة والذي «خلفها»، وتنشأ علاقة تعاطف انفعالية، بين التلفزيون والجمهور. إنّه، كما قال دومينيك مال^٤، «تلفزيون علائقي»، إنّه تلفزيون المُتلقّي الحاضر في الآن عينه أمام الشاشة وعلى مسرح البرامج التلفزيونية: بذلك يصنع التلفزيون الجمهور الفئوي كما في برنامج «لتسقط الأقنعة»^٥ للصحافية ميراى دوماس^٦؛ ومن هنا، فإنّ الفضاء العامّ والفضاء الخاصّ قد أصبحا مُنصهرين بالكامل في بعضهما.

هذا التلفزيون الجديد يعمل على تعميم الحياة الخاصة وتخصيص الفضاء العامّ: كل واحد يمكنه أن يذهب (وأن يحلم بأن يذهب) لبروي تفاصيل حياته،

1. Talk-show

2. Plateau

3. Mise en scène

4. Dominique MEHL

5. Bas les Masques

6. Mireille DUMAS

الحقيقة هي المعيش الخاص بكل شخص يظهر على الشاشة (انظر «هذا اختياري» (c'est mon choix) مثلاً)، كل واحد يعرض نفسه وبذلك يُخصّص الفضاء العام. ينسحب ذلك على الممارسة اليومية فيما يتعلّق بالهاتف: فالهاتف الثابت يسمح بإدخال الفضاء العام في الفضاء الخاص والمنزلي (رنين الهاتف يُذكر بذلك)، فيما يُتيح الهاتف الجوّال بأن يصطحب المرء في نزهة عالمه المنزلي كـ «فقاعة» في الفضاء العام (وأن يُعمّم «شؤونه المنزلية الصغيرة»). إنّ التلفزيون الجديد والتلفنة الجوّالة^١ يساهمان بشكل يومي في هذا الإمحاء (اللعبي؟)^٢ للحدود بين الفضاءين العام والخاص. إنّها ممارسات اجتماعية ينبغي تحليلها، وليست إنتاجاً مكيفلياً لسلطة ما.

ألقي بيار بورديو مُحاضرة حول التلفزيون لكنّه، في الواقع، لا يقصد إلا التلفزيون التجاري الذي هو ليس سوى واحدٍ من أشكال التلفزيون، وهو أقليّ من جهة المشاهدين؛ لا يتحدّث بورديو عن التلفزيون العام ويتجاهله، بالرغم من أنّه يُمثّل ٣٠٪ من الجمهور، ولا يتحدّث عن التلفزيون بأجر (مثل «كانال بلاس»^٣ أو المحطات التلفزيونية ذات البثّ الفضائي وبالقابل التي تُمثّل ٣٠٪ من الجمهور).

لا ريب أنّ كلّ الناس قد فهموا عمل التلفزيون التجاري: إنّهُ منطِق الوقت الضائع المُحوّل إلى جمهور؛ لأنّ وسائل الإعلام هي تحويل الوقت إلى جمهور أو الوقت الجماعي إلى نشاط اقتصادي، فليس ذلك خسارة للوقت وإنّما تحويل الوقت إلى نقود. هذا هو نموذج TF1 وM6 وبرلسكوني، وكذلك نموذج تلفزيون

1. Téléphonie mobile

2. Ludique

3. Canal Plus

الشبكات في أميركا الشماليّة منذ نشأته. لكن أيضًا، شكل خاصّ للتلفزيون في فرنسا، هو ذلك الشكل الذي سادَ في الثمانينات ولا يزال قويًّا جدًّا من جهة الجمهور.

لكن هناك شكل ثالث للتلفزيون برزَ منذ خمسة عشر عامًا ويُمثّل ٣٥٪ من الجمهور، أيّ ٣٥٪ من الإيرادات، إنّه التلفزيون بأجر، بالاشتراك، مثل كانال بلاس^١ والمحطّات التي تبثّ بالكابل أو عن طريق البثّ الفضائيّ، الذي لا يتوقّف جمهوره عن الازدياد. إنّه شكل جديد للتلفزيون، هو تلفزيون الاشتراك والتواصل. من الآن فصاعدًا، ما يهمّ هو أن يكون الناس متواصلين بالشبكة ومشاركين، ومقدّم الخدمة يجتهد في تأليف (fidéliser) مُشركيه... ولكي يبيع لهم باقات من الخدمات تُسمّى «الوسائط المتعدّدة» (كان ذلك قلب استراتيجية فيفندي^٢ في عهد مسيي^٣). إنّ تلفزيون التواصل والعلاقة المزيّفة هذا، لم يعد فقط تلفزيون المشهد والعرض، إنّه على نحو نموذجي التلفزيون الذي يعرضه تلفزيون اليوم. إنّ التلفزيون يعرض نفسه بنفسه: إنّه هو موضوع نفسه. يُصبح كذلك «فاعلاً»^٤ مؤثّرًا في مصير مُشاهديه (Pop-، Stars Academy، Loft Story، stars، إلخ). إنّ ما يتم عرضه الآن هو الجمهور الذي يصبح كاتب السيناريو المُشارك^٥ كما في برنامج (Loft Story) ويصنع مصير المُشاركين فيه أو نتيجة اللعبة بتدخله في البرنامج. الجمهور كَفَّ عن أن يكون «سلبياً»^٦، إنّه جمهور

1. Canal Plus
2. Vivendi
3. Messier
4. Acteur
5. Co-scénariste
6. Passif

فاعِل (acteur). يمكن إدانة هذه البرامج أو الدفاع عنها، لا يهم: إنه حدث اجتماعي يُغذي التمثيلات والخطابات والمبادلات اليومية. إنها برامج تلفزيونية تقوم على عرض التواصل والعلاقة، «إننا على اتصال»، «إننا مُتصلون»، «نتفاعل» من خلال التلفزيون (يمكننا أن نضمّ الهاتف أو الانترنت، كما في برنامج Loft Story)؛ بتعبير آخر «التواصل موجود»^١، إننا هنا معاً نتحد في الرأي، ونشارك البرامج ذاتها والانفعالات ذاتها (كما في الحفلات التلفزيونية الكبيرة على غرار الألعاب الأولمبية أو كأس العالم لكرة القدم). فليس مهمّاً المضمون والمعنى، ما يصنع المعنى هو التواصل والاجتماع وتشارك الانفعالات: لقد أدركنا ما قاله برنار نويل^٢ منذ عشر سنوات، الرقابة، أي فقدان المعنى. وليس ثمة حاجة من أجل هذا الأمر إلى رقيب أعلى^٣.

إنّ التلفزيون الحاليّ يجمع ويؤمّن التشارك: من خلاله يلتئم المجتمع المُفتّت والمُتشتّط ويتشارك في الانفعالات والأحاسيس. الأمر لا يتعلّق بالواقع. إنّها، وفقاً لتعريفها، برامج تلفزيونية تخلط بين الوهم والواقع، وبين الخاصّ والعامّ، وبين الجمهور والمُشاهد أمام الشاشة وخلفها؛ يُنتج هذا التلفزيون المعاصر عرض العلاقة والرابط الاجتماعيّ. إنه مظهرٌ خداعٌ؛ أو رمامةٌ^٥ للرابط الاجتماعيّ؛ لهذا السبب شهدت برامج تلفزيونية على غرار برنامج «قصة العليّة»^٦ نجاحاً شعبياً، لا سيّما وأنّ برنامج «قصة العليّة» قد نجح في عرض قلق المُراهقين ضمن

1. ça communique

2. Bernard NOEL

3. Super-censeur

4. Simulacre

5. Prothèse

6. Loft Story

علاقتهم بالمؤسسة الاقتصادية وبالإدماج الاجتماعي والمهني (انتقال المراهقين إلى عالم البالغين، إلى عالم المؤسسة، من خلال تنظيم الدخول والخروج، انظر وظيفة انتقال «ساس»^١ بين العلية^٢ والخارج). إنها برامج تلفزيونية مُعدّة بإتقان بالنظر إلى إنتاج الصور والمُتخيّلات.

أشدّد إذًا على هذه الأشكال المتنوّعة للتلفزيون الفرنسي الذي يتطور كثيرًا مع المجتمع ذاته الذي يُمثّل التلفزيون مرآته وكشّافه، بل أداة تحليله. ينبغي إذًا الحديث عن التلفزيون بأشكاله المُختلفة؛ تلك الأشكال الثلاثة المُنضّدة، التي ذكرتها، تُشكّل تلفزيون اليوم: الخدمة العامّة [التلفزيون الحكومي]، حتى وإن أُضعِفَ، والتلفزيون التجاريّ والتلفزيون بأجر. عند الحديث عن «التلفزيون» يُخشى من وقوع الخلط باختزال الكلّ في كلمة واحدة؛ يجب التمييز بين وسائل الإعلام، وليس هذا وحسب، بل يجب التمييز بين الأنماط التلفزيونية، لا سيما وأنّ هناك أنماط تمويل، وأنماط تنظيم مخصوصة لكلّ نمط من أنواع التلفزيون. إنّ بعض البرامج التلفزيونية مثل برنامج «دمى الأخبار»^٣ و«نشرة الأخبار الصحيحة»^٤ اللذين يُعرّضان على «كانال بلاس» تذهب في اتجاه احتفال ذاتيّ للتلفزيون، له بعده الاقتصاديّ. هناك تطابق بين اقتصاد الأجر^٥ وهذا النوع من البرامج التلفزيونية؛ لأنّ ما يهمّ هو الترابط والتواصل والشعور بالانتماء إلى نادٍ وجماعة تلفزيونية تتشارك بعض الانفعالات. ما يُقوّم على المستوى الاقتصاديّ، هو الانضمام إلى «نادٍ» (يضمّ مُشتركين مؤلّفين (abonnées fidélisés)، وما هو

1. Sas

2. Loft

3. Guignols de l'info

4. Vrai Journal

5. Péage

مُقوم رمزيًا، بشكل أساسي، في ما يتعلّق بالتلفزيون التجاري، هو التواصل والمشاركة والترابط.

هو يرى طريقين كبيرين مُمكنين للتأثير في التلفزيون:

الطريق الأولى: في بناء تنظيم مرئيّ ومسموع جديد. يجب أن نُحاول التفكير وأنْ نقترح تنظيمًا جديدًا وخدمة عامّة جديدة مُدقّرة^١؛ لا يمكن أن يكون ذلك عودة إلى الديوان الفرنسيّ للإذاعة والتلفزيون (ORTF) السابق الذي كان خدمة عامّة حكوميّة بالرغم من كلّ الجودة التي كانت قد تميّزت بها مدرسة [أستوديوهات] «تلال شومون»^٢ وبالرغم من العدد الكبير من ساعات الإبداع في الستينات والسبعينات. إنّ نقد الحركة الاجتماعية التي تشكّلت في أيار ١٩٦٨ ركّزت على هذا الأمر: إنّ احتكار الـ (ORTF) قد موثّل باحتكار حكوميّ وسياسيّ؛ لأجل ذلك يبقى علينا بناء نمط جديد للخدمة العامّة [التلفزيون الحكوميّ] ومسؤوليّة عامّة واجتماعيّة لضمان الحقّ في الاتصال المرئيّ والمسموع (والإنصاف في تمثيل التيارات النقدية للأمر التي هي مواضع للصور؟).

الطريق المرسومة الثانية، ضمن العمل النظريّ لتحليل هذا الغرض الاجتماعيّ الأساسيّ الذي لم يُفكّر فيه إلا قليلاً والذي هو التلفزيون، والذي هو «طوتم» حقيقيّ في مجتمعاتنا، هناك الكثير يجب فعله في عمليّات التعلّم، ولا سيّما في المدرسة والجامعة وحتى في المؤسسة الاقتصادية، من أجل الاستحواذ على ملكيّة الصورة والتلفزيون بعامة. إنّ ليّنة الإعلام المرئيّ والمسموع جارية. ما أنجز للمدرسة العامّة منذ قرن يمكن إنجازه للتلفزيون. إنّ رهان المجتمع وللمواطنة. نحن كلّنا لسنا مُضطربين للبقاء عصاميّين أمام التلفزيون. يمكن

1. Démocratisé

2. Studios[Buttes Chaumont]

الاستيلاء على كَيْئكة التملك الثقافي والاجتماعي للإعلام المرئي والمسموع، بما في ذلك ضمن ممارسات إنتاج تلفزيوني بديلة عبر تلفزيونات شراكة أو من خلال تدخلات مباشرة للمواطنين في وسائل الإعلام المرئي والمسموع.

التعددية ووسائل الإعلام والقوى المضادة للسلطة

يعتقد عالم الاجتماع ميشال مولر^١ أنّ المسألة التي تُطرح اليوم هي التالية: إلى أي مدى تُشكّل وسائل الإعلام عوامل فاعلة في المناقشة التعددية التي يجب أن تُؤثّر في مجتمعنا؟ إذا افترضنا أنّ وسائل الإعلام ليست إلا مجموعة عوامل فاعلة لا صاحبة المسؤولية الرئيسية عن الأداة^٢ الأذهان، يمكن أن نأمل أن بإمكانها أن تُشكّل اتجاهات المناقشات المتناقضة التي تُغذي حياة الأفكار. تُفيد الملاحظة أنّ وسائل الإعلام لا تؤدي هذا الدور أو تؤديه بقدر قليل.

ثمّ يعود ميشال مولر إلى المفهوم القديم للتعددية الذي كان سائداً في العصر «المجيد» للصحافة المكتوبة. كانت التعددية تتمفصل حول قطبين: قطب الصحافة المسماة البورجوازية، وقطب الصحافة الشيوعية. إنّ هذا المفهوم التاريخي لم يوجد له بديل. إنّ فكرة إنشاء مجموعة هو ما^٣ مع مجموع الصحافة الشيوعية اصطدم بعدة عمليات مقاومة وأخفق، بينما في كلّ مكان تعاقبت التكتلات.

الميزة الثانية التي لا تسمح لنا بالإجابة هكذا البتة، هي تفجر تكنولوجيات الاتصال الجديدة، ممّا سمح بتخيّل فضاءات مُحتملة بهدف خلق أماكن للمناقشات، وإمكانية حصول مناقشات متعارضة، حيث يكون بناء ثقافة خاصة بالحركة الشعبية أمراً محتملاً. على العكس، رافق ظهور تكنولوجيات الاتصال

1. Michel MULLER

2. Opalization

3. Groupe Huma

الجديدة تركيز هائل لم يُشهد له مثيلٌ من قِبَلِ. إنّ مجموعة مثل «جنوب-غرب»^١، وهي صحافة إقليمية، لا تدين للصحيفة-العنوان «جنوب-غرب» إلا بنسبة ٤٠٪ من رقم معاملاتها. أعني أنّ ٦٠٪ من نشاطها يرتبط بالتلفزيونات المحليّة، والصحافة المجانيّة وبمنتجات أخرى، حتّى نستخدم مصطلحًا مُلائمًا. يمكننا أيضًا ملاحظة أنّ أشكال الاتصال الجديدة التي تتعاقب لا تحلّ محلّ الأشكال السابقة، بل تنضاف إلى بعضها. وهكذا، فإنّ الصحافة المكتوبة لا تزال تُشكّل اتّجاهًا أساسيًا للإعلام رغم هذه التطوّرات، مع تسعة ملايين قارئ لها باليوم. لتوضيح هذا التركيز الخارق لوسائل الإعلام، نشير إلى أنّ ٦٧ جريدة يومية في فرنسا هي ملك لـ ٢٥ شركة نشر فقط. وحدها مجموعة سوبريس-فرانس-أنتي^٢، أي مجموعة [عائلة] «إرسان»^٣، تملك ١٧ صحيفة.

نجد أنفسنا اليوم مع مجموعتين حاكمتين: مجموعة داسو^٤، ومعها سوبريس-فرانس-أنتي، بما أنّها أصبحت المُساهم الأول في مقابل عائلة «إرسان» التي لم تعد المُساهم الرئيس، ومن جهة أخرى مجموعة «أشيت-لاغاردير»^٥. تملك المجموعات الصناعيّة الأولى في مجال صناعة الطائرات والتسليح (داسو ولاغاردير) وفي قطاع البناء والأشغال العامّة (BTP) (القناة الأولى (TF1) وقناة الأخبار (LCI) تنتميان إلى مجموعة «بويغ»^٦)، تملك هذه المجموعات، في الوقت عينه، وسائل الإعلام الرئيسة. ما الذي يمكن بناؤه إلى

1. Sud-Ouest

2. Sopresse-France-Antilles

3. Hersant

4. Dassault

5. Hachette-Lagardère

6. Bouygues

جانب ذلك؟ ما يهمّ اليوم هو كيف نخلق فضاءات بعيدة عن المنطق التجاريّ وخاصة بالمواطنين؟ يذهب ميشيل مولر أبعد من ذلك: ألم يحنّ الوقت لنجعل من ذلك هدفًا شعبيًّا.

إنّ الصراعات القائمة اليوم في الإعلام المرئيّ والمسموع العامّ، والصراعات التي نخوضها في الصحافة تبقى محصورة في دائرة بعض المهنيين المُتهمين بـ «الحرّفيّة»^١. حول مسألة الصحافة المجانيّة، أعتقد أنّنا لم نفهم لأنّنا عندما منعنا توزيعها عدّد ذلك أحيانًا صراعًا ضدّ حرّيّة التعبير. على الرغم من أنّ مقاومتنا لها لم يكن هدفه إلّا أن نفرض أن تعجز هذه الصحافة، التي تعيش على حساب التعدديّة والكيفيّة، أن تعجز عن احتقار المُقتضيات ذاتها التي للصحافة بعامة. توجد صراعات، لكن ما إن تُطرح المشكلة، فإنّها تتركز على الصحافيّين: ولكن هل الصحافيّون هم الذين دوّمًا يُصدرون الصحف التي تتألف بنسبة ٥٠ - ٦٠٪ من برقيات عاجلة، ليس هذا فحسب، وإنّما تضمّ أيضًا عددًا من المراسلين والصحافيّين بالصفحة الذين، لكونهم يتقاضون بالسطر وفي وضعيّة وقتيّة جدّ هشة، يُخشى أنّهم قد لا يكتبون غير ما تتوقّعه منهم الإدارة؟ كلّ واحد في المهنة يُصارع في زاويته: ينبغي خلق تطابق قوي كفاية لتمثيل بدائل. عندئذ، في نطاق مُعيّن، أوافق على فكرة أنّ «لدينا وسائل الإعلام التي نستحقّها»، لا التي طالبنا بها، إنّما وسائل الإعلام التي تفرض نفسها اجتماعيًّا. كلّ تحقيقات الرأي تُبين أنّ ثمة طاقة حقيقيّة في الشعب لاستخراج رأيٍ نقديّ جدًّا حول ما تُنتجه وسائل الإعلام وما تُصبح عليه.

إنّ اقتراح إنشاء فدراليّة للاتصال داخل الكنفدراليّة العامّة للشغل (CGT) لتجمّع البنى القائمة قد طُبّق، لكنّها بقيت جامدة. تهدف هذه الفكرة إلى جمّع

قوى تقدّميّة في هذا المجال، لتكون «قوى مضادّة للسلطة» حقيقيّة، لمواجهة واقع تركيز السلطة الإعلاميّة بين أياديّ يتناقص عددها مع الأيام، هي أياديّ مترسّخة في السلطة التجاريّة. أخيراً، في غياب مشروع سياسيّ مُتسق حول وسائل الإعلام، أي أخلاقيّ، لكن أيضاً اقتصاديّ واجتماعيّ، أعتقد أننا سنعاني في تحريك القوى الاجتماعيّة للمطالبة بتلفزيون مُختلف.

تفكير جماعيّ مفيد للعمل ولتعريف موقع المؤرّخ

في ضوء التنوّع والجودة للمقاربات التي اقترحها هذا الموضوع على المُتحمّاورين، فإنّه من العسير الاستنتاج. إنّ هذه المبادرة وَفّت بوعدها بأن سمحت بفتح تفكير عامّ، بوجهات نظر مختلفة. وساهمت في إبراز مسارات عمل مع الحكم على نتائج التجارب التي تجري سجّالاً أيضاً. إنّ معضلة إنتاج التمثيلات هي، دائماً، في قلب المناقشات حول التلفزيون. ولا ريب في أنّ إنتاج التمثيلات ليس هو ذلك النوع من الصناعة الشيطانيّة التي تتوفر على كلّ سلطة نرغب بوصفها، لأنّ قوّته، أيّ القدرة على الإضرار التي تُنسب إليه تنشأ عمّا تعكسه، أيّ عن مجموعة تنتمي إليها وتُسيطر عليها. هذا هو السبب الكامن وراء عدم الحاجة إلى وزارة إعلام تُراقب بدقّة الصحفيين، فهؤلاء غارقون في علاقة الهيمنة التي تبعاً لها صيغت طريقتهم في صنّع الأخبار.

إذا أردنا تغيير التلفزيون ودوره، فذلك بلا شكّ، وكما اقترح عدد من المُشاركين، يكون من خلال إسهام أكبر للمواطنين في العلاقات بين المجتمع ووسائل الإعلام؛ هنا بواسطة عمل تلفزيون محليّ قريب من المواطن، وهناك بواسطة العمل الجماعيّ الذي يفرض علاقة قوّة ماديّة تُشكّل أيضاً علاقة قوّة للأفكار، وفي مكان آخر بخلق الحدث من أجل إدراجه ضمن الأحداث الجارية ومباغته وسائل الإعلام. نرى أنّ المسألة تتعلق بإنشاء قوى مضادّة للسلطة ونشر

الديمقراطية أكثر من كونها مسألة هجوم على التلفزيون ووسائل الإعلام على نحو منظم، وإن تكن اليقظة على الأغلب تتعلق بهم، لأنّ فضح إفراطهم هو رهان ضمن الرهان السياسيّ الأعمّ الذي يمكن أن يُساعد في بعض أعمال نشر الوعي. إذا كان من صلة بين التمثيلات العقلية والسلطة التي تُمارسها وسائل الإعلام على مجرى الأفكار، فإنّ تلك التمثيلات هي الأثر لتاريخ يُشارك الإنسان فيه كعامل واع لتشكيل فكره الخاصّ.

إضافة إلى الإضاءات التي يُمكن أن تُعطيها التجاربُ الماضية، فإنّ ما يمكن أن تُبينه مثل هذه الندوة للمؤرّخ، هو الفائدة المتأتية من غنى التحليلات التي تقوم بها قطاعات أخرى أو أطراف اجتماعية مُعاصرة للعمل على موضوع ما. يمكن أن يكون هناك مجال لخيار ضمن التفكير المُشترك حول الطريقة التي يمضي بها المجتمع قدمًا في مجال كهذا، وفق قراءة الحاضر والماضي المطروح للنقاش. هناك مسؤولية تقع على عاتق المؤرّخ، مسؤولية عدم السماح لتاريخ رسميّ بأن يرتهن الذاكرة الجماعية ومن ثمّة التاريخ الذي سيأتي على مجتمعنا. إنّ العلاقات التجارية الحاكمة تقترح حدودًا لمستقبل سيُبنى على أسس قراءة انتقائية ومُؤيِّدة أحيانًا للماضي. هنا لا يعود المؤرّخ باحثًا فحسب، بل تتواطأ وظيفته النقدية مع المصلحة العامة، التي تربطها صلة بكيفية مناقشة الأفكار التي تُغذي التعددية والتوجه السياسيّ.

لائحة المصادر والمراجع

١. إن هذه المؤسسة التي شكّلت في آذار ٢٠٠٠ تضمّ باحثين من قطاعات مُختلفة ولهم اهتمامات مُتشعبة، إضافةً إلى مناضلين من مُنظمات سياسية مُنخرطة في الحركة الاجتماعية، ومُناضلين نقابيين واختصاصيي تواصل، يمزجون بين تجاربهم ومهاراتهم، وذلك بغية تحليل تطوّر السلوكيات الاجتماعية والسياسية الأكثر تنظيمًا.

٢. انعقد هذا المؤتمر يوم السبت ٢٣ تشرين الثاني ٢٠٠٢ في باريس، في ساحة كولونيل - فايان Colonel-Fabien. يضمّ هذا العرض المُداخلات التي شهدها المؤتمر، والتي خَرَجَت إلى النور بعد بضعة أشهر من انعقاد المؤتمر، وقد أُرْفِقَت بالملاحظات التي سُجِّلت خلال المؤتمر.

3. Les Cahiers d'histoire. Revue d'histoire critique, n 86. Dossier: Démocratie, pouvoirs et propagande en France au XX e siècle. De la paix de Versailles à la guerre du Golfe, coordination: Guylain Chevrier .Septembre 2002.
4. Idem note n 1, Chevrier Guylain, Guerre du Golfe et télévision: un mariage stratégique, .
5. Bourdieu Pierre, Sur la télévision, Paris, Raisons d'agir Editions, 1996

الميديا كمتلاعب بالعقول بنية الهيمنة الإعلامية في أعمال بيار بورديو

أحمد عبد الحليم عطية^١

تمهيد

في سياق نقده عوالم الميديا وإجراءاتها يركّز عالم الاجتماع الفرنسيّ بورديو^٢ بشكل رئيس على نقد الليبراليّة الجديدة ونتائجها الكارثيّة على الإنسانيّة. كان

١. مفكّر وأستاذ فلسفة في جامعة القاهرة - جمهورية مصر العربيّة.

ولد بورديو عام ١٩٣٠ بمنطقة دانجان جنوب فرنسا، درس الفلسفة والآداب الأنتوجرافيا والأنتروبولوجيا. وانتخب عضواً في الكوليج دي فرانس ١٩٨١. وكان لصدور العمل الذي أشرف عليه «بؤس العالم» (Le misère du monde) صدى هائل بين النقاد وفي مختلف وسائل الإعلام. أعماله المترجمة إلى العربيّة، درس في الدرس (عبد السلام بنعبد العالي)، ١٩٨٦، حرفة عالم الاجتماع (نظير جاهل)، ١٩٩٣.

العنف الرمزيّ. بحث في أصول علم الاجتماع التربويّ (نظير جاهل)، ١٩٩٤. أسئلة علم الاجتماع (إبراهيم فتحي)، ١٩٩٥. أسئلة علم الاجتماع. في علم الاجتماع الانعكاسيّ عبد الجليل الكور، ١٩٩٧. قواعد الفنّ (إبراهيم فتحي)، ١٩٩٨. التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول (درويش الحلوجي)، ١٩٩٩. أسباب عمليّة، إعادة النظر بالفلسفة، (أنور مغيث)، ١٩٩٨؛ ثم بعنوان: العقلانيّة العمليّة. حول الأسباب العمليّة ونظريّتها (عادل العوا)، ٢٠٠٠. السيطرة الذكوريّة (أحمد حسان)، ٢٠٠١؛ ثم الهيمنة الذكوريّة (سلمان قعفراني)، ٢٠٠٩.

بؤس العالم (محمد صبح)، ٢٠٠١. إعادة الإنتاج، (ماهر تريميش)، ٢٠٠٨. راجع دراسة «بؤس العالم» عن كاظم جهاد في موقع مجلّة الكرمل . www.alkarmel.org

العمل الكبير الذي أشرف عليه وصدر تحت عنوان «بؤس العالم» تعبيراً عن هذا التحوّل الراديكاليّ. وهو أحد آخر المفكرين الكبار الذين تركوا بصماتهم الفكرية في مجال نقد الكولونيالية وأثروا بشكل عمليّ في المحرّكات الاجتماعيّة والسياسيّة التي شهدها النصف الثاني من القرن العشرين. كما يعتبر أحد أهمّ المنظرين الذين تُعدّ أعمالهم أدوات للنضال الفكريّ والنظريّ فيما يُعرف بحركة العولمة البديلة. جسّد الأفكار والمبادئ التي روج لها في أعماله الفكرية إلى ممارسات عملية من خلال مشاركته في المظاهرات والحركات الاجتماعيّة والسياسيّة مباشرة. وقد أنشأ شبكة من الجمعيات والمنظمات الاجتماعيّة والثقافية التي احتلت مواقع قويّة على خارطة العمل السياسيّ / الاجتماعيّ والفكريّ في المجتمع الفرنسيّ^١.

يرى بورديو أنّ العلاقات الاجتماعيّة في المجتمعات الحديثة، تنقسم إلى حقول؛ أي إلى فضاءات اجتماعيّة أساسها نشاط معيّن (مثلاً: الصحافة، الأدب، كرة القدم، إلخ). يتنافس فيها الفاعلون لاحتلال مواقع السيطرة مثلاً، يريد الصحافيّ أن يشتغل في أوسع وأقوى جريدة وبعدها يحاول أن يحصل على أعلى منصب في تلك الجريدة، إلخ.. فعلى غرار التصرّو الماركسيّ، يبدو العالم الاجتماعيّ، عند بورديو، ذا طبيعة تنازعيّة، بيد أنّه يؤكّد أنّ التنازعات المكوّنة للعالم الاجتماعيّ تخصّ مختلف الحقول، وليست مجرد صراع بين طبقات معيّنة وثابتة.

وهكذا يتميّز كلّ حقل فضائيّ باستقلاليّة نسبيّة عن المجتمع ككلّ. وتتميّز هذه الفضاءات بالتراتبية الطبقيّة والاجتماعيّة، وباشتداد الصراع الديناميّ والتنافس

١. درويش الحلوجي: مقدّمة كتاب بيير بورديو التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، دار كنعان للدراسات

الشديد بين الأفراد حول الامتيازات المادية والمعنوية، والصراع حول مواقع السلطة والهيمنة، حسب طبيعة رأس المال الذي يملكه كل فرد داخل المجتمع. ويكون الصراع في كل حقل حول مصالح مشتركة أو مصالح خاصة بكل فرد على حدة. ويخضع الحقل لمجموعة من القواعد، مثل: الصراع المحتمل بين الجيل القديم والجيل الجديد. ومن ثم، يخضع الحقل لمنطق التنافس والصراع والهيمنة والعيش المشترك^١.

المهم بالنسبة إلى نقدية بورديو لإمبريالية الميديا هو عمل بورديو الذي كرس له جهده في السنوات الأخيرة من التسعينات، عنيابه الدور السالب الذي تلعبه وسائل الإعلام والميديا الجديدة. في هذا العمل قدّم نقداً حاداً لفساد وسائل الإعلام الفرنسيّة وتبعيّة المثقّفين الفرنسيين - أو كما يسمّيهم كلاب الحراسة الجدد- لوسائل الإعلام من صحافة وإذاعات وبشكل خاصّ الدور الخطير الذي يلعبه التلفاز في تكريس الأوضاع والمصالح السائدة، وفي التفرغ السياسي والتلاعب بعقول المستهلكين من المشاهدين والذي يقدم تحليلاً لبنيته وآلياته. فلقد تنبّه على ضرورة خلق أشكال جديدة للحركة، ونماذج فكرية، وتنظيمية غير تقليدية حتى يمكن مواجهة المرحلة الجديدة التي وصلت إليها الرأسمالية العالمية في طبعها النيوليبرالية، والتي عرفت باسم العولمة. لم تعد الأشكال القديمة للنضال الاجتماعي والسياسي قادرة وحدها على مواجهة التوحش الإعلامي والمالي الناتج من تزاوج التكنولوجيا الجديدة وعالم المال.

«الموضع السابق ص ١٢». وبسبب النجاح الجماهيري الذي حققه كتابه التلفاز والتلاعب بالعقول الذي يحلّل فيه حالة الميديا ويسعى إلى إظهار تأثيرات شاشة التلفزيون وما تنتجه من برامج وصور بعيدة عن أيّ موضوعية وتعكس رؤية

١. جمال حمداوي: المفاهيم السوسيولوجية عند بيير بورديو، موقع الألوكة <http://www.alukah.net>

للعالم غير محايدة سياسياً. تعرّض بورديو لهجوم حادّ من الحلقات الصغيرة لكهنة الميديا في الصحف وقنوات التلفزيون. ويشبّه بعضهم الدور الذي يمثله بورديو بالنسبة للحركات المناهضة للعلومة النيوليبراليّة، أو حركات العولمة البديلة كما تُعرف حالياً بالدور الذي لعبه هربرت ماركوز، وشي جيفارا، بالنسبة لحركات الشباب التي هزّت العالم عام ١٩٦٨. «ص ١٦»

تكمّن أهميّة أطروحات بورديو في عدم اكتفائها بنقد الفضاء الميديائيّ الغربيّ، وإنّما شملت الميديا العربيّة والقنوات الفضائيّة في سمائنا؛ الأمر الذي يفتح الطريق للتأمّل والتفكير فيما هو أبعد من ذلك، وتحديدًا في طبيعة المجتمع الذي نعيش فيه في الوقت الراهن. وكذلك الدور الذي تلعبه ولا زالت تلعبه وسائل الإعلام العالميّة، وخاصّة دور القنوات الفضائيّة العابرة للحدود الجغرافيّة. وهذا ينطبق على ما يتعلّق بالأحداث التي تشهدها المنطقة العربيّة في فلسطين والعراق؛ القنوات التلفزيونيّة لم تعد مجرد قنوات تقدّم برامج للتسلية أو للتثقيف إنّما هي كما قد أصبحت أدوات الضبط والتحكّم السياسيّ والاجتماعيّ في المجتمعات الراهنة، أو هي وفقاً للمصطلح الذي استخدمه بيير بورديو عبارة عن أدوات «للعنف الرمزيّ» الذي تمارسه الطبقات الاجتماعيّة التي تهيمن وتسير عليها هذه الأدوات.

ولا مناص من الإشارة هنا إلى مستويين يفصحان عن ضرورة الاعتناء بالنقد الذاتيّ الجاري حول الميديا في المجتمع الغربيّ؛ أولاً: مستوى الموضوع المباشر الذي يعالجه ويحلّله، وهو الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الحديثة وفي القلب منها التلفاز، من «تلاعب وتأثير» في عقول الناس. كيف تقوم هذه الوسائل بتشكيل الأفكار والوعي العام؟ كيف تعمل هذه الآليّات في توجيه الوعي والرأي العام وتشكيلهما؟ من يقوم بالتحكّم في هذه الآليّات وإدارتها؟

هل هم الصحفيون الذين يعملون في هذه الأجهزة أو أنه «النظام» أو «البنية»^١ التي يعملون في إطارها؟ وثمة مستوى آخر من التفكير والتأمل يمكن أن نصل إليه يتعلّق بطبيعة المجتمع ككلّ. هذه الآله المركّبة، أي المجتمع، تخضع لأدوات ضبط وتحكّم تهدف إلى توجيهها نحو استراتيجيات محدّدة. ودور أدوات الضبط والتحكّم هذه هو إحكام السيطرة على المحاور والتروس والحركات المختلفة التي تتمّ داخل هذه الآلة أي المجتمع. والذي يقبع وراء ذلك كلّه ليسوا أفراداً معيّنين، لكنّه «منطق النظام» ذاته، ذلك المنطق الذي شيّد على أساس تفضيل مصالح فئات وشرائح اجتماعية معيّنة وهيمنتها ضدّ مصالح فئات وشرائح اجتماعية أخرى.

معنى ذلك أنّ الموضوع الذي يعالجه بورديو يتعلّق في مستواه المباشر بتحليل بنية أحد منتجات التكنولوجيا الحديثة التي تُعرف بتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وآليّاته، لكن الموضوع غير المباشر هو علاقة الأيديولوجيا بهذه التكنولوجيا. فالتوظيف والمضمون الأيدلوجيّ لهذه التكنولوجيا يجد أوضح مثال له في الدور الذي يلعبه التلفاز؛ التأثير المباشر في المشاهدين؛ يمتدّ هذا التأثير إلى مجالات الإنتاج الثقافيّ الأخرى، وهو ما ينبّه بورديو إلى خطورته بشكل خاصّ. «ص ٢٣»

نقد الأيديولوجيا الناعمة

إنّ التحوّل الجديد الذي طرأ خلال السنوات العشر الأخيرة من القرن العشرين وحتى الآن هو انفراد ما يمكن أن نسمّيه بالأيديولوجيا الناعمة بموقع الصدارة في وسائل الإعلام المختلفة. وتتمثّل هذه «الأيديولوجيا الناعمة»^٢ في تلك الجرعات

1. SYSTEME- STRUCTURE

2. Ideologie soft

اليومية، بل اللحظية التي تبثها وسائل الإعلام الحديثة، وكذلك الوسائط المتعددة، وانتشار شبكة الأنترنت على المستوى العالمي. هذه الجرعَات تتغلغل وتنساب إلى عقول المشاهدين، والقراء، والمستمعين، ومستخدمي الوسائط المتعددة والإنترنت بهدوء وبلا ضجيج، على عكس ما كان يتم في السابق.

وعند بورديو هنالك من يملكون وسائل الإنتاج وأدوات السيطرة والتحكم من ناحية، ومن ناحية أخرى هناك دائماً أولئك الذين يخضعون لشروط هذه السيطرة ويسعون للتحرر منها. وإذا كنا قد دخلنا في مرحلة جديدة من مراحل تطوّر المجتمع؛ تلك التي يطلق عليها اسم «مجتمع المعلومات»، فإن السؤال الذي يواجها على الفور هو من يملك المعلومات؟ والإجابة عند بورديو واضحة وهي أن من يسيطر على هذه المعلومات ووسائل نشرها في المجتمعات المعاصرة؛ هو الذي يحكم ويفرض رؤيته على الآخرين. الذين يملكون ويسيطرون على أكبر الشبكات التلفزيونية في الولايات المتحدة الأميركية هم أمثال: بوستن هيرالد، شيكاغو تريبيون، لوس أنجليس تايم، نيويورك تايمز، يو، إس. توداي، وول ستريت جورنال، واشنطن بوست، تايم ونيوز ويك (الخ) شركات صناعية ومالية عالمية مثل كابيتال سيتي، وجنرال إلكتريك، وكوكس إنتربرايز، الخ. بالإضافة إلى أسماء كبار المالكين والمساهمين من أمثال روبرت مردوخ، وارن بوفيت، ولورانس تيتش صاحب سلسلة فنادق لويس، وتديرنر (شبكة سي. ان. ان)، وأسرة أوشن-سلزبرجر، وأسرة هيرست، وأسرة جراهام، «الحلوجي مقدمة الترجمة» الخ. إن شبكات التلفاز والمذياع وكبريات الصحف والمجلات التي تؤثر في الرأي العام وتشكله في البلدان الأوروبية. يملكها أمثال روبرت مردوخ المتوجّح بإمبراطور أو ملك الميديا؛ وراء ملكية كبريات الصحف الإنجليزية الواسعة الانتشار، وكذلك شبكات التلفزيون وقنوات البث عبر الأقمار الصناعية،

وربما يكون المثال الأكثر دلالة الذي يجسّد مدى خطورة هذه الظاهرة هو مثال سيلفيو بيرليسكوني في إيطاليا.

وبالمثل يمكن أن نتساءل من الذي يملك ويهيمن على أجهزة الإعلام العربيّة ويضع سياستها، وخاصة شبكات التلفاز التي تشكّل الوعي والرأي العام في الفضاء العربيّ وتوجّههما؟ أيّ قيم وأفكار ثقافيّة تروّج لها هذه الأجهزة؟ عن أيّ مصالح اقتصاديّة واجتماعيّة تعبّر؟ إنّ جميع شبكات التلفاز والإذاعة وكذلك معظم الصحف اليوميّة والمجلاّت الأسبوعية كما نعلم مملوكة أو تدار من جانب الدول والحكومات. كما أنّ الدولة ذاتها في معظم هذه البلدان تحكمها أسر وعائلات مالكة، حيث تُحكم في غالبيّتها من قبل شبكات عائليّة واجتماعيّة تلتف حول رئيس الدولة. ومن هنا نجد أنّ ملكيّة القنوات الفضائيّة العربيّة؛ أي تلك التي تبثّ عبر الأقمار الصناعيّة ويتمّ استقبالها في جميع البلدان ظلّت تعكس نفس التركيب الخاصّ بملكيّة وسائل الإعلام المحليّة داخل الدول العربيّة. مثلاً قناتا ART-MBC يهيمن عليهما تحالف كلّ من الشيخ صالح والشيخ الوليد بن طلال والشيخ الوليد الإبراهيمي، وهناك قناة تلفزيونيّة أخرى أنشأها ويديرها ابن شقيق رئيس سابق لإحدى الدول العربيّة، كما أنّ قناة الجزيرة التي اكتسبت شهرة واسعة، أنشأها أحد الأمراء. ومن هنا ندرك العلاقة القويّة بين دور وسائل الإعلام من جانب وبين توظيفها من السلطة، والمصالح المتبادلة بين المال والإعلام والهيمنة. (الموضع السابق، ص ٢٩)

ويكاد يكون من المستحيل فهم لماذا أصبحت المعلومات ووسائل الاتصال الحديثة تعبّر عن هذه المصالح من دون الإجابة عن السؤاّل المركزيّ الخاصّ بملكيّة المعلومات ووسائل نقلها.

يكشف التلفاز من خلال الآليّات المتعدّدة التي يحدّدها بورديو عن خطر كبير

جدًّا يهدّد مجالات مختلفة على مستوى الإنتاج الثقافي. كما يكشف كذلك عن خطر كبير لا يقلّ تهديدًا للحياة السياسيّة وللديموقراطية. إنّ التلفاز ومعه جزء من الصحافة، مدفوعين بمنطق اللهاث وراء مزيد من الإقبال الجماهيريّ، قد أتاحوا وسمحوا للمحرّضين على الممارسات والأفكار العنصريّة والمعادية للآخر من خلال تقديم التنازلات التي يمارسونها كلّ يوم.

وعلى هذا يهدف بورديو في عمله عن التلفاز والتلاعب بالعقول إلى وضع ما هو أساسيّ في المحلّ الأوّل بديلاً من السائد والمهيمن على أجهزة الإعلام، أي إبراز الخطاب المختلف عن ذلك الذي يمارس يوميًّا في التلفاز. ويعتبر الخطاب الجيد التركيب، الذي استبعد شيئاً فشيئاً من برامج التلفزيون، القاعدة المستهدفة للخطاب الذي يقدّم في التلفزيون، يظلّ في الحقيقة أحد الأشكال الأكثر إحكاماً لمقاومة التعصّب وللتأكيد على حرّيّة التفكير.

إنّ ذلك الذي يقوم به ويهدف إليه ينخرط ضمن استكمال ومواصلة النضال المستمرّ لكلّ العاملين في مجال الصورة المرتبطين بالنضال من أجل «استقلال رمزهم الإعلاميّ»، وعلى وجه الخصوص التأمّل النقديّ في الدور الذي تلعبه الصور، هذا العمل بدأ بتساؤلات سياسيّة (أنا أقول سوسيولوجيّة) عن الصور والأصوات والعلاقات بينهما». «بورديو ص ٣٥-٣٦». يأمل بورديو أن تُسهّم هذه التحليلات التي يقدّمها في إعطاء أدوات أو أسلحة إلى أولئك الذين يتعاملون مع مادّة الصورة ويسعون من أجل ألاّ يتحوّل هذا الذي يمكن أن يكون أداة رائعة للديمقراطية إلى أداة للقمع الرمزيّ. يرى أنّ علينا أن نمتنع عن التعبير عن آرائنا من خلال التلفاز؟ إلاّ «تحت شروط معيّنة ويتساءل: لماذا نقبل الاشتراك في برامج التلفاز في ظلّ الظروف العاديّة؟ يضيف بورديو أنّه بقبول الاشتراك في برنامج تلفزيوني من دون أن يشغل بالنا معرفة إذا كان من الممكن أن يقال بعض

الشيء، فإن ذلك يعتبر بشكل واضح خيانة، بأننا لسنا هنا لنقول شيئاً ما، وإنما لأسباب أخرى تماماً، وبشكل خاص حتى نُشاهد وأن نكون موضع رؤية الآخرين « الموضوع السابق ص ٣٩-٤٠ »

في حالات معينة، يستطيع بعضهم - كما يبيّن بورديو - أن يجد أن هناك واجباً عليه أن يؤدّيه عبر التلفاز بشرط أن يكون ذلك ممكناً في ظلّ شروط معقولة. يجب الأخذ في الاعتبار خصوصيّة الأداة التلفزيونيّة. لقد أصبح التلفاز، يقدّم إمكانيّة الوصول إلى كلّ الناس. ويشير بورديو بعض الأسئلة: بخصوص التلفاز هل ما عندي لكي أقوله موجّه لكلّ الناس؟ هل أنا مستعد أن أجعل من شكل خطابي نوعاً من الخطاب الذي يمكن أن يكون مسموعاً من كلّ الناس؟ هل يستحقّ هذا الخطاب أن يُسمع من كلّ الناس؟ وذهب إلى ما هو أبعد من ذلك: هل يجب أن يُسمع هذا الخطاب من جميع الناس؟ ويعترف لقد كنت مضطراً دائماً أن أحدّد قبولي أو رفضي للمشاركة في التلفاز تبعاً لهذا التفحص الدقيق لهذه التساؤلات. إنّ الاشتراك في برامج التلفاز يتمّ تحت رقابة فقدان الاستقلاليّة يرتبط مع أشياء أخرى بحقيقة أنّ الموضوع المعروض قد تمّ فرضه، وإنّ شروط الاتصال والحوار قد تمّ فرضها كما أنّ تحديد الزمن المفروض على خطاب المشاركين يفرض بشكل خاصّ حدوداً، هذه الرقابة تمارس على المدعوين، والصحفيين من مقدّمي البرامج الذين يمارسون هذه الرقابة؛ لأنّهم يتوقّعون أنّ ما سيقال هو كلام في السياسة. من الصحيح أنّ هناك تدخلات سياسيّة / تحكّماً سياسياً، لكن من الحقيقيّ أيضاً أنّه يوجد جيش احتياطيّ، وقدر كبير من عدم الاستقرار في وظائف العاملين بالتلفاز والإذاعة؛ لذا فإنّ الميل نحو الخضوع للأعراف السياسيّة السائدة هو إلى حدّ ما ميل كبير جداً. الأفراد يخضعون للأعراف بشكل واعٍ أو بشكل غير واعٍ.

إنَّه من الحقيقيِّ القول إنَّ الذي يمارس الضغط على التلفاز هو المحدّد الاقتصاديّ. هذا يعني أنَّه لا يمكن السعي لقول شيء عبر التلفاز غير ذلك الذي يُحدّد مقدّمًا من قبل أولئك الذين يمتلكون هذه المحدّدات، أي من قبل المعلنين الذين يدفعون ثمن إعلاناتهم.

إشكالية التحليل السوسولوجي

إنَّ التحليل السوسولوجي الذي يدعو له ويهدف إليه بورديو يواجه شيئًا من سوء الفهم: من هؤلاء الصحفيين الذين انخرطوا في موضوع التحليل، لديهم ميل للاعتقاد بأنَّ العمل التوضيحي والشرح، وكشف الحجاب عن الآليات، هو عمل تشهيريّ موجّه ضدَّ أشخاص هو «هجوم» أو نوع من التشهيرات، إنَّهم يشعرون بأنَّهم مستهدفون وفي حالة اشتباك، بينما كلِّما تقدّمنا في تحليل وسط ما، كلِّما وصلنا إلى تخليص أفراد هذا الوسط من مسؤولياتهم الفرديّة - ذلك لا يعني تسويغ كلِّ ما يجري - كذلك فإنَّنا نفهم بشكل أفضل كيف يعملون، كما نفهم كذلك أنّ الأفراد الذين يشتركون في ذلك يخضعون للتلاعب والتأثير بقدر ما يمارسون هم أنفسهم عمليّة التلاعب والتأثير، إنَّهم يمارسون التلاعب والتأثير في الآخرين في كثير من الأحيان بشكل أفضل. «بورديو ص ٤٥»

إنَّ الإعلان عن الفضائح، وعن الأحداث وعن إساءات هذا المذيع أو ذاك، أو المرتبات الخياليّة المفرطة والمبالغ فيها لبعض المنتجين لا يمكن أن تؤدّي إلى تحويل الأنظار عما هو أساسيّ باعتبار أنّ فساد الأفراد هو قناع لهذا النوع من «الفساد البنيوي» الذي يمارس على مجمل اللعبة من خلال آليات مثل التنافس على كسب جزء من السوق. إنَّ التلفاز يمارس نوعًا من «العنف الرمزيّ» المفسد والمؤذي بشكل خاصّ، العنف الرمزيّ هو عنف يمارس بتواطؤٍ ضمينيّ من قبل هؤلاء الذين يخضعون له وأولئك الذين يمارسونه بالقدر نفسه.

إنَّ جزءاً من العمل الرمزيّ للتلفاز على مستوى المعلومات يتمثل في جذب الانتباه نحو أحداث تتميز بأنّها تهّم كلّ الناس، ومنها ما يمكن أن نقول عنها إنّها بمنزلة أوتوبيس أو حافلة عامّة - يستقلّها كلّ الناس. كذلك الأحداث المتفرّقة التي هي كما يقول بمنزلة السلع الغذائيّة الأوّليّة بالنسبة للمعلومات المهمّة جدّاً؛ لأنّها تهّم الجميع من دون أن تؤدّي إلى نتيجة ما، وهي تستهلّ وقتاً يمكن استخدامه لقول شيء آخر.

وكثيراً ما يتمّ استخدام الزمن؛ الدقائق الثمينة جدّاً لكي تقال أشياء تافهة فارغة جدّاً، إنّ هذه الأشياء التافهة جدّاً هي في الواقع مهمّة جدّاً بالقدر الذي تخفي فيه أشياء ثمينة بالفعل. عند هذه النقطة علينا أن نعرف أنّ هناك نسبة مهمّة من الأفراد الذين لا يقرؤون ومن هنا وهبوا أنفسهم جسداً وروحاً للتلفاز كمصدر وحيد للمعلومات؛ لذا يتمتع التلفزيون بامتلاك نوع من الاحتكار للحدث بدلاً من تكوين العقول. بالتركيز على الأحداث المتفرّقة يتمّ إحلال الوقت النادر بزمن فارغ، بلا شيء أو تقريباً لا شيء بتجنّب المعلومات الملائمة التي يجب أن يمتلكها المواطن كي يمارس حقوقه الديمقراطية.

يستمرّ تحليل بورديو الذي يظهر لنا أجزاء من مظاهر تلاعب التلفزيون والميديا بالعقول؛ ذلك أنّه عندما يعرض التلفزيون أشياء يتمّ إخفاؤها عن طريق عرضها، وبوساطة عرض شيء آخر غير ذلك الذي يجب عرضه، إذا ما تمّ عمل المفروض عمله، إيّ إعلام المشاهد؛ ويستشهد بمثالين من أعمال باتريك شامبان¹. في كتاب «بؤس العالم» الذي خصّص فصلاً للصورة التي تقدّمها وسائل الإعلام للظاهرة المعروفة باسم ظاهرة الضواحي يبيّن فيه كيف أنّ الصحفيين مأخوذون في آن واحد بميولهم ومسؤولياتهم الوظيفيّة، بروّيتهم للعالم، بتكوينهم، وبمراتبهم

1. Patrick Champagne

المهنيّة، ولكن أيضًا بالخضوع لمنطق المهنة، يختارون من هذا الواقع الخاصّ أي الحياة في مناطق ضواحي المدن.

إنّ الصحفيين انتقائيون يشبّهون «نظارات» خاصّة بواسطتها يرون أشياء معيّنة، ولا يرون الأشياء الأخرى؛ كما أنّهم يرون هذه الأشياء بطريقة معيّنة. إنّهم يمارسون عمليّة اختيار ثمّ عمليّة إعادة تركيب لذلك الذي تمّ اختياره.

الفكرة التي على أساسها يتمّ اختيار الأعمال التي تقدّم هي البحث عما هو مشير، عن ذلك الذي يجذب ويدفع للمشاهدة. يسعى التلفاز إلى دفع الأمور نحو إضفاء طابع «الدراما»، وذلك بمعنى مزدوج: إنّّه يضع في المشهد، في الصورة واقعة أو حدثًا ثمّ يقوم بالمبالغة في أهمّيّتها، في خطورتها وفي صفاتها الدرامية والتراجيديّة، فإنّ ما سيشدّ الاهتمام ويشير حفيظة المشاهد هو الانتفاضات وأحداث العنف. هذه بالفعل كلمات كبيرة، وهو المطلوب. يجب استخدام كلمات خارقة للعادة. يمكن للكلمات أن تسبّب الدمار والخراب وعلينا نحن أن نتذكر أنّ كلمات تسبّب فزعًا للغرب بسبب الاستخدام الإعلاميّ لها، مثل: إسلام، إسلاميّ، إسلامويّ، مسلم - هل الحجاب هو حجاب إسلاميّ أو حجاب مسلم؟ هل تأثيره ذلك يكمن ببساطة في مجرد الشكل أو أكثر من ذلك.

إنّ مثل هذه الكلمات تخلق أشياء، تخلق تصوّرات والتخيّلات الخادعة، تحدث الخوف، كما يقول بورديو. الخارق للعادة هو ذلك الذي يعدّ مختلفًا عما هو عاديّ؛ ذلك الذي يفرض متابعة «السبق المثير» حتّى يكون أوّل من يشاهد وأوّل من يدعو إلى مشاهدة أشياء معيّنة، ثمّة استعداد بدرجة كبيرة إلى فعل أيّ شيء، كما لو أنّه يتمّ النسخ والنقل بشكل مشترك بالنظر إلى سبق الآخرين، أن تفعل ذلك قبل الآخرين، أن تفعله بشكل مختلف عن الآخرين، ثمّ ينتهي الأمر بأن يفعل الجميع الشيء نفسه، البحث عن السبق المثير، ذلك السبق الذي يؤدّي

في مجالات أخرى إلى التفرّد وإلى إنتاج أعمال أصيلة ينتهي به الأمر هنا إلى القولية والابتدال. «انظر بورديو ص ٥١» .

إنّ هذا البحث العنيد الذي يهتمّ بما هو خارق للعادة وغير مألوف فيما يبيّن لنا بورديو يمكن أن يتضمّن الكثير من التأثيرات السياسيّة بالإضافة إلى الإرشادات والتعليمات السياسيّة المباشرة أو الرقابة الذاتيّة المستوحاة من الإطارات المحدّدة لعمليّة الاستبعاد. من هنا تأتي المخاطر السياسيّة الملازمة للاستخدام العاديّ للتلفاز؛ من حقيقة أنّ للصورة تلك الخاصيّة التي يمكنها أن تنتج ما يسمّيه نقاد الأدب «تأثير الواقع»، الصورة يمكنها أن تؤدّي إلى رؤية أشياء وإلى الاعتقاد بما تراه.

علينا أن نتابع تحليل بورديو هذه المسألة وهو يحدّدها لنا كالاتي: الأحداث المتفرّقة، الحرائق أو الحوادث اليوميّة؛ يمكن أن تُعبأ وتُشحن بتورّطات ومضامين سياسيّة وأخلاقيّة قادرة على إثارة مشاعر قويّة غالباً سلبية؛ مثل المشاعر العنصريّة ومشاعر الزينوفوبيا (العداء للأجانب)، مركّب من الخوف والعداء للآخر، والنتيجة النهائيّة هي أنّ واقع التقرير أو التسجيل التقريريّ للواقع¹ يستلزم دائماً بناءً اجتماعياً للواقع قادراً على ممارسة تأثيرات اجتماعيّة تعبويّة.

والخطورة الناتجة من ذلك أنّ التلفاز الذي يسعى لأن يكون أداة لتسجيل الأحداث يصبح أداة لخلق الواقع. إنّنا نذهب أكثر فأكثر نحو عوالم حيث الحياة الاجتماعيّة توصف وتفسر بواسطة التلفاز؛ إذ يصبح هو الحكم للانخراط والدخول في الحياة وفي الوجود الاجتماعيّ والسياسيّ.

يعتقد بورديو أنّ الإنتاج الصحفيّ هو إنتاج غير متجانس. وأنّ الاختلافات والفروقات الأكثر وضوحاً والتي ترجع بشكل خاصّ إلى اللون السياسيّ

1. Le record 'en reporter

للصحف، تخفي تماثلات وتشابهات عميقة، وهي تعود بشكل خاص إلى الحدود المفروضة من قبل مصادر المعلومات، وكذلك بسبب سلسلة كاملة من الآليات التي منها، منطبق المنافسة. باسم المبدأ الليبرالي يردّ دائماً أنّ الاحتكار يُقوِّب وأنّ المنافسة تُؤدّي إلى التنوع. وهو يرى أنّه بالنسبة للصحفيين فإنّ قراءة الصحف عمل لا غنى عنه، وتعتبر نشرة الصحافة بمنزلة أداة عمل أساسية لمعرفة ذلك الذي سنقوله يجب معرفة ذلك الذي قاله الآخرون. هذه المسألة تُعدّ إحدى الآليات التي من خلالها يتمّ تجانس الموضوعات المقترحة للنشر.

والسؤال المهمّ الذي يثيره بورديو هو كيف يتمّ إمداد هؤلاء الأفراد بالمعلومات وهم الذين يوكل إليهم أن يمدّونا نحن بالمعلومات، ويمكن القول بشكل عام إنّ إمدادهم بالمعلومات يتمّ بواسطة موردين آخرين للمعلومات (مصادر المعلومات). هناك وكالة الأنباء المصادر الرسمية لكن الجزء الأكثر أهميّة وحسمًا من المعلومات؛ أي «المعلومات عن المعلومات» تلك التي تسمح بتقرير ما هو مهمّ، بتقدير ذلك الذي يستحقّ أن ينقل عبر وسائل الإعلام، هذا الجزء يأتي من مصادر معلومات أخرى.

ولتوضيح الصورة نقول: «إنّ المسؤولين الذين يحقّقون الإقبال الكبير من قبل المشاهدين يتمتّعون بشعور بالوضوح ليس من الضروريّ أن يشاركهم فيه الصحفيون المبتدئون، هناك المزعجون الذين يقاثلون ببأس من أجل مجرد إدخال اختلافات بسيطة داخل هذه الآلة الساحقة شديدة التجانس التي تفرضها الحلقة المفرغة للمعلومات التي تنساب بطريقة دائرية بين الأفراد خاضعين للمحدّدات المفروضة عليهم بسبب ضرورة تحقيق نسب إقبال عالية - ويجب عدم نسيان ذلك - إنّ الكوادر أنفسهم ليسوا إلاّ الأيدي المنفّذة لتحقيق نسبة الإقبال العالية هذه». «راجع ص ٦٠-٦١-٦٢».

الاعتراف بقوة السوق

الحقيقة السائدة اليوم هي - حسب بورديو - الاعتراف بالسوق كجهة رسمية لإضفاء الشرعية. فإنّ المنطق التجاريّ هو الذي يفرض نفسه على الإنتاج الثقافيّ الذي أقدّره وأعتبره ذا قيمة تاريخية حقاّ ليس إلاّ إنتاج عدد معيّن من الأفراد وهو الذي يعتبر بمنزلة الإنتاج الأكثر رقيّاً للإنسانية في الرياضيات، والشعر، والأدب، والفلسفة، كلّ هذه الأشياء قد أنتجت ضدّ معادلة الإقبال الجماهيريّ ضدّ المنطق التجاريّ. «السابق ص ٦٣».

والمثال على ذلك هي (نسبة الإقبال) التي تمارس على التلفاز تأثيراً خاصّاً جداً: ترجم في الضغط المستمرّ لكلّ ما هو طارئ وعاجل. المنافسة بين الصحف، المنافسة بين الصحف والتلفاز، بين قنوات التلفاز المختلفة، كلّ ذلك يأخذ شكل منافسة آنية لحظية من أجل السبق والإثارة¹ من أجل احتلال الترتيب الأوّل. هناك أشياء قد تمّ فرضها على مشاهدي التلفاز لأنّها قد فرضت بدورها على منتجي البرامج التلفازية، ولأنّها قد فرضت بسبب المنافسة مع المنتجين الآخرين «ص ٦٤».

معنى ذلك فإنّهم يفكرون من خلال «الأفكار الشائعة»، «الأفكار السائدة والشائعة» هي تلك التي يتقبلها الجميع؛ لأنّ المشكلة الكبرى للإعلام هي معرفة إذا ما كانت ظروف التلقّي قد تمّ استيفائها: هذا المشاهد الذي يستمع إلى ما يقال هل يمتلك مفتاح الشفرة كي يفكّ رموز ما أقوله؟ عندما ترسل «فكرة شائعة»، فإنّ ذلك يعني أنّ الأمر قد حُسم بالفعل؛ لقد تمّ حلّ المشكلة مقدّماً. وهذا الإعلام هو إعلام آنيّ ولحظيّ؛ لأنّه بمعنى ما ليس بإعلام. على العكس من ذلك فإنّ التفكير هو من حيث التعريف مخرب: يجب البدء بتفكيك (تدمير) «الأفكار الشائعة»

ثم عرضها بعد ذلك. «ص ٦٦». يشير بورديو إلى أن التلفزيون يفضل عددًا معينًا من المفكرين - السريعيين^١ الذين يقدمون غذاءً ثقافيًا على السريع^٢ وهو نوع من التغذية الثقافية التي تم إعدادها مسبقًا.

والندوات تبدو ظاهريًا أنها ندوات حقيقية، لكنها حقيقية بطريقة زائفة؛ وذلك لكي يمكن أن ندرك طبيعة هذا النوع من الندوات. سنرى سلسلة من عمليات الرقابة تتم على مستويات مختلفة. المستوى الأول: الدور الذي يلعبه مقدم البرنامج. هذا الدور هو الذي يصدم مشاهدي التلفزيون دائمًا. إنَّ مقدم البرنامج يقوم بتدخلات جبرية حاسمة. هو الذي يفرض الموضوع، وهو الذي يفرض الإشكالية، مقدم البرنامج يفرض احترام قواعد اللعبة، ويقوم بتوزيع الأدوار على المتحدثين، ويعطي الإشارات والتعليمات المهمة.

ليس هناك أحد، إلا إذا كان يمثل دورًا ما أو يتحدث بلغة مراوغة مخادعة (فارغة من المعنى)، يمكن أن يتحكم في كل شيء. إنَّ مقدم البرنامج ذاته يتدخل في الحوار مستخدمًا لغة لا واعية، طريقته في إثارة الأسئلة، نبرات صوته في أثناء الحديث. ويشير بورديو إلى استراتيجية أخرى لمقدم البرنامج التلفزيوني: هي أنه يتلاعب بالوضع الطارئ والعاجل؛ يستخدم الزمن، تحت ضغط الإلحاح، وذلك لكي يقطع الحديث، يضغط على المتحدث، بل ليقاطعه ويوقفه عن الحديث. يلجأ مقدم البرنامج إلى وسيلة أخرى، يجعل من نفسه متحدثًا باسم جمهور المشاهدين. من وجهة نظر الديمقراطية؛ إنَّ ما يمثل إشكالية في مثل هذه البرامج خاصة السبب الذي يثير مشكلة على جانب كبير من الأهمية هو: أن كل المشاركين ليسوا في الوضع نفسه من المساواة على المسرح من حيث الفرص المتساوية في الحديث والحوار.

1. Fast- thinkers

2. Fast- food culturel

يرى بورديو أنّ عليك أن تكون في خدمة أحد الأفراد ممن لديهم حديث مهمّ وتریده أن يتحدّث لكي تعرف ما الذي لديه ليعبر عنه، ما الذي يفكر فيه، وأن تقوم بمساعدته على إظهار هذه الأفكار؛ إلاّ أن هذا ما لا يقوم به مقدّمو البرامج التلفزيونية. إنهم لا يقومون بمساعدة أولئك الذين لا يمتلكون إمكانيات كبيرة للتعبير. بل دائماً ما يتمّ إعطاؤهم الكلمة في اللحظة التي لا ينتظرونها على الإطلاق، المستوى الثاني: من تفكيك العمل هو تركيب البلاتوه. إنّه يلعب دوراً حاسماً.

ثمّة مثال على هذا النوع من التلاعب: ففي أثناء حركة الاضرابات، كان هناك حلقتان متتاليتان من برنامج «حلقة منتصف الليل». «Cercle de Minuit»، وكان موضوع الحلقة هو «المثقفون وحركة الإضرابات»، في الحلقة الأولى يظهر المثقفون المعارضون لحركة الإضرابات على اليمين، في الحلقة الثانية (وهي استكمال للحلقة الأولى)، تمّ تغيير تركيب البلاتوه، بإضافة أفراد أكثر إلى اليمين واختفاء الأفراد المؤيدين للإضرابات. في هذه الحالة، فإنّ تغيير تركيب البرنامج يؤدّي إلى تغيير في مضمون الرسالة التي يمرّرها البرنامج. إنّ تركيب البلاتوه يتسم بالأهميّة؛ لأنه يعطي صورة عن التوازن الديموقراطيّ.

هناك أيضاً خاصيّة أخرى في هذا الفضاء الإعلاميّ تتمثّل في منطوق لعبة اللغة المستخدمة ذاتها. هناك الافتراض الضمنيّ الأوّل للعبة اللغة هذه هو: الحوار الديموقراطيّ كما يتمّ التفكير فيه، وفقاً لنموذج (المصارعة الحرّة)؛ يجب أن تكون هناك مواجهات وتحرّشات، الجيد (الأفضل / الفائز) هو الأكثر وحشيّة وشراسة.. وفي الوقت نفسه، فإنّ كلّ الضربات غير مسموح بها. يجب أن توجه الضربات ضمن منطوق اللغة الشكلية المتفق عليها، اللغة العاقلة. الصفة الأخرى التي يذكرها هي التواطؤ بين العاملين المحترفين في التلفزيون الذين يطلق عليهم

اسم المفكرين على السريع^١، هم متخصصو ذلك النوع من التفكير الذي يستخدم لمرّة واحدة ثم يُلقى به بعد ذلك، يطلق عليهم لقب «الزبائن الطيبين». وكثيراً ما أكون مضطراً ببدء كلّ إجاباتي بوضع السؤال المقدّم محلّ تساؤل. يثير الصحفيون من خلال رؤيتهم، أسئلة ليست لها أيّ صلة بأيّ شيء. وقبل الإجابة عن أسئلتهم، يجب القول بطريقة مهذبة إنّ سؤالك من دون شكّ سؤال مهمّ، ولكن يبدو لي أنّ هناك حول هذا الموضوع سؤالاً أكثر أهميّة. إنّ التلفاز هو أداة للإعلام ذات استقلاليّة ضعيفة جداً يقع على كاهله سلسلة كاملة من القيود التي تعود إلى العلاقات الاجتماعيّة بين «علاقات تنافس» ضاربة وقاسية بالإضافة إلى تورّطات موضوعيّة تركز على المصالح المشتركة التي يترتب عليها أنّ جهاز التلفاز، هو جهاز مطيع ومفيد.

هيمنة التلفزة الفضائيّة

والظاهرة الأكثر أهميّة هي الامتداد الهائل لهيمنة التلفاز على مجمل أنشطة الإنتاج الثقافيّ بما فيها أنشطة الإنتاج العلميّ أو الفنيّ. لقد دفع التلفاز اليوم إلى أقصى حدّ، تناقضاً مسّ كلّ مجالات الإنتاج الثقافيّ. خاصّة التناقض بين الشروط الاجتماعيّة والاقتصاديّة التي يجب أن توضع فيها حتى يمكن إنتاج أنواع معيّنة من الأعمال ذات استقلاليّة بالنسبة للضرورات التجاريّة، الخ. ومن ناحية أخرى، الظروف الاجتماعيّة لنشر الإنتاج الذي تمّ الحصول عليه في مثل هذه الظروف وتوزيعه.

ويرى بورديو أنّ التوتّرات على درجة كبيرة بين الذين يريدون حماية قيم الاستقلاليّة، والحريّة في مواجهة منطق التجارة وطلب السوق وضغوط

المسؤولين الخ. وبين أولئك الذين يخضعون ويستسلمون للضرورة، الذين يقبضون مقابل ذلك. هذه التوترات لا يمكنها أن تعبر عن نفسها على الأقل على شاشات التلفاز. يقول: «إن مهنة الصحافة هي من المهن التي نجد فيها بشكل كبير أفرادًا يعانون القلق، غير راضين، متذمرين أو مستسلمين في سخرية، في هذا الوسط يتم التعبير جماعياً بشكل كبير عن الغضب والاشمئزاز أو الإحباط أمام واقع عمل يستمرّون في ممارسته أو يعلنون أنه عمل ليس مثل الأعمال الأخرى». لكننا بعيدون عن وضع يمكن فيه لهؤلاء المستبعدين أو الخاضعين أن يأخذوا فيه شكل المقاومة الحقيقية، المقاومة الفردية، وعلى وجه الخصوص المقاومة الجماعية. (ص ٨١)

ولفهم كل ذلك يرى الفيلسوف والسوسيولوجي الفرنسي، أنه يجب الانتقال إلى مستوى الآليات الكلية، إلى مستوى البنية والتركيب. إن التلفاز عالم يجسد لدينا الانطباع بأن كل الشركاء الاجتماعيين بكل ما يتمتعون به من مظهر الأهمية والاحترام، والاستقلالية، وحتى هالات رائعة خارقة للعادة أحياناً، هم دمي لضرورة من الواجب شرحها، دمي لبنية يجب التحلل منها، وكشفها وإخراجها إلى النور. «التلفاز والتلاعب بالعقول ص ٨٢». ويعطينا مثلاً للمنافسة وحصص السوق.

يرى بورديو أنه لكي نفهم الذي يحدث في القناة التلفزيونية الفرنسية الأولى TFI على سبيل المثال علينا أن نأخذ في الاعتبار المطلوب أن تفعله هذه القناة، وأن نأخذ في الحسبان حقيقة أنها داخل عالم يتميز بوجود شبكة من العلاقات الموضوعية التي تربط بين القنوات التلفزيونية المتنافسة المختلفة، إلا أن هذا التنافس يتحدد في شكله، بطريقة غير مرئية بواسطة علاقات قوية غير واضحة وغير مدركة يمكن أن تُحدد من خلال مؤشرات ودلائل، مثل المؤشرات الخاصة

بنسبة حصّة هذه القناة من السوق أي بعدد المشاهدين وبوزنها تجاه المعلنين. وهناك أيضًا علاقات قويّة خفيذة غير مرئية تمامًا تجعل من الضروريّ أن نأخذ في الاعتبار مجمل علاقات القوي الموضوعيّة التي توجّه المجال. هي المنافسة الاقتصادية بين قنوات التلفاز أو بين الصحف من أجل كسب المشاهدين أو القراء أو كما يقال كسب حصّة من السوق، هذه المنافسة تكتمل على هيئة منافسة بين الصحفيين، منافسة تتميّز بالرهانات الخاصّة بها، مثل: «الإثارة الصحفيّة»، المعلومات المتفرّدة، السمعة والشهرة. كلّ هذا لا يحدث ولا يُنظر إليه بوصفه صراعًا اقتصاديًا بحثًا أو صراعًا من أجل الكسب الماليّ فقط، لأنّه بجانب كلّ ذلك يكون في الوقت نفسه خاضعًا للقيود والمحدّدات التي تعود إلى وضع المؤسّسة الصحفيّة داخل شبكة علاقات القوي الرمزيّة والاقتصاديّة للمجال. » راجع بورديو صفحات ص ٨٦-٨٥.

فإذا ما أردت أن أعرف ما الذي سيقوله أو سيكتبه صحفيّ ما وفقًا لرؤيته، يجب أن أعرف الموقع الذي يحتلّه داخل هذا الفضاء، أي القوّة الخاصّة التي تتمتع بها المؤسّسة التي يعمل فيها والتي تقاس من بين محدّدات وعوامل أخرى بوزنها الاقتصاديّ بنصيبها من السوق لكن أيضًا، فيما يؤكّد بورديو، بوزنها الرمزيّ الذي يصعب إلى حدّ كبير تحديده كمّيًا ويؤكد أنّه حتّى نكون كاملين، من الواجب الأخذ في الاعتبار موقع المجال الإعلاميّ القوميّ داخل المجال العالميّ، الهيمنة الاقتصاديّة / التكنولوجيّة، وخصوصًا الهيمنة الرمزيّة للتلفزيون الأميركيّ، والذي هو نموذج ومصدر للأفكار، وللأشكال، وللممارسات بالنسبة لكثير من الصحفيين.

إنّنا لكي نفهم بشكل أفضل الصورة الحاليّة لهذه البنية، فمن الأفضل إعادة إنتاج تاريخ العمليّات التي أدّت إلى وجودها. ويعطينا بورديو مثالًا أنّه

خلال سنوات الخمسينات [من القرن العشرين] كان التلفاز موجودًا بالكاد داخل المجال الصحفي؛ كان العاملون فيه خاضعين لهيمنة مزدوجة في كونهم خاضعين للسلطات السياسية بشكل خاص، ذلك أنهم كانوا خاضعين من وجهة النظر الثقافية، الرمزية، بالإضافة إلى أنهم كانوا خاضعين اقتصاديًا أيضًا، وذلك بالقدر الذي كانوا يعتمدون فيه على الدعم المقدم من الدولة، وبالتالي فإن النتيجة هي أنهم كانوا أقل فعالية وقوة من الصحفيين الآخرين بقدر كبير. ومع مرور السنين، انقلبت العلاقة تمامًا، وسعى التلفاز إلى أن يكون مهيمًا اقتصاديًا ورمزيًا. «الموضع السابق، ص ٨٧-٨٨».

إن التلفاز بسبب قدرته على الانتشار يُلقى بمشكلة على عالم الصحافة المكتوبة وعلى عالم الثقافة بشكل عام. ذلك أن الصحف الجماهيرية الواسعة الانتشار تبدو بجانبه شيئًا ضئيلًا. يحتاج إلى التجانس والتماثل والتسطيح، إلى «الامتثالية» وإلى «عدم التسييس». يصبح عملاً مناسبًا تمامًا، على الرغم من أن أحدًا لا يرغب فيه. هذا ما نلاحظه كثيرًا في الحياة الاجتماعية: وقوع أشياء لا يريد لها أحد ويمكن أن تبدو كما لو أنها كانت مرغوبة، هنا يصبح النقد المبسط خطرًا.

يوضح بورديو دور التلفاز وتأثيره في وسائل الإعلام الأخرى، ويرى أنه إذا ما حاولت أداة قوية مثل التلفاز، أن تتمحور قليلًا باتجاه ثورة رمزية، فإنه سيتم التعجيل بإيقافها... إن التلفاز يوجد في وضع لا يحتاج فيه أن يطلب منه أحد أن يقوم بما يقوم به، إن ذلك يتم فقط بسبب الخضوع لمنطق المنافسة. لقد أصبح مقدّمو نشرات الأخبار التلفزيونية، ومقدّمو برامج الندوات، والمعلّقون الرياضيون، أصبحوا جميعًا بمنزلة مديرين صغار للوعي الذي يصنعونه، أصبحوا أيضًا متحدثين رسميين باسم أخلاق برجوازية صغيرة تمامًا. وعلى الرغم من أن هؤلاء الصحفيين يحتلّون مواقع متدنية تمت الهيمنة عليها في مجال الإنتاج

الثقافي، إلا أنهم يمارسون نوعاً نادراً تماماً من الهيمنة: إن لديهم سلطة التحكم في أدوات التعبير العام، وهم يستطيعون أن يوجهوا جزءاً من هذه السلطة المكرسة لهم باتجاه مصلحتهم الشخصية. «بورديو ص ٩٤».

هنالك ملاحظة مهمّة نجدها أيضاً في التلفزيونات العربيّة هي أنّ تلفاز الخمسينات كان يرغب في أن يكون تلفازاً ثقافياً ويرغب بشكل ما وبسبب من احتكاره في أن يفرض على كلّ الإنتاج الصبغة الثقافيّة، وفي أن يشكّل أذواق الجمهور الواسع، بينما تلفاز سنوات التسعينات يهدف إلى استغلال هذه الأذواق حتّى يحقق الإقبال الأكثر انتشاراً.

وعلى هذا يرى من الضروريّ أن نذهب بعيداً إلى ما وراء المظاهر، إلى ما هو أبعد مما نشاهده على مسرح التلفاز، بل إلى ما وراء أشكال المنافسة التي تحدث داخل المجال الصحفي، وذلك حتّى نستطيع الوصول إلى فهم حقيقيّ لطبيعة علاقة القوى القائمة بين الهيئات والمؤسّسات المختلفة، وإلى إدراك المدى الذي تتحكّم فيه هذه العلاقة حتّى في الشكل الذي تأخذه التفاعلات بين هذه الهيئات والمؤسّسات. «بورديو، ص ٩٧».

وتحليلات بورديو السوسيولوجيّة لتأثير الميديا يشرحها على النحو الآتي: تخصّص افتتاحيّات النشرات للأخبار الأكثر ثابويّة والأكثر طقوسية للحياة السياسيّة من أخبار عن الكوارث الطبيعيّة وعن الحوادث وعن الحرائق، وباختصار عن كلّ هذا الذي يمكن أن يخلق اهتماماً بحب استطلاع بسيط. ذلك أنّ الأحداث المتفرّقة، تملأ الفراغ السياسيّ، وأن تقوم بعملية عدم تسييس تختزل حياة العالم إلى حكاية أو طرفة ثانويّة صغيرة غالباً ما يُستدعى فلاسفة التلفاز للنجدة، لكي يعيدوا إعطاء معنى لذلك الذي لا معنى له، ولما هو عارض؛ الذي يتمّ تقديمه بشكل مصطنع ودفعه إلى صدارة العرض ليصبح حدثاً، كارتداء الحجاب في

المدرسة، والاعتداء على المدرّسين أو كلّ أحداث المجتمع الأخرى التي تمّ صنعها جيّدًا حتى تُحدث سخطاً مثيراً للعواطف. إنّ البحث عن الإثارة، وبالتالي عن النجاح التجاريّ، يودّي عند بورديو إلى اختيار الأحداث المتفرّقة التي تخضع لمنطق البناء الدوجمائيّ البدائيّ، إلى خلق اهتمام بالغ بمداهنة الغرائز والشهوات الأكثر بدائيّة. «ص ١٠٢».

السوسيولوجيّ الفرنسيّ وهيمنة الإعلام

ولا تقتصر الهيمنة على التلفاز، بل يتناول بورديو الصحافة، ذلك أنّ عالم الصحافة عبارة عن مجال له خصوصيّة في حدّ ذاته، ولكنّه يخضع لمحدّدات المجال الاقتصاديّ وشروطه من خلال (نسبة الإقبال). هذا المجال هو نفسه يمارس تأثيراً وضغطاً على جميع المجالات الأخرى انطلاقاً من كون بنية هذا التأثير البنيويّ الموضوعيّ، المجهول، غير المرئيّ، لا علاقة له البتة مع ذلك الذي نشاهده ونراه مباشرة، مع ذلك الذي نعلن عنه عادة، أي مع ما يتمّ من تدخّل لهذا الفرد أو ذلك. «ص ١٠٥».

يسعى بورديو مزوّداً ببعض الآمال من أجل تحقيق الإيقان فيما يتعلّق بالعلاقة بين التلفاز والهيمنة؛ مثلاً إعلاء الوعي بالآليّات، أن يسهم في إعطاء بعض الحرّيّة للأفراد الذين تحرّكهم هذه الآليّات ويخضعون لها. وإذا كان جزء من التأثيرات السيّئة ينتج من العوامل البنيويّة التي توجه المنافسة، التي تسبّب استمرار حالة الإثارة. فإنّه علينا العمل على أن نجعل هذه الآليّات واعية وواضحة وجليّة، يمكن أن يودّي ذلك إلى توافق في تحييد المنافسة. «انظر بورديو ص ١٠٧-١٠٨».

ويعطينا أمثلة لما تقوم به أجهزة الإعلام؛ أوّلاً: إنّ وسائل الإعلام لا تكفّ عن التدخّل لكي تعلن عن تحديد أكبر عشرة مفكّرين ممن يعتدّ بهم؛ لأنّ هذه أدوات

ووسائل تسمح بالعمل على بورصة القيم الفكرية، ومن بينها قيم المثقفين. (وهم غالباً من صغار حاملي الأسهم؛ لكنهم أقوىاء في عالم الصحافة أو في مجال النشر).. وهذا يفيد في الحفاظ على استمرار ارتفاع قيمة أسهمهم. وهناك أيضاً أولئك الذين كانوا ولا يزالون أدوات للسلطة، وتمثل مهمتهم الأساسية إحدى الاستراتيجيات الأكثر شيوعاً في احتواء الأفراد الذين يمكن أو يجب أن يستبعدوا، أو في استبعاد الأفراد الذين يمكن أو يجب احتواؤهم.

ثانياً: القوى والتلاعبات الصحفية تعمل بطريقة أكثر حدفاً وبراعة بإدخال إنتاج يتميز بالتبعية والعمالة في المجالات المستقلة، مثل المنتجين التابعين الذين يتلقون التكريم تحت تأثير القوى الخارجية، تكريم لا يمكن لهم أن يحصلوا عليه من خلال قيمتهم الفعلية داخل مجالهم. هؤلاء الكتاب اللاكتاب حقاً، الفلاسفة اللافلاسفة، يحصلون على قيمة تلفزيونية، على أوزان صحفية من دون قياس مماثل ولا معيار لأوزانهم المحددة داخل عوالمهم المحددة.

وهناك أمثلة أخرى من تدخل القوى الإعلامية، مثل الاقتصاديات ذات الشهرة من جانب الميديا. حتى تستطيع سلطة الميديا فرض هيمنتها على مجالات مثل المجال العلمي، يجب عليها أن تجد تواطؤاً داخل هذا المجال، إن الأكاديميين يتدفقون على وسائل الإعلام، ملتمسين باستمرار عرض كشف حساب، يستجدون دعوة، يحتجون ضد حالة الإهمال والنسيان التي يجدون أنفسهم فيها، وبسماع شهاداتهم الكثيرة جداً، نصل إلى الشك في مدى الاستقلالية الذاتية للكتاب، للفنانين وللعلماء. يجب علينا أخذ موقف من هذه التبعية. وأن نحاول فهم الأسباب أو الدوافع التي تكمن وراءها، يجب أن نفهم من الذي يتعاون، ومن العميل.

إن بورديو لا يدين كل شكل من أشكال التعاون مع الصحف، أو مع الإذاعة

والتلفزيون. لكن من وجهة نظر العوامل التي تدفع إلى التعاون والتي تفهم كأنها خضوع بلا شروط لمحددات قوية. إذا كانت المجالات العلميّة، والأدبيّة، والسياسيّة مهذّدة بهيمنة الميديا؛ فإنّ هذا يحدث لأنّ هناك داخل هذه المجالات أفرادًا تابعين وخاضعين لا يعينهم الأمر كثيرًا من وجهة نظر القيم الخاصّة بالمجال. «بورديو ص ١١٨-١١٩».

إنّ التلفاز كما يلاحظ بورديو ينتج تأثيرين؛ فهو من ناحية يقلل من حقّ الدخول في عدد معيّن من المجالات، فلسفيّة، قانونيّة، الخ. ويمكنه أن يخلع صفة عالم اجتماع، أو كاتب أو فيلسوف الخ.. على أفراد لم يدفعوا المقابل الضروريّ للدخول في هذه المجالات، وذلك وفقًا للتعريف الداخليّ للمهنة المعنيّة. من ناحية أخرى، فإنّ التلفزيون في وضع يمكنه من الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور.

تمارس وسائل الإعلام دورها كأداة للمعلومات المعبّأة، شكل منحرف من الديمقراطية المباشرة يمكن أن يخلق ذلك الذي يؤدي إلى تلاشي المسافة بالنظر إلى إلحاح الحدث؛ بالنظر إلى ضغط العواطف الجماعيّة الجياشة، التي ليست بالضرورة ديمقراطيّة، تلك التي تؤمن بطبيعة الحال عبر المنطق المستقلّ نسبيًا للمجال السياسيّ.

ويرى بورديو باسم الديمقراطية، أنّه يجب النضال ضدّ اللهاث والجري وراء نسبة الإقبال. ومن الضروريّ أن يترك للأفراد حرّيّة الحكم، وأن يختاروا الأوديمات [نسبة الإقبال] هو شرط وإجبار السوق، الاقتصاد، أي لشرعيّة خارجيّة وتجاريّة تمامًا، وإنّ الخضوع لشروط وإجبار هذه الأداة الخاصّة بالسوق هي المعادل التامّ في المادّة الثقافيّة لما هو ديماغوجيّ وموجّه من قبل استطلاعات الرأي في الحياة السياسيّة. يُدار التلفاز بوساطة قياس نسبة الإقبال التي تسهم في

إلقاء العبء على المستهلكين المفترض أنهم أحرار، وبوضع ضرورات السوق التي ليس لها صلة مع التعبير الديمقراطي لرأي جماعي. «ص ١٢٤»
من الواضح تمامًا أن الموضوع الذي يعالجه بورديو هو هيمنة الآليات الخاصة بمجال صحفي يخضع أكثر فأكثر لشروط وضروريات السوق التي تمارس تأثيرها على الصحفيين. ومن خلال هؤلاء وفي مختلف مجالات الإنتاج الثقافي، المجال القانوني، المجال الأدبي، المجال الفني، المجال العلمي تتم الهيمنة. كما أن المحددات أو الشروط البنيوية التي تشكل وزن هذا المجال، والتي هي ذاتها خاضعة لمحددات وشروط السوق، تعدل بشكل أو آخر علاقات القوى داخل مختلف المجالات، مؤثرة بذلك على الذي يتم عمله فيها وعلى ما يتم إنتاجه منها، ممارسة بذلك تأثيرات متشابهة تمامًا في هذه العوالم التي تبدو شديدة الاختلاف ظاهريًا.

ويوضح بورديو هيراركية نسبة الإقبال على النحو الآتي: يُلقى المجال الصحفي على مختلف مجالات الإنتاج الثقافي بمجموعة من التأثيرات المرتبطة في شكلها وكفاءتها بتركيبه الخاص، تُقاس درجة استقلالية مؤسسة ما للتوزيع بقياس نسبة دخلها الذي يأتي من الإعلانات ومن دعم الدولة، وأيضًا بدرجة تركيز المعلنين. بالنسبة لدرجة استقلالية صحفي معين، فإنها تعتمد بداية على درجة تركيز الصحيفة؛ ثم على مكانة الصحيفة داخل الفضاء الصحفي، ثم على مكانة الصحفي نفسه داخل الصحيفة أو المؤسسة الصحفية التي يعمل بها. «ص ١٢٦».
ويذكر لنا العوامل التي تحدد الضمانات المختلفة المتعلقة بالمكانة الوظيفية التي يحتلها هذا الصحفي. والتي تعتمد على درجة استقلالية الصحفي وعلى كفاءته في الإنتاج المستقل للمعلومات، وتمارس السلطات المختلفة، وخاصة الهيئات الحكومية ضغطها، ليس من خلال الشروط والعوامل الاقتصادية التي

تتمتع بها فقط، ولكن من خلال كل أنواع الضغط التي يوفرها احتكار المعلومات الرسمية أيضًا - المصادر الرسمية تحديدًا -، هذا الاحتكار يُعطي بداية للسلطات الحكومية ولأجهزة الإدارة. يمارس داخله تأثيرات قوية جدًا، يتبع ذلك أن هيمنة المجال الصحفي تقوي من نزعات الوكلاء المنخرطين في المجال السياسي؛ ذلك يجعل من الهيمنة التي لا تكف عن التزايد للمجال الصحفي الذي يخضع بدوره إلى هيمنة متزايدة للمنطق التجاريّ تزايد وتقوى على المجال السياسيّ المحصور دائمًا في نزعة الديماغوجيا.

وفي نهاية تحليلنا لموقف بورديو من تأثير الإعلام والهيمنة الإعلامية على المتابعين لها وارتباط هذه الهيمنة بالآليات الاقتصادية والسياسية التي تواجه الإعلام وتحدّد له دوره، ووظيفته، وتواجهنا مما يجعلنا نواجه بنية متكاملة من الآليات السيطرة والخصوصية. يعرض لنا بورديو ويقدم في نهاية عمله الملاحق لتأكيد تحليله السابق، المثال الأول حول العلاقة بين الميديا الأولمبية، والثاني عن الصحافة والسياسة. وسوف نشير إليها إشارتين سريعتين لتأكيد تحليله بشكل تطبيقيّ.

أولاً: الميديا والألعاب الأولمبية

يرى بورديو أنّ شروط البثّ التلفزيونيّ وقيوده تؤثر وبشكل متزايد أكثر فأكثر في اختيار الألعاب الأولمبية، الأماكن والتوقيت الذي تجري فيه المباريات، بل وطريقة سريان المباريات ذاتها، وكذلك مراسم الاحتفال؛ ولهذا السبب نجد أنّه في دورة الألعاب الأولمبية في «سيول» فإن توقيت المباريات النهائية الأساسية في ألعاب القوى قد تمّ تحديده (وفقاً لبنود من الاتفاقات التي انتهت إلى شروط مالية هائلة) بطريقة تسمح بإجراء هذه المباريات في أوقات ذروة الإقبال التلفزيونيّ في بداية السهرة في الولايات المتحدة الأميركية. (ص ١٤٨).

ويبيّن لنا كيف تحوّلت اللجنة الأولمبية الدولية تدريجياً إلى مؤسسة تجارية كبرى تبلغ ميزانيتها السنوية عشرين مليون دولار، يهيمن عليها من قبل بطانة من المديرين الرياضيين وممثلي الشركات الصناعية الكبرى الذين يتحكّمون في بيع حقوق إذاعة المباريات، وكذلك حقوق كفالة واحتكار الإعلانات، بالإضافة إلى اختيار المدن الأولمبية، شركات التلفزيون الكبرى المتنافسة من أجل حقوق البثّ التلفزيونيّ: الشركات الكبرى المتعدّدة الجنسيات. وفي النهاية يهيمن عليها من قبل منتجي الصور أولئك الذين ارتبطوا في علاقات تنافسية متوائمة لتوجيه عملهم الفرديّ والجماعيّ لإنجاز تقديم عرض الألعاب، اختيار تأطير ومونتاج للصور، وعمل التعليقات. في النهاية من الواجب تحليل التأثيرات المختلفة لتكثيف المنافسة بين الأمم؛ تلك التي يصنعها التلفاز من خلال عولمة العرض الأولمبيّ، مثل ظهور سياسة رياضية للدول موجهة نحو تحقيق النجاحات الدولية، الاستقلال الاقتصاديّ والرمزيّ للانتصارات، وتحويل الإنتاج الرياضيّ إلى صناعة (ص ١٤٩-١٥٠).

ثانياً: الصحافة والسياسة

يؤكد بورديو أنّ المجال الصحفيّ ينتج ويفرض رؤية خاصة تماماً عن المجال السياسيّ الذي يجد أساسه في بنية المجال الصحفيّ وفي المصالح الخاصة للصحفيين الذين يعملون فيه.

ففي عالم خاضع لضرورة مثيرة للضجر، وبالميل إلى أن تتعرّى بأيّ ثمن، فرض على السياسة أن تظهر موضوعاً صعباً نستبعده بقدر الإمكان من ساعات الإقبال الكبير في التلفاز، إنّها «أي السياسة» بمنزلة عرض قليل الإثارة إن لم يكن يثير الإحباط وصعباً على المعالجة؛ ولذلك يجب جعلها مثيرة للاهتمام. من هنا هذا الميل الذي يلاحظ المواجهات الكلامية المفرغة من المعنى¹ بين متداخلين مفوّضين قابلين للتبادل. ولفهم ذلك الذي يقال حقاً أو على الأقلّ ذلك الذي لا يمكن أن يقال في مثل هذه التبادلات المختلفة ذاتها، فإنّه يجب أن تكون مستعداً لكلّ شيء ولكلّ التنازلات، عليك أن تمارس كلّ المساومات والتنازلات حتّى تظلّ موجوداً، وحتى تؤمّن الأرباح المباشرة وغير المباشرة: فللشهرة «الإعلامية» مكانة خاصة لدى المؤسّسات الصحفية.

يبين بورديو أنّ الصحفيين الذين يتذرّعون بأن ذلك هو ما يطلبه الجمهور حتى يسوّغوا سياسة التبسيط الديماغوجية هذه (المعارضة كما يؤكد بورديو للاهتمام الديموقراطيّ للإعلام)؛ لا يفعلون إلا إسقاط نزعاتهم الخاصة على رؤيتهم للعالم، وخاصة عندما يدفعهم الخوف من الملل إلى إعطاء الأولوية للعراك بدلاً من النقاش؛ للخلاف والهجوم بدلاً من الجدل، أي لوضع كلّ شيء موضع التنفيذ لتفضيل المواجهة والصدام بين الأفراد.

ويوضح ذلك على النحو الآتي؛ إنّ ما هو أساسيّ في مهاراتهم وكفاءاتهم

1. Talk shows

مؤسّس على حميميّة الاتصالات وعلى السريّة أكثر من استناده إلى الموضوعيّة والملاحظة والتقارير والبحث، إنهم يميلون لجلب كلّ شيء إلى أرضهم على علم وخبرة به، باهتمامهم باللغة وباللاعبين أكثر من اهتمامهم بمضمون الموضوعات المطروحة سياسياً، وأكثر من اهتمامهم بمادّة الحوارات وبالتأثير السياسيّ للخطابات.

الصحفيّون بسبب من موقفهم الغامض في عالم السياسة؛ ولأنّهم نشطاء ومؤثرون جدّاً وحيث يمكنهم أن يقدّموا لرجال السياسة خدمات رمزيّة لا غنى عنها.. فهم يميلون بشكل تلقائيّ إلى فلسفة الشكّ التي تدفعهم إلى البحث عن أسباب اتخاذ المواقف الأقلّ أهميّة والمعتقدات الأكثر إخلاصاً للمصالح التي ترافق المواقف في المجال السياسيّ.

بكلمات يمكن القول، إنّ أطروحات بودريار النقديّة حيال الميديا وعالمها المعقّد والمثير تدخل في سياق التحليل الجذريّ لمأزق الخطاب الثقافيّ الغربيّ المعاصر.

فقد عكست ثورة الميديا صورة هذا المأزق المعرفيّ على النحو الذي يستحيل أن تعكسه أيّ وسيلة أخرى. وهذا هو الشيء الذي يمنح الميديا الجديدة صفات مركّبة ومعقّدة. حيث لا يستطيع حتّى صانعها ومنتجها التحكّم بآثارها ونتائجها.

هذا الكتاب

يتضمّن هذا الجزء من سلسلة المركزية الغربية مجموعةً من الدراسات والبحوث التخصّصية في الميديا وعلوم الإعلام المعاصر، والأثر الذي ربّته ثورة الإتصالات ووسائل التواصل الاجتماعي على هندسات السيطرة الإستعمارية، والتقنيات التي يستخدمها الغرب لبطّ هيمنته متعدّدة الأشكال على الآخرين. وهو ما يكشف عن التلازم الوطيد بين الميديا ومركزيّة الغرب، وأنّ الميديا ليست مجرد اصطلاح يعكس مفهوماً محايداً في حقل العلوم والمعارف الحديثة. بل هي تعبير عما شهدت خريطة العالم إثر سلسلة متّصلة وقاسية من الحروب والصراعات الكبرى. بل إنّ ظهور الميديا كظاهرة يشكّل ترجمةً فعليّةً لما بلغته تطوّرات الحداثة ومركزها في قلب العالم الجديد. وبهذا سيكون بديهياً أن تكون الميديا أو ما اصطلاح عليه بـ "ثورة الإتصالات" أحد العناوين الكبرى لمركزيّة الغرب الآيلة إلى تجديد الهيمنة على بقية العالم.



المركز الإسلامي للدراسات والبحوث

<http://www.iicss.iq>

islamic.css@gmail.com